

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

“การท่องเที่ยวคือพื้นฐานและกิจกรรมที่พึงประสงค์ของมนุษย์ ประชาชนและรัฐบาลทั่วโลกควรส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยว” (Wood, 1993, p. 51)

ข้อความข้างต้นเป็นคำขวัญของปีการท่องเที่ยวสากล พ.ศ. 2510 ซึ่งเป็นปีที่ประชุมสมัชชาสหประชาชาติมีมติให้เป็นปีการท่องเที่ยวสากล นับจากนั้นการท่องเที่ยวกลายเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ลำดับต้น ๆ ของโลก มีเงินตราหมุนเวียนมหาศาลและมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางไปทั่วโลก ธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวจึงเป็นช่องทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศแต่ละปีในรูปแบบเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันทุกด้าน รวมทั้งด้านธุรกิจการเดินทางและการท่องเที่ยว

ปริดียารท เทวกุล (2550) แสดงทัศนะว่าการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันมีฐานะเป็นสินค้าเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศได้อย่างสำคัญ มีความหมายต่ออัตราการเติบโตของรายได้ประชาชาติ (GNP: Gross National Products) บทบาทของการท่องเที่ยวมิได้เป็นเพียงการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นเท่านั้น แต่เป็นเสมือนสินค้าของประเทศ หากสินค้ามีคุณภาพ มีรูปลักษณ์น่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สินค้าย่อมมีความเติบโตสูง ดึงนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้เงินตราในประเทศได้ การท่องเที่ยวในยุคโลกาภิวัตน์จึงเปรียบเสมือนหน้าต่างของประเทศ และมีความสำคัญทั้งต่อเศรษฐกิจและต่อชื่อเสียงของประเทศที่แหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ด้วย

แหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนได้ จะต้องมีความปลอดภัยที่ดี หากต้องการให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำอีกก็ต้องรักษาภาพลักษณ์ที่ดีไว้ให้ได้ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อการเลือกสถานที่หรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศนั้น ๆ เติบโตและประสบความสำเร็จได้ (Tasci and Gartner, 2007, p. 413)

การศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเริ่มต้นในช่วงต้น พ.ศ. 2513 เมื่อฮันต์ (Hunt, 1975) ศึกษาบทบาทภาพลักษณ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ต่อจากนั้นการศึกษาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวได้กลายเป็นสาขาหนึ่งในการวิจัยการท่องเที่ยว ระหว่างช่วง พ.ศ. 2533

การศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเพิ่มปริมาณมากขึ้น เนื่องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นำผลงานการวิจัยไปใช้ปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดได้ (Grosspietsch, 2004, p. 225) รายงานการวิจัยจำนวนมากศึกษาภาพลักษณ์ในภาพกว้าง ใช้ประเทศ รัฐ หรือเมืองเป็นกรณีศึกษา ระยะแรกศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับการใช้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวสร้างความสำเร็จให้กับแหล่งท่องเที่ยววันั้น ๆ พื้นที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเมืองท่องเที่ยวของสหรัฐอเมริกา ยุโรป แอฟริกา ส่วนแหล่งท่องเที่ยวในเอเชีย นักวิจัยยังสนใจศึกษากันน้อย วิธีการศึกษานิยมใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ต่อมา มีการนำวิธีการศึกษาที่แตกต่างออกไปมาใช้ในการวิจัย และศึกษาประเด็นอื่น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การประเมินภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวในสายตาของนักท่องเที่ยว อิทธิพลที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

เอชเนอร์และริตชี (Echtner and Ritchie, 1991, pp. 2-12) ได้วิเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในประเด็นต่าง ๆ สำหรับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยววันั้นมีงานวิจัยจำนวน 15 เรื่องที่กล่าวถึงความหมายของภาพลักษณ์ เอชเนอร์และริตชีให้ความเห็นว่า งานวิจัยเหล่านั้นนิยมใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณศึกษานักท่องเที่ยวและให้ความหมายภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามลักษณะของเรื่องที่ศึกษา งานวิจัยส่วนใหญ่ยังไม่สามารถให้นิยามปฏิบัติการของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจน ผลงานวิจัยไม่อาจจะระบุองค์ประกอบเฉพาะด้านได้ว่าองค์ประกอบใดที่มีผลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว สิ่งที่ค้นพบส่วนใหญ่เป็นภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม

ช่วงเวลาต่อมาคือใน พ.ศ. 2545 ไพค์ (Pike, 2002, pp. 541-549) วิเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวระหว่าง พ.ศ. 2516 - 2543 จำนวน 142 เรื่อง ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับวิธีวิทยาการวิจัยเหมือนกับรายงานของเอชเนอร์และริตชี กล่าวคือนักวิจัยส่วนใหญ่ใช้การวิจัยเชิงปริมาณในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่นักวิจัยนำมาใช้วิเคราะห์มากที่สุดคือการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) (41 เรื่อง) รองลงมาคือ T-test (21 เรื่อง) และ Perceptual Mapping (21 เรื่อง) การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) (20เรื่อง) การวิเคราะห์ด้วย IPA (9 เรื่อง) งานวิจัยจำนวนมากกว่าครึ่ง (75 เรื่อง) ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวแห่งเดียวไม่มีการเปรียบเทียบกับสถานที่อื่น ๆ งานวิจัยทั้งหมดสนใจศึกษาประเด็นที่หลากหลาย เช่น วัฒนธรรม ผลกระทบของการท่องเที่ยว ส่วนแบ่งการตลาด องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการตลาด คนในท้องถิ่นหรือเจ้าบ้าน ภาพรวมของภาพลักษณ์ การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ ความแตกต่างของภาพลักษณ์ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ เป็นต้น ด้านการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์นั้น งานวิจัยเหล่านี้

ว่าเป็นเรื่องยากที่จะหาตัวชี้วัดหรือเครื่องมือที่ใช้วัดการรับรู้ทั้งหมดของผู้บริโภค งานส่วนใหญ่จึงเน้นเรื่องความจำเป็นในการพัฒนาภาพลักษณ์ที่ขึ้นชอบ หรือภาพลักษณ์ด้านบวกของแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การวิจัยเหล่านั้นช่วยย้ำและยืนยันแนวคิดของฮันต์ที่สรุปว่า ภาพลักษณ์เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการส่งเสริมความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยว

รายงานการวิจัยส่วนใหญ่ต่างยืนยันผลการวิจัยไปในทำนองเดียวกันว่า ภาพลักษณ์เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้การศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น ทั้งจากนักวิชาการและนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ จึงได้รับการคัดเลือกมาศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในหลากหลายมิติ หากแต่องานวิจัยเหล่านั้นยังคงสนใจใช้วิธีการศึกษาแนวทางเดิม ๆ ที่เคยศึกษากันมา ดังเช่นที่บาโลกลูและแม็คเคลียร์ (Baloglu and McCleary, 1999, p. 869) แสดงความเห็นไว้สอดคล้องกับผลการศึกษาของไพค์ นั่นคือ พวกเขาเห็นว่าการศึกษาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลาปัจจุบัน ส่วนใหญ่ใช้วิธีการทางสถิติด้วยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม บาโลกลูและแม็คเคลียร์ได้ชี้ให้เห็นว่ามีงานวิจัยที่มีการใช้เทคนิคพิเศษเพื่อศึกษาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวด้วย เช่น การนำแบบจำลอง 3-GAP มาปรับใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การใช้การวิจัยเชิงคุณภาพศึกษาภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

การทบทวนเอกสารต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีประเด็นน่าสนใจที่สามารถศึกษาเพิ่มเติมเพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่อาจยืนยันผลการวิจัยที่ผ่านมา หรืออาจจะได้องค์ความรู้ในมิติอื่นที่จะขยายขอบเขตของการศึกษาออกไปได้รอบด้านมากขึ้น ประเด็นเหล่านั้นได้แก่

1. การศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวนั้นผลงานวิจัยที่ผ่านมาไม่ได้ระบุองค์ประกอบเฉพาะด้านที่มีผลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะแสดงผลขององค์ประกอบในภาพรวมของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว

2. เป็นเรื่องยากที่จะหาตัวชี้วัดหรือเครื่องมือที่ใช้วัดการรับรู้ทั้งหมดของผู้บริโภค งานวิจัยส่วนใหญ่จึงเน้นการศึกษาเฉพาะประเด็นที่ส่งผลต่อพื้นที่ที่ศึกษา เช่น การพัฒนาภาพลักษณ์การศึกษาภาพลักษณ์เชิงบวก เป็นต้น

3. วิธีการวิจัยส่วนใหญ่ใช้วิจัยเชิงปริมาณในการวิเคราะห์ข้อมูล แม้ระยะหลังจะใช้การศึกษาแบบอื่นเพิ่มขึ้น แต่ก็เป็นการศึกษาที่ใช้เฉพาะวิธีการอย่างใดอย่างหนึ่ง

4. พื้นที่ที่ศึกษาในงานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเพียงแห่งเดียว ยังขาดการศึกษาเชิงเปรียบเทียบพื้นที่ซึ่งมีความโดดเด่นใกล้เคียงกัน แม้ในระยะต่อมาจะเริ่มศึกษาหลากหลายพื้นที่มากขึ้น แต่การศึกษาในลักษณะนี้ก็ยังมีจำนวนไม่มากนัก (ดูเพิ่มเติมในบทที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง)

5. พื้นที่ที่ศึกษาในเอเชียยังไม่ได้รับความสนใจศึกษามากเท่ากับพื้นที่ที่ศึกษาในยุโรป อเมริกา หรือแอฟริกา

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะค้นหาว่าการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีการรับรู้เรื่องใด อย่างไร โดยมุ่งศึกษาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในเอเชีย การศึกษาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว สะท้อนผ่านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและมุมมองผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ วิธีวิทยาการวิจัยที่จะนำมาใช้ค้นหาคำตอบจึงใช้วิธีวิทยาการวิจัยแบบผสม (Mixed Methodology) เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยสนใจศึกษาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่แถบเอเชีย โดยเฉพาะดินแดนในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (The Greater Mekong Region: GMS) นอกจากเป็นเพราะพื้นที่บริเวณนี้มีผู้สนใจศึกษากันน้อยแล้ว ผู้วิจัยยังเห็นว่าดินแดนในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงซึ่งประกอบด้วยประเทศต่าง ๆ 6 ประเทศคือ ราชอาณาจักรไทย สหภาพพม่า กัมพูชาประชาธิปไตย สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐประชาชนจีน และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เป็นดินแดนแห่งอารยธรรมเก่า มีโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ มีความเป็นธรรมชาติที่สวยงาม จารีตประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตผู้คนที่น่าสนใจ ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก ปรากฏว่าในปี พ.ศ. 2546 ประเทศในอนุภูมิภาคนี้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากกว่า 14 ล้านคน องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางออกจากประเทศจีนมากที่สุดในโลก ประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงจะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในการรองรับนักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ในอนาคต (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, 2547)

แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจำนวนมากคือ จังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง เห็นได้จากการจัดอันดับเมืองท่องเที่ยวในเอเชียของนิตยสารท่องเที่ยว "Asia Traveler" (2006) ปรากฏว่ามีเมืองขึ้นเยี่ยมขนาดสามดาวที่เหมาะสมสำหรับการแวะชมเป็นจำนวน 30 เมือง หนึ่งในจำนวน 30 เมืองนั้นคือจังหวัดเชียงใหม่ของไทย (ศุภยวิทย์และให้คำปรึกษา, 2549, น. 65-66) ส่วนเมืองหลวงพระบางของสปป.ลาวนั้นได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม (Sukanya Sirikeratikul,

2006, p. 7) และจากการจัดอันดับแหล่งท่องเที่ยวของนิตยสาร Wanderlust Travel Magazine ของสหราชอาณาจักรอังกฤษ เมืองหลวงพระบางได้รับรางวัล “Golden Award” 2 ปีซ้อนใน พ.ศ. 2549-2550 ส่วนใน พ.ศ. 2551 ได้รางวัล “Short listed for the Top City Tourist Destination” จากนิตยสารท่องเที่ยวฉบับเดิมคือ “Wanderlust Travel Magazine” (Lee and Denny, 2008) พ.ศ. 2548 รัฐบาลของ สปป.ลาว ประกาศให้เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวหลวงพระบาง ส่งผลให้เมืองหลวงพระบางมีรายได้จากการท่องเที่ยวในช่วงนั้นสูงถึง 26 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา (ท่านคำไพ สีสาววัน, 2550) ผู้วิจัยจึงเลือกแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่งนี้เป็นพื้นที่ศึกษา

จังหวัดเชียงใหม่: ความเป็นมา

จังหวัดเชียงใหม่ในอดีตเป็นที่ตั้งของเมืองเก่า ซึ่งเป็นศูนย์กลางของอาณาจักรล้านนาไทย เรียกกันว่า “นพบุรีศรีนครพิงค์” ผู้สร้างนครเชียงใหม่คือพ่อขุนเม็งราย ประวัติศาสตร์บันทึกไว้ว่า พ่อขุนเม็งรายสืบเชื้อสายมาจากพระเจ้าลาวจักราชซึ่งเป็นผู้สร้างอาณาจักรโยนก พ่อขุนเม็งรายเป็นพระสหายสนิทร่วมน้ำสาบานกับพ่อขุนรามคำแหงมหาราชแห่งกรุงสุโขทัยและพระยาจำเมืองแห่งเมืองพะเยา พ่อขุนเม็งรายทรงรวบรวมบ้านเมืองบนแผ่นดินล้านนาให้เป็นอาณาจักรล้านนาไทย ต่อมาใน พ.ศ. 1824 พระองค์ยกทัพเข้าตีนครหริภุญไชยซึ่งมีพญาธิปาปกครองอยู่ได้สำเร็จ ทรงประทับอยู่ในนครหริภุญไชยเป็นเวลา 2 ปี แล้วจึงมอบให้อ้ายฟ้าอำมาตย์ปกครองนครหริภุญไชย ส่วนพ่อขุนเม็งรายได้เสด็จไปสร้างเมืองใหม่ทางทิศตะวันออกของนครหริภุญไชย ครองอยู่ได้ 3 ปีทรงเห็นว่าเมืองใหม่ทำเลไม่เหมาะสม จึงย้ายราชธานีมาตั้งอยู่ที่ริมฝั่งแม่น้ำระมิงค์¹ เรียกชื่อว่า “เวียงกุมกาม”² จนถึง พ.ศ. 1835 พ่อขุนเม็งรายไปประพาสป่าและพบชัยภูมิที่จัดสร้างเมืองใหม่ จึงโปรดให้สร้างที่ประทับชั่วคราว ณ เวียงเล็ก (เมืองเล็ก) หรือเวียงเชียงใหม่³ จากนั้นก็โปรดให้ไพร่พลถางป่าและปรับพื้นที่บริเวณเชิงดอยฮ้อยช้างหรือดอยสุเทพในปัจจุบัน แล้วโปรดให้เชิญเสด็จพ่อขุนรามคำแหงมหาราชแห่งกรุงสุโขทัยและพระยาจำเมืองแห่งเมืองพะเยา มาช่วยพิจารณาการสร้างเมืองใหม่ตรงเชิงดอยสุเทพ ทั้ง 2 พระองค์ทรงพอพระทัยสถานที่ตั้งเมืองใหม่ พ่อขุนเม็งรายจึงโปรดให้ขุดคูและสร้างกำแพงเมืองเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า สร้างปราสาทราชมนฑเทียร และ

¹อีกชื่อหนึ่งคือแม่น้ำปิง

²ปัจจุบันอยู่ในตำบลท่าวังตาล อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

³คือบริเวณวัดเชียงมั่นในปัจจุบัน

บ้านเรือนใน พ.ศ. 1839 พ่อขุนเม็งราย พ่อขุนรามคำแหงมหาราช และพระยาจำเมืองพร้อมใจกันขนานนามราชธานีแห่งใหม่ว่า "นพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่" เรียกกันเป็นสามัญว่า "นครพิงค์เชียงใหม่" พ่อขุนเม็งรายปราบดาภิเษกเป็นกษัตริย์ปกครองอาณาจักรล้านนาไทย มีราชธานีอยู่ที่นครเชียงใหม่ ทรงเป็นต้นราชวงศ์เม็งราย ครองราชย์อยู่จน พ.ศ. 1860 สิ้นพระชนม์เมื่อพระชนมายุได้ 79 พรรษา เชื้อสายของพ่อขุนเม็งรายได้ปกครองอาณาจักรล้านนาไทยต่อเนื่องกันมานาน โดยมีเมืองเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของอาณาจักรล้านนาไทย

เมื่ออาณาจักรล้านนาค่อย ๆ เสื่อมอำนาจลงได้ตกเป็นเมืองขึ้นของกรุงศรีอยุธยาและประเทศพม่าหลายยุคหลายสมัย จนถึงสมัยกรุงธนบุรีพระเจ้าตากสินมหาราชทรงคืนนครเชียงใหม่ได้จากประเทศพม่าใน พ.ศ. 2317 เมืองเชียงใหม่จึงกลับมาเป็นประเทศราชของกรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ ในรัชกาลของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกได้ทรงสถาปนาพระยาภาวดีละขันธ์เป็นเจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่ เชื้อสายของพระยาภาวดี¹ สืบราชสมบัติต่อมาอีก 9 พระองค์มีเจ้านวรัฐเป็นองค์สุดท้าย ครั้นถึงพ.ศ. 2440 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดให้ปฏิรูปการปกครองหัวเมืองประเทศราชด้วยการยกเลิกการมีเมืองประเทศราชในภาคเหนือจัดตั้งเป็นการปกครองแบบมณฑลเทศาภิบาล รวมหัวเมืองทางเหนือเข้าด้วยกันเรียกว่า มณฑลพายัพ ต่อมาใน พ.ศ. 2476 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงปรับปรุงการปกครองเป็นแบบจังหวัด เชียงใหม่จึงมีฐานะเป็นจังหวัดจนถึงปัจจุบัน รวมระยะเวลาที่เชียงใหม่ได้เป็นราชธานีอาณาจักรล้านนาไทยตั้งแต่ พ.ศ. 1839 จนถึง พ.ศ. 2440 ได้ 600 ปี

จังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบัน

เชียงใหม่ตั้งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย มีพื้นที่ 20,107 ตารางกิโลเมตร มากเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศไทย มีประชากรจำนวน 1,658,298 คน (พ.ศ. 2549) มากเป็นอันดับที่ 6 ของประเทศไทย ต้นไม้และดอกไม้ประจำจังหวัดคือต้นทองกวาวและดอกทองกวาว คำขวัญประจำจังหวัดคือ "ดอยสุเทพเป็นศรี ประเพณีเป็นสง่า บุปผชาติล้วนงามตา นามล้ำค่านครพิงค์" ปัจจุบันเชียงใหม่แบ่งเขตการปกครองเป็น 22 อำเภอ ได้แก่ อำเภอจอมทอง อำเภอแม่แจ่ม อำเภอเชียงดาว อำเภอดอยสะเก็ด อำเภอแม่แตง อำเภอแมริม อำเภอสะเมิง อำเภอฝาง อำเภอแม่สาย อำเภอพร้าว อำเภอสันป่าตอง อำเภอสันกำแพง อำเภอสันทราย อำเภอหางดง อำเภอฮอด อำเภอดอยเต่า อำเภออมก๋อย อำเภอสารภี อำเภอเวียงแหง อำเภอไชยปราการ อำเภอเมือง อำเภอ

¹การวิเคราะห์ เชียงใหม่ เป็นต้นตระกูล ณ เชียงใหม่
แม่ฮอน และ 2 กิ่งอำเภอคือ กิ่งอำเภอดอยหล่อและกิ่งอำเภอแม่อาง อำเภอทั้งหมดมี 204 ตำบล
1,915 หมู่บ้าน และ 1 เทศบาลนครคือ เทศบาลนครเชียงใหม่

ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่ของจังหวัดเชียงใหม่แบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. พื้นที่ภูเขา สูงจากระดับน้ำทะเลเกินกว่า 500 เมตร ส่วนใหญ่อยู่ทางทิศเหนือและ
ทิศตะวันตกของจังหวัด คิดเป็นพื้นที่ประมาณร้อยละ 80 ของพื้นที่ทั้งหมด พื้นที่ภูเขาเหล่านี้เป็น
พื้นที่ป่าต้นน้ำลำธารไม่เหมาะในการเพาะปลูก มีภูเขาสูงที่สุดในประเทศไทยคือ "ดอยอินทนนท์"
สูงประมาณ 2,565 เมตร ตั้งอยู่ในเขตอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่และในเขตจังหวัด
แม่ฮ่องสอน นอกจากนี้ยังมีดอยอื่น ๆ ที่มีความสูงรองลงมาอีกหลายแห่ง เช่น ดอยผ้าห่มปกสูง
2,297 เมตร ดอยหลวงเชียงดาวสูง 2,195 เมตร ดอยสุเทพสูง 1,678 เมตร

2. พื้นที่ราบลุ่มน้ำและที่ราบเชิงเขา กระจายอยู่ทั่วไประหว่างหุบเขา มีรูปร่างยาววี
ทอดตัวในแนวเหนือ-ใต้ ได้แก่ ที่ราบลุ่มน้ำปิง ลุ่มน้ำฝาง ลุ่มน้ำแม่งัด เป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะ
ในการทำเกษตรกรรม แม่น้ำสำคัญที่ไหลผ่านจังหวัดเชียงใหม่มี 8 สายคือ แม่น้ำปิง แม่น้ำฝาง แม่น้ำ
แม่แตง แม่น้ำแม่งัด แม่น้ำแม่กวง แม่น้ำแม่ขาน แม่น้ำแม่กลาง และแม่น้ำแม่แจ่ม

ลักษณะภูมิอากาศ

เชียงใหม่มีภูมิอากาศค่อนข้างเย็นเกือบตลอดปี มีอุณหภูมิเฉลี่ย 25.4 องศาเซลเซียส
มีฤดู 3 ฤดูคือ ฤดูฝนเริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม ฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่เดือน
พฤศจิกายนถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ และฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงกลางเดือนพฤษภาคม

ประชากรและการประกอบอาชีพ

ประชากรของเชียงใหม่ประกอบด้วยชาวไทยภูเขาเผ่าต่าง ๆ ได้แก่ กะเหรี่ยง แม้ว เข้า
ลีซอ มูเซอ อีเก้อ ถิ่น ขมุ ลัวะ และอื่น ๆ รวมกับชาวไทยพื้นเมืองอีก 1 เผ่า อาชีพของชาวเชียงใหม่
ส่วนใหญ่ยังคงเน้นที่อาชีพเกษตรกรรม รองลงมาคือการทำอุตสาหกรรม การค้า รวมทั้งงานอื่น ๆ
คืองานบริการ รัฐบาล การรัฐวิสาหกิจ การเมือง แพทย์ ทนายความ ผู้ใช้ฝีมือแรงงาน หัตถกรรม
ภาษาที่ใช้ในจังหวัดเชียงใหม่ใช้ภาษาไทยเป็นหลัก และภาษาถิ่นซึ่งเรียกว่าคำเมือง

การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยว

องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือ อ.ส.ท. (ปัจจุบันคือ ททท.) ส่งเสริม
ให้เชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติแห่งที่ 2 รองจากกรุงเทพฯ ในช่วง พ.ศ. 2510 - 2512
ดำเนินการพัฒนาเชียงใหม่เป็นระยะ ๆ เพื่อให้เป็นเมืองท่องเที่ยวปรากฏในแผนที่การท่องเที่ยว

ของโลก (อายุร วิไล, 2512, น. 73) เช่น การอบรมมัคคุเทศก์ พนักงานบริการ ภัตตาคารและโรงแรม การเปิดสำนักงาน อ.ส.ท. สาขาที่เชียงใหม่ ใน พ.ศ. 2511 ให้บริการชาวสารการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ การขยายท่าอากาศยานเชียงใหม่ทั้งการเพิ่มลานบิน ตึกที่ทำการ ขยายห้องพักโรงแรมที่มีอยู่ และสร้างโรงแรมหรูหรารุ่นหนึ่งเพิ่มขึ้น 1 แห่ง เปิดศูนย์การค้ามากกว่า 3 แห่ง ที่มีทั้งภัตตาคาร สถานโบว์ลิ่ง ฯลฯ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวยามราตรี เป็นต้น แม้จะพัฒนาเชียงใหม่หลายด้าน แต่ อ.ส.ท. ยังคงเน้นการรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมให้เป็นเสน่ห์ของเชียงใหม่เพื่อเชิญชวนและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว การพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวดังกล่าว อ.ส.ท. มุ่งประโยชน์ร่วมกันของชาวเชียงใหม่ทุกภาคส่วนจึงตั้งให้กลุ่มต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาเชียงใหม่ในฐานะที่เป็นเจ้าของบ้านหรือเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนแผนการพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบัน สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์พัฒนาจังหวัดเชียงใหม่แบบบูรณาการ พ.ศ. 2547 - 2550 กำหนดวิสัยทัศน์จังหวัดเชียงใหม่ให้เป็น “นครแห่งชีวิตและความมั่งคั่ง” (City of Life and Prosperity.) หมายถึงการเป็นเมืองที่ให้ความสุขและชีวิตที่มีคุณค่าแก่ผู้อยู่อาศัยและผู้มาเยือนในฐานะเมืองที่น่าอยู่และน่าท่องเที่ยวในระดับเอเชีย พร้อมกับเป็นประตูการค้าการลงทุนสู่สากล โดยมีเป้าหมายสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวคือ มุ่งพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง (GMS) และเอเชียใต้ (BIMSTEC) อนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมล้านนาด้วยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างความโดดเด่นและเชื่อมโยงสู่สากล

กรอบยุทธศาสตร์ดังกล่าวนำมาสู่โครงการสำคัญ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โครงการสวนสัตว์กลางคืนจังหวัดเชียงใหม่ โครงการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองประวัติศาสตร์เวียงกุมกาม โครงการถนนวัฒนธรรมสันกำแพงแหล่งภูมิปัญญาล้านนา โครงการหอประวัติศาสตร์เชียงใหม่ โครงการส่งเสริมให้มีหมู่บ้านวัฒนธรรมล้านนา โครงการออกแบบวางผังเมืองและชนบทให้มีภูมิสถาปัตยกรรมที่ส่งเสริมเอกลักษณ์ ความเขียวขจี ความสะอาด และความสวยงาม โครงการสร้างภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โครงการพัฒนาและปรับปรุงพิพิธภัณฑ์ชาวเขา โครงการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โบราณสถาน ศิลปกรรมเวียงท่ากาน โครงการจัดตั้งศูนย์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นประจำจังหวัด โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเฉพาะทาง (การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การผจญภัย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การศึกษา เกษตร สุขภาพ และกีฬา) โครงการส่งเสริมเสน่ห์เมืองเหนือ โครงการจัดระบบขนส่งสาธารณะในเขตเมืองเพื่อรองรับการท่องเที่ยว เป็นต้น (สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่,

2550) โครงการเหล่านี้แสดงการเตรียมความพร้อมของจังหวัดเชียงใหม่ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสนองความต้องการอันหลากหลายของนักท่องเที่ยว และแสดงถึงศักยภาพของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติ

สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่

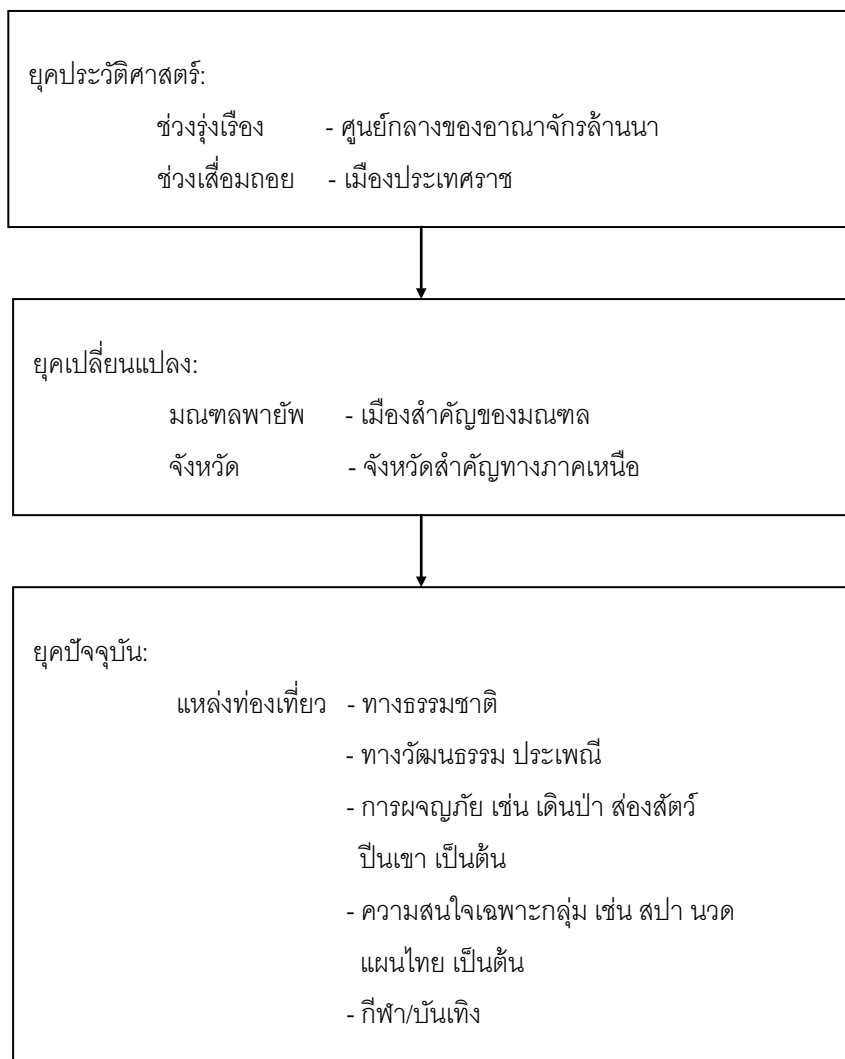
1. สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย เป็นที่ตั้งของดอยสำคัญคือ ดอยสุเทพ ดอยบวกห้า ดอยปุย นักท่องเที่ยวมักแวะไปเยี่ยมชมน้ำตกห้วยแก้ว พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง (ดอยปุย) พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติดอยอินทนนท์เป็นที่ตั้งของภูเขาที่สูงที่สุดในประเทศไทย มีอากาศหนาวตลอดทั้งปี ช่วงที่หนาวมากจะมีน้ำค้างแข็งเป็นเส้นหิ้งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาสัมผัสธรรมชาติที่สวยงาม อุทยานแห่งชาติออบหลวง มีช่องเขาขาดที่ให้นักท่องเที่ยวชื่นชมทัศนียภาพ เป็นแหล่งโบราณคดียุคก่อนประวัติศาสตร์ มีหลุมฝังศพของมนุษย์โบราณ ภาพเขียนสีชาวที่บริเวณเพิงผาช้าง และยังมีกิจกรรมเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ล่องแก่งเรือยางหรือล่องคายัคในลำน้ำแจ่ม อุทยานแห่งชาติออบขานเป็นแห่งเดียวในประเทศไทยที่พบเอื้องมณีไตรรงค์ซึ่งจะบานในเดือนมกราคม มีถ้ำ น้ำพุร้อน และน้ำตกหลายแห่งให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชม เช่น ถ้ำดอยโตน ถ้ำตึกแตน น้ำพุร้อนแม่โต น้ำตกแม่วาง น้ำตกมรกต เป็นต้น อุทยานแห่งชาติเชียงดาวเป็นที่ตั้งของดอยเชียงดาวที่สูงเป็นอันดับ 3 ของประเทศไทยรองจากดอยอินทนนท์ และดอยผ้าห่มปก เป็นสถานที่ดูทะเลหมอก ดอกไม้ป่าภูเขา นก และมีเส้นทางที่หาชมได้ยาก อุทยานแห่งชาติดอยเวียงผามีน้ำตกให้เที่ยวชมนกกินปลี นกพญาไฟ สัตว์ป่าขนาดกลางและขนาดเล็ก เช่น กระรอก กระต่าย เลียงผา หมูป่า อีเห็น เก้ง เป็นต้น สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์เป็นที่รวมไม้ดอกไม้ประดับ บอน ไม้ไทยหายาก สมุนไพร กัลยไม้ พันธุ์ไม้ต่าง ๆ ทั้งไทยและต่างประเทศ สวนสัตว์เชียงใหม่มีสัตว์หลากหลายประเภทให้คนรักสัตว์เข้าชมโดยเฉพาะหมีแพนด้าจากประเทศจีน สวนสัตว์กลางคืนหรือไนต์ซาฟารีซึ่งนอกจากจะชมสัตว์แล้วยังมีกิจกรรมการผจญภัยไว้ต้อนรับด้วย เช่น เดินป่า ส่องสัตว์ ล่องแก่ง เป็นต้น ศูนย์ฝึกสิง สวนงู การแสดงและการขี่ช้าง มีกิจกรรม การแสดงของสัตว์ไว้ต้อนรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2. สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น เวียงกุมกามเป็นโบราณสถานในสมัยพระเจ้าเม็งราย มีรถรางและรถม้าไว้บริการนักท่องเที่ยวเที่ยวชมรอบ ๆ พื้นที่ มีการสาธิตประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การจัดพิธีขันโตก เป็นต้น

3. สถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม ได้แก่ การชมและสักการะวัดต่าง ๆ เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพที่นักท่องเที่ยวขึ้นไปนมัสการพระบรมธาตุ วัดพระสิงห์เป็นที่ประดิษฐาน

พระพุทธรูปสำคัญของประเทศไทยคือพระพุทธสิหิงค์ วัดเจดีย์หลวงมีบันไดนาคเลื้อยใช้ทางเกี่ยว
 กระจวดขึ้นไปเป็นซุ้มประตูวิหาร เป็นนาคที่สวยงามที่สุดของภาคเหนือ และเป็นทีประดิษฐานของเสา
 หลักเมืองเชียงใหม่ วัดเชียงมั่นเป็นวัดเก่าแก่ที่สุดในเชียงใหม่และเป็นทีประดิษฐานพระแก้วขาวซึ่ง
 เป็นพระพุทธรูปที่ชาวเชียงใหม่ให้ความเคารพมาก เป็นต้น การขมวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น เช่น ศูนย์
 อุตสาหกรรมทำร่มบ่อสร้าง หมู่บ้านเครื่องเงินที่ถนนวัวลาย หมู่บ้านทอผ้าไหมผ้าไทยที่สันกำแพง
 หมู่บ้านทำเครื่องแกะสลักที่บ้านถวายเป็นต้น ถนนคนเดินเป็นที่จำหน่ายสินค้าท้องถิ่น มี 2 แห่ง
 คือ ถนนคนเดินที่ถนนวัวลายซึ่งเป็นที่ตั้งของหมู่บ้านเครื่องเงินด้วย เปิดเฉพาะเย็นวันเสาร์ และ
 ถนนคนเดินที่ถนนท่าแพเปิดเฉพาะเย็นวันอาทิตย์ รวมทั้งกิจกรรมที่สร้างความตื่นเต้นและการดูแล
 สุขภาพ เช่น บันจี้จัมปีเซ็นเตอร์ ศูนย์กีฬา สปา และการนวดแผนไทย เป็นต้น

พัฒนาการของจังหวัดเชียงใหม่ดังกล่าวข้างต้น แสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 1.1 พัฒนาการของจังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 1.2 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

เมืองหลวงพระบาง: ความเป็นมา

ดินแดนที่เป็นเมืองหลวงพระบางในปัจจุบันแห่งนี้เคยเป็นถิ่นฐานของชาวข่าที่สืบเชื้อสายบรรพบุรุษร่วมกับขอม มีตำนานเล่าว่า ขุนลออโอรสของขุนบรม บรรพกษัตริย์ของชนชาติไทย-ลาว ได้เดินทางจากเมืองแถงหรือเดียนเบียนฟูในปัจจุบัน ยกไพร่พลมาตามลำน้ำอูผ่านปากน้ำที่บรรจบกับลำน้ำโขง ได้ตั้งค่ายพักที่บริเวณนี้ ขุนลออเห็นว่าเป็นชัยภูมิที่เหมาะสมที่จะตั้งบ้านเรือน จึงขับไล่พวกข่าออกไป และตั้งเมืองช่าวหรือชะวาชั้น ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นเมืองเชียงดง-เชียงทองตามการพบบ่อทองคำ เมืองเชียงดง-เชียงทองนี้เจริญรุ่งเรืองมากในสมัยพระเจ้าฟ้ารุ่งซึ่งเป็นกษัตริย์องค์สำคัญที่สร้างอาณาจักรล้านช้าง

พระเจ้าฟ้ารุ่งมีมเหสีเป็นพระราชธิดาของกษัตริย์ขอมในขณะนั้น การที่พระเจ้าฟ้ารุ่งมีพระมเหสีเป็นพระราชธิดาของกษัตริย์ขอม เป็นเพราะพระองค์และพระบิดาทรงลี้ภัยไปอยู่กับกษัตริย์ขอม¹ เนื่องจากพระอัยกาของพระองค์ขับไล่พระองค์และพระบิดาออกจากเมืองไป เมื่อพระองค์กลับมากอบกู้ราชบัลลังก์ จึงได้รับความช่วยเหลือจากขอมในการรวบรวมดินแดนต่าง ๆ ของชนเผ่าไทย-ลาวในเขตลุ่มแม่น้ำโขง แม่น้ำคาน และแม่น้ำอู ก่อตั้งขึ้นเป็นอาณาจักร ณ บริเวณริม

¹ปัจจุบันคือเมืองเสียมเรียบในกัมพูชา

แม่น้ำโขง เรียกชื่อว่าอาณาจักรล้านช้าง มีเมืองชะวาหรือเชียงคอง-เชียงทองเป็นราชธานี ต่อจากนั้น ได้เปลี่ยนชื่อเมืองเชียงคอง-เชียงทองเป็นเมืองศรีสัตนาคนหุตมหาราชธานี ตามความเชื่อที่ว่าพระยานาค นามว่า “พระยาศรีสัตนาคนหุต” ได้ชุบสายน้ำใจ ให้ชาวหลวงพระบางยังคงทำพิธีไหลเรือไฟ เดือน 11 เพื่อบูชาพระยานาค เมื่อมีการอัญเชิญพระพุทธรูปศิลปะลพบุรีมาประดิษฐานที่เมืองหลวงพระบาง จึงเปลี่ยนชื่อเมืองเป็น “หลวงพระบาง” ตามชื่อพระพุทธรูป ปัจจุบันพระบางถือเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่เมืองหลวงพระบาง

ครั้นถึง พ.ศ. 2088 พระเจ้าโพธิสารราชเจ้าทรงโปรดให้ย้ายเมืองหลวงของอาณาจักรล้านช้างไปอยู่ที่เมืองเวียงจันทน์ แต่พระมหากษัตริย์ซึ่งชาวลาวเรียกว่าเจ้ามหาชีวิตยังคงประทับอยู่ที่เมืองหลวงพระบาง หลังจากนั้นอาณาจักรล้านช้างได้แตกออกเป็น 3 อาณาจักรคือ อาณาจักรล้านช้างหลวงพระบาง อาณาจักรล้านช้างเวียงจันทน์ และอาณาจักรล้านช้างจำปาศักดิ์ อาณาจักรล้านช้างทั้งสามนั้นต่างเป็นอิสระซึ่งกันและกัน เจ้ามหาชีวิตแห่งอาณาจักรล้านช้างยังคงสืบทอดราชบัลลังก์ต่อ ๆ มา จนตกเป็นเมืองขึ้นของประเทศเพื่อนบ้านที่เรืองอำนาจคือ สยาม เวียดนาม และฝรั่งเศสตามลำดับ

กล่าวได้ว่า หลวงพระบางเป็นเมืองหลวงของอาณาจักรล้านช้างในกลางพุทธศตวรรษที่ 14 และเจริญสูงสุดในช่วงพุทธศตวรรษที่ 16 - 19 (นงศันุช ไพโรพิบูลยกิจ, 1998, น. 91-92; กุลธิดา สืบหล้า, 2544, น. 92-101 และหลวงพระบาง, 2550)

เมืองหลวงพระบางในปัจจุบัน

หลวงพระบางเป็นแขวงหนึ่งใน 16 แขวง¹ ของ สปป. ลาว มีเมืองหลวงพระบางเป็นศูนย์กลางของแขวงหลวงพระบาง และแขวงหลวงพระบางเป็นศูนย์กลางของสปป.ลาวตอนเหนือ ตั้งอยู่ห่างจากนครเวียงจันทน์เมืองหลวงของสปป.ลาว 420 กิโลเมตร แขวงหลวงพระบางประกอบด้วย 10 เมืองคือ เมืองหลวงพระบาง เมืองเชียงเงิน เมืองน่าน เมืองปากคูล เมืองน้ำบาก เมืองงอย เมืองปากแซง เมืองโพนไซ เมืองจอมเพชร และเมืองเวียงคำ แขวงหลวงพระบางมีชายแดนติดกับแขวงอุดมไซ แขวงพงสาลี แขวงหัวพัน แขวงเวียงจันทน์ แขวงเชียงขวาง แขวงไชยะบุรี และเวียดนาม

การจัดตั้งและการบริหารการปกครองของ สปป.ลาว ประกอบด้วยหลายหมู่บ้านรวมกันเป็น "เมือง" (อำเภอ) มีนายบ้าน (ผู้ใหญ่บ้าน) เป็นผู้บริหารของบ้าน และคณะกรรมการปกครองเมืองเป็นผู้บริหารเมือง หลายเมืองรวมกันเป็น "แขวง" (จังหวัด) มีคณะกรรมการปกครองแขวงเป็นผู้บริหารแขวง

ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่ของเมืองหลวงพระบางเป็นภูเขาสลับซับซ้อน มีแม่น้ำสำคัญที่ไหลผ่าน คือ แม่น้ำโขงและแม่น้ำคาน

ประชากร

เมืองหลวงพระบางประกอบด้วย ำเภอน มีประชากรทั้งสิ้น 434,000 คน จำนวน 65,300 ครัวเรือน¹ ชาวเมืองหลวงพระบางประกอบด้วยชนเผ่า 3 กลุ่มใหญ่คือ ลาวเทิง เป็นกลุ่มชนเผ่าที่อาศัยบนพื้นที่ที่มีความสูงไม่เกิน 1,000 เมตร เช่น สีดา บ่าแวะ ละแนด เป็นต้น ลาวลุ่ม เป็นชนเผ่าที่อาศัยอยู่ตามที่ราบลุ่มใกล้แม่น้ำโขง เช่น ไทลาว ไทเหนือ ไทแดง ไทขาว ผู้ไท ลาวพวน ไทลื้อ เป็นต้น และลาวสูง เป็นประชากรส่วนน้อยอาศัยอยู่บนเทือกเขาสูง ส่วนใหญ่เป็น ชาวม้งและเผ่าอื่น ๆ เช่น มูเซอ ก่อ กุย เป็นต้น อาชีพของชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา ทอผ้า หาของป่า ชาวเมืองหลวงพระบางมีวิถีชีวิตอยู่ร่วมกันด้วยวัฒนธรรมชุมชนที่มีมาแต่ดั้งเดิม เช่น อาชีพการเกษตร ประเพณี ความเชื่อ เป็นต้น ความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวัน ชาวบ้านยึดมั่นใน ประเพณีและหลักศาสนา มีวัดเป็นศูนย์รวมจิตใจ วัดที่มีอยู่จำนวนมากกระจายอยู่ทั่วไปในเมืองหลวงพระบางสะท้อนความเชื่อและศรัทธาของชาวบ้านในชุมชน และยังเป็นທີ່เลื่อมใสศรัทธาของ ชาวลาวทั่วประเทศด้วย

หลวงพระบาง: มรดกลาว

แม้เมืองหลวงพระบางจะไม่ได้เป็นเมืองหลวงของ สปป.ลาว ในปัจจุบัน แต่เมืองหลวงพระบางยังคงความสำคัญทางประวัติศาสตร์ในฐานะเมืองหลวงเก่า และเป็นที่ประทับของ เจ้ามหาชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี สถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างต่าง ๆ เช่น วัด บ้านเรือน อาคารต่าง ๆ เป็นต้น ยังปรากฏร่องรอยความงดงาม ความมีอารยธรรมเก่าแก่ ซึ่งคนลาวเชื่อถือสืบต่อกันมานานในความเป็นเมืองของเจ้านาย เมืองวัดวาอาราม เมืองแห่งวัฒนธรรม ประเพณีของคนลาว หรือเมืองศักดิ์สิทธิ์ที่ประชาชนร่วมกันสืบทอดความเชื่อนี้ตลอดมา (ภัทรพงศ์ คงวิจิตร, 2543, น. 41) ในช่วงที่มีการทำสงครามทั้งเพื่อประกาศอิสรภาพจากต่างชาติและการปฏิวัติในประเทศ เมืองหลวงพระบางเป็นเมืองเดียวที่ไม่ได้รับผลกระทบจากสงคราม เพราะประชาชนลาวเห็นพ้องกันว่าเมืองหลวงพระบางเป็นมรดกของคนลาวที่ควรรักษาไว้เป็นเมืองวัฒนธรรมของชาติ

¹ข้อมูล พ.ศ. 2549 (ท่านคำไพ สีสาวัน, 2550)

มรดกโลกสู่มรดกโลก

เมื่อ สปป. ลาว ดำเนินนโยบายจินตนาการใหม่ในราว พ.ศ. 2529 ส่วนหนึ่งของนโยบายคือจัดให้การท่องเที่ยวเป็นแผนงานอันดับหนึ่งของแผนการพัฒนาเศรษฐกิจ 5 ปี ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2539 - 2543) พร้อมกับประกาศให้ปี พ.ศ. 2542 - 2543 เป็นปีท่องเที่ยวลาว (Visit Laos Year 1999 - 2000: Laos-Your New Love) สำหรับหลวงพระบางมีการจัดเตรียมเพื่อเสนอให้เป็นเมืองมรดกโลก จนกระทั่งได้รับการประกาศและขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกแห่งแรกของ สปป. ลาว จากคณะกรรมการมรดกโลกแห่งองค์การยูเนสโกใน พ.ศ. 2541 ต่อมารัฐบาลลาวประกาศให้ พ.ศ. 2548 เป็นปีท่องเที่ยวหลวงพระบาง

การพัฒนาเมืองหลวงพระบาง

การที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ย่อมนำการพัฒนาเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ด้วย เพราะผู้เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวย่อมวางแผนพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อให้บริการที่ดีที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยว จะได้แนะนำคนอื่น ๆ ให้เข้ามาเที่ยวหรือตนเองย้อนกลับมาเที่ยวอีก ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เจริญขึ้น เมืองหลวงพระบางก็เช่นเดียวกัน ในปัจจุบันมีความเจริญทางวัตถุและการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่นเดียวกับเมืองหลักด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มต่าง ๆ ของ สปป.ลาว เช่น สายการบินลาวจัดเที่ยวบินจากนครเวียงจันทน์ถึงเมืองหลวงพระบาง ใช้เวลาเดินทางประมาณ 45 นาที การพัฒนาถนนเชื่อมต่อระหว่างเวียงจันทน์-หลวงพระบางคือทางหลวงหมายเลข 13 ใช้เวลาเดินทางประมาณ 8 - 10 ชั่วโมง การสร้างโรงแรมร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และการลงทุนในหลายรูปแบบก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพ กระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำทรัพยากรท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ในรูปการผลิตสินค้าพื้นเมืองของที่ระลึกและการบริการในท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น อาหารพื้นบ้าน เครื่องดื่มพื้นบ้าน เป็นต้น เป็นการเพิ่มรายได้ให้คนในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544, น. 88) เพียงแต่การพัฒนาในเมืองหลวงพระบางได้รับการควบคุมจากหน่วยงานองค์กรมรดกโลกและห้องกรมรดกโลกของสปป.ลาว เพื่อใช้ความเป็นแหล่งมรดกโลกดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนสถานที่ต่าง ๆ ในเมืองหลวงพระบาง

เมืองหลวงพระบาง: แหล่งมรดกโลก

เมืองหลวงพระบางเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวโดดเด่นเป็นพิเศษ คือ ความเป็นแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม การเป็นแหล่งมรดกโลกได้ต้องขึ้นทะเบียนและผ่านการรับรองแล้วประกาศอย่างเป็นทางการจากองค์การมรดกโลก

องค์การมรดกโลก¹ แบ่งเขตพื้นที่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกออกเป็น 5 โซน ได้แก่ โซนประเทศในแอฟริกา โซนประเทศกลุ่มอาหรับ โซนประเทศในเอเชีย-แปซิฟิก โซนประเทศในยุโรป (รวมทั้งตุรกีและรัสเซียด้วย) และอเมริกาเหนือ และโซนประเทศในอเมริกาใต้ และประเทศกลุ่มแคริบเบียน สำหรับโซนทวีปเอเชีย-แปซิฟิก มีแหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติจำนวน 43 แห่ง แหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมจำนวน 121 แห่ง และแหล่งมรดกโลกผสมจำนวน 11 แห่ง รวมแหล่งมรดกโลกทั้งหมดจำนวน 175 แห่ง หนึ่งในจำนวนแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมคือเมืองหลวงพระบาง (มรดกโลก, 2550) ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1.1 จำนวนของมรดกโลกแบ่งตามทวีป

ทวีป	มรดกโลกทางธรรมชาติ	มรดกโลกทางวัฒนธรรม	มรดกโลกผสม	มรดกโลกทั้งหมด
แอฟริกา	32	36	2	70
อาหรับ	4	57	1	62
เอเชีย-แปซิฟิก	43	121	11	175
ยุโรปและอเมริกาเหนือ	49	351	7	407
อเมริกาใต้และแคริบเบียน	34	79	3	116

ที่มา: มรดกโลก, 2550.

¹มรดกโลก (World Heritage) คือองค์การระหว่างประเทศซึ่งองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติหรือยูเนสโก (UNESCO) ตั้งขึ้นใน พ.ศ. 2515 ด้วยการลงมติรองรับ “อนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของโลก” (The World Heritage Convention) เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2515 ในช่วงนั้นมีประเทศต่าง ๆ จำนวน 20 ประเทศร่วมกันให้สัตยาบันเข้าเป็นสมาชิก อนุสัญญานี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ พ.ศ. 2518 เป็นต้นมา ต่อจากนั้นประเทศต่าง ๆ จากทุกภูมิภาคทั่วโลกได้ร่วมเป็นสมาชิก (วรรณ วลัยวานิช, 2546, น. 149) องค์การมรดกโลกมีหน้าที่พิจารณาพื้นที่ต่าง ๆ หรือแหล่งโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ที่มีคุณค่า ตามเกณฑ์หรือข้อกำหนดขององค์กรให้เป็นมรดกของชาวโลกเพื่อปกป้องถึงคุณค่า

ของสิ่งที่มีมนุษยชาติหรือธรรมชาติได้สร้างขึ้นมา และประชาคมโลกควรจะร่วมกันปกป้องสิ่งเหล่านั้นไว้ให้ตกทอดไปถึงอนาคต

ปัจจุบันมีมรดกโลกจำนวน 831 แห่งอยู่ในประเทศต่าง ๆ ถึง 137 ประเทศทั่วโลก แหล่งมรดกโลกดังกล่าวแบ่งออกเป็นแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมจำนวน 628 แห่ง แหล่งมรดกโลกทางธรรมชาติจำนวน 160 แห่ง และอีก 24 แห่งเป็นแหล่งมรดกโลกแบบผสมคือ เป็นทั้งมรดกโลกทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม

หลักเกณฑ์การคัดเลือกแหล่งมรดกโลก

ข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ในการพิจารณาให้เป็นแหล่งมรดกโลกนั้นจนถึง พ.ศ. 2548 องค์การมรดกโลกมีเกณฑ์การพิจารณาแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรมทั้งหมด 6 เกณฑ์ และเกณฑ์สำหรับมรดกโลกทางธรรมชาติทั้งหมด 4 เกณฑ์ ในที่นี้กล่าวถึงเฉพาะแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม มีลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างร่วมกัน (มรดกโลก, 2550) ดังนี้

1. เป็นตัวแทนซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ด้านศิลปกรรม หรือตัวแทนของความงาม และเป็นผลงานชิ้นเอกที่จัดทำขึ้นด้วยการสร้างสรรค์อันฉลาดยิ่ง
2. เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลยิ่ง ผลักดันให้เกิดการพัฒนาสืบต่อมาในด้านการออกแบบทางสถาปัตยกรรม อนุสรณ์สถาน ประติมากรรม สวน และภูมิทัศน์ ตลอดจนการพัฒนาศิลปกรรมที่เกี่ยวข้อง หรือการพัฒนาการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ การพัฒนาดังกล่าวเกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือบนพื้นที่ใด ๆ ของโลกที่ทรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม
3. เป็นสิ่งที่ยืนยันหลักฐานของวัฒนธรรมหรืออารยธรรมที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบัน หรือที่สาบสูญไปแล้ว อันเป็นเอกลักษณ์ เป็นสิ่งที่หายาก หรือเป็นของแท้ดั้งเดิม
4. เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของลักษณะทั่วไปของประเภทสิ่งก่อสร้างซึ่งเป็นตัวแทนของการพัฒนาทางด้านวัฒนธรรม สังคม ศิลปกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี อุตสาหกรรม ในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ
5. เป็นตัวอย่างของวัฒนธรรมมนุษย์ที่โดดเด่น หรือเป็นสิ่งที่แสดงถึงชนบททางด้านสถาปัตยกรรม อาคารบ้านเรือน สิ่งก่อสร้าง วิธีการก่อสร้าง หรือการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ที่มีความเปราะบางด้วยตัวมันเอง หรือเสื่อมสลายได้ง่ายเพราะผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรมตามกาลเวลาที่ไม่สามารถกลับคืนดังเดิมได้ หรือมีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ
6. มีความคิดหรือความเชื่อที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเหตุการณ์ หรือมีความโดดเด่นยิ่งในประวัติศาสตร์

การพิจารณาให้เป็นแหล่งมรดกโลกนั้นหากสถานที่ใดมีองค์ประกอบตามเกณฑ์ดังกล่าวเพียง 1 ข้อหรือหลายข้อรวมกันก็จะได้รับการประกาศให้เป็นแหล่งมรดกโลก ภายหลังจากการประกาศให้เป็นแหล่งมรดกโลกแล้ว สถานที่แห่งนั้นทุกรูปแบบจะสูญเสียลักษณะสำคัญตามหลักเกณฑ์ที่

กล่าวข้างต้น องค์กรรมรดกโลกก็จะลบชื่อสถานที่นั้นออกจากรายชื่อสถานที่ที่ขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก

ดร. บุญคง กัตโท (Boonkhong Kutthao, 2549) รองอธิบดีกรมเผยแผ่ข่าวสารและวัฒนธรรมของ สปป.ลาว อธิบายเหตุผลที่ทำให้หลวงพระบางได้เป็นเมืองมรดกโลกเนื่องจากผ่านเกณฑ์สำคัญ 3 ประการคือ

1. การมีทำเลที่ตั้งที่มีแม่น้ำโขงและแม่น้ำคานไหลผ่าน มีภูมิทัศน์ที่มีความงดงามและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ
2. หลวงพระบางมีวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ มีการรักษาขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมดั้งเดิมและสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน เช่น ประเพณีการตักบาตรข้าวเหนียวอันเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น เป็นต้น
3. มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ ศิลปวัตถุ รูปแบบทางสถาปัตยกรรมของอาคารบ้านเรือน

นอกจากเมืองหลวงพระบางจะผ่านเกณฑ์การพิจารณาให้เป็นแหล่งมรดกโลกขององค์กรรมรดกโลกถึง 3 เกณฑ์แล้ว เมืองหลวงพระบางยังมีความโดดเด่นที่แตกต่างจากแหล่งมรดกโลกแห่งอื่น ๆ คือ แหล่งมรดกโลกแห่งอื่นอาจได้ขึ้นทะเบียนอย่างเจาะจงในด้านโบราณสถานหรือด้านธรรมชาติเฉพาะพื้นที่หรือเฉพาะแห่ง แต่หลวงพระบางทั้งเมืองได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็นมรดกของมวลมนุษยชาติ และยังได้รับการยกย่องว่าเป็นเมืองที่ได้รับการปกป้องรักษาที่ดีที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (มรดกโลก, 2550) ความเป็นแหล่งมรดกโลกของเมืองหลวงพระบางจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งที่เลื่องลือในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วโลก

สถานที่ท่องเที่ยว

หลวงพระบางเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญในกลุ่มภาคเหนือของ สปป.ลาว ได้ชื่อว่าเป็นเมืองศูนย์กลางสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมลาว นักท่องเที่ยวนิยมเที่ยวชมธรรมชาติ วัด ประเพณี วิถีชีวิต สถาปัตยกรรม สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในเมืองหลวงพระบางคือ

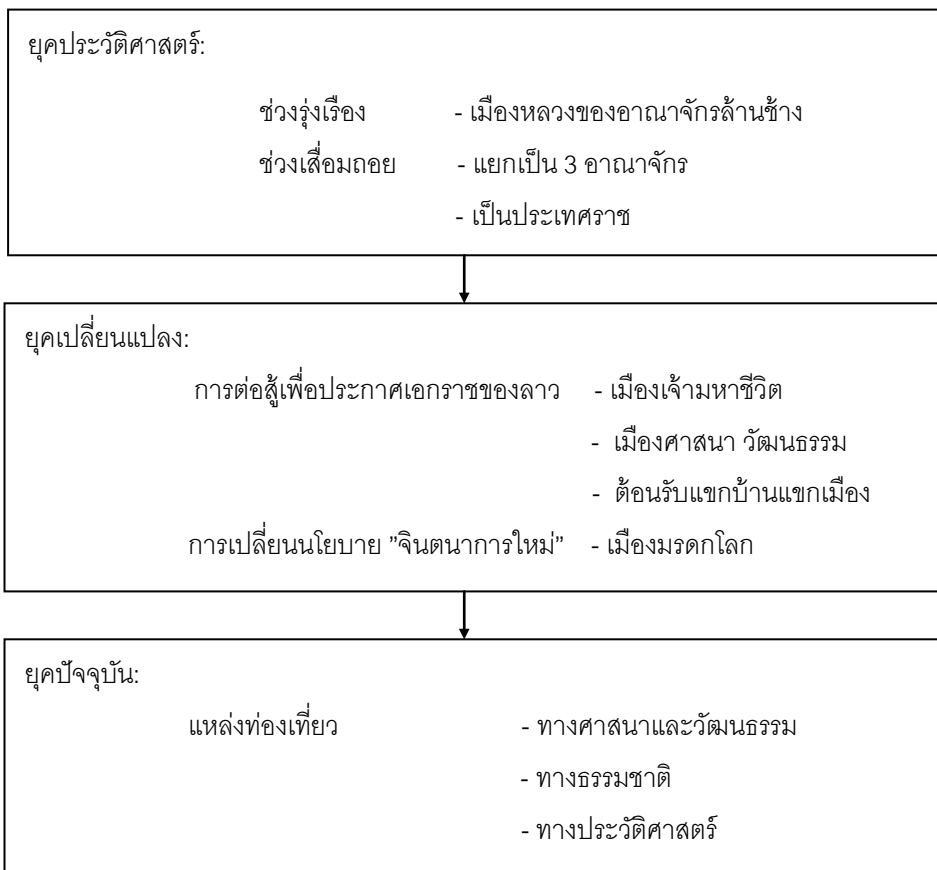
1. สถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม คือ วัดต่าง ๆ ในเมืองหลวงพระบางที่มีถึง 54 วัด วัดที่สำคัญและได้รับความนิยม มีนักท่องเที่ยวไปเที่ยวชมกันมากคือ วัดเชียงทองเป็นวัดที่ได้ชื่อว่าสวยงามที่สุดในหลวงพระบาง สถาปัตยกรรมที่โดดเด่นที่สุดของวัดเชียงทองคือสิมหรือโบสถ์ ถือเป็นต้นกำเนิดศิลปะสกุลช่างล้านช้าง วัดธาตุหลวงเป็นที่เก็บอัฐิของอดีตเจ้ามหาชีวิต วัดแสนสุขารามเป็นวัดที่มีพระอุโบสถแบบไทยเพียงหลังเดียวในหลวงพระบาง วัดพระธาตุพูสี (วัดพูสี) เป็นวัดที่ตั้งอยู่บนภูเขาคือจอมพูสีซึ่งตั้งอยู่กลางเมืองหลวงพระบาง เป็นจุดที่สามารถมองเห็น

ทิวทัศน์ได้รอบเมืองหลวงพระบาง โดยเฉพาะบริเวณที่แม่น้ำโขงและแม่น้ำคานไหลมาบรรจบกัน วัดวิชุนราชหรือพระธาตุหมากโม เป็นวัดที่มีพระธาตุรูปร่างโค้งมนเหมือนผลแตงโม วัดใหม่สุวรรณะพูมาราม วัดปากอุราชวรวิหาร วัดถ้ำ นอกจากนี้วัดแล้วยังมีสถานที่ท่องเที่ยวแห่งอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ถนนคนเดินหรือไนต์มาร์เก็ต (ตลาดมืด) หมู่บ้านทอผ้าบ้านผานมของชาวไทลื้อ หัตถกรรมเครื่องเงินบ้านทิดเพ็ง หัตถกรรมกระดาษสาบ้านโพนไซ และวิถีชีวิตชาวหลวงพระบางที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีส่วนร่วมกับชุมชนด้วยความเต็มใจและศรัทธาคือ การตัดขาตราชั่วเหนียว พระภิกษุและสามเณรจำนวน 400 - 500 รูปในตอนเช้าบริเวณตัวเมืองหลวงพระบาง

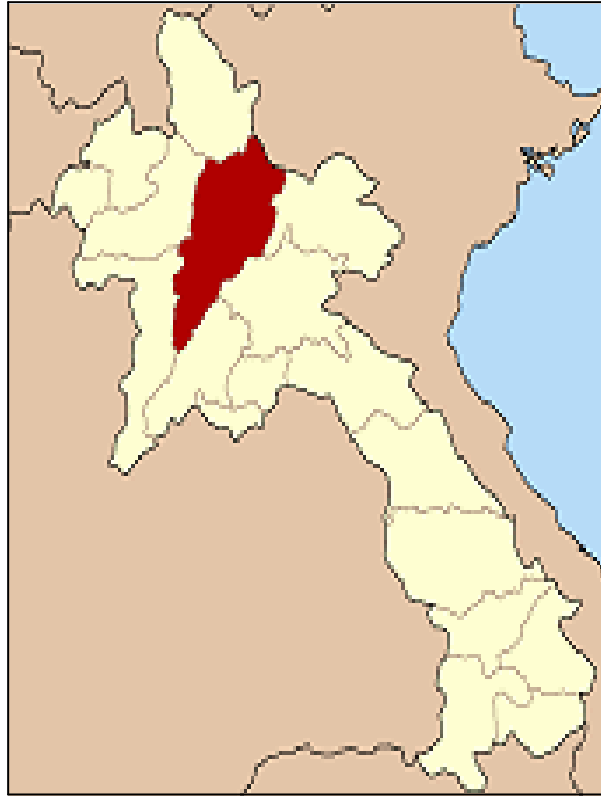
2. สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ถ้ำติ่ง ถ้ำน้ำลอด น้ำตกตาดกวางสี น้ำตกตาดแล้ น้ำตกตาดทอง น้ำตกตาดร้อยขวัญ น้ำตกตาดกะจำ

3. สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่ได้รับความนิยม เช่น พระราชวังหลวง ปัจจุบันจัดทำเป็นพิพิธภัณฑ์ประจำเมือง ใช้เป็นสถานที่จัดแสดงทรัพย์สินสมบัติของเจ้ามหาชีวิตในสมัยก่อน จัดแสดงพระพุทธรูปที่ขุดพบในเมืองหลวงพระบาง รวมทั้งพระบางพระพุทธรูปปางห้ามญาติซึ่งเป็นพระคู่บ้านคู่เมืองของชาวลาว เป็นต้น

พัฒนาการของเมืองหลวงพระบางดังกล่าวข้างต้น แสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 1.3 พัฒนาการของเมืองหลวงพระบาง



ภาพที่ 1.4 แผนที่แขวงหลวงพระบาง

แหล่งท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยเลือกศึกษาคือ จังหวัดเชียงใหม่ของประเทศไทยและเมืองหลวงพระบางของ สปป.ลาว นั้น เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคเดียวกันคือในย่านเอเชียอาคเนย์ หรือในกลุ่มอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง แม้เชียงใหม่และหลวงพระบางจะอยู่ในประเทศที่มีการเมืองการปกครองแตกต่างกัน แต่ทั้ง 2 แห่งมีสถานภาพความเป็นเมืองคล้ายคลึงกันคือ เป็นเมืองเก่า มีความเป็นมายาวนาน มีอารยธรรมแบบเดียวกัน จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทใกล้เคียงกัน นั่นคือต่างก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้วยเหตุนี้จังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางจึงมีองค์ประกอบหลายด้านที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน สิ่งที่แตกต่างกันคือลักษณะเฉพาะที่สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ องค์ประกอบ

ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่งดังที่ได้กล่าวถึงข้างต้น นำมาสรุปแสดงในตารางต่อไป

ตารางที่ 1.2 เปรียบเทียบองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวคือจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว	จังหวัดเชียงใหม่	เมืองหลวงพระบาง
1. ความเป็นมา	เป็นเมืองหลวงของอาณาจักรล้านนาเป็นเวลา 600 กว่าปี	เป็นเมืองหลวงของอาณาจักรล้านช้างเป็นเวลา 600 กว่าปี
2. สถานที่ตั้ง	เป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคเหนือของไทย	เป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวในกลุ่มภาคเหนือของ สปป.ลาว
3. ลักษณะภูมิประเทศ	เป็นภูเขาสูงและที่ราบ มีแม่น้ำปิงและแม่น้ำอื่น ๆ อีก 7 สายไหลผ่าน	ดินแดนแห่งขุนเขาและลำน้ำ มีพื้นที่ราบบางส่วน มีแม่น้ำโขงและแม่น้ำคานไหลผ่าน
4. ลักษณะภูมิอากาศ	ค่อนข้างเย็น อากาศสดชื่น	ค่อนข้างเย็น อากาศสดชื่น
5. คนในพื้นที่	อ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใส ยินดีต้อนรับผู้มาเยือน	จิตใจดี โอบอ้อมอารี จริงใจ
6. สถานที่ท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว	-ธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ถ้ำ น้ำตก อุทยานแห่งชาติ สวนสัตว์ เป็นต้น -จารีตประเพณี หมู่บ้านชาวเขา -เยี่ยมชมการทำอาชีพต่าง ๆ เช่น ทำร่ม เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผา ทอผ้า เครื่องจักสาน ตุ๊กตา เป็นต้น -สถาปัตยกรรม วัด พิพิธภัณฑสถาน โบราณสถาน โบราณวัตถุ -สปา และการดูแลสุขภาพ -การผจญภัย การส่องสัตว์ -ศูนย์กีฬาต่าง ๆ บนจี๋จัมปีเซ็นเตอร์	-ธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ถ้ำ น้ำตก เป็นต้น -จารีตประเพณี หมู่บ้านชาวเขา -เยี่ยมชมการทำอาชีพต่าง ๆ เช่น การดองเหล้า ทอผ้า กระดาษสา เป็นต้น -สถาปัตยกรรม วัด พิพิธภัณฑสถาน บ้านแบบฝรั่งเศส
7. ประชากร	คนเมือง ชาวไทยภูเขา และชาวไทเขื้อชาติต่าง ๆ เช่น ไทยวน ม้ง เย้า กะเหรี่ยงคอยาว เป็นต้น	ชนเผ่าต่าง ๆ เช่น กะเหรี่ยง ม้ง มัง ไทลื้อ เป็นต้น
8. การเมืองการปกครอง	ประชาธิปไตย	สังคมนิยมประชาธิปไตย

9. ลักษณะเด่น

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและ วัฒนธรรมทั้งประเพณีและวิถีชีวิตที่ มีการอนุรักษ์แบบดั้งเดิมและที่มี การปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย	แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งมรดกโลกที่ได้รับการปกป้อง รักษาดีที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
---	---

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การการท่องเที่ยวแห่งชาติของสปป.ลาว บริษัทจัดทำธุรกิจการท่องเที่ยว ตัวแทนจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น จัดหาที่พัก ยานพาหนะ จัดเตรียมการเดินทาง จัดเตรียมบัตรเข้าชมกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวเองใช้องค์ประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งเร้านำเสนอสารสนเทศผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ และการจัดทำสื่อต่าง ๆ เช่น ขบวนการนางสงกรานต์ในเทศกาลสงกรานต์ของจังหวัดเชียงใหม่ ขบวนการนางสังขานปุ่เยอ-ย่าเยอในเทศกาลสงกรานต์ของเมืองหลวงพระบาง การจัดนิทรรศการแนะนำการท่องเที่ยวแหล่งใหม่ (Unseen Thailand) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การประกาศเป็นปีท่องเที่ยวหลวงพระบางของสปป.ลาว การจัดนิทรรศการแนะนำการท่องเที่ยวในช่วง Low Season การจัดทำป้ายโฆษณา โปสเตอร์ แผ่นพับ คู่มือแนะนำเที่ยว คู่มือการเดินทาง แผนที่ท่องเที่ยว วารสารการท่องเที่ยว ภาพโปสเตอร์ เว็บไซต์ของแหล่งท่องเที่ยวและหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่าง ๆ ที่ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นต้น สื่อสารให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อโน้มน้าวให้เกิดความสนใจแหล่งท่องเที่ยวของตน สิ่งนี้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวจะผสมผสานกันเป็นภาพลักษณ์โดยรวมของแหล่งเที่ยวนั้น ๆ (Gartner, 1986, pp. 635-636)

วินัย วิริยวิทยาวงศ์ (2546, น. 17) ศึกษางานของด็อบนีและซิงคาน (Dobni and Zinkhan, 1990) ที่อธิบายว่าภาพลักษณ์ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการรับรู้ และการรับรู้นี้เกิดจากการตีความด้วยเหตุผลและความรู้สึกของผู้รับสาร ร่วมกับแรงกระตุ้นของสินค้าและลักษณะนิสัยใจคอของผู้รับสาร ซึ่งสอดคล้องกับที่มาของสก็๊และจาโคบี (Mazusky and Jacoby, 1986, p. 19) อธิบายไว้ในงานวิจัยของพวกเขาว่า หลังจากผู้บริโภคประเมินค่าและผสมผสานการรับรู้ที่ได้มาให้เข้ากับสิ่งที่เคยมีเก็บไว้ในความทรงจำแล้ว ในที่สุดก็จะสร้างเป็นภาพลักษณ์โดยรวมขึ้น ดังนั้น สารสนเทศที่แหล่งสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ส่งผ่านสื่อไปยังนักท่องเที่ยวจะเป็นความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสะสมไว้เป็นความทรงจำและประสบการณ์ เมื่อนักท่องเที่ยวนำความรู้ที่ได้รับรู้นั้นมาผสมผสานกับการประเมินส่วนบุคคลของตนก็จะเกิดเป็นภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวขึ้นในจิตใจของนักท่องเที่ยว

การส่งสารสนเทศการท่องเที่ยวออกไปยังนักท่องเที่ยวเป็นการสื่อสารจากแหล่งท่องเที่ยวและผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในฐานะผู้ส่งสาร ที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวในฐานะผู้รับสารรับรู้สารสนเทศการท่องเที่ยวตามที่ตนนำเสนอ เพื่อให้นักท่องเที่ยวตอบสนองสารสนเทศที่ได้รับด้วยการมาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวและรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ อย่างไรก็ตาม สารที่ผู้ส่งสารส่งออกไปมีจำนวนมาก การประมวลสารสนเทศให้เป็นภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของผู้รับสาร อาจจะคล้ายคลึงหรือแตกต่างจากภาพลักษณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการให้เกิดขึ้น เห็นได้จากการให้ข่าวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวที่มีหน้าที่ดูแลภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยตรง แสดงความห่วงใยภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของไทยในภาพรวม แข่งขันด้านภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวไทย ประเทศไทยไม่ติดอันดับ 1 ใน 10 ของเที่ยวทางวัฒนธรรมทั้งที่ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากมาย ในทางตรงกันข้าม ประเทศไทยกลับได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยามราตรีอันดับที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลอันดับที่ 7 แหล่งท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวอันดับที่ 9 และแหล่งประชุมสัมมนาอันดับที่ 10 (อัครพล พุกชะวัน, 2549) ด้วยเหตุนี้ การศึกษาความสอดคล้องระหว่างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจศึกษา

ปัญหานำวิจัย

ประเด็นต่าง ๆ ที่ได้จากการทบทวนเอกสารและประเด็นนำสนใจที่ได้จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยประมวลเป็นคำถามการวิจัยดังนี้

1. ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เคยไปทั้ง 2 แห่งเป็นอย่างไร
2. ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร
3. ภาพลักษณ์ของเมืองหลวงพระบางในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบางเป็นอย่างไร
4. มีความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางระหว่างมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เคยไปทั้ง 2 แห่งหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์การรับรู้ภาพลักษณ์จังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางของนักท่องเที่ยวที่เคยไปทั้ง 2 แห่ง
2. เพื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์จังหวัดเชียงใหม่ในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์เมืองหลวงพระบางในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง
4. เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์จังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางระหว่างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เคยไปทั้ง 2 แห่งกับมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง

ข้อสันนิษฐาน

มีความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง ระหว่างมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เคยไปทั้ง 2 แห่ง

สมมติฐานการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลการเดินทาง กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว และการรับรู้สารสนเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางของนักท่องเที่ยวที่เคยไปทั้ง 2 แห่ง

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมุ่งศึกษาเฉพาะพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง มุ่งศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันคือระหว่าง พ.ศ. 2550-2551 ศึกษากลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางในช่วง พ.ศ. 2550-2551 รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่หรือเมืองหลวงพระบางใน พ.ศ. 2550-2551 แต่เคยเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่หรือเมืองหลวงพระบางในช่วงเวลาอื่นที่ไม่เกิน 5 ปี คือระหว่าง พ.ศ. 2547-2551 เพื่อไม่ให้ปัจจัยด้านเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องกับความจริงในการรับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเคยเดินทางเข้าไป การศึกษาในส่วนนี้ใช้ข้อมูลเชิงปริมาณ ร่วมกับการศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวด้านภาพลักษณ์ปัจจุบัน (พ.ศ. 2550-2551) ของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่ง การศึกษาในส่วนนี้ใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพ

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

การรับรู้ หมายถึง ความรู้ ความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่มาจากการได้รับสารสนเทศการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางผ่านสื่อต่าง ๆ ร่วมกับการประเมินส่วนตัวของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล

ภาพลักษณ์ หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวและผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวแต่ละคนตีความจากสิ่งกระตุ้นที่ได้รับรู้ผ่านระบบประสาทสัมผัสทั้งห้า นำมาประเมินร่วมกับประสบการณ์ส่วนบุคคล แล้วปรากฏออกมาเป็นภาพหรือความหมายโดยรวมของสิ่งนั้น ๆ

สิ่งกระตุ้น หมายถึง สารสนเทศการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางที่ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวส่งผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เป็นต้น ไปยังนักท่องเที่ยว รวมทั้งคำบอกเล่าระหว่างนักท่องเที่ยวด้วยกันที่เคยเดินทางไปทั้ง 2 แห่ง

ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นที่เป็นสิ่งดึงดูดใจ 5 ประเภท ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ สิ่งดึงดูดใจที่เป็นเหตุการณ์ สิ่งดึงดูดใจที่สร้างความรื่นรมย์ และสิ่งดึงดูดใจที่ให้ความบันเทิง

นักท่องเที่ยวที่เคยไปทั้ง 2 แห่ง หมายถึง บุคคลผู้เดินทางไปนอกสภาพแวดล้อมปกติของตนและพักในสถานที่ต่าง ๆ ที่จังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางในช่วงเวลาไม่เกิน 5 ปี คือระหว่าง พ.ศ. 2547-2551 ช่วงเวลาที่พักในจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางแต่ละครั้ง

ไม่เกิน 30 วันต่อเนื่องกัน เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างร่วมกัน เช่น พักผ่อน ศึกษาค้นคว้าความรู้ ฝึกปฏิบัติ ประกอบธุรกิจการงาน ประชุมหรือสัมมนา เป็นต้น

ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง บุคคลที่ทำงานในหน่วยงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคเหนือเขต 1 จังหวัดเชียงใหม่ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ สมาคมมัคคุเทศก์จังหวัดเชียงใหม่ สมาคมโรงแรมจังหวัดเชียงใหม่ นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบาง หมายถึง บุคคลที่ทำงานในหน่วยงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบาง ได้แก่ องค์การท่องเที่ยวแห่งชาติเมืองหลวงพระบาง ประธานสภาการค้าและอุตสาหกรรมสาขาเมืองหลวงพระบาง หัวหน้าห้องการมรดกโลกเมืองหลวงพระบาง เจ้าของร้านอาหารในเมืองหลวงพระบาง นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยแห่งชาติลาวเมืองหลวงพระบาง (สุพานูนวงศ์)

ข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อปีก่อนหักภาษี เชื้อชาติ และที่อยู่ของนักท่องเที่ยวที่เคยไปจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง

ข้อมูลการเดินทาง หมายถึง จำนวนครั้งของการเดินทางไปทั้งจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง ปี พ.ศ. ที่เดินทาง ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว การกลับมาเที่ยวซ้ำ เหตุผลที่กลับมาหรือไม่กลับมาเที่ยวซ้ำ จำนวนวันพักในแหล่งท่องเที่ยว จุดประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสิ่งจูงใจให้เดินทาง

กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะการทำกิจกรรมและประเภทกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเลือกทำขณะท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง ประกอบด้วยการทำกิจกรรมด้วยตนเอง การร่วมทำกิจกรรมกับมัคคุเทศก์/ญาติตลอดการเดินทาง การร่วมทำกิจกรรมกับมัคคุเทศก์/ญาติบางช่วงเวลา การร่วมทำบางกิจกรรมกับมัคคุเทศก์/ญาติบางช่วงเวลา การเป็นผู้สังเกตการณ์ ผู้ชม ประเภทของกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การถ่ายรูป การไปเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง กินอาหาร ชื้อของ เซ้ารถจักรยานที่ชมเมือง ล่องเรือชมวิว

การรับรู้สารสนเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ประเภทของสารสนเทศการท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง ที่แหล่งสารสนเทศส่งผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ไปยังนักท่องเที่ยวให้เก็บสะสมไว้เป็นความรู้ ความเชื่อ และประสบการณ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่ง องค์ประกอบในการรับรู้สารสนเทศแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่งในงานวิจัยเรื่องนี้ประกอบด้วยแหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวได้รับสารสนเทศการท่องเที่ยวมากที่สุด ช่องทาง

การสื่อสารที่นักท่องเที่ยวใช้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว สารสนเทศการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรับรู้บ่อยที่สุด และสารสนเทศที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการการเดินทาง

การรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง หมายถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เคยไปทั้ง 2 แห่งที่มีต่อคุณภาพหรือบริการของสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางด้านต่าง ๆ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม (ด้านอัญมณีของคนท้องถิ่น ด้านอาหาร ด้านสินค้า ของที่ระลึก) สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ (ด้านความหลากหลายทางธรรมชาติ) สิ่งดึงดูดใจที่เป็นเหตุการณ์ (ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยว) สิ่งดึงดูดใจที่สร้างความรื่นรมย์ (ด้านความปลอดภัย ด้านที่พัก ด้านสภาพแวดล้อม ความสะอาด) สิ่งดึงดูดใจที่ให้ความบันเทิง (ด้านแหล่งบันเทิง สถานที่ท่องเที่ยว ยามราตรี) และโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านระบบการคมนาคม การเดินทาง ด้านระบบสื่อสาร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่องนี้จะได้รับประโยชน์ด้านต่าง ๆ คือ

1. ประโยชน์ด้านวิชาการ เป็นการขยายขอบเขตการศึกษาค้นคว้าการสื่อสารระหว่างประเทศ อีกริมติดหนึ่ง ด้วยการใช้นโยบายการศึกษาที่ผสมผสานสหวิทยาการทั้งการสื่อสาร การท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมและทำความเข้าใจซึ่งกันและกันผ่านการเดินทางท่องเที่ยว ก่อให้เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว

2. ประโยชน์ด้านวิชาชีพ นักสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนำองค์ความรู้ไปใช้ประกอบการวางแผนด้านต่าง ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวกำหนดไว้ เป็นต้น

3. ประโยชน์ต่อหน่วยงาน หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางนำองค์ความรู้ไปใช้ประกอบการกำหนดนโยบายและการวางแผนสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยว ส่วนแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นคล้ายคลึงกัน รวมทั้งหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวนำผลการศึกษาไปใช้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

