

## บทที่ 5

### ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เก็บรวบรวมข้อมูลภาพลักษณ์ปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยว ในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในฐานะผู้ส่งสารสนเทศการท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นการอธิบายข้อมูลในประเด็นต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นที่ 2 จุดขายของแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นที่ 3 กิจกรรมและสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว

ประเด็นที่ 4 ปัญหาหรืออุปสรรคที่พบในแหล่งท่องเที่ยวและวิธีแก้ไขปัญหา

ประเด็นที่ 5 วิธีการและเครื่องมือเผยแพร่สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นที่ 6 แนวโน้มและจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต

ประเด็นที่ 7 ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นที่ 8 ความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางในฐานะแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในกรอบทฤษฎีภาพลักษณ์ ทฤษฎีการรับรู้ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 เป็นการสรุปผลการศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์จังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 เป็นผลการวิเคราะห์ข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง ระหว่างมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เคยไปทั้งสองแห่ง

## ส่วนที่ 1 การอธิบายข้อมูล

ในส่วนนี้ จะกล่าวถึงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จะได้เห็นภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ โดยเริ่มจากเมืองหลวงพระบางตามด้วยจังหวัดเชียงใหม่เพื่อความสอดคล้องกับการนำเสนอผลการศึกษาในส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ

### 1. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญของเมืองหลวงพระบาง

#### 1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบางในปัจจุบัน

การท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากขึ้นทุกปี นับแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ส่งผลให้การพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้รับการพัฒนาเพื่อให้รองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ เช่น บริษัทนำเที่ยว โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น รวมทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน การคมนาคม เป็นต้น เพื่อให้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสะดวกรวดเร็วขึ้น และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นให้สนองความต้องการท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางมีทั้งชาวลาวและชาวต่างประเทศ ปีที่ผ่านมาปรากฏว่านักท่องเที่ยวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางมากที่สุด สำหรับจุดมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวจะแตกต่างกัน กล่าวคือ บางกลุ่มเดินทางมาเมืองหลวงพระบางเพื่อเยี่ยมชมพิน้อง บางกลุ่มมาประชุม มาเที่ยวเมืองมรดกโลก จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่นำรายได้เข้าสู่สปป.ลาวจำนวนมาก ขณะเดียวกันการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวก็ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมในเมืองหลวงพระบางด้วย เช่น จำนวนร้านอาหารแบบตะวันตก ร้านอินเทอร์เน็ต โรงแรมเพิ่มขึ้น ตึกเก่า ๆ บ้านเก่า ๆ ทรงโบราณหายไป เป็นต้น ดังที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแสดงความเห็นไว้สอดคล้องกันคือ

การท่องเที่ยวในประเทศ นักท่องเที่ยวที่มาหลวงพระบางมาเยี่ยมชมพิน้อง มาประชุม GDP หลวงพระบางไม่สูง ชาวลาวไม่จำเป็นไม่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมาหลวงพระบางเพิ่มขึ้นทุกปีตั้งแต่ปี 46 มีทั้งคนในและต่างประเทศ ปี 46 มาเที่ยวแสนสามหมื่น ปี 47 มาเที่ยวแสนเก้า ปี 48 มาเที่ยวสองแสนหก พอปี 49 มาเที่ยวสองแสนเจ็ด ปีที่แล้วมาถึงสามแสนกว่า บริษัทท่องเที่ยวก็เพิ่มขึ้นเริ่มต้นในปี 40 ที่มี 7 แห่ง ปี 50 มีถึง 28 แห่ง โรงแรมในปี 40 มี 10 แห่ง ปี 50 มีเพิ่มเป็น 21 แห่ง เกสต์เฮ้าส์เพิ่มจาก 19 เป็นสองร้อยกว่า ร้านอาหารเดี่ยวนีมีถึงร้อยกว่า แหล่งท่องเที่ยวจากปี 40 มี 9 แห่งเพิ่มเป็น 2 ร้อยกว่าแห่ง ปีที่แล้วนักท่องเที่ยวไทยมามากที่สุด (ท่านวิไลจัน สิลิลัด, สัมภาษณ์)

ปี 47 มีนักท่องเที่ยว 46,000 คน ปี 48 มี 135,000 คน ปี 49 มี 2,184,000 คน รายได้เฉลี่ยการท่องเที่ยวประมาณ 36 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา หลวงพระบาง ได้รับการปกป้องรักษาอย่างดีแต่ก็รับวัฒนธรรมทันสมัยของโลก เช่นมีร้านอาหารฝรั่ง ร้านอินเทอร์เน็ต โรงแรม (ท่านคำไพ สีสาวัน, สัมภาษณ์)

การท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ดึงเปลี่ยนแปลง ประกอบการหลายร้านอาหาร เกสต์เฮาส์ เศรษฐกิจดีขึ้น ขยายง่ายขึ้น ของแพงขึ้น การท่องเที่ยวลาวมีผลกระทบ ช่วงไทยมีปัญหา ลาวเจ็บไป บางทัวร์แวะไทยมาหลวงพระบาง ถ้าไม่มาไทย ไม่ได้หลวงพระบาง เดียวนี้ 3 ปีหลังมานี้มาตรงได้เลย ฟิล์มมีทุกวัน เมื่อก่อนอาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง เดียวนี้กรุงเทพฯ-เชียงใหม่มาได้ แรก ๆ ยังเจ็บ ปีแรกร้านอาหารมีไม่เกิน 5 ร้านที่รับทัวร์ใหญ่ ร้านย่อยไม่เกิน 10 ร้าน ต่อมา 1-2 ปีขึ้นไปมาก ฝรั่ง แยกบ่นหลวงพระบางเปลี่ยนแปลงเยอะ แง่ธุรกิจขึ้นเยอะ แง่ลบด้านอนุรักษ์ เชิงอนุรักษ์หายไป ดึงเก่า ๆ หายไป บ้านเก่า ๆ ท่องโบราณหายไปมี เกสต์เฮาส์เพิ่มขึ้น (จงจิต ลาวิโล, สัมภาษณ์)

นักท่องเที่ยวไทยมาเฉพาะเทศกาล ฝรั่งมาเยอะ เยอรมัน มากินอาหารที่ร้านนี้ อิตาลีก็มีบ้าง นักท่องเที่ยวเกาหลี ญี่ปุ่น มีมา เป็นมรดกโลกส่งผลนักท่องเที่ยวมาเที่ยวกันเยอะ ๆ ประชาชนมีอยู่กินขึ้น คนมีงานทำ คนลาวก็เที่ยว คนเหนือเที่ยวได้ คนใต้เที่ยวเหนือ คนที่มาเที่ยวหลวงพระบางมาจากที่แขวงอื่น ๆ ทางเหนือก็มี ทางใต้ก็มีมาเที่ยว ต้องพักคืน-2 คืน ไม่มีญาติก็พัก มีญาติก็พักบ้านญาติ อยู่เกสต์เฮาส์ เดียวนี้มีเกสต์เฮาส์ บ้านพักราคาครือ ๆ กัน คนลาวกินง่ายนอนง่าย เที่ยวกันเอง ไม่ซื้อทัวร์ มีเพื่อน 3,13, 14 คนก็ไป ชื่อน้ำมันขับมา ค่าใช้จ่ายไม่มาก เที่ยวกันได้ กินข้าวมาก่อน บางคนเอาข้าวใส่รถมาไม่ได้ใช้เงิน (บัวผัน สิ้นทร, สัมภาษณ์)

## 1.2 จุดขายของเมืองหลวงพระบางในฐานะแหล่งท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเห็นตรงกันว่าจุดขายหรือจุดเด่นของเมืองหลวงพระบางคือด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตของชาวเมืองหลวงพระบาง ศาสนา การทำบุญ ตักบาตร ความมีอัธยาศัยดี มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน การเป็นเมืองเก่า เมืองประวัติศาสตร์ และการมีธรรมชาติที่สวยงาม รวมทั้งการเป็นเมืองมรดกโลกและการแสดงเจตจำนงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดการสูบบุหรี่ในที่สาธารณะ ดังความคิดเห็นเหล่านี้

ด้านวัฒนธรรม...เน้นว่าวัฒนธรรมจิตใจ ...วัฒนธรรมด้านการอยู่ เฉพาะหมู่เฮา  
เกี่ยวกับงานมรดก เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ หมู่เฮามรดกของหลวงพระบางใช้ตัวนี้  
ดึงดูดนักท่องเที่ยว เน้นเป็นจุดขายหลวงพระบาง เป็นอย่างนั้น (ท่านอ้วน สุรศักดิ์,  
สัมภาษณ์)

จุดขายหลวงพระบางเน้นวัฒนธรรม มีธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศาสนา ดักบาตร  
เป็นมาเบิ่งวิถีชีวิต มาเป็นหมู่ มรดกโลกเป็นจุดเด่นดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มา  
เยี่ยมยาม พวกเขาจัดเป็นเมืองเหรียญคำ เป็น Logo ในฐานะเมืองท่องเที่ยว  
ยอดนิยามอันดับ 1 ปี 2006, 2007, 2008 3 ปีเลย อีกจุดคือปลอดภัยสงบ องค์การ  
อนามัยโลกมาทดลองปลอดภัยสงบบ้านพัก ร้านอาหาร จัดการไม่ให้สับสนคนมา  
ประชุมหลวงพระบางเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวมาโดยที่ปลอดภัยสงบ เพราะทำให้  
สุขภาพแข็งแรง (ท่านวิไลจัน สิริลัด, สัมภาษณ์)

จุดขายมี 2 อัน คืออันที่ 1 วัฒนธรรม ธรรมชาติ เพราะที่ตั้งเป็นมรดกโลก อันที่ 2  
คือสินค้าทางหัตถกรรมและอุตสาหกรรม (ท่านคำเพียง มะณีจิต, สัมภาษณ์)

### 1.3 กิจกรรมที่ทำและสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมในเมืองหลวงพระบาง

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเมืองหลวงพระบาง จะไปเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ทั้งใน  
และนอกเมืองหลวงพระบางทั้งที่เป็นสถานที่เที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม ร่วมกับการกิน  
อาหารท้องถิ่น เช่น ผอ ใคแผ่น เป็นต้น บางส่วนซื้อจักรยานหรือจักรยานยนต์ชมเมือง บ้างก็เดิน  
เล่นตามหมู่บ้านชนบท เดินตลาด ล่องเรือ เที่ยวชมป่า และใช้ชีวิตอยู่ในป่า สถานที่ที่นักท่องเที่ยว  
สนใจไปเยี่ยมชม ได้แก่ วัดเชียงทอง พระธาตุพูสี พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหลวงพระบางหรือพระราชวัง  
ถ้ำติ่ง น้ำตกต่าง ๆ หมู่บ้านหัตถกรรมและหมู่บ้านที่ทำอาชีพต่าง ๆ ส่วนอาหารประจำชาติลาวที่มี  
ไว้ต้อนรับนักท่องเที่ยวคือแจ่วบอง แป้งจี่ ใคแผ่น (สาหร่ายแผ่น) ใค้อั่ว

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำ กิน เที่ยว ปั่นจักรยาน เดี่ยวนี้...ยกเลิกเช่ามอเตอร์ไซด์  
จักรยานจริง ๆ ให้หยุดแต่หยุดไม่ได้ นักท่องเที่ยวชอบ มากินอาหาร คนฝรั่งมากิน  
อาหารลาว ชอบกินแจ่ว ลาบ อิตาลีชอบแป้งจี่ (ปลาน้ำของลาว) ฝรั่งมาเที่ยว  
ตลอดปี พวก Bag Pack ไปน้ำตก ถ้ำ กิน เที่ยว ดูความเป็นบ้านเมือง ทิวทัศน์  
แหล่งท่องเที่ยว น้ำตก ถ้ำติ่ง วัด วัง อาหารหลวงพระบางเป็นแจ่วบอง ใค้อั่ว  
ใคแผ่น (สาหร่าย) เอะหลาม คล้ายๆ อาหารเหนือ อีสาน คล้ายแกงคั่ว เอะหลาม

กินไม่ได้ก็ทำเปรี้ยวหวาน Curry ปรับปรุงตามทัวร์ตามตลาดด้วย ลูกค้านักท่องเที่ยวทั่วไปชาวไทยมาช่วงเทศกาล ฝรั่งเศส เริ่มเดือน 10-3 แต่มีตลอดเรื่อย ๆ Book มาหน้าร้อนเยอะ ช่วงเดือน 10-12 ทัวร์ อาหารเป็นลาว ไม่ใช่ตามทัวร์สั่ง เน้นอาหารลาวไทย ต่างประเทศ อาหารที่ทำเราดูตามตลาด (จงจิต ลาวิโล, สัมภาษณ์)

เที่ยวหลวงพระบางชาย Package วัฒนธรรมและธรรมชาติ ทางวัฒนธรรมเที่ยวพุสี วัดเชียงทอง หอพิพิธภัณฑน์ วัดใหม่ วัดวิซุน บ้านหัตถกรรม บ้านทอผ้า โดยเฉพาะบ้านผานมของไทลื้อ บ้านช่างฆ้องทำกระดาดชา ทางธรรมชาติเที่ยวบ้านช่างไหทำเหล้า ธรรมชาติมีถ้ำ น้ำตก บ้านชนเผ่า กระจายนักท่องเที่ยวไปแต่ละจุด กิจกรรมที่ทำมีล่องเรือ กินกุ้งธรรมชาติ เที่ยวชมป่า ต้นไม้ใหญ่ ถ้ามีเวลาไปตลาดได้เห็นต้นไม้ที่รักษาไว้ให้เยาวชน พัก โฮมสเตย์ ประชาชนเข้าไปทำนา ผู้ใดสนใจก็ไปได้ทุกวันมีทัวร์นำไปเบี่ยงการดำรงชีวิตอยู่กับช้าง 1 เดือนก็กลับ (ท่านคำเพียง มะณีจิต, สัมภาษณ์)

หลวงพระบางมีแหล่งท่องเที่ยวมาก 52 แห่งผ่านมาจะเห็นเกือบทุกถนน ทุกแยก ประมาณ 500 เมตรจะเห็นวัดวาอาราม สถานที่ที่เที่ยวนิยมคือพระราชวัง สร้างในศตวรรษที่ 16 วัดเชียงทอง วัดพระธาตุพุสี และที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ท่านคำไพ สีสาววัน, สัมภาษณ์)

มาเบิ่งของเก่า ลางคนฝรั่งเคยเห็น บ้านทันสมัยเหมือนบ้าน คนมาเบิ่งรถถีบ ย่างล้อคนเขื่อนเก่า ๆ เขื่อนใหม่ บางคนถ่ายในอนาคต สิ่งวิถีชีวิตอยู่อย่างโบราณ บางคนมานอน 1-2 วัน อาหารที่นักท่องเที่ยวชอบ มีหมี่ ญี่ปุ่นชอบหมี่มาก เข้ามาเที่ยวอยากลองอาหารลาว ข้าวเป็ยกเส้น ข้าวซอย ต้มก๊วยปลา ต้มปลาใส่มะเขือที่เป็นคนลาวมาเที่ยวมาจากเวียงจันทน์ สะหวันนะเขต สมัยเก่าเป็นเมืองเจ้าชีวิตมาเที่ยวเบิ่งพุสีมาเบิ่งว่างาม บางคนก็เดินตลาด ที่เที่ยวที่ชอบไปกันมีหอพิพิธภัณฑน์ วัดเชียงทอง น้ำตก ถ้ำติ่ง บ้านผานม บ้านช่างฆ้อง บ้านช่างไห (บัวผัน สิ้นธพร, สัมภาษณ์)

#### 1.4 ปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางและวิถีแก้ไขปัญหา

การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเมืองหลวงพระบางจำนวนมาก ส่งผลต่อการปกป้องรักษาสภาพเมืองและวิถีชีวิตผู้คน ความขัดแย้งระหว่างความพยายามปกป้องรักษาวัฒนธรรม

วิถีชีวิตกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้ชาวหลวงพระบางต้องปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต มีการปรับตัวให้ร่วมสมัย การผ่อนปรนตามความต้องการของลูกค้า เช่น การแต่งกาย การใส่บาตร ผู้หญิงต้องนุ่งซิ่นห่มสไบตามธรรมเนียมของชาวหลวงพระบาง ปัจจุบันยอมให้นักท่องเที่ยวผู้หญิงนุ่งกางเกงใส่บาตรได้ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัย ความสะดวก ความเป็นระเบียบ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม สภาพแวดล้อม และเศรษฐกิจ วิธีแก้ปัญหเหล่านี้คือการพูดคุยปรึกษาหารือกันให้ประชาชนมีการรับรู้มากขึ้น การขอความร่วมมือจากประชาชน และให้การศึกษอบรมเยาวชน

ปัจจุบันเห็นปัญหาสิ่งทางลบทางด้านวิถีชีวิต อย่างเช่นว่าการตัดบาตรตอนเช้า หมูเหาะเห็นว่าได้เริ่มมีการเปลี่ยนแปลง การพูดการใช้ภาษา การเอาของพื้นบ้านเดิมที่อยู่ท้องถิ่นให้มาเป็นธุรกิจ ตั้งบริษัทเช่าบ้านเพื่อเป็นสถานที่พัก ร้านอาหารเจ้าของบ้านดั้งเดิมต้องไปอยู่ที่อื่น (ท่านอ้วน สุรศักดิ์, สัมภาษณ์)

นักท่องเที่ยวทำให้เกิดสิ่งไม่ดี มีเงินจูงตามถนน แพ้ชั๊น ภาษา เปลี่ยนนิสัยเยาวชน (ท่านวิไลจัน สิลิลัด, สัมภาษณ์)

โกดีย์ให้นุ่งซิ่นกันทุกคน บ้านเขาถือเคร่งครัด ฝรั่งเศสมาแก้ผ้า ใส่แต่เสื้อใน ตำรวจจะไปบอกไม่ให้ใส่แต่เสื้อช้อนโน้ ไม่ใส่เสื้อผ้าก็ไม่ได้ ร้านอาหารไม่ให้ใส่เสื้อยืด ตักบาตรเช้าสมัยเก่าไม่ให้ใส่เครื่อง ต้องใส่ซิ่นเครื่องไม่ให้ใส่ เพราะเป็นสัญลักษณ์หลวงพระบาง เป็นคนลาวแท้ หลัง ๆ ให้ใส่ได้ ต่อมาให้ใส่เพราะเขาไม่ใช่คนลาวจะไปบังคับเขาไม่ได้ (บัวผัน สิ้นพร, สัมภาษณ์)

การท่องเที่ยวทำให้สังคมเปลี่ยนแปลง ชยะเยอะขึ้น ปรับแล้วแก้ไขแล้ว กำจัดด้วยการเผาอยู่ในดิน หลวงพระบางเติบโตเร็วเกินไป การรับรู้ยังไม่ดี ต้องให้รับรู้กันมากขึ้น และมีส่วนร่วม คนลาวฟังกันเวลว่ากล่าวตักเตือน ว่าความดีความสะดวก เป็นระเบียบ ก็เชื่อฟัง (ท่านคำเพียง มะนิจิต, สัมภาษณ์)

บ้านเขาบมีเช่าคนเช่าพื้น มีแต่ขโมยเล็ก ๆ ถ้ามีปัญหาท่องเที่ยวเสนอไปรัฐก็ช่วยแก้ปัญหา ว่ากันบ่อย ๆ อยู่สบาย ๆ ราคาของบางอย่างแพงขึ้นนิดหนึ่ง ของที่ระลึกราคาแพงขึ้นมาก ราคาอาหารเพิ่มขึ้นนิดหนึ่ง นักท่องเที่ยวมาหลายสิ่งเพิ่ม บางอย่างเช่นเนื้อไก่เอามาจากเวียงจันทน์ ราคาเพิ่มขึ้น แต่ผักราคาถูก ปลูกตัวเอง (บัวผัน สิ้นพร, สัมภาษณ์)

เดี๋ยวนี้มอเตอร์ไซค์เยอะ รถเยอะ จราจรไม่มีไฟแดง เขาไม่มีกฎระเบียบ จะเลี้ยว จะจอดไม่ระวัง เราต้องระวังเอง เดี่ยวนี้ไม่ปลอดภัย มีขโมย นักท่องเที่ยวต้องระวังกระชากกระเป๋า นักท่องเที่ยวฝรั่งเอากระเป๋าใส่หน้าจักรยานโดนฉก จักรยานก็โดนขโมยบ่อย (จงจิต ลาวีโล, สัมภาษณ์)

### การแก้ไข

พวกเขาเข้าไปเฝ้ากันบ่อย ๆ คิดว่าบ่มีความเป็นห่วง การตัดบาตร ปัญหานี้ปัจจุบันได้กวดขัน (ท่านอ้วน สุรสัก, สัมภาษณ์)

เรื่องการเช่าบ้านเจ้าของบ้านดั้งเดิม พวกเขาได้พัฒนาเขตน้อย ๆ เพื่อกระจายให้นักท่องเที่ยวออกไปข้างนอก โดยเขาพยายามรักษาบ้านให้ได้รายรับจากนักท่องเที่ยว ขยายเขื่อนพักออกไปข้างนอก (ท่านอ้วน สุรสัก, สัมภาษณ์)

ปัญหาเสื่อมจากนักท่องเที่ยวมีมาก หมู่เขามีความเข้าใจดี แต่มาฮอดปัจจุบันได้ว่าชาวหลวงพระบางในตัวเมืองมีความรู้ ความหมาย ความสำคัญของมรดก ว่าได้มาสร้างรายรับโดยใช้คำว่ามรดกเป็นการหารายรับให้ครอบครัว บางครั้งหารายรับให้ท้องถิ่นด้านหัตถกรรม เช่น แกะสลัก จักสาน พวกดินเผาให้พื้นฟูขึ้น มีรายรับขึ้น ความเข้าใจเกี่ยวกับนี้ถ้าตามกฎหมายได้รับรู้หลาย แสดงเป็นว่ามีกิจกรรม เอ็ดให้มาปรึกษาหารือ มีการปกป้องของการมรดก ชาวบ้านรับทราบ เข้าใจดี ช่วยกันปกป้องรักษาบ้านหมู่เฮา

...ทุกกิจกรรมพวกเขาได้ปรึกษากับชาวบ้าน เอ็ดด้วยกันทุกภาคส่วน หลังจากนั้นถ้าจะบูรณะขึ้นบัญชีไว้ พร้อมกันนั้นได้แนะนำว่าควรเอ็ดหยังเพื่อให้ได้เงินจากนักท่องเที่ยว มีรายได้เข้าในครอบครัวส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งพวกเขาได้รับจากคนที่มาบูรณะหลวงพระบางจากทำบ้าน ชาวบ้านดีใจและช่วยมือดี (ท่านอ้วน สุรสัก, สัมภาษณ์)

ผลกระทบท่องเที่ยวเทียบกับอันดี กระจายการท่องเที่ยวสู่ชนบท ให้ประชาชนได้มีรายรับ การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้พักแรมที่บ้าน กินข้าว อาหาร ทำให้มีศิลปะ พัฒนา ถ้าทำได้จะจ่ายเงินให้ประชาชน 4,000 กีบ ดูให้เป็นอาชีพ กระจายการท่องเที่ยวให้เป็นอาชีพ (ท่านวิไลจัน สิลิลัด, สัมภาษณ์)

เนื้อแพง ผักราคาถูก ปลูกได้เอง ชาวบ้านบางคนประหยัดลง ตัวนี้แพงไม่เอา ใช้ช้อนปลา หาเอาตามลำธาร หาตัวอื่นแทน อยู่ได้ (บัวผัน สิ้นพร, สัมภาษณ์)

ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวต้องให้ไกด์เตือนกันให้ระวังมากขึ้นถ้าบอกว่าเกิดอะไรนักท่องเที่ยวจะไม่อยากมา (จงจิต ลาวิโล, สัมภาษณ์)

ให้การศึกษาอบรม ไม่ให้เราล้มภาษา ยูเนสโกแนะนำการปกป้องรักษามรดกโลก (ท่านวิไลจัน สิลิลัด, สัมภาษณ์)

#### 1.5 วิธีการและเครื่องมือเผยแพร่สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับเมืองหลวงพระบาง

การเผยแพร่สารสนเทศการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง องค์การท่องเที่ยวแห่งชาติเมืองหลวงพระบางใช้การโฆษณาเป็นสื่อหลัก มีการประชาสัมพันธ์ การร่วมงานการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน และของผู้ประกอบการ ร่วมกับสื่ออื่น ๆ คือโปสเตอร์ แผ่นพับ นิตยสาร รายการวิทยุโทรทัศน์ การนำสาวงามไปช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต ประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับความเป็นมรดกโลก วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตเสน่ห์ของเมืองหลวงพระบาง

วิธีจูงใจใช้โฆษณา โปสเตอร์ E-mail แหล่งท่องเที่ยวมีอินเทอร์เน็ต ผู้ประกอบการก็มี ใช้เป็นสื่อเผยแพร่ มีความช่วยเหลือจากจีน ไทยก็ช่วย เวลาไทยจัดงานเราก็เอาโฆษณาไปวาง ที่อุดรจัดงานทุกปี ไปทุกปี งานที่ประเทศจีนได้นำสาวงามไปโฆษณา แต่สาวลาวขี้อายไม่ค่อยว่า การจัดงานได้ผลดีมีคนมาฟัง เขามีประเพณีงานสังขานมีสื่อมวลชนไปด้วย นางสังขานมาต้อนรับ

...สื่อหลักใช้โฆษณา ประชาสัมพันธ์ โฆษณาทำ VCD จีนมาสร้างให้ มีสื่อโปสเตอร์ แผ่นพับ โฆษณา นิตยสาร โทรภาพช่อง LAO Star มีรายการแนะนำที่เกี่ยวข้องทั้งวัน ผู้ประกอบการทำโฆษณาเองก็มี จัดงานก็มี เขาไปช่วย ไปร่วมงาน ถ้าไม่มีสิ่งโฆษณาเขาไปช่วย เขาเป็นตัวหลัก (ท่านวิไลจัน สิลิลัด, สัมภาษณ์)

สื่อหลักคือโฆษณา เน้นวัฒนธรรม คนหลวงพระบางได้ชื่อว่าเป็นคนมีจรรยา มารยาทดี ขนบดี เห็นผู้หลักผู้ใหญ่อ่อนน้อม เอ็ดให้อังกฤษให้เป็นโลคำ เพราะ 1. มารยาทดี 2. เอาใจใส่วัฒนธรรมประเพณี 3. จุดเด่นหลวงพระบางคือ ธรรมชาติ โฆษณาเรื่องวัฒนธรรมคือประเพณีมีบุญล่องเรือ ออกพรรษา ปีใหม่



บุญพระเวสได้ใส่บาตรกัน หลวงพระบางเป็นดินแดนวัฒนธรรม อยู่กันไม่  
แก่งแย่ง อิจฉา บังเบียดกัน อยู่ด้วยความดี มีความสงบ ฝรั่งชอบมาอยู่จน  
ใกล้จะเป็นบ้านฝรั่ง (ท่านคำเพียง มะณีจิต, สัมภาษณ์)

ชักจูงใจให้คนมาชมมรดกโลก (ท่านอ้วน สุรศักดิ์, สัมภาษณ์)

#### 1.6 แนวโน้มและจุดขายของเมืองหลวงพระบางในอนาคต

ในอนาคตเมืองหลวงพระบางยังคงใช้ความเป็นแหล่งมรดกโลกเป็นจุดขายหลัก  
ทั้งการนำเสนอเกี่ยวกับการขึ้นชมวิถีชีวิตผู้คนที่อยู่อย่างเรียบง่าย เรียบสงบ ท่ามกลางธรรมชาติที่  
สวยงาม และเชื่อมโยงเมืองหลวงพระบางกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

เท่าที่ผ่านมา พวกเขาสร้างเขตพื้นที่ ...ระหว่างการอนุรักษ์กับการท่องเที่ยว  
ประสานกันหมดกับองค์การค้า กระทรวงอุตสาหกรรม การค้า ทัศนกรรมอื่น ๆ  
คิดว่า พวกเขามีความสามารถ ปกป้องรักษาความเป็นมรดกหลวงพระบางให้  
ยืนยงคงต่อไป (ท่านอ้วน สุรศักดิ์, สัมภาษณ์)

สร้างหลวงพระบางให้เป็นจุดทางผ่านของผู้คนที่มาจากต่างประเทศ มาจากทั่ว  
ประเทศ ให้เป็นจุดเศรษฐกิจบริการ สร้างให้หลวงพระบางพัฒนาเศรษฐกิจ  
ด้วยการนำการท่องเที่ยวดึงดูดนักท่องเที่ยว (ท่านคำไพ สีสาวัน, สัมภาษณ์)

ในอนาคต หลวงพระบางมรดกโลกยังอยู่ (ท่านคำเพียง มะณีจิต, สัมภาษณ์)

#### 1.7 ภาพลักษณ์ของเมืองหลวงพระบางในฐานะแหล่งท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์ของเมืองหลวงพระบางคือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ได้รับการ  
ขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก ชาวหลวงพระบางให้ความสำคัญกับขนบธรรมเนียมประเพณี วัด  
วาอาราม และธรรมชาติที่งดงาม ด้วยเหตุนี้สิ่งที่ชาวหลวงพระบางนำเสนอตัวตนสู่ทั่วโลกคือวิถี  
ชีวิตที่เรียบง่าย เมืองที่เรียบง่ายท่ามกลางขุนเขาและสายน้ำ ประเพณีที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ  
และความสวยงามของสิ่งก่อสร้าง เช่น วัดเชียงทอง เป็นต้น

...หลวงพระบางพยายามสร้างให้เป็นสถานที่ดึงดูดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม  
(ท่าน คำไพ สีสาวัน, สัมภาษณ์)

มรดกโลกดี นักท่องเที่ยวเดินทางมาจุดนี้ ลาวนักท่องเที่ยวไม่รู้จัก ไม่รู้จักเวียงจันทน์ รู้จักหลวงพระบาง บินตรงมานี้ (จงจิต ลาวิโล, สัมภาษณ์)

ภาพลักษณ์คือมรดกโลก สัญลักษณ์หลวงพระบางว่าเรื่องประเพณี สัญลักษณ์ด้านภูมิศาสตร์ที่ตั้งเป็นพืด พิเศษกว่าทุก ๆ เมืองในลาว มีวัดที่งดงามมีชื่อเสียงคือวัดเชียงทอง ด้านประเพณีมีเสน่ห์ดีคอง ชาวหลวงพระบางมีความแข็งแรงเสียดสี อยู่ด้วยความสงบ จุดพิเศษคือ คนหลวงพระบางพึ่งพ่อแม่ (ท่านวิไลจัน สิริลัด, สัมภาษณ์)

#### 1.8 ความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง ในฐานะแหล่งท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ทั้งจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางต่างเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีธรรมชาติงดงาม แต่จังหวัดเชียงใหม่พัฒนามากกว่าเมืองหลวงพระบาง ทันสมัยกว่า ชีวิตผู้คนผ่อนคลายมากกว่าเมืองหลวงพระบาง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางท่านเห็นว่าเมืองหลวงพระบางได้รับการปกป้องรักษาที่ดีกว่าจังหวัดเชียงใหม่ และได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก ในขณะที่บางท่านมองอีกแง่มุมหนึ่งว่า จังหวัดเชียงใหม่สามารถปกป้องรักษาดูแลตนเองดีกว่าเมืองหลวงพระบาง เพราะจังหวัดเชียงใหม่ดูแลตนเองในขณะที่เมืองหลวงพระบางต้องให้องค์การมรดกโลกดูแลให้ความช่วยเหลือ

หลวงพระบางพยายามรักษาสิ่งที่บรรพบุรุษสร้างมาเพื่อให้ชาวโลกได้รู้ แต่ยุคที่เจริญทันสมัยและการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ วิธีชีวิตชาวหลวงพระบางส่วนหนึ่งเปลี่ยนไป แต่เราในฐานะเป็นปัญญาชน ส่งเสริมให้หลวงพระบางเป็นที่ที่ทุกมุมโลก ชาวโลกมาเรียนรู้และมาอยู่ ด้านชีวิตจิตใจเป็นด้านวัตถุนิยมไปแล้ว แต่หลวงพระบางเทียบกับที่อื่นที่นี้ดีกว่า (ท่านคำไพ สีสาวัน, สัมภาษณ์)

มองเชียงใหม่เปลี่ยนแปลงเยอะ ด้านลบ ที่นี้อนุรักษ์ไว้อยู่ ด้านความเป็นอยู่ วัฒนธรรมวันตกเยอะมาก วัฒนธรรมทำให้นักท่องเที่ยวมองภาพเชียงใหม่ไม่ดี อย่างการแต่งกายแบบฝรั่ง สายเดี่ยว การเกิดอาชญากรรมทำให้เสียภาพพจน์เชียงใหม่ ด้านดีความเป็นเชียงใหม่ เป็นล้านนา ยังเป็นเชียงใหม่ เป็นเสน่ห์ เชียงใหม่ยังมีบางจุด มีความอ่อนหวาน ปัจจุบันคิดว่ายังมีความพยายามอนุรักษ์ อนุรักษ์ในโรงเรียนวันศุกร์เห็นแต่งตัวล้านนา หลวงพระบางแต่ก่อนนักเรียนใช้ผ้าชิ้น

ผู้หญิงลาวใช้ผ้าซิ่น เดี่ยวนี้ยังมีอยู่ ตาม Office ถ้าใส่กางเกงไม่ให้เข้าไปวัดได้ ผ้าซิ่น ติดต่อราชการเดี่ยวนี้น้อยลงไป 7 ปีหลังเห็นน้อยลง เดี่ยวนี้กางเกงหมด เปลี่ยนแปลงเยอะ

นึกถึงเชียงใหม่นึกถึงแหล่งท่องเที่ยวไปดอยสุเทพ ดอยอินทนนท์ นักท่องเที่ยวชอบพวกนี้เยอะ...แหล่งท่องเที่ยวเชียงใหม่มีเยอะกว่า ดีกว่าแง่ความมากมาย และการรักษาของหลวงพระบางต้องมีต่างประเทศมาควบคุม Set up มรดกโลก มาช่วยดูแล ของเราเป็นระบบมากกว่า เรา Set ระบบแล้วแต่ไม่ดีพอ...

...เสน่ห์หลวงพระบางคือความเป็นหลวงพระบางยากจะบรรยาย เป็นเมืองเล็ก ๆ ไม่ต้องใช้รถก็ได้ เดินก็ได้ ปั่นจักรยาน หลวงพระบางได้รับการยอมรับไปทั่วโลก นักท่องเที่ยวทุกประเทศมา ว่าที่ชมว่าเจียบสงบ มาหาว่าเจียบสงบ น้ำตกเจียบง่าย สงบ ไม่มีไซเรน (จจจิต ลาวิโด, สัมภาษณ์)

เชียงใหม่ยังเป็นหัวใจล้านนาและหลวงพระบางยังเป็นหัวใจล้านช้างทั้ง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลง เปลี่ยนแปลงได้ เดี่ยวก็กลับเป็นเหมือนเดิมเพราะความเป็นหลวงพระบาง เป็นมรดกโลก มีกฎ ระเบียบ มีการอนุรักษ์ (ท่านคำเพียงมะณีจิต, สัมภาษณ์)

## 2. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่

### 2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบัน

การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ยังคงมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตามปกติทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ปีที่ผ่านมามีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าชาวต่างประเทศเพราะมีงานพีชสวนโลก อย่างไรก็ตาม ช่วงที่เป็นเทศกาลหลัก ๆ เช่น สงกรานต์ ยี่เป็ง คริสต์มาส เป็นต้น ยังคงมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนมาก มีทั้งกลุ่มยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย โอเชียเนีย เอเชีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ นักท่องเที่ยวพักในโรงแรมและตามที่พักต่าง ๆ ตามกลุ่มของตลาดนักท่องเที่ยว เช่น กลุ่มชอบที่พักหรูพักสบายเลือกพักที่โรงแรม กลุ่มที่ชอบที่พักราคาประหยัดพออยู่ได้จะเลือกพักเกสต์เฮ้าส์ เป็นต้น ช่วง เวลาที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มีทั้งช่วงนอกฤดูกาล (Low Season) และในฤดูกาล (High Season) ลักษณะการเดินทางมีทั้งกลุ่มที่มากับบริษัทนำเที่ยวและมากับครอบครัว นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เพราะชอบอากาศ ราคาไม่แพง ชอบอรรถยาศัยของผู้คน บางกลุ่มมาเพื่อตรวจสุขภาพและท่องเที่ยว

ด้วย บางกลุ่มกลับมาเที่ยวซ้ำเพราะเชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีปัญหา มีความปลอดภัย คุ่มค่า ผู้คนเป็นมิตร และมีอาหารน่าสนใจ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำ เช่น นอร์เวย์ สวีเดน เป็นต้น ระยะเวลาที่พักอยู่ในเชียงใหม่ประมาณ 1 สัปดาห์ อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลบางคนเห็นว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวช่วงนี้ค่อนข้างลดลง อาจเป็นเพราะเรื่องเศรษฐกิจของประเทศไทยที่กำลังเผชิญปัญหาต่าง ๆ ส่งผลให้มีการท่องเที่ยวน้อยลง

เชียงใหม่เป็นเส้นทางเศรษฐกิจ ตลาดนักท่องเที่ยวมีทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ต่างประเทศเป็นกลุ่มยุโรป นอร์เวย์ เอเชียเนี่ยถึงออสเตรเลีย ยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลางมาทุกปี ...ยูเอเอ็นอี จากดูไบเยอะ ในประเทศมีตลอด อย่างหน้าหนาวก็เที่ยวเชียงใหม่ ...ปีที่แล้วมีพีชสวนโลกที่มากันมากไม่ใช่ชาวต่างชาติแต่เป็นคนไทยมาเที่ยวเยอะ (วรพล วัฒนเหลืออรุณ, สัมภาษณ์)

ตลาดท่องเที่ยว ตลาดอเมริกา ยุโรป และประเทศอื่น เราเป็น Destination ที่น่าสนใจ ตลาดหลักเรามีอยู่แล้ว ยุโรป อเมริกา เอเชีย (วันเพ็ญจ ถาวรสุข, สัมภาษณ์)

ช่วง high ตุลาคม-ธันวาคม เป็นตลาดยุโรป อเมริกา มีนา-พฤษภา ตลาดออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่นมีตลอดปี หน้าฝนยังมีตลาดสเปน อิตาลี หน้าร้อนออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ช่วงเมษา พฤษภาอาหรับเอมิเรตส์เยอะ เพราะมาเช็คสุขภาพ ทัวริ เน้น health พ่อแม่มาเช็ค treatment โรงพยาบาล ลูกไปเที่ยว เย็นเจอกัน อยู่ นาน 1 week

10 กว่าปีที่แล้วมากลุ่มทัวร์เยอะเพราะชาย Series พวกฝรั่งเศส เยอรมัน เบลเยียม ฮอลแลนด์ นิวซีแลนด์มา Series น้อย เป็น Leisure เป็น Individual ไม่เยอะตลาด intensive มีแต่ไม่เยอะ ตลาด Intensive ยุโรป อเมริกาพักรู้ ในเอเชียพักรู้โรงแรม ระดับล่างลงมา Intensive Premium เอเชียพวกที่ชอบพักรู้ก็มีแล้วแต่โรงแรมที่ทัวร์ลง...

...Repeater ชอบ 1. ความเป็นเมืองที่มาแล้วไม่ค่อยมีปัญหา มีความสุข ไม่มีใจผู้ร้าย Safety สูง Security สูง 2. ค่าใช้จ่าย ต่อหัวไม่สูงเหมือนไปทะเล... Food and Beverage ไม่สูงเหมือนภาคใต้ 3. ความมีอัธยาศัยของคน Nature ของคนทางเหนือยิ้มแย้มมากกว่า และชอบช่วยเหลือ Helpful พ่อค้าแม่ค้าให้ Say

Hello ไปเลย Warm ให้เขา Feel as Home แม้จะต่างความเชื่อ ศาสนา ภาษาวัฒนธรรม ทำให้เขามีความสุขในชุมชน

นักท่องเที่ยวที่มาชอบอากาศ อย่าง นอร์เวย์ สวีเดน กลับมาอย่างน้อย 6-7 ครั้ง เพราะอยู่มีความสุข สงบ มาณอนอ่านหนังสือ นักท่องเที่ยวชอบบรรยากาศไม่ตีโอบอ้อมอารี จะชอบมา นอร์เวย์ สวีเดน มาเยอะ อเมริกาเริ่มมา ญี่ปุ่นเยอะ (สมฤทธิ ไทคำ, สัมภาษณ์)

สภาพการท่องเที่ยวในเชียงใหม่ตอนนี้ค่อนข้างแย่ อาจเพราะเศรษฐกิจ ไม่มีคนเที่ยว (สมัคร วงษ์เวช, สัมภาษณ์)

## 2.2 จุดขายของจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะแหล่งท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกคนมีความเห็นในแนวทางเดียวกันว่า จุดขายของจังหวัดเชียงใหม่คือการเป็นเมืองวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม จังหวัดเชียงใหม่ยังมีข้อได้เปรียบอื่น ๆ อีกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม ได้แก่ สถานที่ตั้งที่อยู่ทางภาคเหนือทำให้มีอากาศดี มีธรรมชาติสวยงาม จึงมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจำนวนมากที่สวยงามและทัศนียภาพดีไว้ต้อนรับนักท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่สนองความต้องการนักท่องเที่ยวได้ทุกช่วงอายุ เช่น กิจกรรมการผจญภัยสำหรับวัยรุ่น ได้แก่ รถ ATV การยิงปืนเพนบอล การขี่ช้าง บันจี้จัมปีการโดดร่มโดดหอ การล่องแพ เป็นต้น สำหรับวัยเด็กมีสวนสัตว์เชียงใหม่และสวนสัตว์กลางคืน (Night Safari) วัยผู้ใหญ่มีเรือสปีดโบ๊ตและการดูแลสุขภาพไว้ให้บริการ สำหรับกลุ่มที่ชอบรับประทานและซื้อของ จังหวัดเชียงใหม่มีอาหารหลากหลายชนิด ทั้งอาหารพื้นเมืองและอาหารนานาชาติตามร้านอาหาร โรงแรม ที่พักต่าง ๆ ไว้ให้บริการ มีแหล่งจับจ่ายซื้อของทั้งแบบห้างสรรพสินค้าคือไนต์ฟลาซา แบบวิถีชีวิตคือกาด (ตลาด) ต่าง ๆ เช่น กาดหลวงหรือกาดวโรรส กาดสวนแก้ว เป็นต้น แบบรวมแหล่งสินค้าพื้นเมืองคือถนนคนเดิน ทั้งที่ย่านถนนวัวลายในวันเสาร์ และย่านประตูท่าแพในวันอาทิตย์ กลุ่มที่ชอบดูพืชและสัตว์มีสวนพฤกษศาสตร์และอุทยานต่าง ๆ หลายแห่ง จุดขายของจังหวัดเชียงใหม่จึงเป็นวัฒนธรรมบนความหลากหลาย ดังความเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่อไปนี้

เชียงใหม่เป็นเมืองวัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา หลาย ๆ กิจกรรมที่จัดกล่าวได้ว่าเป็นงานระดับอินเตอร์ เช่น สงกรานต์ ลอยกระทง ประกอบกับเชียงใหม่มีสถานที่ตั้งอยู่ทางเหนือ มีอากาศดีโดยเฉพาะในฤดูหนาว (วันเผด็จถาวรสุข, สัมภาษณ์)

เลือกมาเที่ยวเชียงใหม่ น่าจะเป็นเพราะความสะดวก วัฒนธรรม เชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวรองจากกรุงเทพฯ ที่นักท่องเที่ยวรู้จักดี จุดขายหลักเดิมคือ ช้าง ททท. มองเชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยวหลัก นักท่องเที่ยวมองเป็นเมืองทันสมัยที่มีวัฒนธรรมที่ดี ชอบมาพักอยู่นาน ๆ (สภานา อันประเสริฐ, สัมภาษณ์)

จุดขายของเชียงใหม่คือศิลปวัฒนธรรม ประเพณี อย่างที่มีคำพูดว่า อัญญาเก่าเล่าเรื่องได้ กำแพงเมือง วัด เป็นจุดขายได้ พื้นที่เก่า 700 กว่าปี นอกจากเทศกาลที่ทำประจำปีใหม่ ยังมีเทศกาลไม้ดอกไม้ประดับ เทศกาลเข้าพรรษา มาฆบูชา ลอยกระทง เทศกาลสากลอย่างคริสต์มาส มีโรงแรมนานาชาติ นอกจากนี้ยังสร้าง Theme เมืองเชียงใหม่ยังมีฟิวส์สวนโลก ปี 48-49 ในดงซาฟารี และทำด้านชนเผ่า 6 ชนเผ่าในเชียงใหม่ พื้นที่เชิงนิเวศทำ MICE (วรพล วัฒนเหลืองอรุณ, สัมภาษณ์)

จุดขายเน้นทัวร์วัฒนธรรมเป็นหลัก เห็นประวัติศาสตร์ยาวนานของภาคเหนือ โดยเฉพาะเชียงใหม่เมืองโบราณคู่อารยธรรมล้านนา ถือเป็นเมืองต้นแบบเมืองอื่น ๆ มีตัวอื่นด้วยนอกจากวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ มี Adventure มีธรรมชาติ เช่น ภูเขา แม่น้ำช่วย Trade Adventure ที่ขายคือ ชี้อ้างล่องแพ Hoping โยนหน้าผา ทัวร์ถ้ำ เป็น Discovery และมีตัวที่ช่วยให้สองตัวนี้อยู่ได้ ดึงคนรุ่นใหม่ที่ไม่ชอบของเก่าก็มาเชียงใหม่ได้คือ ขับรถ MTV ทำ Off Road ในที่ทุรกันดารขึ้นหิว Pen Ball ยิงคน เราช์บลิขสิทธิ์มาจากสิงคโปร์ บันจี้จัมปี ผู้บริหารเชียงใหม่ คนในวงการท่องเที่ยวเชียงใหม่ยังเน้นวัฒนธรรมเป็นจุดขายหลัก เพราะประเทศอื่น ๆ รอบบ้านเราใช้วัฒนธรรม (สมฤทธิ ไหคำ, สัมภาษณ์)

จุดขายเชียงใหม่คือวัฒนธรรม (สมัคร วงษ์เวช, สัมภาษณ์)

### 2.3 กิจกรรมที่ทำและสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมในจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่และกิจกรรมหลากหลายไว้ให้บริการนักท่องเที่ยว เพราะค่านึงถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เช่น กลุ่มสูงวัยและกลุ่มผู้ใหญ่ชอบสปาและการดูแลสุขภาพ นักท่องเที่ยวต่างชาติชอบการท่องเที่ยวชี่ช้าง แม้บางคนจะไม่ชี่ช้างก็ชอบดูการแสดงของช้าง ล่องแพ ชมวัฒนธรรม ชมการผลิตเครื่องเงิน เรียนทำอาหาร กลุ่มวัยรุ่นชอบการผจญภัย การเล่นบันจี้จัมปี

โตดรัม โตดหอ การเดินป่า ปีนเขา บางกลุ่มชอบการล่องเรือล่องแพ ตกปลา เดินชมหมู่บ้านชาวเขา เดินเที่ยวตลาด โดยเฉพาะถนนคนเดินเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมติดอันดับ 1 ใน 10 ด้วย เป็นต้น ส่วนพวกที่มาเองหรือมากับเพื่อนชอบเที่ยวแหล่งบันเทิงยามราตรีและผับ

ชาวต่างชาติส่วนใหญ่มาซื้อข้าง ล่องแพ ใน 100 คน พลาด 5 คน ที่ไม่ไป ถึงไม่ซื้อก็ไปดูเพราะมีการแสดงของข้างด้วย ได้เห็นภูมิทัศน์สวยงาม และวิถีชีวิตชนเผ่า ทวีร์วัฒนธรรม กลุ่มวัยรุ่น ทวีร์ Adventure สูง พวก Retire และอายุ 60 ปี ไปดูการแสดงข้าง ล่องแพ ดูวัฒนธรรม ดูเครื่องเงิน Cooking School สอนทำอาหารเพราะอาหารไทยติดระดับโลก World Wide วัยรุ่นชอบกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แก่กว่านั้นชอบพักโรงแรมหรู และพวก High Age จะมาแต่โรงแรมหรู อาหารดี Treatment สปา ขายดีในตลาด High ตลาด Medium เน้น Culture Soft วัยรุ่นไม่สนใจวัด สนใจใช้ชีวิตผจญภัย โตดรัมโตดหอ ถ้ามา On Family ถ้ามาเองนี่เป็นพวกหลุดโลก มากับเพื่อนนอนเกสต์เฮาส์ กลุ่มนี้ต้องการสิ่งที่ราคาถูก ต้องการ Night Life ผับ ไนท์พลาซ่า ถนนคนเดินเป็นจุดขายสำคัญเหมือนกัน ติด Best 1 ใน 10 มีทุกวันอาทิตย์ (สมฤทธิ์ ไชคำ, สัมภาษณ์)

กิจกรรมทางน้ำมีล่องเรือหางแมงป่อง พายเรือแคนูคนเดียว ตกปลาริมแม่น้ำปิง มีทั้งไทยและต่างชาติ อเมริกัน แคนาดา กลุ่มสแกนดิเนเวียนชอบล่องเรือ (สมักร วงษ์เวช, สัมภาษณ์)

คนมาเชียงใหม่อยากดูวัฒนธรรม (ดวงจันทร์ อาภาวัชรุตม์ เจริญเมือง, สัมภาษณ์)

#### 2.4 ปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และวิธีแก้ไขปัญหา

การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ปัจจุบัน ส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องการทำธุรกิจคล้าย ๆ กัน ทำให้มีการแข่งขันกันสูง มีการตัดราคากันเพื่อแย่งลูกค้า ปัญหาเรื่องการตั้งราคา บริษัทนำเที่ยวบางแห่งหรือมัคคุเทศก์บางคนเพิ่มราคาค่าบริการ เช่น ค่าล่องเรือ เป็นต้น ลงในรายการนำเที่ยวขณะที่บริษัทบางแห่งไม่ได้เพิ่มราคา เมื่อนักท่องเที่ยวจากต่างบริษัทไปเที่ยวในสถานที่เดียวกันสอบถามราคากันจึงเกิดปัญหาเรื่องราคากับการให้บริการ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบาง

คนเห็นว่าจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจใหม่ ๆ ไว้ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว การจัดกิจกรรม การจัดเทศกาลต่าง ๆ จัดนอกประเพณี ทุกอย่างมีให้นักท่องเที่ยวได้เห็นในคราวเดียว ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กลับมาเที่ยวซ้ำ ส่งผลให้เกิดปัญหาจำนวนวันที่พักน้อยลง ซึ่งหมายถึงรายได้ที่คนในพื้นที่และธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น จะได้รับลดลงด้วย ปัญหาด้านนโยบายคือขาดการวางแผน ขาดนโยบายระดับชาติ การเปลี่ยนแปลงนโยบายของผู้บริหารส่งผลต่อการปฏิบัติงานของผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน และปัญหาเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวไม่ชัดเจน

มาทัวร์ราคาถูกกับตัดราคาต่ำ ตัดราคารายหัว 300/500 บางทัวร์ 1,500 บางรายยอมขาดทุน/เท่าทุน เพื่อให้ได้ลูกค้า ทุกคนแย่งตลาดจึงตัดราคากัน...พอไม่รู้ว่าจะไปเที่ยวที่ไหน ต้องหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่...อย่างทัวร์แม่คำปองนักท่องเที่ยวอยากดูวิถีชีวิต ไม่ได้อยากไปกินเมี่ยง (สภานา อันประเสริฐ, สัมภาษณ์)

ปัญหาอีกเรื่องคือราคาขาย เราขายฝรั่ง 500 ลงเรือด้วยกัน พวกทัวร์เอาไปขายเอากำไร 800 และบวกค่าแท็กซี่อีก พอแขกมาคุยกันมีปัญหา ราคาไม่เท่ากันจริง ๆ เราขายเท่ากันหมด แต่ทัวร์ไปขึ้นราคาเอง เราต้องแก้ไขไปว่าเราบวกค่าประกันชีวิตแบบคุ้มครองวงเงินแพงกว่าให้ ทั้ง ๆ ที่จริง ๆ ประกันชีวิตให้ทุกคนเหมือนกันเท่ากัน (สมัคร วงษ์เวช, สัมภาษณ์)

ที่ผ่านมาเราไม่สนใจ การอนุรักษ์รัฐบาลไทยไม่มี รัฐบาลไม่เคยกำหนดว่ามีเมืองประวัติศาสตร์กี่เมือง ขาดนโยบายระดับชาติ (ดวงจันทร์ อภาวัชรุทธิ์ เจริญเมือง, สัมภาษณ์)

การพัฒนา สิ่งที่เราเข้าไปใหม่ ไม่ค่อยคำนึงเรื่องวางแผน คนต้องเรียนรู้ ไทยมีการวางแผนแต่ยังไม่ร้อยเปอร์เซ็นต์ สิ่งที่น่าเป็นห่วงคือวัฒนธรรม แต่ยังไม่อนุรักษ์ไว้ ถ้าไม่ควบคุมการพัฒนาเมือง คนต้องการมาเชียงใหม่ รูปแบบหลากหลาย ทำอย่างไรให้คงอยู่ อาหารยังพุดถึง และพยายามอนุรักษ์ (วันเผด็จ ถาวรสุข, สัมภาษณ์)

พืชสวนโลก ด้านการตลาด สินค้าที่เป็น Star ต้องทำอะไรต่อ แต่รัฐไม่ทำ เราจัด Mice ควรมีศูนย์ประชุม Intensive เพื่อลดหรือเพิ่มปริมาณห้องพัก ถ้าจะจัดได้ควรมีศูนย์ประชุม เปลี่ยนรัฐบาล โครงการหยุดไป Start ซ้ำก็สายไป



นโยบายภาครัฐที่ไม่ชัดก็กระทบ ไม่มีเครื่องบินตรง มีแต่บินเช้า แต่ขากลับไม่มี คน ก็เลยหนีไปเปิดเที่ยวบินที่อื่น มี Air Asia คุณหมิงที่ยังอยู่ที่อยู่ เกาหลีบินจาก อินชอนยังมาอยู่ แต่ขากลับถ้าไม่มีคนกลับ เกาหลีก็จะหายไป นักท่องเที่ยวเกาหลี ใช้ธุรกิจในประเทศคือทัวร์เขา รถ ที่พักของเขา (สบธนา อันประเสริฐ, สัมภาษณ์)

ทำ MICE แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จเพราะศูนย์ประชุมนานาชาติหายไป เพราะ เปลี่ยนรัฐบาล สร้างสรรค์อะไรใหม่ หายไป Mega Project หายไปเพราะเปลี่ยน รัฐบาล (วรพล วัฒนเหลือองอรุณ, สัมภาษณ์)

ท่องเที่ยวทำผิด จะขายอะไร ญี่ปุ่นมีประเพณีถึงทำ นอกประเพณีไม่ทำ จะกลับมาใหม่ช่วงเดือนไหน แต่ให้เราทำประเพณีไทย มาครบแล้วกลับ ไม่ดูคุณภาพ นักท่องเที่ยว ดูจำนวน รากเหง้าอยู่แต่ปัญหาเยอะ เชียงใหม่คนท้องถิ่นอยู่แต่ คนนอกมาอยู่เยอะ ความรู้สึกผูกพันไม่มี คนท้องถิ่นออกนอกบ้านไม่ได้เพราะ รถติด การท่องเที่ยวทำลายเรา แทนที่จะทำให้เป็นธรรมชาติ (ดวงจันทร์ อภาวพัชรุตม์ เจริญเมือง, สัมภาษณ์)

ชั้นโตก ลอยโคม ของพวกนี้ถ้าเอาไปที่จัดแสดงที่อื่นก็ได้ ลอยโคมที่อื่นก็ได้ ไม่ใช่ เชียงใหม่ จุดขายกระจายไปทั่ว มาเชียงใหม่จะดูอะไร วัฒนธรรมยังขายได้ดี หรือ ปัญหาที่ทำให้การท่องเที่ยวเราไม่ชัดคือการสร้างภาพลักษณ์ (สบธนา อันประเสริฐ, สัมภาษณ์)

ปัญหาการพัก ได้วีซ่า 90 วัน เคยอยู่เชียงใหม่มานานเดี๋ยวนี้อยู่น้อยลง และไปอยู่ที่อื่นเพราะกระจายตัว พักที่อื่นมากขึ้น บินมาเชียงใหม่ 2 คืน ไปปาย แม่ฮ่องสอน กลับมาเชียงใหม่บินไปเชียงราย ไปพม่า ลาว นั่งเครื่องบินเชียงใหม่เพื่อกลับ เกิดการเดินทางรูปแบบใหม่ เกิดรูปแบบการท่องเที่ยว แบบใหม่ ฟังพาท่องเที่ยว เพื่อนบ้าน (วรพล วัฒนเหลือองอรุณ, สัมภาษณ์)

แหล่งท่องเที่ยวต้องหาแหล่งใหม่เพราะมา 10 ครั้งก็เหมือนเดิม แต่คนที่จะมา มองหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่มีไม่กี่เปอร์เซ็นต์ อย่างหินร้อยอันพันอย่าง ลงทุนมหาศาล ได้ไม่ค่อยเท่าไร เหมือนเรือหางแมงป่องของผม ฝรั่งได้ 500 ต่อคน ไทยได้ 300

และผมเป็นไกด์เอง ถ้าจ้างไกด์ด้วยก็ไม่ได้อะไรเท่าไร ภาคเหนือเราแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ พัฒนาขึ้น แย่งนักท่องเที่ยวของเรา เชียงใหม่ไม่พัฒนา (สมัคร วงษ์เวช, สัมภาษณ์)

### การแก้ไข

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกันว่า ควรเลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่าการเลือกปริมาณนักท่องเที่ยว (กลุ่ม Mass) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวควรเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับสูงให้มากขึ้น ลดนักท่องเที่ยวกลุ่มล่าง เช่น กลุ่มสะพายเป้ (Bag Pack) เป็นต้น ด้านนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ไม่ควรเปลี่ยนแปลงตามตัวบุคคล ตามผู้บริหาร หรือตามสถานการณ์บ้านเมือง ประเด็นด้านวัฒนธรรมโดยเฉพาะการจัดเทศกาลต่าง ๆ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นสอดคล้องกันว่าการจัดเทศกาลบ่อยเพื่อหารายได้ หรือจัดทุกเทศกาลทุกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีไว้ในคราวเดียวกัน จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เฉพาะช่วงที่จัดงานเท่านั้น นักท่องเที่ยวมาครั้งเดียวได้เห็นทุกกิจกรรมจึงไม่ยากกลับมาเที่ยวซ้ำ ควรให้นักท่องเที่ยวเห็นตัวเราที่เป็นตัวเรา เช่น ไม่ควรจัดขันโตกต้อนรับพร้อมลอยโคมยี่เป็ง ยี่เป็งควรเป็นเทศกาลยี่เป็งหรือลอยกระทงเท่านั้น เป็นต้น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางท่านแสดงความคิดเห็นเพิ่มว่า วิธีการดึงดูดนักท่องเที่ยวคือการทำให้เมืองให้น่าอยู่ นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวเอง สำหรับสิ่งดึงดูดใจใหม่ ๆ มีผู้ประกอบการบางคนนำเสนอสิ่งใหม่ที่รอให้ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้การสนับสนุน นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางท่านเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นมาแล้วควรดำเนินการต่อเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง ไม่สูญหายเฉพาะช่วงที่รัฐบาลให้ความสนใจเท่านั้น เช่น ไนต์ ซาฟารี ฟิชสวนโลก เป็นต้น

เอา Bag Pack ไปตีใหม่ กลุ่มตะวันออกกลางไม่เข้าวัด ชอบอยู่โรงแรมสบาย ๆ ห้องพักรู 80:20 ใช้กฎนี้กับ Mass เอา 20 ดีกว่า ถ้าเลือกได้นำจะ Up Market จะทำ MICE ถ้าจะจัดได้ควรมีศูนย์ประชุม ...Start ซ้ำก็หายไป (สบธนา อันประเสริฐ, สัมภาษณ์)

การตัดราคาไม่ช่วยพัฒนา เปลี่ยนผู้บริหารจังหวัด แนวนุยุทธศาสตร์เปลี่ยนขาดความต่อเนื่อง แม้การเมืองเปลี่ยนแต่สิ่งที่ดีควรทำต่อ ฟิชสวนโลกพอบิด ไนต์ซาฟารีก็ปิดตาม เพราะอยู่ไกลออกนอกเมือง 20 กิโลเมตร ใครจะไป ฟิชสวนโลก ไนต์ซาฟารี เปลี่ยนแปลงให้เป็นโฮลดิซิตี (วรพล วัฒนเหลียงอรุณ, สัมภาษณ์)

เรือหางแมงป่องของผมเป็นของใหม่ถือว่าน่าสนใจ ถ้ามีใครเลียนแบบไม่คิดว่าเป็นคู่แข่งแต่เป็นพันธมิตรทางการค้า (สมัคร วงษ์เวช, สัมภาษณ์)

ของดีไม่ต้องสร้างภาพลักษณ์ คนมาเอง ถ้าอากาศดี ทำเมืองให้น่าอยู่ นักท่องเที่ยวมาเอง (ดวงจันทร์ อาภาวัชรุตม์ เจริญเมือง, สัมภาษณ์)

## 2.5 วิธีการและเครื่องมือเผยแพร่สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดเชียงใหม่

การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ โฆษณา และส่งเสริมการขายแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเห็นว่าส่วนใหญ่แหล่งท่องเที่ยว ภาคธุรกิจต่าง ๆ ดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์กันเอง สำหรับส่วนราชการมีหน่วยงานหลักคือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ช่วยประสานงาน ททท.มีการจัดกิจกรรมเผยแพร่สารสนเทศการท่องเที่ยวเป็นระยะตามช่วงเทศกาลหรือตามกำหนดการของททท. นอกจากนี้ ทุกอำเภอในจังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรและหน่วยงานรับผิดชอบการเผยแพร่สารสนเทศการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยตรง แต่ละภาคส่วนจึงต่างฝ่ายต่างทำกิจกรรมโฆษณาประชาสัมพันธ์ของตนเอง มีงบประมาณของตนเอง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางท่านเห็นว่า การเผยแพร่สารสนเทศการท่องเที่ยวภาคธุรกิจดำเนินการเองได้ผลดีกว่าการเผยแพร่สารสนเทศของภาครัฐ การเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ส่วนใหญ่ใช้สื่อต่าง ๆ ผสมผสานกัน จังหวัดเชียงใหม่มีสื่อทั้งของรัฐ เอกชน และสื่อเฉพาะมากมาย มีหน่วยงานดูแล เช่น ชมรมหนังสือพิมพ์ เป็นต้น สำหรับสมาคมมัคคุเทศก์ก็มีสื่อของสมาคมชื่อ มัคคุเทศก์สาร ใช้ติดต่อกับสมาชิกสมาคมและผู้สนใจทั่วไป รวมทั้งวางแจกจ่ายตามสถานที่สาธารณะให้นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการสารสนเทศ ส่วนสารสนเทศที่น่าสนใจในสื่อต่าง ๆ ส่วนใหญ่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวัฒนธรรม วิถีชีวิต ธรรมชาติ ความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย การจัดกิจกรรมและเทศกาลต่าง ๆ

เชียงใหม่ มีตั้ง Board คือตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชียงใหม่ ผู้ว่าเชียงใหม่ตั้งทั้งรัฐและเอกชนดูแล เอกชนจะมีเรื่องสมาคมมัคคุเทศก์ สมาคมโรงแรม สมาคมมก. ชมรมวัฒนธรรมและการอนุรักษ์ ชมรมรถเช่า หนังสือพิมพ์ ของรัฐก็มีนายอำเภอทุกอำเภอ ประชุมทุกวันอังคาร ทำแผนหอการค้า สภาอุตสาหกรรม ธุรกิจการส่งออกของที่ระลึก ปชส.จังหวัด ผอ.ทิวทุกช่อง ภาคราชการทำพีอาร์ได้ไม่มากเท่าเอกชน มีเว็บของสมาคมแล้ว พีอาร์ผ่าน E-mail เว็บ หนังสือพิมพ์มาชมรมทุกวัน หนังสือพิมพ์หัวสีมาวันเว้นวัน (สมฤทธิ ไชคำ, สัมภาษณ์)

ใช้ Integrated สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อวิทยุทีวี เราดูตลาดในประเทศและสินค้า ทำอย่างไรให้เขานึกถึงเราก่อน สื่อจะใช้ทุกอย่าง โทรศัพท์ค้นข้อมูล เปลี่ยนใจ คนอยากรู้เป็นลูกค้าให้ได้ สำหรับ Printed Ad. ใช้เป็นสื่อหลัก ที่วิยังไม่สามารถกำหนดภาพชัดเจน ถ้าทำทั่วประเทศทำได้ชัด สื่อที่ใช้และการเผยแพร่ ดูตลาด เผยแพร่ให้ตรงตามตลาดตามความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ละกลุ่มชอบเที่ยวไม่เหมือนกัน สารที่ส่งไปผ่านสื่อดูตลาด ดูกลุ่มเป้าหมายว่า ใส่สื่อใด หลัก ๆ ใช้ fax ใช้สลิป ใช้ทีวี สื่อพวกนี้จะวูบหายเหมือนพลุไฟ ชาติ ความยั่งยืน (สบธนา อันประเสริฐ, สัมภาษณ์)

สื่อใช้ Campaign การโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ Billboard โทรทัศน์ สื่อมวลชน การถ่ายทำสารคดีเผยแพร่ทั่วโลก เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต (วันเด้จ ถาวรสุข, สัมภาษณ์)

การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เชียงใหม่มีหลายหน่วย อบต.ก็ทำ ของใคร ของมัน แหล่งท่องเที่ยวเองก็ทำอยู่แล้ว ทุกแหล่งท่องเที่ยวมีงบให้ เทศบาล ตำบล อำเภอ เมือง และคนกลางที่มาร่วมคือ ททท. เช่น งานไม้ดอกไม้ประดับ ททท. ไปทำบุญสวดงาม (วรพล วัฒนเหลืออรุณ, สัมภาษณ์)

คนไทยโชคดีที่มีความเป็นไทย ที่ทั่วโลกให้ความสนใจคือ Hospitality มีหัวใจต้อนรับเป็นมิตรไมตรี นักท่องเที่ยวยังสนใจวัฒนธรรม ธรรมชาติ นักท่องเที่ยวที่มามีศักยภาพสูง เรามีความเป็นตะวันออกให้สัมผัส มีกิจกรรมหลากหลาย มีหาคู่ มีวาเลนไทน์จัดทะเบียนแต่งงาน ฯลฯ เชียงใหม่มีวัฒนธรรม สอนทำอาหารท้องถิ่น สอนนวดแผนไทย ที่เผยแพร่ออกไป ในภาพรวมเป็น Amazing Thailand เชียงใหม่เป็นวัฒนธรรม ความหลากหลาย และ Hospitality อาหารไทย มวย ทั่วโลกไม่มีแบบนี้ (วันเด้จ ถาวรสุข, สัมภาษณ์)

## 2.6 แนวโน้มและจุดขายของจังหวัดเชียงใหม่ในอนาคต

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแสดงทัศนะว่า แนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ยังคงเป็นการขายวัฒนธรรมเป็นจุดหลัก แต่ควรปรับทิศทางให้เชียงใหม่เป็น Hub หรือเป็น Gateway เชื่อมโยงเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่น ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน เนื่องจากรูปแบบ

การท่องเที่ยวขณะนี้เปลี่ยนไป นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางเป็น Series ครั้งเดียวไปหลาย ๆ แห่งที่อยู่ในเส้นทางเดียวกัน และในอนาคตอันใกล้รูปแบบการท่องเที่ยวเช่นนี้ยังคงใช้ได้ผลดี

อยากให้เชียงใหม่เป็นเมืองวัฒนธรรมบนความทันสมัย คิดคนเดียวไม่ได้ ต้อง เชื่อมเชียงใหม่ เชียงราย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เที่ยว Route เที่ยวกลุ่ม (สบธนา อันประเสริฐ, สัมภาษณ์)

พัฒนาเป็น City of Life. อนาคตจะเป็นกรุงเทพฯ ปัจจุบันเปลี่ยนจาก Nature อาจเปลี่ยนแปลงตัวเองเป็นสะพานผ่านท่อ ถ้าไม่ทำ การท่องเที่ยวขยาย เชียงใหม่จะถูกลิ้ม ...เป็น Zone, Aria ที่วัฒนธรรม ชนเผ่า ท่องเที่ยวต่อจาก เกษตร เอาภูมิปัญญามาผสมกับเทคโนโลยีการเกษตร นักท่องเที่ยวมาดู ภูมิปัญญาและเทคโนโลยี เกษตร การเกษตร ชนเผ่า วัฒนธรรม ความเชื่อ ภูมิปัญญา (วรพล วัฒนเหลืองอรุณ, สัมภาษณ์)

## 2.7 ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะแหล่งท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่า จังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ขายวัฒนธรรม แต่มีความหลากหลายและทันสมัย จึงเป็นส่วนผสมระหว่างของเก่า กับของใหม่ เป็นแหล่งวัฒนธรรมบนความหลากหลายที่ทันสมัย

ภาพลักษณ์เชียงใหม่ในภาพรวมขายวัฒนธรรม มีเอกลักษณ์ของตัวเอง ผสมระหว่างเก่ากับใหม่ได้ลงรอยกัน เชียงใหม่ยังเป็นหัวใจล้านนา มีเอกลักษณ์ ทัศนกรรม ทำร่ม มีประเพณีที่ดี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ธรรมชาติสวยงาม มีการพัฒนา มีโรงแรม Boutique มีสนามกอล์ฟ แต่ความเป็นล้านนายังมีอยู่ ประเพณี ทำบุญ ศาสนา ที่สืบสานยังมีอยู่ คนทางเหนือยังรักษาไว้ดีอยู่ (วันเมตต์ ฉาวรสุข, สัมภาษณ์)

ภาพลักษณ์ เชียงใหม่อยากเป็นทุกอย่าง ไอที Hub ภาพลักษณ์วัฒนธรรม (สบธนา อันประเสริฐ, สัมภาษณ์)

เชียงใหม่ยังคงเป็นหัวใจล้านนาแต่เป็นหัวใจที่ถูกกระทำ หัวใจสลาย (ดวงจันทร์ อภาวพัชรุตม์ เจริญเมือง, สัมภาษณ์)

## 2.8 ความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง ในฐานะแหล่งท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ทั้งจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แต่จังหวัดเชียงใหม่พัฒนามากกว่าเมืองหลวงพระบาง เมืองหลวงพระบางใช้จังหวัดเชียงใหม่เป็นแม่แบบในการพัฒนา ในขณะที่มีการพัฒนามากก็ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมมากด้วย จังหวัดเชียงใหม่จึงมีปัญหากเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม เช่น เสียง ควันพิษ น้ำ เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญยังได้อธิบายเพิ่มว่า ทั้งจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางเป็นแหล่งประวัติศาสตร์ที่มีธรรมชาติงดงาม ผู้คนมีอัธยาศัยเป็นมิตรไมตรีเช่นเดียวกัน จะแตกต่างกันตรงที่เมืองหลวงพระบางเรียบง่ายแต่จังหวัดเชียงใหม่จะวุ่นวาย หลากหลาย และมีโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การคมนาคม ที่พัก โรงแรม การสื่อสาร เป็นต้น ที่สะดวกและมีประสิทธิภาพมากกว่า การมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่คุ้มค่าง่าเพราะประหยัดและน่าอยู่ถึงแม้คนท้องถิ่นจะสื่อสารภาษาต่างประเทศได้น้อยกว่าที่เมืองหลวงพระบาง แต่ก็ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย สะดวกสบายและอบอุ่น อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นว่าเมืองหลวงพระบางต้องมีการเปลี่ยนแปลง แต่การอนุรักษ์จะช่วยให้มรดกโลกและมรดกโลกยังคงสืบทอดสู่มวลมนุษยชาติได้ต่อไป

เชียงใหม่พัฒนาไปมาก มีการลงทุน มีโรงแรมระดับ 3 ดาว 4 ดาว 5 ดาว และแนวโน้มคือ Boutique Hotel ที่เกิดขึ้น หลวงพระบางวัฒนธรรมสมบูรณ์มาก ใส่บาตรเช้า เจดีย์ พุสี สวยงาม วิถีชีวิต ดั้งเดิม เป็นเมืองที่มีการพัฒนาค่อยเป็นค่อยไป ต้องดูแลอย่างไร คอยควบคุมให้ความรู้ด้วย ไม่ปล่อยให้ไปตามธรรมชาติ จะทำลำบาก จะกระทบวัฒนธรรม สำหรับเชียงใหม่การท่องเที่ยวเข้าไปพัฒนาด้านพื้นที่ต่างๆ ไม่มีการดูแล ส่งผลต่อเรื่องเสียง ควันพิษ น้ำ ต้องวางแผน ...เชียงใหม่หลวงพระบางจดทะเบียนเป็นเมืองพี่เมืองน้อง การลงทุนร่วมกัน การพัฒนาถูกลง คนไปเที่ยวทั้ง 2 แห่ง (วันเผด็จ ถาวรสุข, สัมภาษณ์)

ประเทศไทยภาพลักษณ์ เป็น Culture of Memory คุ้มค่า ราคาประหยัดจ่ายต่ำกว่าลาว ไปเที่ยวลาวคล้ายไทย แต่ขายถูก ต่อไปถ้ามีใครถูกกว่าก็จะย้ายไปเที่ยว หลวงพระบางเพิ่งออกจากช่อง Freeze สด ใหม่ น่าอยู่ แต่ วั สอยอัน หลวงพระบาง ทั้งหมดประเทศไทยคุ้มค่าง่า ถ้าเป็นโอกาส Image เขาสดกว่า เป็นของจริงกว่า เป็นบ้าน ๆ ไม่ต้องการเห็นความทันสมัย เชียงใหม่มีทรัพยากร

ธรรมชาติและทันสมัยบนพื้นฐานวัฒนธรรม ความปลอดภัยกับความสะอาด บ้านเราดีกว่า ภาพรวมคือเมืองไทยคึกคักน่าอยู่เมื่อเปรียบเทียบกับที่อื่น อยู่ยาว ๆ ต้องบ้านเรา (สบธนา อินประเสริฐ, สัมภาษณ์)

หลวงพระบางย้อนหลัง 5 ปีของเชียงใหม่ เศรษฐกิจเพิ่งเริ่มต้นกำลังขับเคลื่อน ต้องใช้เวลา ต้องควบคุม ลาวเป็นเมืองขึ้นของฝรั่งเศสมีจุดดีคือ ภาษาทางการหลายคนพูดอังกฤษ ฝรั่งเศสได้ แต่เราพูดภาษาเดียว ยุคนี้ต้องตามเขาให้ทัน เชียงใหม่จุดเดิมที่ยังไม่ทิ้งคือศิลปวัฒนธรรมประเพณี วัดพระสิงห์ วัดโลกโมฬี เป็นมรดกประเทศ ของเดิมต้องมีเพราะคนย้อนยุคยังมีอยู่ หลวงพระบาง ภาพลักษณ์เป็นแบบเดิมๆ แบบบ้าน ๆ ดูความเป็นตัวเราเมื่อ 10 ปีที่แล้ว บางส่วนเป็นเมืองท่องเที่ยว เป็นเหมือนเชียงใหม่ยุคแรก ๆ มี 3 Area ในเมืองเดียวกัน (วรพล วัฒนเหลืออรุณ, สัมภาษณ์)

หลวงพระบาง แยกไปหลวงพระบางมีความสุขเพราะเป็น Unseen ที่ทุกคนยังต้องการไปแต่ไปแล้วอยากกลับไปใหม่ บางคนว่าไม่กลับแล้ว พอแล้ว เพราะเป็นตัวหลวงพระบางค่อนข้างสเปกในตัวเอง มีการปรับเปลี่ยน ถนนเส้นกลางเส้นหน้าวังเป็นคนต่างชาติ ไม่ใช่ชาวหลวงพระบาง แม้ชาวไทยก็ไปลงทุน Culture ก็หาย ที่คนเดินเห็นผู้แก่ขายของหน้าบ้านหายไป มีแต่ฝรั่งหัวแดง ที่หน้าร้านฝรั่ง มีวิถีชนบทไม่ได้ปรับเปลี่ยน เขาว่าจะดูเชียงใหม่ไปดูหลวงพระบางคือ 60-70 ปี (สมฤทธิ ไทคำ, สัมภาษณ์)

เชียงใหม่ขายวัฒนธรรม หลวงพระบางก็เหมือนกัน แต่เพิ่งเปิดทีหลัง วัฒนธรรมยังไม่เปลี่ยนแปลง อุดมสมบูรณ์ (วันเผด็จ ถาวรสุข, สัมภาษณ์)

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูล

### 2.1 การวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง

การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญของเมืองหลวงพระบางพบว่า การท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบางมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี นับจากพ.ศ. 2546 เป็นต้นมา จำนวนนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้นจากประมาณ 130,000 คนเป็นประมาณ 320,000 คนใน พ.ศ. 2550 ส่งผลให้อุตสาหกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวขยายตัวตามไปด้วย เห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของบริษัทท่องเที่ยว

จาก 7 แห่ง ใน พ.ศ. 2540 เป็น 28 แห่ง ใน พ.ศ. 2550 การเพิ่มขึ้นของโรงแรมจาก 10 แห่ง ใน พ.ศ. 2540 เป็น 21 แห่ง ใน พ.ศ. 2550 การเพิ่มขึ้นของเกสต์เฮ้าส์จาก 19 แห่ง ใน พ.ศ. 2540 เป็น 200 กว่าแห่ง ใน พ.ศ. 2550 การเพิ่มขึ้นของร้านอาหารจาก 9 แห่ง ใน พ.ศ. 2540 เป็น 100 กว่าแห่ง ใน พ.ศ. 2550 นักท่องเที่ยวมีทั้งชาวลาวและชาวต่างประเทศที่มาเมืองหลวงพระบาง สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศ นักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติและมาประชุม (ท่านวิไลจน์ สิลิลัด, สัมภาษณ์) ลักษณะการเดินทางของชาวลาวจะมากับเพื่อนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก 3-14 คน เสร็จรถตู้มากันเอง พักอยู่ 1-2 คืน ที่พักคือบ้านญาติหรือเกสต์เฮ้าส์ที่ราคาไม่สูงนัก (บัวผัน สิ้นทร, สัมภาษณ์) การขยายตัวของการท่องเที่ยวทำให้เมืองหลวงพระบางพัฒนาและเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ เช่น การรับวัฒนธรรมทันสมัยของโลก มีร้านอาหารฝรั่ง ร้านอินเทอร์เน็ต โรงแรม (ท่านคำไพ สีสาวัน, สัมภาษณ์) สภาพเศรษฐกิจดีขึ้น การขยายตัวของการคมนาคมโดยเฉพาะทางอากาศ สายการบินเพิ่มเที่ยวบินมากขึ้น (จงจิต ลาวิโล, สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางมากขึ้น อาจเป็นเพราะเมืองหลวงพระบางมีปัจจัยที่เอื้อในการเดินทางซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ได้แก่ การขยายตัวของการคมนาคม และค่าครองชีพของบุคคลในแหล่งท่องเที่ยว (Middleton, 1994, PP. 13-15) ประกอบกับรัฐบาลเห็นว่าการท่องเที่ยวจะมีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ขยายความร่วมมือระหว่างประเทศ ยกกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน และเป็นช่องทางเผยแพร่วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติไปสู่สากล จึงวางกลยุทธ์การตลาดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามา สปป.ลาว อย่างต่อเนื่อง ด้วยการทำแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวลาวในระดับโลก กำหนดปีท่องเที่ยวลาวระหว่าง ค.ศ. 1999-2000 (สันติพงษ์ ช้างเผือก, 2546, น. 2.) และให้ ค.ศ. 2005 เป็นปีท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางเมืองมรดกโลก

ด้านจุดขายของเมืองหลวงพระบางในฐานะแหล่งท่องเที่ยวนั้น เมืองหลวงพระบางมีสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมเป็นจุดขายหลัก เพราะเมืองหลวงพระบางมีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ศาสนา ประวัติศาสตร์ และมีธรรมชาติที่สวยงาม รวมทั้งการเป็นเมืองมรดกโลก (ท่านอ้วน สุรศักดิ์, ท่านวิไลจน์ สิลิลัด และท่านคำเพียง มะนิจิต, สัมภาษณ์) ส่วนสินค้าที่เป็นจุดขายคือสินค้าทางหัตถกรรมและอุตสาหกรรม (ท่านคำเพียง มะนิจิต, สัมภาษณ์) นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวเมืองหลวงพระบางจึงไปเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในและนอกเมืองหลวงพระบาง ได้แก่ วัดเชียงทอง พระธาตุพูสี พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหลวงพระบางหรือพระราชวัง วัดใหม่สุวรรณภูมิ วัดวิษณุราช ถ้ำตองน้ำตกต่าง ๆ หมู่บ้านหัตถกรรมและหมู่บ้านที่ทำอาชีพต่าง ๆ เช่น บ้านทอผ้าผ้ามขของไทลื้อ บ้านช่างซ่อมทำกระดาษสา บ้านช่างไม้ทำเหล้า กินอาหารทั้งอาหารประจำชาติลาวคือแจ่วบอง เป็งจี่



ไส้จิ้งจอก ไคแผ่น (สาหร่ายแผ่น) และอาหารตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจักรยานหรือจักรยานยนต์ชมเมือง เดินเล่นตามหมู่บ้านชนบท เดินตลาด ล่องเรือ เที่ยวชมป่า และใช้ชีวิตอยู่ในป่า (จงจิต ลาวิไล, ท่านคำเพียง มะณีจิต, ท่านคำไพ สีสาวัน, และบัวผัน สิ้นทร, สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่าจุดขายของเมืองหลวงพระบางประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม ได้แก่ อารยธรรมสมัยเก่า เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของอาณาจักร ความเป็นมาของสถานที่โบราณสถาน โบราณวัตถุ สถาปัตยกรรม วิถีชีวิตของชนเผ่าเชื้อชาติต่าง ๆ ฯลฯ สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติที่เป็นทั้งความงดงามของธรรมชาติบนพื้นดิน ภูเขา น้ำตก และแม่น้ำ และสิ่งดึงดูดใจที่สร้างความรื่นรมย์ ตั้งแต่การชมวิวทิวทัศน์ของสถานที่ต่าง ๆ เช่น การล่องเรือชมสองฝั่งของลำน้ำ การขี่จักรยานหรือจักรยานยนต์ชมเมือง การเดินเล่นตามหมู่บ้านชนบท เป็นต้น รวมทั้งการท่องเที่ยวผจญภัยรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเที่ยวชมป่า และใช้ชีวิตอยู่ในป่า เป็นต้น (Goeldner, C. R.; Ritchie, J. R.; and McIntosh, R. W., 2000, pp. 216-241) ประกอบกับการที่รัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จึงเน้นการท่องเที่ยวแบบมีคุณค่า ประกอบด้วยคุณค่าทางวัฒนธรรม จารีตประเพณี และความหลากหลายของเชื้อชาติหรือชนเผ่า (Boonyasarit Aneksuk, 2004 และรัชนี เชื้อไฟโรจน์กิจ, 2547)

เมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวใด การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ ด้วย เช่น มีโรงแรม ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นต้น การลงทุนในหลายรูปแบบก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพ กระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำทรัพยากรท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ในรูปการผลิตสินค้าพื้นเมือง ของที่ระลึก และการบริการในท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น อาหารพื้นบ้าน เครื่องดื่มพื้นบ้าน เป็นต้น เป็นการเพิ่มรายได้ให้คนในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544, น. 88) ในขณะที่นักท่องเที่ยวเข้ามาเมืองหลวงพระบางมากขึ้น ปัญหาที่ตามมาคือการรับวัฒนธรรมที่ติดมากับนักท่องเที่ยวซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตชาวหลวงพระบาง ตั้งแต่การอยู่อาศัยที่ชาวหลวงพระบางดั้งเดิมต้องย้ายออกไปเพื่อให้ นักลงทุนเช่าบ้านทำที่พักของนักท่องเที่ยว (ท่านอ้วน สุรศักดิ์, สัมภาษณ์) การทำอาหารเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (จงจิต ลาวิไล, สัมภาษณ์) การปรับและผ่อนปรนระเบียบปฏิบัติของสมาชิกในสังคมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม เช่น การอนุโลมให้นักท่องเที่ยวผู้หญิงนุ่งกางเกงใส่บาตรได้ เป็นต้น (ท่านอ้วน สุรศักดิ์, และบัวผัน สิ้นทร, สัมภาษณ์) สภาพเศรษฐกิจที่สินค้ามีราคาแพงขึ้น (บัวผัน สิ้นทร, สัมภาษณ์) และสภาพแวดล้อมโดยรวมมีขยะมากขึ้น (ท่านคำเพียง มะณีจิต, สัมภาษณ์) บ้านเรือนที่อยู่อาศัยลดลงกลายเป็นที่พักนักท่องเที่ยว ความปลอดภัยลดลง

เสียงดังมากขึ้น มีรถมากขึ้น และเยาวชนเลียนแบบนักท่องเที่ยว (ท่านอ้วน สุรศักดิ์, ท่านวิไลจน์ สิลิลัด, และจจจิต ลาวิโล, สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่า สถานภาพเมืองมรดกโลกส่งผลทั้งด้านบวกและด้านลบแก่ประชาชน และตัวเมืองหลวงพระบาง ด้านลบคือค่าครองชีพสูงขึ้น เมืองกลายเป็นเมืองของนักท่องเที่ยว วัฒนธรรมผิดเพี้ยน และมีแนวโน้มว่าผู้คนจะละทิ้งวัฒนธรรมเดิมโดยเฉพาะผู้หญิงนุ่งกางเกงแทนการนุ่งซิ่น เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น ขยะ น้ำเสีย รถติด อากาศเสีย เป็นต้น (ดวงจันทร์ อภาวชิรุตม์ เจริญเมือง, 2546)

สำหรับการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ผู้เกี่ยวข้องใช้การพูดคุยปรึกษาหารือกันเพื่อทำความเข้าใจกับประชาชนให้ประชาชนมีการรับรู้มากขึ้น ให้ประชาชนเห็นว่าการเป็นเมืองมรดกโลกทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อการเพิ่มรายได้ในครอบครัวและการสร้างอาชีพ แต่ภาครัฐต้องขอความร่วมมือจากประชาชนให้ช่วยกันปกป้องรักษาความเป็นมรดกโลก และให้การศึกษาอบรมแก่เยาวชนเพื่อให้ช่วยกันสืบสานเสน่ห์และความเป็นเมืองหลวงพระบางไว้อย่างยั่งยืน (ท่านอ้วน สุรศักดิ์, ท่านวิไลจน์ สิลิลัด, ท่านคำเพียง มะนิจิต, บัวผัน สิ้นพร, และจจจิต ลาวิโล, สัมภาษณ์) จะเห็นได้ว่า การรักษาความเป็นเมืองมรดกโลกของเมืองหลวงพระบางได้รับความช่วยเหลือทั้งการสนับสนุนด้านงบประมาณและความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายเพื่อบริหารจัดการเมืองมรดกโลก (Boonyasari Aneksuk, 2004, คณะทำงานท้องถิ่น, 2543 และภัทรพงศ์ คงวิจิตร, 2543) เมืองหลวงพระบางจึงยังคงความเป็นเมืองวัฒนธรรม แม้จะมีการก่อสร้างเพิ่มเติม มีการพัฒนาเมืองตลอดเวลาที่ผ่านมา มีสิ่งอำนวยความสะดวกและความบันเทิงที่ทันสมัยมากขึ้น เช่น โรงแรมและรีสอร์ทระดับห้าดาว ร้านอาหารอินเทอร์เน็ต ร้านอาหารแบบยุโรป เป็นต้น แต่วิถีชีวิตของชาวหลวงพระบางยังคงสงบงามเช่นเดิม การใส่บาตรของชาวหลวงพระบางยังคงดำเนินอยู่ทุกเช้า ผู้คนยังคงยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายผู้มาเยือนในฐานะเจ้าบ้านที่ดี สิ่งเหล่านี้คือมนต์เสน่ห์ของเมืองหลวงพระบาง (นงคินุช ไพโรพิบูลยกิจ, 1998, น. 88 และกุลธิดา สืบหล้า, 2544, น. 99)

ด้านการเผยแพร่สารสนเทศการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง องค์การท่องเที่ยวแห่งชาติหลวงพระบางใช้การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ไปสเตอร์ แผ่นพับ นิตยสาร รายการวิทยุโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และการส่งเสริมการขายด้วยการร่วมงานที่จัดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้สารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง ประเด็นที่น่าเสนอผ่านสื่อเหล่านั้นส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับมรดกโลก วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต เสน่ห์ของเมืองหลวงพระบาง (ท่านวิไลจน์ สิลิลัด, ท่านอ้วน สุรศักดิ์, และท่านคำเพียง มะนิจิต, สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่า ผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางใช้สารสนเทศที่มีลักษณะจูงใจร่วมกับสารสนเทศทั่วไปส่งผ่านช่องทางการสื่อสารหลากหลายทั้งที่เป็นสื่อเฉพาะ สื่อทั่วไป และสื่อที่เป็นนวัตกรรมทันสมัย เช่น นิตยสารนำเที่ยว รายการวิทยุโทรทัศน์ แผ่นพับ ไปสเตอร์ เว็บไซต์ เป็นต้น (Gartner, 1993) เป็นแรงกระตุ้นนักท่องเที่ยวให้สนใจและเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวของตนด้วยวิธีการต่าง ๆ ทั้งการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่ง Miossec (อ้างถึงใน ดุ้ย ชุมสาย, น. 118) เห็นว่า การโฆษณาต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ การใช้ไปสเตอร์ แผ่นพับ และเว็บไซต์ เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ส่วนรวม และเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเกิดภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวขึ้นในจิตใจของปัจเจกบุคคลด้วย (Technical Note, 2007, p. 8)

สำหรับแนวโน้มและจุดขายของเมืองหลวงพระบางในอนาคต พบว่าความเป็นมรดกโลกและวัฒนธรรมประเพณียังเป็นจุดขายหลัก ร่วมกับธรรมชาติที่สวยงาม และการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่น ๆ (ท่านอ้วน สุรศักดิ์, ท่าน คำไพ สีสาวัน, และท่านคำเพียง มะณีจิต, สัมภาษณ์) จะเห็นได้ว่าจุดขายของเมืองหลวงพระบางในอนาคตยังคงให้ความสำคัญกับสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม และสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ ประกอบกับรัฐบาลสปป.ลาวเห็นว่าการท่องเที่ยวจะมีบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ขยายความร่วมมือระหว่างประเทศ ยกกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน และเป็นช่องทางเผยแพร่วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติไปสู่สากล จึงกำหนดแนวทางความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในกรอบต่าง ๆ ได้แก่ กรอบอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง เส้นทางเศรษฐกิจเชื่อมโยงตะวันออก-ตะวันตก (EWEC) และกรอบความร่วมมือสามเหลี่ยมมรกต (ราชินี เอื้อไพโรจน์กิจ, 2547) เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางกับแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่น ๆ

ด้านภาพลักษณ์ของเมืองหลวงพระบาง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า มรดกโลกและวัฒนธรรมประเพณีเป็นภาพลักษณ์ของเมืองหลวงพระบางในฐานะแหล่งท่องเที่ยว (ท่านคำไพ สีสาวัน, ท่านวิไลจัน สิลิลัด, และจงจิต ลาวิโล, สัมภาษณ์) เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ลักษณะของภาพที่ปรากฏให้เห็น ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้จัดอยู่ในประเภทภาพลักษณ์ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิม อารยธรรมเก่า ประเพณีพื้นบ้าน ความเชื่อ ความเป็นอยู่ของผู้คน ฯลฯ นักท่องเที่ยวจะสนใจภาพลักษณ์ประเภทนี้มากหากแหล่งท่องเที่ยวมีขนบธรรมเนียมประเพณีแตกต่างจากขนบธรรมเนียมประเพณีของนักท่องเที่ยว (Miossec อ้างถึงใน ดุ้ย ชุมสาย, น. 120)

ด้านความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง ในฐานะแหล่งท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นว่าจังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการพัฒนา มากกว่าเมืองหลวงพระบาง ส่วนเมืองหลวงพระบางเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ของดั้งเดิมไว้ได้ดีกว่าแหล่งท่องเที่ยวที่อื่น ๆ (จงจิต ลาวิโล, และท่านคำไพ สีสาวัน, สัมภาษณ์)

## 2.2 การวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่พบว่า จังหวัดเชียงใหม่เป็นเส้นทางเศรษฐกิจที่มีการคมนาคมสะดวกทั้งทางอากาศและทางบก เชื่อมโยงกับจังหวัดสำคัญ ๆ ในประเทศไทย และเมืองสำคัญของประเทศต่าง ๆ ส่งผลให้การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่จึงอยู่ในสภาพทรงตัวและอาจลดลงบ้างช่วง แต่ช่วงเทศกาลยังคงมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวจำนวนมาก ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาจากที่ต่าง ๆ ได้แก่ ยุโรป อเมริกา เอเชีย ออสเตรเลีย โอเชียเนีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (รวมพลวัฒนธรรมเอเชีย, วันแฉัตร ภาวสุข, สมฤทธิ์ ไชคำ, และสมิคร วงษ์เวช, สัมภาษณ์) ซึ่งเข้าพักในที่พักประเภทต่าง ๆ ตามกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม เกสต์เฮ้าส์ เป็นต้น ลักษณะการเดินทางมีทั้งกลุ่มที่มากับบริษัทนำเที่ยวและมากับครอบครัว ระยะเวลาที่มาเที่ยวมีทั้งช่วงนอกฤดูกาล (Low Season) และในฤดูกาล (High Season) เหตุผลที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เพราะชอบอากาศ ราคาไม่แพง ค่ำค่า ชอบบรรยากาศของผู้คน บางกลุ่มมาเพื่อตรวจสอบสุขภาพและท่องเที่ยวด้วย บางกลุ่ม เช่น นอร์เวย์ สวีเดน เป็นต้น กลับมาเที่ยวซ้ำเพราะจังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีปัญหา มีความปลอดภัย ค่ำค่า และผู้คนเป็นมิตร ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวพักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ประมาณ 1 สัปดาห์ (สมฤทธิ์ ไชคำ, สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงให้ความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เช่นเดิม อาจเป็นเพราะจังหวัดเชียงใหม่มีปัจจัยที่เอื้อในการเดินทางซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง สามารถเดินทางมาได้ทั้งทางบกและทางอากาศ ประกอบกับการมีเส้นทางเชื่อมโยงกับจังหวัดสำคัญ ๆ ในประเทศและเมืองสำคัญของประเทศต่าง ๆ ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกได้มากขึ้น ยิ่งกว่านั้นองค์ประกอบด้านลักษณะทางกายภาพของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ทำเลที่ตั้ง บรรยากาศ ภูมิทัศน์ การจัดการกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และทัศนคติของคนในท้องถิ่น เป็นปัจจัยสำคัญร่วมกันในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ (Middleton, 1994, PP. 13-15 และดูย ชุมสาย, 2528, น. 23-44)

ด้านจุดขายของจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว นั้น จังหวัดเชียงใหม่ มีความโดดเด่นเรื่องความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก และกิจกรรมการท่องเที่ยว ร่วมกับการเป็นเมืองวัฒนธรรมที่ตั้งอยู่ในแหล่งที่มีธรรมชาติสวยงาม จึงสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวได้ทุกช่วงอายุ เช่น กลุ่มวัยรุ่นที่ชอบผจญภัย สามารถเลือกทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การขับรถ ATV การยิงปืนเพนบอล การขี่ช้าง การเล่นบันจี้จัมพ์ การโดดร่มโดดหอ การล่องแพ กลุ่มเด็กมีสวนสัตว์เชียงใหม่และสวนสัตว์กลางคืน (Night Safari) ไว้ให้เข้าชม กลุ่มผู้ใหญ่และผู้สูงอายุมีสปาและการดูแลสุขภาพไว้ให้บริการ กลุ่มที่ชอบรับประทานอาหารและจับจ่ายซื้อของ มีอาหาร อาหารพื้นเมืองและอาหารนานาชาติตามร้านอาหาร โรงแรม ที่พักต่าง ๆ ไว้ให้บริการ มีแหล่ง จับจ่ายซื้อของทั้งแบบห้างสรรพสินค้าคือไนต์ฟลาซา แบบวิถีชีวิต เช่น กาดหลวงหรือกาดวโรรส กาดสวนแก้ว เป็นต้น แบบรวมแหล่งสินค้าพื้นเมืองคือถนนคนเดิน กลุ่มที่ชอบดูพืชและสัตว์มีสวน พฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ และอุทยานแห่งชาติต่าง ๆ ไว้ให้บริการ (วันเผด็จ ทวารสุข, สบธนา อันประเสริฐ, วรพล วัฒนเหลืออรุณ, สมฤทธิ์ ไชคำ, และสมัคร วงษ์เวช, สัมภาษณ์)

สำหรับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำขณะท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ และสถานที่ที่ นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติชอบการท่องเที่ยวขี่ช้างและดู การแสดงของช้าง การล่องแพ กลุ่มผู้สูงวัยและผู้ใหญ่ชอบสปาและการดูแลสุขภาพ เที่ยวชม วัฒนธรรม ชมเครื่องเงิน เรียนทำอาหาร กลุ่มวัยรุ่นชอบการท่องเที่ยวผจญภัย การเล่นบันจี้จัมพ์ โดร่ม โดหอ กลุ่มที่มาเอง มากับเพื่อน ชอบเที่ยวแหล่งบันเทิงยามราตรี และผับ นอกจากนี้ก็มี การล่องเรือล่องแพ การเที่ยวชมหมู่บ้านชาวเขา การเดินตลาด (สมฤทธิ์ ไชคำ, ดวงจันทร์ อภาวัชรุตม์ เจริญเมือง, และสมัคร วงษ์เวช, สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่า จุดขายของจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจหลายประเภท ร่วมกันคือ สิ่งดึงดูดใจที่สร้างความรื่นรมย์หรือนันทนาการ ได้แก่ การขับรถ ATV การยิงปืนเพน บอล การขี่ช้าง บันจี้จัมพ์ การโดดร่มโดดหอ การล่องแพ สิ่งดึงดูดใจที่ให้ความบันเทิง ประกอบด้วยการท่องเที่ยวสวนสัตว์ การจับจ่ายซื้อของ และการเที่ยวผับ เที่ยวแหล่งบันเทิงยามราตรี สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม ได้แก่ การเที่ยวดูวัฒนธรรม ดูเครื่องเงิน เรียนทำอาหาร การเที่ยวชม หมู่บ้านชาวเขา การเดินตลาด และสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ ได้แก่ การท่องเที่ยวตามแหล่ง ธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติ ภูเขา น้ำตก เป็นต้น การล่องเรือล่องแพ (Goeldner, C. R.; Ritchie, J. R.; and McIntosh, R. W., 2000, pp. 216-241)

ด้านปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าธุรกิจการ ท่องเที่ยวมีการแข่งขันกันสูง ทำให้ตัดราคากันเพื่อแย่งลูกค้า หรือเพิ่มราคาเพื่อผลกำไร (สบธนา

อันประเสริฐ, และสมัคร วงษ์เวช, สัมภาษณ์) ปัญหาเรื่องไม่มีแหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจแห่งใหม่ไว้ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ปัญหาการจัดกิจกรรม การจัดเทศกาลต่าง ๆ นอกฤดูกาล (สบธนา อันประเสริฐ, สมัคร วงษ์เวช, และดวงจันทร์ อภาวพัชรุทธิ์ เจริญเมือง, สัมภาษณ์) ปัญหาจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวพักน้อยลง (วรพล วัฒนเหลืออรุณ, สัมภาษณ์) และปัญหาเกี่ยวกับนโยบายและการวางแผน ขาดนโยบายระดับชาติ การเปลี่ยนแปลงนโยบายของผู้บริหารส่งผลต่อการปฏิบัติงาน และการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวไม่ชัดเจน (ดวงจันทร์ อภาวพัชรุทธิ์ เจริญเมือง, วันเฒ่าจถาวรสุข, สบธนา อันประเสริฐ, และวรพล วัฒนเหลืออรุณ, สัมภาษณ์)

สำหรับการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางส่วนเห็นว่า ควรเลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่าการเลือกปริมาณนักท่องเที่ยว (สบธนา อันประเสริฐ, สัมภาษณ์) ด้านนโยบายควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ไม่ควรเปลี่ยนตามตัวบุคคล ตามผู้บริหาร หรือตามสถานการณ์บ้านเมือง (วรพล วัฒนเหลืออรุณ, และสบธนา อันประเสริฐ, สัมภาษณ์) ส่วนการจัดเทศกาลหรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ควรให้นักท่องเที่ยวได้เห็นวิถีชีวิตของท้องถิ่นในสภาพแท้จริงไม่ควรทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า ทำเมืองให้น่าอยู่ จะเป็นแรงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ (ดวงจันทร์ อภาวพัชรุทธิ์ เจริญเมือง, สัมภาษณ์) สำหรับสิ่งดึงดูดใจใหม่ ๆ มีผู้ประกอบการบางคนนำเสนอสิ่งใหม่หรือให้ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้การสนับสนุน เช่น เรือหางเมงป่อง เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นมาแล้วควรดำเนินการต่อเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง ไม่สูญหายเฉพาะช่วงที่รัฐบาลให้ความสนใจเท่านั้น เช่น ไนต์ซาฟารี พืชสวนโลก เป็นต้น (วรพล วัฒนเหลืออรุณ, และสมัคร วงษ์เวช, สัมภาษณ์)

กรณีของจังหวัดเชียงใหม่ชี้ให้เห็นว่า นโยบายหรือแผนเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะพัฒนามานานหรือเพิ่งเริ่มพัฒนา ย่อมต้องมียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนต่อเนื่อง และนำไปปฏิบัติอย่างจริงจัง การศึกษาที่ผ่านมาพบว่าการท่องเที่ยวส่งผลต่อความเสื่อมโทรมของพื้นที่ท่องเที่ยวและสภาพเศรษฐกิจและสังคมของพื้นที่รอบเมืองเชียงใหม่ด้วย (พันธุ์สุรย์ลดาวัลย์ และคณะ, 2530) ผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่พยายามแก้ไขปัญหาด้วยการฟื้นฟูสภาพเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อไม่ให้มีความเสียหายเพิ่มขึ้น (มนัส สุวรรณ และคณะ, 2541)

ด้านการเผยแพร่สารสนเทศการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานใหญ่ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานเขต 1 เป็นหน่วยงานหลักที่ช่วยประสานงานการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ดูแลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากมีการกระจายตัวของการเผยแพร่ การ

ประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการส่งเสริมการขายไปตามหน่วยงานราชการ เช่น อำเภอ อบต. เทศบาล หอการค้า สภาอุตสาหกรรม เป็นต้น และภาคเอกชน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น (สมฤทธิ ไหคำ, และวรพล วัฒนเหลืออรุณ, สัมภาษณ์) ประกอบกับจังหวัดเชียงใหม่มีสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหลายสมาคม เช่น สมาคมมัคคุเทศก์จังหวัดเชียงใหม่ สมาคมโรงแรมจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น และสมาคม ชมรมที่เกี่ยวข้อง สื่อต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ชมรมหนังสือพิมพ์ เป็นต้น หน่วยงานเหล่านี้มีสื่อเฉพาะของตนเอง เช่น มัคคุเทศก์สาร และเว็บไซต์ของสมาคมมัคคุเทศก์จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น ไปสเตอร์ แผ่นพับ และคู่มือแนะนำเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จึงเผยแพร่สารสนเทศการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ผ่านสื่อของตนได้สะดวกรวดเร็ว (สมฤทธิ ไหคำ, สัมภาษณ์) ส่วนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้สื่อผสมผสานเผยแพร่ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ตามลักษณะตลาดหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวและสินค้าการท่องเที่ยว ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ โดยมีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อหลัก (สภานา อันประเสริฐ, และวันเด้จ ถาวรสุข, สัมภาษณ์) สำหรับสารสนเทศที่น่าเสนอส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรม ธรรมชาติ ความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย การจัดกิจกรรมและเทศกาลต่าง ๆ (วันเด้จ ถาวรสุข, สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่าผู้เกี่ยวข้องของด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ใช้ข้อมูลที่มีลักษณะจูงใจคือ ข้อมูลจากแหล่งสารที่เป็นแผ่นพับ ไปสเตอร์ และข้อมูลทั่วไปจากแหล่งสารที่เป็นนวัตกรรมทันสมัย เช่น เว็บไซต์ เป็นต้น (Gartner, 1993) เป็นสารสนเทศการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งสื่อมวลชน สื่อของรัฐ และสื่อเฉพาะของภาคเอกชน เช่น มัคคุเทศก์สาร นิตยสารนำเที่ยว รายการวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น เพื่อใช้สารสนเทศการท่องเที่ยวเป็นแรงกระตุ้นผ่านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายของแหล่งท่องเที่ยว ไปยังนักท่องเที่ยว ซึ่ง Miossec (อ้างถึงใน ด้อย ชุมสาย, น. 118) เห็นว่าการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การใช้สื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ รายการวิทยุโทรทัศน์ ไปสเตอร์ แผ่นพับ เว็บไซต์ เป็นต้น เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ส่วนรวม และเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเกิดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวขึ้นในจิตใจของปัจเจกบุคคลด้วย (Technical Note, 2007, p. 8)

สำหรับแนวโน้มและจุดขายของจังหวัดเชียงใหม่ในอนาคต ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นว่า วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาไทย วิถีชีวิต ยังเป็นจุดขายหลักร่วมกับธรรมชาติที่สวยงาม และการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่น ๆ (สภานา อันประเสริฐ, และวรพล วัฒนเหลืออรุณ, สัมภาษณ์) จะเห็นได้ว่าจุดขายของจังหวัดเชียงใหม่ในอนาคตยังคงให้ความสำคัญกับสิ่งดึงดูดใจ

ทางวัฒนธรรมและสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ ประกอบกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2547-2550 กำหนดวิสัยทัศน์จังหวัดเชียงใหม่ให้เป็น “นครแห่งชีวิตและความมั่งคั่ง” (City of Life and Prosperity.) หมายถึง การเป็นเมืองที่ให้ความสุขและชีวิตที่มีคุณค่าแก่ผู้อยู่อาศัยและผู้มาเยือนในฐานะเมืองที่น่าอยู่และน่าท่องเที่ยวในระดับเอเชีย พร้อมกับเป็นประตูการค้าการลงทุนสู่สากล จึงกำหนดแนวทางการร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) และเอเชียใต้ (BIMSTEC) ในขณะเดียวกันที่มีการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม ล้วนมาด้วยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างความโดดเด่นและเชื่อมโยงสู่สากล (สำนักงานจังหวัด เชียงใหม่, 2550)

ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่พบว่า แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนความหลากหลายและทันสมัย เป็นภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ (วันเผด็จ ถาวรสุข, สบธนา อ้นประเสริฐ, และดวงจันทร์ อาภาวิชชุต์ม์ เจริญเมือง, สัมภาษณ์) เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ลักษณะของภาพที่ปรากฏให้เห็น ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้จัดอยู่ในประเภทภาพลักษณ์ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งเกี่ยวข้องกับประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คน อารยธรรมเก่า ฯลฯ นักท่องเที่ยวจะสนใจภาพลักษณ์ประเภทนี้มากหากแหล่งท่องเที่ยวมีขนบธรรมเนียมประเพณีแตกต่างจากขนบธรรมเนียมประเพณีของนักท่องเที่ยว (Miossec อ้างถึงใน ต้อย ชุมสาย, น. 120)

ด้านความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง ในฐานะแหล่งท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า เมืองหลวงพระบางคือจังหวัดเชียงใหม่ในระยะแรกที่เพิ่งเริ่มพัฒนา (วันเผด็จ ถาวรสุข, วรพล วัฒนเหลืออรุณ, สมฤทธิ ไหวคำ, และสบธนา อ้นประเสริฐ, สัมภาษณ์) ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการพัฒนามากกว่าเมืองหลวงพระบาง แม้จังหวัดเชียงใหม่จะได้รับผลกระทบด้านลบจากการพัฒนา ทำให้มีมลภาวะเรื่องเสียง ควันพิษ น้ำเสีย แต่จังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างความคุ้มค่าให้นักท่องเที่ยวได้มากกว่า มีความสะอาดและความปลอดภัยมากกว่า ในขณะที่เมืองหลวงพระบางเพิ่งพัฒนาและเริ่มได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว จึงยังคงสภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สด ใหม่ และวัฒนธรรมยังสมบูรณ์ (วันเผด็จ ถาวรสุข, และสบธนา อ้นประเสริฐ, สัมภาษณ์)

### 2.3 สรุปผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวคือ จังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นสรุปสาระสำคัญได้ดังตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 5.1 สรุปผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้อง  
ด้านการท่องเที่ยว

ประเด็นที่วิเคราะห์	เมืองหลวงพระบาง	จังหวัดเชียงใหม่
1. สถานการณ์การท่องเที่ยว	-มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อุตสาหกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวขยายตัว - บริษัทท่องเที่ยว โรงแรม เกสต์เฮ้าส์ ร้านอาหาร	-อยู่ในสภาพทรงตัวและอาจลดลง บางช่วง แต่ช่วงเทศกาลยังคงมีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมาก
1.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	1. การขยายตัวของการคมนาคม -- การเพิ่มเที่ยวบิน 2. ค่าครองชีพของบุคคลในแหล่งท่องเที่ยว 3. ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวลาวในระดับโลก -- ให้ ค.ศ. 2005 เป็นปีท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง	1. ความสะดวกในการเดินทาง -- มาได้ทั้งทางบกและทางอากาศ -- มีเส้นทางเชื่อมโยงกับจังหวัดสำคัญๆ ในประเทศและต่างประเทศ 2. องค์ประกอบด้านลักษณะทางกายภาพของเชียงใหม่ --- ทำเลที่ตั้ง --- บรรยากาศ --- ภูมิทัศน์ --- การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว --- ทักษะคติของคนในท้องถิ่น
1.2 ที่อยู่ของนักท่องเที่ยว	-นักท่องเที่ยวชาวลาวและชาวต่างประเทศ	-นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ชาวต่างประเทศมาจากที่ต่าง ๆ ได้แก่ ยุโรป อเมริกา เอเชีย ออสเตรเลีย โอเชียเนีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
1.3 จุดประสงค์ในการเดินทาง	-ชาวลาวมาเพื่อเยี่ยมญาติ และมาประชุม	-ชาวต่างประเทศมาตรวจสุขภาพและท่องเที่ยว
1.4 ลักษณะการเดินทาง	-ชาวลาว จะมากับเพื่อนเป็นกลุ่มขนาดเล็ก 3-14 คน เ้ารถตู้มาเอง	-ชาวต่างประเทศมีทั้งกลุ่มที่มากับบริษัทนำเที่ยวและมากับครอบครัว

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้อง  
ด้านการท่องเที่ยว (ต่อ)

ประเด็นที่วิเคราะห์	เมืองหลวงพระบาง	จังหวัดเชียงใหม่
1.5 ระยะเวลาที่พัก 1.6 สถานที่พัก 1.7 ช่วงเวลาที่ใช้เดินทาง 1.8 เหตุผลที่ใช้เดินทาง	-พักอยู่ 1- 2 คืน -ที่พักคือบ้านญาติหรือเกสต์เฮาส์ ที่ราคาไม่สูงนัก	-พักอยู่ประมาณ 1 สัปดาห์ -พักในที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม เกสต์เฮาส์ เป็นต้น -ช่วงที่มาเที่ยวมีทั้งช่วงนอก ฤดูกาล และในฤดูกาล -มาเที่ยวเพราะชอบอากาศ ราคา ไม่แพง ชอบบรรยากาศของผู้คน -กลับมาเที่ยวซ้ำเพราะเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่ไม่มีปัญหา ปลอดภัย คุ้มค่า และผู้คนเป็นมิตร
2. จุดขาย	-วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ศาสนา ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ ที่สวยงาม เมืองมรดกโลก และ สินค้าหัตถกรรมและอุตสาหกรรม -สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม ได้แก่ อารยธรรมสมัยเก่า วิถีชีวิตชุมชน ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม - สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ ได้แก่ ความงดงามของธรรมชาติบน พื้นดิน ภูเขา น้ำตก และแม่น้ำ - สิ่งดึงดูดใจที่สร้างความรื่นรมย์ หรือนันทนาการ ได้แก่ ล่องเรือ ขี่จักรยาน/จักรยานยนต์ชมเมือง เดินเล่นหมู่บ้านชนบท ท่องเที่ยว ผจญภัย ชมและใช้ชีวิตในป่า	-ความหลากหลายของสถานที่ ท่องเที่ยว ที่พัก กิจกรรมการ ท่องเที่ยว - สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม ได้แก่ การเที่ยวดูวัฒนธรรม ดูเครื่องเงิน เรียนทำอาหาร เที่ยวชมหมู่บ้าน ชาวเขา เดินตลาด - สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การล่องเรือล่องแพ - สิ่งดึงดูดใจที่สร้างความรื่นรมย์ หรือนันทนาการ ได้แก่ รถ ATV ยิงปืนเพนบอล ขี่ช้าง บ้านจี้จัมพ์ โตดรัมโตดหอ ล่องแพ

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้อง  
ด้านการท่องเที่ยว (ต่อ)

ประเด็นที่วิเคราะห์	เมืองหลวงพระบาง	จังหวัดเชียงใหม่
2. จุดขาย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สิ่งดึงดูดใจที่ให้ความบันเทิง ได้แก่ การจับจ่ายซื้อของ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สิ่งดึงดูดใจที่ให้ความบันเทิง ได้แก่ การเที่ยวสวนสัตว์ การจับจ่ายซื้อของ เที่ยวผ้า เที่ยวแหล่งบันเทิงยามราตรี</li> </ul>
3. กิจกรรมที่ทำและสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเยี่ยมชม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ เช่น วัดเชียงทอง พระธาตุจอมพูสี พิพิธภัณฑ์แห่งชาติหลวงพระบาง หรือพระราชวัง วัดใหม่สุวรรณพูมา วัดวิชุนราช ถ้ำตึง น้ำตกต่าง ๆ หมู่บ้านหัตถกรรมและอาชีพต่าง ๆ เช่น บ้านทอผ้าผานมของไทลื้อ บ้านช่างซ่อมทำกระดาษสา บ้านช่างไหทำเหล้า</li> <li>- กินอาหารทั้งอาหารประจำชาติ ลาวคือแจ่วบอง แป้งจี๋ ใส่อั่ว ไคแผ่น (สาหร่ายแผ่น) และอาหารตามความต้องการของนักท่องเที่ยว</li> <li>- ชีจักกรยาน/จักรยานยนต์ชมเมือง</li> <li>- เดินเล่นตามหมู่บ้านชนบท</li> <li>- เดินตลาด</li> <li>- ล่องเรือ</li> <li>- เที่ยวชมป่า และใช้ชีวิตอยู่ในป่า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การท่องเที่ยวเชิงช้างและดูการแสดงของช้าง</li> <li>- สปาและการดูแลสุขภาพ</li> <li>- ดูวัฒนธรรม</li> <li>- ดูเครื่องเงิน</li> <li>- เรียนทำอาหาร</li> <li>- เที่ยวชมหมู่บ้านชาวเขา</li> <li>- เดินตลาด</li> <li>- การท่องเที่ยวผจญภัย</li> <li>- เล่นบันจีจัมป์ โดดรัม โดดหอ</li> <li>- เที่ยวแหล่งบันเทิงยามราตรี ผ้า</li> <li>- การล่องเรือล่องแพ</li> </ul>
4. ปัญหาหรืออุปสรรคเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การรับวัฒนธรรมที่ติดมากับนักท่องเที่ยว ทำให้วิถีชีวิตชาวหลวงพระบางเปลี่ยนแปลง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การตัดราคากันเพื่อแย่งลูกค้า หรือเพิ่มราคาเพื่อผลกำไร</li> <li>- ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจใหม่ ๆ ไว้ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว</li> </ul>

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้อง  
ด้านการท่องเที่ยว (ต่อ)

ประเด็นที่วิเคราะห์	เมืองหลวงพระบาง	จังหวัดเชียงใหม่
<p>4. ปัญหาหรืออุปสรรค เกี่ยวกับการท่องเที่ยว</p> <p>วิธีแก้ไขปัญหา</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชาวหลวงพระบางดั้งเดิมย้ายออกไปเพื่อให้นักลงทุนเช่าบ้านทำที่พักของนักท่องเที่ยว</li> <li>- การทำอาหารเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว</li> <li>- การปรับและผ่อนปรนระเบียบปฏิบัติของสมาชิกในสังคมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม เช่น อนุโลมให้นักท่องเที่ยวผู้หญิงนั่งกางเกงใส่บาตรได้</li> <li>- สินค้ามีราคาแพงขึ้น</li> <li>- ปัญหาสภาพแวดล้อม               <ul style="list-style-type: none"> <li>-- มีขยะมากขึ้น</li> <li>-- ความปลอดภัยลดลง</li> <li>-- เสียดังมากขึ้น</li> <li>-- มีรถมากขึ้น</li> <li>-- ยาวชนเลียนแบบนักท่องเที่ยว</li> </ul> </li> <li>- ปรึกษาทำความเข้าใจกับประชาชนให้ประชาชนมีการรับรู้มากขึ้น</li> <li>- ให้การศึกษาอบรมเยาวชน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การจัดกิจกรรม จัดเทศกาลนอกฤดูกาล</li> <li>- ปัญหาจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวพักน้อยลง</li> <li>- ปัญหาเกี่ยวกับนโยบายและการวางแผน               <ul style="list-style-type: none"> <li>-- ขาดนโยบายระดับชาติ</li> <li>-- การเปลี่ยนแปลงนโยบายของผู้บริหาร</li> <li>-- การสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวไม่ชัดเจน</li> </ul> </li> <li>- เลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่าเลือกปริมาณนักท่องเที่ยว</li> <li>- ไม่ควรเปลี่ยนนโยบายตามบุคคลตามสถานการณ์บ้านเมือง</li> <li>- การจัดเทศกาล การจัดกิจกรรมไม่ควรจัดนอกฤดูกาลไม่ทำวัฒนธรรมเป็นสินค้า</li> <li>- ให้การสนับสนุนสิ่งดึงดูดใจใหม่ที่มีผู้ประกอบการนำเสนอ</li> </ul>

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้อง  
ด้านการท่องเที่ยว (ต่อ)

ประเด็นที่วิเคราะห์	เมืองหลวงพระบาง	จังหวัดเชียงใหม่
วิธีแก้ไขปัญหา		-แหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นแล้วควร ดำเนินการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่ได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง
5. เครื่องมือเผยแพร่ สารสนเทศการ ท่องเที่ยว	-สื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งสื่อทั่วไป และสื่อเฉพาะ เช่น นิตยสารนำ เที่ยว รายการวิทยุโทรทัศน์ การ โฆษณา แผ่นพับ เว็บไซต์ เป็นต้น  -สื่อที่นำเสนอข้อมูลที่มีลักษณะจูงใจ -- แผ่นพับ โปสเตอร์ -สื่อที่นำเสนอข้อมูลทั่วไป -- เว็บไซต์ -สื่อที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ส่วนรวม -- การโฆษณา -- การใช้โปสเตอร์ -- การประชาสัมพันธ์ -- การส่งเสริมการขายด้วยการ ร่วมงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ของภาครัฐและภาคเอกชน	สื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งสื่อทั่วไป สื่อ ของรัฐ สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะ ของภาคเอกชน เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ รายการวิทยุโทรทัศน์ การโฆษณา แผ่นพับ เว็บไซต์ เป็นต้น -สื่อที่นำเสนอข้อมูลที่มีลักษณะจูงใจ -- แผ่นพับ โปสเตอร์ -สื่อที่นำเสนอข้อมูลทั่วไป -- เว็บไซต์ -สื่อที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ส่วนรวม -- การโฆษณา -- การใช้โปสเตอร์ -- การประชาสัมพันธ์ -- การส่งเสริมการขายด้วยการ ร่วมงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ของภาครัฐและภาคเอกชน
6. สารสนเทศที่นำเสนอ	มรดกโลก วัฒนธรรม ประเพณี วิถี ชีวิต เส้นไหมของเมืองหลวงพระบาง	วัฒนธรรม ธรรมชาติ ความเป็น มิตรไมตรีของคนไทย กิจกรรมและ เทศกาลต่าง ๆ
7. แนวโน้มและจุดขาย ในอนาคต	สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม และสิ่ง ดึงดูดใจทางธรรมชาติ	สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม และสิ่ง ดึงดูดใจทางธรรมชาติ

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้อง  
ด้านการท่องเที่ยว (ต่อ)

ประเด็นที่วิเคราะห์	เมืองหลวงพระบาง	จังหวัดเชียงใหม่
7. แนวโน้มและจุดขาย ในอนาคต	-ความเป็นมรดกโลก วัฒนธรรม ประเพณี ธรรมชาติที่สวยงาม และการเชื่อมโยงกับแหล่ง ท่องเที่ยวแห่งอื่น ๆ	-วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา ไทย วิถีชีวิต ธรรมชาติที่สวยงาม และการเชื่อมโยงกับแหล่ง ท่องเที่ยวแห่งอื่น ๆ
8. ภาพลักษณ์ของแหล่ง ท่องเที่ยว	จัดอยู่ในประเภทภาพลักษณ์ด้าน ขนบธรรมเนียมประเพณี -มรดกโลกและวัฒนธรรม ประเพณี	จัดอยู่ในประเภทภาพลักษณ์ด้าน ขนบธรรมเนียมประเพณี -แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม บนความหลากหลายและทันสมัย
9. ความแตกต่างระหว่าง ภาพลักษณ์ของจังหวัด เชียงใหม่และเมือง หลวงพระบางในฐานะ แหล่งท่องเที่ยว	เชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มี การพัฒนามากกว่าหลวงพระบาง ในขณะที่หลวงพระบางอนุรักษ์ได้ ดีกว่าที่อื่น	-หลวงพระบางคือเชียงใหม่ใน ระยะแรกที่เพิ่งเริ่มพัฒนา เชียงใหม่มีการพัฒนาดีกว่า หลวงพระบาง -เชียงใหม่มีมลภาวะเรื่องเสียง ควันพิษ น้ำเสีย แต่สร้างความ คุ้มค่าให้นักท่องเที่ยวได้มากกว่า มีความสะอาดและความ ปลอดภัยมากกว่า หลวงพระบาง ยังคงสภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สด ใหม่ วัฒนธรรมยังสมบูรณ์

### ส่วนที่ 3 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า

1. เมืองหลวงพระบางและจังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีธรรมชาติ  
สวยงาม แต่จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายของกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยว ในขณะที่เมือง

หลวงพระบางมีความโดดเด่นเรื่องความเป็นมรดกโลก ด้วยเหตุนี้ จุดขายของเมืองหลวงพระบาง จึงเน้นด้านวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ศาสนา ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติที่สวยงาม เมืองมรดกโลก และสินค้าหัตถกรรมและอุตสาหกรรม ในขณะที่จังหวัดเชียงใหม่เน้นด้านความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่งต่างได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

2. เมืองหลวงพระบางเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เพิ่งพัฒนา สภาพเมือง สถานที่เที่ยวต่าง ๆ จึงยังไม่เชื่อมโยง และวัฒนธรรมยังอยู่ในสภาพสมบูรณ์ ขณะที่จังหวัดเชียงใหม่พัฒนามาก่อนหลวงพระบางกว่าครึ่งศตวรรษ สภาพเมืองและสถานที่เที่ยวต่าง ๆ เชื่อมโยง จึงต้องหาสถานที่เที่ยวและสิ่งดึงดูดใจใหม่ ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างจากแหล่งเที่ยวอื่น ๆ อย่างไรก็ตามทั้ง 2 เมืองล้วนมีปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว ปัญหาของเมืองหลวงพระบางเป็นปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่งได้รับการพัฒนา เช่น ความไม่เข้าใจของสมาชิกในชุมชน การปรับตัวกับสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น การเลียนแบบวัฒนธรรมที่ติดมากับนักท่องเที่ยว สินค้าราคาสูงขึ้นมาลภาวะ เป็นต้น ในขณะที่ปัญหาของจังหวัดเชียงใหม่เป็นปัญหาที่มีลักษณะของเมืองที่พัฒนามานาน เช่น นโยบายไม่ชัดเจน การแข่งขันในธุรกิจต่าง ๆ ขาดสิ่งจูงใจใหม่ ๆ การทำเทศกาลประเพณีให้เป็นสินค้า เป็นต้น

3. แนวโน้มและจุดขายในอนาคตของเมืองหลวงพระบางและจังหวัดเชียงใหม่ต่างเน้นสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม และสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ โดยที่เมืองหลวงพระบางเน้นความเป็นมรดกโลก วัฒนธรรม ประเพณี ธรรมชาติที่สวยงาม และการเชื่อมโยงกับแหล่งเที่ยวแห่งอื่น ๆ ส่วนจังหวัดเชียงใหม่เน้นวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาไทย วิถีชีวิต ธรรมชาติที่สวยงาม และการเชื่อมโยงกับแหล่งเที่ยวแห่งอื่น ๆ เป็นที่น่าสังเกตว่าทั้งเมืองหลวงพระบางและจังหวัดเชียงใหม่ต่างให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงกับแหล่งเที่ยวอื่น ๆ เช่นกัน

4. ภาพลักษณ์ของเมืองหลวงพระบางและจังหวัดเชียงใหม่ต่างก็เป็นภาพลักษณ์ในประเภทภาพลักษณ์ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี โดยที่เมืองหลวงพระบางมีภาพลักษณ์เกี่ยวกับมรดกโลกและวัฒนธรรม ประเพณี ส่วนจังหวัดเชียงใหม่มีภาพลักษณ์เป็นแหล่งเที่ยวทางวัฒนธรรมบนความหลากหลายและทันสมัย

5. ความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของเมืองหลวงพระบางและจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะแหล่งเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องในหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบางและจังหวัดเชียงใหม่มีความเห็นสอดคล้องกันว่า จังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งเที่ยวที่มีการพัฒนา มากกว่าเมืองหลวงพระบาง ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องในหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของเมือง

หลวงพระบางเห็นว่าเมืองหลวงพระบางอนุรักษ์ได้ดีกว่าแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่น ในขณะที่ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องในหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่เห็นว่า เมืองหลวงพระบางคือจังหวัดเชียงใหม่ในระยะแรกที่เพิ่งเริ่มพัฒนา จึงยังคงสภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สด ใหม่ มีวัฒนธรรมที่สมบูรณ์ แม้จังหวัดเชียงใหม่จะมีปัญหาเรื่องมลภาวะแต่สร้างความคุ้มค่าให้นักท่องเที่ยวได้มากกว่า มีความสะอาดและความปลอดภัยมากกว่าเมืองหลวงพระบาง

ดังนั้น คำถามการวิจัยข้อ 1 คือ ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางเป็นอย่างไร จึงสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ของเมืองหลวงพระบางและจังหวัดเชียงใหม่ต่างก็เป็นภาพลักษณ์ในประเภทภาพลักษณ์ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี โดยที่เมืองหลวงพระบางให้ความสำคัญกับการเป็นเมืองมรดกโลก และวัฒนธรรม ประเพณี ส่วนจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนความหลากหลายและทันสมัย

## ผลการวิเคราะห์ข้อสันนิษฐาน

### ข้อสันนิษฐาน

มีความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง ระหว่างมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เคยไปทั้ง 2 แห่ง

ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง ในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง สรุปได้ดังข้อค้นพบข้างต้นว่า แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่งมีภาพลักษณ์อยู่ในประเภทภาพลักษณ์ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี โดยที่เมืองหลวงพระบางให้ความสำคัญกับมรดกโลกและวัฒนธรรม ประเพณี ส่วนจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบนความหลากหลายและทันสมัย

สำหรับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางในมุมมองของนักท่องเที่ยวที่เคยไปทั้ง 2 แห่ง ผลการศึกษาจากคำถามปลายเปิดในแบบสอบถามถึงสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงเมืองหลวงพระบางและจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะแหล่งท่องเที่ยว พบว่าสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงเมืองหลวงพระบางคือเรื่องอารยธรรม วัฒนธรรม (ตารางที่ 4.38) โดยมีพิพิธภัณฑ์แห่งชาติหลวงพระบาง (พระราชวัง) เป็นสถานที่ที่นึกถึงในฐานะภาพลักษณ์ของเมืองหลวงพระบาง (ตารางที่



4.39) เช่นเดียวกับสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างนี้ถึงจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวคืออารยธรรมวัฒนธรรม (ตารางที่ 4.42) โดยมีวัดพระธาตุดอยสุเทพและอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพเป็นสถานที่ที่นึกถึงในฐานะภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 4.43)

ผลการศึกษา ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางของนักท่องเที่ยวที่เคยไปทั้ง 2 แห่งจากตารางต่าง ๆ ดังกล่าวและข้อค้นพบจากการสรุปผลการศึกษา ภาพลักษณ์จังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง กล่าวได้ว่ามีความคล้ายคลึงด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบาง ระหว่างมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เคยไปทั้ง 2 แห่ง กล่าวคือ ทุกฝ่ายต่างเห็นว่าเมืองหลวงพระบางและจังหวัดเชียงใหม่ มีภาพลักษณ์ด้านขนบธรรมเนียมประเพณีเช่นกัน หากแต่จะแตกต่างกันในสิ่งที่เป็จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง นั่นคือ ในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบางเน้นความเป็นมรดกโลก ส่วนผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่เน้นความหลากหลายของกิจกรรมทุกด้าน และความสะดวกสบายในการเดินทางและพักผ่อนท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทศกาล ประเพณี กิจกรรมการผจญภัย กิจกรรมการดูแลสุขภาพ การให้บริการที่พักระดับหรู เป็นต้น ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เคยไปทั้ง 2 แห่งเน้นสิ่งที่ตนสนใจ เช่น การไหว้พระหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อขอพร การทำบุญตักบาตร การเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนชื่นชอบ การเลือกซื้อสินค้า ของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวจะนำกลับไปเก็บไว้เป็นความทรงจำและเป็นของฝาก เป็นต้น

สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และเมืองหลวงพระบางกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เคยไปทั้ง 2 แห่งมีความคล้ายคลึงกันคือ เป็นภาพลักษณ์ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ลักษณะของภาพที่ปรากฏให้เห็น (Miossec อ้างถึงใน ดุษฎี ชุมสาย, น. 116-124)