

บทที่ 7

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเกี่ยวกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ วัฒนธรรมล้านนาสู่การบริหารธุรกิจโรงแรม ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรม ล้านนา 2) เพื่อศึกษาการรับรู้ และความต้องการในการซึมซับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรม ล้านนาของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ล้านนา 3) เพื่อวิเคราะห์การดำเนินงานในการสอดแทรกภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนาในการบริหารธุรกิจโรงแรม 4) หาแนวทางในการยกระดับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัย เชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การวิจัยเชิงคุณภาพ คณะนักวิจัยได้เลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth interview) คณะผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสังเกตการณ์ สัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนากลุ่มย่อย (Small Group Discussion) สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่ทั้งชาวไทยและต่างชาติ เพื่อพิจารณาระดับความสนใจเกี่ยวกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา เพื่อนำมา วิเคราะห์หาแนวทางในการยกระดับ ทั้งนี้ ในการศึกษาวิจัย กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจะมีกลุ่มต่าง ๆ กล่าวคือ 1) กลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา 2) กลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม 3) กลุ่มนักท่องเที่ยวในพื้นที่ล้านนา 4) กลุ่มนักวิชาการ ทั้งทางด้านการโรงแรม และด้านวัฒนธรรม โดยผลการศึกษาวิจัย สามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้ กล่าวคือ

สรุปผลการวิจัย

1. อัตลักษณ์จากวัฒนธรรม และภูมิปัญญาของล้านนา

ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมที่สร้างสมมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน มีความโดดเด่นเป็น อัตลักษณ์เฉพาะนั้น สามารถจัดเป็นกลุ่มหลัก ๆ ออกได้เป็น 10 กลุ่ม ด้วยกัน ได้แก่

1.1 อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านอาหาร คนล้านนา กินข้าวเหนียว เป็นหลัก กับข้าวจะเป็นพวกเนื้อสัตว์ ที่เป็นภูมิปัญญาที่มีการปรุงง่าย ๆ ใช้น้ำมันน้อย มีรสเค็มนำ และเผ็ดเล็กน้อย นิยมการใช้น้ำมันผัด เป็นอาหารที่นิยมผัดที่บ้านที่ได้จากธรรมชาติ ทั้งผักป่า และผักริมรั้ว รูปแบบการกินมีการจัดสำรับเป็นแบบขันโตก อาหารที่ถือเป็นอัตลักษณ์ ได้แก่ ลาบ ลู๋ ไส้ฮั่ว เฮ้าะ แกงฮังเล แกงอ่อม แกงโฮะ ผักกาดจ้อ แคบหมู น้ำพริกอ่อง และอาหารที่ต้องมีประจำ ทุกครัวเรือน ได้แก่ “ถั่วเน่า”

1.2 อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านภาษา ล้านนามีภาษาเป็น เอกลักษณ์ของตนเอง ทั้งภาษาพูด และภาษาเขียน ในการเขียนมีอักษรที่เป็นเอกลักษณ์ ที่เรียกว่า “ตัวเมือง” การพูด เรียกว่า “อู้คำเมือง” ถือเป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน กลุ่มจังหวัดล้านนาจะใช้ภาษาถิ่น “คำเมือง” เหมือน ๆ กัน มีความแตกต่างกันบ้างในเรื่องสำเนียง เช่น ลำปางมีสำเนียงเสียงหัวสั้น แต่จังหวัดเชียงใหม่มีสำเนียงอ่อนหวาน นุ่มนวลกว่า เป็นต้น

ภูมิปัญญาทางภาษาได้มีการนำไปสร้างเป็นบทเพลงพื้นบ้านที่บอกเล่าเรื่องราววิถีชีวิตของคนล้านนา อย่างเช่น บทเพลงของ จรัส มโนเพชร บทเพลงของ วงนกแล เป็นต้น เป็นภูมิปัญญาที่บอกวิถีชีวิต รวมทั้ง วรรณกรรมของศิลปินในจังหวัดเชียงรายหลาย ๆ ท่าน ก็ถือเป็นภูมิปัญญาทางด้านภาษา

1.3 อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านการแต่งกาย การแต่งกายของผู้คนในกลุ่มล้านนามีอัตลักษณ์โดดเด่น ทั้งรูปแบบ ลายผ้า และวัตถุดิบ ล้วนเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้ชายล้านนาจะมีรูปแบบการนุ่งผ้าที่มีลักษณะเฉพาะ ทำจากผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ และนิยมการสีกลายเพื่อแสดงถึงความแข็งแกร่ง ในขณะที่ผู้หญิงนิยมนุ่งผ้าซิ่นที่มีลวดลายเฉพาะ ด้วยการถักทอที่เป็นภูมิปัญญาเช่นเดียวกัน ผ้าซิ่นล้านนา จะมีรูปแบบเฉพาะโดยมีหัวและตีนซิ่นเสมอ สำหรับเสื้อมีลักษณะเข้ารูป อันสะท้อนให้เห็นถึงความพิถีพิถัน การโชว์สรีระ รักความสวยงาม หญิงสามัญนิยมใช้ผ้าทุ่มหรือผ้าคลุมไหล่ มีการเกล้ามวยสูงกลางศีรษะ ปักปิ่น หรือเสียบหย่องโลหะ (เข็มเสียบผม) หรือเสียบดอกไม้ประดับ เช่น ดอกเอื้อง (กล้วยไม้) ถือเป็นอัตลักษณ์เฉพาะ ปกติผู้คนที่เป็ชชาวเหนือจะมีทัศนคติต่อการแต่งตัวที่จะต้องให้มีความสวยงามอยู่เสมอ และถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ

1.4 อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านกิจกรรมประเพณี ความเชื่อของคนในจังหวัดในกลุ่มล้านนา จะมีวัฒนธรรมประเพณีที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา และความเชื่อดั้งเดิมที่เป็นอัตลักษณ์ของล้านนา คือ ในเรื่องของ การนับถือผี ทุกสถานที่ที่มีผีคุ้มครอง ดังนั้น วิถีชีวิตประจำวันจะมีพิธีกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการเลี้ยงผี ส่วนที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา คนในล้านนาจะเป็นพุทธมามกะที่ดี และปฏิบัติศาสนกิจเคร่งครัด เณรที่ลาสิกขาบทออกมาจะเรียก “น้อย” นำหน้า เช่น น้อยไชยา ถ้าบวชพระ สึกออกมาจะเรียกว่า “หนาน” นำหน้า เช่น หนานเมือง และส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องบาปบุญคุณโทษ เช่น ประเพณีสืบชะตา ประเพณีฟ้อนผี ประเพณีเดือนยี่เป็ง ประเพณีก๋วยสลาก ประเพณีเลี้ยงผีปู่ย่า ประเพณีล้างสลอด ประเพณีสงกรานต์หรือปีใหม่เมือง และประเพณีบวชต้นไม้ เป็นต้น

1.5 อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านสภาพแวดล้อม ตามธรรมชาติ **อากาศ และพืชพันธุ์ไม้** ภาคเหนือตอนบน ครอบคลุม 8 จังหวัด ลักษณะร่วมที่เป็นอัตลักษณ์ คือ สภาพภูมิศาสตร์ ส่วนใหญ่เป็นภูเขาและไหล่เขา ที่ราบ สลับกับทิวเขา มีสภาพอากาศโดดเด่นหนาวเย็น และส่งผลต่อวิถีชีวิต อาหาร การแต่งกาย และพืชพันธุ์ไม้ อากาศที่หนาวเย็นเป็นเสน่ห์ของภูมิภาคสะท้อนบรรยากาศสภาพแวดล้อม รวมทั้ง พืชพันธุ์ไม้เมืองหนาว อย่าง ท้อ สตอเบอร์รี่ ดอกพญาเสือโคร่ง ชา ฯลฯ ล้วนเป็นพันธุ์ไม้ที่สามารถสัมผัสสัมผัสความสุนทรีภาพได้จากภูมิภาคนี้นี้ พืชพันธุ์ไม้ชนิดที่ทำให้คิดถึงล้านนา คือ ลำไย นอกจากนั้น สภาพธรรมชาติที่เป็นภูเขา ทำให้พื้นที่นี้มีอัตลักษณ์ของทัศนียภาพที่สวยงาม บรรยากาศดี มีภูเขาแบบลูกฟูกให้ความสุนทรีภาพกับผู้เยี่ยมชมหลายจุดในพื้นที่ล้านนา ทั้งจังหวัดน่าน แม่ฮ่องสอน เชียงใหม่ เชียงราย ฯลฯ

1.6 อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านดนตรี ดนตรีล้านนา เป็นดนตรีที่ใช้เทคโนโลยีพื้นบ้าน มีความเรียบง่าย และประกอบจากวัสดุธรรมชาติหรือเครื่องใช้ใน ชีวิตประจำวัน ผู้เล่นจะมีความสามารถในการประดิษฐ์ได้เอง เครื่องดนตรีครอบคลุมเครื่องดีด สี ดี เป่า ใช้ขับขานในพิธีกรรม ประกอบการแสดง และพัฒนา มี 2 แนวทาง คือ แนวพุทธ และแนวผี ดนตรีของล้านนา นิยมเรียกชนิดของเครื่องดนตรีว่า วง “สะล้อ ซอ ซึง” ที่เป็นดนตรีเฉพาะ ใช้

ภาษาถิ่นทำนองเพลง วิธีการเล่นเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น สามารถบรรเลงได้ทั้งเดี่ยวและประสมวง การประสมวงถือเป็นภูมิปัญญาที่มีมานาน เป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นที่น่าสนใจ

1.7 อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านสถาปัตยกรรม อัตลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมล้านนาปรากฏให้เห็นจากที่อยู่อาศัย และสิ่งปลูกสร้างทางประวัติศาสตร์ เช่น วัด โดยวัดในล้านนามีรูปแบบง่าย ๆ อุโบสถเป็นวิหารเปิด หลังคาสามารถสะท้อนเสียงได้และมีหลายชั้น ตกแต่งทางสถาปัตยกรรมตามมุมต่าง ๆ ส่วนยอดของเสาและที่หน้าจั่วจะแกะสลักด้วยไม้สวยงาม ตกแต่งด้วยกระเบื้องโมเสสในลักษณะล้านนา ส่วนบ้านที่พักอาศัยจะมีเอกลักษณ์เด่นในเรื่องหลังคา ถ้าเป็นเรือนชนบท หลังคามุงแฝกหรือใบตองตึง ใช้ดอกและหวายเป็นตัวยึด เป็นภูมิปัญญาที่อาศัยวัสดุตามธรรมชาติ ถ้าเป็นเรือนไม้ของผู้มีอันจะกิน จะทำด้วยไม้เนื้อแข็ง หลังคามุงดินขอหรือแป้นเกล็ด มีอัตลักษณ์ตรงยอดจั่วประดับกาแล และลวดลายเฉพาะถิ่น เป็นเอกลักษณ์ของล้านนา ไม้เนียมตีฝ้าเพดาน

1.8 อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรม ด้านจิตรกรรม และประติมากรรม จิตรกรรมล้านนาได้รับอิทธิพลจากพม่า โดยทั่วไปเป็นแบบกึ่งคลาสสิกและกึ่งพื้นบ้าน เป็นภาพแบบเล่าเรื่องราวของชาวล้านนา เป็นภาพชีวิตประจำวัน จะใช้โครงสร้างที่เป็นเอกลักษณ์ คือ **สีแดงและน้ำเงิน** ลวดลายเป็นอัตลักษณ์ล้านนา เช่น ลายกนกแบบล้านนา มีลักษณะขดกลมลายดอกไม้ เช่น ดอกทานตะวัน ดอกสัปะรด ดอกเรณู เป็นต้น เช่นเดียวกับงานทางด้านประติมากรรมที่จะมีลวดลายความงดงามอ่อนช้อย ลักษณะเฉพาะที่สะท้อนความเป็นล้านนา อย่างที่พบเห็นในตัวเมืองเชียงรายหรือที่วัดร่องขุน เป็นต้น

1.9 อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านบุคลิกลักษณะของผู้คน พื้นที่ล้านนาผู้คนส่วนใหญ่เป็นคนผิวขาว รูปร่างสันทนต์ ไม่สูงไม่เตี้ยเกินไป รูปร่างผอมบาง ส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา ชอบอมเมี่ยง กินหมาก ทั้งผู้ชายและผู้หญิง ชอบสูบบุหรี่ด้วยใบตอง ที่เรียกว่า “ขี้โย” เป็นคนรักสงบ นิสัยสุภาพ อ่อนโยน เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ให้การต้อนรับทุกคนเป็นอย่างดี หากใครเดินผ่านจะทักทายปราศรัยพูดคุย หากใครไปที่บ้าน จะให้การต้อนรับเป็นอย่างดี โดยเฉพาะสตรีชาวเหนือ หากใครทักทายพูดคุยด้วยไมตรี บางครั้งทำให้คนต่างถิ่นเข้าใจผิดได้

1.10 อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้านอื่น ๆ เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน หรืออุตสาหกรรมครัวเรือน แพทย์แผนไทย เป็นต้น พื้นที่ล้านนาถือเป็นดินแดนช่าง และหัตถกรรมพื้นบ้าน ผู้หญิงจะทอผ้าเมื่อเสร็จจากการทำนาทั้งผ้าฝ้ายและผ้าไหม อย่างเช่น ไหมสันกำแพง มีการแกะสลักงานไม้ ทำเครื่องเงิน เครื่องเงิน เครื่องเหล็ก ทำร่ม ทำพัด โคมพื้นล้านนา ชายชาวเหนือจะมีฝีมือด้านช่างชั้นเยี่ยม งานหัตถกรรมที่เป็นอัตลักษณ์ เช่น ร่มบ่อสร้าง เครื่องเงิน เครื่องเงิน ศรีสุพรรณ ผ้าไหมสันกำแพง งานไม้เมืองแพร่ การนวดโดยใช้ไม้ตอก เป็นต้น ล้วนเป็นภูมิปัญญาที่สะท้อนวัฒนธรรมอันดี อัตลักษณ์ที่โดดเด่น

2. ภาพลักษณ์ความเป็นล้านนาที่นักท่องเที่ยวนึกถึง เมื่อพูดถึงล้านนา

2.1 คุณลักษณะของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่อภาพลักษณ์หรือสิ่งที่นึกถึงเมื่อพูดถึงล้านนา พบว่า นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น

789 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น ร้อยละ 56.53 มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 20 - 40 ปี ร้อยละ 68.19 และเป็นชาวต่างชาติ ร้อยละ 50.70 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 80.10 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพในภาคเอกชนเกินกว่าครึ่ง กล่าวคือ ดำเนินธุรกิจส่วนตัว จำนวน 167 คน คิดเป็น ร้อยละ 21.17 และเป็นลูกจ้างในภาคเอกชน จำนวน 212 คน คิดเป็น ร้อยละ 26.87 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 10,000 บาท โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้ ซึ่งเมื่อคิดเป็นเงินไทยเป็นกลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 120,000 บาทขึ้นไป โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เคยท่องเที่ยวในล้านนามาแล้วกับผู้ที่เพิ่งมาครั้งแรกก็มีจำนวนพอ ๆ กัน โดยมีความรู้สึกประทับใจและสนใจจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอน พอ ๆ กัน รูปแบบการเดินทางนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาด้วยตนเอง ไม่นิยมเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว นอกจากนี้ ระหว่างเดินทางอาศัยพักโรงแรมเป็นหลัก โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นคนยุโรป รองลงมา ได้แก่ ทวีปอเมริกา ส่วนกลุ่มออสเตรเลียและเอเชียมีจำนวนพอ ๆ กัน

2.2 สิ่งที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเมื่อพูดถึงล้านนา

สิ่งที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเมื่อพูดถึงล้านนาหรือภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเมื่อพูดถึงล้านนา จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะนึกถึงสภาพอากาศที่หนาวเย็นสบายเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตที่เรียบง่าย และภาษาท้องถิ่น ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ส่วนใหญ่เมื่อพูดถึงล้านนา สิ่งที่นึกถึง คือ อาหารท้องถิ่น เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ความหลากหลายของชนเผ่าหรือชาติพันธุ์ และศิลปะและสถาปัตยกรรม ตามลำดับ

2.3 ระดับสุนทรียภาพและความต้องการสัมผัสจากภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา

ระดับความสุนทรียศาสตร์ และความต้องการสัมผัสของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีระดับความสุนทรียภาพ และความต้องการสัมผัสเกี่ยวกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ สามารถเรียงลำดับระดับความสุนทรียภาพ และความต้องการสัมผัสภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนาของนักท่องเที่ยว 5 อันดับแรกได้ ดังนี้ ลำดับที่ 1 ได้แก่ ระดับความสุนทรียภาพ และความต้องการสัมผัสด้านความงาม คุณค่าของสภาพธรรมชาติ และอากาศอันบริสุทธิ์ ปลอดภัย ลำดับที่ 2 ได้แก่ ระดับความสุนทรียภาพ และความต้องการสัมผัสด้านความงาม คุณค่าทางสถาปัตยกรรม ลำดับที่ 3 ได้แก่ ระดับความสุนทรียภาพ และความต้องการสัมผัสเกี่ยวกับความงาม และความน่าสนใจของบุคลิกลักษณะท่าทางกิริยามารยาทของผู้คน ลำดับที่ 4 ได้แก่ ระดับความสุนทรียภาพ และความต้องการสัมผัสความงามเกี่ยวกับคุณค่าทางด้านวัฒนธรรม และกิจกรรมทางประเพณี และลำดับที่ 5 ได้แก่ ระดับความสุนทรียภาพ และความต้องการสัมผัสองค์ความรู้ และความน่าสนใจความเป็นชนเผ่า

เมื่อพิจารณารายละเอียดของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะเห็นว่า ระดับความสุนทรียภาพที่เกิดจากภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนาไม่แตกต่างจากภาพโดยรวมมากนัก กล่าวคือ การสัมผัสความงาม คุณค่าของสภาพธรรมชาติ และอากาศอันบริสุทธิ์ปลอดภัยสูงเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ ระดับสุนทรียภาพ และความต้องการสัมผัสในด้านอาหารพื้นเมือง

และอันดับถัดมา ได้แก่ ระดับสุนทรียภาพ และความต้องการซึมซับความงาม คุณค่าทางด้านวัฒนธรรมประเพณี และคุณค่าความงามทางด้านสถาปัตยกรรมท้องถิ่น ตามลำดับ ส่วนลำดับที่ 5 ได้แก่ องค์ความรู้ และความน่าสนใจการเป็นชนเผ่า

ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความสุนทรียภาพจากภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมทางด้านความงาม คุณค่าทางด้านสถาปัตยกรรมสูงเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ ความงาม คุณค่าของสภาพธรรมชาติ และอากาศบริสุทธิ์ปลอดโปร่ง และอันดับถัดมา ได้แก่ ความงาม คุณค่า และความน่าสนใจในวัฒนธรรม และกิจกรรมจากประเพณีท้องถิ่น และอันดับ 5 คือ ความงาม และคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5
ธรรมชาติและอากาศ	♥ ★	◆			
สถาปัตยกรรม	◆	★		♥	
บุคลิก กิริยา มารยาท			★		
กิจกรรมประเพณี			♥ ◆	★	
ความเป็นชนเผ่า					♥ ★
อาหารถิ่น		♥			
แหล่งท่องเที่ยว				◆	
ภูมิปัญญา					◆

หมายเหตุ : ระดับสุนทรียภาพโดยรวม = ★
 ระดับสุนทรียภาพของนักท่องเที่ยวไทย = ◆
 ระดับสุนทรียภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติ = ♥

และเมื่อเปรียบเทียบระดับสุนทรียภาพที่เกิดจากภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา จำแนกตามคุณลักษณะส่วนตัวแล้ว พบว่า เพศ อายุ ที่ต่างกัน ไม่ทำให้ระดับสุนทรียภาพของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันแต่อย่างใด มีเพียงสัญชาติ และการศึกษาที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับสุนทรียภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับสุนทรียภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 เกือบทุกด้าน แตกต่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับสุนทรียภาพที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 เกี่ยวกับสุนทรียภาพที่เกิดจากความงาม คุณค่า ความน่าสนใจ ในวัฒนธรรม และกิจกรรมประเพณีท้องถิ่น ส่วนความสุนทรียภาพเกี่ยวกับอัตลักษณ์ด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกันแต่อย่างใด

3. การดำเนินการในการสอดแทรกภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนาสู่การบริหารของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว

การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในพื้นที่ล้านนาระดับ 3 ดาว จะมีการดำเนินงานที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีผู้ประกอบการเป็นคนไทย และดำเนินงานที่เป็นไปตามกำลังทรัพย์ที่มี เป็นกิจการที่มีการบริหารจัดการโดยคนในครอบครัวมีการนำเอาสิ่งที่เป็นภูมิปัญญา วัฒนธรรม อันเป็นอัตลักษณ์ของล้านนามาใช้ในการบริหารโรงแรมในลักษณะต่าง ๆ กัน ทั้งในด้านศิลปกรรม สถาปัตยกรรม การแต่งกาย อาหาร เป็นต้น ทั้งนี้ ทางโรงแรมได้มีการจัดตกแต่งสถานที่ที่มีการตกแต่งด้วยภาพที่เป็นจิตรกรรมภาพวาดแบบล้านนา โดย

- การออกแบบอาคารมีการปรับเอาภูมิปัญญาทางสถาปัตยกรรมมาใช้ เพื่อให้การระบายอากาศปลอดโปร่ง ถ่ายเทได้ดี
- การบริการต้อนรับแขกที่มาเยือน ทางธุรกิจโรงแรมระดับสามดาวได้ใช้อัตลักษณ์ความเป็นล้านนาทางด้านการแต่งกายมาใช้ในการแต่งกายของพนักงานโรงแรมทั้งชายและหญิง
- โรงแรมได้มีการนำภาษาถิ่น “คำเมือง” มาใช้ในการทักทายแขก
- รวมทั้ง การใช้อัตลักษณ์อื่น ๆ เป็นต้นว่า ทางด้านหัตถกรรม อย่างเช่น งานไม้ งานแกะสลัก มาใช้ประดับประดาตกแต่ง และบางแห่งมีใช้ภูมิปัญญาด้านอาหาร ทั้งประเภท และรูปแบบในการรับประทาน มาใช้ในการบริการลูกค้าของโรงแรม รวมทั้ง ภูมิปัญญาด้านการนวด ใช้ในงานสปาต่าง ๆ

4. แนวทางการยกระดับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา

จากการศึกษาผู้ที่มีความเกี่ยวข้องในพื้นที่ ทั้งในด้านวัฒนธรรม ด้านการโรงแรมและทางด้านการท่องเที่ยว รวมทั้ง นักวิชาการ และนักท่องเที่ยวเอง เป็นผู้รับบริการเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา หรือการยกระดับภูมิปัญญา วัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การบริหารธุรกิจโรงแรมที่ก่อให้เกิดความยั่งยืนได้นั้น พบว่า ในการบริหารจัดการที่เป็นอยู่ยังมีจุดอ่อนหลาย ๆ ด้าน เป็นต้นว่า ความใส่ใจ และจริงจัง กับแนวคิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นล้านนา

การจัดการของโรงแรมหลาย ๆ แห่ง ต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มการให้บริการของตนเอง ด้วยการพูดและการแต่งกายพนักงานแบบชาวเหนือ แต่ขาดการศึกษาค้นคว้าและการให้ความรู้กับพนักงานเกี่ยวกับบริบทที่เกี่ยวข้อง เสื้อผ้า การแต่งกายว่าทำไมต้องม่อฮ่อม ทำไมต้องผ้าซิ่น เป็นต้น การพูดก็เช่นกัน มีการพูดสำเนียงของคนล้านนา แต่ขาดความไพเราะ และการมีเสน่ห์ เพราะคนพูดขาดจิตวิญญาณและวิถีชีวิตความเป็นล้านนาจริง ๆ การให้ความรู้สัก อารมณ์ในการพูด จึงไม่นับ นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อย ต้องการให้บริการต้อนรับที่ได้รับจากคนล้านนาจริง ๆ ไม่ใช่ใช้คนพม่า คนเวียดนาม มาแต่งตัวแบบล้านนา แต่อยากได้รับการบริการที่เป็นล้านนาอย่างแท้จริง

ดังนั้น แนวทางการยกระดับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมสู่การบริหารธุรกิจโรงแรมที่จะให้เกิดความยั่งยืน ควรต้องมีการดำเนินงานทั้งด้านคน (Software) และด้านอาคารสถานที่ หรือบรรยากาศโดยรวม (Hardware) โดย

K : Knowledge of Local Wisdom and Culture อันเป็นเรื่องที่ทางธุรกิจโรงแรมจะต้องศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา ภายใต้บริบทของพื้นที่ที่มีความรู้ความเข้าใจอย่างจริงจัง และถ่ายทอดโดยกำหนดเป็นข้อตกลงของโรงแรมกับพนักงานในการเรียนรู้ โดยเฉพาะสิ่งที่ทางโรงแรมนำมาใช้ในการบริการตกแต่งโรงแรม เพื่อการนำเสนอข้อมูลให้กับแขกที่มาใช้บริการได้อย่างถูกต้อง มั่นใจ

P : Partner เป็นเรื่องการสร้างเครือข่ายในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อม ควรได้มีการคุยและวางกรอบเชิงบูรณาการในการให้บริการและให้ความเกื้อกูลซึ่งกันและกัน

L : Learning by doing เป็นเรื่องของการจัดให้โรงแรมเหมือนเป็นแหล่งเรียนรู้โดยลงมือปฏิบัติได้กับนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น ศิลปะ ดนตรี ทำอาหาร การนำหัตถกรรมต่าง ๆ ฯลฯ

A : Art and Architect โรงแรมต้องมีการตกแต่งอาคารสถานที่ อันถือเป็น Hardware ที่นำเสนอความเป็นล้านนาที่ชัดเจน โดยการใช้ศิลปะและสถาปัตยกรรมล้านนามานำเสนอ

Z : Zone display of Local Product โรงแรมควรเป็นศูนย์ในการแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพราะลูกค้าสามารถเยี่ยมชมและสามารถเลือกหาได้

A : Authority Awareness of Local Significant ผู้มีอำนาจในการกำหนดนโยบาย มีความเข้าใจรับรู้ถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น

โดยสิ่งเหล่านี้จะบูรณาการทั้งด้าน Software และ Hardware อันเป็นองค์ประกอบสำคัญของโรงแรม เพื่อการยกระดับภูมิปัญญาในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และธำรงรักษาให้อยู่คู่ล้านนาตลอดไป

อภิปรายผล

1. อัตลักษณ์จากภูมิปัญญา วัฒนธรรมล้านนา

จากการศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์อันเกิดจากภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นของล้านนา จะเห็นว่า มีความโดดเด่นในด้านต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านอาหาร การแต่งกาย ภาษา สถาปัตยกรรม จิตรกรรม หัตถกรรมพื้นบ้าน ดนตรี กิจกรรมประเพณี บุคลิกลักษณะของผู้คน รวมทั้ง ความเป็นชนเผ่า และลักษณะภูมิประเทศตามสภาพธรรมชาติแต่ละด้านมีอัตลักษณ์เฉพาะอย่างในเรื่องอาหาร พูดถึงไส้ฮั่วหรือแกงฮังเล ทุกคนจะรับรู้ ได้ทันทีว่า เป็นอาหารทางภาคเหนือตอนบนหรือล้านนา พูดถึงการแต่งกายของล้านนาก็จะนึกถึงผู้หญิงนุ่งผ้าซิ่น ใส่เสื้อแขนกระบอก เก้าอี้ม่อสูง ทัดดอกไม้อ่อน ผู้ชายใส่เสื้อม่อฮ่อม ถ้าเป็นภาษาล้านนาจะรับรู้ได้ถึงการพูดจาสำเนียงที่ไพเราะที่อ่อนหวาน ลงท้ายด้วยคำว่า “จ้าว” อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ การเขียนก็มีตัวอักษรเฉพาะที่เรียกว่า “คำเมือง” ทางด้านสถาปัตยกรรมอาคารบ้านเรือนเป็นหลังคาที่เล่นระดับลดหลั่น มีกาแลเป็นสัญลักษณ์ ลักษณะการมุงหลังคาใช้วัสดุและรูปทรงที่แตกต่างจากที่อื่นมีลักษณะเฉพาะ งานจิตรกรรมจะเป็นภาพวาดลายเฉพาะ ใช้โทนสีแดงเป็นหลัก ส่วนด้านดนตรีมีความโดดเด่นเล่นคนเดียว หรือเล่นเป็นวงก็ได้ มีสะล้อ ซอ ซึง เป็นเครื่องดนตรี สำหรับบุคลิกลักษณะ เมื่อพูดถึงคนทางเหนือตอนบน อัตลักษณ์ที่ทำให้นึกถึง คือ เป็นคนผิวขาว กิริยานุ่มนวล ส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลจาก

การเป็นชนเผ่า ในด้านสภาพธรรมชาติ จะรับรู้ว่า อากาศหนาวเย็น มีภูเขาสูง เป็นแหล่งเพาะปลูกพืชเมืองหนาว อาหารรสชาติจัดเป็นส่วนใหญ่ มีรูปแบบการรับประทานที่เรียกว่า ชันโตก จะเห็นว่าในทุก ๆ ด้าน ล้านนาจะมีอัตลักษณ์โดดเด่นชัดเจนบ่งบอกความเป็นล้านนา สอดคล้องกับข้อเขียนของ นัธน์ย ประสานนาม (2550) ที่กล่าวว่า อัตลักษณ์ (Identity) เป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า “ฉันคือใคร” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตนเองและการที่คนอื่นมองเรา และต้องการความตระหนัก (awareness) และนอกจากนั้น ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Stryker & Burke (2000) ที่มองว่า อัตลักษณ์นั้นเป็นหน่วยเล็ก ๆ ในการศึกษาทางสังคมวิทยาที่เชื่อมโยงเรื่องทัศนคติที่มีต่อตัวคน หรือเอกลักษณ์ เป็นความสัมพันธ์ในเชิงบทบาทหน้าที่ พฤติกรรม อันเกิดจากบทบาทของบุคคล ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของลักษณะเฉพาะ และเชื่อมโยงกับหน้าที่ของแต่ละบุคคล หรือการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง ตามแนวความคิดของ ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2550) ที่กล่าวว่า อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นลอย ๆ ตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง และวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งก่อสร้างทางสังคม (social construct) และไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งหรือตายตัว

แน่นอนเหตุที่เป็นอัตลักษณ์ของล้านนาโดดเด่นในด้านต่าง ๆ เป็นเพราะพื้นที่ล้านนาเป็นพื้นที่ที่เคยรุ่งเรืองมากในอดีต จากหลักฐานต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่า เป็นดินแดนที่มีความเจริญรุ่งเรือง และมีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน สังเกตได้จากข้อมูลการเฉลิมฉลอง 750 ปี เชียงราย (ศูนย์ศึกษาและพัฒนาการท่องเที่ยว, 2555) เพราะโดยพื้นฐานการอยู่ร่วมกันของคนจำนวนมาก ๆ ย่อมต้องมีกฎ กติกา ระเบียบ แบบแผนในการดำเนินชีวิตต่อการสะท้อนให้เห็นว่าแสดงพฤติกรรมและบทบาทร่วมกัน และเมื่อการกระทำหรือการปฏิบัติมีความต่อเนื่องที่ยาวนานจนกลายเป็นธรรมเนียมปฏิบัติ และท้ายที่สุดกลายเป็นวัฒนธรรม มีความสอดคล้องกับการศึกษาประวัติศาสตร์ล้านนาของ สุรัสวดี อ่องสกุล (2539) ที่สะท้อนให้เห็นการหล่อหลอมความเป็นล้านนาที่ยาวนาน ส่งผลให้หลายสิ่งหลายอย่างมีความเข้มแข็งทั้งเชิงบวกและเชิงลบ และที่สำคัญล้านนาเคยเป็นราชธานี มีเจ้าครองนครปกครองคนจำนวนมาก มีกฎเกณฑ์ระเบียบแบบแผนการปฏิบัติเพื่อความมีระเบียบเรียบร้อย นอกจากนั้น ยังมีความสอดคล้องกับข้อเขียนของ เกรียงไกร เกิดศิริ ที่ชี้ว่า จากหลักฐานประวัติศาสตร์จารึก โบราณคดี และศิลปะวัตถุ กล่าวได้ว่า วัฒนธรรมหริภุญไชยจะมีส่วนผสมระหว่างกลุ่มวัฒนธรรมทวารวดีในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยากับวัฒนธรรมมอญแบบสะเม หรือพุกามจากพม่าผสมกับลักษณะของท้องถิ่น ทำให้มรดกทางวัฒนธรรมบางประการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยต่อมาวัฒนธรรมหริภุญไชยได้เป็นรากฐานของพื้นฐานทางวัฒนธรรมล้านนาในเวลาต่อมา (เกรียงไกร เกิดศิริ, 2553)

วัฒนธรรมล้านนามีความเป็นมาที่ยาวนาน ทำให้วัฒนธรรมมีความเข้มแข็งเป็นอัตลักษณ์โดดเด่น แสดงความเป็นตัวตนที่ชัดเจนทุก ๆ ด้าน ตามที่ได้กล่าวมา ให้ผู้คนรุ่นหลังได้สัมผัสชื่นชม และเป็นแนวทางในการใช้ชีวิตของคนในพื้นที่รุ่นต่อรุ่น ความดีงามเหล่านี้ ถือเป็นสิ่งที่มีคุณค่าควรแก่การรักษาและต่อยอด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพื้นที่และที่สำคัญลักษณะพื้นที่ล้านนา มีสภาพเป็นที่ราบสูง ทำให้ภูมิอากาศหนาวเย็นสบายเป็นอัตลักษณ์โดดเด่นแตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ อีกเช่นกัน ทั้งนี้ เพราะเขตพื้นที่ล้านนาเป็นพื้นที่รอยต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน มีเทือกเขาสำคัญ ๆ 4 ทิวเขาด้วยกัน ในการทอดตัวยาวแนวเหนือใต้ ตะวันออก ตะวันตก อย่างทิวเขาหลวงพระบางอยู่ทาง

ตะวันออกสุดของภาค แบ่งขอบเขตอำนาจล้านนากับล้านช้างออกจากกัน ทิวเขาฝิปันน้ำวางตัวในแนวตะวันออก ตะวันตกของภาคเหนือกันเขียงราย แพร่ น่าน และลำปาง ออกจากกัน ทิวเขาแดนลาวอยู่ด้านเหนือสุดของภาคเหนือ กันล้านนาออกจากฉาน และอีกทิวเขา คือ ทิวเขาถนนธงชัย เป็นทิวเขาต่อเนื่องจากแดนลาวลงมาทางใต้กันแม่ฮ่องสอน เชียงใหม่ และลำพูน ออกจากกัน ทิวเขาเหล่านี้มีส่วนทำให้ระบบนิเวศน์แตกต่างกันส่งผลต่อการก่อรูปวัฒนธรรมที่แตกต่างกันดังที่ เกรียงไกร เกิดศิริ ได้พูดไว้ในผ่องล้านนา (เกรียงไกร เกิดศิริ, 2553) โดยเฉพาะกับภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศ

เทือกเขาเหล่านี้กันแนวเขตที่สูงจากระดับน้ำทะเล และติดต่อกับประเทศอื่น ๆ เช่น พม่า ลาว เวียดนาม และจีน ลักษณะของภูมิประเทศ และอากาศ ทำให้สภาพธรรมชาติมีความแตกต่างจากภูมิภาคอื่น ๆ ในประเทศตามที่กล่าวมา อย่างเช่น จังหวัดน่าน ที่มีพื้นที่กว้างใหญ่เป็นอันดับที่ 13 ของประเทศ มีพื้นที่ราบลุ่มเพียง ร้อยละ 14 กระจายตามหุบเขา พื้นที่ที่เหลือเป็นแนวเทือกเขาสูงสลับซับซ้อนของแนวฝิปันน้ำ และเทือกเขาหลวงพระบางที่ทอดตัวเป็นแนวยาวเหนือจรดใต้ ยอดเขาเหล่านี้เป็นต้นน้ำสำคัญ ๆ หลาย ๆ สาย (เพลส แอนด์ ไพรซ์, 2555) ทำให้อากาศเย็นสบายชุ่มฉ่ำตลอดปี มีพืชพันธุ์ไม้ที่หลากหลาย ทั้งพันธุ์ไม้เมืองหนาวที่ได้รับการส่งเสริมจากโครงการหลวง เกษตรที่ราบสูง ในขณะเดียวกัน มีพืชพันธุ์ไม้เมืองร้อนหลาย ๆ ประเภท ที่เจริญงอกงามให้ความสวยงามเป็นเสน่ห์กับพื้นที่ มีอัตลักษณ์เฉพาะ เช่น พุ่มบัวตอง ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ดอกกุลา จังหวัดน่าน ดอกกุหลาบเวียงจันทน์ จังหวัดเชียงใหม่ ดอกพญาเสือโคร่ง จังหวัดเชียงราย ลำไยหอมอร่อย จังหวัดลำพูน เป็นต้น ความโดดเด่นของสภาพธรรมชาติ อากาศ และพันธุ์ไม้ จัดเป็นอัตลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ มีภูเขาสูงฟูหรือดอยต่าง ๆ มีความสวยงาม อย่างเช่น

- จังหวัดน่าน มีดอยเสมอดาว ดอยภูคา ดอยภูแว ฯลฯ
- จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีดอยแม่อูคอ ดอยกองมู
- จังหวัดเชียงราย มีดอยแม่สลอง ดอยภูชี้ฟ้า ดอยแม่หัวคำ ดอยตุง
- จังหวัดเชียงใหม่ มีดอยม่อนจอง ดอยสุเทพ ดอยอ่างขาง
- จังหวัดพะเยา มีดอยเล็ก ๆ ในอำเภอดอกคำใต้ อำเภอจุกของ

ฯลฯ

จะเห็นว่า โดยรวมลักษณะพื้นที่และสภาพแวดล้อมของจังหวัดในกลุ่มล้านนาตอนบน มีอัตลักษณ์โดดเด่น ทั้งอากาศ และภูมิประเทศ เป็นเหตุให้บุคลิกลักษณะของผู้คนมีวิถีที่เรียบง่าย ไม่เร่งรีบ กิริยานุ่มนวล ทั้งการพูดจา และการกระทำที่มีมิตรไมตรีกับแขกผู้มาเยือนทุกคน สอดคล้องกับข้อเขียนของ ฐาตุร โกมารกุล ณ นคร ในวารสาร อสท. ฉบับเดือนกุมภาพันธ์ 2554 เรื่อง ศรีทธาภูเข และรูปเงาของแม่น้ำ ในตอนหนึ่งเกี่ยวกับแม่ฮ้อย สีหาคณตรงหน้าวัด กำลังทอดขนมดอกจอก ซึ่งดูไม่เร่งรีบ ขณะที่ทำมันด้วยความชำนาญ จะจุ่ม ทอด คีบ ยก โดยแม่ฮ้อยหยิบขนมให้ด้วยความมั่นใจ และพูดว่า “เอาไปลองชิมดูเถอะ” (ฐาตุร โกมารกุล ณ นคร, 2555) นอกจากบุคลิกลักษณะของผู้คนที่เกิดจากอากัปกริยาแล้ว การแต่งกายที่ชี้ให้เห็นบุคลิกภายนอก จากการศึกษาพบถึงความโดดเด่นของการแต่งกาย ผู้ชายใส่กางเกงขาก๊วย เสื้อม่อฮ่อม ผู้หญิงนุ่งผ้าซิ่น เสื้อแขนกระบอก เก้าอี้สูง

ปักปัน แต่อย่างไรก็ตาม ล้านนามีหลายยุคสมัย รายละเอียดมีความแตกต่างกันออกไปตามยุคสมัย ยศฐานบรรดาศักดิ์ และงบประมาณ ซึ่งสอดคล้องกับข้อเขียนของ วิลักษณ์ ศรีป่าซาง ที่ชี้ให้เห็นว่าการแต่งกายอย่างล้านนามีหลายยุคหลายสมัย แะยุคเชียงใหม่ 700 ปี ก็มีหลายแบบ เช่น ชุดไปวัด ชุดไปตลาด ชุดไปแต่งงาน หรือชุดอย่างนางช่างฟ้อนก็ยังมีฟ้อนเล็บ ฟ้อนสาวไหม ฟ้อนก่ายลาย ซึ่งจะเอาอย่าลื้อ อย่างขึ้น หรืออย่างลาว แต่ละชนเผ่าก็มีความแตกต่างกัน (วิลักษณ์ ศรีป่าซาง, 2547) การแต่งกายของชนเผ่าแต่ละชนเผ่าจะมีลักษณะที่สื่อความหมายการเป็นชาติพันธุ์ โดยมีรูปแบบ เนื้อผ้า ลวดลายมีลักษณะเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ มีทั้งอาข่า ลีซอ กะเหรี่ยง มูเซอ เย้า และม้ง การแต่งกายจะมีความสอดคล้องกับการดำเนินงานในชีวิตประจำวัน และประโยชน์ของการใช้สอยรวมทั้ง ความงดงาม และความสุภาพจิตใจ

สำหรับด้านวัฒนธรรมและประเพณีปฏิบัติ พื้นที่ล้านนาจะมีวัฒนธรรมและพิธีกรรมผูกพันกับคนในท้องถิ่น โดยในแต่ละจังหวัดอาจมีความแตกต่างในเรื่องของวาระและเวลา แต่รายละเอียดมีความคล้ายคลึงกัน คนไทยในล้านนาจะให้ความสำคัญกับการเคารพในเรื่องบาปบุญคุณโทษ เคารพความเป็นผู้ใหญ่ ผู้น้อย เคารพในเรื่องผี ทำให้วัฒนธรรมประเพณีมีความคล้ายคลึงกัน การศึกษา พบว่า ประเพณีที่ได้รับความนิยมโดดเด่นมาก เช่น ประเพณีสงกรานต์ (ปีใหม่เมือง) ประเพณีเดือนยี่เป็ง (ลอยกระทง) ประเพณีปล่อยโคมลอย ประเพณีการทำนาแบบล้านนา ประเพณีปอยหลวง ประเพณีปอยน้อย ประเพณีก๋วยสลาก เป็นต้น ทั้งนี้ ประเพณีต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นไปตามวงจรของเวลา อาจจะมีชื่อเรียกแตกต่างกันไปบ้าง หากแต่เป็นสิ่งที่คนในสังคมสร้างขึ้นมารด้วยรูปแบบพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ค่านิยม เอกลักษณ์ สภาพธรรมชาติ ด้วยการสร้างสัญลักษณ์ มีทั้งศรัทธาและการเคารพบูชาถือปฏิบัติสืบทอดเป็นระเบียบแบบแผนจนได้รับการยอมรับเป็นธรรมเนียมในวิถีชีวิต และภายใต้ระเบียบแบบแผนดังกล่าว ได้มีการประดิษฐ์คิดค้นที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาจากภูมิปัญญาของคนในชุมชน เพื่อใช้ในการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ อย่างเช่น เครื่องสักการะ ข้าวของเครื่องใช้ เพื่อการบูชาหรือการใช้เพื่อการประดับประดา ล้วนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสัมพันธ์กับผู้สัมผัส สอดคล้องกับงานของ วิลักษณ์ ศรีป่าตอง (2547)

2. ภาพลักษณ์หรือสิ่งที่นักท่องเที่ยวนึกถึง เมื่อพูดถึงล้านนา

2.1 คุณลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยทำงาน มีการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป และทำงานในส่วนของภาคเอกชน และมีรายได้มากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ มากกว่า 120,000 บาท และส่วนใหญ่เพิ่งมาเป็นครั้งแรกกับผู้ที่เคยมาจำนวนพอ ๆ กัน โดยระหว่างการเดินทางส่วนใหญ่เข้าพักโรงแรม และเดินทางด้วยตนเอง และเป็นคนทางยุโรปเป็นส่วนใหญ่ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยข้อค้นพบดังกล่าว มีความสอดคล้องกับผลการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวในภาคเหนือ มีการวิเคราะห์ทั้งในด้านโครงสร้างด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว และในด้านค่าใช้จ่าย ในปี 2553 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา, 2553) ทุก ๆ ด้าน และมีความสอดคล้องกับข้อมูลทางสถิติของนักท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือที่ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่นิยมท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มที่มาจากทวีปยุโรป (การท่องเที่ยว, 2554)

2.2 สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับเมื่อพูดถึงล้านนา

จากการศึกษา พบว่า ภาพลักษณ์หรือสิ่งที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเมื่อพูดถึงล้านนา สำหรับนักท่องเที่ยวไทย พบว่า อันดับแรก คือ สภาพอากาศที่หนาวเย็น เหตุที่เป็นอย่างนี้ ทั้งนี้เพราะประชาชนในภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศ มีโอกาสน้อยในการเจอกับสภาพอากาศที่หนาวเย็น โดยปกติภูมิภาคต่าง ๆ ของไทยถือว่าภาคเหนือตอนบนและภาคอีสานบางจังหวัด เช่น จังหวัดเลย จะมีสภาพอากาศที่หนาวเย็น อันเป็นผลมาจากสภาพภูมิประเทศตอนบนเป็นทิวเขาและได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศของประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะประเทศจีน ทำให้ในช่วงปลายปียาวมากระทั่งต้นปีใหม่ของทุก ๆ ปี จะมีการอากาศหนาวเย็น (ข้อมูลกรมอุตุนิยมวิทยา, 2555) เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ในภูมิภาคนี้ที่ให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนึกถึง และเฝ้ารอการเดินทางเยี่ยมชมและสัมผัสบรรยากาศ สภาพธรรมชาติ และพืชพันธุ์ไม้ที่เปี่ยมในช่วงฤดูหนาวที่ไม่อาจหาชมได้จากภูมิภาคอื่น ๆ อย่างเช่น พญาเสือโคร่ง ดอกบัวตอง กุหลาบเวียงพิงค์ ฯลฯ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่นึกถึงอาหารท้องถิ่นเป็นอันดับแรก เหตุที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะประเทศไทยได้วางตำแหน่งที่จะเป็นครัวโลก ได้มีการประกาศให้สังคมโลกโดยทั่วไปได้รับทราบในแนวทางด้านนี้เสมอ เช่น การส่งเสริมติดป้ายประกาศขนาดใหญ่ในประเทศเยอรมัน และประเทศอื่น ๆ ทั้งกระทรวงพาณิชย์ และการท่องเที่ยวไทย ได้ทำการรณรงค์ส่งเสริมให้ประชาคมโลกโดยทั่วไปได้ทราบว่า เรามุ่งพัฒนาที่จะเป็นครัวโลก ด้วยเหตุนี้ ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้สัมผัสรับทราบข้อมูลข่าวสารในด้านนี้ตลอดเวลา แนนอนเมื่อพูดถึงล้านนาหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นใดในประเทศไทย พวกเขาักจะย่อมนึกถึงอาหารท้องถิ่นของไทย ต่อมา ในอันดับรองลงมาที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินึกถึง คือ ความหลากหลายของชาติพันธุ์ และศิลปวัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้อยู่บนพื้นฐานของสภาพภูมิประเทศที่แตกต่างกัน ย่อมจะมีความแตกต่างและเป็นสิ่งน่าตื่นตาตื่นใจ ชวนให้นึกถึง เช่นเดียวกับมุมมองของเราซึ่งเป็นคนไทยที่มีต่อประเทศที่อยู่ใน Zone ที่สภาพภูมิประเทศและอากาศมีความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่ายินดีที่นักท่องเที่ยวชาวไทย นอกจากนึกถึงสภาพอากาศที่เป็นอัตลักษณ์ต่างจากภูมิภาคอื่นในประเทศแล้ว พบว่า รองลงมาสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนึกถึง คือ

สำหรับการศึกษาทางด้านนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งที่นึกถึงเมื่อพูดถึงล้านนา รวมทั้ง การศึกษาระดับสุนทรียภาพจากการได้สัมผัส ในการนึกถึงเมื่อพูดถึงล้านนาสิ่งที่นักท่องเที่ยวไทยจะนึกถึง คือ อากาศที่เย็นสบาย ปลอดภัย รองลงมา คือ วัฒนธรรมประเพณี และอันดับสามคือ วิถีชีวิตที่เรียบง่าย ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะนึกถึงอาหารเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ วิถีชีวิตที่เรียบง่าย และอันดับสามคือ ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ เหตุที่เป็นอย่างนี้ เพราะการที่สภาพภูมิประเทศทางภาคเหนือตอนบนจะมีลักษณะแตกต่างจากภูมิภาคอื่น ๆ อันประกอบด้วยทิวเขา ซึ่งมีทิวเขาหลัก ๆ คือ ทิวเขาแดนลาวที่กั้นเขตแดนไทยพม่าในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ทอดไปทางตะวันตกเชื่อมต่อกับทิวเขาธงชัยตรงรอยต่อระหว่างเชียงใหม่กับแม่ฮ่องสอน ทิวเขาถนนธงชัย อันเป็นทิวเขาทางภาคตะวันออกของทางภาคเหนือ แบ่งเป็น 3 แนว ได้แก่ ถนนธงชัยตะวันตก กลาง และตะวันออกที่มียอดเขาสูงที่สุด คือ ดอยอินทนนท์ ถือเป็นยอดเขาสูงที่สุดในประเทศไทย ทิวเขาฝิปันน้ำ เป็นทิวเขาปกคลุมบริเวณตอนกลางของภาคเหนือ แบ่งเป็น 3 แนว คือ ฝิปันน้ำตะวันตก กลาง และตะวันออก และทิวเขาหลวงพระบาง เป็นทิวเขากั้นพรมแดนระหว่างไทยกับลาวในจังหวัดน่าน โดยเริ่มจากริมแม่น้ำโขงฝั่งขวาในอำเภอเชียงของจังหวัดเชียงราย จนถึงอำเภอชาติตระการ

จังหวัดพิษณุโลก โดยทิวเขาเหล่านี้เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้สภาพภูมิอากาศทางภาคเหนือตอนบนมีอากาศที่หนาวเย็นมากกว่าภาคอื่น ๆ (อสท, 2554, สุรัสวดี อ๋องสกุล, 2539) โดยเฉพาะในช่วงฤดูหนาว ที่ถือเป็น “Hightseason” ของภูมิภาคแถบนี้ที่ทุกคนมีโอกาสชื่นชม สัมผัส เพราะสภาพอากาศมีผลต่อพันธ์พืชท้องถิ่นในการเจริญพันธ์ และผลิตดอก ออกผล และพันธ์พืชบางชนิดที่มีเฉพาะภูมิภาคนี้ที่ไม่อาจสัมผัสจากภูมิภาคอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งไม่ค่อยได้สัมผัสจะนึกถึงสิ่งนี้เป็นอันดับแรก ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเมื่อพูดถึงล้านนา พูดถึงเมืองไทย สิ่งแรกที่นึกถึงคือ อาหารท้องถิ่น อาหารไทย เพราะจากการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวของไทยตามแนวนโยบายของรัฐบาลในการวางทิศทางการที่จะให้ไทยเป็นครัวโลก จะเห็นได้จากแนวทางการดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้มีการขับเคลื่อนอย่างเต็มที่ในการเจรจา กับต่างประเทศ เช่น กลุ่มอาหรับ (GCC) ได้แก่ บาร์เรน คูเวต และคูไบ รวมทั้ง การเดินทางยุทธศาสตร์ความมั่นคงทางอาหาร โดยวางประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหาร และเป็นศูนย์กลางอาเซียน (คม ชัด ลึก, 2556, ออนไลน์) นอกจากนี้ ได้ทุ่มทุนขึ้นบิลล์บอร์ดโฆษณาเครื่องหมาย “ไทยซีเลค” รับประกันคุณภาพร้านอาหารไทยให้ชาวต่างชาติได้ประจักษ์ เป็นการส่งเสริมอาหารไทยผ่านร้านอาหารตามนโยบายใน 14 รัฐ คือ อลาสกา โอริโซนา โคโลราโด แคลิฟอร์เนีย ฮาวาย ไอคาโฮ มอนทาน่า เนวาด้า นิวเม็กซิโก โอเรกอน เท็กซัส ยูทาห์ วอชิงตัน และไวโอมิ่ง (สยามเทวา, 2556) รวมทั้ง การซื้อโฆษณาตัววิ่งบริเวณโทมัสแควร์ในช่วงการจัดสัปดาห์ร้านอาหารไทย (Thai Restaurant Week) ในนครนิวยอร์ก การนำเสนอคำภูมิปัญญาไทยยกระดับสู่ครัวการบินไทย ถือว่าล้วนเป็นการส่งเสริมประชาสัมพันธ์อาหารทั้งคาวหวานให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก ด้วยเหตุนี้ เมื่อพูดถึงล้านนาหรือเมืองไทย นักท่องเที่ยวก็จะนึกถึงอาหารไทย อาหารท้องถิ่นก่อนอื่น สิ่งที่นึกถึงรองลงมาคือ วิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีความเป็นธรรมชาติ สอดคล้องกับโครงการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่จัดโดยบริษัท ยูเรก้า คอนซัลติ้ง ซึ่งพบว่า ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวในสายตานักท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือ ด้านธรรมชาติ ด้านอาหารและผลไม้ตามฤดูกาลอยู่ในอันดับต้น ๆ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555) เช่นเดียวกับภาพลักษณ์ด้านวิถีชีวิตที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ มองว่า คนไทยมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีลักษณะเฉพาะ ยิ้มเก่ง รวมทั้ง มีความสอดคล้องกับการศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในรายงานสถิติการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ.2553 (ภาคเหนือ) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553) ที่พบว่า แรงจูงใจในการมาเที่ยวภาคเหนือ อันดับแรก คือ สถานที่ท่องเที่ยว รองลงมา คือ อาหารอร่อย และเทศกาลตามลำดับ

สำหรับในด้านสุนทรียภาพที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัส และต้องการที่จะสัมผัส จากการศึกษ พบว่า อันดับ 1 คือ ความงาม และคุณค่าของสภาพธรรมชาติ และอากาศที่ปลอดโปร่ง อันดับ 2 ได้แก่ ความงาม และคุณค่าทางด้านสถาปัตยกรรม อันดับ 3 ได้แก่ ความงาม และคุณค่าและความน่าสนใจในวัฒนธรรมและกิจกรรมประเพณีท้องถิ่น อันดับ 4 ความงามจากการได้ลิ้มลองรสชาติอาหารท้องถิ่น และอันดับ 5 ได้แก่ ความงาม และความน่าสนใจของบุคคลิกลักษณะ ท่าทาง กิริยามารยาทของผู้คน และเมื่อแยกพิจารณาตามสัญชาติระหว่างไทยกับต่างชาติ ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความสุนทรียภาพที่เกิดจากความงามตามธรรมชาติ และสภาพอากาศที่ปลอดโปร่งเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ ความสุนทรียภาพในการได้ลิ้มลองอาหารพื้นเมือง

อันดับ 3 คือ ระดับความสุนทรีย์ภาพที่เกิดจากวัฒนธรรม ประเพณี และอันดับ 4 คือ ความสุนทรีย์ภาพจากความงามทางด้านสถาปัตยกรรมท้องถิ่น และอันดับ 5 คือ ระดับสุนทรีย์ภาพที่ได้จากการเรียนรู้ของชนเผ่า อันจะเห็นว่า ในสามลำดับแรก ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับการศึกษาภาพลักษณ์ และรายงานสถิติการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ.2553 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553) ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว เพราะระดับสุนทรีย์ภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีความใกล้เคียงกัน กล่าวคือ มีความสุนทรีย์ภาพในเรื่องสถาปัตยกรรม เรื่องอากาศ เรื่องวัฒนธรรม เรื่องแหล่ง และเรื่องภูมิปัญญา ตามลำดับ จะเห็นว่า ในสามอันดับแรกใกล้เคียงกัน โดยเมื่อพิจารณาถึงบริบทโดยทั่วไป การมีสภาพอากาศที่ดีมีความปลอดภัย สดชื่น ไร้มลภาวะ จะทำให้คนเรามีความสุนทรีย์ภาพโดยตัวอยู่แล้ว ในการทำให้รู้สึกดี มีความสดชื่น ประทับใจ และอยากที่จะสัมผัส สัมผัส

อย่างไรก็ตาม จากประเด็นต่าง ๆ ในการสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับความสุนทรีย์ภาพนั้น ถึงแม้โดยเฉลี่ยความแตกต่างมีไม่มากนัก แต่หากพิจารณาลำดับ จะเห็นว่าการใช้สำเนียงการพูดภาษาท้องถิ่น และการแต่งกายแสดงความเป็นชนเผ่า ถือเป็นสิ่งที่มีความสุนทรีย์ภาพจากนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะต่างชาติอยู่ในลำดับสุดท้ายในการที่อยากสัมผัส หรือมีความระดับสุนทรีย์ภาพต่ำ เหตุที่เป็นอย่างนี้ เพราะการใช้ภาษาถิ่นโดยเฉพาะการใช้ภาษาถิ่น โดยเฉพาะสำเนียงการพูด หากมากเกินไป ยากสำหรับความเข้าใจของนักท่องเที่ยวที่ไม่มีพื้นฐานทางภาษาถิ่น ดังที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ข้อมูลเอาไว้ว่า

“การพูดภาษาถิ่นเป็นสิ่งที่ดี แต่เมื่อมากเกินไปก็ไม่น่าจะ OK เพราะนักท่องเที่ยวยากในการฟัง ไม่ต้องต่างชาติ แม้แต่คนไทยก็ไม่เข้าใจ ผมว่า เอาพองาม ใช้ทักทายแขกที่มาเยือนบ้าน พองาม”...Tour. M / Chg-r-m

ด้วยเหตุนี้ ทำให้ธุรกิจโรงแรมได้นำเอาภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมมาใช้ในการบริหารธุรกิจโรงแรม โดยสอดแทรกในกิจกรรมด้านต่าง ๆ เช่น การต้อนรับ การตกแต่งอาคาร การสร้างบรรยากาศ เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าของภูมิปัญญา และวัฒนธรรม ในขณะเดียวกัน เป็นการสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยว ผู้เป็นแขกของโรงแรมได้มีโอกาสสัมผัสความเป็นล้านนา ทำให้มีความสุนทรีย์ภาพจากการสัมผัส ทั้งนี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องมองว่า พื้นที่ล้านนามีจุดแข็งหลายด้าน แต่ในขณะเดียวกันก็มีจุดอ่อนหลายด้านเช่นเดียวกัน อย่างเช่น

- ขาดการสร้างเครือข่ายเพื่อการบริการท่องเที่ยว
- การบริหารขาดการคิดในเชิงรุกและเป็นระบบ
- การทำงานขาดมุมมองความสมดุลด้านองค์ประกอบอื่น ๆ กับ เรื่องคน โดยเฉพาะในเรื่ององค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา
- การทำงานระดับภูมิภาคยังขาดการบูรณาการ และการสร้างเครือข่ายที่มีความใส่ใจต่อเนื่อง

นอกจากนั้น ผู้เกี่ยวข้องโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวมองว่าการจะยกระดับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนาได้นั้น เป็นสิ่งที่ผู้เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวจะต้องช่วยในเรื่อง

การคมนาคมที่จะเข้าถึงแหล่งการให้ข้อมูลของผู้เกี่ยวข้องที่มีความแม่นยำ ถูกต้อง การลดมลภาวะทางอากาศ รวมทั้ง การประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นก็จะทำให้โรงแรมสามารถยกระดับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมได้ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการใช้งาน

1. หน่วยงานที่มีความรับผิดชอบ และมีความเกี่ยวข้องในการจัดการเกี่ยวกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมล้านนา ควรได้มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ในขณะเดียวกัน จะต้องให้ความสำคัญกับแหล่งภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง
2. จังหวัดควรให้ความสำคัญในการสร้างเสริมองค์ความรู้ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในทุกภาคส่วน ทั้งในฐานะผู้ประกอบการ ผู้นำเที่ยว ผู้ปฏิบัติการในโรงแรมให้มีความรู้ ความเข้าใจข้อมูลที่ถูกต้อง มีความแม่นยำเกี่ยวกับภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรม โดยชี้ให้เห็นคุณค่าความเป็นมาถึงรากเหง้าที่เกิดความภาคภูมิใจ รวมทั้ง ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการให้บริการข้อมูลที่ชัดเจนถูกต้อง
3. โรงแรมต้องระลึกเสมอว่า ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรม เป็นทรัพย์สินที่มีค่าต่อการบริหารโรงแรม พนักงานทุกระดับต้องเข้าใจ และใช้ให้เหมาะสมถูกต้อง คุ่มค่า และต้องมีความรัก และภูมิใจในการนำเสนอกับลูกค้า
4. โรงแรมควรประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา วัฒนธรรมล้านนาในการบริหาร ด้วยการ insight กับ สิ่งนั้นอย่างแท้จริง
5. สภาวัฒนธรรมต้องทำงานเชิงรุกในการให้ข้อมูล จะด้วยการอบรมด้วยการเป็นพี่เลี้ยง กับทางธุรกิจโรงแรม และหน่วยงานอื่น ๆ แทนการตรวจสอบเพียงอย่างเดียว
6. สภาวัฒนธรรมต้องเปลี่ยนแนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมด้วยการปรับเปลี่ยนแนวคิดเป็นแบบเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์
7. จังหวัดต้องเป็นเจ้าภาพในการบูรณาการเชื่อมโยงแนวคิดเพื่อการยกระดับภูมิปัญญา และวัฒนธรรมระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ให้มีความเข้มแข็ง มีคุณค่ามากขึ้น
8. ควรมีการสร้างเรื่องราว (Story) ที่เกี่ยวข้องในการนำภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และภูมิปัญญาไปใช้ เพื่อทำในการสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น
9. ผู้ประกอบการโรงแรมควรระลึกเสมอว่า การดำเนินการสอดแทรกภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรม เป็น CSR อย่างหนึ่ง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาต่อไป

1. ควรมีการศึกษาลงรายละเอียดภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมของแต่ละด้าน รวมทั้ง โอกาส และวิธีการประยุกต์ เพื่อสร้างมูลค่าและสื่อสารให้นักท่องเที่ยวมีความสุนทริยภาพ
2. ควรมีการศึกษาเหตุจูงใจ และเป้าหมายในการนำภูมิปัญญา อัตลักษณ์ และวัฒนธรรม มาใช้ในธุรกิจโรงแรม รวมทั้ง รูปแบบการนำมาใช้เป็นอย่างไร

3. ศึกษามุมมอง และแนวนโยบายของผู้เกี่ยวข้องต่อการอนุรักษ์ ปกป้อง รักษาผืนดินทางวัฒนธรรมสู่ความยั่งยืน
4. ศึกษา และวิเคราะห์ทิศทางการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว และความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม