

หากเดินทางต่อจากพระตำหนักขึ้นไปอีกจะพบกับ พระสถูปบรรจุพระรากขวัญเบื้องซ้าย (กระดูกไหปลาร้า) ของพระพุทธเจ้า ที่เรียกว่า พระธาตุคุดอยตุง เพราะเมื่อทำก่อสร้างพระสถูปบรรจุพระบรมสารีริกธาตุนี้ ได้ทำธงตะขาบหรือ “ตุง” และเป็นที่มาของชื่อ คุดอยตุง

ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่ตั้งอยู่บนคุดอยตุง และกลายเป็นสัญลักษณ์ เมื่อระลึกถึงจังหวัดเชียงราย ดังนั้นจึงนับเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญที่บ่งบอกความเป็นเชียงรายได้เป็นอย่างดีอีกประการหนึ่ง

8) ประเพณีตานหามแม่ฟ้าหลวง

พระมหากษัตริย์ที่ สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี หรือสมเด็จพระย่า หรือแม่ฟ้าหลวงมีต่อชาวเชียงราย ครั้นที่พระองค์ทรงพระชนชีพอยู่นั้น เป็นสิ่งที่ทำให้ชาวเชียงรายระลึกถึงพระองค์อยู่เสมอ แม้ว่าพระองค์จะสวรรคตไปแล้วก็ตาม ส่งผลให้จังหวัดเชียงรายจัดเป็นประเพณีตานหามแม่ฟ้าหลวง¹ ที่กำหนดการจัดงานขึ้นในวันที่ ๑๘ กรกฎาคมของทุกปี ซึ่งเป็นวันคล้ายวันสวรรคตของ องค์แม่ฟ้าหลวงของปวงชนชาวไทย

ประเพณีดังกล่าวจึงเป็นประเพณีที่ชาวเชียงรายจัดขึ้นเพียงที่เดียวในประเทศ ดังนั้นจึงจัดเป็นลักษณะเด่นที่ชาวเชียงรายภาคภูมิใจ ดังนั้นจึงถือเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายอีกรูปแบบหนึ่ง

9) สีม่วง ผ้าทอ คอปาย: ชูตประจำจังหวัดเชียงราย

เมื่อสภามณฑลนครเชียงรายได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2540 ได้มีการค้นหารูปแบบการแต่งกายที่จะใช้เป็นชุดพื้นเมืองประจำจังหวัดเชียงราย โดยการระดมความคิดจากผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย พร้อมทั้งมีการปรึกษาหารือกันหลายรอบ จนในที่สุดได้มีการออกแบบชุดประจำจังหวัดเชียงรายออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ชุดสำหรับงานพิธีการ และชุดลำลอง โดยให้สีม่วงเป็นสีของชุดประจำจังหวัด

สำหรับที่มาของสีม่วง ได้มาจากการวางรากฐานของเมืองเชียงรายในสมัยพ่อขุนเม็งรายที่ทรงสร้างเมืองในวันอังคาร และสีม่วงจัดเป็นเดช หรือสีแห่งอำนาจในวันดังกล่าว ดังนั้นจึงเป็นบทสรุปที่ใช้สีม่วงเป็นสีประจำจังหวัด และนำมาใช้สำหรับการตัดเย็บเสื้อผ้าที่เป็นชุดพื้นเมืองของเชียงรายอีกด้วย

¹ การตาน เป็นพิธีกรรมอย่างหนึ่งของชาวล้านนาที่ใช้ในการทำบุญ เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ที่เสียชีวิตไปแล้ว

ปัจจุบันนี้ ชุดพื้นเมืองสีม่วง จึงเป็นสิ่งที่มักพบเห็นอยู่ประจำในจังหวัดเชียงราย เนื่องจากได้มีการรณรงค์ให้หน่วยงานราชการและเอกชนใส่สีม่วงในช่วงเวลาทำงาน เช่น วันอังคาร หรือวันศุกร์ เป็นต้น ดังนั้น สีม่วงและชุดพื้นเมือง ตามแบบที่สภากาชาดวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย จึงกลายเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของจังหวัดเชียงราย

10) สำเนียงภาษา: ลักษณะเฉพาะของชาวเชียงราย

แม้ว่าภาษาคำเมืองจะเป็นภาษาที่คนล้านนาใช้ในการพูดสื่อสารซึ่งกันและกัน แต่สิ่งที่ชาวเชียงรายแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ นั่นคือ สำเนียงภาษา ที่บ่งบอกได้ว่า นี่คือน้ำเสียงของคนเชียงราย หรือนั่นคือ น้ำเสียงของคนเชียงใหม่ เป็นต้น

ลักษณะดังกล่าวกลุ่มคนล้านนาด้วยกันเอง จะมีความสามารถพิเศษในการแยกแยะลักษณะของสำเนียงที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ได้ ฉะนั้นสำเนียงภาษาจึงเป็นตัวบ่งบอกถึงความเหมือนและความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มคนในแต่ละจังหวัดในเขตล้านนา

ฉะนั้นจึงสรุปได้ว่า สำเนียงภาษาในการพูดภาษาเหนือ เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่บ่งบอกลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ ดังเช่น สำเนียงการพูดภาษาเหนือของชาวเชียงราย จึงเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของจังหวัดเชียงราย

11) น้ำเงี้ยว: อาหารในรูปแบบของชาวเชียงราย

แม้ว่า อาหารเหนือ โดยส่วนใหญ่แล้วจะมีลักษณะหน้าตา รสชาติ ใกล้เคียงกัน กระนั้นยังมีอาหารบางประเภทที่ชาวเชียงรายมั่นใจว่าเป็นลักษณะเฉพาะของพวกเขา นั่นคือ น้ำเงี้ยว หรือที่คนทั่วไปรู้จักกันในนาม ขนมจีนน้ำเงี้ยว

ความพิเศษของน้ำเงี้ยวของชาวเชียงรายจะต้องมีส่วนผสมของถั่วเน่า ซึ่งเป็นเครื่องปรุงชนิดหนึ่งที่ทำจากถั่วเหลือง ผ่านกระบวนการถนอมอาหาร ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของชาวเชียงราย เมื่อสำเร็จรูปจะเป็นแผ่นบางๆ และเมื่อนำไปปรุงอาหารจะต้องนำไปโขลกผสมกับน้ำพริกที่จะนำไปปรุงอาหาร ซึ่งจะเพิ่มรสชาติให้มีความเข้มข้นขึ้น ดังนั้นน้ำเงี้ยวของชาวเชียงรายจึงมีความเข้มข้นมากกว่าที่อื่นๆ เนื่องจากมีส่วนผสมของถั่วเน่า ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของชาวเชียงราย

สิ่งที่พิเศษอีกประการหนึ่งของน้ำเงี้ยวเชียงราย คือ นอกจากจะรับประทานกับขนมจีนหรือขนมเส้นในภาษาเหนือ ยังนำไปรับประทานกับเส้นก๋วยเตี๋ยว จะเรียกว่า ก๋วยเตี๋ยวน้ำเงี้ยว ซึ่ง

ถือเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมอย่างสูงของชาวเชียงราย ส่วนเครื่องเคียงอื่นๆ จะไม่เห็นความแตกต่างกันในแถบล้านนา

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การรับประทานน้ำเงี้ยวของชาวเชียงราย จึงเป็นเอกลักษณ์รูปแบบหนึ่งที่ได้รับคามนิยมแพร่หลายในจังหวัดเชียงราย นับได้ว่าเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งที่บ่งบอกลักษณะของชาวเชียงราย

12) สับปะรดนางแล ภูแล : ผลไม้ปลูกได้ผลดีที่เชียงราย

ศักยภาพของจังหวัดเชียงรายในการเป็นพื้นที่ปลูกพืชและผลไม้ โดยเฉพาะผลไม้เมืองหนาวได้เป็นอย่างดี แต่พืชและผลไม้เหล่านั้น สามารถปลูกได้ในจังหวัดอื่นๆ ที่มีอากาศหนาวเย็นเช่นกัน ยกเว้น สับปะรดนางแล และภูแล ซึ่งเป็นผลไม้ที่ปลูกได้ผลดีเฉพาะ ตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จึงได้ชื่อว่า สับปะรดนางแล

ส่วนสับปะรดภูแล เป็นพันธุ์ผสมระหว่างนางแล และภูเก็ท ที่ได้ส่วนดีของทั้ง 2 พันธุ์มาอยู่รวมกัน กล่าวคือ ความหวานของนางแล และความกรอบของภูเก็ท จึงทำให้ภูแลเป็นสับปะรดที่มีทั้งความหวานและกรอบในผลเดียวกัน

สับปะรดทั้ง 2 พันธุ์เป็นผลไม้ที่ปลูกและได้ผลดี เฉพาะในพื้นที่แถบตำบลนางแล จึงกลายเป็นลักษณะเฉพาะของผลไม้ ที่มีในจังหวัดเชียงรายเท่านั้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า นางแลและภูแล เป็นสับปะรดที่เป็นอัตลักษณ์พิเศษของจังหวัดเชียงราย

13) พิธีบวงสรวงปลาบึกที่เชียงของ

สมัยก่อนที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เป็นสถานที่ที่ใช้ในการล่าปลาบึก ซึ่งเป็นปลาน้ำจืดขนาดใหญ่ ที่อาศัยเฉพาะในแม่น้ำโขง ปัจจุบันปลาบึกใกล้จะสูญพันธุ์แล้ว อีกทั้งสามารถเพาะพันธุ์ และเพาะเลี้ยงได้

จากเหตุผลดังกล่าว ชาวเชียงของ จึงพร้อมใจกันไม่ล่าปลาบึก แต่จะเปลี่ยนเป็นการบวงสรวงปลาบึก และสาธิตวิธีการล่าปลาบึกให้นักท่องเที่ยวได้ชม โดยจะจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันที่ 18 เมษายน ซึ่งอยู่ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ของชาวเหนือ

เนื่องจากพิธีกรรมดังกล่าว จะกลายเป็นประเพณีของชาวเชียงของ ซึ่งเป็นอำเภอหนึ่งในเชียงราย และเป็นประเพณีที่เกิดขึ้นแห่งเดียวของประเทศ จึงคาดว่า ลักษณะดังกล่าวจะกลายเป็นอัตลักษณ์อีกรูปแบบหนึ่งของชาวเชียงราย

ลักษณะทั้ง 13 ประการจัดเป็นอัตลักษณ์ที่เป็นรูปแบบเฉพาะของชาวเชียงราย ที่สร้างความแตกต่างในกลุ่มล้านนาด้วยตนเอง และเป็นการสร้างความเหมือนหรือจุดร่วมกันของชาวเชียงราย ซึ่งถือว่าเป็นบทบาทหนึ่งของอัตลักษณ์ในการแยกแยะลักษณะที่ “เหมือน” และ “ต่าง” ของกลุ่มคนในสังคม

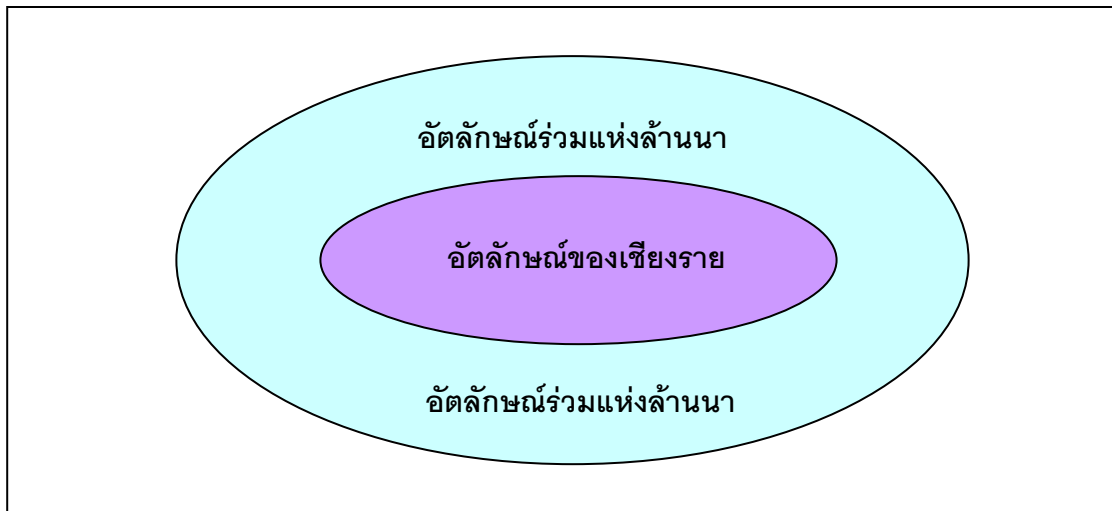
จากข้อมูลการวิจัย สรุปได้ว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมี 2 ลักษณะ คือ อัตลักษณ์ร่วมแห่งล้านนา ซึ่งเป็นสิ่งที่ชาวเชียงรายตระหนักว่า ตนเป็นส่วนหนึ่งของล้านนา และมีวิถีชีวิตใกล้เคียงหรือคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนาด้วยตนเอง

ส่วนอีกอัตลักษณ์อีกลักษณะหนึ่ง คือ อัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นเชียงราย จำแนกได้ 13 ประการ ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น อัตลักษณ์ในส่วนนี้จะเป็นตัวจำแนกความแตกต่างของชาวเชียงรายจากกลุ่มอื่นๆ และทำให้ชาวเชียงรายได้ทราบถึงสิ่งที่เหมือนกันในหมู่ชาวเชียงรายด้วยตนเอง

ดังนั้นอัตลักษณ์ทั้ง 2 ลักษณะ จึงเป็นสิ่งที่ครอบคลุมวิถีการดำเนินชีวิต และวัฒนธรรมของชาวเชียงราย ดังที่แสดงในภาพที่ 6.1 ที่อธิบายถึงปรากฏการณ์เกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่ค้นพบในจังหวัดเชียงราย กล่าวคือ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรม รวมถึงอัตลักษณ์ต่างๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นชาวเชียงราย จะมีอัตลักษณ์ร่วมแห่งล้านนาครอบคลุมความเป็นอยู่ วิถีคิด ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม เป็นแบบแผนการดำเนินชีวิต และเป็นอัตลักษณ์ที่ชาวเชียงรายยินยอมพร้อมใจยกอยู่ภายใต้อัตลักษณ์ร่วมแห่งล้านนา

ส่วนอัตลักษณ์ที่เป็นของชาวเชียงรายโดยเฉพาะจะอยู่ในแกนกลาง เนื่องจากเป็นอัตลักษณ์ย่อยที่แตกตัวออกมาจากอัตลักษณ์หลัก หรืออัตลักษณ์ร่วมของล้านนา

อย่างไรก็ตามอัตลักษณ์ทั้ง 2 รูปแบบส่งผลต่อวิถีชีวิต การจำแนกแยกแยะถึงคุณลักษณะที่บ่งบอกว่า เป็นชาวเชียงรายภายใต้กรอบแห่งการเป็นชาวล้านนานั้นเอง



ภาพที่ 5.1

ลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์จังหวัดเชียงราย

คำถามการวิจัยข้อที่ 2: กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร

หากกล่าวถึง กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย จะพบว่า เมืองค์ประกอบอยู่ภายในกระบวนการที่มีการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดลักษณะที่เป็นตัวตน หรือสิ่งที่บ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ที่จะปรากฏแก่สาธารณชนได้รับทราบถึง คุณลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์นั้น

จากการศึกษาด้วยวิธีการเก็บข้อมูลอย่างลุ่มลึก ที่ใช้หลายวิธีผสมผสานกัน เมื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาสกัด จึงพบว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มีกระบวนการสร้างที่เป็นขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสร้างจิตสำนึกร่วมกันของชาวเชียงราย

เนื่องจากอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายจะต้องเป็นสิ่งที่คนเชียงรายมีการรับรู้ มีความรู้สึกร่วมกัน อันนำไปสู่การยอมรับว่า สิ่งนั้นเป็นตัวตน หรืออัตลักษณ์ที่บ่งบอกว่า สิ่งนั้น คือ ลักษณะของชาวเชียงราย พร้อมทั้งสกัดสิ่งที่ไม่ใช่ลักษณะของชาวเชียงรายออกไป นั่นเป็นเพราะจุดหลักสำคัญของอัตลักษณ์ คือ การบ่งบอกสิ่งที่เป็น กับ สิ่งที่ไม่เป็นอัตลักษณ์ ซึ่งอัตลักษณ์จะทำงานภายใต้กฎเกณฑ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงราย

ดังนั้นกระบวนการสร้างอัตลักษณ์จึงจำเป็นต้องได้รับการยอมรับ และมีความรู้สึกมีส่วนร่วมของคนในสังคมเชียงรายนั่นก่อนว่า เป็นสิ่งที่เหมาะสมกับสังคมเชียงราย และการอยู่ร่วมกันเป็นสังคมจะเกิดการหา “สิ่ง” ที่คนในสังคมเชียงรายได้การยอมรับอย่างชอบธรรม ซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบหลายประกอบที่ผสมผสานจนทำให้เกิดความรู้สึกรับรู้ และยอมรับว่า สิ่งนั้น คือ อัตลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของเชียงราย

จากการศึกษา พบว่า องค์ประกอบที่ทำให้ชาวเชียงรายเกิดความรู้สึก จิตสำนึกร่วมกัน อันนำไปสู่การยอมรับว่า สิ่งนั้นเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของเชียงราย มีดังนี้

1) สร้างคำขวัญและสัญลักษณ์ปลุกการรับรู้ร่วมกัน

ความสำคัญของคำขวัญ และสัญลักษณ์ คือ เป็นตัวแทนที่ใช้สื่อสารให้คนในสังคมได้รับทราบ สิ่งที่ต้องการสื่อสารได้อย่างง่าย และไวต่อการรับรู้ เพราะคำขวัญและสัญลักษณ์มักจะแฝงนัยสำคัญที่สังคมเชียงรายได้ต้องการสื่อสารให้คนในสังคมและภายในสังคมได้รับรู้ และประจักษ์ร่วมกัน

สำหรับ “คำขวัญ” ที่เชียงรายประกาศใช้ เพื่อบอกกล่าวความเป็นเชียงราย คือ “เหนือสุดแดนสยาม ชายแดนสามแผ่นดิน ถิ่นวัฒนธรรมล้านนา” ซึ่งเป็นคำกีดความที่บ่งบอกถึงคุณลักษณะเด่นของเชียงราย นอกจากจะเป็นการย้ำให้คนเชียงรายทราบถึงอัตลักษณ์แห่งตนแล้วยังเป็นการประกาศให้สาธารณชนได้รับทราบถึง สิ่งที่มี และสิ่งที่เป็นของเชียงราย ที่หาไม่ได้ในพื้นที่แห่งอื่น

ส่วน “สัญลักษณ์” ที่เชียงรายใช้ในการสื่อสารกับสังคม เช่น การใช้สีม่วงเป็นสีประจำจังหวัด โดยที่มาของสัญลักษณ์มาจากประวัติศาสตร์ของการสร้างเมืองเชียงรายในวันอังคาร และสีม่วงเป็นสีแห่งอำนาจในวันดังกล่าว ส่งผลให้มีการใช้สีม่วงเป็นสีประจำจังหวัด ตลอดจนรณรงค์ให้มีการใช้สีม่วงการเครื่องแต่งกาย เพื่อการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชาวเชียงราย

ดังนั้นทั้งการใช้ คำขวัญ และสัญลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะสร้างจิตสำนึกร่วมกัน จนก่อให้เกิดการยอมรับ สิ่งที่เป็นอยู่ ของจังหวัดเชียงราย และกลายเป็นอัตลักษณ์ของเชียงรายที่ใช้ในการสื่อสารกับสังคม

2) นำประวัติศาสตร์และเรื่องเล่าขานสร้างจิตสำนึกร่วมกัน

ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ที่มีการเล่าขานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะจุดชนวนให้เกิดจิตวิญญาณแห่งความรักในผืนแผ่นดินที่คนเชียงรายถือกำเนิด และอยู่อาศัย นั้นเป็นเพราะประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ล้วนมีส่วนสำคัญทำให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในบรรพบุรุษของตนเอง

สังเกตจากคำขวัญของเชียงราย จะมีประวัติศาสตร์ที่ชาวเชียงรายภาคภูมิใจเป็นอย่างมาก นั่นคือคำว่า “ถิ่นวัฒนธรรมล้านนา” ที่ต้องการแสดงถึงความโดดเด่นแห่งประวัติศาสตร์ที่เคยเป็นรากฐานในการก่อสร้างอาณาจักรล้านนาของพ่อขุนเม็งราย เนื่องจากพระองค์ทรงสร้างเมืองเชียงรายเป็นฐานที่มั่นในการรวบรวมไพร่พล และภายหลังพระองค์จึงสร้างเชียงใหม่ขึ้นเป็นราชธานี ฉะนั้นชาวเชียงราย จึงต้องการบอกกล่าวเล่าขานให้ทราบถึง ความสำคัญของเชียงรายที่เป็นเสมือนต้นกำเนิดแห่งวัฒนธรรมล้านนานั้นเอง

นัยสำคัญของความหมายที่แฝงในคำขวัญ จึงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สร้างความรู้สึกกับรู้ร่วมกันของชาวเชียงราย และยอมรับถึงความสำคัญของผืนแผ่นดินเชียงราย ที่เป็นเสมือนแหล่งกำเนิดอาณาจักรล้านนา แม้ว่าความเจริญจะไปรวมตัวกันที่เชียงใหม่ก็ตาม

นอกจากนี้ยังมีการอ้างอิงประวัติศาสตร์ เพื่อเป็นการขบธรรมเนียมที่จะใช้สื่อสารในเชิงอัตลักษณ์ อาทิ การใช้สีม่วง ซึ่งมีที่มาจากประวัติศาสตร์แห่งการสร้างเมืองเชียงราย การใช้ตุ่งเป็นสัญลักษณ์ เป็นต้น ถือเป็นการปลูกจิตสำนึกร่วมกันของชาวเชียงรายได้เป็นอย่างดี จนนำไปสู่การยอมรับในสิ่งที่นำเสนอเป็นอัตลักษณ์ของเชียงราย

3) ใช้ลักษณะเด่นของภูมิประเทศสร้างความเป็นเชียงราย

คำขวัญของเชียงรายได้ใช้ลักษณะเด่นทางภูมิประเทศมาเป็นจุดสำคัญในการสื่อสาร ได้แก่ “เหนือสุดแดนสยาม ชายแดนสามแผ่นดิน” ซึ่งเป็นลักษณะทางกายภาพที่สื่อสารถึงคนในสังคมได้ง่าย และชัดเจนอย่างเป็นรูปธรรมมากกว่าการใช้สัญลักษณ์ ซึ่งจะต้องหาที่มาของความหมายแห่งสัญลักษณ์นั้น

ดังนั้นการใช้จุดเด่นแห่งภูมิประเทศของจังหวัดเชียงราย จึงเป็นการง่ายที่จะสร้างการยอมรับอัตลักษณ์แห่งตนของชาวเชียงรายได้ค่อนข้างง่ายกว่าการใช้สัญลักษณ์ อีกทั้งลักษณะเด่นด้านภูมิประเทศของจังหวัดเชียงรายเป็นสิ่งที่มีความเฉพาะ ซึ่งมีความสำคัญในด้านการติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ พม่า ลาว และจีน

นอกจากนี้ความโดดเด่นทางภูมิประเทศที่มีความสวยงาม อาทิ ภูชี้ฟ้า สามเหลี่ยมทองคำ จัดเป็นจุดที่สร้างความตื่นตา ตื่นใจให้นักท่องเที่ยว และกลายเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความ เป็นเชียงราย ที่หลายคนจะต้องระลึกถึง เมื่อได้ยืนสถานที่ดังกล่าว ซึ่งเป็นจุดสำคัญที่สร้างการ ยอมรับว่า ลักษณะเด่นหรืออัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

4) ประยุกต์ของเก๋ามาใช้ใหม่

องค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่จะสร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นในหมู่ชาวเชียงราย คือ การนำสิ่งเก๋ามาประยุกต์เป็นสิ่งใหม่ให้เหมาะสมกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป และสิ่งที่ชาว เชียงรายได้ดำเนินการให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรม

ยกตัวอย่างเช่น การออกแบบชุดพื้นเมืองหรือชุดประจำจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นการ ประยุกต์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วนำมาผสมผสานให้เหมาะสม เพื่อหาจุดยืนที่เป็นเอกลักษณ์ของชาว เชียงราย ที่จะใช้แต่งกายในพิธีการสำคัญ หรือชุดจำลอง สำหรับการสวมใส่ในวันที่ไม่ต้องการพิธี การมากนัก ปัจจุบันการแต่งกายในรูปแบบดังกล่าวมีให้เห็นทั้งในที่ทำงาน และงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวเชียงรายพร้อมใจที่จะแต่งกายในแบบฉบับของชาวเชียงราย ซึ่งเป็นอัตลักษณ์อีกรูปแบบหนึ่ง

นอกจากนี้ยังมีประเพณีบวงสรวงปลาบึก ที่สมัยก่อนเป็นพิธีกรรมที่ใช้ในการล่าปลาบึก แต่ปัจจุบันชาวเชียงของได้ประกาศเลิกการล่าปลาบึก ซึ่งเป็นสัตว์ที่ใกล้จะสูญพันธุ์แห่งลำน้ำโขง และเปลี่ยนเป็นการสาธิตพิธีการล่าปลาบึกให้นักท่องเที่ยวได้ชม ซึ่งจะจัดเป็นประจำทุกปีในวันที่ 18 เมษายน ที่หาดไคร้ อำเภอสองแคว จังหวัดเชียงราย

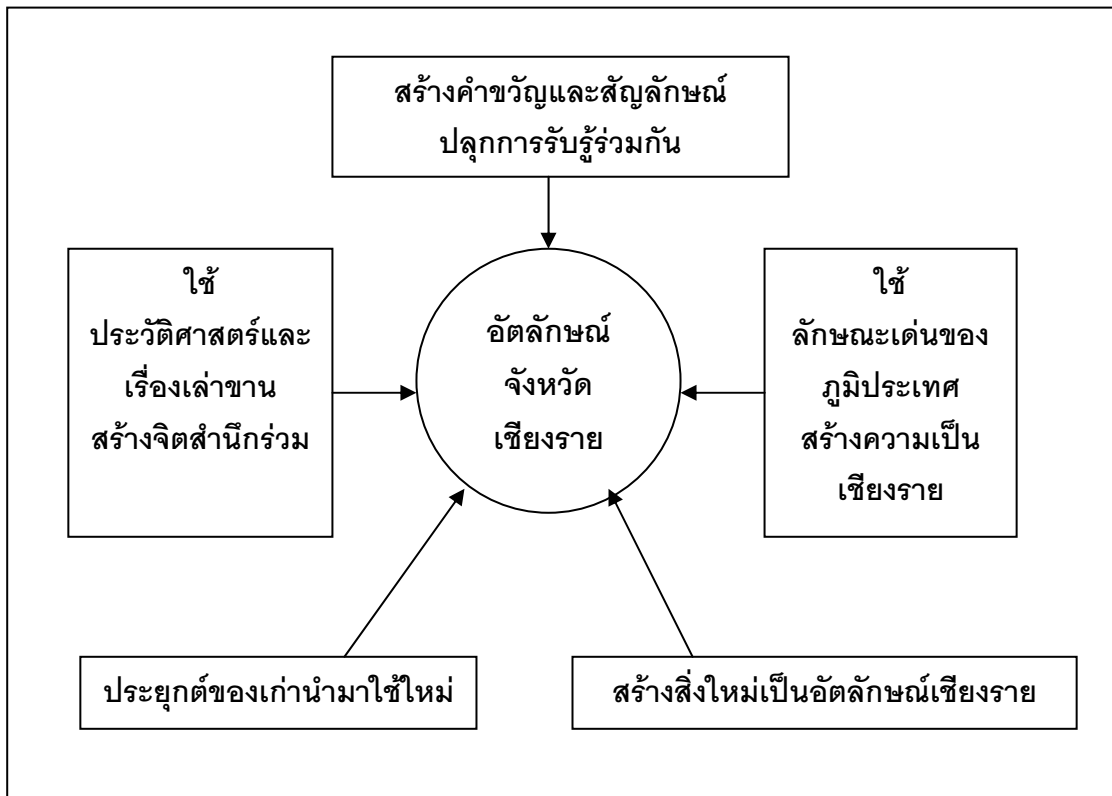
5) สร้างสิ่งใหม่เป็นอัตลักษณ์เชียงราย

แม้ว่า สิ่งเก่า ที่เคยมีในอดีตจะสร้างความคุ้นเคย ที่นำไปสู่การสร้างจิตสำนึกร่วมกัน และ ส่งผลต่อการยอมรับของคนในสังคมเชียงรายได้เป็นอย่างดี กระนั้นการสร้างสิ่งใหม่ เพื่อให้เป็นอัต ลักษณ์ของชาวเชียงราย ถือเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความยอมรับให้เกิดชอบอย่างชอบธรรม ในหมู่ชาวเชียงรายได้เช่นกัน

ยกตัวอย่างเช่น การสร้างอนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งราย ที่ปัจจุบันได้รับการยอมรับจากคน เชียงรายว่าจะต้องมีการสักการะเป็นประจำทุกปี เพราะถึงเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์รูปแบบหนึ่งที่ชาว เชียงรายให้ความนับถือ

รวมถึงการสร้างวัดร่องขุนของอาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ ที่กลายเป็นสถานที่ที่ชาวเชียงราย มักจะพาแขก หรือญาติพี่น้อง ที่มาจากต่างถิ่นไปเยี่ยมชมความสวยงามอันวิจิตรตระการตา ซึ่งเป็นศิลปะร่วมสมัยที่อาจารย์เฉลิมชัยได้บรรจงสร้างสรรค์ขึ้น แม้ว่าจะยังไม่เสร็จสมบูรณ์ แต่ได้รับการยอมรับจากชาวเชียงรายว่า เป็นสถานที่แห่งหนึ่งที่สร้างความภาคภูมิใจให้แก่ชาวเชียงราย

ดังนั้นความสำคัญของสิ่งใหม่ที่สร้างขึ้น จึงเป็นเสมือนการเพิ่มเติมคุณลักษณะสำคัญที่จะบ่งชี้ถึงความเป็นเชียงรายเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่ทำให้เชียงรายมีความแตกต่างจากพื้นที่อื่นและที่สำคัญ คือ เป็นการสร้างความรู้สึกร่วมหรือความเหมือนกันให้เกิดขึ้นในจิตใจชาวเชียงราย อีกแนวทางหนึ่ง



ภาพที่ 5.2

องค์ประกอบแห่งการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

องค์ประกอบทั้ง 5 ประการ ถือเป็นสิ่งสำคัญแห่งกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย ที่ทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันว่า มีสิ่งที่เป็นลักษณะเด่นอยู่ในเชียงราย และนำไปสู่การ

ยอมรับลักษณะเด่นเหล่านั้นว่า เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นเชียงราย และกลายเป็นอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายในที่สุด

ขั้นที่ 2 การสื่อสารให้ทราบถึงลักษณะเด่นของชาวเชียงราย

ในขั้นแรกเป็นการหาสิ่งที่เป็นจุดร่วม ที่จะทำให้ชาวเชียงรายมีความรู้สึก รับรู้ร่วมกันว่าเป็นสิ่งที่มีคุณลักษณะที่สำคัญ และมีความพิเศษที่จะสร้างความโดดเด่นให้แก่ชาวเชียงราย หลังจากนั้นจะเข้าสู่ขั้นตอนที่ 2 ซึ่งทำหน้าที่ต่อเนื่องจากขั้นตอนแรก โดยจะทำหน้าที่ผลักดันให้เกิดการยอมรับอัตลักษณ์แห่งจังหวัดเชียงราย โดยองค์ประกอบทั้ง 5 จะเป็นส่วนผลักดันให้เกิดการรับรู้ร่วมกันของคนในจังหวัดเชียงรายว่า มีลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดเชียงราย เป็นการหลอมรวมจิตวิญญาณของชาวเชียงรายให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และบ่งบอกได้ทันทีว่า สิ่งนี้เป็นของจังหวัดเชียงรายโดยเฉพาะ

การดำเนินงานในขั้นที่ 2 จัดเป็นขั้นตอนที่ช่วยผลักดันให้เกิดการรับรู้ จึงนำมาเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เพื่อให้ประชาชนในจังหวัดเชียงราย และประชาชนทั่วไปได้ร่วมรับรู้ ถึงคุณลักษณะเด่นของจังหวัดเชียงราย

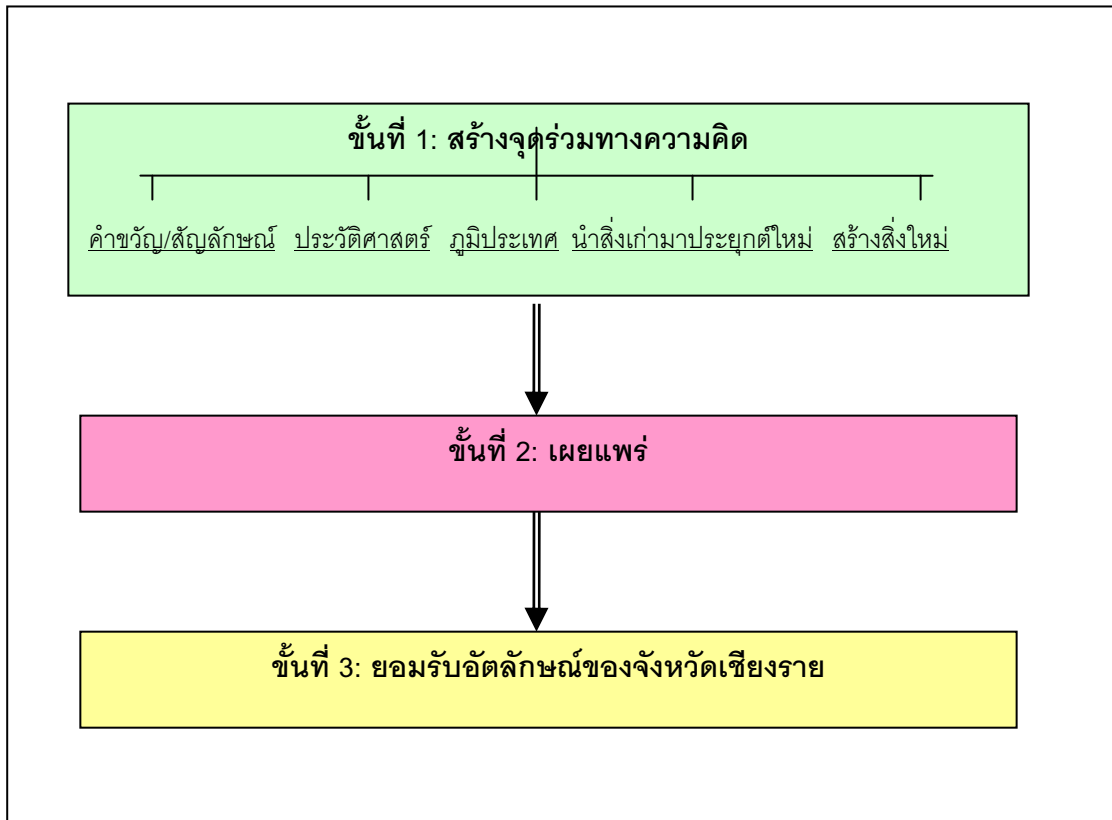
ขั้นที่ 3 ยอมรับคุณลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ในขั้นสุดท้ายนี้ เป็นขั้นตอนของการยอมรับถึงคุณลักษณะพิเศษที่นำเสนอในขั้นตอนที่ 2 ว่า เป็นสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยการยอมรับนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มที่เป็นประชาชนชาวเชียงราย จะยอมรับโดยการนำคุณลักษณะต่างๆ ที่นำเสนอไปใช้ในวิถีชีวิตจนกลายเป็นธรรมเนียมปฏิบัติ ต่อมาจึงกลายสภาพเป็นอัตลักษณ์ของสังคมเชียงรายในที่สุด
- 2) กลุ่มประชาชนทั่วไปจะร่วมรับรู้ว่าคุณลักษณะดังกล่าวเป็นวิถีชีวิตของชาวเชียงราย ดังนั้นการยอมรับของทั้ง 2 กลุ่ม จะนำไปสู่การแบ่งแยกสิ่งที่เป็นเชียงราย และสิ่งที่ไม่ใช่เชียงราย นั่นหมายความว่า การทำหน้าที่ที่สำคัญแห่งการเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายนั่นเอง

ขั้นตอนของกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ที่ต้องใช้ความต่อเนื่องในการสร้างจุดร่วมบางประการที่จะทำให้เกิดการยอมรับในหมู่คนเชียงราย จนกลายเป็นอัตลักษณ์ที่ทำ

ให้บุคคลกลุ่มสามารถรับรู้ได้ว่า สิ่งเหล่านั้นเป็นอัตลักษณ์ของเชียงราย ซึ่งแต่ละขั้นตอนจึงมีความสำคัญอย่างเท่าเทียมกัน ดังแสดงในภาพที่ 6.3



ภาพที่ 5.3

กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

คำถามการวิจัยข้อที่ 3: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายมีอะไรบ้าง

จากข้อมูลที่ค้นพบ แสดงให้ทราบถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มีทั้งสิ้น 5 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยแห่งการจำแนกสิ่งเป็นเชียงราย

ปัจจัยที่ต้องการจัดกลุ่ม/ประเภท ที่บ่งบอกว่า สิ่งนี้ แสดงถึงตัวตนของชาวเชียงราย หรือปฏิเสธสิ่งที่ไม่ใช่คุณลักษณะของชาวเชียงราย หลักการนี้จะแสดง 2 สิ่งที่เป็นคู่ขนานกัน ได้แก่ “สิ่ง

ที่ใช่กับสิ่งที่ไม่ใช่” หรือ “สิ่งที่เหมือนกับสิ่งที่แตกต่าง” ซึ่งจะจำแนกคุณลักษณะที่เป็นเชิงร้ายได้อย่างชัดเจน และเป็นรูปธรรม

ดังนั้นปัจจัยแห่งการจำแนก จะทำหน้าที่ในการแบ่งแยกสิ่งที่ไม่ใช่ และไม่ใช่ลักษณะที่บ่งบอกความเป็นเชิงร้าย รวมถึงทำการจัดแบ่งหมวดหมู่ของคุณลักษณะที่บ่งบอกถึงความเป็นเชิงร้าย ซึ่งจะทำหน้าที่แสดงให้เห็นทราบว่า มีอะไรบ้างที่เป็นอัตลักษณ์ของเชิงร้าย และปฏิเสธสิ่งที่ไม่สามารถบ่งบอกว่าเป็นอัตลักษณ์ของเชิงร้าย

2. ปัจจัยด้านการสร้างความรู้สึกร่วม

แรงผลักดันที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย คือ การสร้างความรู้สึกรับรู้ร่วมกันว่า สิ่งที่มีคุณลักษณะพิเศษนั้นบ่งบอกถึงความเป็นเชิงร้าย เช่น การใช้สีม่วงเป็นสีประจำจังหวัด การสร้างคำขวัญที่บ่งบอกถึงคุณลักษณะพิเศษของจังหวัดเชียงราย ที่ไม่มีในที่อื่นๆ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวสร้างความรู้สึกร่วมกันในจิตใจชาวเชียงรายได้เป็นอย่างดี

ดังนั้นความรู้สึกร่วม และจิตสำนึกร่วมกันของชาวเชียงราย จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ในทางกลับกันอัตลักษณ์เหล่านั้นจะเป็นตัวที่ช่วยดึงความรู้สึกร่วมของชาวเชียงรายมาอยู่รวมศูนย์ที่อัตลักษณ์เหล่านั้นด้วยเช่นกัน

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

ลักษณะพิเศษของเชียงรายที่มีภูมิประเทศ และภูมิอากาศ หรือลักษณะสำคัญทางกายภาพของจังหวัดเชียง จัดเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่ผลักดันให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย สืบเนื่องจากคำขวัญของเชียงรายที่ว่า “เหนือสุดแดนสยาม ชายแดนสามแผ่นดิน ถิ่นวัฒนธรรมล้านนา” โดย 2 วลีแรกแสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะพิเศษทางกายภาพของจังหวัดเชียงรายโดยเฉพาะ

จึงกล่าวโดยสรุปว่า ลักษณะสำคัญทางกายภาพ หรือลักษณะพิเศษทางภูมิประเทศเป็นตัวกำหนดอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ที่นำมาใช้สื่อสารกับชาวเชียงราย และสาธารณชนได้รับถึง ความเป็นตัวตนของเชียงราย และเมื่อกล่าวถึงดินแดนเหนือสุดในสยาม หลายคนมักจะนึกถึงจังหวัดเชียงราย นั่นหมายความว่า อัตลักษณ์แห่งเชียงรายกำลังทำหน้าที่บ่งบอกความเป็นเชียงรายให้แก่สาธารณชนได้รับทราบโดยทั่วกัน

4. ปัจจัยด้านภาครัฐ

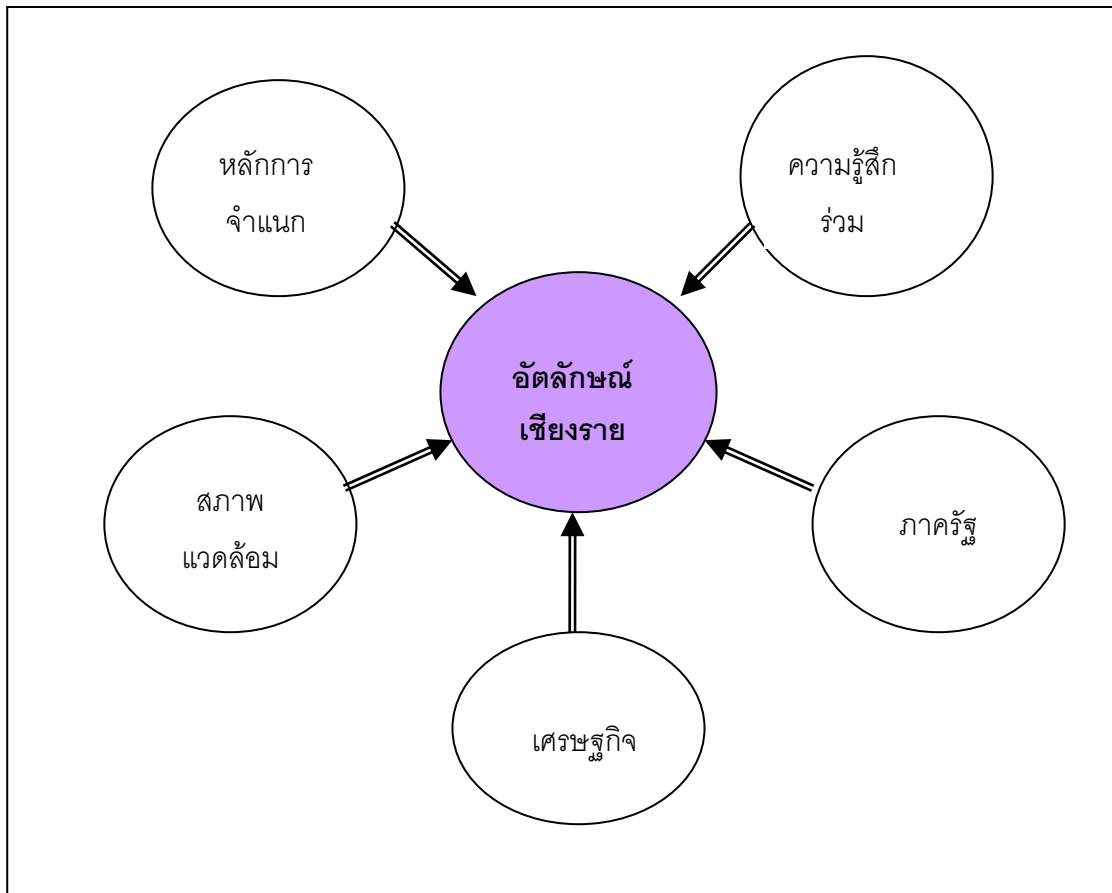
แรงผลักดันของภาครัฐ จัดเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัด เชียงรายขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การแสวงหาลักษณะการแต่งกายที่เป็นชุดประจำจังหวัดเชียงราย ทั้ง ชายและหญิง ที่แบ่งเป็นงานพิธีการและชุดลำลอง รวมถึงการพยายามใช้สีม่วงในการตัดเย็บ เสื้อผ้า เพื่อสร้างความพร้อมเพรียงกันของกลุ่มคนเชียงราย และกลายเป็นอัตลักษณ์ของเชียงราย ในที่สุด

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ภาครัฐ เป็นตัวจักรสำคัญที่ผลักดันให้จังหวัดเชียงรายนค้นหาความเป็นตัวตน และนำไปสู่การใช้อัตลักษณ์ดังกล่าวสื่อสารกับกลุ่มอื่นๆ เพื่อแสดงให้เห็นว่า นี่ คือ จังหวัดเชียงราย

5. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

รายได้จากการท่องเที่ยว จัดเป็นส่วนสำคัญที่ผลักดันให้ชาวเชียงรายเร่งหาลักษณะพิเศษ ที่จะนำเสนอให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ อาทิ การแสวงหาแหล่งที่จะจัดทำเป็นสถานที่ท่องเที่ยว การ หาจุดเด่นที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว นำมาส่งเสริมและสื่อสารให้ผู้สนใจได้รับรู้ และรับทราบถึง คุณลักษณะพิเศษ นำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละรูปแบบ

ดังนั้นปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ก่อให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของ เชียงราย เพื่อสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่ต้องการมาสัมผัสลักษณะพิเศษของ เชียงราย ที่ไม่อาจสัมผัสได้จากที่อื่น



ภาพที่ 5.4

ปัจจัยที่ผลักดันทำให้เกิดอัตลักษณ์จังหวัดเชียงราย

คำถามการวิจัยข้อที่ 4: ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างไร

คำจำกัดความของคำว่า “ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย” สำหรับงานวิจัยนี้ หมายถึง ภาพที่สะท้อนออกจากตัวตนของชาวเชียงราย หรืออีกมุมมอง คือ สิ่งที่บุคคลอื่นมองเห็นคุณลักษณะสำคัญของชาวเชียงราย

การวิจัยส่วนนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ที่มุ่งสำรวจลักษณะสำคัญที่เป็นภาพลักษณ์ของชาวเชียงรายในสายตาของผู้มาเยือน หรือนักท่องเที่ยว ด้วยการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน และชาวต่างประเทศ 400 คน

ผลการวิจัย(ตารางที่ 5.6) พบว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่างรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไปในทิศทางเดียวกัน โดยยอมรับว่า จังหวัดมีภาพลักษณ์ด้านความเป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์ มีลักษณะทางภูมิประเทศที่มีความ

โดดเด่นเฉพาะตัวและสวยงาม พร้อมทั้งมีบรรยากาศเหมาะจะเป็นที่พักอาศัยและการท่องเที่ยว ส่วนลักษณะผู้คนชาวเชียงรายมีอัธยาศัยที่ดี มีความเป็นมิตร เรียบร้อย พร้อมทั้งมีอาหารมากมาย ให้เลือกรับประทานทั้งอาหารพื้นเมือง และอาหารไทย

ที่สำคัญนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มล้วนรับรู้ ว่า เชียงรายเป็นแหล่งปลูกสับปะรดนางแล และกล้วย แล พร้อมทั้งผลไม้เมืองเหนือ อาทิ ลำไย ลิ้นจี่ เป็นต้น รวมถึงพืชและผลไม้เมืองหนาว ได้แก่ ชาอูหลง และสตอเบอรี่

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังรับทราบว่า เชียงรายเป็นดินแดนแห่งศิลปที่มีชื่อเสียง อาทิ ถวัลย์ ดัชนี เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ เป็นต้น และยังมีศิลปป็นหรือสละอื่นๆ อีกด้วย พร้อมทั้งยังทราบว่า อำเภอเชียงของเป็นแหล่งที่สามารถเพาะพันธุ์ปลาบึก ซึ่งเป็นปลาที่อาศัยอยู่ในแม่น้ำโขงเท่านั้น

แตเมื่อนำภาพลักษณ์ของเชียงรายไปเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนา (ตารางที่ 5.7) พบว่า ชาวต่างชาติไม่เห็นความแตกต่างระหว่างจังหวัดเชียงรายกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนา

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย รับรู้ ว่า จังหวัดเชียงรายมีความคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนา ไม่ว่าจะเป็น ลักษณะทางภูมิประเทศ อากาศ บรรยากาศโดยทั่วไป รวมถึงรสชาติของอาหารพื้นเมืองโดยรวม แต่จะเห็นความแตกต่างมากในรสชาติของน้ำเงี้ยว ข้าวซอย รวมถึงผลไม้ เช่น ลิ้นจี่ สับปะรดนางแล เป็นต้น

จากข้อมูลที่ค้นพบ จึงสรุปว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่างรับรู้ได้ในลักษณะที่เหมือนกัน กล่าวคือ รับรู้ ว่า ภาพลักษณ์ของเชียงรายมีลักษณะที่เป็นแบบเชียงราย(ดูรายละเอียดในตารางที่ 5.6)

แต่ถ้าแยกความแตกต่างของลักษณะสำคัญที่เป็นภาพลักษณ์ของเชียงรายกับจังหวัดอื่นๆ ในแถบล้านนา พบว่า ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ไม่พบความแตกต่าง ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะพบความแตกต่างในเรื่องของรสชาติอาหารบางประเภท เช่น น้ำเงี้ยว ข้าวซอย รวมถึงพืชและผลไม้ที่ปลูกได้ผลดีในจังหวัดเชียงราย เช่น สับปะรดนางแล ชาอูหลง ลิ้นจี่ เป็นต้น

คำถามการวิจัยข้อที่ 5: ปัจจัยใดมีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ข้อมูลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ละปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ เพื่อน

สามี/ภรรยา พ่อ/แม่ เป็นต้น รวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับสื่อมวลชนประเภทต่างๆ อาทิ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ ฯลฯ และบริษัทน้ำทิพย์ ล้วนส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายค่อนข้างสูง

ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยส่วนตัวส่งต่อการรับรู้ภาพลักษณ์จังหวัดเชียงรายมากที่สุด ในขณะที่ปัจจัยตัวอื่นๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลต่อการรับรู้ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านบุคคลใกล้ชิด เช่น แฟน สามี หรือภรรยา และสื่อวิทยุ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง(ดูรายละเอียดที่ตาราง 5.8)

ดังนั้นจึงสรุปว่า ปัจจัยทุกตัว ไม่ว่าจะเป็น ปัจจัยส่วนตัว ปัจจัยทางสังคม และสื่อมวลชนทุกแขนง รวมถึงบริษัทท่องเที่ยว ล้วนส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยค่อนข้างสูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปัจจัยส่วนตัวจะส่งผลมากที่สุดเพียงปัจจัยเดียว ส่วนอื่นๆ ส่งผลในระดับปานกลางถึงสูง

คำถามการวิจัยข้อที่ 6: อะไร คือ ความเหมือนหรือความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายกับอัตลักษณ์ของคนเชียงราย

ข้อมูลการวิจัย พบว่า อัตลักษณ์ที่ชาวเชียงรายคิดว่า เป็นลักษณะพิเศษของพวกเขา โดยแบ่งออกเป็น อัตลักษณ์ร่วมกับกลุ่มล้านนา และอัตลักษณ์เฉพาะของเชียงรายเอง (อ่านรายละเอียดในข้อสรุปที่ 1) กับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติรับรู้ (ข้อสรุปที่ 5) เมื่อนำมาเปรียบเทียบกันจะ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันหมายความว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไม่มีความแตกต่างกัน

ข้อมูลที่ค้นพบอาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความเป็นตัวตน หรืออัตลักษณ์ที่ชาวเชียงรายคิดว่าเป็นการบ่งบอกถึงความเป็นเชียงราย แม้ว่าจะมีลักษณะร่วมของกลุ่มล้านนาโอบอุ้มอยู่ สามารถสะท้อนออกเป็นภาพลักษณ์ให้บุคคลอื่นๆ สามารถรับรู้ และรับทราบถึงความเป็นเชียงรายได้

คำถามการวิจัยข้อที่ 7: อะไร คือ อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ที่จะนำไปสร้างเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ปัจจุบันกระแสแห่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นับเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก ส่งผลให้เกิดการนำศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีต่างๆ มาสร้างเป็นจุดขายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นเกิดขึ้น สังเกตได้จากปฏิทิน

การท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตลอดจนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของบริษัทนำเที่ยวได้นำศิลปะ วัฒนธรรมดั้งเดิมของเชียงรายเข้าไปบรรจุในปฏิทินการท่องเที่ยว อาทิ ประเพณีตานหามแม่ฟ้าหลวง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

อีกทั้งที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ได้มีการสร้างจุดขายที่เน้นการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงราย ไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยวเพื่อนัมัสการพระธาตุ 9 จอม ซึ่งมี 9 แห่งในจังหวัดเชียงราย การนัมัสการพระธาตุดอยตุง และพระตำหนักดอยตุง การไปจุดข้ามแดนที่อำเภอแม่สาย การขึ้นไปพิชิตภูชี้ฟ้า การชิมชาที่แม่สลอง ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นหนึ่งในแผนการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวของเชียงราย

ดังนั้นข้อมูลที่ค้นพบจากการวิจัย ในส่วนของอัตลักษณ์และภาพลักษณ์จังหวัดเชียงราย ล้วนเกิดจากการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ ทำให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับจังหวัดเชียงรายเกิดขึ้นในใจชาวเชียงรายและนักท่องเที่ยวที่มีโอกาสเข้ามาสัมผัสกับจังหวัดเชียงราย

อย่างไรก็ตามหากต้องการนำข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ไปสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยวให้แก่จังหวัดเชียงราย จึงเป็นเพียงแนวทางที่นำข้อมูลที่กล่าวต่อไปนี้ นำไปใช้เพื่อต่อยอดการสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยว ซึ่งได้ดำเนินการมาระยะหนึ่งแล้ว

ฉะนั้นจุดขายที่ผู้วิจัย จะนำเสนอต่อไปนี้ จึงมีข้อมูลบางส่วนผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวได้นำมาใช้โฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย อย่างไรก็ตามจุดขายด้านการท่องเที่ยวที่จะนำเสนอต่อไปนี้ คาดจะเป็นประโยชน์สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย เนื่องจากจะเป็นข้อมูลที่น่าไปใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อต่อยอดจุดขายการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายต่อไป

สำหรับอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ที่สมควรนำมาสร้างเป็นจุดขายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย มีดังนี้

1. อัตลักษณ์และภาพลักษณ์แห่งล้านนา

วิถีชีวิตแห่งล้านนา จัดเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติเดินทางมาสัมผัสวิถีชีวิตและวัฒนธรรมแบบล้านนา ลักษณะดังกล่าวจึงเป็นจุดเด่นสำคัญที่นำมาเป็นจุดขาย เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้เพราะอัตลักษณ์

และภาพลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นล้านนา จัดเป็นลักษณะดั้งเดิมของจังหวัดเชียงราย ที่มีวิถีชีวิตในแบบล้านนาที่นักท่องเที่ยวต้องการมาสัมผัสลักษณะดังกล่าว

แม้ว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์แห่งล้านนาจะมีความคล้ายคลึงกันในหมู่ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนหรือกลุ่มจังหวัดล้านนา ประกอบด้วย เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ และน่าน โดยมีจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางแห่งวัฒนธรรมล้านนาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน กระนั้นจังหวัดเชียงรายยังเป็นอีกแห่งหนึ่งที่ยังคงมีวัฒนธรรมแห่งล้านนาอบอวลอยู่ทั่วไป

ดังนั้นการนำอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ล้านนามาเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายนับว่ามีความเหมาะสมอย่างยิ่ง เพราะความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มักจะต้องสัมผัสลักษณะที่เป็นธรรมชาติของเชียงราย ฉะนั้น “ความเป็นล้านนา” ซึ่งเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่มีมาแต่ดั้งเดิมของเชียงราย จึงเปรียบเสมือนธรรมชาติอย่างหนึ่งของชาวเชียงราย เนื่องจากเป็นสิ่งที่ฝังรากลึกในวิถีชีวิตของชาวเชียงราย และคาดว่าจะเป็สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการประจักษ์เมื่อมาเยือนจังหวัดเชียงราย

ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้อาจสรุปได้ว่า ลักษณะเฉพาะแห่งความเป็นล้านนา จัดเป็นอัตลักษณ์และภาพลักษณ์สำคัญของเชียงราย ที่นักท่องเที่ยวประทับใจ และประสงค์อยากจะมาสัมผัสกลิ่นอายแห่งล้านนา ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลสำคัญในการนำอัตลักษณ์และภาพลักษณ์แห่งล้านนามาสร้างเป็นจุดขาย เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

2. อัตลักษณ์และภาพลักษณ์เฉพาะของจังหวัดเชียงราย

ข้อมูลการวิจัยค้นพบว่า เชียงรายมีอัตลักษณ์เฉพาะอยู่ 13 ลักษณะ แต่เมื่อนำมาศึกษาถึงการรับรู้ของนักท่องเที่ยวจะพบว่า อัตลักษณ์บางประการนักท่องเที่ยวไม่สามารถจำแนกให้แตกต่างจากท้องถิ่นอื่นๆ ในกลุ่มล้านนา อาทิ สำเนียงภาษา อาหาร ลักษณะของผู้คน เป็นต้น

กระนั้นยังมีลักษณะสำคัญที่เหมาะสมจะนำมาต่อยอดด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย

1) การเป็นเมืองประวัติศาสตร์แห่งอาณาจักรล้านนา

เชียงรายจัดเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอย่างยาวนาน เป็นดินแดนแห่งอารยธรรมเชียงแสน เชียงของ และเวียงกาหลง ส่วนเมืองเชียงราย ถือเป็นเมืองฐานแห่งการก่อตั้งอาณาจักรล้านนา เนื่องจากเป็นเมืองที่พ่อขุนเม็งรายหรือพญาเม็งรายทรงสร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นฐาน

ที่ตั้งในการรวบรวมไพร่พล สำหรับการยกทัพไปโจมตีอาณาจักรอื่นๆ แล้วก่อตั้งเป็นอาณาจักรล้านนา พร้อมทั้งสร้างเมืองเชียงใหม่ขึ้นเป็นราชธานี

ดังนั้นการนำประวัติศาสตร์ของแต่ละแห่งที่มีในจังหวัดเชียงราย นำมาสร้างเป็นจุดขายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว จึงเป็นแรงดึงดูดอีกประการหนึ่งที่จะใช้สร้างสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการโน้มน้าวใจนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งที่จังหวัดเชียงรายจัดเป็นดินแดนที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน อีกทั้งมีโบราณสถานและโบราณวัตถุที่จะนำมาเป็นวัตถุดิบในการสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายได้เป็นอย่างดี

2) นมัสการสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัดเชียงราย

จากการที่เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน ส่งผลให้จังหวัดเชียงรายมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์มออบที่จะสักการะ และศึกษาลักษณะของสถาปัตยกรรมของวัดวาอารามต่างๆ ที่มีในตัวเมืองจังหวัดเชียงราย เช่น วัดพระแก้ว ที่ซึ่งเคยประดิษฐานพระแก้วมรกต ก่อนที่จะถูกอัญเชิญไปประดิษฐานในที่ต่างๆ นอกจากนี้ยังมีวัดที่ตั้งอยู่ตามอำเภอต่างๆ อาทิ วัดพระธาตุจอมกิติ วัดพระธาตุจอมแจ้ง หรือการนมัสการพระธาตุดอยตุง เป็นต้น แม้ว่าวัดในจังหวัดเชียงรายจะมีไม่เทียบเท่ากับวัดในจังหวัดเชียงใหม่ กระนั้นถือว่ามีความสำคัญทางพระพุทธศาสนาที่สมควรสักการะอย่างยิ่ง

นอกจากวัดวาอารามแล้ว สิ่งก่อสร้างร่วมสมัยที่สมควรนำไปแนะนำนักท่องเที่ยว อาทิ อนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งราย พระตำหนักดอยตุง รวมถึง วัดร่องขุ่น ที่ก่อสร้างโดยเฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ ซึ่งปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้าไปเยี่ยมชมเป็นอย่างมากเช่นกัน

ดังนั้นสถานที่ที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นข้อมูลที่ประการหนึ่งที่เหมาะจะนำไปต่อยอดให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายให้เกิดขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดีด้วยเช่นกัน

3) ประเพณีและพิธีกรรมของเชียงราย

แม้ว่าประเพณีและพิธีกรรมส่วนใหญ่ของจังหวัดเชียงรายจะเป็นไปตามแบบแผนแห่งล้านนา อาทิ สงกรานต์ ลอยกระทง เป็นต้น กระนั้นยังมีประเพณีและพิธีกรรมบางประการที่มีเฉพาะที่เชียงรายเท่านั้น อาทิ ประเพณีตานหาแม่ฟ้าหลวง² ซึ่งเป็นประเพณีที่ชาวเชียงรายร่วม

² การตาน เป็นพิธีกรรมอย่างหนึ่งของชาวล้านนาที่ใช้ในการทำบุญ เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ที่เสียชีวิตไปแล้ว

น้อมใจระลึกถึงพระมหากษัตริย์คุณที่สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี หรือสมเด็จพระย่า หรือแม่ฟ้าหลวงมีต่อชาวเชียงราย ครั้นที่พระองค์ทรงพระชนชีพอยู่ ประเพณีดังกล่าวมีกำหนดการจัดงานขึ้นในวันที่ ๑๔ กรกฎาคมของทุกปี ซึ่งเป็นวันคล้ายวันสวรรคตของ องค์แม่ฟ้าหลวงของปวงชนชาวไทย

นอกจากนี้ยังมีพิธีบวงสรวงปลาบึกที่อำเภอเชียงของ ซึ่งเป็นอำเภอที่มีเขตติดต่อกับประเทศลาว โดยมีลำน้ำโขงเป็นตัวแบ่งเขตแดนตามธรรมชาติ และที่แห่งนี้ในอดีตเป็นแหล่งล่าปลาบึกที่มีชื่อเสียง แต่เมื่อปลาบึกในลำน้ำโขงใกล้สูญพันธุ์ อีกทั้งปัจจุบันปลาบึกสามารถเพาะพันธุ์ได้ ชาวเชียงของจึงร่วมแรงร่วมใจกันไม่ล่าปลาบึก แต่กระนั้นยังคงพิธีบวงสรวงปลาบึก โดยจะจัดเป็นประจำในวันที่ 18 เมษายนของทุกปี พร้อมกับจะมีพิธีสาธิตการล่าปลาบึกให้นักท่องเที่ยวได้รับชม

ด้วยประเพณีที่มีรูปแบบเฉพาะดังกล่าว จึงเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะนำไปสร้างจุดขาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจวิถีชีวิตอีกรูปแบบหนึ่งของจังหวัดเชียงราย

4) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ความพิเศษของจังหวัดเชียงราย คือ การเป็นศูนย์รวมของชนเผ่าต่างๆ มากถึง 30 ชนเผ่า อาทิ ลื้อเชียงรุ่ง มูเซอดำ จีน ประกอบด้วย จีนแคะ ไหหลำ แต่จิว กวางตุ้ง สกเกียน ลัวะ หรือละว้า ฮ่อ คือคนจีนที่อยู่ในเขตมณฑลยูนนานในประเทศจีน ไตยองหรือยอง ลื้อเชียงคำ ยางหรือกะเหรี่ยง ลาวอินโดจีน อีเก้อหรืออาข่า ลื้อห้วยเม็ง ม้งหรือแม้ว ไตย่า ตองซู้ ไตเมืองเหนือ ข่ามู ญวน ลื้อแจ้ ย่า ยางแดงหรือกะเหรี่ยงแดง ม่าน คือชาวพม่าที่ชาวเหนือเรียก ยางขาว หรือกะเหรี่ยงขาว ลื้อน้ำอู ไทยใต้ แยก แบ่งออกเป็น 2 พวก คือ แยกมลายูและแยกอินเดีย ข่าฮอก ไทยใหญ่หรือเงี้ยว ลีซอ กูย และเขินหรือไตเขิน

ทั้ง 30 ชนเผ่าจะมีวัฒนธรรมของตนเองและดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน เช่น การแต่งกาย อาหาร พิธีกรรม และประเพณีบางประการ การดำรงอยู่ของวัฒนธรรมที่มีมาตั้งแต่ดั้งเดิมของแต่ละชนเผ่า ส่งผลให้ดินแดนแห่งจังหวัดเชียงรายมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม อันยากที่จะหาได้ในดินแดนอื่นๆ

ลักษณะของวัฒนธรรมดั้งเดิมของแต่ละชนเผ่า จึงเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่น่าจะนำมาเป็นจุดขาย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เพราะนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งยังมีความสนใจที่จะเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5) ภูมิประเทศที่ได้เปรียบของจังหวัดเชียงราย

ความได้เปรียบทางภูมิประเทศของจังหวัดเชียงราย นับเป็นจุดสำคัญในการนำมาสร้างเป็นจุดขาย เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย จุดเด่นด้านภูมิประเทศของจังหวัดเชียงรายจะแบ่งออกเป็น 2 ประการ ได้แก่

1. การเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ประเทศพม่าและประเทศลาว ซึ่งปัจจุบันมีด่านผ่านแดนอยู่ อำเภอแม่สาย และอำเภอเชียงแสนเพื่อติดต่อกับประเทศพม่าและอำเภอเชียงของ สำหรับติดต่อกับประเทศลาว

2. ลักษณะภูมิประเทศที่สวยงามตามธรรมชาติ ที่มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาน้อยใหญ่ ล้อมรอบ ส่งผลให้จังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ อาทิ ภูชี้ฟ้า ดอยแม่สลอง ดอยวาวี เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีความงามตามธรรมชาติบางแห่งยังไม่ได้รับการปรับปรุงและส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

ลักษณะสำคัญทั้ง 2 ประการ จึงเป็นจุดเด่นของจังหวัดเชียงราย ที่นำมาใช้เป็นจุดขายสำหรับการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นจุดเด่นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งในปัจจุบันและในอนาคตต่อไป

6) ลักษณะอากาศที่เย็นสบายตลอดปี

ด้วยภูมิประเทศของจังหวัดเชียงรายที่ตั้งอยู่บนภูเขา ส่งผลให้มีอากาศเย็นเกือบตลอดทั้งปี โดยเฉพาะบนยอดดอยมีอากาศและความสวยงามตามธรรมชาติ ที่จะใช้เป็นจุดขายที่นำมาสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายได้ดีไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าจังหวัดเชียงใหม่หรือแม่ฮ่องสอน ฉะนั้นจุดขายด้านอากาศที่เย็นสบาย สามารถมาพักผ่อนได้ตลอดทั้งปี โดยเฉพาะฤดูหนาวจึงเหมาะสมที่จะนำมาสำหรับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายได้เป็นอย่างดี

7) แหล่งรวมศิลปินกว่า 100 ชีวิต

ปัจจุบันกลุ่มศิลปินหรือสลาเมืองเชียงรายได้มีการรวมตัว และจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวบ้านศิลปินเชียงราย การดำเนินการดังกล่าวจึงเป็นอีกประการหนึ่งที่ผู้รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย น่าจะนำไปบรรจุในแผนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

เนื่องจากผลงานด้านศิลปะจะเป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อีกแนวทางหนึ่ง ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายและผู้เกี่ยวข้อง จึงควรสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มศิลปินที่รวมตัวกันจัดทำแผนที่เที่ยวบ้านสล่าเชียงราย เพราะจะเป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มสล่าชาวเชียงราย และที่สำคัญยังเป็นการสร้างชื่อเสียงให้แก่จังหวัดเชียงราย ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวในอีกรูปลักษณะหนึ่ง

8) อาหารและผลไม้เฉพาะที่เชียงราย

อาหารพื้นเมืองของจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่จะมีลักษณะคล้ายคลึงกับอาหารพื้นเมืองของจังหวัดอื่นๆ ในแถบล้านนา แต่มีอาหารประเภทหนึ่งที่ชาวเชียงรายภูมิใจนำเสนอ คือ น้ำเงี้ยว ที่ถือว่าเป็นสูตรต้นตำรับของอาหารที่รับประทานพร้อมกับขนมจีน แต่ในจังหวัดเชียงราย นอกจากจะรับประทานกับขนมจีน อาจจะรับประทานกับก๋วยเตี๋ยว หรือที่เรียกว่า ก๋วยเตี๋ยวน้ำเงี้ยว กระนั้น น้ำเงี้ยวที่อำเภอแม่สายกับที่อื่นๆ อาจแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม ถือว่า ขนมจีนน้ำเงี้ยว เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่ง นอกเหนือจากอาหารพื้นเมืองที่คนต่างถิ่นมักจะรู้จักกันในนามอาหารขันโตก ซึ่งเป็นลักษณะการรับประทานแบบดั้งเดิมของชาวล้านนา

นอกจากขนมจีนน้ำเงี้ยวต้นตำรับของชาวเชียงรายแล้ว ยังมีผลไม้ประเภทสับปะรดที่ปลูกได้ดีเฉพาะตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายเท่านั้น นั่นคือ สับปะรดนางแล และสับปะรดภูแล ซึ่งเป็นผลไม้ที่ให้รสหวานฉ่ำ อร่อย เป็นที่รู้จักกันในจังหวัดเชียงราย

ดังนั้นหากต้องการแนะนำจังหวัดเชียงรายให้เป็นที่รู้จักในด้านอาหารพื้นเมืองและผลไม้ประจำท้องถิ่นแล้ว เห็นควรนำขนมจีนน้ำเงี้ยว และสับปะรดนางแลเป็นอีกหนึ่งในเมนูอาหารที่นำเสนอให้นักท่องเที่ยว เมื่อมาเยี่ยมชมจังหวัดเชียงราย พร้อมทั้งนำลักษณะเด่นของอาหารดังกล่าวมาเสนอ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว เนื่องจากจะใช้เป็นแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวสนใจมาลิ้มชิมรสอาหารทั้ง 2 ประเภท รวมถึงอาหารพื้นเมือง และผลไม้อื่นๆ ที่มีในเชียงรายอีกด้วย

ลักษณะทั้ง 8 ประการที่กล่าวมาข้างต้น จัดเป็นลักษณะเด่นของจังหวัดเชียงรายที่ควรนำมาสร้างเป็นจุดขาย เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เนื่องจากลักษณะที่กล่าวมาทั้ง 8 ประการมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแบบผจญภัยด้วยการพิชิตยอดดอยต่างๆ หรือการท่องเที่ยวข้ามแดนไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น

ดังนั้นการสร้างจุดขายของจังหวัดเชียงรายจึงควรนำลักษณะเด่นของจังหวัดเชียงรายที่กล่าวมาข้างต้นทั้ง 8 ประการ และลักษณะแห่งความเป็นล้านนา ซึ่งเป็นวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชาวเชียงรายผสมผสาน เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้หันมาท่องเที่ยว และพักอาศัยในจังหวัดเชียงราย เพื่อก่อให้เกิดรายได้ให้แก่คนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงรายได้เป็นอย่างดีทั้งในปัจจุบันและอนาคต

6.2 อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลการวิจัยทั้งหมดนำมาอภิปรายผล ดังนี้

อภิปรายผลการวิจัยข้อ 1: อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

การค้นหาลักษณะของจังหวัดเชียงราย จัดเป็นวัตถุประสงค์หลักของการวิจัยครั้งนี้ โดยมุ่งเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสังเกต สัมภาษณ์แบบเจาะลึก อภิปรายกลุ่ม และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์และจำแนกลักษณะเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

จากการศึกษา พบว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1) อัตลักษณ์ร่วมของล้านนา เป็นอัตลักษณ์ครอบคลุมวิถีชีวิตของชาวเชียงราย ที่เป็นเช่นนั้น เนื่องจากจังหวัดเชียงรายเป็นหนึ่งในอาณาจักรล้านนาในอดีต ส่งผลให้กลุ่มจังหวัดล้านนาทั้ง 8 จังหวัด ประกอบด้วย เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ และน่าน มีลักษณะความเป็นอยู่ การดำรงชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน

เหตุผลสำคัญที่ทำให้เชียงรายมีอัตลักษณ์แห่งล้านนาโดยอ้อมวิถีชีวิตอยู่นั้น เป็นเพราะว่าคนเชียงรายต่างตระหนักว่า ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของล้านนา มีความรู้สึกเป็นกลุ่มคนพวกเดียวกันกับ 8 จังหวัดที่กล่าวมาข้างต้น ฉะนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่อัตลักษณ์ของเชียงรายจะได้รับอิทธิพลจากการเป็นชาวล้านนา นำมาเป็นแบบแผนในการดำเนินชีวิต พร้อมทั้งมีความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของชาวล้านนา และเป็นอัตลักษณ์ที่ชาวเชียงรายภาคภูมิใจ นั่นเป็นเพราะอัตลักษณ์มักมีรากฐานจากสิ่งที่มีมาตั้งแต่ดั้งเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งประวัติศาสตร์ของเชื้อชาติ (Woodward, 1997) ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ลักษณะสำคัญซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมีความสอดคล้อง และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับชาวล้านนาทั้ง 8 จังหวัดดังที่กล่าวไว้ข้างต้น

2) อัตลักษณ์ของเชียงราย แม้ว่าคนเชียงรายจะยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งของดินแดนแห่งล้านนา กระนั้นชาวเชียงรายยังมีจุดยืนถึง ลักษณะเฉพาะที่เป็นเชียงราย ส่งผลให้เกิดการจำแนกลักษณะเด่นที่จะบอกคนทั่วไปได้ว่า สิ่งสำคัญที่บ่งถึงความเป็นเชียงราย

เหตุผลที่ทำให้เกิดอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายอีกประการหนึ่ง เนื่องมาจากหน้าที่สำคัญของอัตลักษณ์ที่จะสื่อความหมายถึงคุณสมบัติที่มีลักษณะเฉพาะของบุคคลหรือสิ่งนั้น ที่ทำให้สิ่งนั้นมีลักษณะที่โดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น (อภิญา เพื่องฟูสกุล, 2547) หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ลักษณะเฉพาะชุดหนึ่งของบุคคลแต่ละกลุ่มที่แสดงออกต่อผู้อื่น ลักษณะเฉพาะนั้นจะช่วยให้ผู้อื่นสามารถบ่งชี้บุคคลนั้นๆ ได้ หรือตอบคำถามว่า “ฉัน เป็น ใคร” และ “ฉัน คือ ใครในสายตาของคนอื่น” (Hoult, 1974)

จากข้ออ้างข้างต้น ล้วนเป็นเหตุผลที่สำคัญที่ทำให้ชาวจังหวัดเชียงรายมุ่งหาลักษณะพิเศษ เพื่อจำแนก แยกแยะ ให้เห็นถึงความเป็นชาวเชียงรายที่ไม่สามารถหาได้จากแหล่งอื่นๆ อีกทั้งจะสามารถตอบได้ว่า ฉัน เป็นชาวเชียงราย และ ฉัน คือ ชาวเชียงรายในสายตาของผู้อื่น

อัตลักษณ์ทั้ง 2 ประการ เป็นสิ่งที่ปรากฏในสังคมจังหวัดเชียงรายอย่างเด่นชัด กอปรกับเป็นสิ่งที่ชาวเชียงรายต่างพึงพอใจที่จะอยู่ภายใต้อัตลักษณ์ทางสังคมทั้ง 2 ประการนี้ และเป็นภายใต้เงื่อนไขของสังคมที่ได้รับการแบ่งแยกออกเป็นกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มล้านนา และกลุ่มคนเชียงราย

การแบ่งแยกลักษณะสำคัญออกเป็นกลุ่มๆ นั้น Woodward(1997) อธิบายว่า เป็นไปตามกฎเกณฑ์การทำงานของอัตลักษณ์ ที่จะกำหนดลักษณะของกลุ่มด้วยความเหมือนและความแตกต่าง เช่น อัตลักษณ์ในรูปแบบของความแตกต่างระหว่างชนชาติ หรือความขัดแย้งด้านความเชื่อ หรือความแตกต่างของชาย-หญิง ในความแตกต่างจะทำให้เรามองเห็นภาพของความเหมือนภายในกลุ่ม ฉะนั้น อัตลักษณ์ จึงเป็นเรื่องของความตระหนักรู้ว่า เรา “เหมือน” หรือ “ต่าง” จากคนอื่นอย่างไร

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ส่งผลให้เชียงรายที่มีความรู้สึกว่าเป็นคนในกลุ่มล้านนา และคนเชียงรายโดยเฉพาะจึงมีลักษณะสำคัญทางวัฒนธรรมในรูปแบบของล้านนา พร้อมกับพยายามสร้างความแตกต่างในส่วนที่เป็นเชียงรายร่วมด้วย ส่งผลให้คนเชียงรายมีองค์ประกอบของอัตลักษณ์แห่งล้านนาและของเชียงรายโดยเฉพาะผสมผสานกันเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

อภิปรายผลการวิจัยข้อ 2: กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

แนวคิดของ Weinreich และ Saunderson(2003) ที่เสนอแนวการศึกษาอัตลักษณ์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์โครงสร้างทางอัตลักษณ์(Identity Structure Analysis : ISA) ที่มุ่งติดตามดูพัฒนาการของอัตลักษณ์แต่ละกลุ่มที่มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

จากการศึกษา พบว่า กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายทั้ง 3 ขั้นตอน เริ่มจากการสร้างจุดร่วมกันทางความคิด การเผยแพร่จุดร่วมกันทางความคิด และยอมรับว่า สิ่งเหล่านั้นเป็นอัตลักษณ์ของชาวจังหวัดเชียงราย จัดเป็นพัฒนาการที่ต่อเนื่องกันของการสร้างอัตลักษณ์ที่ส่งผลให้คนในจังหวัดเชียงรายมีความรู้สึกถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายใต้กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทั้ง 3 ขั้นตอน

เมื่อนำแต่ละขั้นตอนมาแจกแจงรายละเอียด พบว่า ขั้นตอนของการสร้างจุดร่วมกันทางความคิดมีวิธีการที่ซับซ้อนมากกว่าขั้นตอนอื่นๆ เริ่มจากการสร้างคำขวัญและสัญลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อปลุกจิตสำนึกแห่งการรับรู้ร่วมกันของชาวเชียงราย วิธีการดังกล่าวเป็นไปตามแนวคิดแห่งการสร้างอัตลักษณ์ของ Woodward (1997) ที่อธิบายว่า การอยู่ร่วมกันเป็นสังคม และการใช้สัญลักษณ์ เป็นสิ่งที่ใช้แยกแยะลักษณะที่มีความแตกต่างออกไปจากกลุ่ม จัดเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้อัตลักษณ์ดำรงอยู่

ส่วนการนำประวัติศาสตร์และเรื่องเล่าขานสร้างจิตสำนึกร่วมกัน การใช้ลักษณะเด่นของภูมิประเทศสร้างความเป็นเชียงราย และการประยุกต์ของเก่าที่เคยมีในอดีตนำมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ใหม่ให้มีความทันสมัยมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนอยู่ภายใต้กรอบความคิดของ Woodward (1997) ที่อธิบายว่า อัตลักษณ์จะต้องเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ป็นธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็น เชื้อชาติ ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ รวมถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาต่างๆ ของแต่ละพื้นที่ และที่สำคัญอัตลักษณ์จะต้องทำหน้าที่อธิบายลักษณะที่มีความแตกต่างจากสิ่งอื่นๆ ที่มีในกลุ่มเดียวกันได้

ด้านการสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมาใหม่นั้นเป็นไปตามกระแสแห่งการเปลี่ยนแปลงของสังคม ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Moghadam (1994) ที่อธิบายว่า อัตลักษณ์ของแต่ละแห่งอาจจะคงที่ในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งพร้อมๆ กับการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นกับบางอัตลักษณ์ เพื่อสนองตอบต่อสถานการณ์หนึ่งๆ ไปพร้อมๆ กัน ทั้งนี้เพราะโครงสร้างของอัตลักษณ์จะเกิดขึ้นจากการจัดระบบของสังคม แม้ว่าบางสิ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลและเทศะ อย่างไรก็ตามถือว่า สังคมเป็นจุดกำเนิดสำคัญที่ทำให้อัตลักษณ์ดำรงอยู่และเป็นสิ่งที่บ่งบอกตัวตนของสังคมนั้นๆ

ส่วนขั้นตอนของการเผยแพร่สิ่งที่จะสร้างเป็นอัตลักษณ์ร่วมกันของชาวเชียงราย จัดเป็นขั้นตอนที่จะสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เนื่องจากจังหวัดเชียงรายมีพื้นที่ค่อนข้างกว้างและมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมอยู่ในพื้นที่ค่อนข้างมาก ดังนั้นจำเป็นต้องสร้างลักษณะที่เป็นศูนย์รวมกันของชาวเชียงราย ซึ่งเป็นการดำเนินงานตามกลไกของสังคม (Moghadam, 1994) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวางนโยบายการเผยแพร่อัตลักษณ์ดังกล่าวมาจากหน่วยงานของภาครัฐ คือ สภาวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย ที่ต้องการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

กลไกทางสังคมส่งผลกระทบต่อเพราะโครงสร้างของอัตลักษณ์ มักเกิดขึ้นจากการจัดระบบระเบียบของสังคม โดยกลุ่มสถาบันต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสถาบันทางเศรษฐกิจ สถาบันทางสังคม และสถาบันทางการเมืองล้วนส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของสมาชิกในสังคม ดังนั้นบุคคลจึงต้องปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของตนเมื่อเข้าไปเป็นสมาชิกของสังคมนั้น (Moghadam, 1994) เหตุผลดังกล่าวจัดเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ขั้นตอนแห่งการยอมรับอัตลักษณ์ของชาวจังหวัดเชียงราย ตามเป้าหมายของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการไว้ตั้งแต่ต้น

ดังนั้นจึงกล่าวโดยสรุปว่า กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายทั้ง 3 ขั้นตอน มีแบบแผนและกระบวนการตามหลักการแห่งกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ที่เน้นลักษณะสำคัญและกระบวนการเชื่อมโยงแต่ละหน่วยที่มีความสำคัญอันนำไปสู่อัตลักษณ์ที่แสดงความเป็นตัวตนของจังหวัดเชียงรายให้เกิดขึ้นในใจของชาวเชียงราย และปรากฏต่อสายตาของกลุ่มอื่นๆ นำไปสู่การจำแนก แยกแยะ สิ่งที่เป็นจังหวัดเชียงราย และสิ่งที่ไม่ใช่จังหวัดเชียงรายนั่นเอง

อภิปรายผลการวิจัยข้อ 3: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์จังหวัดเชียงราย

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมีอยู่ 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยแห่งการจำแนก การสร้างจุดร่วมทางสังคม สิ่งแวดล้อม ภาครัฐ และเศรษฐกิจ ทั้ง 5 ปัจจัยล้วนอยู่ภายใต้กรอบแนวคิดที่ว่าด้วยเรื่องอัตลักษณ์เป็นผลผลิตทางสังคม (Barker, 2004 และ Moghadam, 1994)

แนวคิดดังกล่าวมีสาระสำคัญว่า อัตลักษณ์ผลผลิตทางสังคม ที่แสดงออกในรูปของประเพณี ขนบธรรมเนียม ฉะนั้นหากต้องการทำความเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ภายในตัวมนุษย์แต่ถูกแสดงออกให้เห็นในรูปของตัวแทน(representation) ส่งผลให้อัตลักษณ์ไม่มีเป็นสากล มีแต่ลักษณะที่เป็นส่วนร่วมกันของคนในสังคม ดังนั้นสังคมแต่ละแห่งจึงมีการแสดงออกที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละสังคมออกมาปรากฏแก่สายตาของคนทั่วไป (Barker, 2004)

นอกจากนี้ Moghadam (1994) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมว่า มีอัตลักษณ์บางประการที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา เป็นอัตลักษณ์ที่เกิดจากแรงกระตุ้นจากภายนอก ซึ่งมักจะเป็นไปตามสิ่งแวดล้อม อาทิ การเปลี่ยนแปลงตนเองเมื่อต้องเข้าไปอยู่ในสังคมใหม่ กลุ่มการเมืองใหม่ เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ย่อมส่งผลต่อการสร้างความผันแปรแก่อัตลักษณ์ หรืออาจจะเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ แล้วเกิดการพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ขึ้นอีก

ดังนั้นอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลอาจจะคงที่ในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่ง พร้อมๆ กับการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นกับบางอัตลักษณ์ เพื่อสนองตอบต่อสถานการณ์ต่างๆ ไปพร้อมๆ กัน ทั้งนี้เพราะโครงสร้างของอัตลักษณ์จะเกิดขึ้นจากการจัดระบบของสังคม โดยกลุ่มสถาบันต่างๆ ได้แก่ สถาบันทางเศรษฐกิจ สถาบันทางสังคม และสถาบันทางการเมือง ล้วนส่งผลต่อสมาชิกในสังคม ดังนั้นบุคคลจึงต้องปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของตนเมื่อเข้าไปเป็นสมาชิกสังคมนั้นๆ

จึงกล่าวได้ว่า อัตลักษณ์ เป็นผลผลิตมาจากสังคมที่กล่อมเกลาในคนในสังคมมีลักษณะวิถีชีวิต แนวคิดในการดำรงชีวิต ตลอดจนพฤติกรรมการแสดงออกที่คล้ายคลึงกันของคนในสังคมนั้นๆ เนื่องจากต้องแสดงอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงการเป็นสมาชิกในสังคม ฉะนั้นการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมและอัตลักษณ์ต่างๆ จึงเป็นไปตามกฎเกณฑ์ข้อบังคับของสังคมที่สั่งสมกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แม้ว่าบางสิ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลและเทศะ อย่างไรก็ตามถือว่า สังคมเป็นจุดกำเนิดสำคัญที่ทำให้อัตลักษณ์ดำรงอยู่และเป็นสิ่งที่บ่งบอกตัวตนของสังคมนั้นๆ

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นสิ่งที่สนับสนุนถึงปัจจัยทางสังคมทั้ง 5 ประการ ได้แก่ ปัจจัยแห่งการจำแนก การสร้างจุดรวมทางสังคม สิ่งแวดล้อม ภาครัฐ และเศรษฐกิจ ที่ผลักดันให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

อภิปรายผลการวิจัยข้อ 4: ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยว

ผลการวิจัย พบว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติโดยภาพรวมแล้วมีการรับรู้ไม่แตกต่างกัน หมายความว่า นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มองภาพชาวเชียงรายที่สะท้อนลักษณะแห่งตนออกมา ส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ลักษณะพิเศษที่บอกความเป็นตัวตนของเชียงรายได้

เมื่อนำภาพลักษณ์ของเชียงรายไปเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในกลุ่มล้านนา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจะสามารถแยกลักษณะพิเศษที่เป็นอัตลักษณ์หรือภาพลักษณ์เฉพาะของ

เขียนรายได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างชาว
เขียนรายกับกลุ่มคนอื่น ๆ ในเขตภาคเหนือได้

เหตุที่เป็นเช่นนั้น อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เก็บกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะ
เป็นผู้อยู่ในภาคเหนือ มีจำนวนถึง 268 คนจากทั้งสิ้น 400 คน (ดูตาราง 3.5) ซึ่งกลุ่มคนเหนือ
ด้วยกันจึงมีทักษะในการจำแนกลักษณะแห่งความเหมือนและแตกต่างกันของลักษณะที่เป็น
ล้านนา และลักษณะเฉพาะของแต่ละจังหวัด ซึ่งเป็นกฎเกณฑ์ของอัตลักษณ์ในการจำแนก
ลักษณะแห่งความเหมือนและแตกต่างดังที่กล่าวไว้ในกรอบอภิปรายผลข้อที่ 1 และ 2

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่สามารถจำแนกความแตกต่างของเขียนรายกับจังหวัด
อื่นๆ ในล้านนา เนื่องจากไม่มีความคุ้นเคย และส่วนใหญ่มักจะมองคนไทยมีลักษณะเหมือนกัน
หรือบางครั้งอาจมองว่า ชาวเอเชียมีลักษณะใกล้เคียงกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักใช้ลักษณะแห่ง
ผิพรรณ บุคลิกลักษณะภายนอก ในการประเมินลักษณะ หรือภาพลักษณ์ที่พบเจอนั่นเอง

กระนั้นอาจสรุปภาพรวมของการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเขียนรายในสายตา
นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติไม่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากการสะท้อนภาพลักษณ์
ที่มาจากอัตลักษณ์ของจังหวัดเขียนราย เป็นสิ่งที่สามารถมองเห็น รับรู้ และสัมผัสได้อย่างชัดเจน
เสมือนว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สะท้อนซึ่งกันและกัน

การอภิปรายผลการวิจัยข้อ 5: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของ นักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ
ชาวต่างชาติมีความแตกต่างกันในบางประเด็น กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัย
ส่วนตัว ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยของจากสื่อมวลชน และบริษัทนำเที่ยวต่างส่งผลต่อการรับรู้
ภาพลักษณ์ของจังหวัดเขียนรายในระดับสูง

ลักษณะดังกล่าวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ พบว่า ปัจจัยส่วนตัวส่งผลต่อ
การรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเขียนรายสูงสุด นอกจากนั้นปัจจัยอื่นๆ ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยของ
จากสื่อมวลชน และบริษัทนำเที่ยว ได้แก่ ส่งผลต่อการรับรู้ในระดับสูงและปานกลาง

ข้อมูลที่น่าจะเป็นไปตามลักษณะของวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ
นักท่องเที่ยวต่างชาติ มักมีวัฒนธรรมในการเชื่อมั่นตนเองค่อนข้างสูง ส่งผลให้เป็นปัจจัย
สำคัญที่ทำให้เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเขียนราย ซึ่งแตกต่างกับนักท่องเที่ยวไทย ที่

การตัดสินใจมักจะต้องใช้ปัจจัยต่างๆ ผสมผสานกัน ส่งผลให้ปัจจัยทุกตัวล้วนส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

การอภิปรายผลวิจัยข้อ 6: เปรียบเทียบอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ผลการวิจัยที่ปรากฏเกี่ยวกับอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย พบว่า อัตลักษณ์ของชาวเชียงราย กับภาพลักษณ์ของชาวเชียงรายที่นักท่องเที่ยวรับรู้มีลักษณะที่เป็นไปในทิศทางทางเดียวกัน

ทั้งนี้เพราะว่า “อัตลักษณ์” (identity) สิ่งที่ควบคู่กัน คือ “ภาพลักษณ์” (Image) โดย Birkit and Stadler(1986) ได้ให้นิยามของความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองสิ่งว่า ภาพลักษณ์ คือ ภาพฉาย (Projector) ของอัตลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Lynn(1995) กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์ คือ ตัวตนของเรา ภาพลักษณ์ คือ สิ่งที่ทุกคนมองเห็นเรา (Identity is who you are. Image is how people perceive you.) รวมถึง Gripsrud(2000) ยังสรุปว่า สิ่งที่คนอื่นเชื่อมโยงเกี่ยวกับตัวเรา นั่นคือ สิ่งที่เราประทับใจผ่านสื่อ หรือสิ่งที่สะท้อนออกจากอัตลักษณ์ นั่นคือ ภาพลักษณ์ที่แสดงออกมานั่นเอง นอกจากนี้ Sarup(2002) ยังอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ว่า เป็นผลพวงซึ่งกันและกัน เนื่องจากภาพสะท้อนของอัตลักษณ์ คือ ภาพลักษณ์นั่นเอง

ข้ออ้างอิงข้างต้น จึงเป็นการอธิบายหน้าที่ของอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ ที่ต่างเป็นภาพสะท้อนซึ่งกันและกัน เนื่องจากความหมายของอัตลักษณ์ในการวิจัยนี้ คือ สิ่งที่เป็นตัวตนของเชียงราย ในขณะที่ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สะท้อนจากการแสดงอัตลักษณ์แห่งตนให้ผู้อื่นรับรู้ เมื่อผลการวิจัยออกมาว่า ภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมีลักษณะไม่แตกต่างกัน จึงเป็นการยืนยันลักษณะสำคัญของคู่ขนานระหว่างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี

การอภิปรายผลการวิจัยข้อที่ 7: แนวทางการนำอัตลักษณ์และภาพลักษณ์มาสร้างเป็นจุดขายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

ผลของการวิจัยด้านอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย นำมาสร้างเป็นจุดขายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางเผยแพร่ 2 เรื่องหลัก ได้แก่

1. ลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวล้านนา
2. อัตลักษณ์ที่เป็นชาวเชียงรายโดยเฉพาะ ประกอบด้วย

- 1) การเป็นเมืองประวัติศาสตร์แห่งอาณาจักรล้านนา
- 2) นมัสการสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัดเชียงราย
- 3) ประเพณีและพิธีกรรม
- 4) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม
- 5) ภูมิประเทศที่ได้เปรียบของจังหวัดเชียงราย
- 6) อากาศเย็นสบาย
- 7) แหล่งรวมศิลปินกว่า 100 ชีวิต
- 8) อาหารและผลไม้ที่มีเฉพาะที่เชียงราย

การนำอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายทั้งหมดข้างต้น ถือเป็นสาระสำคัญที่จะนำมาสร้างจุดขายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายในเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากตรงตามนโยบายที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดไว้ เพื่อดำเนินการดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ประเพณีธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2528)

ฉะนั้นแนวทางที่นำเสนอข้างต้น นับว่ามีคุณสมบัติด้านความเป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมของชาวเชียงรายอย่างแท้จริง จึงเป็นแนวทางที่เหมาะสมที่จะนำเสนอ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และบริษัทนำเที่ยว ล้วนนำทรัพยากรของจังหวัดเชียงราย ไม่ว่าจะเป็น ประเพณี วัฒนธรรม กิจกรรม ความสวยงามตามธรรมชาติ มาเป็นจุดขายในการสร้างความสนใจแก่นักท่องเที่ยว อันนำไปสู่การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ตามเป้าหมายที่วางไว้ตั้งแต่ต้น

5.3 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

ข้อมูลที่ค้นพบจากการศึกษา เรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์จังหวัดเชียงราย นำมาประมวลเป็นองค์ความรู้ได้ ดังนี้

1. อัตลักษณ์ของในสังคมหนึ่งๆ อาจมีอัตลักษณ์ที่ซ้อนทับกันอยู่ อย่างเช่น อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย จะประกอบด้วย อัตลักษณ์แห่งล้านนาโอบล้อม อัตลักษณ์ที่เป็นลักษณะเฉพาะของเชียงราย ส่งผลให้คนเชียงรายแสดงอัตลักษณ์ 2 อย่างในเวลาเดียวกัน คือ อัตลักษณ์ของการเป็นคนล้านนา และอัตลักษณ์ที่เป็นลักษณะเฉพาะของเชียงราย

2. กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ จะต้องเริ่มต้นจากการหาจุดร่วมของคนในสังคมเป็นอันดับแรก โดยหาจากสิ่งที่จะปลุกกระตุ้นความคิดความรู้สึกของคนในสังคม อาทิ การหาจุดร่วม

ของคนในเชียงรายจะใช้ประวัติศาสตร์ความเป็นมา ลักษณะเด่นทางภูมิศาสตร์ ความโดดเด่นทางพิธีกรรมหรือประเพณีที่ไม่เหมือนใคร สิ่งเหล่านี้มาสร้างเป็นคำขวัญ และสัญลักษณ์ เพื่อจะได้สื่อถึงคนในเชียงรายได้รับทราบร่วมกัน หลังจากนั้นนำสิ่งเหล่านี้เผยแพร่ อันจะนำไปสู่การยอมรับอัตลักษณ์ร่วมกันของคนในสังคมเชียงราย

3. ปัจจัยที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1) ปัจจัยแห่งการจำแนกสิ่งที่มีลักษณะเหมือนและต่างกัน เพื่อจะได้รับลักษณะที่เป็นเชียงรายและไม่ใช่เชียงราย

2) ปัจจัยแห่งการสร้างจุดร่วมทางสังคม เพื่อหาสิ่งที่ดึงดูดคนในสังคมเข้ามาอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์เดียวกัน

3) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลให้มีลักษณะที่แตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ

4) ปัจจัยด้านภาครัฐ ที่มากระตุ้น ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์แห่งท้องที่

5) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เป็นสิ่งที่สร้างรายได้ให้แก่คนในท้องที่ จึงจำเป็นต้องเร่งสร้างอัตลักษณ์เฉพาะ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

4. ภาพสะท้อนที่ออกมาจากอัตลักษณ์ คือ ภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่บุคคลอื่นมองเห็นจากอัตลักษณ์ ดังนั้นอัตลักษณ์ที่แสดงตัวตนออกมาอย่างไร ย่อมส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น หมายความว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย สะท้อนออกเป็นภาพลักษณ์ที่คนทั่วไปได้รับรู้ถึงสิ่งที่เชียงรายเป็นอยู่

5. ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพที่สะท้อนออกจากอัตลักษณ์หรือภาพลักษณ์นั้น มีองค์ประกอบในเรื่องของ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยเกี่ยวกับสื่อมวลชน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการสะท้อนภาพเหล่านั้นให้สังคมได้รับรู้

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา เรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์จังหวัดเชียงราย มีข้อเสนอแนะเพื่อแนวทางนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

1. ผลดีของการศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย คือ ทำให้ทราบถึงจุดยืนของชาวเชียงราย ที่วางตำแหน่งพื้นที่ของตัวเองไว้ในจุดที่เป็นคนล้านนาที่เป็นรูปแบบของชาวเชียงราย ดังนั้นการวางจุดขายทางการท่องเที่ยว จึงต้องเข้าใจความนึกคิดและความรู้สึกร่วมของชาวเชียงรายด้วย เพราะจะเป็นแนวทางนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2. การสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยว โดยนำอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัด เชียงรายไปดำเนินการ 3 แนวทาง ประกอบด้วย

1) นำอัตลักษณ์เดิมมาเป็นจุดขาย โดยเฉพาะลักษณะที่เป็นศิลปวัฒนธรรมแบบ ล้านนา ชีวิตความเป็นอยู่ อาหาร และประเพณี นำมาเป็นจุดขาย เนื่องจากยังมีนักท่องเที่ยวที่ สนใจอัตลักษณ์ดั้งเดิมของจังหวัดเชียงราย ที่มีกลิ่นอายแห่งล้านนาอบอวลอยู่ในทั่วทุกพื้นที่ของ จังหวัดเชียงราย

2) นำจุดเด่นของภูมิประเทศที่มีความสวยงาม และได้เปรียบของเชียงราย อาทิ พื้นที่ ดิถลำนํ้าโขง หรือแหล่งท่องเที่ยวตามยอดดอย เพื่อเปิดโอกาสให้ชมทัศนียภาพที่สวยงาม นอกเหนือจาก ภูชี้ฟ้า เพราะจะเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง

3) สร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้แก่จังหวัดเชียงราย โดยเฉพาะสิ่งก่อสร้างที่สวยงาม และมี คุณค่าทางจิตใจ ยกตัวอย่างเช่น วัดร่องขุน ซึ่งเป็นวัดที่สร้างใหม่ และประสบความสำเร็จในด้าน ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของเชียงรายที่มีศักยภาพใน การต้อนรับนักท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่ง เป็นต้น

3. นำผลการวิจัยข้างต้นไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงราย จำแนกเป็นการดำเนินงานเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ ดังนี้

เชิงนโยบาย

1) การนำผลการวิจัยวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะสั้น โดยการนำอัตลักษณ์ และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายที่กล่าวไปข้างต้น บรรจุในแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อ ปลุกเร้าให้เกิดความสนใจในกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2) การนำผลการวิจัยวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะยาว โดยบำรุงรักษาอัต ลักษณ์ของจังหวัด ไม่ว่าจะเป็น อัตลักษณ์อย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน พร้อมทั้งประกอบสร้างอัต ลักษณ์รูปแบบใหม่ที่เป็นลักษณะเฉพาะของจังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นการสร้างจุดขายที่น่าสนใจ แก่นักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

เชิงปฏิบัติ

1) หน่วยงานของภาครัฐควรส่งเสริมภาคเอกชน ในการนำเอาอัตลักษณ์ที่เป็น ลักษณะสำคัญ เช่น อัตลักษณ์แห่งความเป็นล้านนา สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ตลอดจน สิ่งประดิษฐ์ร่วมสมัย นำมาสร้างเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยมุ่งเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มี วัตถุประสงค์มาเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน เพื่อจะได้สร้างและขยายตลาดการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้น

2) ภาครัฐควรสร้างมาตรการสนับสนุนภาคเอกชน โดยการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ด้วยการมุ่งเน้นอัตลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดเชียงรายนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ เพื่อเปิดตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นกว่าเดิม

3) ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกัน ทำนุบำรุงแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ รวมถึงอนุรักษ์ลักษณะสำคัญที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เพื่อจะได้เป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายสืบต่อไปอย่างยาวนาน และเป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติตราบนานเท่านาน

บรรณานุกรม

เอกสารภาษาไทย

มิ่งสรรพ ขาวสะอาดและคณะ. **โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร**. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.2544, น. 1.

อภิญา เฟื่องฟูสกุล. **อัตลักษณ์**. กรุงเทพมหานคร: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2546,หน้า. 2-6.

เอกสารภาษาอังกฤษ

Barker, Chris. **The SAGE Dictionary of Cultural Studies**. London: SAGE Publications, 2004: p 94.

Breger, Louis. **From Instinct to Identity: The Devrlopment of Personslity**.1974, p. 329.

Edgar, Andrew and Sedgwick, Peter. **Editor. Key Concept in Cultural Theory**. London and New York: ROUTLEDGE. 1999, pp. 183-187.

Ford, Hoult Tomas. **Dictionary of Modern Sociology**. 3 edition. Totowa: Littlefield, Adam& Co., 1974.

Gripsrud, Jostein. **Understanding Media Culture**. London: Oxford University press, 2000: p.5.

Moghadam, M. Valentine. Editor. **Identity Politics and Woman: Cultural reassertion and Feminism in International Perspective**. San Francisco: Westview Press Inc., 1994: p 45.

P. Schlesinger. "Wishful Thinking: Cultural, Media and Collective Identities in Europe Media." Journal of Communication 43 (Spring 1993) : 6-15.

Servaes. Cultural Identity and Mode of Communication. Communication Yearbook 12, pp.387-388.

Sarup Madan. **Identity Culture And The Postmodern World**. Reprinted. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd., 2002: pp.xv-xvi.

Woodward, Kathryn. **Identity and Difference**. London: SAGE Publications Ltd., 1997: pp10-12.

Weinreich, Peter and Saunderson, Wendy. Editor. **Analysing Identity Cross-Culture, Societal and Clinical Contexts**. London and New York: Routledge Taylor & Francis Group. 2003: pp.xviii-xx.

Young, George. **Tourism: Blessing or Blight?** . Harmondsworth: Penguin Book. 1973, pp.134-137.

เว็บไซต์

http://www.thaiwisdom.org/p_culture/api/api_1.htm เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2548

<http://intranet.m-culture.go.th/chiangrai/> เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2548

http://www.tourthai.com/province/chiang_rai/index.php เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2548

<http://www.zabzaa.com/chiangrai/history.htm> เมื่อวันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2548

http://www.tourismchiangrai.com/index.php?option=cr_travel_more&id=193 เมื่อวันที่ 4

กุมภาพันธ์ 2548

<http://intranet.m-culture.go.th/chiangrai/database-cr.htm#2> เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2548

<http://www.dhammathai.org/watthai/north/watrongkhun.php> เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2548

http://www.geocities.com/lek41_plus/watrongkhun.html เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2548

<http://www.dhammathai.org/watthai/north/watrongkhun.php> เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2548

<http://www.moohin.com/033/033m022.shtml> เมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2548

http://www.ezytrip.com/travelsearch/district_attract2.php?chk=636 เมื่อวันที่ 4 มีนาคม

2548

<http://web.chiangrai.net/tourcr/attraction/Doitung.php> เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2548

<http://intranet.m-culture.go.th/chiangrai/database-culture2.htm> เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2548

<http://intranet.m-culture.go.th/chiangrai/> เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2548

<http://www.chiangmaizoo.com/animal/pg-an045.asp> เมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2548

สัมภาษณ์

กลุ่มศิลปิน / สล่า

คุณกนก วิศวะกุล เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2547

อาจารย์ฉลอง พิณิจสุวรรณ เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2547

อาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2548

คุณพานทอง แสนจันทร์ เมื่อวันที่ 10 มกราคม 2548

คุณพรมมา อินยาศรี เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2548

คุณสมพล ยารังสี เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2548

คุณมงคล สิทธิหล่อ ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2548

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก. บทความการวิจัย

ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม

ภาคผนวก ค. ภาพ Focus Group

ภาคผนวก ก.
บทความการวิจัย

อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

Identity and Image of Chiangrai Province

เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์

Katekanok Chumpradit

จิราพร ขุนศรี

Jiraporn Khunsri

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Chiangrai Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ และปัจจัยที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย พร้อมทั้งศึกษาภาพสะท้อนของอัตลักษณ์ อันได้แก่ ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย และปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์เหล่านั้น

การวิจัยครั้งนี้ แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพในส่วนของอัตลักษณ์ โดยมุ่งเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การอภิปรายกลุ่ม การสังเกต และการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาเชิงปริมาณในส่วนของภาพลักษณ์จังหวัดเชียงราย โดยใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 ชุด และนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 ชุด

ผลการวิจัย พบว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มี 2 รูปแบบ คือ อัตลักษณ์แหล่งล้านนา กับอัตลักษณ์ของเชียงรายเข้าไว้ด้วยกัน โดยมีกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนของการหาสิ่งที่เป็นจุดร่วมของคนเชียงราย ขั้นการเผยแพร่ และขั้นแห่งการยอมรับอัตลักษณ์ดังกล่าว ส่วนกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ ประกอบด้วย ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านการจำแนก การสร้างจุดร่วมของสังคม สิ่งแวดล้อม ภาครัฐ และเศรษฐกิจ

สำหรับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรับรู้ลักษณะของภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไปในทิศทางเดียวกัน เพียงแต่นักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถจำแนกลักษณะที่แตกต่างของเชียงรายจากกลุ่มล้านนาได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถจำแนกได้

ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แต่ละปัจจัยล้วนส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับสูง ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีเพียงปัจจัยส่วนตัวที่ส่งผลต่อการรับรู้ค่อนข้างสูง

นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งหมายความว่า ภาพลักษณ์ซึ่งเป็นสิ่งที่สะท้อนออกจากอัตลักษณ์มีคุณลักษณะและรูปแบบไปในทิศทางเดียวกัน

Abstract

Identity and image of Chiangrai Province aimed to find out the identity and the process of the identity forming and the factors of the cause of identity of Chiangrai. The study also examined the identify reflection which was image of Chiangrai Province and the factors influenced on the image perception.

The research was divided into 2 parts, qualitative and quantitative research. The first part was the qualitative research on the identity. The instruments used were an in-depth interview, focus group, observation and documentary, while the second was the quantitative research on the image of Chiangrai province. The sample used in this study comprised of 800 tourists which consisted of 400 Thai tourists and 400 foreign tourists. The results of the study were as follows;

There were two kinds of identity of Chiangrai Province which were Lanna and Chiangrai style. The three processes of the identity forming were finding the unity of Chiangrai people, publishing, and accepting the identity of Chiangrai Province. The discrimination, the social unity, environment the public and economics sectors were the important factors on the identification of Chiangrai Province.

Regarding to the image of Chiangrai Province, it was found that the tourists acknowledged the characteristics of the image of Chiangrai Province in the same direction. However, Thai tourists could discriminate the difference of Chiangrai from Lanna identity, while the Foreigners could not.

Regarding to the factors influenced on the image perception, It was found that each factors highly influenced on Thai tourists, whereas the personal factors highly influenced on foreign tourists.

Moreover, the difference between the identity and the image of Chiangrai Province was not found. It could be interpreted that the image which was the reflection of identity had the same characteristics and form.

คำนำ

เป็นที่ยอมรับว่า การท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ก่อให้เกิดรายได้ให้แก่ประเทศ โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งจะช่วยด้านเสถียรภาพของดุลการชำระเงิน อีกทั้งการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ ก่อให้เกิดการสร้างงานทั้งธุรกิจบริการโดยตรง และโดยอ้อม ที่สำคัญยังเป็นการกระจายรายได้ รวมถึงความเจริญสู่ภูมิภาค พร้อมทั้งกระตุ้นให้เกิดการนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

แม้ว่าการท่องเที่ยวจะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ กระนั้นการท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบทางลบต่อวิถีชีวิตของชุมชน หากการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวไม่ดีเท่าที่ควร อาจส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศที่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่พึงประสงค์

ปัญหาที่มักพบอีกประการหนึ่ง คือ คนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง ยังไม่ได้มีการเตรียมพร้อมที่จะทำให้ชุมชนของตนเป็นแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากไม่ได้เตรียมความพร้อมด้านความรู้ ความเข้าใจ ความเป็นมา ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเอง เมื่อเปิดรับนักท่องเที่ยวแล้วอาจส่งผลทำให้เกิดการทำลายลักษณะของชุมชนไปอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ซึ่งเท่ากับเป็นผลด้านลบของการท่องเที่ยว

จากการศึกษาของ มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ (2544) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวของไทยกำลังประสบปัญหาหลายด้าน พร้อมทั้งได้เสนอแนวทางสำหรับจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ประกอบด้วย 1) กำหนดให้ “การท่องเที่ยวยั่งยืน” เป็นวาระแห่งชาติ 2) ตั้งหน่วยงานประสานงานการปฏิบัติการท่องเที่ยวให้เป็นระบบ 3) ตั้งเป้าหมายให้ไทยเป็น “แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพสูง” 4) พัฒนากลุ่มธุรกิจเชิงพื้นที่ 5) ลงทุนด้านความรู้และสารสนเทศ

พร้อมทั้งได้เสนอให้มีการจัดทำวิสัยทัศน์ของการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชาติระยะยาว ซึ่งได้กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 เรื่อง “การมีเอกลักษณ์ไทยใน

มาตรฐานสากล ในพุทธศักราช 2555” เป้าหมายนี้ มิใช่แค่การรักษามรดกท่องเที่ยวให้ยั่งยืน
สถาพร แต่ยังต้องเป็นความยั่งยืนที่ระดับคุณภาพการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะและนโยบายการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวแห่งชาติข้างต้น ล้วนเป็นข้อบ่ง
ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยมุ่งเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ
และของท้องถิ่นที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในอนาคต

จากนโยบายดังกล่าวส่งผลให้เกิดการระดมสรรพกำลังจากหลายฝ่าย เร่งปรับปรุงและ
วางแผนด้านการท่องเที่ยว ดังเช่น จังหวัดเชียงรายได้มีการประชุมระดมความคิด เพื่อกำหนดยุทธ
ศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายสู่ความยั่งยืน เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2547 ในการ
ประชุมครั้งนั้น พบว่า เชียงราย จัดเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงมากจังหวัดหนึ่ง
เพียงแต่ขาดการกำหนดทิศทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม รวมไปถึงการพัฒนา
โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายเอง สิ่งเหล่านี้
ล้วนกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายโดยตรง ดังนั้นจึงควรเร่งคืนสภาพ ภาพ ความ
เป็นตัวตน เอกลักษณ์และวิถีชุมชนแบบดั้งเดิมให้กลับมาโดยเร็วที่สุด

จากข้อสรุปดังกล่าวจึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ควรเร่งศึกษาถึงภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของ
จังหวัดเชียงราย เพื่อจะได้เข้าใจถึงลักษณะเฉพาะของจังหวัดเชียงราย อันเป็นข้อมูลพื้นฐานที่
สำคัญ อันจะนำไปสู่การกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของจังหวัด
เชียงรายต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อค้นหาและรวบรวมมโนทัศน์(concept) ที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย
4. เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย
และชาวต่างชาติ
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในกลุ่ม
นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ
6. เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์กับอัตลักษณ์ที่เป็นจริงของจังหวัดเชียงราย
7. เพื่อหาแนวทางสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

วิธีการศึกษา

1. อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เป็นการค้นหาข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการ 3 แบบ ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(Dept-Interview) การอภิปรายกลุ่ม (Focus Group) และการประชุมระดมความคิด
2. ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตาของนักท่องเที่ยว มุ่งหาข้อมูลเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ด้วยการศึกษา 2 แบบ คือ แบบสอบถาม และการประชุมระดมความคิด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาที่แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ อัตลักษณ์ และภาพลักษณ์ ส่งผลให้เก็บข้อมูลจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาด้านอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
 - ประชากร ได้แก่ ชาวเชียงรายทั้งหมด
 - กลุ่มตัวอย่าง คือ ตัวแทนประชาชนชาวเชียงรายอายุระหว่าง 15 - 80 ปี จำนวน 15 - 20 คน กลุ่มสภาวัฒนธรรมเชียงราย 10 - 15 คน และกลุ่มช่างและศิลปินของจังหวัดเชียงราย 10 - 15 คน
2. การศึกษาด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
 - ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติทั้งหมดที่มาเยือนจังหวัดเชียงราย ในช่วงที่เก็บข้อมูล (เมษายน – พฤษภาคม 2549)
 - กลุ่มตัวอย่าง ใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ทั้ง 2 กลุ่มจะใช้วิธีการสุ่มแบบ Multistage Random Sampling ประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้
 - ขั้นที่ 1** แบ่งพื้นที่การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายออกเป็น 3 เขต ได้แก่ แหล่งที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น แหล่งที่มีนักท่องเที่ยวปานกลาง และแหล่งที่มีนักท่องเที่ยวน้อย
 - ขั้นที่ 2** จัดแบ่งโควต้าตามพื้นที่ ได้แก่ แหล่งนักท่องเที่ยวมากร้อยละ 50 (กลุ่มละ 200 คน) แหล่งนักท่องเที่ยวปานกลาง ร้อยละ 30 (กลุ่มละ 120 คน) และแหล่งนักท่องเที่ยวน้อย ร้อยละ 20 (กลุ่มละ 80 คน)
 - ขั้นที่ 3** แจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยว โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญตามจำนวนที่กำหนดไว้ข้างต้น

หลังจากดำเนินงานตามขั้นตอนข้างต้นได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน แบ่งเป็นเพศหญิง 207 คน เพศชาย 193 คน จำแนกตามกลุ่มอายุ ประกอบด้วย กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี 52 คน กลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปี 101 คน กลุ่มอายุ 31-40 ปี 79 คน กลุ่มอายุ 41 - 50 ปี 83 คน และกลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป 24 คน

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย แบ่งเป็นระดับประถมศึกษา 19 คน มัธยมศึกษา 151 คน อนุปริญญา 41 คน ปริญญาตรี 137 คน สูงกว่าปริญญาตรี 47 คน และอื่นๆ 5 คน หากจำแนกตามอาชีพ พบว่า มีนักเรียน/นักศึกษา 131 คน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ 86 คน เกษตรกร 12 คน บริษัทเอกชน/ธนาคาร 41 คน ธุรกิจส่วนตัว 68 คน รับจ้างทั่วไป 19 คน ว่างาน 5 คน และกลุ่มเกษียณอายุ 38 คน และกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน ประกอบด้วย กลุ่มที่มีรายได้เป็นต่ำกว่า 5,000 บาท 108 คน รายได้ 5,001-15,000 บาท 149 คน 15,001-25,000 บาท 82 คน มากกว่า 25,001 บาท 61 คน

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ แบ่งเป็น เพศชาย 225 คน เพศหญิง 175 คน โดยมีกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี 48 คน กลุ่มอายุ 21-30 ปี 104 คน กลุ่มอายุ 31-40 ปี 112 คน กลุ่มอายุ 41-50 ปี 73 คน กลุ่มอายุ 51-60 ปี 42 คน และสูงกว่า 60 ปี 21 คน

ระดับการศึกษาแบ่งเป็น ประถม 11 คน มัธยม 92 คน อนุปริญญา 49 คน ปริญญาตรี 142 คน สูงกว่าปริญญาตรี 79 คน และอื่นๆ 27 คน เมื่อนำมาจำแนกอาชีพ พบว่า มีกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา 81 คน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ 33 คน เกษตรกร 5 คน บริษัทเอกชน/ธนาคาร 21 คน ธุรกิจส่วนตัว 35 คน รับจ้างทั่วไป 51 คน ว่างาน 3 คน และผู้เกษียณอายุ 171 คน

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติมีรายได้ต่อปี จำแนกเป็น ต่ำกว่า 10,000 ดอลลาร์สหรัฐ 81 คน 10,001-20,000 ดอลลาร์สหรัฐ 136 คน 20,001-30,000 ดอลลาร์สหรัฐ 81 คน สูงกว่า 30,001 ดอลลาร์ 102 คน หากนำมาจำแนกตามแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เอเชีย 110 คน ยุโรป 133 คน อเมริกา 74 คน ออสเตรเลีย 65 คน แอฟริกา 12 คน และอื่นๆ 6 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จะแบ่งตามออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 : การศึกษาเรื่องของ อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เป็นเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยเครื่องมือ 4 แบบ ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In Dept Interview) การอภิปรายกลุ่ม (Focus Group) สังเกตการณ์ (Observation) และเอกสาร (Documentary)

ขั้นตอนที่ 2 : การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย จะใช้ “แบบสอบถาม” เพื่อค้นหาข้อมูลในเชิงปริมาณ

ขั้นตอนที่ 3: เป็นการตรวจสอบข้อมูล หลังจากที่ได้มีการศึกษาทั้งส่วนของอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยใช้ “การประชุมระดมความคิด” เพื่อหาข้อสรุปของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์ สัมเคราะห์ และเขียนพรรณนาเชิงเหตุผล

ส่วนที่ 2 ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 นำข้อมูลที่ได้จากส่วน 1 และ 2 มาเขียนพรรณนาเชิงเหตุและผล เพื่อศึกษาถึงความเหมือนและความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ 4 นำข้อมูลที่ได้จากส่วนที่ 3 นำมาสังเคราะห์ และพรรณนาเชิงเหตุและผล เพื่อสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยว อันเป็นแนวทางสำคัญที่จะนำไปวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายต่อไป

ผลการวิจัย

1. **คุณลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย** จำแนกออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1) อัตลักษณ์ร่วมภายในกลุ่มล้านนา (มี 8 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ และน่าน) ซึ่งเป็นวัฒนธรรมร่วมของชาวล้านนา อาทิ ภาษาคำเมือง อาหาร ประเพณี เป็นต้น

2) อัตลักษณ์จังหวัดเชียงรายโดยเฉพาะ แม้ว่าอัตลักษณ์โดยภาพรวมของจังหวัดเชียงรายจะถูกปกคลุมด้วยอัตลักษณ์แห่งความเป็นล้านนา กระนั้นยังมีอัตลักษณ์บางประการที่ทำให้เชียงรายมีความแตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ โดยเฉพาะจังหวัดในเขตล้านนาด้วยกัน

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากการวิจัย สามารถจำแนกคุณลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายโดยเฉพาะได้ ดังนี้

(1) เมืองแห่งประวัติศาสตร์แห่งอาณาจักรล้านนา ถือเป็นต้นกำเนิดของอาณาจักรล้านนา เริ่มที่พญาเม็งรายได้ก่อตั้งนครเชียงรายนครก่อน หลังจากนั้นจึงสร้างนครเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของอาณาจักรล้านนา

(2) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม เป็นแหล่งชุมชนของความหลากหลายถึง 30 ชนเผ่า

(3) ภูมิประเทศที่ได้เปรียบของจังหวัดเชียงราย เพราะมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน 2 ประเทศ คือ สหภาพพม่า และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว รวมถึงการเป็นหน้าด่านที่จะติดต่อไปยังประเทศจีน นอกจากนี้ยังมีภูมิทัศน์ตามธรรมชาติที่สวยงามเหมาะสมเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติเป็นอย่างดี

(4) อากาศเย็นสบายจุดเด่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดปี

(5) แหล่งรวมศิลปินกว่า 100 ชีวิต และมีการรวมตัวกันเพื่อจัดเส้นทางเยี่ยมบ้านสละ (หมายถึง ศิลปิน) เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

(6) “วัดร่องขุน”: การสร้างเอกลักษณ์ใหม่ของเชียงราย ปัจจุบันกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดเชียงราย

(7) พระตำหนักดอยตุงและพระธาตุดอยตุงจุดเด่นของเชียงราย

(8) ประเพณีตานหามแม่ฟ้าหลวง จัดงานขึ้นในวันที่ ๑๔ กรกฎาคมของทุกปี ซึ่งเป็นวันคล้ายวันสวรรคตของ องค์แม่ฟ้าหลวงหรือสมเด็จพระนางเจ้าของปวงชนชาวไทย

(9) สีม่วง ผ้าทอ คอปาย: ชุดประจำจังหวัดเชียงราย

(10) สำเนียงภาษา: ลักษณะเฉพาะของชาวเชียงราย

(11) น้ำเงี้ยว: อาหารในรูปแบบของชาวเชียงราย

(12) สับปะรดนางแล ภูแล : ผลไม้ปลูกได้ผลดีที่เชียงราย

(13) พิธีบวงสรวงปลาบึกที่เชียงของ

จากข้อมูลการวิจัย สรุปได้ว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมี 2 ลักษณะ คือ อัตลักษณ์ร่วมแห่งล้านนา ซึ่งเป็นสิ่งที่ชาวเชียงรายตระหนักว่า ตนเป็นส่วนหนึ่งของล้านนา และมีวิถีชีวิตใกล้เคียงหรือคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนาด้วยตนเอง

ส่วนอีกอัตลักษณ์อีกลักษณะหนึ่ง คือ อัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นเชียงราย จำแนกได้ 13 ประการ ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น อัตลักษณ์ในส่วนนี้จะเป็นตัวจำแนกความแตกต่างของชาวเชียงรายจากกลุ่มอื่นๆ และทำให้ชาวเชียงรายได้ทราบถึงสิ่งที่เหมือนกันในหมู่ชาวเชียงรายด้วยตนเอง

2. กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสร้างจิตสำนึกร่วมกันของชาวเชียงราย ประกอบด้วย การสร้างคำขวัญและสัญลักษณ์ การใช้ประวัติศาสตร์สร้างจิตสำนึกร่วม การใช้ภูมิประเทศที่โดดเด่นสร้างความเป็นเชียงราย การประยุกต์ใช้สิ่งเก่านำมาทำใหม่ และการสร้างสิ่งใหม่เป็นอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย ปัจจุบันทั้ง 5 ประการ ถือเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของชาวเชียงราย ที่ทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันว่า มีสิ่งที่เป็นลักษณะเด่นอยู่ในเชียงราย และนำไปสู่การยอมรับลักษณะเด่นเหล่านั้นว่า เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นเชียงราย และกลายเป็นอัตลักษณ์ของชาวเชียงรายในที่สุด

ขั้นที่ 2 การสื่อสารให้ทราบถึงลักษณะเด่นของชาวเชียงราย เป็นการผลักดันให้เกิดการยอมรับอัตลักษณ์แห่งจังหวัดเชียงราย โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบ อาทิ ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย รวมถึงทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น บริษัททัวร์ ด้วยใช้วิธีการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เพื่อให้ประชาชนในจังหวัดเชียงราย และประชาชนทั่วไปได้ร่วมรับรู้ ถึงคุณลักษณะเด่น และกลายเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย

ขั้นที่ 3 ยอมรับคุณลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เป็นประชาชนชาวเชียงราย จะยอมรับโดยการนำคุณลักษณะต่างๆ ที่นำเสนอไปใช้ในวิถีชีวิตจนกลายเป็นธรรมเนียมปฏิบัติ ต่อมาจึงกลายเป็นอัตลักษณ์ของสังคมเชียงรายในที่สุด และกลุ่มประชาชนทั่วไปจะร่วมรับรู้ว่าคุณลักษณะดังกล่าวเป็นวิถีชีวิตของชาวเชียงราย

3. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย** จากข้อมูลที่ค้นพบแสดงให้เห็นทราบถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มีทั้งสิ้น 5 ปัจจัย การจำแนกสิ่งเป็นเชียงราย การสร้างความรู้สึกร่วม สภาพแวดล้อม ภาครัฐ และภาคเศรษฐกิจ มีผลทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

4. ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยว

ในส่วนนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 400 คน ผลการวิจัย พบว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่างรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไปในทิศทางเดียวกัน แต่เมื่อนำภาพลักษณ์ของเชียงรายไปเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนา พบว่าชาวต่างชาติไม่เห็นความแตกต่างระหว่างจังหวัดเชียงรายกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนา ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย รับรู้ว่าจังหวัดเชียงรายมีความคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่นๆ ในเขตล้านนา ไม่ว่า

จะเป็น ลักษณะทางภูมิประเทศ อากาศ บรรยากาศโดยทั่วไป รวมถึงรสชาติของอาหารพื้นเมือง โดยรวม แต่จะเห็นความแตกต่างมากในรสชาติของน้ำเงี้ยว และข้าวซอย

5. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนตัว ปัจจัยทางสังคม และสื่อมวลชนทุกแขนง รวมถึงบริษัทท่องเที่ยว ล้วนส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยค่อนข้างสูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปัจจัยส่วนตัวจะส่งผลมากที่สุดเพียงปัจจัยเดียว ส่วนอื่นๆ ส่งผลในระดับปานกลางถึงสูง

6. การเปรียบเทียบระหว่างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

เมื่อนำคุณลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์เชียงราย (ข้อที่ 1) เปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติรับรู้ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน หมายความว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไม่มีความแตกต่างกัน

7. อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ที่เหมาะสมเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย จากข้อมูลเมื่อนำมาสังเคราะห์เพื่อสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 1) การรื้อฟื้นอัตลักษณ์และภาพลักษณ์แห่งล้านนา
- 2) อัตลักษณ์และภาพลักษณ์เฉพาะของจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย การเป็นเมืองประวัติศาสตร์แห่งอาณาจักรล้านนา สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ประเพณีและพิธีกรรม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภูมิประเทศที่ได้เปรียบ ลักษณะอากาศที่เย็นสบายตลอดปี แหล่งรวมศิลปินกว่า 100 ชีวิต รวมถึงอาหารและผลไม้เฉพาะที่เชียงราย

อภิปรายผลการวิจัย

1. **อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย** จากการศึกษา พบว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มี 2 ประการ คือ อัตลักษณ์ร่วมของล้านนา และอัตลักษณ์ที่เป็นเชียงรายโดยเฉพาะ คุณลักษณะดังกล่าว Woodward(1997) อธิบายว่า เป็นไปตามกฎเกณฑ์การทำงานของอัตลักษณ์ ที่จะกำหนดลักษณะของกลุ่มด้วยความเหมือนและความแตกต่าง คำอธิบายดังกล่าวจึงเป็นเหตุผลสำคัญทำให้เชียงรายที่มีความรู้สึกว่าเป็นคนในกลุ่มล้านนา และคนเชียงรายโดยเฉพาะจึงมีลักษณะสำคัญทางวัฒนธรรมในรูปแบบของล้านนา พร้อมกับพยายามสร้างความแตกต่างในส่วนที่เป็นเชียงรายร่วมด้วย ส่งผลให้คนเชียงรายมีองค์ประกอบของอัตลักษณ์แห่งล้านนาและของเชียงรายโดยเฉพาะผสมผสานกันเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

2. **กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย** จากการศึกษา พบว่า กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายทั้ง 3 ขั้นตอน ซึ่งเป็นไปตามแบบแผนและกระบวนการตามหลักการแห่งกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ที่เน้นลักษณะสำคัญและกระบวนการเชื่อมโยงแต่ละหน่วยที่มีความสำคัญอันนำไปสู่อัตลักษณ์ที่แสดงความเป็นตัวตนของจังหวัดเชียงรายให้เกิดขึ้นในใจของชาวเชียงราย และปรากฏต่อสายตาของกลุ่มอื่นๆ นำไปสู่การจำแนกแยกแยะ สิ่งที่เป็นจังหวัดเชียงราย และสิ่งที่ไม่ใช่จังหวัดเชียงราย

3. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์จังหวัดเชียงราย** ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมีอยู่ 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยแห่งการจำแนก การสร้างจุดร่วมทางสังคม สิ่งแวดล้อม ภาครัฐ และเศรษฐกิจ ทั้ง 5 ปัจจัยล้วนอยู่ภายใต้กรอบแนวคิดว่าด้วยเรื่องอัตลักษณ์เป็นผลผลิตทางสังคม (Barker, 2004 และ Moghadam, 1994)

4. **ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยว** ผลการวิจัย พบว่า ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายในสายตานักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติโดยภาพรวมแล้วมีการรับรู้ไม่แตกต่างกัน หมายความว่า นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มองภาพชาวเชียงรายที่สะท้อนออกมา ทั้งนี้เพราะภาพลักษณ์ คือ ภาพที่สะท้อนที่เกิดจากอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เป็นสิ่งที่สามารถมองเห็น รับรู้ และสัมผัสได้อย่างชัดเจน เสมือนว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สะท้อนซึ่งกันและกัน

5. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยว** ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ปัจจัยส่วนตัวส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย นั่นเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักจะเชื่อมั่นตนเองค่อนข้างสูง ส่งผลให้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ซึ่งแตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวไทย

6. **เปรียบเทียบอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย** ผลการวิจัย พบว่า อัตลักษณ์ของชาวเชียงราย กับภาพลักษณ์ของชาวเชียงรายที่นักท่องเที่ยวรับรู้มีลักษณะที่เป็นไปในทิศทางทางเดียวกัน นั่นเป็นเพราะ “อัตลักษณ์” (identity) สิ่งที่ควบคู่กัน คือ “ภาพลักษณ์” (Image) ต่างเป็นภาพสะท้อนซึ่งกันและกัน (Birkit และ Stadler, 1986 ,Lynn, 1995, Gripsrud, 2000 และ Sarup, 2002) ผลการวิจัยออกมาว่า ภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายมีลักษณะไม่แตกต่างกัน จึงเป็นการยืนยันลักษณะสำคัญแบบเหรียญ 2 ด้าน ระหว่างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ดังกล่าวอธิบายข้างต้น

7. แนวทางการนำอัตลักษณ์และภาพลักษณ์มาสร้างเป็นจุดขายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ผลของการวิจัยด้านอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย นำมาสร้างเป็นจุดขายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย 2 ประการ ได้แก่ ลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวล้านนา และอัตลักษณ์ที่เป็นชาวเชียงรายโดยเฉพาะ ประกอบด้วย การเป็นเมืองประวัติศาสตร์แห่งอาณาจักรล้านนา นมัสการสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัดเชียงราย ประเพณีและพิธีกรรม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภูมิประเทศที่ได้เปรียบของจังหวัดเชียงราย อากาศเย็นสบาย แหล่งรวมศิลปินกว่า 100 ชีวิต และอาหารและผลไม้ที่มีเฉพาะที่เชียงราย ซึ่งเป็นไปตามนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่จัดทำสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวแต่ละภูมิภาค

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

1. อัตลักษณ์ของในสังคมมักมีลักษณะที่ซ้อนทับกันอยู่ เช่น อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย ส่งผลให้คนเชียงรายแสดงอัตลักษณ์ 2 อย่างในเวลาเดียวกัน คือ อัตลักษณ์ของการเป็นคนล้านนา และอัตลักษณ์ที่เป็นลักษณะเฉพาะของเชียงราย
2. กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ เริ่มต้นจากการหาจุดร่วมของคนในสังคม ด้วยการปลูกจิตสำนึกของคนในสังคม สร้างเป็นคำขวัญ และสัญลักษณ์ เพื่อจะได้สื่อถึงคนในเชียงรายได้รับทราบร่วมกัน หลังจากนั้นนำสิ่งเหล่านี้เผยแพร่ อันจะนำไปสู่การยอมรับอัตลักษณ์ร่วมกันของคนในสังคมเชียงราย
3. ปัจจัยที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยว ในกรณีของจังหวัดเชียงรายมีองค์ประกอบ คือ การจำแนกสิ่งที่มีลักษณะเหมือนและต่างกัน เพื่อบ่งบอกว่าสิ่งนี้ คือ เชียงราย และสิ่งนั้นไม่ใช่เชียงราย การสร้างจุดร่วมทางสังคม เพื่อหาสิ่งที่ดึงดูดคนในสังคมเข้ามาอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์เดียวกัน สภาพแวดล้อมส่งผลให้มีลักษณะที่แตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ ปัจจัยภาครัฐ มีบทบาทสำคัญที่กระตุ้นทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์แห่งท้องถิ่น และปัจจัยทางเศรษฐกิจ เป็นสิ่งที่สร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น จึงจำเป็นต้องเร่งสร้างอัตลักษณ์เฉพาะ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว
4. ภาพสะท้อนที่ออกมาจากอัตลักษณ์ คือ ภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่บุคคลอื่นมองเห็นจากอัตลักษณ์ ดังนั้นอัตลักษณ์ที่แสดงตัวตนออกมาอย่างไร ย่อมส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น หมายความว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย สะท้อนออกเป็นภาพลักษณ์ที่คนทั่วไปได้รับรู้ถึงสิ่งที่เชียงรายเป็นอยู่

5. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาพที่สะท้อนออกจากอัตลักษณ์หรือภาพลักษณ์นั้น มีองค์ประกอบในเรื่องของ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยเกี่ยวกับสื่อมวลชน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อการสะท้อนภาพเหล่านั้นให้สังคมได้รับรู้

ข้อเสนอแนะ

1. ผลดีของการศึกษาอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย คือ ทำให้ทราบถึงจุดยืนของชาวเชียงรายที่ต้องการวางตำแหน่งของตัวเองว่า เป็นส่วนหนึ่งของล้านนาในแบบฉบับเฉพาะของชาวเชียงรายที่มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ บ้างในบางส่วน ดังนั้นการวางจุดขายทางการท่องเที่ยวจึงต้องเข้าใจความนึกคิดและความรู้สึกร่วมของชาวเชียงรายด้วย เพราะจะเป็นแนวทางนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2. การสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยว โดยนำอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไปดำเนินการ 3 แนวทาง ประกอบด้วย

1) นำอัตลักษณ์เดิมมาเป็นจุดขาย โดยเฉพาะลักษณะสำคัญของความเป็นล้านนา ประกอบด้วย ศิลปวัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ อาหาร และประเพณี นำมาเป็นจุดขาย เนื่องจากยังมีนักท่องเที่ยวที่สนใจอัตลักษณ์ดั้งเดิมของจังหวัดเชียงราย ที่มีกลิ่นอายแห่งล้านนาอบอวลอยู่ในทั่วทุกพื้นที่ของจังหวัดเชียงราย

2) นำจุดเด่นของภูมิประเทศที่มีความสวยงาม และได้เปรียบของเชียงราย อาทิ พื้นที่ติดลำน้ำโขง หรือแหล่งท่องเที่ยวตามยอดดอย เพื่อเปิดโอกาสให้ชมทัศนียภาพที่สวยงามนอกเหนือจาก ภูเขาไฟ เพราะจะเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง

3) สร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้แก่จังหวัดเชียงราย โดยเฉพาะสิ่งก่อสร้างที่สวยงาม และมีคุณค่าทางจิตใจ ยกตัวอย่างเช่น วัดร่องขุ่น ซึ่งเป็นวัดที่สร้างใหม่ และประสบความสำเร็จในด้านดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของเชียงรายที่มีศักยภาพในการต้อนรับนักท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่ง เป็นต้น

3. นำผลการวิจัยข้างต้นไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย จำแนกเป็นการดำเนินงานเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ ดังนี้

เชิงนโยบาย

1) การนำผลการวิจัยวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะสั้น โดยการนำอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายที่กล่าวไปข้างต้น บรรจุในแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อปลูกฝังให้เกิดความสนใจในกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2) การนำผลการวิจัยวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะยาว โดยบำรุงรักษาอัตลักษณ์ของจังหวัด ไม่ว่าจะเป็น อัตลักษณ์อย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน พร้อมทั้งประกอบสร้างอัตลักษณ์รูปแบบใหม่ที่เป็นลักษณะเฉพาะของจังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นการสร้างจุดขายที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

เชิงปฏิบัติ

1) หน่วยงานของภาครัฐควรส่งเสริมภาคเอกชน ในการนำเอาอัตลักษณ์ที่เป็นลักษณะสำคัญ เช่น อัตลักษณ์แห่งความเป็นล้านนา สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์ร่วมสมัย นำมาสร้างเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว โดยมุ่งเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์มาเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน เพื่อจะได้สร้างและขยายตลาดการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

2) ภาครัฐควรสร้างมาตรการสนับสนุนภาคเอกชน โดยการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ด้วยการมุ่งเน้นอัตลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดเชียงรายนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ เพื่อเปิดตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นกว่าเดิม

3) ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกัน ทำนุบำรุงแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ รวมถึงอนุรักษ์ลักษณะสำคัญที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เพื่อจะได้เป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายสืบต่อไปอย่างยาวนาน และเป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติติดรบนานเท่านาน

บรรณานุกรม

มิ่งสรรพ ขาวสะอาดและคณะ. โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.2544, น. 1.

อภิญา เพ็ญฟูสกุล. **อัตลักษณ์**. กรุงเทพมหานคร: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2546, หน้า. 2-6.

Barker, Chris. *The SAGE Dictionary of Cultural Studies*. London: SAGE Publications, 2004: p 94.

Breger, Louis. *From Instinct to Identity: The Devrlopment of Personslity*.1974, p.

329.

Gripsrud, Jostein. **Understanding Media Culture**. London: Oxford University press,
2000: p.5.

Moghadam, M. Valentine. Editor. **Identity Politics and Woman: Cultural reassertion and
Feminism in International Perspective**. San Francisco: Westview Press Inc.,
1994: p 45.

P. Schlesinger. "Wishful Thinking: Cultural, Media and Collective Identities in Europe
Media." Journal of Communication 43 (Spring 1993) : 6-15.

Servaes. Cultural Identity and Mode of Communication. Communication Yearbook 12,
pp.387-388.

Sarup Madan. **Identity Culture And The Postmodern World**. Reprinted. Edinburgh:
Edinburgh University Press Ltd., 2002: pp.xv-xvi.

Woodward, Kathryn. **Identity and Difference**. London: SAGE Publications Ltd., 1997:
pp10-12.

Weinreich, Peter and Saunderson, Wendy. Editor. **Analysing Identity Cross-Culture,
Societal and Clinical Contexts**. London and New York: Routledge Taylor &
Francis Group. 2003: pp.xviii-xx.

Young, George. **Tourism: Blessing or Blight?** . Harmondsworth: Penguin Book. 1973,
pp.134-137.

ภาคผนวก ข.
แบบสอบถาม

คณะผู้วิจัย

1. เพศ{ } ชาย { } หญิง
2. อายุ { } ต่ำกว่า 15 ปี { } 15 – 20 ปี
{ } 21 – 30 ปี { } 31 – 40 ปี
{ } 41 – 50 ปี { } 51 – 60 ปี { } 61 ปีขึ้นไป
3. ท่านเป็นนักท่องเที่ยวมาจาก { } กรุงเทพมหานคร
{ } ภาคเหนือ
{ } ภาคกลาง
{ } ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ/อีสาน
{ } ภาคตะวันออก
{ } ภาคตะวันตก
{ } ภาคใต้
{ } อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. ปัจจุบันท่าน { } อยู่ในช่วงการศึกษา
{ } ไม่ได้ศึกษา/ จบการศึกษาแล้ว
5. ระดับการศึกษา { } ประถมศึกษา
{ } มัธยมศึกษาตอนต้น (ม. 3 / ม.ศ.3)
{ } มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
{ } อนุปริญญา / ปวส.

- { } ปริญญาตรี
- { } สูงกว่าปริญญาตรี
- { } อื่นๆ โปรดระบุ.....
6. อาชีพ
- { } นักเรียน / นักศึกษา
- { } รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พนักงานของรัฐ
- { } เกษตรกร
- { } พนักงานบริษัทเอกชน / ธนาคาร
- { } ผู้เกษียณอายุ
- { } ค้าขาย / ประกอบอาชีพส่วนตัว / อาชีพอิสระ
- { } รับจ้างทั่วไป
- { }ว่างงาน
- { } อื่นๆ โปรดระบุ.....
7. รายได้ของท่านต่อเดือน
- { } ต่ำกว่า 5,000 บาท
- { } 5,001 – 10,000 บาท
- { } 10,001 – 15,000 บาท
- { } 15,001 – 20,000 บาท
- { } 20,001 - 30,000 บาท
- { } ตั้งแต่ 30,001 บาท
8. ท่านเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่บ่อยครั้งแค่ไหน
- { } มาเที่ยวครั้งแรก
- { } มาเที่ยว 2 – 4 ครั้ง
- { } มาเที่ยว 5 – 7 ครั้ง
- { } มาเที่ยว 8 – 10 ครั้ง
- { } มากกว่า 10 ครั้ง
- { } อื่นๆ โปรดระบุ.....
9. การมาเที่ยวเชียงใหม่ครั้งนี้ ท่านจะใช้เวลาอยู่ในการท่องเที่ยวกี่วัน
- { } 1 - 2 วัน
- { } 3 – 4 วัน
- { } 5 – 6 วัน
- { } 7 วันขึ้นไป
- { } อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. รายได้ของท่านต่อเดือน
- | | |
|-----|---------------------|
| { } | ต่ำกว่า 5,000 บาท |
| { } | 5,001 – 10,000 บาท |
| { } | 10,001 – 15,000 บาท |
| { } | 15,001 – 20,000 บาท |
| { } | 20,001 - 30,000 บาท |
| { } | ตั้งแต่ 30,001 บาท |

8. ท่านเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายบ่อยครั้งแค่ไหน
- { } มาเที่ยวครั้งแรก
- { } มาเที่ยว 2 – 4 ครั้ง
- { } มาเที่ยว 5 – 7 ครั้ง
- { } มาเที่ยว 8 – 10 ครั้ง
- { } มากกว่า 10 ครั้ง
- { } อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. การมาเที่ยวเชียงใหม่ครั้งนี้ ท่านจะใช้เวลาอยู่ในการท่องเที่ยวกี่วัน
- | | |
|--|--------------------------------------|
| ☐ 1 - 2 วัน | ☐ 3 - 4 วัน |
| ☐ 5 - 6 วัน | ☐ 7 วันขึ้นไป |
| ☐ อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

10. การท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านวางแผนจะไปเที่ยวที่ใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- { } ไปเที่ยวตามโปรแกรมของบริษัทนำเที่ยว { } เที่ยววัดในเขตตัวเมืองเชียงราย
 { } วัดร่องขุน { } สักการะอนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งราย
 { } พระตำหนักดอยตุง { } พระธาตุดอยตุง
 { } ดอยแม่สลอง { } ดอยวาวี
 { } ชายแดนแม่สาย { } สามเหลี่ยมทองคำ
 { } เมืองโบราณเชียงแสน { } หมู่บ้านกระเหรี่ยงรวมมิตร
 { } ชายแดนลาวที่เชียงของ { } ภูชี้ฟ้า
 { } อื่นๆ โปรดระบุ.....

11. เหตุผลที่ท่านมาเที่ยวจังหวัด เชียงราย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่ สวยงาม					
ต้องการสัมผัสบรรยากาศของ เมืองเก่าแก่					
ต้องการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ของจังหวัดเชียงราย					
ต้องการซื้อสินค้าบริเวณชายแดน					
ต้องการทำธุรกิจ					
เยี่ยมเพื่อน ญาติพี่น้อง					

12. นอกจากมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายแล้ว ท่านเคยไปเที่ยวจังหวัดเหล่านี้ หรือไม่

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- { } เชียงใหม่ { } ลำปาง
 { } ลำพูน { } แม่ฮ่องสอน
 { } พะเยา { } แพร่
 { } น่าน
 { } ไม่เคยไปเที่ยวทั้ง 7 จังหวัดที่กล่าวมา (ข้ามไปตอบข้อ 14)

13. จากที่ท่านเคยไปเที่ยวจังหวัดต่างๆ ในแถบภาคเหนือตอนบน ท่านเห็นความแตกต่างของ
จังหวัดเชียงรายกับจังหวัดอื่นๆ ในแถบภาคเหนือตอนบน อย่างไร

หมายเลข 1 = ไม่เห็นความแตกต่าง

หมายเลข 2 = มีความแตกต่างเล็กน้อย

หมายเลข 3 = ไม่มีความคิดเห็น

หมายเลข 4 = มีความแตกต่างมาก

หมายเลข 5 = มีความแตกต่างมากที่สุด

	1	2	3	4	5
ลักษณะทางภูมิประเทศ					
สภาพอากาศ					
บรรยากาศ					
ลักษณะและรสชาติอาหารทั่วไป					
ลักษณะและรสชาติของอาหารขันโตก					
รสชาติของขนมจีนน้ำเงี้ยว					
รสชาติของข้าวซอย					
ชาอูหลง					
กาแฟอารบิก					
ผลไม้จำพวก ลำไย ลิ้นจี่					
ผลไม้จำพวก สับรตนางแล / ภูแล					
ลักษณะของผู้คน					
ภาษาถิ่น					
สำเนียงในการพูดภาษาถิ่น					
การแต่งกาย					
ลักษณะของบ้านเรือน ที่พักอาศัย					
ลักษณะของวัด					
การฟ้อนรำ การแสดง					
ของที่ระลึก					
สถานที่ท่องเที่ยว					

14. ท่านมีความคิดเห็นในเรื่องต่อไปนี้ ของจังหวัดเชียงรายอย่างไร	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
เป็นจังหวัดที่มีความเก่าแก่ มีอายุมากกว่า 700 ปี					
พ่อขุนเม็งรายสร้างเมืองเชียงรายก่อนแล้วจึง ไปสร้างเมืองเชียงใหม่					
เป็นจังหวัดที่เคยประดิษฐานพระแก้วมรกต ก่อนที่จะถูกอันเชิญไปยังที่อื่นๆ					
เป็นจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของเมืองโบราณหลาย แห่ง เช่น เชียงแสน เชียงของ เวียงกาหลง เป็นต้น					
เป็นจังหวัดที่ยังอนุรักษ์และอบอวลไปด้วย วัฒนธรรมล้านนา					
เป็นจังหวัดที่อ.เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ สร้าง วัดร่องขุน ที่สวยงามและอลังการ					
เป็นจังหวัดที่มีเป็นแหล่งกำเนิดของศิลปินผู้มี ชื่อเสียง อาทิ อ.ถวัลย์ ดัชนี อ.เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์					
เป็นจังหวัดที่มีวัฒนธรรมจากแหล่งอื่นเข้า ผสมอยู่มากมาย					
เป็นจังหวัดที่มีหลากหลายชนเผ่า					
เป็นจังหวัดที่มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศ พม่าและลาว					
เป็นจังหวัดหน้าด่านที่จะติดต่อไปยังประเทศ จีน					

14. ท่านมีความคิดเห็นในเรื่องต่อไปนี้ ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างไร	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
เป็นจังหวัดที่มีสินค้าจากประเทศจีนเข้ามา ขาย เช่น เสื้อผ้า ผลไม้ เครื่องใช้ต่างๆ					
เป็นจังหวัดที่มีลักษณะภูมิประเทศสวยงาม เหมาะสมเป็นสถานที่ท่องเที่ยว					
เป็นจังหวัดที่มีแหล่งน้ำพุร้อน เหมาะที่จะทำ เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบสปา					
เป็นจังหวัดที่มีอากาศเย็นเกือบตลอดปี					
ผู้คนมีผิวพรรณที่สวยงาม					
ผู้คนมีความนุ่มนวล สงบ เสงี่ยม					
ผู้คนมีความเคลื่อนไหวอย่างกระตือรือร้น					
เป็นจังหวัดที่มีความเจริญด้านวัตถุเป็นอย่าง มาก					
เป็นจังหวัดที่มีชาวชนต่างด้าวมาอาศัย จำนวนมาก					
เป็นจังหวัดที่น่ามาเที่ยว เพราะมีจุดผ่านแดน ไปเที่ยวประเทศพม่าและลาว					
เป็นจังหวัดที่มีบรรยากาศเงียบ สงบ เหมาะแก่การพักผ่อน					

ท่านมีความคิดเห็นต่อในเรื่องต่อไปนี้ ของจังหวัดเชียงรายอย่างไร	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
เป็นจังหวัดที่มีอาหาร การกิน ค่อนข้างหลากหลาย ทั้งอาหารพื้นเมือง อาหารไทย และอาหารฟาสฟู้ดต่างๆ					
เป็นจังหวัดที่สามารถเพาะเลี้ยงปลาบึก ซึ่ง เป็นปลาน้ำจืดขนาดใหญ่จากลำน้ำโขง					
เป็นจังหวัดที่มีผ้าทอสวยงาม และมี เอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น ผ้าทอไทลื้อ					
เป็นจังหวัดที่มีผลไม้ประจำท้องถิ่น เช่น สับปะรดนางแล ลิ้นจี่					
เป็นจังหวัดที่มีการปลูกชาอูหลง					

15. ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ และความรู้สึกที่ท่านมีต่อ จังหวัดเชียงราย	ส่งผล มากที่สุด	ส่งผล มาก	ส่งผล ปาน กลาง	ส่งผลน้อย	ส่งผลน้อย ที่สุด
ความเข้าใจของท่านเอง					
เพื่อนสนิท					
เพื่อนที่ทำงาน / ที่เรียน					
แฟน /สามี / ภรรยา					
พ่อ / แม่					
ญาติสนิท / พี่ - น้อง					
โทรทัศน์					
วิทยุ					
หนังสือพิมพ์					
นิตยสาร					
แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบปลิว					
อินเทอร์เน็ต					
บริษัทนำเที่ยว / บริษัททัวร์					

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่าน ที่สละเวลาให้ข้อมูลอันมีค่าต่อการทำวิจัยในครั้งนี้ เป็นอย่างสูง
คณะผู้วิจัย

ภาคผนวก ค.

ภาพกิจกรรม Focus Group

ภาพการจัดทำ Focus Group





ประวัติผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ

ชื่อ-สกุล นางเกศกนก ชุ่มประดิษฐ์
ตำแหน่ง อาจารย์ 6
สังกัด โปรแกรมวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
e-mail kkn23@hotmail.com
การศึกษา
ปริญญาตรี ศศ.บ. (การสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปริญญาโท นศ.ม. (การหนังสือพิมพ์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลงานการวิจัย

- 2547 “การสื่อสารเพื่อการจัดการในชุมชน”
ได้รับทุนอุดหนุนจากกองทุนสนับสนุนการวิจัยแห่งชาติ
- 2548 “อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย”
ได้รับทุนอุดหนุนจากกองทุนสนับสนุนการวิจัยแห่งชาติ

ผู้ร่วมวิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวจิราพร ชุนศรี
วันเดือนปีเกิด 16 พฤษภาคม 2514
สถานที่เกิด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
สถานที่ทำงานปัจจุบัน เลขที่ 80 หมู่ 9 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100
โทรศัพท์ 0-5377-6017 โทรสาร 0-5377-6057
โทรศัพท์มือถือ 081-3867226
e-mail : Khun_jiraporn@yahoo.com
ตำแหน่งงาน อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชานิติศาสตร์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ประวัติการศึกษา ประถมศึกษา โรงเรียนบ้านสันโค้ง(เชียงรายจรูญราษฎร์)

มัธยมต้น	โรงเรียนดำรงราษฎร์สงเคราะห์
มัธยมปลาย	โรงเรียนสามัคคีวิทยาคม
อุดมศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต(นิเทศศาสตรพัฒนการ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำวิจัย

- 2545 เรื่อง แนวโน้มหลักสูตรนิเทศศาสตร์ สถาบันราชภัฏเชียงรายในทศวรรษหน้า
(2546-2554)
- 2546 ความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายต่อการจัดการเรียนการสอน
- 2547 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงราย
- 2548 อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย
- 2549 การศึกษาการค้าชายแดน อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย