



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ
จังหวัดเชียงราย

The Identity of Tourist Attractions in Chiang Khong's Border
Special Economic Zone, Chiang Rai Province.

ทศพล พงษ์ดี และคณะ

กรกฎาคม 2561

เลขที่สัญญา RDG5950055

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์
อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ
จังหวัดเชียงราย

The Identity of Tourist Attractions in Chiang Khong's Border
Special Economic Zone, Chiang Rai Province.

คณะผู้วิจัย

1. ทศพล พงษ์ดี
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสิมากุล
3. กณณพงศ์ ศิริเขตต์

ชุดโครงการ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน
เมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย” ได้รับสนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ประจำปี พ.ศ. 2560 คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำหรับโอกาสที่ได้รับในครั้งนี้ งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ก็ด้วยความอนุเคราะห์และความช่วยเหลือของบุคคลหลายท่านที่ให้ความกรุณาในการให้คำแนะนำปรึกษาและการให้กำลังใจที่ดีตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณความกรุณา รองศาสตราจารย์ รอ.ดร.ชูวิทย์ สุจฉายา ร.น. รองศาสตราจารย์ ดร.ยงธนิศร์ พิมลเสถียร รองศาสตราจารย์ ดร.ทักษิณา คุณารักษ์ คุณธนัช กรองกันภัย และคุณพรทิพย์ บุญทรง ผู้ทรงคุณวุฒิโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ที่กรุณาได้ให้คำแนะนำปรึกษาซึ่งแนวทางในการดำเนินการวิจัยให้แก่คณะผู้วิจัยได้เป็นอย่างดียิ่ง ตลอดจนการตรวจสอบความถูกต้องของงานวิจัย และขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ลีตระกูล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรถอุดม ดร.สภาพร ศรีสัตตวัฒน์ คุณวนิดา วินิจจะกุล คุณปราโมทย์ ย่องสุวรรณ คุณชนารัสมิ ศิวศรีณพงศ์ และคุณรุ่งทิพย์ ธีระวรวงศ์ ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะ แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย อันก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยตลอดจนการให้ความช่วยเหลือในการปรับปรุงงานวิจัยให้เกิดความชัดเจนและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอบพระคุณ นายทัศนัย สุธาพจน์ (นายอำเภอเชียงของ) ครูตี - นิวัฒน์ ร้อยแก้ว อาจารย์อำนวยการ ยอดสุวรรณ คุณสงวน ชื่อนกลีนสกุล คุณธันวา เหลี่ยมพันธุ์ คุณพงษ์พร ชยาตุลชาติ รวมถึงผู้นำชุมชนและสมาชิกของชุมชนในพื้นที่ ที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนในด้านข้อมูลและอำนวยความสะดวกในพื้นที่ ทั้งเรื่องข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ บริบททั่วไปของอำเภอเชียงของและองค์ความรู้ต่างๆ ที่มีประโยชน์อย่างมากต่อการทำวิจัยในครั้งนี้ ทำให้คณะผู้วิจัยสามารถศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลตลอดระยะเวลาของการศึกษาได้เป็นอย่างดี

คุณประโยชน์อันเกิดจากงานวิจัยฉบับนี้ ขอมอบให้ท่านผู้ปรากฏนามข้างต้น ส่วนความบกพร่องหรือข้อผิดพลาดในงานวิจัยนั้น คณะผู้วิจัยขอน้อมรับไว้ซึ่งจะปรับปรุงแก้ไขเพื่อพัฒนาผลงานทางวิชาการในโอกาสต่อไป

คณะผู้วิจัย
กรกฎาคม 2561

บทสรุปผู้บริหาร

ชื่อผลงาน / โครงการ (ภาษาไทย) อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน
เมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

ชื่อผลงาน / โครงการ (ภาษาอังกฤษ) The identity of destination in Chiang Khong's
border special economic zone, Chiang Rai
Province.

ชื่อ นามสกุล นักวิจัย (ภาษาไทย) 1. ทศพล พงษ์ตะ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสีมากุล
3. กัณณพงศ์ ศิริเขตต์

ชื่อ นามสกุล นักวิจัย (ภาษาอังกฤษ) Mr. Thotsapon Pongta
Asst.Dr. Komsan Rattnasimakool
Mr. Kannapongse Sirikat

หน่วยงาน สำนักวิชาบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เลขที่ 80 หมู่ 9
ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100 โทร 053-776131

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ตามที่คณะกรรมการและนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ได้มีประกาศ กนพ. ที่ 2/2558 กำหนดให้ท้องที่ 21 ตำบล ใน 3 อำเภอ ของจังหวัดเชียงราย ได้แก่ อำเภอเชียงของ อำเภอเชียงแสน และอำเภอแม่สาย เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย ตั้งแต่วันที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2558 (ประกาศจังหวัดเชียงราย แต่งตั้งคณะทำงานขับเคลื่อนศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน (OSS) เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย: 2558) ส่วนแผนการดำเนินกิจกรรมของรัฐบาลนั้น ได้จัดแบ่งพื้นที่ตามศักยภาพ ซึ่งอำเภอเชียงของ ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่เขตการค้า การท่องเที่ยว ศูนย์ขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ และเตรียมพื้นที่สำหรับการจัดตั้งศูนย์โลจิสติกส์ พาณิชยกรรม ศูนย์บริการสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจึงได้กำหนดให้เชียงของเป็นเมืองท่องเที่ยว การผลิตอาหารสินค้าการเกษตร จุดศูนย์กลางในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศและการขนส่งต่อเนื่องในหลายรูปแบบ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2558) จากวิสัยทัศน์และบทบาทการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษเชียงรายที่ว่า “ประตูการค้าและศูนย์กลางโลจิสติกส์เชื่อมโยงสู่อนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง โดดเด่นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพประชาชนอยู่ดีมีสุข” เชียงของจึงถูกกำหนดให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (แผนแม่บทเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย, 2559) และจากการศึกษาข้อมูลเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองเชียงของอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนของกลุ่มรักษ์เชียงของในด้านการท่องเที่ยว เชียงของมีสถานที่สำคัญสำหรับเป็นแหล่งเรียนรู้และพักผ่อน เช่น วิถีวัฒนธรรม 8 ชาติพันธุ์ วัด โบราณสถาน จุดชมวิวดมผา (กลุ่มรักษ์เชียงของ ภายใต้

โครงการการศึกษาและพัฒนาแนวทางการจัดการเมืองเชียงของภายใต้แนวคิด “หนึ่งเมืองสองแบบ”, 2558: 98) ด้านสถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี จากข้อมูลข้างต้นจึงเห็นได้ว่าเชียงของมีศักยภาพที่จะเป็นทั้งเมืองเศรษฐกิจและเมืองท่องเที่ยว ประกอบกับงานศึกษาของ มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ (2557) และ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (2555) พบว่าเชียงของเป็นเมืองที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวโดยจากการวิเคราะห์ SWOT เชียงของมีโอกาสและจุดแข็งทางการการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากการสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 ที่อยู่ในเส้นทาง R3A ซึ่งเชื่อมต่อ 3 ประเทศ คือ ไทย ลาว จีน และมีจุดยุทธศาสตร์ตั้งอยู่ในอาณาเขตที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 2 ประเทศ คือ พม่าและลาว อีกทั้งยังมีแม่น้ำโขงซึ่งเป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำเชื่อมต่อไปยังประเทศลาวและจีน อย่างไรก็ตามจากการศึกษาในช่วงเวลาที่ผ่านมายังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาอัตลักษณ์ของเชียงของอย่างจริงจัง โดยเฉพาะอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้งานวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย จึงมุ่งศึกษาอัตลักษณ์ของเชียงของและนำอัตลักษณ์ดังกล่าวมาจัดระบบและสังเคราะห์เพื่อนำเสนอเป็นอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม หลังจากนั้นก็นำอัตลักษณ์ที่ได้ไปจัดทำรูปแบบทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงการท่องเที่ยวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

1.2.2 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

1.2.3 เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของจังหวัดเชียงราย

1.2.4 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ด้านเนื้อหา งานวิจัยชิ้นนี้ต้องการศึกษาอัตลักษณ์ในพื้นที่อำเภอเชียงของและนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาอัตลักษณ์ดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อหาอัตลักษณ์ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงท่องเที่ยวหรือนำมาพัฒนาให้เป็นอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวได้ โดยมีการจัดทำรูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

1.3.2 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวภายในชุมชน อาทิผู้นำชุมชน กลุ่มแม่บ้าน ผู้ประกอบการในเขตพื้นที่อำเภอเชียงของ จ.เชียงราย นักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยว ด้านประวัติศาสตร์และศิลปะและวัฒนธรรม นักนิเทศศาสตร์ และนักการตลาด

1.3.3 ด้านพื้นที่ การศึกษารั้งนี้ ได้เลือกพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย 7 ตำบล ในอำเภอเชียงของ ได้แก่ ตำบลศรีเมือง ตำบลบุญเรือง ตำบลริมโขง ตำบลเวียง ตำบลศรีดอนชัย ตำบลสถาน ตำบลห้วยซ้อ เป็นพื้นที่กรณีศึกษา

1.3.4 ด้านเวลา 1 ปี

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

1.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มแรก กลุ่มผู้นำ จำนวน 20 คน ประกอบด้วย

- ผู้นำที่เป็นทาง ได้แก่ นายอำเภอเชียงของ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย (เขตเลือกตั้งที่ 2)

- ผู้นำที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ พระ ประธานสภาวัฒนธรรมเชียงของ รองประธานหอการค้าเชียงของ ผู้นำกลุ่มสตรี ผู้นำกลุ่มรักษ์เชียงของ (กลุ่มเครือข่ายอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง-ล้านนา)

กลุ่มที่สอง ประชาชนชาวบ้าน นักวิชาการท้องถิ่น กลุ่มนักธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย ผู้ประกอบการในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำนวน 10 คน

กลุ่มที่สาม นักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ และศิลปะและวัฒนธรรม นักนิเทศศาสตร์ และนักการตลาด จำนวน 10 คน

1.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.4.2.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่กำหนดไว้ (ในข้อ 3.1) และการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำแบบสัมภาษณ์ จากนั้นนำไปทดสอบความเที่ยงตรงและนำเครื่องมือดังกล่าวมาปรับอีกครั้งหนึ่ง ในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชียงของ จังหวัดเชียงราย เพื่อวิเคราะห์หาอัตลักษณ์ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงท่องเที่ยวหรือนำมาพัฒนาให้เป็นอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวได้ จากนั้นจึงจะนำไปสู่การจัดทำรูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงรายต่อไป

คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ภายใต้กรอบคำถามในประเด็นอัตลักษณ์เชียงของ ตามวัตถุประสงค์ข้อแรก จากนั้นนำไปทดสอบความเที่ยงตรง (ภาคผนวก ก)

1.4.2.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) คณะผู้วิจัยได้ใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยการสังเกตวิถีชีวิต กิจกรรมต่างๆของชุมชนในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

1.4.3 แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม (Focus groups discussion)

1.4.3.1 คำถามวิจัยข้อที่ 1 อัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของคืออะไร

การสนทนากลุ่ม เป็นอีกหนึ่งวิธีที่คณะผู้วิจัยนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยคณะผู้วิจัยจะดำเนินการสนทนากลุ่มร่วมกับผู้นำที่เป็นทาง - ไม่เป็นเป็นทางการ และผู้ประกอบการในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำนวน 25 คน เพื่อตอบคำถามในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชียงของ

1.4.3.2 คำถามวิจัยข้อที่ 2 อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย คืออะไร

คณะผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชิงของไปวิเคราะห์เพื่อหาร่างข้อเสนอเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชิงของที่มีความเป็นไปได้ในการนำไปพัฒนาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงของ โดยนำเอาร่างข้อเสนอดังกล่าวมาระดมความคิดเห็นร่วมกับปราชญ์ชาวบ้าน นักวิชาการท้องถิ่น กลุ่มนักธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน 5 คน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลตามข้อ 3.1 โดยนำกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่และเมืองเชิงของมาเป็นกรอบหรือส่วนหนึ่งในการพิจารณา เพื่อคัดเลือกอัตลักษณ์ กำหนดอัตลักษณ์ และกำหนด Position ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชิงของ จังหวัดเชียงราย ตามลำดับ ทั้งนี้ กระบวนการคัดเลือกอัตลักษณ์ฯ นั้นเน้นด้านอุปทานเนื่องจากอุปทานเป็นสิ่งที่มียู่แล้วจากการสำรวจข้อมูลโดยการสนทนากลุ่มจากคนในพื้นที่

1.4.3.3 คำถามวิจัยข้อที่ 3 รูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชิงของ จังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร และข้อที่ 4 แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชิงของ จังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร

เมื่อได้ข้อสรุปเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชิงของฯ จากการสนทนากลุ่มแล้ว คณะผู้วิจัยจึงจะจัดทำกรสนทนากลุ่มกับนักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม นักสร้างแบรนด์ นักนิเทศศาสตร์ และนักการตลาด จำนวน 10 คน โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ (Brand) เพื่อมาสร้าง “ตราของเชิงของ” ในฐานะเมืองท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ แก่นหรือคุณค่าของแบรนด์ (Brand essence) จุดยืนหรือตำแหน่งของแบรนด์ (Brand personality) และบุคลิกของแบรนด์ (Brand personality) ที่จะสร้างและกำหนดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มหลัก โดยใช้เครื่องมือทางการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงและสร้างความไว้วางใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกระบวนการสร้างแบรนด์จะต้องสร้างให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวและเปรียบเทียบกับคู่แข่ง นอกจากนี้ ยังมีการระดมความเห็นเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชิงของ จังหวัดเชียงราย พร้อมทั้งเสนอแนะในท้ายผลการศึกษาในประเด็นการรักษาอัตลักษณ์ควบคู่กับการพัฒนาเมืองต่อไป

1.4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.4.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม (Focus groups discussion) ควบคู่ไปกับการใช้วิธีสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

1.4.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา บทความ เอกสารทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเชิงของและอัตลักษณ์ของเชิงของ และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาอัตลักษณ์ในพื้นที่มาศึกษาเชิงเปรียบเทียบจากกรณีศึกษาอื่นๆ ที่มีการรักษาอัตลักษณ์ภายใต้การเป็นเมืองเขตเศรษฐกิจพิเศษ ประกอบกับการศึกษาประเมินเกี่ยวกับผังเมืองเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชิงของ ในประเด็นบทบาทการเป็นเมืองเก่ากับเมืองใหม่ที่ก่อให้เกิดสิทธิพิเศษต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการเกิดกิจกรรมและผลกระทบต่ออัต

ลักษณะในเชิงพื้นที่ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยของต่างประเทศเกี่ยวกับการหาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองที่มีลักษณะใกล้เคียงกับเชียงใหม่เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ

1.4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำเอาประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มมาวิเคราะห์ โดยการจัดหมวดหมู่คำตอบที่ผู้ให้ข้อมูลตอบคล้ายคลึงและแตกต่างกัน จากนั้นนำมาเรียบเรียงเพื่อนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบของความเรียงเชิงพรรณนา โดยยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์และบทสนทนากลุ่มมาประกอบเป็นหลักฐานโดยเรียบเรียงผลการศึกษตามคำถามการวิจัยและวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยเน้นการศึกษาที่เป็นอุปทานหรือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เด่นชัดของอำเภอเชียงของเท่านั้น

2. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

2.1 สรุปผลการวิจัย

2.1.1 การศึกษาเรื่อง อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่า อัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรม และอาหาร คณะผู้วิจัยได้นำเอาอัตลักษณ์ในแต่ละด้านมาจัดกลุ่มเพื่อให้เกิดความชัดเจนในมิติของพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ถึงปัจจุบัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ ประเด็นแรก ประวัติศาสตร์เมืองเชียงของเชียงของในยุคตำนาน ยุคของการเป็นเมือง ยุคสงครามเย็น และยุคการพัฒนาเศรษฐกิจ ประเด็นที่สอง ภูมิโนเวตเชียงของ ที่เอื้อต่อการเกษตรกรรม การประมง การคมนาคม และการค้าขาย และ ประการที่สาม วัฒนธรรมเมืองเชียงของ ได้แก่ ประเพณีบวงสรวงเจ้าพ่อปลาบึก ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับชาติพันธุ์ในอำเภอเชียงของอาทิ ประวัติไทลื้อที่เชียงของ ผ้าทอ “ลายน้ำไหล”: อัตลักษณ์ของไทลื้อที่เชียงของ การนับถือพุทธศาสนา : อัตลักษณ์ของคนไทลื้อที่เชียงของหลวงพ่อพะพร : พระคู่เมืองเชียงของ และสาหร่ายไก่อัตลักษณ์ด้านอาหารของคนเชียงของ

2.1.2 คณะผู้วิจัยได้ทำการสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของ (ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากอัตลักษณ์เชียงของ พบว่ามีจำนวน 9 รายการ ได้แก่ หลวงพ่อพะพร ปลาบึก เมืองการค้าชายแดน สาหร่ายไก่อประเพณีไทลื้อ วัดพระแก้วและวัดหลวงไชยสถาน ผ้าทอ “ลายน้ำไหล” แม่น้ำโขงหรือน้ำของ และจุดชมวิวธรรมชาติ แม่น้ำสองสี (อิง พิง โขง) ตามลำดับ ซึ่งอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้นั้น จะถูกนำไปใช้เพื่อพัฒนารูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน เมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย ในโครงการย่อยที่ 2 ต่อไป

2.1.3 รูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย นั้น จากการสนทนากลุ่มร่วมกับนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว นักสร้างแบรนด์ นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และศิลปะและวัฒนธรรม นักนิเทศศาสตร์ และนักการตลาด เพื่อหารูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยข้อมูลที่ได้นั้น สามารถสร้างรูปแบบของการสื่อสารอัตลักษณ์โดยใช้ทฤษฎี SMCR ของ เดวิด เค. เบอร์โล (David K.Berlo) เป็นกรอบในการพิจารณาหลักการตามองค์ประกอบที่

สำคัญ 4 ประการ คือ ประการแรก ผู้ส่งสาร (source) โดยใช้ Influencer เช่น ดาราผู้มีชื่อเสียง หรือ คนที่มีชื่อเสียงในโลกออนไลน์ (Net Idol) โดยการนำเสนอผ่านสื่อกระแสหลักและสื่อใหม่บนโลกของ Social Media ประการที่สอง ข้อมูลข่าวสาร (message) ที่มีการจัดรูปแบบการนำเสนอผ่านการรณรงค์ภายใต้แนวคิดหลัก “Chiang Khong” : The City of Happiness among the Cultures Diversity of Ethnic groups along the Mekong River. หรือ “เชียงของเมืองแห่งความสุขท่ามกลางความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของชาติพันธุ์สองฝั่งโขง” เพื่อสร้างเป็น “ตราสินค้า” (branding) ประการที่สาม ช่องทางในการส่ง (channel) โดยใช้ช่องทางสื่อสังคม (Social Media) อย่างเฟสบุ๊คของบุคคลที่มีชื่อเสียง ทวิตเตอร์ เว็บไซต์ชื่อดัง เช่น พันทิป เพื่อสร้างปรากฏการณ์ที่เรียกว่า การบอกต่อ (Word-of-Mouth Marketing) และ ประการที่สี่ ผู้รับสาร (receiver) แบ่งออกเป็นสองกลุ่มได้แก่ กลุ่มแรกนักท่องเที่ยวชาวไทย แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ นักท่องเที่ยวที่อยู่อำเภอใกล้เคียง (พะเยา เชียงใหม่ แพร่ น่าน) นักท่องเที่ยวจากภาคเหนือ และนักท่องเที่ยวจากภาคอื่นๆ กลุ่มที่สองคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

2.1.4 การนำเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผ่านการสร้างเรื่องราว (Story) ที่เชื่อมโยงกับแนวคิดหลัก theme spirit of Chiang Khong รวมถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยการจัดวาง (Setting) สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น ราชานุสาวรีย์พระเจ้ายโศวรมหาเจ้าโลก การสร้าง landmark ให้นักท่องเที่ยวได้บันทึกภาพเช่น จุดชมวิว อิง พิง โขง Review โดยใช้ Influencer ช่วยในการสร้างพื้นที่ดังกล่าวเพื่อพัฒนาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของ นอกจากนั้น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้อัตลักษณ์ด้วยการสร้าง Repackage การบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์จากสาหร่ายไก่อ พร้อมจัดกิจกรรมล่องเรือตามลำน้ำโขงเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้านในช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงพฤษภาคม เพื่อดูการเก็บไก่อ (การจกไก่อ) ส่วนผ้าทอไทลื้อก็เป็นอีกหนึ่งอัตลักษณ์ที่มีความน่าสนใจ สำหรับการต่อยอดพัฒนาลายผ้าทอไทลื้อให้มีลักษณะเฉพาะโดดเด่นในเรื่องของกรรมวิธีการทอ ลวดลาย สี สัน และเส้นสายที่ใช้ในการทอ ผสมผสานกับเรื่องราวของความเป็นไทลื้อ โดยเน้นที่รายละเอียดความประณีตของผ้าทอมากกว่าจำนวนปริมาณ ส่วนแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย นั้นใช้วิธีการสื่อสารแบบการบอกต่อ (Word-of-Mouth Marketing) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook, Instagram, Twitter, เว็บไซต์ (พันทิป) เป็นต้น โดยนำกลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) มาใช้เพื่อนำเสนอในรูปแบบปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวของเชียง ใช้การสื่อสารผ่านคุณค่าในอัตลักษณ์ของเชียงของเพื่อสร้างข่าวเชิงประจักษ์ โดยกำหนดตำแหน่งเกี่ยวกับคุณค่าอัตลักษณ์เชียงของ (Positioning) แบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงพุทธ และสื่อสารผ่านรายการท่องเที่ยวในสื่อกระแสหลัก เช่น รายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ที่มีผู้ชมติดตามจำนวนมากๆ ภายใต้แนวคิด “Chiang Khong” : The City of Happiness among the Cultures Diversity of Ethnic groups along the Mekong River. หรือ “เชียงของเมืองแห่งความสุขท่ามกลางความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของชาติพันธุ์สองฝั่งโขง”

2.2 ข้อเสนอแนะ

2.2.1 การจัดทำฐานระบบข้อมูลสารสนเทศแหล่งท่องเที่ยวเชิงของ อันประกอบด้วยเส้นทางการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญโดยจัดกลุ่มแบ่งออกเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงพุทธ และเผยแพร่ในโลกออนไลน์หรือแอปพลิเคชันในรูปแบบภาษาไทย จีน และอังกฤษ โดยทำงานเชิงบูรณาการร่วมกันระหว่าง คนในชุมชน สถาบันการศึกษาในพื้นที่ (มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง) ราชการส่วนท้องถิ่นประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้ง 7 แห่ง ในอำเภอเชียงของ รวมถึงผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย สมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือ สมาคมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย และหอการค้าจังหวัดเชียงราย

2.2.2 เน้นการจัดกิจกรรมที่ให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อสร้างบรรยากาศของการเป็นครอบครัวเดียวกัน เช่น งานประเพณีจุลกฐินไทลื้อ เริ่มตั้งแต่เรื่องของการแต่งกาย การพูดคุยแลกเปลี่ยนเรื่องของอาหาร วัฒนธรรม ประเพณี เป็นต้น

2.2.3 สร้างศูนย์กลาง (Hub) ในการจัดจำหน่ายของฝากและของที่ระลึกระหว่างประเทศ ให้กับนักท่องเที่ยว โดยมีสินค้าที่เป็นของคนเชียงใหม่และสินค้าจากภูมิภาคต่างๆ ในประเทศ โดยอาศัยลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่เอื้อต่อการขนส่งสินค้าไปยังต่างประเทศโดยเฉพาะ ประเทศจีนและลาว

2.2.4 จัดเตรียมความพร้อมด้านสถานที่และคนในพื้นที่เพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยว โดยเฉพาะในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและที่พักของนักท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการอื่นๆ เช่น รถเช่า การจองตั๋วเที่ยวบิน การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง และเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

2.2.5 การจัดทำบันทึกข้อมูลเรื่องราวทางประวัติอย่างเป็นระบบทั้งในแง่ของวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี เพื่อให้เยาวชนได้เรียนรู้และเกิดจิตสำนึกร่วมในความเป็นคนเชียงของ และพัฒนา เพื่อต่อยอดด้านการท่องเที่ยวต่อไป

2.2.6 นำเอาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้จำนวน 9 รายการ ไปใช้เพื่อพัฒนา รูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน เมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย ใน โครงการย่อยที่ 2 ต่อไป

3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

3.1 ได้อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของเชียงของในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำนวน 9 อัตลักษณ์ เพื่อนำไปใช้พัฒนาเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

3.2 ได้รูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของเขตเศรษฐกิจพิเศษเชียงของ จำนวน 4 รูปแบบ คือ 1) Word-of-Mouth Marketing 2) Event Marketing 3) ใช้การสื่อสารโดยการกำหนดตำแหน่ง (Positioning) คุณค่าในอัตลักษณ์ของเชียงของ และ 4) สื่อสารผ่านรายการ

ท่องเที่ยวในสื่อกระแสหลักภายใต้แนวคิด “Chiang Khong”: The City of Happiness among the Cultures Diversity of Ethnic groups along the Mekong River.

3.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับภูมิภาคและท้องถิ่นสามารถบริหารจัดการเมืองท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนฯ ภายใต้อัตลักษณ์ที่เหมาะสมสำหรับการเป็นเมืองท่องเที่ยว

3.4 พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอื่นๆ สามารถนำเอารูปแบบอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงของและแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ไปปรับใช้ได้

4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

4.1 ด้านนโยบาย นำผลงานวิจัยไปใช้ในการเป็นข้อมูลสนับสนุนหรือประกอบการกำหนดยุทธศาสตร์หรือนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ภายใต้ฐานทรัพยากรที่เป็นทุนของชุมชนดังปรากฏในผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดและเพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่

4.2 ด้านชุมชนและพื้นที่ นำผลงานวิจัยไปใช้ถ่ายทอดความรู้ให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอเชียงของ และภาคประชาชนเพื่อทราบถึงแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว และเกิดการเตรียมความพร้อมในการรองรับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่ต่อไป

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยเรื่อง **อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย**

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปี 2560

ระยะเวลาการวิจัย 1 ปี

ชื่อผู้วิจัย¹ อาจารย์ทศพล พงษ์ตะ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสิมากุล

อาจารย์กัณณพงศ์ ศิริเชตต์

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย 2) ศึกษาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย 3) ศึกษารูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย และ 4) นำเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) มีการเก็บข้อมูลโดยการสังเกต สัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม แล้วนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า อัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือประวัติศาสตร์เมืองเชียงของ ภูมินิเวศเชียงของ และวัฒนธรรมเมืองเชียงของ

ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของเชียงของหรืออัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของ พบว่ามีจำนวน 9 รายการ ที่ถูกคัดเลือกจากการจัดทำสนทนากลุ่ม ได้แก่ หลวงพ่อเพชร ปลาบึก เมืองการค้าชายแดน สหรัยไถ่ ประเพณีไหลเรือไฟ วัดพระแก้วและวัดหลวงไชยสถาน ผ้าทอ “ลายน้ำไหล” แม่น้ำโขงหรือน้ำอง และจุดชมวิวยอดดอยแม่ฟ้าหลวง (อิง พิง โง) ตามลำดับ

ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า รูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย ได้แก่ 1) ใช้ Influencer เช่น ดาราผู้มีชื่อเสียง หรือคนที่มีชื่อเสียงในโลกออนไลน์ (Net Idol) 2) จัดรูปแบบการนำเสนอผ่านารณรงค์ภายใต้แนวคิด “เชียงของเมืองแห่งความสุขท่ามกลางความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของชาติพันธุ์สองฝั่งโขง” เพื่อสร้างเป็น “ตราสินค้า” (branding) 3) ใช้ช่องทางสื่อสังคม (Social Media) อย่างเฟสบุ๊คของบุคคลที่มีชื่อเสียง ทวิตเตอร์ เว็บไซต์ชื่อดัง เช่น Pantip เพื่อสร้างปรากฏการณ์ที่เรียกว่า แบบการบอกต่อ (Word-of-Mouth Marketing) และ 4) ผู้รับสารแบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ นักท่องเที่ยวที่อยู๋จังหวัดใกล้เคียง (พะเยา เชียงใหม่ แพร่ น่าน) นักท่องเที่ยวจากภาคเหนือ และนักท่องเที่ยวจากภาคอื่นๆ กลุ่มที่สองคือ และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

¹ นักวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 พบว่า แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงรายคือ 1) ใช้วิธีการสื่อสารแบบการบอกต่อ (Word-of-Mouth Marketing) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook, Instagram, Twitter, เว็บบล็อก (พันทิป) เป็นต้น 2) นำกลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) มาใช้เพื่อนำเสนอในรูปแบบปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวของเชียง 3) ใช้การสื่อสารผ่านคุณค่าในอัตลักษณ์ของเชียงของเพื่อสร้างข่าวเชิงประสัมพันธ์ โดยกำหนดตำแหน่งเกี่ยวกับคุณค่าอัตลักษณ์เชียงของ (Positioning) แบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงพุทธ 4) สื่อสารผ่านรายการท่องเที่ยวในสื่อกระแสหลัก เช่น รายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ที่มีผู้ชมติดตามจำนวนมากๆ ภายใต้นามคิด “Chiang Khong” : The City of Happiness among the Cultures Diversity of Ethnic groups along the Mekong River. หรือ “เชียงของเมืองแห่งความสุขท่ามกลางความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของชาติพันธุ์สองฝั่งโขง”

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ ท่องเที่ยว เขตเศรษฐกิจพิเศษ เชียงของ

Abstract

**Research Title: The Identity of Tourist Attractions in Chiang Khong's Border
Special Economic Zone, Chiang Rai Province.**

Received a grant for research in 2016

Research Duration 1 Year

Researcher Name² : Mr. Thotsapon Pongta

Asst.Dr. Komsan Rattnasimakool

Mr. Kannapongse Sirikat

The objectives of this study were to 1) investigate the identity of Chiang Khong district, Chiang Rai Province, 2) identify the identity of tourist attractions at the special economic zone of Chiang Khong's border, 3) categorize the pattern of forms of communication at tourist attractions at the special economic zone and 4) present the guidelines of development and communicating on the basis of identity of tourist attractions in the special economic zone of Chiang Khong's border, Chiang Rai Province, employing selected purposeful sampling. The data was derived by qualitative methods including observation, interviews and group discussion. The whole content was also analyzed.

The results of this study in accord with its objective found the identity of Chiang Khong district in Chiang Rai province considerably divided into three parts consisting of the history, ecological landscape, and culture of Chiang Khong.

The results of this study regarding the second objective are that the outstanding identities of tourist attractions in Chiang Khong selected from the group discussion were classified into nine items, including Luang Por Petch, Mekong giant catfish, Border trade city, SaRaiKai (Kai-Seaweed), Tai Lue Tradition, Wat Phra Kaew, Wat Luang ChaiSaThan, woven fabric "water flow", Mekong River or Khong's River and the natural view point of river named two colors (based on the Mekong).

The results of this study in the third objective found that the pattern of identity communication of tourist attractions in the special economic zone in Chiang Khong was categorized into four patterns including 1) influences such as celebrities or famous people in online society (Net idol), 2) presentation of identity in order to create branding through the campaign under the slogan entitled "The Chiang Khong, city of happiness among the cultural diversity of two ethnic sides along the Mekhong

² Chiang Rai Rajabhat University

River” 3) use of social media such as Facebook, Twitter, famous blog (PANTIP) in order to create a phenomenon called “word-of mouth marketing” and 4) the recipients were categorized into two groups consisting of 1) Thai tourists from the neighbor provinces (Phayao, Chiangmai, Nan) the northern and other regions, and 2) foreign tourists.

The result of this study’s fourth objective, considers the development and communicating on identity of tourist attractions in the special economic zone in Chiang Khong’s border, Chiang Rai Province. The first covers communication by word-of mouth marketing through social media such as Facebook, Instagram, Twitter, web blogs (PANTIP), etc. The second uses strategy implementation of event marketing in order to present the pattern of Chiang Khong’s Tourism Calendar. The third, communication through identity values of Chiang Khong to create public relational news entails, positioning of the identity value which separated into three points consisting of community cultural tourism, eco-tourism and Buddhist tourism. Finally, communication is to be used through tourism channels as mainstream media such as television tours with a lot of followers under the theme of “Chiang Khong”: The City of Happiness among the culturally diverse ethnic groups along the Mekong River.

Key Words: Identities, Tourist, Border Special Economic Zone, Chiang Khong

เรื่อง	สารบัญ	หน้า
กิตติกรรมประกาศ		i
บทสรุปผู้บริหาร		ii
บทคัดย่อ		x
Abstract		xii
สารบัญ		xiv
สารบัญตาราง		xvi
สารบัญภาพ		xvii
บทที่		
1	บทนำ	
	ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1-1
	วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	1-4
	กรอบขั้นตอนการวิจัย	1-5
	นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	1-5
	วิธีดำเนินการวิจัย	1-6
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	1-7
2	การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
	แนวคิดเขตเศรษฐกิจพิเศษ	1-8
	แนวคิดอัตลักษณ์	1-13
	แนวคิดการท่องเที่ยว	1-22
	แนวคิดรูปแบบการสื่อสาร	1-25
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	1-30
	กรอบแนวคิด	1-42
3	วิธีการดำเนินการวิจัย	
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	1-44
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	1-45
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	1-47
	การวิเคราะห์ข้อมูล	1-47

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4	
ผลการศึกษา	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	1-49
อัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย	1-51
อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย	1-80
รูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย	1-90
นำเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย	1-92
5	
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	1-97
อภิปรายผล	1-99
ข้อเสนอแนะ	1-103
บรรณานุกรม	1-104
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เชิงลึก	1-109
ภาคผนวก ข แบบสำรวจระดับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของ	1-114
ภาคผนวก ค ภาพการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาอัตลักษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง	1-115
ประวัติผู้วิจัย	1-119

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	1-48
2	สรุปลำดับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงของ	1-80

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	จังหวัดที่ตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ	1-1
2	มูลค่าการค้าของศุลกากรเชียงของในช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2559	1-2
3	สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดเชียงราย พ.ศ. 2552 - 2558	1-3
4	กรอบแนวคิดการวิจัย	1-43
5	เจดีย์วัดพระแก้วและเจดีย์วัดหลวงไชยสถาน	1-53
6	รถขบวนแห่ประหัง	1-54
7	แผนที่เมืองเชียงของตามลักษณะทางภูมิศาสตร์	1-56
8	การจับปลาบึกในแม่น้ำโขง อำเภอเชียงของ	1-69
9	ภาพผ้าทอไทลื้อโบราณ	1-71
10	ผ้าทอไทลื้อลายน้ำไหล	1-72
11	งานจุลกฐินไทลื้อ	1-75
12	หลวงพ่อพะชร ณ วัดศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย	1-75
13	สำหรับไก่	1-77
14	อัตลักษณ์เชียงของ	1-79
15	หลวงพ่อบุญรอดพระสังกัจจายประดิษฐานไว้ในศาลาด้านหลังพระอุโบสถ ณ วัดหลวงไชยสถาน	1-88
16	ภาพประกอบหน้าเพจ Facebook เรื่อง คัดยอดเชียงของ สโลว์ไลฟ์ริมโขง ในเมืองมี “ของ” โดย คนหลงทาง	1-92
17	แท่นประดิษฐานพระประธานโบราณในวิหารวัดพระแก้วและธรรมมาสโบราณในวิหาร วัดพระแก้ว	1-93
18	โลโก้เชียงของ จิตวิญญาณแห่งอารยธรรมริมน้ำโขง	1-95

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภายใต้นโยบายของรัฐบาลที่มุ่งมั่นพัฒนาพื้นที่บริเวณชายแดนที่เชื่อมต่อกันกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และที่สำคัญคือการส่งเสริมการค้าและการลงทุน จึงได้กำหนดให้ตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษขึ้นรวม 10 จังหวัด ได้แก่ ตาก สระแก้ว ตราด มุกดาหาร สงขลา เชียงราย หนองคาย นครพนม กาญจนบุรี นราธิวาส โดยรัฐบาลมีมาตรการสนับสนุนและส่งเสริมต่างๆ ทำการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การให้สิทธิประโยชน์ ทั้งที่เป็นภาษีและไม่ใช่อภาษี ตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ (One Stop Service : OSS) และมาตรการอำนวยความสะดวกอื่นๆ (ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุนเขตเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย, 2560)



ภาพที่ 1 จังหวัดที่ตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ

ที่มา : ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุนเขตเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย (2560)

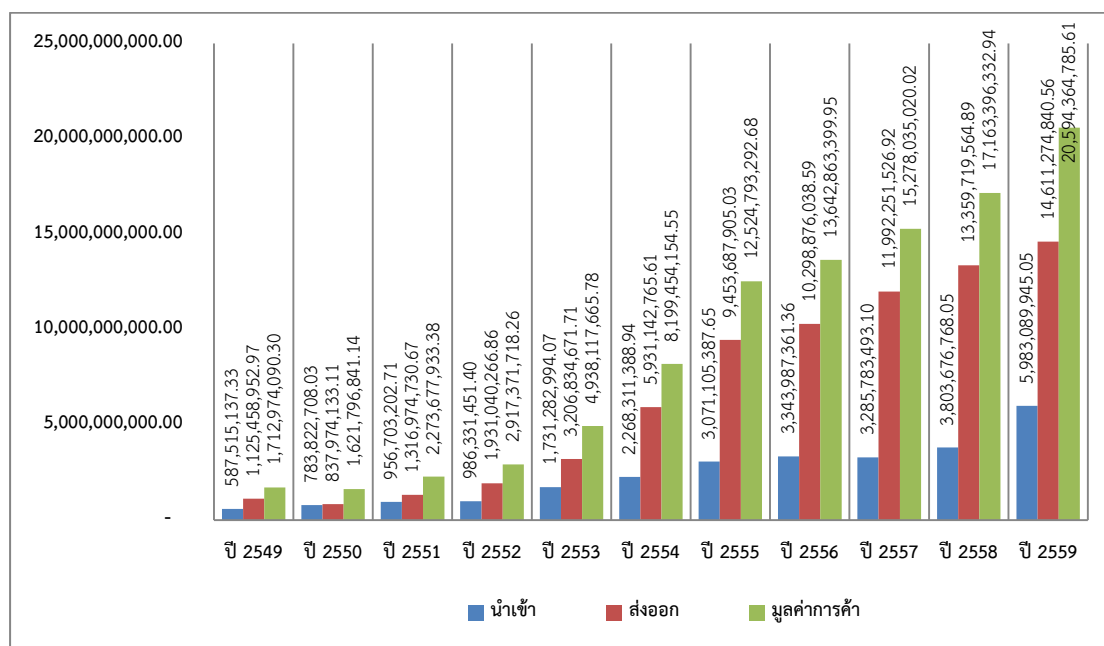
จังหวัดเชียงรายเป็นอีกพื้นที่หนึ่งซึ่งถูกกำหนดเป็นพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ตามที่คณะกรรมการและนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ได้มีประกาศ กนพ. ที่ 2/2558 กำหนดให้ท้องที่ 21 ตำบล ใน 3 อำเภอ ของจังหวัดเชียงราย ได้แก่ อำเภอเชียงของ อำเภอเชียงแสน และอำเภอแม่สาย เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย ตั้งแต่วันที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2558 (ประกาศจังหวัดเชียงราย แต่งตั้งคณะทำงานขับเคลื่อนศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน (OSS)

เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย: 2558) ส่วนแผนการดำเนินกิจกรรมของรัฐบาลนั้น ได้จัดแบ่งพื้นที่ตามศักยภาพ ดังนี้

อำเภอแม่สาย ถูกกำหนดให้เป็นเขตพัฒนาชายแดนรองรับการค้า การท่องเที่ยวโดยมีการเตรียมพื้นที่จัดตั้งโรงแรม ศูนย์การประชุม ร้านค้าปลอดภาษี ศูนย์ขนส่งมวลชน และศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว

อำเภอเชียงแสน ถูกกำหนดให้เป็นเขตการค้าเสรี เขตปลอดภาษีอากร เป็นศูนย์ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมีการเตรียมพื้นที่จัดตั้งท่าเรือ ศูนย์เปลี่ยนถ่ายและคลังสินค้า พาณิชยกรรม สำนักงานและศุลกากร

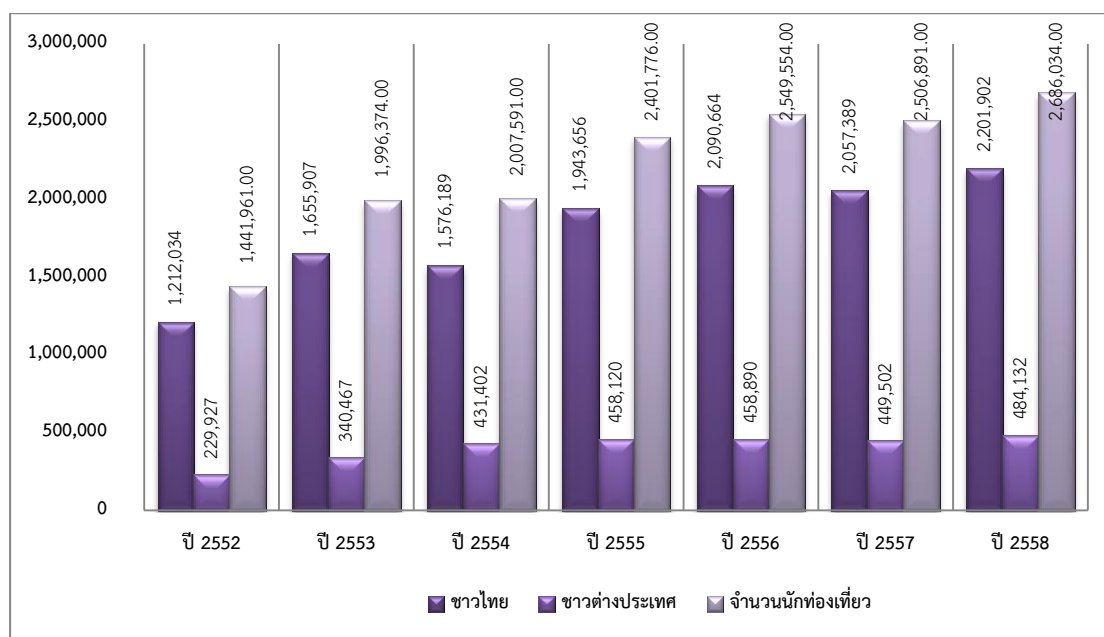
อำเภอเชียงของ ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่เขตการค้า การท่องเที่ยว ศูนย์ขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ และเตรียมพื้นที่สำหรับการจัดตั้งศูนย์โลจิสติกส์ พาณิชยกรรม ศุลกากร สำนักงาน คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจึงได้กำหนดให้เชียงของเป็นเมืองท่องเที่ยว การผลิตอาหารสินค้า การเกษตร จุดศูนย์กลางในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศและการขนส่งต่อเนื่องในหลายรูปแบบ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2558) และเมื่อย้อนกลับไปศึกษาข้อมูลเชิงสถิติทางด้านเศรษฐกิจของเชียงของพบว่า ในช่วงหนึ่งทศวรรษ (พ.ศ. 2549 - 2559) ที่ผ่านมามูลค่าการค้าของศุลกากรเชียงของเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก ปี พ.ศ. 2549 มีมูลค่าการค้า 1,712,974,090.30 บาท ปี พ.ศ. 2559 เพิ่มขึ้นไปถึง 20,594,364,785.61 บาท ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 มูลค่าการค้าของศุลกากรเชียงของในช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2559

ที่มา : <http://www.chiangkhongcustoms.com> (ด้านศุลกากรเชียงของ, 2559)

จากวิสัยทัศน์และบทบาทการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษเชียงรายที่ว่า “ประตูการค้าและศูนย์กลางโลจิสติกส์เชื่อมโยงสู่อนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง โดดเด่นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพประชาชนอยู่ดีมีสุข” เชียงของจึงถูกกำหนดให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (แผนแม่บทเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย, 2559) และจากการศึกษาข้อมูลเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองเชียงของอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนของกลุ่มรักษ์เชียงของในด้านการท่องเที่ยว เชียงของมีสถานที่สำคัญสำหรับเป็นแหล่งเรียนรู้และพักผ่อนเช่น วิถีวัฒนธรรม 8 ชชาติพันธุ์ วัด โบราณสถาน จุดชมวิวดมยธรรมชาติ (กลุ่มรักษ์เชียงของ ภายใต้โครงการการศึกษาและพัฒนาแนวทางการจัดการเมืองเชียงของ ภายใต้แนวคิด “หนึ่งเมืองสองแบบ”, 2558: 98) ด้านสถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี รายละเอียดดังภาพ



ภาพที่ 3 สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดเชียงราย พ.ศ. 2552 - 2558

ที่มา: <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.html> (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและพยากรณ์ทางการเกษตร โดย แมจโจโพล์ ได้สำรวจความพร้อมเมืองเชียงของต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายแดนแห่งใหม่ เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ ต่อสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของอำเภอเชียงของ หลังจากเปิดใช้สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 นั้น ผลการสำรวจพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 90.20 คิดว่ามีความพร้อม และมีเพียง ร้อยละ 9.80 ที่ คิดว่าอำเภอเชียงของยังไม่มีความพร้อมต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายแดน ส่วนปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวอำเภอเชียงของนั้น ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 77.50 เห็นว่าจำนวน

นักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 12.92 เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเท่าเดิม และร้อยละ 9.58 เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากจุดผ่านแดนแห่งใหม่อยู่ห่างจากแห่งเดิมมากกว่า 10 กิโลเมตร (แม่โจ้โพลล์ ฉบับที่ 14 เดือนเมษายน 57, 2557: 1-2)

จากข้อมูลข้างต้นจึงเห็นได้ว่าเชียงของมีศักยภาพที่จะเป็นทั้งเมืองเศรษฐกิจและเมืองท่องเที่ยว ประกอบกับงานศึกษาของ มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ (2557) และ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (2555) พบว่าเชียงของเป็นเมืองที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวโดยจากการวิเคราะห์ SWOT เชียงของมีโอกาและจุดแข็งทางการการท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้จากการสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 ที่อยู่ในเส้นทาง R3A ซึ่งเชื่อมต่อ 3 ประเทศ คือ ไทย ลาว จีน และมีจุดยุทธศาสตร์ตั้งอยู่ในอาณาเขตที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 2 ประเทศ คือ พม่าและลาว อีกทั้งยังมีแม่น้ำโขงซึ่งเป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำเชื่อมต่อไปยังประเทศลาวและจีน

นอกจากนั้น เชียงของยังมีจุดแข็งทางด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายซึ่งประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ทั้งในแง่ของวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์อันประกอบไปด้วย ไทยวน ไทลื้อ และลาว ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่มีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมได้หากมีการคัดเลือกอัตลักษณ์บางส่วนและนำมาสื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงการท่องเที่ยว ก็จะทำให้เชียงของมีจุดเด่นที่แตกต่างจากเมืองท่องเที่ยวอื่นๆ

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาในช่วงเวลาที่ผ่านมายังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาอัตลักษณ์ของเชียงของอย่างจริงจัง โดยเฉพาะอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้งานวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย จึงมุ่งศึกษาอัตลักษณ์ของเชียงของและนำอัตลักษณ์ดังกล่าวมาจัดระบบและสังเคราะห์เพื่อนำเสนอเป็นอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม หลังจากนั้นก็จะนำอัตลักษณ์ที่ได้ไปจัดทำรูปแบบทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงการท่องเที่ยวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

4. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย

1. ประชุมผู้รับผิดชอบโครงการวิจัยเพื่อจัดทำแบบสัมภาษณ์และวางแผนในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมา วิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ ความหลากหลายของชาติพันธุ์ ศิลปะวัฒนธรรมหัตถกรรม สถานที่สำคัญ อาหาร เมืองเชียงของ

2. ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเบื้องต้น และศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำร่างเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย จากนั้นนำไปทดสอบความเที่ยงตรง และนำเครื่องมือดังกล่าวมาปรับอีกครั้งหนึ่ง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชียงของ

3. ลงพื้นที่ภาคสนามและทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลกลุ่มแรกเกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมา วิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ ความหลากหลายของชาติพันธุ์ ศิลปะวัฒนธรรมหัตถกรรม สถานที่สำคัญ อาหาร เมืองเชียงของ เพื่อศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชียงของ

4. นำเอาข้อมูลอัตลักษณ์เชียงของที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ไปวิเคราะห์เพื่อหาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวแล้วนำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวกลับมาสนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลกลุ่มแรกกับกลุ่มที่สอง

5. หลังจากได้อัตลักษณ์ของแหล่งเที่ยวแล้วคณะผู้วิจัยจึงจะจัดทำสารสนเทศกลุ่มกับนักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และศิลปะและวัฒนธรรม นักนิเทศศาสตร์ และนักการตลาด จำนวน 10 คน (ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 3) เพื่อนำเอาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวไปสื่อสารให้กับคนภายในชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวทั่วไปต่อไป

6. นำเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ หมายถึง การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยการกำหนดเขตพื้นที่ด้วยเงื่อนไขที่มุ่งเป็นพิเศษ ซึ่งในที่นี้หมายถึงพื้นที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

ใน 7 ตำบล ได้แก่ ตำบลศรี้ง ตำบลบุญเรือง ตำบลริมโขง ตำบลเวียง ตำบลศรีดอนชัย ตำบลสถาน ตำบลห้วยซ้อ พื้นที่ดังกล่าวถูกกำหนดโดยเน้นไปที่เมืองเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว

อัตลักษณ์เชิงของ หมายถึง พฤติกรรมที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาจนกลายเป็นวิถีชีวิตหรือแนวปฏิบัติ ซึ่งแสดงหรือสะท้อนถึงความเป็นตัวตนเฉพาะของชาวเชียงของ เห็นได้จาก ประวัติศาสตร์ ภูมิโนเวศเชียงของ วัฒนธรรม

อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง อัตลักษณ์เชิงของที่ถูกคัดเลือกด้วยระเบียบวิธีวิจัยเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว

การพัฒนาอัตลักษณ์ หมายถึง อัตลักษณ์เชิงของ ซึ่งอัตลักษณ์บางส่วนสามารถพัฒนา ดัดแปลง หรือปรับปรุงมาใช้ประโยชน์ในเชิงท่องเที่ยวหรือสร้างเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวได้

รูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ หมายถึง การนำเสนอประเภทต่างๆ (การจัดทำหนังสือการท่องเที่ยว ป้ายประชาสัมพันธ์) มาใช้ร่วมกันในลักษณะบูรณาการด้วยช่องทางที่หลากหลาย เพื่อนำไปสู่ การสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้กับสาธารณชนเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

ด้านเนื้อหา

งานวิจัยชิ้นนี้ต้องการศึกษาอัตลักษณ์ในพื้นที่อำเภอเชียงของและนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาอัตลักษณ์ดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อหาอัตลักษณ์ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงท่องเที่ยวหรือนำมาพัฒนาให้เป็นอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวได้ โดยมีการจัดทำรูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวภายในชุมชน อาทิผู้นำชุมชน กลุ่มแม่บ้าน ผู้ประกอบการในเขตพื้นที่อำเภอเชียงของ จ.เชียงราย นักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยว ด้านประวัติศาสตร์และศิลปะและวัฒนธรรม นักนิเทศศาสตร์ และนักการตลาด

ด้านพื้นที่

การศึกษารั้วนี้ ได้เลือกพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย 7 ตำบล ในอำเภอเชียงของ ได้แก่ ตำบลศรี้ง ตำบลบุญเรือง ตำบลริมโขง ตำบลเวียง ตำบลศรีดอนชัย ตำบลสถาน ตำบลห้วยซ้อ เป็นพื้นที่กรณีศึกษา

ด้านเวลา

1 ปี

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

นำเสนออัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษให้กับคนภายในชุมชนและนักท่องเที่ยวทั่วไปเพื่อส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในขณะเดียวกันถือได้ว่าเป็นการรักษารากเหง้าจารีตประเพณีวัฒนธรรมแบบเชียงของให้คงอยู่สืบต่อไป

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย
4. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

โดยได้ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 2.1.1 แนวคิดเศรษฐกิจพิเศษ
- 2.1.2 แนวคิดอัตลักษณ์/อัตลักษณ์เชียงของ
- 2.1.3 แนวคิดการท่องเที่ยว
- 2.1.4 แนวคิดรูปแบบการสื่อสาร
- 2.1.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 กรอบแนวคิด

2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเขตเศรษฐกิจพิเศษ

2.1.1.1 ความหมายของเขตเศรษฐกิจพิเศษ

จุดเริ่มต้นของการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจ มีพัฒนาการเริ่มมาจากแนวคิดการจัดตั้งเขตนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งในเวลาต่อมาได้เกิดการมุ่งเน้นให้เป็นเขตอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก โดยให้สิทธิพิเศษทางภาษีอากร รวมทั้งสิทธิประโยชน์อื่นๆ และต่อมาได้เพิ่มเติมในสิทธิประโยชน์มากขึ้นเป็นพิเศษเฉพาะเขตพื้นที่ รวมทั้งการผ่อนคลायกฎระเบียบต่างๆ และแนวคิดข้างต้นนั้นได้พัฒนามาเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone) (สุมาลี วงษ์วิจิต, 2550: 10)

ซึ่งความหมายของคำว่า “เขตเศรษฐกิจพิเศษ” นั้นผู้วิจัยได้รวบรวมไว้ดังนี้

เขตเศรษฐกิจพิเศษ หมายถึง การจัดตั้งหรือกำหนดเขตพื้นที่ด้วยการจัดการในด้านระบบเศรษฐกิจเป็นพิเศษที่มีความแตกต่างไปจากปกติโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้มีการเข้ามาลงทุน โดยมีมาตรการจูงใจนักลงทุนให้ตัดสินใจเข้ามาลงทุนในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษในเขตนั้นๆ

เขตเศรษฐกิจพิเศษ หมายถึง เขตพื้นที่ที่จัดตั้งขึ้นเป็นการเฉพาะตามกฎหมาย เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมสนับสนุน และอำนวยความสะดวก รวมทั้งให้สิทธิพิเศษบางประการในการดำเนินกิจการต่างๆ เช่น การอุตสาหกรรม การพาณิชย์กรรม การบริการ หรือกิจการอื่นใดที่เป็นประโยชน์แก่การเศรษฐกิจของประเทศ

เขตเศรษฐกิจพิเศษ หมายถึง เขตที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการลงทุนโดยการส่งเสริมสนับสนุนให้นักลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษได้รับสิทธิพิเศษในลักษณะที่เอื้อประโยชน์ต่อการลงทุนเป็นต้นว่า

1) การได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีและด้านอื่นที่ไม่ใช่ภาษี รวมไปถึงการได้รับประโยชน์ในการประกอบธุรกิจด้านความพร้อมของปัจจัยการผลิต การบริการพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นระบบขนส่งไฟฟ้า น้ำประปา โทรคมนาคม

2) การได้รับการผ่อนปรนกฎระเบียบบางประการที่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจในเขตเศรษฐกิจพิเศษ เช่น กฎระเบียบเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายเงินทุนและการใช้แรงงานต่างด้าวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่การดำเนินงาน

3) การเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษจะทำให้ภาครัฐจัดสิทธิพิเศษด้วยการลดขั้นตอนในการติดต่อกับหน่วยงานราชการเกี่ยวกับการขออนุมัติหรือขอใบอนุญาตตามกฎหมายซึ่งทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินงานต่างๆอันจะเป็นการช่วยลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจได้

อย่างไรก็ตาม ประเภทของธุรกิจที่สามารถลงทุนประกอบกิจการในเขตเศรษฐกิจพิเศษนั้นอาจแบ่งออกได้หลายด้านเป็นต้นว่า ด้านเกษตรกรรม พาณิชยกรรม การท่องเที่ยว การบริการ ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยดึงดูดนักลงทุนจากต่างชาติให้มีการเข้ามาลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ อันเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในด้านเศรษฐกิจกับต่างประเทศนั่นเอง

ในจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ ควรออกเป็นพระราชบัญญัติเช่นเดียวกับพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ.2520 และพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 แต่ทั้งนี้จากการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติศุลกากร พระพุทธศักราช 2496 นั้นได้เพิ่มบทบัญญัติในหมวด 10 ตรี ว่าด้วยเรื่อง “เขตเศรษฐกิจพิเศษ” โดยการจัดตั้งให้ออกเป็นประกาศกระทรวงการคลัง โดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี และผู้ที่ประกอบการในเขตดังกล่าวได้รับสิทธิประโยชน์เช่นเดียวกับผู้ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ.2520

ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม ตามพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522

2.1.1.2 แนวคิดในการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ

การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ ถูกพัฒนามาจากการแข่งขันทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ โดยที่รัฐต้องมีการส่งเสริมศักยภาพของธุรกิจภายในประเทศให้มีความสามารถในการแข่งขันได้ ทั้งนี้ ในการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษนั้นมีความจำเป็นที่ต้องมีการปฏิรูปในหลายๆด้านเป็นต้นว่า ด้านกฎหมาย ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการเงินการคลัง และด้านการบริหารราชการ การปฏิรูปข้างต้นนั้นสามารถทำได้โดยการเปิดการค้าเสรี การลดกฎระเบียบ การกระจายอำนาจให้กับท้องถิ่น และการผ่อนผันกฎระเบียบบางอย่างลง

การปฏิรูปดังกล่าวไม่สามารถกระทำพร้อมกันทั่วประเทศได้เนื่องจากว่าหากดำเนินการพร้อมกันทั่วประเทศอาจเกิดปัญหาตามมาไม่ว่าจะเป็น ความผิดพลาดเสียหายที่เกิดจากการดำเนินการที่เร่งด่วน หรือหากรอให้พร้อมก็ต้องอาศัยเวลานานเกินควรซึ่งในระหว่างนี้อาจเกิดการต่อต้านได้เนื่องจากการปฏิรูปในระดับมหภาคนั้นต้องใช้งบในการพัฒนาจำนวนมหาศาล ไม่เพียงเท่านั้นผลพวงของการปฏิรูปอาจกระทบต่อภาคส่วนต่างๆในระดับชุมชนท้องถิ่น เนื่องจากเป็นเรื่องที่ใหม่และยังไม่เคยมีการดำเนินการมาก่อน ดังนั้นเพื่อให้เกิดความแน่นอนชัดเจนจึงเกิดการปฏิรูปเพื่อจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษเฉพาะพื้นที่ที่มีลักษณะเฉพาะเท่านั้น

การปฏิรูปในพื้นที่ที่มีลักษณะเฉพาะในรูปแบบเขตเศรษฐกิจพิเศษนั้นจึงเป็นแนวทางที่มีความเหมาะสมสำหรับจุดเริ่มต้นของการจัดตั้งพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษเพราะสามารถดูแลควบคุมและบริหารจัดการได้ง่ายโดยเฉพาะผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น อันจะนำไปสู่กระบวนการพัฒนาและขยายของวงไปยังพื้นที่อื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกันต่อไป

จึงกล่าวได้ว่า การจัดตั้งพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษจำเป็นต้องมีการกำหนดขอบเขตของพื้นที่ที่มีความเหมาะสมเพื่อนำไปสู่การวางแผนในการลงทุนในด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค สาธารณูปการ และการบริการได้อย่างถูกต้องและคุ้มค่า อีกนัยหนึ่งเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และตรงกับความต้องการในการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ ด้วยเหตุผลที่ว่าในการบริหารในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษเป็นลักษณะของการบริการจัดการเชิงบูรณาการโดยมีจุดเน้นที่ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการเสริมสร้างศักยภาพด้านการแข่งขันของนักลงทุนในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ขณะเดียวกันรัฐก็ทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและมาตรการที่เหมาะสมในการสร้างเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตให้มีคุณภาพและปริมาณเพียงพอก่อให้เกิดตลาดที่มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม อย่างไรก็ตามการจัดตั้งพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษจะต้องมีขนาดใหญ่พอที่จะเกิดความคุ้มค่าจากการปฏิรูปและการลงทุนในการสร้างเขตเศรษฐกิจพิเศษ

แนวคิดในการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษเกิดขึ้นเพื่อรองรับการลงทุนของผู้ประกอบการ โดยแรกเริ่มเดิมทีนั้นเป็นลักษณะของการจัดตั้งในรูปแบบนิคมอุตสาหกรรมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวมกลุ่มผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมเข้ามาลงทุนในพื้นที่ที่ถูกกำหนดขึ้น โดยเฉพาะเพื่ออำนวยความสะดวกในการลงทุนให้แก่ผู้ประกอบการและเพื่อเป็นการควบคุมดูแลให้มีการลงทุนด้านอุตสาหกรรมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมในด้านการพัฒนาระบบเศรษฐกิจมากขึ้นด้วยการให้สิทธิพิเศษแก่ผู้ประกอบการที่มาลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมจึงนำไปสู่การจัดตั้งเขตอุตสาหกรรมส่งออก ทั้งนี้การจัดตั้งเขตอุตสาหกรรมส่งออกนั้นมีเงื่อนไขข้อจำกัดคือไม่สามารถรองรับธุรกิจอื่นอันเป็นประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจได้เป็นต้นว่า การเกษตร การท่องเที่ยว การขนส่ง และไม่มีอำนาจหน้าที่ในการให้บริการแก่ผู้ประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรม

ภายใต้เงื่อนไขข้อจำกัดข้างต้นจึงนำมาสู่การกำหนดเป็นเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษในเวลาต่อมาโดยมีสาระสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

ประการแรก เขตเศรษฐกิจพิเศษเปิดกว้างทางธุรกิจโดยไม่จำกัดประเภท กล่าวคือนอกจากผู้ประกอบการจะลงทุนเกี่ยวกับด้านอุตสาหกรรมแล้วยังสามารถประกอบธุรกิจอื่นๆเป็นต้นว่า การเกษตร การท่องเที่ยว การขนส่ง การบริการ ได้

ประการที่สอง ผู้ประกอบการหรือนักลงทุนจะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีอากร

ประการที่สาม องค์กรบริการในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษมีอำนาจหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกและให้บริการแก่ผู้ประกอบการในเขตพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษทุกเรื่อง เพื่อให้การประกอบธุรกิจเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2.1.1.3 ความสำคัญของเขตเศรษฐกิจพิเศษ

ในหลายประเทศที่ให้ความสำคัญกับเขตเศรษฐกิจพิเศษ เนื่องจากมองเห็นช่องในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ ทำให้การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษกลายเป็นยุทธศาสตร์การบริหารประเทศที่สำคัญ ดังนั้น ความสำคัญของเขตเศรษฐกิจพิเศษจึงมีหลายประการ ดังนี้

ประการแรก เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการลงทุนต่างชาติและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศเนื่องจากเขตเศรษฐกิจพิเศษมีมาตรการที่เป็นการเอื้อประโยชน์และอำนวยความสะดวกแก่นักลงทุน ผ่านการให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุนมากกว่าเขตพื้นที่อื่นที่มีเขตเศรษฐกิจพิเศษ ในประเด็นนี้พอจะสรุปได้ว่า เขตเศรษฐกิจพิเศษมีความสำคัญในฐานะเป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งความเป็นไปได้ส่วนใหญ่ นักลงทุนไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างประเทศย่อมจะตัดสินใจเลือกลงทุนในพื้นที่ที่มีโอกาสสร้างผลกำไรได้มากกว่าจึงเป็นเหตุผลให้นักลงทุนเหล่านี้ตัดสินใจเลือกลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งผลพวงที่ตามมาก็คือ ประเทศได้รับประโยชน์ทาง

เศรษฐกิจทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบภายในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มขึ้นของรายได้ ประชาชาติของประเทศ

ประการที่สอง สร้างโอกาสในการจ้างงาน เมื่อมีการลงทุนทั้งจากนักลงทุน ภายในประเทศหรือต่างประเทศย่อมนำไปสู่การจ้างแรงงานจำนวนมากเพื่อใช้เป็นกลไกในการผลิต เนื่องจากการจัดตั้งอุตสาหกรรมย่อมต้องการแรงงานสร้างผลผลิต โอกาสของการจ้างงานจึงมีมาก สูงขึ้นตามจำนวนของอุตสาหกรรมใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งเมื่อเกิดการจ้างงานจะมีความสัมพันธ์กับการ สร้างรายได้ เพราะว่า การจ้างงานเป็นการสร้างอาชีพนั้นย่อมหมายถึงการสร้างรายได้โดยการขจัด ปัญหาการว่างงานหรือปัญหาความยากจน และเพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น ซึ่งเท่ากับว่า เป็นการพัฒนาและแก้ไขปัญหาสังคมไปพร้อมๆกัน ไม่เพียงเท่านั้น เมื่อเกิดการจ้างงานที่เพิ่มมากขึ้น รัฐบาลย่อมสามารถจัดเก็บภาษีเงินได้เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วยอันเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ อีกทางหนึ่ง

ประการที่สาม การถ่ายทอดเทคโนโลยีจากนักลงทุน รวมถึงมีการเคลื่อนย้าย บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในองค์ความรู้สมัยใหม่ อันจะนำไปสู่การพัฒนาทางเทคโนโลยีขั้นสูง และทันสมัยเพื่อเสริมสร้างการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศให้ประสบความสำเร็จมากขึ้น

ประการที่สี่ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ผ่านการส่งเสริมการลงทุนกับ ต่างชาติโดยการเปิดโอกาสให้นักลงทุนจากต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศ เป็นการเปิดพื้นที่ให้กับ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทุน วัตถุดิบและแรงงานจากต่างประเทศ นำไปสู่การสร้าง ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศภายใต้การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษซึ่งต้องมีการติดต่อประสานงานและ สร้างความร่วมมือระหว่างรัฐต่อรัฐในด้านต่างๆ

ประการที่ห้า ส่งเสริมการส่งออกและสร้างศักยภาพการค้าระหว่างประเทศในด้าน การส่งเสริมการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ นับได้ว่าเป็นการส่งเสริมให้เพิ่มการผลิตสินค้าหรือบริการ มากขึ้น ส่งผลให้รัฐสามารถผลักดันให้มีการส่งออกสินค้าออกสู่ตลาดโลก ซึ่งการที่ผู้ประกอบการใน เขตเศรษฐกิจพิเศษได้รับสิทธิประโยชน์ในการลงทุนย่อมทำให้การผลิตสินค้าหรือการบริการมีคุณภาพ ดีกว่าและสามารถแข่งขันด้านเศรษฐกิจกับต่างประเทศได้

ประการที่หก เป็นการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคหรือชุมชนท้องถิ่น การจัดตั้ง พื้นที่เศรษฐกิจในเบื้องต้นนั้นจะต้องมีการศึกษาความเหมาะสมของเขตพื้นที่ แน่นอนว่าหลังจากมีการ กำหนดเขตพื้นที่แล้ว ก็ย่อมต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเป็นต้นว่าการสร้างถนน น้ำประปา ไฟฟ้า เพื่รองรับการจัดตั้งเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ นอกจากนั้นยังเกิดการจ้างงานขึ้นในเขตพื้นที่นั้นๆ ส่งผลให้คนในพื้นที่หรือเขตพื้นที่ใกล้เคียงมีโอกาสในการทำงานได้สร้างอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น

การศึกษาในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ศึกษาอัตลักษณ์ของเชิงของภายใต้บริบทในพื้นที่ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งลักษณะของการกำหนดเขต

พื้นที่ด้วยเงื่อนไขที่มุ่งใจเป็นพิเศษ โดยอำเภอเชียงของได้ถูกกำหนดเป้าหมายให้เป็นเมืองเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยว ในการศึกษาครั้งนี้จึงศึกษาภายใต้เงื่อนไขดังกล่าว

2.1.2 แนวคิดอัตลักษณ์

คำว่า “อัตลักษณ์” นั้น มีนักคิดได้นิยามและให้ความหมายไว้มากมาย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้มี ทบทวนเกี่ยวกับแนวคิดอัตลักษณ์เพื่อใช้เป็นกรอบในการศึกษา ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์นั้นได้ เกิดขึ้นมานานในศาสตร์สาขาต่างๆ เช่น จิตวิทยา สังคมวิทยาและมนุษยวิทยา โดยมีการพัฒนาและ เปลี่ยนแปลงความหมายที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในปัจจุบัน ภายใต้เงื่อนไข บริบทของกระแสโลกาภิวัตน์ที่กระชับแน่นระหว่างพื้นที่และเวลา อย่างไรก็ตาม จากการศึกษา ทบทวนในเบื้องต้นจะเห็นได้ว่า กระบวนการสร้างอัตลักษณ์นั้นมีความสัมพันธ์กับอำนาจในการนิยาม ความหมายและการสถาปนาความเป็นจริง อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นจากความหมายของกลุ่มตรงข้าม และมีนัยของการปฏิเสธสิ่งที่อยู่ตรงข้ามนั้น แม้ในอีกด้านหนึ่งการมีอยู่ของความหมายตรงข้ามคือด้าน ที่เป็นของอัตลักษณ์ก็ตาม (อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2546: 81) ซึ่งสอดคล้องกับนิยามความหมาย แนวคิด ของอัตลักษณ์ที่นักวิชาการอีกหลายท่านได้สรุปเอาไว้ ดังนี้

ฮอลล์และดูกาย (Hall, S., & Du Gay, P., 1996 อ้างใน ศราณี เวศยาสิรินทร์, 2554) อธิบายลักษณะของอัตลักษณ์ว่า ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ หรือเกิดขึ้นลอยๆ แต่ก่อรูปขึ้นมา ภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยที่วัฒนธรรมก็เป็นสิ่งถูกประกอบสร้างทางสังคมและ ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งตายตัว หากแต่เป็นวงจรซึ่งมีผู้เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” (Circuit of Culture) โดยอัตลักษณ์ทั้งหลายมีกระบวนการถูกผลิต (Produced) ให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น และทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายต่างๆ (Creating Meanings) ผ่านทางระบบต่างๆ ของการสร้างภาพตัวแทนที่เกี่ยวกับ ตำแหน่งแห่งที่ต่างๆ ทางอัตลักษณ์อันหลากหลายที่เราเลือกใช้ หรือนำเอามาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา

ส่วนวัฒนธรรมก่อให้เกิดอัตลักษณ์ ทำให้เราแตกต่างจากคนกลุ่มอื่นๆ โดยแบ่งวิธีการเรียนรู้ ที่ทำให้ทราบถึงความแตกต่างไว้ 10 กลุ่มคือ ระบบการสื่อสารและภาษา ลักษณะท่าทางและการแต่งกาย อาหารและนิสัยการบริโภค เวลาและความสำนึก การตอบแทนและการทักทาย ความสัมพันธ์ ค่านิยมและบรรทัดฐาน ความรู้สึกเป็นตัวเองและระยะห่าง การพัฒนาด้านจิตใจและการเรียนรู้ และความเชื่อและทัศนคติ

นัทธนี ประสานนาม, (2550: 45) ให้นิยามความหมายของคำว่า อัตลักษณ์ (Identity) ไว้ ว่าเป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่าตัวตนของตนเองคือใคร” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสัง สรรค์ระหว่างตัวเรากับบุคคลคนอื่นโดยผ่านการมองตนเอง และการที่คนอื่นมองเราอัตลักษณ์ต้องการ

ความตระหนัก (Awareness) ในตัวเราและพื้นฐานของการเลือกบางอย่าง กล่าวคือ เราจะต้องแสดงตนหรือยอมรับอย่างตั้งใจกับอัตลักษณ์ที่เราเลือก ความสำคัญของการแสดงตนก็คือการระบุได้ว่าเรามีอัตลักษณ์เหมือนกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร

วิริยา วิฑูรย์สฤกษ์ศิลป์ (2548) ให้นิยามของคำว่าอัตลักษณ์ว่าเป็นการแสดงออกที่มีรูปลักษณ์ ความมีอุดมการณ์ ความภาคภูมิใจ และความเป็นเอกภาพของชุมชน อันหมายถึงค่านิยมที่ปรากฏอยู่รายล้อมชุมชน เดิมคำว่า “อัตลักษณ์” (Identity) มีรากศัพท์มาจากภาษาลาตินซึ่งมีความหมายว่าเหมือนกันและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างออกไป เป็นการตีความหมายเหมือนกันบนพื้นฐานความสัมพันธ์และการเปรียบเทียบกันระหว่างคนกับปรากฏการณ์รอบตัว

อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ หมายถึง กลุ่มคนที่แตกต่างไปจากคนส่วนใหญ่ในสังคมด้วยคุณลักษณะเฉพาะภายใต้เงื่อนไขทางศาสนา ภาษา เชื้อชาติ ชุมชน และรากเหง้าทางประวัติศาสตร์

อัตลักษณ์ร่วม หมายถึง กลุ่มคนหนึ่งๆ จะมีอัตลักษณ์ร่วมกันเป็นต้นว่า อาชีพ ภาษา ศาสนา ประเพณีที่เป็นกลุ่มของตัวเอง

อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2546) ได้กล่าวถึงอัตลักษณ์ไว้ว่ามีความสำคัญมาก เนื่องจากด้านหนึ่งคือความเป็นปัจเจกที่เชื่อมต่อและสัมพันธ์กับสังคม สังคมทำหน้าที่ในการกำหนดบทบาทและระบบคุณค่าของความสัมพันธ์ (พ่อ แม่ ลูก เพื่อน) ในมิตินี้อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ เพราะเป็นการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ที่กระทำผ่านระบบสัญลักษณ์หลายแบบ อีกมิติหนึ่งมีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับภายในซึ่งเป็นเรื่องทางด้านอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ดังนั้นอัตลักษณ์จึงเริ่มเกิดขึ้นจากสัญชาตญาณ ความรู้สึกนึกคิดที่เป็นอิสระ และมีการกระทำซ้ำๆ จนกลายเป็นลักษณะนิสัยที่แสดงความเป็นตัวตนที่แท้จริงออกมาผ่านบทบาทหน้าที่จนนำไปสู่ภาพกว้างและเป็นที่ยอมรับกันในสังคม

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2548) ได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับอัตลักษณ์ไว้ว่า เป็นสิ่งที่ไม่ได้ปรากฏขึ้นเอง แต่เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นโดยทุกคนทุกฝ่าย ดังนั้น อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของบทบาท อำนาจ สิทธิ ซึ่งต้องมีการเปิดพื้นที่เพื่อสร้างโอกาสให้ทุกคนที่เป็นสมาชิกภายในกลุ่ม ชุมชน สังคม สามารถมีส่วนร่วมในการสร้างอัตลักษณ์ได้

ณัฐพงศ์ จิตนิรัตน์ (2548) กล่าวถึงลักษณะเฉพาะของอัตลักษณ์ในแง่ความสัมพันธ์กับสังคมไว้ว่า โครงสร้างทางสังคมที่กำหนดพฤติกรรมการแสดงออกที่เกี่ยวข้องกับบทบาท หน้าที่ ความสัมพันธ์ทางสังคมของปัจเจกบุคคลต่อคนอื่นๆ ในสังคม สำคัญของความหมายของอัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของจิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกส่วนรวมในระดับสังคมที่เกิดจากการนิยามว่า “ตัวเองคือใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่น กลุ่มอื่นในสังคมอย่างไร และใช้อะไรเป็นเครื่องหมาย” ดังนั้น การแสดงออกของอัตลักษณ์จึงประกอบขึ้นและดำรงอยู่ในการรับรู้เกี่ยวกับตัวเองและคนอื่นรับรู้เรา โดยมีกระบวนการทางสังคมในการสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ

กับเงื่อนไขของบริบทความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อคนและกลุ่มอื่นๆในสังคมอัตลักษณ์จึงเกิดขึ้นได้ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม ดังนี้

อัตลักษณ์ระดับปัจเจกบุคคล หมายถึง บุคคลหนึ่งอาจจะมีหลายอัตลักษณ์อยู่ในตัวเอง เช่น เพศชาติ ช่วงชั้นทางสังคม อาชีพ เป็นต้น

อัตลักษณ์ร่วม หมายถึง อัตลักษณ์ของกลุ่มที่ถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกันของสมาชิกที่อาศัยอยู่ร่วมกันภายในกลุ่ม พื้นฐานของความเหมือนกันของกลุ่มย่อมมีความแตกต่างกับกลุ่มอื่นซึ่งถูกนำมาใช้เป็นตัวกำหนดความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มของตน

ส่วนอัตลักษณ์ของชุมชนนั้นหมายถึง ตัวตนและอัตลักษณ์ร่วมของสมาชิกในชุมชนที่ผ่านกระบวนการยอมรับซึ่งกันและกันหรือยอมรับในความเหมือนกันภายในกลุ่ม ซึ่งส่งผลต่อชุมชนในมิติต่างๆ เช่น ความรักความสามัคคีภายในกลุ่ม ความเข้มแข็งหรือความอ่อนแอของกลุ่ม อัตลักษณ์จึงเป็นการเรียงร้อยเชื่อมต่อระหว่างองค์ประกอบต่างๆของวาทกรรม ที่เกิดขึ้นภายใต้บริบทต่างๆ ดังนั้น บริบทสถานการณ์อย่างหนึ่งอาจจะเป็นการแสดงออกของอัตลักษณ์ในลักษณะหนึ่ง ขณะเดียวกันเมื่อบริบทเปลี่ยนไปอาจมีรูปแบบการเชื่อมต่อและแสดงออกในอีกรูปแบบหนึ่ง อัตลักษณ์จึงเป็นผลรวมของวาทกรรมหลากหลายชุดที่อาจจะขัดแย้งหรือส่งเสริมกันก็ได้

คณะผู้วิจัยได้หยิบยกเอาแนวคิดอัตลักษณ์ดังกล่าว มาวางเป็นกรอบเพื่อสร้างหลักเกณฑ์ในการกำหนดอัตลักษณ์เชิงของ โดยแบ่งออกเป็นหลักสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

ประการแรก อัตลักษณ์แบ่งออกเป็นสองระดับคือ ระดับปัจเจกและอัตลักษณ์ร่วม

ประการที่สอง อัตลักษณ์เป็นสิ่งประกอบสร้างทางสังคมหรือเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นจากโครงสร้างทางสังคมไม่หยุดนิ่งตายตัว เช่น อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ อัตลักษณ์เชิงพื้นที่

ประการที่สาม อัตลักษณ์คือ การที่คนอื่นมองหรือรับรู้ในตัวเราและการที่เรารับรู้ในตัวเอง

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับเชิงของจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีวิธีการคัดเลือกข้อมูลโดยใช้แนวคิดอัตลักษณ์เป็นกรอบการวิเคราะห์เพื่อหาอัตลักษณ์เชิงของตามหลักเกณฑ์ข้างต้น ซึ่งอธิบายได้ว่า กระบวนการความสัมพันธ์ทางสังคมเชิงของได้สร้างอัตลักษณ์ร่วมขึ้น ผ่านผ่านจารีตประเพณีในการดำเนินชีวิตของผู้คน กระทั่งหลอมรวมกลายเป็นวัฒนธรรมที่มีจุดร่วมเดียวกัน อันได้แก่ ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต ศิลปะวัฒนธรรม หัตถกรรม สถานที่สำคัญ และอาหาร กระทั่งเป็นเรื่องที่รับรู้ของคนเชิงของและผู้คนภายนอก

อย่างไรก็ตาม ในประเด็นเดียวกันนี้เมื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์เชิงของผ่านกรอบทฤษฎีสัญญวิทยา (นุชจรินทร์ ทับทิม, 2553) พบว่า อัตลักษณ์ที่เป็นวิธีการปฏิบัติเชิงประจักษ์ (สิ่งปลูกสร้าง/สิ่งประดิษฐ์ที่ถูกสร้างขึ้น) ได้แก่ ประวัติความเป็นมาของวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่เกิดจากความรู้อันร่วมกันผ่านเรื่องราวการอพยพโยกย้ายถิ่นฐานของบรรพบุรุษ และอัตลักษณ์ที่เป็นหลักปฏิบัติเชิงนามธรรมซึ่งมีสัญญาณบางอย่างที่ใช้เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอด ได้แก่ ประวัติความเป็นมา วิถี

ชีวิต หัตถกรรม อาหาร และศิลปวัฒนธรรม ดังนั้น ในเบื้องต้นการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเชียงของเพื่อใช้ในการวิเคราะห์หาอัตลักษณ์เชียงของนั้นจึงถูกกำหนดโดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ

1) ด้านประวัติความเป็นมา เชียงของเป็นเมืองที่มีความสำคัญและมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน เดิมชื่อเมือง “ขรรุราช” ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “เชียงของ” เมื่ออาณาจักรล้านนาได้ผนวกกรมเมืองพะเยาเข้าเป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักร ทำให้เชียงของถูกเรียกขานจากนักวิชาการรุ่นปัจจุบันว่า “ล้านนาตะวันออก” โดยมีอำนาจทางการเมืองที่สืบทอดแตกต่างจากกลุ่มสายพญามังราย และสายเจ้าเชื้อเจ็ดตน เชียงของนั้นมีความใกล้ชิดกับอำนาจเมืองน่าน และเมืองหลวงพระบางมากกว่าเชียงใหม่ เมื่ออำนาจของสยามเข้ามาผนวกเมืองอาณาจักรล้านนา ทำให้เมืองเชียงของกลายเป็นเมืองชายขอบของราชอาณาจักรสยาม และเมืองเชียงของก็ได้ถูกลดความสำคัญลง ดังนั้น เชียงของจำต้องพึ่งพาเมืองห้วยทรายในการเชื่อมต่อกับสังคมภายนอก อย่างไรก็ตามผลพวงจากสงครามเย็นส่งผลให้ประเทศลาวในช่วงเวลาขณะนั้น (สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว) เกิดการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ยังผลให้เมืองเชียงของกลายเป็นเมืองชายแดนที่มีการสู้รบระหว่างอุดมการณ์ทางการเมืองอย่างต่อเนื่องราวสามทศวรรษ กระทั่งในสมัยรัฐบาลพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ มีการดำเนินนโยบายเปลี่ยนสนามรบเป็นสนามการค้า (ลิขิต ธีรเวคิน, 2554: 221) ทำให้เชียงของกลายเป็นจุดเชื่อมต่อที่สำคัญของเส้นทางการค้าของอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงที่จะนำสินค้าและผู้คนของสาธารณรัฐประชาชนจีนมุ่งสู่ทะเลทางตอนใต้ (พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง, 2557: 7) อาจกล่าวได้ว่า ลักษณะภูมิศาสตร์ของเมืองเชียงของที่มีจุดยุทธศาสตร์ติดกับประเทศเพื่อนบ้านถึง 2 ประเทศ คือ พม่าและลาว และยังสามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศจีนทั้งทางน้ำและทางบก การเชื่อมต่อทางน้ำมีท่าเรือ 2 แห่ง คือ ท่าเรือบัคและท่าเรือน้ำลึกริมโขง ส่วนการเชื่อมต่อทางบกใช้เส้นทาง R3A และสะพานมิตรภาพไทย – ลาว แห่งที่ 4 (มิ่งสรรพ ขาวสอาด, 2557: 19) ซึ่งนับเป็นปัจจัยเกื้อหนุนสำคัญต่อการกลายเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางการค้านับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ทั้งนี้ ลักษณะภูมิประเทศของอำเภอเชียงของ ทางตอนเหนือ ตะวันออกและตะวันตก มีสภาพเป็นภูเขา โดยมีลักษณะเป็นพื้นที่ราบลุ่มตรงกลาง ซึ่งเป็นที่ราบเชิงเขาและที่ราบลุ่มของลำน้ำที่สำคัญคือ ที่ราบลุ่มลำน้ำแม่โขงและที่ราบลุ่มแม่น้ำอิง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าไม้และภูเขาสูงล้อมรอบความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,000 ฟุต ด้วยสภาพภูมิอากาศของอำเภอเชียงของ ซึ่งอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งยังได้รับอิทธิพลจากความกดอากาศต่ำ และพายุเขตร้อนที่พัดมาจากทะเลจีนใต้ ทำให้เกิดฝนตกหนักในพื้นที่ช่วงเดือนสิงหาคม – กันยายน โดยทั่วไปมี 3 ฤดูกาล คือ

ฤดูร้อน เริ่มประมาณเดือนมีนาคม ถึงกลางเดือนพฤษภาคม จะมีอากาศร้อน อุณหภูมิสูงสุด 36 องศาเซลเซียส

ฤดูฝน เริ่มประมาณเดือนพฤษภาคม ถึงกลางเดือนตุลาคม จะมีฝนตกชุก ปริมาณน้ำฝนสูงสุดประมาณ 168 มิลลิเมตร ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 1,853 มิลลิเมตร/ปี

ฤดูหนาว เริ่มประมาณกลางเดือนตุลาคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ จะมีอากาศหนาวโดยอุณหภูมิต่ำสุดประมาณ 2 องศาเซลเซียส (โครงการศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อมระดับพื้นที่ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจชายแดน จังหวัดเชียงราย, 2557: 2-33)

2) ด้านวิถีชีวิตและความหลากหลายของชาติพันธุ์ วิธีการดำเนินชีวิตของผู้คนในเขตอำเภอเชียงของส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการทำประมงและทำการเกษตรริมฝั่งโขงโดยอาศัยประโยชน์จากแม่น้ำโขง ซึ่งเป็นวิถีชีวิตภูมิปัญญาที่เคยปฏิบัติสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษไม่ว่าจะเป็นการทำเครื่องมือจับปลาหรือการเพาะปลูกทำการเกษตรริมฝั่งโขง ดังนั้น แม่น้ำโขงจึงมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของชุมชนในเขตอำเภอเชียงของ รวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์ผ่านการทำกิจกรรมหรือพิธีกรรมร่วมกันตามจารีตประเพณีแห่งท้องถิ่น ที่เป็นแบบเรียบง่ายแต่แฝงไว้ด้วยมนต์เสน่ห์

มิ่งสรรพ ขาวสอาด (2557: 19) กล่าวถึง ความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และชาติพันธุ์ ที่มีความผสมผสานระหว่างไทยวน ไทลื้อ ลาว ประกอบกับลักษณะของเมืองที่สงบที่มีแนวโน้มที่จะเกิดภูมิพัฒน์วัฒนธรรมที่สวยงามได้เสมือนการได้หยุดเวลาในการใช้ชีวิตที่เร่งรีบมาใช้ชีวิตแบบเนิบช้า มีความต้องการของคนรุ่นใหม่ที่มาท่องเที่ยวแสวงหาไลฟ์สไตล์ที่สงบดั้งเดิมที่ retreat and retro “กอดเชียงของให้หายคิดถึง” วิถีชีวิตเรียบง่ายคือ ความสงบซึ่งผู้มาเยือนจะสัมผัสด้วยใจได้ เป็นการสร้างทางเลือกที่มีความแตกต่างระหว่างเชียงของกับเมืองกาสิโนในฝั่งลาวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติ โดยมีโครงการหลายโครงการที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับและสนับสนุนเป็นต้นว่า โครงการดนตรีนาฏศิลป์ถิ่นเชียงของ โครงการเส้นทางสุนทรีย์ภาพ โครงการแม่น้ำโขงสวยด้วยล้านดวงดาว โครงการเชียงของร่มไม้ริมทาง โครงการเชียงของ (เดิน) เทียวได้ และโครงการพิพิธภัณฑสถานบ้าน

จามะรี เชียงทอง และสมักร์ กอเซ็ม (2551: 16-17) ได้กล่าวถึงเรื่องเล่าเชิงวัฒนธรรมซึ่งมีประเด็นร่วมบางประการที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตของชาวเชียงของดังรายละเอียดตามหัวข้อต่างๆ ดังนี้

ประวัติการตั้งถิ่นฐานที่บ้านดอนมหาวันมีความเกี่ยวข้องกับผู้คนที่ย้ายมาใช้แรงงานบุกเบิกที่ดินทำมาหากิน และเริ่มแปรเปลี่ยนจากพื้นที่ป่าเป็นพื้นที่นาและไร่ โดยพิจารณาจากช่วงเวลาในกรณีที่เดินทางเข้ามามากกว่า 3 ช่วงอายุคนนั้นสามารถย้อนรอยถึงต้นตระกูลที่ย้ายมาจากฝั่งลาวได้ ในกรณีที่ผู้เข้ามาใหม่นั้นคือ การอพยพโยกย้ายมาจากพื้นที่ที่เป็นไทยในส่วนอื่นเช่น เดินทางอพยพมาจากจังหวัดน่าน ทั้งนี้ความเป็นเครือญาติระหว่างชาวบ้านดอนมหาวันกับฝั่งลาวนั้นมีมานานและยังคงดำเนินอยู่ในปัจจุบัน

วัดในฐานะศูนย์กลางของชุมชน คนเชียงของจะแบ่งพื้นที่บ้านเรือนโดยใช้วัดเป็นหลัก เช่น บ้านหัวเวียง บ้านเวียงแก้ว บ้านวัดหลวง บ้านศรีดอนชัย บ้านสบสม และบ้านหาดไคร้ ซึ่งจะมีวัดหัวเวียง วัดพระแก้ว วัดหลวงไชยสถาน วัดศรีดอนชัย วัดสบสม และวัดหาดไคร้ เป็นวัดประจำแต่ละบ้าน

ชาวบ้านหัวเวียงและบ้านวัดหลวง จะมีลักษณะที่เหมือนกันอย่างหนึ่งคือ มีอาชีพหลักในการวิ่งเรือส่งคนข้ามไปฝั่งลาว นอกจากนั้น บ้านวัดหลวงยังมีทำส่งสินค้าซึ่งมีพ่อค้าแม่ค้าจากฝั่งลาวข้ามมาซื้อของเป็นประจำทุกเช้า ชาวบ้านเขตวัดหลวงส่วนใหญ่เป็นคนพื้นถิ่นดั้งเดิม ส่วนชาวบ้านในเขตบ้านหัวเวียง ส่วนใหญ่เป็นคนสัญชาติลาวที่เข้ามาแต่งงานกับคนในพื้นที่ โดยยังไม่ได้เปลี่ยนสัญชาติ

ชาวบ้านวัดแก้วในอดีตจะรับทำไม้ รับจ้างก่อสร้าง หรือไม่ก็วิ่งสามล้อในเชียงของ แต่ด้วยความที่เป็นเขตที่อยู่ตรงจุดกลางของเวียงเชียงของ ทำให้ในปัจจุบันชาวบ้านหันมาประกอบกิจการบ้านพักและร้านอาหารมากขึ้น และเมื่อการท่องเที่ยวมีความเจริญ ชาวบ้านบางส่วนก็ได้รวมตัวกันนำอาหาร ผัก และของสดมาขายในทุกเย็นวันเสาร์จนเรียกกันติดปากว่า “ตลาดไนท์บาร์ซาร์วัดแก้ว”

ชาวบ้านศรีดอนไชยส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเกษตรกรรม ด้วยการปลูกถั่วออกหรือพืชผักอื่นๆ ตามริมแม่น้ำและนำไปขายในตลาด โดยทางเทศบาลได้ก่อสร้างบันไดทางลงจากเขตเวียง (เมือง) ลงไปยังแม่น้ำโขง เพื่อให้ชาวบ้านสามารถทำการเกษตรริมน้ำโขงได้อย่างสะดวก ส่วนในช่วงฤดูแล้ง นอกจากการทำเกษตรแล้วชาวบ้านยังเปิดตลาดนัดขายของ (ถนนคนเดิน) ในทุกเย็นวันอังคาร จากการร่วมระดมเงินจากทุกคนในหมู่บ้าน จนเป็นที่รู้จักกันในชื่อ “กาดในกอง” เพราะอยู่ติดกับสถานีตำรวจเชียงของ ส่วนที่บ้านสบสมก็จะมีตลาดนัดทุกเย็นวันพุธ หรือที่เรียกว่า “กาดคลองยม” ซึ่งเป็นตลาดนัดที่ค่อนข้างใหญ่กว่าบ้านอื่นๆ และมีสินค้าอุปโภคบริโภคมากมาย

หาดไคร้เป็นพื้นที่ทำประมงซึ่งรู้จักกันในเรื่องของการจับปลาบึกแม่น้ำโขง ดังคำกล่าวที่ว่า “คิดถึงปลาบึกต้องคิดถึงเชียงของ” ปลาบึกนับว่าเป็นจุดขายสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวเชียงของเพื่อดูการจับปลาบึกและพิธีบวงสรวงปลาบึก (มิ่งสรรพ ขาวสอาด, 2557: 19, 24) ในอดีตการจับปลาบึกในแม่น้ำโขงถือเป็นอาชีพหลักของชาวบ้านหาดไคร้ แต่หลังจากที่องค์กรอนุรักษ์ให้ชาวบ้าน “แขวงมอ” ในราคามองละ 20,000 บาท เพื่อเป็นการยุติในหลวงและเพื่อเป็นการอนุรักษ์พันธุ์ปลา จึงมีการจัดตั้งพิพิธภัณฑสถานปลาบึกขึ้นเพื่อสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยว

การที่อำเภอเชียงของมีอาณาเขตติดกับชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน ดังนั้นจึงทำให้ประชากรที่อาศัยอยู่ในเมืองเชียงของประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ได้แก่

ไทลื้อ เป็นชาวไทยกลุ่มหนึ่ง มีถิ่นฐานเดิมอยู่ในแถบสิบสองปันนาของจีน มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นคือการใช้ภาษาลื้อ และยังมีวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์อื่นๆ เช่น การแต่งกาย ศิลปะและประเพณีต่างๆ ซึ่งปัจจุบันยังคงรักษาอัตลักษณ์ของตนไว้ได้อย่างเหนียวแน่น

ลาหู่ หรือ มูเซอ อาศัยอยู่ในประเทศจีน เมื่อถูกรุกรานจึงอพยพมาทางตอนใต้เข้าสู่ประเทศพม่า และทางเหนือของประเทศไทย เมื่อประมาณ 13 ปีที่ผ่านมา โดยเข้ามาทางอำเภอแม่จัน อำเภอเชียงแสน อำเภอเชียงของ อำเภอเวียงป่าเป้า อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย, อำเภอฝาง อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่, และอำเภอบางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีเพียงส่วนน้อยที่มาจาก อำเภอแม่สวด จังหวัดตาก มูเซอที่รู้จักกันส่วนใหญ่ได้แก่ มูเซอดำ มูเซอแดง ซึ่งมีวัฒนธรรมประเพณี คล้ายคลึงกัน มูเซอ เป็นภาษาพม่า แปลว่า นายพราน เนื่องจากมีความชำนาญในการล่าสัตว์โดยใช้ หน้าไม้ ภาษาอังกฤษ เรียกว่า ลาฮู ในกลุ่มมูเซอดำ เรียกว่า ลาฮูนา และมูเซอแดง เรียกว่า ลาฮุย

ขมุ ขมุ แปลว่า “คน” เป็นคำที่ชาวขมุใช้เรียกตัวเอง ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในประเทศลาวชาวขมุจะเรียกตัวเองว่า “ลาวเวียง” หรือลาวบนที่สูง สำหรับประเทศไทยชาวขมุอพยพเข้ามาอาศัยอยู่ในบริเวณจังหวัดน่านและเขตชายแดนจังหวัดเชียงราย

ม้ง หรือ แม้ว เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ในเขตภูเขาของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ชาวม้งอพยพเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 เนื่องจากสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ปัจจุบันมีชาวม้งอาศัยอยู่ในประเทศไทย เวียดนาม ลาว และพม่า คำว่า “แม้ว” เป็นคำเรียกที่ไม่สุภาพในการเรียกกลุ่มคนม้ง ชาวม้งโดยส่วนใหญ่ไม่ชอบให้เรียกตนเองว่าแม้วโดยถือว่าการดูถูกเหยียดหยาม

เย้า หรือ เมียน ถิ่นฐานเดิมอยู่ในประเทศจีนแถบแม่น้ำแยงซี “เมียน” เป็นชื่อที่ทางราชการตั้งให้ หรือบางครั้งจะเรียกว่า “อ้าวเมียน” แปลว่า มนุษย์ ได้รับการจัดให้อยู่ในเชื้อชาติมองโกลอยด์ คือ อยู่ในตระกูลจีนธิเบต บรรพชนได้ตั้งถิ่นฐานอยู่ที่ราบลุ่มทะเลสาบตงติง แถบแม่น้ำแยงซี

อีเก้อ เป็นชาวเขาเผ่าหนึ่งที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยเรียกตนเองว่า “อาข่า” คนไทยและคนเมียนมาร์ เรียกว่า “อีเก้อ” หรือ “ข่าก้อ” ลาวและชนชาติอินโดจีนตอนเหนือเรียกอีเก้อว่า “โก๊ะ” คนจีนเรียกว่า “โวนี” หรือ “ฮานี” ซึ่งหมายรวมถึงชนเผ่าที่พูดภาษาโลโลในมณฑลยูนนานทางตอนใต้ด้วย

ลีซอ หรือ ลีซุเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่จัดอยู่ในกลุ่มธิเบต-พม่า ของชนชาติโลโล ถิ่นกำเนิดดั้งเดิมของชนเผ่าลีซออยู่บริเวณต้นน้ำโขงและแม่น้ำสาละวิน อยู่เหนือหุบเขาสาละวินในเขตมณฑลยูนนานตะวันตกเฉียงเหนือและตอนเหนือของรัฐคะฉิ่น ประเทศพม่า

จีนฮ่อ ชาวจีนที่ส่วนหนึ่งอาศัยอยู่ทางตอนเหนือของประเทศไทย ซึ่งคนไทยหรือคนล้านนารู้จักกันในนาม “จีนฮ่อ” หรือ “คนฮ่อ” ดังนั้นคนจีนที่มาจากภูเขาทางตอนเหนือของประเทศไทยในปัจจุบันจึงเรียกวาจีนฮ่อ และพม่าเรียกว่า “จีนภูเขา”

3) ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้วยความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ ทำให้เชียงใหม่มีความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และชาติพันธุ์ มีวัฒนธรรมที่ผสมผสานระหว่างไทวน ไทลื้อ ลาว เชียงของอาจถูกมองข้ามในความเป็นเมืองที่ดูเหมือนไร้ตัวตนทางอัตลักษณ์ แต่กลับถูกปลูกให้มีชีวิตขึ้นทุกครั้งเมื่อถึงงานประเพณีและกิจกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถแบ่งกิจกรรมที่สำคัญออกเป็น 3 ประเภท คือ

- (1) กิจกรรมที่แสดงถึงความศรัทธาในศาสนา คือ การแห่ผ้าขึ้นพระธาตุวัดพระแก้ว
- (2) กิจกรรมที่เชื่อมโยงกับแม่น้ำโขงเช่น การไหลเรือไฟ
- (3) กิจกรรมวิถีชีวิตคนแม่น้ำโขงเช่น ถูจกโก พิธีกรรมบวงสรวงและจับปลาบึก

การเส้นสรวงผีฟ้าผีลวงและแม่น้ำนางของชาวประมง

นอกจากนี้ยังมีพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่ควรค่าแก่การพัฒนา คือ

- (1) พื้นที่ของกำแพงคูน้ำเวียงเชียงของ เนื่องจากแนวกำแพงเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นเมืองเก่า ซึ่งสร้างเป็นแลนด์มาร์คหรือมุกหมายของเมืองได้
- (2) พื้นที่ตลาดเวียงแก้ว เป็นตลาดสดที่เทศบาลจัดตั้งขึ้นแต่ไม่มีชาวบ้านมาค้าขาย
- (3) พื้นที่ฝายถ่านและจุดขนส่งสินค้ารายย่อยท่าน้ำวัดหลวง
- (4) โรงภาพยนตร์เก่า พื้นที่นี้เมื่ออดีตเป็นแหล่งรวมวิถีชีวิตคนเชียงของในตอนเย็น เป็นที่รวมความฝัน อุดมการณ์ ของสังคมผ่านภาพยนตร์ที่เข้ามาฉายในแต่ละเรื่อง (พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง, 2557: 18, 22-23)

เรื่องราวศิลปะของพื้นถิ่นเชียงของ ไทย-ลาว ได้ถูกถ่ายทอดผ่านวัดหลายๆ แห่ง เช่น วัดพระแก้ว วัดศรีดอนชัย วัดหลวงไชยสถาน วัดหาดไคร้ การไปกราบนมัสการทำบุญที่วัดดังกล่าวจะได้ชื่นชมศิลปะล้านนาจากลวดลายต่างๆ บนผนังวิหารของวัด ในส่วนประเพณีสำคัญของอำเภอเชียงของนั้นก็มิเกือบทลอดทั้งปี

4) ด้านหัตถกรรม ไม่เพียงแต่ในด้านศิลปวัฒนธรรมเท่านั้นที่สร้างตัวตนทางอัตลักษณ์ให้กับเชียงของ งานด้านหัตถกรรมก็มีความโดดเด่นไม่แพ้กัน โดยเฉพาะงานฝีมือของกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งสร้างชื่อเสียงให้เชียงของเป็นที่รู้จักแก่คนภายนอกอย่างเป็นวงกว้าง กลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเชียงของมากที่สุดคือ ชาวไทลื้อ โดยอาศัยอยู่ที่บ้านห้วยเม็ง บ้านหาดบ้าย และบ้านศรีดอนชัย ชาวไทลื้อมีชื่อเสียงในด้านผ้าทอลายน้ำไหลที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะ ซึ่งเป็นผ้าขึ้นที่มี 2 ตะเข็บมีลักษณะโครงสร้างประกอบด้วย 3 ส่วนคือ หัวขึ้นสีแดง ตัวขึ้น ลายขวางหลากสีต่อตีนขึ้นสีดำ ความโดดเด่นอยู่ที่ตัวขึ้นซึ่งมีริ้วลายขวางสลับสีสดใส และตรงช่วงกลางมีลวดลายที่ทอด้วยเทคนิค ชิด

จก เกาะ หรือล้วง เป็นลายรูปวรรณคดี ลายพรรณพฤษภา และลายเลขาคณิต เกาะหรือล้วง หรือเป็นที่รู้จักกันว่า “ลายน้ำไหล” ซึ่งใช้เทคนิคที่มีความยุ่งยากซับซ้อน แต่ทำให้เกิดลวดลาย และสีสันที่งดงามแปลกตา และเป็นอัตลักษณ์อันโดดเด่นเฉพาะกลุ่มที่แตกต่างจากผ้าชิ้นของกลุ่มชาติพันธุ์ไทกลุ่มอื่นๆ (คมสัน รัตนะสิมากุลและคณะ, 2558: 81)

ทั้งนี้ สันนิฐานว่าการออกแบบผ้าทอลายน้ำไหลของชาวไทลื้อนั้นสืบทอดมาจากชาวไทลื้อในดินแดนสิบสองปันนา ประเทศจีน ที่อพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2379 สาเหตุที่เรียกผ้าทอลายน้ำไหล เพราะลวดลายที่ออกนั้นมีลักษณะเหมือนลายน้ำไหล จึงเรียกว่าผ้าทอลายน้ำไหล มีลักษณะเป็นคลื่นเหมือนชั้นบันไดมองดูเหมือนสายน้ำกำลังไหลเป็นทางยาว (ธัญญาทิพย์ ศรีพนา: 2557)

นอกจากนั้นเชียงของยังมีชื่อเสียงในเรื่องการจับปลาบึก ซึ่งฤดูการจับปลาบึกนั้นอยู่ระหว่างกลางเดือนเมษายนถึงพฤษภาคมของทุกปี ซึ่งในปัจจุบันปลาบึกมีจำนวนลดน้อยลงทุกทีเนื่องจากระบบนิเวศในแม่น้ำโขงได้เปลี่ยนแปลงไป อันเป็นผลกระทบที่เกิดจากการระเบิดเกาะแก่งในแม่น้ำโขงในพื้นที่เหนืออำเภอเชียงแสนขึ้นไปในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประกอบกับการเปิดปิดน้ำของเขื่อนในประเทศจีนอันทำให้การขึ้นลงของน้ำไม่เป็นไปตามธรรมชาติ

เมืองเชียงของมีสีสันของตนเอง ที่ผู้คนจะพบเห็นได้ด้วยการเดินชมเมืองอย่างช้าๆ และจะพบสีสันเหล่านี้ได้จากผ้าทอแบบไทลื้อ การประดับตกแต่งพื้นที่ทางศาสนา บ้านเรือนชาวบ้าน วัตถุทางวัฒนธรรม และการเลือกใช้สีของคนในพิธีกรรม เป็นโครงสร้างศิลปะ Impressionisms ที่ได้รับแนวโครงสร้างสีจากตะวันออก ที่อ่อนหวาน สะอาด และสว่าง ผสมกับแสงที่ส่งมากระทบกับวัตถุทำให้เกิดการสะท้อน และดูดซับแสงที่แตกต่างกัน กลายเป็นประสบการณ์เชิงสีของเชียงของ ความงามของเชียงของที่สำคัญ คือ แม่น้ำโขง

5) ด้านอาหาร ลักษณะของอาหารมักมีความแตกต่างกันตามบริบทของพื้นที่ในแต่ละภูมิภาคของประเทศ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่ามีลักษณะเฉพาะแตกต่างกับออกไปทั้งในเรื่องของรสชาติ (รสหวาน รสเค็ม รสเปรี้ยว) และวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการประกอบอาหารและการปรุงรสก็มีลักษณะพิเศษเฉพาะอันเป็นเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมอาหาร ดังที่มีการเรียกชื่อของอาหารโดยแบ่งตามภูมิภาค อาหารเหนือ เช่น ผักกาดจ๊อ แกงฮังเล ลาบคั่ว แคบหมู ใส่อั่ว แกงแค อาหารอีสาน เช่น ลาบ ก้อย อ่อม ส้มตำ อาหารภาคใต้ เช่น แกงไตปลา แกงเหลือง คั่วกลิ้ง

สำหรับอำเภอเชียงของด้วยลักษณะของพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ ประกอบกับลักษณะบริบทของพื้นที่ซึ่งติดกับแม่น้ำโขงอันเป็นลมหายใจหรือเส้นเลือดใหญ่ที่หล่อเลี้ยงชีวิตของคนสองฝั่งริมแม่น้ำโขงมาช้านาน ปลาจากแม่น้ำโขงจึงเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญโดยเฉพาะปลาบึก ซึ่งถือว่าเป็นสัญลักษณ์ของเชียงของก็ว่า ในปัจจุบันมีการสร้างพิพิธภัณฑ์ปลาบึกและพันธุ์ปลา

แม่น้ำโขงขึ้น ซึ่งใช้เป็นศูนย์ศึกษาและให้ความรู้เกี่ยวกับการจับปลาและการเพาะพันธุ์ปลาในแม่น้ำโขง ที่บริเวณท่าจับปลาบ้านหาดไคร้

พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง (2557: 20) ได้กล่าวถึงเรื่องราวเกี่ยวกับลักษณะของอาหารในเมืองเชียงของว่า รสชาติอาหารเป็นส่วนสำคัญในการสร้างประสบการณ์ในเมืองสุนทรียภาพในเมืองเชียงของ อาหารและรสชาติอาหารที่เมืองเชียงของนั้นเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในเมืองเชียงของ ส่วนใหญ่เป็นอาหารแบบคนเมือง บางส่วนที่น่าสนใจ คืออาหารของกลุ่มคนลื้อ เช่น ข้าวซอยแบบลื้อ และอาหารแบบไทใหญ่ เช่น น้ำเงี้ยว และข้าวกันจิ้น

ในส่วนของคนจีนโพ้นทะเล คือ ข้าวมันไก่ (แบบไหหลำ) อาหารจากแม่น้ำโขง เป็นประสบการณ์ทางรสชาติที่น่าสนใจ เนื่องจากความหลากหลายทางชีวภาพในแม่น้ำโขง ทำให้มีพันธุ์ปลาจำนวนมาก ที่รสชาติแตกต่างกันไป รวมถึงกรรมวิธีทำอาหาร

อาหารจากแม่น้ำโขงอีกอย่างหนึ่งที่น่าสนใจ คือ “สาหร่ายแม่น้ำโขง” หรือที่เรียกในภาษาท้องถิ่นว่า “ไก” ซึ่งเป็นสาหร่ายน้ำจืดที่มีชื่อในแม่น้ำโขง กลุ่มแม่บ้านได้นำเอาโคมมาแปรรูปเป็นอาหารได้หลายอย่างเช่น ไกยี้ ไกแผ่นทอด ข้าวเกรียบไก เป็นต้น

2.1.3 แนวคิดการท่องเที่ยว

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีความสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมความเข้าใจดีระหว่างนานาชาติ การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายอย่าง แต่ต้องพึงพาอาศัยซึ่งกันและกันแยกกันไม่ได้ เช่น เมื่อเดินทางออกจากบ้านก็ต้องเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการคมนาคม ร้านอาหาร โรงแรม แหล่งบันเทิง หรือสถานที่อำนวยความสะดวกอื่นๆ เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางเนื่องจากการท่องเที่ยวมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับมนุษยชาติทั้งทางด้านธุรกิจ และสังคมวัฒนธรรม (ธเนศ ศรีสถิตย์, 2548) ดังกล่าวมาแล้วนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวจะเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่โตและมีความสำคัญต่อมนุษยชาติ ในด้านการเมือง สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างยิ่ง

2.1.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) กับการเดินทาง (Travel) สามารถใช้สับเปลี่ยนกันได้จนบางครั้งดูเหมือนว่าจะเป็นความหมายเดียวกัน แต่ถ้าพิจารณาในเรื่องความหมายและพฤติกรรมแล้ว การเดินทางกับการท่องเที่ยวต่างกัน ในพจนานุกรมการท่องเที่ยว ได้ให้ความหมายการเดินทางว่า “การเดินทางจากสถานที่หนึ่งสู่สถานที่หนึ่งโดยใช้วิธีการและวัตถุประสงค์ในการเดินทางต่างๆ กัน หรือบางครั้งเมื่อเดินทางแล้วไม่กลับมายังสถานที่เดิม” หรือการเดินทาง คือการออกจากสถานที่หนึ่งไปสู่อะไรสักอย่างหนึ่ง เช่น การเดินทางออกจากบ้านตามปกติและการเดินทางเพื่อไปอาศัยอยู่ที่อื่น

สำหรับความหมายการท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวมิได้ให้ความหมายคำนี้มากนัก และการให้ความหมายก็แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการศึกษาว่าเกี่ยวข้องกับเรื่องธุรกิจ หรือกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลินของมนุษย์ การให้ความหมายจึงขึ้นอยู่กับพื้นฐานดังกล่าวที่มีต่อการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามการอธิบายความหมายของการท่องเที่ยวสามารถแยกแยะได้ดังนี้ (นิรันดร์ ทัพไชย, 2548)

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การที่คนเดินทางออกจากที่พัก หรือที่ทำงานไปยังสถานที่อื่นๆ ในระยะเวลาสั้นๆ และคนเหล่านี้จะทำกิจกรรมต่างๆ ระหว่างพักอาศัย ชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางต้องการไปเยี่ยมญาติมิตร หรือท่องเที่ยว (Holloway, 1983)

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาล ผู้เป็นเจ้าของบ้านและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการดึงดูดและต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่นๆ

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการ และอำนวยความสะดวกเพื่อให้เกิดความสุขสบายในการเดินทาง (Pond, 1993)

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราวระยะเวลาสั้น เพื่อไปเยี่ยมญาติมิตร หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ ทางด้านการท่องเที่ยว (Davidson, 1995) เช่น การพักผ่อน เล่นกีฬา การประชุม สัมมนา ฯลฯ

จากความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวแล้ว แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวต้องมีการเดินทางออกจากที่พักเป็นการชั่วคราว เพื่อการพักผ่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่นเดียวกับการท่องเที่ยว แต่การเดินทาง รวมถึงการออกจากที่พักเพื่อการประกอบอาชีพ และตั้งถิ่นฐานใหม่อย่างถาวร ดังนั้นความหมายของการเดินทางจึงกว้างกว่าการท่องเที่ยว แต่คำทั้งสองก็ใช้แทนกันได้จนดูคล้ายเป็นความหมายเดียวกัน

2.1.3.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้เติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องมาตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี ท่ามกลางความราบรื่นและอุปสรรคนานาประการ ทั้งนี้ เป็นที่ตระหนักว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนแก้ไขปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงจัดเป็นสาขาการพัฒนาที่มีความสำคัญสูง อย่างไรก็ตาม การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศยังมีปัญหาด้านความยั่งยืน อันเนื่องมาจากปัจจัยที่เกิดขึ้นทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ

สำหรับกระแสด้านการท่องเที่ยวของไทย พบว่ามีการนำเสนอแนวคิดและผลักดันกิจกรรมด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยึดกระแสหลักด้านเศรษฐกิจมาโดยตลอด อาทิ ในช่วงปี 2547-2549 มุ่งกระแสหลักด้านการนำการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ ดังนั้น เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงมุ่งเน้นเรื่องจำนวนคน และรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ได้คำนึงถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นภาคบริการที่เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้กำหนดให้การท่องเที่ยวจัดอยู่ในยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการปรับโครงสร้างของการบริการบนพื้นฐานการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าซึ่งมีเป้าหมายให้ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 7 – 8 ต่อปี และให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี (เยาวภา ลีละบุตร, 2547)

นักท่องเที่ยวมีความสำคัญในภาคเศรษฐกิจที่จะได้รับประโยชน์สูงสุดทั้งจากรายได้และจากการจ้างงานได้แก่ ภาคการค้าส่งและค้าปลีก (wholesale and retail sector) ตามมาด้วยภาคการให้บริการทางธุรกิจ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อด้านเศรษฐกิจและสังคม ดังนี้

ด้านเศรษฐกิจ จากการรายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยวฉบับแรกของปี พ.ศ. 2560 (2560: 1) การท่องเที่ยวโลกและการท่องเที่ยวของไทยมีการคาดการณ์ว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกในปี พ.ศ. 2560 จะเติบโตร้อยละ 3-4 ใกล้เคียงกับการเติบโตของปี พ.ศ. 2559 สำหรับประเทศไทย เริ่มต้นปีด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 9.07 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 0.41 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สร้างรายได้ 4.72 แสนล้านบาท ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.43 ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศ 2.31 แสนล้านบาท และเป็นที่คาดการณ์ว่า ตลอดทั้งปี พ.ศ. 2560 จะมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 2.75 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 ร้อยละ 9.84 โดยเป็นรายได้ที่มาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 1.82 ล้านล้านบาท และมาจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 0.93 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17-18 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ใกล้เคียงกับของปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2559) จำนวนของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทุกปีพร้อมกับจำนวนรายได้นั้นมีผลต่อระบบเศรษฐกิจของอย่างมาก ซึ่งนำไปสู่การลงทุนของนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการจ้างงานในภาคบริการ

ด้านสังคม

- 1) เกิดการพัฒนาสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
- 2) ปลุกจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

3) เปิดโลกทัศน์ให้แก่นักท่องเที่ยว

จากแนวคิดอัตลักษณ์และแนวคิดการท่องเที่ยว จะพบว่า อัตลักษณ์เป็นเรื่องเป็นการแสดงออกที่มีรูปลักษณ์ ความมีอุดมการณ์ ความภาคภูมิใจ และความเป็นเอกภาพของชุมชน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งเป็นการนิยามของชุมชนว่า “ตัวเองคือใคร มีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่น กลุ่มอื่นในสังคมอย่างไร และใช้อะไรเป็นเครื่องหมาย” ซึ่งกรณีของเชียงของนั้นเป็นเมืองที่มีความน่าสนใจหลายประการทั้งในแง่อดีต ความเป็นมา ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ รวมถึงศิลปะและวัฒนธรรม กล่าวอีกนัยหนึ่ง สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นอัตลักษณ์ของคนเชียงของ ขณะเดียวกัน อัตลักษณ์ดังกล่าวย่อมสามารถนำมาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวต่อไปได้เช่นกัน เนื่องจากรูปแบบการท่องเที่ยวสามารถจัดได้หลายรูปแบบ ซึ่งหนึ่งในมิติของรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาสามารถเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของเชียงของได้ คือรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ (historical tourism) การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (cultural and traditional tourism) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (rural tourism / village tourism) รวมถึงรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ที่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (ethnic tourism) ซึ่งสำหรับการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะได้ศึกษาถึงอัตลักษณ์ของเชียงของ หลังจากนั้นจะได้ทำการศึกษาโดยคัดเลือกอัตลักษณ์ดังกล่าวไปสู่การสร้างเป็นอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

2.1.4 แนวคิดรูปแบบการสื่อสาร

2.1.4.1 ความหมายการสื่อสาร

คำว่า การสื่อสาร (communications) มีที่มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า communis หมายถึง ความเหมือนกันหรือร่วมกัน การสื่อสาร (communication) หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสารโดยผ่านสื่อต่าง ๆ ที่อาจเป็นการพูด การเขียน สัญลักษณ์อื่นใด การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจจะใช้กระบวนการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสมหรือความจำเป็นของตนเองและคู่สื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการรับรู้ร่วมกันและมีปฏิสัมพันธ์ตอบสนองต่อกัน บริบททางการสื่อสารที่เหมาะสมเป็น ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล

หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง การสื่อสารเป็นกระบวนการของการถ่ายทอดหรือสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับ ความรู้ ความต้องการ ทศนคติ หรือความรู้สึกนึกคิดจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง ผ่านระบบสัญญาณ หรือระบบของตัวหนังสือ เสียง ภาพ หรือท่าทางที่มีความหมาย โดยมีเป้าหมายเพื่อความเข้าใจร่วมกัน

สำหรับการศึกษารั้ครั้งนี้ การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการของการถ่ายทอดหรือสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชิงของไปยังสาธารณชน ผ่านระบบสัญญาณ หรือระบบของตัวหนังสือ เสียง ภาพ เพื่อความเข้าใจร่วมกัน โดยใช้สื่อประเภทต่างๆ แบบบูรณาการ ซึ่งเพื่อความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทของสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร โดยประยุกต์จากประเภทสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

2.1.4.2 ประเภทของสื่อ

ปัจจุบัน สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมีมากมายและหลากหลาย เนื่องมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารไปอย่างมากมาย จนเกิดสื่อใหม่ (New Media) อย่างไรก็ตาม สื่อยังสามารถจำแนกโดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ ได้เป็น 7 ประเภท คือ

1) สื่อบุคคล หมายถึงตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สื่อบุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจ เนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆ เช่น การสนทนาพบปะ พูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้เถียง การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษ ต่างๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ ในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันที และเป็นสื่อที่ไม่ถาวร ยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิง นอกจากจะมีผู้บันทึกคำพูดนั้นๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือบันทึกเสียงเอาไว้

2) สื่อมวลชน จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการสื่อสารสู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเป็นสื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532) ทั้งนี้ สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสารมาอ่านใหม่ได้ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่ตาบอดหรืออ่านหนังสือไม่ออก ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ส่งไปได้ไกลเพราะใช้คลื่นวิทยุ ไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร และสามารถรับฟังในขณะที่ทำงานอย่างอื่นไปด้วยได้ แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้ใหม่อีก ดังนั้นหากมิได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์

สื่อวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่ง แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

3) สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่ใช้ในการสื่อสารที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบของสิ่งพิมพ์ที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็น

เป็นสิ่งพิมพ์ที่ไม่ได้เย็บเล่ม เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จดหมายข่าว เป็นต้น หรือที่เย็บเป็นเล่ม เช่น วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์นี้มีอยู่มากและมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูปปฏิทิน รูปโลก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนาน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้เลย

4) สื่อโสตทัศน์ เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพ และหรือเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศน์แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่อวัสดุ และส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ เช่น เทปบันทึกเสียง เทปวีดิทัศน์ ภาพยนตร์ แผ่นดิสเก็ต แผ่นซีดีรอม เป็นต้น ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ได้แก่ เครื่องเล่นเทปบันทึกเสียง เครื่องเล่นวีดิทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

โดยภาพรวมแล้ว สื่อโสตทัศน์มีข้อดีคือมีความน่าสนใจ เป็นสื่อที่คงทนถาวร นำมาใช้ได้บ่อยครั้ง และสามารถคัดลอกเพื่อนำไปใช้ที่อื่นได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้อุปกรณ์ซึ่งบางประเภทมีราคาแพง และต้องมีความรู้ในการใช้ และจำเป็นต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ เป็นแหล่งพลังงาน

5) สื่อกิจกรรม ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดริ้วขบวน การจัดนิทรรศการ การแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลง แก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น

6) สื่อสมัยใหม่ (Modern Media) สื่อสมัยใหม่ เป็นสื่อที่นิยมใช้กันในยุคสังคมข่าวสาร หรือยุคสารสนเทศ (Information Age) ที่กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ดังนี้

(1) ดาวเทียม (Satellite) หรือ สถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลก ใช้ในการสื่อสารระหว่างประเทศ

(2) อินเทอร์เน็ต (Internet) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก ตลอดจนในสังคมและในหน้าที่การทำงาน อาชีพต่างๆ แม้แต่การประชาสัมพันธ์ก็นำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการติดต่อสื่อสาร อินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่

นำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ผ่านทาง E-mail หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และระบบข้อมูลจาก World Wide Web (WWW) โดยการจัดทำเป็น Website มองแต่ละแห่งให้ผู้เปิดดูเข้าไปดู และติดตามข้อมูลต่างๆ ได้ ปัจจุบันยังมีสื่อสังคมออนไลน์ เช่น twitter , Facebook ที่หลายแห่งเริ่มนำมาใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย และค่อนข้างเป็นสื่อที่ทรงพลัง

7) อื่นๆ ได้แก่ หอกระจายข่าว เป็นสื่อกระจายเสียงที่ถูกจัดตั้งใช้ในพื้นที่ขนาดเล็ก ภายในชุมชน ซึ่งใช้ในการสื่อสารกับชาวบ้าน โดยมีหลายหน่วยงานใช้หอกระจายข่าวเป็นสื่อกลาง โดยส่งเทป แผ่นพับ ใบปลิว จดหมาย ข่าวหรือบทความ รวมทั้งหนังสือมาให้ผู้ดำเนินงานหอกระจายข่าวช่วยเผยแพร่ หอกระจายข่าวไม่มีหน่วยงานใดเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรง ทำให้หอกระจายข่าวมีการถูกรบครองน้อยกว่าสื่อประเภทอื่น ซึ่งสิ่งนี้เป็นเสมือนการบังคับใช้ชุมชนต้องเข้ามาจัดการบริหารงาน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ข้อด้วย หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนไม่เพียงพอกับความต้องการ ผู้ดำเนินงานส่วนใหญ่ดำเนินการไม่ต่อเนื่อง และผู้ดำเนินรายการก็ได้ประโยชน์ไม่เต็มที่ ทำให้การดำเนินงานหอกระจายข่าวไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

2.1.4.3 หลักการสื่อสาร

เดวิด เค. เบอร์โล (David K.Berlo) ได้พัฒนาทฤษฎีที่ผู้ส่งจะส่งสารอย่างไร และผู้รับจะรับ แปลความหมาย และมีการโต้ตอบกับสารนั้นอย่างไร ทฤษฎี S M C R ประกอบด้วย (ขวัญชีวา ส่างหลวง, 2552)

1) ผู้ส่ง (source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ “การเข้ารหัส” (encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะมีสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย

2) ข้อมูลข่าวสาร (message) เกี่ยวข้องด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสาร

3) ช่องทางในการส่ง (channel) หมายถึง การที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสาร ข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

4) ผู้รับ (receiver) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ “การถอดรหัส” (decode) สาร เป็นผู้ที่มีทัศนคติ ระดับความ และพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรม เช่นเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งจึงจะทำให้การสื่อสารความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล

2.1.4.4 การสื่อสารโดยใช้ Influencer Marketing

โคดปี (2559) ได้สรุปรวบรวมเนื้อหาที่เป็นสาระสำคัญของการสื่อสารโดยใช้ Influencer Marketing ไว้ดังนี้

Influencer Marketing คือลักษณะของการทำการตลาดโดยอาศัยบุคคล องค์กร แบนด์และอื่นๆ ที่มีความน่าเชื่อถือทางสังคม ให้กล่าวถึงหรือเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ที่ต้องการทำการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ (brand awareness) ให้กับกลุ่มคนที่ติดตาม Influencer สำหรับการตลาดแบบ Influencer Marketing เห็นได้จากการขายสินค้าในโลกโซเชียล อย่าง facebook ผลิตภัณฑ์หลายรายการหรือแบรนด์สินค้ามักจะใช้บุคคลที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก ๆ หรือที่เรียกกันว่า Net Idol ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า ตัวอย่างเช่น การลงรูปภาพที่ถ่ายคู่กับสินค้าหรือการใช้งานสินค้าอย่างเสื้อผ้า เป็นต้น การทำการตลาดแบบ Influence ยังรวมถึงการกล่าวอ้างหรือการพูดถึงสินค้า บริการหรือแบรนด์ในโพสต์หรือในบทความของ blogger ชื่อดังที่มีผู้ติดตามอ่านผลงานจำนวนมากอีกด้วย

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเมื่อจะทำ Influencer Marketing ในการทำการตลาดแบบ Influence จำเป็นจะต้องใช้ความระมัดระวังในการจัดทำแคมเปญเป็นอย่างยิ่ง เพราะผลกระทบที่ตามมาสามารถออกได้ทั้งบวกและลบ การทำการตลาดแบบ i Influence สิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงคือการเริ่มสร้างจุดความสัมพันธ์กันระหว่าง Brand และ Influence ก่อนที่จะเริ่มสร้างแคมเปญเผยแพร่เนื้อหาออก Influencer Marketing มีแนวโน้มจะทำให้เกิดการบอกต่อ (Word-of-Mouth Marketing) ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นและมีผลลัพธ์ที่ดีเมื่อลูกค้าใช้งานจะเป็นจุดเริ่มต้นของ Word-of-Mouth Marketing หรือการตลาดแบบดีแล้วบอกต่อ ซึ่งเป็นรูปแบบการตลาดที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และเป็นการตลาดที่ได้ผลมากที่สุด การทำการตลาดแบบ Influencer Marketing มีลักษณะการสร้างที่คล้ายกับ Word-of-Mouth แต่แตกต่างกันที่จุดสตาร์ท คือ Organic และ Influencer นั่นเอง และสิ่งสำคัญในการใช้ Influencer ที่ต้องคำนึง คือ

- 1) Influencer ต้องมีความเข้าใจในแบรนด์ของคุณมากพอ
- 2) Influencer ต้องไม่ใช่แค่มีภาพลักษณ์ที่ดีแต่ต้องสามารถชักจูงผู้คนได้
- 3) อย่าฝืนใช้งาน Influencer เพียงเพราะเราชอบ และอย่าพยายามเปลี่ยนตัวตนของเขาให้ตรงกับ brand
- 4) ศึกษาภูมิหลังประวัติของ Influencer ให้ดี เคยทำให้แบรนด์อื่นที่คล้ายกับของเรามาก่อนหรือป่าว มีข่าวเสียหายหรือไม่
- 5) จงคิดไว้เสมอว่าผู้บริโภคฉลาดเลือกเสมอแล้วทำ Influencer Marketing ให้เป็นธรรมชาติที่สุด

จากแนวคิดการสื่อสารคณะผู้วิจัยได้นำไปเป็นแนวคิดในการศึกษารูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย ว่าควรจะมีการนำเสนอประเภทต่างๆ (การจัดทำหนังสือการท่องเที่ยว ป้ายประชาสัมพันธ์) มาใช้ร่วมกันในลักษณะบูรณาการไร จึงจะสามารถนำไปสู่การรับรู้และสร้างความเข้าใจให้กับสาธารณชนเกี่ยวกับอัตลักษณ์ดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกศกนก ชุมประดิษฐ์ (2549) ศึกษาเรื่อง “อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย” ผลการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย มี 2 รูปแบบ คืออัตลักษณ์แห่งลานนา กับอัตลักษณ์ของเชียงรายเขาไวด้วยกัน โดยมีกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ 3 ขั้นตอน ได้แก่ขั้นของการหาสิ่งที่เป็นจุดรวมของคนเชียงราย ขั้นการเผยแพร่ และขั้นแห่งการยอมรับอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย อัตลักษณ์ทั้งหมดนี้มีปัจจัยด้านการจำแนกการสร้างจุดรวมของสังคม สิ่งแวดล้อม ภาครัฐ และเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

สำหรับภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรับรู้ลักษณะของภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไปในทิศทางเดียวกัน เพียงแต่นักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถจำแนกลักษณะที่แตกต่างของเชียงรายจากกลุ่มลานนาได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถจำแนกได้

ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายนั้น พบว่า แต่ละปัจจัยล้วนส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับสูง ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีเพียงปัจจัยส่วนตัวที่ส่งผลต่อการรับรู้ค่อนข้างสูง นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่า อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งหมายความว่า ภาพลักษณ์ซึ่งเป็นสิ่งที่สะท้อนออกจากอัตลักษณ์มีลักษณะและรูปแบบไปในทิศทางเดียวกัน

จากการทบทวนงานวิจัยเชิงของศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (2556) สามารถสรุปประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยในครั้งได้ออกเป็น 4 ประเด็น คือ

1) ทางด้านการศึกษา อำเภอเชียงของเป็นอำเภอที่มีจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการเชื่อมโยงความร่วมมือและการพัฒนาเส้น R3A และยังเป็นจุดสร้างสะพานมิตรภาพไปยังลาว ส่งผลให้อำเภอเชียงของได้พัฒนาทางการศึกษา โดยอบต.เวียงเชียงของได้วางแผนขยายหลักสูตรภาษาจีนให้แก่โรงเรียนในพื้นที่ เพื่อดึงดูดการลงทุนในเส้นทางการค้า ไทย-ลาว-จีน เพื่อสร้างความเป็นสากลและเป็นการพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับท้องถิ่น

2) ทางด้านเศรษฐกิจ อำเภอเชียงของเป็นอำเภอที่มีศักยภาพสามารถพัฒนาการค้าและการลงทุน ได้เปรียบคู่แข่งในตลาดประเทศลาว เนื่องจากมีลักษณะภูมิศาสตร์ที่เป็นประตูสู่การค้า รวมถึง

มีสัมพันธภาพและวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน โดยมีความเป็นชาติพันธุ์ ความเป็นเครือญาติ และความเป็นเพื่อนบ้านในการติดต่อค้าขาย อีกทั้งยังมีโอกาสเข้าไปทำตลาดในจีนได้อีกด้วย เนื่องจากมีความตกลงในการทำ FTA ระหว่าง ไทย-จีน

3) ด้านสังคมและวัฒนธรรม การเติบโตทางเศรษฐกิจทำให้ความเป็นชนบทและความเป็นอยู่ของประชาชนในเชียงของเปลี่ยนแปลงไป มีการเปลี่ยนจากภาคเกษตรกรรมไปเป็นภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น ซึ่งในอดีตชุมชนมีอาชีพทำไร่ ทำสวนที่การแลกเปลี่ยนแรงงานกัน(เอามื้อ) แต่ในปัจจุบันมีการปลูกพืชเศรษฐกิจตามนโยบายรัฐบาล คือยางพารา สวนลำไย ลิ้นจี่ ซึ่งกลุ่มนายทุนเป็นเจ้าของให้เช่าที่ทำสวน ทำไร่ จึงทำให้ภาพของวิถีชีวิตของคนที่เคยพึ่งพาแม่น้ำโขงหายไป โดยเฉพาะการทำเกษตรริมแม่น้ำโขงกลายเป็นของกลุ่มนายทุน ในทางกลับกันกลุ่มชาติพันธุ์กลายเป็นกลุ่มที่เห็นคุณค่าของแม่น้ำโขง สายน้ำแห่งชีวิตที่คอยหล่อเลี้ยงพวกเขาตามวิถีความเชื่อของพวกเขา

4) ด้านสิ่งแวดล้อม นิคมอุตสาหกรรมได้ตั้งขึ้นตามความเจริญของพื้นที่ สิ่งหนึ่งที่ตามมาคือปัญหาสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นที่วิตกของประชาชนโดยรอบ การศึกษารูปแบบการจัดการสิ่งแวดล้อมสำหรับนิคมอุตสาหกรรมเชียงของในอนาคตจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อเตรียมความพร้อมในการป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อมมิให้เกิดขึ้นหรือแก้ไขถูกต้องและรวดเร็วเมื่อเกิดปัญหา

นันทกร ไซยานภาพ (2556) ศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย” ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย คือ (1) ด้านสิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยว คือการพัฒนาปรับปรุงลานชายฝั่งริมน้ำโขงให้สะอาด สวยงาม ส่งเสริมทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยวผ้าพื้นเมือง (2) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวคือ ส่งเสริมกิจกรรมทางน้ำโดยกำหนดมาตรฐานหรือความปลอดภัย (3) ด้านที่พัก คือการพัฒนาความสะอาดตามมาตรฐานที่กำหนด (4) ด้านการอำนวยความสะดวกคือ มีมาตรการการกักตุนน้ำเสียและพัฒนาระบบการจราจร (5) ด้านการคมนาคมขนส่งคือ การเพิ่มจำนวนรถปรับอากาศประจำทาง (6) ด้านการบริการเสริมสร้างการท่องเที่ยวคือ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในอำเภอเชียงของ โดยเฉพาะทางสื่ออินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ควรมีการตั้งราคาด้านราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับระดับคุณภาพสินค้า

วิชร นันตะยานาและคณะ (2549) ศึกษาเรื่อง “แนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย” พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการชมศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรม จึงควรส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ พื้นฟูศิลปวัฒนธรรม งานหัตถกรรมพื้นบ้าน นโยบายและแผนควรนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง ควรเตรียมพร้อมด้านทรัพยากร ให้ชุมชนมีส่วนร่วม รับผิดชอบต่อสังคม แสดงความคิดเห็นทุกขั้นตอน ปรับสภาพภูมิทัศน์ให้งดงามเข้ากับสิ่งแวดล้อม มีเทศบัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมอาคารและสิ่งก่อสร้าง มีแผนรองรับที่ชัดเจนเกี่ยวกับ

การบูรณะโบราณสถานและสถานที่สำคัญ ศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นอย่างจริงจัง และมีการศึกษาวิจัยความต้องการด้านการท่องเที่ยว

สุทธิพงศ์ ปานเพชร (2555) ศึกษาเรื่อง “อัตลักษณ์ชุมชนกับการพึ่งพาตนเองในอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ซึ่งในงานศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนโดยเชื่อมโยงกับแนวคิดการพึ่งพาตนเอง แม้ว่าจะแตกต่างจากงานวิจัยในครั้งนี้ แต่ผู้วิจัยเห็นว่าผลการศึกษาในหัวข้อที่เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชนมีบางประเด็นที่น่าสนใจและคล้ายคลึงกับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้เลือกมาเป็นหนึ่งในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในครั้งนี้ด้วย ซึ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์คือ อัตลักษณ์ชุมชนที่แสดงออกอย่างเต็มรูปแบบนั้น จะต้องมีการพัฒนาและเรียนรู้ถึงข้อดีและข้อเสียของสังคมและสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพึ่งตนเองของชุมชนได้ โดยมีแนวทางที่ควรคำนึงคือ ความรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น คุณภาพของมนุษย์ซึ่งมีสถานะที่จะนำไปสู่การพัฒนาชุมชน ความเป็นตัวตนที่มีลักษณะเฉพาะในวัฒนธรรมท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาและคุณค่าของชุมชน การวางแผนด้านวัฒนธรรม การแก้ไขเยียวยาด้วยแรงสนับสนุนการท่องเที่ยวด้วยตัวของชุมชนเอง การสร้างทัศนคติที่ดีต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วยตัวของชุมชน การสร้างเครือข่ายวัฒนธรรม ธุรกิจวัฒนธรรมท้องถิ่น ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เอื้อต่อการพึ่งตนเองของชุมชน การคิดหาหนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นการคิดแนวทางที่จะขยายความรู้และการถ่ายทอดความรู้ และการสร้างความสัมพันธ์ในวัฒนธรรมท้องถิ่น การพึ่งตนเองของชุมชนมีรูปแบบและแนวคิดที่ชุมชนมีความพยายามปฏิบัติให้เกิดความสำเร็จ โดยต้องอาศัยความเข้าใจและการเรียนรู้แก่นแท้ของชุมชนอย่างลึกซึ้ง การแสดงอัตลักษณ์และการพึ่งตนเองของชุมชนก็จะต้องมีความสมบูรณ์อย่างยั่งยืน

กนกรัตน์ เพ็ชรกอ (2555) ศึกษาเรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย. ผลการศึกษาค้นคว้า สามารถกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ตามกลยุทธ์การพัฒนาดังกล่าวได้ ออกเป็น 5 ด้าน คือ 1) กลยุทธ์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ 2) กลยุทธ์การพัฒนาด้านสังคม 3) กลยุทธ์การพัฒนาด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 4) กลยุทธ์การพัฒนาด้านการบริการการท่องเที่ยว และ 5) กลยุทธ์การพัฒนาด้านการตลาดการท่องเที่ยว

สรุปผลการศึกษาจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างของประชาชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว

1) ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์ ประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่ มีความเข้าใจดีในประเด็นความหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความหมายที่เข้าใจมากที่สุด คือการเน้นคุณค่าและอัตลักษณ์ของพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 94.8 รองลงมา ได้แก่ การเน้นการเรียนรู้เข้าใจ และสร้าง

จิตสำนึกในการดำรงรักษาทรัพยากรของพื้นที่ การรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 91.3 ซึ่งมีจำนวนที่เท่ากัน และข้อที่น้อยที่สุด คือ การเน้นให้เกิดการสร้าง/เพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ โดยไม่ต้องใช้ทรัพยากรมากนัก คิดเป็นร้อยละ 76.1 ในส่วนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยภาพรวมส่วนใหญ่ มีความเข้าใจดีในประเด็นความหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความหมายที่เข้าใจมากที่สุด คือ การรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 91.3 รองลงมา คือ การเพิ่มรายได้ประชาชาติและการได้เปรียบดุลการค้า คิดเป็นร้อยละ 89.5 และข้อที่น้อยที่สุด คือ การเน้นให้เกิดการสร้าง/เพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการโดยที่ไม่ต้องใช้ทรัพยากรมากนัก คิดเป็นร้อยละ 77

2) ความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดนที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (GMS) ของกลุ่มตัวอย่างทั้งประชาชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว

ประชาชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ในประเด็นด้านวิถีชีวิตประเพณี ความเชื่อ ภาษากาย และการท่องเที่ยว ว่ามีความแตกต่างจากพื้นที่ชายแดนอื่นๆ ในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (GMS) ได้แก่ สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐประชาชนจีน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าประเด็นที่ประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าแตกต่างมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 93.2 รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 92.7 และด้านที่มีความเห็นว่าเป็นที่แตกต่างน้อยที่สุด คือ การประกอบอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 41.2

ในส่วน of นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ประเด็นที่ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าแตกต่างมากที่สุด ได้แก่ ดนตรี นาฏศิลป์ อาหารพื้นถิ่น อัญมณีไมตรีของผู้คน ประเพณี ความเชื่อและการใช้ภาษา คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งมีจำนวนที่เท่ากัน รองลงมา คือ การแต่งกาย สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งมีจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 98. และด้านที่มีความเห็นว่าเป็นที่แตกต่างน้อยที่สุดคือ การคมนาคมขนส่ง คิดเป็นร้อยละ 78.7

ในส่วน of นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่า ประเด็นที่ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าแตกต่างมากที่สุด คือ ด้านความเชื่อและสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งมีจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 98 รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 96.3 และด้านที่มีความเห็นว่าเป็นที่แตกต่างน้อยที่สุด คือ สิ่งอำนวยความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 60.8

สรุปโดยภาพรวม พบว่า ประเด็นที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าแตกต่างมากที่สุด คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 95.6 รองลงมา คือ กิจกรรมการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 94.9 และด้านที่มีความเห็นว่าเป็นที่แตกต่างน้อยที่สุด คือ การประกอบอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 58.8

สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง

1) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากประชาชนท้องถิ่น

- (1) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวชายแดน โดยจะช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ เกิดการสร้างงาน เกิดรายได้ และเกิดการพัฒนายั่งยืน
- (2) อัตลักษณ์พื้นถิ่นมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวชายแดน เนื่องด้วยเป็นจุดแข็งของพื้นที่ เป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวได้
- (3) ควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสาร และเกิดความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น
- (4) ควรมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- (5) ควรมีการจัดการให้ความรู้แก่ประชาชนในท้องถิ่นในการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงการส่งเสริมอาชีพเพื่อสร้างรายได้จากท่องเที่ยว
- (6) ควรมีการพัฒนาคนพร้อมๆ กับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- (7) ควรมีการเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- (8) ควรมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
- (9) ควรมีการนำเอาความคิดและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นจุดขาย และพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกที่มีจุดขาย

2) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

- (1) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวชายแดน ซึ่งจะสามารถช่วยให้การพัฒนาด้านที่ดียิ่งขึ้น เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ เกิดรายได้ที่มั่นคงส่งผลให้ชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น อีกทั้งเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ไม่ให้สูญหายและก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้าน
- (2) อัตลักษณ์พื้นถิ่นมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวชายแดน ซึ่งจะก่อให้เกิดความโดดเด่น เป็นจุดขาย ที่สามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวได้
- (3) ความเป็นเมืองประวัติศาสตร์ ความเก่าแก่ บรรยากาศของเมืองเก่า ตลอดจนธรรมชาติที่สวยงาม และอัธยาศัยของคนในพื้นที่ เป็นสิ่งสำคัญที่ก่อให้เกิดความประทับใจในอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย อย่างไรก็ตาม ถนนหนทางซึ่งอยู่ในระหว่างการก่อสร้างรอบเมืองก่อให้เกิดความไม่สะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและบริการเป็นสิ่งที่ควรปรับปรุง
- (4) ควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การจัดแสดงวัฒนธรรมประเพณี ร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้แก่นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสาร และเกิดความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

(5) ควรมีการพัฒนากระบวนการคมนาคมขนส่งที่ได้มาตรฐานเพื่อเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวตามจุดต่างๆ

(6) ควรพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศแก่บุคลากรทางการท่องเที่ยว
สรุปความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ในประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1) ข้อมูลหน่วยงาน จากการสัมภาษณ์พบว่า หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวขายแดนของอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย จะมีบทบาทในด้านการกำหนดนโยบาย การส่งเสริมความรู้ทางวิชาการด้านการท่องเที่ยวแก่ชุมชนและการเป็นผู้ประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น การส่งเสริมการทำวิจัยด้านการท่องเที่ยว การให้ความช่วยเหลือชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาด การอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น โดยภาพรวมถือว่าการดำเนินงานประสบความสำเร็จในระดับที่น่าพอใจ ในส่วนของภาคเอกชน พบว่าส่วนใหญ่มีบทบาทในการเป็นเจ้าของธุรกิจด้านการท่องเที่ยว อันได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าที่ระลึก ซึ่งมีการดำเนินการด้านการตลาดด้วยการจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการจัดทำเว็บไซต์ของธุรกิจตนเองขึ้น เพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตซึ่งมีความทันสมัย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ อีกทั้งมีการพัฒนาธุรกิจของตนให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง มีการปรับปรุงอาคารสถานที่ และการอบรมและพัฒนาศักยภาพในงานบริการ รวมถึงการติดต่อประสานงานเพื่อขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐบ้างแต่เป็นส่วนน้อย ในส่วนของการติดต่อกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลทางการท่องเที่ยวไปปรับปรุงในเว็บไซต์ และแผ่นพับประชาสัมพันธ์

2) บริบทการท่องเที่ยวขายแดน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ผลจากการสัมภาษณ์สรุปว่า หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน มีความเห็นว่าเมืองท่องเที่ยวขายแดน มีความน่าสนใจกว่าเมืองท่องเที่ยวทั่วไป เนื่องด้วยเป็นจุดเข้า – ออกระหว่างประเทศ มีอาณาเขตติดต่อถึง 2 ประเทศ คือ พม่า และลาว ส่งผลให้การค้า การลงทุนและการท่องเที่ยว มีความได้เปรียบกว่าพื้นที่อื่นๆ โดยมองว่าจุดเด่นของอำเภอเชียงแสน คือ สามเหลี่ยมทองคำ เมืองโบราณอันเก่าแก่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน อีกทั้งมีศิลปวัฒนธรรมล้านนาที่โดดเด่น ในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอที่มีความน่าสนใจและสามารถเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว ได้แก่ สามเหลี่ยมทองคำ ตัวเมืองเก่า วัดเจดีย์หลวง และวัดพระธาตุจอมกิตติ อย่างไรก็ตามผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันว่า สภาพปัญหาการท่องเที่ยวขายแดนของอำเภอเชียงแสนในปัจจุบันคือ การอนุรักษ์ ฟื้นฟูและพัฒนาโบราณสถาน โดยมองว่าควรมีการพัฒนาเมืองเก่าเชียงแสนให้กลายเป็นเมืองมรดกโลก ตลอดจนส่งเสริมและเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน มีการดูแลจากภาครัฐไม่ให้มีการบุกรุกทำลายแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน ซึ่งปัจจุบันพบว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนยังน้อย ขาดการแสดงความ

คิดเห็น การระดมความคิด ความเข้าใจในเรื่องผลกระทบระยะยาวจากการขยายผังเมืองที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งของการให้เมืองเชียงแสนเป็นเมืองเศรษฐกิจพิเศษชายแดน กับการอนุรักษ์เป็นเมืองมรดกโลก ขาดความรู้ในเรื่องประวัติศาสตร์คุณค่าของโบราณสถานอย่างลึกซึ้ง ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นปัญหาด้านเศรษฐกิจ โดยนโยบายส่วนใหญ่มาจากภาครัฐ มากกว่าความคิดเห็นของประชาชน ดังนั้นจึงควรมีการสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม เน้นให้ประชาชนท้องถิ่นเกิดความรัก ความหวงแหน และร่วมใจกันพัฒนาโบราณสถานจะสามารถแก้ไขปัญหาความเสื่อมโทรม จะก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้

3) แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (GMS) อันได้แก่ สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐประชาชนจีน ผลจากการสัมภาษณ์สรุปว่า อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีอัตลักษณ์ที่คล้ายคลึงและแตกต่างกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (GMS) ในหลายด้าน เช่น การมีประเพณี วัฒนธรรม ที่คล้ายคลึงกับประเทศลาว ไม่ว่าจะเป็น อาหาร การแต่งกายภาษา ซึ่งแตกต่างจากประเทศพม่า เป็นต้น โดยมองว่าอัตลักษณ์ที่โดดเด่นที่สุดของอำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงราย ที่สามารถนำมาเป็นจุดขายและสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวได้ คือโบราณสถาน วัด และวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งแนวทางในการนำอัตลักษณ์ที่โดดเด่นนี้มาเป็นจุดขายและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวนั้น ได้แก่ การปรับปรุงการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงวัฒนธรรม หรือเชิงประวัติศาสตร์ ให้มีประสิทธิภาพ ด้วยการนำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นมาจัดแสดง ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ และมีการจัดทำผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกที่โดดเด่นที่สามารถสะท้อนประเพณี วัฒนธรรม ในอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายอีกทั้งเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวตลอดจนประเพณี วัฒนธรรมสู่ประเทศเพื่อนบ้าน โดยแนวทางในการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์ของท้องถิ่นให้มีความเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างยั่งยืนตลอดไปนั้น ควรมีการส่งเสริมด้านการค้า การลงทุน การแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศ การกำหนดนโยบายที่ชัดเจนของภาครัฐ การพัฒนาระบบวิธีการเข้าเมืองให้สะดวกและปลอดภัย ทันทสมัย ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประเทศ

4) แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์ผลจากการสัมภาษณ์สรุปว่าหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ทราบดีและเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์บ้าง แต่ความเข้าใจยังไม่ลึกซึ้งเพียงพอ โดยภาครัฐมองว่าการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างสร้างสรรค์สามารถกระทำควบคู่ไปกับการส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดน ขณะที่ภาคเอกชนมองว่าไม่สามารถทำได้ เนื่องจากไม่มีการกำหนดนโยบายจากภาครัฐที่ชัดเจน โดยผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งสองกลุ่ม มี

ความเห็นตรงกันว่า การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย ยังไม่ได้รับการผลักดันเท่าที่ควร และไม่เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง อีกทั้งมีความเห็นว่าอำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีทรัพยากรในท้องถิ่นที่เอื้อให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หากมีการดำเนินนโยบายอย่างต่อเนื่องและชัดเจน การส่งเสริมความรู้แก่บุคลากรภาครัฐให้มีความรู้ความเข้าใจในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตลอดจนพัฒนาระบบการศึกษาให้เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์ ให้เกิดการเป็นนักคิดนอกกรอบ รวมถึงมีการวิจัยและพัฒนาอย่างจริงจัง จะมีส่วนสำคัญช่วยให้อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีศักยภาพในการแข่งขันทั้งในระดับอนุภูมิภาคและในเวทีอาเซียน

5) กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวชายแดน แนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างความเป็นอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวชายแดน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ที่มีความเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน (GMS) สู่ความยั่งยืน ได้แก่ การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวรวมถึงพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งให้สามารถเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างสะดวก, ควรมีการส่งเสริมทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศแก่ประชาชนในท้องถิ่น ควรมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนให้มีศักยภาพ ควรเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นควรมีการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว และการสนับสนุนช่วยเหลือให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ศรีศุภร์ นิลกรรณ์ (2556) ศึกษาเรื่อง “การจัดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของอัตลักษณ์ชุมชนลำปาง” ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดลำปางมีอัตลักษณ์ชุมชนที่มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนและเครือข่ายได้ร่วมกันจัดทำระเบียบว่าด้วยความร่วมมือทางการจัดการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนคัดสรรเรื่องเล่าที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน มีการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมผู้ประกอบการและพนักงานในธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชนที่มีคุณค่าและการยอมรับทางการตลาด เกิดเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีอัตลักษณ์ของชุมชนภายใต้เครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง รวมถึงการมีเครือข่ายที่ร่วมจัดทำสื่อสังคมเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้แก่จังหวัดลำปาง ซึ่งเชื่อมต่อเข้ากับเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน

Annette Pritchard (2001) ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรม อัตลักษณ์ และตัวแทนด้านการท่องเที่ยว : การตลาด Cymru หรือเวลส์? บทความนี้วิเคราะห์การเป็นตัวแทนด้านการท่องเที่ยวผ่านกลยุทธ์การสร้างตราสินค้า จากการวิเคราะห์แคมเปญการตลาดของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งเวลส์และหน่วยงานท้องถิ่นของเวลส์ระบุว่า อิทธิพลของเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ การเมืองและวัฒนธรรม สามารถนำไปสร้างตราสินค้าด้านการท่องเที่ยวได้ โดยกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ร่วมสมัยและอธิบายว่าทำไมเวลส์ จึงถูกทำให้กลายเป็นตราสินค้าที่แตกต่างกันในตลาดต่างประเทศและสหราชอาณาจักร ขณะที่เวลส์ให้ความสำคัญกับเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นตัวแทนด้านการ

ท่องเที่ยวและการตลาดที่ปลายทาง ซึ่งอาจนำไปใช้กับตัวแทนด้านการท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางอื่นๆ เช่นกัน

Arvid Viken (2006) การท่องเที่ยวและเอกลักษณ์ของ Sámi - การวิเคราะห์ Nexus การท่องเที่ยว - เอกลักษณ์ในชุมชน Sámi วารสารการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวของสแกนดิเนเวีย บทความนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวในชุมชน Sámi ที่เรียกว่า Karasjohka ซึ่งถูกมองว่าเป็นเมืองหลวงของ Sámi ในประเทศนอร์เวย์ โดยใช้การสัมภาษณ์กลุ่มย่อย เพื่อดูความสำคัญของการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรด้านอัตลักษณ์ การศึกษาชี้ให้เห็นถึงการดำรงอยู่ของ Sámi ที่แข็งแกร่ง แต่ผู้คนก็มีบทบาทหลายอย่างและในหลายเรื่องเหล่านี้ Sáminess กลับมีความสำคัญรองลงมา ความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวเช่นนี้ดูเหมือนว่าจะได้รับการจัดการผ่านบทบาทที่ไม่ใช่เป็นของ Sámi ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าคน Sami ไม่ได้ประโยชน์อะไรจากการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวมีความสำคัญน้อยที่สุดสำหรับปัญหาด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ ขณะที่บางคนมองว่า การท่องเที่ยวเป็นสถาบันที่สำคัญและเป็นส่วนหนึ่งของบริบทที่ก่อให้เกิดมุมมองของตัวเองวัฒนธรรมและโลกภายนอกของพวกเขา

Esteban Ruiz Ballesteros (2007) ได้ศึกษา อัตลักษณ์และชุมชน - ภาพสะท้อนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองแรมในภาคใต้ของสเปน : การจัดการการท่องเที่ยว จุดมุ่งหมายของบทความนี้ เน้นผลกระทบทางด้านอัตลักษณ์ของสังคมและบทบาทของชุมชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเน้นเกี่ยวกับผลกระทบของอัตลักษณ์ชุมชนในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยงานวิจัยได้ดำเนินการในพื้นที่เมืองแรมสี่แห่งในภาคใต้ของสเปน ซึ่งมีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือไม่มีเลย ผลที่ได้มีความน่าสนใจด้วยเหตุผลสองประการคือ 1.ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลักษณะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2.พวกเขามีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการรวมตัวกัน เพื่อบ่งชี้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชนในการประเมินการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยว

Front Psychol (2017) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้อยู่อาศัยในเขตภูเขา : จุดมุ่งหมายคือการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อัตลักษณ์ส่วนบุคคลและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้อยู่อาศัยในเขตภูเขาของสวีเดน แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมบนภูเขาที่มีค่าที่สุดของพวกเขาคือ การได้ไปพบเจอและอยู่กับธรรมชาติ, ภูมิทัศน์ต่างๆ, การได้มีกิจกรรมสันตนาการกลางแจ้ง, การได้พักผ่อน, และการได้พบปะและมีสังคมกับเพื่อนและครอบครัว ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพพบว่า ด้านที่มีคุณค่ามากที่สุดคือการฟื้นฟูภูมิทัศน์และสถานที่ที่น่าสนใจ เฉพาะกลุ่ม (ส่วนบุคคล) และเทือกเขาแอลป์สำหรับในส่วนที่เป็นที่นิยมเป็นจำนวนมากจากการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เอกสารที่แนบมานี้

1) อารมณ์ มีผลต่ออัตลักษณ์ของสถานที่ ประชาชนรู้สึกชื่นชอบส่วนตัว และสถานที่ที่เป็นที่ชื่นชอบได้รับความนิยมมากขึ้น เมื่อไปเยือนสถานที่เหล่านี้ ในทำนองเดียวกัน, ก็มีเรื่องให้ระลึกถึง, คิดถึง มากขึ้น,

2) ความรู้ความเข้าใจ มีผลต่ออัตลักษณ์ของสถานที่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ที่นี่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น, พวกเขาเรียนรู้ได้ในสถานที่นี้

ในทั้งสองประเภทดังกล่าวข้างต้น สิ่งที่มีผลต่ออัตลักษณ์ของสถานที่นั้น ประเภทที่สองคือ ความรู้ความเข้าใจมีผลต่ออัตลักษณ์ของสถานที่ได้มากกว่า อารมณ์ที่ ทั้งหมดนี้บ่งบอกถึงความสำคัญของความสัมพันธ์ของบุคคล กับสถานที่ว่า การได้มีประสบการณ์ที่ได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ (กลางแจ้ง) นั้นมีคุณค่า และเรียบง่ายมากกว่าสิ่งแวดล้อม (กลางแจ้ง) นั้น

Geogr J. (2012) ทำการศึกษาเรื่อง ความสูญเสียในการเปลี่ยนแปลง: มุมมองที่แตกต่างกันของการตัดไม้ทำลายป่า, การใช้ที่ดิน และอัตลักษณ์ ใน ตะวันตกมาดากัสการ์ บทความนี้มุ่งเน้นไปที่การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเรื่องเล่าเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม, การเมืองอัตลักษณ์ และการจัดการทรัพยากรป่าไม้ในประเทศมาดากัสการ์ ในขณะที่มีความพยายามในการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพของบนเกาะ ซึ่งได้มุ่งเน้นไปที่การกำหนดพื้นที่ควบคุม, โดยเฉพาะนโยบายต่าง ๆ ที่ได้กำหนดขึ้นมานั้นได้ให้ความสำคัญกับชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น จากประสบการณ์ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาได้แสดงให้เห็นว่าวิธีการอนุรักษ์ตามแนวชุมชนนั้น เป็นเรื่องที่ท้าทาย อันเนื่องมาจากนโยบายทางการเมืองที่ซับซ้อนของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลาย ๆ คน, ซึ่งได้มองถึงประโยชน์ที่มีในจุดที่แตกต่างกันและบางครั้งก็ขัดแย้งกันกับกลุ่มคนเหล่านี้ ในบทความนี้ผมมุ่งเน้นไปที่การรับรู้คุณค่าทางสิ่งแวดล้อมและประโยชน์ของคนสองกลุ่มในภาคกลางของเมนาเบ่ ซึ่งตั้งอยู่ทางตะวันตกของมาดากัสการ์ - องค์กรอนุรักษ์และครัวเรือนในชนบท - เผยให้เห็นมุมมองในแง่หนึ่งที่แตกต่างกันออกไปของป่าในภูมิภาคนี้ ผู้เขียนแสดงให้เห็นว่า วาทกรรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์นั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ โดยได้มุ่งเน้นไปที่ความหลากหลายทางชีวภาพของป่าเขตร้อนชื้นที่แห้งแล้งและลดความสำคัญของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์

Hailin Qu (2011) ทำการศึกษารูปแบบของเป้าหมายการสร้างตราสินค้า: โดยบูรณาการแนวความคิดของการสร้างตราสินค้าและภาพลักษณ์ แม้ว่าการสร้างแบรนด์ (ตราสินค้า) จะมีความสำคัญทั้งในสถาบันการศึกษา และวงการอุตสาหกรรมก็ตาม แต่งานเขียนทางวิชาการที่เกี่ยวกับการพัฒนาแนวคิดนี้ยังมีอยู่อย่างจำกัดการศึกษาในปัจจุบันมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและทดสอบรูปแบบทางทฤษฎีของการสร้างตราสินค้า ซึ่งรวมถึงแนวคิดของการสร้างตราสินค้า และการสร้างภาพลักษณ์ การศึกษาแสดงให้เห็นภาพลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร เป็นองค์ประกอบใหม่ เพื่อนำเสนอภาพรวมนั้น (เช่น ภาพลักษณ์ของสินค้า) ของภาพลักษณ์ของตราสินค้า เป็นสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่างตราสินค้า (กล่าวคือ องค์ความรู้, อารมณ์ และองค์ประกอบของภาพลักษณ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์)

และพฤติกรรมในอนาคตของนักท่องเที่ยว (นั่นคือความตั้งใจที่จะทบทวน และคำแนะนำ) ผลยืนยันว่า ภาพรวมทั้งหมดนั้น ได้รับอิทธิพลจาก 3 ประเภทคือ การเชื่อมโยงตราสินค้าและการเป็นสื่อกลางที่สำคัญระหว่างชุมชนและพฤติกรรมในอนาคตของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้เอกลักษณ์ยังมีผลกระทบใหญ่เป็นอันดับสองในการสร้างภาพลักษณ์โดยรวมจากการประเมินความรู้ความเข้าใจ

Jeffery M. Caneen (2014) ทำการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม: กรณีของศูนย์วัฒนธรรมโพลินีเซีย พบว่า ตั้งแต่ Boorstein (1964) ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมที่ได้รับการกล่าวถึงมากที่สุดในแง่ของความถูกต้อง เอกสารนี้แสดงความคิดเห็นการ ความขัดแย้งที่มีความสำคัญทางมนุษยวิทยาในการค้นพบทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์รูปแบบที่จะนำเสนอให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมโดยชาวพื้นเมือง กรณีศึกษาศูนย์วัฒนธรรมโพลินีเซียใน ไหล่น้, ฮาวาย สหรัฐอเมริกาเป็นตัวอย่างการประยุกต์ใช้แบบจำลอง บทความนี้สรุปได้ว่า ความถูกต้องมีความคลุมเครือ และเป็นที่ถกเถียงกันในแนวความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการแนะนำคนพื้นเมืองนักวางแผนท่องเที่ยวและผู้ปฏิบัติงานมีความพยายามที่จะปกป้องวัฒนธรรมขณะเดียวกันก็แสวงหาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ จากการท่องเที่ยวแนะนำว่าควรให้ความสำคัญกับการเก็บรักษาและการเพิ่มพูนอัตลักษณ์

Laurie Kroshus Medina (2003) ศึกษาเรื่อง สินค้าวัฒนธรรม: การท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ของชาวมาย การศึกษาชาติพันธุ์วิทยานี้ได้พิจารณาว่าสินค้าวัฒนธรรมการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อ หมู่บ้านมายาที่อยู่ติดกับชายฝั่งของชาวมายันในเบลีซอย่างไร แม้ว่าส่วนใหญ่ของชาวบ้านได้ละทิ้งตัวตนของชนพื้นเมืองนี้ไปแล้ว พวกเขายังคงตอบสนองต่อความต้องการทางการท่องเที่ยวเพื่อเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมชาวมายัน โดยใช้ช่องทางในการเข้าถึงประเพณี พวกเขาใช้เวลาไม่นานเรียนรู้ผ่านวิธีการเดิม โดยพวกเขากลับสู่สิ่งพิมพ์โบราณและ ตัวหนังสือแกะสลักจากผู้ศึกษาภาษามายาโบราณ ในฐานะที่เป็นชาวมายัน ในการที่จะพัฒนาความเชี่ยวชาญในวัฒนธรรมประเพณีของบรรพบุรุษของพวกเขา พวกเขายังคงสับสนหรือไม่เกี่ยวกับการการไม่มีธรรมเนียมประเพณี ความรู้พื้นฐานที่ไม่เพียงพอสำหรับการอ้างสิทธิ์ในตัวตนของชาวมายา

Maja Konecnik (2008) ทำการศึกษา อัตลักษณ์ของจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยว: กรณีของสโลวีเนีย" บทความนี้ศึกษาแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ของแบรนด์ทางด้านจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว จากมุมมองด้านอุปทานซึ่งจะตรงกันข้ามกับการศึกษาอื่นๆ ที่มุ่งเน้นที่ด้านอุปสงค์และมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว

ทั้งนักวิจัยและผู้ปฏิบัติงาน ได้ข้อสรุปว่าการวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์จากทั้งอัตลักษณ์และภาพที่ผู้คนรับรู้ เป็นสิ่งที่จำเป็นและควรนำมาเกี่ยวข้องกันอย่างเหมาะสม การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการสร้างแบรนด์สถานที่ท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับมุมมองที่ผู้คนรับรู้ ดังนั้น

ความขาดการศึกษาข้อมูลเชิงลึกในมุมมองด้านอุปทานอาจนำไปสู่มุมมองที่ไม่สมดุล และเกิดการเข้าใจผิดและ มองข้ามความเป็นไปได้และข้อจำกัดของการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว กรอบทฤษฎีควรออกแบบให้วิเคราะห์อัตลักษณ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของ สโลเวเนีย

Nataša Urošević (2016) ได้ศึกษาเรื่อง เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในปัจจุบันเชื่อมโยงกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ พบว่า ในโลกที่มีการรวมกันของค่านิยมแบบครบวงจร และการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ, การเมืองและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การท่องเที่ยวกลายเป็นโอกาสสำหรับการติดต่อทางวัฒนธรรมและสังคม, การสื่อสารและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมจะเห็นได้ว่าความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นในการแสดงความเป็นตัวตนของวัฒนธรรมในท้องถิ่น รวมถึงการค้นหาลักษณะของนักท่องเที่ยว เป็นการตอบสนองต่อกระแสโลกาภิวัตน์ของแนวโน้มในด้านวัฒนธรรม ในบทความนี้เรำตั้งสมมติฐานว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นทางเลือกที่ยั่งยืน สำหรับการท่องเที่ยวแบบที่มีปริมาณมาก (Mass tourism), เป็นรูปแบบที่ดีที่สุดสำหรับการพัฒนาท้องถิ่นในโลกที่วุ่นวายในตอนี้, เนื่องจากได้ใช้คุณลักษณะที่แท้จริงได้อย่างเหมาะสมต่อวัตถุประสงค์ และองค์ประกอบเฉพาะของความไม่เหมือนใครเพื่อให้แตกต่างจากคู่แข่ง ด้วยวิธีนี้จะช่วยปกป้องและเสริมสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม, คุณค่า, วิธีการดำเนินชีวิตและเศรษฐกิจของชุมชนในท้องถิ่นเพื่อทดสอบสมมติฐานนี้ของเรา, เราได้ทำการวิจัยหลัก โดยกลยุทธ์แบบผสมผสาน, ทั้งวิธีการเชิงปริมาณและวิธีการเชิงคุณภาพ เพื่อตรวจสอบนักท่องเที่ยว 417 คน, คนท้องถิ่น 296 คน และผู้เชี่ยวชาญ 15 คนเราได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาแบบคู่ขนาน และแหล่งข้อมูลมัลติมีเดียข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบสำคัญของเอกลักษณ์ คือ มรดกทางวัฒนธรรม, อุตสาหกรรมที่สร้างสรรค์, ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่น

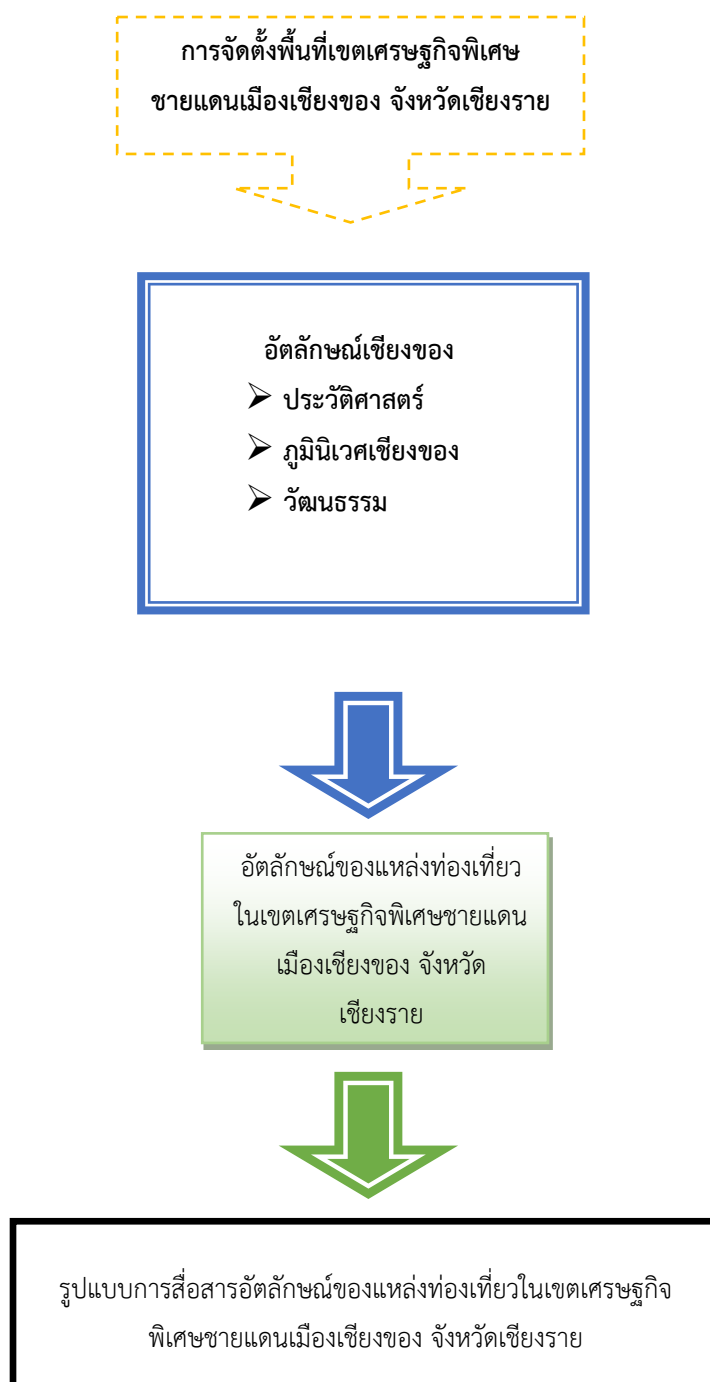
Nigel J. Morgan, Annette Pritchard, Rachel Piggott (2003) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างตราสินค้าและบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย: กรณีของประเทศนิวซีแลนด์ พบว่า การจัดการแบรนด์แสดงให้เห็นถึงความท้าทายมากมาย และบทความนี้จะได้สรุปโดยการทบทวนบริบท โดยมุ่งเน้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องในการจัดการตราสินค้า ที่ประสบความสำเร็จและบทบาทที่สำคัญของภาครัฐและเอกชนผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ ในการสร้างตราสินค้าให้คงทนคืออัตลักษณ์ที่มีคุณค่าของตราสินค้าที่เหมาะสม น่าสนใจ ตรงเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ แม้ว่าจะเป็นเรื่องยากที่จะประสบความสำเร็จในด้านการทำการตลาด, แต่ก็เป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้เลย และหลังจากได้ทบทวนประเด็นสำคัญๆ บางประการในการจัดการแบรนด์แล้ว บทความนี้จะสำรวจแนวทางการสร้างแบรนด์ของประเทศนิวซีแลนด์ ซึ่งจะระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญต่อการสร้างแบรนด์นี้ และตรวจสอบกระบวนการสร้างกลยุทธ์ที่ขับเคลื่อนด้วยเว็บเป็นส่วนใหญ่ บทความนี้แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการใช้ประโยชน์จากสื่อที่ไม่ใช่แบบดั้งเดิมทำให้

การท่องเที่ยวของนิวซีแลนด์ สามารถสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สุดท้ายนี้บทความนี้ได้สรุปโดยการเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตที่เกี่ยวกับการจัดการตราสินค้าเอาไว้ด้วย

Robert Govers Frank M. Go Kuldeep Kumar (2007) ศึกษาวิจัยเรื่อง การส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยว จากรายงานผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม 1,100 คนจากทั่วโลก ได้อธิบายถึงภาพลักษณ์ที่ได้รับการคาดการณ์ล่วงหน้าไว้ 7 ตัวอย่าง เช่นเดียวกับแหล่งข้อมูลที่พวกเขาใช้, ข้อเสนอแนะได้แนะนำว่า “การส่งเสริมการท่องเที่ยว ไม่ได้มีผลกระทบที่สำคัญต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ต่อนักท่องเที่ยว และข้อมูลอื่น ๆ นั้นมีผลต่อการสร้างภาพหลักได้มากกว่า” ดังนั้นการท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องเข้าใจว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่จะทำให้ประสบความสำเร็จนั้น จะต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกที่หลากหลาย ในขณะที่เดียวกันก็ควรมีการประเมินผลอย่างรอบคอบ สำหรับผลกระทบของการตัดสินใจทางการสื่อสารการตลาด เช่น รายได้, ส่วนแบ่งการตลาด และ ค่าใช้จ่าย

2.2 กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยนำเอาประเด็นการจัดตั้งพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย มาใช้เป็นจุดตั้งต้นในการอธิบาย เนื่องจากว่าด้วยจุดยุทธศาสตร์ของอำเภอเชียงของนั้นมีความเหมาะสมทั้งการเป็นเมืองเศรษฐกิจชายแดนและเป็นเมืองท่องเที่ยว ด้วยต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีมาแต่เดิมทั้งวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย ศิลปะวัฒนธรรม งานหัตถกรรม ซึ่งกล่าวได้ว่าสิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์เชียงของ จึงนำมาสู่ประเด็นที่คณะผู้วิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของเชียงของและนำอัตลักษณ์ดังกล่าวนำมาจัดระบบและสังเคราะห์เพื่อนำเสนอเป็นอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม หลังจากนั้นก็นำอัตลักษณ์ที่ได้ไปจัดทำรูปแบบทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงการท่องเที่ยวต่อไป



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย
4. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลโดยจำแนกตามวัตถุประสงค์เพื่อตอบคำถามการวิจัยโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

กลุ่มแรก กลุ่มผู้นำ จำนวน 20 คน ประกอบด้วย

- ผู้นำที่เป็นทางการ ได้แก่ นายอำเภอเชียงของ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย (เขตเลือกตั้งที่ 2)
- ผู้นำที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ พระ ประธานสภาวัฒนธรรมเชียงของ รองประธานหอการค้าเชียงของ ผู้นำกลุ่มสตรี ผู้นำกลุ่มรักษ์เชียงของ (กลุ่มเครือข่ายอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมน้ำโขง-ล้านนา)

กลุ่มที่สอง ประชาชนชาวบ้าน นักวิชาการท้องถิ่น กลุ่มนักธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียผู้ประกอบการในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำนวน 10 คน

กลุ่มที่สาม นักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และศิลปะและวัฒนธรรม นักนิเทศศาสตร์ และนักการตลาด จำนวน 10 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่กำหนดไว้ (ในข้อ 3.1) และการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำแบบสัมภาษณ์ จากนั้นนำไปทดสอบความเที่ยงตรง และนำเครื่องมือดังกล่าวมาปรับอีกครั้งหนึ่ง ในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชิงของ จังหวัดเชียงราย เพื่อวิเคราะห์หาอัตลักษณ์ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงท่องเที่ยวหรือนำมาพัฒนาให้เป็นอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวได้ จากนั้นจึงจะนำไปสู่การจัดทำรูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงรายต่อไป

คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ภายใต้กรอบคำถามในประเด็นอัตลักษณ์เชิงของ ตามวัตถุประสงค์ข้อแรก จากนั้นนำไปทดสอบความเที่ยงตรง (ภาคผนวก ก)

3.2.2 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation)

คณะผู้วิจัยได้ใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยการสังเกตวิถีชีวิต กิจกรรมต่างๆ ของชุมชนในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

แบบสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม

1) เข้าไปสังเกตวิถีการดำเนินชีวิต เช่น การใช้ภาษา การแต่งกาย สภาพบ้านเรือน สภาพแวดล้อมทั่วไป

2) เข้าไปสังเกตการประกอบอาชีพของแต่ละชุมชนในอำเภอเชียง

3) เข้าไปสังเกตบรรยากาศงานประเพณีต่างๆ ของชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชน

4) เข้าไปสังเกตการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา

5) เข้าไปสังเกตการพูดคุยและการมีส่วนร่วมของชุมชนในเวทีประชาคมของชุมชนต่างๆ

3.2.3 แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม (Focus Groups Discussion)

3.2.3.1 คำถามวิจัยข้อที่ 1 อัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงรายคืออะไร

การสนทนากลุ่ม เป็นอีกหนึ่งวิธีที่คณะผู้วิจัยนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยคณะผู้วิจัยจะดำเนินการสนทนากลุ่มร่วมกับผู้นำที่เป็นทางการ - ไม่เป็นทางการ และผู้ประกอบการ

ในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำนวน 25 คน เพื่อตอบคำถามในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชียงของ

3.2.3.2. คำถามวิจัยข้อที่ 2 อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย คืออะไร

คณะผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชียงของไปวิเคราะห์เพื่อหาร่างข้อเสนอเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชียงของที่มีความเป็นไปได้ในการนำไปพัฒนาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของ โดยนำเอาร่างข้อเสนอดังกล่าวมาระดมความคิดเห็นร่วมกับปราชญ์ชาวบ้าน นักวิชาการท้องถิ่น กลุ่มนักธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย จำนวน 5 คน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลตามข้อ 3.1 โดยนำกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาพื้นที่และเมืองเชียงของมาเป็นกรอบหรือส่วนหนึ่งในการพิจารณา เพื่อคัดเลือกอัตลักษณ์ กำหนดอัตลักษณ์ และกำหนด Position ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย ตามลำดับ ทั้งนี้ กระบวนการคัดเลือกอัตลักษณ์ฯ นั้นเน้นด้านอุปทานเนื่องจากอุปทานเป็นสิ่งที่มียู่แล้วจากการสำรวจข้อมูลโดยการสนทนากลุ่มจากคนในพื้นที่

3.2.3.3 คำถามวิจัยข้อที่ 3 รูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร และข้อที่ 4 แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร

เมื่อได้ข้อสรุปเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของฯ จากการสนทนากลุ่มแล้ว คณะผู้วิจัยจึงจะจัดทำกรสนทนากลุ่มกับนักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม นักสร้างแบรนด์ นักนิเทศศาสตร์ และนักการตลาด จำนวน 10 คน โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ (Brand) เพื่อมาสร้าง “ตราของเชียงของ” ในฐานะเมืองท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ แก่นหรือคุณค่าของแบรนด์ (Brand Essence) จุดยืนหรือตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Personality) และบุคลิกของแบรนด์ (Brand Personality) ที่จะสร้างและกำหนดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มหลัก โดยใช้เครื่องมือทางการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงและสร้างความไว้วางใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกระบวนการสร้างแบรนด์จะต้องสร้างให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวและเปรียบเทียบกับคู่แข่ง นอกจากนั้น ยังมีการระดมความคิดเห็นเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย พร้อมทั้งเสนอแนะในท้ายผลการศึกษาในประเด็นการรักษาอัตลักษณ์ควบคู่กับการพัฒนาเมืองต่อไป

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม (Focus Groups Discussion) ควบคู่ไปกับการใช้วิธีสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

2) ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา บทความ เอกสารทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเชียงใหม่และอัตลักษณ์ของเชียงใหม่ และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาอัตลักษณ์ในพื้นที่มาศึกษาเชิงเปรียบเทียบจากกรณีศึกษาอื่นๆ ที่มีการรักษาอัตลักษณ์ภายใต้การเป็นเมืองเขตเศรษฐกิจพิเศษ ประกอบกับการศึกษาประเมินเกี่ยวกับผังเมืองเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงใหม่ ในประเด็นบทบาทการเป็นเมืองเก่ากับเมืองใหม่ที่ก่อให้เกิดสิทธิพิเศษต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการเกิดกิจกรรมและผลกระทบต่ออัตลักษณ์ในเชิงพื้นที่ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยของต่างประเทศเกี่ยวกับการหาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวของเมืองที่มีลักษณะใกล้เคียงกับเชียงใหม่เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำเอาประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มมาวิเคราะห์ โดยการจัดหมวดหมู่คำตอบที่ผู้ให้ข้อมูลตอบคล้ายคลึงและแตกต่างกัน จากนั้นนำมาเรียบเรียงเพื่อนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบของความเรียงเชิงพรรณนา โดยยกตัวอย่างคำสัมภาษณ์และบทสนทนากลุ่มมาประกอบเป็นหลักฐานโดยเรียบเรียงผลการศึกษาตามคำถามการวิจัยและวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยเน้นการศึกษาที่เป็นอุปทานหรือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เด่นชัดของอำเภอเชียงของเท่านั้น

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย
4. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และมีการสนทนากลุ่ม เพื่อรวบรวมอัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย และนำเอาอัตลักษณ์ดังกล่าวมาคัดเลือกเพื่อหาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย จากนั้นจึงนำไปสู่การหารูปแบบของการสื่อสารอัตลักษณ์ พร้อมทั้งนำเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย ต่อไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์	เครื่องมือ	ผลการวิจัย
1. ศึกษาอัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย	1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก 2. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม 3. การสนทนากลุ่มร่วมกับ	อัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ ประวัติศาสตร์เมืองเชียงของ ภูมิณีเวศเชียงของ และวัฒนธรรมเมืองเชียงของ

วัตถุประสงค์	เครื่องมือ	ผลการวิจัย
	ผู้นำที่เป็นทาง - ไม่เป็นเป็นทางการ และผู้ประกอบการในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย	
2. ศึกษาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย	การสนทนากลุ่มร่วมกับผู้นำที่เป็นทาง - ไม่เป็นเป็นทางการ และผู้ประกอบการ ประชาชน ชาวบ้าน นักวิชาการท้องถิ่น กลุ่มนักธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย ในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย	อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของเชียงของหรืออัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของ พบว่ามีจำนวน 9 รายการ ที่ถูกคัดเลือกจากการจัดทำสนทนากลุ่ม ได้แก่ หลวงพ่อเพชร ปลาบึก เมืองการค้าชายแดนสาหร่ายโก ประเพณีไหล่อู่วัดพระแก้ว และวัดหลวงไชยสถาน ผ้าทอ “ลายน้ำไหล” แม่น้ำโขงหรือน้ำของ และจุดชมวิวธรรมชาติ แม่น้ำสองสี (อิง พิง โขง) ตามลำดับ
3. ศึกษารูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย	สนทนากลุ่มกับนักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม นักสร้างแบรนด์ นักนิเทศศาสตร์ และนักการตลาด	1. ใช้ Influencer เช่น ดาราผู้มีชื่อเสียงหรือคนที่มีชื่อเสียงในโลกออนไลน์ (Net Idol) 2. จัดรูปแบบการนำเสนอผ่านการรณรงค์ภายใต้แนวคิดหลัก “ “Chiang Khong” : The City of Happiness among the Cultures Diversity of Ethnic Groups along the Mekong River.” หรือ “เชียงของเมืองแห่งความสุขท่ามกลางความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของชาติพันธุ์สองฝั่งโขง” เพื่อสร้างเป็น “ตราสินค้า” (branding) 3. ใช้ช่องทางสื่อสังคม (Social Media) อย่างเฟสบุ๊กของบุคคลที่มีชื่อเสียง ทวิตเตอร์ เว็บไซต์ล็อกชื่อดัง

วัตถุประสงค์	เครื่องมือ	ผลการวิจัย
		เช่น พันทิป เพื่อสร้างปรากฏการณ์ที่เรียกว่า แบบการบอกต่อ (Word-of-Mouth Marketing) 4. ผู้รับสารแบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ นักท่องเที่ยวที่อยู่จังหวัดใกล้เคียง (พะเยา เชียงใหม่ แพร่ น่าน) นักท่องเที่ยวจากภาคเหนือ และ นักท่องเที่ยวจากภาคอื่นๆ กลุ่มที่สองคือ และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
4. นำเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย	สนทนากลุ่มกับนักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม นักสร้างแบรนด์ นักนิเทศศาสตร์ และ นักการตลาด	1. ใช้วิธีการสื่อสารแบบการบอกต่อ (Word-of-Mouth Marketing) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook, Instagram, Twitter, เว็บบล็อก (พันทิป) เป็นต้น 2. นำกลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) มาใช้เพื่อนำเสนอในรูปแบบปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวของ เชียงของ 3. ใช้การสื่อสารผ่านคุณค่าในอัตลักษณ์ของเชียงของเพื่อสร้างข่าวเชิงประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดตำแหน่งเกี่ยวกับคุณค่าอัตลักษณ์เชียงของ (Positioning) แบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงพุทธ 4. สื่อสารผ่านรายการท่องเที่ยวในสื่อกระแสหลัก เช่น รายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ที่มีผู้ชมติดตามจำนวนมากๆ ภายใต้แนวคิด “Chiang Khong” :

วัตถุประสงค์	เครื่องมือ	ผลการวิจัย
		<i>The City of Happiness among the Cultures Diversity of Ethnic Groups along the Mekong River.</i> หรือ “ <i>เชียงของเมืองแห่งความสุขท่ามกลางความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของชาติพันธุ์สองฝั่งโขง</i> ”

ผลการวิจัย

4.1 อัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเมืองเชียงของจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยใช้แนวคิดอัตลักษณ์เป็นกรอบในการวิเคราะห์เพื่อหาอัตลักษณ์เชียงของ (ดูรายละเอียดในบทที่ 2 แนวคิดอัตลักษณ์) โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต ศิลปะวัฒนธรรม หัตถกรรม และอาหาร หลังจากได้ข้อมูลดังกล่าวแล้ว คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (ดูรายละเอียดในบทที่ 3 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก) และการสนทนากลุ่ม ซึ่งผู้ให้ข้อมูลประกอบไปด้วย สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย เขตอำเภอเชียงของ (นักการเมืองท้องถิ่น) กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน แม่บ้าน พระ นักวิชาการท้องถิ่น (ครู/กลุ่มคนรักเชียงของ) ราษฎรชาวบ้าน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว/การค้า ในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ เพื่อให้ประเด็นของการศึกษามีความครอบคลุมและชัดเจนสามารถมองเห็นภาพอย่างเป็นองค์รวมเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชียงของในมิติของการเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงเวลา ภายใต้การปะทะสังสรรค์ของผู้คนในสังคม จนก่อให้เกิดเป็นประเพณีวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายและสืบทอดต่อกันมา จึงแบ่งอัตลักษณ์เชียงของทั้ง 5 ด้าน ออกเป็น 3 ประเด็นหลัก คือ ประวัติศาสตร์เมืองเชียงของ ภูมิโนเวศเชียงของ และวัฒนธรรมเมืองเชียงของ ดังนี้

4.1.1 ด้านประวัติศาสตร์เมืองเชียงของ: พัฒนาของชุมชนตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

เชียงของเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดเชียงรายที่มีความน่าสนใจทั้งในแง่ทางประวัติศาสตร์ นิเวศวิทยา และศิลปวัฒนธรรม ในฐานะของการเป็นเมืองชายแดนหรือเมืองท่า โดยมีพื้นที่ขนาด 836.9 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมใน 7 ตำบล 101 หมู่บ้าน การก่อสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 (เชียงของ-ห้วยทราย) นับเป็นการตอกย้ำให้เมืองเชียงของมีความสำคัญมากขึ้นสำหรับการ

เป็นเมืองขนส่งภายใต้ว่าทรมเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนของรัฐส่วนกลาง สะท้อนให้เห็นอย่างเป็นพลวัตจากท่าเรือบ๊อค สู่สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 (เชียงของ-ห้วยทราย) สำหรับภาพลักษณ์หรือเสน่ห์ของเมืองเชียงของในสายตาของคนภายนอกมองว่าเป็นเมืองที่มีความสงบผู้คนมีวิถีชีวิตผูกติดกับแม่น้ำโขง โดยมีความสัมพันธ์ที่ผูกโยงทางเครือญาติอย่างแนบแน่นกับผู้คนที่ย้ายอยู่ในฝั่งของเมืองห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผ่านการอพยพเคลื่อนย้ายข้ามถิ่นระหว่างสองฟากฝั่งของลำน้ำโขง ซึ่งมีลักษณะที่ก้าวข้ามเส้นแบ่งของคำว่าดินแดนเมื่อครั้งก่อนเกิดรัฐชาติ (Nation State) ก่อให้เกิดกระบวนการสร้างการเรียนรู้และการปรับตัวสำหรับการอยู่ร่วมกัน โดยเชื่อมโยงผ่านกลไกทางเศรษฐกิจทางการค้าขาย ในด้านประวัติศาสตร์มีการแบ่งเชียงของออกเป็นสี่ยุคที่สำคัญคือ เชียงของยุคตำนาน เชียงของยุคของการเป็นเมือง เชียงยุคสงคราม และเชียงของยุคการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ

1) เชียงของยุคตำนาน

เมืองเชียงของถือเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์มาช้านาน จากเมืองที่ถูกเล่าขานผ่านตำนานสู่เมืองเสปียงอาหารและการค้าชายแดน นับแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์เชียงของ (เชียง หมายถึง “เมือง” ส่วน ของ มาจากคำว่า ขร แปลว่า “น้ำโขง”) มีชุมชนคนพื้นเมืองดั้งเดิมอาศัยอยู่ ณ หมู่บ้านตำมิละ ซึ่งชาวบ้านตำมิละแต่เดิมนับถือผีสาขกระทั่งพระพุทธเจ้าได้เสด็จมาโปรดในสมัยพุทธกาลจึงเปลี่ยนมานับถือศาสนาพุทธ (เพิ่ม สิทธิสมบัติและคณะ, 2553: 1, 3) ในประเด็นเดียวกันนี้ นิวัฒน์ ร้อยแก้ว ได้เล่าถึงความเป็นมาของเมืองเชียงของตามตำนานพระพุทธเจ้าเลียบโลกว่า

“ในครั้งหนึ่งพระพุทธเจ้าได้เสด็จทรงนำบริเวณริมฝั่งโขง ปัจจุบันชาวบ้านเรียกบริเวณนั้นว่า “ผาช้างมูบ” และเสด็จประทับใต้ต้นขนุน ขณะที่ชาวบ้านตำมิละ (ตำมิละคือชนเผ่าลัวะ) ทราบข่าวจึงพากันมาเข้าเฝ้า พระพุทธเจ้าได้มอบพระเกศาจำนวนสองเส้นแก่นายบ้านตำมิละพร้อมตรัสสั่งให้นำพระเกศาไปบรรจุแยกกัน โดยเชื่อกันว่า พระเกศาทั้งสองเส้นถูกแยกนำไปบรรจุในเจดีย์วัดหลวง (เดิมชื่อวัดไชยสถาน) ซึ่งอยู่ด้านซ้ายและเจดีย์วัดพระแก้ว (เดิมชื่อวัดศรีบุญยืน) ซึ่งอยู่ด้านขวามือของพระพุทธเจ้า โดยวัดทั้งสองเมื่อวัดตำแหน่งบริเวณที่พระพุทธเจ้าประทับแล้วจะมีระยะทางเท่ากัน”



ภาพ 5 ซ้าย : เจดีย์วัดพระแก้ว

ขวา : เจดีย์วัดหลวงไชยสถาน

ซึ่งเรื่องเล่าตำนานพระพุทธรูปเจ้าได้เสด็จสร้างน้ำบริเวณริมฝั่งโขง ปรากฏให้เห็นตามเอกสารเกี่ยวกับประวัติเมืองเชียงของและคำบอกเล่าของคนเชียงของในแวดวงของกลุ่มนักวิชาการท้องถิ่น พระสงฆ์ ประชาชนชาวบ้าน และผู้สูงอายุ

นอกจากนี้ ยังมีการเล่าถึงตำนานปู่ละหึ่ง ที่สะท้อนให้เห็นถึงการผูกโยงระหว่างเรื่องเล่าตำนานกับชื่อภูมิบ้านนามเมือง ดังที่ อำนวย ยอดสุวรรณ อดีตข้าราชการ เล่าให้ฟังว่า

“ปู่ละหึ่งซึ่งเป็นบุคคลผู้มีร่างกายใหญ่โตคล้ายกับยักษ์ เป็นบรรพบุรุษของคนลุ่มน้ำโขง โดยมักจะเดินในน้ำโขง ครั้งหนึ่งปู่ละหึ่งได้หาบตะกร้าที่ใส่ถ่านเดินทางขึ้นไปทางทิศเหนือของเมืองเชียงของและไม้คาน (ภาษาเหนือเรียกว่าไม้กาน) เกิดหักบริเวณผากันตุง ซึ่งบริเวณที่ไม้กานหักปัจจุบันเรียกว่าบ้านเมืองกาน ส่วนตะกร้าที่หาบมานั้นใบแรกหล่นอยู่ไม่ไกลจากบริเวณที่ไม้คานหักปัจจุบันเรียกพื้นที่นั้นว่า ผาถ่านหลวง ส่วนตะกร้าอีกใบหนึ่งหล่นอยู่ที่ผาถ่านริมท่าเรือวัดหลวงในเขตตำบลเวียงปัจจุบัน”

ตำนานปู่ละหึ่งปัจจุบันมีการนำมาถ่ายทอดผ่านกิจกรรมการแห่ปู่ละหึ่ง โดยเริ่มจัดขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2557 ซึ่งตรงกับช่วงงานประเพณีสงกรานต์ ขณะเดียวกันก็สะท้อนให้เห็นถึงความพยายามในการรื้อฟื้นหีบยกเรื่องเล่าตำนานมาสร้างเป็นชุดความรู้ผ่านมานประเพณี แม้ไม่มีใครเคยเห็นปู่ละหึ่งเพียงแต่รับรู้จากตำนานว่าเป็นผู้ที่มีร่างกายใหญ่โต ดังนั้นปู่ละหึ่งที่มีการแห่นั้นจึงเกิดจากจินตนาการ ซึ่ง นิวัฒน์ ร้อยแก้ว ได้สะท้อนภาพตัวตนของปู่ละหึ่งว่า

“ปู่หิ้งเป็นเพียงเรื่องเล่าตำนานไม่มีใครเคยเห็น การแห่ปู่หิ้งที่เกิดขึ้นนั้นมาจากจินตนาการตามเรื่องเล่าทั้งรูปร่าง หน้าตา และการแต่งกาย”

กล่าวได้ว่า กิจกรรมการแห่ปู่หิ้งเป็นเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของเมืองเชียงของ ที่มีการหยิบยกเอาเรื่องเล่าตำนานมาผลิตซ้ำเพื่อสร้างพื้นที่ความสัมพันธ์ระหว่างตำนานปู่หิ้งกับเมืองเชียงของโดยการผูกโยงกับวัฒนธรรมประเพณีกระแสหลักเชื่อมร้อยผ่านชื่อภูมิบ้านนามเมืองแก่น้ำโขง



ภาพ 6 รถขบวนแห่ปู่หิ้ง

ที่มา : <https://plus.google.com/115913138550610690376/posts/WP51gQUj3XK>

2) เชียงของยุคของการเป็นเมือง

เชียงของมีฐานะเป็นเมืองปรากฏหลักฐานในยุคทวารวดีในสมัยพญาลาวจกราช ซึ่งพระองค์มีโอรสสามพระองค์ พญาลาวจกราชดำริเห็นว่าโอรสทั้งสามจะอยู่รวมกันมิได้ จึงได้แบ่งราชสมบัติให้เจ้าลาวคอบไปครองเมืองเชียงของ เจ้าลาวช้างไปครองเมืองยอง เจ้าลาวแก้วแก้วมาเมืองครองเมืองเงินยาง (เชียงลาว) นามเชียงจึงปรากฏตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา (เพิ่ม สิทธิสมบัติและคณะ, 2553: 5) ในยุคลาวจกราช เชียงของมีฐานะของการกลับมาเป็นเมืองอีกครั้ง นับจากเมื่อครั้งเป็นเมืองตำมิละหรือเมืองฮ้อยเดิม ในสมัยพญาลาวจกราชซึ่งปกครองเมืองทวารวดีเงินยางเชียงแสนได้ขยายอำนาจเข้ามาบริเวณลุ่มแม่น้ำโขง-แม่น้ำกก โดยการส่งเจ้าลาวคอบมาครองเมืองเชียงของ การที่พญาลาวจกราชส่งเจ้าลาวคอบมาครองเมืองเชียงของนั้น บดินทร์ กินาวงค์ (2546: 100) ได้เสนอเหตุผลสำคัญ 2 ประการ

ประการแรก ทางทิศใต้ของเมืองเชียงของเป็นต้นทางที่จะเดินทางเข้าสู่เมืองเงินยาง เมืองเชียงของจึงมีความสำคัญในการควบคุมเส้นทางคมนาคมตามลำน้ำโขงเมืองเชียงของและหลวงน้ำทาของลาว และคุมสายลำน้ำอิงที่มุ่งสู่เมืองลอ เมืองเทิง และเมืองพะเยา

ประการที่สอง สามารถควบคุมเมืองต่างๆ ตามลุ่มน้ำโขงและลุ่มน้ำอิง ที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยสุวรรณโคตมคำ สามารถเก็บส่วยนาและควบคุมกำลังคนได้ง่าย

ดังนั้น เมืองเชียงของนับว่ามีความสำคัญต่อเมืองนครเงินยางเชียงแสนในระดับเมืองลูกหลวงหรือหัวเมืองชั้นเอก กระทั่งเมืองเชียงของภายใต้การปกครองของเจ้าคำเรืองซึ่งเป็นเชื้อสายลาวคอบไม่ยอมสวามิภักดิ์ต่อพญามังราย เป็นเหตุให้พญามังรายยกพลจากเมืองฝางมาตีเมืองเชียงของเมื่อปี พ.ศ. 1812 เมืองเชียงของจึงขึ้นกับเมืองเชียงราย จนถึงสมัยพญาแสนภู กษัตริย์แห่งราชวงศ์มังรายองค์ที่ 3 (เพิ่ม สิทธิสมบัติและคณะ, 2553: 1, 3)

เมื่อครั้งพม่าปกครองล้านนา ตรงกับสมัยของพระเจ้าบุเรงนอง แห่งราชวงศ์ตองอูของพม่า พระองค์มีนโยบายให้เจ้าเมืองเดิมของเมืองนั้นๆ ปกครองตามเดิมแต่ต้องยอมสวามิภักดิ์ต่อพม่า กระทั่งปี พ.ศ. 2276 พม่าออกคำสั่งให้เมืองแพร่ น่าน ลำปาง ฝาง สาด เชียงของ และเทิง ขึ้นตรงต่ออำนาจเมืองเชียงแสน เพื่อป้องกันไม่ให้เมืองเหล่านี้ต่อต้านพม่า กล่าวได้ว่าพม่าได้รวมศูนย์อำนาจการปกครองหัวเมืองประเทศราชไว้ที่เมืองเชียงแสน ปี พ.ศ. 2312 เป็นช่วงที่พม่าตอนเหนือต้องรบกับจีนฮ่อ เชียงแสนนับเป็นฐานสำคัญของกษัตริย์พม่า โดยได้ระดมคนจากเชียงตุง เมืองกาย เมืองยอง ภูคา เชียงราย และเชียงของมาขุดคูเมืองขนาดใหญ่ไว้ป้องกันการโจมตี เชียงของนับว่าเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญของเมืองเชียงแสน (นิวัฒน์ ร้อยแก้ว และคณะ, 2547: 57-58) หลังจากที่พม่าพ่ายแพ้ในการทำศึกสงครามเชียงแสนซึ่งเปรียบเสมือนเป็นฐานที่มั่นสุดท้ายของล้านนา เชียงแสนจึงกลายเป็นเมืองร้าง ขณะที่เชียงของได้รับการฟื้นฟูสร้างเมืองขึ้นมามากครั้ง โดยการสนับสนุนของเมืองน่าน เชียงของเริ่มมีบทบาทในฐานะเมืองหน้าด่านที่สำคัญของเมืองน่าน ซึ่ง โสภิตา วีรกุลเทวัญ (2555: 24-25) ได้สรุปเงื่อนไขที่ทำให้เชียงของกลายเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

ประการแรก กิจกรรมการค้าคาราวานที่ใช้เส้นทางการค้าจากเชียงของ ข้ามแม่น้ำโขงไปยังเมืองต่างๆ จนถึงเชียงรุ่ง สิบสองปันนา เชียงของจึงเป็นสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดเก็บค่าเรือข้ามฟากแม่น้ำโขง เก็บภาษีจากสินค้าที่พ่อค้านำมาขาย และควบคุมตลอดจนบังคับให้เมืองขึ้นต่างๆ ที่อยู่บริเวณชายแดน การควบคุมจัดเก็บภาษีต่างๆ เหล่านี้เป็นวิธีการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจแก่เมืองน่านวิธีการหนึ่ง

ประการที่สอง เชียงของนับเป็นเมืองศูนย์กลางในการจัดเก็บบรรณาการต่างๆ จากหมู่บ้านหรือเมืองต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่บริเวณฝั่งตะวันตกของแม่น้ำโขง นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนสิ่งของระหว่างเช่น ของป่า ตะกร้า ข้าว เครื่องเงิน โดยนำมาแลกเปลี่ยนกับเหล็ก เสื้อผ้า

เป็นต้นกำเนิดแม่น้ำสายเล็กสายน้อยที่คอยหล่อเลี้ยงเมืองเชียงของ ซึ่งยังมีแม่น้ำสายกลางคือแม่น้ำอิงที่สามารถใช้เดินทางไปเมืองลอ เมืองจุน ถึงเมืองพะเยา และแม่น้ำสายใหญ่คือแม่น้ำโขงที่เป็นเส้นทางขึ้นไปหลวงพระบางหรือลงไปเมืองเชียงแสน ซึ่งที่ตั้งของเมืองเชียงของนับได้ว่าเป็นเมืองเสบียงอาหารที่สามารถเลี้ยงตัวเองได้ขณะเดียวกันฐานะของการเป็นเมืองลูกหลวงก็สามารถสนับสนุนเมืองอื่นๆได้”

การปฏิรูปการปกครองของโดยการนำเอาการบริหารราชการรูปแบบมณฑลเทศาภิบาลมาใช้โดยการกำหนดอาณาเขตของปกครองภายใต้อำนาจของข้าหลวงเทศาภิบาลที่ถูกส่งมาจากรัฐส่วนกลาง ส่งผลให้เชียงของซึ่งแต่เดิมขึ้นตรงต่อแขวงเชียงคำ ได้รับการยกฐานะเป็นกิ่งแขวงเชียงของขึ้นตรงกับจังหวัดเชียงราย กระทั่งในปี พ.ศ. 2457 จึงได้รับการยกฐานะเป็นอำเภอ ซึ่งผู้ที่ดำรงตำแหน่งเป็นเจ้าเมืองเชียงของคนสุดท้ายคือ พระยาจิตวงศ์วรยศรังศรี (เจ้าน้อยจิตวงศ์) ซึ่งเป็นต้นตระกูลจิตตางกูร และได้รับการแต่งตั้งเป็นนายอำเภอเชียงของคนแรก ซึ่งตรงกับสมัยรัชกาลที่ 5 (เกษม จิตตางกูร, 2526)

เมืองเชียงของนอกจากเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ยังเป็นเมืองอู่อารยธรรมทางพระพุทธศาสนาที่มีความเจริญรุ่งเรือง โดยมีการนำเอาวิทยาการความรู้ทางเทคโนโลยีในสมัยนั้นมาใช้ในการสร้างพระ เห็นได้จากข้อมูลที่มีการรวบรวมไว้ของเทศบาลตำบลศรี (2555) ที่บ่งบอกถึงเรื่องราวเหล่านี้เมื่อครั้งมีการสร้างวัดพระเจ้าเข้ากาด ซึ่งไม่ปรากฏหลักฐานแน่ชัดว่าสร้างขึ้นปี พ.ศ. ไต แต่ทว่า เมื่อพิจารณาจากประวัติอำเภอเชียงของแล้วน่าจะสร้างขึ้นเมื่อประมาณปี พ.ศ. 1805 ในสมัยนั้นเป็นที่พักอาศัยของขอมต่อมาได้ถูกรุกรานจึงได้อพยพหนีไปและได้ตั้งวัดแห่งนี้ไว้เป็นวัดร้าง จากการค้นพบและสังเกตสถานที่แห่งนี้จะมีสถานที่หล่อและเก็บพระพุทธรูปสมัยเชียงแสนโดยฝีมือของคนในท้องถิ่น ซึ่งพบสถานที่ขุดทองเหลืองมาหล่อเป็นพระพุทธรูปอยู่ถนัดออกไปทางทิศตะวันออก ซึ่งมีชื่อเรียกว่าดอยบ่อทอง (บ่อตอง) เป็นบ่อร้างอยู่บนยอดดอย ยังคงมีให้เห็นในปัจจุบันและภายหลังได้เริ่มมีชาวบ้านเข้ามาอาศัยอยู่ แต่ไม่มีผู้คนเข้าไปดูแลปฏิบัติสังฆกรรม เมื่อระยะเวลาผ่านไปจึงเกิดการชำรุดทรุดโทรม เนื่องจากผู้คนมีความเชื่อและเกรงกลัวด้วยเป็นวัดร้าง แต่มีพระพุทธรูปตลอดจนพระเครื่อง อยู่มากมาย จึงทิ้งไว้ไม่ได้ดูแลจนทำให้พระพุทธรูปถูกก้อนอิฐและกระเบื้องพังทับถมไว้ใต้ดิน นานต่อเนื่องเป็นเวลาหลายปี

ต่อมาได้มีเจ้าเมืองผู้ปกครองเมืองเชียงของสมัยนั้นได้ทราบข่าวนี้จึงได้เดินทางมากับชาวฝรั่งเศสที่มาค้าไม้สักยังประเทศลาว และได้พากันมาที่วัดร้างแห่งนี้เพื่อทำการขุดค้นเอาพระพุทธรูปขึ้นมา แล้วให้คนงานขนนากลับไปที่วัดหลวงและคัดเลือกเอาเฉพาะพระพุทธรูปองค์ที่มีความสวยงามไป ส่วนองค์ที่ชำรุดหรือมีตำหนิกี่ทิ้งไว้ สำหรับการขนส่งในสมัยนั้นส่วนมากจะใช้เรือ ในการขนส่งจากแม่น้ำอิงลงสู่แม่น้ำโขง ในปี พ.ศ. 2500 ชาวบ้านหลวงได้พากันขึ้นไปขุดค้นเพื่อหาพระพุทธรูปและของมีค่าต่างๆ ซึ่งสามารถขุดพบพระพุทธรูปจำนวนมากในรูปแบบต่างๆ เช่น พระพิมพ์ที่ทำด้วยเนื้อ

ชิน เนื้อดินเผา เนื้อผงมุก โลหะอื่นๆ บางองค์ทำด้วยทองสัมฤทธิ์ ทองคำหรือเพชร ซึ่งพระพิมพ์ที่ขุดขึ้นมาได้คือ พระใบโพธิ์ชิน ใบโพธิ์ดิน ใบโพธิ์หน้ายักษ์ พระรอด พระคงดำ พระคงแดง พระสองพี่น้อง พระสามเหลี่ยม พระสิงห์ พระนาคสวย พระพุทธรูปที่แกะสลักด้วยหิน แต่ส่วนมากได้ถูกก้อนอิฐและกระเบื้อง ดินเผาทับถมทำให้องค์พระบางส่วนหักเสียหายไป พระพิมพ์ส่วนที่เสียหายไปนั้นมีเป็นจำนวนมากมาย ไม่มีผู้ใดต้องการและสนใจ หลังจากชาวบ้านได้ทำการขุดค้นทำให้สภาพของวัดแห่งนี้ถูกทำลายไปหมดคงเหลือแต่ซากกองหิน ซากอิฐโบราณ หักพังทับถมกันอยู่ ผู้ที่ไม่เคยทราบมาก่อนก็คงไม่รู้ว่า เป็นสถานที่สำคัญ เนื่องจากขาดการดูแลและมีต้นไม้ขึ้นจนจำแทบไม่ได้

3) เชียงของยุคสงครามเย็น

ยุคสงครามเย็นที่โลกแบ่งออกเป็นสองขั้วระหว่างค่ายประชาธิปไตยนำโดยสหรัฐอเมริกา กับ ค่ายคอมมิวนิสต์ที่นำโดยโซเวียต ซึ่งสถานการณ์ทางการเมืองระหว่างประเทศมีผลในทางปฏิบัติต่อพื้นที่เมืองเชียงของ บรรยายากาทางการเมืองในยุคสงครามเย็นในปลายทศวรรษ 2490 – ทศวรรษ 2520 แม้ว่าเหตุการณ์สู้รบจะเกิดขึ้นที่ประเทศลาว แต่ได้ส่งผลกระทบต่อเนื่องต่อไทยในหลายด้าน ทั้งด้านการเมืองซึ่งเชียงของเปรียบเสมือนเป็นหน้าด่านที่ต้องเผชิญกับการเผยแพร่แนวคิดของลัทธิคอมมิวนิสต์ที่แผ่ขยายมาตั้งแต่จีน เวียดนาม และลาว ตามลำดับ ขณะเดียวกันกลายเป็นพื้นที่หลบภัยสงคราม (โสภิตา วีรกุลเทวัญ, 2548: 36) สงครามเย็นส่งผลให้มีการเคลื่อนย้ายกลุ่มผู้คนที่อพยพหนีภัยสงครามเข้ามาตั้งถิ่นฐานที่เมืองเชียงของ กลุ่มชาติพันธุ์ในเมืองเชียงของประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์ ลัวะ ม้ง ลาหู่ จีนฮ่อ อาข่า เมียนหรือเย้า ยวนหรือคนเมือง กัมพู และลื้อ ทำให้แต่ละกลุ่มชาติพันธุ์เริ่มสร้างกลไกความสัมพันธ์ในลักษณะของการพึ่งพาอาศัยช่วยเหลือกัน แต่ทว่ากลุ่มชาติพันธุ์ในเมืองเชียงของยังคงรักษาจารีตประเพณีวัฒนธรรมของตนเองอย่างเหนียวแน่น ดังที่ จันเพ็ญ ยอดสุวรรณ์ ครูโรงเรียนเชียงของวิทยาคม กล่าวว่า

“กลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อเป็นกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งที่สามารถรักษาจารีตประเพณีวัฒนธรรมอย่างเหนียวแน่นเห็นได้จากการจัดงานจุลกฐินไทลื้อที่มีการจัดงานอย่างยิ่งใหญ่ทุกปี รวมถึงการแต่งกายภาษาพูดซึ่งจะมีลักษณะเฉพาะคือ การพูดพูดหัววนๆ เสียงดัง และหากพูดถึงไทลื้อเชียงของก็จะมีลื้อบ้านห้วยเม็ง ลื้อบ้านหาดบ้าย ลื้อบ้านศรีดอนชัย”

การแต่งกายชาวไทลื้อถือว่ามีเอกลักษณ์เฉพาะโดยมีความโดดเด่นแตกต่างจากกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ซึ่งจะแต่งกายด้วยชุดผ้าทอไทลื้อ หญิงชาวไทลื้อในอดีตทุกคนก่อนแต่งงาน จะต้องทอผ้าได้เพื่อจัดเตรียมที่นอน หมอน และชุดแต่งงานของตน (เอกสารอิตเก่าฮอยเดิมสืบสานตำนานไทลื้อ, :14-15) เมื่อกล่าวถึงเชียงของหลายคนจะนึกถึงผ้าทอไทลื้อที่หมู่บ้านหาดบ้ายและศรีดอนชัย ซึ่งที่หมู่บ้านศรีดอนชัยนั้นมีการสร้างพิพิธภัณฑ์ลื้อลายคำ เพื่อสืบสานสายใยผ้าทอไทลื้อโดยมีการจัดแสดงผ้าทอโบราณของชาวบ้านศรีดอนชัยและชาวไทลื้อจากแหล่งต่างๆ ประกอบด้วย ชุดเครื่องแต่งกายชาย –

หญิง ผ้าทอสำหรับใช้สอยในครัวเรือนเป็นต้นว่า ที่นอน หมอน มุ้ง รวมถึงผ้าทอสำหรับใช้ในพิธีกรรม เช่น ผ้าทอคัมภีร์ ตุง นอกจากนั้นยังมีห้องฉายภาพยนตร์เกี่ยวกับเรื่องราวของบ้านศรีดอนชัย อัตลักษณ์ไทลื้อ ผ้าทอไทลื้อเชียงของ นับว่าเป็นการต่อยอดให้เห็นถึงการรักษาวัฒนธรรมไทลื้อของคนวัยหนุ่มสาว ดังที่ สุริยา วงศ์ชัย ปัจจุบันอายุ 33 ปี ผู้เป็นเจ้าของพิพิธภัณฑ์ลื้อลายคำและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนอัตลักษณ์ไทลื้อ ได้สะท้อนถึงตัวตนของความเป็นไทลื้อว่า

“จิตใจที่ได้เกิดมาเป็นลูกหลานไทลื้อ ได้สืบทอดมรดกวัฒนธรรมไทลื้อให้คงอยู่สืบไป”

ปัจจุบันเชียงของประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์จำนวน 9 กลุ่ม ได้แก่ ม้ง ลาหู่ จีนฮ่อ อาข่า เมี่ยนหรือเย้า ก่ามู ลื้อ ลัวะ และยวนหรือคนเมือง ยังผลให้ภายหลังเกิดการแลกเปลี่ยนผสานวัฒนธรรมความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆฝ่ายการแต่งงาน แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าในแต่ละพื้นที่กลุ่มชาติพันธุ์แต่ละกลุ่มยังคงมีการรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่น นอกจากนี้ไทลื้อแล้ว ม้งนับว่ามีความน่าสนใจในเชิงวัฒนธรรมประเพณี ในการแทรกแซงของกลุ่มผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ ม้งได้หนีไปอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ หลังจากที่รัฐบาลไทยสนับสนุนในเรื่องอาหารการกิน และจัดที่อยู่อาศัยให้ เพราะไม่ต้องการให้ม้งเข้าร่วมเป็นกองกำลังของฝ่ายคอมมิวนิสต์ และเมื่อเหตุการณ์สงบลงม้งก็กลับคืนถิ่นของตนเองตามสายเครือญาติ ม้งเป็นอีกหนึ่งกลุ่มชาติพันธุ์ที่เข้มแข็งทางวัฒนธรรมและธำรงรักษาอัตลักษณ์ของตนไว้อย่างเหนียวแน่นผ่านงานประเพณีปีใหม่ม้งและงานประกวดธิดาม้ง ซึ่งจัดขึ้นในเดือน มกราคมและเดือนเมษายนของทุกปี งานประเพณีดังกล่าวเป็นการสร้างพื้นที่ให้กับพี่น้องชาวม้งเชียงของได้มีโอกาสมาพบเจอกัน เพื่อสืบสานประเพณีวัฒนธรรมของตนเอง

4) เชียงของยุคการพัฒนาเศรษฐกิจ

คำขวัญอำเภอเชียงในห้วงเวลาที่ผ่านมาก็สะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์เชียงของในภาพรวมดังเช่นในอดีตคำขวัญเชียงของคือ “เชียงของ ท่องแดนลาว สาวสวนส้ม ชมปลาบึก” ปัจจุบันมีการเปลี่ยนใหม่เป็น “หลวงพ่อเพชรคูเมือง ลือเลื่องปลาบึกหาดไคร้ แหล่งผ้าทอน้ำไหล ประตูลิขิตอินโดจีน”

คำขวัญดังกล่าวเป็นการหลอมรวมเอาสิ่งที่เป็นลักษณะเด่นของเชียงของมาถักทอร้อยเรียงเข้าด้วยกัน แม้ว่าคำขวัญข้างต้นจะเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ต่างกันแต่มีบางเรื่องราวที่มีความเหมือนกัน เช่นคำว่า “ท่องแดนลาว” กับ “ประตูลิขิตอินโดจีน” นับเป็นการต่อยอดถึงอัตลักษณ์เชิงพื้นที่เชียงของในฐานะเมืองชายแดนที่เอื้ออำนวยต่อการค้าขายมีความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ ด้วยที่ตั้งของเมืองเป็นเส้นทางสำคัญในการติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านโดยมีแม่น้ำโขงเป็นจุดเชื่อมโยง อีกทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมประเพณี ผ่านพิธีการบวงสรวงปลาบึก การสืบทอดวิธีการทอดผ้าลายน้ำไหลที่มีลักษณะเฉพาะ นับเป็นภาพสะท้อนถึงวิถีชุมชนของคนริมโขง

อย่างไรก็ตาม ด้วยบริบทของเมืองเชียงของที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์เป็นพื้นที่ราบลุ่มชนาด้วยเทือกเขาและมีแม่น้ำอิง แม่น้ำโขงไหลผ่านซึ่งเอื้อต่อการคมนาคมทางน้ำมาแต่อดีตและยังสามารถเดินทางติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน แต่ก่อนการค้าในพื้นที่เมืองเชียงของมีรูปแบบเป็นไปตามวิถีของคนชายแดนซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับพ่อค้าได้เป็นอย่างดี ดังที่ ไมตรี ช้อนกลิ่นสกุล ในบทบาทของอดีตกำนันในพื้นที่เล่าให้ฟังว่า

“ตอนนี้อายุ 88 ปีแล้ว เมื่อย้อนกลับไปหลายสิบปีก่อนในสมัยวัยหนุ่มได้ทำการค้ากับฝั่งลาวนั้นมีรายได้ดีมากเพราะยังไม่มีการค้าตั้งด่าน เป็นการค้าขายตามวิถีของชาวบ้านที่อาศัยอยู่พื้นที่ชายแดน”

ด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ดังกล่าวเชียงของจึงถูกจัดวางในมิติของการพัฒนาด้านเศรษฐกิจการค้าชายแดน เห็นได้จากความพยายามในการพัฒนาโครงสร้างทางเศรษฐกิจในภูมิภาคลุ่มน้ำโขงช่วงปี พ.ศ. 2533 การที่ลาวได้เปิดด่านเพื่อการค้าผนวกกับการดำเนินนโยบายเปลี่ยนสนามรบให้เป็นการค้าของรัฐบาลพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ ซึ่งเป็นยุคการค้าเสรีสู่สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ เพื่อการค้าและการท่องเที่ยวส่งผลให้เมืองเชียงมีนักลงทุนและนักท่องเที่ยวภายนอกเข้ามาในพื้นที่มากขึ้นจนมีสถานะเป็นเมืองท่าหรือเมืองการค้าชายแดน เรียกได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญสำหรับเมืองเชียงของในมิติด้านเศรษฐกิจเป็นต้นว่าราคาที่ดินพื้นที่ขยับตัวสูงขึ้น

มีการสำรวจเส้นทางการค้าชายตามแนวลำน้ำโขง เพื่อพัฒนาเส้นทางคมนาคมโดยขยายเส้นทางค้าขายในลำน้ำโขงภายใต้ โครงการระเบิดเกาะแก่งเพื่อเปิดการเดินเรือขนส่งสินค้าขนาดใหญ่ ซึ่งสะท้อนให้เห็นการทำลายระบบนิเวศทางธรรมชาติเพื่อแลกกับผลประโยชน์ทางการค้า ตามนโยบายการค้าเสรีของรัฐและองค์กรข้ามรัฐ เมื่อปี พ.ศ. 2544 ภายใต้โครงการเดินเรือพาณิชย์ขนาดใหญ่ในลำน้ำโขง หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า โครงการระเบิดเกาะแก่งเพื่อเปิดการเดินเรือพาณิชย์ขนาดใหญ่ร่วมกันระหว่างจีน พม่า ลาว ไทย (นิวัฒน์ ร้อยแก้ว และนพรัตน์ ละมุล, 2553: 25) การดำเนินนโยบายระหว่างประเทศ เมืองเชียงของกับบทบาทของการเป็นเมืองชายแดนถูกกำหนดกรอบทิศทางการพัฒนาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เชียงของถูกผลักดันเพื่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องทั้งเชิงนโยบายและโครงการต่างๆ ของรัฐ ล่าสุดเชียงของถูกประกาศให้เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย

การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย (เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ระยะที่ 2) ประกอบไปด้วย 21 ตำบล ใน 3 อำเภอ ของจังหวัดเชียงราย ได้แก่ อำเภอเชียงของ เนื้อที่ประมาณ 3,021 ไร่ อำเภอเชียงแสน เนื้อที่ประมาณ 2,500 ไร่ อำเภอแม่สาย เนื้อที่ประมาณ 870 ไร่ การประกาศเขตการลงทุนในจังหวัดเชียงรายจะให้ออกาสแก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เป็นอันดับแรกเพื่อที่จะช่วยให้นักลงทุนในพื้นที่สามารถแข่งขันกับนักลงทุนรายใหญ่จากภายนอก รวมถึงการ

ปรับเปลี่ยนระบบการผลิตให้เหมาะสมและสอดคล้องกับนักลงทุนรายใหญ่เพื่อสร้างความสมดุลของวงจรธุรกิจ

แต่สำหรับการศึกษาในครั้งคณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาเฉพาะในอำเภอเชียงของ ได้แก่ ตำบลศรี้ง ตำบลบุญเรือง ตำบลริมโขง ตำบลเวียง ตำบลศรีดอนชัย ตำบลสถาน ตำบลห้วยซ้อ เป็นพื้นที่การศึกษา โดยพื้นที่ดังกล่าวมีทั้งศักยภาพและโอกาสที่สามารถเชื่อมโยงไปทางตอนใต้ของจีน (มณฑลยูนนาน) ในเส้นทาง R3A จึงสามารถให้บริการด้านโลจิสติกส์แก่จีนตอนใต้ และพื้นที่ทางตอนบนของพม่าและสปป.ลาว เพื่อขนส่งสินค้าออกทางทะเลที่แหลมฉะเชิงชอง เป็นทั้งเมืองการค้า ท่องเที่ยว ศูนย์ขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ และเป็นพื้นที่ที่สามารถเตรียมความพร้อมเป็นพื้นที่โลจิสติกส์ พาณิชยกรรม จัดตั้งเป็นสำนักงานการค้าและศุลกากร (วรารุณี เรือนคำ, 2558) ในส่วนของจุดเด่นของเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงรายนั้นสามารถเชื่อมโยงระหว่างประเทศไปยังประเทศคู่ค้าที่สำคัญได้แก่ สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐประชาชนจีน (จีนตอนใต้) ในขณะที่พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดอื่นๆ นั้นเชื่อมต่อเพียงหนึ่งประเทศ ดังนั้น เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงรายจึงสร้างความแตกต่างอย่างมากในการเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญต่อการตัดสินใจมาลงทุนของนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่า อำเภอเชียงของตั้งอยู่บริเวณจุดยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมสำหรับการค้าชายแดน ซึ่งหากย้อนมองกลับไปคนเชียงของแต่เดิมมีวิถีชีวิตการค้าขายมาแต่อดีต ด้วยต้นทุนทางภูมิศาสตร์ที่เอื้อต่อการเป็นเมืองศูนย์กลางทางการค้าในแถบน้ำโขง ดังนั้นที่ตั้งของเมืองจึงเปรียบเสมือนแรงดึงดูดให้กลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์เข้ามามีปฏิสัมพันธ์ผ่านการค้าชายแดนและส่งผลต่อการแลกเปลี่ยนผืนดินทางวัฒนธรรม ในประเด็นที่กล่าวมานั้น โสภิตา วิจารณ์เทวัญ (2548: 41) ได้สรุปอัตลักษณ์ของเมืองเชียงของในทศวรรษ 2540 โดยมีประเด็นร่วมที่น่าสนใจ เชียงของเป็นเมืองชายแดนที่อยู่ระหว่างการพัฒนาให้เป็นเมืองท่าแห่งหนึ่งของอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงตอนบน ขณะที่ภาคเศรษฐกิจของเมืองชายแดนแห่งนี้ส่วนใหญ่มุ่งคงผูกโยงกับวิถีการค้าและการทำเกษตรกรรมของผู้คนในสังคมท้องถิ่น โดยสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับผู้คนข้ามพรมแดนรัฐชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในฝั่งลาว

4.1.2 ภูมินิเวศเชียงของ

จากคำขวัญ “แอ่วเชียงของ ท่องแดนลาว สวสนสัมผัส ชมปลาบึก” ในปี 2532 แสดงให้เห็นถึงเชียงของที่เป็นเมืองแห่งการค้าและวัฒนธรรมที่สามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศลาวได้ ทั้งยังมีความหลากหลายของชาติพันธุ์ของชุมชนหรือบ้านห้วยเม้งที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีบทบาททางเศรษฐกิจในพื้นที่สูงและมีวิถีชีวิตสัมพันธ์กับแม่น้ำโขงซึ่งเป็นแหล่งจับปลาบึกที่สำคัญของโลก

อำเภอเชียงของเป็นอำเภอชายแดน ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดเชียงราย มีอาณาเขตติดต่อกับ สปป.ลาว โดยมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นกั้นอาณาเขตระยะทางยาวประมาณ 42 กิโลเมตร บนพื้นที่ประมาณ 800.46 ตารางกิโลเมตร โดยลักษณะภูมิประเทศของอำเภอเชียงของนั้นเป็นพื้นที่ราบ สลับกับเทือกเขา มีพื้นที่ด้านทิศเหนือ และทิศตะวันออกบางส่วนติดกับแม่น้ำโขง ซึ่งฝั่งตรงข้ามคือ เมืองห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีประชากรอาศัยอยู่ในพื้นที่หลายเชื้อชาติ เช่น ไทลื้อ ขมุ ชาวมูเซอ แม้ว เย้า โดยกลุ่มไทลื้อโดยมากจะอาศัยอยู่ที่ บ้านห้วยเม็ง และบ้านศรีดอนชัย อพยพมาจากทาง สิบสองปันนา ทางตอนใต้ของประเทศจีนโดยยึดอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก

ในการพิจารณาถึงภูมิเนวศของเชียงของ ทางคณะผู้วิจัยได้พิจารณาโดนแบ่งประเด็นดังนี้
 ประเด็นแรก ภูมิเนวศที่เหมาะสมแก่การเกษตรกรรมและการประมง
 ประเด็นที่สอง ภูมิเนวศที่เหมาะสมแก่การเดินทาง
 ประเด็นที่สาม ภูมิเนวศที่เหมาะสมแก่การค้าขาย

1) ภูมิเนวศที่เหมาะสมแก่การเกษตรกรรมและการประมง

อำเภอเชียงของมีลักษณะเป็นพื้นที่ราบลุ่มขนาดใหญ่ และเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ ทั้งมีสันเขาที่ขนาบข้างทำให้เชียงของมีความชุ่มชื้นตลอด ด้วยลักษณะดังกล่าวในอดีต ทำให้เชียงของเปรียบเสมือน แหล่งผลิตเสบียงอาหาร ให้กับเมืองเชียงแสนในอดีต เพราะเป็นแหล่งพื้นที่เพาะปลูกทางการเกษตร ที่สำคัญ และมีความมั่นคงทางอาหาร นอกเหนือจากการเกษตรแล้ว ยังมีการทำประมง ในแม่น้ำโขง ซึ่งถือว่าเป็นแม่น้ำที่มีความสำคัญ เพราะมีระบบนิเวศที่หลากหลายทำให้มีพันธุ์พืชแม่น้ำโขง มากกว่า 65 ชนิด แม่น้ำโขงบริเวณเชียงของนี้จึงเป็นแหล่งอาศัย แหล่งอาหารและที่วางไข่ของปลา ซึ่งลักษณะทางภูมิศาสตร์นี้เองที่แสดงให้เห็นว่าชุมชนทั้งสองฝั่งแม่น้ำโขง มีลักษณะพึ่งพาแม่น้ำโขงทั้งการหาปลาการเก็บไถ การทำเกษตรริมโขง รวมทั้งการท่องเที่ยว

แหล่งระบบนิเวศที่สำคัญในเชียงของแห่งหนึ่งคือคอนผีหลง ซึ่งระบบนิเวศของแม่น้ำโขงในบริเวณดังกล่าวประกอบด้วย

(1) ผา เป็นระบบนิเวศที่ถือเป็นเอกลักษณ์ของแม่น้ำโขงในบริเวณนี้ มีลักษณะเป็นแท่งหินหรือกลุ่มหิน ในแม่น้ำที่มีความสลับซับซ้อนอันประกอบด้วยร่องน้ำลึก ผาแห่งนี้ยังก่อให้เกิดระบบนิเวศและเป็นระบบนิเวศที่สลับซับซ้อนส่วนที่จมอยู่ใต้น้ำเป็นบ้านของปลาที่ปลาอาศัยและวางไข่บริเวณผาจึงพบปลาชุกชุม

(2) คก เป็นบริเวณที่มีหลุมลึกในแม่น้ำโขงและน้ำไหลวนบริเวณดังกล่าวเมื่อกระแสน้ำปะทะจะทำให้เกิดกระแสน้ำวนบริเวณใกล้ใกล้พัดเอาตะกอนทรายออกไปจนทำให้เกิดหลุมลึกบริเวณคกจะมีปวกน้ำ เป็นฟองสีน้ำตาล ในฟองมีแมลง ตัวหนอน ไข่เดือน ซึ่งเป็นอาหารของปลา

(3) ดอน เป็นเกาะกลางน้ำ เกิดจากทรายและก้อนหินขนาดเล็กที่แม่น้ำโขงพัดมาทับถมเป็นตัวบังคับน้ำตามธรรมชาติให้น้ำไหลไปตามร่องน้ำเป็นตัวป้องกันชายฝั่งไม่ให้พังทลายจากกระแสน้ำบริเวณดังกล่าวนี้เองจะพบพืชตระกูลเฟิร์น

(4) หาด เป็นหาดทรายหรือหาดหินลาดหาดบริเวณเชิงของแบ่งออกได้ 2 แบบ 1 หาดซึ่งเกิดจากบริเวณสองฝั่งแม่น้ำโขง 2 หาดซึ่งเกิดจากดอนกลางแม่น้ำ ซึ่งบริเวณดังกล่าวนี้จะพบปลาขนาดเล็กอาศัยอยู่

(5) ร่อง มีลักษณะไหลอ้อมหินผาหรือดอนแล้วไหลลงแม่น้ำใหญ่อีกครั้ง ร่องเป็นที่อยู่ของปลาขนาดเล็ก

(6) หลง ร่องน้ำที่ไม่สามารถไหลเชื่อมกับแม่น้ำหลักได้น้ำในหลงจะเป็นน้ำนิ่งและตื้นบริเวณหลงนี้ จะพบโก๊ะ

(7) หนอง แหล่งน้ำที่มีน้ำขังอยู่ในฤดูแล้งน้อยมีความสำคัญมากเนื่องจากเป็นแหล่งเก็บกักน้ำในฤดูน้ำร้อนบริเวณใกล้หนองยังมีแหล่งอาหารที่สำคัญคือโก๊ะ

(8) แจ่ม แห่ลมที่ยื่นไปในน้ำประกอบด้วยกลุ่มหินผาดอนปลายเป็นแนวช่วยป้องกันการพังทลายของตลิ่งด้านหลังของแจ่มเป็นที่อาศัยของปลาขนาดเล็ก

(9) น้ำห้วย น้ำห้วยมีความสำคัญต่อปลาในแม่น้ำโขงอย่างมากเพราะในหน้าน้ำหลาก น้ำจากแม่น้ำโขงจะท่วมน้ำห้วยปลาจะอพยพเข้ามาวางไข่ของอาหารอยู่อาศัยและเติบโตในลำน้ำนี้ น้ำห้วย มีความสำคัญต่อปริมาณน้ำและระบบนิเวศโดยรวมของแม่น้ำโขงเป็นแหล่งเพิ่มปริมาณน้ำแก่แม่น้ำโขงและทำให้เกิดความสมบูรณ์ของป่าต้นน้ำ

(10) ริมฝั่งเป็นบริเวณที่เชื่อมกับหาดทรายหาดหินกลุ่มหินผาและแม่น้ำเป็นแหล่งเพาะปลูกพืชไร่พืชสวนครัวและผลไม้ริมฝั่งโขงหรือเป็นแหล่งทำการเกษตรที่สำคัญของชุมชนริมฝั่งโขงบริเวณคอนผีหลง

(11) กว๊าน เป็นคูกน้ำมีกระแสน้ำหมุนวนเป็นวงกว้างขวางเป็นที่อยู่อาศัยแหล่งหากินและคนที่วางไข่ ปลาที่พบบริเวณนี้ได้แก่ปลาคังปลาค้าวและปลาบึกทำให้บริเวณดังกล่าวมีพันธุ์ปลามากมาย และพันธุ์ปลาหายากและใกล้สูญพันธุ์ซึ่งมีความสำคัญและสร้างชื่อเสียงให้กับเชียงของคือปลาบึก ซึ่งจะวางไข่ในแม่น้ำโขงตั้งแต่เหนือบ้าน เมืองกาญจนบุรีไปจนถึงบ้านแซว ที่เป็นพื้นที่เดียวของ

โลกที่พบปลาบึกมาวางไข่และบริเวณที่จับปลาบึกในลุ่มน้ำโขงแห่งเดียวคือบ้านหาดไคร้ อำเภอสองแคว จังหวัดเชียงราย

โดยการสำรวจประมงนั้น บ้านหาดไคร้ ตำบลเวียงเชียงของมีชื่อเสียงมากที่สุดในการจับปลาบึก ซึ่งจากคำบอกเล่าจากนิวัติ ร้อยแก้ว (ครูตี) ได้กล่าวว่า ลักษณะของแม่น้ำโขงบริเวณอำเภอสองแควของจะเป็นลักษณะเป็นแก่งและร่องหิน จึงเหมาะสมในการวางไข่ของปลาบึก ซึ่งทุกๆปี ปลาบึกจะออกมาวางไข่บริเวณบ้านหาดไคร้ จึงได้เกิดพิธีบวงสรวงเจ้าพ่อปลาบึกขึ้น

นอกเหนือจากแม่น้ำโขงที่มีความสำคัญแล้วยังมีแม่น้ำหลายสาย ไม่ว่าจะเป็นแม่น้ำอิง ซึ่งเป็นแม่น้ำต้นทางที่อำเภอสองแคว จังหวัดพะเยา ไหลผ่าน อำเภอสองแควของในเขต ตำบลห้วยซ้อ ตำบลบุญเรือง ตำบลศรี ตำบลศรีดอนชัย ตำบลสถาน และไหลลงสู่แม่น้ำโขงที่บ้านปากอิง เกิดเป็นแม่น้ำสองสีขึ้น บริเวณที่แม่น้ำไหลผ่านนี้เองที่เป็นพื้นที่แก่งลิง สามารถเก็บกักน้ำได้ในยามหน้าแล้ง ซึ่งทำให้เห็นว่าเมืองเชียงของเหมาะสมแก่การทำเกษตรกรรมและการประมงอย่างมาก

ด้วยระบบนิเวศที่สมบูรณ์และหลากหลายของเชียงของนี้เอง ทำให้ผลผลิตการเกษตรริมโขงมีผลผลิตที่สูงเนื่องจากมีปุ๋ยธรรมชาติที่แม่น้ำพัดพามาทับถมในฤดูน้ำหลาก การเกษตรริมโขงจึงเป็นแหล่งผลิตอาหารและรายได้ที่สำคัญของชุมชนริมฝั่งแม่น้ำโขงของเชียงของตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะไก่อหรือสาหร่ายแม่น้ำโขง ไก่อเป็นสาหร่ายน้ำจืดที่ขึ้นอยู่บนก้อนหินในน้ำไหลเอื่อยๆ ที่ค่อนข้างใสและเป็นน้ำที่มีคุณภาพดี ไก่อ มีลักษณะเป็นเส้นสายยาวสีเขียวสด พบมากในฤดูหนาวจนถึงฤดูฝน ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนพฤษภาคมของทุกปี ไก่อ จะมีอยู่ 3 ชนิด คือ

(1) ไก่อเหนียวหรือไก่อ้ว มีสีเขียวเข้มยาว ไม่แตกแขนง เนื้อไม่ฟู มีน้ำหนักพอสมควร ยาวประมาณ 2 เมตร

(2) ไก่อเปี้ยวหรือไก่อ้ม เกาะหินเป็นกระจุกแล้วกระจาย แผลออกไปเป็น เส้นเล็กฝอยมีจำนวนเส้นมาก เส้นเหนียวและลื่น สีเขียวซีด ยาวประมาณ 80 เซนติเมตร

(3) ไก่อ๊ะ ลักษณะออกเป็นกระจุกอยู่บนกับไก่อ้ม เส้นสั้นและมีความลื่นมากที่เป็นแหล่งอาหารที่สำคัญต่อปลาที่อาศัยอยู่ในแม่น้ำโขง เป็นทั้งผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ให้กับชุมชนชาวเชียงของอีกด้วย

2) ภูมิวิเวศที่เหมาะสมแก่การเดินทาง

เชียงของมีความสัมพันธ์กับแม่น้ำมาโดยตลอดเพราะด้วยลักษณะทางกายภาพของเชียงของที่มีแม่น้ำไหลผ่านหลายสาย จึงเป็นทางผ่านไปยังเมืองต่างๆมากมาย ซึ่งมีแม่น้ำโขงที่เป็นแม่น้ำที่สำคัญในการเดินทางเริ่มตั้งแต่จีนตอนใต้ เข้าสู่ประเทศไทยที่แรกที่สามเหลี่ยมทองคำ ผ่านอำเภอสองแคว เชียงของ และไหลเข้าสู่ดินแดนลาวที่บริเวณแก่งผาได อำเภอสองแคว ซึ่งแม่น้ำโขง

นี้เองได้ไหลผ่านจังหวัดต่างๆ ถึง ๗ จังหวัด คือ จังหวัดเชียงราย จังหวัดเลย จังหวัดหนองคาย จังหวัดนครพนม จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดอำนาจเจริญ และจังหวัดอุบลราชธานี

นอกเหนือจากแม่น้ำโขงแล้วยังมีแม่น้ำที่สำคัญอีกสายคือ แม่น้ำอิง ซึ่งไหลมาจากจังหวัดพะเยา ทำให้การเดินทางไปมาในอดีต มีความสะดวก ทั้งภายในประเทศและนอกประเทศ มีการเชื่อมต่อกันระหว่างกลุ่มคน หลากหลายชาติพันธุ์ อันเป็นเหตุให้เกิดการเคลื่อนย้ายกลุ่มคน จึงเป็นที่มาของอำเภอเชียงของที่มีความหลากหลายทั้งด้านชาติพันธุ์และภาษาในปัจจุบัน ซึ่งคนเชียงของในอดีตมีความสัมพันธ์กับผู้คนในห้วยทราย เห็นได้จากอดีตที่มีการข้ามพรมแดนไปมาหาสู่กันตลอดจนกระทั่งเกิดการแบ่งเขตแดนความเป็นรัฐขึ้น ดังนั้นก่อนสิ้นสงครามโลกครั้งที่ 2 อาณาบริเวณชายแดนเชียงของจึงมีการอพยพโยกย้ายบ้านเรือนระหว่างสองฝั่งโขงเป็นปรากฏการณ์ปกติที่ชาวบ้านในแถบนี้ปฏิบัติมาช้านาน (โสภิตา วีรกุลเทวัญ, 2548)

กลุ่มชาติพันธุ์กลุ่มต่างๆก่อให้เกิดความสัมพันธ์ของผู้คนในด้านต่างๆเกิดการแลกเปลี่ยนสิ่งของการแต่งงานระหว่างพ่อค้ากับคนในท้องถิ่นเพื่อให้เอื้อต่อการค้าการเมืองหรือแม้แต่การสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ (นิติ ภาวครพันธุ์, 2558) เมืองเชียงของยุคลาวจกราชมีเมืองท่าที่สำคัญ 2 สายคือ ลำน้ำของ เป็นเส้นทางไปหลวงพระบาง และลำน้ำอิง เป็นเส้นทางไปเมืองเทิง เมืองลอ หรือเมืองพะเยา ด้วยการเป็นเมืองท่านี้เอง ที่ทำให้เชียงของเป็นจุดพบปะกันและเกิดการผสมผสานกันของกลุ่มคนหลากหลายชาติพันธุ์ ทั้งประเพณี วัฒนธรรม การดำรงชีวิต

แม้กระทั่งในปัจจุบันความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนสองฝั่งยังคงอยู่ในลักษณะเครือญาติ มีการไปมาหาสู่กันโดยตลอด จึงกล่าวได้ว่าลักษณะทางภูมิศาสตร์เชียงของนั้น เอื้อต่อการสร้างความสัมพันธ์ไมตรี และสามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่อื่นได้เป็นอย่างดี ทั้งภายในและภายนอกประเทศ เหล่านี้แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนชายฝั่งริมโขง โดยเฉพาะเชียงของที่มีความสัมพันธ์กับแม่น้ำโขงมาอย่างยาวนาน จึงกล่าวได้ว่าเชียงของเป็นจุดยุทธศาสตร์ในการเดินทางทั้งทางน้ำและทางบก ในปัจจุบันการเดินทางในแม่น้ำโขงนั้นเปลี่ยนรูปแบบออกไป มิใช่เพื่อการขนส่งสินค้าหรือการค้าขาย เพียงอย่างเดียวยังมีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถือเป็นจุดสำคัญที่สร้างรายได้ให้กับชุมชนและเศรษฐกิจของประเทศมาอย่างมากมาย

นอกเหนือจากเส้นทางการเดินทางทางน้ำแล้ว ยังมีเส้นทางการเดินทางทางบกที่มีความสำคัญคือ เส้นทาง R3A โดยเส้นทางหมายเลข 3A (R3A) เป็นเส้นทางสายใหม่เชื่อมโยงระหว่างจีน-ลาว-ไทย โดยเริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2538 ภายใต้โครงการ "สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ" และเปิดใช้อย่างเป็นทางการเมื่อปลายเดือนมีนาคม 2551 เป็นต้นมา “เส้นทาง R3A หรือ คุณมัน กงลู” คือเส้นทางเชื่อมกรุงเทพฯสู่คุนหมิง ซึ่งมีต้นทางเริ่มจากเชียงของ ประเทศไทย-บ่อแก้ว-หลวงน้ำทา-บ่อเต็น ของประเทศลาว-บ่อหาน-เชียงรุ่งหรือจิ่งหง ในแคว้นสิบสองปันนา นครคุนหมิง ภายหลังจากจีนได้บรรลุ

ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการขยายมูลค่าทางการค้าระหว่างภูมิภาคที่จะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ เช่น การค้าขายข้ามประเทศ ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจท่องเที่ยวที่ครอบคลุมความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-Region: GMS) ถือเป็นความร่วมมือสำคัญในการเชื่อมโยงและพัฒนาเส้นทางเศรษฐกิจภายในภูมิภาคอินโดจีน ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐานและกฎระเบียบต่างๆ โดยเฉพาะการพัฒนาเส้นทางตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ (Economic Corridor) ที่จะนำมาซึ่งประโยชน์และก่อเกิดรายได้ให้กับเชียงใหม่

3) ภูมิโนเวศที่เหมาะสมแก่การค้าขาย

ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่มากมาย การขนถ่ายสินค้าที่สะดวก ทั้งจากพะเยา น่าน และเชียงใหม่ เชียงของจึงกลายเป็นศูนย์กลางทางการค้าในอดีตจนถึงปัจจุบัน ด้วยลักษณะที่เหมาะสมแก่การเดินทางนำไปสู่การค้าขายที่มั่งคั่ง เชียงของตั้งอยู่บนเส้นทางการค้าของน่านและหลวงพระบาง ทำให้มีคาราวานจากยูนนานในจีนผ่านเข้ามายังหลวงน้ำทา เวียงภูคา และข้ามน้ำโขงที่เชียงของ (โสภิตา วีรกุลเทวัญ, 2548) ดังนั้นอำเภอเชียงของจึงเปรียบเสมือน เมืองหน้าด่านที่มีการค้าขายผ่านเมืองนี้ก่อนจะเดินทางต่อไปยังหลวงพระบาง ประเทศลาวต่อไป ส่งผลให้เชียงของกลายเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนสิ่งของที่สำคัญ เช่น ข้าว ของป่า ตะกร้า เครื่องเงิน รวมทั้งสินค้าจากเชียงใหม่ และยังเป็นท่าเรือที่สำคัญของแม่น้ำโขงตอนบนที่เชื่อมโยงการค้าระหว่างเชียงใหม่ น่าน และหลวงพระบาง

ด้วยระบบนิเวศที่สมบูรณ์ ที่ตั้งที่เหมาะสม เมืองเชียงของจึงเป็นจุดเชื่อมโยงกับจุดอื่นๆทั้งทางน้ำและทางบก ในอดีตคนสองฝั่งแม่น้ำโขงไปมาหาสู่กันโดยตลอด มีการค้าขาย แลกเปลี่ยนสินค้าที่เป็นผลผลิตจากป่า หรือแม้แต่เกลือที่มาจากน่าน ด้านมิติความสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ ในอดีตมีการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ในเชียงของผ่านพื้นที่ตลาดและมิติความสัมพันธ์อื่นๆระหว่างชาติพันธุ์เช่นคนลื้อและคนยวน ส่วนใหญ่ทำนา ก็จะเอาผลผลิตไปแลกเปลี่ยนกับคนม้งคนลาหู่ (นิวัติ ร้อยแก้ว, 2547)

แต่อย่างไรก็ตามหากจะพิจารณาบริบททางนิเวศวิทยาที่โดดเด่นของอำเภอเชียงของในอดีตและปัจจุบัน บ้างยังคงมีลักษณะคล้ายคลึงกับในอดีต บ้างก็แตกต่างออกไป เช่นทางด้านเกษตรกรรมในอดีตก็จะเป็นการปลูกข้าว เป็นหลัก ซึ่งในปัจจุบันนอกจากปลูกข้าวแล้วคนในพื้นที่ยัง ทำนา ไร่ ข้าวโพด สวนส้ม สวนลิ้นจี่ สวนส้มโอ และพืชผักต่างๆ เพิ่มขึ้นอีกด้วย โดยเฉพาะการทำสวนส้มที่เคยสร้างชื่อเสียงให้แก่อำเภอเชียงของมาแล้ว แต่ในส่วนของการทำการประมงได้มีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากปลาบึกเสี่ยงต่อการสูญพันธุ์จึงได้ห้ามมิให้ทำการจับปลาบึก แต่ยังคงมีพิธีกรรมเพื่อเป็นการอนุรักษ์ประเพณีต่อไป

ทางด้านการเดินทาง เชียงของยังคงเป็นเมืองที่มีลักษณะภูมิศาสตร์ที่เอื้อต่อการเดินทาง และการค้าจนถึงปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว หรือการเดินทางเพื่อการค้าขาย แต่อาจมีความแตกต่างจากในอดีต กล่าวคือในอดีตอาจเป็นการค้าขายในปริมาณที่ไม่มากนัก ความสัมพันธ์ของผู้คนก็เป็นแบบลักษณะเครือญาติ แต่ในปัจจุบันการค้ามีการเติบโตมากขึ้น มีการสร้างท่าเรือเพื่อขนส่งสินค้าเชื่อมต่อไปยังประเทศจีน และด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมแก่การค้า จึงมีการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเชียงของขึ้นในปัจจุบัน ปัจจุบันเชียงของถือเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภายใต้แผนยุทธศาสตร์เมืองชายแดนของประเทศไทยเพื่อรองรับยุทธศาสตร์การเชื่อมโยงเส้นทางการค้าการลงทุนและการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศในอนุภาคลุ่มน้ำโขงจากความสำเร็จได้เปรียบดังกล่าว ทำให้เชียงของได้เปรียบทั้งการลงทุนและการท่องเที่ยว

4.1.3 ความหลากหลายของวัฒนธรรม: อัตลักษณ์เชียงของ

เชียงของ นับว่าเป็นเมืองที่มีอัตลักษณ์ด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมมากที่สุดแห่งหนึ่ง ความหลากหลายดังกล่าว หากพิจารณาแล้วจะพบว่าเกิดมาจากองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทั้งมิติของประวัติศาสตร์ และมิติของนิเวศวิทยา ซึ่งทั้งสองส่วนนี้ต่างยึดโยงซึ่งกันและกัน และเป็นบ่อเกิดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนเชียงของอย่างแยกไม่ออก

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ด้วยด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของเชียงของ ซึ่งติดอยู่กับแม่น้ำโขง จึงทำให้แม่น้ำแห่งนี้เป็นสายเลือดหลักที่หล่อเลี้ยงคนเชียงของมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน กิจกรรมต่างๆ ในทุกมิติทั้งทางด้านวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ เศรษฐกิจ การโยกย้ายถิ่นฐานและความเป็นชุมชน และประวัติศาสตร์ท้องถิ่นล้วนแล้วแต่ยึดโยงอยู่กับแม่น้ำโขง จนชุมชนแห่งนี้ได้รับการเรียกชื่อว่า เชียงของ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งแม่น้ำโขงได้กลายมาเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญยิ่งของอำเภอเชียงของ

เชียงของเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญนับตั้งแต่อดีต ด้วยพื้นที่เชื่อมต่อกับเพื่อนบ้านทั้งพม่า ลาว จีน โดยมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นทางคมนาคมสำคัญ ซึ่งเชื่อมโยงไปยังเมืองต่างๆ เช่น หลวงพระบาง พะเยา น่าน เชียงแสน ฯลฯ จึงก่อให้เกิดการค้าขายระหว่างกันมานับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะการค้าขายกับ เมืองห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งมีพื้นที่ฝั่งตรงข้ามกับอำเภอเชียงของ อย่างไรก็ตาม ความสำคัญในฐานะของการเป็นเส้นทางคมนาคม และการติดต่อค้าขายไม่ได้ส่งผลต่ออัตลักษณ์ของเชียงของในการเป็นเมืองหน้าด่านทางเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่การเป็นเส้นทางคมนาคมการค้าขายระหว่างประเทศต่างๆ ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมิติภูมิสังคมด้วยในเวลาเดียวกัน เมื่อการค้าขายได้นำกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ เข้ามายัง เชียงของ ประกอบกับผลกระทบของสงครามเย็น ซึ่งทำกลุ่มผู้คนชาติพันธุ์ต่างๆ ได้เคลื่อนย้ายอพยพหนีภัยสงครามเข้ามาตั้งถิ่นฐานที่เมืองแห่งนี้ ซึ่งกลุ่มชาติพันธุ์ดังกล่าวประกอบด้วย ลัวะ ม้ง ลาหู่ จีน ฮ่อ อาข่า เมี่ยนหรือเย้า ยวนหรือคนเมือง ก่ามู และลื้อ จึงเป็นที่มาสำคัญที่ทำให้เชียงของในยุค

ปัจจุบันประกอบไปด้วยกลุ่มคนหลากหลายชาติพันธุ์ ซึ่งแต่ละชาตินั้นก็มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่ก็สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างกลมกลืน จนกลายมาเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งของอำเภอเชียงของในปัจจุบันอีกเช่นกัน

สำหรับ ด้านความหลากหลายของวัฒนธรรมของเชียงของ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ โดยจำแนกออกเป็น 2 ด้านใหญ่ๆ คือ วัฒนธรรมอันเกิดจากวิถีชีวิตที่สัมพันธ์กับแม่น้ำโขง และวัฒนธรรมเฉพาะตัวของชาติพันธุ์ในเชียงของ ซึ่งปรากฏหรือสะท้อนผ่านออกมาทางวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และความเชื่อและศรัทธาในพระพุทธศาสนา ซึ่งทั้ง 2 ด้านนี้สะท้อนถึงอัตลักษณ์ที่สำคัญของเชียงของในปัจจุบัน ดังนี้

1) ประเพณีบวงสรวงเจ้าพ่อบลาบิก

การล่าปลาบิกมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างแม่น้ำโขงกับคนเชียงของ เนื่องจากถิ่นกำเนิดของปลาบิกนั้นมีอยู่เพียงที่เดียวที่แม่น้ำโขง ซึ่งเป็นแม่น้ำใหญ่และยาวที่สุดสายหนึ่งในทวีปเอเชีย มีความยาวประมาณ 4,590 กิโลเมตร ซึ่งมีต้นน้ำอยู่ในเขตประเทศจีนในช่วงรอยต่อกับทิเบต และไหลออกสู่ทะเลจีนในเขตประเทศเวียดนาม ขณะเดียวกัน ปลาบิกพบมากในอำเภอเชียงของ เนื่องจากมีภูมิประเทศที่เหมาะสม ประกอบกับลักษณะของสาหร่ายไก่อ ซึ่งเป็นอาหารของปลาบิก พบมากที่แม่น้ำโขงบริเวณอำเภอเชียงของ จึงทำให้การล่าปลาบิกเป็นอาชีพสำคัญของชาวประมงในเขตบ้านหาดไคร้ ตำบลเวียง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงรายมานับตั้งแต่อดีต

ปลาบิกได้รับฉายาว่า "ราชินีแห่งแม่น้ำโขง" และมีอีกชื่อเรียกหนึ่งว่า "ไตรราช" ขณะที่ชาวจีนจะเรียกว่า "ปลาขงเบ้ง" เนื่องจากมีปรัมปราเล่าว่า ขงเบ้งเมื่อครั้งยกทัพมาทำศึกในภาคใต้ของจีนนั้นได้เกิดเสบียงอาหารขาดแคลน จึงอธิษฐานแล้วโยนขุนเชียง ลงในน้ำกลายเป็นปลาขนาดใหญ่ หรือที่รู้จักในชื่อว่า ปลาบิกเพื่อเป็นเสบียงของกองทัพ

ปลาบิก จัดอยู่ในประเภทปลาน้ำจืดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกเท่าที่ชาวประมงเคยจับได้ มีน้ำหนักตั้งแต่ 150-300 กิโลกรัม มีความยาวประมาณ 3 เมตร รูปร่างของปลาบิกนั้นคล้ายกับปลาเทโพหรือปลาซวาย มีลำตัวยาวแบนด้านข้างเล็กน้อย จะงอยปากบานใหญ่ ปลายบนกลม หัวยาวใหญ่นัยน์ตาค่อนข้างเล็ก อยู่ต่ำกว่าระดับมุมปากเล็กน้อย และคล้อยไปทางด้านหลังของมุมปาก ตัวที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไปมีจุดดำๆ คล้ายกับเลขศูนย์ ภาษาไทยล้านนาเรียกว่า "วะ" ปลาบิกที่โตเต็มวัยไม่มีฟันอยู่ในปากเลย ทำให้ไม่นิยมกินเนื้อสัตว์เป็นอาหาร เลือกกินแต่โคลนน้ำ ชาวประมงจึงถือว่าปลาบิกจำศีล และรักษาศีล

ชาวเชียงของเชื่อว่า ปลาบิกเป็นปลาศักดิ์สิทธิ์และมีเทพเจ้าคุ้มครอง ก่อนที่ชาวประมงออกไปจับปลาบิกนั้นจึงต้องมีพิธีบวงสรวงเสียก่อน นับตั้งแต่อดีตชาวประมงในเขตบ้านหาดไคร้ ตำบลเวียง

อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ยึดถือการเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติ โดยสังเกตจากต้นโพธิ์ยักษ์ 2 ต้น ที่มีขนาด 4 คนโอบไม่รอบ ที่ขึ้นอยู่บริเวณวัดหาดไคร้ เป็นสัญลักษณ์ เมื่อถึงช่วงที่ต้นโพธิ์ยักษ์คู่นี้ สลัดทิ้งใบร่วงหล่นจนหมดต้น แสดงว่าถึงช่วงเวลาของการเริ่มออกล่าปลาบึก จนกระทั่งต้นโพธิ์เริ่มผลิใบใหม่จนเขียวชอุ่มดังเดิม ชาวประมงบ้านหาดไคร้ก็จะหยุดล่าปลาบึก

ปรากฏการณ์ธรรมชาติเช่นนี้จะตรงกับช่วงกลางเดือนเมษายน ถึงกลางเดือนพฤษภาคม ของทุกปีเนื่องจากมีงานประเพณีที่ถือปฏิบัติสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ โดยเชื่อว่าปลาบึกเป็นปลาที่มีเจ้าคุ้มครองรักษา ถ้าไม่มีการบวงสรวงไหว้วอนขอจากเจ้าพ่อ และไม่ปลุกขวัญแม่ย่านางเรือให้มีอนุภาพแกร่งกล้าแล้ว ก็ยากที่จะจับปลาบึกได้ ดังนั้น บรรดาชาวประมงหรือพรานล่าปลาบึกบ้านหาดไคร้ จึงได้มีการบวงสรวงกันทุกปีจนกลายเป็นประเพณีพื้นบ้านของท้องถิ่นนี้

ในสมัยก่อน เครื่องเซ่นสังเวยบวงสรวงเจ้าพ่อปลาบึกและแม่ย่านางเรือมีเพียงดอกไม้ธูปเทียนและไก่เป็นๆ โดยจับขาไก่สองข้างให้แน่น และฟาดลำตัวกับหัวเรือให้ตายทั้งเป็น เพื่อให้เลือดกระเซ็นรอบๆเรือ และอวนแหที่ใช้ดักจับปลาบึก ส่วนไก่ก็นำมาเป็นอาหารมาแบ่งกันกินตามประสาต่อมาทางอำเภอเชียงของร่วมกับชาวหาดไคร้ จัดประเพณีบวงสรวงเจ้าพ่อปลาบึก เพื่อเป็นกำลังใจและเป็นโชคลาภแก่ชาวประมง และสงวนรักษาประเพณีที่เคยปฏิบัติ

สถานที่ประกอบพิธีศาลเพียงตาตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง เครื่องบวงสรวง ประกอบด้วยดอกไม้ธูปเทียน ข้าวตอก และเหล้าเปียร์ เดิมทีนั้นชาวบ้านจะใช้ไก่ที่มีชีวิตมาฟาดให้ตายทั้งเป็น ปัจจุบันเปลี่ยนมาเป็นใช้ไก่ที่ต้มสุกแล้ว อาจต้องการลดความรุนแรงและหวาดเสียว และให้ถูกต้องตามพิธีกรรม



ภาพ 8 การจับปลาบึกในแม่น้ำโขง อำเภอเชียงของ

ที่มา : <http://www.manager.co.th/South/ViewNews.aspx?NewsID=9560000118988>

อย่างไรก็ตาม การก่อสร้าง เขื่อน 2 แห่งในประเทศจีน การก่อสร้างท่าเรือน้ำลึกในประเทศริมแม่น้ำโขง 4 ประเทศ ไทย พม่า ลาว จีน ได้ทำให้การขนส่งสินค้าทางเรือตามเส้นทางแม่น้ำโขงตลอดแนวอำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ได้ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศของแม่น้ำโขงถูกรบกวน จึงทำให้ปลาบึก ซึ่งมีนิสัยอยู่อาศัยในที่สงบ ไม่มีการรบกวน และไวต่อสภาพการเปลี่ยนแปลง มีจำนวนลดลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งจากข้อมูลได้สะท้อนให้เห็นการลดจำนวนลงของปลาบึก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 ท่าหาตไคร้จับปลาบึกได้ถึง 69 ตัว แต่ภายหลังปี พ.ศ. 2538 เมื่อเขื่อนในประเทศจีนสร้างเสร็จและการค้าขายทางเรือเพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็ว ใน ปี พ.ศ. 2539 จับปลาบึกได้เพียง 7 ตัว และลดจำนวนลงมาเรื่อย จนกระทั่งปีพ.ศ.2543 ก็ได้เห็นการล่าปลาบึกครั้งสุดท้ายที่อำเภอเชียงของ ซึ่งในปีนั้นจับปลาบึกได้เพียง 2 ตัว

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าประเพณีการล่าปลาบึกจะไม่มีเห็นอีกต่อไปที่อำเภอเชียงของ แต่ประเพณีดังกล่าวก็สะท้อนให้เห็นการเชื่อมโยงระหว่างความเชื่อกับแม่น้ำโขงของคนเชียงของ ซึ่งได้กลายมาเป็นวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการทำมาหากินคนเชียงของ และกลายมาเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญยิ่งของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

2) ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับชาติพันธุ์ในอำเภอเชียงของ

ด้วยภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ดังที่กล่าวมาแล้ว เชียงของเป็นเมืองที่ประกอบด้วยชาติพันธุ์ต่างๆ ได้เคลื่อนย้ายอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐาน จึงทำให้ปัจจุบันเชียงของมีประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ไม่น้อยกว่า 9 กลุ่ม เช่น ไทลื้อ ลาหู่ ขมุ มูเซอ ม้ง เย้า อีเก้อ ลีซอ จีนฮ่อ เป็นต้น หากจะกล่าวถึงกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความโดดเด่นและดำรงอัตลักษณ์ไว้อย่างเด่นชัดที่สุด ต้องกล่าวถึง “ชุมชนไทลื้อ” ซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ที่บ้านห้วยเม็ง บ้านหาดบาย และบ้านศรีดอนชัย ในเขตอำเภอเชียงของ ด้วยความโดดเด่นอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ “ไทลื้อ” ที่อำเภอเชียงของดังกล่าว จึงทำให้กลายมาเป็น “อัตลักษณ์ของเชียงของ” ด้วยในเวลาเดียวกัน ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาแล้วการศึกษาครั้งนี้จึงได้เลือกเน้นศึกษาไปที่กลุ่ม “ไทลื้อ” เป็นหลัก เนื่องจากอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ เริ่มเลือนหายไปและไม่มีความชัดเจนเท่ากับกลุ่มชาติพันธุ์ “ไทลื้อ”

(1) ประวัติไทลื้อที่เชียงของ

หากกล่าวถึง “ไทลื้อบ้านศรีดอนชัย” ได้อพยพมาจากเมืองอุเหนือแคว้นสิบสองปันนามณฑลยูนนานประเทศจีนตอนใต้ ขณะนั้นการทำมาหากินเป็นไปอย่างลำบากและถูกจีนรุกราน ในปี พ.ศ. 2428 ชาวไทลื้อจำนวน 994 คน โดยการนำของ พญาแก้ว จึงได้อพยพมาที่ดอยหลักคำ ซึ่งเป็นเขตแดนจีนติดต่อกับประเทศลาว เป็นเวลา 1 ปี จึงได้อพยพข้ามแม่น้ำโขงมาอยู่ที่ริมแม่น้ำโขงระหว่างน้ำคูก เมื่อปี พ.ศ. 2429 (บริเวณตำบลเวียง อำเภอเชียงของในปัจจุบัน) ต่อมาจึงได้ย้ายมาอยู่ที่ ต.สถาน หลังจากนั้นชาวไทลื้อได้แบ่งเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มแรกตั้งบ้านเรือนที่ บ้านห้วยเม็ง ตำบล

เวียง อ.เชียงของ กลุ่มที่สองย้ายไปลาว ส่วนกลุ่มที่สามย้ายไปอยู่ที่ อ.เวียงแก่น และเมื่อปี พ.ศ. 2496 จึงได้ย้ายมาอยู่ที่ตำบลศรีดอนชัยปัจจุบัน สำหรับไทลื้อบ้านหาดบ้ายนั้น อพยพมาจากประเทศลาวช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 เนื่องจากอยู่ไม่ได้ จึงได้แยกย้ายมาตั้งรกรากที่บ้านหาดบ้าย ซึ่งสมัยก่อนนั้นมีเพียงแค่ 30-40 หลังคาเรือน การสัญจรยังต้องใช้เรือพายเป็นพาหนะหลัก ขณะที่ออกเรือก็ต้องมีแห ฉมวก หากินตามวิถีชีวิตของผู้คนที่อยู่ริมแม่น้ำโขง ซึ่งไทลื้อที่บ้านหาดบ้ายนี้ยังรักษาความโดดเด่นทางด้านภาษา การแต่งกาย และอาหาร



ภาพ 9 ภาพผ้าทอไทลื้อโบราณ

ที่มา : พิพิธภัณฑ์ลื้อลายคำ ตำบลศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

ข้อสังเกตประการหนึ่งของชุมชนไทลื้อที่บ้านศรีดอนชัยนั้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของคนไทลื้อ คือ ชาวบ้านส่วนใหญ่ใช้นามสกุล " วงศ์ชัย " เหมือนกัน เนื่องจากเหตุผลที่ว่า ตามวัฒนธรรมของชาวไทลื้อในโบราณนั้น จะไม่แต่งงานกับคนกลุ่มอื่นที่ไม่ใช่คนลื้อ เพราะคนไทลื้อไม่ต้องการให้คนพื้นเมือง หรือที่ชาวลื้อเรียกว่ากะหล่ำมาหลอกลง จึงไม่ยกลูกสาวให้ง่ายๆ อีกทั้งต้องการให้ลูกหลานรักษาเป็นลื้อแท้ๆต่อไป

ภาษานับเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของไทลื้อ เพราะคนไทลื้อมีภาษาพูดและตัวอักษรเขียนใช้เองมานาน โดยภาษาไทลื้อนั้นจัดอยู่ในกลุ่มภาษาตระกูลไท (ไต) และคำบางคำก็คล้ายกับภาษาเหนือ ซึ่งกล่าวกันว่า ภาษาเหนือน่าจะมรดกมาจากภาษาไทลื้อ ซึ่งคำบางคำมีความคล้ายกัน คนที่ใช้ภาษาคำเมืองจึงสามารถพูดคุยกับชาวไทลื้อในแคว้นสิบสองปันนาได้เข้าใจ และคนไทลื้อที่เชียงของก็มีการใช้ภาษาไทลื้อผสมกับภาษาคำเมืองในการสื่อสารในชีวิตประจำวัน

ด้านวิถีการดำเนินชีวิตนั้น ลักษณะบ้านเรือนของชาวไทลื้อมีถือว่ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งเป็นบ้านไม้ มีใต้ถุนสูง มีหลังคาสูง มุงด้วยหญ้าคา ฝาบ้านทำด้วยไม้ขัดตะ มี “ปุมปุก” หรือชั้นยกระดับก่อนบันไดขึ้นแรก ซึ่งใช้สำหรับวางรองเท้า หรือเป็นบ้านไม้หลังคามุงด้วยแป้นเกล็ด ขณะที่

ห้องครัวของชาวไทลื้อประกอบด้วยเตาไฟรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ตรงกลางเอาดินใส่ไว้เสมอขอบ เพื่อไม่ให้ไฟกระเด็นออกไป มีขาตั้งหม้อที่ทำจากดินเหนียว 3 ขาเรียกว่า “ก้อนเส้า” สามารถเลื่อนเข้า เลื่อนออกได้ตามขนาดของหม้อที่ทำกับข้าว เตาไฟของชาวไทลื้อก็จะมีไฟติดอยู่ตลอด สมัยก่อนพอ ทำกับข้าวเสร็จก็จะเอาชี้อัดกลับไว้ แล้วก็ออกไปทำไร่นา พอกลับมาตอนเย็นก็สามารถทำกับข้าว ต่อได้เลยโดยไม่ต้องใช้ไม้ขีด ก็เป็นอีกหนึ่งภูมิปัญญาของชาวไทลื้อ ซึ่งปัจจุบันสามารถดูบ้านลักษณะ ดังกล่าวได้ที่ วัดท่าข้ามศรีดอนชัย ต.ศรีดอนชัย อ.เชียงของ ซึ่งได้มีการนำมาปลูกไว้ภายในบริเวณวัด

(2) ผ้าทอ “ลายน้ำไหล” : อัตลักษณ์ของไทลื้อที่เชียงของ

ผ้าทอไทลื้อ นับเป็นศิลปะที่โดดเด่นของชาวไทลื้อ ซึ่งนิยมใช้ผ้าฝ้าย ทอวดลายที่เรียกว่า ลายน้ำไหล สำหรับการแต่งกายนั้นนับว่าเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของไทลื้อที่อำเภอเชียงของ ผู้ชายไทลื้อส่วนใหญ่จะนิยมสวมเสื้อคล้ายเสื้อหม้อห้อม ลักษณะเป็นเสื้อแขนยาวสีดำหรือสีคราม บางตัวอาจ มีเอวลอย แขนเสื้อขลิบด้วยแถบผ้าสีต่าง ๆ มีพื้นผ้าต่อจากสายหน้าป้ายมาติดกระดุมเงินบริเวณใกล้ รักแร้และเอว กางเกงเป็นกางเกงกันลิก เรียกว่า “เต่ว 3 ดูก” สีเสื้อผ้าของผู้ชายไทลื้อส่วนใหญ่จะเป็นสีเทา สีดำ ถ้ามีงานบุญจะใส่สีขาว หรือสีดำ ผ้าขาวม้าคาดพุง ผ้าโพกศีรษะด้วยผ้าสีน้ำตาล สีขาว สีดำ



ภาพ 10 ผ้าทอไทลื้อลายน้ำไหล

ที่มา : ศูนย์ทอผ้าบ้านศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

ส่วนผู้หญิงมักจะสวมเสื้อที่มีลักษณะเฉพาะเรียกว่าเสื้อปิด แขนยาวตัดเสื้อเข้ารูป เหวลอยมีสายหน้าเฉียงผูกติดกันด้วยด้ายพันหรือแถบผ้าเล็ก ๆ ที่มุมซ้ายหรือขวาของลำตัว ชายเสื้อนิยมยกลอยขึ้นทั้งสองข้าง สาบเสื้อขลิบด้วยแถบผ้าสีต่าง ๆ ประดับด้วยกระดุมเม็ดเล็กเรียงกัน สวมชินไถลื้อที่มีลวดลายกลางตัวชิน ส่วนหัวชินเป็นผ้าฝ้ายสีดำหรือสีน้ำตาล ขาว ส่วนตีนชินเป็นผ้าพื้นสีดำ สีเสื้อผ้าของผู้หญิงไถลื้อจะใช้ในโอกาสที่แตกต่างกันออกไป เช่น ถ้ามีงานบุญจะใส่เสื้อปิดสีขาว โปกหัวด้วยผ้าสีขาว ส่วนเสื้อผ้าสีดำจะสวมใส่ในงานประเพณีหรืองานแต่งงาน

มีข้อน่าสังเกตว่า คนไถลื้อมักแต่งกายด้วยผ้าดำ โปกหัวด้วยผ้าขาวสวยงาม ทั้งนี้เป็นเพราะว่าสีดำเป็นสีประจำชาติของไทย ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่า อาจจะเป็นเพราะในวิถีชีวิตของชาวไถลื้อนอนรวมกันหมด เมื่อแต่งงานก็จะไปอยู่รวมกันเป็นครอบครัวใหญ่ บ้านก็ไม่มีห้อง ดังนั้น การมีมุ้งดำก็ทำให้กิจกรรมตอนกลางคืนสะดวกขึ้น

กล่าวสำหรับ "ผ้าชิน" ของผู้หญิงไถลื้อ ซึ่งนับว่าเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของผ้าไถลื้อที่เรียกว่า "ชินตา" ซึ่งเป็นผ้าชินที่มี 2 ตะเข็บ มีลักษณะโครงสร้างประกอบด้วย 3 ส่วนคือ หัวชินสีแดง ตัวชินลายขวางหลากหลายสีต่อตีนชินสีดำ ความเด่นอยู่ที่ตัวชิน ซึ่งมีริ้วลายขวางสลับสีสดใส และตรงช่วงกลางมีลวดลายที่ทอด้วยเทคนิคจก เกาะหรือล้วง เป็นลายรูปสัตว์ในวรรณคดี ลายพรรณพฤกษา และลายเรขาคณิต จากการศึกษากลุ่มไถลื้อในประเทศไทย พบว่า เอกลักษณ์การทอผ้าที่สำคัญของกลุ่มชนนี้ คือ การทอผ้าด้วยเทคนิค เกาะหรือล้วง (Tapestry Weaving) หรือที่เป็นที่รู้จักกันว่า "ลายน้ำไหล" ซึ่งเป็นเทคนิคที่มีความยุ่งยากซับซ้อน แต่ทำให้เกิดลวดลายและสีสันที่งดงามแปลกตา และเป็นอัตลักษณ์อันโดดเด่นเฉพาะกลุ่มที่แตกต่างจากผ้าชินของกลุ่มชาติพันธุ์ไทกลุ่มอื่น ๆ ซึ่งปัจจุบัน ชุมชนไถลื้อที่ อ.เชียงของยังมีความสามารถทอผ้าเกาะล้วงแบบนี้ได้

ปัจจุบัน ชาวบ้านรวมกลุ่มกันจัดทำผ้าทอไถลื้อแบบดั้งเดิม ทั้งการดั่งฝ้าย การย้อมฝ้าย การต่อฝ้าย และการปั่นฝ้าย ที่นี้มีเสื้อผ้าทอมากมาย และมีการสาธิตแสดงการทอผ้า เพื่ออนุรักษ์และรักษาอัตลักษณ์การทอผ้าแบบไถลื้อไว้ที่ ศูนย์ทอผ้าสตรีวัดท่าข้ามศรีดอนชัย ต.ศรีดอนชัย อ.เชียงของ จ.เชียงราย

(3) การนับถือพุทธศาสนา : อัตลักษณ์ของคนไถลื้อที่เชียงของ

ชาวไทยลื้อ เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่ยึดมั่นในพระพุทธศาสนา ดังจะเห็นได้จากมีประเพณีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับศาสนาเป็นจำนวนมาก เช่น ประเพณีตานก๋วยสลาก ประเพณีสงกรานต์ และประเพณีขึ้นธาตุ อีกทั้งวัดที่เป็นสถาปัตยกรรมแบบไถลื้อยังมีความงดงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยหลังคาโบสถ์หรือวิหารจะเป็นสองชั้น หลังคาชั้นล่างยาวคลุมตัวอาคาร มุมชายคาประดับด้วยไม้แกะสลักรูปสัตว์ป่าหิมพานต์ ส่วนภายในโบสถ์หรือวิหารจะมีพระพุทธรูป ไม้ที่แกะสลักจากไม้ซ้อ

เรียกว่า พระเจ้าไม้ซ่องค์เล็กๆ ประดิษฐานอยู่ข้างพระประธาน อีกทั้งยังประดับด้วยตุ้ง หรือธงแขวนอยู่หลายผืนซึ่งชาวลื้อนิยมทำบุญถวายด้วยตุ้งด้วยความเชื่อที่ว่าเมื่อเสียชีวิตแล้วจะได้เกาะชายตุ้งขึ้นสู่สรวงสวรรค์

ปัจจุบัน ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา อันสะท้อนให้เห็นความเชื่อและความศรัทธาของคนไทยลื้อ ยังคงดำเนินอยู่อย่างต่อเนื่องที่ อ.ศรีดอนชัยผ่านประเพณี “จุลกฐิน” ซึ่งในภาษาลื้อ หมายถึง “ผ้าท้นใจ”

“จุลกฐิน” เป็นกฐินประเภทหนึ่ง ซึ่งคนชุมชนต้องมีความสมัครสมานสามัคคี ร่วมมือร่วมใจกันเร่ง “ผลิต” ผ้ากฐินให้เสร็จภายในคืนเดียว เพื่อให้ทันถวายพระตอนรุ่งเช้า โดยเริ่มตั้งแต่การเก็บปุ๋ยฝ้ายจากต้นฝ้ายที่ได้ปลูกเตรียมไว้ นำปุ๋ยฝ้ายที่เก็บได้ ไปหีบเพื่อเอาเมล็ดออก ตีปุ๋ยฝ้ายให้ฟูและตีเป็นเส้นเพื่อปั่นให้เป็นด้าย นำด้ายไปกรอใส่หลอด และนำเส้นฝ้ายจากหลอดไปทอเป็นผ้า เมื่อทอจนได้เป็นผ้าผืนออกมาแล้ว นำมาย้อมสีและตัดเย็บให้เข้ารูปเป็นผ้ากฐิน เสร็จแล้วจึงพับใส่พาน เตรียมไว้ให้พร้อมสำหรับพิธีถวายผ้ากฐินในตอนเช้า

สำหรับชาวลื้อแล้ว จุลกฐินถือเป็นประเพณีที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะวัฒนธรรมของลื้อนั้น มี 2 สิ่งที่โดดเด่น แสดงถึงอัตลักษณ์หรือความเป็นตัวตนของ “คนลื้อ” นั่นคือการนับถือพระพุทธศาสนา และการทอผ้า จากบทความเรื่อง “เยี่ยมถิ่นไทลื้อ ที่สิบสองพันนา” เขียนโดยอาจารย์ยุพิน เข้มมุกด์ ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ในหนังสือ “วิถีไทลื้อ เมืองสิบสองพันนา” จัดพิมพ์โดยโครงการศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาประเทศเพื่อนบ้าน สำนักวิชาการ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่ได้กล่าวถึงความสำคัญดังกล่าวว่า

“...แม่ญิงไทลื้อได้ชื่อว่ามี ความเชี่ยวชาญด้านการทอผ้าเป็นเลิศ เป็นภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดกันมารุ่นแล้วรุ่นเล่า แม้จะมีเหตุการณ์เปลี่ยนผ่านทางการเมืองมาหลายครั้ง แม่ญิงไทลื้อไปอยู่ที่ไหน ก็จะไม่ละทิ้งเรื่องการทอผ้า เมื่อเข้าไปในวิหารวัดไทลื้อ สิ่งหนึ่งที่น่านมหัสจรรย์มาก คือลวดลายที่วิจิตรงดงาม บอกเล่าเรื่องราวที่เกี่ยวกับพุทธศาสนาลงบนผืนผ้า ที่เรียกว่า “ตุ้ง” รวมถึงสิ่งของที่ถวายเป็นพุทธบูชา แม่ญิงไทลื้อมีความสามารถในการนำเอาภูมิปัญญากับวัฒนธรรมการทอผ้า เรื่องราวทางพุทธศาสนา วรรณกรรม จาริต ประเพณี มาไว้บนผืนผ้าได้อย่างลงตัวสวยงาม นี่คือผลงานที่บรรพชนไทลื้อได้สร้างสรรค์ขึ้นจนกลายเป็น อัตลักษณ์ที่โดดเด่น...”

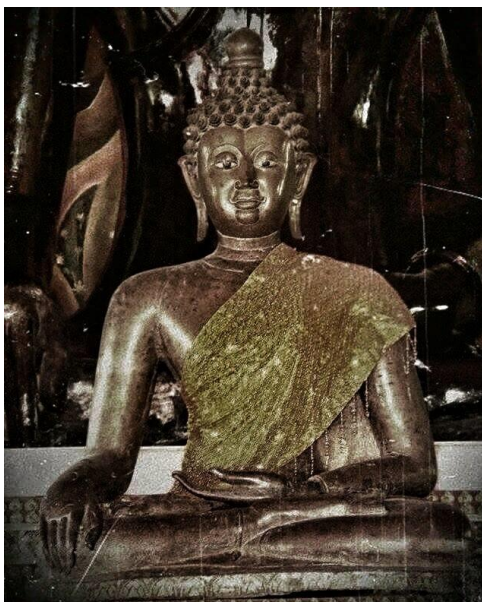


ภาพ 11 งานจุลกฐินไทลื้อ

ที่มา : วัดท่าข้ามศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

ปัจจุบัน ชุมชนไทยลื้อต่างๆ ในอำเภอเชียงของ ทั้งที่ตำบลเวียงเชียงของ บ้านหาดบ้าย ตำบลริมโขง ตำบลศรีดอนชัย ยังคงสืบสานประเพณี “จุลกฐิน” มาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นหนึ่งที่สะท้อนอัตลักษณ์ของคนไทลื้อและคนเชียงของ

(4) หลวงพ่อเพชร : พระคูเมืองเชียงของ



ภาพ 12 หลวงพ่อเพชร ณ วัดศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

ที่มา : [https://www.facebook.com/408912342560924/photos/a.524899757628848.](https://www.facebook.com/408912342560924/photos/a.524899757628848.1073741829.408912342560924/999794263472726/?type=3&theater)

1073741829.408912342560924/999794263472726/?type=3&theater

“หลวงพ่อพฺพร” เป็น พระพุทธรูปบูชาขนาดใหญ่ ปางมารวิชัย (สิงห์หนึ่ง) สมัยเชียงแสน องค์พระสูง 50 นิ้ว ฐานเตี้ย 5 นิ้ว แบบบัวหงาย เฉพาะฐานลงรักปิดทอง

หน้าตักเฉพาะองค์พระกว้าง 40 นิ้ว รวมฐานกว้าง 43 นิ้ว พระโมลี เป็นลักษณะบัวตูม (ปัจจุบันไม่ใช่ของเดิม พระโมลีของเดิมได้สูญหายไปขณะที่เคลื่อนย้ายมาครั้งแรก)

พระเศศ เป็นเกลียวเหมือนกันหอย แฉกหน้า นับแต่ต้นพระกรรณ (หู) ด้านขวาขององค์ พระถึงด้านซ้ายมี 15 เส้น

พระพักตร์อิมเอบ พระเนตรเบิกกว้าง พระเนตรมีสีขาว และสีดำแจ่มใส มองเห็นได้ชัด พระหนุ (คาง) บุมุ พระศอ (คอ) มีรอยวงแหวน 4 วง ริมพระโอษฐ์ด้านซ้ายและขวางามอน เป็นรูประ จับสวยงามมาก

พระองค์ นั่งขัดสมาธิเพชร พระหัตถ์ขวาวางพาดเข้า พระหัตถ์ซ้ายวางหงายบนพระเพรา (ตัก) พระหัตถ์ซ้าย หล่อเป็นท่อนแยกต่างหาก ถอดออกจากพระพาหา (แขน) ได้ มีลิ่มสลักสำหรับ ถอดเข้า-ออกได้ และนิ้วซึ่งยกขึ้นเหมือนจะกระดิกได้ นิ้วพระหัตถ์อ่อนช้อยสวยงาม เหมือนมีชีวิต ฝ่าพระบาททั้ง 2 เป็นรอยกงจักรที่มองเห็นได้ชัด

สังฆาฏิ พาดบนพระอังสะ ลงมาถึงบนราวมม ปลายผ้าสังฆาฏิแบ่งเป็นแฉกแยกกัน หลวงพ่อพฺพร แม้จะทรงครองจีวร แต่ยังมองเห็นหัวถัน ดูคล้ายไม่มีผ้าจีวรปิด (อันทำให้ผู้เชี่ยวชาญการดู พระพุทธรูปถือว่าเป็นสิ่งหนึ่งรุ่นแรก สมัยเชียงแสน)

(5) สาหร่ายโก : อุตลักษณ์ด้านอาหารของไทลื้อที่เชียงของ

อาหารของไทลื้อมีลักษณะคล้ายกับอาหารทางภาคเหนือของไทย เช่น น้ำพริกปู ถั่วเน่า แกงอ่อม ฯลฯ แต่อย่างไรก็ตาม มีข้อน่าสังเกตว่า สาหร่ายโก หรือสาหร่ายน้ำจืดมักจะเป็นอาหารของ ชาวไทลื้อที่มักจะพบได้ทั่วไป ซึ่งนับว่าเป็นจุดเด่นหรืออัตลักษณ์อย่างหนึ่งของชาวไทลื้อที่อำเภอเชียง ของ

สาหร่ายโก เป็นสาหร่ายน้ำจืดสีเขียวซึ่งพบทางภาคเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะแถบ แม่น้ำน่าน ในอำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน และแม่น้ำโขงอำเภอเชียงของจังหวัดเชียงราย สาหร่ายโก แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สาหร่ายโกไหม ซึ่งเส้นสายยาวและอ่อนนุ่มคล้ายเส้นไหม ส่วนอีกประเภท เรียกว่า สาหร่ายโกคั่ว ซึ่งเป็นเส้นสายที่หยาบกว่าสาหร่ายโกไหม เนื่องจากมีการแตกแขนง ซึ่ง สาหร่ายชนิดนี้เจริญอยู่บนก้อนหินในน้ำไหลที่ค่อนข้างใส น้ำไหลเอื่อย ๆ และเป็นน้ำที่มีคุณภาพดี พบได้ทั่วไปในลำธาร หรือแม่น้ำขนาดเล็ก พื้นที่ถ่อน้ำมีหินก้อนใหญ่น้อย และน้ำตื้นใส

ขณะที่สาหร่ายโกที่อำเภอเชียงของนั้นมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจาก จังหวัดน่าน เนื่องจาก เป็นสาหร่ายที่เติบโตในลักษณะน้ำไหล ด้วยระดับน้ำที่พอเหมาะ มีแสงแดดส่องถึงโขดหินที่ยังไม่โผล่

พื้นผิวน้ำในแม่น้ำโขง ทำให้สาหร่ายไก่อที่อำเภอเชียงของนั้นมีสีเขียวเข้มเติบโตได้ดีบนโขดหิน และมีรสชาติที่แตกต่างออกไป

การเก็บสาหร่ายไก่อจากแหล่งน้ำธรรมชาตินั้น ชาวบ้านจะรอให้สาหร่ายเจริญเต็มที่ ซึ่งจะมีขนาดยาวมากตั้งแต่ครึ่งเมตร ไปจนถึง 4-5 เมตร โดย การดึงสาหร่ายที่มีขนาดยาวพอเหมาะออกจากก้อนหินแล้วส่ายไปมาในน้ำให้ดินหรือสิ่งที่เกาะมาหลุดออกไป พาดไว้บนท่อนแขน สะสมไปเรื่อยๆ จนมากพอก็จะม้วนให้เป็นกลุ่มก้อน นำไปตากหรือแปรรูปเป็นอาหารชนิดต่าง ๆ ต่อไป ซึ่งชาวบ้านเรียกวิธีการดังกล่าวว่า การ “จกไก่อ”



ภาพ 13 สาหร่ายไก่อ

ที่มา : <http://www.bloggang.com/mainblog.php?id=poungchompoo&month=08-10-2015&group=49&gblog=172>

สาหร่ายไก่อมักถูกนำมารับประทานแบบสด และยังสามารถนำมาปรุงเป็น ยา ห่อหนึ่ง โดยให้โปรตีนสูงกว่าการรับประทานเนื้อปลา มีวิตามินและเกลือแร่สูงกว่า 18 ชนิด อีกทั้งมีสารต้านมะเร็ง และมีกากใยอาหารสูง ชาวไทลื้อมักจะลงไป “จกไก่อ” และนำมาตากให้แห้งจนเป็นแผ่น เพื่อที่จะเก็บไว้ให้นาน ซึ่งเมื่อจะนำมาปรุงเป็นอาหารนั้นก็มักจะนำมาคั่วในกระทะก่อน จากนั้นจึงนำมาบดและ

ปรุงรสอีกครั้ง ซึ่งอาหารดั้งเดิมที่ชาวบ้านนำสาหร่ายไโกมาประกอบอาหาร คือ "ไถยี้" และ "ห่อหนึ่งไโก" ไถยี้เป็นการนำสาหร่ายไโกมาตากให้แห้ง แล้วนำมาผิงไฟให้กรอบ จากนั้นก็ใช้มือบดขยี้ หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า ยี้ ให้สาหร่ายแตกออกเป็นแผ่นเล็ก ๆ หรืออาจจะให้เล็กจนเกือบป่นละเอียด หลังจากนั้นนำมาปรุงรสด้วย เกลือ และงาขาวคั่ว จะได้ไถยี้ที่มีรสชาติดี หอมทั้งกลิ่นธรรมชาติของสาหร่ายและงาคั่วรสเค็มปะแล่มๆ ส่วนห่อหนึ่งไโกนั้นมีลักษณะคล้ายกับห่อหมก เพียงแต่เปลี่ยนจากปลามาเป็นสาหร่ายไโกสด คลุกกับน้ำพริกแล้วนำไปนึ่ง

ปัจจุบัน สาหร่ายไโกเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของคนไทยลื้อและคนเชียงของ โดยได้มีการประยุกต์โดยการแปรรูปสาหร่ายไโกในรูปแบบต่างๆ เช่น สาหร่ายแผ่นกรอบ ซึ่งตากแห้งปรุงรสด้วยเกลือ กระเทียม มาทอดให้กรอบ ข้าวเกรียบไโก คุณก็ กรอบเค็ม กล้วยฉาบ กล้วยยอบ หรือแม้กระทั่งน้ำพริก ซึ่งมีส่วนประกอบมาจากสาหร่ายไโก ซึ่งนับตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 เป็นต้นมา กลุ่มสตรีบ้านหาดไคร้ ได้ก่อตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหาดไคร้ขึ้นมา โดยพัฒนาสาหร่ายไโกเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปต่างๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยมีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนพบว่า สาหร่ายไโกมีคุณค่าทางอาหารมากกว่าสาหร่ายทะเลถึง 10 เท่า จากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทำให้กลุ่มและผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงได้รับความนิยมและยอมรับในตลาด เพราะไโกเป็นสาหร่ายน้ำจืดหายาก เนื่องจากเป็นอาหารของปลาบึกที่มีเฉพาะในแม่น้ำโขงที่อำเภอเชียงของเท่านั้น

จากที่กล่าวมา อัตลักษณ์เชียงของที่พบจากการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนที่สำคัญ ส่วนแรก ด้านประวัติศาสตร์เมืองเชียงของ ซึ่งแบ่งออกเป็น เชียงของยุคตำนาน เชียงของยุคของการเป็นเมือง เชียงของยุคสงครามเย็น และเชียงของยุคการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยในแต่ละยุคสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์เชียงของภายใต้กระแสของการเปลี่ยนแปลงตามเงื่อนไขของกาลเวลาแต่ยังคงไว้ซึ่งความเป็นเมืองท่าทางการค้าและความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ ส่วนที่สองภูมิโนเวศเชียงของที่เอื้อต่อการเกษตรกรรมและการประมง การเดินทางและการค้าขาย ด้วยลักษณะพิเศษของเมืองซึ่งเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำโขง อีกทั้งยังมีน้ำอิง ที่สร้างความอุดมสมบูรณ์ให้กับเมือง และส่วนที่สามความหลากหลายของวัฒนธรรม อันได้แก่ ประเพณีบวงสรวงเจ้าพ่อปลาบึก ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับชาติพันธุ์ในอำเภอเชียงของ และประวัติไถลื้อที่เชียงของ ที่สะท้อนผ่านผ้าทอ “ลายน้ำไหล” : อัตลักษณ์ของไถลื้อที่เชียงของ การนับถือพุทธศาสนา : อัตลักษณ์ของคนไทลื้อที่เชียงของ และสาหร่ายไโก: อัตลักษณ์ด้านอาหารของไถลื้อที่เชียงของ ดังภาพ



ภาพ 14 อัตลักษณ์เชียงของ

4.2 อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

จากที่ได้นำเอาข้อมูลอัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ในด้านประวัติศาสตร์ ด้านภูมิโนเวศ และด้านความหลากหลายของวัฒนธรรม มาคัดเลือกเพื่อหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของ เชียงของ พบว่ามีจำนวน 9 รายการที่ถูกคัดเลือกจากการสนทนากลุ่ม ได้แก่ ปลาบึก เมืองคำชาย ชายแดน สหรัยไโก ผ้าทอ “ลายน้ำไหล” ประเพณีไหลเรือ น้ำโขงหรือน้ำของ จุดชมวิวยุทธราชชาติ แม่น้ำสองสี (อิง พิง โขง) วัดพระแก้วและวัดหลวงไชยสถาน และหลวงพ่อบุเชน ทั้งนี้เมื่อนำอัตลักษณ์ ที่โดดเด่นของเชียงของมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้เพื่อจัดทำเป็นร่างข้อเสนอเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของ แหล่งท่องเที่ยวเชียงของ (ในภาคผนวก ก.) ผ่านการระดมความคิดเห็นร่วมกับผู้นำที่เป็นทาง/ ไม่เป็น เป็นทางการ ประชาชนชาวบ้าน นักวิชาการท้องถิ่น กลุ่มนักธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย ผู้ประกอบการใน เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของนั้น เพื่อค้นหาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ศักยภาพสูงและมี อัตลักษณ์เด่นชัดสามารถสรุปลำดับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของ ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 สรุปลำดับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของ

ลำดับ	อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของ	ร้อยละ
1	หลวงพ่อบุเชน	84
2	ปลาบึก	80
3	เมืองคำชายชายแดน	74
4	สหรัยไโก	72
5	ประเพณีไหลเรือ	70
6	วัดพระแก้วและวัดหลวงไชยสถาน	68
7	ผ้าทอ “ลายน้ำไหล”	68
8	น้ำโขงหรือน้ำของ	66
9	จุดชมวิวยุทธราชชาติแม่น้ำสองสี (อิง พิง โขง)	54

1. หลวงพ่อบุเชน จากคำขวัญประจำอำเภอเชียงของที่ว่า “หลวงพ่อบุเชนคู่เมือง ลือเลื่อง ปลาบึกหาดไคร้ แหล่งผ้าทอน้ำไหล ประเพณีอินโดจีน” ประกอบกับการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า สิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่เมืองเชียงของที่นักท่องเที่ยวเมื่อได้มาเยี่ยมเยือนเชียงของแล้วต้องไปกราบสักการบูชาเพื่อเป็นสิริมงคลคือ “หลวงพ่อบุเชน” ซึ่งประดิษฐานไว้ ณ วัดศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัด เชียงราย เรียกได้ว่าเป็นพระคู่บ้านคู่เมืองเชียงของและเป็นศูนย์รวมใจของคนเชียงของ

จากข้อมูลทางประวัติศาสตร์ที่บันทึกความเป็นมาของ “หลวงพ่อพะชร” โดยย้อนถอยกลับไปเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2465 ขณะที่ชาวบ้านบ้านเกียงใต้ ตำบลห้วยซ้อ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ได้ออกไปหาของป่าบริเวณใกล้กับหมู่บ้านซึ่งบริเวณพื้นที่ดังกล่าวเดิมเป็นที่ตั้งของวัด ทั้งนี้ยังคงมีร่องรอยของวัดร้างและซากปรักหักพัง ซึ่งชาวบ้านได้พบ “พระโมลี” ของพระพุทธรูปโผล่พ้นเหนือพื้นดินจึงได้ชักชวนกันขุดปรากฏว่า พบพระพุทธรูปจำนวนมากมีทั้งองค์ขนาดเล็กและใหญ่ รวมถึงองค์ “หลวงพ่อพะชร” รวมทั้งหมดมีพระพุทธรูปจำนวนทั้งสิ้น 25 องค์ โดยชาวบ้านได้นำไปถวายวัดแต่ก็ยังมีชาวบ้านบางคนนำไปเป็นสมบัติส่วนตัว

สำหรับ “หลวงพ่อพะชร” นั้นชาวบ้านได้ช่วยกันขุดขึ้นมาจากดินแต่ก็ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ ผู้นำหมู่บ้านจึงรายงานให้นายอำเภอและเจ้าคณะอำเภอทราบ พระยาจิตตวงษ์วรยศรีงษี (นายอำเภอเชียงของ) และพระครูโสภณจริยกิจ (เจ้าคณะอำเภอ) ในขณะนั้น จึงขอแรงชาวบ้านที่มีเกวียน ยกขบวนกันไปอาราธนา “หลวงพ่อพะชร” เพื่อนำมาประดิษฐานไว้ ณ วัดศรีดอนชัย ตำบลเวียง อำเภอเชียงของ ชาวบ้านนำเกวียนมาร่วมขบวนประมาณ 4-5 เล่ม เพื่อนำมาเคลื่อนย้าย “หลวงพ่อพะชร” โดยเกวียนทุกเล่มถูกประดับประดาอย่างสวยงาม แต่อย่างไรก็ตาม การไปอาราธนา “หลวงพ่อพะชร” ไม่ง่ายอย่างที่คิดไว้ เนื่องจากมีชาวบ้านกลุ่มใหญ่ได้ฝ่าหลวงพ่อพะชรไว้ ซึ่งเห็นว่าพวกเขาเป็นผู้พบและขุดขึ้นมา ควรจะเป็นสมบัติของชาวบ้านจึงจะถูกต้องและชอบธรรม นายอำเภอจึงได้เจรจาและพูดจูงใจให้ชาวบ้านยินยอมมอบหลวงพ่อพะชรโดยให้เหตุผลว่า จะอัญเชิญไปเป็นที่สักการะบูชาให้เป็นพระคู่บ้านคู่เมืองของอำเภอเชียงของ และจะประดิษฐานไว้ ณ วัดศรีดอนชัย ซึ่งเป็นวัดที่อยู่ติดกับที่ว่าการอำเภอเชียงของ ในที่สุดชาวบ้านจึงยินยอมมอบ “หลวงพ่อพะชร” ให้กับทางการ แต่มีเงื่อนไขว่าให้ผู้ร่วมขบวนยกกันเอง โดยชาวบ้านจะไม่ร่วมยกหลวงพ่อพะชรขึ้นสู่เกวียนเด็ดขาด การที่ “หลวงพ่อพะชร” ถูกฝังอยู่ในดินเป็นเวลานานทำให้บริเวณใต้ฐานมีดินอยู่ซึ่งชาวบ้านเชื่อว่าการจำยก “หลวงพ่อพะชร” ขึ้นมาจากดินได้นั้นเป็นเรื่องที่ยากมาก

นายอำเภอและคณะจึงหารือกันและตัดสินใจทำพิธีเสี่ยงทาย กับ เทพดาอารักษ์ที่สิงสถิตย์อยู่ในวัดร้างแห่งนั้น โดยมอบให้เป็นหน้าที่ของฝ่ายสงฆ์หลวงพ่อพะชรพระครูโสภณจริยกิจ และครูบาคำปัน จึงทำพิธีจุดธูปเทียนบูชา อธิษฐานว่า

“ในการที่ฝ่ายสงฆ์และฝ่ายบ้านเมืองได้มาขออาราธนาหลวงพ่อกีเพราะหลวงพ่อกีเป็นพระพุทธรูปองค์ใหญ่สวยงาม ถ้าจะให้ประดิษฐานอยู่ที่วัดเกียงนี้ หมู่บ้านก็ยังไม่เจริญ จึงอยากให้หลวงพ่อกีไปประดิษฐานอยู่ที่วัดศรีดอนชัย ทางฝ่ายสงฆ์และฝ่ายบ้านเมืองจะได้สักการะบูชา เทอดทูนเอาไว้เป็นพระคู่บ้านคู่เมืองสืบต่อไปภายหน้า และขณะนี้ฝ่ายสงฆ์และฝ่ายบ้านเมืองมีเจ้าเมืองเชียงของและชาวบ้านก็เตรียมเกวียนมาหลายเล่ม ประดับตกแต่งเรียบร้อยแล้ว เพื่อจะมาขออาราธนาหลวงพ่อกี และตั้งขบวนแห่ไปในวันนี้ และพร้อมนี้ได้เตรียมคน 7 - 8 มาหามหลวงพ่อกีขึ้นเกวียน ถ้า

พวกข้าพเจ้าทั้งหลายมีบุญวาสนาจะได้กราบได้ไหว้สักการะหลวงพ่อดีหรือถ้าหลวงพ่อดีเอ็นดูรับคำอาราธนาแล้วก็ดี ก็ขอคน 7-8 คนนี้ยกหลวงพ่อก่อนและหามหลวงพ่ไปได้โดยง่าย ถ้าหลวงพ่อดีไม่อนุญาต และไม่รับคำนิมนต์ และจะประดิษฐานอยู่วัดบ้านเกียงนี้ก็ขออย่าขยับเขยื้อนเคลื่อนไปไหน”

เมื่อกล่าวจบทุกคนกราบแล้วชายฉกรรจ์ทั้ง 8 คน ช่วยกันยกขึ้น ปรากฏว่า สามารถยกขึ้นโดยง่าย แล้วทุกคนจึงกระวีกระวาดช่วยกันคนละไม้คนมือนำ “หลวงพ่อพะชร” ขึ้นเกวียนที่เตรียมไว้ ขบวนแห่และการเฉลิมฉลอง ณ วัดศรีดอนชัย ในวันนั้นมีเสียงฆ้อง กลองสะบัดไชย ดังสนั่นไปทั่วบริเวณ บรรยากาศฉ่ำเย็น ท้องฟ้าสีคราม ท่ามกลางแมกไม้หนาทึบ มีการเฉลิมฉลอง พระภิกษุสามเณรสวดชยันโต มีการตีกลองมอญเซิ้ง และการร่ายรำของสาวแก่แม่เฒ่า ทั้งในและนอกวิหาร สร้างความอิ่มใจและความมีชีวิตชีวาให้กับชาวเมืองโดยทั่วกัน เนื่องจากในวันที่มีการอาราธนา “หลวงพ่อพะชร” มาประดิษฐาน ณ วัดศรีดอนชัย ซึ่งใกล้กับวันมาฆบูชาจึงกำหนดให้วันมาฆบูชาเป็นวันสงกรานต์หลวงพ่อพะชร และถือเป็นประเพณีของอำเภอเชียงที่ปฏิบัติกันต่อเนื่องทุกปี ซึ่งปี พ.ศ. 2560 เป็นปีที่ครบรอบ 95 ปี

“หลวงพ่อพะชร” เป็น พระพุทธรูปบูชาขนาดใหญ่ ปางมารวิชัย (สิงห์หนึ่ง) สมัยเชียงแสน องค์พระสูง 50 นิ้ว ฐานเตี้ย 5 นิ้ว แบบบัวหงาย เฉพาะฐานลงรักปิดทอง

หน้าตักเฉพาะองค์พระกว้าง 40 นิ้ว รวมฐานกว้าง 43 นิ้ว พระโมลี เป็นลักษณะบัวตูม (ปัจจุบันไม่ใช่ของเดิม พระโมลีของเดิมได้สูญหายไปขณะที่เคลื่อนย้ายมาครั้งแรก)

พระเกศ เป็นเกลียวเหมือนกันหอย แฉกหน้า นับแต่ต้นพระกรรณ (หู) ด้านขวาขององค์พระถึงด้านซ้ายมี 15 เส้น

พระพักตร์อิมเอบ พระเนตรเบิกกว้าง พระเนตรมีสีขาว และสีดำแจ่มใส มองเห็นได้ชัด พระหนุ (คาง) บุ่ม พระคอ (คอ) มีรอยวงแหวน 4 วง ริมพระโอษฐ์ด้านซ้ายและขวางามอน เป็นรูปประจับสวยงามมาก

พระองค์ นั่งขัดสมาธิเพชร พระหัตถ์ขวาวางพาดเข้า พระหัตถ์ซ้ายวางหงายบนพระเพรา (ตัก) พระหัตถ์ซ้าย หล่อเป็นท่อนแยกต่างหาก ถอดออกจากพระพาหา (แขน) ได้ มีลิ่มสลักสำหรับถอดเข้า-ออกได้ และนิ้วซึ่งยกขึ้นเหมือนจะกระดิกได้ นิ้วพระหัตถ์อ่อนช้อยสวยงาม เหมือนมีชีวิต ผ่าพระบาททั้ง 2 เป็นรอยงจักรที่มองเห็นได้ชัด

สังฆาฏิ พาดบนพระอังสะ ลงมาถึงบนราวนม ปลายผ้าสังฆาฏิแบ่งเป็นแฉกแยกกัน หลวงพ่อพะชร แม้จะทรงครองจีวร แต่ยังมองเห็นหัวถัน ดูคล้ายไม่มีผ้าจีวรปิด (อันทำให้ผู้เชี่ยวชาญการดูพระพุทธรูปถือว่าเป็นสิ่งหนึ่งรุ่นแรก สมัยเชียงแสน)

2. ปลาบึก แม้ว่าปรากฏการณ์จับปลาบึกในแม่น้ำโขงที่เชียงของได้สิ้นสุดลงเมื่อปี พ.ศ. 2549 ตามโครงการส่งมอบมองปลาบึกของชมรมปลาบึกบ้านหาดไคร้แก่สหภาพสากลว่าด้วยการอนุรักษ์ เนื่องจากจำนวนปลาบึกที่จับได้มีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง จนสถานภาพของปลาบึกในขณะนั้นตกอยู่ในสถานะของปลาที่ใกล้สูญพันธุ์ อันมีสาเหตุสำคัญสองประการคือ การล่าปลาบึกจากพรานปลาบึกที่ไม่มีระบบหรือกลไกในการควบคุมและสภาพแวดล้อมของแม่น้ำโขงที่เปลี่ยนไปภายใต้โครงการพัฒนาร่องน้ำเพื่อการเดินเรือเชิงพาณิชย์หรือ “โครงการระเบิดแก่ง” และโครงการสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ทางตอนบนของแม่น้ำโขง การจับปลาบึกจึงได้จางหายไปพร้อมกับกระแสของการอนุรักษ์ คงเหลือไว้แต่พิธีบวงสรวงเจ้าพ่อปลาบึก

อย่างไรก็ตาม ปลาบึกยังคงเป็นอัตลักษณ์ของเชียงของโดยเฉพาะในเชิงการท่องเที่ยว เชียงของเป็นแหล่งแพร่พันธุ์ปลาบึกแห่งแรกของโลก (*The First Place in the World Reproduction of Giant Catfish*) ปลาบึกเป็นปลาน้ำจืดที่ไม่มีเกล็ดหรือปลาหนังที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ดังที่ มีการสำรวจของหนังสือ *Guinness Book of World Records* พบว่า มีการบันทึกถึงปลาบึก เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2529 โดยให้นิยามปลาบึก ว่าเป็นปลาน้ำจืดที่ใหญ่ที่สุดในโลกที่ใช้ทุกช่วงเวลาของชีวิตอาศัยอยู่ในน้ำจืด หรือน้ำกร่อย และพบได้เฉพาะในแม่น้ำโขง และฉบับปี พ.ศ. 2548 กล่าวไว้ว่า สามารถพบปลาบึกได้ในแม่น้ำเจ้าพระยา หรือแม่น้ำสาขาของแม่น้ำโขงภายในประเทศไทยได้เช่นกัน และให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับปลาบึกขนาดใหญ่ที่สุดที่เคยมีการจับได้ มีน้ำหนักมากที่สุดประมาณ 300 กิโลกรัม ความยาวประมาณ 3 เมตร และสิ่งนี้เองที่เป็นเหตุผลสำคัญที่เชียงของดึงเอาปลาบึกมาเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญส่วนหนึ่งของเชียงของ (พิพัฒน์ ธนากิจ, 2556: 156) ดังนั้น เมื่อกล่าวถึงเชียงของหลายคนยังคงนึกถึงปลาบึก ที่เป็นแหล่งกำเนิดของปลาบึกที่มีการกระจายอยู่ทั่วประเทศ ลักษณะพิเศษของปลาบึกนอกจากจะเป็นปลาที่มีขนาดใหญ่แล้ว ปลาบึกได้รับฉายาว่า “ราชินีแห่งแม่น้ำโขง” และมีอีกชื่อเรียกหนึ่งว่า “ไครราช” ขณะที่ชาวจีนจะเรียกว่า “ปลาขงเบ้ง” เนื่องจากมีปรัมปราเล่าว่า “ขงเบ้งเมื่อครั้งยกทัพมาทำศึกในภาคใต้ของจีนนั้นได้เกิดเสบียงอาหารขาดแคลน จึงอธิษฐานแล้วโยนขุนเชียงลงในน้ำกลายเป็นปลาขนาดใหญ่ หรือที่รู้จักในชื่อว่า ปลาบึกเพื่อเป็นเสบียงของกองทัพ”

ที่ผ่านมาแม้จะไม่ได้มีการจับปลาบึกในแม่น้ำโขง อำเภอเชียงของ แต่เรื่องราวของปลาบึกยังคงผูกติดกับพื้นที่เชียงของอย่างแนบแน่นในเชิงสัญลักษณ์ เห็นได้จากการสร้างพิพิธภัณฑ์ปลาบึกขึ้นบริเวณหาดไคร้ ซึ่งเป็นพื้นที่การจับปลาบึกมาแต่อดีต ประกอบกับการทำพิธีบวงสรวงเจ้าพ่อปลาบึกที่จัดขึ้นในทุกๆ ปี (พิธีบวงสรวงจะกระทำก่อนการลงมือจับปลาบึกที่อำเภอเชียงของ จะเริ่มจับปลาบึกตั้งแต่ปลายเดือนเมษายนจนถึงปลายเดือนพฤษภาคม ของทุกปีซึ่งเป็นช่วงที่ปลาบึกกำลังผสมพันธุ์ และว่ายทวนน้ำขึ้นไปวางไข่ที่ทางต้นน้ำในประเทศจีน) นอกจากนั้นหน่วยงานภาครัฐนำโดยนายอำเภอเชียงของยังมีแนวคิดในการพัฒนาพื้นที่เชิงท่องเที่ยวใต้ภายใต้โครงการ “พาปลาบึกกลับบ้าน

บ้าน” ด้วยการนำเอาปลาบึกที่มีการเพาะเลี้ยงด้วยการผสมเทียมและกระจายอยู่พื้นที่ต่างๆ ในประเทศ มาปล่อยลงในแม่น้ำสายต่างๆ ในพื้นที่อำเภอเชียงของ ซึ่งปลาบึกเหล่านี้ถือได้ว่ามีต้นกำเนิดมาจากแม่น้ำโขง อำเภอเชียงของ และพัฒนาไปสู่การสร้างจัดรูปลปลาบึกหรือปลาบึกพ่นน้ำเพื่อเป็นจุดท่องเที่ยวต่อไป

3. เมืองคำชายแดน ลักษณะทางภูมิศาสตร์เมืองเชียงของที่มีลักษณะเฉพาะได้ถูกถ่ายทอดผ่านคำขวัญประจำอำเภอเชียงของซึ่งแต่เดิมคือ “เชียงของ ท่องแดนลาว สาวสวนลัม ชม ปลาบึก” และมีการเปลี่ยนคำขวัญประจำอำเภอเชียงของใหม่คือ “หลวงพ่อเพชรคูเมือง ลือเลื่องปลาบึกหาใคร่ แหล่งผ้าทอน้ำไหล ประตูปะตูอินโดจีน” ประเด็นที่น่าสนใจคือคำว่า “ท่องแดนลาว” และ “ประตูปะตูอินโดจีน” ซึ่งล้วนบ่งชี้ถึงลักษณะทางภูมิศาสตร์ของเมืองเชียงของได้เป็นอย่างดีในฐานะของการเป็นเมืองหน้าด่านสำคัญมาแต่อดีต กล่าวคือ เชียงของในยุคประวัติศาสตร์นั้นเป็นเมืองศูนย์กลางในการจัดเก็บบรรณาการต่างๆ และเป็นเส้นทางการค้าจากเชียงของข้ามแม่น้ำโขงไปยังเมืองเชียงรุ่งและสิบสองปันนา อีกทั้งยังเป็นท่าเรือที่สำคัญในแถบแม่น้ำโขงตอนบนเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางทางการค้าระหว่างเชียงใหม่ น่าน และหลวงพระบาง นอกจากการเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญแล้ว เชียงของยังเป็นเมืองที่มีลักษณะพิเศษคือ เป็นเมืองที่มีพื้นที่ลุ่มขนาดใหญ่เพื่อใช้ทำการเกษตรและถูกขนานด้วยภูเขาสองลูกที่ชาวบ้านเรียกว่า “ดอยแปรมือง” และ “ดอยยาว” อันเป็นต้นกำเนิดแม่น้ำสายต่างๆที่คอยหล่อเลี้ยงเมืองเชียงของ โดยมีแม่น้ำอิง (แม่น้ำอิงมีต้นกำเนิดมาจากกัวนพะเยาเป็นแม่น้ำที่ไหลจากทางทิศใต้ลงสู่ทิศเหนือ) ที่สามารถใช้เดินทางไปเมืองลอ เมืองจุน และเมืองพะเยา และมีแม่น้ำโขงที่ใช้เป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำเพื่อเดินทางไปหลวงพระบางหรือลงไปเมืองเชียงแสน ซึ่งที่ตั้งของเมืองเชียงของนับได้ว่าเป็นเมืองเสบียงอาหารที่สามารถเลี้ยงตัวเองได้ขณะเดียวกันฐานะของการเป็นเมืองลูกหลวงก็สามารถสนับสนุนเมืองอื่นๆได้ ทั้งนี้ จากข้อมูลเชิงสถิติด้านเศรษฐกิจอำเภอเชียงของพบว่า ในช่วงหนึ่งทศวรรษ (พ.ศ. 2549 - 2559) ที่ผ่านมามูลค่าการค้าของศุลกากรเชียงของเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก ปี พ.ศ. 2549 มีมูลค่าการค้า 1,712,974,090.30 บาท ปี พ.ศ. 2559 เพิ่มขึ้นไปถึง 20,594,364,785.61 บาท

ลักษณะทางภูมิศาสตร์ข้างต้นนอกจากเอื้อต่อการเป็นการค้าชายแดนแล้ว ในอีกด้านหนึ่งยังสามารถพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีใช่เป็นเพียงเมืองผ่านสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางข้ามฝั่งไปยังประเทศจีนหรือลาวเท่านั้น กระแสของการพัฒนาทางเศรษฐกิจช่วงเวลาที่ผ่านมานำมาสู่พัฒนาการด้านโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่เชียงของ โดยเฉพาะเส้นทางคมนาคมที่สามารถเชื่อมต่อไปยังลาวผ่านสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 (เชียงของ-ห้วยทราย) เมืองห้วยทราย เป็น 1 ในจำนวน 5 เมือง ที่อยู่ในเขตพื้นที่ของแขวงบ่อแก้ว นับเป็นแขวงที่มีขนาดเล็กที่สุดของลาว โดยมีพรมแดนติดกับไทยและพม่า ห่างจากชายแดนจีนเพียง 100 กิโลเมตร เดิมบริเวณนี้เรียกว่าห้วยโขง ด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งอยู่บริเวณต้นแม่น้ำโขง ในเวลาต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “บ่อแก้ว” มีห้วย

ทรายเป็นเมืองหลวง เมืองท่าการค้าที่ใหญ่ที่สุดริมแม่น้ำโขง ประกอบไปด้วยเมืองบริวารทั้งหมด 5 เมือง คือ เมืองห้วยทราย, เมืองเมิง, เมืองปากทา, เมืองผาอุดม และเมืองต้นผึ้ง ครั้งที่ฝรั่งเศสเข้ามาปกครองลาว เมืองห้วยทรายมีความเจริญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นที่ทำการแขวง และได้สร้างค่ายทหารเอาไว้บนเนิน เรียกว่าป้อมการโน ซึ่งในอดีตทหารไทยเคยเข้าไปยึดสมัยเกิดกรณีพิพาทอินโดจีน ชาวบ้านที่อาศัยในเมืองห้วยทรายส่วนใหญ่เป็นชาวลาว ชาวไทลื้อ ส่วนริมแม่น้ำโขงจะเป็นชาวไทจีน และตามภูเขาที่มีชนเผ่าอื่น ๆ อาศัยอยู่ (บ่อแก้ว - หลวงพระบาง: 2560) ทั้งนี้ พื้นที่อำเภอเชียงของฝั่งไทยกับเมืองห้วยทรายของลาว แม้ถูกขีดเส้นแบ่งอำนาจอธิปไตยด้วยลำน้ำโขง แต่กระนั้นยังมีมิติที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของคนสองฝั่งโขงให้เห็น สืบเนื่องจากการซื้อสินค้าในร้านค้าฝั่งห้วยทรายของลาวบางร้านค้านั้นสามารถใช้เงินไทยซื้อได้ ขณะเดียวกันสินค้าอุปโภคบริโภคส่วนใหญ่ที่มีการจำหน่ายในพื้นที่ห้วยทรายก็นำเข้าจากฝั่งไทย ดังนั้น การซื้อขายสินค้าด้วยระบบเงินตราจึงมีได้แบ่งแยกกันอย่างเด็ดขาด สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมโยงทางการค้าที่มีมาช้านาน นอกจากนี้งานด้านสถาปัตยกรรมทางศาสนายังคงมีลักษณะรูปแบบเดียวกันเช่น พระอุโบสถ รวมถึงเรื่องของการอาหารอย่างข้าวซอยน้อยซึ่งเป็นอาหารพื้นถิ่นของชาวไทลื้อเชียงของสำหรับฝั่งห้วยทรายก็สามารถหารับประทานได้ทั่วไปและถูกจัดไว้สำหรับเป็นอาหารเช้าของโรงแรมบางแห่งเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว แม้กระทั่งรายการโทรทัศน์เช่น ละครหลังข่าว ข่าวภาคค่ำของไทยยังคงได้รับความนิยมในการติดตามชมจากผู้คนฝั่งห้วยทรายอย่างมาก อย่างไรก็ตาม บรรยากาศในเมืองห้วยทรายนั้นผู้คนใช้ชีวิตแบบเรียบง่ายโดยเฉพาะในยามค่ำคืน ไม่มีสถานบันเทิงให้บริการนักท่องเที่ยวจึงเงียบเหงากว่าเชียงของ มีเพียงแต่ร้านอาหารทั่วไปเท่านั้น ไม่มีร้านสะดวกซื้อนอกจากร้านของชำที่มีอยู่จำนวนมาก สินค้าส่วนใหญ่ก็หาซื้อในฝั่งเชียงของจากห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่อย่างเทสโก้ โลตัส (Tesco Lotus) ในช่วงเทศกาลสำคัญยอดการจำหน่ายสินค้าจะสูงมาก

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวเมืองเชียงของสามารถเดินทางต่อไปที่เมืองห้วยทราย แขวงบ่อแก้วได้ โดยใช้สะพานมิตรภาพแห่งที่ 4 ไปยังฝั่งประเทศลาว เพื่อท่องเที่ยวชมความงามของธรรมชาติ วิถีชีวิตของคนฝั่งลาว และสถานที่สำคัญทางศาสนาห้วยทรายมีวัดอยู่บนภูเขาชื่อ “วัดจอมเขมณิรัตน์” สร้างด้วยไม้สักศิลปะแบบไทใหญ่ ผนังด้านในของพระอุโบสถมีจิตรกรรมฝาผนังสีน้ำมันเป็นศิลปะแบบลาว มีสีสันทวยงาม ที่ตั้งของวัดสามารถมองเห็นทิวทัศน์ของแม่น้ำโขงและเมืองเชียงของอย่างชัดเจน วัดแห่งนี้ได้รับการปฏิสังขรณ์ใหม่โดยสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เมื่อครั้งเสด็จเยือนสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยเสด็จพระราชดำเนินไปทอดกฐินที่วัดจอมเขมณิรัตน์ เมืองห้วยทรายเมื่อปี พ.ศ. 2537 (พระราชนิพนธ์ในสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี: 2538) และตลาดสดเมืองบ่อแก้วนับเป็นอีกสถานที่หนึ่งซึ่งนักท่องเที่ยวนิยม ตลาดสดเมืองบ่อแก้วเป็นตลาดเช้าตั้งอยู่ทางทิศใต้ของตัวเมืองบนถนนเลียบชายฝั่งโขงสองฟากฝั่งมีร้านตั้งอยู่เรียงรายทั้ง ร้านอาหาร, ร้านขายสินค้าทั่วไป และร้านขายของที่ระลึกจาก

ชนกลุ่มน้อยเผ่าต่างๆ สินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาดแห่งนี้คือ ผักสด สาหร่ายไถ ปลาแม่น้ำโขง อาหารแห้ง แต่สิ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้พบเห็นคือวิถีชีวิตยามเช้าของชาวเมืองห้วยทราย นอกจากสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ ในตัวเมืองแล้วยังสามารถเที่ยวชมวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของชาวบ้านหลากหลายเผ่าเช่น หมู่บ้านชาวลาวที่ประกอบอาชีพในการต้มเหล้า สาโท กระแช่ หมู่บ้านของชาวไทลื้อที่สร้างบ้านไม้ทั้งหลังแบบที่สามารถเคลื่อนย้ายบ้านได้ โดยนำเสาบ้านแต่ละต้นมาวางบนหินสันนิษฐานว่าเพื่อป้องกันปลวกมากัดกินเสียบ้านมากกว่าต้องการจะเคลื่อนย้าย หมู่บ้านชาวลาวที่ประกอบอาชีพทำขนมจีนกันทั้งหมู่บ้านส่งขายตามแขวงต่างๆ ในประเทศลาว เป็นต้น

นอกจากนั้น เส้นทาง R3A ที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่ทางตอนใต้ของจีน (มณฑลยูนนาน) เส้นทางดังกล่าวนับเป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญที่ทำให้เมืองเชียงของมีความได้เปรียบเมืองอื่น ๆ ที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกันอย่างเมืองเชียงแสนและแม่สาย ภายใต้บริบทของเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษเชียงราย ดังนั้น เมืองเชียงของจึงมีศักยภาพที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศจีนให้หยุดแวะพักผ่อนเพื่อท่องเที่ยวในเมืองเชียงของได้ แต่ทั้งนี้ต้องมีการสร้างกิจกรรมขึ้นเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเป็นต้นว่า การจัดตั้งศูนย์แสดงสินค้าที่เชื่อมโยงกับกลุ่ม GMS และเป็นศูนย์จำหน่ายสินค้าของฝากระดับประเทศ จัดหาเรือที่มีความปลอดภัยล่องแม่น้ำโขงเพื่อการท่องเที่ยว โดยใช้ท่าเรือบักหรือผาไผ่เป็นจุดรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเที่ยวชมบรรยากาศของ 2 ฝั่งแม่น้ำโขง 2 ประเทศ 2 วัฒนธรรม ซึ่งจะพบเห็นวิถีชีวิตของชาวบ้าน (การจักสาน การปลูกถั่วงอก การหาปลา) และความสวยงามของวัด โดยสามารถอยู่เชียงของได้ทั้งวัน กิน-เที่ยว-พักผ่อน มาถึงเชียงของแล้วต้องไปไหว้หลวงพ่อบุญการ การสร้างโกดังเก็บสินค้าที่สามารถพูดภาษาจีนได้ มีโรงแรมที่เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว มีบริการรถเช่าสำหรับนักท่องเที่ยว การให้บริการจองตั๋วเครื่องบิน การทำธุรกรรมทางการเงิน รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมเรื่องสุขภาพ

4. การเก็บไข่หรือการจกไข่ หนึ่งในวิถีชีวิตของชาวเชียงของที่สร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่พบเห็น การจกไข่ แม่น้ำโขง และปลาบึก มีปฏิสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบหรือเรียกว่า “ระบบนิเวศน์” แม่น้ำโขงเป็นที่แหล่งอาหารและที่อาศัยของปลาบึกรวมถึงสาหร่ายไถ ขณะเดียวกันสาหร่ายไถก็เป็นอาหารของปลาบึก ซึ่งในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม ของทุกปีจะเป็นช่วงฤดูของการจกไข่ ชาวบ้านที่อยู่อาศัยบริเวณแม่น้ำโขง อำเภอยางสัก จะพากันลงไปเก็บสาหร่ายไถ (สาหร่ายน้ำจืดที่เกิดในแม่น้ำโขงเป็นชื่อเรียกของคนในพื้นที่) โดยจะนำมาตากแห้งโดยอาจจะมิใส่เครื่องปรุงเช่น งา ข่า ตะไคร้ ลงไป สามารถนำมาทอด ยำ ท่อนึ่ง รสชาติกรอบ หรือนำมารับประทานแบบสด ปัจจุบันนำมาจัดเป็นสินค้าโอท็อป สาหร่ายไถที่เชียงของจะเป็นสาหร่ายไถน้ำไหลที่มีความสะอาดไม่มีการปะปนของเม็ดทรายแม่น้ำโขง ไถเป็นสาหร่ายน้ำจืดที่ให้โปรตีนสูง มีวิตามินและเกลือแร่สูงกว่า 18 ชนิด มีสารต้านมะเร็งและมีกากใยอาหารสูง

5. *ประเพณีไทลื้อ* ไทลื้อ ปัจจุบันเชียงของประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์จำนวน 9 กลุ่ม ได้แก่ ม้ง ลาหู่ จีนฮ่อ อาข่า เมี่ยนหรือเย้า ก่ามู ลื้อ ลัวะ และยวนหรือคนเมือง แต่กลุ่มชาติพันธุ์ที่ยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของตนอย่างเหนียวแน่นคือ “กลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ” ไม่ว่าจะเป็นภาษาที่ใช้ในการพูด การแต่งกาย ประเพณี ประเด็นที่น่าสนใจคือ เด็กหรือเยาวชนไทลื้อในเชียงของยังคงพูดภาษาไทลื้อ รวมถึงการแต่งกายด้วยชุดไทลื้อในวันที่มีงานสำคัญเช่น งานจุลกฐินไทลื้อ สิ่งที่ย่อยรดให้เด็กหรือเยาวชนไทลื้อคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของความเป็นไทลื้อคือ การถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาของบรรพบุรุษตามสายสัมพันธ์ทางเครือญาติ ผ่านมานประเพณีที่ถูกสร้างขึ้นมาร่วมกัน จนเกิดเป็นความรู้สึกผูกพันในความเป็นชาติพันธุ์ไทลื้อที่คงคุณค่าแก่การรักษา

ส่งผลให้กลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นกว่ากลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ ในเชียงของ ทั้งในแง่ของภาษาไทลื้อที่ใช้สนทนากันทั้งนอกหมู่บ้านและภายในหมู่บ้านศรีดอนชัย ภาษาไทลื้อจัดอยู่ในกลุ่มภาษาตระกูลไท (ไต) เนื่องจากทั้งสองภาษามีความคล้ายคลึงกันมากทั้งพยัญชนะ เสียงสระ คำศัพท์พื้นฐาน และการเรียงคำเข้าประโยค ด้านการแต่งกาย ชาวไทลื้อมีการแต่งกายที่โดดเด่นด้วยผ้าทอไทลื้อซึ่งมีลวดลายที่สวยงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะซึ่งเรียกว่า “ผ้าทอลายน้ำไหล” และประเพณีไทลื้อที่ผูกโยงกับความเชื่อดั้งเดิมเกี่ยวกับการนับถือผีไทลื้อและพระพุทธศาสนา ดังนั้นประเพณีของชาวไทลื้อจึงสะท้อนผ่านพิธีกรรมการเช่นไหว้ผีต่างๆ เพื่อให้การดำเนินชีวิตของตนครอบครัว รวมทั้งหมู่บ้าน เกิดความอยู่เย็นเป็นสุขและพืชผลอุดมสมบูรณ์ เมื่อศาสนาพุทธเข้ามาก็ได้มีการปรับเข้าด้วยกันโดยไม่ขัดแย้งกับวัฒนธรรมประเพณีเดิม สำหรับพิธีกรรมและงานประเพณีไทลื้อที่คือ พิธีเลี้ยงถวายเจ้าบ่อพญาคำ พิธีเลี้ยงผีฝ่าย พิธีส่งเคราะห์เฮิน (บ้านหรือเรือน) การตานธรรม และงานจุลกฐินไทลื้อ

การทำกิจกรรมในแต่พิธีกรรมหรืองานประเพณีต่างๆ ล้วนแล้วแต่ได้รับความร่วมมือจากพี่น้องชาวไทลื้อเป็นอย่างดี ซึ่งแสดงถึงพลังความสามัคคีและตอกย้ำให้เห็นถึงความเข้มแข็งของความเป็นชาติพันธุ์ไทลื้อ นอกจากนั้นงานสถาปัตยกรรมไทลื้อยังสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมเพื่อสัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวไทลื้อได้ไม่น้อย ดังปรากฏให้เห็นจากลักษณะของบ้านเรือนทรงไทลื้อและโบสถ์ที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมไทลื้อภายในวัดศรีดอนชัย

6. *วัดพระแก้วและวัดหลวงไชยสถาน* เป็นจุดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญสำหรับผู้ที่มีความเชื่อความศรัทธาในพระพุทธศาสนาและมีความปรารถนากราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อเป็นสิริมงคลแก่ตนเองและครอบครัว พระธาตุที่สร้างขึ้นในวัดพระแก้วและวัดหลวงไชยสถานนั้น ตามเรื่องราวตำนาน “พระเจ้าเลียบโลก” เล่าสืบต่อกันมาว่า “ในครั้งหนึ่งพระพุทธเจ้าได้เสด็จทรงน้ำบริเวณริมฝั่งโขง ปัจจุบันชาวบ้านเรียกสถานที่นั้นว่า “ผาช้างมูบ” และเสด็จประทับใต้ต้นขนุน ขณะที่ชาวบ้านตำมิละ (ตำมิละคือชนเผ่าลัวะ) ทราบข่าวจึงพากันมาเข้าเฝ้า จากนั้นพระพุทธเจ้าได้มอบพระเกศา

จำนวนสองเส้นแก่นายบ้านตำมิละพร้อมตรัสสั่งให้นำพระเกศาไปบรรจุแยกกัน โดยเชื่อกันว่า พระเกศาทั้งสองเส้นถูกแยกนำไปบรรจุไว้ในเจดีย์วัดพระแก้ว (เดิมชื่อวัดศรีบุญยืน) ซึ่งอยู่ด้านขวามือ และวัดหลวง (เดิมชื่อวัดไชยสถาน) ซึ่งอยู่ด้านซ้ายของพระพุทธเจ้า โดยวัดทั้งสองเมื่อวัดตำแหน่งบริเวณที่พระพุทธเจ้าประทับแล้วจะมีระยะทางเท่ากัน”

วัดพระแก้วยังมีงานปูนปั้นรูปเคารพที่มีอัตลักษณ์เฉพาะเช่น พระพุทธรูปโบราณ รูปปั้นพญานาคมีเขา และธรรมมาสโบริณ ที่สำคัญคือประมาณปี พ.ศ. 2102 พระเจ้าไชยเชษฐาธิราช เชื้อพระวงศ์แห่งกรุงล้านช้างได้อันเชิญพระแก้วมรกต จากเมืองเชียงใหม่ไปนครหลวงพระบาง ซึ่งสันนิษฐานว่า น่าจะอันเชิญมาทางเมืองเชียงของและข้ามลำน้ำโขงโดยทางชลมารค ระหว่างนั้นอาจจะแวะค้างแรมโดยประดิษฐานบนฐานชุกชีในพระอุโบสถวัดพระแก้ว (วัดศรีบุญยืน) ช่วงระยะหนึ่ง ก่อนจะมีการอันเชิญไปประดิษฐาน ณ หลวงพระบาง กรุงล้านช้าง เป็นเวลา 12 ปี ส่วนวัดหลวงไชยสถานก็มีพระมหาสังคายนที่มีลักษณะแตกต่างจากที่มีการพบเห็นทั่วไปดังปรากฏในภาพ



ภาพ 15 หลวงพ่อพระสังกัจจายประดิษฐานไว้ในศาลาด้านหลังพระอุโบสถ ณ วัดหลวงไชยสถาน

7. ผ้าทอ “ลายน้ำไหล” ผ้าทอไทลื้อศรีดอนชัย เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นชื่อของหมู่บ้านศรีดอนชัย ซึ่งผลิตโดยกลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย ความสวยงามของผ้าทอนั้นได้รับการการันตีด้วยรางวัลมากมายเช่น

- 1) รับรางวัลชนะเลิศกลุ่มอาชีพสตรี ตามโครงการประกวดกิจกรรมงานพัฒนาชุมชน ประจำปี 2538
- 2) ได้รับรางวัล “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ดีเด่นระดับจังหวัด ประจำปี 2546
- 3) ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มผช. 2546

4) ได้รับการคัดสรรสุดยอด “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย” ประจำปี 2552 ระดับห้าวดาว ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย (ผ้าทอลายจก)

5) ได้รับการคัดสรรสุดยอด “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย” ประจำปี 2553 ระดับสี่ดาว ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ผ้าทอลายจก

และยังเป็นของฝากที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อกลับทุกครั้งเมื่อมาเยือนของ ความโดดเด่นของผ้าทอไทลื้อศรีดอนชัยกับผ้าทอไทลื้อพื้นที่อื่นคือ ผ้าทอไทลื้อศรีดอนชัยจะมีสีที่สดและใช้เทคนิคการทอแบบ “เกาะลัว่ง” (Tapestry Weaving) , “จิด” และ “จก” (Supplementary Weft) และเทคนิคการทอแบบพิเศษคือ “จก” ใน “เกาะลัว่ง” เป็นการทอด้วยเทคนิคผสมผสานระหว่าง “เกาะลัว่ง” กับ “จก” ทำให้ผ้าทอมีลวดลายแปลกตาเช่น การจกลายรูปช้าง ม้า เป็ด เป็นต้น

8. น้ำโขง (น้ำของ) แม่น้ำโขงที่ไหลผ่านอำเภอเชียงของนอกจากเป็นเส้นแบ่งเขตแดนอำนาจอธิปไตยระหว่างไทย-ลาว ยังเป็นแหล่งกำเนิดทางวัฒนธรรมและการค้าขายแดน ซึ่งสะท้อนผ่านวิถีชีวิตของชาวบ้านสองริมฝั่งโขงที่มีทั้งความเหมือนและหลากหลายตามบริบทของแต่ละพื้นที่ แม่น้ำโขงที่ไหลทอดผ่านเชียงของระยะทางยาวประมาณ 42 กิโลเมตร บนพื้นที่ประมาณ 800.46 ตารางกิโลเมตร เมื่อถูกผูกโยงกับวิถีชีวิตของคนสองริมฝั่งโขงจึงเป็นเสน่ห์สำหรับผู้ชื่นชอบในทัศนียภาพ ของธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพของแม่น้ำโขง วิถีชีวิต เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของชุมชนที่ตั้งอยู่บนฐานของระบบนิเวศน์ข้างต้น

ชุมชนที่ตั้งอยู่สองฝั่งริมแม่น้ำโขงแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลักคือ กลุ่มที่พึ่งพาแม่น้ำโขงในการดำรงชีวิต ทั้งการหาปลา การเก็บโก การทำเกษตรริมโขง และการวิ่งเรือรับจ้างข้ามฝั่งไทย – ลาว และน่านักท่องเที่ยวล่องชมบรรยากาศแม่น้ำโขง และกลุ่มที่ประกอบอาชีพอื่นๆ ประเด็นที่น่าสนใจคือความหลากหลายของระบบนิเวศน์ในแม่น้ำโขงที่เป็นทั้งแหล่งอาหาร แหล่งอาศัยและที่วางไข่ของปลา ซึ่งจากการศึกษาวิจัยของ คณะนักวิจัยชาวบ้านเชียงของ – เวียงแก่น พบพันธุ์ปลาในแม่น้ำโขง 96 ชนิด เป็นปลาธรรมชาติ 86 ชนิด และที่เหลือคือปลาต่างถิ่น มีพรรณพืชแม่น้ำโขงมากกว่า 65 ชนิด มีหลวงปลาขนาดใหญ่ 11 แห่ง

9. จุดชมวิวยุทธศาสตร์แม่น้ำสองสี (อิง พิง โขง) ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นในแม่น้ำโขงซึ่งสร้างความสนใจให้กับผู้ที่พบเห็นคือ การที่แม่น้ำอิงที่มีสีน้ำตาลขุ่นและมีทิศทางการไหลจากทิศใต้ขึ้นทางทิศเหนือซึ่งโดยปกติของแม่น้ำทั่วไปจะไหลจากทางทิศเหนือลงทิศใต้ ไหลมาบรรจบลงสู่แม่น้ำโขงที่มีสีใสมากว่าบริเวณบ้านปากอิง ตำบลศรีดอนชัย ทำให้เกิดเป็นแม่น้ำสองสีและสามารถเห็นได้อย่างชัดเจนในช่วงฤดูฝนคือ ช่วงเดือน มิถุนายน – กันยายน ของทุกปี ซึ่งเป็นภาพของปรากฏการณ์ที่สวยงาม ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นแห่งเดียวในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน

4.3 รูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

คณะผู้วิจัยได้จัดการสนทนากลุ่มร่วมกับนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว นักสร้างแบรนด์ นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และศิลปะและวัฒนธรรม นักนิเทศศาสตร์ และนักการตลาด เพื่อหา รูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยข้อมูลที่ได้นั้น สามารถสร้างรูปแบบของการสื่อสารอัตลักษณ์โดยใช้ทฤษฎี SMCR ของ เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo) เป็นกรอบในการพิจารณาบนหลักการตามองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ ผู้ส่งสาร (Source) ข้อมูลข่าวสาร (Message) ช่องทางในการส่ง (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) ดังนี้

4.3.1 ผู้ส่งสารที่มีพลังในการดึงเอาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย ในภาพลักษณ์หรือบรรยากาศของการเป็นเมืองแห่งความสุข นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดซึ่งเรียกว่า Influencer เช่น ดาราผู้มีชื่อเสียง หรือคนที่มีชื่อเสียงในโลกออนไลน์ (Net Idol) ซึ่งเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในโลกของ Social Media นับว่าเป็นผู้ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อสื่อใหม่และกลุ่มคนที่คอยติดตามผลงาน นอกจากนั้น การจัดวางข้อมูลบนเว็บไซต์หรือการสร้างเพจให้ติดหน้าแรกบนเว็บไซต์อย่าง Google ก็ เป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็น เมื่อมีการค้นหาคำว่า “เชียงของ” ในเว็บไซต์ต้องทำให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของติดหน้าแรกบนเว็บไซต์ให้ได้ เพราะที่ผ่านมามีข้อมูลที่พบคือ ข้อมูลที่ปักของโรงแรมต่างๆ ในอำเภอเชียงของ นั้นหมายถึงว่า ข้อมูลเหล่านี้ได้ถูกจัดวางไว้อย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของที่ติดหน้าแรกบนเว็บไซต์ต้องประกอบด้วย เส้นทางเดินทางสู่อำเภอเชียงของ ไปแล้วต้องไปเที่ยวที่ไหนบ้างหากไม่ไปในสถานที่ดังกล่าวก็เหมือนกับว่ามาไม่ถึงเชียงของ รวมถึงอาหารที่ขึ้นชื่อของเมืองเชียงของ เป็นต้น

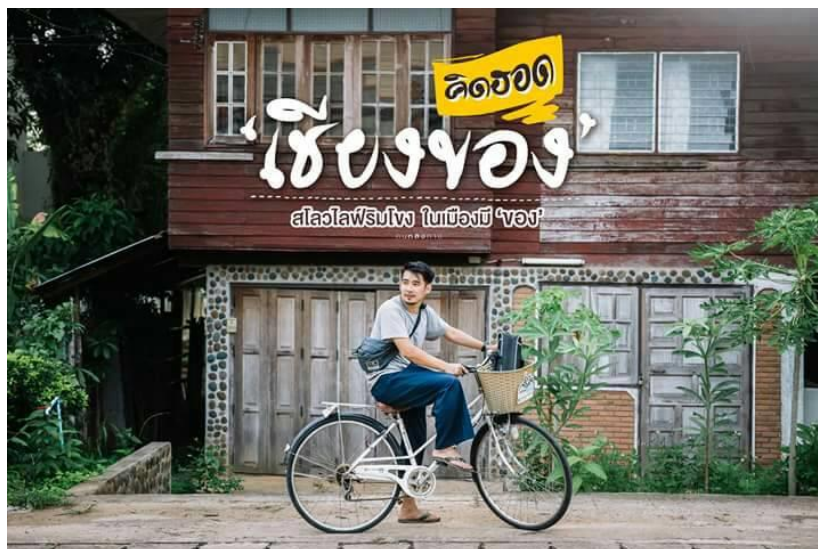
4.3.2 ข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของ ได้จัดรูปแบบการนำเสนอผ่านการณรงค์ภายใต้แนวคิดหลัก “Chiang Khong”: The City of Happiness among the Cultures Diversity of Ethnic Groups along the Mekong River. หรือ “เชียงของเมืองแห่งความสุขท่ามกลางความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของชาติพันธุ์สองฝั่งโขง” เพื่อสร้างเป็น “ตราสินค้า” (branding) โดยแนวคิดหลักดังกล่าวได้จากการการสนทนากลุ่มกับผู้ทรงคุณวุฒิประกอบด้วย นักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม นักสร้างแบรนด์ นักนิเทศศาสตร์ และนักการตลาด ด้วยเหตุผลที่เมืองเชียงของมีสถานที่ศักดิ์สิทธิ์หลายแห่งอันเป็นที่เคารพสักการะของคนเชียงของและนักท่องเที่ยวจากภายนอก เช่น วัด

พระแก้วและวัดหลวงไชยสถาน รวมถึงพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ เช่น หลวงพ่อเพชร พระสังขจาย (ดังภาพที่ 13)

การสื่อสารภายใต้แนวคิดหลัก *“Chiang Khong” : The City of Happiness among the Cultures Diversity of Ethnic Groups along the Mekong River*. หรือ *“เชียงของ เมืองแห่งความสุขท่ามกลางความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของชาติพันธุ์สองฝั่งโขง”* นั้น สามารถทำได้โดยการสร้างเรื่องราวในรูปแบบของหนังสือให้ผู้คนเกิดความศรัทธา ซาบซึ้งในจิตวิญญาณทางพระพุทธศาสนา และยังผูกโยงไปสู่เรื่องราวของวัฒนธรรมประเพณีได้ เช่น ประเพณีงานจุลกฐินไทลื้อ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชาวไทลื้อประกอบกับเรื่องของความเชื่อที่ว่า งานจัดงานจุลกฐินนั้นได้บุญมากกว่าการทอดกฐินทั่วไปและยังเป็นการสั่งสมบุญบารมีให้กับตนเอง ดังนั้น การมาเที่ยวเมืองเชียงของไม่ใช่เพียงแค่มาสัมผัสกับบรรยากาศของสองชายฝั่งแม่น้ำโขงซึ่งมีกลิ่นอายผสมผสานระหว่างความเป็นเมืองเหนือกับเมืองลาวในรูปแบบของการเป็นเมืองสองวัฒนธรรมที่เงียบสงบและไม่วุ่นวาย แต่ยังสามารถเที่ยวชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่สำคัญของเมืองเชียงของเพื่อทำบุญและพักผ่อนจิตใจให้เกิดความสงบ

4.3.3 ช่องทางในการส่ง กระแสโลกออนไลน์คือสื่อใหม่ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้รับ ความนิยมมากสำหรับกลุ่มคนในปัจจุบัน ด้วยการเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและสามารถกระจายได้อย่างรวดเร็วการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสังคม (Social Media) อย่างเฟสบุ๊คของบุคคลที่มีชื่อเสียง ทวิตเตอร์ เว็บไซต์ชื่อดัง เช่น พันทิป จึงนำไปสู่ปรากฏการณ์ที่เรียกว่า แบบการบอกต่อ (Word-of-Mouth Marketing) นับเป็นการโฆษณาอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความน่าเชื่อถือและมีการติดตามกันเป็นอย่างมากในยุคปัจจุบันดังตัวอย่างใน Facebook ที่มีการโพสต์โดยผู้ใช้ชื่อว่า คนหลงทาง เรื่อง คิดฮอดเชียงของ สโลว์ไลฟ์ริมโขง ในเมืองมี “ของ” ซึ่งเป็นการนำเสนอการท่องเที่ยวของเมืองเชียงของ โดยชูประเด็นของการเป็นเมืองสองวัฒนธรรมระหว่างความเป็นเมืองเหนือที่ผสมผสานกับลาว และสร้างจุดขายภายใต้การเป็นเมืองที่มีความสงบ เงียบ ไม่วุ่นวาย ซึ่งในประเด็นนี้ สอดคล้องกับข้อมูลที่คณะผู้วิจัยได้จากการจัดทำสารสนเทศกลุ่มที่ว่า

“ใครที่บอกว่าเชียงของไม่มีอะไร มีแต่ความเงียบ ซึ่งอยากจะบอกว่าความเงียบก็ขายได้ ถ้าจะขายในเชิงการท่องเที่ยวแบบวิถีของความเป็นชุมชน เห็นได้จากการรับกลุ่มนักศึกษาจากประเทศจีนและสิงคโปร์ที่เดินทางเข้ามาในเมืองเชียงของอย่างต่อเนื่อง เพื่อศึกษาเยี่ยมชมเกี่ยวกับวิถีชีวิตในชุมชนต่างๆของอำเภอเชียงของ”



ภาพ 16 ภาพประกอบหน้าเพจ facebook เรื่อง คิดถึงเชียงของ สโลว์ไลฟ์ริมโขง ในเมืองมี “ของ” โดย คนหลงทาง

ที่มา : <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.1882567475328832.1073741877.1586820624903520&type=3>

4.3.4 ผู้รับสาร การสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของไปสู่ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้รับสารแบ่งออกเป็นสองกลุ่มได้แก่ กลุ่มแรกนักท่องเที่ยวชาวไทย แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ นักท่องเที่ยวที่อยู่อำเภอใกล้เคียง (พะเยา เชียงใหม่ แพร่ น่าน) นักท่องเที่ยวจากภาคเหนือ และนักท่องเที่ยวจากภาคอื่นๆ กลุ่มที่สองนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

4.4 นำเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

จากการสนทนากลุ่มร่วมกับนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว นักสร้างแบรนด์ นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และศิลปะและวัฒนธรรม นักนิเทศศาสตร์ และนักการตลาด เพื่อหาแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์และแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย ได้แนวทางดังนี้

4.4.1. แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์

การนำเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์นั้น คณะผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิด “Chiang Khong” : The City of Happiness among the Cultures Diversity of Ethnic Groups along the Mekong River. มาใช้เป็นกรอบในการสร้างอัตลักษณ์ ดังนี้

ประการแรก ปรับ ตัดทอน และพัฒนาเรื่องราว (Story) แต่ละเรื่องราวให้มีความน่าสนใจ และเชื่อมโยงกับแนวคิดหลัก “Chiang Khong” : The City of Happiness among the Cultures Diversity of Ethnic Groups along the Mekong River. ดังที่ นักการตลาดได้เสนอแนะว่า

“สร้างกระแสของการท่องเที่ยวเชิงของภายใต้แนวคิดของการเป็นเมืองบุญ โดยใช้ความศรัทธาและความเชื่อเรื่องศาสนา ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการกราบไหว้บูชาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ด้วยการดึงเอาเรื่องราวและพิธีกรรมที่เกี่ยวกับความเป็นลานนาแบบโบราณมานำเสนอ พัฒนาเรื่องราวเชื่อมโยงความเชื่อที่คนไทยสนใจ เช่น การค้าขาย ความรัก โชคลาภ และเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวสวมใส่ชุดผ้าทอไทลื้อเข้าวัดเพื่อกราบไหว้บูชาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อพัฒนาและสร้างอัตลักษณ์ของผ้าทอไทลื้อให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายสำหรับนักท่องเที่ยว”

ประการที่สอง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยการจัดวาง (Setting) สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ กล่าวคือ สร้างพื้นที่บริเวณผาช้างมูบตามตำนานพระเจ้าเลียบโลก ที่เชื่อกันว่าเป็นสถานที่ที่พระพุทธเจ้าเคยเสด็จประทับและได้ประทานพระเกศาธาตุให้กับชาวบ้านตำมิละ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มากราบไหว้บูชาสักการะ รวมถึงการสร้าง landmark ให้นักท่องเที่ยวคนมาบันทึกภาพ เช่น จุดชมวิว อิง พิง โขง Review ที่มาของพญานาคมีเขา ธรรมมาสโบราณ และแท่นประดิษฐานพระประธานโบราณในวิหาร วัดพระแก้ว พระสังกัจจายประดิษฐานไว้ในศาลาด้านหลังพระอุโบสถ ณ วัดหลวงไชยสถาน และพัฒนาโลเคชั่นเพื่อให้คนได้เข้ามาท่องเที่ยวและเรียนรู้ เช่น การทอผ้าลายน้ำไหล พร้อมกับนำเสนอเรื่องราวประเพณีไทลื้อ ด้วยการสร้างกิจกรรมและกำหนดเป็นช่วงเทศกาลท่องเที่ยวไทลื้อ เชียงของ การสร้างพื้นที่ดังกล่าวเพื่อพัฒนาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงของจำเป็นต้องใช้ Influencer ช่วยในการบันทึกประสบการณ์ท่องเที่ยว (Review)



ภาพที่ 17 ซ้าย : แท่นประดิษฐานพระประธานโบราณในวิหารวัดพระแก้ว
ขวา : ธรรมมาสโบราณใน

ประการที่สาม สร้างมูลค่าเพิ่มให้อัตลักษณ์ ด้วยการสร้าง Repackage การบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวจดจำเป็นไว้เป็นของฝาก เช่น ผลิตภัณฑ์จากสาหร่ายโก ด้วยคุณค่าทางอาหารของสาหร่ายโกเชียงของที่มีลักษณะเฉพาะรสชาติที่ไม่ขม มีลักษณะเส้นยาว สะอาด หากนำมาแปรรูปโดยการใช้อรรถความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร (Food Science) เข้ามาช่วย ประกอบการสร้าง Repackage ให้สวยงามเป็นที่น่าสนใจ และจัดกิจกรรมท่องเที่ยวตามลำน้ำโขงเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้านในช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงพฤษภาคม นอกจากเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว ยังช่วยสร้างความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสาหร่ายโกอีกช่องทางหนึ่งด้วย เนื่องจากสาหร่ายโกมีวิตามินและเกลือแร่มากกว่า 18 ชนิด (เช่น วิตามินบี 1, บี 2, บี 12 และมีวิตามินซีสูงใกล้เคียงกับผลไม้ประเภทส้ม เป็นต้น) และยังมีสารต้านมะเร็ง มีกากใยอาหารที่สูง ให้โปรตีนสูงมากกว่าการรับประทานเนื้อปลา มีปริมาณเบต้าแคโรทีนสูงกว่าแครอทถึง 4 เท่า ดังนั้น หากมีการศึกษาสารสกัดจากสาหร่ายโกอย่างจริงจังเพื่อหาข้อดีของสาหร่ายโกแม่น้ำโขงและนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพได้ เช่น ครีมบำรุงผิวพรรณ อาหารเสริมแบบแคปซูลที่มีสารสกัดจากสาหร่ายโก นอกจากสาหร่ายโกแล้วผ้าทอไทลื้อก็เป็นอีกหนึ่งอัตลักษณ์ที่มีความน่าสนใจ สำหรับการต่อยอดพัฒนาลายผ้าทอไทลื้อให้มีลักษณะเฉพาะโดดเด่นในเรื่องของกรรมวิธีการทอ ลวดลาย สีเส้น และเส้นสายที่ใช้ในการทอ ผสมผสานกับเรื่องราวของความเป็นไทลื้อ โดยเน้นที่รายละเอียดความประณีตของผ้าทอมากกว่าจำนวนปริมาณ

4.4.2 แนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย แบ่งออกเป็น 4 แนวทางที่สำคัญ ดังนี้

1) ใช้แนวทางในการสื่อสารผ่านปรากฏการณ์ที่เรียกว่า การบอกต่อ (Word-of-Mouth Marketing) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook, โปรแกรมแบ่งปันรูปภาพและคลิปวิดีโอ (Instagram), Twitter, เว็บบล็อก (พันทิป) เป็นต้น ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่งที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากการถ่ายทอดประสบการณ์ตรงของตนเองผ่านไปยังบุคคลกลุ่มอื่นๆ และสามารถกระจายข้อมูลได้อย่างรวดเร็วสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีกระแสวิจัยความนิยมในการท่องเที่ยวในรูปแบบเดียวกัน

2) สื่อสารผ่านช่วงเดือนเฉพาะสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) หรือในลักษณะการสื่อสารถ่ายทอดผ่านปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวของเชียงของเพื่อสร้างเครื่องมือที่ถ่ายทอดความเป็นตัวตนเชิงการท่องเที่ยวของเชียงของ เช่น ช่วงฤดูของการเก็บสาหร่ายโก (การจกโก) ช่วงฤดูฝนที่เกิดปรากฏการณ์แม่น้ำสองสี (อิง พิง โขง) ช่วงการจัดงานจุลกฐินไทลื้อ ยกตัวอย่างเช่น งานจุลกฐินช่วง 1 วันใน 1 ปี ห้ามพลาด ด้วยการเชิญคนที่มีชื่อเสียง (ดาราหรือพิธีกรรายการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม) มาร่วมงานเพื่อสร้างการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยใช้แนวคิดคล้ายกับการ

เดินทางไปเที่ยวประเทศญี่ปุ่นเพื่อชมดอกซากุระหรือการไปเที่ยวจังหวัดหนองคายเพื่อชมปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาค

3) สื่อสารผ่านคุณค่าในอัตลักษณ์ของเชียงของเพื่อสร้างข่าวเชิงประสัมพันธ์ โดยใช้เรื่องเล่าเชิงประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน ผ่านกระบวนการหล่อหลอมกลายเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมประเพณีที่ทรงคุณค่าควรแก่การรักษาและสืบทอดต่อกัน ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงพุทธ จึงเป็นคุณค่าในอัตลักษณ์ของเชียงของ เมื่อการกำหนดตำแหน่งเกี่ยวกับคุณค่าอัตลักษณ์เชียงของ (Positioning) มีความชัดเจนการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ จึงมีความเป็นไปได้ในการเชิญชวนหรือดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเชียงของ โดยการสร้างโลโก้เพื่อใช้ในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ ดังภาพ



ภาพที่ 18 โลโก้เชียงของ “เชียงของเมืองแห่งความสุขท่ามกลางความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของชาติพันธุ์สองฝั่งโขง”

จากโลโกดังกล่าวสามารถอธิบายผ่านการสื่อสารถึงเรื่องราวของ พระพุทธศาสนาที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาแต่อดีตและตกทอดมาถึงปัจจุบันเห็นได้จากประวัติเรื่องเล่าและหลักฐานสิ่งปลูกสร้างศาสนสถานต่างๆ ภายใต้อาณาเขตของพื้นที่เชียงของที่ประกอบสร้างกลายเป็นประเพณีวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นเฉพาะตน รวมถึงงานหัตถกรรมฝีมือที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ดังเช่นผ้าทอไทลื้อ นับเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของเชียงของ และส่งผ่านไปถึงในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงพุทธ ที่เชื่อมร้อยด้วยแม่น้ำโขงที่เป็นทั้งอยู่อารยธรรมและพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่เอื้อต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

4) สื่อสารผ่านรายการท่องเที่ยวในสื่อกระแสหลัก เช่น รายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ที่มีผู้ชมติดตามจำนวนมากๆ ภายใต้อาณาเขต “Chiang Khong: The City of Happiness among

the Cultures Diversity of Ethnic Groups along the Mekong River. หรือ “**เชียงของ เมืองแห่งความสุขท่ามกลางความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของชาติพันธุ์สองฝั่งโขง**” เป็นเมืองบุญหรือเมืองแห่งความสุขที่ผู้คนมีอัธยาศัยดี แสดงถึงความเป็นกัลยาณมิตรในฐานะเจ้าบ้านที่พร้อมต้อนรับแขกผู้มาเยือน ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายที่ติดตามสื่อกระแสหลักในปัจจุบันก็มีจำนวนไม่น้อย โดยเฉพาะกลุ่มคนที่มีเวลาว่างหรือเกษียณตัวเองจากการทำงานพร้อมที่จะใช้เวลาสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและมักใช้เวลาสำหรับการหาข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและให้รางวัลชีวิตกับตนเอง นอกจากการหาข้อมูลจากสื่อใหม่ที่มีความสะดวกและรวดเร็วแล้ว สื่อกระแสหลักอย่างการรับชมรายการโทรทัศน์ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ยังได้รับความนิยมจากผู้ชม

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

1. การศึกษาเรื่อง อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่า อัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต ศิลปะวัฒนธรรม หัตถกรรม และอาหาร คณะผู้วิจัยได้นำเอาอัตลักษณ์ในแต่ละด้านมาจัดกลุ่มเพื่อให้เกิดความชัดเจนในมิติของพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ถึงปัจจุบัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ ประเด็นแรก ประวัติศาสตร์เมืองเชียงของ เชียงของ ในยุคตำนาน ยุคของการเป็นเมือง ยุคสงครามเย็น และยุคการพัฒนาเศรษฐกิจ ประเด็นที่สอง ภูมิโนเวศเชียงของ ที่เอื้อต่อการเกษตรกรรม การประมง การคมนาคม และการค้าขาย และ ประการที่สาม วัฒนธรรมเมืองเชียงของ ได้แก่ ประเพณีบวงสรวงเจ้าพ่อปลาบึก ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับชาติพันธุ์ในอำเภอเชียงของอาทิ ประเพณีไหลเรือไฟที่เชียงของ ผ้าทอ “ลายน้ำไหล” : อัตลักษณ์ของไหลเรือไฟที่เชียงของ การนับถือพุทธศาสนา : อัตลักษณ์ของคนไหลเรือไฟที่เชียงของ หลวงพ่อเพชร : พระคู่เมืองเชียงของ และสาหร่ายโก้อัตลักษณ์ด้านอาหารของคนเชียงของ

2. คณะผู้วิจัยได้ทำการสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของ (ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากอัตลักษณ์เชียงของ พบว่ามีจำนวน 9 รายการ ได้แก่ หลวงพ่อเพชร ปลาบึก เมืองการค้าชายแดน สาหร่ายโก ประเพณีไหลเรือไฟ วัดพระแก้วและวัดหลวงไชยสถาน ผ้าทอ “ลายน้ำไหล” แม่น้ำโขงหรือน้ำของ และจุดชมวิวยุทธชาติ แม่น้ำสองสี (อิง พิง โขง) ตามลำดับ ซึ่งอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้นั้น จะถูกนำไปใช้เพื่อพัฒนารูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน เมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย ในโครงการย่อยที่ 2 ต่อไป

3. รูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย นั้นจากการสนทนากลุ่มร่วมกับนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว นักสร้างแบรนด์ นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และศิลปะและวัฒนธรรม นักนิเทศศาสตร์ และนักการตลาด เพื่อหารูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยข้อมูลที่ได้มานั้น สามารถสร้างรูปแบบของการสื่อสารอัตลักษณ์โดยใช้ทฤษฎี SMCR ของ เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo) เป็นกรอบในการพิจารณาบนหลักการตามองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ ประการแรก ผู้ส่งสาร (source) โดยใช้ Influencer เช่น ดาราผู้มีชื่อเสียง หรือคนที่มีชื่อเสียงในโลกออนไลน์ (Net Idol) โดยการนำเสนอผ่านสื่อกระแสหลักและสื่อ

ใหม่บนโลกของ Social Media ประการที่สอง ข้อมูลข่าวสาร (message) ที่มีการจัดรูปแบบการนำเสนอผ่านการรณรงค์ภายใต้แนวคิดหลัก *“Chiang Khong” : The City of Happiness among the Cultures Diversity of Ethnic Groups along the Mekong River.* หรือ *“เชียงของเมืองแห่งความสุขท่ามกลางความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของชาติพันธุ์สองฝั่งโขง”* เพื่อสร้างเป็น *“ตราสินค้า”* (branding) ประการที่สาม ช่องทางในการส่ง (channel) โดยใช้ช่องทางสื่อสังคม (Social Media) อย่างเฟสบุ๊คของบุคคลที่มีชื่อเสียง ทวิตเตอร์ เว็บไซต์ชื่อดัง เช่น พันทิป เพื่อสร้างปรากฏการณ์ที่เรียกว่า การบอกต่อ (Word-of-Mouth Marketing) และ ประการที่สี่ ผู้รับสาร (receiver) แบ่งออกเป็นสองกลุ่มได้แก่ กลุ่มแรกนักท่องเที่ยวชาวไทย แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ นักท่องเที่ยวที่อยู่อำเภอใกล้เคียง (พะเยา เชียงใหม่ แพร่ น่าน) นักท่องเที่ยวจากภาคเหนือ และ นักท่องเที่ยวจากภาคอื่นๆ กลุ่มที่สองคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

4. การนำเสนอแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผ่านการสร้างเรื่องราว (Story) ที่เชื่อมโยงกับแนวคิดหลัก theme spirit of Chiang Khong รวมถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยการจัดวาง (Setting) สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น ฝาช้างมูกับตำนานพระเจ้าเลียบโลก การสร้าง landmark ให้นักท่องเที่ยวได้บันทึกภาพเช่น จุดชมวิว อิง พิง โขง Review โดยใช้ Influencer ช่วยในการสร้างพื้นที่ดังกล่าวเพื่อพัฒนาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของ นอกจากนั้น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้อัตลักษณ์ด้วยการสร้าง Repackage การบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์จากสาหร่ายโก พร้อมจัดกิจกรรมท่องเที่ยวตามลำน้ำโขงเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้านในช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงพฤษภาคมเพื่อดูการเก็บไถ (การจกไถ) ส่วนผ้าทอไทลื้อก็เป็นอีกหนึ่งอัตลักษณ์ที่มีความน่าสนใจ สำหรับการต่อยอดพัฒนาลายผ้าทอไทลื้อให้มีลักษณะเฉพาะโดดเด่นในเรื่องของกรรมวิธีการทอ ลวดลาย สีสัน และเส้นสายที่ใช้ในการทอ ผสมผสานกับเรื่องราวของความเป็นไทลื้อ โดยเน้นที่รายละเอียดลวดลายประณีตของผ้าทอมากกว่าจำนวนปริมาณ ส่วนแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย นั้นใช้วิธีการสื่อสารแบบการบอกต่อ (Word-of-Mouth Marketing) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เช่น Facebook, Instagram, Twitter, เว็บไซต์ (พันทิป) เป็นต้น โดยนำกลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) มาใช้เพื่อเสนอในรูปแบบปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชียงของ ใช้การสื่อสารผ่านคุณค่าในอัตลักษณ์ของเชียงของเพื่อสร้างชาวเชียงประสัมพันธ์ โดยกำหนดตำแหน่งเกี่ยวกับคุณค่าอัตลักษณ์เชียงของ (Positioning) แบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงพุทธ และสื่อสารผ่านรายการท่องเที่ยวในสื่อกระแสหลัก เช่น รายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ที่มีผู้ชมติดตามจำนวนมากๆ ภายใต้แนวคิด *“Chiang Khong” : The City of Happiness among the Cultures Diversity of Ethnic Groups along the Mekong*

River. หรือ “*เชียงของเมืองแห่งความสุขท่ามกลางความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของชาติพันธุ์สองฝั่งโขง*”

5.2 อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อแรกของงานวิจัยฉบับนี้คือเพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งคณะผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นอัตลักษณ์เชียงของ โดยยึดตามความหมายอัตลักษณ์ที่ ฮอลล์และดูกาย (Hall, S., & Du Gay, P., 1996 อ้างใน ศราณี เวศยาสิริพันธ์, 2554) ได้ให้ไว้คือ (1) อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือเกิดขึ้นลอยๆ แต่ก่อรูปขึ้นภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (2) เป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่งตายตัวเพราะวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างทางสังคมดังที่เรียกกันว่า Circuit of Culture (3) มีกระบวนการถูกผลิต (Produced) ให้เกิดขึ้นสามารถถูกบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) ภายใต้วัฒนธรรมเหล่านั้น (4) มีการสร้างความหมายต่างๆ (Creating Meanings) ผ่านทางระบบของการสร้างภาพตัวแทนที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่างๆ อันหลากหลายที่เราเลือกใช้หรือนำเอามาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา มีประเด็นร่วมที่สอดคล้องกับ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2548) และอภิญา เฟื่องฟูสกุล (2546) ที่มองว่าอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่ได้ปรากฏขึ้นเองแต่เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นจากระบบความสัมพันธ์ทางสังคม ดังนั้น จากความหมายของอัตลักษณ์ดังกล่าว ในเบื้องต้นคณะผู้วิจัยจึงแบ่งอัตลักษณ์เชียงของออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต ศิลปะวัฒนธรรม หัตถกรรม และอาหาร โดยมีลำดับขั้นตอนของการพัฒนาจากอดีตสู่ปัจจุบันภายใต้ระบบความสัมพันธ์ของคนในชุมชน อัตลักษณ์เชียงของทั้ง 5 ด้าน ยังมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันในมิติเชิงวัฒนธรรมซึ่ง ณัฐพงศ์ จิตรนิรัตน์ (2548) เรียกว่า อัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม หมายถึง อัตลักษณ์ของกลุ่มที่ถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกันของสมาชิกที่อาศัยอยู่ร่วมกันภายในกลุ่ม อันรวมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต ศิลปะวัฒนธรรม หัตถกรรม สถานที่สำคัญ และอาหารด้วย

คณะผู้วิจัยได้นำเอาอัตลักษณ์ในแต่ละด้านมาจัดกลุ่มเพื่อให้เกิดความชัดเจนในมิติของพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ถึงปัจจุบัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ ประเด็นแรก ประวัติศาสตร์เมืองเชียงของเชียงของในยุคตำนาน ยุคของการเป็นเมือง ยุคสงครามเย็น และยุคการพัฒนาเศรษฐกิจ ประเด็นที่สอง ภูมิโนเวศเชียงของ ที่เอื้อต่อการเกษตรกรรม การประมง การคมนาคม และการค้าขาย และ ประการที่สาม วัฒนธรรมเมืองเชียงของ ได้แก่ ประเพณีบวงสรวงเจ้าพ่อปลาบึก ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับชาติพันธุ์ในอำเภอเชียงของอาทิ ประวัติไถลื้อที่เชียงของ ผ้าทอ “ลายน้ำไหล” : อัตลักษณ์ของไถลื้อที่เชียงของ การนับถือพุทธศาสนา : อัตลักษณ์ของคนไถลื้อที่เชียงของ หลวงพ่อเพชร : พระคู่เมืองเชียงของ และสาหร่ายโก้อัตลักษณ์ด้านอาหารของคนเชียงของ ซึ่งให้เห็นได้ว่าอัตลักษณ์เชียงของที่พบจากการศึกษานี้ว่าเป็นอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มเป็นหลัก ยกตัวอย่าง ความ

หลากหลายของศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และชาติพันธุ์ ในเชิงของที่มีการผสมผสานระหว่างไทยวน ไทลื้อ ลาว กลายเป็นคนเชียงของ

สำหรับอัตลักษณ์เชียงของที่ได้รับการเลือกสรรเพื่อนำมาประกอบสร้างเป็นอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 10 รายการ คือ หลวงพ่อเพชร ปลาบึก เมืองการค้าชายแดน สาหร่ายโกประเพณีไทลื้อ วัดพระแก้วและวัดหลวงไชยสถาน ผ้าทอ “ลายน้ำไหล” แม่น้ำโขงหรือน้ำของ และจุดชมวิวยุทธราชติ แม่น้ำสองสี (อิง พิง โขง) พบว่า มีลักษณะเฉพาะและสามารถสร้างเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดพัฒนาเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้ ทั้งความเฉพาะของลักษณะทางภูมิศาสตร์ ระบบนิเวศ วัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิชร นันตะยานาและคณะ (2549) ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากที่มาท่องเที่ยวเชียงของ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการชมศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรม จึงควรส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ พัฒนาศิลปวัฒนธรรม งานหัตถกรรมพื้นบ้าน อัตลักษณ์บางรายการมีความเชื่อมโยงเพิ่มเติมในการสร้างเรื่องราวของการท่องเที่ยวให้กับเมืองเชียงของ ดังที่ พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง (2557: 20) ได้กล่าวถึงเรื่องราวเกี่ยวกับลักษณะของอาหารในเมืองเชียงของว่า รสชาติอาหารเป็นส่วนสำคัญในการสร้างประสบการณ์ในเมืองสุนทรีย์ภาพในเมืองเชียงของ อาหารและรสชาติอาหารที่เมืองเชียงของนั้นเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในเมืองเชียงของ

กล่าวได้ว่า อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชียงของนอกจากมีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นแล้วยังสามารถนำมาผูกโยงเป็นเรื่องราว เช่นเดียวกับการศึกษาเรื่อง “การจัดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของอัตลักษณ์ชุมชนลำปาง” ของ ศรีศุภกร นิลกรรณ์ (2556) ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดลำปางมีอัตลักษณ์ชุมชนที่มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนและเครือข่ายได้ร่วมกันจัดทำระเบียบว่าด้วยความร่วมมือทางการจัดการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชน ด้วยการคัดสรรเรื่องเล่าที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน หรือ Annette Pritchard (2001) ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรม อัตลักษณ์ และตัวแทนด้านการท่องเที่ยว: การตลาด Cymru หรือเวลส์? จากการวิเคราะห์แคมเปญการตลาดของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งเวลส์และหน่วยงานท้องถิ่นของเวลส์ระบุว่า อิทธิพลของเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ การเมือง และวัฒนธรรม สามารถนำไปสร้างตราสินค้าด้านการท่องเที่ยวได้

การผูกโยงเรื่องราวสามารถสร้างรูปแบบและส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ เช่น การสวมใส่ผ้าทอไทลื้อร่วมกิจกรรมไหว้พระ 9 วัด โดยเริ่มจากวัดพระแก้วและวัดหลวงไชยสถาน รวมถึงร่วมงานประเพณีต่างๆ เป็นการถ่ายทอดเรื่องราวของงานหัตถกรรมที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมทางศาสนาและตอกย้ำอัตลักษณ์ของผ้าทอไทลื้อให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ในประเด็นนี้ คมสัน รัตนะสิมากุลและคณะ (2558: 81) ได้อธิบายว่า ไม่เพียงแต่ในด้านศิลปวัฒนธรรมเท่านั้นที่สร้างตัวตนทางอัตลักษณ์ให้กับ

เชียงของ งานด้านหัตถกรรมก็มีความโดดเด่นไม่แพ้กัน โดยเฉพาะงานฝีมือของกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งสร้างชื่อเสียงให้เชียงของเป็นที่รู้จักแก่คนภายนอกอย่างเป็นวงกว้าง กลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเชียงของมากที่สุดคือ ชาวไทลื้อ โดยอาศัยอยู่ที่บ้านห้วยเม็ง บ้านหาดบ้าย และบ้านศรีดอนชัย ชาวไทลื้อมีชื่อเสียงในด้านผ้าทอลายน้ำไหลที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะ

นอกจากนั้น การล่องเรือขึ้นชมธรรมชาติและระบบนิเวศสองฝั่งแม่น้ำโขงให้นักท่องเที่ยวจะได้พบเห็นวัฒนธรรมที่ผสมผสานระหว่างล้านนาและลาว แวะขึ้นชมบรรยากาศ ณ จุดชมวิว อิง พิงโขง และรับประทานอาหารที่ใช้วัตถุดิบหลักจากแม่น้ำโขง เช่น ไก่ และปลาแม่น้ำโขง หรือในบางช่วงเวลาอาจจะเห็นวิถีชีวิตของคนเชียงของตั้งแต่กระบวนการในการจักโก ตากโก และนำมาปรุงอาหาร ซึ่งเป็นเสน่ห์วิถีชีวิตของคนเชียงของโดยแท้ ดังที่พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง (2557) ได้ชี้ให้เห็นว่าด้วยความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ ทำให้เชียงของมีความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และชาติพันธุ์ มีวัฒนธรรมที่ผสมผสานระหว่างไทยวน ไทลื้อ ลาว ทำให้เชียงของอาจถูกมองข้ามในความเป็นเมืองที่ดูเหมือนไร้ตัวตนทางอัตลักษณ์ แต่ในความเป็นจริงกลับถูกปลูกให้มีชีวิตขึ้นทุกครั้งเมื่อถึงงานประเพณีและกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิตคนแม่น้ำโขง ถุดูกโก พิธีกรรมบวงสรวง ปลาบึก การเส้นสรวงผีโพงผีลวงและแม่อ่านางของชาวประมง การผูกเรือดังกล่าวสามารถสร้างความเข้มแข็งทางการท่องเที่ยวได้แต่ต้องอาศัยการประกอบสร้างจากภาคส่วนต่างๆ เริ่มตั้งแต่คนในพื้นที่หน่วยงานราชการ และภาคเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของการท่องเที่ยวที่ว่า ผลของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจรัฐบาล ผู้เป็นเจ้าของชุมชน ในกระบวนการดึงดูดและต้อนรับนักท่องเที่ยว (นิรันดร์ ทัพไชย, 2548)

รูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย ภายใต้ทฤษฎี SMCR ของ เดวิด เค. เบอร์ (ขวัญชีวา ส่างหลวง, 2552) คือ ใช้ Influencer เช่น ดาราผู้มีชื่อเสียง หรือคนที่มีชื่อเสียงในโลกออนไลน์ เป็นผู้ส่งสาร (source) โดยกำหนดรูปแบบการนำเสนอผ่านการรณรงค์ภายใต้แนวคิดหลัก *“Chiang Khong” : The City of Happiness among the Cultures Diversity of Ethnic Groups along the Mekong River*. หรือ **“เชียงของเมืองแห่งความสุขท่ามกลางความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของชาติพันธุ์สองฝั่งโขง”** ซึ่งการกำหนดแนวคิดนี้สอดคล้องกับบริบทของเชียงของ เนื่องจากเรื่องราวศิลปะของพื้นถิ่นเชียงของ ไทย-ลาว ได้ถูกถ่ายทอดผ่านวัดหลายๆ แห่ง เช่น วัดพระแก้ว วัดศรีดอนชัย วัดหลวงไชยสถาน วัดหาดไคร้ การไปกราบนมัสการทำบุญที่วัดดังกล่าวจะได้ชื่นชมศิลปะล้านนาจากลวดลายต่างๆ บนผนังวิหารของวัด ด้วยการนำเอาแนวคิดดังกล่าวเพื่อสร้างเป็น **“ตราสินค้า”** (branding) ผ่านช่องทางสื่อสังคม (Social Media) อย่างเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ เว็บไซต์ เพื่อสร้างปรากฏการณ์ที่เรียกว่า แบบการบอกต่อ (Word-of-Mouth Marketing) การใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการสื่อสาร เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่ายและสามารถกระจายหรือส่งข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ เมื่อ

พิจารณาโดยการจำแนกประเภทของตามลักษณะของสื่อ พบว่า สื่อใหม่เป็นสื่อที่นิยมนำมาใช้กับกลุ่มเป้าหมายในยุคสังคมข้อมูลข่าวสารหรือยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของทุกคนและเป็นสื่อที่ทรงพลัง เช่น Twitter, Facebook, Instagram หลายคนโด่งดังเป็นที่รู้จักของสังคมในช่วงระยะเวลาเพียงข้ามคืนผ่านโลก Social online โดยแบ่งผู้รับสาร (receiver) ออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ นักท่องเที่ยวที่อยู่อำเภอใกล้เคียง (พะเยา เชียงใหม่ แพร่ น่าน) นักท่องเที่ยวจากภาคเหนือ และนักท่องเที่ยวจากภาคอื่นๆ และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินมาเชียงใหม่ จากข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558) สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี ประกอบกับงานศึกษาของ มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ (2557) และสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (2555) พบว่าเชียงใหม่เป็นเมืองที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวโดยการวิเคราะห์ SWOT เชียงใหม่มีโอกาสและจุดแข็งทางการการท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงใหม่ของ จังหวัดเชียงใหม่ ถูกจัดวางให้มีการนำเสนอผ่านการสร้างเรื่องราว (Story) ที่เชื่อมโยงกับแนวคิดหลัก theme spirit of Chiang Khong และวางแนวทางในการสร้างจุด landmark ให้แก่นักท่องเที่ยวได้บันทึกภาพโดยใช้ Influencer กล่าวคือ Influencer Marketing เป็นลักษณะของการทำการตลาดโดยอาศัยบุคคล องค์กร แบนด์และอื่นๆ ที่มีความน่าเชื่อถือทางสังคม ให้กล่าวถึงหรือเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ที่ต้องการทำการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ (brand awareness) ให้กับกลุ่มคนที่ติดตาม Influencer สำหรับการตลาดแบบ Influencer Marketing เห็นได้จากการขายสินค้าในโลกโซเชียลอย่าง facebook ผลิตภัณฑ์หลายรายการหรือแบรนด์สินค้ามักจะใช้บุคคลที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก ๆ หรือที่เรียกกันว่า Net Idol ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (ไค้ดบี, 2559) และพัฒนาอัตลักษณ์ด้วยการสร้าง Repackage เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ เช่น การบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์จากสาหร่ายไถ่ ด้านแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงใหม่ของ จังหวัดเชียงใหม่ นั้นใช้วิธีการสื่อสารแบบการบอกต่อ (Word-of-Mouth Marketing) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยการนำเอาผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นหรือเรื่องราวที่น่าสนใจและมีผลลัพธ์สำหรับผู้รับบริการหรือลูกค้าที่ได้ใช้งานจะเป็นจุดเริ่มต้นของ Word-of-Mouth Marketing หรือการตลาดแบบดีแล้วบอกต่อ ซึ่งเป็นรูปแบบการตลาดที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและเป็นการตลาดที่ได้ผลมากที่สุด พร้อมทั้งจัดวางกลยุทธ์การตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) เพื่อให้นำเสนอในรูปแบบปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชียงใหม่ เน้นการสื่อสารผ่านคุณค่าในอัตลักษณ์ของเชียงใหม่เพื่อสร้างภาพเชิงประสัมพันธ์ โดยกำหนดตำแหน่งเกี่ยวกับคุณค่าอัตลักษณ์เชียงใหม่ (Positioning) และการสื่อสารผ่านรายการท่องเที่ยวในสื่อกระแสหลัก เช่น รายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ที่มีผู้ชมติดตามจำนวนมากๆ ภายใต้แนวคิด *“Chiang Khong” : The City of*

Happiness among the Cultures Diversity of Ethnic Groups along the Mekong River. หรือ “*เสียงของเมืองแห่งความสุขท่ามกลางความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมของชาติพันธุ์สองฝั่งโขง*”

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ควรจัดทำฐานระบบข้อมูลสารสนเทศแหล่งท่องเที่ยวเชิงของ อันประกอบด้วย เส้นทาง การเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญโดยจัดกลุ่มแบ่งออกเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงพุทธ และเผยแพร่ในโลกออนไลน์หรือแอปพลิเคชันในรูปแบบภาษาไทย จีน และอังกฤษ โดยทำงานเชิงบูรณาการร่วมกันระหว่าง คนในชุมชน สถาบันการศึกษาในพื้นที่ (มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง) ราชการส่วนท้องถิ่นประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้ง 7 แห่ง ในอำเภอเชียงของ รวมถึงผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย สมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือ สมาคมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย และหอการค้าจังหวัดเชียงราย

2. เน้นการจัดกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อสร้างบรรยากาศของการเป็นครอบครัวเดียวกัน เช่น งานประเพณีจุลกฐินไถลื้อ เริ่มตั้งแต่ เรื่องของการแต่งกาย การพูดคุยแลกเปลี่ยนเรื่องอาหาร วัฒนธรรม ประเพณี เป็นต้น

3. สร้างศูนย์กลาง (Hub) ในการจัดจำหน่ายของฝากและของที่ระลึกระหว่างประเทศ ให้นักท่องเที่ยว โดยมีสินค้าที่เป็นของคนเชียงของและสินค้าจากภูมิภาคต่างๆ ในประเทศ โดยอาศัยลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่เอื้อต่อการขนส่งสินค้าไปยังต่างประเทศโดยเฉพาะ ประเทศจีนและลาว

4. จัดเตรียมความพร้อมด้านสถานที่และคนในพื้นที่เพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยว โดยเฉพาะในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและที่พักของนักท่องเที่ยว รวมถึงการให้บริการอื่นๆ เช่น รถเช่า การจองตั๋วเครื่องบิน การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง และเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

5. การจัดทำบันทึกข้อมูลเรื่องราวทางประวัติอย่างเป็นระบบทั้งในแง่ของวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี เพื่อให้เยาวชนได้เรียนรู้และเกิดจิตสำนึกร่วมในความเป็นคนเชียงของ และพัฒนาเพื่อต่อยอดด้านการท่องเที่ยวต่อไป

6. นำเอาอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้จำนวน 9 รายการ ไปใช้เพื่อพัฒนารูปแบบ และเส้นทางท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน เมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย ในโครงการย่อยที่ 2 ต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ขวัญชีวา ส่างหลวง. (2552). เอกสารประกอบการเรียนการสอน วิชาทฤษฎีการสื่อสาร. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารณ.
- เกศกนก ชุมประดิษฐ์. (2549). **อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย**รายงานการวิจัย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- เกษม จิตตางกูร. (2526). **เอกสารที่ระลึกงานผ้าป่าสามัคคี “สี่ตระกูล”**. เชียงราย: ตำมิละ.
- จามะรี เชียงทอง. (2551). **การเปลี่ยนแปลงด้านการพัฒนาในเชียงใหม่**. เชียงใหม่ : ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธเนศ ศรีสถิตย์. (2548). **การจัดการธุรกิจน้ำทิพย์**. เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นพรัตน์ ละมุล. (2556). **เชียงใหม่: หนึ่งเมืองสองแบบ**. กลุ่มรักษ์เชียงใหม่: เชียงราย.
- นันทกร ชัยยานภาพ. (2556). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงของ จังหวัด เชียงราย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง เชียงราย.
- นักวิจัยชาวบ้านเชียงของ-เวียงแก่น. (2549). **ความรู้ท้องถิ่นเรื่องพันธุ์ปลาแม่น้ำโขง**. กลุ่มรักษ์เชียงของ: เชียงราย.
- นิวัฒน์ ร้อยแก้ว และนพรัตน์ ละมุล. (2553). **นิเวศวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติลุ่มน้ำโขง: กรณีพื้นที่แม่น้ำของ – ล้านนา**. เชียงราย: สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน.
- นิวัฒน์ ร้อยแก้ว และคณะ. (2547). **เชียงใหม่ เวียงแก่น: พัฒนาการของสังคมชายขอบจากอดีตสู่การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจการเมืองในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- นิรันดร์ ทัพไชย. (2548). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. เอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ด่านศุลกากรเชียงของ. (2559). **“มูลค่าการค้าของศุลกากรเชียงของในช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2559.”** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.chiangkhongcustoms.com> (20 กรกฎาคม 2558)
- บดินทร์ กิณาวงศ์ และคณะ. (2546). **เอกสารประกอบวิชาหลักสูตรท้องถิ่น ประวัติศาสตร์เมือง เชียงราย – เชียงแสน**. เชียงใหม่: มิ่งเมือง.

พระราชนิพนธ์ในสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. (2538). **ลาวใกล้บ้าน พระราชนิพนธ์ในสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา**. บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด มหาชน: กรุงเทพมหานคร.

พิพัฒน์ ธนาภิจ. (2556). **เขียนความรู้ สร้างความทรงจำ: การดำรงอยู่ของปลาบึกที่เชียงของ**. วารสารสังคมวิทยามานุษยวิทยา ปีที่ 32 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2556).

เพิ่ม สิทธิสมบัติ และคณะ. (2553). **ประวัติอำเภอเชียงของ**. เชียงราย: อินเทอร์เน็ต.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2532). **เอกสารการสอนชุดวิชาวิทยาการการสอน หน่วยที่ 1-7**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

มิ่งสรรพ ขาวสะอาดและคณะ. (2557). **แผนแม่บทการท่องเที่ยวเชียงของ**. เอกสารอัดสำเนา จัดทำโดยสถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สถาบันการศึกษาและจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

เยาวภา สิละบุตร. **เอกสารการสอนชุดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวน**. สาขาวิชาการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, 2547.

วรารุณ เรือนคำ. (2558). **ศักยภาพการเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่ชายแดนจังหวัดเชียงราย: บริบทการค้า การลงทุน การขนส่ง และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์**, สำนักงานเศรษฐกิจชายแดนและโลจิสติกส์ (14 มิถุนายน 2558)

วสันต์ สรรพสุข. (2559). **ใครคือคนเชียงของ?: ในพื้นที่ประวัติศาสตร์ ชายแดน และการพัฒนา**. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิชร นันตะยานา. (2548). **แนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย**. รายงานการวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

วิริยา วิฑูรย์สกุลศิลป์. (2548). **การศึกษาอัตลักษณ์คนชั้นกลางไทยผ่านการเล่าเรื่องในสื่อหนังสือบันทึกการเดินทาง**. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและพยากรณ์ทางการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้. (2557). **ความพร้อมเมืองเชียงของต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายแดนแห่งใหม่**. แม่โจ้โพลล์ ฉบับที่ 14 เมษายน 2557 มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. (2555). **การสังเคราะห์งานวิจัยชุดโครงการเชียงของศึกษา**. เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

สุทธิพงศ์ ปานเพ็ชร. (2555). **อัตลักษณ์ชุมชนกับการพึ่งตนเองของชุมชนในอำเภอปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**. ชุดโครงการวิจัย อำเภอปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- สุทธิดา ศิริบุญหลง. (2551). **การพัฒนาแบบยั่งยืน : กระบวนการกระทำทางเศรษฐกิจสังคม (metabolism) และการเปลี่ยนแปลงธรรมชาติเชิงสร้างสรรค์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุมาลี วงษ์วิฑิต. (2550). **รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง โครงการศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนา เศรษฐกิจพิเศษชายแดน**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2558). **คู่มือการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: เอ็กเซลเลนซ์ บิสเนส แมเนจเม้นท์.
- โสภิตา วีรกุลเทวัญ. (2548). **เชิงของ: ชาติพันธุ์และการค้าที่ชายแดน**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ศราณี เวศยาสิรินทร์. (2545). **การสร้างอัตลักษณ์คนได้ผ่านหนังตะลุง**. ดุษฎีนิพนธ์ สาขาวิชานิติศาสตร์สาขานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศรีศุภกร นิลกรรณ์. (2556). **การจัดการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของอัตลักษณ์ชุมชนลำปาง**. ลำปาง : มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- อภิญา เพื่องฟู. (2546). **อัตลักษณ์ : การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด**. งานวิจัย ภาควิชาสังคมวิทยา-มนุษยวิทยา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สื่อออนไลน์

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **“สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศ จังหวัดเชียงราย พ.ศ. 2552 - 2558.”** สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2560 จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.html>
- เขตเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย. (2558). **“ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุนเขตเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย.”** สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2560 จาก <http://oss1.starproplus.com/index.php/oss/oss-service-center>
- _____. (2558). **“แผนแม่บทเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเชียงราย.”** สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2560 จาก <http://oss1.starproplus.com/index.php/oss/oss-service-center>
- ธนิต โสรัตน์. (2559). **“การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน”** สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2559 จาก <http://www.acmecsthai.org/web/16.php?id=19883#top>

ทฤษฎี ประสานนาม. (2551). “**เพศชาติพันธุ์ และปัญหาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ในภาพยนตร์เรื่อง Touch of Pink.**” สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2559 จาก

[http://www.midnightuniv.org/midnight 2545/document95848.html](http://www.midnightuniv.org/midnight%2045/document95848.html)

เทศบาลตำบลศรี่ง. (2555). “**พระเจ้าเข้ากาด**” สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2560 จาก

<http://www.khrueng.go.th/>

นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2547). “**ชาตินิยมไทยในกระแสโลกาภิวัตน์.**” สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2559

จาก [http:// www.matichon.co.th/weekly/weekly.php?srctag=0453050347](http://www.matichon.co.th/weekly/weekly.php?srctag=0453050347)

&srcday=2005/09/23&search=no

บริษัท โค้ดบี จำกัด. (2559). “**Influencer Marketing คืออะไร**” สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2560

จาก <https://www.codebee.co.th/labs/influencer-marketing>

เบญจมาภรณ์ เข้มกลัดและคณะ. (13 กันยายน 2559). **เที่ยวไทยครีกครีน เศรษฐกิจไทยคึกคัก.**

สืบค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2560 จาก [http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/index.](http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/index.php/about-mk-program/mk-activities/381-amazing-thailand-campaign)

[php/about-mk-program/mk-activities/381-amazing-thailand-campaign.](http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/index.php/about-mk-program/mk-activities/381-amazing-thailand-campaign)

ประชาชาติธุรกิจ. (18 กันยายน 2558). **เส้นทาง R3A : ไทย-ลาว-จีน จะร่วมกันอย่างไรเพื่อ**

ประโยชน์สูงสุด. สืบค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2560 จาก

[http://www.prachachat.net/news_ detail.php? newsid =1442476208.](http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1442476208)

หลวงพระบาง. (2552). “**บ่อแก้ว – หลวงพระบาง.**” สืบค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2560 จาก

<http://www.louangprabang.net/index.asp> ()

ภาษาอังกฤษ

Annette Pritchard. (2001). **Culture, identity and tourism representation: marketing Cymru or Wales?.** Tourism Management.

Arvid Viken. (2006). **Tourism and Sámi Identity – An Analysis of the Tourism Identity Nexus in a Sámi Community.** Journal Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism.

Esteban Ruiz Ballesteros. (2007). **Identity and community—Reflections on the development of mining heritage tourism in Southern Spain.** Tourism Management.

Front Psychol. (2017). **Relationships between Personal and Collective Place Identity and Well-Being in Mountain Communities.** DOI: eCollection.

- Geogr J. (2012). **Lost in translation: conflicting views of deforestation, land use and identity in western Madagascar.** University of Cambridge, UK.
- Hailin Qu. (2011). **A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image.** Tourism Management.
- Jeffery M. Caneen. (2014). **Tourism and Cultural Identity: The Case of the Polynesian Cultural Center.** Athens Journal of Tourism.
- Laurie Kroshus Medina. (2003). **Commoditizing culture: Tourism and Maya Identity.** Annals of Tourism Research.
- Maja Konecnik. (2008). **Tourism destination brand identity: The case of Slovenia.** Journal of Brand Management.
- Nataša Urošević. (2016). **A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image.** Tourism Management.
- Nigel J. Morgan, Annette Pritchard, & Rachel Piggott. (2003). **Destination branding and the role of the stakeholders: The case of New Zealand.** Journal of Vacation Marketing.
- Robert Govers, Frank M., Go, & Kuldeep Kumar (2007). **Promoting Tourism Destination Image.** Journal of Travel Research.

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ชื่อ.....นามสกุล.....

อายุ.....ปี

ที่อยู่.....

อาชีพ.....

ข้อมูลหลัก

☐ ผู้นำที่เป็นทางการ ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน

☐ ผู้นำที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ ผู้นำสตรี พระ ปราชญ์ชาวบ้าน

☐ กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชน

☐ กลุ่มเครือข่ายอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง-ล้านนา

ประเด็นคำถาม

1. เรื่องเล่า ตำนาน หรือที่มาของเสียงของมีก็่เรื่อง และแต่ละเรื่องได้กล่าวไว้อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

2. อำเภอยี่งของมีจุดเด่น ซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นหรือแตกต่างจากที่อื่น อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

3. ชุมชนใดในเขตอำเภอยี่งของที่มีลักษณะเฉพาะตัว หรือมีความแตกต่างจากชุมชนอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

4. หากกล่าวถึงอำเภอเชียงของ ท่านคิดว่า คนจะนึกถึงอะไรเป็นสามสิ่งแรก เพราะอะไร
-
-
-
-
-
-
5. วิธีการดำเนินชีวิตของชุมชนในเขตอำเภอเชียงของมีลักษณะอย่างไร ขอให้เล่าเปรียบเทียบตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน
-
-
-
-
-
-
6. แต่ละชุมชนในอำเภอเชียงของมีสินค้า (เชิงหัตถกรรม)ใดที่โดดเด่นหรือมีชื่อเสียงบ้าง
-
-
-
-
-
-
7. อำเภอเชียงของมีสถานที่สำคัญใดบ้าง โดยเฉพาะสถานที่ที่มีความสำคัญที่เชื่อมโยงกับอดีต (ประวัติศาสตร์) เรื่องเล่า หรือความเป็นมา
-
-
-
-
-
-
8. ประชากรของแต่ละชุมชนในอำเภอเชียงของประกอบด้วยชาติพันธุ์ใดบ้าง ชาติพันธุ์ใดเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด และแต่ละชาติพันธุ์นั้นมีความโดดเด่นอย่างไร
-
-
-
-
-

9. อำเภอเชียงของ (หรือแต่ละชุมชนมีงานประเพณีอะไรที่โดดเด่น หรือเป็นเอกลักษณ์ของ
อำเภอเชียงของบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

10. อำเภอเชียงของมีวัดที่มีความสำคัญหรือโดดเด่นที่วัด วัดใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

11. แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามทางธรรมชาติในเขตอำเภอเชียงของ มีกี่แห่ง อะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

12. อาหารที่ขึ้นชื่อหรือมีชื่อเสียงของอำเภอเชียงของมีกี่อย่าง อะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

13. ลักษณะบ้านเรือนตั้งแต่อดีตของชุมชนในเขตอำเภอเชียงของ มีลักษณะทาง
สถาปัตยกรรมเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

14.ชุมชนในอำเภอเชียงของประกอบอาชีพใดเป็นหลัก หรือเป็นเศรษฐกิจหลักของอำเภอ
เชียงของ

.....

.....

.....

.....

.....

15. ท่านคิดว่า การประกาศให้อำเภอเชียงของเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษจะมีส่งผลให้เกิดการ
เปลี่ยนแปลงต่อวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ วัฒนธรรมอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

16. มีอาคารอนุรักษ์/โบราณสถานที่ขึ้นทะเบียนกับกรมศิลปากรแล้วกี่แห่ง และมีอาคารใดที่
มีลักษณะเด่น น่าดึงดูดใจให้มาเที่ยวชมในเขตอำเภอเชียงของ

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

แบบสำรวจระดับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงของ

ให้ท่าน ทำเครื่องหมาย √ ในช่องคะแนนตามการรับรู้ของท่านที่มีต่อประเด็นดังกล่าว จาก มากที่สุด (5) ไปจนถึง น้อยที่สุด (1) เพียงช่องเดียว แบบสำรวจอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของเชิงของ

ลำดับ	อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของเชิงของ	ระดับอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของเชิงของ				
		5	4	3	2	1
1	ปลาบึก					
2	เมืองคำขायขายแดน					
3	สาหร่ายไก่อ					
4	ผ้าทอ “ลายน้ำไหล”					
5	ประเพณีไหลเรือ					
6	น้ำโขงหรือน้ำของ					
7	จุดชมวิวยุทธรมชาติ แม่น้ำสองสี (อิง พิง โขง)					
8	วัดพระแก้วและวัดหลวง					
9	พระเพชร					

ภาคผนวก ค



ภาพที่ 1 สัมภาษณ์ นายทัศนัย สุราพจน์ (นายอำเภอเชียงของ) ในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์
เชียงของ จังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 2 คณะผู้ทรงคุณวุฒิโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ สำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย (สกว.) ติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงานวิจัยรอบ 2 เดือน และร่วม
สังเกตการณ์ประชุมสนทนากลุ่มเรื่อง “จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและประเด็นที่ท้าทายด้านการ
ท่องเที่ยว” เมื่อวันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2559 เวลา 09.00 – 17.00 น.
ณ โรงแรมน้ำโขง ริเวอร์ไซด์ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 3 สัมภาษณ์ ครูตี - นิวัฒน์ ร้อยแก้ว ในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 4 ซ้าย สัมภาษณ์ พระครูสุจินวรคุณ (วัดท่าข้ามศรีดอนชัย) ในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย
ขวา สัมภาษณ์ อาจารย์วสันต์ สรรพสุข ในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 5 ประชุมสนทนากลุ่มเรื่อง “จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและประเด็นที่ท้าทายด้านการท่องเที่ยว”

ซึ่งเป็นการระดมสมองของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนเมืองเชียงของ จังหวัดเชียงราย

เมื่อวันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2559 เวลา 09.00 – 17.00 น.

ณ โรงแรมน้ำโขง ริเวอร์ไซด์ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 6 สัมภาษณ์ นายวัชรินทร์ นิ่มประทุม (อดีตนายอำเภอเชียงของ) ในประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชียงของ จังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 7 สัมภาษณ์ นายอินสม วงค์ชัย (ประธานสภาวัฒนธรรมตำบลศรีดอนชัย) ในประเด็น
เกี่ยวกับอัตลักษณ์เชิงของ จังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 8 สัมภาษณ์ นายศรีรงค์ วงค์ชัย (อดีตผู้อำนวยการโรงเรียนชุมชนบ้านศรีดอนชัย) ในประเด็น
เกี่ยวกับอัตลักษณ์เชิงของ จังหวัดเชียงราย

ประวัติคณะผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

1. นายทศพล พงษ์ดีตะ
Mr THOTSAPON PONGTA
2. หมายเลขบัตรประชาชน 1570500099123
3. ตำแหน่งปัจจุบัน คณาจารย์ประจำ สำนักวิชาบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เชียงราย
4. สำนักวิชาบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย 80 หมู่ 9 ตำบลนางแล
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100 เบอร์โทรศัพท์ 053-776131
Thospon123@hotmail.com
5. ประวัติการศึกษา
 - ร.บ. (การเมืองการปกครอง) มหาวิทยาลัยแม่โจ้
 - ร.ม. (การเมืองการปกครอง) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ
โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัยหัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วม
วิจัยในแต่ละผลงานวิจัย
 - 6.1 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว :
 1. ผู้ร่วมวิจัย: การจัดการความขัดแย้งและสร้างความปรองดองตามแนวทาง
พระพุทธศาสนา: กรณีศึกษาโครงการหมู่บ้านรักษาศีล 5 จังหวัดเชียงราย (2558) ได้รับทุนสนับสนุน
จากสำนักวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 2. ผู้ร่วมวิจัย: การเสริมสร้างวิสาหกิจชุมชนตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัด
เชียงราย (2559) ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 3. ผู้ร่วมวิจัย: การพัฒนารูปแบบการให้การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อทางการเมืองให้กับ
ประชาชน (2560) ได้รับทุนสนับสนุนจาก สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
 4. หัวหน้าโครงการวิจัย: การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการป่าชุมชนบ้านป่าชาว
วิวัฒน์ ตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย (2560) ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักวิจัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 - 6.2 งานวิจัยที่กำลังทำ:
 -

ผู้ร่วมวิจัยคนที่ 1

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คมสัน รัตนสิมากุล
Assis.Dr. Komsan Rattnasimakool
2. หมายเลขบัตรประชาชน 3 4199 00365 37 3
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ สังกัดโปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์
สาขาการสื่อสารสื่อใหม่และมัลติมีเดีย) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏเชียงราย
4. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ต.บ้านดู่ อ.เมือง จ.
เชียงราย
โทรศัพท์ 0-5377-6016 komsan_r@hotmail.com
5. ประวัติการศึกษา
 - นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2549)
 - นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2540)
 - ศิลปศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2536)
6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ
โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัยหัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วม
วิจัยในแต่ละผลงานวิจัย
 - 6.1 หัวหน้าโครงการวิจัย/ผู้วิจัยร่วม : ชื่อโครงการวิจัย
 - 1) หัวหน้าโครงการวิจัย : การใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อสื่อสารความคิดในชุมชนชาวเขา
ศึกษาชาวเขา 4 เผ่าในเขตลุ่มน้ำแม่จัน จังหวัดเชียงราย (2549)
 - 2) หัวหน้าโครงการวิจัย: การสื่อสารทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
จังหวัดเชียงราย พรรคไทยรักไทย : ศึกษาแนวคิดและการรณรงค์ทางการเมือง (2545)
 - 3) คณะวิจัยร่วม : สำเพ็งประวัติศาสตร์ชุมชนชาวจีนในกรุงเทพฯ. ศูนย์จีนศึกษา
สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2549)
 - 4) หัวหน้าโครงการวิจัย : รูปแบบการสื่อสาร บรรยากาศการสื่อสารในองค์การ
และความพึงพอใจในการสื่อสารของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย (2551)
 - 5) หัวหน้าโครงการวิจัย : การศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชนเมืองเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม
ให้กับแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอเชียงแสนกับการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อรักษาให้เป็นแหล่ง
ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2551) ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

6) หัวหน้าโครงการวิจัย: การใช้สารสนเทศในการบริหารจัดการโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย (2551) ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

6.2 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน

1) การใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อสื่อสารความคิดในชุมชนชาวเขา ศึกษาชาวเขา 4 เผ่า ในเขตลุ่มน้ำแม่จัน จังหวัดเชียงราย (2549) ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

2) การสื่อสารทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดเชียงราย พรรคไทยรักไทย : ศึกษาแนวคิดและการณรงค์ทางการเมือง (2545) ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

3) คณะวิจัยร่วม: สำเพ็งประวัติศาสตร์ชุมชนชาวจีนในกรุงเทพฯ. ศูนย์จีนศึกษา สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2549)

4) การเผยแพร่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงผ่านสื่อมวลชน กับความเข้าใจและการยอมรับต่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนในจังหวัดเชียงราย (2552) ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

5) หัวหน้าโครงการวิจัย: การศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชนเมืองเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอเชียงแสนกับการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อรักษาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2551) ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

6) หัวหน้าโครงการวิจัย: การใช้สารสนเทศในการบริหารจัดการโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย(2551) ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ผู้ร่วมวิจัยคนที่ 2

1. นายกันณพงศ์ ศิริเขตต์
Mr KANNAPONGSE SIRIKATE
2. หมายเลขบัตรประชาชน 3500700034994
3. ตำแหน่งปัจจุบัน คณาจารย์ประจำ สำนักวิชาบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เชียงราย
4. สำนักวิชาบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย 80 หมู่ 9 ตำบลนางแล อำเภอ
เมืองจังหวัดเชียงราย 57100 เบอร์โทรศัพท์ 053-776131
arjarnbomb@gmail.com
5. ประวัติการศึกษา
 - น.บ. (นิติศาสตรบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 - น.ม. (นิติศาสตรมหาบัณฑิต) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดย
ระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัยหัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัย
ในแต่ละผลงานวิจัย
 - 6.1 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว :
 - 1) หัวหน้าโครงการวิจัย : ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาสำนัก
วิชาบริหารรัฐกิจในรายวิชากฎหมายอาญา 1 ผ่านเครือข่ายและสื่อสังคมออนไลน์ / พ.ศ.2558 /
แหล่งทุน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 - 2) หัวหน้าโครงการวิจัย : การจัดระเบียบชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ในเขตตำบลลาวี
อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย / พ.ศ.2559 / แหล่งทุน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราช
ภัฏเชียงราย
 - 3) หัวหน้าโครงการวิจัย : กฎหมายและการบังคับใช้กฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อ
ผู้ประกอบการค้า การบริการและการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย / พ.ศ.
2559 / แหล่งทุน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 - 4) คณะวิจัยร่วม: อัตลักษณ์และรูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ของเขตพัฒนา
เศรษฐกิจพิเศษเชียงราย ภายใต้ “ระบบ 1 เมือง 2 แบบ” / พ.ศ.2559 / แหล่งทุน
สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
 - 6.2 งานวิจัยที่กำลังทำ:
 - ไม่มี