

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์สำคัญของประเทศในการสร้างความเจริญทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ที่นับวันก็ยิ่งมีการเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วหลายๆ ประเทศทั่วโลก ต่างให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในอันดับต้นๆ ในด้านการพัฒนาเนื่องจากเล็งเห็นว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สามารถสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมให้แก่ประชาชนเป็นจำนวนมาก (ฉัตรเฉลิม องอาจธานสาลม, 2550) นับตั้งแต่ประเทศไทยได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยให้เป็นกิจกรรมของมวลชน (Mass Activity) เมื่อประมาณปี 2500 เป็นต้นมา ได้มีการจัดตั้ง องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อศท) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือ ททท. ตามลำดับ การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบจากปัจจัยลบต่างๆ ทั้งจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก ปัญหาความไม่สงบทางการเมือง และการแพร่ระบาดของโรคต่างๆ ซึ่งรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2552 ประกาศให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) เพื่อให้ทุกฝ่ายได้ใช้ความพยายามทุกรูปแบบในการช่วยกู้วิกฤตให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นฐานเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยกลับฟื้นตัวได้ในเวลาอันรวดเร็วที่สุดด้วยเหตุผลดังกล่าวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์และมาตรการกระตุ้น การท่องเที่ยวปี 2552 – 2555 ตามลำดับ

จากสภาพการณ์ดังกล่าวช่วยหนุนเสริมให้การท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ได้รับการส่งเสริมมากขึ้น เนื่องจากรัฐบาลมองว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบมวลชนจึงเป็นการเดินทางท่องเที่ยวตามกระแสความนิยมของนักท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม จึงก่อให้เกิดการไหลเข้าของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก (สุวันชัย หวนนากลาง, 2548) และที่ผ่านมาเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวกระแสหลักหรือการท่องเที่ยวแบบมวลชน มีส่วนสำคัญในการสร้างงานให้กับคนในท้องถิ่นได้มีงานทำ สร้างรายได้จำนวนมากในรูปของเงินตราต่างประเทศจากการเดินทางเข้าท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ อีกทั้งยังมีส่วนในการกระจายความเจริญไปสู่ส่วนภูมิภาค เกิดการขยายตัวในส่วนของโครงสร้างพื้นฐาน เช่นระบบคมนาคม ระบบไฟฟ้า ระบบสื่อสารที่ทันสมัยในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว รวมไปถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและยังมี

ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์มากขึ้นเท่าใดก็ยิ่งทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทมากขึ้น เนื่องจากง่ายต่อการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว ง่ายต่อการได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยว

แม้ว่าการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดการพัฒนาประเทศแต่การท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมาได้รับการวิพากษ์มากขึ้นเรื่อยๆ ว่าเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสังคม และสภาพแวดล้อม อย่างยิ่งอีกทั้งยังไม่ได้ก่อให้เกิดรายได้ทางเศรษฐกิจ อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยแต่อย่างใด (สุวันชัย หวนนากลาง, 2548) โดยเฉพาะประเด็นการกระจายรายได้แก่ชาวบ้านอย่างไม่เป็นธรรม ทำให้ชาวบ้านสูญเสียที่ดินทำกิน ตกเป็นทาสแรงงานรับจ้าง และสูญเสียจิตวิญญาณของมนุษย์ที่เอื้ออาทร (สุทธิทธิ์ ชูชาติ และคณะ, 2545) อีกทั้งยังก่อให้เกิดปัญหาทั้งในด้านการทำลายวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นเป็นอย่างมาก ทำลายความมีเอกลักษณ์และมีเสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบกับที่ผ่านมาการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ไม่มีการวางแผนในการพัฒนาที่เหมาะสม ไม่คำนึงถึงความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Carrying Capacity) ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลักและใช้พลังการตลาดเป็นตัวขับเคลื่อน (Marketing Approach) ที่มุ่งใช้ทรัพยากรเพื่อตอบสนองจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด (สุสิทธิ์ จันทร์เชื้อ, 2551) เป็นการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความพึงพอใจเป็นหลัก ขาดสำนึกในการดูแลสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้เกิดแนวคิดที่ต้องการจะนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่มองความหมายและความสัมพันธ์ของคนกับธรรมชาติ มองการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมการอนุรักษ์และศึกษาเรียนรู้ (ดวงใจ หล่อธนาวิชย์, 2550) ซึ่งมีทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว หาแนวทางในการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวและความอยู่รอดของคนในชุมชน ซึ่งแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นต้องทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สร้างผลประโยชน์ทางสังคมต่อชุมชนท้องถิ่นและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (Sturt, 1997)

รัฐบาล องค์กรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนชุมชนที่มีการท่องเที่ยว ต่างพยายามหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้คงไว้ซึ่งความงาม เป็นที่ดึงดูดใจ อีกทั้งยังไม่เป็นการทำลายสิ่งแวดล้อม แนวทางการแก้ปัญหาหนึ่งคือการส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวดังปรากฏมีหลายแห่งที่ได้มีการจัดการท่องเที่ยวภายในชุมชนของตนเอง ได้มีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวจนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวมีทั้งที่ประสบความสำเร็จแต่ก็เป็นเพียงแค่ระยะสั้นๆ และเพียงแค่บางชุมชน แต่ที่เหลือคือประสบความสำเร็จแต่ก็เป็นเพียงแค่ระยะสั้นๆ และ

ดังกล่าวจึงยังไม่ใช่แนวทางที่เหมาะสม (George, 2005) นอกจากนี้แล้วยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวหลายยุทธศาสตร์ถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นแนวทางในการแก้ไขผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวที่มีต่อท้องถิ่น ได้แก่ การขยายหรือแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้นักท่องเที่ยว การสร้างความหลากหลายทางการท่องเที่ยวทั้งในแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบของการท่องเที่ยว การ ผลิตสินค้าและบริการเพื่อการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น จากที่กล่าวมาสะท้อนให้เห็นว่ารัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้กำหนด ยุทธศาสตร์ แผนงานและโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งในด้านของการ พัฒนาทักษะแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งในระดับอาชีพจะจนถึงระดับปริญญาเอก การ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว CBT (Community Based Tourism) การกำหนดค่าธรรมเนียมและมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ โดยคำนึงถึง ศักยภาพการรองรับของพื้นที่ (Carrying Capacity) การพยายามสร้างโครงข่ายการท่องเที่ยวเพื่อ กระจายการท่องเที่ยวไม่ให้กระจุกตัวในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง รวมถึงการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เปลี่ยนกระแสทิศทางการท่องเที่ยว ซึ่งจะมีผลในด้านของการกระจาย รายได้จากการท่องเที่ยว การสร้างความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวให้ตอบสนองต่อความ ต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายเช่นกัน การสร้างและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิง ธรรมชาติมีข้อจำกัดมากขึ้นเพราะไม่สามารถหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ได้ ประกอบกับแหล่ง ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เหลืออยู่เกือบทั้งหมดอยู่ในพื้นที่อนุรักษ์ สงวน หวงห้ามเกือบทั้งสิ้น

ยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญหนึ่งที่นิยมดำเนินการและประสบ ผลสำเร็จได้คือการพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะของการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่โดยอาศัย วัฒนธรรมและสิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรม รวมถึงกิจกรรมต่างๆที่พัฒนาขึ้น การสร้างความหมาย ให้กับองค์ประกอบเหล่านั้นเพื่อให้เกิดการรับรู้ในตัวตน (Self) แก่แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เช่นกรณี ของการพัฒนาเมืองลาสเวกัส (Las Vegas) ประเทศสหรัฐอเมริกา ให้เป็นเมืองของการพนัน การ บริโภค และเมืองแห่งความบันเทิง โดยสร้างนิยามว่าเป็นเมืองแห่งคนบาป (Sin City) เมืองที่ไม่เคย หลับไหล (Sleepless City) กรณีของเมืองปารีส (Paris) ว่าเป็นเมืองแห่งน้ำหอมและเมืองนครของ ประเทศฝรั่งเศส กรณีของเมืองบาห์ลีที่เป็นเมืองศิลปวัฒนธรรมของประเทศอินโดนีเซีย เมืองต่างๆ เหล่านี้ถูกพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญบนพื้นฐานของการสร้างและการให้ความหมายทาง วัฒนธรรมและเป็นกระบวนการสร้างวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า (Cultural Commodification)

อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรม (Culture Industry) เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดการ ท่องเที่ยวที่เน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่สะท้อนวัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตมาเป็น สินค้าและผลิตเป็นอุตสาหกรรม ทำให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรม (Cultural

Product) ซึ่งเป็นสินค้าที่มีวัฒนธรรมซ่อนอยู่ภายในสินค้า ทำให้เราไม่จำเป็นต้องขายวัฒนธรรมแต่ขายสินค้าและวัฒนธรรมผ่านวัฒนธรรมนั้นๆ ผู้บริโภคให้ได้เกิดการเรียนรู้ในวัฒนธรรมนั้น โดยผ่านกระบวนการทำให้ทุกอย่างกลายเป็นสินค้า (Commodification) (กาญจนา แก้วเทพ, 2544) นอกจากนี้แล้วการให้ความหมายทางวัฒนธรรมเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการสร้าง พัฒนา ส่งเสริมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน โดยการอาศัยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ภาษา ภูมิปัญญา วิถีชีวิต การแต่งกาย อาหาร ลักษณะที่ตั้งของชุมชน ลักษณะทางกายภาพของชุมชน ลักษณะทางภูมิศาสตร์ มากำหนดสร้างความจริงทางสังคมขึ้นมาใหม่ (Social Construction of Reality) การที่มนุษย์กำหนดว่าสิ่งนั้นคืออะไรก็คือการสร้างความรู้อย่างหนึ่ง ทั้งโลกของความหมายได้มีการเชื่อมโยงกับโลกทางกายภาพด้วยการนำมาคิดทบทวนระหว่างความหมายที่ถูกสร้างขึ้นกับประสบการณ์จริงนั่นเอง (อภิรักษ์ รัตนานนท์, 2547) การให้ความหมายทางวัฒนธรรมดังกล่าวส่งผลให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดเริ่มต้นจากแหล่งท่องเที่ยวเล็กๆ ที่มีตลาดเฉพาะกลุ่มขยายตัวและกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ในกรณีของประเทศไทยได้มีความพยายามในการสร้างแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้กระบวนการให้ความหมายทางวัฒนธรรม โดยอาศัยวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน อำเภอ หรือจังหวัดมาเป็นฐานในการพัฒนา ดังกรณีของโครงการพัฒนาทุ่งกุลาร้องไห้ การพัฒนาชายฝั่งทะเลตะวันออกที่มุ่งเน้นอุตสาหกรรมควบคู่กับการท่องเที่ยว โครงการพัฒนาชายฝั่งทะเลภาคใต้ และโครงการพัฒนาเมืองหลัก ซึ่งยุทธศาสตร์การพัฒนาเหล่านี้มีมิติการพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วยแทบทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามโครงการพัฒนาเหล่านี้พบว่าประสบความสำเร็จเฉพาะด้านอุตสาหกรรมการผลิตเป็นหลัก แต่มีมิติด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นกลับไม่สำเร็จเท่าที่ควร กรณีของจังหวัดแม่ฮ่องสอนถูกกำหนดให้เป็นจังหวัดนำร่องในการพัฒนาตามเป้าหมายตัวชี้วัดสหประชาชาติ (Millennium Development Goal) ซึ่งกำหนดโดยองค์การสหประชาชาติ (โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติประจำประเทศไทย, 2551) และมีมิติทางการท่องเที่ยวก็เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาตามตัวชี้วัดดังกล่าว โดยเฉพาะประเด็นด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ที่สามารถสร้างเรื่องราวและให้ความหมายทางวัฒนธรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังเช่นกรณีการพัฒนาอุทยานหุบเขาปายให้มีเรื่องเล่าเชิงความรักและความเอื้ออาทรและการสร้างและพัฒนาอำเภอปายให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นเมืองผ่านและเป็นจุดพักสำหรับนักเดินทางระหว่างเมืองเชียงใหม่กับแม่ฮ่องสอน (นัฐพงษ์ คุมา, 2549) เป็นอำเภอที่มีชื่อเสียงในเรื่องการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จุดเด่นของปาย คือ มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีความเป็นท้องถิ่น มีความโดดเด่นของศิลปะ ประเพณี วิถีชีวิตและสถาปัตยกรรม มีความเงียบสงบ และมีอากาศที่หนาวเย็นเกือบตลอดทั้งปี ทำให้ปายมีแหล่ง

ท่องเที่ยวที่น่าสนใจเช่น น้ำตกหมอแปง น้ำกลาง วัดน้ำสุ ไปงน้ำร้อนท่าปาย กองแลน หมู่บ้านจีนฮ่อ บ้านสันติชล การท่องเที่ยวของปายเริ่มต้นตั้งแต่ปี 2524 นับตั้งแต่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสะพายเป้เข้ามาพบธรรมชาติและวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชาวเขาหลากหลายชาติพันธุ์ในปาย และบอกต่อกันว่าปายเป็นเมืองที่เงียบสงบ ธุรกิจการท่องเที่ยวของปายจึงเริ่มต้นจากคนในท้องถิ่น (ดวงใจ หล่อ ธนวนิชย์, 2550) จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวปายในช่วงแรกเป็นการท่องเที่ยวที่ตอบสนองกับคนเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่ต้องการสัมผัสความเป็น “ปาย” จากการบอกเล่าของกลุ่มนักท่องเที่ยว

ปาย ได้พยายามพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มีความหลากหลายทั้งในรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ความหลากหลายในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีทั้งการนั่งช้าง ล่องแพไม้ไผ่ และล่องแก่งเรือยาง ความหลากหลายในการจัดเทศกาลสำคัญในพื้นที่ ได้แก่ งานเคาท์ดาวน์ชนเผ่าและสงฆ์ปีใหม่เก่าต้อนรับปีใหม่ งานประเพณีปอยส่างลอง งานมหกรรมดนตรีเร็กเก็ตสากล งานเทศกาลหนังเมืองปาย การพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่จัดขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นทุกวัน จนได้รับการขนานนามว่า “สวรรค์เมืองปาย UtoPai” “ปายไปได้ทุกฤดู” “ปาย ดินแดนโรแมนติค” “ปายหนาว”

การให้ความหมายของ “ปาย” เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้เกิดกระบวนการความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality) ขึ้นจากคนในชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ โดยผ่านพิธีกรรม สัญลักษณ์ ภูมิปัญญาและสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ เช่น กรณีของเส้นทางที่คิดค้นขึ้นที่มีมากกว่า 762 โค้งที่ทำให้ใครๆก็ไม่อยากไปปาย ได้มีผู้ประกอบการนำเอาแนวคิดดังกล่าวไปทำสินค้าทางวัฒนธรรมประเภทเสื้อ กางเกง โปสการ์ด เข็มกลัด เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถซื้อหาไปเป็นของฝากเป็นของที่ระลึกว่าตนเองเคยมาแล้ว นอกจากนี้แล้วยังมีการนำเอาประวัติศาสตร์มาเพิ่มมูลค่ากับสถานที่ท่องเที่ยว เช่น สะพานเหล็กที่ถูกสร้างขึ้นในสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง วัดน้ำสุว่ามีพระเกษาของสมเด็จพระพินางสุพรรณกัลยาซึ่งด้านหลังวิหารหรือโบสถ์ของวัดน้ำสุเห็นพระเจดีย์สี่ทออยู่เรียกว่าเจดีย์อัฐิพระสุพรรณกัลยา ชุมชนชาวจีนบ้านสันติชลที่อพยพมาจากเมืองจีนเป็นที่ตั้งของกองพล 93 อีกทั้งยังมีการนำเอารูปแบบทางสถาปัตยกรรมในความเป็น “ปาย” ที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์มาสร้างเป็น โรงแรม ร้านอาหาร ธนาคาร ร้านกาแฟหรือแม้แต่ศาลจังหวัดปาย เพื่อต้องการสะท้อนให้เห็นถึงความงามของสถาปัตยกรรมของคนในชุมชนทั้งที่เป็นแบบล้านนา ไทใหญ่ จีนฮ่อ สิ่งต่างๆที่กล่าวมาอาจจะกล่าวได้ว่าเป็นความพยายามของคนในชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในการสร้างความเป็น “ปาย” ให้เป็นเมืองอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยว ปายจึงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่เกิด

การสร้างกิจกรรมต่างๆเพื่อตอบสนองกับการท่องเที่ยวจำนวนมาก หลากหลายและเลื่อนไหลไปตามความนิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวตลอดเวลา ปายสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าไปสัมผัสความเป็น “ปาย” ที่ถูกสร้างขึ้นได้อย่างต่อเนื่องจากความหมายที่ถูกให้โดยกลุ่มคนต่างๆที่เกี่ยวข้อง แต่หากผู้ที่ใช้ประโยชน์จากความเป็นปายทั้งคนในชุมชนและผู้ประกอบการไม่มีการควบคุมและดูแลความหมายที่ถูกสร้างขึ้นให้เหมาะสมและสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นปายแล้วท้ายที่สุด “ปาย” อาจจะไม่ใช่อสวรรค์ของนักท่องเที่ยวอีกต่อไป

จากที่กล่าวมาแล้วในข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจว่าพัฒนาการทางประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของอำเภอปายตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันเป็นอย่างไร อัตลักษณ์ “ปาย” ที่ถูกสร้างขึ้นในแต่ละช่วงสมัยเป็นอย่างไร นักท่องเที่ยว คนในชุมชนและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนได้ให้ความหมาย (Meaning) ของ “ปาย” ออกมาในรูปแบบสัญลักษณ์ (Sign) ต่างๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้กับการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอปาย อย่างไร ความหมาย “ปาย” เพื่อการท่องเที่ยวในอำเภอปายที่ได้ถูกสร้างขึ้นได้มีการรับรู้อย่างไร นอกจากนี้แล้วผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้มีรูปแบบในการใช้ประโยชน์จากความหมายของ “ปาย” ที่ถูกสร้างขึ้นอย่างไรในการนำมาผลิตสินค้าและบริการเพื่อการท่องเที่ยว ผลการวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งทั้งในเชิงของการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยนำเอาการสร้างอัตลักษณ์และการให้ความหมายทางสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการวิจัยเพื่อศึกษาถึงการสร้างอัตลักษณ์และการให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีวัตถุประสงค์ย่อยในการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาพัฒนาการการท่องเที่ยวและการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยว “ปาย” อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน
2. ศึกษาการสร้างความหมายซึ่งสะท้อนผ่านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับการท่องเที่ยวโดยผ่านสายตาของคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ
3. เพื่อเสนอยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการประยุกต์อัตลักษณ์และการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงพัฒนาการการท่องเที่ยวของอำเภอปายในแต่ละยุคแต่ละสมัย เพื่อให้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอปายในอนาคต
2. ผลของการวิจัยทำให้ทราบถึงกระบวนการให้ความหมายเพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์แนวทาง วิธีการพัฒนาเพื่อป้องกันผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นจากการให้ความหมายและการสร้างการท่องเที่ยวที่ขาดการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและก่อให้เกิดผลกระทบทางวัฒนธรรม
3. ได้ทราบถึงประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอปาย ที่ถูกนำมาใช้เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว “ปาย” ในปัจจุบัน โดยคนในชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ สามารถที่จะนำเอาความรู้ดังกล่าวไปใช้เป็นความรู้เบื้องต้นในการสร้างเรื่องเล่า (Story) ทางการท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอปายที่มีลักษณะเฉพาะ ใช้เป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจในอนาคตการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับความเป็นเมืองปาย
4. ทราบถึงกระบวนการในการสร้างความรู้และเข้าใจในความหมายทางวัฒนธรรมที่ได้ถูกสร้างขึ้นผ่านสัญญาณต่างๆ โดยกลุ่มคนต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในอำเภอปาย เพื่อจะได้มีการวางแผนและหาแนวทางในการนำความรู้ความเข้าใจดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ในด้านการประกอบธุรกิจ
5. ได้ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อใช้ประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการในอนาคตการท่องเที่ยวในการนำเอาอัตลักษณ์และความหมายที่ถูกสร้างขึ้นมาใช้ได้อย่างเหมาะสมไม่กระทบกับความเป็นท้องถิ่นและยังคงไว้ซึ่งเสน่ห์ของเมืองปาย

## ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการวิจัยไว้ดังนี้

1. พื้นที่ในการศึกษาถึงการให้ความหมายเพื่อการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่เริ่มมีการท่องเที่ยวเข้าไปตั้งแต่ปี 2524 และได้มีพัฒนาการทางการท่องเที่ยวเรื่อยมา อำเภอปายถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จในแง่ของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว มีพัฒนาการจากแหล่งท่องเที่ยวแบบเฉพาะกลุ่ม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองแก่คนจำนวนมาก ดังนั้นอำเภอปายจึงทำให้ผู้วิจัยมองเห็นพัฒนาการ การเปลี่ยนแปลง กระบวนการในการให้ความหมาย และความหมายที่ถูกให้ที่มีความแตกต่างหลากหลาย จึงสามารถที่จะนำเอาพื้นที่

ดังกล่าวมาเป็นพื้นที่ในการทำการวิจัยได้อย่างเหมาะสม และเนื่องจากสภาพบริบททางกายภาพของอำเภอปายที่อยู่ท่ามกลางหุบเขาและมีภูเขาล้อมรอบ จึงส่งผลให้ระบบความสัมพันธ์ทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองในอำเภอปายมีความเข้มข้นเฉพาะภายในเขตพื้นที่อำเภอปายเป็นหลัก ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงกำหนดขอบเขตพื้นที่การศึกษาโดยอาศัยการแบ่งการปกครองเป็นหลักในการศึกษา

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ คนในชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถที่จะสะท้อนให้ผู้วิจัยได้เห็นถึงมุมมอง การให้ความหมายที่เหมือนและแตกต่างกัน และการใช้ประโยชน์ของความหมายที่ได้สร้างขึ้น

3. กระบวนการในการให้ความหมายที่สะท้อนมาจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจะมองผ่านเรื่องเล่า วิถีชีวิต ประเพณี วัตถุ (สินค้าทางการท่องเที่ยว) สถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ซึ่งจะทำให้ผู้วิจัยสามารถมองแนวคิดที่อยู่เบื้องหลังการนิยามการให้ความหมายกับสิ่งนั้นๆ ได้อย่างไร

4. การใช้ประโยชน์จากการให้ความหมายเพื่อการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจะศึกษาถึงรูปแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่ามีลักษณะอย่างไร มีการนำเอาอัตลักษณ์และความหมายที่ถูกสร้างขึ้นไปใช้ประโยชน์อย่างไร

### นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

ปาย หมายถึง เขตการปกครองซึ่งเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดแม่ฮ่องสอนและมีความหมายครอบคลุมถึงตัวคนที่สะท้อนถึงการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกนิยาม ถูกให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และคนในชุมชนท้องถิ่น โดยผ่านวัฒนธรรมและสินค้าทางวัฒนธรรม

พัฒนาการการท่องเที่ยว หมายถึง ลำดับ ความเป็นมาของประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวของอำเภอปาย ที่ทำให้เห็นถึงการก่อกำเนิด การเปลี่ยนแปลง การคงอยู่ ของการท่องเที่ยวในอำเภอปาย ซึ่งทำให้ทราบถึงสภาพสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ตลอดจนการจัดการท่องเที่ยวของผู้ที่เกี่ยวข้องในแต่ละช่วงเวลา

การให้ความหมาย หมายถึง กระบวนการนิยาม ให้คุณค่า ให้คำจำกัดความกับสิ่งของ การกระทำ ซึ่งสะท้อนผ่านวัฒนธรรมภายใต้บริบททางการท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยผ่านการให้ความหมายของชุมชน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

อัตลักษณ์ หมายถึง การนิยามความหมายให้กับ “ปาย” ว่าคืออะไร ในมุมมองของชุมชน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ซึ่งความหมายที่ถูกสร้างขึ้นจะมีลักษณะที่เหมือนกันหรือต่างกันได้ และเป็นความจริงหรือไม่ก็ได้ แต่ท้ายที่สุดเป็นการให้ความหมายที่ร่วมกันว่า “ปาย” คืออะไร

สัญญาณทางวัฒนธรรม หมายถึง การสื่อความหมายหรือความคิดต่างๆ ระหว่างกลุ่มคนที่ออกมาในรูปแบบของรูปสัญลักษณ์หรือพยัญชนะ เครื่องหมาย ซึ่งสามารถสื่อสารได้ตรงกันว่าคืออะไร

การบริโภคเชิงสัญญาณ หมายถึง การให้คุณค่า ความหมายในตัวสินค้ามากกว่าการใช้ประโยชน์โดยตรงจากสินค้าและบริการ เป็นการให้ความหมายที่ซ่อนเร้นจากการบริโภค เป็นการบริโภคยี่ห้อ (Brand) ของกลุ่มคนเพื่อต้องการพื้นที่ทางสังคม

การใช้ประโยชน์จากการให้ความหมาย หมายถึงการนำเอาความหมายที่เกิดขึ้นจากการให้ความหมายจากกลุ่มบุคคลภายในชุมชน นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และผู้ประกอบการ มาใช้ในการต่อยอดในการประกอบธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในอำเภอปาย

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึงภาพรวมของความเป็นปายทั้งในด้านสังคม ประเพณี วัฒนธรรม สภาพแวดล้อม ทั้งในด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม สถาปัตยกรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้ออำนวยให้อำเภอปายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวโดยพิจารณาจากองค์ประกอบสำคัญซึ่งประกอบด้วย อาหาร เครื่องแต่งกาย ของที่ระลึก สถาปัตยกรรม ความเชื่อและเรื่องเล่า ตลอดจนกิจกรรมและงานประเพณี

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึงกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้คงอัตลักษณ์ความเป็นปายโดยอาจเป็นการสร้างใหม่ การรื้อสร้างและการผลิตซ้ำสินค้าและบริการ ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ทั้งนี้เพื่อให้อำเภอปายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นและคงอัตลักษณ์ความเป็นปายอย่างยั่งยืน

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้แก่ การประกอบธุรกิจด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านที่พักแรม ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านบริการนำเที่ยวมัคคุเทศก์ ด้านร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในงานวิจัยชิ้นนี้จะศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในอำเภอปาย