

บทที่ 5

อัตลักษณ์ پای ความเป็นตัวตนที่ถูกสร้างขึ้น

ในบทที่ 4 ผู้วิจัยได้แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการการท่องเที่ยวของอำเภอ پای จังหวัดแม่ฮ่องสอนที่ถูกสะท้อนผ่านบทสัมภาษณ์ เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยที่ผู้วิจัยได้นำเสนอเป็น 4 ช่วงเวลาสำคัญ ซึ่งเริ่มต้นจากการเป็นเมืองผ่านของนักเดินทางที่ต้องการเดินทางไปจังหวัดแม่ฮ่องสอน پایในช่วงแรกเป็น پایที่น่าหลงใหลแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเนื่องจากมีทัศนียภาพที่งดงาม มีธรรมชาติที่บริสุทธิ์ มีดิน น้ำ ป่าไม้ ที่อุดมสมบูรณ์ทำให้เหมาะแก่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ความงามดังกล่าวทำให้ پایได้รับการขนานนามว่าเป็นสวรรค์บนดิน (Heaven on Earth) เป็นนครเมกกะ (Mecca) เป็นยูโทปาย (Utopai) เมื่อมีการเข้ามาของนักท่องเที่ยวมากขึ้น คน پایเริ่มปรับตัวที่จะหันมาประกอบธุรกิจเล็กเพื่อรองรับกลุ่มคนดังกล่าว ได้มีการเปิดร้านอาหาร ร้านค้า และที่พักชั่วคราวจนพัฒนามาเป็นเกสต์เฮาส์ในราคาเพียงคืนละไม่กี่สิบบาท ความประทับใจของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการบอกเล่ากันปากต่อปากในความสวยงามของ پای پایกลายเป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปโดยมีหนังสือนำเที่ยว ภาพยนตร์ ฝ็อกเก็ตบุ๊ก สื่อออนไลน์ต่างๆ ถ่ายทอดความเป็น پایในมุมมองที่สวยงาม นำเข้ามาสัมผัสกับความงามนั้น จากจำนวนของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี สามารถที่จะยืนยันได้ว่า پایเป็นพื้นที่เป้าหมายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ตั้งแต่ที่มีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นที่อำเภอ پایจนกลายเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ผลักดันให้อำเภอ پای จังหวัดแม่ฮ่องสอน กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ติดอันดับต้นๆ ของประเทศไทย สามารถทำรายได้ให้กับผู้ประกอบการตลอดจนคนในชุมชนที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยได้เป็นจำนวนมากจากจำนวนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอ پایมากขึ้นทุกปี อัตลักษณ์ پایที่ได้นำเสนอไปแล้วข้างต้นมีพัฒนาการมาโดยตลอดเนื่องจาก پای เป็นเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การท่องเที่ยวอำเภอ پایยังไม่สามารถที่จะยืนยันได้อย่างชัดเจนมากกลายเป็นที่นิยมกับนักท่องเที่ยวตั้งแต่สมัยไหน บ้างก็อ้างว่ามาจากความงามของ پایเองที่สามารถผลักดันให้ پایกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อ แม้ว่าจะผ่านไปกี่ปีความงามทางการท่องเที่ยวก็ไม่เปลี่ยนแปลง บ้างก็กล่าวว่าเกิดจากการเขียนบทความเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศท่านหนึ่งที่ชื่นชอบ پای และได้เขียนถึง پایอย่างงดงาม จนมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ได้อ่านต่างต้องการมาสัมผัสความงามนั้นๆ บ้างก็ว่าเกิดจากศิลปินจำนวนมากที่ต่างใช้พื้นที่ پایในการทำงานศิลปะจนจิตใจบรรยากาศ پایและไปตั้งถิ่นฐานใน پای จน پایกลายเป็นหมู่บ้านที่เต็มไปด้วยสินค้าทำมือ บ้างก็บอกว่าเกิดจากคนกรุงเทพฯ ที่เบื่อความเป็น

ชีวิตเมืองหลวงประกอบกับพิษเศรษฐกิจช่วงปี 2540 ทำให้เกิดการเลย์เอาต์พนักงานออกจากบริษัทเอกชนกลุ่มคนดังกล่าวจึงต้องการใช้ชีวิตแบบเรียบง่ายและมองว่าปายเป็นพื้นที่ที่สงบอีกทั้งเคยมีความทรงจำและประสบการณ์ที่ดีกับปายมาก่อน จึงได้ย้ายถิ่นฐานมาประกอบอาชีพและพยายามทำให้ปายกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว บ้างก็ว่าเกิดจากการจัดสร้างภาพยนตร์ที่ใช้พื้นที่ปายในการถ่ายทำภาพยนตร์ สารคดีและภาพยนตร์โฆษณาจำนวนหลายเรื่อง ปัจจัยดังกล่าวสามารถปลุกกระแสการท่องเที่ยวปายอย่างมากจนส่งผลให้เกิดการล้นของนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

การเข้ามาของการท่องเที่ยวที่มาพร้อมกับกระแสของโลกาภิวัตน์ นายทุนทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติเข้าไปจับจองซื้อที่ดินในพื้นที่ท่องเที่ยวอำเภอปายและมีการซื้อ – เช่าบ้านจากคนในพื้นที่เรื่องปรับเปลี่ยนเป็นร้านค้า และที่พัก (เกสต์เฮาส์) เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (ต่างชาติ) ชุมชนท้องถิ่นก็เริ่มย้ายถิ่นฐานออกนอกเมือง วัฒนธรรมดั้งเดิมที่เคยมีอยู่เริ่มเสื่อมถอยเกิดปัญหาอาชญากรรม โสเภณี ยาเสพติด และปัญหาเยาวชนมากขึ้น การเสื่อมถอยและวิกฤตทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในระยะหลัง ๆ นี้ นับว่าเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วงเป็นอย่างยิ่ง (รัศมี เศษทรงธรรม , 2551) นายทุนที่ถาโถมเข้ามาประกอบธุรกิจได้ส่งผลกระทบต่อความเป็นท้องถิ่นปายอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาจนเกิดการรองรับได้ของพื้นที่ สินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวไม่ทัน ทำให้เกิดการเร่งผลิตเพื่อขายให้เพียงพอในฤดูกาลถัดไป สิ่งนั้นๆ ได้ส่งผลกระทบต่อปายทั้งในด้านเศรษฐกิจ แม้ว่าการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการจ้างงาน เกิดรายได้จำนวนมากมหาศาลแก่คนในท้องถิ่นแต่ปัญหาที่สะท้อนกลับมาก็คือค่าครองชีพที่สูงขึ้น ป้าจันทร์คนในชุมชนปายที่อยู่ในอำเภอปายมาตั้งแต่เกิด บ่นต่อค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นในแต่ละเดือนว่า “ตั้งแต่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในปายเยอะๆ ข้าวของก็แพงมากขึ้น อาหารจานเดียวราคา 40 -50 บาท คนปายไม่กินกัน นอกจากนักท่องเที่ยวเท่านั้นที่กิน ”

ทางด้านสังคม การเข้ามาของกระแสทุนทำให้วิถีชีวิตของคนในชนบทปายกลายเป็นสังคมเมืองปาย คนปายเปลี่ยนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองอยู่ร่วมกับคนนอกที่เข้ามาทำธุรกิจ เข้ามาแย่งชิงผลประโยชน์ เข้ามาแย่งชิงทรัพยากร ด้วยความหวาดระแวง ไม่ไว้ใจและถูกเอาเปรียบ คำกล่าวของแม่ครูดวงจันทร์เล่าถึงการใช้ชีวิตในปายหลังจากที่นักท่องเที่ยวเข้ามา มากจนเกิดการเปลี่ยนแปลงในชีวิตว่า “เมื่อก่อนคนปายอยู่ด้วยกันมีอะไรแบ่งปันกัน ไม่เคยสร้างรื้อกัน ไม่เคยรู้สึกว่าจะต้องมีการแข่งขันในการทำมาหากิน แต่ทุกวันนี้เปลี่ยนไปบางครั้งข้างบ้านกันยังไม่พูดกัน หรือแม้แต่ทำธุรกิจข้างกันแต่ถ้าไม่มีความเกรงใจกันก็ต้องว่ากันบ้าง”

ทางด้านวัฒนธรรม ชาวปายไม่อาจจะปฏิเสธวัฒนธรรมตะวันตกที่เข้ามาพร้อมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว กลุ่มผู้ประกอบการจากเมืองกรุงที่เข้ามาทำธุรกิจในปายได้

ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม มีการแลกเปลี่ยนยุคที่ใช้กับการดำรงชีวิตของตน ที่ผ่านมามีคนย้ายรับเอาวัฒนธรรมภายนอกจนละเลยวัฒนธรรมของตนเองไป ซึ่งทำให้วิถีชีวิตของคนย้ายเปลี่ยนไป ครูหนูย กล่าวถึงความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมเมืองปายว่า “เมืองปายเรามีคนไตอยู่มากเป็นอันดับสอง ครูเองไม่ใช่คนไตแต่แต่พอย้ายมาอยู่ที่ปายก็มาเรียนรู้ภาษา ตอนนี้พูดได้คล่องแล้ว ครูเองก็มีหน้าที่เป็นพิธีกรในงานประเพณีไตต่างๆ ที่ผ่านมามีเห็นได้ชัดว่าคนไตเริ่มไม่เป็นไต การแต่งตัวเข้าวัดของเด็กรุ่นเปลี่ยนไป แม้ว่าจะมีการขอร้องให้แต่งตัวเพื่ออนุรักษ์การแต่งงานของชาวไตแล้วก็ตาม”

ทางด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวได้ทำให้นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการเข้ามาใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในอำเภอปาย ผลก็คือทรัพยากรธรรมชาติต่างๆ ถูกทำลายทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวสูญเสียความเป็นธรรมชาติ สูญเสียความงดงาม นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวยังมาพร้อมกับปัญหาขยะที่ถือได้ว่าเป็นปัญหาอย่างมากที่อำเภอปาย คำสัมภาษณ์ของชาวปายหลายท่านต่างพูดเป็นเสียงเดียวกันในเรื่องของปัญหาขยะที่ไม่สามารถกำจัดได้แล้วมีแต่จะเพิ่มปริมาณมากขึ้นในแต่ละวัน

ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ เริ่มเกิดขึ้นกับปายดังในปัจจุบันที่นักท่องเที่ยวคุณภาพจากต่างประเทศ เริ่มเปลี่ยนจุดหมายจากจังหวัดแม่ฮ่องสอนไปสู่เมืองวังเวียง หลวงพระบาง ในสาธารณรัฐประชาชนลาว หรืออ่าวฮาลอง ประเทศเวียดนาม มากขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากที่ผ่านมามีพัฒนาการการท่องเที่ยวโดยเน้นธุรกิจเป็นหลัก จนไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นเหมือนเช่นที่เคยเป็นส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพลดลงอย่างน่าเป็นห่วง และนับวันก็จะส่งผลกระทบต่อทางลบต่อการท่องเที่ยวของอำเภอปาย มีผลต่อทรัพยากรธรรมชาติและกระทบต่อวิถีชีวิตวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชนในอำเภอปายมากยิ่งขึ้น (รัศมี เดชทรงธรรม, 2551)

ผลกระทบจากการท่องเที่ยวดังกล่าวได้ทำให้คนปายกลุ่มหนึ่งต่างโหยหาความเป็นปาย การท่องเที่ยวปายในปัจจุบันจึงอยู่บนพื้นฐานของการโหยหาหาความเป็นปาย ได้มีการรวมกลุ่ม การประชุมเพื่อหาแนวทางร่วมกันในการจัดระบบการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน เพราะที่ผ่านมามีการท่องเที่ยวในปายยังไม่มีระบบในการบริการจัดการและเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการท่องเที่ยว พัฒนาการการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้นทำให้ผู้วิจัยทราบถึงความเป็นมาและเป็นไปของเมืองปายในด้านการท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละช่วงเวลาความเป็นปาย “อัตลักษณ์ของปาย” ได้ถูกสร้างขึ้นในลักษณะ ความหมาย เงื่อนไข บริบทที่แตกต่างกันไป อัตลักษณ์ปายที่ถูกสร้างขึ้นนั้นถูกสร้างโดยใครและเพื่อรับใช้ใคร

ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนออัตลักษณ์ของอำเภอปายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยจะนำเสนอผ่านกรอบเวลาดังได้เริ่มต้นมีการท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ปาย ซึ่งผู้วิจัยได้เขียนไว้แล้ว

ในบทที่ 4 จากการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งได้แก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ คนในชุมชนปาย พร้อมทั้งการศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่าอัตลักษณ์ปายนั้นมีความหลากหลายและเลื่อนไหลไปตามบริบทของเวลาขึ้นอยู่กับว่าอัตลักษณ์ปายนั้นได้ถูกสร้างขึ้นโดยคนกลุ่มใด เพื่อเหตุผลใด ซึ่งผู้วิจัยสามารถแบ่งอัตลักษณ์การท่องเที่ยวปายได้เป็นส่วนต่างๆ ได้ดังนี้

Utopia เป็น Utopai นครเมกกะของฝรั่งแบกเป้

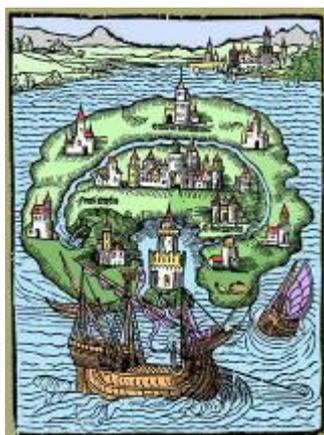
คำว่า Utopia เกิดจากการนิยามของ Sir Thomas More (ค.ศ.1478-ค.ศ.1535) หมายถึงสถานที่แห่งความสมบูรณ์ในเชิงอุดมคติ โดยมาจากภาษากรีก eu-topia ซึ่งหมายถึง “Good Place” (สถานที่ที่ดี) ซึ่งการนิยามดังกล่าวได้มีมาตั้งแต่ยุคคลาสสิก ท่านเซอร์โทมัสได้มีการเขียนถึงรูปแบบของความเป็นสังคมแบบยูโทเปียไว้ ในแนวความคิดเกี่ยวกับยูโทเปีย มีผลต่อความคิดของระบบสังคม ลัทธิการเมือง การบริหารจัดการการปกครอง เศรษฐกิจที่ผ่านมาในสังคมยุโรป

ยูโทเปียเป็นสังคมในฝันเพราะการสร้างค่านิยมในเรื่องการรักษาคุณธรรมและความพึงพอใจในการใช้ชีวิต ชาวยูโทเปียไม่ให้ความสำคัญกับวัตถุ ยูโทเปียไม่มีกฎหมายออกมาบังคับประชาชนมากมาย พวกเขาอยู่ร่วมกันด้วยการให้เกียรติซึ่งกันและกัน ใส่เสื้อผ้าเรียบง่าย คล้ายคลึงกัน เสื้อผ้าแต่ละชุดใช้ทนทานนานถึงเจ็ดปี และผู้คนในระดับผู้ปกครองก็ไม่มีสิ่งบ่งบอกด้วยวัตถุใดใดไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้าอาภรณ์หรือสิ่งประดับที่ชี้ให้เห็นว่าแตกต่างจากประชาชนอื่นๆ (จันทานู จันทรเรือง, 2551)

จากการนิยามคำว่า UTOPIA ในแบบดังกล่าวจึงได้มีการนำเอาคำว่ายูโทเปียมาเล่นคำ เพียงสลับกันแค่ตัวอักษรเดียวจากคำว่า UTOPIA เป็นคำว่า UTOPAI และใช้ความหมายตามคำว่า UTOPIA อัตลักษณ์ปายดังกล่าวได้ถูกสร้างขึ้นโดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติซึ่งได้นิยามอัตลักษณ์ปายในแบบ Utopia เนื่องจากว่าเป็นเมืองในอุดมคติเป็นเสมือนเมืองในความฝัน ซึ่งปายจะต้องเป็นสังคมที่ไม่ให้ความสำคัญกับวัตถุ ใส่เสื้อผ้าที่เรียบง่าย ไม่มีกฎหมายออกมาบังคับผู้คน หากแต่ว่าการนิยามความหมายดังกล่าวไม่ได้สอดคล้องกับการให้ความหมายและการให้รูปแบบของความเป็นสังคมแบบยูโทเปียไว้ มีผลต่อความคิดของระบบสังคม ลัทธิการเมือง การบริหารจัดการการปกครอง เศรษฐกิจที่ผ่านมาในสังคมยุโรป ของ Sir Thomas More อาจจะถูกนำมาใช้เพียงความหมายเดียวตรงที่เป็นเมืองในอุดมคติเพียงเท่านั้น เนื่องจากปายในช่วงปี พ.ศ. 2527 เป็นเมืองที่มีความเงียบสงบ เป็นเมืองพักผ่อนที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวสามารถหลบหนี

ความวุ่นวายมาใช้ชีวิตอยู่ในเมืองที่เป็นเมืองในอุดมคติได้ มีทุกอย่างที่รองรับกับนักท่องเที่ยวในด้านของจินตนาการ

อัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นให้ปายเป็น Utopai ดังกล่าวยังถูกนำมาใช้อย่างต่อเนื่องโดยผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอปาย นักท่องเที่ยวที่ชื่นชมในความเป็นปาย เนื่องจาก ปาย เป็นที่รู้จักกันดีของชาวต่างชาติที่นิยมการท่องเที่ยวแบบแบ็กแพ็กเกอร์มานานชื่อเสียงที่ว่า ปาย เป็นเมืองสงบเงียบ เป็นธรรมชาติและมีความบริสุทธิ์ ท่ามกลางป่าเขา ทุ่งนา ไร่กระเทียมและสายน้ำปาย การใช้คำว่า Utopai ในปัจจุบันได้มีกลุ่มคนจำนวนมากนำมาใช้ในการแทนชื่อปายและความเป็นปาย มีร้านค้าที่ตั้งชื่อร้านว่า Utopai มีการตั้งชื่อแทนตัวบุคคลที่หลงรักความเป็นปายเพื่อนำเสนอตนเองในโลกออนไลน์ มีการใช้เป็นชื่อหนังสือซึ่งเขียนขึ้นโดยนักเขียนที่เข้าไปอาศัยอยู่ในอำเภอปาย



ภาพ 82 ยูโทเปียตามแบบของ Sir Thomas More



ภาพ 83 ช่างภาพเขียนบรรยายบรรยากาศเมืองปายในแนวคิด UTOPAI

จากภาพ 82 และ 83 เป็นภาพที่สามารถเล่าถึงความเป็นปายโดยใช้คำว่า UTOPAI มาเพื่ออธิบายความเป็นปายในมุมมองของช่างถ่ายภาพที่ได้มีการแสดงขึ้นในสื่อออนไลน์ ซึ่งทำให้เห็นว่าการใช้คำว่า UTOPAI กันในวงกว้างและสามารถที่จะทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ว่า UTOPAI หมายถึงเมืองในอุดมคติที่มีความสวยงามทั้งในด้านของธรรมชาติ อากาศและผู้คนที่อาศัยอยู่ในชุมชน



ภาพ 84 การนำเอาชื่อ UTOPAI มาเป็นร้านค้า



ภาพ 85 โปสเตอร์ได้มีการใช้คำว่า “UTOPAI”

เช่นเดียวกันภาพ 84 และ 85 ที่ได้มีการนำเอาคำว่า UTOPAI มาเป็นโปสเตอร์และนำมาทำเป็นชื่อร้านค้าซึ่งเป็นการต่อยอดในคำและความหมายที่ผู้อ่านสามารถรับรู้และเข้าใจได้โดยคำๆเดียว

นอกจากนี้แล้วงานวิจัยเรื่องการสืบค้นและจัดการมรดกทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในอำเภอปาย ปางมะผ้า ขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้สะท้อนภาพการมองเมืองปายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นิยมใช้คู่มือแนะนำเที่ยวด้วยตนเองไว้อย่างน่าสนใจว่า “เมื่อปีพ.ศ. 2530 รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน ชูจุดขายกะเหรี่ยงคอยาว ทุ่งดอกบัวตอง เมืองสามหมอก ส่งผลให้นักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามามากขึ้น ประกอบกับสื่อโฆษณาไม่ว่าจะเป็นคู่มือแนะนำเที่ยวด้วยตนเอง “Lonely Planet” หรือข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่ต่อยอดภาพลักษณ์ให้เมืองปายเป็นสวรรค์ของเสรีชน เป็นเมืองโรแมนติคมีเสน่ห์ มีความงดงามทางธรรมชาติที่รอการค้นหาจากนักท่องเที่ยว ดังคำบรรยายว่า “Pai (pronounced like the English word ‘bye’, not ‘pie’) is something of a travellers’ mecca. It isn’t a wat-filled town emanating Thai-ness. Instead it’s a little corner of the world that happens to be in Thailand that seems to attract artists, musicians and foodies. It’s got a live-music scene you won’t find anywhere else, and some affordable modern art and a delicious range of international culinary treats. Oh, and it’s in the middle of a gorgeous green valley with hot springs, rice fields and a lovely lazy river. However, its popularity does surpass its capacity and the town can feel completely overrun by foreigners in the high season. It remains to be seen what the added effect of the new Chiang Mai to Pai flight will do to the laid-back scene of the town” (Joe Coming, 2553: ระบบออนไลน์) “เมื่อมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นการปรับตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวก็ตอบสนองการพักผ่อนเช่นสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก พาหนะการเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวไทยที่เข้ามาภายใต้การรับรู้ผ่านสื่อ ว่าเป็นเมืองโรแมน

ติด อยู่ท่ามกลางหุบเขา มีธรรมชาติที่สวยงามหรือที่เรียกว่า “เมืองยูโทปาย”” (รัศมี ชูทรงเดช, 2552: 215-216)

นอกจากนี้แล้วคำว่า UTOPAI ได้ถูกนำมาใช้ในการอธิบายความเป็นปายผ่านสื่อออนไลน์ของร้านค้าประเภทของที่ระลึกในอำเภอปายว่า “Utopai สำหรับเรามันเป็นบ้านเราไปแล้ว เป็นบ้านที่เราชอบมาก มีอิสระที่จะทำอะไรก็ได้ แต่เรามีความรู้สึกผิดชอบชั่วดี และไม่ทำให้ใครเดือดร้อน เราเชื่อว่าเราต้องเริ่มจากตัวเอง ซึ่งเป็นจุดเล็กที่สุดในสังคม ตัวเราเองต้องเพิ่มคุณภาพให้ตัวเอง ไม่ใช่รอให้ใครมาให้ความรู้เรา ตัวเราต้องวิ่งไปหาหนังสือที่เราชอบ หนังสือที่ทำให้เราโต หนังสือที่อ่านแล้วให้ความรู้สึกบรรเจิด อ่านแล้วแบบว่าโลกนี้น่าอยู่ เวลาเรามีปัญหา เราไม่ค่อยปรึกษาใคร แต่เราจะอ่านหนังสือที่แต่ละคนเคยพูดไว้”

จากที่กล่าวมาทำให้เห็นบทบาทของสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ที่เป็นสื่อกลางในการแสดงอัตลักษณ์ปายเรื่อง “Utopia เป็น Utopai นครเมกกะของฝรั่งเศส” ได้เป็นอย่างดี อัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นและได้รับการผลิตซ้ำอย่างต่อเนื่องโดยบทบาทของสื่อมวลชน ซึ่งทำให้ผู้รับสื่อทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนเอง ต่างก็ใช้อัตลักษณ์ดังกล่าวเป็นภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวปายได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ พี่ออด คนขับรถผู้รับจ้างที่เดินทางไปปายมาแล้วเป็นร้อยครั้งได้เล่าถึงการเริ่มต้นการท่องเที่ยวปายอย่างน่าสนใจว่า “ตอนที่ปายเปิดการท่องเที่ยวมีแต่ฝรั่งที่ไปเที่ยว จะเน้นเที่ยวแบบเดินป่า ใช้ชีวิตอยู่หลายๆ วัน ซึ่งฝรั่งจะบอกว่าชอบมาปายและหลงไหลเสน่ห์ปาย เพราะปายเป็นเหมือนดินแดนแห่งความฝัน”

อัตลักษณ์ปายด้าน “Utopia เป็น Utopai นครเมกกะของฝรั่งเศส” เป็นอัตลักษณ์ถูกสร้างจากคนนอกพื้นที่ปายซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยว โดยจะเน้นที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และสื่อ ที่มีบทบาทในการผลิตซ้ำให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ปายด้านดังกล่าวโดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ความเป็นปายแก่นักท่องเที่ยวและคนโดยทั่วไป จนทำให้อัตลักษณ์ปายด้าน “Utopia เป็น Utopai นครเมกกะของฝรั่งเศส” เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วโลก เกิดการเดินทางเข้ามาเพื่อสัมผัสกับความปายเป็นปายในด้านดังกล่าว

เมืองแห่งขุนเขา ป่าไม้และความหนาวเย็น

อัตลักษณ์ปายด้าน “เมืองแห่งขุนเขา ป่าไม้และความหนาวเย็น” เป็นอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างและรับรู้ขึ้นจากกลุ่มคนในหลายๆ ส่วน ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ หรือแม้แต่คนในชุมชนปาย โดยผ่านลักษณะที่ปรากฏจากสภาพภูมิประเทศและสภาพภูมิอากาศของอำเภอปาย ซึ่ง

เป็นความเป็นจริงของเมืองปาย จากสภาพภูมิประเทศของอำเภอปายที่ตั้งอยู่ในหุบเขา จึงทำให้ทำเลที่ตั้งของอำเภอปายมีภูเขาล้อมรอบ อีกทั้งมีแม่น้ำปายไหลผ่านเมือง ประกอบกับการเดินทางทางรถยนต์ที่ต้องผ่านโค้งกว่า 762 บนเส้นทาง ทางหลวงหมายเลข 1095 (ถนนบุด แจ่มกระจ่าง, 2552) ซึ่งทำให้เป็นภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของอำเภอปายได้เป็นอย่างดี ปายตั้งอยู่ใกล้เคียงกับเทือกเขาแดนลาวและเทือกเขาถนนธงชัย ซึ่งกั้นชายแดนไทยและพม่าทางตอนเหนือ ที่ราบลุ่มเมื่อปายล้อมรอบไปด้วยภูเขาเหมือนกำแพงสูงใหญ่ ตัวเมืองปายอยู่สูงจากระดับน้ำทะเล 550 เมตร ขณะที่ยอดเขาที่สูงที่สุดในเขตนี้อยู่ที่ 2000 เมตรจากระดับน้ำทะเล (คุชฎีพันธ์ุ พจี, 2552: 20) ดังภาพ 86 และภาพ 87



ภาพ 86 เส้นทางคมนาคมมาอำเภอปายที่มีโค้งจำนวนมากจึงทำให้มีเสน่ห์เฉพาะตัว



ภาพ 87 ตราประทับ ไปสการ์ด์ที่เขียนข้อความจุดเด่นของปาย “ผู้พิชิตปาย 762 โค้ง”

“เมื่อนึกถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในเรื่องทะเลหมอกแล้ว เชื่อได้เลยว่า เมืองสามหมอกอย่างแม่ฮ่องสอน ก็คงจะเป็นอันดับต้นๆ ที่หลายๆท่านจะกล่าวถึงกัน นั่นคือ “ปาย” เมืองในพื้นที่หลายๆคนพูดถึง และสำหรับท่านที่ยังไม่เคยไปก็คงจะนึกไม่ออกว่า เมืองเล็กๆที่หลายๆคนพูดถึงนั้นเป็นยังไง ปายถูกโอบล้อมไปด้วยเขาสูง เป็นรอยต่อชายแดนไทย-พม่า ฤดูหนาวอากาศเย็นจัด ที่แห่งนี้มักปกคลุมด้วยสายหมอก ละอองน้ำจางๆ ยามเช้า และด้วยวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของผู้คน มีความเป็นธรรมชาติสูง แต่แฝงไปด้วย เอกลักษณ์ของวัฒนธรรมที่หาดูได้ยากที่เมืองปาย”

นอกจากสภาพภูมิประเทศที่สวยงามแล้วสภาพภูมิอากาศที่หนาวเย็นและไปเที่ยวได้ทุกฤดู ทำให้อำเภอปายมีมนต์เสน่ห์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาชมสัมผัสความหนาวเย็นในฤดูหนาวที่ถือได้ว่าเป็นไฮซีซั่นของเมืองปาย อีกทั้งในฤดูร้อนนั้นก็เหมาะแก่การท่องเที่ยวแบบผจญภัยเช่นการเดินป่า การขี่ช้าง ล่องแก่ง ล่องแพไม้ไผ่ พอถึงฤดูฝนก็ได้สัมผัสกับสีเขียวของต้นไม้หญ้า (วรเทพ กันทาคี, 2552)

“ว่ากันว่าเมืองปายในช่วงฤดูหนาวอากาศจะเย็นสบายปกคลุมไปด้วยสายหมอก ละอองน้ำจางๆ และสายลมอ่อนๆ ยามเช้า บรรยากาศเงียบสงบ ในฤดูฝนทุ่งนาจะสีเขียวและสีทอง เข้าสู่ฤดูหนาว ท้องฟ้าจะสีฟ้าสดใสคล้ายกับแสงแดดอ่อนๆ ทอดผ่านสายน้ำปาย พร้อมด้วยวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของชาวเมือง สิ่งนั้นคือมนต์เสน่ห์มัดใจทำให้ปายกลายเป็นเมืองในฝันอันแสนโรแมนติกที่นักท่องเที่ยวหลายๆ คนอยากไปสัมผัส” (วรรณฉัตร วัฒนสมบูรณ์, 2552: 21-22)

“หน้าฝน เปรียบเสมือนหน้าโลว์ ซีซั่น ของการ เพราะแต่ละคนก็ไม่อยากไปเที่ยวกันอยู่ดีๆ แล้วฝนก็มาตกแหมะๆ จริงมั๊ยครับ. แต่นี่แหละเป็นโอกาส สำหรับคนที่อยากมาสัมผัสบรรยากาศที่ปาย แบบไม่แออัด มีความเป็นธรรมชาติ เขียวชอุ่มละลานตา กันอย่างสบายตา สบายใจ สบายปอด เลยหละครับ ซึ่งช่วงที่ผมชอบไปที่สุด ก็ช่วงเดือนกันยายนี่แหละก็เพราะยังอยู่ในช่วงหน้าโลว์ อยู่ ที่พักส่วนใหญ่ลดราคากัน 50-70% กันเลยทีเดียว อยู่ในช่วงที่ผ่านช่วงมรสุมหนักๆ มาแล้ว เวลาฝนตก ก็มีบ้างประปรายพอให้ลงมาโดนหัวใจให้ชุ่มชื้น ผมชอบนะครับเวลาขี่มอเตอร์ไซด์ฝนตกแบบสุๆ ลงมาโดนหน้า มันสดชื่นจุกกิบาน ยังไงไม่รู้ บอกไม่ถูก แต่ถ้าตกหนักๆ นี่ก็ไม่ไหวเหมือนกัน และที่ปายเงียบ ไม่พลุกพล่าน มีแต่ฝรั่ง เกาหลี และ ญี่ปุ่น ที่เค้าชอบมาเที่ยวหน้าฝนกัน ผมไม่ต้องไปคอยรอคิวร้านอาหารโปรด หรือ หันไปทางไหนก็มีแต่คนๆๆ เหมือนไปเที่ยว JJ”

“นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวปายจะเข้าใจว่าหน้าหนาวคือฤดูที่สวยงามที่สุดของเมืองปาย แต่ความจริงแล้วในแต่ละฤดูของเมืองปายมีความแตกต่างกันมีความน่าเที่ยวต่างกัน ทั้งกิจกรรมที่น่าสนใจและความสวยงามของธรรมชาติเรามาทำความรู้จักกับปายในฤดูที่แตกต่างกัน ก่อนคิดว่าแล้วจะรู้ว่าปายน่าเที่ยวทุกฤดู” (วรรณฉัตร วัฒนสมบูรณ์, 2552: 49)

เห็นได้ว่าอัตลักษณ์ปายในด้านนี้ ได้ถูกนำมาเขียนผ่านบทความในพ็อคเก็ตบุ๊กวารสาร นิตยสาร เพื่อต้องการถ่ายทอดความเป็นปายที่คนภายในปายได้สร้างขึ้น และคนภายนอกทั้งนักท่องเที่ยว ก็รับรู้ในอัตลักษณ์นั้นๆ จนมีการผลิตซ้ำซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าวออกมาอย่างต่อเนื่อง

จากการสัมภาษณ์ หนึ่ง นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ ที่เดินทางไปปายครั้งแรก กล่าวถึงปายว่า “หากมาเที่ยวปายนี่ถึงปายที่เป็นเมืองแห่งขุนเขาและป่าไม้ เพราะกว่าจะเดินทางไปก็ต้องผ่านคอกที่เต็มไปด้วยต้นไม้อายุและเส้นทางที่ลัดเลาะตามหุบเขา นอกจากนี้ตนเองยังชอบบรรยากาศในตอนกลางคืนที่อยู่บนยอดคอกและมองลงมาในเมืองปายเห็นแสงไฟจากบ้านเรือนร้านค้าในเมืองปายและให้ความรู้สึกสวยดี” เช่นเดียวกับ พี่เชาว์ ไกด์ทัวร์ป่าในอำเภอปายกว่า 20 ปี กล่าวถึงปายว่า “ปายในอดีตมีแต่ชาวต่างชาติมาท่องเที่ยว แบกเป้มาคนละใบเพื่อมาอยู่ในปายเป็นระยะเวลาต่างๆ และมีความต้องการมาสัมผัสกับธรรมชาติ ความสงบของอำเภอปายนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงนิยมการเดินป่า ซึ่งมีตั้งแต่ 1 คืนจนถึง 1 สัปดาห์แล้วแต่ระยะทางที่ต้องการเดิน ”

จากสภาพภูมิประเทศที่โดดเด่น เป็นเมืองที่อยู่ท่ามกลางภูเขา ทำให้ป่า ถูกสร้างอัตลักษณ์ให้ว่าเป็นเมืองแห่งขุนเขาและป่าไม้ อัตลักษณ์ดังกล่าวได้ถูกสร้างขึ้นโดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวป่าในช่วงแรก เหตุผลที่นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเดินทางมาท่องเที่ยวที่ป่าเนื่องจากว่าต้องการชื่นชมในสภาพภูมิประเทศแบบดังกล่าว ทำให้อัตลักษณ์ดังกล่าวยังถูกนำมาผลิตซ้ำและตอกย้ำความเป็นป่าโดยผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าจากความเป็นป่า เช่น เสื้อยืดโปสการ์ด อีกทั้งที่ผ่านมามีภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนต่างให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ป่า ด้าน “เมืองแห่งขุนเขาและป่าไม้” เนื่องจากสภาพป่าในปัจจุบันแม้ว่าจะมีการเข้ามาของกลุ่มทุน แต่ทรัพยากรธรรมชาติของป่ายังคงมีความงามและเป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยวได้มาโดยตลอด ดังสะท้อนมาจากคำโฆษณาที่เน้นป่าในด้านดังกล่าว

เมืองแห่งยาเสพติด ผื่น กัญชา

อัตลักษณ์ป่าด้าน “เมืองแห่งยาเสพติด ผื่น กัญชา” ถูกสร้างขึ้นมาสืบเนื่องมาจากสถานการณ์ยาเสพติด ที่มีทั้งการแพร่กระจายของยาเสพติด การเพิ่มจำนวนของผู้เสพ และผู้ค้าที่เพิ่มมากขึ้นในประเทศไทยรวมทั้งในอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน สถานการณ์เรื่องยาเสพติดในพื้นที่อำเภอนั้นมีมาอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากสภาพภูมิประเทศที่อยู่ใกล้กับชายแดน จึงทำให้อำเภอป่าเป็นช่องทางในการลำเลียงยาเสพติดจากนอกประเทศเข้าสู่ในประเทศ อีกทั้งในพื้นที่ป่าเองยังมีกลุ่มชาติพันธุ์บางกลุ่มที่ยังมีการปลูกฝิ่นไว้เพื่อใช้ในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้แล้วยังมีการปลูกเพื่อรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่นิยมทัวร์ป่า จึงทำให้สถานการณ์ทางด้านยาเสพติดในอำเภอป่าจึงไม่สามารถจัดการได้อย่างเด็ดขาด แม้ว่าการปลูกฝิ่นในพื้นที่ป่าจะมีการปลูกกันอย่างกว้างขวางแต่ก็ได้รับการณรงค์ให้ยกเลิกการปลูกฝิ่นและนำมาสู่การปลูกพืชอื่นทดแทน เช่นในสมัยที่นายกำธร ถาวรสถิตย์ เป็นผู้ว่าราชการจังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้มีการประชุมโครงการขยายผลโครงการหลวงจังหวัดแม่ฮ่องสอนเพื่อติดตามความคืบหน้าต่อการพัฒนาในพื้นที่ที่มีการลักลอบปลูกพืชเสพติด (ฝิ่น) ซึ่งโครงการหลวงได้เข้ามาดำเนินการแก้ไขปัญหาการลักลอบปลูกฝิ่นของราษฎรบ้านห้วยสะ ตำบลเมืองแปง อำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน และหลังจากที่โครงการหลวงเข้าไปส่งเสริมให้ราษฎรในพื้นที่หันมาปลูกมะเขือส้ม ปลูกกาแฟควบคู่ไปกับปลูกพืชเมืองหนาว เนื่องจากพื้นที่บ้านห้วยสะ ต.เมืองแปง อ.ป่า มีความเหมาะสมกับการปลูกกาแฟ โดยใช้พันธุ์กาแฟอาราบิก้าที่ตลาดมีรองรับผลผลิตกาแฟ ทำให้สถานการณ์การลักลอบปลูกฝิ่นลดลงตามลำดับ

นางดวงจันทร์ อรัญญมิ เจ้าของกิจการดวงเกสต์เฮาส์ ในบทความเรื่องพัฒนาการของระบบเศรษฐกิจทุนนิยมเมืองปายช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ที่ได้กล่าวถึงการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาสูบฝิ่นที่อำเภอปาย “ในปี พ.ศ. 2524-2525 นักท่องเที่ยวที่มาปายเป็นนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกอายุประมาณ 25-30 ปี สะพายเป้เข้ามากับไกด์ ส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป สวิตเซอร์แลนด์ เยอรมัน เป็นนักท่องเที่ยวเกรดดี มีเงิน ชอบเดินถ่ายรูป คุุวิชิวิต ไม่สนใจคนรอบข้าง มาเที่ยวทัวร์ป่า เวะหมู่บ้านชาวเขา พักแรมกับชาวบ้านในตำบลเวียงใต้ บ้างก็พักในหมู่บ้านชาวเขาเพื่อทดลองสูบยาฝิ่น...” (รัศมิ ชูทรงเดช, 2552: 214) “ช่วงที่ผ่านมามหมู่บ้านชาวไทยภูเขาในพื้นที่ห่างไกลมีการปลูกฝิ่นบางแห่งอยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินป่าในเส้นทางผ่านไร่ฝิ่น และนอนพักบ้านชาวไทยภูเขา ทำให้มีการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วยการนำไร่ฝิ่นและฝิ่นมาเป็นจุดขาย ส่งผลให้การท่องเที่ยวอำเภอปายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่อิงอยู่กับยาเสพติดและมีการรับอิทธิพลวัฒนธรรมตะวันตกนำเข้าสู่ชุมชนเพิ่มมากขึ้น วิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ปรับเปลี่ยน” (สุภาวณี ทรงพรพาณิชย์, 2546: 11)

ซึ่งสอดคล้องกับ การให้สัมภาษณ์ของ พ่อจันทร์ ผู้ที่ใช้ชีวิตในปายมากกว่า 70 ปี กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้ผู้คนจากทุกทิศเดินทางเข้ามาในปายว่า “เมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ปาย คนก็เริ่มเข้ามามากขึ้น เข้ามาเพื่อหาสินค้าประเภทยาเสพติด เนื่องจากสภาพที่ตั้งของอำเภอปายนั้นใกล้กับชายแดนพม่า เคนทางเพียงไม่กี่ชั่วโมงก็ถึงแหล่งยาเสพติด นอกจากนี้แล้วผู้คนที่เข้ามาในปายก็มาเพื่อหาความสงบ ต้องการหาสถานที่ในการพักผ่อนโดยมากจะเป็นพวกฝรั่งและพวกที่ทำงานอยู่ในเมืองเชียงใหม่ กรุงเทพฯ และนอกจากนี้ก็ยังมีคนบางกลุ่มที่ต้องการมาหาเงิน เพราะมีคนมาเที่ยวเยอะจึงสามารถที่จะทำงานเพื่อหาเงินได้”

หิน นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปเที่ยวปาย กล่าวว่า “ปายเป็นเมืองแห่งยาเสพติด เพราะตนเองเคยไปนอนที่บ้านพักแห่งหนึ่งที่ห่างไกลเมืองออกไป เจ้าของบ้านพักได้เสนอให้ตนเองและเพื่อนทดลองสูบฝิ่น และกินเหล้าต้มที่ตนเองได้ทำขึ้น ตนเองคิดว่าที่จริงแล้วชาวบ้านอาจจะปลูกไว้เพื่อสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ซึ่งอาจจะทำให้ภาพปายเป็นไปในทางลบก็เป็นไปได้”

เช่นเดียวกับ เป้ นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ ที่เดินทางไปเที่ยวปายมาแล้วประมาณ 10 ครั้ง โดยที่ไปครั้งแรก ปี 2547 เป็นนิยามปายว่า “เป็นเมืองแห่งยาเสพติด เพราะแทบทุกครั้งที่ไปเที่ยวปายกับเพื่อนตนเองจะนิยมไปปาร์ตี้ ไปดื่ม และเสพลิงเสพติด (ฝิ่น) เนื่องจากมองว่าปายเป็นเมืองที่เป็นอิสระ ทำอะไรก็ได้ตำรวจไม่จับ เป็นเมืองฮิปปี (เร่ร่อน ใช้ชีวิตอิสระ) ไม่สนใจใคร ไม่ต้องรู้จักใครอยู่ได้ ยาเสพติดหาได้ง่ายโดยตนเองได้สูบที่น้ำตกแห่งหนึ่งในอำเภอปายโดยมีชาวบ้าน

(ภูเขา) มาขายในราคา 200 บาทต่อครั้งกล่องไม้ขีดไฟ ดังนั้นหากจะกล่าวว่ายายเป็นเมืองแห่งยาเสพติดจึงไม่ใช่เรื่องแปลก”

“เมืองแห่งยาเสพติด ผีน กัญชา” เป็นอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้น โดยเริ่มต้นจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามาที่ปายเพื่อท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เดินป่า คุนุก จี่ซ่างพร้อมทั้งเสพยาเสพติดไปพร้อมกันและเกิดการบอกต่อกันไปและเป็นที่ยอมรับร่วมกันว่ายายเป็นเมืองแห่งยาเสพติด ผีนและกัญชา หลังจากนั้นเมื่อนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ปายมากขึ้นจึงไม่สามารถปฏิเสธการรับรู้ความเป็นปายในด้านนี้ได้ มีความพยายามที่จะสืบหา ทดลองเสพยาเสพติด จนเป็นอัตลักษณ์หนึ่งที่นักท่องเที่ยวไทยรับรู้เช่นกัน จึงกล่าวได้ว่าอัตลักษณ์ดังกล่าวเป็นอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้น โดยคนภายนอกและเป็นอัตลักษณ์ในด้านลบ ซึ่งคนในพื้นที่อำเภอปายต่างก็ไม่ยินดีกับการใช้อัตลักษณ์นี้ เนื่องจากส่งผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวที่ทำให้อำเภอปายเสื่อมเสียชื่อเสียง ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้มีการสร้างความโดดเด่น ความเป็นปายในด้านอื่นขึ้นมาเพื่อลบอัตลักษณ์ดังกล่าว เช่นความเป็นเมืองที่มีธรรมชาติที่สวยงาม มีอากาศที่ดี ผู้คนใจดี เป็นต้น

ปาย “มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ วัฒนธรรมและวิถีชีวิต”

เมืองปายแต่เดิมตั้งอยู่ที่ตำบลเวียงเหนือเป็นเมืองเก่าแก่มาช้านานตั้งแต่ประมาณ พ.ศ. 1800 ตามประวัติความเป็นมาของอาณาจักรล้านนาเรียกอำเภอปายว่า บ้านดอน เนื่องจากมีที่ตั้งอยู่บนดอน มีป่าไม้ไผ่ล้อมรอบและมีแม่น้ำไหลผ่านสองสาย คือแม่น้ำปายและแม่น้ำเมือง ไหลผ่านทางทิศเหนือและทิศตะวันตก อำเภอปายเป็นเมืองเก่าแก่กว่าหลายร้อยปี โดยประชากรที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในดินแดนแห่งนี้คือชาวไพรหรือชาวไปร ดังร่องรอยหลักฐานซากวิหารและเจดีย์กระจายตัวอยู่ทั่วไปทั้งภูเขาสูงที่คอนเชิงเขาบริเวณพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำปาย มีหลักฐานว่าเจ้าเมืองคนแรกคือขุนส่างปาย ในสมัยพระเจ้ามโหตรประเทศ พระราชาธิบดีเจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่ ส่งเจ้าเมืองแก้วออกสำรวจชายแดนได้พบว่าภูมิประเทศน่าสนใจ จึงแนะนำให้ขุนส่างปายย้ายเมืองมาตั้งฝั่งตะวันตกของแม่น้ำปายเพราะเป็นพื้นที่ราบกว้างขวาง ผู้คนจึงเรียกเมืองใหม่ว่า เวียงใต้ ส่วนเมืองเก่าเรียกว่าเวียงเหนือ (วรรณจักร วัฒนสมบูรณ์, 2552)

“ปายเป็นอำเภอเล็กๆในจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่ถูกโอบล้อมไปด้วยขุนเขาที่สูงตระหง่านซึ่งเป็นรอยต่อชายแดนไทย-พม่า ในฤดูฝนชุ่มฉ่ำ บรรยากาศสดชื่นริมลำน้ำปายจะเต็มไปด้วยทุ่งข้าวสีเขียวฉจีเป็นวิวอย่างดีและพืชพันธุ์ผลผลิตเกษตรกรรมต่างๆและเมื่อเข้าสู่หน้าหนาวทุ่งข้าวจะค่อยๆแปรเปลี่ยนเป็นสีทองเหลืองอร่ามทอดตัวยาวไปจรดเชิงเขา ท่ามกลางสายหมอก

กับอากาศเย็นระรื่นหรือแม้แต่ฤดูร้อนก็มีวัฒนธรรมประเพณีให้ได้ชมกัน มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเยือนอย่างไม่ขาดสาย” (วรรณฉัตร วัฒนสมบูรณ์, 2553: 19)

ปลายมีความหลากหลายในกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ซึ่งเป็นกลุ่มคนชุมชนเมืองและพื้นที่ราบลุ่มครึ่งหนึ่ง อีกครึ่งหนึ่งเป็นชาวเขากลุ่มคนในชุมชนเมืองได้แก่ คนเมืองและชาวไทยใหญ่ เป็นกลุ่มคนพื้นเมืองในย่านตัวเมืองปลาย ทั้งสองกลุ่มตั้งบ้านเรือนอยู่ร่วมกันมาช้านานเช่นที่ตำบลเวียงเหนือ ซึ่งเป็นศูนย์กลางของเมืองปลายโบราณ แต่ละฝ่ายมีวัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งเห็นได้ชัดเมื่อมีการประกอบพิธีกรรม เช่น วัดศรีดอนชัยเป็นวัดสำหรับกลุ่มคนเมือง วัดโป่งเป็นวัดสำหรับกลุ่มคนไทใหญ่ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มชาวมุสลิมที่ได้ตั้งเป็นชุมชนขนาดใหญ่อยู่ในย่านตลาดหรือชุมชนเวียงใต้ที่เป็นศูนย์กลางในปัจจุบัน โดยมีมัสยิดตั้งอยู่กลางเมือง (ยอด เนตรสุวรรณ, 2552) เห็นได้ว่ากลุ่มต่างๆ จึงทำให้อำเภอปลายมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ซึ่งรวมไปถึงงานประเพณีต่างๆที่น่าสนใจของกลุ่มคนที่หลากหลายเช่น งานตานก้วยสลากของคนเมือง งานดับไฟเทียนของคนไต (ยอด เนตรสุวรรณ, 2552)

“นับแต่ปี พ.ศ. 2535 เป็นต้นมา หลังจากการสร้างทางหลวงแผ่นดิน 1095 จากแม่มาลัยผ่านอำเภอปลาย อำเภอปางมะผ้าสู่จังหวัดแม่ฮ่องสอนเสร็จสิ้นลง เริ่มมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวที่อำเภอปลาย ทำให้อำเภอปลายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศว่าเป็นเมืองในหุบเขาที่มีธรรมชาติที่สวยงาม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนที่สงบในวิถีชีวิตชนบทและมีศิลปวัฒนธรรมประเพณีของผู้คนที่หลากหลายชาติพันธุ์” (สุภาวิณี ทรงพรวาณิชย์, 2546: 11)

ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ของอำเภอปลาย เช่นในอำเภอแม่ฮี้ที่เป็นหมู่บ้านของชาวปกากะญอ ซึ่งมีวิถีชีวิตที่แตกต่างจากคนในเมือง “ตำบลแม่ฮี้มีพลวัตทางประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน มีการตั้งถิ่นฐานของกลุ่มคนหลายชาติพันธุ์ อาทิ ลัวะ ไทลื้อ คนเมือง ปกากะญอ ไทใหญ่ ต่อมาในช่วงที่บริษัทบอมเบย์เบอร์มาและบริษัทบอร์เนียว เข้ามาตั้งสำนักงานทำไม้ขึ้นที่ริมแม่น้ำปาย มีคนเมืองมาจากเชียงใหม่ แพร่ น่าน โยกย้ายเข้ามาตั้งถิ่นฐาน อีกทั้งมีการจ้างชาวปกากะญอจากอำเภอแม่สะเรียง เชียงดาว และสันป่าตองมาเป็นควาญช้าง รวมทั้งนำขมมาจากกลาง ไทใหญ่และตองสู้อาจารย์จากภูมามมาเป็นคนงาน” (สุภาวิณี ทรงพรวาณิชย์, 2546: 7)



ภาพ 88 การแต่งกายชุดปกากะญอ



ภาพ 89 แผนที่ชุมชนบ้านสบปิง ตำบลแม่ฮี้

ดังภาพ 88 ชาวบ้านในชุมชนแม่ฮี้เข้าร่วมงานกับทางองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อจัดกิจกรรมร่วมกับเทศบาลปาย ได้แต่งกายเป็นชุดประจำถิ่น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเป็นปกากะญอผ่านการแต่งกายดังกล่าว ภาพ 89 แสดงถึงแผนที่หมู่บ้านสบปิงตำบลแม่ฮี้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เข้ามาติดต่อ อีกทั้งเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเที่ยวในหมู่บ้านเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของชาวปกากะญอร่วมกัน

จากการสัมภาษณ์พ่อจันทร์ อินทesar ปราชญ์ชาวบ้าน เล่าถึงความเป็นปายที่น่าสนใจว่า “เมืองปายเกิดจากการอพยพเคลื่อนย้ายของผู้คนที่หลากหลายมาจากสถานที่ต่างๆ ทั่วภาคเหนือ ซึ่งมาตั้งถิ่นฐานที่เมืองปายและมีการนำเอาชื่อเดิมจากสถานที่เดิมมาตั้งเป็นชื่อหมู่บ้าน เช่นบ้านเมืองพร้าว เป็นชาวบ้านที่อพยพมาจากอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ บ้านเจ้าหม้อเป็นชาวบ้านที่ย้ายมาจากบ้านหม้อ อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้แล้วเมืองปายยังเป็นเมืองที่มีของดีและเป็นที่ตั้งของของนักท่องเที่ยวคือทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม อากาศที่ดีตลอดทั้งปี ผู้คนที่มีอัธยาศัยดี”



ภาพ 90 เด็กชาวเขาเผ่ามูเซอที่เดินให้นักท่องเที่ยวถ่ายภาพในถนนคนเดิน



ภาพ 91 หญิงสาวที่แต่งกายแบบไทใหญ่เพื่อเข้าร่วมงานประเพณีของอำเภอที่จัดขึ้น



ภาพ 92 จุดถ่ายภาพของนักท่องเที่ยวที่ต้องการ
แสดงให้เห็นถึงความเป็นไทใหญ่ หรือ
ไต



ภาพ 93 เสื้อผ้าประจำถิ่นของคนจีนที่มี
หลากหลายไว้ให้นักท่องเที่ยวได้
ถ่ายภาพเก็บไว้

จากภาพในข้างต้นสามารถสะท้อนความหลากหลายทางชาติพันธุ์ของอำเภอปายได้เป็นอย่างดีซึ่งมีทั้งชาวมูเซอ ไทใหญ่ และจีนฮ่อ แต่การแสดงผลซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าวก็เพื่อสนับสนุนกับการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ดังภาพ 90 เด็กมูเซอแต่งกายชุดประจำเผ่ามาเดินที่ถนนคนเดินให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพร่วม โดยไม่ต้องเดินทางไปยังหมู่บ้านที่ห่างไกลของตนเอง และเมื่อถ่ายภาพเสร็จนักท่องเที่ยวต้องจ่ายเงินเป็นค่าตอบแทนดังกล่าว เป็นการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เป็นการลดคุณค่าทางวัฒนธรรมของตนเอง ทำให้ขาดเสน่ห์ในการเดินทางที่ยากลำบากไปยังหมู่บ้านมูเซอของนักท่องเที่ยว ส่วนภาพ 91 แสดงให้เห็นถึงการแต่งกายของหญิงสาวไทใหญ่ที่แต่งกายเพื่อเข้าร่วมงานกับทางอำเภอ

ภาพ 92 และ 93 เป็นภาพที่แสดงให้เห็นถึงการตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการมีกิจกรรมถ่ายภาพในชุดประจำถิ่นของชาวไทใหญ่ซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีจำนวนมากในอำเภอปายและชาวจีนอพยพบ้านสันติชลที่มีการจัดการท่องเที่ยวภายในชุมชน

ตาราง 12 กิจกรรม งานประเพณี 12 เดือนที่ถูกจัดขึ้นในอำเภอปาย

เดือน	งานประเพณีสำคัญ
มกราคม	● งานมหกรรมดนตรีเรกเก้แอนด์สกา (งานที่ถูกจัดขึ้นมาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว เริ่มต้นกิจกรรมปี 2549)
กุมภาพันธ์	● งานทำบุญปอยข้าวสงฆ์ (ไทใหญ่) ● งานแต่งงานหมู่บ้านรักสุขขอบฟ้า (งานที่ถูกจัดขึ้นมาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว เริ่มต้นกิจกรรม ปี 2552) ● งาน รัก จัด ปาย (งานที่ถูกจัดขึ้นมาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ปี 2552)

ตาราง 11 (ต่อ)

เดือน	งานประเพณีสำคัญ
มีนาคม	-
เมษายน	<ul style="list-style-type: none"> ● งานปอยสังลอง (ไทใหญ่) ● งานประเพณีสงกรานต์พระสิงห์ปาย (คนเมือง) ● งานเทศกาลหนังหน้าเสือ (งานที่ถูกจัดขึ้นมาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ปี 2554)
พฤษภาคม	-
มิถุนายน	-
กรกฎาคม	<ul style="list-style-type: none"> ● งานเข้าพรรษา (คนเมือง)
สิงหาคม	<ul style="list-style-type: none"> ● งานสืบสานงานมือ (งานที่ถูกจัดขึ้นมาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว)
กันยายน	<ul style="list-style-type: none"> ● งานตานก๋วยสลาก (คนเมือง)
ตุลาคม	<ul style="list-style-type: none"> ● งานจองพารา (ไทใหญ่) ● งานกาตหลู่ (ไทใหญ่) ● งานดับไฟเตียน (ไทใหญ่)
พฤศจิกายน	<ul style="list-style-type: none"> ● งานตานผ้าไหม (คนเมือง) ● งานส่งกานเครีอ (ไทใหญ่) ● งานสืบสองล่องมนพ่องไต (ไทใหญ่)
ธันวาคม	<ul style="list-style-type: none"> ● งานดนตรี กวี ชาวนา (งานที่ถูกจัดขึ้นมาเพื่อรองรับการท่องเที่ยว เริ่มต้นกิจกรรม ปี 2550) ● งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ (งานจัดขึ้นมาใหม่)

จากตาราง 12 ได้แสดงให้เห็นว่าในความหลากหลายทางชาติพันธุ์ดังกล่าวทำให้ปายมีความหลากหลายในงานกิจกรรมประเพณีต่างๆ ซึ่งสะท้อนออกมาในงานประเพณี 12 เดือนของอำเภอปาย ซึ่งมีทั้งกิจกรรมซึ่งเป็นของคนเมือง เช่นงานสงกรานต์ งานลอยกระทง งานประเพณีของชาวไทใหญ่ซึ่งเป็นประชากรส่วนมากในอำเภอปายเช่นงานดับไฟเตียน (งานจะจัดขึ้นในช่วงออกพรรษา) งานปอยสังลอง (งานบวชลูกแก้ว) นอกจากนี้แล้วยังมีการจัดงานกิจกรรมเพื่อตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและเพื่อส่งเสริมในเกิดการท่องเที่ยวขึ้นในอำเภอปาย

ทั้งในช่วงที่อยู่ในฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาล เช่นการจัดงานเทศกาลหน้าเสื่อในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (ซึ่งจัดขึ้นตลอดเดือนเมษายน) เพื่อต้องการส่งเสริม กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในอำเภอปาย ทำให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมเสริมที่นอกเหนือจากการเที่ยวชมธรรมชาติ ดังนั้นงานกิจกรรมประเพณีต่างๆ จึงสะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายของคนปาย



ภาพ 94 งานประเพณีลอยกระทง



ภาพ 95 งานดับไฟเทียน (ไทใหญ่)



ภาพ 96 การแสดงของชาวไต



ภาพ 97 การละเล่นของชาวไต ฟ้อนนก
กิ่งกะหว่า



ภาพ 98 งานประเพณีปอยส่างลอง
(บวชลูกแก้ว)



ภาพ 99 การทำบุญเพื่อเกี่ยวข้าวของชาวบ้าน

จากภาพถ่ายข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงกิจกรรม งานประเพณีของชาวปายที่มีหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์อาศัยร่วมกัน มีกิจกรรมร่วมกันทั้งคนเมือง คนไทใหญ่ โดยที่กิจกรรมต่างๆถูกจัดขึ้นในพื้นที่อำเภอปาย โดยกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในปาย กิจกรรมต่างๆ ได้เปิดรับนักท่องเที่ยวที่สนใจจะเรียนรู้งานประเพณีต่างๆ สามารถที่จะเข้าร่วมกิจกรรมได้เช่นกัน



ภาพ 100 บ้านจำลองของเฒ่าลาหู่



ภาพ 101 บ้านจำลองของเฒ่าปกากะญอ



ภาพ 102 การแสดงของเฒ่าลาหู่ที่แสดงขึ้นในงานปาย 100 ปี



ภาพ 103 แม่ค้าขายขนมพื้นถิ่นชาวไทยใหญ่ที่แต่งกายในแบบชาวไทยใหญ่

จากภาพข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงงานกิจกรรมปาย 100 ปี ที่มีการนำเสนออัตลักษณ์ของปายที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โดยสะท้อนผ่านการแสดง แบบจำลองบ้านอาหารและการแต่งกาย ซึ่งในงานดังกล่าวมีนักท่องเที่ยวและผู้สื่อข่าวมาเที่ยวชมพร้อมทั้งเรียนรู้วัฒนธรรมของชาวไทยไปพร้อมกัน

นอกจากนี้แล้วความหลากหลายทางชาติพันธุ์ยังสะท้อนผ่านอาหารพื้นถิ่นของชาวปาย อาหารพื้นถิ่นปายจึงมีความหลากหลายและเป็นอาหารประจำถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสามารถรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ชิมและเรียนรู้อาหารพื้นถิ่นปายเช่น ข้าวปุกงา ข้าวซอย ขนมจีนน้ำเงี้ยว ถั่วเน่า ข้าวส้ม ข้าวเหลือง ขนมอะละหว่า ขาหมู หมั่น โถ โรตี่ เป็นต้น (ยอด เนตรสุวรรณ, 2552; วรณฉัตร วัฒนสมบุญ, 2552; ธนะบุต แจ่มกระจ่าง, 2552) อาหารท้องถิ่นของชาวปายมักนิยมขายที่ตลาดเย็นหรือภาคแดงซึ่งเป็นที่รวมของคนในชุมชน ซึ่งเป็นพื้นที่หนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเยี่ยมชมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวปายได้ อาหารพื้นถิ่นของชาวปายไม่เพียงแต่จะพบเห็นที่ตลาดเท่านั้น ที่ถนนคนเดิน ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของอำเภอปาย ก็เป็นแหล่งขายอาหารพื้นถิ่นที่สำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายของนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน

“ตลาดที่น่าเที่ยวของชาวปาย คือ ตลาดเย็น มีพืช ผัก ผลไม้ ราคาถูก ขนมพื้นถิ่น อาหารสด อาหารสำเร็จรูป รสชาติของคนพื้นเมืองจริงๆ ที่ร้านไหนก็ไม่อร่อยเท่าอาหารพื้นเมืองของคนในภาค สำหรับนักท่องเที่ยวอาจซื้ออาหารที่ตลาดกลับไปกินเป็นอาหารเย็นแบบคนปายก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่ง...อีกอย่างที่คนปายแนะนำคือ เต้าหู้สด ก้อนสี่เหลี่ยมสีขาว ทำสดทุกวัน ทุกละ 10 บาท ก้อนเมื่อเริ่มกินกับซีอิ๊วขาว ผักกาดคองที่ขายที่ตลาดเหมือนอาหารญี่ปุ่น อย่าลืมกินขนมมะละหว้า ขนมประจำชาติของชาวไทใหญ่ ชาวแม่ฮ่องสอนใช้รับแขกบ้านแขกเมือง ถือเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ” (อุษฎิพันธุ์ พจิ, 2552: 67)



ภาพ 104 ข้าวเงี้ยวและข้าวส้มอาหารชาวไทใหญ่



ภาพ 105 กระบองทอดอาหารชาวไทใหญ่



ภาพ 106 ข้าวปลุก อาหารพื้นถิ่นของชาวเมืองปาย



ภาพ 107 อาหารจีนยูนนาน

จากภาพ 104 ถึง 107 แสดงให้เห็นถึงอาหารประจำถิ่นของปายที่ถูกนำมาดกย้า ในความเป็นปาย ที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ที่มีทั้งชาวไทใหญ่ คนพื้นเมือง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจากเชียงใหม่ท่านหนึ่ง ได้เล่าถึงอาหารเมืองปายว่า “เมืองปายเป็นเมืองที่มีคนไตเยอะ ดังนั้นอาหารไตจึงมีให้ลองชิมมากมาย โดยส่วนตัวแล้วชอบไปซื้อที่ตลาดสด ซึ่งจะมีอาหารเปิดขายในเวลาเย็น และจะมักซื้อน้ำพริกคั่วทรายไปฝากเพื่อนและญาติเสมอ” เช่นเดียวกับ พี่ก๊วก นักท่องเที่ยวจากจังหวัดลำปางที่มักจะฝากเพื่อนซื้ออาหาร ขนม ซึ่งเป็นอาหารไต เวลาเพื่อนไปเที่ยวที่ปายเสมอเช่นขนมมะละหว้าและน้ำพริกคั่วทราย

อัตลักษณ์ปาย “มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ วัฒนธรรมและวิถีชีวิต” เป็นอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นโดยคนปาย ที่สะท้อนผ่านประเพณี อาหารและภาษา และเมื่อนักท่องเที่ยว

ได้รับรู้ถึงอัตลักษณ์ปายในด้านดังกล่าวต่างก็เห็นด้วยและได้มีการผลิตซ้ำอัตลักษณ์ดังกล่าวออกมาสู่คนภายนอกซึ่งได้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้อัตลักษณ์ปายด้านดังกล่าวยังถูกนำมาใช้เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวมาโดยตลอด ซึ่งสะท้อนผ่านบทสัมภาษณ์ งานเขียนของสื่อทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ ที่ต้องการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปาย

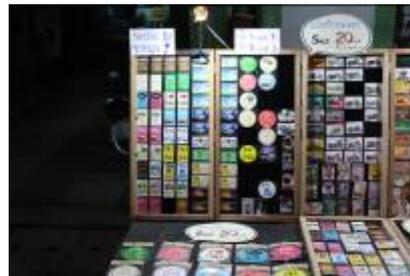
เมือง Artist สินค้า handmade

จากสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่หนาวเย็นให้ปายเป็นเมืองที่มีเสน่ห์จนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชมจำนวนมากในแต่ละปี เนื่องจากมีการท่องเที่ยวสูงในพื้นที่อำเภอปายจึงทำให้มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวเกิดขึ้นจำนวนมาก

ธุรกิจที่รองรับกับการท่องเที่ยวในอำเภอปายถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญอย่างมากในการขับเคลื่อนให้การท่องเที่ยวดำเนินไปได้อย่างราบรื่น ซึ่งธุรกิจดังกล่าวสามารถสร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้กับอำเภอปาย จากการสำรวจของ ททท. แม่ฮ่องสอน ปี 2550 พบว่านักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายแต่ละวันประมาณ 1,655.57 บาท ก่อให้เกิดรายได้จากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน 771.89 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552) ธุรกิจที่น่าสนใจและมีความโดดเด่นต่างเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวท่ามกลางบรรยากาศยามเช้าและยามค่ำ สองข้างทางเต็มไปด้วยร้านค้าสุดเก๋ที่ขายสินค้าที่ระลึก เสื้อผ้า เครื่องประดับที่ทำจากมือถ่ายทอดความเป็นปายผ่านงานศิลปะแขนงต่างๆ นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารและเครื่องดื่มในเมืองปายที่มีให้เห็นตลอดรายทาง ทั้งไทย จีน ฝรั่งเศส และมุสลิมที่มีการสร้างจุดเด่นของร้านและรสชาติที่อร่อยให้ได้ลองชิมตั้งแต่เช้าจรดเย็น ร้านกาแฟที่ดึงดูดลูกค้าด้วยการตกแต่งร้านที่มีเอกลักษณ์และมีรสชาติของกาแฟที่แสนอร่อย (ธนบูรณ์ แจ่มกระจ่าง, 2552: 60) ตลอดจนถึงที่พักที่กระจายทั่วทั้งเมืองปายที่มีทั้งโรงแรม เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท โฮมสเตย์และจุดกางเต็นท์ ดังภาพ 108 นักวาดภาพเหมือนที่บริการวาดภาพเหมือนแก่นักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความแตกต่างในบริการ อีกทั้งยังสะท้อนภาพความเป็นเมืองศิลปินได้เป็นอย่างดี



ภาพ 108 นักวาดภาพเหมือนที่บริการวาดภาพเหมือนแก่นักท่องเที่ยวชาวครั้งละ 40 บาท



ภาพ 109 สินค้าของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

จากภาพ 109 เป็นภาพที่แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาลินค้าซึ่งเป็นของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการขายความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการและเพื่อสร้างความแปลกใหม่ให้แก่สินค้าและบริการ

ดังนั้นสินค้าที่วางขายในปาย ส่วนใหญ่ในช่วงที่นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มนั้นจึงเป็นสินค้าที่ทำจากมือหรือทำด้วยตนเองไม่ได้พึ่งระบบอุตสาหกรรม “หากใครมีโอกาสเยือนปายในช่วงสามสี่สิบปีที่ผ่านมา คงมีความเห็นตรงกันว่าปัจจุบันถนนคนเดินเต็มไปด้วยร้านขายของที่ระลึกรวมถึงสินค้าเกี่ยวกับปายมากมายหลายชนิด โดยมีโปสการ์ดและเสื้อยืดเป็นสินค้าเศรษฐกิจที่วางขายแทบทุกรางเมตร จุดเริ่มต้นของปรากฏการณ์นี้ยากที่จะปฏิเสธว่ามี ร้านมิตรไทย เป็นแรงขับเคลื่อนในฐานะร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับปายเจ้าแรกๆ ที่ไม่ได้ขายเสื้อหม้อฮ่อม โปสการ์ดไทยแลนด์ รถตุ๊กตุ๊ก มวยไทยหรืออะไรทำนองนั้น แต่กลับเป็นภาพขาวดำ ภาพวาดสีน้ำ ของที่ระลึกชิ้นเล็กชิ้นน้อยมากมาย รวมถึงเสื้อยืดลวดลายแปลกตาทันสมัย มีการใช้กราฟฟิคดีไซน์อย่างเต็มที่” (ปราชญ์ พันแสง, 2553: 16)

เช่นเดียวกับ กรรม นักท่องเที่ยวชาวสากลนคร ไปเที่ยวปายมาแล้วสองครั้ง มองว่าอัตลักษณ์ปายเป็นเมืองเล็กๆที่สวย เต็มไปด้วยร้านขายของชิ้นเล็ก สบายตา ครั้งแรกที่เดินทางไปปายเพราะออกหักไปพักผ่อนเห็นอะไรที่สบายหูสบายตาโดยไปกับเพื่อนทั้งหมด 4 คน ในครั้งที่สองก็เดินทางไปท่องเที่ยวที่หมู่บ้าน ซึ่งถ้าหากมีคนถามว่าปายเป็นแบบไหนก็คงจะตอบว่า เป็นเมืองเล็กๆน่ารักที่มีแต่สินค้าที่ทำมือ มีภาพวาด รูปถ่ายขาวดำที่เหมาะสมจะซื้อไปฝากเพื่อนที่อยู่ที่บ้าน”

แต่เมื่อมีปริมาณของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น สินค้าถูกนำเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมเกิดการผลิตสินค้าจำนวนมากเพื่อให้เพียงพอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยว จึงทำให้เกิดการผลิตสินค้าแบบ Mass ขึ้นมา ทำให้สินค้าบางชิ้นขาดเสน่ห์ความเป็นสินค้าที่เพียงคนเดียวอันเดียวสู่สินค้าที่เหมือนกันแต่ข้อดีของสินค้าแบบ Mass คือราคาที่ถูกลงกว่าสินค้าทำมือ จึงทำให้สินค้าติด

ตลาดและนักท่องเที่ยวนิยมมากขึ้น แต่ในทางกลับกันทำให้สินค้าที่ทำมือประสบกับปัญหาคือไม่สามารถตีตลาดได้ เนื่องจากสินค้ามีราคาแพงกว่า จากการสัมภาษณ์พี่นี่ เจ้าของธุรกิจร้านขายเสื้อยืดแห่งหนึ่ง กล่าวว่า “ปีนี้ก็เป็นปีที่สองที่เข้ามาขายเสื้อในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว เสื้อที่นำมาขายตนเองจะออกแบบแต่จะส่งให้ร้านในเมืองเชียงใหม่สกรีนลายให้ โดยที่จะทำในปริมาณมากเพราะนักท่องเที่ยวเยอะ ลายหนึ่งลายจะมี 4 ไซส์ แต่ละไซส์ประมาณ 20-30 ตัว” ดังภาพ 110



ภาพ 110 เสื้อยืดที่ถูกผลิตตามระบบโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว



ภาพ 111 การตกแต่งภูมิทัศน์ข้างหน้าธนาคาร
ให้นักท่องเที่ยวถ่ายรูป



ภาพ 112 รีสอร์ทที่มีการตกแต่งในรูปแบบ
เฉพาะตัว

จากภาพ 111 แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวของสถาบันการเงินภายในแหล่งท่องเที่ยวชาย ที่มีการปรับรูปแบบธนาคารเพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาถ่ายภาพและเข้ามาใช้บริการที่ธนาคารมากขึ้น อีกทั้งยังทำให้ผู้ประกอบการในปลายหลายๆ ท่านชื่นชอบกับวิสัยทัศน์ของธนาคารที่สร้างความแตกต่างของรูปแบบสิ่งก่อสร้างให้มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ อีกทั้งยังทำให้กลมกลืนกับความเป็นเมือง Artist ของปลายอีกด้วย

นอกจากนี้แล้วที่พักต่างๆ ในปลาย ก็สะท้อนความเป็นเมืองศิลปะได้เป็นอย่างดี ทั้งโรงแรม เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท มีการออกแบบตกแต่งที่สวยงามและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ซึ่งทำให้เป็นทางเลือกที่ดีแก่นักท่องเที่ยวในการเลือกเข้าพักในรูปแบบ ราคาที่แตกต่างกัน โดยที่ที่พักใน

เมืองปายจะมีหลายราคาตั้งแต่ราคาหลักสิบ ไปจนถึงหลักหมื่นบาท ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว การตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะนั้นๆ จึงทำให้เป็นสีสันแก่ปายได้อีกทางหนึ่ง ดังภาพ 112

ป้าดวงจันทร์ ข้าราชการบำนาญเจ้าของธุรกิจห้องพักในปาย กล่าวถึงธุรกิจห้องพักในปายว่า “ที่พักในปายมีพัฒนาการมาโดยตลอด จากราคาที่พักในยี่สิบปีก่อนราคาเพียงไม่กี่สิบบาท ปัจจุบันมีผู้ประกอบการจากภายนอกเข้ามาจำนวนมาก อีกทั้งมีการตกแต่งรูปแบบอาคารที่แตกต่างกัน มีราคาให้นักท่องเที่ยวเลือกพักได้ โดยส่วนตัวมองว่าการทำแบบนี้ก็เป็นการสร้างสีสันให้กับการท่องเที่ยวในเมืองปายมากขึ้น เพราะที่พักแบบแปลกๆ ก็มี ที่พักบ้างแห่งไม่น่าเชื่อว่าจะมาสร้างที่ปายได้ ก็มีการสร้างขึ้น”

บทความสั้นๆ ของการก่อตั้งร้านมิตรไทยที่ปัจจุบันเป็นร้านขายของที่ระลึกที่มีชื่อในอำเภอปายแห่งนี้เขียนถึงประวัติร้านตนเองว่า “ร้านมิตรไทยเริ่มแรก เราเปิดเป็นร้านอาหารเล็กๆ เราย้ายเข้ามาอยู่ปาย ปี พ.ศ. 2539 มีแต่ตัวกับหัวใจที่พร้อมจะทำอะไรบ้า ๆ บอ ๆ ในปีนั้นไม่ค่อยมีคนไทยมาเที่ยวเท่าไร ส่วนใหญ่เป็นฝรั่ง ฝรั่งก็เป็นพวกฮิปปี ที่ชอบเที่ยวนาน ๆ ใช้จ่ายแบบประหยัด ใครเคยมาเที่ยวตอนนั้น คงได้เจอกับร้านอาหารเล็กๆ “mitthai in pai small restaurant” ร้านเล็กๆ แต่หัวใจเต็มร้อย เราไม่เคยเปิดร้านกาแฟ ไม่เคยขายอาหาร ไม่เคยขายน้ำปั่น มันพิสูจน์ให้เห็นว่า ไม่มีอะไรยากเกิน ถ้าเรายังมีหัวใจที่อยากจะทำจริงๆ ” (Mitthai in pai, 2010: ระบบออนไลน์) จากบทความดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการเข้ามาของคนนอกพื้นที่ปายที่ต้องการที่จะหาความสงบและเริ่มทำธุรกิจเล็กๆ

อัตลักษณ์ปายด้าน “เมือง Artist สินค้า handmade” ถูกสร้างขึ้นจากคนที่ย้ายเข้าไปอาศัยอยู่ในปายและได้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องจากการท่องเที่ยว เนื่องจากมีคนที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในเมืองหลวง อีกทั้งบางคนยังประสบกับปัญหาทางเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. 2540 จึงทำให้เกิดการย้ายถิ่นของคนจำนวนหนึ่งและมาประกอบอาชีพในสายงานที่ตนเองเคยมีประสบการณ์การทำงานมาก่อน ดังนั้นธุรกิจประเภทสินค้าของที่ระลึก ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจึงเกิดขึ้น นอกจากนี้ร้านค้าจำพวกร้านกาแฟ ร้านอาหาร ก็เป็นธุรกิจที่กลุ่มคนเหล่านี้เลือกที่จะประกอบธุรกิจ

นอกจากนี้แล้วความเป็นปายในด้าน “เมือง Artist สินค้า handmade” ได้ถูกตอกย้ำจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวปาย ได้พบเห็นและซื้อสินค้าต่างๆที่ถนนคนเดิน ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ เพื่อไปเป็นของฝากของที่ระลึก และเกิดการบอกต่อกันว่าหากจะมาเที่ยวปายก็อย่าลืมที่จะเลือกซื้อสินค้าที่ทำจากมือ สินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะไปเป็นของฝากอีกด้วย

ไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยวเท่านั้น อิทธิพลของสื่อก็มีบทบาทอย่างมากต่อการทำให้อัตลักษณ์ปาย ด้าน “เมือง Artist สินค้า handmade” คงอยู่ได้ และเป็นที่ยอมรับร่วมกันของ

นักท่องเที่ยวและคนโดยทั่วไป เนื่องจากสื่อ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ต่างก็มี ส่วนในการร่วมให้คุณค่าความเป็นปายในด้านดังกล่าว โดยการเขียนบทความ เขียนพ็อคเก็ตบุ๊ก ทำ รายการสารคดีท่องเที่ยว ที่แนะนำสถานที่ชื่อของ สินค้าที่ระลึกในแบบทำมือ จึงอาจกล่าวได้ว่าอัตลักษณ์ด้าน “เมือง Artist สินค้า handmade” เป็นอัตลักษณ์ปายที่สามารถทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากการเดินทางไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งเพื่อท่องเที่ยว ซื้อหาสินค้าของที่ระลึก

จิบกาแฟหอมกรุ่นต้องเมืองปาย

วัฒนธรรมการดื่มกาแฟเคยเป็นวัฒนธรรมของชนชั้นสูงมาก่อน แล้วจึงค่อยแพร่ มาสู่ชนชั้นกลางและประชาชนทั่วไป ในยุคที่วัฒนธรรมการดื่มกาแฟแพร่หลายมาถึงคนระดับล่าง มีร้านกาแฟปรากฏขึ้นทั่วไปในบริเวณที่เป็นชุมชนหรือตลาดที่มีคนมาก ๆ การมานั่งดื่มกาแฟ ในตอนเช้าของกลุ่มคนคุ้นเคยในละแวกเดียวกัน พร้อมทั้งพูดคุยถกปัญหาประจำวันไปมาก ๆ ได้ กลายมาเป็นวัฒนธรรม “สภากาแฟ” ที่รู้จักกันโดยทั่วไป สภากาแฟปรากฏตัวขึ้นทั่วไปในบริเวณ ชุมชนและย่านตลาดต่างๆ การมานั่งดื่มกาแฟ อ่านหนังสือพิมพ์ กินขนมปังปิ้ง พร้อมวิเคราะห์เหตุ บ้านการเมือง กลายเป็นกิจกรรมยามเช้าของผู้ที่อยู่อาศัยในละแวกเดียวกัน กิจกรรมประจำวันเช่นนี้ ได้พัฒนากลายเป็น “วัฒนธรรมท้องถิ่น” ต่อมาได้มีร้านกาแฟในอีกรูปแบบและความหมาย หนึ่ง เกิดขึ้นและเติบโตอย่างรวดเร็วในสังคมไทย เช่นสตาร์บัค แคนแคนยอน (ศรีนคร รัตน์เจริญ ขจร, 2554; พลอย มัลลิกะมาส, 2552) รูปแบบร้านกาแฟที่ไม่ใช่สภากาแฟเพิ่มมากขึ้นแม้กระทั่ง ในปาย

ไตรรัตน์ นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ เดินทางไปปาย ประมาณ 7 ครั้ง เดินทางครั้งแรกตั้งแต่ปี 2552 กล่าวว่า “ก่อนไปคิดว่าปายเป็นเมืองแห่งขุนเขา และป่าไม้ แต่นักท่องเที่ยวเดินทางไปปายจำนวนมากอาจจะเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ธรรมชาติปาย เปลี่ยนไป แต่โดยส่วนตัวชอบบรรยากาศปายที่มีร้านกาแฟจำนวนมาก เคยไปร้าน all about coffee ร้าน coffee in love และร้านกาแฟเข้าท่า ซึ่งทั้งสองร้านมีบรรยากาศที่แตกต่างกัน ร้านหนึ่งมีคน จำนวนมาก แต่อีกร้านหนึ่งมีโต๊ะนั่ง ที่มีบรรยากาศเงียบๆ เห็นทุ่งนา ตนเองจึงคิดว่าอัตลักษณ์ ปายคือเมืองแห่งกาแฟที่สามารถค้นหาได้ทั่วปาย”

ผึ้ง นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ กล่าวถึงความปายเป็นปายที่เป็นชุมชนร้านกาแฟว่า “ปายเป็นชุมชนที่อิงอาศัยธรรมชาติตลอดริมฝั่งแม่น้ำปาย และเมื่อเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวปายจะทำให้ย้อนนึกถึงบรรยากาศของอดีตกาลไม่ว่าจะเป็น บ้าน ร้านกาแฟ ร้านอาหารที่ตกแต่งด้วยศิลปะ

ยุคก่อนที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง ร้านกาแฟแต่ละร้านที่เปิดกิจการในปายนั้นจะมีลักษณะเฉพาะ มีการออกแบบตกแต่งร้านที่แตกต่างกัน ทำให้ตนเองไม่เบื่อเมื่อต้องไปนั่งอยู่ในร้านเป็นเวลานานๆ ตนเองสามารถถ่ายรูป เล่นอินเตอร์เน็ตหรือไม่ว่าพูดคุยกับเพื่อนได้อย่างสนุกสนาน แต่ถ้าพูดถึงรสชาติ ยังไม่มีร้านไหนที่มีความโดดเด่น ดังนั้นเสน่ห์ร้านกาแฟในปาย น่าจะเป็นเพราะการตกแต่งร้านเป็นหลักนั่นเอง”

โอม นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ แสดงความคิดเห็นถึงความเป็นปายว่า “ถ้าพูดถึงปายต้องนึกถึงร้านกาแฟที่มีจำนวนมาก แต่ละร้านก็มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง อีกทั้งเจ้าของร้านก็ อธิษาศัยดี จึงทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาดื่มจำนวนมาก นอกจากนี้ร้านค้ายังได้ตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาถ่ายภาพเพื่อเป็นภาพบันทึกความสนุกกับเพื่อนๆ ได้อีกด้วย”



ภาพ 113 การตกแต่งร้านกาแฟในแบบโรงแรม



ภาพ 114 ร้านไอศกรีมที่มีการตกแต่งอย่างสวยงาม



ภาพ 115 ร้านขนมเค้กและร้านกาแฟเมืองปาย



ภาพ 116 ร้านกาแฟลำน้ำปาย



ภาพ 117 ร้านกาแฟที่วัยรุ่นนิยมไปถ่ายภาพ



ภาพ 118 ร้านกาแฟที่บริการเป็นแห่งแรกในปาย

จากภาพร้านกาแฟในข้างต้น จะทำให้เห็นถึงรูปแบบร้านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ที่ได้เติมเต็มความเป็นปายลงไปในลักษณะร้านค้าของตนเอง เช่นร้านกาแฟเดียม ที่ได้ตกแต่งร้านเป็นแบบโรงเดียมเพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยวทราบว่าร้านกาแฟนี้มีความเป็นจีน แม้ว่าจะไม่ใช่สถาปัตยกรรมที่ถูกต้องแต่ก็สร้างความกลมกลืนในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากร้านกาแฟแห่งนี้ตั้งอยู่ในหมู่บ้านจีนฮ่อ บ้านสันติชล

เห็นได้ว่าอัตลักษณ์ปายด้านนี้เป็นอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างมาจาก ผู้ประกอบการร้านกาแฟที่ต้องการเน้นย้ำความเป็นปายที่ต้องมีร้านกาแฟที่มีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง และเป็นที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยวและเกิดการบอกต่อกันเพื่อให้กลุ่มลูกค้า ซึ่งก็คือนักท่องเที่ยวได้เข้ามาชิมกาแฟ พร้อมการถ่ายภาพซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ทางอ้อมเช่นกัน อัตลักษณ์ปายด้านนี้ถูกทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเกิดการตอกย้ำความเป็นปายในด้านดังกล่าว และยังมีสื่อ ทั้งสิ่งพิมพ์ สื่อภาพยนตร์ สื่อออนไลน์ ที่ต่างให้ความสำคัญกับการนำเสนอภาพความเป็นปายในด้านนี้ จนกลายเป็นที่ยอมรับ โดยทั่วกันว่ามาปายต้องไปทานกาแฟ

Pai In Love ปายโรแมนติก รักกันได้ตลอด

อัตลักษณ์ด้าน “Pai In Love ปายโรแมนติก รักกันได้ตลอด” เป็นอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นจากหลายกลุ่มคนซึ่งต่างก็ต้องการสร้างขึ้นเพื่อผลประโยชน์ทางการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นสัญลักษณ์ที่ต้องการบอกให้นักท่องเที่ยวรู้ว่า ความเป็นปาย คืออะไร และต้องการที่จะให้ความเป็นปายสามารถที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งที่ชื่นชอบกับการให้ความหมายปายในด้านนั้น “Pai In Love ปายโรแมนติก” ถูกสร้างขึ้นทั้งจากคนภายในปาย ที่เข้าไปอยู่อาศัยในปายเป็นระยะเวลาานกลุ่มคนที่เพิ่งย้ายเข้าไปประกอบธุรกิจ ต่างก็นิยามความเป็นปายว่าเป็นดินแดนโรแมนติก จากสัมผัสสัมผัสเจ้าของกิจการร้าน ชายของที่ระลึกแห่งหนึ่ง ได้แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ปายว่า ปายเป็นดินแดนที่โรแมนติก พร้อมกับเล่าถึงความทรงจำระหว่างตนเองกับคู่รักกับปายอย่างน่าสนใจว่า “ตนเองมาปายครั้งแรกเมื่อประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา ในครั้งนั้นจำได้ว่ามากินข้าวต้มกับแฟนในร้านที่กลายเป็นร้านค้าของตนเองในปัจจุบัน ซึ่งเป็นร้านขายของที่ระลึกจากปายที่เน้นขายสินค้าที่มาจากการสร้างสรรค์ของพี่และแฟน ที่ผ่านมามีปายโรแมนติกสำหรับพี่เสมอ ต่อให้ใครจะคิดยังไงแต่มันมีความโรแมนติก หลากๆคนที่มาเที่ยวอาจจะมาแต่ถ่ายรูป กินกาแฟและก็กลับแต่สำหรับพี่มันมากกว่าการได้มาถ่ายรูป แต่มันมีความทรงจำดีร่วมกันเยอะมาก ภาพที่อยู่หน้าร้านก็เป็นภาพพี่กับแฟนพี่น้อง”

ในมุมมองของคนภายนอกซึ่งได้แก่นักท่องเที่ยว ทำให้เห็นว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศต่างก็ยอมรับว่า ปายเป็นดินแดนที่โรแมนติกและเหมาะสมสำหรับคู่รักในการไปท่องเที่ยว ซึ่งสะท้อนมากจากบทสัมภาษณ์ดังนี้

พนิดา นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ ที่เดินทางไปปายครั้งแรกให้ความเห็นว่า “ปายเป็นเมืองโรแมนติก หากนึกถึงปายต้องนึกถึงบรรยากาศที่อบอุ่นกับคนรัก ที่มีแต่ขุนเขา ท้องฟ้าที่สดใส อีกทั้งมีอากาศที่หนาวเย็น ทำให้อยากจูบมือกับแฟนที่ยอดเขาสักที่หนึ่ง ตนเองนึกถึงภาพยนตร์หลายๆ เรื่องที่ถ่ายทำที่ปาย เช่นเรื่อง “ปายอินเลิฟ” ทำให้ตนเองอยากพาแฟนไปเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ที่ภาพยนตร์ได้ถ่ายทำหรือบางคนก็จะไปหาคู่ใหม่ที่ปายเหมือนในภาพยนตร์”

อิว นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ได้เดินทางไปเที่ยวอำเภอปายครั้งแรกปี 2552 ตอนนี้อยู่ที่ปายมาแล้ว 4 ครั้ง มองว่าปายเป็นเมืองที่โรแมนติก เป็นปายอินเลิฟ กล่าวไว้ว่า “ทุกครั้งที่ไปปายก็จะไปกับคู่รัก ปายเป็นสถานที่โรแมนติกเหมาะสำหรับคู่รักที่จะไปสวีท และทุกครั้งที่ได้ไปปายก็จะเห็นคู่รักพากันไปเที่ยวปาย นอกจากนี้ยังได้แสดงความคิดเห็นว่าภาพยนตร์เรื่องปายอินเลิฟได้ทำให้กลุ่มวัยรุ่นจำนวนมากนิยมเดินทางมาเที่ยวปาย ตนเองได้ชื่นชมความสวยงามของธรรมชาติ บรรยากาศของคู่รัก ร้านค้าที่น่ารัก ที่ภาพยนตร์ได้ถ่ายทอดให้เห็นจึงทำให้ปายเป็นดินแดนที่สวยงามและโรแมนติกสำหรับตนเอง”

หวาน นักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่ เดินทางไปปายมาแล้วประมาณ 3 ครั้ง ได้ให้คำนิยามปายว่า “ปายเป็นเมืองโรแมนติก คิดถึงปายต้องนึกถึงบรรยากาศที่หนาวเย็น เป็นเมืองคู่รักที่มีแต่คนเดินจูบมือกัน ความรักของคนหลายๆคู่ก็ไปเกิดขึ้นที่ปาย ตนเองได้รับรู้ความเป็นปายในแบบโรแมนติกจากภาพยนตร์ โทรทัศน์ ที่นำเสนอปายในฤดูท่องเที่ยว ที่มีอากาศหนาวเย็น ”

Edward นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส ที่เดินทางมาท่องเที่ยวปายพร้อมกับภรรยา กล่าวไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นประเทศที่เลือกมาอันนี้มัน มีสถานที่สวยๆหลายแห่ง มีทั้งทะเลและภูเขา ปายเป็นเมืองที่สงบ โรแมนติก เหมาะสำหรับตนเองและคู่รักที่จะท่องเที่ยว พักผ่อนร่วมกัน ตนเองชื่นชอบปายมาก”

นอกจากมุมมองของนักท่องเที่ยวแล้ว ผู้ผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ ต่างก็สนับสนุนกับอัตลักษณ์ดังกล่าวเช่นกัน จนเกิดการผลิตซ้ำทางอัตลักษณ์ขึ้นมาในรูปแบบของการสร้างภาพยนตร์ การเขียนบทความ การทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ซึ่งล้วนแล้วแต่ตอบรับกับความ เป็นปายด้าน “Pai In Love ปายโรแมนติก”

ส่วนหนึ่งของหนังสือแนะนำเที่ยวเล่มหนึ่ง ได้เขียนถึงปายไว้ว่าเป็นเมืองโรแมนติก “นั่นสิ ทำไมถึงต้องเป็นที่นี้ อาจจะด้วยความที่อำเภอปายเป็นเมืองเล็กๆ เมืองในฝันของใครหลายๆคน เมืองที่ซ่อนตัวอยู่ท่ามกลางขุนเขากับบรรยากาศอันสุดแสนโรแมนติก การเดินทางสู่ปาย ต้องผ่าน

เส้นทางที่คิดเดียวหลายพันโค้ง ใช้เวลาเดินทางหลายชั่วโมงกว่าจะถึงที่หมายได้” (วรรณฉัตร วัฒนสมบูรณ์, 2552: 21)

ทางด้านภาพยนตร์ ได้มีการจัดทำภาพยนตร์เรื่องปายอินเลิฟ ที่มีเนื้อหาที่กล่าวถึงมิตรภาพ ความรัก ความสนุก โดยใช้พื้นที่อำเภอปายเป็นสถานที่ในการถ่ายทอดความรู้สึกต่างๆ สะท้อนผ่านตัวละครที่มีความหลากหลายทั้งวัยรุ่น วัยทำงาน และครอบครัวสามารถที่รับรู้ถึงความ เป็นปายผ่านภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวได้ ภาพยนตร์เรื่องรักจัง เป็นภาพยนตร์เรื่องแรกๆที่ปลุกกระแส ความสวยงามของอำเภอปายให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยากมาสัมผัสความงาม ดังนั้นการ นำเสนอภาพลักษณ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อประเภทภาพยนตร์ จึงเน้นที่จะถ่ายทอดความงามของ ธรรมชาติว่าปายมีทัศนียภาพที่งดงาม มีภูมิอากาศที่หนาวเย็น เหมาะสำหรับคู่รักที่จะมาท่องเที่ยว เพื่อชมบรรยากาศนั้นๆ (บงกชมาศ เอกเอี่ยม และ ปานแพรว เซวานันประยูร, 2552) นอกจากนี้แล้วยัง มีละครโทรทัศน์เรื่อง “อุบัติรักข้ามขอบฟ้า” ที่ได้เดินทางไปใช้สถานที่จริงยังอำเภอปายในการถ่าย ทำละครเพื่อให้เห็นบรรยากาศ ความงาม และความโรแมนติกของอำเภอปาย

การนำเสนอความเป็นปายโดยผ่านทางสื่อในรูปแบบดังกล่าวตามที่ได้กล่าวไป แล้วในข้างต้นทำให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางมาที่อำเภอปายมากขึ้น เพื่อที่จะท่องเที่ยวใน สถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ โฆษณา ละครโทรทัศน์ โดยที่ผู้ผลิตได้มีการทำป้ายประชาสัมพันธ์ใน จุดต่างๆที่ได้มีการถ่ายทำ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศ ดังภาพ 119 และ 120



ภาพ 119 เกสต์เฮาส์แห่งหนึ่งซึ่งเป็นสถานที่ ถ่ายทำภาพยนตร์เรื่องปายอินเลิฟ



ภาพ 120 ปายแคนยอน แหล่งท่องเที่ยวดังของ อำเภอปายที่ใช้เป็นสถานที่ในการถ่ายทำ



ภาพ 121 นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการถ่ายภาพที่แสดงให้เห็นว่าตนเองได้มาท่องเที่ยวแล้ว



จากภาพข้างต้นสะท้อนให้เห็นกิจกรรมการถ่ายภาพของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางไปถ่ายภาพตามจุดต่างๆ ที่มีป้ายแนะนำสถานที่บ่งบอกไว้ ที่เน้นย้ำให้เห็นอิทธิพลของภาพยนตร์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะมาเที่ยว پای ตามที่ภาพยนตร์ได้เสนอความงาม กิจกรรม ของ پایไว้ สอดคล้องกับบทความเรื่อง پایในความเปลี่ยนแปลง ว่า “...อีกฟากหนึ่งของสะพานเห็นนักท่องเที่ยวมุ่งกันถ่ายรูปเป็นกลุ่มใหญ่ เพ่งมองไปปรากฏว่าเป็นป้ายบอกว่าสะพานนี้เคยเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง پایอินเลิฟ แสดงให้เห็นว่าหนังไทยก็มีอิทธิพลเรื่องการท่องเที่ยวไม่เบา ไม่แพ้หนังเกาหลีเหมือนกัน” (ภาควิชา น้อยวัฒน์, 2549)

อัตลักษณ์ด้าน “Pai In Love پایโรแมนติก” เป็นอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นจากหลายกลุ่มคนซึ่งต่างก็ต้องการสร้างขึ้นเพื่อผลประโยชน์ทางการท่องเที่ยว ทั้งในส่วนของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ที่ต่างให้คำบรรยายถึงความงามของบรรยากาศเมือง پایที่ให้ความรู้สึกร่วมกันว่าเป็นเมืองที่โรแมนติก เช่นเดียวกับสื่อก็มีอิทธิพลอย่างมากในการนำเสนอความเป็น پایด้าน “Pai In Love پایโรแมนติก” ซึ่งได้มีการถ่ายทำภาพยนตร์เรื่องรักจิ้ง เรื่อง Pai in Love เป็นการสร้างการรับรู้ร่วมกันของนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาเที่ยว پای ได้เป็นอย่างดี ว่าความโรแมนติกของ پایนั้นเป็นเช่นไรบ้าง

อีกทั้งในส่วนของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มเองต่างก็เห็นด้วยกันความเป็น پایด้าน “Pai In Love پایโรแมนติก” เนื่องจากตนเองมีโอกาสมาเที่ยวกับเพื่อน กับคู่รัก หรือแม้แต่คนในครอบครัวที่ต่างเห็นพ้องกันว่า پایเป็นดินแดนที่มีความ โรแมนติกจริง ที่มีสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นตามธรรมชาติ และที่ผู้ประกอบการได้สร้างขึ้น เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศดังกล่าวได้เป็นอย่างดี อาทิ การจัดห้องพักที่เหมาะสมกับการอยู่กับคู่รัก เหมาะเป็นสถานที่แต่งงาน หรือการท่องเที่ยวเพื่อฉลองการแต่งงาน การจัดวางโต๊ะ การให้แสง ต้นไม้ คนตรีที่เปิดในร้านอาหารหรือร้านกาแฟ เป็นต้น

เมืองแห่งดนตรีเรกเก้

ดนตรีเรกเก้ (Reggae) เป็นแนวดนตรีแอฟริกัน-แคริบเบียน ซึ่งพัฒนาขึ้นบนหมู่เกาะจาไมก้า วงที่ทำให้เรารู้จักวงดนตรีเรกเก้-สกา อย่างเป็นทางการครั้งแรกในประเทศไทยคือ วงทีโบน ที่ได้ร้องเพลงในช่วงสิบปีย้อนหลังไป ปัจจุบันกระแสของดนตรีเรกเก้-สกาได้ถูกนำมาขับร้องกันอีกครั้ง อีกทั้งภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ได้มีการนำเพลงแนวดังกล่าวมาใช้ในการประกอบจำนวนมาก จนทำให้เพลงดนตรีเรกเก้เป็นที่รู้จักแก่คนโดยทั่วไปมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะวัยรุ่น นอกจากนี้แล้วยังมีการสร้างเครือข่ายเรกเก้ มีเครือข่ายร้านผับ คลับ บาร์ ทั้งในแต่ต่างประเทศ ผับ

“เร็กเก้” ตามสถานที่ท่องเที่ยวตั้งแต่หัวหิน พัทยา สมุย จนถึงปาย ซึ่งแต่ละแห่งจะมีการจัดงานแสดงเทศกาลดนตรีที่ยิ่งใหญ่ หากแต่ปรากฏการณ์นั้นก็แตกต่างกันออกไปมีลักษณะเฉพาะของพื้นที่

ดนตรีเร็กเก้ในปายถูกทำให้เป็นอัตลักษณ์เมืองปายเพื่อตอบสนองกับกระแสความท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นในอำเภอปาย เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งที่บอกตัวเองว่าเป็นคนดนตรี เป็นนักศิลปะ ที่มีความชื่นชอบหลงรักในดนตรีประเภทนี้ อีกทั้งประกอบกับผู้ประกอบการ จำพวก ร้านอาหารเครื่องดื่ม มีความชื่นชอบในดนตรีประเภทนี้เป็นการส่วนตัว จึงทำให้ดนตรีเร็กเก้เข้ามาเติบโตในปาย จนได้มีการจัดการงานดนตรีที่ยิ่งใหญ่เพื่อตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

แนน นักศึกษาจากสถาบันแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ได้เดินทางไปเที่ยวปาย ครั้งแรก มองว่า “อัตลักษณ์ปายเป็นเมืองแห่งดนตรีเร็กเก้ เนื่องจากในอำเภอปายมีร้านอาหาร เครื่องดื่มและร้านอาหารที่นิยมเปิดเพลงในแนวดนตรีแบบเร็กเก้จำนวนมาก ซึ่งตนเองได้เดินทางไปกับเพื่อนสองคนต่างชื่นชอบในดนตรีแบบดังกล่าว ซึ่งทำให้ปายสามารถตอบสนองความต้องการในการฟังเพลงแนวดนตรีแบบนี้ได้ จึงอาจกล่าวได้ว่าปายเป็นเมืองแห่งดนตรีเร็กเก้”

ต่อม นักท่องเที่ยวชาวเชียงราย ที่เดินทางไปปายครั้งแรกตั้งแต่ปี 2548 เล่าถึงความ เป็นคนตรีเมืองปายว่า “ครั้งแรกที่ตนเองมาเที่ยวปาย ตนเองและเพื่อนไปที่ร้านดนตรีแห่งหนึ่งที่มีการเล่นดนตรีสดซึ่งมีรูปแบบของดนตรีเป็นแบบเร็กเก้ ตนเองก็ชื่นชอบแนวดนตรีแบบดังกล่าว อยู่แล้ว จึงคิดว่าปายเป็นเมืองแห่งดนตรีเร็กเก้จริงๆ ยิ่งหลังๆมาจัดงานคอนเสิร์ต งานกิจกรรมเกี่ยวกับดนตรีมาต่อเนื่องทุกปี ยิ่งทำให้ตกย้ำความเป็นคนตรีเร็กเก้ได้มากยิ่งขึ้น”

ซึ่งสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพ เล่าถึงการตัดสินใจเข้ามาเที่ยวปายว่า “ช่วงนี้เป็นวันหยุดล่องกระทงจะไปเชียงใหม่คนก็คงเยอะ จึงอยากจะมาเที่ยวที่คนไม่มาก แล้วได้ฟังเพลงที่ตนเองและกลุ่มเพื่อนๆชอบ คือเพลงเร็กเก้ วันนี้มีดนตรีสดที่มีนักร้องเร็กเก้จากเชียงใหม่มาเล่นดนตรีให้ฟัง นอกจากนี้ยังได้กล่าวต่อว่าถ้าจะฟังเร็กเก้ก็ต้องมาปาย แต่ถ้าจะฟังเพลงแจ๊สต้องไปหัวหิน”

นอกจากนี้แล้ว พี่บอย เจ้าของร้านดนตรีเร็กเก้ร้านหนึ่งกล่าวว่า “ร้านเพิ่งมาเปิดที่ปายช่วงเดือนพฤศจิกายน ปี 2553 แต่มีร้านที่เชียงใหม่อยู่แล้วหนึ่งร้าน ที่มาเปิดบาร์ที่มีการแสดงดนตรีเร็กเก้ที่ปาย เพราะตนเองชื่นชอบดนตรีแบบเร็กเก้ แล้วที่ปายยังไม่มีร้านประเภทนี้มากนัก เห็นได้ว่าผู้ประกอบการพยายามที่จะหาจุดเด่นในการทำธุรกิจของตนเองทั้งในเรื่องของรูปแบบร้านอาหาร การนำเอาการแสดงอื่นๆ มาแสดงระหว่างที่นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ มีการออกแบบร้านค้าให้มีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง

ดนตรีเรกเก้ในปายเป็นที่รู้จักมากขึ้นกับนักท่องเที่ยวสืบเนื่องจากเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ในเขต อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน เมื่อวันที่ 13 ส.ค.และ วันที่ 22 ก.ย.2548 โดยได้เกิดน้ำป่าไหลทะลักเข้าท่วมบ้านเรือนและไร่นาของชาวบ้านในอำเภอปายถึง 2 ครั้งติดต่อกัน ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวยังได้ทำให้โคลนถล่ม พัดพากรวดหินดินทรายจากภูเขาไหลทะลักเข้าท่วมพื้นที่ทำการเกษตรของชาวบ้านจนได้รับความเสียหายอย่างหนัก จึงทำให้เกิดการปลุกกระแสดนตรีเรกเก้ขึ้นมาโดยที่ประชาชนโดยทั่วไปสามารถที่จะมารับฟังดนตรีไปพร้อมๆกับการร่วมกันในการบริจาคเงินให้กับผู้ประสบภัยจากอุทกภัยได้อีกด้วย โดยมีความเชื่อว่ในห้วงยามที่หลายคนท้อแท้หลังจากสูญเสียทรัพย์สินไปกับสายน้ำเช่นนี้ มีเพียงการจัดงานเช่นนี้เท่านั้นจึงจะช่วยฟื้นฟูความหวังและกำลังใจกลับคืนมาได้ อีกทั้งยังเป็นการนำเงินรายได้กลับมาสะพัดในเมือง ปาย อีกครั้ง อย่างน้อยภาพที่ออกไปก็เป็นการยืนยันว่า ปาย พร้อมทั้งจะต้อนรับนักท่องเที่ยวอีกครั้ง (รัชตวิจิตต์, 2548)

นอกจากนี้แล้วยังมีศิลปินลุ่มน้ำปาย (Pai Arts Club) ร่วมกับภาคเอกชน และอำเภอปาย ได้กำหนดจัดงาน “มหกรรมดนตรีเรกเก้แอนด์สกา” เพื่อสร้างสีสันให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกใส่ใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ยังมีการจัดแสดงมอเตอร์ไซค์โบราณ Classic bike จากสงครามโลกครั้งที่ 2 (world war II), American classic car, photo arts, gallery, artisan market, fire show และพบกับศิลปิน INDY อีกมากมาย เพื่อส่งเสริมกลุ่มคนสร้างงานฝีมือ ให้มีโอกาสดังผลงานทางศิลปะ การรณรงค์ปลุกจิตสำนึก เพื่อต่อสู้ภาวะโลกร้อนโดยร่วมกิจกรรมปลูกกล้วยช่วยโลกเพื่อสร้างความชุ่มชื้นแก่ผิวดิน ป้องกันไฟป่าหมอกควันดินถล่มและน้ำป่าไหลหลาก ดังภาพที่ ซึ่งเป็นโปสเตอร์ในการประชาสัมพันธ์การจัดงานดนตรีขนาดใหญ่ขึ้นที่อำเภอปาย โดยได้รับการสนับสนุนจากบริษัทขนาดใหญ่



ภาพ 122 โปสเตอร์งานดนตรีเรกเก้



ภาพ 123 ป้ายที่วาดภาพเป็นการแต่งกายแบบ
เรกเก้สำหรับนักท่องเที่ยวถ่ายภาพที่
ถนนคนเดิน



ภาพ 124 ร้านดนตรีเรกเก้ที่ให้บริการแก่
นักท่องเที่ยว

อัตลักษณ์ป้ายด้าน เมืองแห่งดนตรีเรกเก้ นั้น ได้ถูกสร้างขึ้นจากผู้ประกอบการที่
แบ่งออกเป็นสองกลุ่มสำคัญคือ กลุ่มที่ชื่นชอบในดนตรีเรกเก้และต้องการเปิดร้านเพื่อบริการแก่
นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบดนตรีประเภทเดียวกัน กับอีกกลุ่มคือกลุ่มผู้ประกอบการที่ต้องการหา
ประโยชน์ที่แฝงจากความชื่นชอบดนตรี เช่นการจัดงานแสดงดนตรีขนาดใหญ่ หากพิจารณาแล้ว
เป็นการอ้างถึงการมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) จากบริษัทขนาด
ใหญ่ที่ต้องการจัดงานขึ้นมาเพื่อเสริมสร้างกำลังใจแก่ผู้ที่ประสบภัยธรรมชาติ ต้องการส่งเสริมให้
คนในชุมชนรักโลก ซึ่งการจัดงานดังกล่าวไม่ได้ทำให้คนในชุมชนพอใจมากนักเนื่องจาก การจัด
งานดนตรีดังกล่าวส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของสังคม ด้านสุขภาพ ความเป็นอยู่ในคนใน
ท้องถิ่น ตลอดจนปัญหาเรื่องเด็กและเยาวชน แม้ว่าการจัดงานดนตรีดังกล่าวจะสามารถส่งเสริมให้
เกิดการท่องเที่ยวในปาย เกิดการสะพัดของจำนวนรายได้จำนวนมากก็ตาม

รอง ผู้ที่อาศัยอยู่ในปายและทำงานเกี่ยวกับระบบสุขภาพของประชาชน กล่าวถึง
ผลกระทบของการจัดงานดนตรีดังกล่าวที่มีต่อชุมชนว่า “งานดนตรีเกิดขึ้นจากบริษัทน้ำเมาเจ้าใหญ่
ที่ต้องการขายสินค้าของตนพร้อมกับการจัดงานดนตรีเพื่อดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาฟังเพลง ดื่มสุรา
เสพยาไปพร้อมๆ กัน การจัดงานดนตรีส่งผลต่อเยาวชนอย่างมากในเรื่องของอุบัติเหตุ การท้องก่อน
แต่ง อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อชาวบ้านซึ่งทำให้เกิดความผิดปกติของสุขภาพตามมา”

เห็นได้ว่าอัตลักษณ์ป้ายด้าน เมืองแห่งดนตรีเรกเก้ ยังคงมีมาจนถึงปัจจุบันซึ่ง
สามารถสะท้อนได้จากร้านดนตรีที่ได้มีการเปิดให้บริการมาจนถึงปัจจุบัน ที่มีการตกแต่งร้านใน
แบบเรกเก้ อีกทั้งยังมีร้านค้าที่ให้บริการ ขายสินค้าที่เกี่ยวกับดนตรีเรกเก้ เช่น เสื้อผ้า แผ่นซีดี เครื่อง
ดนตรี สตีกเกอร์ ตลอดจนการถักหมในแบบของคนดนตรีดังกล่าว จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

และผู้ประกอบจำนวนหนึ่ง ทำให้ทราบว่าอัตลักษณ์ป้ายด้าน เมืองแห่งดนตรีเรกเก้นั้น ถูกสร้างขึ้นจากผู้ประกอบการในป้ายที่มีความชื่นชอบในดนตรีเรกเก้ ต่อมาได้ถูกนายทุนเข้ามาตอกย้ำความเป็นป้ายด้านนี้ขึ้นมาเพื่อส่งเสริมการขายของสินค้าและส่งเสริมการท่องเที่ยวไปพร้อมๆกัน เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวก็มีผลอย่างมาในการสร้างอัตลักษณ์ดังกล่าว เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้ช่วยทำให้ความเป็นป้ายในด้านนี้ยังคงอยู่ จากการเข้ามาใช้บริการร้านค้า การกล่าวถึง บอกต่อแก่เพื่อนว่าเป็นเมืองแห่งดนตรีเรกเก้

ป้าย is nothing

ไปป้าย ไปทำไม ไม่เห็นมีอะไร เริ่มเป็นคำกล่าวที่สะท้อนเห็นถึงตัวตนป้ายว่าจริงๆแล้วป้ายมีอะไร อัตลักษณ์ป้ายด้าน “Pai is nothing” ได้เริ่มถูกเรียกกันมากขึ้นจากกลุ่มคนภายนอกซึ่งได้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังอำเภอป้าย บริบททางสังคมในช่วงนั้นป้าย ถูกทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ควรไป มีการจัดงานกิจกรรมต่างๆเพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในป้าย จนกระทั่งนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมากจนเกิดขีดการรองรับของพื้นที่ จนมีคำพูดว่าป้ายแตกขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2552 การเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเร่งผลิตสินค้าและบริการเพื่อรองรับความต้องการดังกล่าวจนขาดความปราณีตในการผลิตและให้บริการ ทำให้สินค้าและบริการดังกล่าวเกิดการล้นตลาดและไม่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว

ประกอบกับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวป้ายมีความหมายที่เปลี่ยนไปอันเนื่องมาจากกระแสการท่องเที่ยวที่เน้นการ กิน เที่ยว ถ่าย ซ้อป ซึ่งหมายถึงการที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเพียงเพื่อ หาร้านอาหารตามคำแนะนำของหนังสือ หรือการบอกเล่ากันปากต่อปาก แล้วไปชิม การหาสถานที่ท่องเที่ยวตามคำแนะนำแล้วไปถ่ายภาพเพื่อต้องการบอกว่าตนเองมาถึงที่เที่ยวนั้นๆ แล้ว การซื้อหาของฝากของที่ระลึกเพื่อเก็บไว้เป็นที่ระลึกและเพื่อแสดงออกว่าตนเองมาถึงป้ายแล้วเช่นกัน เห็นได้ว่าวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นมีความแตกต่างและเริ่มทำให้ป้ายกลายเป็นสถานที่ที่ไม่มีอะไรจากการบอกเล่ากันปากต่อปาก

ดี นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ กล่าวถึงการท่องเที่ยวป้ายว่า “ป้ายไม่เห็นมีอะไรเลย ไม่รู้ว่่านักท่องเที่ยวไปกันทำไม แต่นักท่องเที่ยวที่ไปถามว่าเหมือนไปป้ายจริงๆไหม คงไม่ได้ไปมากกว่า เพราะเห็นแต่เด็กวัยรุ่นเดินซื้อของกันที่ถนนคนเดิน กินขนม ถ่ายรูปกันเล่นสนุก ไม่เห็นสนใจสิ่งทีทางอำเภอป้ายเน้นให้ไปท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสความเป็นป้ายที่แท้จริง”

ตาล นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพฯ ที่เดินทางมาเที่ยวปายเป็นครั้งแรก กล่าวถึงการท่องเที่ยวปายว่า “มาปายแล้วผิดหวังมาก ไม่เห็นสวยเหมือนคำที่เพื่อนบอกมาและให้หนังสือแนะนำให้ไปเที่ยว ไปที่ไหนก็มีแต่นักท่องเที่ยวเยอะแยะไปหมด ไหนบอกว่าปายสงบ บรรยากาศดี ไม่เห็นเป็นเหมือนภาพที่คิดไว้ตอนแรกเลย”

นักศึกษาแพทย์จากกรุงเทพฯ ท่านหนึ่ง ให้ความคิดเห็นกับปายว่า “มาปายมาเพื่อพักผ่อน มานั่งๆนอนๆ ไปวันๆ เหมาะกับคนที่ไม่ทำอะไรทำ และไม่รู้จะทำอะไรก็มาเที่ยวปายกัน เหมือนที่เค้าเขียนและสกรีนติดเสื้อ ไปสกรีนว่า Do nothing in Pai เพราะไม่มีอะไรจะทำจริงๆ ตนเองเห็นนักท่องเที่ยวต่างชาตินอนอาบแดดในริสอร์ท อ่านหนังสือวันทั้งวันก็ดูท่าทางจะไม่เบื่อ เหมาะแล้วที่เป็นเมืองปาย ”

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่ง ทำให้ทราบว่าอัตลักษณ์ด้าน Pai is nothing ถูกสร้างและนำมาใช้โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาท่องเที่ยวปายแล้วไม่เกิดความรู้สึกอันเนื่องมาจากความต้องการในการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงทำให้มอง “ปาย” ในด้านที่มองว่าปายไม่มีอะไร ไม่เหมาะจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยบรรยากาศ ธรรมชาติที่สวยงาม มีความโรแมนติก อัตลักษณ์ดังกล่าวไม่เป็นที่ยอมรับกับกลุ่มคนในพื้นที่ ซึ่งหมายถึงผู้ประกอบการเนื่องจากทำให้ความเป็นปายที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดการท่องเที่ยวได้นั้นหายไป ดังการให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการจำนวนหนึ่ง

พี่อ้อ เจ้าของร้านขายของที่ระลึกแห่งหนึ่ง เล่าถึงความเป็นปายว่า “ที่นักท่องเที่ยวบอกว่าปายไม่มีอะไรนั้น ตนเองไม่เห็นด้วยเนื่องจากว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามาท่องเที่ยวแบบฉาบฉวย ไม่เคยสัมผัสความเป็นปายอย่างแท้จริง นักท่องเที่ยวมาโดยมากก็จะมากิน เที่ยว ถ่ายรูปซื้อของ กิจกรรมดังกล่าวไม่ใช่กิจกรรมของการเที่ยวปายเลย ทำไมนักท่องเที่ยวชาวไทยถึงไม่ไปเที่ยวแบบชาวต่างชาติบ้าง จะทำให้เห็นว่าปายมีอะไรให้ทำอีกเยอะทั้งล่องแพ เที่ยวน้ำตก เดินป่า ชี่ช้าง”

พี่รอน ผู้ที่อาศัยอยู่ในปายมาตั้งแต่เกิด เล่าถึงความเป็นปายที่น่าสนใจว่า “ปายเป็นเมืองเล็กๆที่มีกิจกรรมให้ทำมากมาย นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวปายก็มีหลายรูปแบบมีทั้งจะมาเที่ยวตามหนังสือ เที่ยวตามคำบอกเล่า เที่ยวตามใจตนเอง แต่การท่องเที่ยวทั้งหมดตามที่บอกนักท่องเที่ยวบางส่วนยังไม่ได้สัมผัสกับความเป็นปาย โดยมากจะเที่ยวให้ครบ ถ่ายรูปให้ครบ ซื้อของฝากกลับบ้านกัน โดยไม่ได้สัมผัสความเป็นปายจริงๆ จึงทำให้นักท่องเที่ยวประเภทนี้มองว่าไปปายไม่เห็นมีอะไร”

สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ ประภากร วาณิชยานนท์ ในหนังสือเรื่อง ไปสกรีนด์ ชา กาแฟ ปาย ว่า “คนที่พูดว่า มาถึงปายแล้ว ไม่เห็นมีอะไรเลย เพราะว่าคนพวกนี้เค้ามาแค่ถนนคนเดิน

มาเดินดูร้านต่างๆ ถ่ายรูปๆ แล้วยิ่งกลับ แค้นนี้ปายมันก็ไม่มีอะไรให้เขาแล้ว นอกจากตลาดนัด ตลาดนัดที่เข้ตบนถนนสายหนึ่งเท่านั้น” (ปราช พันแสง, 2553: 86)



ภาพ 125 การ์ตูนที่เขียนคือ “Pai is nothing”



ภาพ 126 เสื้อยืดที่สกรีนคำว่า “do nothing in Pai”

จากภาพดังกล่าว ทำให้เห็นว่าอัตลักษณ์ปายด้าน Pai is nothing กลายเป็นประโยชน์ที่สามารถมัดใจนักท่องเที่ยวบางส่วนได้ว่า ปายไม่มีอะไรเลย ได้ถูกนำมาเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตสินค้าของที่ระลึกเช่น เสื้อ โปสการ์ด ภาพถ่าย เป็นต้น

อัตลักษณ์ปายด้าน Pai is nothing ได้ถูกสร้างขึ้นจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวปายแบบจวบจวน มาเพียงเพื่อกิน เที่ยว ถ่ายรูป ตามที่สื่อประเภทต่างๆ ได้กล่าวถึง นักท่องเที่ยวจำนวนมากเมื่อมาแล้วขาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นของปาย ทำให้ขาดความรู้ความเข้าใจในบริบทของปาย จึงทำให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้รู้สึกได้ว่า ปายไม่มีอะไร ไม่ได้แตกต่างแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งการสร้างความเป็นปายในแบบดังกล่าว ทำให้เกิดการตั้งคำถามของนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยมาท่องเที่ยวปายแล้วได้รับการบอกเล่าจากกลุ่มคนที่เคยไปมาแล้วว่า ปายไม่มีอะไร จึงทำให้ตนเองไม่อยากจะไป ดังนั้นอัตลักษณ์นี้ได้ทำให้ปายที่เคยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวมาจำนวนมาก ก็เริ่มลดลง ซึ่งอาจจะทำให้ภาพของปายไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยอีกต่อไป

จากการศึกษาเรื่องอัตลักษณ์การท่องเที่ยวปายนับตั้งแต่มีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นในพื้นที่การท่องเที่ยวปาย ผลการศึกษาพบว่าอัตลักษณ์ปายได้ถูกสร้างขึ้นจากชุมชน นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมไปถึงผู้ประกอบการ ซึ่งอัตลักษณ์ดังกล่าวได้ถูกสร้าง ผลิตซ้ำและหรือสร้างขึ้นมา ประกอบด้วย 1) Utopia เป็น Utopai นครเมกกะของฝรั่งเศสแบกเป้ 2) เมืองแห่งขุนเขาป่าไม้และความหนาวเย็น 3) เมืองแห่งยาเสพติด ผีน กัญชา 4) เมือง Artist สินค้า Handmade 5) ปาย “มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์” 6) จิบกาแฟหอมกรุ่นต้องเมืองปาย 7) Pai In Love ปายโรแมนติก รักกันได้ตลอด 8) เมืองแห่งดนตรีเรคเก้ และ 9) ปาย is nothing



ภาพ 127 อัตลักษณ์ปายที่ถูกสร้างขึ้นในแต่ละยุค

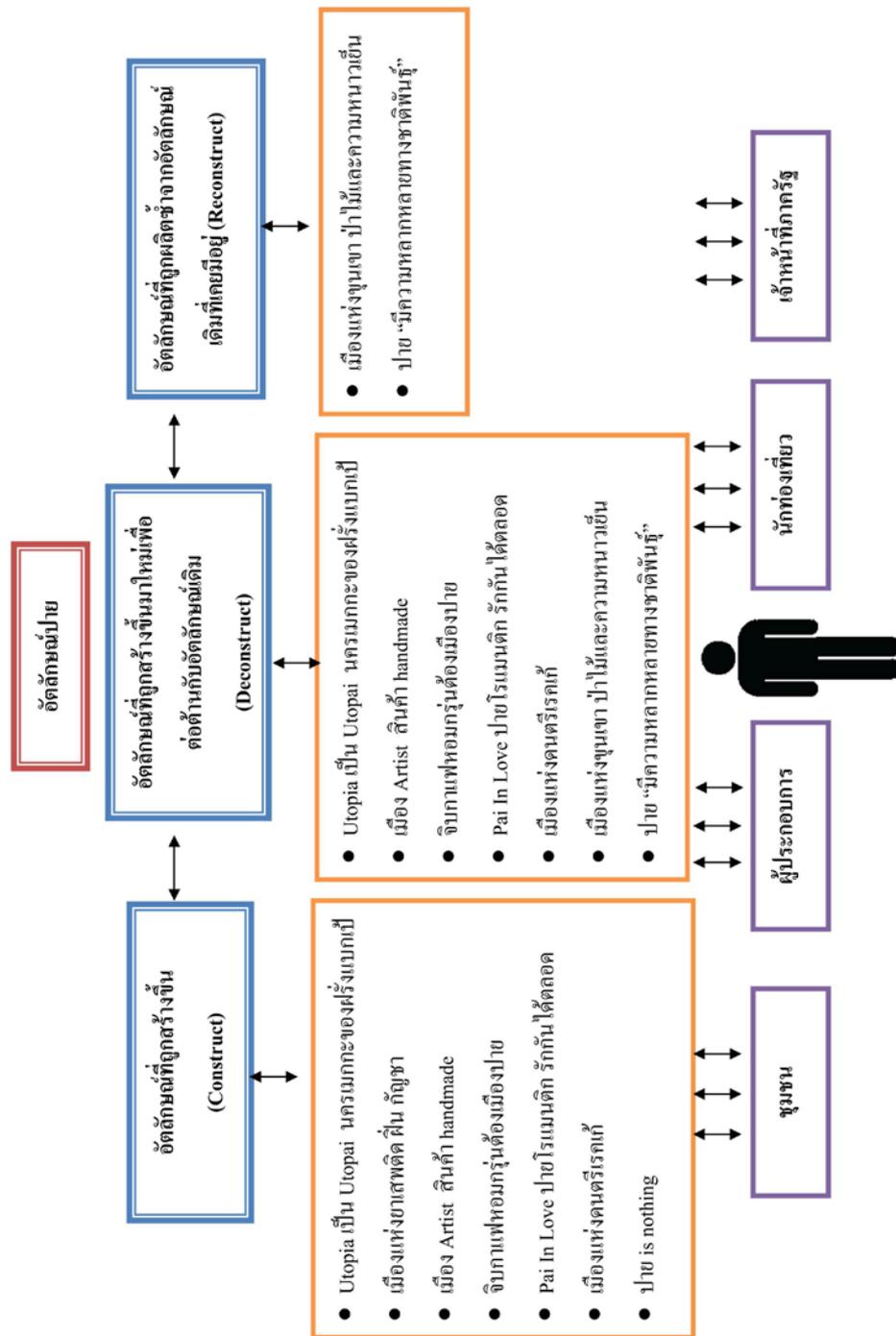
จากภาพ 127 ได้แสดงความสัมพันธ์ของการสร้างอัตลักษณ์ปายที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่ถูกสร้างขึ้น สามารถแบ่งออกเป็น 4 ช่วงเวลา ที่ทำให้เห็นพัฒนาการของอัตลักษณ์ปายที่ถูกสร้างขึ้นว่ามีความเป็นมาอย่างไร เกิดขึ้นช่วงราวปี พ.ศ. ไฉ

จากการศึกษาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวของอำเภอปาย สามารถยกระดับข้อมูล (Inductive Method) จากการสังเกตการณ์การสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวของชุมชนผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลาทำให้ได้ข้อเสนอ (Proposition) ว่า ได้มีการสร้างอัตลักษณ์ให้กับปายในด้านต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปได้ตามแผนภาพ 128 ว่าอัตลักษณ์ปายที่ถูกประกอบสร้างขึ้นนั้นประกอบด้วยอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นจากคนใน ซึ่งได้แก่คนที่อาศัยอยู่ในอำเภอปาย เช่นคนในชุมชนพื้นที่อำเภอปาย ผู้ประกอบการที่เข้ามาตั้งรกรากและทำการค้าขายภายในปาย ส่วนอัตลักษณ์อีกส่วนจะเกิดจากคนนอก ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นักเขียนที่สะท้อนความเป็นปายผ่านสื่อประเภทต่างๆ ผู้ทำงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ไม่ได้อยู่ในพื้นที่ อัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นมานั้น ไม่ได้มีการยึดติดแต่เพียงว่าใครเป็น

ผู้สร้างแต่การตรงอยู่ของอัตลักษณ์นั้นๆ ถูกทำให้เลื่อนไหลและต่างใช้ร่วมกันระหว่างคนภายในพื้นที่และคนนอกพื้นที่

อัตลักษณ์ปายที่ถูกสร้างคนกลุ่มหนึ่งๆ นั้น มีเจตนาในการสร้างอัตลักษณ์โดยมีลักษณะสำคัญ 3 ประการด้วยกัน กล่าวคือ 1) เป็นอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นใหม่ (Construct) เพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งของผู้ที่ได้สร้างอัตลักษณ์นั้นๆ ขึ้น ประกอบด้วย อัตลักษณ์ปายด้าน “เมือง Artist สินค้า Handmade” เป็นอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นใหม่โดยกลุ่มผู้ประกอบการที่เพิ่งย้ายเข้ามาอยู่อาศัยในปายและมีการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยมีการนำเสนอความเป็นปายว่า ปายเป็นเมืองที่มีแต่ศิลปิน เป็นเมืองที่มีแต่สินค้าที่ทำด้วยมือที่มีความสวยงามและไม่เหมือนใคร อัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นนี้มีวัตถุประสงค์ในการสร้างเพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างพื้นที่ปายกับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ และเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจของผู้ประกอบการด้วยกัน อัตลักษณ์ปายด้าน “ปาย is nothing” เป็นอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นมาจากนักท่องเที่ยว ที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวปายแบบลาบลาบและพบว่าปายไม่ได้มีอะไร หรือภาพของปายไม่ได้ตรงกับการรับรู้ของตนเองผ่านสื่อต่างๆ อัตลักษณ์ดังกล่าวเกิดจากความรู้สึกของคนกลุ่มๆ หนึ่งซึ่งทำให้มีผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวปาย อัตลักษณ์ปายด้าน “Utopia เป็น Utopai นครเมกกะของฝรั่งแบกเป้” เป็นอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและอัตลักษณ์ดังกล่าวถูกนำมาใช้ให้คงอยู่โดยผู้ประกอบการตลอดจนสื่อประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 2) อัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นใหม่ โดยต้องการสร้างขึ้นเพื่อต่อต้านกับอัตลักษณ์เดิมที่มีอยู่ (Deconstruct) เพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งของผู้ที่สร้างอัตลักษณ์ใหม่ขึ้นมา เช่น อัตลักษณ์ปายด้าน “เมืองแห่งยาเสพติด ผีนกัญชา” ได้ถูกทำให้ไม่ได้รับกล่าวถึงเนื่องจากเป็นอัตลักษณ์ปายในแง่ลบ ซึ่งกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนพื้นที่อำเภอปาย อีกทั้งยังกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอำเภอปาย ดังนั้นคนในชุมชน ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้มีการสร้างอัตลักษณ์ปายในด้านอื่นๆ ขึ้นมาเพื่อทดแทนอัตลักษณ์ปายดังกล่าว เช่นการสร้างอัตลักษณ์ปายด้าน “เมือง Artist สินค้า handmade” ด้าน “จิบกาแฟหอมกรุ่นต้องเมืองปาย” ด้าน “Pai In Love ปายโรแมนติก รักกันได้ตลอด” ด้าน “เมืองแห่งดนตรีเรกเก้” เป็นต้น 3) อัตลักษณ์ที่เกิดจากการผลิตซ้ำจากอัตลักษณ์เดิม (Reconstruct) โดยให้ความหมายใหม่เพิ่มเติมจากความหมายเดิมที่มีอยู่กับอัตลักษณ์นั้นๆ อัตลักษณ์ในลักษณะนี้เกิดจากการที่ผู้สร้างอัตลักษณ์ได้นำเอาอัตลักษณ์ที่เคยมีในพื้นที่กลับเข้ามาให้ความสำคัญใหม่อีกครั้งหนึ่งและยังคงใช้อัตลักษณ์ดังกล่าวในความหมายใหม่ ซึ่งประกอบด้วย อัตลักษณ์ปายด้าน “เมืองแห่งขุนเขา ป่าไม้และความหนาวเย็น” “ปายมีความหลากหลายทางด้านชาติพันธุ์” ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ได้ถูกนำไปให้กลายเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวซึ่งมีความหมายใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นมาแทนความหมายเดิมที่เคยใช้ เนื่องจากว่ากระแสการท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป ได้ให้ความสนใจกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตของกลุ่มคนในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น จึงทำให้มีการหยิบยกเอาอัตลักษณ์ด้านนี้ขึ้นมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งทำให้เห็นว่าอัตลักษณ์ใดที่มีการนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวได้ก็มีการถูกนำมาใช้อีกครั้งหนึ่ง



ภาพ 128 ความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ปาย