

## บทที่ 8

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

#### สรุป

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พาย : การสร้างอัตลักษณ์และการให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว” ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ 1) ศึกษาพัฒนาการการท่องเที่ยวและการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยว “พาย” อำเภอพาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน 2) ศึกษาการสร้าง ความหมายซึ่งสะท้อนผ่านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับการท่องเที่ยวโดยผ่านสายตาของคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ และ3) เพื่อเสนอยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการประยุกต์อัตลักษณ์และการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอพาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยภาคสนาม (Field Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) ภาคจากเอกสาร (Documentary Research) ที่ได้มาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source) โดยการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participant Observation) และไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ กลุ่มคนในชุมชน เป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่อำเภอพาย ซึ่งเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยว เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในพาย ทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ และกลุ่มผู้ประกอบการ เป็นผู้ประกอบการที่เข้าไปทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นคนที่อาศัยชุมชนและคนที่ย้ายเข้ามาเพื่อทำธุรกิจ หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากภาคเอกสารและภาคสนามวิเคราะห์ร่วมกัน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์พัฒนาการเชิงประวัติศาสตร์ (Structural - Historical Development Approach) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสร้างข้อสรุปเชิงอุปมาน (Inductive Method) ซึ่งผลการวิจัยมีดังนี้

1. พัฒนาการการท่องเที่ยวและการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยว “พาย” อำเภอพาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า พัฒนาการการท่องเที่ยวของพายเริ่มต้นจากการเป็นเมืองผ่านของนักเดินทางที่ต้องการเดินทางไปจังหวัดแม่ฮ่องสอนนำมาสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลา โดยที่ผู้วิจัยสามารถสรุปเหตุการณ์ต่างๆ ได้ดังนี้ ยุคที่ 1 Theme ฟรั่งเที่ยว “พาย” พบสวรรคบันดิน (พ.ศ. 2525 - 2537) การท่องเที่ยวในอำเภอพายในช่วงแรกเป็นที่นิยมแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเนื่องจากมีทัศนียภาพที่งดงาม มีธรรมชาติที่บริสุทธิ์ มีดิน น้ำ ป่าไม้ ที่อุดมสมบูรณ์ทำให้เหมาะแก่กิจกรรมการท่องเที่ยว

เชิงนิเวศและการท่องเที่ยวแบบผจญภัย ความงามดังกล่าวทำให้ปายได้รับการขนานนามว่าเป็นสวรรค์บนดิน ยุคที่ 2 Theme หลักหนีความวุ่นวาย นายทุนจากเมืองกรุงสู่เมือง “ปาย” (พ.ศ. 2537 – 2548) เมื่อมีการเข้ามาของนักท่องเที่ยวมากขึ้นอีกทั้งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คน ปายจึงเริ่มปรับตัวที่จะหันมาประกอบธุรกิจเล็กๆ อาทิเช่น ร้านอาหาร ร้านค้า เกสต์เฮาส์ เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทที่ชื่นชอบในธรรมชาติ นอกจากนี้แล้วปายยังถูกทำให้กลายเป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปโดยมีสื่อแนะนำเที่ยวประเภทต่างๆเช่นหนังสือแนะนำเที่ยว นิตยสาร ภาพยนตร์ สื่อออนไลน์ ที่ถ่ายทอดความเป็นปายในมุมมองต่างๆจนทำให้นักท่องเที่ยวต้องการที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่อำเภอปาย ส่งผลให้จำนวนของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในทุกๆปี สามารถที่จะยืนยันได้ว่าปายเป็นพื้นที่เป้าหมายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ยุคที่ 3 Theme วัยรุ่นไทยอยากแนวคองไป “ปาย” การเปลี่ยนแปลงสู่เมืองไม่หนาว (พ.ศ. 2548-2552) เมื่อเกิดการถาโถมเข้ามาของนายทุนที่เข้ามาประกอบธุรกิจเพื่อรองรับกับการเติบโตของการท่องเที่ยว ได้ส่งผลกระทบต่อความเป็นท้องถิ่นปายอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกิดการรองรับของพื้นที่ ทำให้การผลิตสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไม่เพียงพอกับตลาด ทำให้เกิดการเร่งผลิตสินค้าและบริการเพื่อขายให้เพียงพอในฤดูกาลถัดไป สิ่งนั้นๆ ได้ส่งผลกระทบต่อปายทั้งในด้านเศรษฐกิจ แม้ว่าการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการจ้างงาน เกิดรายได้จำนวนมากแก่คนในท้องถิ่นแต่ปัญหาที่สะท้อนกลับมาก็คือค่าครองชีพที่สูงขึ้น เกิดการผลิตซ้ำของสินค้าทำให้ไม่มีความแตกต่างในการบริโภคของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้สินค้าบางอย่างที่ถูกผลิตมาในระบบอุตสาหกรรมเกิดการล้นตลาด และทำให้สินค้าที่ผลิตจากมือขายไม่ได้เนื่องจากมีต้นทุนที่สูงกว่า ทางด้านวัฒนธรรม ชาวปายไม่อาจจะปฏิเสธวัฒนธรรมตะวันตกที่เข้ามาพร้อมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว กลุ่มผู้ประกอบการจากเมืองกรุงที่เข้ามาทำธุรกิจที่ปายได้ จนทำให้คนปายรับเอาวัฒนธรรมภายนอกจนละเลยวัฒนธรรมของตนเองไป ซึ่งทำให้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมของคนปายเปลี่ยนไป ทางด้านสังคม ปายถูกทำให้กลายเป็นสังคมเมืองปาย คนปายเปลี่ยนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองอยู่ร่วมกับคนนอกที่เข้ามาทำธุรกิจเข้ามาแย่งชิงผลประโยชน์ เข้ามาแย่งชิงทรัพยากร ด้วยความหวาดระแวง ไม่ไว้วางใจและถูกเอาเปรียบ

ยุคที่ 4 Theme โหยหาความเป็น “ปาย” อยู่อย่างปาย อย่างปายเป็น ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2553 เป็นต้นมาหลังจากที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางไปท่องเที่ยวปาย แม้ว่าการท่องเที่ยวที่เข้ามาในปายแม้ว่าจะส่งผลดีต่อการจ้างงานแก่คนในท้องถิ่นสามารถสร้างรายได้แก่ชุมชนได้ การท่องเที่ยวยังได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมของอำเภอปาย จึงทำให้เกิดความเคลื่อนไหวของชุมชน ผู้ประกอบการในการรณรงค์ให้ทุกภาคส่วนเข้าใจใน

ความเป็นปายและเกิดความพยายามที่จะโยยหาความเป็นปายในอดีตมาเติมเต็มความเป็นปายที่ขาดหายไป เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เห็นได้ว่าพัฒนาการการท่องเที่ยวของอำเภอปายในแต่ละช่วงเวลานั้นได้มีการสร้างอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวจากชุมชน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว อัตลักษณ์การท่องเที่ยว ปาย อัตลักษณ์ปายที่ถูกสร้างคนกลุ่มหนึ่งๆ นั้น มีเงื่อนไขในการสร้างอัตลักษณ์โดยมีลักษณะสำคัญ 3 ประการด้วยกัน กล่าวคือ 1) เป็นอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นใหม่ (Construct) เพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งของผู้ที่ได้สร้างอัตลักษณ์นั้นๆ ขึ้น ตัวอย่างเช่น อัตลักษณ์ปายด้าน “เมือง Artist สินค้า Handmade” เป็นอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นใหม่โดยกลุ่มผู้ประกอบการที่เพิ่งย้ายเข้ามาอยู่อาศัยในปายและมีการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยมีการนำเสนอความเป็นปายว่า ปายเป็นเมืองที่มีแต่ศิลปิน เป็นเมืองที่มีแต่สินค้าที่ทำด้วยมือที่มีความสวยงามและไม่เหมือนใคร อัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นนี้มีวัตถุประสงค์ในการสร้างเพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างพื้นที่ปายกับพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ และเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจของผู้ประกอบการด้วยเช่นกัน 2) อัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นใหม่ โดยต้องการสร้างขึ้นเพื่อต่อต้านกับอัตลักษณ์เดิมที่มีอยู่ (Deconstruct) เพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งของผู้ที่สร้างอัตลักษณ์ใหม่ขึ้นมา เช่น อัตลักษณ์ปายด้าน “เมืองแห่งยาเสพติด ผีนกยูงา” ได้ถูกทำให้ไม่ได้รับกล่าวถึงเนื่องจากเป็นอัตลักษณ์ปายในแง่ลบ ซึ่งกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนพื้นที่อำเภอปาย อีกทั้งยังกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวอำเภอปาย ดังนั้นคนในชุมชน ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้มีการสร้างอัตลักษณ์ปายในด้านอื่นๆ ขึ้นมาเพื่อทดแทนอัตลักษณ์ปายดังกล่าว เช่นการสร้างอัตลักษณ์ปายด้าน “เมือง Artist สินค้า handmade” ด้าน “จิบกาแฟหอมกรุ่นต้องเมืองปาย” ด้าน “Pai In Love ปายโรแมนติก รักกันได้ตลอด” เป็นต้น และ 3) อัตลักษณ์ที่เกิดจากการผลิตซ้ำจากอัตลักษณ์เดิม โดยให้ความหมายใหม่เพิ่มเติมจากความหมายเดิมที่มีอยู่กับอัตลักษณ์นั้นๆ (Reconstruct) อัตลักษณ์ในลักษณะนี้เกิดจากการที่ผู้สร้างอัตลักษณ์ได้นำเอาอัตลักษณ์ที่เคยมีในพื้นที่กลับเข้ามาให้ความหมายใหม่อีกครั้งหนึ่งและยังคงใช้อัตลักษณ์ดังกล่าวในความหมายใหม่ เช่น อัตลักษณ์ปายด้าน “ปายมีความหลากหลายทางด้านชาติพันธุ์” ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ได้ถูกนำมาให้กลายเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นความหมายใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นมาแทนความหมายเดิมที่เคยใช้ เนื่องจากว่ากระแสการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป ได้ให้ความสนใจกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตของกลุ่มคนในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น จึงทำให้มีการหยิบยกเอาอัตลักษณ์ด้านนี้ขึ้นมาใช้เพื่อการท่องเที่ยวอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งทำให้เห็นว่าอัตลักษณ์ใดที่มีการนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวได้ก็มีการถูกนำมาใช้อีกครั้งหนึ่ง

จึงอาจกล่าวได้ว่าอัตลักษณ์ปายที่ถูกประกอบสร้างขึ้นนั้นประกอบด้วยอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นจากกลุ่มคนที่หลากหลายได้แก่คนที่อาศัยอยู่ในอำเภอปาย เช่นคนในชุมชนพื้นที่อำเภอปาย ผู้ประกอบการที่เข้ามาตั้งรกรากและทำการค้าขายภายในปาย นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นักเขียนที่สะท้อนความเป็นปายผ่านสื่อประเภทต่างๆ ผู้ทำงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ไม่ได้อยู่ในพื้นที่ อัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นไม่ได้มีการยึดติดแต่เพียงว่าใครเป็นผู้สร้างแต่การดำรงอยู่ของอัตลักษณ์นั้นๆ ถูกทำให้เลื่อนไหลและต่างใช้ร่วมกันระหว่างคนภายในพื้นที่และคนนอกพื้นที่ และมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องโดยอัตลักษณ์ดังกล่าวต่างเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอปายแทบทั้งสิ้น

2. การสร้างความหมายที่สะท้อนผ่านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับการท่องเที่ยวโดยผ่านสายตาของคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ พบว่า การสร้างความหมายผ่านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอำเภอปายนั้น ได้ถูกสร้างขึ้นจากกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและคนในชุมชน ซึ่งความหมายที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นมีหลากหลายความหมายและหลากหลายวัตถุประสงค์ ตลอดจนสิ่งที่ถูกสะท้อนผ่านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้านอาหาร ได้แก่อาหารพื้นถิ่นของชาวไทยใหญ่ ชาวจีนยูนนาน โดยที่อาหารดังกล่าวได้ถูกสร้างในความหมายใหม่ที่ไม่ได้เพื่อบริโภคในท้องถิ่นหรือชุมชน แต่กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม เป็นอาหารของนักท่องเที่ยวที่สามารถรับประทานได้โดยง่ายไม่ต้องรอโอกาสสำคัญเพื่อบริโภคตามแบบฉบับวัฒนธรรมของชนชาตินั้นๆ และเป็นเครื่องมือในการแสดงสถานะทางเศรษฐกิจผ่าน ร้านค้า ราคาสินค้า

ความหมายทางสัญลักษณ์ผ่านการแต่งกาย ได้ถูกนำเสนอโดยเครื่องแต่งกายพื้นถิ่น ที่ได้ถูกนำมาเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวแก่ร้านอาหาร ร้านค้า ที่พัก โดยการให้พนักงานแต่งกายในชุดพื้นถิ่น ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้แล้วการแต่งกายของนักท่องเที่ยวเองก็ยังคงถูกสร้างความหมายทางสัญลักษณ์เช่นกัน โดยที่นักท่องเที่ยวจะนิยมแต่งกายเพื่อแสดงถึงความทันสมัย ไม่ล้าหลัง อีกทั้งยังต้องการแสดงฐานะทางเศรษฐกิจของตนเองอีกด้วย

ความหมายทางสัญลักษณ์ผ่านสถาปัตยกรรม ได้แก่เรือนไม้เก่า ที่มีอยู่แต่เดิมแล้ว ถูกนำมาปรับปรุง เปลี่ยนแปลงเป็นแหล่งท่องเที่ยว และยังมีส่วนที่สร้างขึ้นใหม่ เห็นได้ว่าบทบาทหน้าที่ของอาคาร เรือนพักเปลี่ยนไป ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้เป็นที่พัก แต่กลับกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว

การสร้างความหมายทางสัญลักษณ์ผ่านสิ่งของ ของที่ระลึก ความหมายในเชิงบทบาทหน้าที่ของสิ่งของเครื่องใช้ ตลอดจนของที่ระลึกที่วางขายบริเวณถนนคนเดิน ร้านค้าต่างๆ ต่างไม่ได้เป็นเพียงแค่สิ่งของที่เมื่อซื้อกลับไปแล้วจะรำลึกถึง แต่แฝงไปด้วยความหมายในเชิงคุณค่า

ทั้งที่เป็นราคา รสนิยม ธุรกิจร้านขายของที่ระลึกได้ผลิตสินค้าของที่ระลึก ที่มีสัญลักษณ์ซ่อนเร้นมากกว่าความหมายตามบทบาทหน้าที่ของสิ่งของนั้นๆ

ความหมายทางสัญลักษณ์ผ่านความเชื่อและเรื่องเล่าในอำเภอปาย ได้ถูกผูกสร้างเรื่องราวที่มีความเกี่ยวข้องกับ วิถีชีวิต ชุมชน บุคคลสำคัญ จำนวนมากซึ่งถูกสร้างขึ้นโดยที่เค้าโครงความจริง และถูกสร้างขึ้นใหม่ โดยที่การสร้างเรื่องราวขึ้นมาใหม่นั้นก็เพื่อประโยชน์ทางการท่องเที่ยว โดยเอาความทรงจำร่วม (Collective memory) มาเพื่อช่วยในการสร้างอารมณ์ สำนึก ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน เพื่อให้สินค้าทางการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นสามารถที่จะนำไปให้สินค้าเองได้เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็วและทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกในการเดินทางเข้าไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยววันนั้น

ความหมายทางสัญลักษณ์ผ่านกิจกรรมและงานประเพณี กิจกรรมงานประเพณีในอำเภอปาย มีความเกี่ยวเนื่องกับวิถีชีวิต วิถีชุมชนในท้องถิ่น ความหมายที่ถูกสร้างขึ้นมาใหม่ไม่ได้เพื่อต้องการจรรโลงพุทธศาสนาตามความเชื่อของชาวไทยใหญ่ แต่เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งทำให้ท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากมูลค่าทางการท่องเที่ยว จึงอาจกล่าวได้ว่าความหมายทางวัฒนธรรมปายที่ถูกสร้างให้เป็นสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยวอำเภอปายแทนบทบาทหน้าที่ที่ควรจะเป็นนั้นสามารถทำให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอปาย ทำให้เกิดการจ้างงานให้แก่คนในพื้นที่ อีกทั้งยังสร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้กับชุมชนและผู้ประกอบการ ดังนั้นความหมายผ่านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมดังกล่าว จึงสามารถที่จะปรับเปลี่ยนไปตามบริบท หรือเวลาและสถานที่ หากผู้ที่สร้างสัญลักษณ์นั้นๆ ขึ้นมาต้องการที่จะใช้ความหมายดังกล่าวเพื่อวัตถุประสงค์ใด

3. ยุทธศาสตร์ในการพัฒนานั้นมีความจำเป็นอย่างมากในการขับเคลื่อนองค์กรหน่วยงานหรือแม้แต่กลุ่มธุรกิจ ในการทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอำเภอปายมีเหมาะสมในการประยุกต์อัตลักษณ์และการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ยุทธศาสตร์เป็นหนึ่งในแนวทางปฏิบัติที่จะมีส่วนช่วยให้เกิดการบรรลุตามเป้าประสงค์ที่วางไว้ ในการวางแผนยุทธศาสตร์นั้นจะต้องให้มีความสอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาอำเภอ และนโยบายในการพัฒนาท้องถิ่น เช่นเดียวกับการร่วมกันในการวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งในระบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ ซึ่งการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ดีจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบด้านและเป็นระบบ ทั้งนี้เพื่อให้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอปายสามารถนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและสนองตอบความต้องการ

ของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง ควรที่จะมีการวิเคราะห์ให้รอบด้านและเป็นระบบ จะต้องคำนึงถึงสภาพการณ์และบริบทของปายในปัจจุบันทั้งมิติด้านการพัฒนาและในมิติเชิงพื้นที่ โดยทำการวิเคราะห์ครอบคลุมในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี

ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยจะใช้มุมมองแบบฉากทัศน์ (Scenario approach) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการสังเคราะห์ข้อมูลยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอปาย กล่าวคือทำให้ได้มาซึ่งยุทธศาสตร์ในการพัฒนานั้นมีหลายวิธี แต่วิธีวิเคราะห์แบบทัศนียภาพนั้นจะทำให้รับรู้สภาพการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะทำให้ผู้ที่นำเครื่องมือดังกล่าวมาใช้สามารถตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ในการวางแผนพัฒนาได้อย่างเหมาะสมเนื่องจากการวิเคราะห์แบบทัศนียภาพนั้นทำให้มองสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในระดับมหภาค (Macro) และในระดับจุลภาค (Micro) นอกจากนี้ผู้วิจัยใช้ PEST analysis เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกในระดับมหภาค โดยที่ผู้วิจัยจะนำเสนอเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการเมืองนั้น ได้มีนโยบายจากรัฐบาล กลุ่มจังหวัด จังหวัด อำเภอและเทศบาล ในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวในอำเภอปายอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารในระดับประเทศ จังหวัด และท้องถิ่น ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวไม่คืบหน้าและไม่สอดคล้องกับนโยบายที่ถูกกำหนดขึ้นในขั้นต้น อีกทั้งการพัฒนาที่ผ่านมายังขาดการมีส่วนร่วมในการร่วมกันพัฒนาท้องถิ่นอย่างจริงจังและยังขาดกับการนำเอาอัตลักษณ์ท้องถิ่นปายเข้ามาเชื่อมโยงกับการพัฒนา ทำให้เห็นว่าการพัฒนาที่ผ่านมานั้นการพัฒนาทางด้านสาธารณูปโภคเป็นหลัก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกด้านเศรษฐกิจ พบว่ามีจำนวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางไปท่องเที่ยวยังอำเภอปายมากขึ้นทุกๆปี แต่จะมีการผันผวนของจำนวนนักท่องเที่ยวตามฤดูกาลท่องเที่ยวซึ่งจะมีมากในเดือนพฤศจิกายน ถึง กุมภาพันธ์ ในทุกๆ ปี การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เกิดการซื้อขายที่ดินจากนักลงทุนภายนอกเพื่อเข้ามาประกอบธุรกิจในอำเภอปาย ทำให้คนในชุมชนบางส่วนสูญเสียพื้นที่ในการทำกินแต่บางกลุ่มก็มีการปรับตัวในการทำธุรกิจขนาดเล็กเช่นร้านอาหาร เกสต์เฮาส์ ร้านขายของที่ระลึก ต่างๆ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทางด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า อำเภอปายมีเอกลักษณ์อย่างมากในความเป็นชุมชนชนบท มีการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ผู้คนมีอาชีพค้าขาย ซึ่งได้มีการนำอัตลักษณ์ความเป็นปายมาพัฒนาสู่การทำอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Homestay) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่ปาย

นอกจากนี้ยังได้มีการนำเอาวัฒนธรรม ประเพณี ศิลปะ วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ แปลงสู่สินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อขายแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทางด้านเทคโนโลยี พบว่าความเจริญทางด้านเทคโนโลยีมีผลอย่างมากต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอปาย ผู้ประกอบการได้นำเอาเทคโนโลยีในรูปแบบต่างๆมาใช้ในการดึงดูดความสนใจลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ อีกทั้งเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอปายได้ง่ายขึ้นเช่น การทำการตลาดผ่านเว็บไซต์ การออกแบบสินค้าของที่ระลึกให้มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ

การวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอปาย พบว่าวิสัยทัศน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอปาย คือ “พัฒนาการท่องเที่ยวปายให้ดำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ภายใต้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ของผู้คนที่หลากหลาย โดยมีระบบการจัดการที่เหมาะสม” โดยมีพันธกิจร่วมกัน 4 ประการ ดังนี้ 1) พัฒนาอำเภอปายให้เป็นอำเภอที่มีอัตลักษณ์ความเป็นปายภายใต้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ของผู้คนที่หลากหลาย 2) เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีระบบการจัดการที่ดี ภายใต้ศักยภาพของอำเภอปาย เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของอำเภอปายอย่างยั่งยืน 3) พัฒนาอำเภอปายให้เป็นเมืองที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถพัฒนาสู่แหล่งท่องเที่ยวระดับประเทศได้ และ 4) การพัฒนาการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอปายบนพื้นฐานของอัตลักษณ์ปาย

3.1 ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของอำเภอปายที่ควรได้รับการพัฒนาเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น ผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์ยุทธศาสตร์โดยการประยุกต์เอาอัตลักษณ์และความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาใช้อย่างเหมาะสม ประกอบไปด้วยยุทธศาสตร์สำคัญ 5 ประการดังนี้ ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคเพื่อการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาสินค้าของที่ระลึก สินค้าชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน ยุทธศาสตร์ในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ทางวัฒนธรรม

3.2 ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคเพื่อการท่องเที่ยว 1) ควรมีการพัฒนาธุรกิจการเดินรถเพื่อให้เพียงพอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยว และควรรักษารูปแบบของการเดินรถประจำทางไว้ เนื่องจากรถประจำทางดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความเป็นปายได้เป็นอย่างดี 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการท่องเที่ยวของอำเภอปาย ควรทำการวางแผนการพัฒนาเส้นทางคมนาคม และความสะดวกในการเข้าถึงที่เหมาะสม พื้นที่ใดที่ยังไม่มีความพร้อมเพียงพอสำหรับการท่องเที่ยว 3) การพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีป้ายจราจรที่ชัดเจน 4) การพัฒนาป้ายสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน และมีการ

ประยุกต์นำเอาเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมาใช้ในการออกแบบป้ายสื่อความหมาย 5) ควรณรงค์ให้ร้านค้าในพื้นที่การท่องเที่ยวออกแบบโครงสร้างที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นท้องถิ่น ที่ได้รับความเป็นชอบจากท้องถิ่นแล้ว 5) ควรมีการวางนโยบายร่วมกับของอำเภอ เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบลในการก่อสร้างอาคารพาณิชย์ต่างๆ ให้มีความสอดคล้องและธำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของท้องถิ่น 6) ควรมีการกำหนดขอบเขตพื้นที่ในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการเข้ามาทำธุรกิจ เนื่องจากได้มีการซื้อขายที่ดินแก่นายทุนต่างถิ่น ทำให้ชุมชนสูญเสียที่ดินทำกิน อีกทั้งยังทำให้เกิดการกระจุกตัวของธุรกิจซึ่งมีอย่างหนาแน่นบริเวณถนนคนเดินปาย เท่านั้น 7) หน่วยงานที่ให้บริการประชาชนทางด้านสาธารณสุขไปศ ควรเป็นแบบอย่างแก่ชุมชนและผู้ประกอบการในการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างให้มีกลมกลืนกับพื้นที่ท่องเที่ยว ทั้งองค์การ โทรศัพท์ การไฟฟ้า การประปา ทารณประจำทาง เนื่องจากที่ผ่านมาหน่วยงานต่างๆ ได้มีการพัฒนาสถานที่ทำงานให้มีความสวยงาม มีการปรับปรุงตกแต่งสถานที่ใหม่ แต่ยังคงความกลมกลืน เช่นการใช้สีสันทึบที่แปลกตา

### 3.3 ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาสินค้าของที่ระลึก สินค้าชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว

1) ควรส่งเสริมผู้ประกอบการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ (Value Added) โดยการจัดอบรมการพัฒนา การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบตราสินค้า การถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต การทำการตลาด 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมราคาสินค้า ควรให้ความสำคัญกับการขายสินค้าของผู้ประกอบการเนื่องจากสินค้าของที่ระลึกบางชิ้น มีราคาสูง ทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค 3) ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและชุมชนเกี่ยวกับการจดทะเบียนสิทธิบัตร ลิขสิทธิ์เพื่อลดปัญหาการลอกเลียนแบบสินค้าและบริการ 4) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ชุมชนร่วมกันนำเอาอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้าของที่ระลึกอย่างเหมาะสม เนื่องจากจุดเด่นของอำเภอปายคือการเป็นเมืองที่มีอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ไทใหญ่ที่โดดเด่น หากได้มีการวางแผนทางร่วมกันในการพัฒนาจะช่วยในการจรรโลงวัฒนธรรมของชาวไทใหญ่ให้สืบทอดต่อไป 5) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอำเภอปาย ควรที่จะให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึกอย่างเหมาะสม เนื่องจากปัจจุบันได้มีกลุ่มผู้ประกอบการเข้ามาครอบงำผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวในอำเภอปายอย่างมาก ทำให้มีการให้ความหมายแก่สินค้าของที่ระลึกที่เปลี่ยนไป อีกทั้งยังนำเอารูปสัญลักษณ์ต่างๆ มาใช้เพื่อการท่องเที่ยวอย่างไม่เหมาะสม ทำให้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในระยะยาวได้ 6) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับการเข้ามาของผู้ประกอบการที่เข้ามาแบบชั่วคราว เนื่องจากกลุ่มคนดังกล่าว ขาดความรัก ความรู้ ความเข้าใจในอำเภอปายอย่างแท้จริง ทำให้กลุ่มคนดังกล่าวไม่สามารถสะท้อนความเป็นปายออกมาผ่านสินค้าและของที่ระลึกที่ตนเองผลิตได้ สินค้าดังกล่าวจึงไม่มีความแตกต่างจากสินค้าบนท้องตลาดทั่วไป 7) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ

ธุรกิจการท่องเที่ยวในอำเภอปาย ควรร่วมมือกันในการกำหนดรูปแบบของสินค้าของที่ระลึก ได้แก่ จำนวนร้านค้า จำนวนสินค้า ประเภทของผลิตภัณฑ์ เพื่อแก้ไขปัญหาการล้นตลาดของสินค้าในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการผลิตสินค้าที่เหมือนๆ กัน 8) ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมในครัวเรือนได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมสู่การพัฒนาสู่สินค้าของที่ระลึกประจำอำเภอ เช่น น้ำพริกคว่ำทราย ถั่วเน่าแผ่น

3.4 ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรที่จะวางแผนงานในการบำรุงรักษาพัฒนาสิ่งแวดล้อม ปรับปรุงภูมิทัศน์ ในพื้นที่ท่องเที่ยวให้เกิดความสวยงาม นำท่องเที่ยว 2) ควรจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในองค์กรท้องถิ่นในแต่ละแห่งอย่างเป็นระบบเพื่อช่วยในการรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งให้สวยงาม 3) ควรผลักดันให้เกิดแผนพัฒนาของชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวให้ชุมชนช่วยดูแลปกป้อง รักษาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการร่วมมือกันของชุมชน อีกทั้งยังทำให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสมและตรงกับความต้องการของท้องถิ่นอย่างแท้จริง 4) ควรส่งเสริมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวให้ถูกต้องและเหมาะสม เพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องของนักท่องเที่ยว 5) ควรเสริมสร้างความรู้ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งผ่านป้ายสื่อความหมาย หรือไกด์ท้องถิ่น ซึ่งนอกจากจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นการสร้างงานแก่คนในชุมชนอีกด้วย 6) การกำหนดเขตพื้นที่ท่องเที่ยวเนื่องจากพื้นที่อำเภอปายมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศิลปสถาปัตยกรรมอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ หากมีการเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปโดยขาดการควบคุม จะก่อให้เกิดความสูญเสียที่ไม่อาจสร้างทดแทนได้ ดังนั้น จึงควรมีการกำหนดเขตพื้นที่ท่องเที่ยวขึ้น ไม่ใช่เปิดหมดทุกพื้นที่ 7) ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมและช่วยในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการในวงกว้างเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจุบันทั่วโลกกำลังให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวสีเขียว ที่เน้นการท่องเที่ยวไปอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป 8) ส่งเสริมให้กลุ่มแม่บ้านจัดทำกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวให้กว้างขวาง เนื่องจากปัจจุบันการท่องเที่ยวในอำเภอปายได้แทรกซึมไปแทบทุกตำบล แต่กลุ่มแม่บ้านของชุมชนบางแห่งยังไม่เข้มแข็ง จึงยังไม่สามารถหาผลประโยชน์ร่วมที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ การส่งเสริมดังกล่าวจะช่วยให้ครัวเรือนมีรายได้มากขึ้นที่เกิดจากการท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่ผู้ประกอบการรายใหญ่เท่านั้น

3.5 ยุทธศาสตร์ในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว 1) ควรส่งเสริมและสนับสนุน การสืบทอดประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่นปาย โดยปลูกฝังสร้างจิตสำนึกให้เด็กและเยาวชนเห็นถึงความสำคัญในการอนุรักษ์สืบทอด ศิลปวัฒนธรรม

ประเพณีต่างๆ ของท้องถิ่น 2) ควรส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ รับรู้ถึงความสำคัญในการจัดงาน ประเพณีของชุมชนอย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อที่จะสามารถถ่ายทอดความรู้ดังกล่าวได้อย่าง ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นความร่วมมือกันอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของชุมชนร่วมกัน 3) กำหนดเป็นนโยบายในการจัดการมรดก งานรื่นเริง ในงานประเพณีต่างๆ ห้ามไม่ให้มีการแสดงที่ ขัดต่อประเพณี วัฒนธรรม การกำหนดหรือสร้างข้อบัญญัติให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งมี บทบาทหน้าที่ โดยตรงร่วมกับพี่น้องประชาชน กำหนดเป็นข้อบัญญัติร่วมกันในการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่ดั้งเดิมของท้องถิ่นไว้ร่วมกัน 4) ควรส่งเสริมให้องค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้อง กับวัฒนธรรมในพื้นที่ซึ่งได้แก่วัฒนธรรมอำเภอ วัฒนธรรมจังหวัด ในการช่วยกันควบคุมดูแล ประเมินผล แก้ไขปรับปรุง การจัดงานกิจกรรมประเพณีต่างๆ 5) องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีการรวบรวมประวัติความเป็นมาของงานพิธีกรรม งานประเพณีต่างๆ ของท้องถิ่น จากคำบอก เล่าของปราชญ์ประจำหมู่บ้าน เพื่อให้เป็นลายลักษณ์อักษรและเพื่อกำหนดรูปแบบวัฒนธรรม ประเพณี ที่ถูกต้องตามแบบแผนเดิม

3.6 ยุทธศาสตร์ในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ทางวัฒนธรรม 1) หน่วยงานที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรที่จะเตรียมความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ก่อนที่จะมีการเปิด พื้นที่ได้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ควรจะมีการเตรียมความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว 2) หน่วยงานที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาและเตรียมความพร้อมทางด้านบุคลากรการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพ เช่น ผู้นำทาง มัคคุเทศก์ เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก และผู้ให้บริการการท่องเที่ยว อื่น ๆ ก็เป็นสิ่งที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และการมี บุคลากรการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ยังสามารถช่วยลดปัญหาที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อีก ด้วย เพราะบุคลากรการท่องเที่ยวเป็นผู้ที่สามารถสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าของทรัพยากรใน แหล่งท่องเที่ยวได้ดีที่สุด รวมทั้งจะเป็นผู้ทำหน้าที่ดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างมี ประสิทธิภาพมากที่สุด 3) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ควรจะช่วยกระจายรายได้ให้แก่ ประชาชนในวงกว้าง ในปัจจุบันรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวจะกระจุกตัวอยู่เฉพาะชุมชนที่ เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจจึงควรมีการกระจายรายได้จากกิจกรรมการ ท่องเที่ยวโดยการพัฒนาการผลิตสินค้าเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนที่ไม่มีกิจกรรมการ ท่องเที่ยวด้วย เช่น การส่งเสริมการผลิตสินค้าหัตถกรรม การแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรใน ท้องถิ่น 4) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวควรทำอย่างเหมาะสมและคำนึงถึงความเป็นชุมชนปาย โดยการสอบถามความเห็นชอบและความร่วมมือ สนับสนุนจากประชาชนในท้องถิ่นว่า กิจกรรม งานประเพณีใดบ้างที่สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมได้และรูปแบบการนำเสนอ นั้นจะมีรูปแบบ ใดๆ ที่เหมาะสมและไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งในความรู้สึกของเจ้าของประเพณี เพราะกิจกรรม

ในลักษณะนี้ควรจะเป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมความเข้าใจในวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น มากกว่าที่จะเป็นกิจกรรมที่สร้างความตื่นตาตื่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว 5) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของอำเภอปายให้มีต่อเนื่องตลอดปี จึงควรจะเริ่มต้นที่การร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชนในท้องถิ่น ในการระดมความคิดเห็นเพื่อการคัดเลือก ค้นหา และกำหนดรูปแบบของกิจกรรมที่น่าสนใจและเหมาะสมกับสภาพสังคม วัฒนธรรมของชุมชน นำมาสู่การรื้อฟื้นกิจกรรม งานประเพณีต่างๆ ให้ถูกต้องและเหมาะสม

### อภิปรายผล

1. ในการวิจัยนี้ได้อาศัยทัศนะ (perspective) ต่อการประกอบสร้างความเป็นจริงเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์และการให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย ว่าเป็นการสร้างความเป็นจริงทางสังคม (social construct) เพื่อวัตถุประสงค์หลากหลาย ขึ้นอยู่กับว่ากลุ่มสังคมใดเป็นผู้สร้าง ตีความ รับรู้และยอมรับว่าเป็นความจริง และความจริงที่ถูกสร้างเหล่านี้ได้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมด้านการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เข้าไปศึกษา ซึ่งจากผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมมีลักษณะที่แตกต่างในแต่ละช่วงของเวลา นั่นคือการสร้างความเป็นจริงทางสังคมขึ้นอยู่กับกาลและเทศะ ขึ้นอยู่กับกระบวนการประกอบสร้าง ไม่มีความแน่นอน ทั้งหมดอยู่ที่การเลือกที่จะรับรู้ความเป็นจริงทางสังคมชุดใด (ลิขิต ธีรเวคิน, 2554) หากพิจารณากลุ่มคนที่มึบทบาทในการสร้างความเป็นจริงทางสังคมเพื่อการท่องเที่ยวอำเภอปายมีทั้งกลุ่มภายนอกและกลุ่มคนภายในปาย แต่เมื่อวิเคราะห์ในมิติของวัตถุประสงค์ในการสร้างสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ปายแล้วสามารถแยกได้ 3 กลุ่มหลัก คือ

กลุ่มแรก ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าของโรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ร้านกาแฟเครื่องดื่ม และร้านขายของที่ระลึก กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ทำงานเชิงรุก มุ่งสร้างสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นการประกอบสร้างความจริงเพื่อการค้า ผลผลิตที่เป็นสัญลักษณ์เชิงรูปธรรม จึงเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรม (cultural product) ในรูปแบบแตกต่างกันโดยอาศัยข้อเท็จจริง (fact) บางส่วนมาเป็นพื้นฐานในการประกอบสร้าง กลุ่มที่สอง เป็นกลุ่มประชาชนในพื้นที่ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างสัญลักษณ์และความหมายทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของกลุ่มคนในพื้นที่ปาย โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อจรรโลงความดีความงามและการดำรงอยู่ของตนและชุมชน ซึ่งอาจแตกต่างในแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ ได้แก่ กลุ่มชาวจีน (บ้านสันติชล) กลุ่ม

คนไทใหญ่ (ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ในพื้นที่) กลุ่มคนไทยพื้นราบและกลุ่มชาวเขา อย่างไรก็ตามโดยภาพรวมเป็นการสะท้อนถึงความหลากหลายของชาติพันธุ์ในปายและสัญญาณทางวัฒนธรรมที่แต่ละชาติพันธุ์สร้างและให้ความหมายแล้วแต่ยืนยันความเป็นตัวตนของปาย และความหลากหลายดังกล่าวได้กลายเป็นสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว กลุ่มที่สาม เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มนี้ก็มีความหลากหลายเช่นกัน แต่ละคนแต่ละกลุ่มที่ไปเที่ยวปายล้วนมีวัตถุประสงค์และความสนใจที่แตกต่างกัน ซึ่งบางคนมาเที่ยวปายแล้วผิดหวัง และบางส่วนอาจประทับใจในความเป็นปาย วัตถุประสงค์ในการเดินทางและความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มีส่วนอย่างมากต่อการสร้างความเป็นจริงเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพราะการรับรู้เกี่ยวกับความหมายของสัญญาณและอัตลักษณ์เป็นการเลือกรับรู้ ดังนั้นจึงขึ้นอยู่กับว่านักท่องเที่ยวรับรู้อะไรมาก่อน

ภายใต้ปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้น ดำรงอยู่และเปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงเวลาได้เป็นข้อมูลหรือข้อเท็จจริง (Data or Fact) ในลักษณะที่เป็นวัตถุวิสัย หรือเป็นสัญญาณ (Sign) ซึ่งสัญญาณเหล่านี้จะถูกรับรู้และตีความตามภูมิหลังทางสังคม เศรษฐกิจ ค่านิยม และความต้องการของกลุ่มคนแต่ละกลุ่มข้างต้น จนกลายเป็นข่าวสาร (Information) เผยแพร่ออกไปสู่สาธารณะ และข่าวสารสารสนเทศเหล่านี้หากมีการรับรู้ ตีความจนกว้างออกไป ก็จะกลายเป็นการสร้างความเป็นจริงทางสังคมที่ส่งผ่านเครือข่ายข่าวสาร โดยเฉพาะเครือข่ายทางสังคม (Social Network) หรือสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต และ Facebook ในกรณีการท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน ปรากฏการณ์การท่องเที่ยวที่ปายถูกสร้างและให้ความหมายจนกลายเป็นอัตลักษณ์และอัตลักษณ์เหล่านี้ถูกรับรู้ ตีความ และเผยแพร่ผ่านสื่อ ซึ่งอาจจะแตกต่างกันไป ผู้วิจัยพิจารณาเห็นว่าสื่อมีบทบาทอย่างมากต่อการสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ในลักษณะหลากหลาย ประเด็นสำคัญคือจะทำอย่างไรที่จะให้การสร้างความเป็นจริงผ่านสัญญาณทางวัฒนธรรมมีความเหมาะสมสอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมของปาย ทั้งนี้การสร้างสัญญาณทางวัฒนธรรมที่เกินเลยจากข้อเท็จจริงก็อาจส่งผลกระทบต่อในทางทำลายทั้งในสิ่งที่เป็นวัฒนธรรมเชิงกายภาพ และวัฒนธรรมเชิงจิตใจ รวมถึงส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวโดยรวม

การทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคม โดยเฉพาะการสร้างอัตลักษณ์และการสร้างสัญญาณทางวัฒนธรรมปายโดยใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology) ดังกล่าว ทำให้สามารถอธิบายการสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality) ที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้ง อย่างไรก็ตาม จากการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการสร้างสัญญาณทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมักได้รับอิทธิพลจากองค์ประกอบภายนอก โดยเฉพาะนโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสารมวลชน สื่อออนไลน์ รวมถึงความเจริญก้าวหน้าของระบบขนส่ง (Logistic) การทำความเข้าใจถึงกระบวนการผลิตสื่อ

และการส่งสารสู่สาธารณะเหล่านี้ บางประเด็น บางเรื่อง ไม่ได้มุ่งต่อการสร้างการรับรู้สัญญาณทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของปายโดยตรง แต่การแพร่กระจายความเป็นจริงทางสังคมที่ถูกสร้างดังกล่าวสู่สังคมวงกว้างในระดับประเทศ และบางประเด็นเชื่อมโยงกับนานาชาติ การทำความเข้าใจปรากฏการณ์ดังกล่าวดูเหมือนว่าการใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปฏิฐานนิยม (Positivism) จะสามารถอธิบายในส่วนขององค์ประกอบดังกล่าวได้ดี และมีพลังในการอธิบายความเป็นสากลของการแพร่กระจายข้อสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม ผู้วิจัยพิจารณาเห็นว่าจุดแบ่งในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ในการสร้างสัญญาณทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์จึงอยู่ตรงที่คนเรารับรู้หรือเลือกรับรู้ข้อเท็จจริง โดยเฉพาะสารสนเทศมาเป็นส่วนในการประกอบสร้างสัญญาณทางวัฒนธรรมและสร้างอัตลักษณ์ ดังนั้นการทำความเข้าใจกระบวนการสร้างอัตลักษณ์และสัญญาณทางวัฒนธรรมโดยกำหนดกรอบแนวคิด (Conceptual Framework) การอธิบาย (Explanation) ในลักษณะแบบผสมทั้งแบบปรากฏการณ์นิยมและปฏิฐานนิยมจะมีพลังในการอธิบายถึงการสร้างอัตลักษณ์และสัญญาณทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุมตั้งแต่การเกิดขึ้นดำรงอยู่ และเปลี่ยนแปลงไปอย่างเป็นนิรันดร์

2. พัฒนาการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย มีการเปลี่ยนแปลงเติบโต คงอยู่และปิดกิจการ องค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขสำคัญที่สุดที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ไปเที่ยวที่อำเภอปาย การเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละองค์ประกอบหรือหลายองค์ประกอบส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวในอำเภอปาย การเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็นผลจากการทำทางสังคมของผู้ประกอบการ ชุมชนและนักท่องเที่ยว ซึ่งการกระทำทางสังคมของกลุ่มคนดังกล่าว ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงและการดำรงอยู่ของการท่องเที่ยว ตรงตามทฤษฎีวงจรผลิตภัณฑ์ “Product Life Cycle Theory” ของ Kotler ที่กล่าวว่าเมื่อสินค้าได้เริ่มเข้าสู่ตลาด ถือได้ว่าเป็นช่วงแรกของการทำตลาด หรือที่เรียกว่า “ช่วงแนะนำสินค้า หรือ Introduction” ซึ่งเห็นได้ว่าในช่วงนี้เจ้าของกิจการจะไม่สามารถควบคุมการตลาดได้ มีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยอีกทั้งยังมีเปอร์เซ็นต์ในการขายที่ต่ำ เช่นเดียวกับการดำเนินธุรกิจของสินค้าทางการท่องเที่ยวในปาย อำเภอปายได้นำเสนอความเป็นปายออกสู่ตลาดทางการท่องเที่ยวประมาณปี พ.ศ. 2528 โดยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสกับความเป็นธรรมชาติ การตลาดของอำเภอปายในช่วงนี้จึงเป็นช่วงแนะนำตลาดที่มีเพียงนักท่องเที่ยวบางกลุ่มเท่านั้นที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยว นอกจากนี้แล้วได้มีสินค้าจำนวนมากที่เกิดขึ้นมาในช่วงระยะเวลาเพียงไม่กี่วัน เพียงเพื่อต้องการขายสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น เสื้อยืด โปสการ์ด ผ้าพันคอ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อเป็นของที่ระลึก สินค้าต่างๆยังมีส่วนแบ่งทางการตลาดไม่มากนักเนื่องจากมีเป็นช่วงแนะนำสินค้าให้ตลาดได้รู้จัก

ในช่วงที่สองหรือที่เรียกว่า “ช่วงเติบโต หรือ Growth ” เป็นช่วงที่เติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากสินค้าเริ่มติดตลาด ร้านค้าต่างๆ ที่เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเริ่มรู้จักและแนะนำให้ลูกค้าทำให้ยอดขายสินค้าเติบโตอย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับช่วงแรก การทำการตลาดในช่วงนี้มีค่าใช้จ่ายสูงในการทำการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สินค้าติดตลาด ในส่วนของสินค้าการท่องเที่ยวของอำเภอปาย ภาครัฐได้ทำการตลาดร่วมกับภาคเอกชนเน้นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอำเภอปายผ่านภาพยนตร์ นิตยสาร หนังสือแนะนำเที่ยวต่างๆ ซึ่งทำให้มีนักท่องเที่ยวรู้จักอำเภอปายและการท่องเที่ยวในอำเภอปาย ซึ่งทำให้จำนวนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปายมีมากขึ้นตามลำดับ ในส่วนของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ได้มีการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านเทคโนโลยีต่างๆ เช่นการโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการออกแบบสินค้า เป็นต้น สินค้าต่างๆ จึงง่ายแก่การเข้าถึงของนักท่องเที่ยวและทำให้จำนวนของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

ช่วงที่สาม “Maturity หรือ ช่วงสินค้าติดตลาด” เป็นช่วงที่สร้างกำไรได้มากที่สุด ในช่วงนี้นักท่องเที่ยวได้เริ่มติดตลาดและรู้จักอำเภอปายมากขึ้นจากการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ในช่วงที่สอง ทำให้ผู้ประกอบการ ภาครัฐ และเอกชน มีค่าใช้จ่ายในการทำการตลาดผ่านการประชาสัมพันธ์ลดน้อยลง เป็นผลให้ผู้ประกอบการมีกำไรที่เพิ่มมากขึ้น ในช่วงปี พ.ศ. 2548 ได้มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวยังอำเภอปายจำนวนมากในช่วงฤดูการท่องเที่ยว (เดือน ตุลาคม ถึงเดือน กุมภาพันธ์) การรองรับของพื้นที่การท่องเที่ยวอำเภอปายไม่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร สินค้าของที่ระลึก น้ำมัน ไม่เพียงพอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถพิสูจน์ได้ว่า ในช่วงดังกล่าวปายได้กลายเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย และทำให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทางการท่องเที่ยวได้กำไรจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

ช่วงสุดท้ายในวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ หรือที่เรียกว่า “Decline หรือ ช่วงสินค้าตกต่ำ” เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนใจไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น อันเนื่องมาจากเมื่อสินค้าติดตลาดเป็นที่ต้องการของลูกค้า ย่อมมีคู่แข่งเข้ามาทำการตลาดสินค้าแบบเดียวกัน นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งได้หันไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นแทน ช่วงเวลาดังกล่าวทำให้การท่องเที่ยวในอำเภอปายซบเซา อีกทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไม่สามารถทำอะไรได้เหมือนปีก่อนๆ ที่ผ่านมา จนทำให้ธุรกิจจำนวนหนึ่งได้ปิดกิจการไป ในส่วนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน อีกทั้งผู้ประกอบการบางส่วนได้พยายามที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอปายให้เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป ซึ่งในปัจจุบันได้มีการเน้นย้ำในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้า

มาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สามารถเรียนรู้วิถีชีวิตของผู้คนที่หลากหลายในอำเภอปาย อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการสร้างประวัติศาสตร์บอกเล่าเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เมื่อนำเอาวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์มาใช้ในการการมองผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ปายจะพบว่า ผู้ประกอบการ ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ได้พยายามที่จะนำเอาอัตลักษณ์และการให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมาใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวปายเช่นการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวปายเป็นดินแดน โรแมนติก การสร้างอัตลักษณ์ปายเป็นเมืองที่มีความแตกต่างหลากหลายทางชาติพันธุ์ เนื่องจากผู้ประกอบการต่างต้องการให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปายอย่างต่อเนื่อง จึงได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวปายจึงมีการพัฒนารูปแบบของสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ

3. ในการวิเคราะห์ได้พยายามสร้างข้อสรุปผลจากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยกระบวนการอุปมาน (Inductive Method) ได้ว่าอัตลักษณ์ปายมีความหลากหลายโดยอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอปายที่ถูกสร้างขึ้นประกอบด้วย 1) Utopia เป็น Utopai นครเมกกะของฝรั่งเศสแบกเป้ 2) เมืองแห่งยาเสพติด ผีน กัญชา 3) เมือง Artist สินค้า handmade 4) จิบกาแฟหอมกรุ่นต้องเมืองปาย 5) Pai In Love ปายโรแมนติก รักกันได้ตลอด 6) เมืองแห่งดนตรีเรกเก้ 7) ปาย is nothing 8) เมืองแห่งขุนเขา ป่าไม้และความหนาวเย็น 9) ปาย “มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โดยที่อัตลักษณ์ดังกล่าวได้ถูกสร้างจากกลุ่มคนที่หลากหลายซึ่งมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของอำเภอปาย ซึ่งการให้ชื่อของอัตลักษณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้สรุปจากการสัมภาษณ์ การลงพื้นที่วิจัย และเอกสารวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นการอธิบายรายละเอียดของอัตลักษณ์แต่ยังคงอยู่ในกรอบของการสร้างอัตลักษณ์ตรงตามงานวิจัยของ Ion Ciobanu ที่กล่าวว่าอัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นจาก ภาษา ในที่นี้หมายถึงการสื่อสาร ประเพณี ตำนาน ความทรงจำร่วม พฤติกรรมร่วม แนวคิดในส่วนของวัฒนธรรมของคน ชนชาติและศาสนา ดังนั้นอัตลักษณ์การท่องเที่ยวปายที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นจึงถูกสร้างขึ้นมาจากภาษา ประเพณี ตำนาน ความทรงจำร่วมของกลุ่มคนในพื้นที่ และนอกพื้นที่การท่องเที่ยวอำเภอปาย

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยสามารถสร้างข้อสรุปโดยอาศัยทฤษฎีเป็นกรอบนำได้ว่าอัตลักษณ์ปายที่ถูกสร้างขึ้นได้ 3 กลุ่มสำคัญ ดังนี้ อัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นใหม่ (Construct) การผลิตซ้ำทางอัตลักษณ์ (Reconstruct) และการรื้อสร้างทางอัตลักษณ์ (Deconstruct)

4. อัตลักษณ์การท่องเที่ยวอำเภอปายที่ถูกสร้างขึ้นมาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญสองกลุ่มได้แก่ กลุ่มคนภายใน ซึ่งหมายถึงกลุ่มคนที่อาศัย คลุกคลี ในพื้นที่การท่องเที่ยวอำเภอปาย เช่น ผู้ประกอบการ คนในชุมชน เจ้าหน้าที่รัฐ และกลุ่มคนภายนอก ซึ่งหมายถึง กลุ่มคนที่เดิน

ทางเข้าไปท่องเที่ยวยังอำเภอปาย ได้แก่ นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการที่เข้ามาประกอบธุรกิจช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว “อัตลักษณ์” หมายถึงภาพแสดงความจริง เป็นสิ่งที่ถูกสร้างและรับรู้ขึ้นโดยกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง ทั้งที่เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในพื้นที่และเป็นกลุ่มคนภายนอก ดังนั้นอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นจึงเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นเพื่อผลประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง อัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยมุ่งหวังประโยชน์ทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ สำหรับการท่องเที่ยวในอำเภอปาย ได้มีการเน้นย้ำในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่ได้ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคลอย่างมากทั้งในระดับบุคคล (Personnel Identity) และในระดับกลุ่ม (Social Identity) ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมที่มีผลต่อการสร้างตัวตนของบุคคล และระหว่างบุคคลภายในสังคม ซึ่งถ้าหากมองในพื้นที่อำเภอปายแล้ว วัฒนธรรมในแบบปายสามารถที่จะหล่อหลอมความเป็นปายต่อคนปาย และต่อชุมชนของปายได้อย่างล้นเหลือ อัตลักษณ์ (Identity) หรือความเป็นตัวตน เป็นความรู้สึกนึกคิดต่อตนเองว่า "ฉันคือใคร" ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตัวเองและคนอื่นมองเราในขณะนั้น อัตลักษณ์สามารถบอกได้ว่าวัฒนธรรมคืออะไร เป็นสมบัติที่มีร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่น เป็นสิ่งที่ประอบางที่ต้องรักษาไว้ไม่เช่นนั้นจะสูญหายไป (John Tomlinson, 2003)

นอกจากนี้ผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Susan Pitchford, 2008) กล่าวว่าอัตลักษณ์ประกอบด้วยอัตลักษณ์ในระดับบุคคลซึ่งเป็นการกำหนดอัตลักษณ์หรือตัวตนของตนเอง แต่การกำหนดอัตลักษณ์ของตนเองนั้นจะต้องมีอัตลักษณ์ในระดับกลุ่มหรือสังคมครอบอยู่ ซึ่งหมายความว่า บุคคลๆหนึ่งจะมีอัตลักษณ์ที่แสดงความเป็นตัวเองและในขณะที่เดียวกันก็จะมีอัตลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับคนภายในสังคม ดังนั้นในบุคคลหนึ่งๆ จึงมีอัตลักษณ์หลายอย่างที่ถูกรสร้างขึ้นทั้งจากตัวของตนเองและบุคคลอื่นซึ่งทำให้มีอย่างหลากหลายในสังคมที่ตนเองได้เข้าไปร่วม ดังนั้นอัตลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นจากคนกลุ่มหนึ่งเพื่อผลประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งหมายความว่าหากใครมีอำนาจมากกว่าก็จะสามารถทำให้อัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นตอบสนองความต้องการของตนเอง อีกทั้งยังทำให้คนรับรู้อัตลักษณ์นั้นอย่างรวดเร็วและกว้างขวางมากขึ้น ในกระบวนการสร้างอัตลักษณ์นั้นสามารถที่จะสร้างขึ้นได้ 2 แบบคือสร้างขึ้นจากการรับรู้ภายในกลุ่มร่วมกันเองและสร้างขึ้นจากคนภายนอกกลุ่มที่มองเข้ามา อัตลักษณ์ได้ถูกสร้างขึ้นจากตัวเองจากคนภายนอก ถูกนำเสนอ (Present) ผ่านสื่อต่างๆ และถูกตีความ (Interpret) โดยกลุ่มคนที่แตกต่างกันไป

ในขณะที่งานของ Plamer (1999), O'Connor (1993) และ Horne (1984) ได้เน้นย้ำในการเรื่องของการนำเอาอัตลักษณ์มาใช้เพื่อประโยชน์ทางการท่องเที่ยวในส่วนของตลาดของ

แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกของประเทศ จุดเริ่มต้นของการทำการตลาดคือการสร้างการระลึกถึงประวัติศาสตร์ ตัวตนผ่านแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวแก่กลุ่มคนในชุมชนเพื่อที่ชุมชนจะได้มีส่วนในการบอกเล่าและระลึกถึงประวัติศาสตร์ร่วมกัน เป็นการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสามารถทำให้มองเป็นได้ ซึ่งมีทั้งอัตลักษณ์ของบุคคลและอัตลักษณ์ของคนอื่น อีกทั้งยังเพิ่มเติมเรื่องของการนำเอาตำนาน เทศกาลประเพณี ภูมิทัศน์ มาเพิ่มประโยชน์ทางการท่องเที่ยวผ่านการทำการตลาดและขายแหล่งท่องเที่ยว

การให้ความหมายทางสัญลักษณ์ผ่านวัฒนธรรมของ “ปาย” เพื่อการท่องเที่ยว ได้ถูกสร้างขึ้นจากกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและคนในชุมชน ซึ่งความหมายที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นมีหลากหลายความหมายและหลากหลายวัตถุประสงค์ ตลอดจนสิ่งที่ถูกสะท้อนผ่าน งานของ อริยา เสวตอมาร์ (2542), ลลนา ศักดิ์ชูวงศ์ (2548), อภิรักษ์ รัตนานนท์ (2547), ฐิติวัฒน์ นงนุช (2549) และ สันติรักษ์ ประเสริฐสุข (2548) ที่ได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างภาษาศาสตร์ที่มีต่อรูปแบบของสถาปัตยกรรมผ่านการสื่อความหมาย (Signification) และการให้ความหมาย (Significance) พบว่ามนุษย์มีความสัมพันธ์กับความหมายสร้างสรรค์ผ่านภาษา สิ่งประดิษฐ์วัตถุ อาคาร (สถาปัตยกรรม) ภาวะแวดล้อม การแต่งกาย อาหารซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่าการสร้างความหมายผ่านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอำเภอปายนั้น ได้ถูกสร้างขึ้นจากกลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและคนในชุมชน ซึ่งความหมายที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นมีหลากหลายความหมายและหลากหลายวัตถุประสงค์ ตลอดจนสิ่งที่ถูกสะท้อนผ่านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้านอาหาร ความหมายดังกล่าวได้ถูกสร้างในความหมายใหม่ที่ไม่ได้เพื่อบริโภคในท้องถิ่นหรือชุมชน แต่กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม เป็นอาหารของนักท่องเที่ยวที่สามารถรับประทานได้โดยง่ายไม่ต้องรอโอกาสสำคัญเพื่อบริโภคตามแบบแผนวัฒนธรรมของชุมชน ดังผลการวิจัยในครั้งนี้ที่มีการสร้างสัญลักษณ์ผ่านป้ายสื่อความหมาย เสื้อผ้า การพิมพ์ภาษาลงบนเสื้อผ้า เครื่องประดับ ของที่ระลึก ตลอดจนสถาปัตยกรรม ซึ่งล้วนเป็นการสร้างสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวปายทั้งสิ้น

5. ผลการวิจัยเกี่ยวกับการให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์แสดงให้เห็นว่าความหมายทางสัญลักษณ์ผ่านความเชื่อและเรื่องเล่าในอำเภอปาย ได้ถูกผู้สร้างเรื่องราวที่มีความเกี่ยวข้องกับ วิถีชีวิต ชุมชน บุคคลสำคัญ จำนวนมากซึ่งถูกสร้างขึ้น โดยที่เค้าโครงความจริง และถูกสร้างขึ้นใหม่ โดยที่การสร้างเรื่องราวขึ้นมาใหม่นั้นก็เพื่อประโยชน์ทางการท่องเที่ยว โดยเอาความทรงจำร่วม (Collective memory) มาเพื่อช่วยในการสร้างอารมณ์ สำนึกร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน เพื่อให้สินค้าทางการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นสามารถที่จะนำไปให้สินค้าเองได้เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว และทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกในการเดินทางเข้าไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยววันนั้น

เห็นได้ว่าความหมายทางวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นโดยผ่านอาหาร การแต่งกาย สถาปัตยกรรม ของที่ระลึก ความเชื่อและเรื่องเล่าตลอดจนกิจกรรมและงานประเพณีต่างๆ ได้ถูกให้ความหมายใหม่เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในอำเภอปาย อีกทั้งความหมายดังกล่าวยังเป็นความหมายที่ถูกสร้างโดยคนในพื้นที่และคนนอกพื้นที่ซึ่งมีความเหมือนและความแตกต่างกัน ความหมายที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นมีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ทฤษฎีการกระทำระหว่างกันทางสัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism) ดังเช่นงานของ Franz Boas (1942 อ้างใน บงกชมาศ เอกเอี่ยม และ ปานแพร เชนันประยูร, 2552) ที่ได้มีการตีความหมายของลวดลายบนวัตถุสิ่งของของชนเผ่าในอเมริกาเหนือว่าไม่ใช่เป็นเพียงเพื่อประดับตกแต่งเท่านั้น แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความคิดเรื่องความอุดมสมบูรณ์ ความปลอดภัยจากสิ่งชั่วร้าย งานของ Victor Turner (1983 อ้างใน บงกชมาศ เอกเอี่ยม และ ปานแพร เชนันประยูร, 2552) ได้มีการชี้ให้เห็นถึงการให้ความหมายแก่พิธีกรรมว่าเป็นส่วนหนึ่งของระบบสัญลักษณ์เพื่อสร้างความหมายให้กับการดำรงชีวิต พิธีกรรมจึงสามารถที่จะถูกคิดค้น หยิบยืมและสูญหายไปได้เสมอ นอกจากนี้แล้วงานของ Clifford Geertz (1926 อ้างใน บงกชมาศ เอกเอี่ยม และ ปานแพร เชนันประยูร, 2552) สัญลักษณ์เป็นพาหะทางวัฒนธรรม ความคิดของมนุษย์ได้ถูกสะท้อนผ่านวัฒนธรรมออกมา สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นหาตามแนวความคิดของ McCron และ McCannell (1989 อ้างใน บงกชมาศ เอกเอี่ยม และ ปานแพร เชนันประยูร, 2552) เกิดจากแนวคิดเรื่องสัญวิทยา (Semiology) เกี่ยวกับการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวว่าแม้จริงแล้วเป็นการนำเสนอของสิ่งๆหนึ่งไปยังคนกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ดังนั้นการให้ความหมายทางวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นมาจากกลุ่มคนต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จึงให้สัญลักษณ์ต่างๆ สะท้อนผ่านความเป็นปายออกมาสู่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ เรียนรู้วัฒนธรรมพื้นถิ่นอำเภอปายได้เป็นอย่างดี

6. การให้ความหมายทางวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวของอำเภอปาย เป็นกลยุทธ์หนึ่งในการสร้าง พัฒนา ส่งเสริมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวประเภทชุมชน โดยการอาศัยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม ภาษา ภูมิปัญญา วิถีชีวิต การแต่งกาย อาหาร ลักษณะที่ตั้งของชุมชน ลักษณะทางกายภาพ ทางภูมิศาสตร์ มากำหนดสร้างความจริงทางสังคมขึ้นมาใหม่ (Social Construction of reality) ที่เกิดจากการประกอบสร้าง (Construct) การให้ความหมาย (Meaning) เสมือนการทำหน้าที่เป็นสื่อกลางของสถาบันต่างๆในสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน ศาสนา ที่ทำงาน รัฐและสื่อมวลชน ซึ่งชุดความจริงดังกล่าวได้ถูกสร้างขึ้นจากคนกลุ่มหนึ่งเพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของ Adoni และ Mane (1984) ได้แบ่งความจริงออกเป็น 3 ลักษณะ ประกอบด้วยความเป็นจริงทางสังคมเชิงวัตถุวิสัย (Objective Social Reality)

เป็นความจริงที่สามารถสัมผัสได้โดยประสบการณ์ เกิดขึ้นในโลกภายนอกซึ่งเราสามารถที่จะเผชิญในฐานะที่เป็นจริงได้ ความเป็นจริงทางสังคมเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Social Reality) ความจริงที่ถูกแสดงออกมาในรูปแบบของสัญลักษณ์ ความจริงแบบนี้มีมากมายและสิ่งสำคัญคือความสามารถของบุคคลในการรับรู้และการแยกแยะความจริงนั้นๆที่เกิดขึ้น และความเป็นจริงทางสังคมเชิงอัตวิสัย (Subjective Social reality) เกิดจากทัศนะของผู้มอง เป็นการร่วมกันของ Objective และ Symbolic ความจริงจึงถูกนำเสนอออกมาในรูปแบบของสัญลักษณ์ และขึ้นอยู่กับจิตสำนึกของแต่ละท่าน

7. การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการที่จะกำหนดยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอปายคนที่มาเที่ยวในปายมีความแตกต่างกันหลากหลาย ดังนั้นผู้วิจัยคาดว่าผลการวิจัยครั้งนี้ควรที่จะได้นำเสนอความเป็นปายผ่านความเป็นไทใหญ่ แต่เนื่องจากว่าหลังจากที่ได้มีการลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล อีกทั้งการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่ม พบว่าอัตลักษณ์การท่องเที่ยวปายมีจุดเด่นที่ความหลากหลายทางชาติพันธุ์ที่กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่การท่องเที่ยวปาย ซึ่งถือได้ว่าความหลากหลายดังกล่าวสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศรับรู้ความเป็นปายและต้องการที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปาย ประเด็นเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรม หากมองในส่วนของการบริหาร อำเภอปายมีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมความเชื่อและค่านิยม เนื่องจากกลุ่มชาติพันธุ์ดังกล่าว ไทใหญ่ จีนอพยพ กระเหรี่ยง มูเซอ มีลักษณะทางวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางกายภาพ การพัฒนาเศรษฐกิจ วิทยาการและเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน ซึ่งหากองค์กรส่วนท้องถิ่นไม่ได้เข้ามาดูแลอย่างใกล้ชิดอาจเป็นเหตุให้เกิดความขัดแย้งกันในพื้นที่ได้ ดังนั้นการแก้ไขและป้องกันความขัดแย้งทางสังคมและวัฒนธรรมคือการหันหน้ามาปรึกษาหารือกันและยอมรับในความแตกต่างของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ ให้ความสำคัญกับทุกกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความพร้อมในการจัดการการท่องเที่ยวร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอปาย เพื่อเป็นการสนับสนุนอัตลักษณ์ของอำเภอปายเรื่องความหลากหลายทางชาติพันธุ์ การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยหากมีการเพิ่มมิติด้านความหลากหลายในชาติพันธุ์จะทำให้เกิดพลังในการอธิบายให้ชัดเจนในขณะเดียวกันจะมีผลอย่างมากต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาที่สอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมปาย

8. ในการพัฒนายุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการประยุกต์อัตลักษณ์และการสร้างความหมายทางสัญลักษณ์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน นั้นผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่าการเกิดขึ้น ดำรงอยู่ และการเปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวในอำเภอปายขึ้นอยู่กับเงื่อนไขหรือองค์ประกอบภายนอกโดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงหรือปัญหาด้านการเมือง และ

ภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจเป็นเงื่อนไขหลักและมีผลอย่างมากต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนั้นในการกำหนดยุทธศาสตร์ผู้วิจัยจึงได้ใช้กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ด้วยการวางแผนยุทธศาสตร์เชิงฉากทัศน์ (Scenario Strategic Planning) ทั้งนี้ในการกำหนดฉากทัศน์นั้นต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการวิเคราะห์ PEST Analysis พร้อมทั้งเขียนแนวโน้ม (Trend) ในแต่ละด้านเพื่อเขียนเป็นฉากทัศน์ (Scenario) วิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) และยุทธศาสตร์ (Strategy) ซึ่งกระบวนการดังกล่าวสามารถใช้เครื่องมือทางการบริหารอื่นๆประกอบได้ อาทิการทำ SWOT Analysis , Balance Score Card, Cost-Impact Analysis , Delphi Technique, Participatory Method หรือ Trend Impact Analysis ก็ได้ซึ่งในแต่ละเทคนิคสามารถนำไปสู่การวิเคราะห์เพื่อสร้างฉากทัศน์ (Scenario) และแผนยุทธศาสตร์ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและความพร้อมในการดำเนินงานพัฒนายุทธศาสตร์ครั้งนี้ผู้วิจัยได้อาศัยการประชุมเชิงปฏิบัติการซึ่งมีผู้ร่วมประชุมหลากหลายทั้งในด้านพื้นฐานความรู้ สถานะทางเศรษฐกิจ สังคม อาชีพและความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวในอำเภอปาย ดังนั้นมุมมอง (Perspective) ต่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการกำหนดฉากทัศน์จึงมีความแตกต่างกัน ฉากทัศน์ที่น่าเสนอจึงเป็นภาพรวมที่เกิดขึ้นและส่วนใหญ่เห็นว่าฉากทัศน์ดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกับสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและแนวโน้มที่เป็นไปได้ในอนาคต ประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณาเพิ่มเติมคือการนำเอาฉากทัศน์และแผนยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้ผลการนำเสนอของผลการพัฒนายุทธศาสตร์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปแปลงสู่การปฏิบัติไปได้ครอบคลุมถึงการนำไปปฏิบัติจริง (Implementation) ซึ่งในการนำแผนไปปฏิบัติก็ต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบอื่นเพิ่มเติม อาทิทรัพยากร เวลาและลำดับความสำคัญของประเด็นยุทธศาสตร์

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การสร้างความหมายทางสังคมที่สะท้อนผ่านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับสภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่การท่องเที่ยว ซึ่งสัญลักษณ์และความหมายที่เกิดขึ้นสามารถสร้าง ทัศนคติ และรับรู้ความหมายร่วมกันโดยผ่านระบบความสัมพันธ์ในสังคม สัญลักษณ์และความหมายอาจสร้างโดยคนในหรือสร้างโดยคนนอก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยว และโดยหน่วยงานภาครัฐ จากสภาพและเงื่อนไขดังกล่าวหากมีการกำหนดทิศทางที่เหมาะสม สอดคล้องกับสังคม

วัฒนธรรมท้องถิ่นก็จะส่งผลให้เกิดผลดีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว และลดผลกระทบทางสังคม สิ่งแวดล้อม ดังนั้นถึงแม้จะมีหลายส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสัญญาและความหมายทางสังคมในพื้นที่ แต่หน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านของการกำหนดเทศบัญญัติการก่อสร้าง การสนับสนุนเอกชนในการสร้างสัญญาที่สอดคล้องกับท้องถิ่น และการจัดทำระบบสาธารณูปโภค การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมทางสังคมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น และการจัดทำป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ข้อมูลและความรู้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว การกำหนดนโยบาย เทศบัญญัติและข้อบัญญัติดังกล่าวจะมีผลให้ทุกภาคส่วนได้ร่วมกันสร้าง ปรับหรือสัญญาเกี่ยวกับป้ายและมีผลต่อการสร้างความจริงทางสังคมและอัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมป้ายโดยรวม

2. ผลการวิจัยพบว่าการท่องเที่ยวในอำเภอปายมีความสัมพันธ์กับฤดูกาล โดยฤดูหนาว (ต.ค. - มี.ค.) จะมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ในขณะที่ช่วงฤดูร้อนและฤดูฝน นักท่องเที่ยวจะลดลง โดยกลยุทธ์การตลาดในการขยายฤดูกาลท่องเที่ยวให้ยาวออกไป คือ การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้น ซึ่งหลากหลายแล้วแต่ผู้ประกอบการจะรังสรรค์ขึ้น กิจกรรมบางกิจกรรมได้รับการตอบสนองจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการจัดมหกรรมดนตรีเรกเก้ และมีความพยายามในการสร้างความหมายของดนตรีเรกเก้ไปควบคู่กับความหมายของความเป็นปาย การจัดกิจกรรมดังกล่าวได้ผลในเชิงกลยุทธ์การตลาด แต่ก็มีผลกระทบทางลบต่อสังคมวัฒนธรรมของปายโดยรวม ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดในการยืดฤดูกาลท่องเที่ยวควรมีการทบทวนประเภทกิจกรรม โดยอาจพิจารณาถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชน จะก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3. การท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอำเภอปาย แต่การท่องเที่ยวก็ส่งผลกระทบต่ออย่างมาก โดยเฉพาะมิติทางวัฒนธรรม จากการวิจัยพบว่าภาคเอกชน โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร เครื่องดื่ม(กาแฟ) เป็นกลุ่มที่ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวมากที่สุด และเป็นกลุ่มที่มีบทบาทอย่างสำคัญต่อการสร้างสัญญาโดยผ่านทางสถาปัตยกรรม การให้บริการ และสินค้าของที่ระลึก ขณะที่ภาคประชาชนและชุมชนได้รับผลกระทบอย่างมากต่อวิถีชีวิต ค่าครองชีพ และ ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งในมิติเชิงกายภาพและมิติเชิงวัฒนธรรม ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาขีดความสามารถในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนที่สอดคล้องกับวิถีชุมชน รวมถึงการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการชุมชนให้

สามารถดำรงวิถีชุมชนและสามารถตอบสนองการท่องเที่ยว เกิดการกระจายรายได้สู่ประชาชน และชุมชน อันจะส่งผลให้ชุมชนเห็นคุณค่า และตระหนักในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม

### ข้อเสนอแนะระดับปฏิบัติการในพื้นที่

1. กลุ่มองค์กรธุรกิจและองค์กรชุมชนในพื้นที่ประกอบด้วย ชมรมผู้ประกอบการ โรงแรม ชมรมรักษ์เมืองปาย คณะกรรมการหมู่บ้านและกลุ่มเยาวชนปาย ให้ริเริ่มและพยายามในการกำหนดทิศทางการพัฒนาปายให้คงอัตลักษณ์ปายในวิถีดั้งเดิม แต่การรวมตัวขององค์กรในการจัดกิจกรรมดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นการประชุมสัมมนาร่วมกันเพื่อวิเคราะห์และรับรู้สิ่งที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะมิติด้านการสร้างอัตลักษณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในปาย แต่การผลักดันแนวคิดของกลุ่มสู่การพัฒนาที่เป็นรูปธรรมยังไม่เป็นระบบและมีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการน้อย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์กรพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมถึงสถาบันอุดมศึกษา ควรเข้าไปมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มองค์กรดังกล่าวให้สามารถประสานและร่วมมือกันเพื่อให้เกิดพลัง (Synergy) ในการพัฒนาอำเภอปายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีมนต์เสน่ห์อัตลักษณ์เฉพาะตัวอย่างยั่งยืน

2. มาตรการทางการเงิน เป็นมาตรการสำคัญในการชี้นำภาคเอกชน โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรมและร้านอาหารให้ปฏิบัติตามแผนงานหรือยุทธศาสตร์การพัฒนา โดยมาตรการทางการเงินประกอบด้วย การหาแหล่งทุนเพื่อการลงทุน และมาตรการเก็บภาษี ซึ่งมาตรการทางการเงินเหล่านี้จะส่งผลให้ภาคเอกชนดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานและหลักการของชุมชน โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประกอบด้วยเทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล สามารถออกข้อบัญญัติที่เอื้อให้ภาคธุรกิจที่ปฏิบัติตามยุทธศาสตร์การพัฒนา จะได้รับการส่งเสริมยกย่องและการเลือกเก็บภาษีในอัตราที่ต่ำกว่าอัตราทั่วไป ทั้งนี้อาจรวมถึงมาตรการด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำจัดสิ่งปฏิกูลและดูแลสิ่งแวดล้อมที่ให้อำนาจองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการออกข้อบัญญัติเพื่อการลดอัตราภาษีแก่ผู้ประกอบการได้

3. กลยุทธ์การตลาดที่แอบอิงกับอัตลักษณ์ความเป็นปายมีอิทธิพลอย่างมากต่อการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับความเป็นปายแก่นักท่องเที่ยวและประชาชน โดยทั่วไป ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจเอกชน โดยเฉพาะ โรงแรม รีสอร์ท สปา และร้านอาหาร ควรมีกลยุทธ์การตลาดที่มีสัญลักษณ์ความเป็นปายไม่เกินเลยจากข้อมูลหรือข้อเท็จจริงจนเกินไป ซึ่งอาจเป็นศิลปกรรม หัตถกรรม

สถาปัตยกรรม วัฒนธรรมการดำเนินชีวิต รวมถึงบริบทเชิงกายภาพ โดยเฉพาะการจัดพิมพ์แผ่นพับ (โบชัวร์)แนะนำสถานประกอบการและการผลิตสื่อเคลื่อนไหวที่จะทำให้ป้ายถูกรับรู้และเข้าใจจากนักท่องเที่ยว ส่งผลให้ป้ายมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะ และส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. วิธีวิทยาในการวิจัยครั้งนี้มุ่งใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology) เป็นเครื่องมือในการตอบคำถามการวิจัย ในประเด็นพัฒนาการท่องเที่ยว อัตลักษณ์ และสัญญาทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามในประเด็นการกำหนดยุทธศาสตร์ และแนวทางการพัฒนานั้นมีความคาบเกี่ยวระหว่างการค้าในเชิงปรากฏการณ์นิยมและแนวทางการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ ตามแนวปฏิฐานนิยม (Positivism) ซึ่งอาจไม่กลมกลืนนักในเชิงปรัชญาการแสวงหาความรู้ ความจริง ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรกำหนดวิธีวิทยาการวิจัยให้ชัดเจนในลักษณะการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) พร้อมทั้งการศึกษาเกี่ยวกับการนำเอายุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม มีกระบวนการประเมินทั้งในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ

2. เนื่องจากการสร้างสัญญาทางวัฒนธรรมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยว ซึ่งการสร้างสัญญาและอัตลักษณ์มีลักษณะที่เป็นพลวัต (Dynamic) สัญญาและอัตลักษณ์บางอย่างเกิดขึ้น ดำรงอยู่ และหายไปอย่างรวดเร็ว แต่บางอย่างถูกสร้างขึ้นใหม่ และอาจส่งผลต่อการสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Reality) จนเกินเลยความเป็นจริง (Truth) และส่งผลกระทบต่อความสงบต่อการท่องเที่ยวปาย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพหลัก (owners ในการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเพื่อการจัดทำป้ายสัญญาสื่อความหมาย รวมทั้งสัญญาที่เกี่ยวข้องกับปายให้เป็นระบบเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อการคงอยู่และ หรือกำกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ปายให้ไปในทิศทางที่ต้องการ