

รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอป่าาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน



นางสาว ปานตา ดารามิตร

ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATION PATTERNS FOR TOURISM MANAGEMENT, PAI DISTRICT,  
MAE HONG SON PROVINCE



Ms. Panta Daramit

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2009

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอ  
ปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

โดย

นางสาวปานตา ดารามิตร

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ


อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก


รองศาสตราจารย์ ดร. ปารีชาติ สถาปิตานนท์

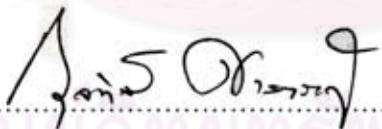
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

  
..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุธ เบญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา)

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ปารีชาติ สถาปิตานนท์)

  
..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กุลทิพย์ ศาสตร์ระจูลิ)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปานดา ดารามิตร : รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. (COMMUNICATION PATTERNS FOR TOURISM MANAGEMENT, PAI DISTRICT, MAE HONG SON PROVINCE) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รศ.ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 155 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน และเพื่อศึกษาบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการวิเคราะห์จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 25 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบการสื่อสารที่พบในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน นั้นสามารถเรียงลำดับตามปี 2524- 2552 ได้ดังนี้ 1) การสื่อสารผ่านพูดกับภาพ : จุดเริ่มต้นของการจุดประกายเสน่ห์เมืองปาย เป็นการสื่อสารเรื่องราวของปายผ่านการบอกเล่าแบบปากต่อปากและใช้ภาพถ่ายในการช่วยบรรยายเรื่องราวให้ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น 2) พลังหมึก รับประกันคุณภาพเที่ยวปาย เป็นรูปแบบการสื่อสารผ่านหนังสือคู่มือแนะนำเที่ยว 3) ขยายเรื่องปายสู่คนไทยในวงกว้าง ใช้การสื่อสารผ่านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของททท. 4) แพร่กระจายเรื่องปายผ่านศิลปินและศิลปะ ใช้รูปแบบการสื่อสารผ่านการตกแต่งร้าน ผ่านสินค้าที่ระลึก รวมทั้งสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสร้างการรับรู้ว่าปายเป็นเมืองแห่งศิลปะ 5) การสื่อสารกับการแก้ไขปัญหา เน้นรูปแบบการสื่อสารผ่านการรวมกลุ่ม การประชุม การใช้วิทยุชุมชนและการประสานความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก 6) วางระบบการสื่อสารอย่างครบวงจร ได้แก่ การสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต และ 7) พัฒนาการสื่อสารแบบมืออาชีพ ที่เน้นรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อกิจกรรม ควบคู่ไปกับการใช้การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

2. บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน พบว่า ผู้นำชุมชนมีบทบาททางการสื่อสารในด้านต่างๆ คือ การเป็นผู้ริเริ่มกิจกรรม, การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว, การประสานงานกับหน่วยงานภายนอก, สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และบทบาทในด้านเป็นที่ปรึกษาและช่วยแก้ไขปัญหาของชาวบ้าน

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อนิสิต.....ปานดา.....ฉกรรจ์.....  
 สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....  
 ปีการศึกษา.....2552.....

## 5184698428 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORDS: COMMUNICATION PATTERN/TOURISM MANAGEMENT/PAI DISTRICT MAE HONG SON PROVINCE

PANTA DARAMIT : COMMUNICATION PATTERN FOR TOURISM MANAGEMENT, PAI DISTRICT, MAE HONG SON PROVINCE. THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF.PARICHART STHAPITANONDA, Ph.D., 155 pp.

This research has 2 main objectives; 1. To study the pattern of Communications in Tourism Management in Pai District, Mae Hong Son Province. 2. To study the communication role of the community leaders in managing tourism industry in Pai District, Mae Hong Son Province. A qualitative methods with in-depth interview and was applied to collect data include non-participatory observation techniques.

The study has shown that :

1.The Communication Patterns for Tourism Management of Pai District, Mae Hong Son Province can be chronologically categorized from B.E. 2524-2552 as followed: (1) Word of mouth and visual communications: The buzz of Pai was initially created by word of mouth, accompanied with photos; (2) Print media: Pai attractions were relayed on travel guides that guaranteed its attractiveness; (3) Tourism Authority of Thailand helped promote Pai to the general public; (4) Arts and artists had an important role in helping promote Pai as an art community in forms of window displays, souvenirs, and print media; (5) Communication and problems solving via group meetings, local gatherings, local radio stations and aids from external units; (6) Integrated Marketing Communications via various Medias such as mass communication, personal communication and internet; (7) Advanced marketing development that emphasizes communications through activities in combination with integrated marketing communications.

2. The community leaders have an important role in Pai tourism communication by leading tourism activities, promoting tourist attractions, working closely with the government, encouraging local participation and solving problems for the locals.

Department : .....Public Relations..... Student's Signature ...Panta Daramit.....  
Field of Study : .....Development Communication.... Advisor's Signature .....Parichart.....  
Academic Year : ....2009.....

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์พัชณี เขยจรรยา ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.กุลทิพย์ ศาสตราจารย์ ดร.กรรมากรผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่คอยให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางแก้ไขจนวิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้นำชุมชนและชาวบ้านอำเภอบางบาล ทุกคนที่ให้การต้อนรับผู้วิจัยและยินดีให้ข้อมูลอย่างเต็มที่ ตลอดจนเพื่อนร่วมเดินทางในการไปทำวิจัยในครั้งนี้ ที่มีน้ำใจและคอยช่วยเหลืออย่างเต็มกำลังความสามารถ

ผู้วิจัยขอขอบคุณพี่ๆ บุคลากรของภาควิชาการประชาสัมพันธ์และคณะนิเทศศาสตร์ ที่ช่วยให้การติดต่อประสานงานในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ราบรื่น และขอบคุณเพื่อนๆ Devcomm ทุกคน โดยเฉพาะณริศา วรอร มาลีวรรณ ทศนาวดี อธิพร วรพร นัทธมน ฉัตรลดดา พิมพ์พรรณ จิตตินันท์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวदारामิตรทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจ ให้ความสนับสนุนและเป็นแรงกระตุ้นในการเรียนระดับปริญญาโทและการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ณ
บทที่	
1. บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	9
1.3 ปัญหำการวิจัย.....	9
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	9
1.5 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ.....	10
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
1.7 กรอบการวิจัย.....	12
2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเรื่องการสื่อสาร และรูปแบบการสื่อสาร.....	14
2.2 แบบจำลองการสื่อสารของ Grunig และ Hunt .....	20
2.3 แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา.....	25
2.4 แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม.....	30
2.5 แนวคิด Tipping Point.....	32
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร.....	35
2.7 แนวคิดเรื่องโพสต์โมเดิร์น.....	41
2.8 แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำและบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน.....	45
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49

บทที่	หน้า
3. ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 รูปแบบการวิจัย.....	52
3.2 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย.....	52
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	56
3.5 ความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล.....	56
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
3.7 การนำเสนอข้อมูล.....	58
4. ผลการวิจัย	
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน.....	60
4.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิจัย.....	84
4.2.1 รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนของตลาดน้ำยามเย็นอย่างไร.....	84
4.2.2 บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน.....	117
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 ข้อมูลเบื้องต้นของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน.....	123
5.2 สรุปผลการวิจัย.....	130
5.3 อภิปรายผลการวิจัย.....	134
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	147
รายการอ้างอิง.....	150
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	155



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แบบจำลองการสื่อสารแบบทางเดียว.....	17
2 แบบจำลองการสื่อสารแบบสองทาง.....	17
3 แบบจำลองนักประชาสัมพันธ์ในฐานะเอเยนต์ข่าวหรือผู้ตีพิมพ์เผยแพร่.....	21
4 แบบจำลองนักประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้นำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อสาธารณชน..	22
5 แบบจำลองนักประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้ประสานงานสองฝ่ายอย่างไม่สมดุล.....	22
6 แบบจำลองนักประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้ประสานงานสองฝ่ายอย่างสมดุล.....	23
7 แสดงรูปแบบการสื่อสารที่พบในการจัดการท่องเที่ยวอำเภอปาย.....	85
8 ภาพร้านมิตรไทย.....	91
9 ภาพเสื่อยี่ด สินค้าที่ระลึกจากอำเภอปาย.....	92
10 ภาพโปสเตอร์จากอำเภอปาย.....	95
11 ใบปิดหนังภาพยนตร์เรื่อง “รักจัง” .....	99
12 ภาพ PAI POST.....	103
13 โปสเตอร์เทศกาลดนตรี.....	106
14 โปสเตอร์เทศกาลหนัง.....	107
15 งานแถลงข่าวเทศกาล Season of love@Pai และกิจกรรมของคูบัวสาว.....	108
16 ภาพจากภาพยนตร์ปาย อิน เลิฟ.....	110
17 มุมถ่ายรูปของธนาคารกสิกรไทย.....	113

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปาย เมืองแห่งความเงียบสงบท่ามกลางธรรมชาติ เป็นอำเภอเล็กๆ แห่งหนึ่งทางด้านเหนือ ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ตั้งอยู่ริมแม่น้ำในหุบเขากว้างอันเต็มไปด้วยเสน่ห์จากธรรมชาติป่าเขา น้ำพุ ร้อน แม่น้ำ ท้องทุ่งไร่นา ชุมชนบ้านเรือน ผู้คนพื้นถิ่น สีสันของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ และวัฒนธรรม พื้นเมืองอันหลากหลาย ด้วยอากาศที่สุขสบายทำให้เมืองปายเป็นสวรรค์บนดินอันดับต้นๆ ของไทย ที่นักเดินทางท่องเที่ยวจากทุกมุมโลกมักจะวางปายเป็นเป้าหมาย เมื่อมีโอกาสมาเยือนภูมิภาคนี้

กล่าวกันว่าคำว่า "ปาย" มาจากภาษาไทยใหญ่ ซึ่งแปลว่า "การอพยพ" คำว่า "ปาย" หาก ออกเสียงลงต่ำแล้วจะหมายถึงการหลบหนีอพยพหรือเคลื่อนย้ายออกไป กาลเวลาผ่านไปทำให้ เสียงสูงต่ำ และการสะกดคำเปลี่ยนแปลงไป บ้างก็ว่า คำว่า "ปาย" มีที่มาจากเรื่องราวของ ช้างพลายสองเชือกของพระเจ้าศรีใจยา เจ้าราชบุตรเชียงใหม่ ซึ่งพลัดหายไปตามลำน้ำ และ ติดตามกลับมาได้เพียงเชือกหนึ่ง ส่วนอีกเชือกหนึ่งล้มตายในแม่น้ำ พระเจ้าศรีใจยาจึงตั้งนาม แม่น้ำสายนี้ว่า "พลาย" แต่หากออกเสียงตามสำเนียงพื้นบ้านของคนล้านนาจะเป็น "ปาย" นักท่องเที่ยวต่างชาติมักออกเสียงชื่อเมืองนี้ว่า "พาย" ตามการสะกดอักษรภาษาอังกฤษว่า "PAI" (ยอด เนตรสุวรรณ, 2552 : ออนไลน์)

ตามประวัติศาสตร์กล่าวว่า ปายเป็นส่วนหนึ่งของอาณาจักรเชียงใหม่ และตกมาอยู่ ภายใต้การปกครองของนครเชียงใหม่ ต่อมาในสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ราวปีพ.ศ. 2454 ได้มีการยกฐานะเมืองแม่ฮ่องสอนเป็นจังหวัดแม่ฮ่องสอนและเมืองปาย ก็กลายเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ในสมัยนั้นการเดินทางมายังอำเภอปาย เป็นเรื่อง ที่ค่อนข้างลำบาก เพราะการคมนาคมยังไม่เจริญ ไม่มีถนนตัดผ่าน ผู้คนต้องใช้การเดินทางด้วยเท้า ชีม่า หรือใช้แม่น้ำปายเป็นเส้นทางหลักในการล่องแพจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ด้วยที่ตั้งของปายที่เป็นจุดกึ่งกลางระหว่างแม่ฮ่องสอนและเชียงใหม่ ทำให้ปายกลายเป็นเมืองที่อยู่ในเส้นทางการค้า ระหว่างเชียงใหม่กับแม่ฮ่องสอน

ปายเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อปี 2528 หลังจากการสร้างทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1095 จากแม่มาลัยผ่านอำเภอปาย ปางมะผ้า ไปยังแม่ฮ่องสอน ส่งผลให้รูปแบบการดำรงชีพ

เปลี่ยนแปลงไป เช่น การปลูกพืชเพื่อการพาณิชย์แทนข้าว อย่างไรก็ตามเมืองปายในระยะแรกยังเป็นเพียงจุดแวะพักของนักเดินทางท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจุดหมายปลายทางไปยังเมืองแม่ฮ่องสอนเท่านั้น แต่ด้วยสภาพธรรมชาติและความงามของปายได้สร้างความประทับใจ จนนำไปสู่การเล่ากันข้ามโลกในหลายภาษา ทั้งเล่าต่อกันแบบปากต่อปาก อินเทอร์เน็ต บทความท่องเที่ยว สารคดีโทรทัศน์ ทำให้เมืองปายถูกกล่าวถึงว่ามีเสน่ห์ และน่าท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงเริ่มมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่ปายมากขึ้น

เมื่อปายเป็นที่รู้จัก ผ่านการบอกเล่า หลายๆ คนมักจะพูดถึงปาย ในความหมายที่คล้ายกัน เช่น *ปาย...เสน่ห์เมืองสามหมอก* หรือ *ปาย...โรแมนติกในไอหมอก* *ปาย...เมืองในฝันของนักเดินทาง* แม้กระทั่งในสื่อต่างประเทศก็มีคำจำกัดความถึง “ปาย” ว่า *Pai an Earthly Paradise .. ,Sleep in Pai and see Heaven .., Heaven does really exists – in Pai* ส่วนไกด์บุ๊กหรือหนังสือแนะนำเที่ยวชื่อดังอย่าง *Lonely Planet* ได้บรรยายถึงปายไว้ว่า “... it's in the middle of a gorgeous green valley with hot springs, rice fields and a lovely lazy river.” เพื่อให้นักท่องเที่ยวจินตนาการถึงเมืองเล็กๆ แห่งนี้ ว่าน่ารื่นรมย์เพียงใด ทั้งภูมิประเทศที่เป็นเมืองในหุบเขา รายล้อมด้วยนาข้าวเขียวขจีและยังมีแม่น้ำไหลเอื่อย ซึ่งเป็นบรรยากาศเหมาะสำหรับการพักผ่อน จนมีบางคนถึงกับขนานนามว่านี่คือ “ยูโธปาย” หรือ “ยูโธเปีย” เมืองในอุดมคติของโทมัส มอร์ (ประเทศไทย, 2552: ออนไลน์)

จากคำบอกเล่าข้างต้นและการบรรยายถึงทัศนียภาพที่สวยงามเหมาะแก่การมาพักผ่อน ทำให้เมืองปายมีสโลแกนว่า “...nothing in Pai” “Do nothing in Pai” โดยมีความหมายว่าที่ปายไม่มีอะไร และไม่มีอะไรต้องทำที่ปาย เนื่องจากวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของผู้คนท้องถิ่น สภาพอากาศที่เย็นสบาย มีธรรมชาติที่สวยงาม จึงทำให้ปาย เป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การมาพักผ่อน ไม่ต้องคิดว่าวันนี้จะไปไหน จะทำอะไร ทำตัวสบายๆ กินๆ นอนๆ กลิ้งๆ แล้วซาร์จไฟกลับไปทำงาน เมื่อได้มาพักผ่อนที่ปายทำให้รู้สึกเหมือนว่าโลกหมุนช้าลง ไม่มีอะไรที่ต้องเร่งรีบ ดังที่หลายๆ คนมักพูดว่า “อยู่ที่นี่ ชี้เกียจได้ทั้งวัน สบายจริงๆ” (ยอด เนตรสุวรรณ, 2552:19)

นอกจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นแล้ว ยังมีการย้ายถิ่นฐานของคนจากเชียงใหม่ กรุงเทพฯ และจังหวัดต่างๆ รวมทั้งคนต่างชาติเข้ามาอยู่ในปายมากขึ้นอีกด้วย ซึ่งส่วนมากก็คือนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวแล้วหลงใหลในมนต์เสน่ห์ของปาย จนตัดสินใจมาลงหลักปักฐานใช้ชีวิตที่นี่ โดยมากมักเข้ามาประกอบกิจการเล็กๆ อย่างร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านขายโปสการ์ด หรือเปิดเกสต์เฮาส์ขนาดเล็กเพื่อให้มีรายได้เพียงพอต่อการดำเนินชีวิตในเมืองที่เค้ารักแห่งนี้

“...เสน่ห์เมืองปายที่ตนเองหลงใหลอยู่ที่คนพื้นที่ดั้งเดิม ทั้งไตปาย คนเมือง ลีซอ จีน พวกเขา มีสิ่งดีๆ ที่ชาวกรุงเทพฯ ไม่มี เช่น ไม่ต้องเร่งรีบ ไม่ต้องขวนขวาย เพราะรู้สึกว่ามีพอกอยู่แล้ว มีสิ่งแวดล้อมที่ดี...” วัชรวิภาณีชยานนท์ เจ้าของร้านกาแฟ All About Coffee กล่าวถึงสาเหตุที่ตัดสินใจมาใช้ชีวิตอยู่ที่ปาย (ยอด เนตรสุวรรณ, 2552:5)

“...หลงรักที่นี้ตรงสิ่งแวดล้อม ท้องนา ป่าเขา แม่น้ำ ผู้คน และถึงกับหลงรักปักฐานเพราะสามารถทำมาหากินมีรายได้ดี...” ปราชญา พานิชชาติ เจ้าของร้านสบายดีแกลอรี่ (ยอด เนตรสุวรรณ, 2552:3)

โดยผู้เข้ามาประกอบกิจการต่างๆ เหล่านี้ ล้วนมองเห็นความเป็นปายไปในทิศทางเดียวกัน และต้องการให้ปายยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิม จึงมีการตกแต่งร้านเพื่อให้เข้ากับท้องถิ่น บรรยากาศของร้านเหล่านี้จึงออกมาเรียบง่ายและมีศิลปะแฝงในตัว ซึ่งกลายเป็นเสน่ห์เป็นเอกลักษณ์ของเมืองปายในที่สุด ส่งผลให้ต่อมาปายกลายเป็นเมืองศิลปะและชุมชนศิลปินย่อยๆ แห่งหนึ่ง นักเดินทางที่มีโอกาสไปเยือนปาย ต่างกลับมาเล่าขานถึงบรรยากาศที่ผสมผสานระหว่างวิถีชีวิตท้องถิ่นกับกลิ่นอายศิลปะร่วมสมัยได้อย่างลงตัว แกลอรี่ศิลปะที่แทรกตัวอยู่ระหว่างร้านกาแฟเล็กๆ ในหมู่บ้านไม้แถวเก่าแก่ของชุมชน ร้านหนังสือที่มีภาษาต่างประเทศครบเกือบหมดทุกภาษา ตั้งอยู่ใกล้ๆ วัดที่สร้างด้วยสถาปัตยกรรมแบบไทใหญ่ ตลอดจนสตูดิโอปั้นเซรามิคและทำเครื่องเงินที่ซ่อนตัวอยู่ในทิวไม้ท่ามกลางอ้อมกอดของขุนเขา เหล่านี้คือความเปลี่ยนแปลงที่แต่งแต้มให้เมืองเล็กๆ แห่งนี้มีสีสันมากยิ่งขึ้น

จากพลังของการสื่อสาร ทั้งอิทธิพลของปรากฏการณ์ปากต่อปาก และอิทธิพลของสื่อมวลชน ทำให้เกิดกระแสนิยม(เที่ยว)ปาย ทั้งในหมู่ชาวไทยและชาวต่างชาติ หลายคนมาเที่ยวปายเพราะได้ยินการบอกเล่าถึงความสวยงามของธรรมชาติที่ปาย บางคนมาเพราะเห็นวิวสวยๆ ของปายจากภาพยนตร์หรือรูปถ่ายที่มีคนไปลงไว้ตามเวบบอร์ดหรือเวบบล็อก หรือตามหนังสือตามรายการท่องเที่ยวต่างๆ ประกอบกับบริบทแวดล้อมของปายที่ผสมผสานกันอย่างลงตัว ทั้งสภาพอากาศ บ้านเรือน นิสัยใจคอของคนท้องถิ่น รวมทั้งที่พักและร้านรวงต่างๆ ที่ตกแต่งอย่างเรียบง่าย มีศิลปะ สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นปาย ล้วนสร้างความประทับใจให้กับผู้ที่ได้มาเยือนปายได้เป็นอย่างดี จึงไม่น่าแปลกใจที่หลายๆ คนมักกลับไปเยือนปายซ้ำอีก

โดยเฉพาะในช่วงสิบปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวปายเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ส่งผลให้เมืองปายสามารถทำรายได้จากการท่องเที่ยวได้ปีละเกือบพันล้านบาท ทั้งนี้จากการ

สำรวจของสำนักงาน ททท.แม่ฮ่องสอน ระหว่างปี พ.ศ.2547 ถึงต้นปีพ.ศ.2548 พบว่ามีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวถึง 156,000 คน แบ่งเป็นชาวไทย 76,000 คน และชาวต่างชาติ 80,000 คน มีการใช้จ่ายเงินเฉลี่ยต่อคนต่อวันอยู่ที่ประมาณ 1,025 บาท คำนวณได้ว่าเมืองปายมีรายได้เฉลี่ยจากนักท่องเที่ยวประมาณปีละ 889,200,000 บาท

“...จากปีก่อนโน้น เราเคยต้อนรับนักท่องเที่ยวช่วงเทศกาลปีใหม่ ราว 2 หมื่นเศษ เราก็ว่ามากแล้ว แล้วก็เป็นตัวเลขที่น่าพอใจ แต่ปีล่าสุด ปาเข้าไปถึงแสนกว่าคน ถ้าคำนวณแล้ว เท่ากับว่าจำนวนมันเพิ่มขึ้น 500 เปอร์เซ็นต์ ทั้งๆที่ผ่านไปแค่ปีเดียว ก็เป็นเรื่องที่น่าตกใจไม่น้อย ...” นายนิเวศน์ พูลสวัสดิ์ นายอำเภอปาย (ข่าวสด, 3 มกราคม 2552)

“...หน้าหนาว ถนนในเมืองปายอย่าว่าแต่ที่เดินเลย..แค่ว่าจะหายใจยังจะไม่มี” คำพูดจากคนขับรถประจำทางสายปาย-เชียงใหม่ (ปานใจ ปันจินดา, 2552: ออนไลน์)

“เวลานักท่องเที่ยวมาทีเยอะๆ มันเหมือนกับว่าเราเป็นนักยกน้ำหนักเลยนะ น้ำหนักตัวแค่ 40 กว่าโล แต่ต้องแบกน้ำหนักเป็นร้อยกิโล.....” นายนิเวศน์ พูลสวัสดิ์ นายอำเภอปาย (ข่าวสด, 3 มกราคม 2552)

จากคำกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวปายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ส่งผลให้สภาพของปายเริ่มเปลี่ยนแปลงไป บ้านเรือนแบบดั้งเดิมของชาวบ้านเริ่มแปรเปลี่ยนเป็นที่พักและร้านค้า เพื่อให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ที่พักมีหลากหลายขึ้น ทั้งแบบโฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท หรือโรงแรม ห้องพักก็มีหลายระดับ มีตั้งแต่คืนละ 150 บาท ไปจนถึงหลักหมื่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามความพอใจ มีร้านสะดวกซื้อเพื่อให้นักท่องเที่ยวสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น มีการจัดงานเทศกาลต่างๆ เพื่อสร้างความบันเทิงและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามามากยิ่งขึ้น เช่น เทศกาลหนัง หรือเทศกาลดนตรีรักเก้ เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเป็นระยะเช่นนี้ เปรียบเสมือนเหรียญสองด้าน ที่มีทั้งผลดีและผลเสียต่อปาย ในแง่ดีคือ ทำให้คนในท้องถิ่นมีอาชีพและมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว มีความเป็นอยู่ที่สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น แต่ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตที่เคยเรียบง่ายของชาวบ้านชุมชนท้องถิ่น เช่น ตลาดเช้าของชาวบ้านในเขตเทศบาลอำเภอปายถูกกลืนหายไป แสง สี เสียง ของฉับบาร์ยามค่ำคืน ทำให้เหมือนอยู่ในย่านสถานบันเทิงของเมืองใหญ่นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในอำเภอปาย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น เทศกาลดนตรีรักเก้ เทศกาลหนังเมืองปาย โดยไม่คำนึงถึงความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นที่มักจะ

ต้องการความสงบ พักผ่อนเข้านอนแต่หัวค่ำ หลังกลับจากทำสวนทำนา แต่ก็นอนไม่ได้เพราะเสียง อึกทึกจากสถานบันเทิงและงานรื่นเริงต่าง ๆ ทำให้ชาวบ้านบางคนทนไม่ไหวต้องยอมขายที่ดิน ให้กับนายทุนแล้วอพยพไปอยู่เชิงเขาแทน ส่งผลให้ที่ดินของชาวบ้านถูกเปลี่ยนมือไปสู่นายทุนที่ เข้ามาเพื่อหวังกอบโกยผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว วัฒนธรรมดั้งเดิมที่เคยมีอยู่ก็เริ่มเปลี่ยน ปัญหาสังคมที่ไม่เคยมีมาก่อนก็เริ่มปรากฏ เช่น ปัญหายาเสพติด อาชญากรรมและปัญหาเยาวชน ที่เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ยังเกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมตามมา เช่น ปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้น จนประสบ กับปัญหาในการจัดการขยะ เนื่องจากมีปริมาณมากเกินกำลังที่เทศบาลจะจัดการเองได้ ปัญหา มลพิษทางอากาศที่เกิดจากปริมาณรถยนต์ที่เข้ามามากขึ้นและมลพิษทางเสียงจากคลับบาร์และ กำลังมีปัญหาเรื่องการขาดแคลนน้ำตามมา เนื่องจากปริมาณความต้องการใช้น้ำที่มากขึ้น

"...เมื่อก่อนที่ป่าไม่เคยมีขโมยใจผู้ร้าย จอครทึงไวยังไงก็ไม่หาย แต่มาวันนี้ไม่แน่..."

บุญหล่อ อริยะวัฒน์ ผู้นำชาวจีนยูนนานแห่งหมู่บ้านสันติชน

(ปานใจ ปิ่นจินดา, 2552: ออนไลน์)

"...ช่วงนั้นเราเริ่มเห็น คือมีหนังสือที่เขียนถึงป่า เป็นลักษณะว่าเป็นสวรรค์บนดิน เราพอนึกภาพออกว่าพอนหนังสือพวกนี้ออกไปมันต้องมีคนฉวยโอกาสแล้วก็เป็นอย่างนั้นจริงๆ คนทยอยเข้ามาเยอะขึ้น เราก็เจอปัญหาเหมือนกัน หมู่บ้านได้รับผลกระทบจากการเติบโต ก่อนข้างเกือบจะ สลายเหมือนกัน" อัมพันธ์ ปรชัญญาวิชัยกุล คณะทำงาน เสริมสร้างความเข้มแข็งองค์กรชุมชน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน (มติชน, 8 พฤษภาคม 2552)

"...เมื่อก่อนป่าเปลี่ยนไปมาก ปกติคนป่าเข้านอนกันแต่หัวค่ำ หลังทำสวนทำนามาก็นอน กันแล้ว ชาวบ้านต้องการความสงบ ต้องการพักผ่อน แต่นอนไม่ได้ เสียงมันอึกทึก นักท่องเที่ยว เขาร้องรำทำเพลงจนดึกดื่น..." พอลอกรูใจ อธิยา ประธานสภาวัฒนธรรมแม่ฮ่องสอน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน (ประเทศไทย, 2552: ออนไลน์)

"...วันนี้เราเจอปัญหาเรื่องการจัดการขยะที่มากเกินกำลังที่เทศบาลจะจัดการเองได้ นอกจากนี้ก็มีเรื่องศพลอยน้ำ ซึ่งอยากให้การประสานภูมิภาคเข้ามาจัดการแทน..." นาย นิเวศน์ พูลสวัสดิ์ นายอำเภอปาย (ข่าวสด, 3 มกราคม 2552)

ผลจากการเปลี่ยนแปลงส่งผลให้สมาชิกหลายฝ่ายในอำเภอปายเริ่มตระหนักถึงปัญหาที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการริเริ่มพูดคุยวางแผนในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อที่รักษา สภาพสังคม และวัฒนธรรม ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติให้คงสภาพเดิม โดยมุ่งหวังให้เกิดการ

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่เน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ ของชุมชน รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เพื่อสร้างความตระหนักในคุณค่าของการมา เที่ยวพายให้แก่นักท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวรู้จักอำเภอพายอย่างลึกซึ้ง ไม่ใช่การมาเที่ยวตาม กระแสนิยมเพียงอย่างเดียว ขณะเดียวกันก็ปลูกฝังค่านิยมที่ดีงาม รวมทั้งถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับ ประเพณีดั้งเดิมให้แก่คนในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความสำนึกรักในชุมชนดั้งเดิม อันจะส่งผลให้อาเภอ พายสามารถที่จะรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้ได้และเพื่อที่จะพัฒนาอำเภอพายให้เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

ดังจะเห็นได้จากเสียงสะท้อนจากคนเมืองพาย ซึ่งเป็นคนท้องถิ่นดั้งเดิม ที่บอกเล่า ความรู้สึกให้รับรู้ว่า พายกำลังเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วและรุนแรง ในช่วงไม่กี่สิบปีที่ผ่านมาและ ต้องการให้เกิดการร่วมมือร่วมใจของคนในชุมชนท้องถิ่นเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น กลุ่มผู้ เฒ่าผู้แก่อำเภอพาย ที่เสนอให้ องค์การส่วนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมกิจกรรม ถ่ายทอดความรู้ อบรมหรือแม้กระทั่งการทำหลักสูตรท้องถิ่น จัดทำฐานข้อมูล ทำการวิจัยและ เผยแพร่องค์ความรู้ออกไปให้คงอยู่ ส่วนเรื่องที่เกี่ยวข้องที่สามารถทำได้เลยก็คือ การสนับสนุนให้มี ปลูกสมุนไพรในบ้านเหมือนในอดีต การสืบสานประเพณีดั้งเดิม เป็นต้น

“...เมืองพายกับการท่องเที่ยว มันต้องค่อยเป็นค่อยไป และต้องมานั่งพูดคุยวางแผนใน การจัดการกันอย่างจริงจัง แต่ทุกวันนี้มันยังไม่เข้ากันเลย บางคนเป็นผู้ประกอบการ บางคน เป็นเจ้าหน้าที่อำเภอ อบต. เทศบาล บางคนเป็นชาวบ้าน เป็นนักท่องเที่ยวไปกันคนละทิศละทาง กันเลย...” พ่อครูใจ อินยาประธานสภาวัฒนธรรมแม่ฮี้ อ.พาย จ.แม่ฮ่องสอน (มติชน, 9 ตุลาคม 2549)

“...อยากทำให้เห็นว่าไม่ต้องสร้างบังกะโลสวยหรู แต่อยู่เรียบง่ายอย่างที่เราเป็น ก็ขาย ความเป็นตัวเองได้ เป็นชาวนาก็ขายความเป็นชาวนา ชวนฝรั่งไปปลูกข้าว กลับมาขึ้นในจุดที่เรา เป็น วันหนึ่งถึงไม่มีนักท่องเที่ยวมาเลย ผมก็ยังทำเกษตร ทำไร่ทำนา มีครกตำข้าวกิน ผักเราก็ ปลูก ผลไม้เราก็มี อยากจะกินอะไรคว้าตะกร้าเดินไปเก็บเอาในซูเปอร์มาร์เก็ตในสวน...” สันโดษ สุขแก้ว เจ้าของโฮมสเตย์ไฮ้ฮู้ตาค่า (ปานใจ ปิ่นจินดา, 2552: ออนไลน์)

“...เพราะฉะนั้น สิ่งที่ต้องคิดคือ หยุดการเจริญเติบโตของเมือง ประสานกับทุกฝ่ายเพื่อมา ระดมความคิด เพื่อสร้างเสริมส่วนที่สึกหรอเสียก่อน แล้วค่อยๆก้าวเดินต่อไปอย่างพอเพียง...”

สมชาย บุษกร ผู้นำทางศาสนาและประวัติศาสตร์ชุมชนมุสลิมเมืองปาย (ประเทศไทย, 2552: ออนไลน์)

"...เราต้องการให้ปายเป็นเมืองธรรมดา อยู่ท่ามกลางขุนเขา ที่ชาวบ้านทำไร่ ทำนา คนท้องถิ่น ได้ทำมาค้าขายทำมาหากิน มีวัฒนธรรมเก่าแก่ที่คนพื้นเมืองสืบสานกันมา ทั้งชาวไทยใหญ่ ไทภูเขา ชาวเมือง ชาวมุสลิม วิถีที่เป็นอยู่ในอดีตเป็นเสน่ห์ที่น่าสนใจ ศึกษาเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว ที่ผ่านมารัฐจะสร้างปายเป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง ไม่ได้มองความเป็นปายอย่างแท้จริง อย่างการสร้างสนามบินปาย คนส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย ไม่สอดคล้องกับความเป็นเมืองสงบงาม รวมทั้งทุกวันนี้มีคนมาเที่ยวปายเยอะอยู่แล้ว ตลอดทั้งปีด้วย....." พัทรี อาจหาญ เจ้าของเกสต์เฮาส์บ้านตะวัน (ปานใจ ปันจินดา, 2552: ออนไลน์)

"...อยากเห็นปายเป็นศูนย์รวมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี ผมเคยบอกหลายครั้งว่า ผู้ที่จะพาปายรอดคือผู้นำท้องถิ่นและชุมชน ไม่ใช่ผอ.ทั้งหลายที่อยู่แต่ในห้องแอร์ มวลรวมของปายเป็นภาพที่ใหญ่และกว้าง ผมทำได้แค่ปกป้องหมู่บ้านของผมเท่านั้น อย่างตอนนี้เรามีกฎของหมู่บ้านจะไม่ขายที่ดินให้ต่างชาติ..." ผู้นำบุญหล่อแห่งบ้านสันติชนกล่าว (ปานใจ ปันจินดา, 2552: ออนไลน์)

"...เราตั้งกรรมการจาก 3 หมู่บ้านขึ้นมาเพื่อปกป้อง กฎกติกา คือหนึ่ง-ชอกันอย่าขายที่ดิน ถ้าจะขายต้องคุยกับกรรมการก่อน สอง-ถ้าหากซื้อคืนได้เราจะซื้อคืนโดยใช้เงินกองทุน ถ้าซื้อคืนไม่ได้ อันนี้อาจจะต้องคุยกันยาว หลายขั้นตอน ที่ผ่านมาระซื้อคืนจากนายทุน 2 แปลง เราบอกว่าถึงแม้คุณจะไปซื้อ คุณก็ทำอะไรไม่ได้ คุณจะยอมซื้อหรือยอมเสีย ซื้อคืนเสร็จก็เป็นของส่วนรวม มันกลายเป็นที่ดินของหมู่บ้าน ที่ผ่านมาก็นำไปให้โรงเรียนใช้ประโยชน์ทำเป็นสวนเกษตรพอเพียง 2 ไร่กว่า อีกที่เอาไปทำสนามกีฬา" อัมพัน ปรัชญาวริชัยกุล คณะทำงาน เสริมสร้างความเข้มแข็งองค์กรชุมชน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน (มติชน, 8 พฤษภาคม 2552)

จากเสียงของสมาชิกในชุมชน แสดงให้เห็นว่าในการริเริ่มจัดการการท่องเที่ยวของชาวบ้านนั้น อาศัยการสื่อสาร โดยเน้นการพูดคุยตกลงกันเป็นหลัก รวมทั้งมีการเสนอแนะแนวทางและขอความร่วมมือจากคนในชุมชน ดังนั้นในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน การสื่อสารนับว่ามีความสำคัญอย่างมาก เพราะการสื่อสารเป็นเสมือนเครื่องมือที่ทำให้เกิดการรวมตัวกันของสมาชิกชุมชน เพื่อให้การดำเนินงานอย่างใดอย่างหนึ่งบรรลุเป้าหมาย นอกจากนี้การสื่อสารยังช่วย



ประสานความร่วมมือและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับชุมชน ตลอดจนช่วยให้การประสานงานกับบุคคลภายนอกในการขอความร่วมมือด้านต่างๆ เป็นไปด้วยดียิ่งขึ้น

สำหรับการสื่อสารของชาวบ้านในการจัดการการท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องนั้นสะท้อนให้เห็นถึงการใช้ การสื่อสารภายใต้กระบวนทัศน์ทางเลือกด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (The Alternative Paradigm of Development Communication) ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน นับเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้การมีส่วนร่วมนั้นเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพของสมาชิกชุมชนในการคิดและลงมือปฏิบัติภารกิจต่างๆร่วมกัน นับตั้งแต่การสนับสนุนให้เกิดการหันหน้าเข้าหากัน สื่อสารกัน ระวัง และได้ยินความคิดเห็นร่วมกันอย่างเข้าใจ ฝึกวิเคราะห์ปัญหาและตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆของชุมชนร่วมกัน ทดลอง พัฒนา ซ่อมแซม เชื่อมต่อ และบริหารช่องทางการสื่อสารต่างๆ ในชุมชน อันจะส่งเสริมให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารต่างๆในชุมชนเป็นไปอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน และในขณะเดียวกันก็ช่วยให้ชุมชนมีทางเลือกในการบริโภคสื่อสาระที่มีประโยชน์ต่อชุมชน ตลอดจนเป็นการสะท้อนให้สมาชิกชุมชนเห็นคุณค่าของตนเองและชุมชนในการรับผิดชอบต่อภารกิจต่างๆร่วมกัน(ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2549: 115)

นอกจากนี้การมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ยังช่วยเพิ่มพลังอำนาจ (empowerment) ให้กับสมาชิกในชุมชนในการร่วมกันคิด (collective thinking) และร่วมกันตัดสินใจ (collective decision-making) ในเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน ตลอดจนร่วมปฏิบัติการ (collective action) ในการพัฒนาชุมชนไปสู่ทิศทางที่เหมาะสม (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2549: 116)

ซึ่งหลักการการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนนั้น ยังสอดคล้องกับหลักการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ลินด์ สโรบล (2546:11) ได้กล่าวไว้ว่าหลักการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สำคัญนั้นจำเป็นต้องมีพื้นฐานมาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนเช่นกัน และเน้นการให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชน วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในท้องถิ่น หรือความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น รวมทั้งปลูกฝังจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ และรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว

เนื่องจากการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินกิจการต่างๆในชุมชน พลังของการสื่อสาร สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ ดังกรณีการท่องเที่ยวของปายในยุคแรก ที่เกิด

จากพลังของการสื่อสารควบคู่กับอิทธิพลของบริบทแวดล้อมต่างๆ ส่งผลให้ปายเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลก หากพลังของการสื่อสารจะช่วยให้สมาชิกในชุมชนปายสามารถร่วมมือร่วมใจในการจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกครั้ง เพื่อพลิกฟื้นวิถีชีวิตท้องถิ่นควบคู่ไปกับการพัฒนาท่องเที่ยว และนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีและพึงพอใจกับวิถีชีวิตของตนของชาวบ้านท้องถิ่น ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวก็ได้รับความประทับใจจากการมาเยือนปาย เมืองที่ได้ชื่อว่าเป็นเสมือน สวรรค์บนดิน

ในครั้งนี้นักวิจัยจึงมีความสนใจเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย ว่าใช้การสื่อสารรูปแบบใดในการจัดการการท่องเที่ยวตั้งแต่ระยะแรกๆของการท่องเที่ยวเมืองปาย จนถึงปัจจุบันที่ปายได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจนถึงขีดสุด โดยแบ่งการวิจัยเป็น 2 ประเด็น คือ รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวและบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย
2. เพื่อศึกษาบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวอำเภอปาย

### ปัญหานำการวิจัย

1. รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปายเป็นอย่างไร
2. ผู้นำชุมชนอำเภอปายมีบทบาททางการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยว ของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยวิเคราะห์ภายใต้บริบททางการสื่อสาร ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการสื่อสาร และแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของผู้นำ มาช่วยวิเคราะห์ส่วนต่างๆของการวิจัย

ซึ่งพื้นที่ที่ผู้วิจัยทำการศึกษา คือ เขตเทศบาลตำบลปายและตำบลเวียงใต้ เนื่องจากเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอำเภอปาย

โดยการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาตั้งแต่ระยะเริ่มต้นของการท่องเที่ยวในอำเภอปายในปีพ.ศ. 2524 จนถึงปัจจุบัน คือพ.ศ. 2552

## นิยามศัพท์

การสื่อสาร	หมายถึง	กระบวนการการถ่ายทอดหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่สามารถใช้อำนาจไปใช้ในการติดต่อระหว่างกันจนสามารถทำให้เกิดการก่อตัวรวมกลุ่มกัน
รูปแบบการสื่อสาร	หมายถึง	การสื่อสารในลักษณะต่าง ๆ เพื่อถ่ายทอดคำพูด ความคิด ความรู้สึก ตลอดจนข้อมูลข่าวสาร ในที่นี้หมายถึง รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของอำเภอบาง โดยใช้รูปแบบการสื่อสารและแบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นเกณฑ์
การจัดการการท่องเที่ยว	หมายถึง	การดำเนินงานของสมาชิกอำเภอบาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน บุคคลและหน่วยงานภายนอกในการร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ภายใต้สถานการณ์การดำเนินงานทั่วไป สถานการณ์การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานและสถานการณ์การปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยว โดยแสดงออกในรูปของการประชุม การแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจ การเข้าร่วมประมวผล โดยคำนึงถึงสภาพธรรมชาติ สภาพสังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบ
สมาชิกในชุมชน	หมายถึง	กลุ่มบุคคลที่อาศัยและบุคคลที่ประกอบกิจการในอำเภอบาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน
การมีส่วนร่วม	หมายถึง	การที่สมาชิกของอำเภอบาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ
ผู้นำชุมชน	หมายถึง	บุคคลในอำเภอบางที่มีอิทธิพลหรือมีความสามารถในการโน้มน้าว

น้ำวใจให้สมาชิกในชุมชนปฏิบัติตามได้ โดยแบ่งเป็น 2 ประเภทกว้างๆ คือ 1.ผู้นำแบบเป็นทางการ คือ ผู้ได้รับการเลือกตั้งหรือแต่งตั้งจากทางราชการ 2.ผู้นำแบบไม่เป็นทางการ คือ ผู้มีอิทธิพล มีความสามารถ รู้สถานการณ์ของอำเภอ ปายเป็นอย่างดี ไม่ใช่บุคคลที่ได้รับมอบหมายหน้าที่จากทางราชการ แต่เมื่อชาวบ้านในอำเภอเดือดร้อนก็สามารถพึ่งพาได้

บทบาทของผู้นำชุมชน หมายถึง การทำหน้าที่ของบุคคลที่สามารถให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ชี้แนวทาง แก้ปัญหาเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวให้แก่สมาชิกในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ตลอดจนความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอก เพื่อประสานความร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นประโยชน์กับการส่งเสริมและพัฒนาอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน และชุมชนอื่นๆ ในการเลือกใช้วิธีการสื่อสารที่เหมาะสม ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว อันนำไปสู่การพัฒนาแบบยั่งยืน
2. ผลที่ได้จากการวิจัย จะเกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรง และสามารถเป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริม สร้างความรู้ความเข้าใจ ในการจัดตั้งและพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน หรือองค์กรอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มชุมชนที่จัดการการท่องเที่ยว
3. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์กับการส่งเสริมพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนอื่นๆ ในการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
4. การวิจัยครั้งนี้จะช่วยเพิ่มพูนความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์พัฒนาการ ในเรื่อง การสื่อสารเพื่อการพัฒนายิ่งขึ้น

## กรอบการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและรูปแบบการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารแบบปากต่อปาก แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม แนวคิด Tipping Point แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร แนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำและบทบาททางการสื่อสารของผู้นำ มาเป็นกรอบการวิจัย เพื่อให้ได้ทราบถึงวิธีการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนว่าเป็นอย่างไร

### การจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของอำเภอปาย” ผู้วิจัยใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารและการจัดการการสื่อสาร ได้แก่
  - 1.1 แนวคิดเรื่องการสื่อสาร และรูปแบบการสื่อสาร
  - 1.2 แนวคิดเรื่องการสื่อสารของ Grunig และ Hunt
  - 1.3 แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา
  - 1.4 แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
  - 1.5 แนวคิด Tipping Point
  - 1.6 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร [IMC (Integrated Marketing Communications)]
  - 1.7 แนวคิดเรื่องโพสต์โมเดิร์น
2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำและบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยผู้วิจัยได้จัดกลุ่มแนวคิดทฤษฎีตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มทฤษฎีเพื่อใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ การศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารและการจัดการการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารและรูปแบบการสื่อสาร แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบปากต่อปาก แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม แนวคิด Tipping Point แนวคิดด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร

2. กลุ่มทฤษฎีเพื่อใช้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ การศึกษาบทบาทของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ใช้แนวคิดแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาและแนวคิดเกี่ยวกับผู้นำและบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน

## 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารและการจัดการการสื่อสาร

### 1.1 แนวคิดเรื่องการสื่อสาร

Communication หรือภาษาไทยว่า การสื่อสารนั้น มีผู้ให้ความหมายไว้ต่างๆ กัน เช่น Aristotle ได้ให้คำจำกัดความว่า การสื่อสาร คือ การแสวงหา “วิธีการชักจูงใจที่พึงมีอยู่ทุกรูปแบบ”

ประมะ สตะเวทิน ให้คำจำกัดความว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งถูกเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ

Shanon และ Weaver ได้กล่าวว่าการสื่อสารในที่นี้มีความหมายกว้าง คลุมไปถึงวิธีการทั้งหมดที่ทำให้จิตใจของบุคคลหนึ่งกระทบถึงจิตใจของอีกคนหนึ่ง วิธีการดังกล่าวเกี่ยวโยงไปถึงสื่อและสารประเภทต่าง ๆ ไม่เฉพาะแต่ภาษาเขียน ภาษาพูดเท่านั้น แต่รวมไปถึงดนตรี ศิลปะ รูปภาพ ละคร ระบายและบรรดาพฤติกรรมทั้งหมดของคนเรา

Goerge Gerbner ให้คำนิยามการสื่อสารว่าการแสดงกริยาสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) โดยใช้สัญลักษณ์และระบบสาร (Message Systems)

เสถียร เขยประทับ (2538) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า “การสื่อสารคือกระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร”

จะเห็นได้ว่าแม้จะมีผู้ให้ความหมายของคำว่า “การสื่อสาร” แตกต่างกันออกไป แต่ทุกนิยามหรือคำจำกัดความ จะอยู่บนพื้นฐานแนวคิดเดียวกัน กล่าวคือ การสื่อสารของมนุษย์ จะเกิดขึ้นได้ต้องประกอบไปด้วยสองฝ่ายที่มีความสัมพันธ์กัน คือ ฝ่ายผู้ส่งสารและฝ่ายผู้รับสาร โดยการส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (Message) ผ่านทางสื่อ (Chanel)

ทั้งนี้การสื่อสารจะเป็นไปด้วยความราบรื่น และมีประสิทธิภาพหรือไม่นั้น Everet Roger (1986 อ้างถึงในนิลกุล แสนอาทิตย์: 2547,13) กล่าวว่า คุณลักษณะระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นปัจจัยสำคัญที่จะอธิบายว่า ใครถ่ายทอดข่าวสารไปยังใคร จะมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข่าวสารแค่ไหน ทั้งนี้ การสื่อสารจะเป็นไปด้วยความราบรื่นเมื่อผู้ส่งสารและผู้รับสารมีคุณลักษณะเหมือน ๆ กัน (Homophily) เช่น ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม การศึกษา สถานะทางสังคม และอื่น ๆ นั้นหมายถึง บุคคลส่วนใหญ่จะรู้สึกสบายใจที่ต้องติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลที่คล้ายคลึงกับตน

จากที่กล่าวมาข้างต้น พอสรุปได้ว่า การสื่อสารคือกระบวนการในการถ่ายทอดสารหรือเรื่องราวต่างๆ ผ่านทางช่องทางการสื่อสาร โดยการสื่อสารจะสัมฤทธิ์ผลหรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร หากทั้งสองฝ่ายมีความคล้ายคลึงกันมากเท่าไร ก็ยิ่งทำให้การสื่อสารนั้นราบรื่นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

### องค์ประกอบของการสื่อสาร

จากความหมายของการสื่อสารข้างต้น เห็นได้ว่าการติดต่อสื่อสารจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 4 ประการด้วยกัน จึงจะทำให้การติดต่อสื่อสารนั้นเกิดขึ้นได้และสามารถดำเนินไปได้ตามขั้นตอน องค์ประกอบที่สำคัญดังกล่าวนี้ คือ

#### 1. แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source)

แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source) หมายถึง แหล่งกำเนิดของสารหรือผู้ที่เลือกสรรข่าวสารเกี่ยวกับแนวความคิดหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น แล้วส่งต่อไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารอาจเป็นบุคคลเพียงคนเดียวหรือหลายคน หรืออาจเป็นหน่วยงานขององค์กรต่าง ๆ

#### 2. สาร (Message)

สาร (Message) หมายถึง ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการข่าวสารและวัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏออกมาในรูปรหัส เช่น เมื่อเราพูด สารก็คือสิ่งที่เราพูด เมื่อเราเขียน สารก็คือตัวหนังสือที่เราเขียนเป็นคำ เป็นประโยค เมื่อเราแสดง สารก็คือกิริยาท่าทางที่แสดงออกมา เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์ สารก็คือข่าว ข้อความ ภาพที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์



### 3. ช่องทางการสื่อสาร (Chanel)

ช่องทางการสื่อสาร หรือ สื่อ เป็นตัวกลางในการนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านการรับรู้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การเห็น ได้ยิน สัมผัส ลิ้มรส หรือดมกลิ่นได้ ทั้งนี้ผู้ส่งสารจะต้องพิจารณาตัดสินใจเลือกวิธีการที่จะส่งข่าวสารข้อมูลให้เหมาะสมกับความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ

### 4. ผู้รับสาร (Receiver)

ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ผู้รับสารอาจเป็นคนเดียวหรือหลายคน เช่น กลุ่มประชาชนในชุมชน หรือผู้นำชุมชนคนเดียวก็นับได้

### 5. ปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback)

ปฏิกริยาตอบกลับ หมายถึง วิธีการหรือปฏิกริยาที่ฝ่ายผู้รับสารแสดงออกมาให้ผู้ส่งสารได้รับทราบ ทั้งนี้สืบเนื่องจากผลของการสื่อสาร นับว่าเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ผู้ส่งสารสามารถหยั่งรู้ว่าข่าวสารที่ส่งออกไปนั้น ได้รับผลตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายหรือไม่ เพียงไร ลักษณะการตอบกลับอาจเป็นไปโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้

## รูปแบบการสื่อสาร

ในการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอป่าาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งเกิดจากการรวมตัวกันของคนในชุมชน โดยในการดำเนินการจำเป็นต้องมีการสื่อสาร เพื่อเป็นเครื่องมือประสานงานและสร้างความสัมพันธ์กันระหว่างคนในชุมชนและประชาชนภายนอก รวมทั้งหน่วยงานภายนอก ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารมาช่วยในการวิเคราะห์ ในที่นี้จะกล่าวถึงรูปแบบการสื่อสาร 4 ลักษณะ คือ

1. จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร
2. จำแนกตามลักษณะการใช้
3. จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร
4. จำแนกตามการไหลของข่าวสาร

## 1. จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

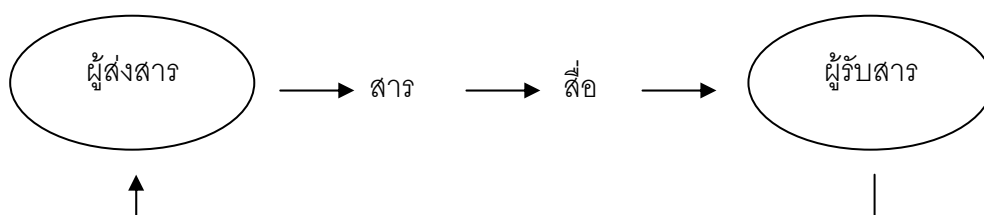
1.1 การสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสารแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อสงสัยหรือแสดงความคิดเห็น จึงไม่มีปฏิกิริยาย้อนกลับจากผู้รับสารทำให้ปริมาณข้อมูลสะท้อนกลับ (Feedback) จากผู้รับสารน้อย หรือไม่มีเลย ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพจำลองได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แบบจำลองการสื่อสารแบบทางเดียว

การสื่อสารในลักษณะนี้จะออกมาในรูปของนโยบาย แผนงานคำสั่งต่าง ๆ ของผู้บริหารหรือผู้นำ โดยผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ เช่น เสียงตามสาย เอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่แล้ว การสื่อสารแบบทางเดี่ยวมักเกิดขึ้นกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ที่มีการเสนอข่าวสารสู่ประชาชนฝ่ายเดียว

1.2 การสื่อสารแบบสองทาง ( Two-way communication) หมายถึงการสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งต่อข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลแล้ว ก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้ส่งสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน มีโอกาสเปิดให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัย มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน มีการโต้ตอบกัน ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน การสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิกิริยาโต้กลับ (Feedback) ของผู้รับสาร แผนภาพจำลองได้ดังนี้



ภาพที่ 2 แบบจำลองการสื่อสารแบบสองทาง

ทั้งนี้การสื่อสารแบบสองทางมีผลทำให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะการให้ความสำคัญต่อการสื่อสารกลับ (Feedback) นั้น เป็นวิธีการที่ทำให้ผู้รับสารมีความเสมอภาคกันในการติดต่อสื่อสาร โดยไม่มีฝ่ายใดมีอิทธิพลเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งจะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานเป็นอย่างดี

## 2. จำแนกตามลักษณะการใช้ แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

2.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) หมายถึงการติดต่อสื่อสารที่คำนึงถึงบทบาทหน้าที่และตำแหน่งระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารเป็นสำคัญ ตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น ประกาศแจ้งนโยบาย คำสั่งปฏิบัติงาน เป็นต้น

2.2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นโดยไม่พิจารณาถึงตำแหน่งหน้าที่และมิได้ดำเนินไปตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ แต่เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากความสนิทสนม คุ่นเคยและจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในทางส่วนตัวมากกว่า การติดต่อสื่อสารลักษณะนี้ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารโดยใช้คำพูด ได้แก่ การพบปะ พูดคุยสนทนากัน

## 3. จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

3.1 การสื่อสารแบบใช้ถ้อยคำ หรือแบบวัจนะ (Verbal Communication) หมายถึง การสื่อสารที่อาศัย คำพูด (Words) หรือตัวเลข (Number) เป็นสัญลักษณ์ของข่าวสาร สัญลักษณ์นี้อาจเป็นรูปของภาษาพูด ภาษาเขียน หรือภาษาทางคณิตศาสตร์ก็ได้ เพื่อใช้ในการสื่อความหมายให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายได้อย่างชัดเจนและตรงตามกับผู้ส่งสารต้องการ

ลักษณะการสื่อสารแบบวัจนะนี้ ได้แก่ การสนทนา การสัมภาษณ์ การเขียนบันทึก การเขียนรายงาน การประกาศข่าวสาร การประชุม เป็นต้น

3.2 การสื่อสารแบบไม่ใช้ถ้อยคำ หรือแบบอวัจนะ (Non-verbal Communication) หมายถึง การสื่อสารโดยปราศจากคำพูด แต่แสดงออกทางท่าทางสีหน้า การเคลื่อนไหวร่างกาย ซึ่งแต่ละบุคคลก็สื่อสารกับบุคคลอื่นโดยมีความหมายเฉพาะตัวเอง ซึ่งทำให้ผู้อื่นเข้าใจว่าเราอยู่ใน

สภาพใด เช่น การสั้นศรีษะแสดงถึงการปฏิเสธ การพยักหน้าแสดงถึงการตอบรับหรือเห็นด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การตีความหมายของแต่ละคนที่ได้รับข่าวสารว่าจะสอดคล้องและตรงตามกับผู้ส่งสารต้องการหรือไม่

ทั้งนี้การสื่อสารแบบวัจนะและการสื่อสารแบบอวัจนะ ต้องดำเนินควบคู่กันไปเพื่อให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

#### 4. จำแนกตามทิศทางการไหลของข่าวสาร การสื่อสารในลักษณะนี้ แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

##### 4.1 การสื่อสารตามแนวตั้ง (vertical Communication) โดยแบ่งออกเป็น

###### 4.1.1 การสื่อสารจากบนลงล่าง (Top-down Communication)

หมายถึงการส่งข่าวสารจากบุคคลที่มีตำแหน่งสูงกว่าลงมายังตำแหน่งที่ต่ำกว่า โดยออกมาในรูปแบบของนโยบาย แผนงาน ประกาศ เป็นต้น ซึ่งการสื่อสารรูปแบบนี้จะทำให้ผู้รับสารที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่าไม่เกิดการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ขาดความริเริ่ม คอยรับฟังคำสั่งอยู่เสมอ หลีกเลียงการตัดสินใจ และไม่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

###### 4.1.2 การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Bottom-up Communication)

หมายถึง การส่งข่าวสารจากผู้ส่งสารที่อยู่ในระดับหรือตำแหน่งที่ต่ำกว่า ขึ้นไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งอยู่ในระดับหรือตำแหน่งที่สูงกว่า ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกของสังคมได้ติดต่อสื่อสารกัน โดยมีทั้งส่งสารและรับสารอย่างเท่าเทียมกัน การสื่อสารรูปแบบนี้จะออกมาในลักษณะของการประชุม ปรึกษาหารือ การสัมมนา เป็นต้น ทั้งนี้จะก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร เสริมสร้างให้มีความคิดสร้างสรรค์ และทำให้สมาชิกทุกส่วนของสังคมนั้นมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานอย่างเต็มที่

##### 4.2 การสื่อสารตามแนวนอนหรือแนวราบ (Horizontal Communication)

หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ที่มีระดับหรือมีตำแหน่งที่เสมอกัน ใกล้เคียงกัน โดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว เช่น เพื่อนฝูงญาติพี่น้อง การสื่อสารรูปแบบนี้จะช่วยสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของหมู่คณะ ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกัน และเป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคม

จากรูปแบบการสื่อสารดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปได้ว่าการสื่อสารทางเดียวคือ การสื่อสารจากบนลงล่าง ส่วนการสื่อสารสองทางก็คือ การสื่อสารทั้งจากบนลงล่างและจากล่างขึ้นบน ทั้งนี้ การสื่อสารทั้งจากบนลงล่างและจากล่างขึ้นบน อาจใช้รูปแบบการสื่อสารอย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ในขณะที่เดียวกันระหว่างการสื่อสารอาจใช้รูปแบบการสื่อสารทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษาควบคู่กันไปก็ได้

จากรูปแบบการสื่อสารแสดงให้เห็นว่ารูปแบบการสื่อสารที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนา ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน และการสื่อสารในแนวนอน ทั้งนี้เป็นไปในลักษณะของการสื่อสารที่ผสมผสานกัน ทั้งการสื่อสารในแนวตั้งและแนวนอน โดยมีการสื่อสารแบบสองทางเป็นแกนหลัก ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานต่างๆ ในชุมชนบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจเอาไว้

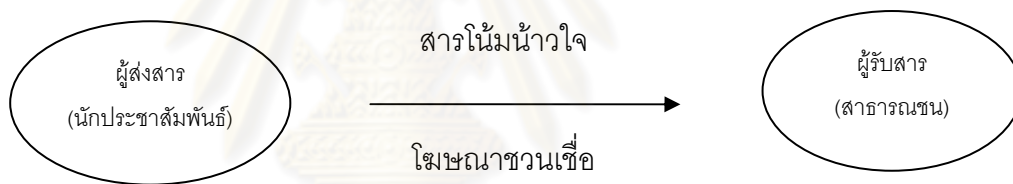
ในกรณีนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและรูปแบบการสื่อสาร มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ถึงรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ในช่วงเวลาต่างๆ ตั้งแต่อำเภอปายเริ่มเป็นที่รู้จัก จนกระทั่งได้รับความนิยมจนถึงขีดสุด จนเกิดปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวตามมามากมาย อันนำไปสู่การหวนกลับมาเพื่อแสวงหาความร่วมมือร่วมใจจากคนในชุมชน เพื่อช่วยกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ว่าแต่ละช่วงเวลาดังกล่าวนั้นมีการใช้การสื่อสารรูปแบบใดบ้างในการจัดการการท่องเที่ยวทั้งภายในชุมชนเอง และภายนอกชุมชน ซึ่งมีทั้งการสื่อสารระหว่างสมาชิกภายในชุมชน ระหว่างสมาชิกกับผู้นำ และระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภายนอก ภายใต้สถานการณ์ปกติและสถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง เพื่อกระตุ้นความร่วมมือของสมาชิกในชุมชน ในการแก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในชุมชน และการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน รวมทั้งการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว

## 1.2 แบบจำลองของการสื่อสารของ Grunig และ Hunt

นอกจากรูปแบบการสื่อสารข้างต้นแล้ว แบบจำลองการสื่อสารที่จะสามารถนำมาเป็นกรอบช่วยในการวิเคราะห์ถึงรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อให้เห็นถึงรูปแบบการสื่อสารในช่วงเวลาต่างๆ ตั้งแต่ช่วงที่อำเภอปายเริ่มเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว จนกระทั่งได้รับความนิยมอย่างมาก และนำไปสู่ช่วงของการหันกลับมาหาวิถีในการพัฒนาเพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น คือแบบจำลองของการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์ของ James E. Grunig และ T. Hunt

ในทัศนะของ Grunig และ Hunt การจัดการสื่อสารระหว่างองค์กรและสาธารณชนที่สำคัญประกอบด้วย 4 ลักษณะ (ปาริชาต สถาปิตานนท์: 2542,133) ดังนี้ เอเยนต์ข่าว หรือผู้ตีพิมพ์เผยแพร่ (press agency) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลแก่สาธารณะ (public-information) กลุ่มผู้ประสานงานสองฝ่ายอย่างไม่สมดุล (two-way asymmetric model) และกลุ่มผู้ประสานงานสองฝ่ายอย่างสมดุล (two-way symmetric model) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แบบจำลองนักประชาสัมพันธ์ในฐานะเอเยนต์ข่าวหรือผู้ตีพิมพ์เผยแพร่ (press agency/publicity) ได้อธิบายถึงการประชาสัมพันธ์ หรือสื่อสารเชิงโฆษณาชวนเชื่อ (propagandistic public relations) ซึ่งใช้วิธีการแสวงหาความสนใจจากสื่อมวลชนในทุกวิถีทางเท่าที่จะทำได้ มุ่งในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านองค์กรสู่สาธารณชนเป็นหลัก โดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับเสียงสะท้อนกลับจากสาธารณชนมากนัก ซึ่งสามารถนำเสนอในรูปแบบจำลองได้ดังนี้

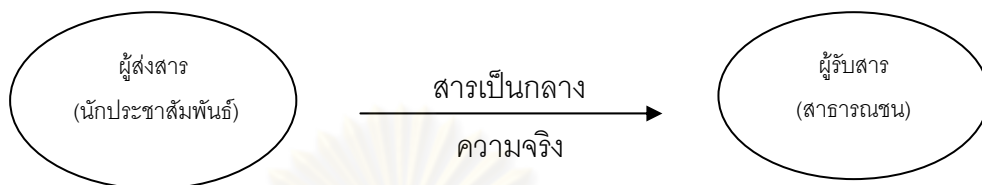


ภาพที่ 3 แบบจำลองนักประชาสัมพันธ์ในฐานะเอเยนต์ข่าวหรือผู้ตีพิมพ์เผยแพร่

จากแบบจำลองดังกล่าว แสดงให้เห็นถึง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของผู้เผยแพร่ ที่ให้ความสำคัญกับการไหลของข้อมูลข่าวสารในทิศทางเดียว จากผู้ส่งสารหรือนักประชาสัมพันธ์สู่สาธารณชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารโฆษณาชวนเชื่อ ส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น และมีการใช้กลยุทธ์หลักที่สำคัญคือ การโน้มน้าวใจ การเน้นความโดดเด่นของข้อมูล การเรียกร้องความสนใจของสาธารณชน หรือการนำเสนอข้อมูลซ้ำๆ และการเลือกช่องทางการเผยแพร่ที่เป็นที่นิยมแพร่หลาย และดำเนินการโดยปราศจากการคำนึงถึงความถูกต้อง หรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเนื้อหาที่นำเสนอ

2. แบบจำลองนักประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้นำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อสาธารณชน (public-information model) ซึ่งแบบจำลองนี้คล้ายคลึงกับแบบจำลองของผู้ตีพิมพ์เผยแพร่ เพียงแต่บทบาทของนักสื่อสารในที่นี้จะเน้นหนักในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็น “ความจริง”

อย่างเที่ยงตรง เป็นกลาง ปราศจากอคติใดๆ และไม่ชี้นำใดๆทั้งสิ้น โดยแบบจำลองนี้มีลักษณะของการสื่อสารทางเดียวเช่นกัน



ภาพที่ 4 แบบจำลองนักประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้นำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อสาธารณชน

3. แบบจำลองนักประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้ประสานงานสองฝ่ายอย่างไม่สมมูล (two-way asymmetric model) โดยการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ประสานงานสองฝ่ายอย่างไม่สมมูล มีเป้าหมายหลักในด้านการโน้มน้าวใจสาธารณชนอย่างมีหลักการ โดยผู้รับผิดชอบในด้านการประชาสัมพันธ์จะให้ความสำคัญกับหลักความรู้และวิชาการในด้านสังคมศาสตร์และการวิจัยผู้บริโภค ในฐานะกรอบแนวคิดและแนวปฏิบัติหลัก ในการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือจัดโครงการรณรงค์ต่างๆ ดังแบบจำลองต่อไปนี้



ภาพที่ 5 แบบจำลองนักประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้ประสานงานสองฝ่ายอย่างไม่สมมูล

จากแบบจำลองนี้ บทบาทของนักประชาสัมพันธ์ หรือ “ผู้ส่งสาร” ก็ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปจากบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้ตีพิมพ์เผยแพร่หรือผู้นำเสนอข่าวสารต่อสาธารณชนมากนัก กล่าวคือ นักประชาสัมพันธ์ยังทำข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรสู่สาธารณชน อย่างไรก็ตามนักประชาสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่ผู้ประสานงานแบบสองฝ่ายอย่างไม่สมมูล ไม่ได้ทำหน้าที่ให้ข้อมูลแต่อย่างเดียว แต่จะมุ่งเน้นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “เสียง” และ “ความคิดเห็น” ของสาธารณชนในด้านที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ขององค์กรมากขึ้น เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารกับสาธารณชนอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนเพื่ออํารักษา “ศักยภาพ” ของนักประชาสัมพันธ์และองค์กรในการครอบงำสาธารณชนอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

4. แบบจำลองนักประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้ประสานงานสองฝ่ายอย่างสมดุล (two-way symmetric model) ในการดำเนินงานของนักประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้ประสานงานสองฝ่ายอย่างสมดุลนั้น นักประชาสัมพันธ์จะทำหน้าที่เป็นเสมือน “คนกลาง” ในการติดต่อประสานงานระหว่างองค์กรและสาธารณชน เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารจากองค์กรได้เผยแพร่ออกสู่สาธารณชน และเพื่อนำข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องจากสาธารณชนเข้ามาเผยแพร่ให้บุคคลต่างๆ ในองค์กรอย่างเท่าเทียมกัน ดังแบบจำลองต่อไปนี้



ภาพที่ 6 แบบจำลองนักประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้ประสานงานสองฝ่ายอย่างสมดุล

การดำเนินงานของนักประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้ประสานงานสองฝ่ายอย่างสมดุลดังกล่าวเป็นการดำเนินงานที่อยู่บนพื้นฐานของ “ผู้รับผิดชอบต่อสังคม” (social responsibility) โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน (mutual understanding) ระหว่างองค์กรกับสาธารณชน ตลอดจนการพยายามแก้ไขปัญหาหรือการหลีกเลี่ยงข้อขัดแย้งต่างๆ โดยมุ่งเน้นความสัมพันธ์ด้านการสื่อสารกันในระยะยาวมากกว่าเป็นโครงการรณรงค์เฉพาะกิจ

จากแบบจำลองดังกล่าว นักประชาสัมพันธ์ซึ่งทำหน้าที่เป็นเสมือนองค์กรกลางหรือตัวกลาง จะต้องพยายามทำให้องค์กรและสาธารณชน รู้สึกว่าการติดต่อประสานงานเป็นไปด้วยความเท่าเทียมกัน หรือเรียกว่ามีสภาวะสมดุลซึ่งกันและกันเกิดขึ้น ต่างคนต่างเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนความคิดเห็นต่างๆ ร่วมกัน โดยไม่มีฝ่ายใดได้เปรียบหรือเสียเปรียบกัน การดำเนินการดังกล่าว ส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารของทั้งสองฝ่ายต่างมีอิทธิพลต่อกันและนำไปสู่ความเข้าใจซึ่งกันและกันขององค์กรและสาธารณชนต่อไป

ซึ่งสอดคล้องกับที่ วิรัช อภิรัตน์กุล (2542:8) ได้อธิบายถึงลักษณะที่สำคัญของการสื่อสารสองทางแบบมีดุลยภาพไว้ดังนี้



1. **ความเท่าเทียมกัน (equality)** คือ บุคคลควรได้รับการปฏิบัติด้วยความเท่าเทียมกัน และเคารพในความเป็นมนุษย์ บุคคลทุกคนสามารถให้สิ่งที่มีคุณค่าแก่องค์กรได้เสมอ โดยไม่ต้องคำนึงถึงระดับการศึกษาและภูมิหลัง
2. **ความเป็นอิสระ (autonomy)** คือ บุคคลย่อมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ดีกว่า สรรค์สร้าง และประสบความสำเร็จด้วยตนเองมากกว่า เมื่อเขามีอิสรภาพด้าน พฤติกรรมโดยปราศจากการควบคุมของผู้อื่น ดังนั้นความเป็นอิสระจึงสร้างความ พื่อใจสูงสุดแก่พนักงานในองค์กรและสร้างความร่วมมือจากภายนอกองค์กร
3. **นวัตกรรม (innovation)** คือ ความคิดใหม่และความคิดที่ยืดหยุ่นได้ ย่อมมีน้ำหนัก กว่าชนบประเพณีดั้งเดิม
4. **การกระจายอำนาจการบริหาร (decentralization of management)** คือ การ จัดการควรเป็นลักษณะหมวดหมู่ ผู้จัดการควรเป็นผู้ประสานงานมากกว่าผู้เผด็จการ การกระจายอำนาจช่วยเพิ่มพูนความเป็นอิสระและความพอใจของพนักงานและ นวัตกรรม
5. **ความรับผิดชอบ (responsibility)** บุคคลและองค์กรย่อมต้องเกี่ยวข้องกับผลแห่ง พฤติกรรมของเขามีต่อผู้อื่น และพยายามมีจะกำจัดผลตรงข้ามด้วย
6. **การแก้ปัญหาขัดแย้ง (conflict resolution)** ความขัดแย้งแก้ไขได้ด้วยการเจรจา การสื่อสารและการประนีประนอม มิใช่ด้วยการบีบบังคับ การจัดการการครอบงำ การ บังคับขู่เข็ญหรือความรุนแรง

จากรูปแบบการสื่อสารและแบบจำลองการสื่อสารของ Grunig และ Hunt นั้นแสดงให้เห็น ว่ารูปแบบการสื่อสารที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนา ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารแบบสอง ทาง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน และการสื่อสารในแนวนอน ทั้งนี้เป็นไปในลักษณะของการสื่อสารที่ ผสมผสานกัน ทั้งการสื่อสารในแนวตั้งและแนวนอน โดยมีการสื่อสารแบบสองทางเป็นแกนหลัก โดยเฉพาะการสื่อสารสองทางแบบมีดุลยภาพ (two-way symmetric model) ตามแบบจำลอง ของ Grunig และ Hunt นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการแสดงให้เห็นว่าหลักสำคัญในการจะ ก่อให้เกิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้ จำเป็นต้องใช้การมีส่วนร่วม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กันอย่างเท่าเทียมของสมาชิกในสังคมเป็นแนวทางในการสื่อสารเพื่อการจัดกิจกรรมตลอดจน

ประสานความร่วมมือในชุมชน เพื่อให้การดำเนินงานต่างๆในชุมชนบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งเอาไว้

ในกรณีนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและรูปแบบการสื่อสาร รวมทั้งแบบจำลองการสื่อสารของ Grunig และ Hunt มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ถึงรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ในช่วงเวลาต่างๆ ตั้งแต่อำเภอปายเริ่มเป็นที่รู้จัก จนกระทั่งได้รับความนิยมจนถึงขีดสุด จนเกิดปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวตามมามากมาย อันนำไปสู่การหวนกลับมาเพื่อแสวงหาคำความร่วมมือร่วมใจจากคนในชุมชน เพื่อช่วยกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ว่าแต่ละช่วงเวลาดังกล่าวนั้นมีการใช้การสื่อสารรูปแบบใดบ้างในการจัดการการท่องเที่ยวทั้งภายในชุมชนเองและภายนอกชุมชน ซึ่งมีทั้งการสื่อสารระหว่างสมาชิกภายในชุมชน ระหว่างสมาชิกกับผู้นำ และระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภายนอก ภายใต้สถานการณ์ปกติและสถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง เพื่อกระตุ้นความร่วมมือของสมาชิกในชุมชนในการแก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในชุมชน และการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน รวมทั้งการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ดำเนินงานได้บรรลุผลสำเร็จอย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพ

### 1.3 แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

คำว่า การพัฒนา(Development) นั้น มีนักวิชาการต่าง ๆ ได้ให้ความหมายที่หลากหลายแตกต่างกันไป ในที่นี้ จะเอาเฉพาะความหมายที่สามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนาสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น

ซินฮา (อ้างในปาริชาติ สถาปิตานนท์: 2549, 45) ให้คำจำกัดความว่า การพัฒนาเป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจ การพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่อยู่นิ่ง

สุรเชษฐ เวชชพิทักษ์ (อ้างในนิลบล แสนอาทิตย์: 2547,15) กล่าวว่า การพัฒนาในมุมมองของชาวบ้านนั้น คือ การแก้ปัญหาที่มีอยู่และการทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของตัวเองดีขึ้น ให้ภายในชุมชนมีความสันติสุขพอสมควร ไม่ว่าจะพัฒนานั้นคนนอกจะเข้ามาเป็นฝ่ายเริ่ม หรือให้ชาวบ้านมีส่วนร่วม หรือเข้ามาพร้อมกับชาวบ้านในกิจการที่ชาวบ้านเป็นฝ่ายริเริ่มก็ตาม

ส่วน Mc Quail (อ้างในดวงพร คำคุณวัฒน์: 2550,13) ได้ประมวลคุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารที่จะเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาแนวใหม่ คือ มีความหลากหลาย (Multiciplicity)

เป็นการสื่อสารขนาดเล็ก (Smallness of skill) สร้างและใช้อยู่ในท้องถิ่นเอง (Locality) ยืดหยุ่นได้ ไม่เป็นสถาบัน (Deinstitutionalization) มีการแลกเปลี่ยนบทบาทระหว่างผู้ส่งสาร-ผู้รับสาร (Interchange of sender-receiver roles) และเน้นการสื่อสารแนวนอนในทุกระดับของสังคม (Horizontality of communication)

สำหรับแนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา นั้น ในที่นี้ผู้วิจัยได้เน้นถึงกระบวนการที่ สำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเพียงกระบวนการหนึ่งเดียว คือ กระบวนการทางเลือกด้านการ สื่อสารเพื่อการพัฒนา (The Alternative Paradigm of Development Communication)

### กระบวนการทางเลือกด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (The Alternative Paradigm of Development Communication)

ในเชิงหลักการ แนวทางการสื่อสารภายใต้กระบวนการทางเลือก ไม่เน้น “สูตรสำเร็จรูป” และไม่เน้นการให้กำหนดเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมอย่างกระบวนการ ความทันสมัยนิยม แต่การสื่อสารภายใต้กระบวนการทางเลือกมุ่งเน้นการเปิดโอกาสให้กลุ่ม บุคคลต่างๆ ค้นหาเส้นทางที่เหมาะสมในการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคม ระดับชุมชนและระดับ บุคคลอย่างไม่จำกัดทิศทาง โดยดำเนินการภายใต้หลักการที่ว่า ทิศทางในการเปลี่ยนแปลงสังคม อาจมีความหลากหลาย และแตกต่างกันไปตามความต้องการของสมาชิกในแต่ละสังคม

แก่นของการสื่อสารภายใต้กระบวนการทางเลือก ได้แก่ การสะท้อนให้เห็นมิติการสื่อสาร ในเชิงการสร้างร่วมมือกัน (participatory communication) บนทิศทางของความสัมพันธ์ แนวระนาบ (horizontal communication) และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารสองทาง (two-way communication) โดยนิยามว่า การสื่อสาร หมายถึง การใช้ช่องทางต่างๆ ในอันจะทำให้เกิด กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร (information exchange) การแลกเปลี่ยนความหมาย (shared meaning) ระหว่างสมาชิกในสังคม และการตีความสาร (message interpretation) (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2551:16)

นอกจากนั้น การสื่อสารภายใต้กระบวนการเลือกยังได้ขยายมุมมองด้านช่องทางใน การสื่อสารว่า การสื่อสารสามารถดำเนินการได้ในสารพัดรูปแบบ นับตั้งแต่การสื่อสารแบบตัวต่อ ตัว การสื่อสารผ่านกระบวนการกลุ่ม และเวทีประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ไปจนถึงการสื่อสาร ผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ หรือการหวนกลับไปใช้สื่อพื้นบ้าน และสื่อประเพณีต่างๆ ตลอดจนขยาย

ความสำคัญกับ “สาร” และ “บริบท” ในเชิงกระบวนการแลกเปลี่ยนและตีความหมายสาร มากกว่ากระบวนการที่ผู้ส่งสารพยายามสื่อสารเพื่อโน้มนำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ

จากหลักการการสื่อสารของกระบวนการทัศน์ทางเลือกด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (The Alternative Paradigm of Development Communication) ที่กล่าวมานั้น สอดคล้องกับที่กาญจนา แก้วเทพ (2543) ได้ประมวลแนวคิดการสื่อสารชุมชนและแสดงให้เห็นถึงลักษณะสำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ดังนี้

1. เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาโต้ตอบ (Interactivity) กันอยู่ตลอดเวลา ทั้งลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งสถานะของผู้ส่งสารและผู้รับสารจะไม่ตายตัว มีการผลัดเปลี่ยนบทบาทอยู่ตลอดเวลา
2. ทิศทางการไหลของข่าวสาร (Flow of information) นั้น จะมีทิศทางที่หลากหลายทั้งจากบนลงล่าง (Top-down) แบบล่างสู่บน (Bottom-up) และแบบแนวนอน (Horizontal) ดังนั้นข่าวสารอาจไหลจากนักพัฒนาไปสู่ชาวบ้าน จากสื่อมวลชนไปสู่ผู้รับสารในชนบทในเวลาเดียวกันชาวบ้านอาจส่งข่าวสารขึ้นไปยังเจ้าหน้าที่รัฐ หรือมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกลุ่มชาวบ้านด้วยกัน
3. เป้าหมายของการสื่อสารชุมชน มีวิธีการและแง่มุมหลายแง่มุมที่จะกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อชุมชน ได้แก่

(1) การกำหนดเป้าหมายโดยการใช้ระดับผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นเกณฑ์ โดยการสื่อสารชุมชนจะมีเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อชุมชน ตัวอย่างเช่น

- ระดับชุมชน เป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน
- ระดับหน่วยงานนอกชุมชน เป็นการสื่อสารที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์กรหรือหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับด้านการพัฒนาและการสื่อสาร
- ระดับสังคมส่วนรวม เป็นการสื่อสารที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรมในระดับกว้าง

(2) การกำหนดเป้าหมายโดยสอดคล้องกับทิศทางการไหลของข่าวสาร ในแง่มุมนี้อาจกำหนดเป็นเป้าหมายของการสื่อสารชุมชนได้ 3 เป้าหมายย่อย คือ

- เพื่อทำการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลและโน้มน้าวชักจูงใจ อันมักได้แก่ ทิศทางการไหลของข่าวสารจากบนลงล่าง (อย่างไรก็ตาม ทิศทางการไหลแบบอื่นๆ ก็ใช้เป้าหมายนี้ได้เช่นกัน)
- เพื่อเป็นช่องทางแสดงออกซึ่งตัวตนของชุมชน (Community self-expression) อันอาจจะหมายรวมถึงตั้งแต่การแสดงออกซึ่งความต้องการของชุมชนไปจนถึงการแสดงออกซึ่งสิทธิ ศักดิ์ศรี ภูมิปัญญาของชุมชนด้วย
- เพื่อพัฒนาความเป็นตัวเองของบุคคล (Development of the individual's self) ในหน่วยที่เล็กลงมากกว่าชุมชน การสื่อสารชุมชนจะทำหน้าที่คล้ายๆ เป็นเวทีแห่งการศึกษาเรียนรู้ที่ช่วยให้ศักยภาพของปัจเจกบุคคลได้พัฒนาสร้างสรรค์อย่างเต็มที่

4. เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นและดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน (Need - oriented)

5. หน้าที่ของการสื่อสารชุมชน ในทัศนะของ Windahl et al (1992) ระบุไว้ 4 ประการ ได้แก่

(1) หน้าที่ในการแสดงออก (Expressive Function) คือทั้งบุคคลและกลุ่มสามารถแสดงความเป็นตัวของตัวเองออกมาเพื่อที่จะสร้างเอกลักษณ์ของตนเองได้

(2) หน้าที่ทางสังคม (Social Function) คือการเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อจะสร้างความรู้สึกร่วมเป็นชุมชนเดียวกัน

(3) หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information Function) อันเป็นหน้าที่พื้นฐานของการสื่อสารโดยทั่วไป หากทว่าในการสื่อสารชุมชนนั้น ทิศทางการไหลของข่าวสารต้องเป็นไปอย่าง รอบด้านดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้นผู้เข้าร่วมกระบวนการสื่อสารทุกคนจึงได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้เพื่อยกระดับความเข้าใจและความรู้ในเรื่องการสื่อสารและทักษะการถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชน

(4) หน้าที่ในการควบคุมการปฏิบัติการ (Control Activation Function) การสื่อสารจะเป็นช่องทางนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของบุคคลและชุมชนได้ เนื่องจากการสื่อสารชุมชนมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่มีขั้นตอนของปฏิกริยาป้อนกลับ (Feedback)

นอกเหนือจากคุณลักษณะที่กล่าวมาแล้วนี้ Berrigan F.J. (1979) ยังได้เพิ่มเติมคุณสมบัติประการของการสื่อสารชุมชนที่น่าจะมี คือ

6. สื่อของชุมชนเน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสม สำหรับประโยชน์การใช้งานของชุมชน
7. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึง (Access) ได้ตลอดเวลา
8. สื่อชุมชนเป็นสื่อที่ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในหลายบทบาท ไม่ว่าจะเป็นผู้วางแผนการ ใช้สื่อผู้ผลิต ผู้แสดง ฯลฯ
9. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่แสดงออกของชุมชน มิใช่เป็นสื่อเพื่อชุมชน หมายความว่าตัวตนของชุมชนที่แสดงออกนั้น ต้องมาจากการกำหนดของชุมชนเองมิใช่ผู้อื่นมาทำให้ชุมชน
10. สื่อชุมชนต้องปรับเปลี่ยนลักษณะของการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง มาเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสารและทัศนคติของคนทุกคน

จากที่กล่าวมาข้างต้น พอสรุปได้ว่า ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ควรคำนึงถึงองค์ประกอบเหล่านี้ คือ

1. เป็นการสื่อสารแบบสองทางหรือหลายทาง และเน้นการสื่อสารในแนวระนาบ
2. การสื่อสารต้องให้ความสำคัญในการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาทุกระดับ
3. การสื่อสารต้องยึดหลักความต้องการและปัญหาความต้องการของประชาชนเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินกิจกรรม รวมถึงต้องคำนึงถึงขีดความสามารถของชุมชนเป็นหลัก
4. การพัฒนาและการพึ่งพาตัวเอง ควรใช้การเผยแพร่ความรู้ข้อมูลที่เหมาะสมกับท้องถิ่น

5. การสื่อสารต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น และอาจมีการนำมาใช้ร่วมกันในงานพัฒนา เช่น การนำสื่อพื้นบ้านมาช่วย เป็นต้น

ในปัจจุบัน พบว่า กระบวนทัศน์ด้านการสื่อสารทางเลือกได้ปรากฏเป็นวิธีการปฏิบัติใน 2 ลักษณะ คือ การสื่อสารกับการร่วมมือในการเรียกร้องสิทธิต่างๆ จากกลุ่มผู้มีอำนาจในสังคม และการสื่อสารกับการแสวงหาความร่วมมือในการเปลี่ยนแปลงสังคม (ปารีชาติ สถาปิตานนท์, 2551:16)

จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการพัฒนา เป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ด้วยเหตุนี้ หากมีการนำการสื่อสารไปใช้อย่างถูกต้องเหมาะสม และเพียงพอแล้ว จะสามารถช่วยส่งเสริมการพัฒนาได้อย่างมาก โดยเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างหน่วยงานและองค์กรต่างๆ ในสังคม ในฐานะผู้ส่งสารกับประชาชนในฐานะผู้รับสาร

ดังนั้นในการศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน” นอกจากแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและรูปแบบการสื่อสารแล้ว ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ภายใต้กระบวนทัศน์ทางเลือกด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (The Alternative Paradigm of Development Communication) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์เพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะและรูปแบบของการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย

#### 1.4 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

นักวิชาการด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้ช่วยกันอธิบายถึง “ภาพ” ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในมิติต่างๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้ (ปารีชาติ สถาปิตานนท์, 2549:28)

Jacobson (1994) (อ้างใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์, 2549:28) ให้นิยามการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยคำนึงถึงรูปแบบต่างๆ ในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และรากฐานสำคัญที่อยู่เบื้องหลังการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เขากล่าวว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมของประชาชนในโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในทุกๆ ระดับ ไม่ว่าจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน หรือการสื่อสารผ่านประเพณีต่างๆ ก็ตาม โดยมีความไว้วางใจกันเป็นฐานสำคัญที่อยู่เบื้องหลังกระบวนการสื่อสารและการพัฒนาต่างๆ

Singhal (2001) (อ้างใน ปารีชาติ สถาปัตตานนท์, 2549:29) ได้พยายามอธิบายภาพเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจากมุมมองเชิงระบบ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม หมายถึงกระบวนการหรืออันระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคล และสถาบันในเชิงที่มีพลวัต มีปฏิสัมพันธ์ และเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่สามารถทำให้ประชาชนทั้งในระดับบุคคลและกลุ่มบุคคลสามารถตระหนักได้ถึงศักยภาพที่เต็มเปี่ยมของพวกเขา และความผูกพันกับสรรพสิ่งสาธารณะ

และหากพิจารณาในบริบทของสังคมไทย ปารีชาติ สถาปัตตานนท์ (2542) ได้ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการฝึกสมาชิกในสังคมเกี่ยวกับกระบวนการร่วมกันคิด ร่วมกันฟังและเคารพในความคิดของผู้อื่น ตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของตน ร่วมวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางสังคม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน ตลอดจนร่วมกันค้นหาแนวทางและการตัดสินใจร่วมกันบนพื้นฐานของข้อมูลที่สมบูรณ์

ดังนั้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญที่จะก่อให้เกิดการร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในชุมชน ในการทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

### เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

อรุณีวรรณ นาศรี (2547) ได้กล่าวถึงเป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ในระดับชุมชน ว่ามีดังต่อไปนี้

1. เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง เช่น การนำเอาภูมิปัญญาของชาวบ้านมาเผยแพร่ในวงกว้าง
2. เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วมและเพื่อให้เห็นคุณค่า ความคิดและความเชื่อของเขา เช่น เมื่อมีการนำเอาเศรษฐกิจแบบพอเพียงมาเผยแพร่ในวงกว้าง และคนทั่วไปให้การยอมรับ ผ่านการแสดงทัศนคติผ่านสื่อ (เป็น feedback) ก็จะทำให้ชุมชนมีความมั่นใจในคุณค่าของตนเอง
3. เพื่อพิสูจน์ความเชื่อของชุมชนที่คิดว่าตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ซับซ้อนได้ การเข้ามาร่วมฝึกฝน อบรม ผลิตสื่อ จะช่วยให้ชาวบ้านเห็นว่าพวกเขาสามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้หากมีโอกาส



4. เพื่อสร้างทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน สำหรับเป็นช่องทางที่ชุมชนจะส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืน มุมมอง และทัศนะของตนเอง
5. เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความรู้สึก ปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหา รวมถึงวิธีการแก้ปัญหาจากทัศนะของชุมชน
6. ผลจากการสื่อสารของชุมชนที่อาจเกิดจากการริเริ่มของบางส่วนของชุมชนหรือจากชุมชนใดชุมชนหนึ่ง จะช่วยกระตุ้นสติสัมปชัญญะและความรับผิดชอบให้กับสมาชิกในชุมชนหรือชุมชนอื่นๆ เพื่อร่วมกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น
7. เพื่อเพิ่มสัดส่วนสาระของสื่อ เนื่องจากเนื้อหาของการสื่อสารชุมชน เน้นเรื่องราวที่มีสาระประโยชน์ต่อชีวิตของชุมชนเอง ดังนั้นสื่อประเภทนี้จึงช่วยเพิ่มสัดส่วนของการสร้างสื่อที่มีสาระให้แก่ชุมชนให้มีปริมาณมากขึ้น เพื่อถ่วงดุลกับการสื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิงและการหลีกเลี่ยงปัญหาที่สื่อจากภายนอกอัดฉีดเข้าไปในชุมชน

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย” ผู้วิจัยใช้แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นกรอบในการวิเคราะห์เกี่ยวกับเป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

### 1.5 แนวคิดเกี่ยวกับ Tipping Point

Malcolm Gladwell (2000) (อ้างถึงในปาริชาติ สถาปิตานนท์: 2551, 46) เป็นอีกบุคคลหนึ่งที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในสังคม เขาได้วิเคราะห์ข้อมูลจากเหตุการณ์ต่างๆ ในสหรัฐอเมริกา และนำเสนอในหนังสือชื่อ “จุดแห่งความพลิกผัน” (The Tipping Point) ซึ่งได้ย้ำให้เห็นว่า ปัจจัยหลัก 3 ประการที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ได้แก่

#### 1. กฎเกี่ยวกับคนพิเศษ (Law of Few)

Gladwell มองว่า การสร้างกระแสการแพร่ระบาด (epidemic) ของเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่างๆ ในสังคมไม่ว่าเรื่องใดนั้น “ธรรมชาติของผู้ส่งสาร” เป็นสิ่งสำคัญ ความสำเร็จของการแพร่ระบาดทางสังคมนั้น จำเป็นต้องขึ้นอยู่กับบุคคลที่มีพรสวรรค์และมีลักษณะพิเศษบางประการ ดังนั้นจำเป็นต้องอาศัยบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นพาหะหรือตัวกลาง 3 กลุ่ม ได้แก่

- **นักเชื่อม (connector)** บุคคลที่เป็นนักเชื่อม มักเป็นบุคคลที่รู้จักคนมาก หลากหลายวงการ ชอบพบปะผู้คน และจดจำรายละเอียดเกี่ยวกับบุคคลต่างๆ ได้ดี โดยเฉพาะรู้ว่าใครมีความโดดเด่น หรือเชี่ยวชาญในด้านใด นอกจากนั้น นักเชื่อมโยงยังเป็นผู้อยากรู้อยากเห็น เชื่อมมันในตนเองสูงและสนุกกับการทำหน้าที่ประสานงานในการเชื่อมต่อบุคคลต่างๆ ให้รู้จักกัน หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลร่วมกันเป็นอย่างดี ตลอดจนได้รับความไว้วางใจจากกลุ่มบุคคลต่างๆ แต่ที่สำคัญที่สุดคือ นักเชื่อมมักไม่ค่อยมีศัตรู
- **แหล่งข่าวที่รอบรู้ (Marven)** บุคคลที่เป็นแหล่งข่าวที่รอบรู้ มักเป็นบุคคลที่สะสมข้อมูลข่าวสารต่างๆ มากมาย และสนใจใฝ่รู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ อยู่เสมอ นับตั้งแต่ข่าวลือมาเร็ว ไปจนถึงข่าวเจาะลึกในรายละเอียด แต่สิ่งที่สำคัญคือ ข้อมูลเหล่านั้นต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน เต็มไปด้วยสาระความรู้ต่างๆ และปราศจากการพูดที่สะท้อนให้เห็นว่าตนได้รับอารมณ์ล้นจ้ำง ยิ่งไปกว่านั้น แหล่งข่าวที่รอบรู้ยังรู้จักผู้คนมากมาย เดินทางไปมาหาสู่กับบุคคลต่างๆ อยู่เสมอ และมักพูดคุยกับบุคคลต่างๆ อย่างจริงจังและจริงจัง แบบตรงไปตรงมา อันส่งผลให้คนรอบข้างมักให้ความเชื่อถือและวิ่งเข้ามาขอข้อมูลหรือความรู้ต่างๆ อยู่เสมอ ซึ่งความแตกต่างระหว่างนักเชื่อมและแหล่งข่าวที่รอบรู้คือ นักเชื่อมจะรู้จักคนมากมายและหลากหลายกว่า ขณะที่แหล่งข่าวที่รอบรู้จะได้รับความเชื่อถือในการนำเสนอสารมากกว่า
- **เซลล์แมน (Salesman) หรือนักขาย** มักเป็นบุคคลที่เท่ มีเสน่ห์ ช่างพูดช่างคุย ชอบเข้าสังคม และสนุกสนานเวลาอยู่กับผู้คน ตลอดจนสามารถผูกมิตรไมตรี และความไว้วางใจกับกลุ่มคนต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนั้น เขายังมีศิลปะในการโน้มน้าวใจ และประยุกต์ใช้เทคนิคต่างๆ ในการสร้างความน่าเชื่อถือ อาทิ การใช้ภาพข่าวต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลหลักฐานประกอบการโน้มน้าวใจ

## 2. กติกาว่าด้วยความเข้มข้นของสาร (Rules of Stickiness)

ในที่นี้ Gladwell หมายความว่า เรื่องราวที่สามารถแพร่กระจายได้ดี มักเป็นเรื่องราวที่มีเนื้อหาสาระติดตา ตี๋งใจผู้ฟัง หรือผู้พบเห็นอย่างเหนียวหนึบ และประทับแน่นในความทรงจำ

อย่างยากที่จะลืมเลือน Gladwell เชื่อว่า “สาร” นั้นสำคัญต่อการแพร่ระบาด ผู้ส่งสารเป็นผู้ทำให้บางสิ่งบางอย่างแพร่ออกไป แต่เนื้อหาของสารก็สำคัญด้วย และคุณลักษณะพิเศษที่สารจำเป็นต้องมีเพื่อให้ประสบความสำเร็จ คือ “คุณลักษณะของการติดหนึบ” (stickiness) สาร (หรืออาหาร หรือภาพยนตร์ หรือสินค้า) (ยาดา สุยะเวช: 2550,120) จะเป็นที่จดจำหรือไม่ สิ่งที่น่าสนใจได้ก็คือ การก่อให้เกิดเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากสารนั้น

### 3. พลังแห่งบริบท (Power of context)

Gladwell เชื่อว่า การเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมต่างๆ มีผลต่อการแพร่ระบาดของเรื่องราว โดยเขายกตัวอย่างสถานการณ์ในกรุงนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกาว่า ความปลอดภัยในบริเวณรถไฟใต้ดินเพิ่มสูงขึ้น ภายหลังจากที่เทศบาลได้ปรับเปลี่ยนบริบทต่างๆ เช่น ลบรอยฟันสีบริเวณอุโมงค์และรถไฟใต้ดิน เพิ่มการรักษาความสะอาดบริเวณตัวรถ และสถานี ติดระบบไฟฟ้าให้สว่างไสวขึ้น ติดระบบโทรทัศน์วงจรปิด เพื่อตรวจสอบความปลอดภัย ติดเครื่องกดเงินอัตโนมัติในบริเวณจุดเข้า ออก และจัดทำสัญลักษณ์เพื่อบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของแต่ละย่านอย่างชัดเจน

Gladwell เชื่อว่าพลังแห่งบริบทนั้น เป็นสิ่งที่กระทบต่อความรู้สึกนึกคิดและการกระทำของเราได้มากกว่าที่เราคิด และมีผลต่อเราในแบบที่ไม่คาดคิดมาก่อน โดยมีพื้นฐานเกี่ยวกับการแพร่ระบาดที่ว่า รายละเอียดที่เล็กที่สุดของสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างปุปบั้นั้น สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงได้ สามารถจุดประกายได้ สามารถทำให้ดีขึ้นได้

แนวคิดเรื่อง Tipping Point ช่วยตอกย้ำให้เห็นว่า ในระบบของการเปลี่ยนแปลง การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญด้านหนึ่ง แต่ไม่ใช่เป็นเพียงปัจจัยสำคัญเดียวเท่านั้น แต่ยังมีปัจจัยอื่นๆในเชิงโครงสร้างที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้วย โดยเฉพาะองค์ประกอบด้าน บุคคลสาร และบริบท ซึ่งในส่วนของบุคคล ได้แก่ นักเชื่อมต่อนักข่าว แหล่งข้อมูลที่รอบรู้ และนักขาย ส่วนสารนั้นต้องมีลักษณะที่โดดเด่น โดนใจและติดตามตรึงใจอยู่เสมอ สำหรับบริบทแวดล้อม อันได้แก่ สภาวะแวดล้อมเชิงกายภาพหรือเชิงนโยบายต่างๆ ที่มีส่วนในการสนับสนุนให้กิจกรรมต่างๆ ชับเคลื่อนไปในทิศทางที่พึงประสงค์

สำหรับการศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน” ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่อง Tipping Point มาใช้ในการวิเคราะห์ว่าในช่วงที่อำเภอปายได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว จนเกิดกระแสนิยม(เที่ยว)ปาย ตามมานั้น บุคคลใดบ้างในชุมชนที่มีบทบาทสำคัญที่ก่อให้เกิดกระแสนี้ และแต่ละคนนั้นมีบทบาทหรือมี

คุณลักษณะอย่างไร ใครทำหน้าที่เป็นนักเชื่อมต่อ ใครเป็นแหล่งข้อมูลที่รอบรู้และใครเป็นนักขาย รวมทั้งสมาชิกของชุมชนมีการเลือกใช้สาร เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ของป้ายอย่างไร เพื่อสร้างการรับรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยากมาเที่ยว รวมทั้งมีการจัดการบริบทแวดล้อม เช่น สภาพแวดล้อม แหล่งท่องเที่ยว หรือนโยบายต่างๆที่สมาชิกในชุมชนกำหนดขึ้นอย่างไร เพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของอำเภอป้ายที่ต้องการนำเสนอต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าแนวคิด Tipping Point นั้นทำให้เข้าใจได้ลึกซึ้งมากขึ้นถึงรูปแบบการสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวของอำเภอป้าย จังหวัดแม่ฮ่องสอนในช่วงที่อำเภอป้ายเริ่มมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยว

**1.6 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดครบวงจร IMC (Integrated Marketing Communications)** IMC (Integrated Marketing Communications) ในภาษาไทยคือ การติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบครบเครื่อง บางตำราเรียกว่า การสื่อสารการตลาดอย่างครบวงจร บ้างเรียกว่าการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ แต่โดยรวมแล้วหมายถึง กระบวนการในการพัฒนาการสื่อสารที่มุ่งโน้มน้าวและชักจูงกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะเป็ลูกค้า ให้เกิดพฤติกรรม การซื้อและใช้สินค้า โดยกระบวนการเหล่านั้นมุ่งใช้เครื่องมือสื่อสารหลากหลายรูปแบบ หรืออีกนัยหนึ่ง IMC เป็นการวางแผนภายใต้แนวความคิดเดียว โดยใช้การผสมผสานเครื่องมือการสื่อสาร หลายๆวิธี อย่างกลมกลืน ต่อเนื่องและสอดคล้อง จนแผนงานนั้นมีความชัดเจน และถูกต้องเหมาะสมมากขึ้น อันเกิดประสิทธิภาพสูงสุดและมีประโยชน์ต่อการบริหารตราสินค้า (ธีรพันธ์ โล่ทองคำ, 2545:4)

ลักษณะเด่นๆ ของ IMC นั้น Don E. Schultz (อ้างในธีรพันธ์ โล่ทองคำ, 2545:9) ศาสตราจารย์ผู้มีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยนอร์ธเวสเทิร์น สหรัฐอเมริกา ได้บรรยายไว้ในหัวข้อ “From Advertising to IMC” ว่ามีคุณสมบัติพิเศษ 9 ประการ คือ

1. การทำ IMC นั้น จะให้ความสำคัญกับการวางแผนจากภายนอกสู่ภายใน มากกว่าการวางแผนจากภายในสู่ภายนอก “Outside-in , not Inside-out Planning” หมายถึง การวางแผนการสื่อสารการตลาดอย่างครบวงจรนั้น มักจะต้องเริ่มจุดสตาร์ทที่การศึกษาถึงทัศนคติความต้องการ พฤติกรรมการซื้อ การใช้สินค้าของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนการศึกษานโยบายตลาดและคู่แข่งขั้นเสียก่อน แล้วจึงวางแผนในอันที่จะกำหนดรูปแบบหรือวิธีการที่จะใช้กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมต่อไป

2. การวางแผนการใช้เครื่องมือหรือกิจกรรมต่างๆของ IMC นั้นจะมุ่งเน้นในแนวกว้าง เป็นสำคัญ “Horizontal , Not Vertical Unit” เนื่องจากกิจกรรมต่างๆ ทำหน้าที่ในการสนับสนุนและส่งเสริมผลกระทบบกกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายตามที่นักสื่อสารการตลาดต้องการ ถ้าแผนการมุ่งในแนวลึกเพียงด้านเดียว อาจจะไม่ทำให้เกิดผลกระทบมากเท่าที่ควร ซึ่งจะสอดคล้องกับคำว่า “Integrated” ของ IMC นั้นเอง ที่มุ่งผสมผสานเครื่องมือหรือกิจกรรมต่างๆอย่างสอดคล้องและเหมาะสม เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายของแผนที่กำหนดไว้
3. มุ่งที่จะเกิดผลต่อพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละส่วน “Effective Behavior Segmentation” เช่น อาจใช้โฆษณาและประชาสัมพันธ์ปูพรมกับกลุ่มเป้าหมายโดยทั่วไปก่อน แล้วจึงใช้การตลาดโดยตรง (Direct Marketing) ทำการเจาะลึกเฉพาะส่วนของกลุ่มเป้าหมายในภายหลัง จากนั้นอาจใช้การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event Marketing) เสริมเข้าไปในชุมชน เพื่อเป็นการตอกย้ำและสร้างภาพพจน์กับกลุ่มเป้าหมายอีกครั้ง นั้นหมายความว่า IMC จะมีการจัดเนื้อหาข่าวสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละส่วนอย่างเหมาะสม โดยอาศัยเครื่องมือหลายรูปแบบเข้าด้วยกัน
4. IMC จะโฟกัสกิจกรรมทุกอย่างเพื่อหวังผลทางด้านพฤติกรรมมากกว่าทัศนคติ และการรับรู้ “Focus on Behavior not Attitude or Awareness” เพราะพฤติกรรมเป็นสิ่งที่เห็นชัด และวัดผลได้ง่ายกว่าทัศนคติและการรับรู้ ซึ่งหมายถึง หากกลุ่มเป้าหมายชื่นชอบและรู้สึกดีกับสินค้านั้นมาก แต่ไม่เคยซื้อและใช้สินค้านั้นเลย ก็เปล่าประโยชน์ เพราะ IMC ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้ามากกว่าการรับรู้และรู้สึกชื่นชอบสินค้านั้น
5. เน้นการสื่อสารด้วยตราสินค้ามากกว่าประสิทธิภาพของสื่อ “Brand Contact , not Media Efficiencies” ทุกกิจกรรมของ IMC จะเน้นการสื่อสารด้วยตราสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาทางโทรทัศน์ก็จะต้องมีตราสินค้าปรากฏอยู่ การประชาสัมพันธ์ ก็อาจจะต้องจบลงด้วยข้อความที่ว่า ด้วยความปรารถนาดีจากตราสินค้า ชุดของพนักงานขายก็ต้องมีตราสินค้า สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการสื่อสารด้วยตราสินค้าทั้งนั้น นั่นแสดงว่า IMC ให้ความสำคัญกับการสื่อสารด้วยตราสินค้ามากกว่าประสิทธิภาพของสื่อเสียอีก

6. ต้องทำการเปลี่ยนระบบโครงข่ายของจิตใจ มากกว่าการสร้างการจดจำในโฆษณา “Changing Mental Networks , not Just Getting Advertising” ในเชิงของศาสตร์ด้านจิตวิทยา การจดจำนั้นไม่ลึกซึ้งหรือมีผลน้อยต่อการกำหนดพฤติกรรมของคน ทำนองเดียวกันการสร้างการจดจำในโฆษณาของนักการตลาดในอดีตย่อมมีอิทธิพลไม่มากนักต่อพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

ในทางตรงกันข้าม ความพยายามที่จะสื่อสารเพื่อมุ่งเปลี่ยนแปลงระบบโครงข่ายของจิตใจ(Mental Networks) ของกลุ่มเป้าหมาย ย่อมจะส่งผลและมีอิทธิพลต่อการกำหนดพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า เนื่องจากระบบโครงข่ายจิตใจจะเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของคน เหมือนคำกล่าวที่ว่า “จิตเป็นนาย กายเป็นบ่าว” นั่นเอง ถ้านักการตลาดสามารถเข้าถึงและควบคุมโครงข่ายจิตใจของกลุ่มเป้าหมายได้ย่อมจะส่งผลให้มีอำนาจเหนือพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายได้ในที่สุด

7. นักสื่อสารการตลาดต้องทำความเข้าใจและเล็งเห็นความสำคัญของความต่อเนื่องหรืออนุกรมของการสื่อสาร “Marketing Communication Continuum” ทุกขั้นตอนตลอดจนกระบวนการ การสื่อสารการตลาดมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบและหีบห่อสินค้า การจัดจำหน่าย การตั้งราคา กิจกรรมการสื่อสารการตลาดต่างๆ จนกระทั่งการซื้อและการได้รับบริการของลูกค้า
8. เป็นการมุ่งส่งเนื้อหาที่ฐานศูนย์ “Zero Based Message Delivery” โดยนักสื่อสารการตลาดจะไม่มีกำหนดว่า จะใช้หรือให้ความสำคัญกับกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งเป็นพิเศษ ในการส่งเนื้อหาสาระของสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนการกำหนดแนวคิดและเครื่องมือต่างๆ จะถูกใช้ตามสถานการณ์ที่ต้องการทำในปัจจุบันมากกว่า การพิจารณาจากการจัดสรรใช้งบประมาณกับกิจกรรมทางการตลาดที่เคยใช้มาในอดีต
9. IMC จะต้องสามารถวัดผลได้ “Accountability” แม้ว่าบางกิจกรรมอาจจะวัดผลยาก แต่ IMC เป็นการผสมผสานกิจกรรมหรือเครื่องมือหลายอย่างเข้าด้วยกัน ส่วนกิจกรรมที่สามารถวัดผลได้ชัดเจน และถูกต้องมากขึ้นก็จะถูกนำมาใช้ เช่น กิจกรรม

ทางการตลาดโดยตรงหรือการโฆษณาแบบตอบรับ (Direct-Response Advertising) ซึ่งมักจะพบเห็นวิธีการนี้ทางโทรทัศน์ หรือวิทยุกระจายเสียงในปัจจุบันมากขึ้น

### เครื่องมือสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร

กลยุทธ์ IMC เป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงและคุณค่า ตลอดจนบุคลิกภาพของตราสินค้า ผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาด โดยเครื่องมือเหล่านี้ต้องพูดถึงเนื้อหาเดียวกัน (Speak with one voice) เพื่อสนับสนุนและต่อยุ่ตราสินค้า (Branding) เครื่องมือของ IMC ได้แก่

- **การพูดถึงตราสินค้า (Word of mouth)**

คำพูดหรือคำวิจารณ์ต่างๆ จากใครก็ตาม ย่อมส่งผลกระทบต่อตราสินค้าทั้งสิ้น ถ้าเขาเหล่านั้นมีประสบการณ์ที่ดีกับตราสินค้า ย่อมแสดงข้อคิดเห็น หรือพูดถึงตราสินค้าในทางที่ดี แต่ในทางกลับกัน หากคนเหล่านั้นเคยได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดีก็จะพูดถึงตราสินค้าเสียๆหายๆอย่างแน่นอน ดังนั้นการบอกต่อจึงมีอิทธิพลต่อตราสินค้าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

- **การพัฒนาสินค้า (Product development)**

การพัฒนาสินค้าภายใต้ตราสินค้านั้นๆถือเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากขึ้น แต่ทั้งนี้ผู้บริหารงานสื่อสารการตลาดจะต้องนำเอาบุคลิกภาพและจุดยืนของตราสินค้าไปเป็นส่วนหนึ่งของวัตถุประสงค์ในการพัฒนาสินค้าด้วย เพราะการออกสินค้าใหม่จะได้ไม่ขัดกับบุคลิกภาพและจุดยืนของสินค้าที่กำหนดไว้ และการพัฒนาสินค้านั้นๆ ต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและผู้บริโภค ซึ่งตรงกับแนวคิด “Outside-in, not Inside-out”

- **ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ (Physical premises)**

ภาพที่ทุกคนเห็นไม่ว่าจะเป็นสำนักงาน ร้านค้า หรือสาขาอื่นๆของบริษัท จำเป็นต้องมีลักษณะโครงสร้างเหมือนกัน เพื่อต่อยุ่ความทรงจำในบุคลิกภาพของตราสินค้า โดยอาศัยหลัก IMC เรื่องความคงที่สม่ำเสมอ (Consistency) นั่นเอง ทั้งนี้บุคลิกภาพของสินค้าจะต้องครอบคลุมทั้งตราสินค้าเป็นอย่างไรในกลุ่มเป้าหมาย และตราสินค้าเองแสดงออกอย่างไร ซึ่งต่างก็ทำการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายของตราสินค้าทั้งสิ้น

- **หีบห่อสินค้า (Packaging)**

ตัวหีบห่อเองประหนึ่งเป็นเครื่องแต่งกายของสินค้า และหีบห่อถือเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคมองเห็นก่อนตัวสินค้าด้วยซ้ำ ดังนั้นถ้าใช้หีบห่อที่ดี และเหมาะสมก็จะช่วยส่งเสริมการขายให้กับสินค้าได้อีกทางหนึ่งด้วย

ถ้าวางจุดยืนของสินค้าที่ตำแหน่งรุ่นหนุ่มสาว อ่อนหวาน และน่ารัก หีบห่อก็ควรจะมีรูปลักษณะสีสัน และการออกแบบให้เป็นไปตามตำแหน่งที่กำหนดด้วย และที่สำคัญต้องมีลักษณะโดดเด่น และแตกต่างจากสินค้าอื่นในกลุ่มเดียวกัน อันจะเป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้สินค้ามากขึ้นนั่นเอง

- **การประชาสัมพันธ์ (Public relation)**

เป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดหนึ่งที่มีมุ่งเน้นการสร้าง รักษา และแก้ภาพลักษณ์ของตราสินค้า และเป็นเครื่องมือที่นิยมในยุคปัจจุบันที่มีเศรษฐกิจตกต่ำ เนื่องจากจะช่วยประหยัดงบประมาณในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ถ้าเปรียบเทียบกับโปรโมชั่นที่ต้องใช้งบประมาณสูง อย่างไรก็ตาม ทั้งโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ต่างก็จำเป็นสำหรับการสร้างตราสินค้า เพราะทำหน้าที่และหวังผลในระยะเวลาที่แตกต่างกัน

- **การโฆษณา (Advertising)**

เน้นการสื่อสารที่มุ่งให้เกิดการขายสินค้ามากกว่าภาพลักษณ์ของตราสินค้า

- **กิจกรรมเชิงการตลาด (Event Marketing)**

ในปัจจุบันกิจกรรมเชิงการตลาดได้รับความสนใจมากขึ้น เนื่องจากผู้บริหารงานสื่อสารการตลาดพยายามใช้เครื่องมือหลายประเภทเพื่อส่งเสริม สนับสนุนซึ่งกันและกัน อันจะช่วยผลักดันให้ตราสินค้าประสบความสำเร็จทางการตลาด ซึ่งการจัดกิจกรรมเชิงการตลาดก็มีทั้งในลักษณะที่เน้นตัวสินค้า องค์กรและชุมชน (Product, corporate and community events) โดยในการจัดกิจกรรมต่างๆไม่ว่าในลักษณะใดก็ตามก็จะสื่อสารด้วยตราสินค้าทั้งสิ้น

- **การจัดงานแสดงสินค้า (Trade Show)**

ถือว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งของการสื่อสารที่มุ่งแสดง สาธิต รับสั่งจองและขายสินค้า เป็นการนำผู้ขายและผู้ซื้อมาพบกันโดยผ่านช่องทางที่ใช้ต้นทุนต่ำในการนำเสนอและสาธิตสินค้าแก่กลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือนี้สามารถกำหนดสินค้าและกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน



- **การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)**

เป็นเครื่องมือหนึ่งของการสื่อสารที่มุ่งเสนอคุณค่า ข้อเสนอหรือสิ่งจูงใจพิเศษ แก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อเร่งให้เกิดการซื้อขายสินค้าเร็วขึ้น

- **การเป็นผู้อุปถัมภ์และกิจกรรมทางการตลาด (Sponsorship and Event Marketing)**

ทั้งสองเครื่องมือนี้ใกล้เคียงกันมาก แต่การสนับสนุนทางการตลาด (Sponsorship Marketing) เป็นเครื่องมือที่เจ้าของสินค้าลงทุนเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีโอกาสเห็นตราสินค้ามากขึ้น โดยหวังผลทางธุรกิจมากกว่าภาพลักษณ์ของบริษัทและสินค้า ในขณะที่กิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) เป็นเครื่องมือที่มุ่งเน้นความสนใจในกิจกรรมทางการตลาดเป็นพิเศษ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักและเห็นตราสินค้า โดยหวังผลทางภาพลักษณ์มากกว่าธุรกิจ

- **การตลาดโดยตรง (Direct Marketing)**

เป็นเครื่องมือที่มุ่งสื่อสารเพื่อให้เกิดการตอบสนองจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง และพยายามจะสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าแบบตัวต่อตัวอีก รูปแบบการตลาดโดยตรงนี้มีหลายประเภท เช่น การขายตรง การโฆษณาตอบกลับโดยตรง เครื่องมือนี้มีจุดเด่นเหนือเครื่องมืออื่นตรงที่เป็นการสื่อสารสองทาง ที่เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายสามารถตอบกลับได้ และเป็นเครื่องมือที่สามารถวัดและประเมินผลได้ชัดเจน

- **การสื่อสาร ณ จุดซื้อขาย (Point-of-Purchase Communications)**

เป็นเครื่องมือ IMC ที่ทำหน้าที่ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ จุดจำในตราสินค้าและตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างทันทีทันใด อาจใช้สัญลักษณ์ โปสเตอร์ ป้ายติดชั้นวางของ เพื่อมุ่งหวังที่จะผลักดันให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้า ณ จุดซื้อสินค้าเร็วขึ้น

- **การสร้างความผูกพันและความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเป้าหมาย (Affiliation and Relationship Programs)**

เครื่องมือนี้จะเน้นให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพันและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น การจัดกิจกรรมสำหรับสมาชิก ทั้งนี้จะเป็นผลดีต่อการสร้างความภักดีต่อตราสินค้านั่นเอง

- **มาตรฐานการให้บริการและพฤติกรรมที่แสดงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Service Standard and Behavior)**

IMC จะให้ความสำคัญกับพฤติกรรมและมาตรฐานการให้บริการของพนักงานที่มีต่อกลุ่มเป้าหมาย ด้วยเหตุนี้ทุกคนในบริษัทจึงต้องทำหน้าที่เป็นนักประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นการให้ข่าวสาร การจูงใจและสร้างทัศนคติที่ดี เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการเติบโตของธุรกิจให้บริษัท

จะเห็นได้ว่า IMC ให้ความสำคัญกับการใช้เครื่องมือการสื่อสาร ทั้งในรูปแบบที่ใช้สื่อบุคคลและสื่อมวลชน โดยอาศัยช่องทางที่หลากหลาย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันได้ อย่างครบถ้วน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าจะเลือกใช้และผสมผสานเครื่องมือเหล่านั้นอย่างไร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อตราสินค้า

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดครบวงจร IMC (Integrated Marketing Communications) มาประกอบการวิเคราะห์ถึงรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

### 1.7 แนวคิดโพสต์โมเดิร์น

โพสต์โมเดิร์นถูกนำมาใช้มากขึ้นในช่วงทศวรรษ 60 – 70 โดยเฉพาะในแวดวงวรรณกรรม และศิลปะ โพสต์โมเดิร์นมีลักษณะเป็นยุคที่ไม่สามารถกำหนดได้แน่นอนตายตัว (Indetermanence) เป็น สภาวะที่มีลักษณะเฉพาะทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการเมืองที่แตกต่างไปจากภาวะสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นก่อนหน้านั้น อาจกล่าวได้ว่าในแง่เศรษฐกิจของโพสต์โมเดิร์น คือ ยุคของการผลิตนวัตกรรมทางความรู้และข้อมูลข่าวสาร ระบบสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตด้วยข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ถูกผลิตขึ้นจะถูกผลิตซ้ำ โดยแหล่งต่างๆในตลาด ยุคโพสต์โมเดิร์นเน้นเทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นยุคของพื้นที่ไซเบอร์ (Cyberspace) ในแง่สังคมวัฒนธรรมในยุคโพสต์โมเดิร์นจะพบชนชั้นใหม่ที่มีลักษณะแตกต่างหลากหลาย คนเหล่านี้ส่วนหนึ่งทำหน้าที่ผลิตสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้สังคมบริโภค ได้แก่ นักข่าว คนทำโฆษณา ศิลปินและนักวิชาการ ในสังคมโพสต์โมเดิร์นการแบ่งชนชั้นทางสังคมจะไม่มีชัดเจน ไม่มีขอบเขตแน่นอน ชนชั้นเดิมยุบตัวลง เพราะเป็นการแบ่งชนชั้นตามพฤติกรรมบริโภค แต่วัตถุประสงค์ของการบริโภคของโพสต์โมเดิร์นไม่ใช่สินค้าโดยตรงอย่างแต่ก่อน หากแต่เป็นภาพหรือสัญลักษณ์ที่เกิดจากตัวสินค้าอีกทอดหนึ่ง รวมถึงจินตนาการที่ผู้บริโภคจะมีจากการบริโภคภาพหรือสัญลักษณ์ จากตัวสินค้านั้น ผู้บริโภคจึงไม่มีขอบเขตทางชนชั้น สิ่งที่ถูกบริโภคโดยผู้บริโภคที่ต่างกันก็ไม่จำเป็นต้องมีความหมายเหมือนกัน ในแง่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเปลี่ยนแปลงจะเป็นการปรับเปลี่ยนด้วย

กระบวนการต่อรองเฉพาะเรื่องในแต่ละบริบท จึงไม่มีกฎหรือทฤษฎีสากลที่อาจจะใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงได้ทุกเรื่อง ในแง่การเมืองยุคโพสต์โมเดิร์นสนใจศึกษาเรื่องอำนาจ นักคิดเสนอว่าไม่มีอำนาจเบ็ดเสร็จในสังคม ความสัมพันธ์ในโครงสร้างหลักไม่ใช่ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ความสัมพันธ์เชิงอำนาจก็ไม่มีลักษณะตายตัวตามสถานภาพของบุคคล ความสัมพันธ์นี้เกิดขึ้นตามความแตกต่างระหว่างบทบาทของบุคคลในแต่ละบริบททางสังคม เราจะเห็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจได้ในชีวิตประจำวันของเรา เป็นอำนาจที่แผ่ซ่านอยู่ในทุกพื้นที่ มีลักษณะเป็นเครือข่ายดำรงอยู่โดยการผลิตจากวาทกรรมในสังคม

นอกจากนี้ลักษณะของประชากรในยุคโพสต์โมเดิร์นนั้น จะมีความรู้สึกนึกคิด ทศนคติในด้านต่างๆที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต โดยคุณลักษณะสำคัญของคนในยุคโพสต์โมเดิร์น จะเน้นความไม่มีกฎเกณฑ์ เน้นความหลากหลายมากกว่าความเป็นเอกภาพ เน้นการสังเคราะห์เพื่อให้เกิดความต่างมากกว่าความเหมือน เน้นการมองหลายมิติมากกว่ามิติเดียว คนรุ่นใหม่จะชอบความแตกต่างในหลายๆด้าน เป็นพวกผู้บริโภคระยะสั้น ที่เน้นของฉาบฉวยหรือมีความเห่อเป็นพักๆ คนกลุ่มนี้ยังมีลักษณะประจำตัวที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ไม่ชอบของจริง แต่ชอบของเสมือนจริง (virtual) ซึ่งจะสังเกตได้ว่า คนรุ่นใหม่จะมีโลกส่วนตัวที่เป็นโลกเสมือนจริงอยู่มากโดยเฉพาะตามเน็ต

ลักษณะสำคัญของแนวคิดโพสต์โมเดิร์นที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประชานิยม ซึ่งมีสื่อมวลชนเป็นหัวใจ มีดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2544 : 34 -37)

1. เส้นแบ่งกั้นระหว่างวัฒนธรรมกับสังคมเลือนหายไป หมายความว่า วัฒนธรรมในรูปแบบของวัฒนธรรมประชานิยม ผลิตรกรรมของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ จะซึมผ่านเข้ารวมอยู่เป็นเนื้อเดียวกันกับชีวิตประจำวัน สถาบันทางสังคม และทุกส่วนเสี้ยวของสังคม บรรดาสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้อยู่ในสื่อมวลชนและวัฒนธรรมประชานิยมจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม และเป็นตัวกำหนดการให้ความหมายแก่ความเป็นจริงแก่สังคม

2. เส้นกั้นระหว่างวัฒนธรรมประชานิยมกับเศรษฐกิจเลือนหายไป คือจะมีการผสมผสานอย่างเป็นเนื้อเดียวกันระหว่างวัฒนธรรมกับเศรษฐกิจ การสร้างวัฒนธรรมก็ทำเพื่อและต้องอาศัยเศรษฐกิจ ความเติบโตทางเศรษฐกิจก็ต้องอาศัยวัฒนธรรม วัฒนธรรมประชานิยมจะเป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบการบริโภคของคนในสังคม เช่น เมื่อเราดูโฆษณาตัวอย่างภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ เราก็อยากจะไปดูภาพยนตร์เรื่องนั้นและเมื่อเข้าไปดู เราอาจจะเห็นโฆษณาขายขนม ทำให้เราต้องซื้อขนมนั้นอีก เป็นต้น

3. การเน้นสไตล์ รูปแบบมากกว่าเนื้อหา กล่าวคือ ทุกอย่างต้องมีการออกแบบ ไม่ว่าจะ เป็นชุดแต่งกาย บุคลิกภาพ การประกอบพิธีกรรม การนำเสนอเปิดตัวผลิตภัณฑ์ ฯลฯ การบริโภคที่เกิดขึ้นเป็นการบริโภคสัญลักษณ์ ภาพลักษณ์มากกว่าคุณประโยชน์ในการใช้งาน ผลก็คือ สิ่งที่เป็นเปลือกนอก เช่น หีบห่อ การแต่งกาย บรรดาสไตล์ที่ดูเข้าท่า เก๋ไก๋ จะสำคัญกว่าเนื้อหาสาระ และความหมาย ดังนั้น เรื่องคุณค่าทางศิลปะ ความงามเชิงสุนทรียะ การเอาจริงเอาจัง ของแท้ ความลุ่มลึกทางปัญญา ความสมจริงสมจัง ความมีเกียรติภูมิศักดิ์ศรี ก็เป็นเรื่องที่ไม่ต้องพูดถึง

4. เส้นกันระหว่างศิลปะ/วัฒนธรรมชั้นสูง (high culture) กับวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) จะเลือนหายไป เป็นผลมาจากการเน้นความสำคัญของรูปแบบมากกว่าเนื้อหา ซึ่งเป็นตรรกะที่เคยใช้แบ่งแยกระหว่างศิลปะ/วัฒนธรรมชั้นสูงกับวัฒนธรรมประชานิยม คือ ศิลปะจะมีเนื้อหาสูงส่ง เหนือกว่าวัฒนธรรมประชานิยม แต่เมื่อเนื้อหาหมดความหมาย ศิลปะก็หล่นลงไปรวมกับวัฒนธรรมประชานิยม

5. การปะปนกันเรื่องเวลากับพื้นที่ วัฒนธรรมหลังสมัยใหม่ทำให้คนงงงวยว่าตัวเองกำลังอยู่ที่ไหน เวลาอะไร เช่น ในระบบปัจจุบัน เราอาจจะรู้ว่าโลกกว้างเกิดอะไรขึ้น แต่ไม่รู้ว่าจะข้างๆบ้าน มีอะไรเกิดขึ้น ตรรกะมิติเรื่องพื้นที่ได้เปลี่ยนแปลงไป มิติเรื่องเวลาและสถานที่กลายเป็นความไม่แน่นอน เช่น กินอาหารเช้าที่กรุงเทพฯ กินข้าวเที่ยงที่เชียงใหม่ และกินข้าวเย็นที่ภูเก็ต เป็นต้น มิติทั้งสองกลายเป็นเรื่องเข้าใจยาก สับสน ไม่ค่อยปะติดปะต่อและกระจัดกระจาย

6. การลดความสำคัญของวิธีการเล่าเรื่องแบบเส้นตรง (linear) ประกอบด้วยการมีต้นเรื่อง ดำเนินเรื่อง และจบท้ายตามลำดับขั้นตอน การเล่าเรื่องเช่นนี้เน้นวิธีการเล่าเรื่องหลักของยุคสมัยใหม่ ไม่ว่าจะอยู่ในบริบทของวิทยาศาสตร์ ศาสนา ศิลปะ นวนิยาย ภาพยนตร์ ฯลฯ ทุกอย่างมีจุดเริ่มต้น ตอนกลาง และลงท้ายที่แน่นอน กลุ่มโพสต์โมเดิร์นปฏิเสธวิธีการเล่าเรื่องแบบเส้นตรง และตั้งข้อสงสัยรวมทั้งกระตุ้นให้มีการวิพากษ์วิจารณ์วิธีการเล่าเรื่องแบบดังกล่าว ซึ่งการปฏิเสธวิธีการเล่าเรื่องแบบเส้นตรงได้ส่งผลต่อรูปแบบวิถีชีวิตประจำวัน เช่น การปฏิเสธความสัมพันธ์อันยาวนานที่เป็นคุณลักษณะของการเล่าเรื่องแบบเดิมที่เน้นมิตรภาพอันยั่งยืน ปฏิเสธรูปแบบการทำงานแบบผัวเดียวเมียเดียวไปตลอดชีวิต แม้แต่ข้อสรุปของความรู้ต่างๆก็เป็นสิ่งที่ไม่จีรัง ยั่งยืน

แนวคิดสำคัญประการหนึ่งของแนวคิดโพสต์โมเดิร์น คือ แนวคิดเรื่องสัญลักษณ์และการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของโบดริยาร์ด (Baudrillard) สำหรับโบดริยาร์ด สัญลักษณ์แตกต่างจากสัญลักษณ์ เพราะสัญลักษณ์ไม่มีความหมายตายตัว ความหมายของสัญลักษณ์หรือตัวหมาย (signified)

ไม่ได้อยู่ที่ตัวมันเอง แต่อยู่ที่ความแตกต่างระหว่างตัวเองและสิ่งอื่นๆ ความหมายของสัญลักษณ์หรือตัวหมายเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทชนิดต่างๆ ที่มันปรากฏ เมื่อเราบริโภคสัญลักษณ์ เราจึงไม่จำเป็นต้องบริโภคความหมายเดียวกับที่ผู้อื่นบริโภค ความหมายของสัญลักษณ์ถูกสร้างขึ้นใหม่เรื่อยๆ หน้าที่ของการสร้างสัญลักษณ์ไม่ได้มาจากผู้ผลิตฝ่ายเดียว ผู้ที่บริโภคสัญลักษณ์ (จากสินค้า) ก็สามารถสร้างความหมายส่วนตัวของตนเองด้วย

การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (The Consumption of the Sign) เป็นวัฒนธรรมบริโภคนิยมที่ปรากฏในสังคมโพสต์โมเดิร์น โดยโบดริยาร์ดเชื่อว่า นอกจากประโยชน์ใช้สอยแล้วและราคาแล้ว วัตถุถูกกำหนดในฐานะที่เป็นส่วนประกอบในการสร้างบรรยากาศของระบบคุณค่าใดระบบคุณค่าหนึ่งที่มีอยู่มากมายในสังคมสมัยใหม่ เช่น การกินแฮมเบอร์เกอร์ McDonald นั้น นอกจากจะเพื่อตอบสนองของความหิวแล้ว เรายังบริโภคสัญลักษณ์ของมันนั่นก็คือ อารยธรรมตะวันตก เพราะในบริบทของสังคมไทยปัจจุบัน แฮมเบอร์เกอร์ McDonald ถูกกำหนดให้อยู่ในระบบคุณค่าซึ่งสะท้อนความเป็นอารยธรรมตะวันตกออกมา

Sign = Signifier/Signified

สัญลักษณ์ = แฮมเบอร์เกอร์ McDonald / อารยธรรมตะวันตก

ส่วนการที่หนุ่มสาวชาวรัสเซียพร้อมที่จะให้ราคาแกงเกงยีนส์ Levi's สูงเป็นพิเศษก็ไม่ใช่เพราะประโยชน์ใช้สอยของมันในฐานะแกงเกงขายาว แต่เป็นเพราะแกงเกงยีนส์ Levi's มีศักยภาพในการแสดงความแตกต่างที่ทำให้พวกเขาแตกต่างจากคนอื่น ๆ เพราะมันเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นตะวันตกและสมัยใหม่ (Modern) วัตถุโดยตัวมันเองจึงไม่ใช่ส่วนสำคัญ แต่เป็นความแตกต่างทางวัตถุที่ทำให้คนกินแฮมเบอร์เกอร์หรือหนุ่มสาวชาวรัสเซียแตกต่างจากคนอื่น ดังนั้น วัตถุจึงไม่เคยถูกบริโภคในส่วนที่เป็นวัตถุ แต่จะถูกบริโภคในส่วนที่เป็นความแตกต่าง (Lyotard, 1968: 243 อ้างถึงในสุภาวศ์ จันทวานิช, 2551:308)

ทั้งนี้ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและรูปแบบการสื่อสาร แบบจำลองการสื่อสารของ Grunig และ Hunt การสื่อสารเพื่อการพัฒนาภายใต้กระบวนทัศน์ทางเลือกด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (The Alternative Paradigm of Development Communication) แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม แนวคิดเรื่อง Tipping Point แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดครบวงจร IMC (Integrated Marketing Communications) และแนวคิดเรื่องโพสต์โมเดิร์น

สามารถนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ถึงรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ทั้งนี้เนื่องจากทุกทฤษฎีนั้นสนับสนุนซึ่งกันและกัน และช่วยให้มองเห็นถึงรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนได้ลึกซึ้งและชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยการสื่อสารเพื่อการพัฒนาภายใต้กระบวนทัศน์ทางเลือกด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (The Alternative Paradigm of Development Communication) และแนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ช่วยให้ทราบถึงกระบวนทัศน์ที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยวในในแต่ละช่วงมีลักษณะของการสื่อสารอย่างไร และคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร สำหรับแนวคิดเรื่อง Tipping Point และแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดครบวงจร IMC (Integrated Marketing Communications) ช่วยให้ทราบถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ทำให้เกิดกระแสนิยม (เทียว) ปายว่า นอกจากการสื่อสารแล้ว มีบริบทแวดล้อมใดอีกบ้างที่ช่วยสนับสนุนให้ปายเป็นที่นิยมและเมื่อถึงช่วงที่ปายได้รับความนิยมจนถึงขีดสุด จนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชนแล้วนั้น คนในชุมชนมีวิธีในการรับมือกับปัญหาและใช้การสื่อสารในการจัดการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างไร นอกจากนี้ยังนำมาใช้อธิบายผลในการศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนในปัญหาคำถามวิจัยข้อที่ 1 ดังนี้

**ปัญหาคำถามวิจัยที่ 1** “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของอำเภอปาย เป็นอย่างไร

## 2.แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำและบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน

สมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ (อ้างถึงในเวทินี สตะเวทิน, 2542: 31) ให้ความหมายว่า ผู้นำ เป็นผู้ที่มีความสามารถที่จะนำชาวบ้านในด้านที่ผู้นำนั้นมีความสามารถโดยมีจิตสำนึกและอุดมการณ์ที่จะยังประโยชน์ให้เกิดแก่ชุมชน โดยไม่ต้องรอคำสั่งให้ปฏิบัติภารกิจใด ๆ จากอำนาจทางการ

ในการดำเนินงานเพื่อพัฒนาชุมชนนั้น จำเป็นที่จะต้องต้องมีผู้นำที่เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการโครงการ อันจะทำให้โครงการประสบผลสำเร็จ โดยเรียกผู้นำในการพัฒนาชุมชนว่า “ผู้นำชุมชน”

ผู้นำชุมชนแบ่งได้กว้าง ๆ 2 ประเภท คือ

1. ผู้นำแบบเป็นทางการ (Formal leadership) ได้แก่ ผู้มีอำนาจหน้าที่ โดยได้รับการเลือกและแต่งตั้งจากทางราชการ เช่น กำนัน กรรมการชุมชน ตลอดจนข้าราชการประเภทต่างๆ ผู้นำประเภทนี้มีตำแหน่งหน้าที่ค้ำอยู่ และประชาชนก็ตระหนักในฐานะของผู้นำ
2. ผู้นำแบบไม่เป็นทางการ (Informal leadership) ได้แก่ ผู้มีอิทธิพล มีความรู้ความสามารถ ทันสมัย รู้สถานการณ์ภายในชุมชนเป็นอย่างดี ไม่ได้รับมอบหมายอำนาจใดๆ จากทางราชการ และชาวบ้านก็ไม่ได้ตระหนักในความเป็นผู้นำ แต่ยอมรับให้เป็นผู้ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จในการทำงานของหมู่บ้าน ประชาชนที่เดือดร้อนมีปัญหาจะอาศัยบุคคลนี้เป็นที่พึ่งพิงได้ เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน

### บทบาทและหน้าที่ของผู้นำชุมชน

ผู้นำมักใช้อำนาจหรืออิทธิพลที่จะนำทางให้สมาชิกในกลุ่มกระทำหรือไม่กระทำกรต่างๆ อย่างไรก็ตามการมีตำแหน่งทางการในชุมชนเพียงอย่างเดียวไม่ใช่สิ่งที่จะระบุตัวผู้นำได้ หากบุคคลนั้นไม่เข้าร่วมในการตัดสินใจและเข้าร่วมดำเนินกิจการในชุมชน ดังนั้นประเด็นสำคัญที่จะใช้ระบุความเป็นผู้นำได้อย่างแท้จริง คือ การเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมของชุมชน (วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์, 2526)

วรรณวิมล หุดินทรวงศ์, 2549:46 ได้สรุปหน้าที่สำคัญของผู้นำไว้ดังนี้

1. นักริเริ่มสิ่งใหม่ (Initiator) ผู้นำจะต้องมีบทบาทในการริเริ่มทำสิ่งใหม่ๆ ซึ่งจะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ผู้นำจะต้องเป็นคนแรกที่มองเห็นความต้องการของสมาชิก จะต้องทำให้สมาชิกตระหนักถึงความต้องการและริเริ่มกิจการในกลุ่ม
2. ผู้แนะแนวทาง (guide) ผู้นำจะต้องเป็นผู้ให้คำแนะนำผู้ตามในการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ คอยช่วยเหลือในการวิเคราะห์ปัญหาและเป็นผู้กระตุ้นความต้องการของสมาชิกในกลุ่ม และผู้นำจะเป็นผู้ให้ข่าวสารด้วย
3. ผู้จัดการกิจกรรมของกลุ่ม (promoter) ผู้นำมีหน้าที่ในการก่อตั้งกลุ่ม บำรุงรักษากลุ่มมากกว่าสมาชิกคนอื่น ๆ เช่น เป็นผู้สร้างความสัมพันธ์ในกลุ่ม เป็นผู้ประสานงานกับสมาชิกในกลุ่มเพื่อให้งานดำเนินไปด้วยความราบรื่น เป็นผู้แก้ไขข้อขัดแย้งในกลุ่ม เป็นต้น

4. เป็นสัญลักษณ์ (symbol) ผู้นำจะเป็นผู้ที่มีความเห็นอกเห็นใจผู้ตามและอุทิศตนในการทำงานเพื่อกลุ่ม ซึ่งจะทำให้เป็นที่ชื่นชอบของบรรดาผู้ตาม และถือเอาผู้นำเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มและพยายามกระทำตนตามแบบอย่าง

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2526) ได้กล่าวถึง บทบาทของผู้นำชุมชนในการพัฒนาชุมชน ไว้โดยสรุป คือ

1. ผู้นำต้องถึนเป็นสื่อความคิดสองทาง (Two-way communication)
2. เป็นผู้ชักนำประชาชนเข้าร่วมโครงการพัฒนาหมู่บ้าน ซึ่งก่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางด้านวัตถุและด้านพัฒนาคน
3. เป็นผู้นำความรู้ ประสบการณ์ในการทำงานร่วมกันในการแก้ปัญหาและสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าต่าง ๆ

#### บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน

อ้อมทิพย์ เมฆรักษาวณิช แค่มป์และคณะ (2547) ได้กล่าวถึงบทบาททางการสื่อสารที่สื่อบุคคลสามารถแสดงออกได้ ดังต่อไปนี้

1. เป็นผู้รับการสื่อสารจากโลกภายนอก (การสื่อสารเข้า)
2. เป็นช่องทางถ่ายทอดข่าวสารให้ประชาชนได้รับรู้ (การสื่อสารภายนอก)
3. เป็นผู้กลั่นกรองข่าวสาร
4. เป็นผู้แปลงเนื้อหาสารให้สอดคล้องกับชาวบ้าน
5. เป็นตัวสร้างรอยเชื่อมต่อการสื่อสารในแนวนอน (ระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้าน)
6. เป็นตัวช่วยในกระบวนการตัดสินใจ
7. เป็นกลไกเร่ง (Catalyst) กระบวนการพบปะแสดงความคิดเห็น
8. เป็นเครื่องมือในการสร้างความโปร่งใส
9. เป็นผู้จัดเวทีสื่อสารทางความคิด
10. เป็นผู้สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน



11. เป็นผู้แก้ไขหรือบริหารความขัดแย้งของชุมชน โดยอาจเข้าไปเป็นผู้ตัดสิน ผู้ประนีประนอม
12. เป็นผู้รวบรวม/รับฟังความคิดเห็นและความต้องการของประชาชน
13. เป็นปากเสียงให้แก่คนกลุ่มต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มคนด้อยโอกาส
14. เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารของคนในชุมชน

จากที่กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปหน้าที่ทางการสื่อสารของผู้นำชุมชนได้ดังนี้ (จันทร์ทิพย์ ปาละนันท์ ,2545)

1. หน้าที่ในการกระจายข่าวสารในชุมชน
2. หน้าที่ในการนำเสนอปัญหาและการแก้ไขปัญหาของชุมชน
3. หน้าที่ในการชักจูงให้ประชาชนมีส่วนร่วม
4. หน้าที่ในการสอบถามความคิดเห็นของประชาชน
5. หน้าที่ในการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก

สำหรับผู้นำในการศึกษาเรื่อง รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้แก่ ผู้นำชุมชนทั้งแบบเป็นทางการ เช่น เจ้าหน้าที่ททท.แม่ฮ่องสอน นายอำเภอ และผู้นำแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผู้นำชุมชนและปราชญ์ท้องถิ่น เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากผู้นำ นับเป็นบุคคลสำคัญที่มีส่วนในการโน้มน้าวชักจูงให้คนในชุมชนปฏิบัติตาม ดังนั้นผู้วิจัยได้นำแนวคิดด้านบทบาทผู้นำและบทบาททางการสื่อสารของผู้นำ มาเป็นกรอบในการ วิเคราะห์และอภิปรายผลในการศึกษาถึงผู้นำและบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน ในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ในปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 ดังนี้

**ปัญหานำการวิจัยที่ 2 “ผู้นำชุมชนอำเภอปายมีบทบาททางการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร”**

ซึ่งบทบาททางการสื่อสารของผู้นำนี้ถือเป็นบทบาทเฉพาะทางด้านการสื่อสารของผู้นำ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างให้บทบาทของผู้นำในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ดำเนินการได้อย่างสำเร็จ มีประสิทธิผล และราบรื่นยิ่งขึ้น

#### 4.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### งานวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสาร, การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและบทบาทของผู้นำชุมชน

**สมฤทัย เสือปาน (2549)** ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี” พบว่า การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่ท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก ส่วนหนึ่งเกิดจากการสื่อสารด้วยวิธีการเผยแพร่แบบปากต่อปากที่ผ่านจากช่องทางทางการสื่อสารหลายช่องทาง ซึ่งในการเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวของตลาดสามชุกไปยังกลุ่มคนอื่นๆ อาจมีเหตุผลมาจากการมาเที่ยวตลาดสามชุกแล้วเกิดความประทับใจ จึงอยากที่จะบอกต่อไปยังกลุ่มเพื่อนหรือญาติให้ลองมาเที่ยวบ้าง

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้นำชุมชนมีบทบาททางการสื่อสารในด้านต่าง ๆ คือ การกระตุ้นความร่วมมือจากสมาชิกในชุมชน, การประสานความร่วมมือกับภาคีภายนอก, การจัดระบบการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน, การดูแลและต้อนรับนักท่องเที่ยว, การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวและการแก้ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน

**อาภา เอร่าวัฒน์ (2545)** ศึกษาเรื่อง “บทบาทของการสื่อสารแบบบอกต่อในการตัดสินใจซื้อ” พบว่า การสื่อสารแบบบอกต่อมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในธุรกิจบริการเลิศ ในด้านการสร้างความเชื่อมั่นในผลการรักษาและลดระดับความเสี่ยงที่ผู้บริโภครับรู้ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจเข้ารับบริการในท้ายที่สุด และการแพร่กระจายข้อมูลลักษณะบอกต่อเกิดขึ้นเนื่องจากความต้องการให้คำแนะนำเกี่ยวกับประสบการณ์รักษาและผลการรักษาที่เกิดขึ้นจริง เพื่อช่วยในการแสวงหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ

**สมสุข หินวิมาน และคณะ (2547)** ศึกษาเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารกับศักยภาพการดำรงอยู่ของชุมชน: ศึกษากรณีบ้านทุ่งขวาง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี” พบว่า ในชุมชนทุ่งขวางมีการรวมกลุ่มของสมาชิกสภากาแพ ซึ่งร้านกาแพ เป็นพื้นที่ทางกายภาพ ที่ตายตัวและทำหน้าที่เป็นพื้นที่ที่เอื้อให้เกิดการไหลเวียนของข่าวสารภายในชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการเป็นพื้นที่ถักทอความสัมพันธ์ของคนในทุ่งขวางด้วยกัน

**นพรัตน์ มุณีรัตน์ (2540)** ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช” พบว่า ผู้นำในชุมชนคีรีวง มีบทบาทครอบคลุมในการ

จัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนทั้งหมด ตั้งแต่การก่อตั้งชมรมการท่องเที่ยว การกำหนดแผนการจัดการและกฎระเบียบ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การดูแลและบริการนักท่องเที่ยว รวมถึงการแก้ไขปัญหา ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่ผู้ชุมชนของศรีวังทั้งที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกอบต. และผู้นำไม่เป็นทางการ ได้แก่ ผู้อาวุโส ประธาน และคณะกรรมการล้วนแต่ทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการชมรมการท่องเที่ยว

### งานวิจัยเกี่ยวกับอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

**รศ.ดร.รัศมี ชูทรงเดช (2549)** โครงการวิจัยระยะสั้นเรื่อง “การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการฟื้นฟู อนุรักษ์ และจัดการสืบสานทรัพยากรทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ของชุมชนในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน” ผลการวิจัยคือ 1) ทำให้ทราบว่าปายมีประวัติศาสตร์วัฒนธรรมที่เก่าแก่ไปถึงสมัยอาณาจักรล้านนายุครุ่งเรืองเมื่อประมาณ 500 กว่าปีมาแล้ว และมีการอพยพเคลื่อนย้ายเข้ามาของคนหลายชาติพันธุ์อย่างต่อเนื่องจนกระทั่งปัจจุบัน จากการทบทวนเอกสาร ทำให้ทราบว่ายังไม่มีมีการค้นคว้าและรวบรวมความรู้ประวัติศาสตร์ของเมืองปายอย่างจริงจัง 2) ทราบสถานภาพความรู้ด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ว่ายังมีงานวิจัยอย่างลุ่มลึกในทุกมิติของเวลาค่อนข้างน้อยมาก 3) ทราบศักยภาพของแหล่งโบราณคดีและแหล่งทรัพยากรทางวัฒนธรรมในการจัดการความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ว่าจะต้องมีการสำรวจทางโบราณคดีอย่างละเอียดเพื่อรวบรวมข้อมูลก่อนที่จะถูกทำลาย โดยการขยายของตัวเมืองและจะต้องทำการอนุรักษ์เบื้องต้นอย่างเร่งด่วน 4) การจัดเวที 3 ครั้ง ทำให้ทราบว่าชุมชนรอบนอกตัวเมืองปาย มีสำนึกและความสนใจในการสืบค้น อนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นตนเอง ซึ่งแสดงถึงศักยภาพของชุมชนในการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมต่อไป และ 5) ข้อมูลทางประวัติศาสตร์และหลักฐานทางโบราณคดี เป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยอย่างลุ่มลึกต่อไป ข้อมูลจากการวิจัยสามารถนำไปพัฒนาจัดตั้งศูนย์ข้อมูลหรือศูนย์กลางการเรียนรู้ต่อไปในอนาคต

**อุตร วงษ์ทับทิม (2545)** โครงการ “ชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม ตำบลแม่ธิ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน” พบว่า 1. ชุมชนเห็นคุณค่าของธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ผืนป่าต้นน้ำมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ชุมชนมุ่งเน้นอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ซึ่งเป็นแหล่งต้นน้ำ โดยดำเนินการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวและกำหนดเส้นทางท่องเที่ยว ไม่ให้มีการตัดถนนเข้าไปในผืนป่า ลดการก่อผลกระทบจากการท่องเที่ยวให้น้อยที่สุด ทั้งในทางตรงและทางอ้อม 2. ชุมชนมีส่วนร่วมโดยตรงในการศึกษาปัญหาการท่องเที่ยว และผลกระทบที่ชุมชนอาจได้รับจากการ

ท่องเที่ยว การเดินป่าศึกษาธรรมชาติในชุมชน นักท่องเที่ยวต้องเดินเข้าไปโดยมีชาวบ้านเป็นผู้นำทาง 3.โครงสร้างฐานรากเศรษฐกิจชุมชนเป็นการเกษตรกรรม ปลูกข้าว ถั่วเหลือง กระเทียม และเลี้ยงสัตว์ ต้องการให้กิจกรรมท่องเที่ยวเป็นเพียงรายได้เสริมของชุมชนเท่านั้น 4.ชุมชนต้องรักษาซากเหง้าทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาดั้งเดิม มีการตั้งรับและปรับตัวให้เข้ากับกระแสการท่องเที่ยวที่ขยายเข้ามาในชุมชน ด้วยการก่อตั้งพิพิธภัณฑ์ชุมชน เผยแพร่วิถีแห่งวัฒนธรรมและภูมิปัญญา เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านวัฒนธรรม มิใช่เป็นการขายวัฒนธรรม พร้อมทั้งมีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานด้านการอนุรักษ์ซากเหง้าทางวัฒนธรรม และฟื้นฟูภูมิปัญญาดั้งเดิม ทั้งนิทานพื้นบ้าน (ปลอเลอเปลอ)และลำนำพื้นบ้าน (ทา)

จากงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น ประกอบด้วยประเด็นของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม บทบาทและการสื่อสารของผู้นำ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวสามารถนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ให้ทราบถึงรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนและบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน ในปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 และ 2 ดังนี้

**ปัญหานำการวิจัยที่ 1** รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย เป็นอย่างไร

**ปัญหานำการวิจัยที่ 2** ผู้นำชุมชนอำเภอปายมีบทบาททางการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาวิจัยมีรายละเอียดสำคัญของระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
5. ความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. การนำเสนอข้อมูล

#### 1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน และบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกทำวิจัยโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research), การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีข้อมูลเนื้อหาที่ถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์มากที่สุด

#### 2. กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของอำเภอปาย โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมายที่ทำการเก็บข้อมูลเป็น 3 กลุ่ม คือ

กลุ่มผู้นำชุมชน สมาชิกในชุมชนที่อาศัยอยู่อำเภอปาย และกลุ่มหน่วยงานภายนอก รวมทั้งสิ้น 25 คน ดังนี้

กลุ่ม	รายชื่อ	ตำแหน่ง
ผู้นำชุมชน	1. นายนิเวศน์ พูลสวัสดิ์	นายอำเภอปาย
	2. นายอัครเดช ตาปราบ	นายกเทศมนตรีตำบลปาย
	3. นางอาภรณ์ แสงโชติ	ประธานกลุ่มสตรีอำเภอปายและเจ้าของ Banana House
	4. นายวรเทพ กันทาดี	ประธานชมรมการท่องเที่ยวอำเภอปาย
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	5. นายชาญวิทย์ นาคะสุวรรณ	ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน
สื่อมวลชน	6. Joe Cumming	ผู้เขียนหนังสือ Lonely Planet Thailand
	7. นายสมเกียรติ สมจิตต์	สื่อมวลชนท้องถิ่น
บุคคลภายนอก	8. เบญจวรรณ วงศ์คำ	เจ้าหน้าที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
	9. ผศ.จิตติศักดิ์ พุฒจรรย์	รองหัวหน้าสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยศิลปากร
สมาชิกในชุมชน	10. วาธินี เชาววิทธิ	เจ้าของร้านขายของที่ระลึก
	11. นายวีรพล ศิลรัตน์	เจ้าของร้านค้าปาย
	12. นางสาวประภาภรณ์ ยมกวาง	เจ้าของร้านเล็กๆ
	13. เดี Elite Gallery	เจ้าของ Elite Gallery (ปัจจุบันเลิกแล้ว)
	14. นางสาวพิมพ์พรรณ ยังประสิทธิ์	คนขายของที่ระลึก

15.นายโอภาส จันทร์กระจ่าง	คนขายของที่ระลึก
16.นายกนต์ธีร์ ศิวาลัย	เจ้าของคลับฝั่งดิเกสต์เฮ้าส์
17.นางดวงจันทร์ อรัญญูมิ	เจ้าของกิจการดวงเฮ็ดฮอม
18.นายสันโดษ สุขแก้ว	เจ้าของเจ้าของโฮมสเตย์ไฮอู้อยู่ท่าคำปาย
19. ภูชาย ณ พัทลุง	เจ้าของภูชายอาร์ตแอนด์โฮมสเตย์
20. ลุงหล้า	เจ้าของรถเข็นขายกาแฟลุงหล้า
21. นายถวิล ปาลี	นายสถานีรถเปรมประชา
22. นายสมเพชร แก้วชุม	พนักงานขับรถของบริษัทเปรมประชา
23. นายอำพัน ปรัชญาวิชัยกุล	ชาวบ้านอำเภอปาย
24. นางอำพร บุญอินทร์	ชาวบ้านอำเภอปาย
25.นางจันทรา ชัยวารีย์	ชาวบ้านอำเภอปาย รับจ้างเป็นแม่บ้าน ในเกสต์เฮ้าส์

โดยในการเก็บข้อมูลนั้นผู้วิจัยต้องทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) จึงได้ทำการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Nonprobability random sampling) ด้วยหลักการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักเครือข่าย (Network sampling) หรือเทคนิคก้อนหิมะ (snowball purposive) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ตามคำแนะนำของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกแบบเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมอย่างครบถ้วนและครอบคลุม

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสอบถามกึ่งมีโครงสร้าง โดยมีการกำหนดแนวคำถามไว้ล่วงหน้า โดยใช้แนวคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้เล่าเรื่องและแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ได้

อย่างอิสระ ในขณะที่สัมภาษณ์ผู้วิจัยจะปรับคำถามไปตามสถานการณ์ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับปัญหานำการวิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายรูป และสมุดจดบันทึก เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วย

ในการนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในการตอบปัญหานำการวิจัย คือ การศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของอำเภอป่าาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีประเด็นหัวข้อในการสัมภาษณ์ ดังนี้

## 1. รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอป่าาย

- 1.1 รูปแบบการสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอป่าาย ทั้งการสื่อสาร เพื่อการจัดการการท่องเที่ยว การสื่อสารเพื่อกระตุ้นความร่วมมือ และการสื่อสารเพื่อแก้ไขข้อขัดแย้ง
- 1.2 ช่องทางการสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอป่าาย
- 1.3 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอป่าายในสถานการณ์ที่ต่างกันไป ทั้งสถานการณ์ทั่วไปและสถานการณ์ที่มีปัญหา

## 2. บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอป่าาย

- 2.1 ลักษณะของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอป่าาย
- 2.2 บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอป่าาย ตามสถานการณ์การดำเนินงานจัดการท่องเที่ยว เช่น
  - การรวมตัวกันของแกนนำชุมชน
  - การจัดระบบการท่องเที่ยวของชุมชน
  - การประสานความร่วมมือของสมาชิกในชุมชน
  - การประสานความร่วมมือกับภาคีภายนอก
  - การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์



- การดูแลและต้อนรับนักท่องเที่ยว
- การแก้ไขปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงาน

#### 4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) เพื่อทราบประวัติความเป็นมาและข้อมูลอื่น ๆ ใน การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของอำเภอปาย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสารท่องเที่ยวต่าง ๆ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อเฉพาะกิจ และข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากชุมชน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non – participatory Observation) โดยผู้วิจัยจะขอเข้าเยี่ยมชมกิจกรรมที่ชุมชนจัดขึ้น อาทิ การประชุม และการจัดกิจกรรม เพื่อสังเกตดูวิธีการสื่อสารของสมาชิก รวมถึงการศึกษาลักษณะของผู้นำและบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน ในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในบรรยากาศไม่เป็นทางการ (Informal Interview) โดยการสัมภาษณ์จากโครงคำถามแบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ตอบคำถามเรื่องราวและแสดงทัศนคติเกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมาของชุมชน และการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนในประเด็นทั่วไปได้อย่างอิสระ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) เพื่อค้นหาคำตอบตามประเด็นของปัญหาคำถามวิจัย ได้แก่ รูปแบบการสื่อสาร และบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน ในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย

#### 5. ความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การตรวจสอบหลายวิธีด้วยกัน คือ การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ การใช้สัมภาษณ์เจาะลึก การสังเกตอากัปกริยา การแสดงออกขณะสัมภาษณ์หรือพูดคุยกับผู้นำและสมาชิกชุมชน ตลอดจนการตรวจสอบข้อมูล โดยให้กลุ่มเป้าหมายที่ได้สัมภาษณ์เป็นผู้ตรวจสอบประเด็นสำคัญต่างๆ และข้อมูลทุกส่วนมาใช้ประกอบกันในการทบทวน ตรวจสอบข้อมูล

นอกจากนั้นความน่าเชื่อถือของข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ความสำคัญต่อกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลและมีแนวทางปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลเพิ่มขึ้น ดังนี้

1. ควบคุมสถานการณ์วิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือโดยการสร้างสัมพันธภาพ อ่อนน้อม ถ่อมตนต่อผู้อาวุโส และให้ความจริงใจในการสัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดความร่วมมือตลอดระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัย
2. ก่อนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ชี้แจงรายละเอียดขั้นตอนในการวิจัย ทำความเข้าใจร่วมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความร่วมมือ สามารถให้ข้อมูลตามความเป็นจริง
3. ผู้วิจัยฝึกฝนและพัฒนาตนเองในเทคนิคการสัมภาษณ์ การสังเกต และบันทึกข้อมูล เพื่อให้เกิดทักษะก่อนการดำเนินการเก็บข้อมูลจริง
4. ผู้วิจัยกำหนดบันทึกการสังเกต โดยการจดบันทึก หากไม่สามารถจดบันทึกได้ขณะสัมภาษณ์ จะรีบบันทึกอีกครั้งหลังการสัมภาษณ์เสร็จสิ้น หากเป็นการสัมภาษณ์ เมื่อสัมภาษณ์เสร็จ ผู้วิจัยจะถอดเทปสัมภาษณ์อย่างละเอียดตามความจริงทันที เพื่อช่วยลำดับเหตุการณ์ได้อย่างต่อเนื่องและนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนในการสัมภาษณ์ครั้งต่อไป ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
5. ผู้วิจัยให้ความสำคัญต่อจริยธรรมในการทำวิจัย โดยจะพยายามไม่ให้เกิดผลเสียหายต่อกลุ่มเป้าหมายที่สัมภาษณ์

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีต่าง ๆ แล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาจัดระบบข้อมูล รวบรวม และแบ่งหมวดหมู่และประเภทของข้อมูลตามขอบเขตการวิจัย จากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีในบทที่ 2 เป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลตามสัดส่วนของวัตถุประสงค์การวิจัย

รายละเอียดของการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วน มีดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละกรณีศึกษา โดยจะจัดเพิ่มข้อมูล เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลในหลายรูปแบบแบ่งออกเป็น ข้อมูลเอกสาร ข้อมูลจากการสังเกต การสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพไม่สามารถแจงนับได้ ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์โดยการตีความหมาย โดยนำเอาคำ วลี ประโยค อากัปกริยา พฤติกรรมการแสดงออก บริบททางสังคม นำมาจัดเป็นหมวดหมู่ตามความเกี่ยวข้องตามขอบเขตการวิจัย
2. การสรุปเรื่องของแต่ละกรณีศึกษา วิเคราะห์หาข้อสรุปตามสาระสำคัญของการวิจัย โดยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาผสมผสานกันเพื่อนำไปสู่การสรุปประเด็นในแต่ละกรณีศึกษา
3. วิเคราะห์สรุปรวม โดยนำข้อมูลสาระสำคัญของแต่ละกรณีศึกษามาตีความหมายเพื่อสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Inductive Method) โดยการวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์และปัญหาคำถามวิจัย

## 7. การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลในแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยการนำเสนอข้อมูลตามสัดส่วนของปัญหาคำถามในการวิจัย ประกอบกับการบรรยายขั้นตอนหรือวิธีการต่าง ๆ โดยการนำเสนอข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอป่าาย
2. เพื่อศึกษาบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวอำเภอป่าาย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยแบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วน คือ เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวของสมาชิกอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนและเพื่อศึกษาบทบาทสำคัญของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) และสื่อต่างๆ ได้แก่ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ รายการโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต ที่เผยแพร่เรื่องราวของอำเภอปาย เพื่อทราบประวัติความเป็นมาและข้อมูลอื่น ๆ ในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ร่วมกับการเก็บข้อมูลโดยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation Observation) โดยผู้วิจัยจะขอเยี่ยมชมกิจกรรมที่ชุมชนจัดขึ้น อาทิ การประชุม การจัดกิจกรรม เพื่อสังเกตดูวิธีการสื่อสารของสมาชิก และใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 25 ท่าน

การนำเสนอผลงานวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลเบื้องต้นของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

**ส่วนที่ 2** ผลการวิจัย ที่ตอบปัญหานำการวิจัย 2 ข้อ ได้แก่

- 1.รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวของสมาชิกอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน
- 2.บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

จากการสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยขอนำเสนอ ประวัติศาสตร์ความเป็นมา ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน ประกอบด้วย ที่ตั้งและอาณาเขต การปกครอง ภูมิอากาศ ลักษณะทางประชากร วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประเพณี และสถานที่ท่องเที่ยว ที่สำคัญ ตลอดจน พัฒนาการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่จะทำให้รู้จัก และเข้าใจความเป็นมาของอำเภอปาย ได้มากขึ้น ดังนี้

### ประวัติความเป็นมา

จากการศึกษาประวัติความเป็นมาพบว่า ปายเป็นเมืองเก่าแก่ที่มีประวัติความเป็นมาอย่างช้านาน จากหนังสือชุมชนปายกับกระบวนการสร้างวาทกรรมการพัฒนาและกำหนดชะตากรรมตนเองในแนวทางสิทธิมนุษยชนได้บันทึกไว้ว่า จากการสืบค้นทางประวัติศาสตร์ของเมืองปาย พบว่ามีร่องรอยการอยู่อาศัยของมนุษย์มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ โดยมีสถานที่อยู่อาศัยที่ประกอบพิธีกรรมและการแสดงออกทางความเชื่อทางศาสนาปรากฏอยู่ในหลายๆพื้นที่ ซึ่งเชสเตอร์ กอร์มัน (Chester Gorman) ชาวอเมริกันและนักโบราณคดีและคณะได้สำรวจเมื่อปี พ.ศ.2508 พบว่าบริเวณหุบเขาลุ่มน้ำปายและแม่น้ำของในเขตอำเภอปายและอำเภอปางมะผ้า มีการอยู่อาศัยอย่างต่อเนื่องมาแล้วไม่น้อยกว่า 7,500 ปี โดยพบหลักฐานสำคัญเป็นข้าวของเครื่องใช้ของมนุษย์สมัยนั้นถูกทิ้งอยู่ในบริเวณเขตเมืองน้อย และอีกจำนวนไม่น้อยยังคงอยู่บริเวณลานน้ำพุร้อนธรรมชาติ ปัจจุบันเมืองน้อยตั้งอยู่ในเขตตำบลเวียงเหนือ เป็นที่อยู่ของชาวกะเหรี่ยงปะกาเกอญอ

นอกจากนี้ยังมีข้อมูลจากตำนานที่มีการรวบรวมโดยปราชญ์ท้องถิ่น คือ ครูจันท์ อินสาร และครูดวงดี ใจแปง ได้กล่าวไว้ว่า แต่เดิมเมืองปายตั้งอยู่ที่ตำบลเวียงเหนือเป็นเมืองเก่าแก่มากช้านาน และเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญในสมัยอาณาจักรล้านนารุ่งเรือง เนื่องจากพบว่ามีซากโบราณสถานกระจายอยู่ในพื้นที่ต่างๆของอำเภอปาย ซึ่งในสมัยของอาณาจักรล้านนานั้น เรียกอำเภอปายว่า "บ้านดอน" ทั้งนี้เนื่องจากมีที่ตั้งอยู่บนดอนมีป่าไม้ไผ่ล้อมรอบ มีแม่น้ำไหลผ่าน 2 สาย คือ แม่น้ำปายและแม่น้ำเมือง ไหลผ่านทางทิศเหนือและทางทิศตะวันตก รอบบ้านดอนเป็นที่ราบกว้างใหญ่ เหมาะสำหรับเป็นที่ตั้งทัพ และปลูกข้าวเป็นเสบียงเลี้ยงกองทัพและผู้คนได้เป็นจำนวนมาก (ดวงใจ หล่อธนวนินัย, 2550: 95)

ต่อมาในสมัยที่อาณาจักรล้านนาตกเป็นเมืองขึ้นของสยาม พระเจ้ามโหตรประเทศ เจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่ของล้านนา ได้ส่งเจ้าแก้วเมืองมาไปคล้องช้าง และพบว่าเมืองปายมีลักษณะเหมือนเมืองเชียงใหม่ จึงแนะนำให้เจ้าส่งขอไปย้ายไปสร้างเวียงใหม่ในที่ราบกลางหุบเขาปาย เมื่อพ.ศ. 2375 ซึ่งปัจจุบันคือ ตำบลเวียงใต้

เริ่มมีผู้คนจากต่างถิ่นอพยพเข้ามาอยู่ปายมากขึ้น เมื่อปี 2427 หลังจากทางการได้เริ่มมีการปรับปรุงถนนหนทางและผังเมืองใหม่เป็นตรอกซอกซอยมีความสวยงามมากยิ่งขึ้น ชาวบ้านในบริเวณใกล้เคียงเมื่อได้รับข่าวสารถึงเมืองใหม่ จึงพากันเดินทางมาอยู่อาศัยและทำมาหากินในเมืองปายกันเป็นจำนวนมากขึ้นกว่าเดิม

นอกจากนี้ข้อมูลจาก <http://sasookpai.com> ของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอปาย บอกว่า อำเภอปาย มีการอพยพโยกย้ายเข้ามาตั้งถิ่นฐานของกลุ่มคนหลากหลายชาติพันธุ์ในหลายช่วงเวลา โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษที่ 2430 บริษัทบอร์เนียวและบริษัทบอมเบย์เบอร์มาของอังกฤษ ได้เข้ามาขอรับสัมปทานทำไม้ ดำเนินการตัดและชักลากไม้ในพื้นที่อำเภอปาย จากเจ้าอินทวิชยานนท์ เจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่ เนื่องจากการทำไม้ต้องใช้แรงงานคนและช้างจำนวนมาก อังกฤษจึงนำชนชาติข่าหรือขมุจากลาว ตองสู และไทใหญ่จากรัฐฉานเข้ามาเป็นแรงงาน รวมทั้งคนงานพื้นเมืองจากเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน ไทลื้อจากสะเมิง ปกาเกอญอจากแม่ฮ่องสอน แม่ริม สันป่าตอง เมืองคอง และแม่สะเรียง คนงานเหล่านี้ส่วนหนึ่งมีครอบครัวตั้งถิ่นฐานอยู่ในลุ่มน้ำปาย ลุ่มน้ำแม่เย็น ลุ่มน้ำแม่ฮี้ และลุ่มน้ำแม่ปิงน้อย

จนกระทั่งเกิดการเปลี่ยนแปลงการปกครองท้องถิ่นในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 รัฐบาลสยามได้ยกเลิกฐานะเมืองหรือเวียง เมืองปายจึงกลายเป็นอำเภอปาย โดยมี รองอำมาตย์เอกหลวงเจริญเขตเขลางค์ (คุณสอน สุขุมมินทร์) เป็นนายอำเภอคนแรกในปี พ.ศ.2454 (จันทร์ อินทสาร, 2550: 36-37)

ต่อมาเมื่อเกิดสงครามมหาเอเซียบูรพา หน่วยทหารช่างกองทัพญี่ปุ่นได้สร้างเส้นทางยุทธศาสตร์จากแยกแม่มาลัย อำเภอแม่แตง ผ่านป่าแป๋ แม่เลา แม่สะ มายังอำเภอปาย แม่ฮ่องสอน และขุนยวม เพื่อส่งกำลังทหาร อาวุธยุทโธปกรณ์ และเสบียงอาหารเข้าไปหนุนช่วยกองกำลังแนวหน้าที่บุกเข้าไปปฏิบัติการยึดครอง พม่า โดยเฉพาะมณฑลละแวกซึ่งเป็นแหล่งน้ำมันทางตอนเหนือ พร้อมกันนี้มีการเกณฑ์แรงงานชาวไทยจากอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ อันได้แก่ ดอยสะเก็ด สันทราย แม่ริม แม่แตง เชียงดาว ฯลฯ มาเป็นแรงงานสร้างทาง คนงานเหล่านี้ส่วนหนึ่ง

ได้แต่งงานมีครอบครัวและตั้งถิ่นฐานอยู่ในตำบลแม่ฮี้ อำเภอปาย (เข้าถึงได้จาก <http://sasookpai.com>)

ในอดีตการเดินทางมายังอำเภอปาย เป็นเรื่องที่ยากลำบาก เพราะการคมนาคมยังไม่เจริญ ไม่มีถนนตัดผ่าน ผู้คนต้องใช้การเดินทางด้วยเท้า ซี่ม้า หรือใช้แม่น้ำปายเป็นเส้นทางหลักในการล่องแพจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ด้วยที่ตั้งของปายที่เป็นจุดกึ่งกลางระหว่างแม่ฮ่องสอนและเชียงใหม่ ทำให้ปาย กลายเป็นเมืองที่อยู่ในเส้นทางการค้าระหว่างเชียงใหม่กับแม่ฮ่องสอน

ปายเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อมีการสร้างทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1095 จากเชียงใหม่ถึงปาย เมื่อปี 2528 ส่งผลให้รูปแบบการดำรงชีพเปลี่ยนแปลงไป เช่น การปลูกพืชเพื่อการพาณิชย์แทนข้าว ส่วนการท่องเที่ยวในอำเภอปายเริ่มต้นครั้งแรกเมื่อปีพ.ศ. 2524 แต่เมืองปายในระยะแรกยังเป็นเพียงจุดแวะพักของนักเดินทางท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจุดหมายปลายทางไปยังจังหวัดแม่ฮ่องสอนเท่านั้น แต่ด้วยสภาพธรรมชาติและความงามของปายได้สร้างความประทับใจจนนำไปสู่การเล่าต่อกันแบบปากต่อปาก อินเทอร์เน็ต บทความท่องเที่ยว สารคดีโทรทัศน์ และยังเป็นฉากดงามในภาพยนตร์หลายเรื่อง ทำให้เมืองปายถูกกล่าวถึงว่ามีเสน่ห์ และน่าท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง จึงเริ่มมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่ปายมากขึ้น

สำหรับที่มาของคำว่า ปาย นั้น ยอด เนตรสุวรรณ ได้อธิบายไว้ในหนังสือเที่ยวปายกันเถอะ ว่าคำว่า “ปาย” มีที่มาจากเรื่องราวของช้างพลายสองเชือกของพระเจ้าศรีใจยา เจ้าราชบุตรเชียงใหม่ ซึ่งพลัดหายไปตามลำน้ำ และติดตามกลับมาได้เพียงเชือกหนึ่ง ส่วนอีกเชือกหนึ่งล้มตายในแม่น้ำ พระเจ้าศรีใจยา จึงตั้งนามแม่น้ำสายนี้ว่า “พลาย” แต่หากออกเสียงตามสำเนียงพื้นบ้านของคนล้านนาจะเป็น “ปาย” นักท่องเที่ยวต่างชาติมักออกเสียงชื่อเมืองนี้ว่า “พาย” ตามการสะกดอักษรภาษาอังกฤษว่า “PAI” (ยอด เนตรสุวรรณ เที่ยวปายกันเถอะ หน้า 126, 2551)

### ที่ตั้งและอาณาเขต

ปายเป็นอำเภอขนาดเล็กตั้งอยู่ทางตอนเหนือของจังหวัดแม่ฮ่องสอน อยู่ติดชายแดนพม่า มีธรรมชาติสวยงาม และมีแม่น้ำหลายสายไหลผ่าน ได้แก่ แม่น้ำปาย แม่น้ำของ และแม่น้ำแม่ปิงน้อย โดยแม่น้ำปายนับเป็นเส้นทางสายหลักในการคมนาคมของคนในอดีต อีกทั้งมีลำห้วยอีกหลายสาย คือ ห้วยแม่เมือง ห้วยแม่เย็น และห้วยแม่ฮี้ พื้นที่ของอำเภอปายเป็นที่ราบแอ่งกระทะล้อมรอบด้วยภูเขา ทำให้เมืองปายเป็นที่ราบแอ่งกระทะอยู่ในหุบเขา ที่เรียกว่า “แอ่งปาย” มีอาณา

บริเวณที่ครอบคลุมประมาณ 2,244.7 ตารางกิโลเมตร โดยมีอาณาเขตติดต่อกับสถานที่ต่างๆ ดังนี้ (รัศมี ชูทรงเดช หน้า6, 2550)

ทิศเหนือ ติดกับเมืองหมอกใหม่และเมืองปิ่นจังหวัดตองกั๊ว ประเทศสาธารณรัฐเวียดนาม  
 ทิศใต้ ติดกับวัดจันทร์ อำเภอแม่แจ่มและอำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่  
 ทิศตะวันออก ติดกับ อำเภอแม่แตง อำเภอเวียงแห และอำเภอเชียงดาวจังหวัดเชียงใหม่  
 ทิศตะวันตก ติดกับห้วยบุลิ่ง อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

## การปกครอง

ลักษณะการเมืองการปกครองนั้น อำเภอปาย แบ่งเขตการปกครองเป็น 1 เทศบาล 7 ตำบล 66 หมู่บ้าน คือ เวียงใต้ 8 หมู่บ้าน เวียงเหนือ 10 หมู่บ้าน แม่นาเต็ง 14 หมู่บ้าน แม่ฮี้ 6 หมู่บ้าน พุ่งยาว 12 หมู่บ้าน เมืองแปง 7 หมู่บ้าน และโป่งสา 9 หมู่บ้าน

อำเภอปายประกอบด้วยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น 8 แห่ง ได้แก่

เทศบาลตำบลปาย ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลเวียงใต้  
 องค์การบริหารส่วนตำบลเวียงใต้ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเวียงใต้ (นอกเขตเทศบาลตำบลปาย)

องค์การบริหารส่วนตำบลเวียงเหนือ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเวียงเหนือทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลแม่นาเต็ง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลแม่นาเต็งทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลแม่ฮี้ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลแม่ฮี้ทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลพุ่งยาว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลพุ่งยาวทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลเมืองแปง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเมืองแปงทั้งตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลโป่งสา ครอบคลุมพื้นที่ตำบลโป่งสาทั้งตำบล

## ภูมิอากาศ

สำหรับสภาพภูมิอากาศ อำเภอปาย มีภูมิอากาศแบบร้อนชื้น โดยในฤดูร้อนอากาศจะร้อนมากในช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม

ฤดูฝนจะกินเวลาตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมไปจนถึงกลางเดือนตุลาคม และฝนตกชุกมากที่สุดในช่วงเดือนกันยายน ฤดูฝนนี้ถือเป็นช่วงที่เมืองปายมีบรรยากาศสวยงามที่สุด ดังที่ดวงใจ หล่อธนวนิชย์ ได้เขียนบรรยายไว้



“พอเข้าหน้าฝน...อากาศเย็นสบาย ชุ่มชื้น มีกลิ่นไอดิน ต้นกล้าในแปลงนาเริ่มเป็นสีเขียวอ่อนและเขียวขจี เป็นฤดูกาลที่สดชื่น ร่มรื่น ชีวิตของผู้คนในปลายเริ่มกลับมาใช้ชีวิตชีวาอีกครั้ง ชาวนาชาวไร่เริ่มปลูกข้าว ปลูกผัก แต่ชีวิตผู้คนในเมืองยังคงดำเนินไปอย่างซ้ำๆ น้ำในลำห้วยตามหมู่บ้านรอบตัวเมืองปลายมีหิ่งห้อยส่องแสงยิบยับลอยเต็มไปหมด...ช่วงปลายฝนต้นหนาวข้าวเริ่มออกรวงสีทองสวยงามมาก...”

ส่วนฤดูหนาวเริ่มต้นตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนไปจนถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ อากาศจะหนาวจัดในช่วงปลายเดือนธันวาคมจนถึงเดือนมกราคม นอกจากนี้ยังอำเภอปลายมีหมอกปกคลุมตลอดทั้งปี เนื่องจากภูมิประเทศที่เป็นหุบเขาสูง มีพื้นที่อยู่บนที่สูงเหนือระดับน้ำทะเล ทำให้มีอุณหภูมิสูงในตอนกลางวัน เนื่องจากถูกแสงแดด ส่วนในตอนกลางคืนจะได้รับอิทธิพลจากลมภูเขา ทำให้อากาศเย็นลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งเมื่อความชื้นในตอนกลางวันลอยตัวขึ้นปะทะกับความชื้นของอากาศ จึงทำให้เกิดหมอกปกคลุม โดยทั่วไปสภาพอากาศจะมีความแตกต่างอย่างชัดเจนทั้ง 3 ฤดูกาล ดังคำบอกเล่าของอำพร บุญอินทร์ ชาวบ้านท้องถิ่นอำเภอปลาย

“สมัยก่อน อากาศเย็นสบาย หน้าหนาวนี้หนาวมาก ๆ เลยนะ เข้าๆ มีหมอก ลอยๆ สวย สวยมาก ๆ เลย ..อากาศดีมาก ๆ หน้าฝนก็ โอ๊ย ฝนตกพรา ๆ นะทั้งวัน สบาย แต่ถ้าหน้าร้อนก็ร้อนนะ...”

(อำพร บุญอินทร์, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2552)

ด้วยสภาพทางธรรมชาติเช่นนี้เอง ลุงสว่าง (คนโตอายุรุ่น 70 ปี) เล่าว่า ตอนลุงเป็นเด็ก ผู้เฒ่าผู้แก่เรียกเมืองปลายว่าเป็น “เมืองงาไซ” คือเมืองที่ผู้คนได้เข้ามาปลายแล้วก็จะชอบและตั้งหลักปักฐานทำกินอยู่ที่นี่ หรือไม่ก็กลับมาอีก เปรียบเหมือนปลาที่ติดเข้าไปในไซ (ชาวบ้านที่นี่เรียกงาไซ) (ดวงใจ หล่อธนวนิชย์ หน้า 102, 2550)

แต่ปัจจุบันด้วยสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง สภาพอากาศที่อำเภอปลายจึงไม่ค่อยแตกต่างกันมากนักในแต่ละฤดู โดยเฉพาะในปีพ.ศ.2552 ที่อากาศเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดป่าแห้ง หรือ อากาศร้อน แสงไซติ เล่าให้ฟังว่า

“...เดี๋ยวนี้ร้อนมาก อากาศไม่ดีเลย นี่ก็เดือนพฤศจิกายนแล้ว ทุกที่ต้องหนาวแล้วนะ แต่ปีนี้ไม่มีวีแววเลย ธรรมชาติถูกทำลายหมด มีแต่ริสอร์ท เนี่ย อากาศเปลี่ยนแปลงแล้ว ถ้าไม่หนาวนี้หน้ากลัวนะ...หน้าฝนนี้ไม่ท่วมเลยหลายปีแล้ว ปกติท่วมทุกปีนิดๆหน่อยๆ นี้ไม่ท่วมเลย ถ้าท่วมอีกทีก็น่ากลัว คงรุนแรง...”

(อาภรณ์ แสงโชติ, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2552)

### ลักษณะทางประชากร

อำเภอปายมีประชากรหลายกลุ่มชาติพันธุ์ ทั้งคนเมืองและชาวพื้นราบ คือ ไทยใหญ่ นอกจากนี้ยังมีชาวเขาอีก 5 กลุ่ม ได้แก่ กะเหรี่ยง ลีซอ มูเซอ ม้งและจีนยูนนาน

จำนวนประชากรทั้งสิ้นประมาณ 30,113 คน แยกเป็นชาวพื้นราบร้อยละ 52.8 และชาวเขาร้อยละ 47.12 เป็นคนเมือง (ไทยล้านนา) และชาวไทใหญ่ร้อยละ 52.88 กะเหรี่ยงร้อยละ 16.92 ลีซอร้อยละ 14.94 มูเซอร้อยละ 5.9 ม้งร้อยละ 5 (นิเวศน์ พูลสวัสดิ์ สัมภาษณ์ 16 พฤศจิกายน 2552)

### วิถีชีวิตความเป็นอยู่

ด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ บริเวณหุบเขากว้างใหญ่ลุ่มน้ำปาย ลุ่มน้ำแม่ฮี้ ลุ่มน้ำแม่เย็น และลุ่มน้ำแม่ปิงน้อย อยู่ในทิศทางลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ทำให้มีฝนตกค่อนข้างชุก ช่วงฤดูฝนแต่ละปีมักมีน้ำป่าไหลลงมาท่วมพื้นที่ราบลุ่มสองฟากฝั่ง ทำให้เกิดการทับถมของโคลนตะกอนที่อุดมด้วยแร่ธาตุสารอาหาร ส่งผลให้เป็นพื้นที่เหมาะแก่การเกษตรกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปลูกข้าว ทั้งข้าวเจ้า ข้าวเหนียว ข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ รวมทั้งถั่วเหลืองและกระเทียมซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจหลัก

ในอดีตประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมทำไร่กระเทียมและมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ใกล้ชิดกับธรรมชาติ สะท้อนให้เห็นจากคำขวัญของอำเภอปาย “ลำปายสายธาร นมัสการหลวงพ่อกุณเมือง ลือเลื่องกระเทียมพันธุ์ดี ป่าเขียวขจีรอบทิศ วิถีชีวิตสงบร่มเย็น” แต่ปัจจุบันอำเภอปายได้กลายสภาพจากเมืองชนบทเล็กๆ ที่เงียบสงบ มาเป็นเมืองท่องเที่ยว ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี ที่พักและร้านค้าก็เพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว ส่งผลให้วิถีชีวิตดั้งเดิมของคนท้องถิ่นเปลี่ยนไป คนท้องถิ่นเริ่มปรับตัวให้สอดคล้องกับความเป็นเมืองท่องเที่ยวในปัจจุบัน

“...ตอนนี้ มั่ง ดีซอ และอาซ่า เริ่มมีการปรับตัว รับวัฒนธรรมของคนภาคกลางบ้างแต่ก็ยังคงดำรงเอกลักษณ์ดั้งเดิมของตนไว้ได้ ส่วนกลุ่มคนล้านนามีความคิดที่ทันสมัย สามารถปรับตัวได้ดี อาชีพลักๆถ้าเป็นชนเผ่าก็ขึ้นกับภาคเกษตรกรรม คือ ปลูกข้าว ทำไร่กระเทียม ถั่วเหลือง ส่วนคนไทยใหญ่และล้านนาหันมาประกอบธุรกิจที่สอดคล้องกับสภาพของเมืองในปัจจุบัน มีการแบ่งที่ดินให้เช่า ชายที่ดินให้คนนอก ส่วนใหญ่หันมาเป็นลูกจ้างในสถานประกอบการ บางส่วนหันมาเปิดร้านค้า ร้านอาหาร เป็นการปรับตัวให้เข้ากับความเป็นเมืองท่องเที่ยวของอำเภอปาย...”

(นิเวศน์ พูลสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

“...เมื่อก่อนก็ปลูกกระเทียมทำไร่ แต่เดี๋ยวนี้มาเป็นรับจ้างคนในเมืองที่เค้ามาทำเกษตรเข้าสู่ เพราะเป็นลูกจ้างเค้าได้เงินเร็วกว่า ไม่ต้องลงทุนอะไรเราลงแค่แรงสิ้นเดือนมาก็ได้เงิน แต่ถ้าเราทำไร่เราก็ต้องลงทุนหลายอย่าง ค่าปุ๋ย ค่าเก็บเกี่ยวอีก สุดท้ายหักแล้วเหลือไม่เท่าไรเอง...”

(จันทรา ชัยวารี, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2552)

“...เดี๋ยวนี้ ชาวบ้านเดิมเค้าขายที่ออกไปอยู่นอกเมืองกันหมด บางคนก็หันมารับจ้างในสถานประกอบการ พวกที่พัก ร้านอาหารกันหมด...”

(สันโดษ สุขแก้ว, สัมภาษณ์, 17 พฤศจิกายน 2552)

จากข้อมูลการศึกษาและวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า ประชากรอำเภอปายในปัจจุบันเริ่มหันมาประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว แต่ชาวบ้านและเขาที่อยู่นอกเมืองออกไปยังคงประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำไร่กระเทียม ปลูกข้าว และถั่วเหลือง

## วัฒนธรรม

เนื่องจากอำเภอปายเป็นที่อยู่อาศัยของคนหลายกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งมีทั้งคนเมืองและชาวเขา ทำให้วัฒนธรรมประเพณีและความเป็นอยู่ของคนแต่ละกลุ่มแตกต่างกันออกไป ดังที่นิเวศน์ พูลสวัสดิ์ นายอำเภอปายได้เล่าให้ฟังว่า

“...สัดส่วนประชากร 50% ประกอบด้วย คนล้านนาและไทยใหญ่ อีก 50% ที่เหลือเป็นชนเผ่า มั่ง ดีซอ กะเหรี่ยง จีนยูนนาน ความเป็นอยู่ดั้งเดิมแต่ละกลุ่มจะแตกต่างกัน วัฒนธรรมอาหารการกิน รูปแบบของสถาปัตยกรรมก็ต่างกัน ...”

(นิเวศน์ พูลสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

แต่เนื่องจากมีจำนวนของชาวไทยใหญ่อาศัยอยู่มากที่สุด วัฒนธรรมฉานหรือไทยใหญ่ จึงพบเห็นได้มากที่สุด โดยการแต่งกายของชาวไทยใหญ่ ผู้ชายจะสวมกางเกงขากว้าง เสื้อแขนยาวคอเปิด ส่วนผู้หญิงจะสวมใส่เสื้อและเสื้อที่ปักลวดลาย โดยจะมีทั้งแบบแขนสั้นและแขนยาว ซึ่งจะมีกระดุมกลัดที่หน้าอกจากซ้ายไปขวา ทั้งชายและหญิงสวมหมวกสานปีกกว้างเพื่อกันแดดและฝน ปัจจุบันคนไทยใหญ่จะสวมเสื้อผ้าพื้นเมืองเฉพาะช่วงเทศกาลสำคัญทางศาสนาเท่านั้น ประเพณีงานรื่นเริงของไทยใหญ่มักจะเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา ดังนั้นจึงมีวัดที่มีสถาปัตยกรรมแบบไทยใหญ่หลายแห่งในอำเภอปาย เช่น วัดหลวง วัดกลาง วัดป่าขาม เป็นต้น โดยมีเอกลักษณ์ที่สำคัญ คือ ใต้ถุนสูง เสาทรงกลม หรือแปดเหลี่ยมเรียงรายหลายต้น โถงกว้าง ตรงกลางใช้ประกอบพิธีกรรม ปลายสุดพื้นโถงยกระดับขึ้นสำหรับประดิษฐานพระประธาน ส่วนด้านข้างของโถงซ้ายขวา เป็นกุฏิสงฆ์และที่อยู่ของลูกวัด รูปทรงหลังคามีลักษณะซ้อนกันเป็นชั้นลดหลั่นกันลงมา ในอดีตมุงด้วยแป้นเกล็ด ปัจจุบันใช้สังกะสีหรือกระเบื้องประดับเชิงชายและขอบจั่วด้วย “ปานซอย” ทำจากไม้หรือแผ่นโลหะลวดลายอย่างวิจิตรบรรจง นอกจากชาวไทยใหญ่จะศรัทธาในพระพุทธศาสนาแล้ว ก็ยังมีความเชื่อในเรื่องผีและวิญญาณด้วย โดยมีประเพณีการเช่นอาหารให้กับดวงวิญญาณที่สิงสถิตตามที่ต่างๆ ทั้งบนดิน ในน้ำและในป่า (ดวงใจ หล่อธนวนิชย์, 2550: 99)

### ประเพณีสำคัญ

ชุมชนปายนั้นมีประเพณีหลากหลาย เนื่องจากมีกลุ่มคนหลายชาติพันธุ์เข้ามาอาศัยอยู่ ซึ่งประเพณีที่สำคัญของชาวไทยใหญ่และคนเมือง มีดังนี้

**ตานก้วยสลา** จัดขึ้นในช่วงวันเพ็ญ เดือน 12 เหนือ หรือตรงกับเดือนกันยายน ไปจนถึงแรม 1 ค่ำ เดือนเกียงดับ หรือเดือนพฤศจิกายน โดยประเพณีตานก้วยสลาหรือเรียกอีกอย่างว่า ทำทานก้วยสลา มีลักษณะเหมือนกับประเพณีถวายสลากภัตของท้องถิ่นภาคกลาง ซึ่งเป็นการทำบุญโดยการนำข้าวของเครื่องใช้ เช่น ข้าวสาร อาหารแห้งที่จะถวายให้แก่พระสงฆ์บรรพชในก้วย (ชะลอมหรือตะกร้าที่สานจากไม้ไผ่) ก่อนวันตานก้วยสลา ชาวบ้านจะจัดเตรียมสิ่งของเครื่องถวาย เรียกว่าวันเตรียมการนี้ว่า “วันดา”

**ตานผ้าใหม่** หรือ **ตานตัดผ้าป่า** จัดขึ้นในช่วงเดือนพฤศจิกายน ตานตัดหรือทานทอดในสำเนียงภาคกลาง เป็นการถวายเครื่องใช้ประจำวัน เช่น ที่นอน หมอน มุ้ง ถ้วยชาม หม้อ น้ำแก่พระสงฆ์ในช่วงจำวัตรราว 5-6 ทุ่ม โดยจะทำอย่างเงียบๆ ด้วยการนำของถวายไปไว้ที่หน้ากุฏิ

แล้วจุดธูปเทียนภาวนา จากนั้นจะทำเสียงดัง เช่น จุดประทัดเพื่อให้พระสงฆ์ออกมารับของถวาย แล้วพากันหลบซ่อนไม่ให้พระสงฆ์รู้ว่าผู้ใดนำของมาถวาย ซึ่งการถวายทานติดนิยมนำให้แก่พระที่ถือปฏิบัติเคร่งครัดและเป็นที่นับถือ นับว่าเป็นการป้องกันการลาสิกขาของพระรูปนั้น

**ทำบุญปอยข้าวสงฆ์** คือ การอุทิศส่วนกุศลให้ผู้เสียชีวิตไปแล้วด้วยการสร้างบ้านจำลองบนเรือนมีเครื่องเรือน เครื่องใช้ เครื่องครัว เครื่องแต่งกาย อย่างครบเครื่อง และนำทั้งเรือนไปถวายพระสงฆ์ที่วัด นิยมทำกันในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมีนาคม

**งานปอยสา่งลอง** หรือประเพณีบรรพชาสามเณรตามแบบไทยใหญ่ ผู้ที่จะบวชแต่งตัวเป็นชายไทยใหญ่สา่งลอง โดยการจัดงานจะจัดต่อเนื่องกัน 3 วัน ในวันแรก เด็กชายจะเข้าพิธีโกน แต่ไม่โกนคิ้วแต่งหน้าทาปาก สวมเสื้อผ้าสวยงามและโพกผ้าแบบพม่า ประดับด้วยมวยผมของบรรพบุรุษที่เก็บรักษาไว้ ตกแต่งด้วยดอกไม้ตอนนี้เรียกเด็กที่กำลังจะบวชว่า “สา่งลอง” โดยต้องออกไปขอขมาและรับศีลรับพรตามบ้านผู้ใหญ่ วันที่ 2 จะมีการแห่สา่งลองไปตามถนนสายต่างๆ โดยให้สา่งลองขี่ม้าหรือขี่คอพี่เลี้ยง เรียกว่า “ตะแแปสา่งลอง” .ส่วนวันสุดท้าย จะมีการแห่สา่งลองไปตามถนนอีกครั้งก่อนที่จะไปรวมกันที่วัดและทำพิธีบวช

**กาดหลู่** จัดขึ้น 2-3 วันก่อนวันออกพรรษา กาดหลู่ (กาดแปลว่าตลาด และหลู่แปลว่าบูชา) ในอดีตมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ชาวบ้านได้รับความสนุกสนานรื่นเริงในการมาจับจ่ายข้าวของสำหรับการทำบุญออกกพรรษา

**จองพารา** จัดขึ้นระหว่างวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 ถึงวันแรม 8 ค่ำเดือน 11 จองพาราคือประเพณีส่วนหนึ่งในเทศกาลปอยเหลินสิบเอ็ด (ออกพรรษา) การบูชาจองพารา คือ การรับเสด็จพระพุทธเจ้ากลับมายังโลกมนุษย์หลังจากเทศนาโปรดพระมารดา ณ สวรรค์ชั้นดาวดึงส์

“จองพารา” เป็นภาษาไทยใหญ่แปลว่าปราสาทพระ มีลักษณะเป็นปราสาทจำลองทำด้วยโครงไม้ไผ่ ประดับลวดลายด้วยกระดาษและกระดาษสีต่างๆ หนักล้วย อ้อย และประดับโคมไฟ จองพาราจะถูกแขวนที่หน้าบ้านและลานวัด ช่วงเข้ามืดก่อนสว่างของวันแรม 1 ค่ำ จะมีพิธี “ซอมต่อ” คือ การอุทิศเครื่องเซ่นไหว้แก่สิ่งมีชีวิตที่ชาวไตถือว่ามิบุญคุณในการดำเนินชีวิต โดยนำกระทงอาหารเล็กๆที่จุดเทียนไว้ไปตั้งตามสถานที่ต่างๆ และก่อนจะถึงวันแรม 8 ค่ำ จะมีพิธี “หลู่เตงheng” คือ การถวายเทียนพันเล่ม โดยแห่ต้นเทียนไปถวายที่วัด ด้วยการรำรำของสัตว์หิมพานต์ “กิงกะหล่า” และ “โต” และในวันกอยจ้อด คือ วันแรม 8 ค่ำ อันเป็นวันสุดท้ายของเทศกาลออกพรรษาจะมีพิธี “ถวายเป็นเกียะ” คือ ไม้สนเขามัดรวมกันเข้าขบวนแห่

**ประเพณีสิบสองมณฑล่องผ่องไต** คือประเพณีลอยกระทงของชาวไทยใหญ่เป็นการบูชาพระอุปคุตหรือพระอรหันต์ในคติของชาวไทยใหญ่แปดองค์ โดยเชื่อว่ามรณภาพไปแล้วสี่องค์ ส่วนที่เหลือยังคงบำเพ็ญธรรมอยู่ในแม่น้ำ ทุกวันเพ็ญเดือน 12 จะขึ้นมาโปรดสัตว์ จึงมีการบูชาพระอุปคุตด้วยการลอยสิ่งของต่างๆ ในลำน้ำเพื่อเป็นการให้ทานและถวายเป็นพุทธบูชา

### สถานที่ท่องเที่ยว

จากการค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอปายที่มักได้รับการแนะนำผ่านสื่อต่างๆ มีทั้งวัด สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และร้านค้าต่างๆ ในที่นี้ จะนำเสนอเพียงวัดที่สำคัญ และสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติเท่านั้น

#### วัดกลาง

ภายในวัดมีพระเจดีย์ก่ออิฐถือปูนสีทององค์ใหญ่ ศิลปะแบบไทยใหญ่ประดิษฐานอยู่กลางลานวัด และมีเจดีย์ทรงมอญล้อมโดยรอบ ใต้เจดีย์ทำเป็นซุ้มประดิษฐานพระพุทธรูปประจำวัน เหนือฐานเจดีย์องค์ใหญ่ทำเป็นมณฑปยอดมงกุฏ และวิหารที่เป็นอาคารไม้ทั้งหลัง ศิลปะไทยใหญ่ ภายในมีพระพุทธรูปทรงเครื่องพม่าประดับกระจกงดงามอยู่ด้านซ้ายมือของพระประธาน ด้านข้างพระประธานมีวัตถุโบราณจำนวนมาก

#### วัดพระธาตุแม่เย็น

วัดพระธาตุน้ำเย็นเป็นวัดเก่าแก่คู่เมืองปายมาช้านาน ตั้งอยู่บนภูเขาทางด้านทิศตะวันออกเฉียงของอำเภอปายห่างจากที่ว่าการอำเภอปายประมาณ 2 กิโลเมตร บริเวณวัดที่ตั้งอยู่สูงจากตัวเมืองประมาณ 100 เมตร ทำให้มองเห็นวิวทิวทัศน์ของเมืองปายทั้งเมืองได้เป็นอย่างดี ช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการชมคือช่วงยามเช้าและยามพระอาทิตย์ตก โดยประวัติของวัดพระธาตุแม่เย็นไม่มีปรากฏว่าสร้างขึ้นในสมัยใด ภายในบริเวณวัดมีเพียงโบสถ์และเจดีย์ทรงระฆังสีขาวฐานกลม สูงประมาณ 3 เมตร โดดเด่นที่ยอดฉัตรแบบเจดีย์พม่า

#### วัดหลวง

วัดหลวงเป็นสถานที่สำคัญในการจัดงานประเพณีดับไฟเทียน ซึ่งเป็นงานประจำปีของชาวไทยใหญ่ ภายในมีสถาปัตยกรรมแบบพุกามสูงราว 20 เมตร สีขาวประดับด้วยทองที่ยอดฉัตรรายล้อมด้วยเจดีย์ขนาดเล็ก ส่วนด้านหน้ามีวิหารเป็นอาคารไม้ทั้งหลัง ภายในมีพระพุทธรูปทองสำริดปางมารวิชัยศิลปะแบบเชียงแสนประดิษฐานอยู่

## วัดน้ำสุ

วัดน้ำสุตั้งอยู่ในตำบลเวียงใต้ เป็นวัดเก่าแก่คู่มืองปายมาช้านาน ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2468 ด้วยจิตศรัทธาของชาวอำเภอปายที่ต้องการสร้างศาลาเพื่อประดิษฐานพระพุทธรูปที่พบได้ต้นไม้ ต่อมาได้ร่วมกันตั้งชื่อให้ว่า หลวงพ่ออุ่นเมือง เป็นพระพุทธรูป ปางมารวิชัยหล่อด้วยทองสัมฤทธิ์ หน้าตักกว้าง 24 นิ้ว 30 นิ้ว เชื่อกันว่าสร้างในรัชสมัยของพระนเรศวรมหาราชแห่งกรุงศรีอยุธยา เพื่อถวายเป็นพระราชากุศลแด่พระพี่นางสุพรรณกัลยา อายุของหลวงพ่ออุ่นเมืองถึงปัจจุบันนับได้ประมาณ 500 ปีแล้ว ความอัศจรรย์ของหลวงพ่ออุ่นเมืองอยู่ที่บริเวณพระเศียร เพราะพระพุทธรูปนี้มีพระโมฬี (มวยผม) กลวง สามารถเปิดออกได้ ภายในมีน้ำขังอยู่ตลอดเวลา ชาวบ้านเชื่อกันว่าเป็นน้ำศักดิ์สิทธิ์ มักนิยมขอจากทางวัดกลับไปเป็นสิริมงคล ด้านหลังโบสถ์เป็นที่ตั้งของเจดีย์ธาตุ ที่เชื่อว่าสร้างโดยสมเด็จพระนเรศวรมหาราชเพื่อบรรจุพระธาตุเกศาของพระพี่นางสุพรรณกัลยา

## วัดทุ่งโป่ง

วัดทุ่งโป่งเป็นวัดเล็กๆที่ตั้งอยู่ในเขตตำบลทุ่งยาว เมืองค้พระพุทธรูปสัมฤทธิ์ประสิทธิมงคล (พระเจ้าพาลละแห่ง) ประดิษฐานอยู่อย่างโดดเด่น งดงามด้วยศิลปะแบบไทยใหญ่ โดยใช้กรรมวิธีก่ออิฐถือปูน ลงรักปิดทอง มีเพียงช่วงพระพักตร์ และเครื่องทรงเท่านั้นที่สร้างด้วยทองเหลือง องค์พระจากฐานถึงยอดพระเศียร สูง 108 นิ้วและมีขนาดหน้าตักกว้าง 80 นิ้ว

## วัดศรีดอนชัย

วัดศรีดอนชัย นับเป็นวัดเก่าแก่ของเมืองปาย อยู่ในเขตตำบลเวียงเหนือ ปัจจุบันมีการบูรณะครั้งใหญ่เพื่ออนุรักษ์ศิลปะแบบล้านนาโบราณให้มากที่สุด ภายในวัดมีพระพุทธรูปเก่าแก่คู่บ้านคู่เมือง คือ องค์พระพุทธรูปลีหิงค์ (พระสิงห์ปาย) ปางมารวิชัย ศิลปะแบบเชียงแสนสิงห์หนึ่งยุคแรกประดิษฐานอยู่ โดยทางวัดจะจัดให้มีประเพณีการสงฆ์พระพุทธรูปลีหิงค์ ทุกๆวันที่ 13 เมษายนเป็นประจำทุกปีมาตั้งแต่สมัยโบราณกาล

## สะพานประวัติศาสตร์

เป็นสะพานที่สร้างขึ้นในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยกองทัพญี่ปุ่นใช้เพื่อลำเลียงเสบียงอาหารและอาวุธข้ามแม่น้ำปายไปยังประเทศพม่า ปัจจุบันได้ถูกบูรณะใหม่ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของอำเภอปาย

### น้ำตกแพมบก

ตั้งอยู่ในหมู่บ้านแพมบก เป็นน้ำตกขนาดกลาง มีหลายชั้นเหมือนชั้นบันได น้ำตกแพมบก ชั้นที่สวยงามที่สุดจะอยู่ด้านใน มีลักษณะเป็นสายน้ำทิ้งตัวลงมาจากยอดเขา สูงประมาณ 2 เมตร ส่วนด้านล่างเป็นแอ่งน้ำขนาดเล็กสามารถเล่นน้ำได้

### น้ำตกหมอแปง

เป็นน้ำตกที่มีความสูง 3 ชั้น สูงประมาณ 15 เมตร กว้าง 10 เมตร โดยชั้นที่เหมาะสมแก่การเล่นน้ำคือชั้นที่ 1-2 และเป็นน้ำตกที่มีน้ำไหลตลอดปี แต่สวยงามที่สุดในช่วงฤดูฝนบรรยากาศโดยรอบร่มรื่นด้วยป่าต้นยาง กล้วย ไกล่ ๆ บริเวณน้ำตกยังเป็นที่ตั้งของหมู่บ้านมุเซอแดงมีร้านอาหารเล็กๆคอยให้บริการ อยู่ด้วย

### น้ำตกแม่เย็น

น้ำตกแม่เย็นอยู่กลางป่าทึบ เกิดในห้วยแม่เย็นหลวงที่มีต้นน้ำอยู่ในป่าของอุทยานแห่งชาติห้วยน้ำดัง น้ำตกมีลักษณะลดหลั่นต่อเนื่องกันสามชั้น มีความสูงรวมประมาณ 30 เมตร ตกลงสู่แอ่งกว้างด้านล่างซึ่งสามารถลงเล่นน้ำได้

### โป่งน้ำร้อนท่าปาย

โป่งน้ำร้อนท่าปายอยู่ในความดูแลของอุทยานแห่งชาติห้วยน้ำดัง โดยตั้งอยู่ในหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ น.ด. 2 ภายในจะมีบ่อน้ำร้อน 2 แห่ง บรรยากาศโดยรอบเป็นป่าไม้สักที่อุดมสมบูรณ์ ปกคลุมด้วยหมอกควันบาง ๆ และกลิ่นกำมะถัน อุณหภูมิของน้ำในบ่อประมาณ 80 องศาเซลเซียส บางช่วงเป็นแอ่งสามารถลงแช่น้ำได้

### หมู่บ้านสันติชล (จีนยูนนาน)

หมู่บ้านสันติชลเป็นหมู่บ้านของชาวจีนยูนนาน ตั้งอยู่ที่ตำบลแม่नाเติง เป็นชุมชนชาวจีนที่มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ภายในมีศิลปวัฒนธรรม และสถาปัตยกรรมแบบจีน มีบ้านดิน ที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเข้าพัก นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารที่ขายอาหารพื้นเมืองของชาวจีน ร้านขายชาจีนอุหลงและของที่ระลึกที่เป็นของชาวจีนในชุมชน

### กองแลน ปายแคนยอน

มีลักษณะเป็นเนินดินลูกรังกว้างใหญ่ที่ทอดตัวเป็นร่องลึก กลายเป็นหุบผาชันสลับซับซ้อนกันและปกคลุมด้วยป่าสนเขาและป่าเต็งรัง มีเส้นทางเดินชมตามแนวสันผา ชาวบ้านในพื้นที่ดั้งเดิมเรียกกองแลนว่า “ร่องแหง”



จากการข้อมูลต่างๆของอำเภอปายข้างต้น ทั้งประวัติความเป็นมา ข้อมูลพื้นฐานชุมชน สภาพความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประเพณีและสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ นับว่าอำเภอปาย เป็นชุมชนที่มีความสมบูรณ์ทั้งสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ มีวัฒนธรรมประเพณีที่หลากหลาย และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งนับเป็นเสน่ห์ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว จนกลายเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

### พัฒนาการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย

การท่องเที่ยวของอำเภอปายเกิดจากการที่อำเภอปายมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม มีวิถีชีวิตท้องถิ่นที่เรียบง่าย จึงทำให้ผู้ที่มีโอกาสเดินทางมาสัมผัส เกิดความประทับใจและนำไปเล่ากันแบบปากต่อปาก จนทำให้อำเภอปายกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลานานเกือบ 30 ปี จากการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทำให้สามารถแบ่งท่องเที่ยวของอำเภอปายออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะเริ่มต้นของการท่องเที่ยวของอำเภอปาย(พ.ศ.2524 – 2529) ระยะที่ 2 คนไทยเริ่มรู้จักปายมากขึ้น และการเข้ามาของคนต่างถิ่น(พ.ศ.2530 – 2547)และระยะที่3 ปายได้รับความนิยมจากสื่อและนักท่องเที่ยว(พ.ศ.2548 – 2552)

#### ระยะเริ่มต้นของการท่องเที่ยวของอำเภอปาย (2524 – 2529)

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องและจากการสัมภาษณ์พบว่า การท่องเที่ยวของอำเภอปายเริ่มขึ้นเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2524 โดยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มากับไกด์ทัวร์จากเชียงใหม่ เพื่อมาทัวร์ป่าที่ปาย ขณะที่บางคนต้องการไปเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอนแต่เมื่อผ่านปายจึงแวะพัก ดึงคำบอกเล่าของดวงจันทร์ อรัญญูมิ เจ้าของร้านอาหารและที่พัก ดวงเกสต์เฮาส์ คนท้องถิ่นปาย

“...ประมาณปี 2524-2525 นักท่องเที่ยวที่มาปายเป็นนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก สะพายเป้มากับไกด์ทัวร์ที่เชียงใหม่ บางกลุ่มก็ขี่มอเตอร์ไซด์กันมา มาทัวร์ป่ากัน...”

ซึ่งสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวในรุ่นบุกเบิกที่ผ่านมายังเมืองปาย อย่าง Jo Cumming เล่าว่า

“...ประมาณปี 1981 ขี่มอเตอร์ไซด์ไปเที่ยวแม่ฮ่องสอน แล้วผ่านปายก็แวะพัก...”

(Jo Cumming, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2553)

ด้วยสภาพแวดล้อมของเมืองปาย ที่ยังเป็นแบบธรรมชาติ ประกอบกับวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นที่เป็นไปอย่างเรียบง่าย และมีวัฒนธรรมชนเผ่าที่หลากหลาย จนเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกที่ได้มาเที่ยวเกิดความประทับใจ จนมีการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ทั้ง บรรยากาศ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่น ผ่านการบอกเล่าแบบปากต่อปาก ไปสู่คนใกล้ชิด ซึ่งเรื่องราวที่ถูกถ่ายทอดออกไปนั้น ล้วนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ส่งผลให้เมืองปายเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกว่าเป็นเมืองเล็กๆ ที่เรียบง่าย มีบรรยากาศดี ธรรมชาติสวยงาม มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลาย และมีค่าครองชีพถูก

เมื่อปายเป็นที่รู้จัก ผ่านการบอกเล่า หลายๆ คนมักจะพูดถึงปาย ในความหมายที่คล้ายกัน เช่น ปาย...เสน่ห์เมืองสามหมอก หรือ ปาย...โรแมนติกในไอหมอก ปาย...เมืองในฝันของนักเดินทาง แม้กระทั่งในสื่อต่างประเทศก็มีคำจำกัดความถึง “ปาย” ว่า Pai an Earthly Paradise .. ,Sleep in Pai and see Heaven .., Heaven does really exists – in Pai ส่วนไกด์บุ๊กหรือหนังสือแนะนำเที่ยวชื่อดังอย่าง Lonely Planet ได้บรรยายถึงปายไว้ว่า “... it's in the middle of a gorgeous green valley with hot springs, rice fields and a lovely lazy river.” เพื่อให้ นักท่องเที่ยวจินตนาการถึงเมืองเล็กๆ แห่งนี้ ว่าเป็นบรรยากาศเหมาะสำหรับการพักผ่อน จนมีบางคนถึงกับขนานนามว่านี่คือ “ยูโรปาย” หรือ “ยูโรเปีย” เมืองในอุดมคติของโทมัส มอร์ (<http://www.prachathai.com>, 2552)

เมื่อเรื่องราวของปายที่ถูกตีพิมพ์ลงหนังสือไกด์บุ๊กที่ได้ชื่อว่าเป็นคู่มือสำคัญของนักเดินทางอย่างต่อเนื่อง บวกกับอิทธิพลของปากต่อปากทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติทยอยเข้ามาทัวร์ป่าในปายเรื่อยๆ จนคนท้องถิ่นจากเดิมที่เป็นเพียงผู้ชม เริ่มเล็งเห็นถึงโอกาสในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงผันตัวเองมาเป็นผู้ประกอบการ ในระยะนี้จึงเริ่มมีกิจการที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ของคนท้องถิ่นเกิดขึ้น 2-3 แห่ง โดยคนท้องถิ่นกลุ่มแรกที่เข้ามาทำธุรกิจนี้คือกลุ่มคนที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษได้บ้าง เช่น ครูและตำรวจ ดังคำบอกเล่าของคุณดวงจันทร์ อรัญญุมิ อดีตข้าราชการครู หรือป่าดวงแห่งดวงเกสต์เฮาส์ เกสต์เฮาส์ที่จดทะเบียนถูกต้องเป็นแห่งแรกในอำเภอปายเมื่อปี 2528

“ภาษาเราก็ไม่ได้ดีมาก ก็พอๆ ปลายๆ พอมีนักท่องเที่ยวมาป่าก็เลยเปิดเกสต์เฮาส์ให้ฝรั่งพัก ชื่อดวงเกสต์เฮาส์ นอนง่ายๆ หมอนใบหนึ่ง เสื้อผืนหนึ่ง มี 9 ห้อง คั้นละ 30 บาท แต่ก่อนหน้านี้มีของนายตำรวจทำอยู่แล้วชื่อปายเกสต์เฮาส์ทำ 2-3 ห้อง”

(ดวงจันทร์ อรัญญุมิ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2553)

นอกจากทำธุรกิจประเภทที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามามากขึ้นแล้ว คนท้องถิ่นได้มีความคิดริเริ่มจัดกิจกรรมทัวร์ป่าเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยู่นานๆ รวมทั้งมีการติดต่อกับไกด์จากเชียงใหม่ เพื่อให้พานักท่องเที่ยวเข้ามาพักค้างคืนที่ป่าก่อนที่จะเดินทางต่อไปยังจังหวัดแม่ฮ่องสอนในวันรุ่งขึ้น

"เรามองเห็นว่าถ้าเค้ามาเที่ยวตรงนี้เราน่าจะมีอะไรที่แนะนำเค้า เค้าก็จะใช้ชีวิตตรงนี้และก็มาสัมผัสอะไรหลายๆอย่างตรงนี้ ก็จะทำให้เค้าใช้เวลาที่นี้นานขึ้น ป้าเลยพาเค้าเที่ยว จัดเอง ตามบ้านชาวเขา น้ำตก แบบไปเช้าเย็นกลับ ต่อมาอยากให้นานกว่านี้ไกลกว่านี้เลยให้เด็กพื้นบ้านพาเที่ยวไปค้างตามหมู่บ้านชาวเขาชนเผ่าต่างๆ"

(ดวงจันทร์ อรัญญุมิ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2553)

จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวของอำเภอปายในระยะนี้ค่อยๆเติบโตขึ้นเรื่อยๆ โดยมีคนท้องถิ่นเป็นคนริเริ่มจัดการการท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ในชุมชน

"ตอนนั้นการท่องเที่ยวเป็นแบบเล็กๆ ฟังฟังกัน คนมีก็ช่วยก็เอาถ้วยมาขายฝรั่ง นักเรียนไปโรงเรียนก็เอาจักรยานมาฝาก ให้ฝรั่งเช่า วันละ 50 บาท เลิกเรียนมาก็ได้เงินละ ช่วยๆกันเป็นรายได้เสริมในชุมชน"

(อาภรณ์ แสงโชติ, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2552)

## ระยะที่ 2 คนไทยเริ่มรู้จักปายมากขึ้นและการเข้ามาของคนต่างถิ่น (2530 – 2547)

ต่อมาในปีพ.ศ.2530 ททท.ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ส่งผลให้เริ่มมีนักท่องเที่ยวชาวไทยรู้จักอำเภอปายมากขึ้น ในฐานะที่เป็นเมืองที่ต้องแวะพักระหว่างทางจากเชียงใหม่ไปจังหวัดแม่ฮ่องสอน เนื่องจากการเดินทางจากเชียงใหม่ไปแม่ฮ่องสอนนั้นต้องใช้เวลาจนถึง 12 ชั่วโมง อำเภอปายซึ่งอยู่ระหว่างทางจึงกลายเป็นสถานที่แวะพักของนักท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหาร ก่อนเดินทางต่อไป

จนกระทั่งปี 2536 เริ่มมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามาเที่ยวมากขึ้น ซึ่งส่วนมากเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีสนใจการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ชอบที่เงียบสงบ ต่อมาคนกลุ่มนี้เอง ซึ่งเป็นคนที่มีอาชีพอยู่ในแวดวงสื่อสารมวลชนและcreative ส่วนหนึ่งได้เข้ามาตั้งรกรากและประกอบธุรกิจเล็กๆอยู่เลย

ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของปาย ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวแบกเป้ ชาวตะวันตกที่ชื่นชอบในกิจกรรมผจญภัยและชอบแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

“คนที่มาเที่ยวส่วนใหญ่ หลักๆนี่คือคนที่ชอบธรรมชาติ มาเดินป่า แบกเป้ใบหนึ่งก็ไปได้ทั่ว”

(อำพัน ปรัชญาวิชัยกุล, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

“ตอนนั้นพี่มาเที่ยวครั้งแรกประมาณปี 36 พี่ชอบมาก อากาศเย็นๆ พวงแสดออกดอกเต็มไปหมด เมืองเล็กๆเงียบๆมีแต่ฝรั่ง ตอนนั้น... โอ๊ย..อยากมาอยู่จังเลย ตั้งใจว่าต้องมาอยู่ให้ได้ ”

(เอ้ Elite Gallery, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

“...ชอบเที่ยวอยู่แล้ว พอปิดต้นฉบับจะไปเที่ยว แล้วมีคนบอกว่าไปปายสิ ปาย เมืองน่ารักนะ เป็นหมู่บ้านเล็กๆฝรั่งชอบมา อากาศก็ดี เลยลองมา พอมาก็เออจริง แล้วคนที่นี่ก็น่ารัก ใจดี แต่งตัวแบบไต่ ใส่กุบไตอยู่เลย ชอบมากติดใจ”

(วาธินี เชาววิทธิ, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2552)

จนกระทั่งช่วงวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ.2540 เริ่มมีคนหนุ่มสาวที่ทำงานในแวดวงสื่อมวลชน และ Creative จากกรุงเทพฯที่เคยมาเที่ยวแล้วชอบใจในความเป็นปาย ได้ตัดสินใจมาใช้ชีวิตและหาอาชีพใหม่ที่ปาย เช่น ร้านมิตรไทยที่ชายของที่ระลึก ร้านกาแฟ All About Coffee รวมถึงกิจการที่พิกขนาดเล็ก อย่างสิบสองพินนาและร้านเช่าหนังสือ ซึ่งคนเมืองกลุ่มนี้ คือคนที่ต้องการแสวงหาความเรียบง่าย ความสงบ ต้องการใช้ชีวิตที่ไม่วุ่นวาย มีรายได้พอจะใช้ชีวิตในเมืองเล็กๆแห่งนี้ โดยที่ไม่ต้องปรับวิถีการดำเนินชีวิตของตัวเองมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับที่ดวงใจ หล่อธนวนินิษฐ์ เขียนไว้ว่า

“ วิกฤติเศรษฐกิจทำให้มีคนรุ่นหนุ่มสาวจากกรุงเทพฯ (กลุ่มนี้เรียกตัวเองว่า Creative) ที่ทำงานโฆษณาจากเมืองใหญ่มาก่อนได้ย้ายเข้ามาเริ่มต้นชีวิตและหาอาชีพใหม่ที่ปาย ทำธุรกิจเกสต์เฮาส์ ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านขายโปสการ์ด ร้านขายของที่ระลึกและร้านเช่าหนังสือ เป็นธุรกิจเล็กๆที่สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตสมัยใหม่ของคนเมือง โดยใช้เรือนไม้ดั้งเดิมของคนท้องถิ่นมาตกแต่งใหม่ให้มีดีไซน์ดี และสร้างความเป็นปายขึ้นมาใหม่ เป็นกลุ่มที่มีวิสัยคิดในการจัดการการท่องเที่ยวแบบเอาศิลปะนำธุรกิจท่องเที่ยว (Art-led Tourism) และผูกสัมพันธ์กับชาวบ้านท้องถิ่นทำให้มีรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมอยู่ร่วมกันแบบพึ่งพา และเป็นส่วนหนึ่งที่

สร้างบุคลิกความเป็นปายขึ้นมาใหม่ โดยใช้ความสามารถในการถ่ายภาพและวาดรูปตั้งเส้นโค้งของ  
ท้องถนนออกมา ”

“เมื่อก่อนพี่เป็น graphic designer พี่เคยมาเที่ยวแล้วตอนปี36 แล้วติดใจ พอดีช่วง40  
วิกฤติเศรษฐกิจ พี่ก็ออกจากงานแล้วย้ายมาอยู่เลย”

(เอ้ Elite Gallery, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2552)

“แฟนนอกจากวงการโฆษณามาเป็นครูดอยอยู่ที่นี่ก่อนแล้ว...เริ่มเปิดร้านกาแฟสด มีหก  
โต๊ะเท่านั้น เอาแค่พออยู่พอกิน..ที่นี่มีสิ่งทีกรุงเทพฯไม่มี เช่น ไม่ต้องเร่งรีบ ไม่ต้องชวนชววย เพราะ  
รู้สึกว่ามีอยู่พอแล้ว มีสิ่งแวดล้อมที่ดี เป็นเมืองเล็กๆที่สามารถทำธุรกิจเล็กๆ มีรายได้พออยู่อย่าง  
ไม่ขัดสน..”

(วัชร วาณิชยานนท์, อ้างถึงใน ยอด เนตรสุวรรณ, 2551: 5)

การเข้ามาของคนกลุ่มนี้ทำให้ภาพของเมืองปายแต่เดิมที่เน้นเรื่องวิถีชีวิตที่เรียบง่าย และมี  
มีธรรมชาติที่สวยงามได้ถูกเพิ่มเติมว่าเป็นเมืองแห่งศิลปะควบคู่ไปด้วย

ขณะเดียวกันนอกจากการเข้ามาทำธุรกิจเล็กๆแล้ว คนกลุ่มนี้ยังเป็นเสมือนคนที่น่าพาการ  
สื่อสารเข้ามาด้วย เพราะมักจะชักชวนเพื่อนฝูงที่อยู่ในแวดวงเดียวกันให้เข้ามาเยี่ยม ซึ่งเมื่อกลับไป  
ก็ต้องมีงานไปส่ง ทำให้เรื่องของเมืองปายในระยะนี้ถูกนำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์มากขึ้น โดยหนังสือ  
เหล่านั้นก็จะบอกเล่าภาพของปายในช่วงนี้ว่าเป็นเมืองเล็กๆ บรรยากาศดี ที่เต็มไปด้วยศิลปินมี  
ร้านสวยๆ

นอกจากจะบอกเล่าถึงปายเป็นเมืองแห่งศิลปะแล้ว ขณะเดียวกันหนังสือเหล่านี้ยังได้  
เริ่มแนะนำถึงสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอปายอีกด้วย ทำให้ในช่วงนี้คนไทยเริ่มรู้จักเมืองปายเพิ่ม  
มากขึ้น ส่งผลให้ในปี 2544 - 2547 เริ่มมีคนไทยเข้ามาเที่ยวปายกันมากขึ้น ขณะที่นักท่องเที่ยว  
ต่างชาติยังเป็นกลุ่มสะพายเป้ที่มาพักอยู่ยาวๆ เช่นเดิม

ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ในปี 2545 เริ่มมีนักลงทุนรายใหญ่จากต่าง  
ถิ่นที่เห็นช่องทางในการทำธุรกิจ ได้เข้ามาคว้านซื้อที่ดินริมน้ำปายและเริ่มทำที่พักขนาดใหญ่ เช่น  
บ้านกระทิง Belle Villa Pai River Corner เป็นต้น ดังที่วาธินี เซาวริทธิ์ เล่าให้ฟังว่า

“...ประมาณ 45-46 นะ ก็เริ่มๆ มีนายทุนมาซื้อที่ริมน้ำ แล้วก็สร้างที่พักใหญ่ๆ ...”

(วาธินี เซาวริทธิ์, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2552)

ขณะเดียวกันคนท้องถิ่นก็สังเกตเห็นถึงโอกาสในการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทำให้ในขณะนี้ร้านค้าร้านอาหารเกิดขึ้นมากมาย เช่น คนมุสลิมท้องถิ่นเปิดร้านกาแฟ มีมินิมาร์ทขายเครื่องปรุงอาหารฝรั่ง

แม้การท่องเที่ยวจะส่งผลดีให้กับชาวบ้านในอำเภอปาย ทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวที่มากขึ้นแต่ในขณะเดียวกันการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเช่นนี้ ทำให้เกิดผลกระทบจากการท่องเที่ยวตามมาทั้งปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาด้านสังคม ยาเสพติด และวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เริ่มเปลี่ยนแปลงไป ชาวชนเริ่มรับเอาวัฒนธรรมจากต่างถิ่นเข้ามา เริ่มมีปัญหาอาชญากรรม ส่วนชาวบ้านท้องถิ่นดั้งเดิมก็ขายที่ของตัวเองแล้วหันมารับจ้างในสถานประกอบการแทน บางคนก็อพยพไปอยู่นอกเมือง เนื่องจากในเมืองวุ่นวายเกินไปและไม่สงบสุขเหมือนแต่ก่อน

*"เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม การทุจริตมันไม่ทันกับการโปรโมตการท่องเที่ยว"*

(ดวงจันทร์ อรัญญุมิ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2553)

*"ในเมืองเหลือคนท้องถิ่นไม่เท่าไร่หรอก ค่าขายที่ย้ายออกไปอยู่นั่น นอกเมืองกันหมดแล้ว"*

(ถวิล ปาลี, สัมภาษณ์, 16 มกราคม 2553)

ในปี 2546 เกิดการรวมตัวกันของคนในท้องถิ่นเพื่อหาวิธีการในการจัดการแก้ไขปัญหา รวมทั้งมีการแสวงหาความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก อย่างคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน เข้ามาจัดเวทีระดมความคิดของคนในชุมชนเพื่อหาทางแก้ไขผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว จากการประสานงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้คนในชุมชนสามารถผลักดันเรื่องนโยบายผังเมืองได้สำเร็จ ทำให้เกิดการควบคุมการสร้างอาคารในอำเภอปาย และหลังจากการรวมตัวกันในครั้งนี้ ก่อให้เกิดการรวมตัวแบบกลุ่มย่อยๆ ตามมาอีกหลายกลุ่ม โดยมีลักษณะเป็นการรวมตัวกันแบบหลวมๆ ตามเรื่องของแต่ละคนสนใจ ดังคำบอกเล่าของอำพัน ปรัชญาวิชัยกุล

*"...ช่วงที่มีปัญหา องค์กรสิทธิมนุษยชนก็เข้ามาจัดเวที สุดท้ายเราผลักดันเรื่องผังเมืองสำเร็จ...จากนั้นก็แยกย้ายไปรวมกลุ่มย่อยๆตามเรื่องที่สนใจ อย่างคนสนใจเรื่องวัฒนธรรมก็ไปเป็นกลุ่มวัฒนธรรม กลุ่มสิ่งแวดล้อม...แต่ก็เป็นแบบหลวมๆ.."*

(อำพัน ปรัชญาวิชัยกุล, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

นอกจากปายจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เริ่มได้รับความนิยมแล้ว อำเภอปายยังคงกลายเป็นที่อยู่อย่างถาวรสำหรับคนบางกลุ่มอีกด้วย เนื่องจากเริ่มมีคนต่างชาติเข้ามาตั้งรกรากในปายอย่างถาวร โดยเป็นกลุ่มฝรั่งสูงอายุที่ออกจากรานแล้วเข้ามาแต่งงานกับคนท้องถิ่น อย่างชาวเขาเผ่าลีซอมากขึ้น

" คนไทยมาเที่ยวเยอะขึ้นนะ แต่ฝรั่งก็เริ่มเริ่มหายไปบ้าง เหลือฝรั่งที่ไม่ทำงานแล้วไปแต่งงานกับชาวเขาบ้าง ลีซอบ้าง มาแต่งงานแล้วก็อยู่เลย"

(ดวงจันทร์ อรัญญมิ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2553)

นอกจากฝรั่งแล้วยังมีชาวญี่ปุ่นที่เคยมีโอกาสมาเที่ยวที่ปายแล้วติดใจในความเรียบง่าย รวมกลุ่มกันมาขอเช่าที่บริเวณทางไปแม่เย็นจากชาวบ้านและอยู่รวมกันเป็นหมู่บ้าน ตั้งชื่อว่า "Moon Village" โดยมีการปลูกข้าวกินเองในชุมชน มีการจัดงานประเพณีตามแบบวัฒนธรรมญี่ปุ่น ดังที่ผศ.ดวงใจ หล่อธนวนวิทย์เขียนไว้ในงานวิทยานิพนธ์เรื่องรัฐ ทูต ชุมชนกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า "เริ่มมีนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมาพักระยะยาวในปาย เริ่มจากพักเกสต์เฮาส์แล้วเปลี่ยนมาเช่าบ้าน ต่อมาก็เช่าที่นาของชาวบ้าน ปลูกบ้านหลังคาตองตึง ตั้งเป็นชุมชนเล็กใช้ชีวิตสมถะ อยู่รวมกันแบบชาวบ้าน ในปีพ.ศ.2544 ตั้งเป็นชุมชนญี่ปุ่นเล็กๆ ชื่อ "Moon Village" เป็นกลุ่มคนที่เรียกตัวเองว่า "tabi bito" มีทั้งคนรุ่น sixties และคนหนุ่มสาวที่ใช้ชีวิตเรียบง่ายอยู่กับธรรมชาติ ส่วนหนึ่งเดินทางมาจากอินเดียและจะกลับไปรับจ้างที่ญี่ปุ่นระยะหนึ่งเพื่อหาเงินมาอยู่ที่ปาย" (ดวงใจ หล่อธนวนวิทย์, 2550: 176)

### ระยะที่ 3 ปายได้รับความนิยมจากสื่อและนักท่องเที่ยว(2548 – 2552)

ในปีพ.ศ. 2548 ขณะที่ปายกำลังเริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น ได้มีกองถ่ายทำภาพยนตร์เข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์แนวโรแมนติก คอมเมดี้ เรื่อง "รักจัง" โดยทีมงานได้เลือกอำเภอปายเป็นหนึ่งในหลายๆสถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำ เพราะต้องการภาพบรรยากาศที่สวยงาม มีขุนเขาและไอน้ำออกจริงๆ

"เรื่องโลเคชั่น ทีมงาน "รักจัง" ของเรา เดินทางไปทั่วหลายจังหวัดภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ยอดดอยอินทนนท์ ห้วยน้ำดัง , จังหวัดเชียงราย และ อ.ปาย แม่ฮ่องสอน เพื่อให้ได้บรรยากาศภาคเหนือจริงๆ สายหมอก อารมณ์หนาวๆ ที่ไม่เสแสร้งและไม่เคยเห็นเป็นโปสการ์ด เราหาโลเคชั่นกันเยอะมาก"

(เหมันต์ เซตมี ผู้กำกับภาพยนตร์เรื่อง “รักจัง” จาก <http://movie.sanook.com/rukjung>)

ต่อมาเมื่อเริ่มมีการโปรโมตภาพยนตร์ โดยนำเสนอภาพวิหิตทัศน์ที่สวยงาม มีบรรยากาศของขุนเขาและไอหมอก บวกกับบรรยากาศในเมืองปาย ภาพร้านค้าที่มีลักษณะโดดเด่นถูกนำเสนอออกไป ทำให้คนเริ่มรู้จักและสนใจอยากมาเที่ยวที่ปายมากขึ้น ประกอบกับการเกิดน้ำท่วมครั้งใหญ่ที่อำเภอปาย สร้างความเสียหายให้กับอำเภอปายอย่างมาก สื่อต่างๆได้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับน้ำท่วมอย่างต่อเนื่อง ยิ่งทำให้ปายเป็นที่รู้จักในกลุ่มคนไทยมากยิ่งขึ้น

*“หลังน้ำท่วมหนัก คนไทยมาเที่ยวเยอะขึ้น เพราะช่วงนั้นเค้าส่งสารคนปาย มาช่วย แล้วมาเห็นบรรยากาศด้วย เลยมากันใหญ่”*

(จันทรา ชัยวารี, สัมภาษณ์, 14 พฤศจิกายน 2552)

ในปี 2549 เมื่อภาพยนตร์เรื่อง “รักจัง” ออกฉาย อำเภอปายเมืองที่ได้ชื่อว่าเป็นหมู่บ้านเล็กๆ เงียบสงบ มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ได้เปลี่ยนไป ภาพของความสงบ เรียบง่ายเริ่มถูกแทนที่ด้วยร้านค้าและนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่หลั่งไหลเข้ามาเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันสื่ออื่นๆ ก็เริ่มให้ความสนใจอำเภอปายตามมาถ่ายทำรายการที่ปาย ปายกลายเป็นเมืองแห่งความโรแมนติก จากอิทธิพลของสื่อและภาพยนตร์เรื่อง “รักจัง”

*“...คนไทยเข้ามาเที่ยวมากขึ้น ช่วง “รักจัง” คนมากันเต็มไปหมด วัยรุ่นๆทั้งนั้นที่มา...”*

(สมเพชร แก้วชุม, สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2553)

*“...ช่วงหลังเนี่ย มันสื่อด้วยภาพของความโรแมนติก...”*

(วาทินี เชาววิทธิ, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2552)

ผลจากภาพยนตร์เรื่อง “รักจัง” นอกจากจะทำให้คนเข้ามาเที่ยวปายมากขึ้นแล้ว ยังทำให้กลุ่มของนักท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวตลอดจนกิจกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา กลุ่มของนักท่องเที่ยวเริ่มเป็นกลุ่มวัยรุ่นชาวไทยมากขึ้น กิจกรรมที่นิยมทำกันคือการถ่ายรูปตามป้าย ตามหลักกิโล ตามร้านค้าที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ เช่น ร้านมิตรไทย มานั่งเขียนโปสการ์ด ถ่ายรูปกับตู้ไปรษณีย์เหมือนในหนัง

*“...คนเที่ยวเปลี่ยนกลุ่ม จากเดิมที่ฝรั่งมาเพราะรู้ว่าจะมาทำอะไร กลายเป็นเด็กๆ เป็นวัยรุ่น..”*

(สันโดษ สุขแก้ว, สัมภาษณ์, 17 พฤศจิกายน 2552)



"พอหนัง "รักจัง" คนก็เริ่มทะเล่ก โดยไม่รู้ื่ออะไร คล้ายๆเที่ยวตามหนังนะ อยากรไปนั่งเขียนโปสการ์ดแบบนี้ อยากรเห็นที่แบบนี้ อยากรมาทำควมฝันแบบนี้"

(เบญจวรรณ วงศ์คำ, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

หลังปี 2549 การมาเที่ยวอำเภอปายกลายเป็นกระแส เนื่องจากการนำเสนอเรื่องราวของปายผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่องเป็นตัวการที่กระตุ้นให้คนอยากรจะมาสัมผัส

"...วัยรุ่นบอก ปายหรอ อยากรไปดู อยากรไปสักครั้งในชีวิต ปรถ่ายรูปโผล่หน้าตามช่อง แล้วก็จบตรงนั้น ถามว่าไปไหนต่อก็ตอบไม่ได้ ไม่รู้..." จากคำบอกเล่าของอำพัน ปริญญาวิชัยกุล สะท้อนให้เห็นว่า ปายกลายเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องมาให้ได้สักครั้งหนึ่งในชีวิต

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังทำกิจกรรมที่เหมือนกัน คือเที่ยวตามแผนที่ที่ได้รับแจกจากร้านค้าที่จัดทำขึ้น และตามข้อมูลที่ได้จากหนังสือแนะนำเที่ยวและอินเทอร์เน็ต เช่น เขียนโปสการ์ด ถ่ายรูปปาย ถ่ายรูปร้านที่ดังๆ เช่น ร้านมิตรไทย ร้าน Coffee in love กินกาแฟร้าน All About Coffee กินเค้กร้านโกโฮ กินข้าวร้านน้องเปียร์ กินส้มตำหน้าอำเภอ ไหว้พระที่วัดน้ำฮู กินขาหมูที่หมู่บ้านจิ้นยูนนานสันติชน ไปเที่ยวน้ำพุร้อน ถ่ายรูปกับสะพานประวัติศาสตร์ และหลักกิโล ดูพระอาทิตย์ตกที่กองแลนหรือวัดพระธาตุแม่เย็น เป็นต้น

แม้นักท่องเที่ยวจะมีฐานะเป็นผู้รับข่าวสารเมืองปายจากสื่อต่างๆ แต่ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวเองก็เป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวการท่องเที่ยวเมืองปายออกไปให้คนภายนอกได้รับรู้มากขึ้นผ่านทางสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต ดังตัวอย่างจาก [www.nairoburoo.com](http://www.nairoburoo.com) ที่นักท่องเที่ยวที่เที่ยวตามคู่มือแนะนำเที่ยวแล้วนำเรื่องมาถ่ายทอดต่ออีกทอดหนึ่ง

"...วันก่อนขับรถขึ้นไป อ. ปาย จากเชียงใหม่ ได้หนังสือเที่ยวทั่วไทยไปกับนายรอบรู้ฉบับแม่ฮ่องสอนเป็นคู่มือช่วยชีวิต! เมืองปายเงียบสงบ เรียบง่าย อบอุ่น เป็นสวรรค์ของนักเดินทางและที่หยุดเวลาของนักผจญภัยทั่วโลก เรื่องดีๆ บรรยากาศความสุขที่ปาย ทำให้นักเขียนเล่าเรื่องนักถ่ายรูปบันทึกภาพนักวาดสร้างงานศิลป์ ฯลฯ .ลองไปรับประทานอาหารไทย ที่ร้านบ้านเบญจรงค์ เมนูแกงคั่วหอยขมอร่อยมาก สม่กับเป็นเมนูแนะนำ...ส่วนตรงกลางเมืองตรงสี่แยก มีร้านอาหารตามสั่งชื่อร้าน น้องเปียร์(เชลล์ชวนชิม) คนดังๆ ไปชิมกันมากทั้งดารา นักการเมือง อาหารอร่อย ราคาถูก จานโตมาก..."

จากการสัมภาษณ์พบว่า หลังจากภาพยนตร์เรื่อง “รักจัง” ออกฉาย ได้มีร้านอินเทอร์เน็ต เปิดให้บริการมากขึ้นในอำเภอปาย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถโพสต์รูปและเล่าเรื่องราวได้ทันที อินเทอร์เน็ต จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยนำเสนอเรื่องราวของเมืองปาย นอกจากปากต่อปาก ไปสการ์ด ภาพถ่าย ภาพยนตร์ สื่อมวลชนแขนงต่างๆแล้ว ดังนั้นเรื่องราวของปายในช่วงนี้จึงถูก ส่งออกไปจากหลายทิศทางและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

*“หลัง “รักจัง” ร้านเน็ตในปายนี้เปิดฟรีเลย และราคาก็ถูกลงกว่าแต่ก่อนมาก”*

(วีรพล ศิลรัตน์ สัมภาษณ์ 20 พฤศจิกายน 2552)

จากการที่ปายได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้ตั้งแต่พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา เมืองปายกลายเป็นสถานที่หนึ่งที่มีความสนใจจากกลุ่มทุนและเอกชนขนาดใหญ่เข้ามาจัดกิจกรรมต่างๆ มากมายในช่วงฤดูท่องเที่ยว ตั้งแต่ปลายเดือนตุลาคม จนถึงสิ้นเดือน กุมภาพันธ์ กิจกรรมต่างๆ เหล่านี้มีทั้งเทศกาลหนัง และกิจกรรมคอนเสิร์ต ดังที่ผู้จัดการออนไลน์ได้นำเสนอไว้

*“...อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน กลายเป็นสถานที่ยอดนิยมในการจัดคอนเสิร์ต โดยในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา มีงานคอนเสิร์ตจัดขึ้นแล้ว 2 ครั้ง ล่าสุดมีการจัดคอนเสิร์ตโดยศิลปินวงอินดี้หลาย วง ทั้งไทยและต่างประเทศ...”*

ทั้งจากการสนับสนุนของภาครัฐ และเอกชน ทำให้สื่อกิจกรรมเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการนำเสนอและต่อยอดภาพของปาย ให้กลายเป็น เมืองแห่งความโรแมนติกและศิลปะ กิจกรรมต่างๆเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นเทศกาลดนตรี คอนเสิร์ต เทศกาลหนัง หรือ Season of Love @Pai มีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง ทั้งการใช้โปสเตอร์ ป้ายผ้าติดประชาสัมพันธ์ในเมืองปาย ตลอดจนสื่อมวลชนช่วยกันนำเสนอข่าวอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ภาพความเป็นเมืองแห่งความโรแมนติกของปายยังถูกสื่อผ่านร้านค้า รวมทั้งธนาคารทุกธนาคารมีมุมที่ทำไว้ให้นักท่องเที่ยวมาถ่ายรูป เป็น Photo Corner ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี เช่น ธนาคารกสิกรไทยที่เพิ่งเปิดใหม่ในปี 2552 ก็มีการดีไซน์รูปลักษณะอย่างมีศิลปะกลมกลืนไปกับบ้านเรือนและร้านค้าต่างๆ แม้กระทั่งศาลอำเภอปาย ยังถูก ตกแต่งและประดับประดาด้วยดอกไม้อย่างสวยงาม ที่หน้าศาลยังมีป้ายติดไว้ว่า “ศาลในฝัน สวรรค์บนดอย” อีกด้วย

จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของปาย ทั้งการประชาสัมพันธ์ของททท. การนำเสนอเรื่องราวของปายผ่านสื่อต่างๆ และการมีกิจกรรมที่หลากหลาย ทำให้ปายกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่คนอยากมาเที่ยว อยากมาสัมผัสบรรยากาศเมืองปาย ส่งผลให้ในช่วงเทศกาลมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวอย่างหนาแน่น ดังคำบอกเล่าของนายนิเวศน์ พูลสวัสดิ์ นายอำเภอปาย ที่เปรียบเทียบอำเภอปายกับการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาว่าเหมือนกับการยกน้ำหนัก

“...เวลานักท่องเที่ยวมาทีเยอะๆ มันเหมือนว่าเราเป็นนักยกน้ำหนักเลยนะ น้ำหนักตัวแค่ 40 กว่ากิโล แต่ต้องแบกน้ำหนักเป็นร้อยกิโล...”

(ข่าวสด, 3 มกราคม.2552)

ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวตามมา เพราะปายเป็นเมืองขนาดเล็กไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้คราวละมาก ๆ

“...ปีที่แล้ว (ปี2552) คนมาจากไหนไม่รู้มาเยอะมากๆ งงเลย น้ำมันนี่หมดปั๊มเลยนะ รถก็ติด เข้ามาที่ไปเดินริมน้ำปาย เศษโคลมลอย เศษขยะ นี่เกะกือเลย ...”

(ประภาภรณ์ ยมกวาง, สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2553)

ขณะที่สื่อต่างๆ ก็เริ่มเสนอถึงปัญหาที่เป็นผลมาจากการจัดการการท่องเที่ยว เช่น ข้อความของหนังสือพิมพ์ข่าวสดประจำวันที่ 3 มกราคม 2552 ที่ระบุว่า“ท่องเที่ยวถล่ม “ปาย” ต้นเหตุน้ำมันหมดปั๊ม นักท่องเที่ยวตกค้าง ด่ายับ ราคาถ้วยเตี๋ยวพุ่งทะลุซามละ 70” ส่วนนักท่องเที่ยวก็เริ่มบ่นถึงสภาพของปายที่เปลี่ยนไปจากเดิม โดยเฉพาะตามเว็บไซต์ต่างๆ

“ตอนนี้ที่ปายไม่เหมือนเดิมค่ะ... อาหาร ที่พัก อัดขึ้นอีกเป็นเท่าตัว... เสน่ห์ของปายหายไปแล้ว... ถ้าเปรียบเทียบกับเมื่อก่อน...”

(เข้าถึงได้จาก <http://talk.mthai.com/topic/84535>)

“...ไปครั้งแรกเมื่อปีที่แล้ว ตอนแรกกะจะนอนที่ปายซักสามคืน แต่พอไปถึงปั๊บบอยากกลับซะคืนนั้นเลย ถ้าไม่ติดขับรถไปสะไกล จริงๆ แล้วปายน่ะสวยนะ แต่คนเรานี้แหละที่เอาความเจริญไปยัดเยียดให้ปายจนเกินไป ความเป็นธรรมชาติเลยหายหมด ยังจะอุตส่าห์เอาหนึ่ง เอาคอนเสิร์ตทำเป็นเทศกาลที่นั่นอีก.. ปีนี้เลยจะไม่ไปปายแล้ว ไปเที่ยวที่คนไม่แออัดดีกว่า ปายตอนนี้คงยังกะข้าวสารแล้วมั้ง...”

(เข้าถึงได้จาก <http://talk.mthai.com/topic/84535>)

แม้แต่คนในท้องถิ่นเองก็เริ่มพูดกันมากกว่าการท่องเที่ยวทุกวันนี้น้ำมันมาไกลเกินกว่าที่เมืองปายจะรับได้แล้วและผลจากการท่องเที่ยวก็ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆในอำเภอปายตามมา ทั้งปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม การเกิดปัญหาหมอกพิษทางอากาศเนื่องจากมีจำนวนรถยนต์เข้ามามากขึ้น ปัญหาการจัดการขยะและของเสียที่ทางการไม่อาจจัดการได้ทันเนื่องจากไม่มีการเตรียมพร้อมที่จะรับมือมาก่อน รวมทั้งเกิดปัญหาด้านสังคม

“...ปีที่แล้วนี่มันสุดๆเลย ที่สุดของที่สุดของคนปายแล้ว คิดดูนักท่องเที่ยวไหลมาแสนๆนะ น้ำมันหมดปั๊ม อาหารการกินก็ลำบาก ของแพง รีสอร์ทก็แพง...”

(อาภรณ์ แสงโชติ, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

“...วันนี้เราเจอปัญหาเรื่องการกำจัดขยะที่มากจนเกินกำลังเทศบาลจะจัดการได้นอกจากนี้ก็มีเรื่องซัพพลายน้ำ ซึ่งเราอยากให้การประสานส่วนภูมิภาคเข้ามาจัดการแทนเทศบาล เพราะตอนนี้ระบบประปาที่เทศบาลทำอยู่ยังไม่ดีพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว...”

(นิเวศน์ พูลสวัสดิ์ หนังสือพิมพ์ข่าวสด 3 ม.ค.2552)

“...เดี๋ยวนี้รถก็จอดกันเกะกะ คนวุ่นวาย มีแต่ควันรถนะ ขยะก็เยอะ ไปไหนก็ไม่สะดวก...”

(อำพร บุญอินทร์, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2552)

จากปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น ทำให้คนท้องถิ่นพยายามรวมกลุ่มกันเพื่อแก้ไขปัญหา ซึ่งสมาชิกในกลุ่มมีทั้งสาธารณสุขอำเภอ ผู้ประกอบการที่เป็นคนท้องถิ่นดั้งเดิม ประชาชนชาวบ้าน จำนวนสิบกว่าคน โดยมักจะมีการนัดประชุมกันตามเวลาที่สมาชิกในกลุ่มว่างตรงกัน

“...เราก็ประชุมกันเรื่อยๆ นะคะในกลุ่มของเรา ก็แล้วแต่ว่าสะดวกเมื่อไหร่ เพราะแต่ละคนก็ยุ่งๆมันก็แล้วแต่นะ...”

(ดวงจันทร์ อรัญญูมิ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2553)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีการรวมกลุ่มกัน แต่แต่ละคนก็สนใจในปัญหาที่ต่างกันจึงทำให้การพยายามแก้ปัญหาอย่างไม่ประสบความสำเร็จ

“...วันนี้ก็ไปประชุม...แต่มันก็ไม่ได้สนใจตรงกันนะ เราสนใจเรื่องวัฒนธรรมประเพณี เค้าสนใจเรื่องอื่น มันก็คุยกันไม่รู้เรื่อง เย็นนี้เค้านัดกันอีก ...แต่คงไม่ไป...เราทำของเราเองดีกว่า...”

(สันโดษ สุขแก้ว, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2553)

จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวของอำเภอปายค่อยๆพัฒนามาเป็นลำดับ โดยมีจุดเด่นอยู่ที่ความสวยงามตามธรรมชาติ วิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนท้องถิ่นและวัฒนธรรมที่หลากหลายที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวจนนำไปบอกเล่าต่อกัน และแม้ว่าปัจจุบันภาพของปายจะเปลี่ยนไปจากอดีต แต่ก็ยังเป็นสถานที่ที่ยังคงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง จนทำให้เกิดปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวตามมา และแม้ว่าจะมีความพยายามแก้ปัญหาจากหลายๆฝ่าย แต่ดูเหมือนว่าการจัดการการท่องเที่ยวยังไม่ได้ผลดีเท่าที่ควรและยังไม่มีการจัดการกันอย่างจริงจัง

## ส่วนที่ 2 ผลการวิจัย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ตามปัญหาคำถามวิจัย 2 ข้อ คือ

1. รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน
2. บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

**ปัญหาคำถามวิจัยข้อที่ 1 :** รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

การนำเสนอผลการวิจัยตามข้อที่ 1 ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัย โดยแบ่งเป็นช่วงเรียงลำดับตามปีพุทธศักราช เพื่อแสดงรายละเอียดตามสถานการณ์ทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วง โดยเริ่มจากปี พ.ศ. 2524-2552 ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 7 แสดงรูปแบบการสื่อสารที่พบในการจัดการท่องเที่ยวอำเภอปาย

จากภาพแสดงรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนข้างต้น สามารถอธิบายอย่างละเอียด ดังนี้

#### การสื่อสารผ่านพูดกับภาพ : จุดเริ่มต้นของการจุดประกายเสน่ห์เมืองปาย

พลังปาก เป็นผลของการสื่อสารที่ใช้การบอกเล่าเรื่องราวของปายต่อๆ กันจากนักท่องเที่ยวคนหนึ่งไปสู่คนใกล้ชิด เมื่อรวมกับการสื่อสารด้วยภาพถ่ายเกี่ยวกับธรรมชาติและบรรยากาศของเมืองปาย ทำให้คนที่ได้รับรู้เรื่องราวจากปากต่อปากเห็นภาพของปายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น พลังปากและภาพถ่ายจึงนับเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้คนภายนอกรับรู้ถึงเสน่ห์ของเมืองปาย

- **พลังปาก ชักชวนมาเที่ยว**

การบอกเล่าแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยว นับเป็นรูปแบบการสื่อสารในระยะเริ่มต้นในการแพร่กระจายข้อมูลเรื่องเมืองปายไปสู่คนใกล้ชิด เช่น เพื่อนหรือคนในครอบครัว

“เค้าบอกต่อกันนะว่า ที่นี่มันเล็ก มันสงบ ธรรมชาติอะไรก็สวย บางคนติดใจกลับมาอีก พาเพื่อนพาใครต่อใครมาด้วย”

(ดวงจันทร์ อรัญญิณี, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2553)

“สำหรับฝรั่ง ช่วงแรกที่มาก็คือ ปากต่อปากนะ เพราะสมัยนั้นเค้าจะใช้วิธีบอกต่อกันว่า ที่นี่มันสวย มันสงบ”

(สันโดษ สุขแก้ว, สัมภาษณ์, 17 พ.ย. 2552)

เรื่องราวที่ถูกถ่ายทอดออกไปนั้น ล้วนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ส่งผลให้เมืองปายเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกว่าเป็นเมืองเล็กๆที่เงียบสงบ มีบรรยากาศดี ธรรมชาติสวยงาม มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลาย และมีค่าครองชีพถูก

“เค้าพูดกันในลักษณะทางภูมิศาสตร์ ธรรมชาติสวยงาม มีประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ใช้ชีวิตที่มันก็ถูก มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเดินป่า มีฝรั่งแบกเป้ กลุ่มนี้เข้ามาปายเพราะการบอกต่อกันในกลุ่มเค้า”

(อำพัน ปรัชญาวิชัยกุล, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

- **ภาพถ่าย ช่วยบรรยายเรื่องราว**

ภาพถ่ายนับเป็นการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักปายมากขึ้น ภาพของบ้านเรือนแบบท้องถิ่น ภาพของธรรมชาติและความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายของผู้คนถูกส่งออกไป ก็ยิ่งทำให้ปายเริ่มเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

“ป่าเห็นฝรั่งเริ่มมาเที่ยวประมาณปี 2524 ช่วงนั้นเป็นฝรั่ง backpacker คนพวกนี้ชอบถ่ายรูป ชอบดูวิถีชีวิต เห็นอะไรก็ถ่าย...”

(ดวงจันทร์ อรัญญิณี, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2553)

“พวกฝรั่งเค้าชอบถ่ายรูปวิว อะไรสวยๆก็ถ่าย คนมาแล้วติดใจก็เล่าให้เพื่อนฟังเพื่อนก็  
ตามมา”

(สันโดษ สุขแก้ว, สัมภาษณ์, 17 พ.ย. 2552)

กล่าวได้ว่าตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นที่อำเภอปายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในปี 2524 รูปแบบการ  
สื่อสารด้วยปากต่อปากและภาพถ่ายนับเป็นปรากฏการณ์ทางการสื่อสารที่สำคัญที่ส่งผลให้ปายกลาย  
เป็นที่รับรู้ในหมู่นักท่องเที่ยวที่รักการผจญภัย ว่าปายเป็นหมู่บ้านเล็กๆที่เงียบสงบ มีธรรมชาติ  
ที่สวยงาม มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย วิถีชีวิตของคนท้องถิ่นที่เรียบง่าย และความมีน้ำใจของคน  
ท้องถิ่น จนทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

### ● พลังหมึก รับประกันคุณภาพเที่ยวปาย

การที่เรื่องราวของปายได้รับการยอมรับจนถูกตีพิมพ์ลงในหนังสือไกด์บุ๊ก ถือเป็นพลังหมึก  
ที่รับประกันว่าปายได้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยว ที่มีชื่อเสียงในระดับสากล

Joe Cumming ซึ่งเป็นทั้งนักท่องเที่ยวและนักเขียนชาวอเมริกันได้มีโอกาสมาเยือน  
ดินแดนแห่งนี้ ด้วยความหลงใหลในธรรมชาติที่สวยงาม รวมทั้งวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคน  
ท้องถิ่น เขาจึงถ่ายทอดเรื่องราวของปายลงในหนังสือ Lonely Planet Thailand ซึ่งเป็นคู่มือ  
ท่องเที่ยวที่เน้นความประหยัดสำหรับนักท่องเที่ยวสะพายเป้ ซึ่งในหนังสือ Lonely Planet ได้  
บรรยายถึงปายเอาไว้ว่า

*“Pai (pronounced like the English word ‘bye’, not ‘pie’) is something of a  
travellers’ Mecca. It’s in the middle of a gorgeous green valley with hot springs, rice  
fields and a lovely lazy river...”*

“ตอนแรก เขียนถึงแม่ฮ่องสอนก่อนตอนปี 1981 เพราะขี่มอเตอร์ไซด์ไปแล้วชอบ ขากลับ  
แวะมาพักที่ปายแล้วชอบมากๆ ประทับใจ เลยเขียนถึงปายลง lonely planet ครั้งแรกตอนปี 1984  
เขียนเกี่ยวกับสภาพทั่วไปและวัฒนธรรมไทยใหญ่ เพราะชอบ ประทับใจ...”

(Joe Cumming, สัมภาษณ์, 11 มีนาคม 2553)



จากการบรรยายถึงปายในหนังสือ ยิ่งทำให้เห็นภาพว่าปายเป็นเมืองเล็กๆที่เต็มไปด้วยธรรมชาติที่สวยงาม เป็นสถานที่เหมาะแก่การมาพักผ่อน ดังนั้นเมื่อเรื่องของปายถูกตีพิมพ์ลงหนังสือ ยิ่งเท่ากับเป็นการตอกย้ำให้ปายกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับโลกและเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวสะพายเป้ไปทั่วโลก

“พอเรื่องปายลงไคด์บุ๊ก มีเรื่องปาย ปางมะผ้า แม่ฮ่องสอน สถานที่ท่องเที่ยว พอหนังสือนี้กระจายออกไป เค้าก็เริ่มมากันเยอะขึ้น”

(ดวงจันทร์ อรัญญมิ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2553)

สอดคล้องกับที่คุณอภิวัฒน์ พรหมขาม อดีตปลัดอำเภอปาย เล่าไว้ในหนังสือชุมชนปายกับกระบวนการสร้างวาทกรรมการพัฒนาและการกำหนดชะตากรรมของตนเองในแนวทางสิทธิมนุษยชนว่า

“..ฝรั่งบอกกันปากต่อปากและหนังสือคู่มือท่องเที่ยว Lonely Planet Thailand จนปายเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มสะพายเป้ โดยไม่ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล..”

(หนังสือชุมชนปายกับกระบวนการสร้างวาทกรรมการพัฒนาและการกำหนดชะตากรรมของตนเองในแนวทางสิทธิมนุษยชน หน้า 27)

การสื่อสารเรื่องของเมืองปายผ่านไคด์บุ๊กอย่าง Lonely Planet นั้นเสมือนการรับประกันคุณภาพของเมืองปายว่าเป็นสถานที่ที่ได้รับการยอมรับถึงขนาดถูกเขียนลงในหนังสือ ที่นับว่าเป็นคู่มือหรือหัวใจสำคัญของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้ปายกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก

### ขยายเรื่องปายสู่คนไทยในวงกว้าง

ททท.ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอนในปี พ.ศ.2530 ส่งผลให้เริ่มมีนักท่องเที่ยวชาวไทยรู้จักอำเภอปายมากขึ้น ในฐานะที่เป็นเมืองที่ต้องแวะพักระหว่างทางจากเชียงใหม่ไปจังหวัดแม่ฮ่องสอน อำเภอปายซึ่งอยู่ระหว่างทาง จึงกลายเป็นสถานที่แวะพักของนักท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหาร ก่อนเดินทางต่อไป

จากงานวิทยานิพนธ์เรื่องรัฐ ทุน ชุมชนกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของดวงใจ หล่อธนวนดิษฐ์ กล่าวไว้ว่า "ททท.ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอนชูจุดขายกะเหรี่ยงคอยาว ทุ่งบัวตอง เมืองสามหมอกตั้งแต่ปี 2530 ส่งผลให้นักท่องเที่ยวหลังไหลมาปลายมากขึ้น ในปี พ.ศ.2533 นับเป็นปีที่การท่องเที่ยวปลายเฟื่องฟูครั้งแรกเริ่มมีนักท่องเที่ยวไทยและยุโรปแวะมาทาน ข้าวที่ปลายซึ่งเป็นจุดกึ่งกลางระหว่างเชียงใหม่กับแม่ฮ่องสอน"

"ประมาณปี 30 - 31 มีคนไทยมามากขึ้น แวะมาพักนะ เพราะช่วงนั้นเค้าจะไปเที่ยว แม่ฮ่องสอนกัน ช่วงนั้นเค้า ไปริมทแม่ฮ่องสอน..."

(ดวงจันทร์ อรัญญมิ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2553)

แม้ว่าในช่วงนี้ ททท. จะประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอนอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ดั้งนั้นอิทธิพลของไกด์บุ๊ก พลังปาก และภาพถ่าย ที่บอกเล่าเรื่องเมืองปลาย ยังคงเป็นช่องทางสำคัญในการเผยแพร่เรื่องราวของปลาย ออกไปในหมู่นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวปลาย ก็เพราะได้รับการบอกเล่าถึงความประทับใจจากเพื่อนฝูงที่มีโอกาสมาเยือนดินแดนแห่งนี้ ปลายจึงยังคงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอดนิยามในหมู่นักท่องเที่ยวสะพายเป้อย่างต่อเนื่องและภาพความเป็นปลายในช่วงนี้ยังถูกสื่อด้วยmessage เดิม คือ เป็นเมืองเล็กๆที่เรียบง่าย มีธรรมชาติที่สวยงาม อากาศดี มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลาย คนท้องถิ่นใจดี มีวิถีชีวิตเรียบง่ายและมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำ

ดังนั้นในช่วงพ.ศ.2530- 2537 สาเหตุที่ทำให้คนไทยเริ่มรู้จักปลายมากขึ้นก็เนื่องมาจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอนของททท. ส่วนนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกยังคงเข้ามาท่องเที่ยวเมืองปลาย อย่างต่อเนื่อง จากการรับรู้ผ่านปากต่อปาก ภาพถ่ายและไกด์บุ๊ก

### แพร่กระจายเรื่องปลายผ่านศิลปินและศิลปะ

การแพร่กระจายเรื่องราวของปลายในช่วง 2538-2544 เป็นการสื่อสารออกไปให้กลุ่มคนภายนอกได้รู้ว่าปลายเป็นเมืองแห่งศิลปะ ซึ่งคนที่มีบทบาทสำคัญ คือ กลุ่มคนที่ถูกเรียกว่าศิลปินที่เข้ามาอยู่ปลาย โดยสื่อสารความเป็นศิลปะผ่านการตกแต่งร้าน ผ่านสินค้าที่ระลึก ที่สะท้อนความเป็นปลายแบบใหม่ ซึ่งร้านค้าเหล่านั้นได้กลายมาเป็นพื้นที่พบปะของผู้ในคนปลาย ขณะเดียวกันก็มีเพื่อนของคนกลุ่มนี้เข้ามาเยี่ยมทำให้เรื่องของปลายถูกนำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์มากขึ้น อนุสารอศท.

ก็เริ่มแนะนำที่เที่ยว นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวก็เขียนเรื่องความเป็นปายแบบใหม่ผ่านโปสการ์ดให้คน  
ใกล้ชิดได้รับรู้

ช่วงนี้มีคนหนุ่มสาวที่ทำงานในแวดวงสื่อมวลชนและ Creative จากกรุงเทพฯ ได้ตัดสินใจ  
มาใช้ชีวิตและประกอบธุรกิจเล็กๆ ที่สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของคนเมือง โดยนำเอา  
ความสามารถทางศิลปะที่ตนเองถนัดมาเป็นแนวทาง ทำให้อำเภอปายเริ่มได้ชื่อว่าเป็นเมืองแห่ง  
ศิลปะ

“พี่ชอบแต่งบ้าน พี่เลยเปิดเกสต์เฮาส์เล็กๆ แต่งเอง ช่วงนั้นมีมิตรไทย เค้กก็แต่งร้านแบบ  
ของเค้าๆนะ ก็ดูเป็นศิลปะ ที่นี้รวมคนในแวดวงพวกนี้ไง มันเลยดูเป็นพวกศิลปิน เป็นเมืองศิลปะ  
...”

(วาธินี เชาวริทธิ์, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2552)

#### • สื่อสารความเป็นศิลปะผ่านการตกแต่งร้าน

การตกแต่งร้านค้า ที่พักในช่วงนี้ สื่อถึงความเป็นเมืองแห่งศิลปะของปายได้เป็นอย่างดี  
โดยการนำเอาเรือนไม้ดั้งเดิมของคนท้องถิ่น ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบไต คือเป็นเรือนไม้แถว มุงด้วย  
หลังคาตองตึง มาปรับปรุงตกแต่งใหม่ให้มีดีไซน์ มีการนำภาพวาดมาตกแต่งภายในร้าน การทาสี  
เพิ่มเติม เป็นการนำเอาศิลปะมาผสมผสานกับวัฒนธรรมดั้งเดิม ที่แม้ว่าจะดูโดดเด่นแต่ยังคง  
กลมกลืนกับบ้านเรือนท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี รูปแบบร้านค้าและที่พักเหล่านี้นับเป็นการสร้างความ  
เป็นปายขึ้นมาใหม่

“กลุ่มคนเหล่านี้เข้ามามันก็เริ่มเปลี่ยน การตกแต่งร้านของเค้า สินค้าของเค้ามันเริ่มเป็น  
แบบเอาศิลปะ เอาความทันสมัยมาผสมผสานกับของเดิม มีความเป็นศิลปะ คนก็เอาไปบอกต่อๆ  
กันว่าที่นี่เป็นเมืองศิลปะ มีแต่พวกศิลปิน ทำนองนี้”

(เบญจวรรณ วงศ์คำ สัมภาษณ์ 12 พฤศจิกายน 2552)



ภาพที่ 8 ภาพร้านมิตรไทย

- ร้านค้าพื้นที่พบปะของคนปาย

ร้านค้า ถูกปรับปรุงใหม่ให้มิดีไซน์โดยกลุ่มคนที่เข้ามาใหม่ กลายเป็นสถานที่พบปะกันของผู้คนในปาย ทั้งคนที่เข้ามาใหม่เองและคนท้องถิ่น

จากคำบอกเล่าของวาธินี เชาววิทธิ ทำให้ทราบว่าร้านค้าและที่พักเหล่านี้ยังเป็นพื้นที่พบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์การใช้ชีวิตในเมืองเล็กๆของคนที่มาอยู่ปายและคนปาย อีกด้วย

"พี่มาพร้อมๆ กับมิตรไทย ตอนนั้นพี่มาเที่ยวแล้วเค้าขายอาหาร เค้าบอกมาอยู่ด้วยกันสิ เปิดเกสต์เฮาส์สิ เกสต์เฮาส์ไปได้.."

(วาธินี เชาววิทธิ, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2552)

"ตกเย็นไม่มีอะไรทำก็เอาละ ไป BEBOB ไป Mountain Blue ไปกินเหล้า คุยกัน ไปทุกวัน พี่ชอบคุยกับฝรั่งจะไปถามว่าทำไมถึงมาเที่ยว... พี่ว่าBEBOB เป็นร้านที่ดึงให้คนมี activity ร่วมกัน ร้านแรกของปาย"

(เอ๋ Elite Gallery, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2552)

- **สินค้าที่ระลึก สื่อสะท้อนความเป็นปาย**

สินค้าที่ระลึกที่กลุ่มคนที่เข้ามาใหม่ทำออกมาขาย อย่างเช่น เสื้อยืด ที่มักสกรีนคำว่า ปาย PAI หรือ NOTHING IN PAI หรือ สมุดบันทึก ที่มีหน้าปกเป็นทิวทัศน์เมืองปายบวกกับไอเดียใหม่ๆ นับเป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่สะท้อนถึงวิถีปายแบบใหม่ให้คนได้รับรู้ได้เป็นอย่างดี

"...เริ่มมีพวกเสื้อยืด ดีไซน์ สกรีนคำว่า ปาย แล้วก็มีพวกของที่ระลึกออกมาขาย นักท่องเที่ยวเยอะขึ้น...คนมาเที่ยวก็ชอบซื้อกันนะ ขายดี..."

(กนต์ธีร์ ศิวาลัย, สัมภาษณ์, 13 พฤศจิกายน 2552)



ภาพที่ 9 ภาพเสื้อยืด สินค้าที่ระลึกจากอำเภอปาย

- **สื่อสิ่งพิมพ์ เสนอเรื่องปาย**

สื่อสิ่งพิมพ์ นับเป็นสื่อมวลชนแรกๆ ที่มีบทบาทในการนำเสนอเรื่องราวของอำเภอปายออกไปสู่สาธารณชน โดยมีการตีพิมพ์เรื่องของปายลงในบทความต่างๆ ตามหนังสือพิมพ์ และในหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวอย่างอนุสรารอสท.

เรื่องของเมืองปายในระยะนี้ถูกนำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์มากขึ้น เพราะคนที่เข้ามาทำธุรกิจที่นี่ มีเพื่อนในแวดวงเดียวกันแวะเวียนมาหา ซึ่งเมื่อกลับไปก็ต้องมีงานไปส่ง

"คือคนทำงานด้านgraphic ด้านโฆษณาอยู่อาศัยที่นี้เยอะ แล้วเพื่อนก็ตามมาเที่ยวพอเพื่อนมาเที่ยวก็ต้องมีงานกลับไป มันก็จะเริ่มเห็นปายตามหน้าหนังสือ"

(เอ้ Elite Gallery, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2552)

"เวลาคนพวกนี้เข้ามา เค้าไม่ได้เข้ามาเฉพาะกิจกรรมที่เค้าทำ เค้าจะมีเพื่อนในวงการ สื่อสารมวลชน ก็ชวนคนรู้จักเข้ามาเที่ยวกันก็มาดูพวกนี้ทำอะไรมาเปิดร้านกาแฟ มาเปิดเกสต์เฮ้าส์ แล้วเอาเรื่องกลับไปเขียน ช่วงนี้เป็นช่วงที่เรื่องเมืองปายถูกสื่อออกไปกับกลุ่มคนไทย"

(เบญจวรรณ วงศ์คำ, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

ซึ่งตรงกับที่ศ.ดวงใจ หล่อธนวิชัยเล่าถึงปายไว้ว่า "หลังจากเศรษฐกิจฟองสบู่แตกเมื่อปี 2540 เริ่มมีคนต่างถิ่นจากกรุงเทพฯ เป็นคนทำงานโฆษณา คนทำงานสื่อ ที่ชอบความสันโดษ และรักธรรมชาติเข้ามาใช้ชีวิตที่นี่ เอาความถนัดของเค้ามาเปิดร้านโปสการ์ด ร้านกาแฟ ธุรกิจช่วงแรกของยุคนี้ยังเป็นธุรกิจบวกศิลปะ การเข้ามาของคนกลุ่มนี้ ทำให้ปายเป็นที่รู้จักของคนไทย ผ่านสื่อการบินไทย อสท. และอินเทอร์เน็ต"

โดยหนังสือเหล่านั้นก็จะบอกเล่าภาพของปายในช่วงนี้ว่าเป็นเมืองเล็กๆ บรรยากาศดี ที่เต็มไปด้วยศิลปินมีร้านสวยๆ ดังที่งามจันทร์ได้บรรยายไว้ในบทความเรื่องเมืองปาย สายหมอก กับคืนวันอันไร้สาระในหนังสือพิมพ์มติชนดังนี้

"...ฉันเคยบอกคุณรีเปลาว่าเมืองปายเต็มไปด้วยกลิ่นอายของศิลปะ...แม้ไม่มีหอศิลป์อย่างเป็นทางการแต่เราอาจเห็นมันแทรกซึมอยู่ในร้านอาหาร บนฝาผนังของร้านกาแฟ ริมระเบียงบ้านของเกสต์เฮ้าส์ โปสการ์ดบางใบ สมุดเยี่ยมของร้านมิตรไทย.."

(งามจันทร์, 2543: 12)

ขณะเดียวกันอนุสารอสท. นับเป็นหนังสือที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเล่มแรกของไทยที่มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอปาย

จากการค้นคว้าพบว่า อนุสารอสท. ได้เริ่มแนะนำถึงสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอปาย เช่น ในอนุสาร อสท. ปีที่ 39 ฉบับที่ 4 พฤศจิกายน 2541 แนะนำไว้ว่า

"ที่อำเภอปายนี้ เราได้แวะนมัสการพระอุ้มเมืองที่กล่าวกันว่าในพระเศียรซึ่งภายในกลวงมีน้ำขี้ออกมาอย่างสม่ำเสมอไม่เคยเหือดแห้งที่วัดน้ำฮูและชมความงามทางศิลปะสถาปัตยกรรมของเจดีย์ที่รายรอบไปด้วยสิ่งท่วงทือองอาจในรูปแบบของศิลปะมอญที่วัดกลาง ทวารบาลทรงเครื่องแบบพม่าฝีมือช่างพื้นบ้านสีสดใสและคู่มืออารมณ์ขันบนเส้าประตูดัดป่าขาม..."

(ภาคภูมิ น้อยวัฒน์, 2541: 47)

ส่วนขนิษฐา สุวรรณชาติ เจ้าของบทความ สายหมอกและดอกไม้ที่ห้วยน้ำดัง บนทางหลวงหมายเลข 1095 แม่มาลัย-ปาย ในอนุสารอศท. ได้เขียนแนะนำถึงสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอปายไว้ว่า

“...ก่อนเข้าสู่ชุมชนปายประมาณ 8 กิโลเมตร มีป้ายบอกทางเข้า **ปองน้ำร้อนท่าปาย** นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง...ถ้าใครไม่ชอบน้ำร้อนก็ไปเล่นแช่น้ำเย็น เพราะในพื้นที่ใกล้ๆกันมี **น้ำตกแม่เย็น** จากนั้นก็เข้าไปเที่ยวในชุมชนอำเภอปาย...ศิลปินไทยมาทำโฮมสเตย์เล็กๆริมน้ำปาย มีบ้านน้ำชา บ้านกาแฟหลังเล็กหลังน้อยตกแต่งด้วยงานศิลป์...”

(ขนิษฐา สุวรรณ, 2544: 59)

นอกจากสื่อสิ่งพิมพ์แล้ว นักท่องเที่ยวชาวไทยโดยเฉพาะวัยหนุ่มสาว ก็มีส่วนในการช่วยแพร่กระจายเรื่องของปายผ่านกิจกรรมที่เค้าทำกันด้วย

- **เขียนโปสการ์ดเล่าเรื่องให้เพื่อนฟัง**

หลังจากที่ร้านมิตรไทยขายโปสการ์ด ทำให้การเขียนโปสการ์ดกลายเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวปายนิยมทำกัน

นักท่องเที่ยวเริ่มนิยมเขียนโปสการ์ดเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับปาย เกี่ยวกับการใช้ชีวิตที่นี่ส่งไปให้ครอบครัวและเพื่อนฝูง บวกกับภาพบนโปสการ์ดที่ถูกออกแบบมาอย่างดี ล้วนบอกเล่าเรื่องของปายได้เป็นอย่างดี ทำให้ ปาย กลายเป็นที่รู้จักในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากยิ่งขึ้น

“...พอมิตรไทยขายโปสการ์ด คนมาเที่ยวก็เขียนโปสการ์ดไปหาเพื่อน หาที่บ้าน”

(วาริณี เชาวริทธิ์, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2552)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 10 ภาพไปรษณีย์จากอำเภอปาย

กล่าวได้ว่าตั้งแต่ปี 2539 เป็นต้นมา ปาย กลายเป็นเมืองแห่งศิลปะ เนื่องจากการเข้ามาของคนต่างถิ่น มีร้านค้าและที่พักเกิดขึ้นมากมายโดยมีลักษณะการตกแต่งร้านที่โดดเด่น โดยการนำศิลปะมาประยุกต์ให้เข้ากับสภาพดั้งเดิมของท้องถิ่น ขณะเดียวกันเริ่มมีสื่อต่างๆ ลงเรื่องของปายมากขึ้น ทำให้เรื่องราวของปายในช่วงนี้ถูกส่งออกไปให้นักท่องเที่ยวรับรู้มากขึ้น รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ก็ทำให้เกิดช่องทางในการสื่อสารเรื่องเมืองปายมากขึ้น ภาพและเรื่องราวของเมืองปายในระยาะนี้จึงถูกส่งออกไปในเรื่องของความเป็นเมืองแห่งศิลปะ

### สื่อสารกับการแก้ไขปัญหา

ชาวบ้านอำเภอปายได้นำการสื่อสารเข้ามาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว โดยมีทั้งการรวมกลุ่มเพื่อพูดคุยถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ใช้สื่อชุมชนอย่างวิทยุชุมชนเข้ามาสร้างความเข้าใจกับคนในชุมชน ตลอดจนมีการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก อีกด้วย

ในปี 2546 ขณะที่การท่องเที่ยวในอำเภอปายกำลังได้รับความนิยมมากขึ้น ซึ่งน่าจะเป็นเรื่องดีสำหรับคนในชุมชนปาย แต่ชาวบ้านท้องถิ่นกลับได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวและเริ่มมีการรวมกลุ่มกันเพื่อสื่อสารพูดคุย หาแนวทางแก้ไขปัญหาเหล่านั้น



- **คนในชุมชนรวมกลุ่มพูดคุยถึงปัญหา**

กลุ่มคนซึ่งเป็นชาวบ้านท้องถิ่นดั้งเดิมที่อยู่ปายมานานและเฝ้ามองดูความเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นในปายทีละเล็กทีละน้อยได้มีการรวมตัวกันเพื่อพูดคุยแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว ดังที่อำพัน ปรัชญาวิชัยกุล ชาวบ้านท้องถิ่นแท้ๆ เล่าให้ฟังว่า

"เริ่มมีปัญหาหลายสาเหตุ เริ่มพูดถึงเยาวชน เริ่มแปลกแยกมากขึ้น ตอนนั้นเริ่มมีการพูดกันหยิบมาคุยเป็นจริงเป็นจัง หลัง 44 ช่วง 46-47 เริ่มคุยเป็นเรื่องเป็นราว สิทธิชาวบ้าน...เริ่มจากชาวบ้านรวมกลุ่มพูดคุยกันเองก่อน เช่น ปีบ๊อบเปิดเพลงดัง ก็เริ่มรู้สึกว่ารบกวน ก็เริ่มคุยกันว่าควรพูดคุยกันจัดการใหม่ ใครควรเข้ามาจัดการ"

(อำพัน ปรัชญาวิชัยกุล, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

- **วิทยุชุมชน สื่อชุมชนเพื่อสร้างความเข้าใจ**

ในการจัดการแก้ปัญหา ชาวบ้านได้นำสื่อชุมชนอย่างวิทยุชุมชนเข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจกับคนในชุมชน ทำให้ชาวปายได้ทราบความเป็นไปและความเคลื่อนไหวต่างๆ ในชุมชน ซึ่งผลที่ได้คือผลักดันเรื่องการทำผังเมืองสำเร็จ จากครั้งนั้น แต่ละคนก็แยกย้ายกันไปรวมกลุ่มเรื่องที่ตนเองสนใจ และมีลักษณะการรวมกลุ่มแบบหลวมๆ

"...เกิดการเคลื่อนไหวทางสื่อ ตอนนั้นก็เอาสื่อชุมชน อย่างวิทยุชุมชนเข้ามาช่วยเสริม สื่อวิทยุชุมชนมีบทบาทมากขึ้น จนผลักดันเรื่องผังเมืองสำเร็จ ก็แยกย้ายประเด็นกันไปทำต่อ เรื่องวัฒนธรรมบ้าง สิ่งแวดล้อมบ้าง.."

(อำพัน ปรัชญาวิชัยกุล, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

- **ประสานงานกับหน่วยงานภายนอก**

ช่วงที่รวมกลุ่มแก้ไขปัญหา ชาวบ้านได้รับความร่วมมือจากองค์กรภายนอกอย่างสำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติเข้ามาจัดเวทีเสวนาเกี่ยวกับเรื่องสิทธิในการกำหนดชะตากรรมตนเองของชุมชน มีการเชิญนักวิชาการและผู้มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวมาร่วมพูดคุยกับชาวปาย

“...ตอนนั้นเรามีปัญหามากเรื่องเกี่ยวกับผลกระทบจากการท่องเที่ยว เราก็ได้รับความร่วมมือจากกรรมการสิทธิมนุษยชนของคุณหญิงอัมพร เข้ามาช่วยจัดเวทีเสวนา ตรงนี้ช่วยได้มากเลย...”

(อาภรณ์ แสงโชติ, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

แม้ว่าจะเกิดปัญหาและผลกระทบจากการกลายเป็นเมืองท่องเที่ยว แต่ชาวบ้านในอำเภอปายก็ได้มีความพยายามในการรวมกลุ่มเพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้ และมีการนำสื่อชุมชนอย่างวิทยุชุมชนเข้ามาใช้เพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่สมาชิกในชุมชน ขณะเดียวกันก็ได้มีการประสานงานขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอกควบคู่ไปด้วย จนทำให้เกิดผลสำเร็จในด้านการผลักดันนโยบายผังเมืองเพื่อควบคุมอาคารในอำเภอปาย

### วางระบบการสื่อสารอย่างครบวงจร

การสื่อสารเรื่องเมืองปายในช่วง 2548 – 2549 นี้เป็นระบบมากขึ้นทำให้การให้ข้อมูลเรื่องเมืองปายนั้นมีหลายช่องทางมากขึ้น ถือเป็นการขยายข้อมูลเรื่องเมืองปายผ่านสื่อมวลชนหลายๆ แขนง ทั้งภาพยนตร์ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร รวมทั้งสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต ขณะเดียวกันเริ่มมีการนำสื่อกิจกรรมอย่าง การจัดคอนเสิร์ต เข้ามาใช้เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวปายอีกด้วย

วรเทพ กันทาดี ประธานชมรมการท่องเที่ยวอำเภอปายเล่าให้ฟังว่า ตั้งแต่ช่วงพ.ศ. 2548 ได้เริ่มมีสื่อมวลชนแขนงต่างๆ เข้ามามีบทบาทในการนำเสนอเรื่องราวของปายมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ทำให้นักท่องเที่ยวและคนทั่วไปได้รับรู้เรื่องปายอย่างเป็นระบบ ผ่านช่องทางที่หลากหลายขึ้น ทั้งจากภาพยนตร์ หนังสือ นิตยสารต่างๆ และรายการต่างๆตามโทรทัศน์

“ 48 – 49 นี้ สื่อมวลชนเข้ามามีบทบาทมาก ทั้งหนังรักจิ้ง ทั้งหนังสือ ที่วีเนี่ยมาทำรายการกันมาก...”

(วรเทพ กันทาดี, สัมภาษณ์, 17 มกราคม 2553)

ในขณะเดียวกัน คนที่เข้ามาอยู่เองก็เป็นผู้ชักชวนให้สื่อต่างๆ เหล่านั้นเข้ามาใช้ปายเป็นสถานที่ถ่ายทำรายการภาพยนตร์ หรือรายการต่างๆ เหล่านี้

- **คนปายใหม่ ชักชวนให้ใช้ปายเป็นโลเคชั่นถ่ายหนัง**

คนปายใหม่ คือกลุ่มคนหนุ่มสาวที่ประกอบอาชีพ creative ที่เข้ามาอยู่ปายในช่วงปี 2540 นั้นมีบทบาทสำคัญในการชักชวนคนนอกให้เข้ามาใช้ปายเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง “รักจัง”

เอ้ Elite Gallery เล่าให้ฟังว่าในตอนนั้นภาพยนตร์เรื่อง รักจัง กำลังหาสถานที่ถ่ายทำ โดยทางทีมงานต้องการต้องการภาพบรรยากาศที่สวยงาม มีขุนเขาและไอหมอกจริงๆ เอ้ ในฐานะที่เป็นคนที่มาใช้ชีวิตที่นี่ จึงเป็นผู้ชักชวนให้ทีมงานลองใช้อำเภอปายเป็นสถานที่ถ่ายทำ

“รักจัง” รุ่นน้องพี่น้องแหละ คือนั่งกินเหล้ากันแล้วพี่บอกลองมาถ่ายที่ปายสิ ปายเมืองน่ารักนะ.”

(เอ้ Elite Gallery, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2552)

- **รักจัง หนึ่งสร้างกระแสให้คนอยากมาปาย**

ภาพยนตร์เรื่อง “รักจัง” ออกฉายครั้งแรกวันที่ 1 มิถุนายน 2549 โดย “รักจัง” บอกเล่าเรื่องราวความรักของ फिल्म (รัฐภูมิ ไตคงทรัพย์) นักร้องซูเปอร์สตาร์ชื่อดัง กับ จ๋า (พอลล่า เทเลอร์) ปาปาร์ตีสสาว ที่ตามถ่ายภาพฟิล์มถึงอำเภอปาย เพื่อเอาไปขายให้กับสำนักพิมพ์ แต่แล้วฟิล์มก็เกิดอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง รถของฟิล์มตกเขาจนทำให้ฟิล์มความจำเสื่อม แต่ฟิล์มได้รับความช่วยเหลือจาก ลอซุ (อึด ไปงกลางสะออน) อาล่า (ลาล่า ไปงกลางสะออน) และอาลู่ (ลูลู่ ไปงกลางสะออน) และเมื่อจำเจอฟิล์มอีกครั้งและได้รู้ว่าฟิล์มความจำเสื่อม จ๋าจึงได้โอกาสสร้างข่าวเพื่อขายให้กับสำนักพิมพ์ แต่เมื่อจำรู้จักฟิล์มมากเท่าไร ก็ยิ่งทำให้ความรู้สึกของเธอกับฟิล์มนั้นเปลี่ยนไป แต่เมื่อความจำของฟิล์มกลับคืนมา จึงทำให้ฟิล์มหลงลืมความทรงจำระหว่างเขากับจ๋า จนเหลือเพียงความทรงจำที่เลือนราง แต่ในความทรงจำกลางเลือนนั้น ฟิล์มรับรู้ได้ว่า เธอรอเขาอยู่ ณ ที่แห่งใดแห่งหนึ่ง ที่ไกลแสนไกล ที่ๆมีสายหมอก และลมหนาว และมีเพียงการ หาคู่ให้พบเท่านั้น ที่ความทรงจำเหล่านั้น กลับคืนมา

(<http://movie.sanook.com>)



ภาพที่ 11 ใบปิดหนังภาพยนตร์เรื่อง “รักจัง”

จากการสัมภาษณ์ทุกคนให้ข้อมูลตรงกันถึงสาเหตุที่ทำให้ปายเป็นที่รู้จักอย่างทุกวันนี้ก็เนื่องมาจากอิทธิพลของภาพยนตร์เรื่อง “รักจัง” ด้วยเนื้อหาของภาพยนตร์ที่เป็นหนังรัก โรแมนติก-คอมเมดี้ ประกอบกับภาพบรรยากาศและวิถีชีวิตในเมืองปาย ส่งผลให้เมื่อภาพยนตร์เรื่องนี้เข้าฉาย ก็เกิดกระแสเที่ยวปาย ตามมา

“อิทธิพลของภาพยนตร์ โดยเฉพาะ”รักจัง“ ตอนนั้นฮิต ถ่ายทำที่นี่ จริงๆถ่ายนิดเดียวแต่ไปโรมตปายเกือบหมด เลยกลายเป็นแฟชั่น การท่องเที่ยวปายตอนนี้ถือว่าเป็นแฟชั่น ไม่ใช่การพักผ่อน”

(อำพัน ปรัชญาวิชัยกุล, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

“มันเป็นกระแสที่คนมาปาย เพราะคนมาเยอะจริงๆก็หลัง “รักจัง” นะแหละ”

(วีรพล ศิลรัตน์, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2552)

“...ผลจากหนัง “รักจัง” ทำให้กลุ่มของนักท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว แล้วก็พวกกิจกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปนะ เห็นได้ชัดเลย นักท่องเที่ยวเค้ามาเที่ยวกัน ก็เพราะเค้าอยากเห็นสถานที่ที่อยู่ในหนัง มาถ่ายรูปตามป้าย ตามหลักกิโล ตามร้านค้าที่มีอยู่ในรักจังกัน

อย่างร้านมิตรไทย นักท่องเที่ยวมานั่งเขียนโปสการ์ด มาถ่ายรูปกับตู้ไปรษณีย์เหมือนในหนัง ก็คือเป็นการเที่ยวตามรอยหนังกัน...”

(สันโดษ สุขแก้ว, สัมภาษณ์, 17 พฤศจิกายน 2552)

จากคำบอกเล่าของสันโดษ สุขแก้ว นั้นสอดคล้องกับหลายๆ คนที่ได้เล่าให้ผู้วิจัยฟัง อย่างเช่นที่เบญจวรรณ วงศ์คำ กล่าวเอาไว้ถึงการเที่ยวตามรอย “รักจัง”ว่า

"พอหนัง "รักจัง" คนก็เริ่มทะลัก โดยไม่รู้อะไร คล้ายๆเที่ยวตามหนังนะ อยากไปนั่งเขียนโปสการ์ดแบบนี้ อยากเห็นที่แบบนี้ อยากมาทำความฝันแบบนี้"

(เบญจวรรณ วงศ์คำ, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

#### • สื่อมวลชนเสนอเรื่องเมืองปาย

สื่อมวลชนอย่างโทรทัศน์และหนังสือ นิตยสารต่างๆ ก็ให้ความสนใจอำเภอปาย มีรายการตามมาถ่ายทำเรื่องราวของปาย อย่างต่อเนื่อง เรื่องของปายถูกแพร่กระจายอย่างรวดเร็วและกว้างขวางมากขึ้น ภาพถ่ายของร้านค้า ภาพบรรยากาศสวยๆ อากาศหนาวๆ ถูกสื่อออกมาทางโทรทัศน์ สะท้อนภาพความเป็นเมืองโรแมนติก

“ออกหลายช่อง หลายรายการมาก หนังสือนี้ลงเยอะแยะ ไปโรมกันเหลือเกินหลัง “รักจัง” นะ”

(กนต์ธีร์ ศิวาลัย, สัมภาษณ์, 13 พฤศจิกายน 2552)

"ตอนนั้นรายการที่นี้หมอล็อต คุณสัญญา มาถ่ายรายการ คนก็ตามมาเที่ยว มากินกันใหญ่"

(สมเกียรติ สมจิตต์, สัมภาษณ์, 17 พฤศจิกายน 2552)

“ช่วงหลังเนี่ย มันสื่อด้วยภาพของความโรแมนติก"

(วาธินี เชาววิทธิ, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2552)

นอกจากสื่อมวลชนที่บอกเล่าเรื่องราวของปายแล้ว สื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้น ในฐานะที่เป็นช่องทางการสื่อสารสำหรับคนยุคใหม่ ที่สามารถส่งผ่านเรื่องราวต่างๆได้อย่างรวดเร็ว

## • สื่ออินเทอร์เน็ต ช่องทางการสื่อสารที่กว้างไกล

การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นรูปแบบการสื่อสารอีกอย่างหนึ่งที่เผยแพร่เรื่องราวของปายออกไปได้กว้างขึ้น ไกลขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวเริ่มใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการนำเสนอเรื่องราวของปายมากขึ้น มีการนำภาพถ่ายและรายละเอียดในการเดินทาง ที่พัก ร้านค้า เส้นทางท่องเที่ยว และบรรยากาศต่างๆในเมืองปายที่ตนเองได้ไปมาลงตามบล็อกของตนเองหรือลงในเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ห้อง Blue Planet ของ [www.pantip.com](http://www.pantip.com) หรือ ห้องปาย ใน [www.trekkingthai.com](http://www.trekkingthai.com) เป็นต้น ทำให้เรื่องของปายเป็นที่รับรู้ไม่ใช่แค่ในกลุ่มเล็กๆ หรือแค่ในประเทศอีกต่อไป

*"ปายกลายเป็นที่รับรู้ของคนทั่วโลก เพราะคนมาเที่ยว เด็กๆสนุกสนานกับการถ่ายรูปทำเว็บ ส่งข้อมูลข้อความไปทั่วโลก"*

(อำพัน ปรัชญาวิชัยกุล, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

ซึ่งการบอกเล่าเรื่องของปายของนักท่องเที่ยว ก็คือการ รีวิวทริป เป็นการบรรยายถึงการเดินทางท่องเที่ยวที่ได้ไปเที่ยว โดยมีการให้รายละเอียดตั้งแต่วิธีการเดินทาง สถานที่พัก สถานที่กิน สถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งบรรยากาศ และเกร็ดเล็กเกร็ดน้อย ต่างๆ เช่น สภาพอากาศ ข้อเสนอแนะระหว่างเดินทาง เป็นต้น โดยการรีวิวทริปนั้นมักนิยมใส่ภาพประกอบลงไปด้วยเพื่อสร้างความน่าสนใจและทำให้ผู้ที่เข้ามาอ่านเข้าใจเรื่องราวได้มากขึ้น

การรีวิวทริปนับเป็นรูปแบบการสื่อสารอีกวิธีหนึ่งที่นักท่องเที่ยวที่มีโอกาสมาเที่ยวปายนิยมที่ทำผ่านช่องทางการสื่อสารอย่างสื่อออนไลน์ โดยในการรีวิวทริปนั้นจะมีการแนะนำที่พัก ร้านค้า พร้อมทั้งใส่รูปประกอบ ดังเช่นในห้องปาย ของ [www.trekkingthai.com](http://www.trekkingthai.com)

*"...ใครจะไปปาย .....ตามผมมาเลย...นั่งรถทัวร์ของบริษัทนครชัยแอร์ .รถทัวร์ออก 20.45 น. ถึงประมาณ 6 โมงเช้า ค่าใช้จ่ายค่ารถ 581 บาทครึ่ง ถึงท่ารถอาเขต ก็ไปดูตารางรถเมล์ มีออกเช้าเที่ยวแรก 7 โมงเช้า เที่ยวต่อไป 9 โมงเช้า...ที่ท่าอาเขตจะมีรถเมล์ และรถตู้ ที่จะเดินทางไปปาย - แม่ฮ่องสอน ท่ารถจะไปปาย หรือ จ.แม่ฮ่องสอน นั้นต้องขึ้นรถที่ท่าอาเขต..ค่ารถเมล์คนละ 68 บาท ...ถึงปายแวะร้านใกล้ที่สุด แนนอน "ร้านปายอินฟอर्मชันเซนเตอร์" ซึ่งตั้งอยู่ด้านข้างท่ารถ...รีบไปหายานพาหนะที่ร้าน AYA Service .....คุยกับเจ้าของร้าน เฮียเค้าแนะนำ "12 พันนา" แดมให้เบอร์อีก โทรไปห้องเต็ม.. เฮียสั่งมาเลยครึ่งยั้งนั้นต้อง "Rim-Pai Cottage" หรือกระท่อมริมปาย...ไป ร้านอาหารจีนญูนาน สันติชล และไหว้พระที่วัด น้ำสู...แวะกินกาแฟที่ร้าน All About*

Coffee ...แวะ ร้านมิตรไทย ไปแช่น้ำร้อน "ท่าปาย สปา แค้มป์ปิ้ง ..ตอนเย็นกินข้าวร้านน้องเปียร์ และอีกหนึ่งร้านแนะนำ..อ้อยเบเกอร์"

(เข้าถึงได้จาก[http://board.trekkingthai.com/board/webboard.php?forum\\_id=21&&page=30](http://board.trekkingthai.com/board/webboard.php?forum_id=21&&page=30))

- **เจ้าของธุรกิจเริ่มจัดกิจกรรมดนตรี**

เจ้าของร้านประเภทผับบาร์ เริ่มนำวงดนตรี หรือมีการจัดคอนเสิร์ต ขนาดเล็กขึ้นในร้าน ตามโอกาสต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่งผลให้สถานที่อย่างผับบาร์เป็นที่พบปะสังสรรค์กันของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติในยามราตรี

"ช่วง49 เริ่มมีคอนเสิร์ตเข้ามา เจ้าของร้านแต่ละร้านเค้าก็ติดต่อเอาเข้ามาเอง"

(วรเทพ กันทาดิ, สัมภาษณ์, 17 มกราคม 2553)

- **แจกแผนที่ แนะนำเส้นทางท่องเที่ยว**

ในส่วนของการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว ทางร้านค้า และที่พักหลายๆแห่ง เช่น ร้านเช่ามอเตอร์ไซด์ AYA รวมถึงบริษัทเดินรถเปรมประชาได้ทำแผนที่ในการเดินทางท่องเที่ยวในเมืองปายแจกให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีลักษณะท่องเที่ยวเป็นวงกลมรอบเมืองปาย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวได้ครบทั้งหมดในหนึ่งวัน

"ตอนนั้นทางเราก็ทำแผนที่แบบเล็กๆนะนะ แจกนักท่องเที่ยว ใครนั่งเปรมประชามา ก็มาเอาไป วางแจกบนโต๊ะนี่ เห็นร้านอื่นๆก็ทำนะ เป็นเหมือนคู่มือให้นักท่องเที่ยวไปถูก"

(ถวิล ปาลี, สัมภาษณ์, 16 มกราคม 2553)

การแจกแผนที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถเช่ารถมอเตอร์ไซด์หรือจักรยานขับไปเที่ยวได้เองนี้ นับเป็นสิ่งหนึ่งของการมาเที่ยวเมืองปาย นอกจากจะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่ถือว่าเป็นไฮไลต์ของปายแล้ว ข้อมูลในแผนที่ยังให้รายละเอียดของที่พักและร้านค้าที่ร่วมจัดพิมพ์ด้วย ซึ่งก็นับว่าเป็นการโฆษณาร้านค้าและที่พักเหล่านั้นไปในตัว

- **PAI POST หนังสือพิมพ์ฉบับพิเศษเสนอข่าวสาร**

Jo Cumming คนแรกที่เขียนเรื่องเมืองปายลงใน Lonely Planet Thailand และได้มาใช้ชีวิตที่ปาย เริ่มเห็นโอกาสในการเผยแพร่เรื่องราวของปายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลมากขึ้น

จึงได้ทำหนังสือ PAI POST มีลักษณะคล้ายหนังสือพิมพ์แต่ออกเป็นราย 3 เดือน มาขายให้นักท่องเที่ยว ราคาเล่มละ 15 บาท เนื้อหาข้างในมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ นำเสนอเรื่องเมืองปาย ร้านค้า ที่พัก และบทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการต่างๆในปาย เป็นต้น

"Jo Cumming คนที่เขียนเรื่องปายนะ เคยทำPai Postขาย ทำกับเจ้าของร้านสองสิ่งที่ยั่งยืนนะ เป็นคล้ายๆหนังสือพิมพ์นะขายนักท่องเที่ยว"

(กนต์ธีร์ ศิวาลัย, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2552)

"Pai Post ออกสามเดือนเล่มหนึ่ง ราคา15บาท แต่ขายไม่ได้ มีทั้งภาษาไทยและอังกฤษ"

(วีรพล ศิลรัตน์, สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2553)



ภาพที่ 12 ภาพ PAI POST

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้ทราบว่าในช่วงปีพ.ศ. 2548-2549 สื่อมวลชนแขนงต่างๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และที่เห็นได้ชัดที่สุดคือ อิทธิพลจากภาพยนตร์เรื่อง "รักจัง" ได้เข้ามามีบทบาทมากในการทำให้การรับรู้เรื่องเมืองปายเป็นระบบมากขึ้น ขณะที่สื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตและสื่อกิจกรรมอย่างการจัดดนตรีในร้านต่างๆ ก็ช่วยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี การสื่อสารเรื่องราวของปายในช่วงนี้จึงถูกส่งออกไปจากหลายทิศทางและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น



## พัฒนาการสื่อสารแบบมีอาชีพ

สื่อกิจกรรม นับเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่พบมากขึ้น ซึ่งการมีสื่อกิจกรรมเพิ่มเข้ามา นอกจากการใช้สื่ออื่นๆแล้ว แสดงให้เห็นว่า ในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปายมีรูปแบบ การสื่อสารที่ก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพมากขึ้น เนื่องจากการใช้การสื่อสารที่ครอบคลุม โดย กิจกรรมที่ถูกจัดขึ้นในอำเภอปายนั้น มีทั้ง เทศกาลดนตรี เทศกาลหนัง รวมทั้งกิจกรรมที่จัดในช่วง เทศกาลวาเลนไทน์อย่าง Season of love @ Pai

ตั้งแต่พ.ศ.2550-2552 ปายกลายเป็นสถานที่ที่ได้รับความสนใจจากกลุ่มทุนและเอกชน ขนาดใหญ่เข้ามาจัดกิจกรรมต่างๆมากมายในช่วงฤดูท่องเที่ยว ตั้งแต่ปลายเดือนตุลาคม จนถึงสิ้น เดือนกุมภาพันธ์ กิจกรรมต่างๆเหล่านี้มีทั้งเทศกาลหนัง การแสดงดนตรีตั้งแต่การแสดงดนตรีเล็กๆ ตามร้านไปจนถึงระดับที่เรียกว่า การแสดงคอนเสิร์ต :ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ก็นับเป็นการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอำเภอปายไปในตัวด้วย

“...เดี๋ยวนี้เอกชนติดต่อเข้ามาเยอะ เมื่อเช้าก็เพิ่งติดต่อมาเรื่องคอนเสิร์ต...กิจกรรมพวกนี้ก็ เหมือนเป็นการโปรโมตการท่องเที่ยวไปในตัว คนมากินมาพักคนที่นี้ก็มีรายได้”

(นิเวศน์ พูลสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

### • บอกเรื่องราวผ่านเทศกาลดนตรี

เทศกาลดนตรีที่ถูกจัดขึ้นในอำเภอปายนั้นมีของหลายค่าย หลายคนจัด แต่สิ่งที่เหมือนกัน คือข้อความและภาพต่างๆ ที่ใช้ในการโฆษณากิจกรรมล้วน บอกเล่าเรื่องราวของเมืองปายไปใน ทิศทางเดียวกันว่าเป็นเมืองแห่งขุนเขาและไปหมอก

กิจกรรมการแสดงดนตรีขนาดใหญ่ที่ถูกจัดขึ้นเป็นกิจกรรมแรกในปาย คือ เทศกาลดนตรีเร็ก เก้ หรือ Reggae & Ska Music @ Pai ที่เริ่มจัดครั้งแรกตั้งแต่ปี 2548 โดยเริ่มต้นจากกลุ่มคนที่เรียก ตัวเองว่า ศิลปินกลุ่มลุ่มน้ำปาย มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการใช้เสียงดนตรีบอกเรื่องราวของปายให้ นักท่องเที่ยวฟัง

“...คอนเสิร์ต เร็กเก้ปาย จุดประสงค์ของเราคือ การใช้เสียงดนตรีบอกเล่าเรื่องของปายให้ นักท่องเที่ยวฟัง...”

(อำนาจ ศรีสมบัติ BE A PRACTICAL CITY MAGAZINE LALITA ISSUE 2010 หน้า 76)

ต่อมากิจกรรมนี้ได้รับความสนใจจากกลุ่มเบียร์ช่างในการเข้ามาเป็นผู้สนับสนุนเมื่อครั้งที่ผ่านมา ในชื่อว่า Chang Reggae ทำให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมนี้อย่างกว้างขวาง ส่งผลให้เทศกาลนี้เริ่มเป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น

นอกจากงาน Chang Reggae แล้ว กลุ่มเบียร์ช่างยังได้สนับสนุนเทศกาลดนตรีอื่นๆอีก เช่น Love Fest Love Memory Concert ตอน รักจัด...ปาย .ในช่วงวันวาเลนไทน์ปี 2551 ซึ่งเป็นคอนเสิร์ตที่รวมศิลปินที่เป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มวัยรุ่นไว้มากมาย เช่น Modern Dog, Flure, Groove Riders เป็นต้น ส่วนในปลายปี 2552 ก็ได้จัด คอนเสิร์ต Chang in Love @ Pai ซึ่งมีการโฆษณาว่าเป็นเทศกาลดนตรีรักที่ยิ่งใหญ่ที่สุด มีศิลปินชื่อดังมาร่วมอย่างคับคั่ง โดยตัวอย่างของข้อความประชาสัมพันธ์กิจกรรมจากเว็บไซต์ของ <http://www.thaiticketmajor.com/> มีดังนี้

“..ช่าง จัดเทศกาลดนตรีส่งท้ายปียิ่งใหญ่ กับคอนเสิร์ตเพลงรักสุดโรแมนติก “ช่าง อิน เลิฟ @ ปาย” (Chang in Love @ Pai) เตรียมขนศิลปินแจ๊ส ป๊อป ร็อค กว่า 20 ชีวิต กล่อมคู่รักกลางขุนเขา ระหว่างวันที่ 25-26 ตุลาคมนี้ ณ ร้านกาแฟสุดฮิปของปาย Coffee in Love จังหวัดแม่ฮ่องสอน

หนาวนี้ไม่หนาวใจ เตรียมมุงมือเพื่อนพ้องและคนรู้ใจแพ็คกระเป๋าขึ้นปาย สัมผัสอุ่นไอรักและลมหนาว ท่ามกลางขุนเขาและเพลงรักอันซาบซึ้งจากศิลปินดังมากมายทั้ง เสก โลโซ, ไมโคร, กอล์ฟ-ไมค์, ไอซ์ ศรัณยู, โมเดิร์น ด็อก, สล๊อต แมชชีน, ลิปตา, บอย พีชเมคเกอร์, ก้อย-โยง, แดน วรเวช, เจนนีเฟอร์ คิม - โก้ มิสเตอร์ แซ็กแมน, แคลอรี บลา บลา, เบ็น ซลาทิส, บี พีรพัฒน์, สครับ, แสตมป์, มายด์, ลีเดีย, พอร์ดและเพื่อนๆ ในเทศกาลดนตรีเพลงรักครั้งยิ่งใหญ่กับคอนเสิร์ต “ช่าง อิน เลิฟ @ ปาย” (Chang in Love @ Pai) ที่ทุกคนจะได้เคลิบเคลิ้มดื่มด่ำกับบรรยากาศชิลล์ๆ ฟังเพลงรักคลาสสิก และฮิตสุดๆ ที่ศิลปินพร้อมใจกันขนมาซบกลุ่มกว่า 100 เพลง งานนี้ อินเลิฟกันได้ตั้งแต่บ่ายสามโมงเย็นเป็นต้นไป โดยในวันศุกร์ที่ 25 ธันวาคม ทุกคนจะได้สัมผัสเพลงรักในแบบ ป๊อป ร็อค อิน เลิฟ และในวันเสาร์ที่ 26 ธันวาคม สัมผัสกับบรรยากาศเพลงรักในแบบ แจ๊ส อิน เลิฟ นอกจากนี้แล้ว คู่รักและเพื่อนพ้องน้องรัก ยังสามารถร่วมสนุกกับกิจกรรมที่เหล่าผู้สนับสนุนใจดีได้จัดไว้ให้คลายหนาวกันอีกมากมายด้วย..”

(เข้าถึงได้จาก [http://www.thaiticketmajor.com/concert/chang\\_in\\_love\\_pai.php](http://www.thaiticketmajor.com/concert/chang_in_love_pai.php))

ขณะเดียวกันในปี 2552 กลุ่มบริษัทสิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด ก็ได้มีส่วนในการสนับสนุนคอนเสิร์ตการกุศลที่ชื่อว่า “T.G.I (Thank God It's) PAI DAY” โดยเป็นการแสดงดนตรีหรือชุดศึก ในบรรยากาศแบบเป็นกันเอง ริมน้ำปาย โดยมีศิลปินมาเข้าร่วม เช่น แอม เสาวลักษณ์ ฐิ หฤทัย เจียบวรรณนา คุ่ม วฤตดา เปิ้ล พัชรา ดีล่า มาโนช พุฒตาล ซิลลี่ ฟูล เขียว คาราบาวและกิ กิรตรา



ภาพที่ 13 โปสเตอร์เทศกาลดนตรี

- การโฆษณาผ่านเทศกาลหนัง

ถ้อยคำต่างๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เทศกาลหนัง นับเป็นการโฆษณาเรื่องราวของปาย ได้เป็นอย่างดี

จากข้อความโฆษณาประชาสัมพันธ์เทศกาลหนังเมืองปาย ที่เน้นถึงสภาพบรรยากาศของเมืองปายที่สวยงาม มีขุนเขาโอบล้อมและมีอากาศเย็นสบาย ยิ่งตอกย้ำภาพของความเป็นเมืองโรแมนติกมากขึ้น มีข้อความเพื่อชักชวนให้คนมาร่วมงานดังนี้

“...คุณจะรู้สึกอย่างไร เมื่อได้นอนดูหนัง ท่ามกลางทะเลหมอก เบื้องหลังจอยเงินเป็นหุบเขาสูงใหญ่ สลับซับซ้อนเป็นทิวทัศน์ที่สวยงาม ทอดสายตาไปยังด้านข้างเห็นแม่น้ำสายใหญ่กำลังไหลรินลงสู่พื้นราบลุ่มแม่น้ำ และยังเป็นหนังที่คุณไม่สามารถหาดูได้ในโรงหนังทั่วไป หากคุณเป็นคนที่หลงใหลในศิลปะของเรื่องราวที่ถ่ายทอดลงบนแผ่นฟิล์ม และอยากอิมเม็บบกับธรรมชาติ เราอยากให้คุณมาร่วมเปิดประสบการณ์แห่งประวัติศาสตร์ กับเทศกาลหนังไร้รูปแบบ “PAI INTERNATIONAL FILM & ANIMATION 2008” เทศกาลหนังเมืองปาย มหกรรมฉายหนังกลางแปลงครั้งแรกของโลก...” “นอนดูหนัง นั่งฟังเพลง กลางปาย”

(เข้าถึงได้จาก [www.paifilmfestival2008.com](http://www.paifilmfestival2008.com))



ภาพที่ 14 โปสเตอร์เทศกาลหนัง

- SEASON OF LOVE@PAI กิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยคนใน  
ริเริ่ม

คนในอำเภอปายอย่างนายอำเภอ เทศบาล และชมรมการท่องเที่ยวอำเภอปายได้เข้ามามีบทบาทในการจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของปายมากขึ้น ซึ่งเทศกาล Season of Love@Pai จัดเป็นครั้งแรกเมื่อปี 2552 โดยกิจกรรมนี้จะจัดขึ้นในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ ซึ่งถือว่าเป็นวันแห่งความรัก หรือ วันวาเลนไทน์ โดยเป็นกิจกรรมที่ชักชวนให้คู่รักมาทำพิธีแต่งงาน และจดทะเบียนสมรสกันที่อำเภอปาย ซึ่งหลังจากการจัดกิจกรรมในปีแรกผ่านไป กิจกรรมนี้ได้ถูกบรรจุอยู่ในปฏิทินการท่องเที่ยวของททท. เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวของอำเภอปาย

“ทางเราคิดกิจกรรมใหม่ๆ เยอะมาก ที่ใหญ่ๆ หน่อยก็กิจกรรมวาเลนไทน์ ตอนนี้เป็นปฏิทินการท่องเที่ยวของททท. แล้วนะ...”

(นิเวศน์ พูลสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

“ทางชมรมก็ร่วมกับอำเภอจัด Season of Love ขึ้นมา เพราะปายได้ชื่อเรื่องความโรแมนติกอยู่แล้ว เราก็จัดงานนี้ขึ้นมาสนับสนุนการท่องเที่ยวในช่วงวาเลนไทน์ด้วยเลย”

(วรเทพ กันทาดี, สัมภาษณ์, 17 มกราคม 2553)



ภาพที่ 15 งานแถลงข่าวเทศกาล Season of love@Pai และกิจกรรมของคู่บ่าวสาว

- **ททท.แม่ฮ่องสอน ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวปาย**

ชาญวิทย์ นาคะสุวรรณ ผู้อำนวยการททท.แม่ฮ่องสอนได้บอกว่า ททท.เองก็ได้เข้ามามีส่วนช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานเชิญสื่อมวลชนเข้ามาทำข่าวให้ รวมทั้งกิจกรรมไหนถ้าทางททท.เห็นว่าดีก็จะจัดลงไปในปฏิทินการท่องเที่ยวของททท. เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอำเภอปาย อย่างกิจกรรม Season of Love@Pai

“ทางอำเภอขอให้เราช่วยประชาสัมพันธ์เราก็ช่วย ถ้าเค้าประสานมาเราก็พร้อมที่จะช่วยประชาสัมพันธ์ให้อยู่แล้ว อย่างงาน Season of Love@Pai นี้เราก็ช่วยติดต่อสื่อจากเชียงใหม่ จากกรุงเทพฯ ให้ แล้วก็อยู่ในปฏิทินการท่องเที่ยวแล้วด้วย”

(ชาญวิทย์ นาคะสุวรรณ, สัมภาษณ์, 21 มกราคม 2553)

จากการสนับสนุนของภาครัฐ และเอกชน ทำให้สื่อกิจกรรมเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการนำเสนอและต่อยอดภาพของปาย ให้กลายเป็นเมืองแห่งศิลปะ เมืองแห่งความโรแมนติก. ซึ่งกิจกรรมต่างๆเหล่านี้ มีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง ทั้งการใช้โปสเตอร์ และป้ายผ้าติดประชาสัมพันธ์ในเมืองปาย ตลอดจนสื่อมวลชนช่วยกันนำเสนอข่าว

- **สื่อมวลชนช่วยเสนอภาพความโรแมนติก**

สื่อมวลชน เป็นช่องทางสื่อสารที่สำคัญช่องทางหนึ่ง ที่เสนอภาพความเป็นเมืองแห่งศิลปะและความโรแมนติกออกไปสู่สายตาของคนภายนอก ดังจะเห็นได้ว่า มีละครเข้ามาใช้ปายเป็นสถานที่ถ่ายทำหลายเรื่อง เช่น เรื่องอุบัติรักจากขอบฟ้า ที่นำแสดงโดยกอล์ฟ-ไมค์ ศิลปินดูโอชื่อดัง หรือการถ่ายทำภาพยนตร์เรื่อง “ปาย อิน เลิฟ” หรือ จากที่ปิยะฤทัย ปิโยพิระพงศ์ เขียนบทความเรื่อง ปายเส้นทางสายโรแมนติก ลงในอนุสาร อสท. ปีที่49 ฉบับ7 ก.พ.49 หน้า 85 หรือจากหนังสือ Place & Price ฉบับ Pai Special Edition 2010 ได้เขียนถึงปายไว้ว่า “ปาย เมืองโรแมนติก กลางขุนเขาและสายน้ำ” เป็นต้น

“...พวกหนังสือ หรืออย่างละครที่กอล์ฟ ไมค์ แสดงนะ ก็ทำให้คนมามากขึ้น นักท่องเที่ยวบอกมานี่ โอ๊ย มันโรแมนติก เมืองนี้โรแมนติกจังเลย...”

(วาณีณี เชาววิทย์, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2552)

นอกจากสื่อมวลชนแล้ว สื่อบุคคลอย่างนายอำเภอก็มีบทบาทในการช่วยเผยแพร่เรื่องราวของเมืองปายให้คนภายนอกรับรู้มากขึ้น



ภาพที่ 16 ภาพจากภาพยนตร์ปาย อิน เลิฟ

- นายอำเภอช่วยพูด

นายอำเภอ ได้เข้ามามีบทบาทในฐานะเป็นผู้ส่งเสริมเกี่ยวกับเมืองปายมาก โดยจากการสัมภาษณ์และได้มีโอกาสเข้าร่วมสังเกตการณ์ในการแถลงข่าวหรือให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชนของนายอำเภอพบว่า นายอำเภอมักมีคำพูดติดปากเพื่ออธิบายถึงปายว่า "ปายเป็นเมืองในฝัน สวรรค์บนดอย" ปายเป็นเมืองแห่งความรักและความโรแมนติก

“ ปาย นี่ถือเป็นท้องที่วิวที่โรแมนติกที่สุด เพราะที่นี้ของเราอยู่บนเขานะ ทิวทัศน์บรรยากาศก็ดี อากาศก็ดี โรแมนติกมาก เป็นเมืองสวรรค์เลยนะ ที่นี้เป็น One of the destination to paradise in highland in the world เป็นเมืองในฝัน สวรรค์บนดอย”

(นิเวศน์ พูลสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

- **ชาวบ้านช่วยแนะนำที่เที่ยว**

ชาวบ้านในอำเภอปายหลายๆ คนได้ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในอำเภอปาย ด้วยการเป็นผู้แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในอำเภอ ให้แก่นักท่องเที่ยวเมื่อมีโอกาสหรือเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาซักถาม

สมเกียรติ สมจิตต์ บอกว่า เค้าเองในฐานะที่เป็นคนเมืองปาย ก็อยากมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการพูดคุยกับนักท่องเที่ยวที่มาซื้อจ๊อบที่ร้านในตอนเช้า แล้วแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวรอบๆ เมืองปาย

“...ลุงได้คุยทุกวัน ลุงเป็น *information* ที่ดีเลย...ต่อไปลุงจะทำเป็นโบรชัวร์แล้ว ไม่ต้องมาพากย์ เพราะไม่มีเวลา ลุงจะบอกว่า คุณมากินจ๊อบตอนเช้าใช้มั๊ย มาเที่ยวเวียง ไปเที่ยวไหนบ้าง ถ้ายังไม่ไปเริ่มตอนนี้เลย หนึ่ง ตื่นเข้ามากินจ๊อบเสร็จหรือเดินเล่นเสร็จ ถนนเส้นนี้สี่แยกไฟแดงตรงไป ขึ้นพระธาตุแม่เย็นก่อน กลับมาวนซ้ายไปเลยเรื่อยๆ จนถึงบ้านต้นไม้ ถัดไปเป็นหมู่บ้านชาวเขา ถัดไปเป็นปางช้าง ไปอีกหน่อยไปง่าร้อน ตรงไปเจอถนนเชียงใหม่-ปาย เลี้ยวขวาเจอสะพานประวัติศาสตร์ กองแลน กลับเข้าเมืองเป็นวงกลม เข้าเสร็จ ต่อมาเป็นช่วงป่า เริ่มต้นสี่แยกน้องเปียร์ ตรงไปเรื่อยๆ เจอวัดน้ำฮู ตรงขึ้นไปอีกเป็นหมู่บ้านจีน หลังจากนั้นขับกลับมาเดินเล่นในเมือง จบหนึ่งวัน ลุงพูดยั้งๆ ทุกวัน ต่อไปลุงจะทำแจกเป็นโบรชัวร์ แล้วคุณไปตามนี้ละ เป็น *one day tour* เลย..”

(สมเกียรติ สมจิตต์, สัมภาษณ์, 17 พฤศจิกายน 2552)

จะเห็นได้จากการจัดกิจกรรมดนตรี การนำเสนอภาพของปายในละครหรือภาพยนตร์ รวมทั้งสื่อต่างๆ และจากการบอกเล่าของนายอำเภอเองล้วนทำให้ภาพของเมืองปายในระยะนี้ เน้นในเรื่องของความเป็นเมืองแห่งความโรแมนติก เป็นเมืองในฝัน เมืองแห่งศิลปะที่มีร้านสวยๆ บรรยากาศดี ๆ ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวเองก็มีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอำเภอปายด้วย

- **นักท่องเที่ยวช่วยเล่า**

นักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาเที่ยวปายก็มีบทบาททางการสื่อสารที่สำคัญเช่นเดียวกัน โดยนักท่องเที่ยวได้มีการบอกเล่าเรื่องของเมืองปายผ่านช่องทางต่างๆ ทำให้ปายเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

วรเทพ กันทาศิ เล่าให้ฟังว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวนั้นก็มีส่วนสำคัญในการช่วยเล่าและนำเสนอภาพของปายออกไปให้คนภายนอกรับรู้มากยิ่งขึ้น



“นักท่องเที่ยวเองก็มีส่วนในการนำเสนอภาพตรงนี้นะ เค้ามาก็ไปพูดกันว่ามันโรแมนติก มันก็ยิ่งสนับสนุนนะ จริงๆแล้วมันอาจเกิดจากนักท่องเที่ยวก็ได้ เมืองมันบรรยากาศดีอยู่แล้ว มาแล้วก็รู้สึกกันไป”

(วรเทพ กันทาดี, สัมภาษณ์, 17 มกราคม 2553)

#### • การตกแต่งร้านค้าและธนาคารช่วยสื่อสารความโรแมนติก

จากการสังเกตพบว่า ภาพความเป็นเมืองแห่งความโรแมนติกของปายถูกสื่อผ่านร้านค้า ทั้งในด้านการตั้งชื่อร้านและการตกแต่งร้าน เช่น ร้านกาแฟเปิดใหม่ชื่อ Coffee in Love จากทำเลที่ตั้งของร้านทำให้เห็นทัศนียภาพของทุ่งนาและขุนเขา ด้านหน้าร้านมีป้ายคำว่า Coffee in Love ขนาดใหญ่ สีแดง ตั้งอยู่ บริเวณรอบๆร้านทำเป็นมุมสำหรับถ่ายรูป มีดอกไม้ประดับอย่างสวยงาม จากคำบอกเล่าของประภาภรณ์ ยมกวาง ยิ่งสะท้อนให้ถึงการสร้างความโรแมนติกผ่านการตกแต่งร้านขอร้านค้าเหล่านี้

“พอฤดูหนาว ช่วงท่องเที่ยว ร้านพวกนี้ก็ตกแต่งใหม่หมด มีดอกไม้มาวาง เป็นมุมๆ รวมกับอากาศเย็นๆนี่มันก็ทำให้ดูโรแมนติก...”

(ประภาภรณ์ ยมกวาง, สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2553)

ขณะที่ธนาคารทุกธนาคารมีมุมที่ทำไว้ให้นักท่องเที่ยวมาถ่ายรูป เป็น Photo Corner ที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

แม้แต่ศาลอำเภอปาย ยังถูกตกแต่งและประดับประดาด้วยดอกไม้อย่างสวยงาม ที่หน้าศาลมีป้ายติดว่า “ศาลในฝัน สวรรค์บนดอย”

“เห็นมั๊ย ตรงศาลของเรานะ สวยมั๊ย สวยนะ มีดอกไม้เต็มไปหมดเลย เราทำให้เข้ากับเมืองของเรา ที่แม้จะเป็นศาลแต่ก็มีความสวยงาม เราทำให้ตรงกับของเมืองเราเป็น ดินแดนสวรรค์ เป็นเมืองที่มันโรแมนติกนะ...”

(นิเวศน์ พูลสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)



ภาพที่ 17 มุมถ่ายรูปของธนาคารกสิกรไทย

จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของปาย ทั้งการประชาสัมพันธ์ของททท. การนำเสนอเรื่องราวของปายผ่านสื่อต่างๆ และการมีกิจกรรมที่หลากหลาย ทำให้ปายกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่คนอยากมาเที่ยว ส่งผลให้ในช่วงเทศกาลมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวอย่างหนาแน่น ส่งผลให้เกิดปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวตามมา

- **คนอยู่ชอบบ่น**

คนท้องถิ่นและผู้ประกอบกิจการหลายๆ คนบ่นเป็นเสียงเดียวกันว่า การท่องเที่ยวทุกวันนี้มันมาไกลเกินกว่าที่เมืองปายจะรับได้แล้ว เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวมากขึ้น จนเรียกได้ว่า “ล้นเมือง” เกิดปัญหา น้ำมันหมดปั๊ม น้ำไม่พอ ไฟดับ น้ำแข็งหมดเมือง ที่พักไม่พอ รถติด รถมอเตอร์ไซด์ให้เช่าไม่พอ เกิดปัญหาในการจัดการขยะทั้งเศษอาหารและคอมลอย

“เดี๋ยวนี้ไม่เหมือนเมื่อก่อนแล้ว ไม่สงบแล้ว คนเยอะ มาวันหนึ่งเป็นแสนๆ ความพร้อมในด้านการเตรียมตัวไม่ดี การจัดการไม่ดีมันขึ้นกับคนบริหารจัดการด้วย ต้องเป็นคนที่เข้าใจ...”

(ดวงจันทร์ อรัญญุมิ, สัมภาษณ์, 18 มกราคม 2553)

“...เดี๋ยวนี้ขยะมันเยอะ มันมีปัญหาหลายอย่าง รถยนต์ก็เยอะ ควันพิชก็เยอะ...”

(จันทรา ชัยวารี, สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2552)

"คนมาเยอะมาก เห็นชัดว่ารถจอดตั้งแต่ในเมือง จนถึงดอย แถวยาวมาก"

(อำพัน ปรัชญาวิชัยกุล, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

"ตอนปี 51ที่จะขึ้นปี 52นะนะ เรายอมรับว่ามีปัญหาเยอะ เป็นกระแสที่เรายังสรุปไม่ได้ เพราะมาพรีบในวันเดียว นักท่องเที่ยวเข้ามาเยอะมาก เราไม่ทันเตรียมความพร้อมตรงนี้.."

(วรเทพ กันทาดิ, สัมภาษณ์, 17 มกราคม 2553)

- นักท่องเที่ยวบอกลายเปลี่ยนไป

วรเทพ กันทาดิ ประธานชมรมการท่องเที่ยวอำเภอปาย ได้ยอมรับว่ามีเสียงพูดถึงความเปลี่ยนแปลงของเมืองปายจากนักท่องเที่ยวอยู่เป็นระยะๆ โดยเฉพาะเรื่องราคาอาหารและจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีมากขึ้น

"นักท่องเที่ยวบ่นกันมาก ว่า ปายไม่เหมือนเดิม ปายเปลี่ยนไป แต่ผมขอชี้แจงว่ามันเป็นเรื่องธรรมดาของเมืองท่องเที่ยว ถ้าคุณมาช่วงเทศกาลก็แน่นอนว่าคนจะเยอะ รถติด แย่งกันกิน แย่งกันเที่ยว แต่เราก็พยายามเตรียมความพร้อมตรงนี้ ส่วนเรื่องราคาอาหารคนก็บ่นกันมากกว่า แพง ตรงนี้เราก็ต้องช่วยๆกันดู..."

(วรเทพ กันทาดิ, สัมภาษณ์, 17 มกราคม 2553)

"นักท่องเที่ยวมา เค้บอกรไม่เห็นสวดยเลย ของก็แพง คนก็เยอะ ไม่รู้จะมำทำอะไร คนบ่นเยอะ ได้ยินบ่อย ..."

(อำพร บุญอินทร์, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2552)

- นักท่องเที่ยวก็ บ่น ผ่านอินเตอร์เน็ต

ในเวปไซต์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและบล็อกของนักท่องเที่ยวที่ได้มาเที่ยวปาย มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงของปายอย่างมากมาย โดยเฉพาะในเรื่องของความสวยงามตามธรรมชาติและวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแต่ดั้งเดิม ที่นับเป็นเอกลักษณ์ของเมืองปาย

"..ไม่น่าเที่ยวแล้วอะ 3 ปีก่อนหน้านั้นเราไปเราว่ามันคึกคักแล้วนะ ดูไม่เจียบสงบแบบที่ทุกคน หรือ ทุกรายการท่องเที่ยวเชิญชวนให้ไปเลย ประหนึ่งเหมือนกับว่าจะทำการโปรโมทการท่องเที่ยวอย่างเดียวไม่ได้บอกความจริงทั้งหมดว่าทุกวันนี้ปายเปลี่ยนไปอย่างไรบ้าง แล้วล่าสุดที่

ไปมา 24 ธ.ค 52 คึกคักหนักกว่าเก่าอีก คิดว่าไปพื้ชยะอีก ฝรั่งเพียบ เปิดร้านเหล้าในซอยกัน เต็มเลยคิดว่า ขับรถมาตั้งหลายโค้งเพื่อมาพื้ชยะหรือเนี่ยจัน ไปน่านดีกว่า confirm fun fun ...”

(<http://www.pantip.com/cafe/blueplanet/topic/E8821879/E8821879.html>)

นอกจากเสียงบ่นถึงปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวแล้ว คนภายในเองก็มีปัญหาเกี่ยวกับหน่วยงานของรัฐเนื่องมาจากการจัดการการท่องเที่ยวด้วย ซึ่งในการจัดการแก้ไขปัญหา นั้น ทางชาวบ้านและผู้ประกอบการได้นำการสื่อสารมาเป็นแนวทางในการจัดการกับปัญหาเหล่านี้

- **ผู้ค้ารวมกลุ่มเรียกร้องขอพื้นที่ตลาดยามเช้า**

กลุ่มของผู้ค้าขายอาหารบริเวณตลาดเช้า ซึ่งใช้พื้นที่ตลาดเก่า ได้รวมตัวกันเรียกร้องให้นายกเทศมนตรีจัดพื้นที่ตลาดเช้าให้ใหม่ เนื่องจากบริเวณตลาดเช้าเดิมถูกกลุ่มนายทุนซื้อที่ไปแล้ว ทำให้ผู้ค้าเดิมเดือดร้อน ซึ่งหลังจากรวมกลุ่มเรียกร้องแล้ว ก็ได้พื้นที่ใหม่ตรงสี่แยกใกล้กับที่ว่าการอำเภอปาย

“ในกลุ่มของผู้ที่โดนย้ายจากตรงนั้นมา มีทั้งหมด 9 คน ตอนแรกๆเราก็เจรจาต่อรองกับเค้าขอพื้นที่ข้างหน้าที่เราเคยขาย เค้าบอกได้แต่เค้าคิดเงิน แล้วแพงมาก เค้าไม่ฟังเราก็จบ เราเดินประท้วงกันให้นายกหาที่ทำกินให้เราใหม่...”

(สมเกียรติ สมจิตต์, สัมภาษณ์, 17 พฤศจิกายน 2552)

- **ผู้ค้าตั้งเวทีประท้วงเรื่องความไม่เป็นธรรมในการจัดระเบียบถนนคนเดิน**

กลุ่มคนท้องถิ่น ซึ่งประกอบกิจการค้าขายบริเวณถนนคนเดินมาตั้งแต่แรกๆ ได้ตั้งเวทีประท้วงเนื่องจากไม่ได้รับความเป็นธรรมในการจัดสรรพื้นที่ขายของบริเวณถนนคนเดิน เนื่องจากได้มีเทศบัญญัติออกมาในตอนแรกว่าจะให้สิทธิ์แก่ชาวปายได้ขายก่อน แต่เมื่อถึงเวลาจริงๆปรากฏว่าผู้ที่มีสิทธิ์ได้ขายของบริเวณถนนคนเดินกลับเป็นคนนอก ที่ตั้งใจเข้ามาบุกเบิกในช่องว่างการท่องเที่ยว

“...ตอนนั้นก็เรื่องถนนคนเดิน จัดระเบียบถนนคนเดินนี้แหละ คนพื้นที่ที่มอลงทะเลเบียนไว้กับเทศบาลปรากฏว่าไม่ได้เลย คนนอกมาจากที่อื่นได้หมดแล้วก็ให้สิทธิ์เจ้าบ้านตรงถนนหน้าบ้าน ทั้งที่ตอนแรกบอกให้สิทธิ์พี่น้องเมืองปายก่อน ก็เลยรวมตัวกันประท้วงชุมนุมที่หน้าธนาคารกรุงไทย ตั้งเวทีเรียกร้องให้เทศบาลจัดที่ทำกินให้...”

(สมเกียรติ สมจิตต์ สัมภาษณ์ 17 พฤศจิกายน 2552)

- **ชาวบ้านรวมกลุ่มตั้งถนนสายวัฒนธรรม**

ถนนสายวัฒนธรรมเป็นถนนคนเดินที่เปิดขึ้นมาใหม่โดยกลุ่มสตรี โดยเปิดขายสินค้าพื้นเมืองโดยคนท้องถิ่น ในตอนเย็นวันศุกร์ เสาร์และอาทิตย์ บริเวณถนนหน้าว่าการอำเภอปาย ซึ่งเริ่มเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2552

จากปัญหาความไม่เป็นธรรมของเทศบาลในการจัดระเบียบถนนคนเดิน ทำให้กลุ่มของชาวบ้าน อย่างเครือข่ายสตรีได้รวมตัวกันเปิดถนนสายวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่อีกสายหนึ่ง เพื่อเปิดโอกาสให้คนท้องถิ่นจริงๆ ได้มีพื้นที่ทำกิน

“...คุณป้าเลยมานั่งคิดกับกระบวนการของกลุ่มเรา กลุ่มคนอำเภอปาย ทุกตำบลเลย กลุ่มสตรีกลุ่มวัฒนธรรมมารวมตัวกันเปิดถนนสายวัฒนธรรม ให้ชาวบ้านจริงๆ มามีส่วนร่วม มาขายของเป็นของพื้นเมืองของเผ่าเค้า ป้าให้เค้าได้คิดเองทำเอง เค้าจะได้บริหารจัดการกันได้ เราทำกันเอง ภาคประชาชนทำกันเอง ไม่สนทางการแล้ว ...”

(อาภรณ์ แสงโชติ, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

ผลจากการรวมตัวของชาวบ้าน ทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันทำงาน จนถนนสายวัฒนธรรมเปิดให้คนท้องถิ่นได้มีโอกาสขายของในวันที่ 14 พฤศจิกายน 2552

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา สื่อกิจกรรมเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองปายโดยได้รับการสนับสนุนทั้งจากภาครัฐและเอกชน ขณะที่สื่อบุคคลทั้งคนในอย่างชาวบ้านอำเภอปายและนายอำเภอ รวมทั้งคนนอกอย่างนักท่องเที่ยวก็มีส่วนในการเผยแพร่เรื่องปายออกไปสู่คนนอกมากขึ้น โดยผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ทั้งสื่อมวลชนและสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต ขณะเดียวกันก็เริ่มเกิดเสียงบ่นทั้งจากคนในและนักท่องเที่ยวถึงปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว รวมทั้งสื่อมวลชนเริ่มเสนอข่าว นอกจากนี้ยังเกิดความขัดแย้งขึ้นในชุมชน อันเนื่องมาจากการจัดการถนนคนเดิน จนนำไปสู่การรวมตัวเรียกร้องความเป็นธรรมจากเทศบาล

## ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 : บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจุบันอำเภอปายเป็นพื้นที่ที่มีคนหลายกลุ่มมาอยู่ร่วมกัน ทั้งคนท้องถิ่นและคนที่เข้ามาอยู่ใหม่ รวมทั้งกลุ่มนายทุน จึงทำให้การจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปายเกิดขึ้นจากหลายฝ่าย และผู้นำในการจัดการการท่องเที่ยวจึงแตกต่างกันออกไปในแต่ละสถานการณ์ อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้นำที่มีบทบาททางการสื่อสารที่เห็นได้ชัดกว่าคนอื่น ๆ คือผู้นำที่เป็นทางการอย่างนายนิเวศน์ พูลสวัสดิ์ นายอำเภอ นายอัครเดช ตาปราบ นายกเทศมนตรี และผู้นำไม่เป็นทางการอย่างนางอาภรณ์ แสงโชติ ซึ่งเป็นประธานกลุ่มสตรีในอำเภอปาย โดยมีสมาชิกในกลุ่มซึ่งเป็นชาวบ้านในอำเภอปายช่วยกันดำเนินงาน รวมทั้งนายวรเทพ กันทาดี ประธานชมรมการท่องเที่ยวอำเภอปาย ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้มีบทบาททางการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย ดังนี้

### 1.เป็นผู้ริเริ่มกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวปาย

จากการศึกษาวิจัยพบว่าในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย ผู้นำที่เป็นทางการอย่าง นายอำเภอได้คิดริเริ่มกิจกรรมใหม่ๆ โดยประสานงานกับชมรมการท่องเที่ยวอำเภอปาย จัดกิจกรรม Season of Love @ Pai หรือ เทศกาลรักสุดขอบฟ้า ที่จัดขึ้นในวันวาเลนไทน์ โดยมีการเชิญชวนคู่รักเข้ามาทำพิธีแต่งงานและจดทะเบียนสมรส โดยจะมีพิธีแต่งงานท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงามของอำเภอปาย เป็นพิธีแต่งงานของคู่บ่าว-สาวในชุดแบบชาวไทลื้อล้านนา และให้คู่สมรสได้จดทะเบียนสมรส ณ ที่ว่าการอำเภอปาย

“ ..ทางเราได้คิดกิจกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาเยอะมาก เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอำเภอปาย อย่างเทศกาล Season of Love@Pai ผมก็เป็นคนริเริ่ม ครั้งแรกปี 2552...”

(นิเวศน์ พูลสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

“...เทศกาลวันวาเลนไทน์เนี่ย ทางชมรมของเราก็ร่วมกันกับนายอำเภอจัดขึ้นมา...”

(วรเทพ กันทาดี, สัมภาษณ์, 17 มกราคม 2553)

นอกจากนายอำเภอแล้ว อาภรณ์ แสงโชติ หรือที่ชาวบ้านเรียกกันว่า บ้าหลง ประธานกลุ่มสตรี ก็ได้เป็นผู้คิดริเริ่มเปิดถนนสายวัฒนธรรมขึ้น เนื่องจากบ้าหลงสังเกตเห็นว่าถนนคนเดินที่

ทางเทศบาลจัดอยู่นั้นไม่ได้เปิดโอกาสให้คนท้องถิ่นจริงๆ ได้นำสินค้าของตนมาขาย ดังที่ป่าแหล่งได้เล่าให้ฟังถึงการเปิดถนนสายวัฒนธรรมขึ้นมาว่า

“ป่าเปิดถนนสายวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่เพื่อให้คนท้องถิ่น ชาวบ้านอำเภอปายจริงๆ ได้มีที่ขายของ โอกาสที่เราจะได้เงินมันแค่ช่วง 2-3 เดือนนี่เอง...”

(อาภรณ์ แสงโชติ, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

ซึ่งสอดคล้องกับที่อำพร บุญอินทร์ สมาชิกในกลุ่มสตรี ที่ได้นำของมาขายที่ถนนสายใหม่นี้เล่าให้ฟังว่า

“...ป่าแหล่งเป็นคนต้นคิดนะว่า พวกเรามาจัดที่ทางของเราเพื่อจะได้มีที่ขายของกันดีกว่า แก้วนะ คนในกลุ่มก็เห็นด้วย...”

(อำพร บุญอินทร์, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2552)

ด้านนายนิเวศน์ พูลสวัสดิ์ นายอำเภอปายเองก็กล่าวถึงบทบาทในการริเริ่มจัดถนนสายวัฒนธรรมขึ้นมาของกลุ่มสตรีว่า

“กลุ่มสตรีเค้าก็รวมตัวกันมาขอใช้ถนนหน้าอำเภอเปิดเป็นถนนสายวัฒนธรรม เราก็สนับสนุนนะ...”

(นิเวศน์ พูลสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

## 2. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

สำหรับบทบาททางการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในอำเภอปายนั้น พบว่าผู้นำที่มีบทบาทในด้านนี้ ได้แก่ นายอำเภอและประธานชมรมการท่องเที่ยวอำเภอปาย

จากการสัมภาษณ์ พบว่านายนิเวศน์ พูลสวัสดิ์ นายอำเภอปาย ท่านให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของปายเป็นอย่างมาก โดยในช่วงที่ไปเก็บข้อมูลนั้นได้พบท่านกำลังให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อบริเวณถนนคนเดิน ส่วนช่วงที่มีการแถลงข่าวเทศกาล Season of Love @ Pai ท่านก็ได้ให้ความร่วมมือกับสื่อมวลชนเป็นอย่างดี ดังที่ท่านได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“...มีมาสัมภาษณ์บ่อยๆช่วงนี้...ผมชอบบอกผ่านสื่อนะ ถ้าใครมาขอสัมภาษณ์ผมก็ยินดี เพราะมันก็ช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของปายไปด้วย...”

(นิเวศน์ พูลสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

นอกจากนี้จากการสังเกตพบว่า ท่านมักจะให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปายอย่างละเอียดทุกครั้งที่มีการให้สัมภาษณ์กับสื่อและบุคคลต่างๆ โดยท่านมักจะแนะนำถึงสถานที่ท่องเที่ยว บรรยากาศและพยายามพูดถึงจุดขายของอำเภอปายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่โรแมนติก มีบรรยากาศดี และมีความปลอดภัยสูง โดยท่านมักมีคำพูดติดปากว่าปาย เป็นเมืองในฝันสวรรค์บนดอย

“... ที่นี่เป็น *One of the destination to paradise in highland in the world* เป็นเมืองในฝัน สวรรค์บนดอย...”

(นิเวศน์ พูลสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

โดยจากคำบอกเล่าของวารินี เขาวริทธิ์ผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกบริเวณถนนคนเดิน ยืนยันถึงบทบาททางการสื่อสารในด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองปายของนายอำเภอได้เป็นอย่างดี

“...นายอำเภอนี้ออกสื่อทุกวัน ช่วงเทศกาล ประชาสัมพันธ์เรื่องท่องเที่ยวแหละ...”

(วารินี เขาวริทธิ์, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2552)

ส่วนคุณวรเทพ กันทาดี ประธานชมรมการท่องเที่ยวอำเภอปายเองก็มีบทบาทในการเป็นผู้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวปายเช่นเดียวกัน โดยมักจะเห็นการให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อต่างๆถึงการท่องเที่ยวเมืองปายอยู่เสมอ

“...บทบาทของชมรมของเรา หลักๆเลยก็คือ ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของอำเภอปาย ว่าช่วงไหนเรามีกิจกรรมอะไร...”

(วรเทพ กันทาดี, สัมภาษณ์, 17 มกราคม 2553)

เช่นที่หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจลงถึงบทสัมภาษณ์คุณวรเทพ กันทาดี ที่ได้ประชาสัมพันธ์งานลอยกระทง ไว้ดังนี้



“...นายวรเทพ กันทาดี ประธานชมรมท่องเที่ยวอำเภอลำปาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เปิดเผยว่า เทศกาลลอยกระทงอำเภอลำปาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เทศบาลตำบลลำปาง ได้จัดขึ้นระหว่างวันที่ 2 - 4 พฤศจิกายน 2552 ที่บริเวณลอยกระทงสายน้ำปาย ใกล้ ๆ โรงเรียนปายวิทยาคาร ส่วนขบวนกระทงในปีนี้นำทางเทศบาลตำบลลำปางในวันที่ 3 พฤศจิกายน 2552 โดยมีขบวนแห่กระทงประมาณ 10 ขบวน แห่ไปตามถนนสายต่าง ๆ เขตเทศบาลตำบลลำปางและไปสิ้นสุดที่บริเวณเทศบาลตำบลลำปาง...”

(กรุงเทพฯธุรกิจ, 2 พฤศจิกายน 2552)

ขณะเดียวกันคนในอำเภอลำปางก็บอกถึงบทบาทของชมรมการท่องเที่ยวว่า

“...ชมรมท่องเที่ยวเค้าก็ทำหน้าที่โปรโมตการท่องเที่ยวนี้ล่ะ...”

(ประภาภรณ์ ยมกวาง, สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2553)

### 3. การประสานงานกับหน่วยงานภายนอก

ในการจัดกิจกรรมต่างๆ นายอำเภอและทางชมรมการท่องเที่ยวมักมีการประสานงานความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกเสมอๆ โดยเฉพาะททท.แม่ฮ่องสอน เพื่อให้ช่วยเข้ามาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของอำเภอลำปาง อย่างในการประชาสัมพันธ์เทศกาล Season of Love @ Pai ท่านก็ได้ประสานไปยังคุณชาญวิทย์ นาคะสุวรรณ ผู้อำนวยการททท.แม่ฮ่องสอน ซึ่งทางททท.ก็ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

“...ทางททท.มีหน้าที่ช่วยประชาสัมพันธ์ ทางอำเภอ ทางชมรม ทางท้องถิ่น เค้ามีหน้าที่คิดจัดกิจกรรมกันขึ้นมา เค้าประสานมา เราก็พร้อมช่วยเหลือในด้านการประชาสัมพันธ์ ติดต่อสื่อ...”

(ชาญวิทย์ นาคะสุวรรณ, สัมภาษณ์, 21 มกราคม 2553)

### 4. สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

สำหรับคนที่มิบทบาทในการสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชนที่ชัดเจน คือ อาภรณ์ แสงโชติ ประธานกลุ่มสตรี ที่ได้พยายามชักชวนคนในชุมชนเข้ามารวมกลุ่ม ให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม อยู่เสมอ

“...ป่าก็ไปชวนคนมาร่วมกับกลุ่มเรา ใครรู้จักใครก็ไปชวนกันมาร่วม มันจะได้มีพลัง มีอำนาจต่อรองกับทางการมากขึ้น จนตอนนี้กลุ่มป่าเราทำกันเองแล้วถนนสายวัฒนธรรมไม่พึ่งทางการ...”

(อาจารย์ แสงโชติ, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

และในการจัดถนนสายวัฒนธรรม ป่าแหล่ง ได้ให้สมาชิกทุกคนได้มีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น และเสนอรูปแบบของสินค้าที่จะนำมาขาย โดยป่าแหล่งมักจะจัดให้มีการประชุมกันในกลุ่มอยู่เสมอ ดังที่อำพร บุญอินทร์ สมาชิกในกลุ่มพูดถึงบทบาทในการสร้างการมีส่วนร่วมของป่าแหล่งไว้ว่า

“...ก็ประชุมกันบ่อย...มีอะไรก็พูดคุยกัน...ป่าแหล่งก็รับฟังนะเวลาใครเสนออะไร แกก็บอกนะว่าอยากให้ทุกคนช่วยกันคิดช่วยกันทำ เรื่องถนนวัฒนธรรมเนี่ย แกบอกก็เป็นถนนของทุกคนที่ช่วยกันทำ...”

(อำพร บุญอินทร์, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2552)

ส่วนป่าแหล่งได้เล่าว่า ถนนสายวัฒนธรรมนี้เกิดจากทุกคนร่วมมือร่วมใจกัน ดังนั้นทุกคนก็คือเจ้าของมีสิทธิ์ในการบริหารจัดการกันได้เลย ส่วนตนเองจะคอยให้การสนับสนุน

“...ถนนวัฒนธรรมนี้หนา ป่าก็บอกชาวบ้านว่ามันก็คือของทุกคน ป่าให้สิทธิ์เค้าบริหารจัดการกันเองเลยนะ เราเหมือนคนที่สร้างขึ้นแต่เราให้ชาวบ้านเค้าจัดการกันต่อเอง เค้าจะได้รู้สึกว่ามันเป็นของเค้า เค้าเองก็มีความสามารถที่จะจัดการกันเองได้...”

(อาจารย์ แสงโชติ, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

## 5.เป็นที่ปรึกษาและช่วยแก้ไขปัญหาของชาวบ้าน

นอกจากอาจารย์ แสงโชติจะมีบทบาทในการสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชนและเป็นต้นคิดในการจัดถนนสายวัฒนธรรมแล้ว ยังมีบทบาททางการสื่อสารในการเป็นที่ปรึกษาในเรื่องต่างๆ ของชาวบ้านอีกด้วย ดังจะเห็นได้ว่าชาวบ้านมักจะมาขอคำแนะนำอยู่เสมอทั้งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายบนถนนสายวัฒนธรรมรวมถึงปัญหาต่างๆ

“ ป่าก็คอยแนะนำเค้านะ ว่าจะเอาอะไรมาขายกันดี บางทีเราก็ตอนเค้าทำเปเปอร์มาเซ่ แนะนำเค้าว่าเอาผลไม้ที่เราปลูกนะแหละมาขาย แต่ใส่กระถางใบตองนะ เทำนี่ก็เพิ่มมูลค่า

แล้วนะ ก็ต้องค่อยๆแนะนำกันไป ใครมีอะไรให้ช่วยจะมาปรึกษาเรา เราก็ช่วยตลอด พี่น้องกัน  
ทั้งนั้น”

(อาภรณ์ แสงโชติ, สัมภาษณ์, 16 พฤศจิกายน 2552)

“ป่าแหล่งเค้าก็ดีนะ ใครมีอะไรไปปรึกษาแกแกก็ช่วย อย่างถนนสายวัฒนธรรมนี่นะ พี่พร  
ไม่รู้จะขายอะไรดีก็ไปปรึกษาแก...”

(อำพร บุญอินทร์, สัมภาษณ์, 19 พฤศจิกายน 2552)

ส่วนนายกเทศมนตรี นายอัครเดช ตาปราบก็มีบทบาททางการสื่อสารในด้านนี้ด้วยเช่นกัน  
จากการสัมภาษณ์ชาวบ้านพบว่า เมื่อมีปัญหาในการค้าขายบริเวณตลาดยามเช้าเก่า กลุ่มผู้  
ค้าขายก็ได้มาปรึกษากับนายกเทศมนตรี ซึ่งนายกเทศมนตรีก็รับฟังและช่วยแก้ปัญหา โดยจัดหาที่  
ให้ใหม่

“...มีปัญหาเราก็รวมกลุ่มกันไปหานายก..สุดท้ายเทศบาลเค้าก็หาที่ขายให้.....”

(สมเกียรติ สมจิตต์, สัมภาษณ์, 17 พฤศจิกายน 2552)

จากบทบาททางการสื่อสารของผู้นำในชุมชน แสดงให้เห็นว่าผู้นำในการจัดการการ  
ท่องเที่ยวของอำเภอปายมีหลายคนแตกต่างกันไปตามสถานการณ์และบทบาท โดยบทบาท  
ทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและประสานงานกับหน่วยงานภายนอกนั้น นายอำเภอและ  
ชมรมการท่องเที่ยวอำเภอปายมีบทบาทมาก ขณะที่บทบาทในการสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชน  
และเป็นที่ปรึกษายามที่ชาวบ้านมีปัญหาหรือมีเรื่องเดือดร้อน อาภรณ์ แสงโชติ ประธานกลุ่มสตรีมี  
บทบาทในด้านนี้มากกว่า

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย และวิเคราะห์บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participation Observation) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 25 ท่าน

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา 2 ประเด็น คือ

1. รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน
2. บทบาททางการสื่อสารของผู้นำในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษิตตามปัญหานำวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่1 ข้อมูลเบื้องต้นอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ส่วนที่2 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่3 อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่1 ข้อมูลเบื้องต้นของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

#### ประวัติความเป็นมาของอำเภอปาย

เมืองปายมีร่องรอยการอยู่อาศัยของมนุษย์มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ โดยมีสถานที่อยู่อาศัยที่ประกอบพิธีกรรมและการแสดงออกทางความเชื่อทางศาสนาปรากฏอยู่ในหลายๆ พื้นที่ ซึ่งเชสเตอร์ กอร์มัน (Chester Gorman) นักโบราณคดีชาวอเมริกันได้สำรวจพบว่าบริเวณหุบเขา

ลุ่มน้ำปายและแม่น้ำของในเขตอำเภอปายและอำเภอปางมะผ้า มีการอยู่อาศัยอย่างต่อเนื่องมาแล้วไม่น้อยกว่า 7,500 ปี

ส่วนในสมัยอาณาจักรล้านนา เมืองปายมีความสำคัญในฐานะเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญและถูกเรียกว่า “บ้านดอน” เนื่องจากมีที่ตั้งอยู่บนดอนมีป่าไม้ไผ่ล้อมรอบ มีแม่น้ำไหลผ่าน 2 สายรอบบ้านดอนเป็นที่ราบกว้างใหญ่ เหมาะสำหรับเป็นที่ตั้งทัพ และปลูกข้าวเป็นเสบียงเลี้ยงกองทัพและผู้คนได้เป็นจำนวนมาก ต่อมาในสมัยที่อาณาจักรล้านนาตกเป็นเมืองขึ้นของสยาม พระเจ้ามโหตรประเทศ เจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่ของล้านนา ได้ส่งเจ้าแก้วเมืองมาไปคล้องช้าง และพบว่าเมืองปายมีลักษณะเหมือนเมืองเชียงใหม่ จึงแนะนำให้เจ้าส่งขอไปย้ายไปสร้างเวียงใหม่ในที่ราบกลางหุบเขาปาย เมื่อพ.ศ. 2375 ซึ่งปัจจุบันคือ ตำบลเวียงใต้

เมืองปาย มีการอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานของกลุ่มคนหลากหลายชาติพันธุ์ในหลายช่วงเวลา ทั้งในช่วงที่บริษัทยูเอชบีและบริษัทยูเอชบีเออร์มาของอังกฤษ ได้เข้ามาขอรับสัมปทานทำไม้ อังกฤษจึงนำคนจากลาว ตองสู และไทใหญ่จากรัฐฉาน รวมทั้งคนงานพื้นเมืองจากเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน ไทลื้อ ปกาเกอญอเข้ามาเป็นคนงาน รวมทั้งช่วงสงครามมหาเอเชียบูรพาที่มีการเกณฑ์แรงงานชาวไทยจากอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ มาเป็นคนงานสร้างทางซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้ต่อมาได้สร้างครอบครัวและตั้งรกรากกระจายอยู่ตามตำบลต่างๆ ในอำเภอปาย

ต่อมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เกิดการเปลี่ยนแปลงการปกครองส่วนท้องถิ่น รัฐบาลสยามได้ยกเลิกฐานะเมืองหรือเวียง เมืองปายจึงกลายเป็นอำเภอปาย โดยมี รองอำมาตย์เอกหลวงเจริญเขตเขลางค์ (คุณสอน สุขุมมินทร์) เป็นนายอำเภอคนแรกในปี พ.ศ.2454

ปายเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อมีการสร้างทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1095 จากเชียงใหม่ถึงปาย เมื่อปี 2528 ส่งผลให้รูปแบบการดำรงชีพเปลี่ยนแปลงไป เช่น การปลูกพืชเพื่อการพาณิชย์แทนข้าว ขณะเดียวกันก็มีคนจากภายนอกอพยพเข้ามาอยู่ปายมากขึ้น ส่วนการท่องเที่ยวในอำเภอปายเริ่มต้นครั้งแรกเมื่อปีพ.ศ. 2524 ซึ่งระยะแรกยังเป็นเพียงจุดแวะพักของนักเดินทางท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจุดหมายปลายทางไปยังจังหวัดแม่ฮ่องสอนเท่านั้น แต่ด้วยสภาพธรรมชาติและความงามของปายได้สร้างความประทับใจ จนนำไปสู่การเล่าต่อกันแบบปากต่อปากทำให้เมืองปายถูกกล่าวถึงว่ามีเสน่ห์ และน่าท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง จึงเริ่มมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่ปายมากขึ้น

### ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน

อำเภอปายตั้งอยู่ทางตอนเหนือของจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีธรรมชาติสวยงาม มีแม่น้ำปาย แม่น้ำของ และแม่น้ำแม่ปิงน้อยไหลผ่าน และมีลำห้วยอีกหลายสาย คือ ห้วยแม่เมือง ห้วยแม่เย็น และห้วยแม่ฮี้ ด้วยพื้นที่ของอำเภอปายเป็นที่ราบแอ่งกระทะ ล้อมรอบด้วยภูเขา ทำให้เมืองปายเป็นที่ราบแอ่งกระทะอยู่ในหุบเขา ที่เรียกว่า “แอ่งปาย”

อำเภอปายมีประชากรหลายกลุ่มชาติพันธุ์อาศัยอยู่ร่วมกัน ทั้งคนเมืองและชาวพื้นราบ คือ ไทยใหญ่ นอกจากนี้ยังมีชาวเขาอีก 5 กลุ่ม ได้แก่ กะเหรี่ยง ลีซอ มูเซอ ม้งและจีนยูนนาน ปัจจุบันอำเภอปาย แบ่งเขตการปกครองเป็น 1 เทศบาล 7 ตำบล 66 หมู่บ้าน

### สภาพวิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประเพณี

ในอดีตประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมทำไร่กระเทียมและมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ใกล้ชิดกับธรรมชาติ แต่ปัจจุบันอำเภอปายได้เปลี่ยนจากเมืองชนบทเล็กๆ ที่เงียบสงบ มาเป็นเมืองท่องเที่ยว ส่งผลให้วิถีชีวิตดั้งเดิมของคนท้องถิ่นเปลี่ยนไป คนท้องถิ่นจึงเริ่มปรับตัวให้สอดคล้องกับความเป็นเมืองท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยหันมาประกอบธุรกิจที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแทนการทำเกษตรกรรม มีการแบ่งที่ดินให้เช่า ชายที่ดินให้กับคนนอก บางคนที่มีฐานะก็หันมาเปิดร้านค้าและทำที่พัก แต่คนท้องถิ่นส่วนใหญ่หันมาเป็นผู้จ้างในสถานประกอบการที่พักร้านอาหาร

ส่วนวัฒนธรรมชนหรือไทยใหญ่นับเป็นวัฒนธรรมหลักของอำเภอปาย เนื่องจากมีชาวไทยใหญ่อาศัยอยู่มากที่สุด โดยวัฒนธรรมของชาวไทยใหญ่สะท้อนออกมาผ่านทางลักษณะของที่อยู่อาศัย การแต่งกายและประเพณี ซึ่งประเพณีที่สำคัญๆ เช่น ตานก๋วยสลาก งานปอยส่างลอง กาดหลู่ จองพารา ซึ่งล้วนเป็นประเพณีที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนาทั้งสิ้น

ด้วยประเพณีงานรื่นเริงของชาวไทยใหญ่ที่มักจะเกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา ดังนั้นจึงมีวัดที่มีสถาปัตยกรรมแบบไทยใหญ่หลายแห่งในอำเภอปาย โดยมีเอกลักษณ์ที่สำคัญ คือ ใต้ถุนสูง เสาทรงกลม หรือแปดเหลี่ยมเรียงรายหลายต้น โถงกว้าง ปลายสุดพื้นโถงยกระดับขึ้นสำหรับประดิษฐานพระประธาน ส่วนด้านข้างของโถงซ้ายขวา เป็นกุฏิสงฆ์และที่อยู่ของลูกวัด รูปทรงหลังคามีสลักแกะซ้อนกันเป็นชั้นลดหลั่นกันลงมา ประดับเชิงชายและขอบजूด้วย “ปานซอย” ที่ทำจากไม้หรือแผ่นโลหะฉลุวดลายอย่างวิจิตรบรรจง นอกจากนี้ชาวไทยใหญ่จะศรัทธาใน

พระพุทธศาสนาแล้ว ยังมีความเชื่อในเรื่องผีและวิญญาณด้วย โดยมีประเพณีการเช่นอาหารให้กับดวงวิญญาณที่สิงสถิตตามที่แตกต่างกัน ทั้งบนดิน ในน้ำและในป่า เช่นประเพณีการทำบุญปอยข้าวสงฆ์ ที่ถือเป็นประเพณีในการทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้ผู้เสียชีวิตไปแล้ว

### สถานที่ท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในอำเภอปายมีมากมายหลายรูปแบบทั้งวัดที่มีสถาปัตยกรรมที่งดงามตามแบบศิลปะดั้งเดิมของท้องถิ่น เช่น วัดกลางที่สร้างตามแบบศิลปะไทยใหญ่ หรือ วัดพระธาตุแม่เย็นที่เป็นวัดเก่าแก่คู่เมืองปาย โดดเด่นที่ยอดฉัตรแบบเจดีย์พม่า เป็นต้น รวมทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติอย่างน้ำตก โป่งน้ำร้อน และปายแคนยอนอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีถนนคนเดินและร้านค้าต่างๆอีกมากมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่มีโอกาสมาเที่ยวปาย

### พัฒนาการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย

การท่องเที่ยวของอำเภอปายเกิดจากการที่อำเภอปายมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงาม มีวิถีชีวิตท้องถิ่นที่เรียบง่าย จึงทำให้ผู้ที่มีโอกาสเดินทางมาสัมผัส เกิดความประทับใจและนำไปเล่ากันแบบปากต่อปาก โดยการท่องเที่ยวของอำเภอปายสามารถแบ่งได้เป็น 3 ระยะ คือ ระยะเริ่มต้นของการท่องเที่ยวของอำเภอปาย (พ.ศ.2524 – 2529) ระยะที่ 2 คนไทยเริ่มรู้จักปายมากขึ้นและการเข้ามาของคนต่างถิ่น (พ.ศ.2530 – 2547) และ ระยะที่ 3 เป็นช่วงที่เมืองปายได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากนักท่องเที่ยวและเรื่องราวของปายถูกนำเสนอผ่านสื่ออย่างต่อเนื่อง (พ.ศ.2548 – 2552)

### ระยะเริ่มต้นของการท่องเที่ยวของอำเภอปาย (พ.ศ.2524 – 2529)

การท่องเที่ยวของอำเภอปายเริ่มขึ้นเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2524 โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มากับไกด์ทัวร์จากเชียงใหม่ มาทัวร์ป่าที่ปาย ขณะที่บางคนต้องการไปเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน แต่เมื่อผ่านปายจึงแวะพัก ด้วยสภาพแวดล้อมของเมืองปาย ที่ยังเป็นแบบธรรมชาติ ประกอบกับวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นที่เป็นไปอย่างเรียบง่าย และมีวัฒนธรรมชนเผ่าที่หลากหลาย ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และมีการบอกเล่าแบบปากต่อปากไปสู่คนใกล้ขีด เมืองปายจึงเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกว่าเป็นเมืองเล็กๆที่เงียบสงบ มีบรรยากาศดี ธรรมชาติสวยงาม มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลาย และมีค่าครองชีพถูก ขณะเดียวกันได้มีการนำเรื่องราวของปายไปเขียนลงในไกด์บุ๊ก ซึ่งนับเป็นคู่มือสำคัญของนักท่องเที่ยว จึงทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยว

ต่างชาติทยอยเข้ามาเที่ยวในปลายเพิ่มมากขึ้น จนคนท้องถิ่น เห็นถึงโอกาสในการทำธุรกิจที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงผันตัวเองมาเป็นผู้ประกอบการ ในระยะนี้จึงเริ่มมีกิจการที่พัก ประเภทเกสต์เฮาส์ของคนท้องถิ่นเกิดขึ้น นอกจากนี้คนท้องถิ่นได้มีความคิดริเริ่มจัดกิจกรรมทัวร์ป่า เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยู่นานๆ โดยอาศัยคนท้องถิ่น หรือเด็กพื้นบ้านเป็นผู้นำในการทัวร์ป่า พา นักท่องเที่ยวไปค้างคืนตามบ้านชาวเขาเผ่าต่างๆ ขณะเดียวกันก็มีการติดต่อกับไกด์ทัวร์จาก เชียงใหม่เพื่อให้พานักท่องเที่ยวเข้ามาพักค้างคืนที่ปลายก่อนที่จะเดินทางต่อไปยังจังหวัด แม่ฮ่องสอนในวันรุ่งขึ้น ดังนั้นการท่องเที่ยวของอำเภอปลายในระยะนี้ค่อยๆ เติบโตขึ้น โดยมีคน ท้องถิ่นเป็นคนริเริ่มจัดการการท่องเที่ยวด้วยตัวเองและรายได้จากการท่องเที่ยวยังช่วยให้เกิดการ กระจายรายได้ในชุมชนอีกด้วย

## ระยะที่ 2 คนไทยเริ่มรู้จักปลายมากขึ้นและการเข้ามาของคนต่างถิ่น(พ.ศ.2530 – 2547)

พ.ศ.2530 ททท.ได้เริ่มเข้ามาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ทำให้ นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้จักอำเภอปลายมากขึ้นในฐานะที่เป็นเมืองที่ต้องแวะพักระหว่างทางจาก เชียงใหม่ไปจังหวัดแม่ฮ่องสอน จนกระทั่งปี 2536 เริ่มมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามาเที่ยวมากขึ้น ซึ่งส่วนมากเป็นคนรุ่นใหม่ที่สนใจการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ชอบที่เงียบสงบ ส่วนนักท่องเที่ยว กลุ่มหลักของปลาย ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวแบกเป้ชาวตะวันตกที่ชื่นชอบในกิจกรรมผจญภัยและชอบ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

จนกระทั่งช่วงวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ.2540 เริ่มมีคนหนุ่มสาวที่ทำงานในแวดวงสื่อมวลชน และ Creative จากกรุงเทพฯที่เคยมาเที่ยวแล้วชอบใจในความเป็นปลาย ได้ตัดสินใจมาใช้ชีวิตและ ประกอบอาชีพใหม่ที่ปลาย เช่น ร้านมิตรไทยที่ขายของที่ระลึก ร้านกาแฟ All About Coffee รวมถึงกิจการที่พักขนาดเล็ก อย่างสิบสองพินนาและร้านเช่าหนังสือ ซึ่งคนกลุ่มนี้ คือคนที่ต้องการ แสวงหาความเรียบง่าย ความสงบ ต้องการใช้ชีวิตที่ไม่วุ่นวาย มีรายได้พอจะใช้ชีวิตในเมืองเล็กๆ แห่งนี้ โดยที่ไม่ต้องปรับวิถีการดำเนินชีวิตของตัวเองมากนัก การเข้ามาของคนกลุ่มนี้ทำให้ภาพ ของเมืองปลายแต่เดิมที่เน้นเรื่องวิถีชีวิตที่เรียบง่าย และมีธรรมชาติที่สวยงามได้ถูกเพิ่มเติมว่าเป็น เมืองแห่งศิลปะควบคู่ไปด้วย เนื่องจากมีการตกแต่งร้านค้าและที่พักอย่างสวยงาม

ขณะเดียวกัน คนกลุ่มนี้ยังเป็นเสมือนคนที่น่าพาการสื่อสารเข้ามาด้วย เพราะมักจะ ชักชวนเพื่อนฝูงที่อยู่ในแวดวงเดียวกันให้เข้ามาเยี่ยม ซึ่งเมื่อกลับไปก็ต้องมีงานไปส่ง ทำให้เรื่อง



ของเมืองปายในระยะนี้ถูกนำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์มากขึ้น โดยหนังสือเหล่านั้นก็จะบอกเล่าภาพของปายในช่วงนี้เป็นเมืองเล็กๆ บรรยากาศดี ที่เต็มไปด้วยศิลปินมีร้านสวยๆ ขณะเดียวกันหนังสือเหล่านี้ยังได้เริ่มแนะนำถึงสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอปายอีกด้วย ทำให้ในช่วงนี้คนไทยเริ่มรู้จักเมืองปายเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ในปี 2544 - 2547 เริ่มมีคนไทยเข้ามาเที่ยวปายกันมากขึ้น ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติยังเป็นกลุ่มสะพานเป้ที่มาพักอยู่ยาวๆ เช่นเดิม

ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ในปี 2545 เริ่มมีนักลงทุนรายใหญ่จากต่างถิ่นที่เห็นช่องทางในการทำธุรกิจ ได้เข้ามาคว้านซื้อที่ดินริมน้ำปายและเริ่มทำที่พักขนาดใหญ่ ขณะเดียวกันคนท้องถิ่นก็สังเกตเห็นถึงโอกาสในการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทำให้ในช่วงนี้มีร้านค้าร้านอาหารเกิดขึ้นมากมาย

นอกจากปายจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เริ่มได้รับความนิยมแล้ว อำเภอปายยังกลายเป็นที่อยู่อย่างถาวรสำหรับคนบางกลุ่มอีกด้วย เนื่องจากเริ่มมีคนต่างชาติเข้ามาตั้งรกรากในปายอย่างถาวร โดยเป็นกลุ่มฝรั่งสูงอายุที่ออกจากงานแล้วเข้ามาแต่งงานกับคนท้องถิ่นมากขึ้น และมีกลุ่มชาวญี่ปุ่น รวมกลุ่มกันมาเช่าที่บริเวณทางไปแม่เย็นจากชาวบ้านและอยู่รวมกันเป็นหมู่บ้าน ตั้งชื่อว่า “Moon Village”

แม้การท่องเที่ยวจะส่งผลดีให้กับชาวบ้านในอำเภอปาย ทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวที่มากขึ้นแต่ในขณะเดียวกันการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเช่นนี้ ทำให้เกิดผลกระทบจากการท่องเที่ยวตามมาทั้งปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาด้านสังคม ยาเสพติด และวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เริ่มเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ในปี 2546 ชาวบ้านเริ่มรวมตัวกันเพื่อพูดคุยถึงปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว รวมทั้งมีการแสวงหาความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกให้เข้ามาจัดเวทีระดมความคิดของคนในชุมชนเพื่อหาทางแก้ไขผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว จากการประสานงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้คนในชุมชนสามารถผลักดันเรื่องนโยบายผังเมืองได้สำเร็จ ทำให้เกิดการควบคุมการสร้างอาคารในอำเภอปาย และหลังจากการรวมตัวกันในครั้งนี้ ก่อให้เกิดการรวมตัวแบบกลุ่มย่อยๆ ตามมาอีกหลายกลุ่ม โดยมีลักษณะเป็นการรวมตัวกันแบบหลวมๆ ตามเรื่องของแต่ละคนสนใจ

### ระยะที่ 3 ปายได้รับความนิยมนจากสื่อและนักท่องเที่ยว(พ.ศ.2548 – 2552)

ปีพ.ศ. 2548 ได้มีการใช้อำเภอปายเป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์แนวโรแมนติก คอมเมดี้ เรื่อง “รักจัง” โดยทีมงานได้เลือกอำเภอปาย เพราะต้องการภาพบรรยากาศที่สวยงาม มีขุนเขาและไอน้ำออกจริงๆ และเมื่อภาพยนตร์เรื่อง “รักจัง” ออกฉาย อำเภอปาย เมืองที่ได้ชื่อว่าเป็นหมู่บ้านเล็กๆ เงียบสงบ มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ได้เปลี่ยนไป ภาพของความสงบ เรียบง่ายถูกแทนที่ด้วยร้านค้าและนักท่องเที่ยวที่หลั่งไหลเข้ามามากขึ้น ขณะเดียวกันสื่ออื่นๆ ก็เริ่มให้ความสนใจอำเภอปายตามมาถ่ายทำรายการอย่างต่อเนื่อง จากอิทธิพลของสื่อและภาพยนตร์เรื่อง “รักจัง” ส่งผลให้ปายกลายเป็นเมืองแห่งความโรแมนติก และยังทำให้กลุ่มของนักท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวตลอดจนกิจกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา มีวัยรุ่นชาวไทยเข้ามาเที่ยวมากขึ้น โดยกิจกรรมที่นิยมทำกันคือการถ่ายรูปตามป่า ตามหลักกิโล ตามร้านค้าที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวเองก็ช่วยนำเสนอเรื่องราวของปายออกไปโดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ในระยะนี้มีการโพสต์เรื่องราวและรีวิวทริปการท่องเที่ยวเมืองปายกันมาก

จากการที่ปายได้รับความนิยมนจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้ตั้งแต่พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา อำเภอปายกลายเป็นสถานที่หนึ่งที่ได้รับ ความสนใจจากกลุ่มทุนและเอกชนขนาดใหญ่เข้ามาจัดกิจกรรมต่างๆ มากมายในช่วงฤดูท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ช่วยนำเสนอและต่อยอดภาพของปายให้ กลายเป็นเมืองแห่งความโรแมนติกและศิลปะ. นอกจากนี้ภาพความเป็นเมืองแห่งความโรแมนติกของปายยังถูกสื่อผ่านร้านค้า รวมทั้งธนาคารที่ทำมุมประดับดอกไม้สวยงามไว้ให้นักท่องเที่ยวมาถ่ายรูป

จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของปาย ทั้งการประชาสัมพันธ์ของททท. การนำเสนอเรื่องราวของปายผ่านสื่อต่างๆ และการมีกิจกรรมที่หลากหลาย ทำให้ปายกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่คนอยากมาเที่ยว อยากมาสัมผัสบรรยากาศเมืองปาย ส่งผลให้ในช่วงเทศกาลมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวอย่างหนาแน่น จนทำให้เกิดปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวตามมา คนท้องถิ่นจึงได้พยายามรวมกลุ่มกันเพื่อแก้ไขปัญหา แต่เนื่องจากแต่ละคนก็สนใจในปัญหาที่ต่างกัน จึงทำให้ความพยายามในการแก้ปัญหายังไม่ประสบความสำเร็จ

## ส่วนที่2 สรุปลผลการวิจัย

### ปัญหานำการวิจัยข้อที่1 : รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัด แม่ฮ่องสอน

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัย โดยแบ่งเป็นช่วงเรียงลำดับตามปีพุทธศักราช เพื่อแสดงรายละเอียดตามสถานการณ์ทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วง โดยเริ่มจากปี พ.ศ. 2524-2552 สรุปได้ดังนี้

#### การสื่อสารผ่านพูดกับภาพ : จุดเริ่มต้นของการจุดประกายเสน่ห์เมืองปาย

จากการศึกษาวิจัยพบว่า การสื่อสารที่พบในระยะเริ่มต้นของการท่องเที่ยวอำเภอปาย ในช่วงปี 2524 - 2527 เป็นการสื่อสารผ่านทางบอกเล่าแบบปากต่อปากและเล่าเรื่องผ่านภาพถ่ายเกี่ยวกับเมืองปาย ระหว่างนักท่องเที่ยวด้วยกันเองและระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนใกล้ชิด ซึ่งในการบอกเล่าเรื่องราวนั้นเปิดโอกาสให้มีการโต้ตอบกันระหว่างผู้เล่าและผู้ฟัง และการพูดคุยกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนใกล้ชิดนับเป็นการสื่อสารระหว่างคนที่มีระดับใกล้เคียงกัน ดังนั้น รูปแบบการสื่อสารในระยะนี้จึงเป็นการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันมาก และเป็นการสื่อสารในแนวราบ

#### พลังหมึก รั้งประกันคุณภาพเที่ยวปาย

ในปีพ.ศ.2527-2528 Joe Cummings ได้เขียนเรื่องราวของปาย ลงใน Lonely Planet หนังสือคู่มือนำเที่ยว ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก การที่เรื่องเมืองปายได้รับการตีพิมพ์ลงหนังสือ ถือเป็นการเล่าเรื่องปายแบบเป็นทางการมากขึ้น โดยบอกเล่าถึงบรรยากาศของเมือง สถานที่ท่องเที่ยว และวัฒนธรรมท้องถิ่น

#### สร้างการรับรู้เรื่อง “ปาย” สู่นักคนไทย

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอนของททท.ในปีพ.ศ.2530 ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้จักอำเภอปายมากขึ้น ในฐานะที่ปายเป็นเมืองที่ต้องแวะพักระหว่างทางจากเชียงใหม่ไปจังหวัดแม่ฮ่องสอน

## แพร่กระจายเรื่องปายโดยศิลปินและศิลปะ

รูปแบบการสื่อสารเรื่องเมืองปายในช่วง 2538-2544 เป็นการแพร่กระจายเรื่องปายออกไปให้กลุ่มคนภายนอกได้รับรู้ว่าปายเป็นเมืองแห่งศิลปะ ซึ่งคนที่มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารเรื่องปายในระยะนี้คือ กลุ่มคนที่ถูกเรียกว่าศิลปิน ที่เข้ามาอยู่ปาย โดยมีการสื่อสารความเป็นศิลปะผ่านการตกแต่งร้าน ผ่านสินค้าที่ระลึก ที่สะท้อนความเป็นปายแบบใหม่ ซึ่งร้านค้าเหล่านั้นได้กลายมาเป็นพื้นที่พบปะของผู้ในคนปาย นับเป็นรูปแบบการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ และเป็นการสื่อสารในแนวราบคือการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ในการใช้ชีวิตในเมืองปาย ตลอดจนการแนะนำเรื่องการทำธุรกิจของคนปายใหม่ โดยใช้ร้านค้าเป็นที่พบปะสังสรรค์กัน

ขณะเดียวกันก็มีเพื่อนของคนกลุ่มนี้เข้ามาเยี่ยมทำให้เรื่องของปายถูกนำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์มากขึ้น อนุสารอศท.ก็เริ่มแนะนำที่เที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวก็เขียนเรื่องความเป็นปายแบบใหม่ผ่านโปสการ์ดให้คนใกล้ขีดได้รับรู้

## การสื่อสารกับการแก้ไขปัญหา

จากการศึกษาพบว่า ชาวบ้านอำเภอปายได้นำการสื่อสารเข้ามาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว โดยมีทั้งการรวมกลุ่มเพื่อพูดคุยถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ใช้สื่อชุมชนอย่างวิทยุชุมชนเข้ามาสร้างความเข้าใจกับคนในชุมชน ตลอดจนมีการประสานงานกับคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนซึ่งเป็นหน่วยงานภายนอก อีกด้วย

## วางระบบการสื่อสารอย่างครบวงจร

จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารเรื่องเมืองปายในพ.ศ. 2548 – 2549 เป็นระบบมากขึ้นทำให้การให้ข้อมูลเรื่องเมืองปายนั้นมีหลายช่องทาง ผ่านสื่อมวลชนอย่างครบวงจร ทั้งภาพยนตร์ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ขณะเดียวกันเริ่มมีการนำสื่อกิจกรรมอย่าง การจัดคอนเสิร์ต เข้ามาใช้เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวปาย นอกจากนี้ร้านค้าที่พิกต่างๆในอำเภอปายได้เริ่มจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย

ส่วนนักท่องเที่ยวเองก็มีบทบาทในฐานะผู้ส่งสารเรื่องเมืองปายด้วย เนื่องจากมีการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ในอินเทอร์เน็ต มีการรีวิวทริปแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร

ตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้เข้ามาหาข้อมูลจากเว็บไซต์เหล่านี้

### พัฒนาการสื่อสารแบบมีอาชีพ

สื่อกิจกรรมนับเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอำเภอปาย ตั้งแต่พ.ศ.2550-2552 ปายกลายเป็นสถานที่ที่ได้รับความสนใจจากกลุ่มทุนและเอกชนขนาดใหญ่ เข้ามาจัดกิจกรรมต่างๆ ทั้งเทศกาลหนัง การแสดงคอนเสิร์ต นอกจากนี้ยังมีกิจกรรม season of love @ Pai ที่คนในอย่างนายอำเภอและชมรมการท่องเที่ยวร่วมมือกันจัดขึ้นโดยได้รับการสนับสนุนจากททท.แม่ฮ่องสอนช่วยประชาสัมพันธ์

ขณะเดียวกันเรื่องของเมืองปายได้ถูกนำเสนอผ่านสื่อมวลชนทุกแขนงรวมทั้งสื่อใหม่อย่าง อินเทอร์เน็ตด้วย นอกจากนี้คนในอย่างนายอำเภอและชาวบ้านเองยังมีส่วนในการประชาสัมพันธ์ เรื่องเมืองปายโดยการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งมีการตกแต่งร้านค้าอย่างสวยงามเพื่อสะท้อนถึงความเป็นเมืองโรแมนติก

นอกจากนี้ยังพบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และเป็นการสื่อสารสองทาง แบบไม่เป็นทางการ จากคนในชุมชนซึ่งเป็นคนในระดับล่างไปถึงผู้นำอย่างเทศบาล ในกรณีที่ชาวบ้านได้รับความเดือดร้อนไม่มีที่ขายของในตอนเช้า เนื่องจากพื้นที่เดิมถูกนายทุนซื้อไป รวมตัวกันตั้งเวทีเรียกร้องให้เทศบาลหาพื้นที่ให้ใหม่ จนในที่สุดเทศบาลได้จัดที่ทางให้ชาวบ้านกลุ่มนี้ใหม่ ขณะเดียวกันการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของคนในอำเภอปายยังพบได้ในกรณีที่กลุ่มสตรีได้รวมตัวกันเปิดถนนสายวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่เพื่อให้คนท้องถิ่นจริงๆ ได้มีรายได้ในช่วงฤดูท่องเที่ยวของอำเภอปาย

### ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 : บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ผลการศึกษาสรุปว่า การจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปายนั้นเกิดจากหลายฝ่าย และผู้นำในการจัดการการท่องเที่ยวมีหลายคนแตกต่างกันออกไปในแต่ละสถานการณ์ แต่ผู้นำที่มีบทบาททางการสื่อสารที่เห็นได้ชัดกว่าคนอื่นๆ คือนายนิเวศน์ พูลสวัสดิ์ นายอำเภอ นายอัครเดช ตาปราบ นายกเทศมนตรี นางอาภรณ์ แสงโชติ ประธานกลุ่มสตรีในอำเภอปาย รวมทั้งนายวรเทพ

กันทาดิ ประธานชมรมการท่องเที่ยวอำเภอปาย ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้มีบทบาททางการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย ซึ่งบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย ประกอบด้วย 5 บทบาท ดังนี้

### 1.เป็นผู้ริเริ่มกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า นายอำเภอมีบทบาทสำคัญในการริเริ่มกิจกรรมใหม่ๆในอำเภอปายเพื่อช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของอำเภอปาย โดยกิจกรรมที่นายอำเภอเป็นผู้ริเริ่มขึ้นมาคือ กิจกรรม Season of Love @ Pai ที่ช่วยให้อำเภอปายสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวได้มากขึ้นในช่วงเทศกาลวาเลนไทน์

นอกจากนายอำเภอแล้ว อาภรณ์ แสงโชติ ประธานกลุ่มสตรี ก็ได้เป็นผู้คิดริเริ่มเปิดถนนสายวัฒนธรรมขึ้น โดยเป็นถนนที่ให้คนท้องถิ่นจริงๆ ได้มีสถานที่ขายของในตอนเย็นช่วงฤดูท่องเที่ยว และทำให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอปายเพิ่มขึ้น

### 2.การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

จากการศึกษาวิจัย สรุปได้ว่านายนิเวศน์ พูลสวัสดิ์ นายอำเภอปายและชมรมการท่องเที่ยวอำเภอปาย มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กล่าวคือนายอำเภอมักจะให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปายอย่างละเอียดทุกๆ ครั้งที่มีการให้สัมภาษณ์กับสื่อและบุคคลต่างๆ โดยท่านมักจะแนะนำถึงสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอปาย และพยายามพูดถึงจุดขายของอำเภอปายว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่โรแมนติก มีบรรยากาศดี และมีความปลอดภัยสูง โดยท่านมักมีคำพูดติดปากว่า “ปายเป็นเมืองในฝัน สวรรค์บนดอย” ขณะที่คุณวรเทพ กันทาดิ ประธานชมรมการท่องเที่ยวอำเภอปายก็ช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ ที่ถูกจัดขึ้นในอำเภอปายโดยมักจะเห็นการให้สัมภาษณ์ผ่านสื่อต่างๆ ถึงการท่องเที่ยวเมืองปายอยู่เสมอ

### 3.การประสานงานกับหน่วยงานภายนอก

ในการจัดกิจกรรมต่างๆ นายอำเภอและทางชมรมการท่องเที่ยวมักมีการประสานงานความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกเสมอๆ โดยเฉพาะทท.แม่ฮ่องสอน เพื่อให้ช่วยเข้ามา

ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของอำเภอปาย เนื่องจากททท.มีศักยภาพในการเชิญสื่อมวลชนให้เข้ามาทำข่าว จากความร่วมมือกันเป็นอย่างดีส่งผลให้กิจกรรม Season of Love @ Pai ได้กลายเป็นกิจกรรมประจำปีที่ถูกบรรจุในปฏิทินการท่องเที่ยวของททท.อีกด้วย

#### 4. สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

ผลการศึกษาวิจัย พบว่าอาภรณ์ แสงโชติ ประธานกลุ่มสตรีมีบทบาทในการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยจัดให้มีการจัดประชุม ระดมความคิดเห็นร่วมกันของสมาชิกและการประสานขอความร่วมมือร่วมใจกันในการจัดถนนสายวัฒนธรรม ประกอบด้วย การคิดทำสินค้าเพื่อจำหน่ายเป็นของฝาก การจัดระเบียบถนนสายวัฒนธรรมเพื่อให้น่าเดิน รวมทั้งเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีโอกาสเสนอและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน เพื่อพัฒนาถนนสายวัฒนธรรมให้ดีขึ้น

#### 5. เป็นที่ปรึกษาและช่วยแก้ไขปัญหของชาวบ้าน

จากการศึกษาวิจัย สรุปได้ว่าอาภรณ์ แสงโชติมีบทบาททางการสื่อสารในการเป็นที่ปรึกษาในเรื่องต่างๆของชาวบ้าน ดังจะเห็นได้ว่าชาวบ้านมักจะมาขอคำแนะนำอยู่เสมอทั้งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายบนถนนสายวัฒนธรรม รวมไปถึงปัญหาในด้านต่างๆ นอกจากนี้นายกเทศมนตรีก็มีบทบาททางการสื่อสารด้านนี้เช่นกัน เพราะเมื่อชาวบ้านกลุ่มที่ค้าขายบริเวณตลาดเช้าเก่าเดือดร้อนไม่มีที่ขายก็ได้ไปร้องเรียนกับนายกเทศมนตรี จนนายกได้หาที่ค้าขายให้ใหม่

### ส่วนที่ 3 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่เน้นการศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย และบทบาททางการศึกษาของผู้ดำเนินการจัดการการท่องเที่ยว โดยจากการศึกษาทำให้ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

**ปัญหานำวิจัยข้อ 1** สมาชิกในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการ ท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนอย่างไร

### สื่อสารผ่านการบริหารช่องทางที่หลากหลาย

ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่ารูปแบบการสื่อสารที่ถูกนำมาใช้ในการจัดการการ ท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนนั้น มีการบูรณาการสื่อที่หลากหลายประเภทมา ใช้ร่วมกัน ทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อกิจกรรม และสื่อเฉพาะกิจ ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวในอำเภอปายประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ซึ่งการใช้สื่อที่มีความหลากหลายนั้น นับเป็นคุณลักษณะของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ซึ่งสอดคล้องกับที่เสริมยศ ธรรมรักษ์ (2552) ได้บอกไว้ว่าการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated marketing communication หรือ IMC) เป็นการนำเครื่องมือการสื่อสารการตลาดต่างๆ มาใช้ร่วมกัน เพื่อให้ เกิดประโยชน์สูงสุดและสื่อสารสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ด้วยเนื้อหาที่มีลักษณะของการจูงใจ รวมทั้งเนื้อหาสารนั้นมีลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หรืออีกนัยหนึ่ง IMC เป็นการประสาน เครื่องมือต่างๆ เพื่อให้สารที่สื่อออกไปมีพลังมากขึ้น

สำหรับการใช้สื่อที่มีความหลากหลายนั้น ผลการวิจัยพบว่า ในระยะแรกของการท่องเที่ยว ปายนั้นการสื่อสารของบุคคลแบบ “ปากต่อปาก” มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการเผยแพร่เรื่อง ของปาย สอดคล้องกับ ธีรพันธ์ โล่ทองคำ (2544) เชื่อว่าการใช้สื่อบุคคลเป็นเครื่องมือหนึ่งในการ สื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารสองทางระหว่าง พนักงานขายกับผู้ซื้อมีอิทธิพลอย่างมากในการชักจูงให้เกิดพฤติกรรมตามที่มุ่งหวัง ซึ่งสอดคล้อง กับที่นักท่องเที่ยเมื่อได้รับคำแนะนำแบบปากต่อปากเกี่ยวกับความสวยงามและมีเสน่ห์ของปาย ก็เกิดความสนใจและเดินทางมาท่องเที่ยวที่ปายกันเป็นจำนวนมาก

นอกจากนี้รูปแบบการสื่อสารของบุคคลแบบ “ปากต่อปาก” โดยมีลักษณะการนำเสนอ เรื่องราวของปาย เพื่อชักจูงโน้มน้าวใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวปายยังสอดคล้องกับแนวคิดการ จัดการการสื่อสารเชิงประยุกต์ในทัศนะของJames E.Grunig และ T.Hunt ว่าผู้ส่งสารทำหน้าที่ เสมือนเอเจนต์ข่าว หรือผู้ตีพิมพ์เผยแพร่ (press agency) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข้อมูล ข่าวสารโฆษณาชวนเชื่อ และมีการใช้กลยุทธ์หลักที่สำคัญคือ การโน้มน้าวใจ โดยเน้นความโดดเด่นของข้อมูล ขณะที่บางครั้งการสื่อสารแบบ “ปากต่อปาก” จะเป็นการเล่าเรื่องราวของปายที่ เป็นไปตามจริงตามที่ผู้ส่งสารได้ประสบมา ในกรณีนี้สอดคล้องกับบทบาทของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแก่



สาธารณะ (public-information) ซึ่งบทบาทของนักสื่อสารในที่นี้จะเน้นหนักในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็น “ความจริง”

ไม่เพียงแต่การสื่อสารแบบปากต่อปากเท่านั้น ผลการวิจัยยังพบต่อไปด้วยว่า การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน ก็มีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์เรื่องของการท่องเที่ยวไปให้ขยายไปในวงกว้างมากขึ้น อาทิ การได้ตีพิมพ์ลงในหนังสือคู่มือแนะนำเที่ยวระดับโลกอย่าง Lonely Planet สอดคล้องกับงานของเสริมยศ ธรรมรักษ์(2552) ที่เชื่อว่า การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือทางการสื่อสารแบบหนึ่งในหลักการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่ทำให้เข้าถึงผู้รับสารกลุ่มใหญ่และสร้างการรับรู้ในตราสินค้า

นอกจากนี้จากการลงพื้นที่ ผู้วิจัยได้พบว่า ในอำเภอปาย ได้มีคนที่อยู่ในแวดวงสื่อมวลชนย้ายเข้ามาประกอบธุรกิจในปายจำนวนหนึ่ง ซึ่งคนกลุ่มนี้ได้พยายามนำเสนอประเด็นการท่องเที่ยวให้กับนักสื่อมวลชนที่มีความใกล้ชิดกันได้เข้ามาถ่ายทอดเรื่องราวของปาย ทำให้ภาพการท่องเที่ยวของปายได้มีโอกาสถูกถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชนแขนงต่างๆและทำให้คนจำนวนมากได้เห็นภาพปายและรู้จักปายมากขึ้น ขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ก็ได้เข้ามามีบทบาทในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยทำงานประสานกับสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอนผ่านทางสื่อมวลชน ทำให้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้เผยแพร่ไปสู่สาธารณชนในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการสื่อสารเชิงประยุกต์ในทัศนะของJames E.Grunig และ T.Hunt ที่กล่าวถึงบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในฐานะเอเจนต์ข่าวหรือผู้ตีพิมพ์เผยแพร่ (press agency/publicity) ว่า นักการสื่อสารจะต้องพยายามแสวงหาแนวทางต่างๆ เพื่อให้ประเด็นในการสื่อสารปรากฏเป็นข่าวในสื่อมวลชนต่างๆ ทั้งนี้เพราะสื่อมวลชน คือ ผู้ควบคุมการหมุนเวียนข้อมูลข่าวสารจากองค์กรไปยังประชาชน ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่จะสามารถเข้าถึงประชาชนในวงกว้างได้ในระยะเวลาอันจำกัด (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2551)

ผลการวิจัยยังพบว่า นอกจากสื่อมวลชนแล้วด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้การสื่อสารผ่านสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยม พบได้จากการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการในปาย ผ่านการโพสต์รูปภาพหรือข้อความลงกระทู้บนกระดานสนทนา และบล็อกส่วนตัวบนเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีนำเรื่องของปายไปเผยแพร่ต่อกัน ซึ่งสอดคล้องกับสุภาวงศ์ จันทวานิช (2551) กล่าวว่าในยุคโพสต์โมเดิร์น ชนชั้นใหม่

ได้แก่ นักข่าว คนทำโฆษณา ศิลปิน ทำหน้าที่ผลิตสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้สังคมบริโภค ขณะที่ระบบสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของการผลิต ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ถูกผลิตขึ้นจะถูกผลิตซ้ำ โดยแหล่งต่างๆ ยุคโพสต์โมเดิร์นเน้นเทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นยุคของพื้นที่ไซเบอร์ (Cyberspace)

ขณะเดียวกันผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า สื่อกิจกรรมเป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ถูกนำมาใช้และได้รับความนิยมอย่างมาก โดยพบว่ามีการจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และมีส่วนทำให้ 2-3 ปีที่ผ่านมา ปายเป็นที่รู้จักขึ้นเป็นอย่างมากผ่านการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง อาทิ การจัด เทศกาลดนตรี เทศกาลหนังกลางแปลง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธีรพันธ์ โล่ทองคำ (2544) ที่พบว่า สื่อกิจกรรม (Special Event) เป็นเครื่องมือที่โดดเด่นและอยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวปัจจุบัน เนื่องจากการใช้กิจกรรมหรือเหตุการณ์พิเศษ ช่วยกระตุ้นความสนใจ และสร้างโอกาสในการเห็นสินค้าได้มากขึ้น

ผลการวิจัยยังพบอีกว่า เพื่อสนับสนุนว่าปายเป็นเมืองแห่งศิลปะและความโรแมนติก ร้านค้าและสถานที่ต่างๆ ในปายได้ถูกตกแต่งอย่างมีดีไซน์สวยงาม จนเป็นที่น่าประทับใจสำหรับนักท่องเที่ยวและเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของปาย สอดคล้องกับที่เสริมยศ ธรรมรักษ์(2552) บอกว่า ลักษณะทางกายภาพของสถานที่มีส่วนในการทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ นอกจากนี้แนวคิดของ ธีรพันธ์ โล่ทองคำ (2544) ที่ว่า ภาพที่ทุกคนเห็นไม่ว่าจะจะเป็นสำนักงาน ร้านค้า จำเป็นต้องมีลักษณะโครงสร้างเหมือนกัน เพื่อตอกย้ำความทรงจำในบุคลิกภาพของสินค้า โดยอาศัยหลัก IMC เรื่องความคงที่สม่ำเสมอ (Consistency)

นอกจากนี้การออกแบบตกแต่งร้านค้าและที่พักโดยการผสมผสานวัฒนธรรมแบบท้องถิ่นเข้ากับวัฒนธรรมสมัยและความแตกต่างไม่เข้ากันของสิ่งต่างๆ ในปายนั้น ได้สร้างเอกลักษณ์ใหม่ให้กับเมืองปาย ซึ่งก็คือความเป็นศิลปะแบบเฉพาะตัวของปายขึ้นมา สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะสังคมแบบโพสต์โมเดิร์น (Postmodern) ที่กาญจนา แก้วเทพ (2544) ได้อธิบายไว้ว่า ลักษณะสังคมแบบโพสต์โมเดิร์นนั้นเน้นสไตล์มากกว่าเนื้อหา ทุกอย่างต้องมีการออกแบบ สไตล์ที่ดูเข้าท่า เก๋ไก๋จะสำคัญกว่าเนื้อหาสาระและความหมาย

นอกจากจะพบการใช้สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อใหม่และการสื่อสารผ่านการตกแต่งสถานที่แล้ว ยังพบการใช้สื่อเฉพาะกิจ เพื่อเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์เรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ ในปายให้

นักท่องเที่ยวได้รับรู้อีกด้วย อาทิ การแจกแผนที่แนะนำเส้นทางท่องเที่ยว การใช้ป้ายผ้าและโปสเตอร์โฆษณาเทศกาลต่างๆ

อย่างไรก็ตาม บนความหลากหลายของการใช้สื่อในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย สิ่งที่น่าสนใจประเด็นหนึ่งคือเรื่อง Source Credibility ที่พบในกรณีของ Joe Cumming ผู้ทำให้เกิดการแพร่กระจายเรื่องปายผ่านหนังสือ Lonely Planet สะท้อนให้เห็นว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Source Credibility) ก็มีผลสำคัญในการทำให้เรื่องราวแพร่กระจาย เนื่องจากช่องทางที่นำมาใช้ในการสื่อสารสามารถเข้าถึงได้หลากหลาย เพราะในปัจจุบันนอกจาก Lonely Planet จะเป็นหนังสือแล้ว ยังสามารถเข้าถึงทางเว็บไซต์ ได้อีกด้วย ทำให้เรื่องราวสามารถแพร่กระจายได้รวดเร็วและเป็นวงกว้างส่งผลให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวปายมากขึ้น ขณะที่แหล่งสารอันหลากหลายที่กล่าวมาข้างต้น ก็มีคุณสมบัติด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการสื่อสารกับประเด็นสาธารณะของปาริชาติ สถาปิตานนท์(2551) ที่ชี้ให้เห็นว่า บุคคลที่เป็นแกนนำในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเป็นบุคคลที่มีคุณสมบัติของความน่าเชื่อถือ (Credibility) ซึ่งคุณสมบัติของความน่าเชื่อถือนี้ส่งผลให้คนในสังคมยอมรับและเกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมตามมา

สรุปได้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (IMC) เป็นรูปแบบที่ถูกนำมาใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย และแนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานสนับสนุนผลการวิจัยที่ค้นพบได้เป็นอย่างดี เนื่องจากในการสื่อสารเรื่องปายมีการใช้รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย สอดคล้องกับหลักการใช้เครื่องมือของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (IMC) ที่มีทั้งการโฆษณาผ่านสื่อมวลชน การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรม การบอกต่อแบบปากต่อปาก รวมไปถึงลักษณะทางกายภาพของสถานที่ และการวางสินค้าในละคร และภาพยนตร์ ส่วนในแง่ของการเป็นผู้สนับสนุน (Sponsorship) นั้นพบในกรณีที่องค์กรเอกชนขนาดใหญ่ได้เข้ามาใช้ปายเป็นสถานที่จัดกิจกรรม ซึ่งนับว่าเป็นการโฆษณาสินค้าของตนไปในตัว แต่ขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างการรับรู้และเสริมภาพความเป็นเมืองโรแมนติกของปายให้เด่นชัดมากขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยว

## การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมกับการแก้ไขปัญหา

ผลการวิจัย พบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory communication) ภายใต้กระบวนการตัดสินใจทางเลือก เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ถูกนำมาใช้เมื่อเกิดปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย โดยพบว่าชาวบ้านได้มีการรวมกลุ่มเพื่อพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลกัน เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เป็นผลกระทบมาจากการท่องเที่ยว รวมทั้งนำสื่อชุมชนอย่างวิทยุชุมชนเข้ามาช่วยสร้างความเข้าใจกับชาวบ้าน ขณะเดียวกันก็มีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก จัดเวทีระดมความคิดของคนในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น จนนำไปสู่การผลักดันนโยบายผังเมือง เพื่อควบคุมการสร้างอาคารในอำเภอปาย ซึ่งมีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง (two-way communication) และเป็น การสื่อสารทั้งแนวระนาบ (Horizontal communication) ในกลุ่มชาวบ้านด้วยกันและการสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Bottom-Up) ที่ปรากฏให้เห็นในการเรียกร้องจากชาวบ้านสู่เจ้าหน้าที่รัฐ

จากผลวิจัยที่พบสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง การสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมที่ Singhal&Sthapitanonda(1998) ได้เน้นให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงบทบาทของการสื่อสารในการพัฒนาจากการสื่อสารของรัฐ ที่มุ่งเน้นกระบวนการสื่อสารจากบนลงล่าง (top-down approach) ไปสู่การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (bottom-up approach) ซึ่งเน้นในเรื่องสิทธิในการสื่อสารของชุมชน และความหลากหลายของเป้าหมายในการสื่อสารและการพัฒนาตลอดจนการใช้สื่อขนาดเล็กต่างๆ ในชุมชน นับตั้งแต่วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ชุมชน ไปจนถึงสื่อบุคคล สื่อเวทีสาธารณะ ทั้งนี้ขึ้นกับพัฒนาการและความสอดคล้องของเทคโนโลยีการสื่อสารในสังคมนั้น

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบการรวมกลุ่มประท้วงและตั้งเวทีเรียกร้องของกลุ่มผู้ค้าบริเวณตลาดยามเช้าเพื่อให้เทศบาลหาที่ทำกินให้ใหม่และพบการรวมกลุ่มของกลุ่มสตรีเพื่อเปิดถนนสายวัฒนธรรม เพื่อให้คนท้องถิ่นได้มีพื้นที่ทำมาหากิน และในการรวมตัวของกลุ่มสตรีนั้น มักจัดให้มีการประชุมกันในกลุ่มอยู่เสมอ เพื่อให้สมาชิกได้มีโอกาสปรึกษาหารือเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาสินค้าที่นำมาขาย รวมทั้งเปิดโอกาสให้สมาชิกได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ นอกจากนี้ผู้นำกลุ่มยังให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการถนนสายใหม่ด้วยตนเอง ทำให้สมาชิกรู้สึกถึงความ เป็นเจ้าของ (ownership)

ซึ่งการรวมตัวของชาวบ้านเพื่อเรียกร้องพื้นที่ขายของจากเทศบาล และการรวมกลุ่มกันเปิดถนนสายวัฒนธรรมเพื่อให้คนท้องถิ่นได้มีพื้นที่ทำมาหากินนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดของการ

สื่อสารภายใต้กระบวนการทัศน์ทางเลือกดังที่ปารีชาต สถาปิตานนท์(2551) กล่าวไว้ว่า ในปัจจุบันพบว่า กระบวนทัศน์ด้านการสื่อสารเชิงทางเลือกได้ปรากฏเป็นวิถีปฏิบัติใน 2 ลักษณะ คือ การสื่อสารกับการร่วมมือในการเรียกร้องสิทธิต่างๆจากกลุ่มผู้กุมอำนาจในสังคม และการสื่อสารกับการแสวงหาความร่วมมือในการเปลี่ยนแปลงสังคม

นอกจากนี้การรวมกลุ่มกันเปิดถนนสายวัฒนธรรมยังสอดคล้องกับแนวคิดของ White (1987) ที่เน้นย้ำว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการหารือ (dialogue) ที่เปิดโอกาสให้คนระดับรากหญ้าสามารถก้าวเข้าสู่กระบวนการพัฒนาได้อย่างเต็มรูปแบบ บนพื้นฐานของความคิดที่พึ่งพิงกันเองและความร่วมมือกัน (ปารีชาต สถาปิตานนท์ ,2549)

สรุปคือรูปแบบการสื่อสารในการแก้ไขปัญหาของชาวบ้านในอำเภอปายนั้นสอดคล้องและสนับสนุนกระบวนทัศน์ทางเลือกในเรื่องของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ที่เน้นการสื่อสารในการสร้างความร่วมมือ (Participatory communication) บนทิศทางของความสัมพันธ์แนวระนาบ (Horizontal communication) และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารสองทาง (two-way communication) ซึ่งนำไปสู่การจัดการปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### **ความสำคัญขององค์ประกอบอื่นๆ ในการจัดการท่องเที่ยวของอำเภอปาย**

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้สะท้อนให้เห็นองค์ประกอบสำคัญที่อยู่เบื้องหลังการเปลี่ยนแปลงของปายที่เปลี่ยนจากเมืองที่มีธรรมชาติสวยงาม กลายเป็นเมืองแห่งศิลปะและความโรแมนติกที่ผู้คนกล่าวขานถึง ซึ่งเกิดจากองค์ประกอบทั้งทางด้านบุคคล สาร และบริบท สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องจุดแห่งความพลิกผันหรือ Tipping Point ของ Gladwell (2001) ที่ว่ากระแสการแพร่ระบาด (epidemic) ของเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่างๆ ในสังคมเกิดจากปัจจัยต่างๆ โดยเฉพาะองค์ประกอบด้าน บุคคล ซึ่งได้แก่ กลุ่มบุคคลพิเศษ (นักเชื่อม ผู้รู้ และนักขาย) สารที่มีความน่าสนใจ และพลานุภาพแห่งบริบท

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มบุคคล อย่างคนปายใหม่ที่เข้ามาอยู่ปายในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้ชักชวนเพื่อนในแวดวงสื่อมวลชนให้เข้ามาเที่ยวปาย ซึ่งนำไปสู่การเผยแพร่เรื่องราวของปายผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์มากขึ้น ขณะที่บางคนก็เป็นผู้ชักชวนโน้มน้าวให้คนรู้จักเข้ามาทำธุรกิจ นอกจากนี้ยังพบว่าการแลกเปลี่ยนข้อมูลเรื่องราวความเป็นไปต่างๆในอำเภอปายทั้งภายในกลุ่มศิลปินเองและกับคนภายนอกอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับที่ Gladwell (2001) เชื่อ

ว่า ความสำเร็จของการแพร่ระบาดทางสังคมนั้น จำเป็นต้องขึ้นอยู่กับบุคคลที่มีพรสวรรค์และมีลักษณะพิเศษบางประการ ดังนั้นจำเป็นต้องอาศัยบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นพาหะหรือตัวกลาง 3 กลุ่ม คือ นักเชื่อม (connector) แหล่งข่าวที่รอบรู้ (Marven) และเซลส์แมน (Salesman) ซึ่งในกรณีของพายนั้นอาจไม่สามารถเฉพาะเจาะจงได้อย่างชัดเจนว่าใครมีบทบาทในด้านใด แต่กลุ่มศิลปินที่เข้ามาอยู่ใหม่ได้หลอมรวมคุณลักษณะเหล่านี้เข้าไว้ด้วยกัน

กรณีของบริบทแวดล้อมนั้น ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มศิลปินเหล่านี้นับเป็นผู้จุดกระแสให้พาย กลายเป็นเมืองแห่งศิลปะ โดยการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อม เช่น ร้านค้า ที่พักจากเรือนไม้แบบดั้งเดิมให้ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ด้วยการนำเอาความสามารถทางศิลปะของตนมาตกแต่งและปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีดีไซน์ ประกอบกับสินค้าที่ระลึกก็ผ่านการออกแบบอย่างสวยงามและมีสไตล์ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว นับเป็นรูปแบบการสื่อสารหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวจดจำและรับรู้ว่าเป็นเมืองแห่งศิลปะ ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองของ Gladwell (2001) ที่เชื่อว่า พลังแห่งบริบท (Power of context) การเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมต่างๆ มีผลต่อการแพร่ระบาดของเรื่องราวและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงนั้น สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงได้

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยยังพบว่านอกจากผู้ส่งสาร และพลังแห่งบริบทแล้ว คุณลักษณะของสารที่กระทบใจที่ถูกส่งออกไป เช่น “เมืองในฝัน สวรรค์บนดอย” “ยูโทเปีย” นับเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้กระแสพายจุดติดขึ้นมา ซึ่งสอดคล้องกับหลักความเข้มข้นของสาร (Rules of Stickiness) เนื่องจาก Gladwell เชื่อว่า “สาร” นั้นสำคัญต่อการแพร่ระบาด ผู้ส่งสารเป็นผู้ทำให้บางสิ่งบางอย่างแพร่ออกไป แต่เนื้อหาของสารก็สำคัญ และคุณลักษณะพิเศษที่สารจำเป็นต้องมีเพื่อให้ประสบความสำเร็จ คือ “คุณลักษณะของการติดหนึบ”

หากพิจารณาในเชิงการจัดการสื่อสารเชิงประยุกต์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับหลักการ 15Ms (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2548) พบว่าการบริหารสภาวะแวดล้อม (managing the environment) นับเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้พายเป็นที่รับรู้ว่าเป็นเมืองแห่งศิลปะ ในขณะที่การคำนึงถึงความพึงพอใจของตลาดก็เป็นอีกเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้ประเด็นที่ถูกนำเสนอเป็นประเด็นที่โดนใจกลุ่มบุคคลต่างๆ

ขณะที่องค์ประกอบด้านการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอพาย อันได้แก่ การจัดการด้านการสื่อสาร (modes of communication management) โดยผ่านสาร (message) ที่โดดเด่น และใช้สื่อ (media) ที่หลากหลาย ทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อใหม่ ภายใต้ส่วนผสม

(mixture) ที่ลงตัวนั้น ช่วยสนับสนุนให้การสื่อสารเรื่องราวของเมืองปายสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ

ผลการวิจัยยังพบต่อไปอีกว่าการที่กระแสปายจุดติดว่าเป็นเมืองแห่งศิลปะ ที่เต็มไปด้วยร้านค้าที่ถูกตกแต่งอย่างมีสไตล์ มีการผสมผสานความเป็นศิลปะควบคู่ไปกับรูปแบบดั้งเดิม เช่น ร้านกาแฟที่เป็นเรือนไม้แถวแบบดั้งเดิม แต่บนผนังตกแต่งด้วยภาพวาดจากฝีมือของศิลปิน มีเครื่องชงกาแฟที่ทันสมัย มีเบเกอรี่แบบตะวันตกขาย ทั้งยังมีป้ายที่ออกแบบเป็นรูปกาน้ำชาติดอยู่หน้าร้าน ช่วยสร้างความแปลกใหม่และกลายเป็นสัญลักษณ์หนึ่งของเมืองปาย หรือ การพยายามสร้างที่พักขึ้นมาใหม่โดยผสมผสานสถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิม เช่น สร้างง่าย ๆ ด้วยไม้ไผ่ และมุงหลังคาด้วยตองติง แต่ภายในกลับตกแต่งอย่างมีสไตล์ และมีเครื่องอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนับว่าแตกต่างกันอย่างมากระหว่างรูปลักษณ์ภายนอกแบบดั้งเดิมกับความทันสมัยภายใน ที่แม้ว่าจะดูไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่ลักษณะของร้านค้าและที่พักเหล่านี้ กลับเป็นเอกลักษณ์ใหม่ของปายที่คนทั่วไปรับรู้และยอมรับถึงความแปลกใหม่ นับเป็นการสร้างสิ่งดึงดูดซึ่งก็คือความเป็นศิลปะแบบเฉพาะตัวของปายขึ้นมา นอกจากความสวยงามของธรรมชาติ และวิถีชีวิตดั้งเดิม ลักษณะที่กล่าวมานี้สอดคล้องกับลักษณะสังคมแบบโพสต์โมเดิร์น (Postmodern) ที่กาญจนา แก้วเทพ (2544) ได้อธิบายไว้ว่า ลักษณะสังคมแบบโพสต์โมเดิร์นนั้น เน้นสไตล์มากกว่าเนื้อหา ทุกอย่างต้องมีการออกแบบ สไตล์ที่ดูเข้าท่า เก๋ไก๋จะสำคัญกว่าเนื้อหาสาระและความหมาย ดังนั้น เรื่องคุณค่าทางศิลปะ ความงานเชิงสุนทรีย์ การเอาจริงเอาจัง ของแท้ ความลุ่มลึกทางปัญญา ความสมจริงสมจัง ความมีเกียรติภูมิศักดิ์ศรี ก็เป็นเรื่องที่ไม่ต้องพูดถึง

ส่วนคนปายใหม่ที่ได้สร้างความแตกต่างจนกลายเป็นเอกลักษณ์ความเป็นปายแบบใหม่ และการยอมรับของนักท่องเที่ยวที่มองว่า ความหลากหลาย การผสมผสานวัฒนธรรมแบบท้องถิ่น เข้ากับความทันสมัยและความแตกต่างไม่เข้ากันของสิ่งต่างๆ ในปายนั้นเป็น “ศิลปะ” และช่วยสร้างความน่าสนใจให้ปายจนเป็นคุณสมบัติเฉพาะตัวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวปายมากขึ้น สอดคล้องกับเกื้อ วงศ์บุญสิน (2550) ที่กล่าวถึงลักษณะของประชากรในยุคโพสต์โมเดิร์นว่าเป็นคนที่ไม่เน้นความไม่มีกฎเกณฑ์ เน้นความหลากหลายมากกว่าความเป็นเอกภาพและเน้นการสังเคราะห์เพื่อให้เกิดความต่างมากกว่าความเหมือน

ผลการวิจัยยังพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวปายได้เปลี่ยนจากกลุ่มที่ต้องการมาเดินป่า เป็นกลุ่มวัยรุ่นชาวไทยมากขึ้น ซึ่งการมาเที่ยวปายของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นการมา

เที่ยวตามการนำเสนอเรื่องราวของปายผ่านสื่อต่างๆ ทั้งอิทธิพลของภาพยนตร์เรื่อง “รักจัง” ละคร รายการ หนังสือ นิตยสารต่างๆ ไปจนถึงการสื่อสารกันผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งเนื้อหาที่ถูกสื่อออกมา นั้นมีลักษณะเหมือนกัน เพื่อตอกย้ำความเป็น “ศิลปะ” และ “ความโรแมนติก” สอดคล้องกับ สุภางค์ จันทวานิช (2551) กล่าวว่าในยุคโพสต์โมเดิร์นชนชั้นใหม่ ได้แก่ นักข่าว คนทำโฆษณา ศิลปิน ทำหน้าที่ผลิตสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้สังคมบริโภค ขณะที่ระบบสื่อสารเป็นส่วนหนึ่ง ของการผลิต ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ถูกผลิตขึ้นจะถูกผลิตซ้ำโดยแหล่งต่างๆ ยุคโพสต์โมเดิร์น เน้นเทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นยุคของพื้นที่ไซเบอร์ (Cyberspace)

นอกจากนี้ยังพบว่าสินค้าที่ระลึกที่วางขาย มักมีข้อความประเภท “ปายมาแล้ว” “กลับจาก ปาย” ฯลฯ ที่เห็นได้ชัดคือเสื้อยืดที่วางขายพร้อมข้อความว่า “ไปปายมาแล้ว” แสดงให้เห็นว่า ปาย ได้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทุกคนต้องมา เมื่อบวกกับการนำเสนอของสื่อมวลชน และการพูดคุยกันในกลุ่มเพื่อน อย่างคำพูดติดปากที่วัยรุ่นมักถามกันเมื่อพูดคุยถึงสถานที่ ท่องเที่ยวอย่าง “ไปปายมารึยัง” “เราไปมาแล้ว” การมาเที่ยวปายจึงระบาดและกลายเป็นแฟชั่น เป็นกระแสของคนรุ่นใหม่ ที่ต้องมาเยือนปายให้ได้สักครั้งหนึ่งในชีวิต และเมื่อมาเที่ยวก็มักทำ กิจกรรมเหมือนกับที่คนอื่นเคยทำ ซึ่งการมาเที่ยวตามกระแสทำให้ตัวนักท่องเที่ยวไม่ได้เห็น มุมมองด้านอื่นของปาย และทำให้นักท่องเที่ยวบางคนไม่ประทับใจเนื่องจากเห็นว่าปายไม่มีอะไร สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวในปัจจุบันให้คุณค่าการมาเที่ยวปายมากกว่าการมาพักผ่อน วัยรุ่น ไม่ได้มาปายเพื่อซึบซับวิถีชีวิตท้องถิ่น แต่การมาเที่ยวปายของนักท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่าตัว นักท่องเที่ยวนั้นเป็นคนทันสมัย แตกต่างจากคนที่ยังไม่ได้มาเที่ยวปาย โดยนัยนี้การมาเที่ยวปาย จึงเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นคนที่อยู่ในกระแส ความเป็นอินดี้ เป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้คนที่มาเที่ยวปาย แตกต่างจากคนไม่เคยมา

ผลการวิจัยที่พบสอดคล้องกับโบดริยาร์ด (Baudrillard) เชื่อว่าการบริโภคในยุคโพสต์โม เดิร์นเป็นการบริโภคเชิงสัญลักษณ์เพราะนอกจากสินค้าจะมีคุณค่าในด้านประโยชน์ใช้สอยแล้วและ ราคาแล้ว วัตถุหรือสินค้าได้ถูกกำหนดในฐานะที่เป็นส่วนประกอบในการสร้างบรรยากาศของ ระบบคุณค่าใดระบบคุณค่าหนึ่งที่มีอยู่มากมายในสังคมสมัยใหม่ วัตถุโดยตัวมันเองจึงไม่ใช่ส่วน สำคัญ แต่เป็นความแตกต่างทางวัตถุที่ทำให้คนบริโภควัตถุนั้นแตกต่างจากคนอื่น ดังนั้นวัตถุจึงไม่ เคยถูกบริโภคในส่วนที่เป็นวัตถุ แต่จะถูกบริโภคในส่วนที่เป็นความแตกต่าง (สุภางค์ จันทวานิช, 2551:308)



นอกจากการมาเที่ยวปายจะเป็นสัญญาณของความเป็นคนในกระแสแล้ว ขณะเดียวกัน กิจกรรม ของนักท่องเที่ยว เช่น การที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสนอนในบ้านที่มุงด้วยตองตึง ริมน้ำปาย มีทิวเขาและทุ่งนาเป็นทิวทัศน์ ยังสะท้อนให้เห็นถึงความเป็น “คนนอก” ของนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสิ่งที่แตกต่างไปจากวิถีชีวิตปกติของนักท่องเที่ยว เป็นประสบการณ์นอกเหนือจากชีวิตประจำวันยามปกติ ซึ่งแตกต่างจากความเป็น “คนใน” ของคนท้องถิ่น นับเป็นการบริโภคผ่านสัญญาณ เนื่องจากการใช้ชีวิตอยู่ในบ้านที่มุงด้วยตองตึงริมน้ำปาย ชาวบ้านท้องถิ่นในฐานะ “คนใน” จะไม่รู้สึกรู้สึกลึกลับใจ เนื่องจากความเคยชินและเป็นวิถีชีวิตตามปกติ ขณะที่นักท่องเที่ยวจะตื่นตาตื่นใจและรู้สึกว่าเป็นประสบการณ์แปลกใหม่ ในกรณีที่นักท่องเที่ยวเลือกพักบ้านที่มุงด้วยตองตึงริมน้ำปายจึงไม่ได้เลือกเพียงเพราะมันเป็นแค่ที่พัก แต่ที่พักแบบนี้ได้ให้คุณค่า ให้ประสบการณ์ และสร้างความแปลกใหม่ ตื่นตาตื่นใจให้กับตน ขณะเดียวกันยังสอดคล้องกับแนวคิดของเกอ อร์ค บูดิน (2550) ที่ว่าคุณลักษณะสำคัญของคนในยุคโพสต์โมเดิร์นคือไม่ชอบของจริง แต่ชอบของเสมือนจริง (virtual) ซึ่งบ้านมุงด้วยตองตึงนั้นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ให้มีบรรยากาศคล้ายของเดิม แต่ไม่ใช่ของจริง เป็นลักษณะเสมือนจริง เนื่องจากภายในถูกตกแต่งอย่างทันสมัย มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน เพราะการเป็นของจริงแบบดั้งเดิมที่ชาวบ้านอยู่กันเองนั้นภายในจะไม่มีน้ำอุ่น ไม่มีอินเทอร์เน็ต ฯลฯ และการนอนในบ้านมุงด้วยตองตึงก็ไม่ใช่วิถีชีวิตจริงๆ ของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเพียงแค่ต้องการความแปลกใหม่ ซึ่งนับเป็นสิ่งเสมือนจริงที่เกิดขึ้นเป็นประสบการณ์ส่วนหนึ่งที่ได้จากการมาเที่ยวปาย

กล่าวโดยสรุป องค์ประกอบด้าน สาร บุคคลและบริบท รวมทั้งการจัดการบริหารสภาวะแวดล้อม และองค์ประกอบด้านการสื่อสารตามหลักการสื่อสารเชิงประยุกต์ ตามหลัก 15Ms เป็นองค์ประกอบสำคัญของรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย อันนำไปสู่การรับรู้ของนักท่องเที่ยวว่าปายเป็นเมืองแห่งศิลปะและศิลป์ และนำไปสู่การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบสังคมยุคโพสต์โมเดิร์น ที่การมาปายไม่ใช่แค่การมาพักผ่อนอีกต่อไป หากยังแสดงถึงความเป็นคนที่อยู่ในกระแสอีกด้วย

## ส่วนที่ 2 บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย

จากการวิจัยพบว่า ในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปายนั้น ผู้นำที่เป็นทางการ คือ นายนิเวศน์ พูลสวัสดิ์ นายอำเภอ และผู้นำไม่เป็นทางการ คือ นางอาภรณ์ แสงโชติ ซึ่งเป็นประธานกลุ่มสตรี มีบทบาททางการสื่อสารที่คล้ายคลึงกัน จะแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย

โดยสมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ (อ้างถึงในเวทีนี้ สตะเวทิน, 2542: 31) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้นำแบบเป็นทางการ (Formal leadership) คือ ผู้มีอำนาจหน้าที่ โดยได้รับการเลือกและแต่งตั้งจากทางราชการ ส่วนผู้นำแบบไม่เป็นทางการ (Informal leadership) คือ ผู้มีอิทธิพล มีความรู้ความสามารถ รู้สถานการณ์ภายในชุมชนเป็นอย่างดี แต่ไม่ได้รับมอบหมายอำนาจจากทางราชการ เป็นผู้ที่ชาวบ้านให้ความยอมรับและมักขอคำแนะนำอยู่เสมอ

ผลการวิจัยพบว่าบทบาททางการสื่อสารของผู้นำที่พบแบ่งออกได้ทั้งหมด 5 ด้าน คือ บทบาทในด้านการริเริ่มกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งพบทั้งในผู้นำแบบเป็นทางการและผู้นำแบบไม่เป็นทางการ แต่เป็นลักษณะที่ต่างคนต่างทำคนละกิจกรรม ไม่ได้เกี่ยวข้องกัน โดยในส่วนของนายอำเภอได้เป็นผู้ริเริ่มจัดกิจกรรม Season of Love@Pai ขณะที่นางอาภรณ์ แสงโชติ ประธานกลุ่มสตรีได้จัดกิจกรรมถนนสายวัฒนธรรมขึ้นมา

ส่วนบทบาททางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว นั้นพบได้ชัดเจนในส่วนของนายนิเวศน์ พูลสวัสดิ์ ซึ่งมักจะให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปายกับสื่อมวลชนและบุคคลต่างๆอยู่เสมอ

บทบาทในการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก นั้นพบได้จากการที่นายอำเภอมักมีการประสานงานความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกเสมอๆ โดยเฉพาะทท.แม่ฮ่องสอน เพื่อให้ช่วยเข้ามาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของอำเภอปาย

ส่วนบทบาทด้านการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และบทบาทในการเป็นที่ปรึกษาและช่วยแก้ไขปัญหาของชาวบ้าน นั้นคนที่บทบาทในการสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชนที่ชัดเจนคือ อาภรณ์ แสงโชติ ประธานกลุ่มสตรี ที่ได้พยายามชักชวนคนในชุมชนเข้ามารวมกลุ่ม ให้ทุกคนได้มีส่วนร่วม และเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอยู่เสมอ ขณะเดียวกันยังเป็นที่ปรึกษาของชาวบ้านยามที่ชาวบ้านเดือดร้อน

บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนทั้ง 5 บทบาทที่กล่าวมานั้น สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ สมฤทัย เสือปาน (2549) ที่พบว่า บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชน ประกอบไปด้วย การประสานความร่วมมือกับกลุ่มภาคีภายนอก การกระตุ้นความร่วมมือของสมาชิก ภายในชุมชน การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว การดูแลต้อนรับนักท่องเที่ยว และการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยว ทั้งยังสอดคล้องกับที่อ้อมทิพย์ เมฆรักชวาวณิช แคมป์และคณะ (2547) ได้กล่าวถึงบทบาททางการสื่อสารที่สื่อบุคคลสามารถแสดงออกได้ คือ เป็นผู้รับการสื่อสารจากโลกภายนอก (การสื่อสารเข้า) เป็นช่องทางถ่ายทอดข่าวสารให้ ประชาชนได้รับรู้ (การสื่อสารภายนอก) เป็นตัวสร้างรอยเชื่อมต่อการสื่อสารในแนวนอน (ระหว่าง ชาวบ้านกับชาวบ้าน) เป็นกลไกเร่ง (Catalyst) กระบวนการพบปะแสดงความคิดเห็น เป็นผู้สร้าง การมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นผู้แก้ไขหรือบริหารความขัดแย้งของชุมชน โดยอาจเข้าไปเป็นผู้ตัดสิน ผู้ประนีประนอม เป็นผู้รวบรวม/รับฟังความคิดเห็นและความต้องการของประชาชน เป็นปากเสียง ให้แก่คนกลุ่มต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มคนด้อยโอกาสและเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารของคนในชุมชน

ซึ่งนอกจากบทบาทที่กล่าวมาแล้วอ้อมทิพย์ เมฆรักชวาวณิช แคมป์และคณะ (2547) ยังกล่าวถึงบทบาทในการเป็นเครื่องมือในการสร้างความโปร่งใส และการเป็นผู้จัดเวทีสื่อสารทาง ความคิด แต่ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยไม่พบบทบาททางการสื่อสารของผู้นำในการเป็นเครื่องมือใน การสร้างความโปร่งใส ส่วนการเป็นผู้จัดเวทีสื่อสารทางความคิดก็ไม่ชัดเจนนัก เนื่องจากพบว่า ผู้นำอย่างไม่เป็นทางการได้ทำหน้าที่ในการโอกาสให้สมาชิกพูดคุยปรึกษาหารือกันภายในกลุ่ม เท่านั้น

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากบทบาททางการสื่อสารทั้ง 5 ลักษณะ ของผู้นำชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ผู้นำชุมชนของอำเภอปายมีบทบาทในการเป็นผู้ให้การสนับสนุน (Facilitator) คือ มีการให้คำแนะนำ สนับสนุนให้เกิดการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดเรื่องผู้เอื้อกระบวนการ (Facilitator) คือผู้ช่วยกลุ่มคน ให้ทำบางอย่างร่วมกันอย่างได้ผล เช่นให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน ให้ ประชุมร่วมกันเพื่อทำความเข้าใจ หรือตกลงบางอย่างร่วมกัน ช่วยให้เกิดกลุ่มคนได้ดำเนินการ บางอย่างร่วมกัน

นอกจากนี้หากพิจารณาบทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนในแง่ของรูปแบบการ สื่อสารแล้วผลการวิจัยพบว่า ชาวบ้านมักบ่นเสมอว่านายอำเภออยากได้อะไรก็ใช้วิธีสั่งการลงมา โดยไม่ได้ปรึกษาชาวบ้าน ดังกรณีของการจัดจัดกิจกรรม Season of Love@Pai ที่มีคนจำนวน

มากไม่เห็นด้วย ดังนั้นผู้นำที่เป็นทางการอย่างนายอำเภอ มีลักษณะการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) ในลักษณะสั่งการและมีทิศทางการสื่อสารจากบนลงล่าง (Top-Down)

ขณะที่อาภรณ์ แสงโชติ ผู้นำอย่างไม่เป็นทางการมักใช้การสื่อสารที่สอดคล้องกับกระตักคน เรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบกระบวนทัศน์ทางเลือก (Alternative Paradigm) และเป็นกระบวนกรสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) โดยมีลักษณะการไหลของข่าวสารทั้งแบบบนลงล่าง (Top-Down) ที่ใช้เป็นบางครั้ง เช่น การเรียกประชุมสมาชิก และแบบล่างขึ้นบน (Bottom-Up) ที่มักใช้อยู่เสมอเพื่อเปิดโอกาสให้ชาวบ้านได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ผู้นำทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการไม่มีการประสานความร่วมมือกันในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย และต่างคนต่างมีบทบาทหน้าที่แตกต่างกันไปไม่มีใครที่มีบทบาทที่ครอบคลุมทั้งหมด เนื่องจากบริบทชุมชนที่มีความเป็นชุมชนขยาย มีการเข้ามาของคนกลุ่มต่างๆ และมีผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนพรัตน์ มณีรัตน์ (2540) ที่ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช” พบว่า ผู้นำในชุมชนคีรีวงทั้งที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการและผู้นำไม่เป็นทางการมีการทำงานสอดคล้องและร่วมมือกันเนื่องจากล้วนแต่ทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการชมรมการท่องเที่ยว และมีบทบาทครอบคลุมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนทั้งหมด ตั้งแต่การก่อตั้งชมรมการท่องเที่ยว การกำหนดแผนการจัดการและกฎระเบียบ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การดูแลและบริการนักท่องเที่ยว รวมถึงการแก้ไขปัญหา

กล่าวโดยสรุปคือ ผู้นำชุมชนทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการของอำเภอปายมีบทบาททางการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไปบ้าง ทั้งยังไม่มีมีการประสานความร่วมมือกันในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไรก็ตามเป้าหมายของผู้นำทั้งสองแบบมีจุดประสงค์เดียวกันคือ ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอปายให้ดียิ่งขึ้น

#### ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

##### ข้อเสนอแนะสำหรับพื้นที่

- 1.ทางการ ควรเข้ามาให้การสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆที่ชาวบ้านได้ร่วมกันจัดขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ทางการไม่ได้สนใจและให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง ในกรณีที่เกิด

การรวมกลุ่มของชาวบ้านเพื่อแก้ไขปัญหาจากการท่องเที่ยว รวมทั้งการรวมกลุ่มกันจัดกิจกรรม เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

2. ผู้นำในอำเภอปายทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ควรมีการร่วมมือร่วมใจ และประสานการทำงานกันให้มากขึ้น เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้ไปในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะในด้านการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งผลการวิจัย พบว่า สภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมของอำเภอปายได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างมาก ซึ่งหากผู้นำมีการทำการบูรณาการการทำงานร่วมกัน ก็จะช่วยแก้ไขปัญหาของอำเภอปายได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

3. ในพื้นที่ควรมีการส่งเสริมและสร้างความรู้เข้าใจกับคนในพื้นที่ให้ตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากการนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ เพื่อจะได้มีการเตรียมพร้อมที่จะรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น

4. ควรสนับสนุนให้มีการพูดคุยกันระหว่างกลุ่มคนท้องถิ่นดั้งเดิมและคนที่เข้ามาอยู่ใหม่ เพื่อให้เกิดการร่วมแสดงความคิดเห็น พูดคุยกันถึงอนาคตของปายว่าจะดำเนินไปในทิศทางใด เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าในอำเภอปายมีทั้งผู้ที่เข้ามาอยู่ใหม่และผู้อยู่เดิมทำให้การรวมตัวกันเกิดขึ้นได้ยาก และขณะเดียวกันคนดั้งเดิมเองก็เริ่มมีการแบ่งพรรคแบ่งพวก เนื่องจากสังคมที่กว้างขึ้น ทั้งนี้ผลจากการรวมกลุ่มพูดคุยจะนำไปสู่การแสวงหาความร่วมมืออันนำไปสู่แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการบูรณาการมิติอื่นเข้ามาช่วยในการวิจัยอย่าง มิติเรื่องบุคคล หรือพื้นที่ เช่น อัจฉาแนวคิดเรื่อง 15Ms เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปได้อย่างครบถ้วนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมิติด้านการสื่อสารเพียงด้านเดียวอาจไม่ครอบคลุม

2. ผู้วิจัยเสนอให้มีการทำการวิจัยแบบปริมาณรวมกับการทำวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อเพิ่มมิติของการศึกษา เนื่องจากการทำวิจัยครั้งนี้และการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ มักใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพียงอย่างเดียว หากมีการนำการทำวิจัยเชิงปริมาณมาใช้ควบคู่จะทำให้พบข้อค้นพบที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

3. ผู้วิจัยเสนอให้มีการทำการวิจัยในส่วนของนักท่องเที่ยวนอก การศึกษาในด้านการรับรู้ทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น



ศูนย์วิทยพัชกร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### รายการอ้างอิง

กนต์ธีร์ ศิวาลัย. **สัมภาษณ์**, 13 พฤศจิกายน 2552.

กรชวัล น้ำใจดี. **การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

เกื้อ วงศ์บุญสิน. **โครงสร้างประชากรของไทยยุคโพสต์โมเดิร์น**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. **ได้ฟ้าผ่าแห่งการศึกษาสื่อบุคคลและเครือข่ายการสื่อสาร**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2549.

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. **เมื่อสื่อส่องและสร้างวัฒนธรรม**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ศาลาแดง, 2545.

กาญจนา แก้วเทพและคณะ. **สื่อเพื่อชุมชน : การประมวลองค์ความรู้**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2543.

จันทร์ทิพย์ ปาละนันท์. **ความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำชุมชน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

จันทร์พร ชัยวารี. **สัมภาษณ์**, 21 พฤศจิกายน 2552.

จิตติศักดิ์ พุฒจรรย์. **สัมภาษณ์**, 16 พฤศจิกายน 2552.

ใจ คัมมิ่งส์. **สัมภาษณ์**, 11 มีนาคม 2553.

ชาญวิทย์ นาคะสุวรรณ. **ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน**. **สัมภาษณ์**, 21 มกราคม 2553.

ดวงกมล วรรณโนทัย. **บทบาทผู้นำและการผสมผสานทางวัฒนธรรม ศึกษากรณีชุมชนกะเหรี่ยงในชุมชน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ดวงจันทร์ อรัญญูมิ. **สัมภาษณ์**, 18 มกราคม 2553.

ดวงใจ หล่อธนวนณิชย์. **รัฐ ทูม ชุมชนกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน: ศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง ไทยกับญี่ปุ่น**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

ดวงพร คำคุณวัฒน์และคณะ. **โครงการวิจัยและพัฒนาการสื่อสารสุขภาพของท้องถิ่น**. กรุงเทพมหานคร: จรัสสินทวงศ์การพิมพ์, 2550.

ดู อยปวีณ กรณธ์ แสง. **ผีบ้าแห่งเมืองปาย**. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา: <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/lifestyle/lifestyle/20090502/38285/ผีบ้าแห่งเมืองปาย.html> [2552, กรกฎาคม 15]

ดู อยปวีณ กรณธ์ แสง. **เส้นทางปายสายไปหรือยัง**. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา: <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/life-style/> [2552, มิถุนายน 20]

ถวิล ปาลี. **สัมภาษณ์**, 19 มกราคม 2553.

ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. **IMC in action : สื่อสารการตลาดแบบครบวงจรเชิงปฏิบัติการ**. กรุงเทพฯ : ทิปป์ พอยท์, 2545.

นพรัตน์ มุณีรัตน์. **การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนศิริง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนการภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

นิลบล แสนอาทิตย์. **กระบวนการสื่อสารในการอนุรักษ์แม่น้ำของตำบลไหล่นาน อำเภอเวียงสา จังหวัดน่าน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนการภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

นิเวศน์ พูลสวัสดิ์. นายอำเภอปาย. **สัมภาษณ์**, 21 พฤศจิกายน 2552.

เบญจวรรณ วงศ์คำ. **สัมภาษณ์**, 12 พฤศจิกายน 2552.

ป. ฉัยยา. **The anatomy of buzz. How to Create word of Mouth Marketing กลยุทธ์การตลาดปากต่อปาก**. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี, 2545.

ประภาภรณ์ ยมกวาง. **สัมภาษณ์**, 19 มกราคม 2553.

ปานใจ ปิ่นจินดา. **จับต้นชนปลาย เหตุใดปายถึงดัง**. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา: <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/life-style/> [2552, มิถุนายน 20]



- ปานใจ ปิ่นจินดา. **ทำไมถึงทำกับปายได้**. [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา: [http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/life-style/\[2552, มิถุนายน 20\]](http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/life-style/[2552, มิถุนายน 20])
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. **การสื่อสารประเด็นสาธารณะและการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย**. กรุงเทพมหานคร : วี.พริ้นท์ (1991), 2549
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. **แบรนต์บาป**. กรุงเทพฯ : เอ เอ เปเปอร์ แอนด์ สเตชันเนอรี, 2551
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. **ประมวลสาระชุดวิชา 15703 เทคโนโลยีการจัดการการสื่อสาร**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2548
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์และคณะ. **การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน : จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2549
- พิมพ์พรรณ ยังประสิทธิ์. **สัมภาษณ์**, 21 พฤศจิกายน 2552.
- พิรชญา ศรีเพชรอาวุธ. **บทบาทการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อดำรงรักษาความเป็นชุมชนเข้มแข็งบ้านน้ำเกียน กิ่งอำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. **การประชาสัมพันธ์ขั้นสูง**. กรุงเทพมหานคร: ที.พี. พริ้นท์, 2542.
- ภูฉาย ณ พัทลุง. **สัมภาษณ์**, 19 มกราคม 2553.
- เมื่อสื่อและภาครัฐ คือตัวการทำให้ “ปาย” เปลี่ยนไป**. [ออนไลน์]. 2549. แหล่งที่มา: <http://www.prachathai.com> [2552, มิถุนายน 20]
- ยอด เนตรสุวรรณ. **เที่ยวปายกันเถอะ**. กรุงเทพฯ: สารคดี, 2551.
- ยาดา สุยะเวช. **จุดชนวนคิด พลิกสถานการณ์ The tipping point**. กรุงเทพฯ : ดีเอ็มจี, 2550
- รัชดาภรณ์ ชาญชาคริตพงษ์. **การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2543.
- รัศมี ชูทรงเดช. **รายงานการวิจัย เรื่อง การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการฟื้นฟู อนุรักษ์ และจัดการ สืบสานทรัพยากรทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ของชุมชนในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน**. สถานที่พิมพ์: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2550.

วรเทพ กันทาดี. **สัมภาษณ์**, 17 มกราคม 2553.

วรรณวิมล หุติณทรวงศ์. **การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของชุมชนปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสาคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

วาธินี เชาววิทธิ. **สัมภาษณ์**, 15 พฤศจิกายน 2552.

วิวัฒน์ ชัยปาณี. **สร้างแบรนด์**. กรุงเทพฯ : ทิปป์ พอยท์, 2546

วีรพล ศิลรัตน์. **สัมภาษณ์**, 20 พฤศจิกายน 2552.

เวทีณี สตะเวทิน. **การสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำภู**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

สมเกียรติ สมจิตต์. **สัมภาษณ์**, 17 พฤศจิกายน 2552.

สมเพชร แก้วชุม. **สัมภาษณ์**, 19 มกราคม 2553.

สมฤทัย เสือปาน. **การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

สมสุข หินวิมาน และคณะ. **รายงานการวิจัยในโครงการเครือข่ายการสื่อสารกับศักยภาพ การดำรงอยู่ของชุมชน : ศึกษากรณีบ้านทุ่งขวาง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ชุดโครงการวิจัย ระบบการสื่อสารเพื่อชุมชน**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2547.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. **การพัฒนาชุมชน**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

สันโดษ สุขแก้ว. **สัมภาษณ์**, 17 พฤศจิกายน 2552.

สินธุ์ สโรบล. **การท่องเที่ยวโดยชุมชน : แนวคิดและประสบการณ์ที่ภาคเหนือ**. เชียงใหม่ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2541.

เสถียร เขยประทับ. **การสื่อสารและการพัฒนา**. พิมพ์ครั้งที่ 2 .กรุงเทพมหานคร: คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ม.ป.ป.

เสน่ห์ จามริก. **นโยบาย กลวิธี การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน กรุงเทพมหานคร**. ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข, 2527.

เสริมยศ ธรรมรักษ์. **หลักการตลาดเพื่อนักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2552.

หล้า. **สัมภาษณ์**, 21 มกราคม 2553.

อคิน รพีพัฒน์. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคมและวัฒนธรรมไทย. ใน **ทิวทอง หงส์วิวัฒน์(บรรณาธิการ), การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร: ศักดิ์โสภา การพิมพ์, 2527.

อริสรา ธนูแผลง. **รูปแบบการสื่อสารในการบริหารจัดการธนาคารขยะชุมชนวัดกลาง ซอยลาดพร้าว 132**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

อรุณีวรรณ นาศรี. **การสื่อสารในการจัดการประชาคมตำบลเที่ยง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

อ้อมทิพย์ เมฆรักษาวณิช แค่มป์ และคณะ. **บทบาททางการสื่อสารในการเสริมพลังความเข้มแข็งของผู้หญิงในการปกครองท้องถิ่น**. รายงานการวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2547.

อัครเดช ตาปราบ. นายกเทศมนตรีตำบลตำบลปาย. **สัมภาษณ์**, 22 พฤศจิกายน 2552.

อาภรณ์ แสงโชติ. **สัมภาษณ์**, 16 พฤศจิกายน 2552.

อาภา เอร่าวัฒน์. **บทบาทของการสื่อสารแบบบอกต่อในการตัดสินใจซื้อ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

อำพร บุญอินทร์. **สัมภาษณ์**, 18 มกราคม 2553.

อำพร บุญอินทร์. **สัมภาษณ์**, 19 พฤศจิกายน 2552.

อำพัน ปรัชญาวิชัยกุล. **สัมภาษณ์**, 16 พฤศจิกายน 2552.

อุตร วงษ์ทับทิม. **โครงการชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม ตำบลแม่สี อำเภอลำปาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน**. รายงานการวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2545.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรมและสังคม**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

เอ้ Elite Gallery. **สัมภาษณ์**, 22 พฤศจิกายน 2552.

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวปานตา ดารามิตร เกิดเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม พ.ศ. 2524 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต ศึกษามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2546 และเข้าศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2551



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย