

|                        |                                                                                   |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อเรื่อง             | ปาย: การสร้างอัตลักษณ์และการให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว |
| ชื่อผู้เขียน           | นางสาวปานแพร เซาว์ประยูร                                                          |
| ชื่อปริญญา             | ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารศาสตร์                                            |
| ประธานกรรมการที่ปรึกษา | รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย ปัญญาดี                                                |

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พัฒนาการการท่องเที่ยวและการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยว “ปาย” อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน 2) การสร้างความหมายซึ่งสะท้อนผ่านสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับการท่องเที่ยว โดยผ่านสายตาของคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ และ 3) ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการประยุกต์อัตลักษณ์และการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยพื้นที่ที่ศึกษาคืออำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วยชุมชน ตัวแทนภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศและผู้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์พัฒนาการเชิงประวัติศาสตร์ (Structural - Historical Development Approach) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสร้างข้อสรุปเชิงอุปมาน (Inductive Method) ในส่วนของการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น ผู้วิจัยได้ใช้การวางแผนฉากทัศน์ (Scenario Planning) มาใช้ในการประกอบสร้างยุทธศาสตร์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวปาย ผลการวิจัยมีดังนี้

1. การท่องเที่ยวอำเภอปาย มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ได้เริ่มมีการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นจุดแวะพักของนักเดินทางไปยังจังหวัดแม่ฮ่องสอนจนกลายเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศโดยในแต่ละช่วงเวลานั้นอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวปายได้ถูกสร้าง (Construct) รื้อสร้าง (Deconstruct) และผลิตรีสร้าง (Reconstruct) จากชุมชน ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ อัตลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นไม่ได้มีการยึดติดแต่เพียงว่าใครเป็นผู้สร้างแต่การดำรงอยู่ของอัตลักษณ์ ถูกทำให้เลื่อนไหลและต่างใช้ร่วมกันระหว่างกลุ่มคนแต่ละกลุ่มอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวปายประกอบด้วย 1) Utopia เป็น Utopian นครเมกกะของฝรั่งเศสแบกเป้ 2) เมืองแห่งขุนเขา ป่าไม้และความหนาวเย็น 3) เมืองแห่งยาเสพติด ผื่นกัญชา 4) เมือง Artist สินค้า handmade 5) จิบกาแฟหอมกรุ่นต้องเมืองปาย 6) Pai In Love ปาย

โรมานติก รักกัน ได้ตลอด 7) เมืองแห่งดนตรีเรกเก้ 8) ปาย “มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์” และ 9) ปาย is nothing

2. สัญญาทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวปายได้ถูกสร้างขึ้นจากนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ประกอบการ โดยสัญญาทางวัฒนธรรมดังกล่าวได้ถูกสะท้อนผ่านอาหารเครื่องแต่งกายของที่ระลึกสถาปัตยกรรมความเชื่อและเรื่องเล่าตลอดจนกิจกรรมและงานประเพณีซึ่งวัตถุประสงค์ในการให้ความหมายเชิงสัญญาทางวัฒนธรรมนั้นเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอปาย เนื่องจากความหมายเชิงสัญญาทางวัฒนธรรมดังกล่าวสามารถเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยว กระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของวัฒนธรรม ระบบความคิดและค่านิยมของชุมชน

3. ผลการจัดทำยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการประยุกต์อัตลักษณ์และการสร้างความหมายเชิงสัญญาเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่าวิสัยทัศน์ (Vision) การพัฒนาคือ “พัฒนาการท่องเที่ยวปายให้ดำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ภายใต้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ของผู้คนที่หลากหลาย โดยมีระบบการจัดการที่เหมาะสม” โดยมีพันธกิจ (Mission)<sup>4</sup> ประการ คือ 1) พัฒนาอำเภอปายให้เป็นอำเภอที่มีอัตลักษณ์ความเป็นปายภายใต้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ของผู้คนที่หลากหลาย 2) เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีระบบการจัดการที่ดี ภายใต้อัตลักษณ์ของอำเภอปาย เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของอำเภอปายอย่างยั่งยืน 3) พัฒนาอำเภอปายให้เป็นเมืองที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถพัฒนาสู่แหล่งท่องเที่ยวระดับประเทศได้ และ 4) การพัฒนาการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอำเภอปายบนพื้นฐานของอัตลักษณ์ปายและเพื่อให้บรรลุตามพันธกิจดังกล่าวได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategies) การพัฒนา 5 ด้านประกอบด้วย 1) ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคเพื่อการท่องเที่ยว 2) ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาสินค้าของที่ระลึก สินค้าชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว 3) ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน 4) ยุทธศาสตร์ในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว 5) ยุทธศาสตร์ในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ทางวัฒนธรรม

|                                       |                                                                                                        |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Title</b>                          | Pai: The Process of Identity Development and Cultural Construction of Meaning for the Tourism Industry |
| <b>Author</b>                         | Miss Parnprae Chaoprayoon                                                                              |
| <b>Degree of</b>                      | Doctor of Philosophy in Administrative Science                                                         |
| <b>Advisory Committee Chairperson</b> | Associate Professor Dr. Chalermchai Panyadee                                                           |

### ABSTRACT

The objectives of this research were to explore : 1) development of tourism and creation of “Pai” tourism identity in Pai district, Mae Hong Son province; 2) creation of a meaning of cultural reflection in relation to tourism through the perspective of the local people, tourists and entrepreneurs; and, 3) appropriate strategies used in the application of identity and meaning construction towards the development of tourism products in Pai district, Mae Hong Son province. This research was a qualitative type of research that was conducted in Pai district, Mae Hong Son province with respondents consisting of communities, representatives from local government and non-government sectors, local and foreign tourists, and entrepreneurs. Data were analyzed by using Structural-Historical Development Approach, Content Analysis and Inductive Method. The Scenario Planning was used to create a management strategy for the production of Pai tourism products. Results of the study are indicated below.

1) Tourism in Pai district has been found to have continuously developed ever since it started to become a mere place to stop and rest by tourists who traveled to Mae Hong Son province but has now become an increasingly popular destination for both Thai and foreign tourists. All those times, the identity for Pai tourism had been both constructed or deconstructed and reconstructed by the community, entrepreneurs, tourists and even government officials. This particular tourism identity that was constructed was not of a permanent character but only those who have constructed the identity existed permanently, and the identity continued to flow with times as used by various groups based on their own convenience. Through the study, Pai tourism identity was found to consist of being 1) a utopia, a mecca-city for backpackers; 2) a town of highlanders, silk and cold weather; 3) an area for drugs, heroin and marijuana; 4) a place for artists and handmade products; 5) a place for sipping aromatic brewed coffee; 6) as in “Pai In

Love”, a place for romance and endless love; 7) a place for Reggae music; 8) as Pai, “a place of diverse ethnic minorities”; and 9) as “Pai is nothing”.

1) Cultural understanding of Pai tourism was created by tourists, community and entrepreneurs as reflected in food, attire, souvenirs, architecture, beliefs and stories including activities and tradition. The purpose of providing meaning to cultural understanding of Pai tourism was to promote tourism in Pai district because this meaning was able to improve the value of tourism while being able to motivate the need for tourism and most of all, as an expression of the the importance of culture, thinking system and community acceptance.

2) Regarding result of the strategic management suitable for application of identity and construction of meaning towards the development of Pai tourism products in Machongson province, it showed that the vision for development that was “the development of Pai tourism to survive in an identity of life, culture, and tradition of a diverse group of people under a suitable management”, was expressed through four (4) distinct missions: 1) development of Pai district as an area with its own identity under a lifestyle, culture and tradition of a diverse group of people; 2) development of Pai district as a tourism town with good management based on the potential of the Pai district to sustainably develop tourism products of Pai district; 3) development of Pai district to be a place where diverse tourism potentials could be improved to the national level; and 4) development of participation from every sector for the improvement of tourism products of Pai district based on Pai identity. In addition, in order to obtain these above-mentioned missions, development strategies were set up in terms of : 1) a strategy in the development of welfare services for tourism; 2) a strategy in the development of souvenir products and community tourism products; 3) a strategy for the sustainable development of tourism sites; 4) a strategy in the conservation of traditional arts and culture of the local community for tourism; and; 5) a strategy in the creation of new cultural tourism sites.