

แนวทางการใช้การสื่อสารเพื่อการยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว
ระดับท้องถิ่นของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน
ตามกรอบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมาตรฐานสากล*

COMMUNICATION APPROACHES FOR ENHANCING LOCAL TOURISM STANDARDS
IN PAI DISTRICT, MAE HONG SON PROVINCE, IN ACCORDANCE WITH
THE SUSTAINABLE TOURISM FRAMEWORK AND INTERNATIONAL STANDARDS

อรัญญ์ กาวิ^{1*}, กมลรัฐ อินทรทัศน์¹, หัสพร ทองแดง¹, กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์²

Oratai Kawi^{1*}, Kamolrat Intaratat¹, Hassaporn Thongdaeng¹, Kuntida Thamwipat²

¹คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช นนทบุรี ประเทศไทย

¹School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi, Thailand

²คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

²Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: kawioratai5137@gmail.com

*Tel: 099-442-3444

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สถานการณ์และลักษณะการสื่อสารด้านการท่องเที่ยว 2) กระบวนการสื่อสารในการบริหารจัดการและยกระดับการท่องเที่ยว 3) ยุทธการสื่อสารของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และ 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนให้สอดคล้องกับกรอบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนระดับสากล เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 35 คน จาก 5 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ตัวแทนภาครัฐ 2) ตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3) ตัวแทนภาคเอกชน 4) ตัวแทนผู้นำชุมชน และ 5) ตัวแทนนักท่องเที่ยว เครื่องมือวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย โดยผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญก่อนเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสังเคราะห์เนื้อหาพร้อมกับแนวคิดทฤษฎี ผลการวิจัยพบว่า 1) สถานการณ์การสื่อสารด้านการท่องเที่ยวมีความเข้มแข็งด้านการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ผ่านสื่อดิจิทัลและการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการผ่านเครือข่ายออนไลน์และการบอกต่อของนักท่องเที่ยว แต่การสื่อสารเชิงนโยบายและการบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงานยังขาดเอกภาพ 2) กระบวนการสื่อสารมีลักษณะกระจายตัวตามบทบาทของแต่ละภาคส่วนโดยภาครัฐเน้นนโยบายและโครงสร้างพื้นฐาน ภาคเอกชนเน้นการตลาดและประสบการณ์ท่องเที่ยว ส่วนชุมชนมีบทบาทในการสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่น 3) กลยุทธ์การสื่อสาร



เน้นภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ วัฒนธรรมร่วมสมัยดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ยังไม่ให้ความสำคัญด้านเศรษฐกิจมากกว่า มาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน และ 4) ด้านการพัฒนากระบบสื่อสารบูรณาการการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลกลางด้านการท่องเที่ยวเชื่อมรัฐ เอกชนและชุมชน ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวที่พบข้อจำกัดเรื่องความลักลั่นระหว่างการตลาดเชิงพาณิชย์กับการสื่อสารเพื่อความยั่งยืน

คำสำคัญ: การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวยั่งยืน, มาตรฐานการท่องเที่ยวสากล, การสื่อสารเชิงเครือข่ายแบบมีส่วนร่วม, การท่องเที่ยวในอำเภอปาย

Abstract

This research aimed to investigate 1) The situation and characteristics of tourism communication. 2) The communication processes in managing and enhancing tourism; 3) The communication strategies of relevant stakeholders and 4) Guidelines for developing communication to elevate tourism standards in Pai District, Mae Hong Son Province, in alignment with international sustainable tourism frameworks. Data was collected through in-depth interviews with a sample of 35 individuals from five groups: 1) Government representatives, 2) Local government representatives, 3) Private sector representatives, 4) Community leaders, and 5) Tourists. The research instrument underwent content validity verification by experts prior to data collection. Data analysis was conducted using content synthesis integrated with relevant theoretical concepts. The findings revealed that 1) Regarding the communication situation, there was robust public relations of destination image via digital media and informal communication through online networks and tourist word-of-mouth however policy communication and inter-agency data integration lacked unity. 2) The communication process was decentralized based on the distinct roles of each sector, with the government focusing on policy and infrastructure, the private sector on marketing and tourist experiences, and the local community on communicating cultural identity. 3) Communication strategies prioritized the image of eco-tourism and contemporary culture to attract visitors, yet primarily emphasized economic aspects over environmental and social dimensions as prescribed by the ASEAN Tourism Standards and 4) Regarding integrated communication system development, a centralized tourism information hub should be established to connect the government, private sector, and local communities. Crucially, the discussion of these findings aligns with previous literature in tourism communication, which consistently highlights a persistent conflict and discrepancy between commercial marketing and communication for sustainability.

Keywords: Tourism Communication, Sustainable Tourism, International Tourism Standards, Participatory Network Communication, Tourism in Pai District

บทนำ

อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีภาพลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวผู้สนใจธรรมชาติและการท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น งานแคนดัดดาวนซ์ชนเผ่าและสงฆ์พายัพเก่าต้อนรับปีใหม่ งานประเพณีปอยส่างลอง งานมหกรรมดนตรีเร็กเก้สกา และงานเทศกาลหนึ่งเมืองปาย แม้ปายจะเป็นที่รู้จักในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมระดับนานาชาติ แต่การเติบโตของการท่องเที่ยวในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้ผลักดันให้เมืองท่องเที่ยวขนาดเล็กแห่งนี้เปลี่ยนผ่านจากพื้นที่ของนักท่องเที่ยวแบบแบกเป้ (Backpacker) ไปสู่การท่องเที่ยวเชิงมวลชน (Mass Tourism) และการท่องเที่ยวตามกระแสสื่อสังคมออนไลน์ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก่อให้เกิดแรงกดดันต่อระบบนิเวศ เศรษฐกิจท้องถิ่น และโครงสร้างทางสังคมวัฒนธรรม จนสะท้อนภาวะการท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับ (Overtourism) ซึ่ง Cohen, E. ได้อธิบายปายว่าเป็น “Backpacker enclave in transition” หรือชุมชนแบ็กแพ็กเกอร์ที่กำลังเปลี่ยนผ่านสู่เมืองท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์และมวลชน (Cohen, E., 2006)

การขยายตัวของการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วได้ทำให้อำเภอปายเปลี่ยนผ่านจากพื้นที่เศรษฐกิจเกษตรกรรมไปสู่เมืองบริการและธุรกิจท่องเที่ยวภายในระยะเวลาไม่ถึงหนึ่งทศวรรษ โดยสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok และ Instagram ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการกำหนดภาพลักษณ์ของปายในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์เชิงไลฟ์สไตล์และการสร้างคอนเทนต์ภาพถ่ายเพื่อเผยแพร่บนสื่อดิจิทัล ปรากฏการณ์ดังกล่าวส่งผลให้เกิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่ไม่สอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่ เช่น การใช้สารเสพติด การขับขีรถจักรยานยนต์อย่างประมาท รวมถึงการแต่งกายที่ไม่เหมาะสมภายหลังการทำกิจกรรมล่องห่วงยาง ซึ่งนำไปสู่ความขัดแย้งและความตึงเครียดระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันคนในพื้นที่จำนวนหนึ่งเริ่มรู้สึกสูญเสียความเป็นเจ้าของพื้นที่ของตนเองอีกทั้งประเด็นความแตกต่างทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะกรณีนักท่องเที่ยวบางเชื้อชาติ ยังถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวางผ่านสื่อออนไลน์ (อนุพันธ์ สติธิต, 2568) สถานการณ์ดังกล่าวมีลักษณะใกล้เคียงกับปัญหาการท่องเที่ยวเกินขนาด (Overtourism) ที่เกิดขึ้นในประเทศญี่ปุ่นซึ่งส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชุมชน วัฒนธรรมท้องถิ่น และความสัมพันธ์ระหว่างคนในพื้นที่กับนักท่องเที่ยว นอกจากผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรมแล้ว การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวยังสร้างแรงกดดันต่อสิ่งแวดล้อมของพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านปริมาณขยะและปัญหามลพิษทางอากาศ โดยเฉพาะสถานการณ์ไฟป่าและฝุ่นละออง PM2.5 ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นในปี พ.ศ. 2569 พื้นที่ตำบลเวียงเหนือมีค่าดัชนีคุณภาพอากาศ (AQI) สูงถึง 1,357 $\mu\text{g}/\text{m}^3$ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนและทำให้นักท่องเที่ยวลดลงมากกว่าร้อยละ 90 ในช่วงเวลาดังกล่าว ปัญหาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของจังหวัดแม่ฮ่องสอน ทั้งในประเด็นการจัดการขยะ มลพิษทางอากาศและการบริหารทรัพยากรธรรมชาติเพื่อความยั่งยืน (กรมควบคุมมลพิษ, 2569)

การแก้ปัญหาและบริหารจัดการปัญหาการท่องเที่ยวดังกล่าวจำเป็นต้องยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวของพื้นที่ให้สอดคล้องกับมาตรฐานการท่องเที่ยวระดับสากลซึ่งเป็นกรอบสำคัญที่ใช้กำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับโลกและระดับภูมิภาค ทั้งนี้ มาตรฐานดังกล่าวไม่ได้มุ่งเน้นเพียงคุณภาพการบริการหรือการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจเท่านั้นแต่ยังครอบคลุมถึงการบริหารจัดการทรัพยากร การมีส่วนร่วมของชุมชน การรักษาสิ่งแวดล้อม การคุ้มครองวัฒนธรรมท้องถิ่น การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน

การสื่อสารถือเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงการดำเนินงานทั้งหมดให้ไปสู่มาตรฐานดังกล่าวได้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น 1) เกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Criteria: GSTC) เกณฑ์ GSTC เป็นมาตรฐานสากลด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่พัฒนาโดย Global Sustainable Tourism Council ซึ่งเกิดจากความร่วมมือขององค์กรระหว่างประเทศ ภาครัฐกิจ และหน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้เป็นกรอบกลางในการกำหนดแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับโลก โดยเกณฑ์ดังกล่าวแบ่งออกเป็น 4 มิติสำคัญ ได้แก่ การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม การอนุรักษ์วัฒนธรรม และการจัดการสิ่งแวดล้อม (Global Sustainable Tourism Council, 2019) สำคัญสำคัญของเกณฑ์ GSTC คือ การกำหนดให้แหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบบริหารจัดการร่วมที่เปิดโอกาสให้ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนและประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนา การติดตามผลกระทบและการตัดสินใจด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน 2) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ SDGs ถูกกำหนดโดย United Nations ในปี ค.ศ. 2015 เพื่อเป็นกรอบการพัฒนาของโลกร่วมกัน จำนวน 17 เป้าหมาย โดยเชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกันอย่างสมดุล ทั้งนี้ ภาคการท่องเที่ยวถูกเชื่อมโยงกับหลายเป้าหมายสำคัญ เช่น การจ้างงานที่มีคุณค่า เมืองและชุมชนยั่งยืน การบริโภคและการผลิตอย่างรับผิดชอบรวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (United Nations, 2015) การบรรลุเป้าหมายดังกล่าวไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากขาดกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากเกณฑ์ SDGs ต้องอาศัยการสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วน การสื่อสารจึงมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดนโยบาย สร้างการรับรู้และกระตุ้นให้ชุมชน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวตระหนักถึงบทบาทของตนในการรักษาสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม 3) มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Thailand Community-Based Tourism Standard) มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทยได้รับการส่งเสริมโดย Designated Areas for Sustainable Tourism Administration เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนมีบทบาทเป็นศูนย์กลางของการบริหารจัดการ โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่การกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม การอนุรักษ์อัตลักษณ์วัฒนธรรมและการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน การยกระดับอำเภอบายให้สอดคล้องกับมาตรฐานดังกล่าวยังขาดกระบวนการสื่อสารที่จะเชื่อมโยงปัจจัยความเกี่ยวข้องทั้งหลายเข้าไว้ด้วยกัน (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์การมหาชน, 2565) 4) มาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Standards) มาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียนถูกกำหนดโดย Association of Southeast Asian Nations เพื่อยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียนให้มีมาตรฐานร่วมกันทั้งในด้านคุณภาพบริการ ความปลอดภัย สุขอนามัย และการจัดการสิ่งแวดล้อมโดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาค (ASEAN Secretariat, 2015) สำหรับการท่องเที่ยวในอำเภอบายการเข้าสู่มาตรฐานดังกล่าวจำเป็นต้องพัฒนาระบบการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งด้านการจัดการขยะ ความปลอดภัย การจัดระเบียบพื้นที่ท่องเที่ยวการค้าและการบริหารจัดการความแออัดของนักท่องเที่ยว

การยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของอำเภอบายไปสู่ระดับสากลมิใช่เพียงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานหรือการเพิ่มกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเท่านั้นแต่จำเป็นต้องสร้างระบบการสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สามารถเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนให้เกิดความร่วมมือ ความเข้าใจร่วม และการมีส่วนร่วม

ในการกำหนดอนาคตของการท่องเที่ยวในพื้นที่ ดังนั้น การศึกษาเรื่อง “แนวทางการใช้การสื่อสารเพื่อการยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนตามกรอบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตามมาตรฐานสากล” จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากปัญหาการท่องเที่ยวของอำเภอปายในปัจจุบันมิได้สะท้อนเพียงข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการพื้นที่หรือผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวเท่านั้น หากแต่สะท้อนถึงข้อจำกัดของกระบวนการสื่อสารที่ยังไม่สามารถทำหน้าที่เป็นกลไกกลางในการเชื่อมโยงนโยบาย การจัดการ และความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์และลักษณะการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ภายใต้กรอบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตามมาตรฐานสากล
- 2 เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารที่ใช้ในการบริหารจัดการและยกระดับการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ว่ามีความสอดคล้องกับหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามมาตรฐานสากลเพียงใด
- 3 เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน สู่มาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับสากล
- 4 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ให้สอดคล้องกับกรอบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตามมาตรฐานสากล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งทำความเข้าใจบริบท กระบวนการ และมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังต่อไปนี้

1. **กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก** ผู้ให้ข้อมูลหลักถูกคัดเลือกเจาะจงจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและการจัดการการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 35 คน ประกอบด้วย 1) ตัวแทนภาครัฐ 2) ตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3) ตัวแทนภาคเอกชน เช่น ผู้ประกอบการที่พัก ร้านอาหาร ธุรกิจบริการท่องเที่ยว 4) ตัวแทนผู้นำชุมชน เช่น ผู้นำชุมชน ชุมชนหรือผู้มีบทบาทด้านวัฒนธรรมและทรัพยากรท่องเที่ยว และ 5) ตัวแทนนักท่องเที่ยว โดยเก็บข้อมูลในช่วงปี พ.ศ.2567-2568
2. **เกณฑ์การคัดเลือก** ใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง ได้แก่ บุคคลหรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารและการจัดการการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนทั้งในระดับนโยบาย ระดับปฏิบัติการ และระดับวิชาการ
3. **เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ** ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวิจัยแบบสามเส้า (Triangulation) ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือ โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากแหล่งที่หลากหลาย ได้แก่ ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ผู้นำชุมชน และนักท่องเที่ยว เพื่อดูความสอดคล้อง



4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองประกอบกับการบันทึกเสียง การจดบันทึกภาคสนาม และการถ่ายภาพตามความเหมาะสม การเก็บข้อมูลเป็นไปตามหลักจริยธรรมการวิจัย ในมนุษย์โดยขอความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูลก่อนการสัมภาษณ์ทุกครั้งซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขของมหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช

5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ถูกนำมาถอดความและจัดหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์ การวิจัยและประเด็นที่ศึกษา จากนั้นตัดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้อง ตีความ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสังเคราะห์ เชิงเนื้อหาและการจัดหมวดหมู่เพื่อเรียบเรียงนำเสนอ

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยสถานการณ์และลักษณะการสื่อสารด้านการท่องเที่ยว พบว่า สถานการณ์การสื่อสารด้านการท่องเที่ยวของอำเภอปายมีลักษณะเป็นระบบการสื่อสารแบบผสมผสานระหว่างการสื่อสารเชิงนโยบายและการสื่อสารเชิงพื้นที่โดยหน่วยงานภาครัฐทำหน้าที่กำหนดทิศทางการสื่อสารระดับมหภาค ขณะที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน และผู้ประกอบการเป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดสารในระดับพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ลักษณะการสื่อสารยังคงเป็นการสื่อสารแนวดิ่ง (Top-down Communication) สอดคล้องกับมุมมองของตัวแทนภาครัฐที่ได้สะท้อนถึงโครงสร้างการสื่อสารเชิงนโยบายในปัจจุบันไว้ว่า “ส่วนใหญ่การทำแผนหรือตัวชี้วัดเรื่องท่องเที่ยวที่ส่งมาจากส่วนกลางหรือจังหวัด มันจะกำหนดกรอบมาให้เสร็จสรรพแล้วว่าปีนี้ปายต้องชูเรื่องอะไร หน้าที่ของหน่วยงานรัฐระดับต่าง ๆ คือ เอาสารนั้นมากระจายต่อในพื้นที่ให้คนรับรู้ แต่อาจจะยังไม่ได้มีเวทีเปิดรับฟังเสียงจากผู้ประกอบการตัวเล็ก ๆ กลับขึ้นไปมากนัก” ซึ่งการสื่อสารแนวดิ่งนี้เป็นข้อจำกัดการมีส่วนร่วมและการรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าแม้อำเภอปายจะมีแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่การสื่อสารยังไม่สามารถสร้างความเข้าใจร่วมกันในทุกภาคส่วนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันการสื่อสารเพื่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ พบว่า ตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความคิดเห็นว่า “ในแง่ของท้องถิ่น ท้องถิ่นพยายามสื่อสารเรื่องกฎระเบียบ ความสะอาด และวิถีชุมชนให้คนนอกเห็น แต่บางครั้งนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับมหภาคนั้นการดึงตัวแทนท้องถิ่นเข้ามาเยอะ ๆ สารมันเลยไม่ไปในทิศทางเดียวกัน ท้องถิ่นเดินหน้าเรื่องความยั่งยืนแต่ภาพที่สื่อออกไปในระดับประเทศเน้นผลทางเศรษฐกิจ” ความต้องการของท้องถิ่นได้สอดคล้องกับเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) ที่กำหนดให้แหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบบริหารจัดการที่ยั่งยืนและการบูรณาการความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้เมื่อพิจารณาในมิติการพัฒนาที่ยั่งยืน พบว่า การสื่อสารยังไม่สามารถทำหน้าที่สร้างความตระหนักรู้ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแก่ทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมซึ่งเป็นข้อจำกัดสำคัญต่อการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเฉพาะในประเด็นการสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

2. ผลการวิจัยกระบวนการสื่อสารเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยว พบว่า กระบวนการสื่อสารในอำเภอปายมีลักษณะเป็นเครือข่ายการสื่อสารหลายระดับ (Multi-level Communication Network) ที่เชื่อมโยงระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ผ่านทั้งช่องทางทางการและไม่เป็นทางการ อย่างไรก็ตาม โครงสร้างเครือข่าย

ยังมีลักษณะกระจุกตัวโดยหน่วยงานรัฐเป็นศูนย์กลางของการไหลเวียนข้อมูล ส่งผลให้การกระจายข้อมูลและการมีส่วนร่วมของชุมชนยังไม่ทั่วถึง สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนข้อจำกัดที่ไม่สอดคล้องกับมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและการรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นโดยในบริบทของอำเภอปาย ชุมชนยังมีบทบาทจำกัดในการกำหนดทิศทางการจัดการท่องเที่ยว ขณะที่การสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการกับชุมชนยังไม่สามารถสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับผลกระทบและการจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพจากลักษณะกระบวนการสื่อสารดังกล่าว ตัวแทนผู้นำชุมชนได้สะท้อนถึงอุปสรรคและข้อจำกัดในการเข้าถึงช่องทางข้อมูลและการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นว่า “ข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่จะไปกองอยู่กับหน่วยงานรัฐหรือสมาคมใหญ่ ๆ ในตัวเมือง ส่วนชุมชนที่อยู่รอบนอกหรือกลุ่มชาติพันธุ์ที่ทำท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มักจะได้รับข้อมูลเป็นลำดับสุดท้าย ตอนที่เขาตัดสินใจไปหมดแล้ว เราไม่มีศูนย์กลางที่จะเชื่อมต่อหรือสะท้อนปัญหาเรื่องการจัดการขยะหรือน้ำเสียจากการท่องเที่ยวกลับไปหาคนที่มีความรู้ได้ทันทั่วทั้ง”

3. ผลการวิจัยกลยุทธ์การสื่อสารของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารสามารถแบ่งออกเป็น 3 มิติหลัก ได้แก่ การสื่อสารเชิงการตลาด การสื่อสารเชิงนโยบายและการสื่อสารเชิงชุมชน โดยเฉพาะการใช้สื่อดิจิทัล อินฟลูเอนเซอร์และการเล่าเรื่องเพื่อสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของอำเภอปาย แม้ว่ากลยุทธ์ดังกล่าวจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพแต่กลับมุ่งเน้นการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากกว่าการสื่อสารเพื่อจัดการผลกระทบจากการท่องเที่ยวภาพสะท้อนดังกล่าวสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของตัวแทนภาคเอกชนในพื้นที่ ซึ่งยอมรับถึงทิศทางการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่เทน้ำหนักไปที่การตลาดมากกว่ามิติสิ่งแวดล้อมว่า “ต้องยอมรับว่ากลยุทธ์ที่เราใช้ ทั้งอินฟลูเอนเซอร์ รีวิวใน TikTok หรือเพจท่องเที่ยวต่าง ๆ มันเน้นสร้างจุดเช็กอินสร้างกระแสขายห้องพักขายอาหารเป็นหลัก เพราะเราต้องพึ่งพารายได้ แต่เรายังขาดการสื่อสารบอกนักท่องเที่ยวล่วงหน้าว่าช่วงไหนปายรับได้เท่าไร หรือควรปฏิบัติตัวอย่างไรเพื่อไม่ให้กระทบชุมชนและธรรมชาติรอบข้าง” เมื่อมีนักท่องเที่ยวมากขึ้นสิ่งที่ตามมา คือ ปัญหาการท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมและการรับรู้ของตัวแทนนักท่องเที่ยว ที่สะท้อนว่าข้อมูลที่ได้รับส่วนใหญ่ไม่มีมิติด้านการจัดการผลกระทบหรือความรับผิดชอบร่วมเลย “ก่อนมาปาย ข้อมูลในโซเชียลมีเดียมีแต่บอกว่าต้องไปคาเฟ่ไหน ไปดูทะเลหมอกที่ไหน สวยงามมาก แต่ไม่มีข้อมูลบอกเลยว่าปายกำลังเจอปัญหาเรื่องขยะ หรือมีข้อควรระวังเรื่องวัฒนธรรมชุมชนตรงไหนบ้าง ถ้าระบบข้อมูลมันแทรกเรื่องพวกนี้มาพร้อมกับรีวิวท่องเที่ยวตั้งแต่แรก พวกเราก็พร้อมจะร่วมมือและปฏิบัติตาม” สถานการณ์นี้สอดคล้องกับกรณีศึกษาปัญหาการท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับในประเทศญี่ปุ่นซึ่งชี้ให้เห็นว่าการขาดการสื่อสารด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการจัดการพื้นที่สามารถนำไปสู่ปัญหาความแออัดและผลกระทบต่อวิถีชีวิตชุมชน อีกทั้งยังสะท้อนข้อจำกัดในการดำเนินงานตามมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียนที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการ ความปลอดภัย และการจัดการสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

4. ผลการวิจัยแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว พบว่า การพัฒนาการสื่อสารของอำเภอปายควรมุ่งสู่ระบบการสื่อสารเชิงบูรณาการและมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 4 แนวทางสำคัญ ได้แก่ 1) การพัฒนาระบบการสื่อสารแบบบูรณาการเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างภาคส่วน 2) การสื่อสารเพื่อสร้างความรู้



และจิตสำนึกผ่านแนวคิด Knowledge-Attitude-Practice (KAP) เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และชุมชน 3) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงข้อมูลและการมีส่วนร่วม และ 4) การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาคส่วน แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการของเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) ที่เน้นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและการจัดการผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมรวมถึงสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เน้นการบูรณาการการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน สอดคล้องกับความเห็นจากภาคส่วนต่าง ๆ เช่น ตัวแทนภาคเอกชนและชุมชน ที่มองเห็นพ้องตรงกันในแนวทางการพัฒนาระบบสื่อสารกลาง “ทางออกเดียว คือ ทุกฝ่ายต้องเปลี่ยนการทำงานแยกส่วน มาสร้างฐานข้อมูลกลางร่วมกัน สื่อสารกันแบบสองทาง รัฐฟังเอกชน เอกชนคุยกับชุมชน แล้วแปลงมาตรฐานสากลเรื่องความยั่งยืนให้กลายมาเป็นเนื้อหาที่เข้าใจง่าย สื่อสารออกไปให้นักท่องเที่ยวตระหนักรู้พร้อมกับการตลาด”

อภิปรายผล

1. ด้านสถานการณ์การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามกรอบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จากผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การสื่อสารสามารถอธิบายได้ผ่าน ทฤษฎีกระบวนการสื่อสารเชิงระบบ (Systemic Communication Theory) และตัวแบบการสื่อสารดั้งเดิม (Classic Communication Models) โดยหากพิจารณาเปรียบเทียบกับตัวแบบเชิงเส้นตรงอย่างตัวแบบของแชนนอนและวีเวอร์ (Shannon-Weaver Model) หรือตัวแบบเอสเอ็มซีอาร์ของเบอร์โล (Berlo's SMCR Model) จะเห็นได้ว่าปัญหาหลักของอำเภอปายไม่ใช่ประสิทธิภาพทางเทคนิคของช่องทางการสื่อสาร (Channels) เนื่องจากภาคเอกชนและนักท่องเที่ยวสามารถใช้สื่อดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงจนสร้างกระแสความนิยมให้แก่พื้นที่อย่างต่อเนื่อง ทว่าปัญหาที่แท้จริง คือ การเกิดสิ่งรบกวนเชิงโครงสร้าง อำเภอปายมีความเข้มแข็งด้านการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อดิจิทัลและเครือข่ายออนไลน์ แต่ยังขาดระบบการสื่อสารเชิงนโยบายที่เป็นเอกภาพ ประเด็นดังกล่าวสะท้อนว่าพื้นที่ยังเน้นการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมากกว่าการบริหารจัดการความยั่งยืน ซึ่งยังไม่สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก เนื่องจากมีหลายหน่วยงานสื่อสารด้วยตัวเองและเป็นการสื่อสารแนวตั้งจากบนลงล่าง ส่งผลให้เครือข่ายการสื่อสารมีลักษณะแยกส่วน และเกิดช่องว่างการสื่อสารระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทร์สินี แสนสาแดง ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงความร่วมมือเพื่อความยั่งยืน ซึ่งผลการวิจัยมีสภาพปัญหาการสื่อสารคล้าย (ภัทร์สินี แสนสาแดง, 2563) นอกจากนี้ ปัญหาดังกล่าวยังสามารถเชื่อมโยงกับกรณีปัญหาการท่องเที่ยวเกินขนาด (Overtourism) ในประเทศญี่ปุ่นซึ่งเกิดจากมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากจนเกินไปสอดคล้องกับงานวิจัยของ Huang, L. et al. ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องโครงสร้างเครือข่ายสังคม (Social Network Structure) ทำให้เกิดกลไกการแพร่กระจายข้อมูลการสื่อสารที่กระจุกตัวในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น อินฟลูเอนเซอร์, รีวิว, จุดเช็คอินซ้ำ ๆ ในจุดเดิมในกรณีของการท่องเที่ยวอำเภอปายจึงเกิดการสื่อสารซ้ำซ้อนกันให้มาท่องเที่ยวโดยละเลยการขาดการสื่อสารด้านกฎระเบียบและพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยว จนส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ แสดงให้เห็นว่าหากอำเภอปายยังขาดระบบสื่อสารเชิงนโยบายและการจัดการข้อมูลที่ชัดเจนอาจนำไปสู่ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนในอนาคตได้ (Huang, L. et al., 2021)

2. ด้านกระบวนการสื่อสารเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว จากผลการวิจัยที่พบว่า กระบวนการสื่อสารของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีลักษณะกระจายตัวตามบทบาทและหน้าที่ของแต่ละภาคส่วน โดยภาครัฐเน้นการสื่อสารเชิงนโยบายและโครงสร้างพื้นฐาน ภาคเอกชนมุ่งเน้นการตลาดและการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว ขณะที่ภาคชุมชนมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และการจัดการทรัพยากรในระดับท้องถิ่น ปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นไปตามทฤษฎีโครงสร้างเครือข่ายสังคม (Social Network Structure Theory) กล่าวคือ แม้โครงสร้างความสัมพันธ์ในพื้นที่จะมีลักษณะเป็นเครือข่ายหลายระดับ (Multi-level Network) แต่กลับเป็นเครือข่ายที่แยกส่วนกัน (Fragmented Network) ส่งผลให้สารหลัก (Core Message) และเป้าหมายการยกระดับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนขาดเอกภาพสอดคล้องกับงานวิจัยของ Huang, L. et al. ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความสมดุลของการไหลเวียนข้อมูลภายในเครือข่ายสังคมส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการระดับพื้นที่ การที่ภาครัฐยังคงใช้การสื่อสารในแนวดิ่งเป็นหลัก ขณะที่เอกชนและชุมชนสื่อสารในแนวราบแยกจากกันทำให้ข้อมูลด้านมาตรฐานความยั่งยืนจึงไม่ถูกส่งผ่านและแปรเปลี่ยนไปสู่การปฏิบัติร่วมกันในทุกระดับอย่างแท้จริง (Huang, L. et al., 2021) นอกจากนี้ การที่กระบวนการสื่อสารในปัจจุบันยังขาดระบบการติดตามและประเมินผลการสื่อสารที่เชื่อมโยงกับตัวชี้วัดด้านความยั่งยืน สะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการสื่อสารดังกล่าวยังไม่สามารถยกระดับไปสู่การเป็นระบบที่มีพลวัตและการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ได้เต็มประสิทธิภาพ เมื่อพิจารณาผ่าน ตัวแบบการสื่อสาร ORATAI Model จะพบว่า พื้นที่อำเภอปายยังขาดองค์ประกอบสำคัญในส่วนของ T - Two-way & Network Communication และ A - Adaptive & Innovation Communication เนื่องจากข้อจำกัดของการทำงานแบบแยกส่วนทำให้ขาดช่องทางการกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและรับฟังความคิดเห็นอย่างเท่าเทียมซึ่งการขาดระบบสื่อสารสองทางที่มีปฏิสัมพันธ์แนวราบนี้ ทำให้ข้อจำกัดและปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมหรือวัฒนธรรมที่ชุมชนเผชิญไม่ถูกนำไปประมวลผลร่วมกับนโยบายของรัฐหรือการตลาดของภาคเอกชน

ผลการศึกษาที่สอดคล้องอย่างยิ่งกับเกณฑ์มาตรฐานของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลกในมิติด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม ที่ระบุว่าแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องสร้างระบบการบริหารจัดการที่มีการพึ่งพาอาศัยกันและมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียม เพื่อให้เกิดการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่คนในพื้นที่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุศักดิ์ คงมาลัย และคณะ ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องกระบวนการสื่อสารเชิงเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นจะต้องอาศัยการสื่อสารสองทางและการระดมสมองเพื่อสร้างข้อตกลงร่วมกันของทุกฝ่ายในท้องถิ่น (อนุศักดิ์ คงมาลัย และคณะ, 2566) อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชพันธุ์ ยิ้มอ่อน และวรรณลดา กันต์โถม ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาภาคีเครือข่ายเพื่อบูรณาการฟื้นฟูเศรษฐกิจในท้องถิ่นที่เน้นย้ำว่าการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนร่วมกำหนดทิศทางเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนความยั่งยืนของชุมชน (ชัชพันธุ์ ยิ้มอ่อน และวรรณลดา กันต์โถม, 2565) ดังนั้น การยกระดับกระบวนการสื่อสารของอำเภอปายในอนาคต จึงจำเป็นต้องเปลี่ยนผ่านจากการสื่อสารแบบแยกส่วนไปสู่การสร้างระบบเครือข่ายการสื่อสารกลางแบบบูรณาการที่มีกลไกตรวจสอบ ติดตามและประเมินผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นระบบ

3. ด้านกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยว พบว่า อำเภอปายมุ่งสร้างภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ วัฒนธรรม และไลฟ์สไตล์ร่วมสมัยผ่านจุดเช็คอิน กิจกรรมท่องเที่ยว และสื่อออนไลน์ แม้ช่วยสร้างรายได้และดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ยังเน้นการใช้ทุนวัฒนธรรมเพื่อการตลาดมากกว่าการสร้างวัฒนธรรม



ในการอนุรักษ์อัตลักษณ์ วิถีชุมชน สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและงานวิจัยของ ภัทรศินี แสนสาแดง ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรสร้างอัตลักษณ์ร่วมระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงภาพลักษณ์ทางการตลาด การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องสร้างสมดุลด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะการเชื่อมโยงกับ SDG 8: การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ, SDG 11: เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน และ SDG 12: การผลิตและการบริโภคที่รับผิดชอบต่อและยั่งยืน อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์การสื่อสารของอำเภอปายยังเน้นภาพลักษณ์เชิงการตลาดมากกว่าการจัดการความยั่งยืน จึงควรปรับปรุงการสื่อสารเพื่อการจัดการความยั่งยืนและสร้างความร่วมมือระหว่างรัฐ เอกชน และชุมชนตามแนวทาง SDG 17 ควบคู่กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ภัทรศินี แสนสาแดง, 2563)

การเปลี่ยนผ่านกลยุทธ์การสื่อสารไปสู่ความยั่งยืนของอำเภอปายยังต้องอาศัยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการพื้นที่และส่งเสริมการมีส่วนร่วมแนวราบ ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของแนวคิดเมืองอัจฉริยะสอดคล้องกับงานวิจัยของ Machado, C. et al. ที่ได้วิจัยเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญยิ่งต่อประสิทธิภาพด้านเศรษฐกิจและสังคมของเมืองยิ่งเมืองมีความต้องการและการเติบโตที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น การเลือกใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่เหมาะสมและเข้มข้นก็จะยิ่งทวีความสำคัญในการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและการจัดการทางสังคม ดังนั้น กลยุทธ์การสื่อสารของปายในอนาคตจึงไม่ควรจำกัดอยู่เพียงการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อโปรโมตจุดเช็คอินเท่านั้นแต่ต้องบูรณาการเทคโนโลยีเพื่อการจัดการข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (Machado, C. et al., 2021)

4. ด้านแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวจากการใช้ตัวแบบการสื่อสาร ORATAI Model ในการจัดการการสื่อสาร ตัวแบบ ORATAI Model พัฒนาจากผลการวิจัยและการปฏิบัติงานในพื้นที่อำเภอปาย เพื่อใช้เป็นแนวทางการสื่อสารที่เชื่อมโยงปัญหาจริงกับการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์ประกอบแรก Objective-based Communication (O) สะท้อนปัญหาการขาดทิศทางการนโยบายที่เป็นเอกภาพของอำเภอปาย โดยภาครัฐระดับมหภาคมักเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด ขณะที่ท้องถิ่นและชุมชนกังวลเรื่องขีดความสามารถในการรองรับ น้ำเสีย และขยะ ตัวแบบนี้จึงเสนอให้กำหนดสารหลักร่วมกัน (Common Message) ภายใต้เป้าหมายเมืองท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อปรับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นทาง และสอดคล้องกับเกณฑ์ GSTC ที่เน้นระบบบริหารจัดการอย่างยั่งยืนและความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากนั้นจึงเชื่อมสู่องค์ประกอบ Responsibility & Regulation Communication (R) เพื่อสื่อสารบทบาท กติกา และความรับผิดชอบต่อร่วม เช่น การจัดการข้อพิพาทเรื่องเสียงสถานบันเทิงและการจัดระเบียบถนนคนเดินปาย โดยแปลงกฎหมายหรือคำสั่งราชการให้เป็นข้อตกลงและกติกาทางสังคมของเมืองปายที่ผู้ประกอบการและชุมชนเข้าใจและปฏิบัติร่วมกัน เพื่อส่งเสริมจิตสำนึกในการดูแลทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ในมิติเชิงพื้นที่ องค์ประกอบ Area-based Identity Communication (A) เน้นการสื่อสารอัตลักษณ์พื้นที่และทุนวัฒนธรรมของปายให้สะท้อนความจริงไม่ใช่เพียงภาพการตลาดเชิงกระแส เนื่องจากสื่อออนไลน์มักนำเสนอปายในฐานะจุดบาร์ดีหรือคาเฟ่ จนบดบังวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์และคุณค่าธรรมชาติ ตัวแบบ ORATAI Model จึงใช้การเล่าเรื่องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น วิถีเกษตรกรรม และวัฒนธรรมชาติพันธุ์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีความรับผิดชอบ ทั้งนี้ ต้องอาศัย Two-way & Network Communication (T) เพื่อเปิดพื้นที่สื่อสารแบบมีส่วนร่วมระหว่างรัฐ เอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว

แทนโครงสร้างเดิมที่รัฐเป็นศูนย์กลางและสื่อสารแนวดิ่ง การพัฒนาเครือข่ายทูตความยั่งยืนภายใต้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ผู้นำชุมชน และกลุ่มชาติพันธุ์เป็นโหนดกระจายข้อมูล จึงช่วยลดการสื่อสารแบบกระจุกตัวและสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Huang, L. et al. ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่องความไม่สมดุลของการไหลเวียนข้อมูลในเครือข่าย นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทำให้ตัวแบบเพิ่มองค์ประกอบ (Huang, L. et al., 2021) Adaptive & Innovation Communication (A) เพื่อเน้นการปรับตัวและใช้นวัตกรรมดิจิทัลจัดการการท่องเที่ยวโดยเสนอระบบฐานข้อมูลและการติดตามผลแบบเรียลไทม์เชิงพื้นที่ (STIS Pai / Information Hub) สำหรับเผยแพร่ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ชยะ และความแออัด ช่วยให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการตอบสนองและเรียนรู้ร่วมกันได้ดียิ่งขึ้น ส่วนองค์ประกอบ International Standard Communication (I) มุ่งยกระดับการสื่อสารของอำเภอภายใต้สอดคล้องกับเกณฑ์สากล โดยแปลงมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียนและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ด้านสิ่งแวดล้อม ความสะอาด และความปลอดภัย ให้เป็นเนื้อหาและสื่อดิจิทัลหลายภาษาที่นักท่องเที่ยวเข้าใจและปฏิบัติตามได้ง่าย ตัวแบบการสื่อสาร ORATAI Model ส่งเสริมการสร้างการสื่อสารที่สอดคล้องกับเกณฑ์ GSTC ด้านสิ่งแวดล้อมที่เน้นการบริหารทรัพยากร การสร้างความตระหนัก และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน รวมทั้งสอดคล้องกับรายงาน UNDP ที่ระบุว่าจังหวัดแม่ฮ่องสอนต้องอาศัยการสื่อสารและความร่วมมือเพื่อจัดการปัญหาขยะมลพิษทางอากาศ และทรัพยากรป่าไม้ที่ยั่งยืน (United Nations Development Programme, 2024)

องค์ความรู้ใหม่

ตัวแบบการสื่อสาร ORATAI Model เป็นผลพวงเกิดจากการวิจัยนี้ ตัวแบบการสื่อสาร ORATAI Model สามารถอธิบายได้ว่าเป็นระบบการสื่อสารเชิงบูรณาการ (Integrated Communication System) ที่เชื่อมโยงองค์ประกอบการสื่อสารทุกมิติให้ทำงานอย่างสัมพันธ์กันทั้งในระดับนโยบาย โครงสร้าง เครือข่ายและการปฏิบัติในพื้นที่จริงโดยเฉพาะในบริบทของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนซึ่งนำเสนอเป็นภาพ ดังนี้



ภาพที่ 1 ตัวแบบการสื่อสาร ORATAI Model



ตัวแบบการสื่อสาร ORATAI Model สามารถอธิบายรายละเอียด ดังนี้

1. O - Objective-based Communication การสื่อสารเชิงนโยบายยังขาดเอกภาพและระบบกลาง ในการกำหนดทิศทางร่วมกัน ส่งผลให้การดำเนินงานของแต่ละภาคส่วนยังแยกส่วนและไม่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ดังนั้น องค์ประกอบ O จึงถูกพัฒนาขึ้นเพื่อชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องเริ่มต้นจาก เป้าหมายร่วมที่ชัดเจน เช่น การรักษาสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม มิใช่มุ่งเพียงการเพิ่ม จำนวนนักท่องเที่ยว

2. R - Responsibility & Regulation Communication ระบบการสื่อสารของปายยังขาดกลไกด้าน กฎระเบียบและการสื่อสารความรับผิดชอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะประเด็นพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการจัดการผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้น องค์ประกอบ R จึงทำหน้าที่เป็นโครงสร้างกำกับการสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับกติกา ความรับผิดชอบและการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3. A - Area-based Identity Communication การสื่อสารของอำเภอปายใช้ทุนทางธรรมชาติและ วัฒนธรรมในการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว เช่น ธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมชาติพันธุ์ แต่ยังมีแนวโน้มใช้ วัฒนธรรมในเชิงการตลาดมากกว่าการสร้างคุณค่าตระหนักในการอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น ดังนั้น องค์ประกอบ A นี้ จึงเสนอว่าการสื่อสารการท่องเที่ยวต้องตั้งอยู่บนอัตลักษณ์จริงของพื้นที่ไม่ใช่เพียงการผลิตภาพเชิงกระแส เพราะ อัตลักษณ์ท้องถิ่น คือ ฐานสำคัญของความยั่งยืนทางวัฒนธรรมตามแนวทาง GSTC

4. T - Two-way & Network Communication ระบบการสื่อสารของอำเภอปายยังมีลักษณะการสื่อสาร แบบแนวดิ่งโดยภาครัฐเป็นศูนย์กลางของการไหลเวียนข้อมูล ทำให้ชุมชนมีส่วนร่วมจำกัด แม้จะมีเครือข่ายการสื่อสาร ระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน แต่ยังคงขาดการสื่อสารสองทางอย่างแท้จริง องค์ประกอบ T จึงเน้นการสร้างระบบ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เปิดพื้นที่ให้รัฐ เอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยวสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลและร่วมตัดสินใจได้

5. A - Adaptive & Innovation Communication การท่องเที่ยวในอำเภอปายกำลังเผชิญความเปลี่ยนแปลง จากสื่อดิจิทัล พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น ขยะ มลพิษ และแรงกดดันจากการท่องเที่ยวอีกทั้ง กลยุทธ์การสื่อสารยังพึ่งพาสื่อออนไลน์และ influencer marketing อย่างมาก ดังนั้น ระบบการสื่อสารจำเป็นต้อง มีความสามารถในการปรับตัวและสร้างนวัตกรรมสื่อสารใหม่ ๆ เช่น ระบบข้อมูลดิจิทัล การสื่อสาร KAP เพื่อ เปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

6. I - International Standard Alignment เป็นองค์ประกอบที่เชื่อมโยงการสื่อสารทั้งหมดเข้าสู่กรอบ มาตรฐานสากล แม้อำเภอปายมีความพยายามพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนแต่ยังขาดระบบติดตามและ ประเมินผลที่เชื่อมโยงกับตัวชี้วัดมาตรฐานสากลอย่างเป็นรูปธรรม องค์ประกอบ I จึงทำหน้าที่กำกับให้การสื่อสาร ทุกมิติสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานสากล

การพัฒนาตัวแบบการสื่อสาร ORATAI Model เพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวอำเภอปาย มีความแตกต่าง จากตัวแบบการสื่อสารคลาสสิก ทั้งด้านโครงสร้าง ทิศทางการไหลของข้อมูล และเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ตัวแบบ ดังเดิม เช่น Shannon-Weaver และ Berlo's SMCR มุ่งอธิบายการส่งสารเชิงเส้นตรงหรือองค์ประกอบของผู้ส่ง และผู้รับสารเป็นหลัก ขณะที่ ORATAI Model ปรับมุมมองเป็นระบบการสื่อสารที่มีพลวัต เพื่อแก้ปัญหาเชิงโครงสร้าง ของพื้นที่ เช่น การทำงานแยกส่วนและข้อมูลกระจุกกระจาย ผ่านการกำหนดเป้าหมายร่วมและกติกาความรับผิดชอบ



ทางสังคม ในขณะที่ Two-step Flow Model ยังมีลักษณะการสื่อสารแบบแนวตั้งผ่านตัวกลาง ORATAI Model มุ่งสู่ระบบเครือข่ายแนวราบที่เน้นการสื่อสารสองทาง เปิดพื้นที่ให้ภาครัฐ ท้องถิ่น เอกชน และชุมชนร่วมแลกเปลี่ยนข้อมูล ตัดสินใจ และปรับตัวต่อวิกฤตหรือความเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ได้อย่างยืดหยุ่น

สรุปและข้อเสนอแนะ

อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีความพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและยั่งยืนแต่ยังเผชิญข้อจำกัดด้านการสื่อสารที่ขาดเอกภาพและไม่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ส่งผลต่อการรับรู้และการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลและกรอบความยั่งยืน ประกอบด้วย 1) ด้านสถานการณ์สื่อสารด้านการท่องเที่ยว ยังคงเผชิญข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะปัญหาการสื่อสารที่มีลักษณะกระจัดกระจาย ขาดเอกภาพ และไม่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ด้านกระบวนการสื่อสารมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว โดยหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นผู้กำหนดสารและส่งต่อข้อมูลไปยังชุมชนและประชาชนในพื้นที่เป็นหลัก แม้ว่าจะเริ่มมีความพยายามในการเปิดพื้นที่ให้เกิดการมีส่วนร่วมมากขึ้น แต่กระบวนการดังกล่าวยังขาดกลไกการรับฟังความคิดเห็น และการเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง 3) ด้านกลยุทธ์การสื่อสาร พบว่าอำเภอปายเริ่มมีการนำเครื่องมือสื่อสารดิจิทัล การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และการเล่าเรื่องมาใช้มากขึ้น โดยเฉพาะการสร้างภาพลักษณ์ของพื้นที่ผ่านทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อย่างไรก็ตาม การสื่อสารยังขาดการสร้างความตระหนักด้านผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน 4) ด้านแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวควรมีเป้าหมายเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวให้ได้ตามกรอบมาตรฐานสากลทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1) เกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC) ซึ่งให้ความสำคัญกับระบบบริหารจัดการอย่างยั่งยืนและการบูรณาการความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ที่มุ่งสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 3) มาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและการรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น และ 4) มาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียนซึ่งให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการ ความปลอดภัยและการจัดการสิ่งแวดล้อม สำหรับข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ คือ ควรยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของอำเภอปายภายใต้ข้อจำกัดด้านเอกภาพของภาครัฐ จำเป็นต้องขับเคลื่อนผ่านกลไกในทางปฏิบัติที่ชัดเจน โดยมีที่ทำการอำเภอปาย และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นเจ้าภาพหลักในการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอำเภอปายเพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการระบบสื่อสารแบบบูรณาการ แพลตฟอร์มนี้ควรเชื่อมโยงข้อมูลเชิงประจักษ์ร่วมกับสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวอำเภอปาย เพื่อเผยแพร่สารหลักร่วมของพื้นที่ ลดความซ้ำซ้อน และเปลี่ยนผ่านจากการสั่งการแนวตั้งไปสู่การมีส่วนร่วมแนวราบ ควบคู่กับการดึงเอาศักยภาพของชุมชนและกลุ่มชาติพันธุ์ผ่านระบบเครือข่ายทูตความยั่งยืนปาย ในการประเมินผลการสื่อสารตามอัตลักษณ์ท้องถิ่น และควรจัดทำตัวชี้วัดประสิทธิภาพ (KPIs) ที่เชื่อมโยงกับเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลกและมาตรฐานอาเซียน มีระบบติดตามผลสะท้อนกลับทุกไตรมาส เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์และขับเคลื่อนการยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของอำเภอปายได้อย่างเป็นรูปธรรม

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ. (2569). รายงานสถานการณ์และคุณภาพอากาศประเทศไทยประจำวัน (พื้นที่ภาคเหนือ). กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. เรียกใช้เมื่อ 20 เมษายน 2569 จาก <https://gcc.go.th/?p=9696>
- ชัยพันธุ์ ยิ้มอ่อน และวรรณลดา กันต์โถม. (2565). การพัฒนาภาคีเครือข่ายเพื่อบูรณาการฟื้นฟูเศรษฐกิจ และสังคมในพื้นที่ตำบลกระแซง อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์), 12(3), 142-154.
- ภัทรศินี แสนสาแดง. (2563). การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงความร่วมมือเพื่อความยั่งยืน. ใน ดุษฎีนิพนธ์ ปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารวิทยา. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน องค์การมหาชน. (2565). คู่มือการประเมินสถานะความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวตามเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC-Destination Version 2.0). เรียกใช้เมื่อ 24 พฤษภาคม 2569 จาก https://www.dasta.or.th/uploads/file/202210/1666951894_e37b7953a68ed25daff8.pdf
- อนุพันธ์ สถิตย์. (2568). สำนักประชาสัมพันธ์ที่ 3 ผู้ว่าราชการจังหวัดแม่ฮ่องสอน ติดตามการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวอำเภอปาย. เรียกใช้เมื่อ 20 เมษายน 2569 จาก <https://thainews.prd.go.th/thainews/news/view/930912/?bid=1>
- อนุศักดิ์ คงมาลัย และคณะ. (2566). การสื่อสารของเครือข่ายสภาองค์กรชุมชนเพื่อการปฏิรูปประเทศไทย โดย การมีส่วนร่วมของประชาชน. วารสารวิชาการวิทยาลัย บริหารศาสตร์, 6(4), 1-18.
- ASEAN Secretariat. (2015). ASEAN tourism strategic plan 2016-2025. Indonesia: Author.
- Cohen, E. (2006). Pai - A backpacker enclave in transition. *Tourism Recreation Research*, 31(3), 11-27.
- Global Sustainable Tourism Council. (2019). GSTC Criteria for Destinations (Version 2.0). (2nd ed.). Washington: Global Sustainable Tourism Council.
- Huang, Li. et al. (2021). A review of research progress of social network structure. *Complexity*, 1-14. <https://doi.org/10.1155/2021/6692210>.
- Machado, C. et al. (2021). The development of cities is supported by communication and information technologies. *Journal of Urban Management*, 10(2), 115-128.
- United Nations. (2015). Sustainable Development Goals. Retrieved May 10, 2026, from <https://sdgs.un.org/goals>
- United Nations Development Programme. (2024). SDG profile: Mae Hong Son [Research report]. Mae Hong Son. Thailand: United Nations Development Programme (UNDP).