อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ กับการเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม*

Ethnic Identity and Cultural Product

*วราภรณ์ ซื่อประดิษฐ์กุล***
*ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร****
*จันทนา ทองประยูร*****

บทคัดย่อ

เมื่ออัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ถูกทำให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย การสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษากระบวนการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม และเพื่อศึกษากระบวนการทางการตลาดเพื่อส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านรวมมิตร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยใช้ทัศนะเรื่องทุนวัฒนธรรมของบูร์ดิเยอร์ และแนวทางเศรษฐศาสตร์การเมืองของกรัมซีเรื่องการครอบงำ (Hegemony) ความเป็นใหญ่ ผลการวิจัยพบว่ากระบวนการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์เพื่อเป็นสินค้าต้องผ่าน 4 กระบวนการคือ 1.ทำให้เป็นสินค้า 2.ทำให้เป็นมาตรฐานเดียว 3.มีการผลิตจำนวนมาก และ 4. มีการผลิตซ้ำ ส่วนกระบวนการทางการตลาด มาจาก 3 เงื่อนไข คือ 1. มีการจัดการท่องเที่ยวผ่านการสนับสนุนจากชุมชนภายในหมู่บ้าน 2. มีการจัดการท่องเที่ยวผ่านความเป็นชาติพันธุ์ และ 3.มีการจัดการท่องเที่ยวผ่านศาสนา

จากแนวคิดทุนวัฒนธรรมของบูร์ดิเยอร์ ผลการวิจัยพบว่า ทุนวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ทั้งที่เป็นวัตถุ และทุนวัฒนธรรมที่เป็นสมรรถนะของบุคคล เป็นสิ่งที่ถูกแปรรูปให้เป็นสินค้าโดยมีชนชั้นการผลิตทั้งระดับบน และระดับล่าง ตามแนวทาง

---

*บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของดุษฎีนิพนธ์ของผู้เขียน ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

**นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, (2559)
***Ph.D. Film and Media Studies, University of Sterling,UK, ปัจจุบันเป็น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
****M.A. Journalism, University of Wisconsin Madison, USA, ปัจจุบันเป็น รองศาสตราจารย์ สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

เศรษฐศาสตร์การเมืองของมาร์กซ์ เข้าครอบงำ ความเป็นใหญ่ และเกิดครอบงำทางอุดมการณ์ของกลุ่มต่างๆ ที่มีอำนาจในการสร้างผลประโยชน์ให้กับตัวเองผ่านการควบคุมอำนาจในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในรูปของคณะกรรมการหมู่บ้าน รวมทั้งอัตลักษณ์ของหมู่บ้านรวมมิตรก็ถูกครอบงำโดยอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์กะเหรี่ยงอีกชั้นหนึ่ง

คำสำคัญ : กลุ่มชาติพันธุ์, อัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์, สินค้าทางวัฒนธรรม, ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Abstract

When Ethnic Identity is a Cultural Product is a part of Communication of Ban KariengRuammit Identity , Muang Chiang Rai.The purpose of this research is 1.To study the process of change in the identity of Ban Karieng Ruammit. 2. To identify the Marketing process in terms of tourism of Ban Karieng Ruammit. This research applies qualitative method. Researchers undertook the cultural capital of Pierre Bourdieu. The political economy and hegemony of Gramsci Antonio. Chiefly, the change includes 1. The process of commoditization. 2. Process ofmaking standardized goods. 3. They producetheir goods in high volume 4. The method of replication The Marketing process in terms of tourism of Ban Karieng Ruammit: The marketing process of the three conditions. 1. The marketing management has been supported by their group in the village. 2. They create the trip through ethnic environment. 3. They create the trip through Religion background in terms of marketing strategy. For those reason, it brought about

The concept of cultural capital of Pierre Bourdieu. The result of this study reveal as following: Capital culture of ethnic groups as well as the cultural capital and the performance of individuals. Is being processed into a product. The class manufacturing both upper and lower levels as the political economy form Marxist is hegemony and the ideological dominance of different groups that have the power to create benefits for themselves Through harnessing the power As stakeholders In the village committee. AndThe identity of the village is dominated by the identity of another ethnic Karen.

Keywords : Ethnic Group, Ethnic Identity, Cultural Products, Stakeholders

บทนำ

แนวคิดเรื่องการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาแปรรูปเป็นสินค้านั้นเกิดขึ้นเมื่อ ปิแอร์ บูร์ดิเยอร์ (Pierre Bourdieu, 2002) นักสังคมวิทยายุคหลังสมัยใหม่ (Post Modern) ชาวฝรั่งเศสได้เสนอแนวความคิดที่ว่า อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่สามารถแปรรูปให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมได้ ซึ่งรัฐบาลไทยก็ได้สนับสนุนแนวคิดการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจโดยการนำเอาอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมาเป็นทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเช่นกัน ความตื่นตัวด้านการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมในประเทศไทย ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศเติบโตขึ้นอย่างมาก ในระยะแรกพบว่า การท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ส่งผลดีให้เกิดธุรกิจด้านการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกิดขึ้นในพื้นที่เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลั่งไหลเข้ามา โดยเฉพาะจังหวัดเชียงรายซึ่งเป็นจังหวัดที่มีประชากรกลุ่มชาติพันธุ์อาศัยอยู่จำนวนมาก ธุรกิจการท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ก็เติบโตเช่นเดียวกัน แต่ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่ออัตลักษณ์ชาติพันธุ์ด้วยเช่นกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์กลุ่มหมู่บ้านรวมมิตรให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม

2. เพื่อศึกษากระบวนการทางการตลาดเพื่อส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของกลุ่มหมู่บ้านรวมมิตร

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ กำหนดขอบเขตการวิจัยให้อยู่ใน 3 ส่วน คือ

ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้ดำเนินการในพื้นที่หมู่บ้านรวมมิตร ต.แม่ยาว อ.เมือง จ. เชียงราย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาใน 2 ส่วน คือ

- การศึกษากระบวนการปรับเปลี่ยนกลุ่มหมู่บ้านรวมมิตรให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม
- การศึกษาการตลาดเพื่อส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์หมู่บ้านรวมมิตร

ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่าง เดือนเมษายน พ.ศ. 2557 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2559

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ใช้การตีความด้วยการพรรณนา

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ มี 2 ส่วน ประกอบด้วย

1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงด้วยการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ทุกกลุ่มชาติพันธุ์ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลจากการพูดคุย กับนายจันแก้ว ทาเลเค ควาญช้างชาวกะเหรี่ยง เหตุผลที่เลือกนายจันแก้ว เนื่องจากเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดนักท่องเที่ยว การเดินทางไปเก็บข้อมูลครั้งแรก และทราบภายหลังว่านายจันแก้ว ทำหน้าที่ดูแลนักท่องเที่ยว หลังจากนั้นนายจันแก้วเป็นผู้ให้ข้อมูลรายชื่อผู้ใหญ่บ้าน และได้นำพาผู้วิจัยให้ไปพบกับ นายกำพล เฉลิมเลี่ยมทอง ผู้ใหญ่บ้าน และผู้ใหญ่บ้านได้นำผู้วิจัยไปแนะนำให้รู้จักกับบุคคลที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์รวมทั้งสิ้น 19 คน ในเวลาต่อมา

1.2 ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ไม่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นกลุ่มบุคคลภายนอกหมู่บ้านฯ และไม่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ จำนวน 6 คน ผู้วิจัยใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยที่ผู้วิจัยได้ทำการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) คือนายพงษ์พันธ์ ต๊ะถา นายกเทศบาลตำบลแม่ยาว นางปาณิสรา แสงทาน ปลัดเทศบาลตำบลแม่ยาว นายเนรมิต จิตรรักษา นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย นายขจรศักดิ์ ควรคิด ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านรวมมิตร นายเลิศชาย หวังตระกูลดี ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงราย และนายอมร กิตติกวางทอง วัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย และได้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยว 4 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือหลายชนิดร่วมกันดังนี้คือ

2.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึกโดยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Performants) ใช้สัมภาษณ์ผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มชาติพันธุ์ 6 คน และนักท่องเที่ยว 4 คน

2.2 การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้เข้าไปทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มชาติพันธุ์เพื่อสังเกตการณ์ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกลุ่มชาติพันธุ์ด้วยกัน

2.3 การวิจัยเอกสาร ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้า รวบรวมเอกสาร ผลการวิจัย

ที่เกี่ยวข้องที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการสื่อสารอัตลักษณ์ กลุ่มชาติพันธุ์ อัตลักษณ์ของหมู่บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตรในบริบทการท่องเที่ยว

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะทำการแบ่งข้อมูลดังนี้

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ จำนวน 19 คน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ ได้แก่ นายกเทศบาลตำบลแม่ยาว ปลัดเทศบาลตำบลแม่ยาว นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านรวมมิตร ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงราย และวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย รวม 6 คน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็น กระบวนการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์หมู่บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตร กระบวนการสื่อสารอัตลักษณ์หมู่บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตร และกระบวนการทางการตลาดการท่องเที่ยวหมู่บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตร และจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 4 คน ในประเด็นการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ การสื่อสารอัตลักษณ์ของหมู่บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตร และกระบวนการทางการตลาดการท่องเที่ยวของหมู่บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตร

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Nonparticipant Observation) ผู้วิจัยจะเข้าไปร่วมกิจกรรมกับนักท่องเที่ยว โดยที่ผู้วิจัยไม่ให้ผู้ถูกสังเกตรู้ตัวว่าถูกสังเกต

3.3 การวิจัยเอกสารเป็นการศึกษาข้อมูลที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นมากลุ่มชาติพันธุ์โดยการศึกษาจากข้อมูลที่หลากหลายทั้งข้อมูลที่ขัดแย้ง และข้อมูลที่สนับสนุนจากเอกสารวารสารหนังสือรายงานการวิจัยสิ่งพิมพ์ต่างๆ จากหน่วยงานราชการตลอดจนบทความทางวิชาการต่างๆ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อดูผลการวิเคราะห์ที่เกิดขึ้นว่าเป็นอย่างไร ในมิติด้านการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ และมิติทางการสื่อสารอัตลักษณ์ตามแนวทางแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ทัศนะเรื่องทุนวัฒนธรรมของ ปิแอร์ บูร์ดิเยอร์ (Pierre Bourdieu, 2001) ในการศึกษาทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ควบคู่ไปกับการค้นหาชนชั้นการผลิตทั้งระดับบน และระดับล่างตามแนวทางเศรษฐศาสตร์การเมืองของมาร์ก และผู้วิจัยใช้แนวคิดของกรัมซีเรื่องการครอบงำ (Hegemony) ความเป็นใหญ่ และการครอบงำทางอุดมการณ์ของกลุ่มต่างๆ ที่มีอำนาจในการสร้างผลประโยชน์ให้กับตัวเองผ่านองค์กรที่ควบคุมอำนาจ เป็นแนวคิดหลักเพื่อช่วยอธิบายถึงกระบวนการสร้าง และการดำรงอยู่ของอัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ที่มีผู้ครองความเป็นใหญ่ในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในรูปของสถาบัน หรือองค์กร

จากแนวคิดทุนวัฒนธรรม เมื่อเทียบเคียงกับผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าทุนวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ทั้งที่เป็นวัตถุ และทุนที่เป็นสมรรถนะของบุคคลเป็นสิ่งที่ถูกแปรรูปให้เป็นสินค้าโดยผ่านกลไกการควบคุมของคณะกรรมการหมู่บ้าน ซึ่งเกือบทั้งหมดเป็นชาติพันธุ์กะเหรี่ยง อัตลักษณ์หมู่บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตรจึงถูกกดทับ ด้วยอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์กะเหรี่ยง รวมทั้งอัตลักษณ์ของกะเหรี่ยงก็ถูกครอบงำ ด้วยอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมกระแสหลักอีกชั้นหนึ่ง

ผู้วิจัยจำแนกอัตลักษณ์กลุ่มหมู่บ้านรวมมิตร ออกเป็น 3 แบบ โดยสรุปดังนี้

1. อัตลักษณ์รูปธรรม ซึ่งถือเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ถูกทำให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมตามแนวทางของปิแอร์ บูร์ดิเยอร์ ได้แก่ อัตลักษณ์ด้านการแต่งกายที่มีสีสันสะดุดตา เนื้อผ้าที่มีลวดลายสวยงามเน้นการทอด้วยมือ การดำเนินวิถีชีวิตที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติตามแบบวิถีการพึ่งพาเกษตรกรรม รวมถึงอัตลักษณ์ด้านวิถีการดำเนินชีวิตที่สัมผัสได้ด้วยตา นักท่องเที่ยวสามารถสังเกตได้ว่า ภายในบริเวณรอบบ้านจะปลูกพืชสำหรับประกอบอาหารอยู่ทั่วไป และอัตลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรมโดยเฉพาะบ้านเรือนที่อยู่อาศัยในอดีตที่เคยปลูกสร้างแบบง่าย ๆ เน้นวัสดุจาก ธรรมชาติที่หาได้ในพื้นที่ ตัวบ้านจะเป็นแบบยกพื้นสูง ซึ่งอัตลักษณ์ทุกด้านที่กล่าวมานี้ ในขณะลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลกลับปรากฏอัตลักษณ์ดั้งเดิมดังกล่าวน้อยมาก

2. อัตลักษณ์นามธรรม ทุนทางวัฒนธรรมด้านคติความเชื่อของคนในหมู่บ้านรวมมิตรเดิม เช่นการมีคติความเชื่อที่ยังคงผูกติดกับเรื่องการเกิด การตาย การฆ่าสัตว์เพื่อเซ่นไหว้เทวดาในวันสำคัญเช่นวันพิธีแต่งงาน พิธีเลี้ยงผีภายหลังจากการเพาะปลูกข้าว หรือเมื่อข้าวเริ่มเจริญเติบโตดีแล้ว ซึ่งพิธีเลี้ยงผีจะแยกย่อยตามวัตถุประสงค์ของการเลี้ยงผี

ในแต่ละครั้ง เช่นพิธีเลี้ยงผีเพื่อขอพร พิธีเลี้ยงผีเพื่อปัดรังควาญ พิธีเลี้ยงไฟ พิธีเลี้ยงขวัญข้าว และพิธีเลี้ยงไล่ความชั่ว อัตลักษณ์ด้านนามธรรมที่กล่าวมานี้ยังรวมถึงประเพณีต่างๆ ที่เคยจัดขึ้นต่อเนื่องตามเทศกาลต่างๆ ตลอดทั้งปี ได้แก่ประเพณีกินเจ๊ขข้าว ประเพณีปีใหม่กะเหรี่ยง ในขณะลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลก็ไม่ปรากฏพบอัตลักษณ์นามธรรม

3. อัตลักษณ์สัจธรรม อันหมายถึงอัตลักษณ์ที่แปรเปลี่ยนไปตามเงื่อนไขของยุคสมัย และบริบททางด้านการตลาด และเศรษฐกิจ เป็นวงจรตามเงื่อนไขของช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง กล่าวคือเมื่อนำหมู่บ้านรวมมิตรเข้าสู่กระบวนการของการท่องเที่ยวย่อมปฏิเสธไม่ได้ว่า ความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องตระหนักเหนือสิ่งอื่นใด จากการสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าสินค้าที่มีภายในร้านค้าในหมู่บ้านรวมมิตร โดยเฉพาะของที่ระลึกเชิงชาติพันธุ์ เสื้อผ้า ผ้าทอมือ ผ้าทอลายกะเหรี่ยง ผ้าทอลายพื้นเมือง และสินค้าหัตถกรรมเช่นเครื่องเงิน กระเป๋าเครื่องประดับมักจะเป็นสินค้าที่มาจากโรงงานอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังพบของที่ระลึกในเชิงวัฒนธรรมที่แสดงถึงความเป็นกะเหรี่ยงที่เคยเป็นผลผลิตในการแสดงออกด้านภูมิปัญญาผ่านลายผ้าลายเครื่องเงิน ก็น่าจะซื้อมาจากโรงงานอุตสาหกรรมแล้วนำมาขายเช่นเดียวกัน เนื่องจากกะเหรี่ยงเองไม่มีลายเครื่องเงินที่ซับซ้อนมากนัก

กระบวนการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์กลุ่มหมู่บ้านรวมมิตรให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม

ปรากฏการณ์การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์กลุ่มหมู่บ้านรวมมิตรให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม เมื่อพิจารณาตามแนวคิดของปิแอร์ บูร์ดิเยอร์ (Pierre Bourdieu, 2002) พบว่าสายพานการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมไม่ต่างจากสินค้าอุตสาหกรรม เนื่องจากกระบวนการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ไม่แตกต่างจากกระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์กลุ่มหมู่บ้านรวมมิตรให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมมีกระบวนการดังนี้

1. กระบวนการทำให้เป็นสินค้า กระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านรวมมิตรเสมือนเป็นสินค้าอุตสาหกรรม คือแม้แต่วัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมก็ผ่านกระบวนการทำให้เป็นสินค้า หรือถูกผลิตเป็นสินค้าได้ นับตั้งแต่ ความรู้ด้านการเกษตร การเลี้ยงสัตว์ เวลา และพื้นที่ รวมถึงตัวมนุษย์ผู้หญิงในหมู่บ้าน เมื่อขณะนั่งทอผ้า เลี้ยงหมู หรือให้นมลูกก็เป็นสินค้าได้

2. กระบวนการทำให้เป็นมาตรฐานการผลิตแบบเป็นมาตรฐานเดียวกันของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่ผลิตผลงานออกมาเหมือนๆ กันจนเป็นมาตรฐานเดียวกัน เช่น การผลิตผ้าที่เป็นผ้าทออุตสาหกรรมที่มีลวดลายเลียนแบบผ้าทอมือของชาติพันธุ์ รวมถึงอุตสาหกรรมการผลิตวีดิทัศน์วิถีชีวิตในชุมชนลงแผ่นซีดี

3. มีการผลิตจำนวนมากเช่นเดียวกับการผลิตในระบบอุตสาหกรรมที่เน้นการผลิตในเชิงปริมาณผ่านวงจรสายพานการผลิตขนาดใหญ่ แพร่กระจายไปในวงกว้าง และบริโภคกันอย่างเป็นล่ำเป็นสัน เช่นเดียวกับการผลิตผ้าในระบบอุตสาหกรรมครั้งละมากๆ เพื่อขายในราคาถูกลง เนื่องจากต้นทุนด้านแรงงานต่ำกว่า ใช้เวลาในการผลิตสั้นกว่าผ้าทอมือที่ใช้เวลาผลิต 2 -3 สัปดาห์ ต่อการทอผ้า 1 ผืน จำหน่ายราคาผืนละ 700 บาท ชุมชนจึงสั่งผ้าจากโรงงานอุตสาหกรรมมาทดแทน จนในที่สุดคุณค่า ความหมาย สุนทรียะแห่งวัฒนธรรมเหล่านั้นก็จะถูกลิดรอนลง

4. มีการผลิตซ้ำ เพราะการผลิตซ้ำเป็นหลักประกันการดำรงอยู่ของการผลิตแบบทุนนิยม การผลิตซ้ำเกิดขึ้นในหลายรูปแบบ เช่นการผลิตซ้ำวัตถุ การผลิตซ้ำแรงงาน การผลิตซ้ำความคิด การผลิตซ้ำจิตสำนึก และอุดมการณ์ และมีลักษณะการตลาดแบบทุนนิยม เนื่องจากมีการผลิตซ้ำอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างที่ชัดเจนในเรื่องนี้คือการผลิตซ้ำของที่ระลึก ได้แก่ กระเป๋าผ้า ตุ๊กตาผ้า เข็มขัดผ้า พวงกุญแจ ฯลฯ ซึ่งมีลักษณะเหมือนสินค้าตามตลาดนัดทั่วไป

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

ในยุคการเริ่มต้นของการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของหมู่บ้านรวมมิตรนั้น ได้เกิดการครอบงำ (Hegemony) ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเมื่อพิจารณาตามแนวคิดของกรัมชี แอนโตนิโอ (Gramsci Antonio,1971) ที่กล่าวไว้ว่า อำนาจของการปฏิบัติการทางวัฒนธรรมจะผ่านกลไกอุดมการณ์ (Ideological Appatatuses) และชนชั้นที่มีปัจจัยการผลิตก็จะมีอำนาจควบคุมปัจจัยทางการผลิตทางความคิดด้วย ชนชั้นผู้ปกครองในฐานะชนชั้นหนึ่งก็คือผู้ที่ตัดสินใจกำหนดขอบเขต จึงเท่ากับว่าชนชั้นผู้ปกครองคือผู้ตั้งเกณฑ์การผลิต และถ่ายทอดอุดมการณ์ของพวกเขา

กระบวนการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มหมู่บ้านรวมมิตรมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าร่วมบริหารจัดการใน 2 ลักษณะคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ไม่ใช่กลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งการนำเอาวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์มาใช้ในบริบทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นด้วยกระบวนการทำให้เป็นสินค้า กระบวนการทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และการทำให้เป็นสินค้ามวลชน ซึ่งแน่นอนว่าการทำให้เป็นสินค้าที่มีมาตรฐานเดียวกัน และผลิตเพื่อเป็นสินค้ามวลชนนั้นวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์อาจถูกลดทอนลง หรือถูกสร้างขึ้นใหม่เพื่อกระตุ้นให้เกิดการบริโภคได้เช่นกัน

นอกจากนั้น ผลการวิจัยพบว่าทุนวัฒนธรรมของหมู่บ้านรวมมิตรทั้งที่เป็นวัตถุและทุนวัฒนธรรมที่เป็นสมรรถนะของบุคคลมักถูกผลิต และถูกควบคุมจัดการให้กลายเป็นสินค้าของกลุ่มหมู่บ้านรวมมิตร รวมถึงมีการครอบงำ (Hegemony) ความเป็นใหญ่และการครอบงำทางอุดมการณ์ของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอำนาจในการสร้างผลประโยชน์ให้กับตัวเองผ่านองค์กรที่ควบคุมอำนาจในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในรูปของสถาบัน หรือองค์กร รวมทั้งอัตลักษณ์ของกลุ่มหมู่บ้านรวมมิตรถูกครอบงำโดยอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง และอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมกระแสหลัก เป็นกระบวนการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างยินยอมพร้อมใจภายใต้เหตุผลที่ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าเกิดจากการครอบงำความเป็นใหญ่นั่นเอง

อัตลักษณ์ดั้งเดิมเลือนหายไปพร้อมยุคสมัย

การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ด้านการแต่งกาย อัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ในหมู่บ้านรวมมิตรทั้ง 8 กลุ่มนั้นถึงแม้ว่าการแต่งกายของทุกกลุ่มจะมีอัตลักษณ์ร่วมกันที่ลวดลายของผ้าทอมือที่มักมีสีสันสะดุดตา และมีรูปแบบที่สะท้อนความเป็นชาติพันธุ์ที่แตกต่างจากคนพื้นราบ แต่อัตลักษณ์ด้านการแต่งกายไม่ได้ถูกนำเข้าสู่วงจรแห่งวัฒนธรรม (Circuit of Culture) ที่เริ่มที่การผลิต (Produced) การถูกบริโภค (Consumed) การถูกควบคุมจัดการ (Regulated) และการสร้างความหมายใหม่ (Creating meanings) ให้แก่อัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์แต่อย่างใด กระบวนการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ด้านการแต่งกายเพื่อให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมจะมีเพียงร่องรอยของความพยายามโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เคยกำหนดให้ควาญช้างทุกคนต้องแต่งกายตามแบบชาติพันธุ์กะเหรี่ยงในเวลาที่พวกเขาให้บริการพานักท่องเที่ยวนั่งช้างชมป่า ซึ่งควาญช้างส่วนใหญ่ก็ไม่สามารถแต่งกายตามแบบชาติพันธุ์กะเหรี่ยงเพื่อปฏิบัติหน้าที่ควาญช้างได้จริงในปัจจุบัน แต่ยังคงมีเพียงร่องรอยการแต่งกายตามชาติพันธุ์ให้นั่งท่องเที่ยวได้ชม และพบเห็นได้จากกลุ่มชาติพันธุ์ที่นับถือศาสนาคริสต์ในขณะเข้าโบสถ์เพื่อรับพรจากพระเจ้าในวันอาทิตย์

การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ด้านวิถีการดำเนินชีวิต อัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ด้านวิถีชีวิตเดิมๆ นั้นพบว่า บริเวณโดยรอบหมู่บ้านรวมมิตรล้อมรอบด้วยผืนป่าโปร่ง มีพันธุ์ไม้ขึ้นอยู่หลากหลาย กิจกรรมการเดินทางเข้าป่าเพื่อค้นหาพืชพันธุ์ธรรมชาติ และการเพาะปลูกทางการเกษตรเพื่อการบริโภคภายในครัวเรือนน่าจะเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นตามวิถีชีวิตเดิม แต่ในวิถีชีวิตที่ต้องผลิตวัฒนธรรมใหม่เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทัวร์ป่าในหมู่บ้านรวมมิตรจึงมีการผลิตเพื่อการท่องเที่ยว โดยสมาชิกชมรมทัวร์ช้างที่ขายของที่ระลึกภายในชมรม กล่าวว่ามีนักท่องเที่ยวมาหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

ในหมู่บ้าน สินค้าการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตในหมู่บ้านรวมมิตรยังมีการบริการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ เช่น เรือนำเที่ยว และโฮมสเตย์ สิ่งเหล่านี้ได้สะท้อนวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของบ้านรวมมิตร และมีกระบวนการแบบใหม่ๆ เกิดขึ้นผ่านการให้บริการการท่องเที่ยว

การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ด้านความเชื่อ ตามรายงานผลการวิจัยยังพบว่าอัตลักษณ์ดั้งเดิมของหมู่บ้านรวมมิตรจะผูกติดกับความเชื่อเรื่องการเกิด การตาย แต่ปัจจุบันกลุ่มหมู่บ้านรวมมิตรไม่ได้นำเอาความเชื่อเรื่องการเกิด การตายมาเข้าสู่กระบวนการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ด้านความเชื่อเพื่อการท่องเที่ยวแต่อย่างใด แต่กลับพบว่าได้มีความพยายามส่วนหนึ่งที่ได้นำความเชื่อทางคริสต์ศาสนา และรูปแบบการขอพรจากพระเจ้าด้วยการเข้าโบสถ์ทุกวันอาทิตย์มาเป็นกิจกรรมหลัก ที่กลุ่มหมู่บ้านรวมมิตร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้นำกิจกรรมดังกล่าวมาผูกโยงเข้ากับการท่องเที่ยวโดยแนะนำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับการแต่งกายประจำกลุ่มที่ทุกกลุ่มจะถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด

การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ด้านประเพณีของหมู่บ้านรวมมิตรก็ไม่พบการนำเอาประเพณี เช่นพิธีกินเชื้อข้าว พิธีเลี้ยงผีมาบริการนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมพิธีกรรมแต่อย่างใด จากการสัมภาษณ์พบว่านักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาช่วงคริสต์มาส และเข้าร่วมพิธีตามศาสนาคริสต์ร่วมกับชาวบ้าน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และตัดสินใจอยู่ในหมู่บ้านนานกว่ากำหนดการเดิม หรือในบางกรณี เช่นปีใหม่กะเหรี่ยง นักท่องเที่ยวมักจะตัดสินใจพักในหมู่บ้านเพื่อเข้าร่วมพิธี ประมาณ 2 หรือ 3 วัน เหล่านี้เป็นส่วนสำคัญของการผลิต และการควบคุมจัดการอัตลักษณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจความเป็นกะเหรี่ยงมากขึ้น จุดนี้นับว่าการท่องเที่ยวในหมู่บ้านรวมมิตรสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจมากในแต่ละปี

สำหรับของที่ระลึกเชิงชาติพันธุ์ ได้แก่ เสื้อผ้า ผ้าทอมือ ผ้าทอลายกะเหรี่ยง ผ้าทอลายพื้นเมือง และสินค้าหัตถกรรม เช่น เครื่องเงิน กระเป๋าเครื่องประดับ สินค้าหัตถกรรมเหล่านี้เป็นการใช้ภูมิปัญญาของชาติพันธุ์ในการผลิตขึ้น ในอดีตเน้นการผลิตเพื่อใช้ในครัวเรือนก่อน หลังจากนั้นเมื่อมีความต้องการของนักท่องเที่ยวเกิดขึ้น กลุ่มชาติพันธุ์จึงได้นำสินค้าเหล่านั้นมาขายเพื่อสร้างรายได้ ภายหลังต่อมาได้ปรับเปลี่ยนสภาพการผลิตหรือการทอที่จากเดิมผลิตเพื่อใช้นุ่งห่มในครัวเรือนมาเป็นการผลิตเพื่อขาย หรือผลิตด้วยระบบอุตสาหกรรมจำนวนมากเพื่อการขายครั้งละมากๆ จากการสังเกตการณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาซื้อสินค้าในบริเวณชมรมทัวร์ช้าง พบว่าส่วนใหญ่ต้องการซื้อสินค้าที่แสดงอัตลักษณ์ความเป็นชาติพันธุ์ และงานหัตถกรรมที่มีราคาไม่แพง ส่วนสินค้าที่มีจำหน่ายภายในหมู่บ้านก็เป็นผ้าที่มีลวดลายคล้ายผ้าทอมือ แต่มีลักษณะคล้ายสินค้าที่มาจากโรงงาน

อุตสาหกรรมซึ่งมีราคาไม่แพง จึงนับว่าสินค้าที่นำมาวางจำหน่ายเป็นสินค้าที่ตรงความต้องการของนักท่องเที่ยว เพราะถ้าหากเป็นผ้าทอมือของกลุ่มชาติพันธุ์จะมีราคาค่อนข้างสูง นักท่องเที่ยวบางกลุ่มจะไม่สามารถซื้อได้

การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ด้านของที่ระลึกจากเดิมที่เน้นการผลิตบนฐานทางภูมิปัญญา แต่เมื่อต้องเปลี่ยนมาผลิตเพื่อการบริโภคแบบมวลชน จึงเกิดการลดทอนคุณค่าทางจิตวิญญาณในการผลิตลง ซึ่งในอนาคตอาจส่งผลต่อการสืบทอดภูมิปัญญาของชาติพันธุ์ในการผลิตได้

การปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ด้านสถาปัตยกรรม เนื่องจากอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมเป็นอัตลักษณ์ภายนอกที่สามารถสัมผัสเห็นได้ด้วยสายตา พื้นที่ทางการท่องเที่ยว เช่น หมู่บ้านรวมมิตรก็ได้นำอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมมาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมแต่เป็นเพียงความพยายามของกรรมการหมู่บ้าน ฯ ที่ยังอนุรักษ์ไว้มีเพียงหลังเดียว และมีแนวโน้มว่าชาวบ้านจะสร้างบ้านด้วยปูนมากขึ้น เพราะชาวบ้านต้องการความคงทน ถาวรของสิ่งปลูกสร้าง

แนวโน้มด้านสถาปัตยกรรมในหมู่บ้านรวมมิตร ไม่ว่าจะเป็นบ้านเรือนที่อยู่อาศัย อาคารเรียนในชุมชน อาคารด้านศาสนา ร้านค้า ที่ทำการชมรมทัวร์ช้าง หรืออาคารอื่นใดในปัจจุบันเกือบทั้งหมดมีสภาพเช่นเดียวกับสถานที่ทั่วไป คือมีการออกแบบก่อสร้างตลอดจนวัสดุที่ใช้ ไม่แตกต่างจากสภาพบ้านเรือนของคนพื้นราบ อาจสันนิษฐานได้ว่าเนื่องจากวิถีชีวิตปัจจุบันที่แทบไม่แตกต่างกัน วัสดุก่อสร้างที่ใช้แบบเดิมเช่นไผ่ หญ้าแฝกหายากขึ้นเนื่องจากพื้นที่ป่าชุมชนถูกทำลาย ความสะดวกสบายของบ้านสมัยใหม่อาจเป็นแรงจูงใจที่ทำให้มีการก่อสร้างบ้านแบบสมัยใหม่เช่นเดียวกับบ้านพื้นราบของคนไทยทั่วไป แม้แต่บ้านลูกสาวของนายนินุ ที่ปลูกอยู่ติดกัน ก็เป็นบ้านแบบสมัยใหม่ อาจเป็นได้ว่าในอนาคตบ้านนายนินุจะไม่มีผู้อาศัยจริง แต่จะเป็นเพียงบ้านที่อนุรักษ์ไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมเพียงอย่างเดียว

กระบวนการทางการตลาดเพื่อส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของกลุ่มหมู่บ้านรวมมิตร

โครงสร้างการบริหารการตลาดสินค้าทางวัฒนธรรมของกลุ่มหมู่บ้านรวมมิตร มีโครงสร้างทางอำนาจเป็นกลุ่มชนชั้นปกครอง ในการบริหารการตลาดภายในชุมชนมี 3 ลักษณะคือ

1. โครงสร้างทางสังคม ประกอบด้วยคณะกรรมการหมู่บ้านได้แก่หัวหน้าหมู่บ้านในฐานะประธานคณะกรรมการหมู่บ้าน มีการควบคุมทางสังคมในหมู่บ้านรวมมิตร มีกฎ ระเบียบ และข้อห้าม เช่น การแบ่งป่าชุมชนออกเป็นเขต ทั้งเขตที่ใช้งานได้ และใช้งานไม่ได้ กฎในการหาของป่า กฎในการจับปลาในแม่น้ำเป็นต้น

2. โครงสร้างทางราชการ ประกอบด้วย ผู้ใหญ่บ้าน ทำหน้าที่ประสานงานกับภาครัฐ เช่นสมาชิกสภาเทศบาลตำบลแม่ยาวโดยทำหน้าที่ประสานงานด้านการพัฒนาเป็นหลัก เป็นโครงสร้างทางราชการที่ถูกกำหนดมาจากภาครัฐ

3. โครงสร้างทางศาสนา เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ในบ้านรวมมิตรเป็นชาติพันธุ์กะเหรี่ยง และนับถือศาสนาคริสต์ ทำให้มีโครงสร้างของชุมชนที่อิงอยู่กับศาสนา โดยจะมี ศาสนาจารย์ เป็นผู้นำด้านศาสนา ทำหน้าที่ด้านประกอบพิธีกรรม ผู้ปกครอง ทำหน้าที่ดูแลสมาชิก ให้ความช่วยเหลือ และเป็นตัวแทนของชาวบ้านเพื่อร่วมตัดสินใจในโครงการต่างๆ และมีเยาวชน เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ

หมู่บ้านรวมมิตรได้นำกระบวนการบริหารจัดการด้านสินค้าทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นรูปแบบเฉพาะของหมู่บ้านท่องเที่ยว ตามแนวคิด เรื่องการท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนเป็นฐานการบริหารจัดการ (Community-Based Tourism : CBT) หรือการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีหมู่บ้านรวมมิตรนั้นมาจาก 3 เงื่อนไขคือ

1. มีการจัดการท่องเที่ยวผ่านการสนับสนุนจากชุมชนภายในหมู่บ้าน คือการได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ประกอบด้วย การทัวร์ช้าง ล่องเรือ เดินป่า จากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ทำให้หมู่บ้านรวมมิตรคุ้นเคยกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

2. มีการจัดการท่องเที่ยวผ่านความเป็นชาติพันธุ์ ในหมู่บ้านรวมมิตรมีกลุ่มชาติพันธุ์ 8 กลุ่มซึ่งครั้งหนึ่งเคยเป็นกลุ่มคนชายขอบของสังคมไทย แต่ปัจจุบันกลับกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ทำให้วิถีชีวิตของชาติพันธุ์หมู่บ้านรวมมิตรกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมในกระแสการท่องเที่ยว

3. มีการจัดการท่องเที่ยวผ่านศาสนา ในบ้านรวมมิตรมีศาสนาอยู่ 3 ศาสนาใหญ่ๆ ได้แก่ ศาสนาคริสต์ ซึ่งมีพิธีกรรม และรูปแบบการดำเนินงานชัดเจนเป็นระเบียบแบบแผน ศาสนาพุทธ มีศูนย์รวมคือวัดที่อยู่นอกหมู่บ้านในตำบลแม่ยาว ส่วนการนับถือผี แบ่งเป็นผีตามความเชื่อของชาติพันธุ์ ซึ่งมีพิธีกรรมต่างกันโดยสิ้นเชิง ทั้งในรูปแบบ และสัญลักษณ์ในพิธีกรรมไม่ถูกนำมาใช้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมแต่อย่างใด

กลยุทธ์ทางการตลาดของหมู่บ้านรวมมิตร

จากความเชื่อที่ว่า โลกาภิวัตน์การท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดการสร้างความหมายใหม่ๆ ของวัตถุ เหตุการณ์ สถานที่ และผู้คน นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่ง มีความต้องการที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ โดยการเข้าร่วมกิจกรรม ในสถานที่ที่มีวัฒนธรรม และเหตุการณ์ของคนต่างถิ่นมากขึ้น เมื่อสภาพของโลกาภิวัตน์การท่องเที่ยวปัจจุบันเป็นดังนี้ ชุมชนท่องเที่ยว

อย่างหมู่บ้านรวมมิตร จึงจำเป็นต้องและการท่องเที่ยวเพื่อรองรับความต้องการของกระแสโลกาภิวัตน์ ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น และการท่องเที่ยวไม่ใช่อาชีพหลักของหมู่บ้านรวมมิตร หมู่บ้านรวมมิตรยังดำรงอาชีพหลัก คืออาชีพเกษตรกรรมของตนเองไว้ได้ เพียงแต่กลยุทธ์ทางการตลาดของหมู่บ้านรวมมิตรที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันยังขาดการกำหนดเป้าหมาย การวางแผนใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองโลกาภิวัตน์การท่องเที่ยว รวมทั้งตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ไม่มากนัก การจัดการท่องเที่ยวของหมู่บ้านรวมมิตรปัจจุบันมีสภาพดังนี้

1. จุดสนใจ (Attraction) นักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจในหมู่บ้านรวมมิตรคือการเป็นหมู่บ้านชาติพันธุ์ที่ประกอบด้วย 8 ชาติพันธุ์อยู่ร่วมกันในชุมชน จุดสนใจนี้เป็นจุดสนใจที่มีอยู่ดั้งเดิมแล้ว และเป็นจุดสนใจที่มีความสำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม

2. มีจุดหมาย (Destination) หมู่บ้านรวมมิตรมีบริการทัวร์ช้างที่เป็นจุดหมายหลักที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างชาติให้ความสำคัญรวมทั้งวิถีชีวิตชาติพันธุ์ที่เป็นบรรยากาศทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้

3. สามารถเข้าถึงได้ (Accessibility) หมู่บ้านรวมมิตรเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงได้ ไม่ว่าจะเป็นทางใดก็ตาม ทั้งทางบกโดยรถยนต์ และทางการล่องแพตามลำน้ำกก ซึ่งการเข้าถึงได้ของนักท่องเที่ยวมีส่วนสนับสนุนสำคัญเป็นอย่างมากต่อการท่องเที่ยวของหมู่บ้านรวมมิตรการเข้าถึงความเป็นอยู่แท้จริง

4. สิ่งปลูกสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) สิ่งปลูกสร้างพื้นฐานที่นำนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่หมู่บ้านรวมมิตรคือถนน และท่าเทียบเรือ นับเป็นสิ่งปลูกสร้างถาวร และยังมีอาคารที่ทำการของชมรมทัวร์ช้าง และอาคารสำหรับบริการนักท่องเที่ยวขึ้นเทียบหลังช้าง

5. ความสะดวกสบาย (Facilities) เป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านรวมมิตร ประกอบด้วยร้านจำหน่ายของที่ระลึก อาหาร น้ำ และมีความปลอดภัยเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว และทำให้เกิดธุรกิจต่อเนื่อง

ฐานพลังของหมู่บ้านรวมมิตร การปฏิบัติการของหมู่บ้านรวมมิตรในเรื่องการจัดการท่องเที่ยว ในสภาพปัจจุบันนั้น เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ไม่ได้อยู่ในวิถีชีวิตแบบเดิมของชุมชน หมู่บ้านรวมมิตรอาจประสบปัญหาในกระบวนการเตรียมชุมชน และการสร้างสำนึกจากผู้นำสู่สมาชิกของหมู่บ้านให้รู้จักตนเอง เมื่อพิจารณาจากฐานพลังของชุมชนที่ต้องประกอบด้วย 4 ฐาน กรณีหมู่บ้านรวมมิตร สรุปได้ดังนี้

ฐานทรัพยากร ฐานทรัพยากรของหมู่บ้านรวมมิตรได้แก่ ป่าไม้ ภูเขา ลำน้ำ นอกจากนั้นยังพบว่าหมู่บ้านรวมมิตรมีฐานทรัพยากรเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรม ที่เหมาะสม ทั้งนี้เนื่องจากมีหมู่บ้านรวมมิตรภูมิประเทศที่สวยงาม ห่างจากตัวเมืองเชียงราย เพียง 20 กิโลเมตร การเดินทางไปยังหมู่บ้านรวมมิตรเดินทางได้หลายวิธี คือการเดินทาง ทางบกโดยรถยนต์ หรือทางน้ำด้วยการล่องเรือตามแม่น้ำกกจากตัวเมือง มีธรรมชาติ ริม 2 ฝั่งแม่น้ำกกสวยงาม ร่มรื่น สำหรับกระบวนการจัดการในหมู่บ้านรวมมิตร นอกจาก ฐานทรัพยากรทางธรรมชาติแล้ว หมู่บ้านรวมมิตรยังมีฐานทางวัฒนธรรมที่มีฐานะ เปรียบเสมือนสินค้า (Product) ทางวัฒนธรรมได้แก่ เครื่องแต่งกาย วิถีการดำเนินชีวิต เช่นการนั่งช้าง การทัวร์ป่า ความเชื่อ ประเพณี ของที่ระลึกเช่นงานหัตถกรรมชาติพันธุ์ และสถาปัตยกรรม ซึ่งปัจจัยทางตลาด และตัวของสินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านี้มีนัยสำคัญ ที่พบการเชื่อมต่อกับภาครัฐ และการจัดการของเทศบาลตำบลแม่ยาว

เนื่องจากหมู่บ้านรวมมิตรมีการบริการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่นการเดินทัวร์ ป่า การนั่งช้าง การนั่งเรือนำเที่ยว และบริการโฮมเสตย์ รวมถึงมีการแสดงสัตว์ป่าแปลกๆ เช่นงูเหลือมเผือก หรืออาจพานักท่องเที่ยวเยี่ยมชมการเลี้ยงสุกรพันธุ์เหมยซาน แบบธรรมชาติภายในบริเวณบ้าน สิ่งเหล่านี้ได้สะท้อนวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของ หมู่บ้านรวมมิตรเนื่องจากมีกระบวนการแบบใหม่ๆ เกิดขึ้นผ่านการให้บริการการท่องเที่ยว

ฐานเครือข่ายทางสังคม การตั้งถิ่นฐานของหมู่บ้านรวมมิตรอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม มีเครือข่ายทางสังคมในลักษณะสายสัมพันธ์ทางสังคมที่มีองค์ประกอบสำคัญ คือการ ยึดโยงกันเพราะความเป็นเครือญาติ มีระบบความเชื่อร่วมกัน มีความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ เดียวกัน หรือมีวัฒนธรรมเดียวกัน นอกจากนั้นหมู่บ้านรวมมิตรยังได้รับการส่งเสริม ด้านการตลาดการท่องเที่ยวจากเครือข่ายทางสังคม แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มราชการ เป็นกลุ่มหน่วยงานราชการที่เข้ามาส่งเสริมการท่องเที่ยว และ สนับสนุนการท่องเที่ยวในบ้านรวมมิตรมาโดยตลอด รวมถึงมีโครงการพัฒนาการ ท่องเที่ยว เช่นการอบรมภาษาให้แก่ควาญช้าง หรือให้งบสนับสนุนการท่องเที่ยว ในรูปแบบต่างๆ

2. องค์กรราชการส่วนกลาง ทำหน้าที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในระดับนโยบาย และการปฏิบัติงาน โดยมีโครงการเกี่ยวกับการสนับสนุนวัฒนธรรม เช่น การอบรม การอนุรักษ์วัฒนธรรม การจดทะเบียน และส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน การสร้างรูปแบบ การท่องเที่ยว การให้ความรู้การจัดการท่องเที่ยวในชุมชนโดยผ่านกลไกราชการเป็นหลัก

3. องค์กรเกี่ยวกับการศึกษา ทำการวิจัยและนำความรู้คืนสู่ชุมชนเพื่อปรับปรุงการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน หรือเป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ของนักศึกษา มีนักศึกษาจากสถาบันต่างๆ เข้ามาฝึกงานกับชมรมฯ หรือเข้ามาถ่ายทำสารคดี เพื่อนำไปเผยแพร่ข้อมูล

4. องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรเหล่านี้จะนำนักท่องเที่ยวเข้ามาในหมู่บ้าน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ในขณะเดียวกันก็เอาแผนพัฒนาชุมชนเข้ามาเสนอให้แก่ชุมชน

5. กลุ่มศาสนา โดยกลุ่มนี้จะสนับสนุนกิจกรรมผ่านกลุ่มคริสเตียน โครงการเหล่านี้แม้จะไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงแต่เป็นปัจจัยสำคัญที่จะสนับสนุนให้ชาวบ้านมีอาชีพ และสามารถทำอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชนได้

กลุ่มที่สนับสนุนกิจกรรม และวัฒนธรรมต่างๆ เหล่านี้ มีส่วนสำคัญของการสร้างอัตลักษณ์ของหมู่บ้านรวมมิตรให้เป็นชุมชนที่มีความเรียบง่าย อนุรักษ์ธรรมชาติ และอยู่ร่วมกับป่ามาตั้งแต่บรรพบุรุษ ภาพเหล่านี้ทำให้อัตลักษณ์ของชุมชนเอื้อต่อการดำเนินการท่องเที่ยวในชุมชน

ฐานความรู้ หมู่บ้านรวมมิตรมีชุดความรู้ของชุมชนที่เกิดจากประสบการณ์ภายในภาคเกษตร เช่นมีการเพาะปลูกพืชไร่ และอาศัยทรัพยากรชีวภาพ ตลอดจนดินฟ้าอากาศอาทิ สมุนไพรท้องถิ่นใช้รักษาโรค การรักษาของหมอพื้นบ้าน พืชพันธุ์พื้นบ้านต่างๆ มีความรู้ด้านสังคม วัฒนธรรม มีประเพณี เรื่องเล่า รวมถึงข้อห้ามต่างๆ ของชุมชน และพบว่าองค์ความรู้ของท้องถิ่นถูกนำมาใช้เป็นสินค้าในการท่องเที่ยวด้วย เช่นกลุ่มกะเหรี่ยงมีความรู้เรื่องช้าง กลุ่มอาข่า มีความรู้เรื่องการปักเย็บเสื้อผ้า เป็นต้น ซึ่งน่าจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชุมชนต้องนำเอาอัตลักษณ์เหล่านี้มาสร้างเป็นสินค้าด้วย และพบว่าสินค้าทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านรวมมิตรเหล่านี้ได้ถูกนำมาบรรจุไว้ในตารางกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาด

ฐานวัฒนธรรมและความเชื่อ ฐานวัฒนธรรม และความเชื่อเป็นแกนกลางของหมู่บ้านรวมมิตร ความเชื่อ ค่านิยมร่วมของหมู่บ้านเป็นสายสัมพันธ์ของเครือข่ายทางสังคมรูปแบบหนึ่งซึ่งในสถานการณ์ปัจจุบันหมู่บ้านรวมมิตรอาจจะสูญเสียความสามารถในการควบคุมวัฒนธรรมความเชื่อของตน เนื่องจากกลไกทางการตลาดในการสร้างมูลค่าให้กับความเชื่อแบบใหม่ ซึ่งในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวโลกาภิวัตน์มีลักษณะสำคัญคือชุมชนต้องเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วม และชุมชนได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว

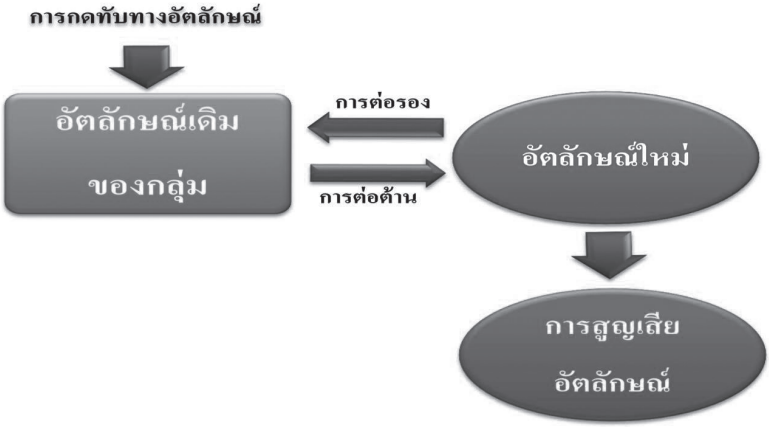
การอภิปรายผล

การนิยามตัวตนว่าเราเป็นใคร มักเกิดขึ้นจากการที่เรามีปฏิสัมพันธ์ หรือมีการสื่อสารกับบุคคลใด ดังนั้นกลุ่มที่มีวิถีปฏิบัติที่เป็นกลุ่มก้อนชาติพันธุ์เหมือนกัน มีการสื่อสารระหว่างกัน ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกในความเป็น “พวกเดียวกัน” และในเวลาเดียวกันก็ได้สร้างความรู้สึก “แตกต่างกัน” ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์หมู่บ้านรวมมิตรกับคนเมืองพื้นราบ ขณะเดียวกัน ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ในหมู่บ้าน และความสัมพันธ์กับคนเมืองก็ได้ก่อให้เกิดการหยิบยืม และการผสมปนเปทางวัฒนธรรมระหว่างกันด้วย เมื่อกลุ่มชาติพันธุ์แต่ละกลุ่มต้องการรักษาความเป็นหนึ่งเดียว หรือความเป็นปึกแผ่นในพวกเดียวกัน กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์เพื่อสร้างความเหมือน และความแตกต่างจึงเกิดขึ้น

กระบวนการของการหยิบยืมอัตลักษณ์บางส่วนจากวัฒนธรรมของกลุ่มอื่นมาทำให้เป็นตัวเขา หรืออาจจะด้วยเหตุที่ว่าอัตลักษณ์เก่ามีพลังน้อยลง อัตลักษณ์ใหม่จึงถูกสร้างขึ้นมาทดแทน และเนื่องจากอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ทดแทนได้ไม่ตายตัว และไม่หยุดนิ่ง การสืบทอด และผลิตอัตลักษณ์ใหม่จึงเกิดขึ้นภายใต้กาลเวลา และบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป

จากแนวคิดทุนวัฒนธรรมที่บูร์ดิเยอร์ เมื่อเทียบเคียงกับผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าทุนวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ที่เป็นวัตถุ และทุนวัฒนธรรมที่เป็นสมรรถนะของบุคคลเป็นสิ่งที่ถูกแปรรูปให้เป็นสินค้าของกลุ่มหมู่บ้านรวมมิตร โดยมีชนชั้นการผลิตทั้งระดับบน และระดับล่างตามแนวทางเศรษฐศาสตร์การเมืองของมาร์กซ์ เข้าครอบงำความเป็นใหญ่ (Hegemony) และเกิดครอบงำทางอุดมการณ์ของกลุ่มต่างๆ ที่มีอำนาจในการสร้างผลประโยชน์ให้กับตัวเองผ่านการควบคุมอำนาจในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในรูปของคณะกรรมการหมู่บ้านรวมทั้งอัตลักษณ์ของกลุ่มหมู่บ้านรวมมิตรถูกครอบงำโดย อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์กะเหรี่ยงอีกชั้นหนึ่ง

แผนภาพที่ 1 แสดงการต่อสู้ระหว่างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ กับอำนาจ เศรษฐกิจ และการเมือง



"...ไม่มีพื้นที่ว่างใดเลยที่ปราศจากการครอบงำของระบบทุนนิยม...." แบบวิถีในการครอบงำของชนชั้นปกครองคืออะไร อยู่ที่ไหน และทำงานอย่างไร จากคำถามนี้ บูร์ดิเยอร์ (Bourdieu, 2001). นักคิดชาวฝรั่งเศสเชื่อว่าไม่มีพื้นที่ว่างใดเลยที่ปราศจากการครอบงำของระบบทุนนิยม สถาบันต่าง ๆ รอบตัวเราได้ทำการครอบงำ และปลูกฝังอุดมการณ์ของชนชั้นปกครองทั้งในเวลาทำงาน เวลาว่าง และเวลาส่วนตัว ลักษณะการครอบงำไม่ได้มีขึ้นอย่างเปิดเผย และไม่ได้มีลักษณะบังคับใช้กำลังรวมทั้งไม่ได้มีลักษณะสมคบกันหลอกลวงประชาชน แต่การครอบงำ และการเอาเปรียบประชาชนได้แฝงตัวอยู่ในทุนเศรษฐกิจ(Economic Capital) ซึ่งบูร์ดิเยอร์ (Bourdieu, 2001). ขยายความว่า ปัจจุบันการครอบงำได้ขยายออกไปถึงทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) หรือทุนสัญลักษณ์ (Symbolic Capital) ซึ่งทุนเหล่านี้ปฏิบัติการอยู่ในชีวิตประจำวันทุกวันผ่านการทำงานของสถาบัน กลไกต่างๆ ของสังคม สถาบันเหล่านี้ทำงานครอบงำอยู่ตลอดเวลา ซึ่งบูร์ดิเยอร์เรียกสิ่งนี้ว่า "ความรุนแรงเชิงสัญลักษณ์ และชนชั้น" ส่วนเรื่องการจัดสรรทรัพยากรอย่างไรให้เกิดความเป็นธรรม และเท่าเทียมมักถูกมองข้าม ชนชั้นปกครองต้องการแค่เพียงการไม่มีปากเสียง การครอบงำจึงได้ขยายออกไปถึงทุนวัฒนธรรม ไม่ยกเว้นกระทั่งในชุมชนชาติพันธุ์ที่ผันตัวเองเข้าสู่หมู่บ้านการท่องเที่ยวเช่นหมู่บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตร

การสร้างอำนาจนำของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหมู่บ้านรวมมิตร เป็นกลไกหนึ่งในการประสานเชื่อมโยง และสร้างสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม และเป็นเครื่องมือในการดำเนิน

การสร้างอำนาจนำของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งถ้าหากวิเคราะห์ตามความเห็นของกรัมชี่ กลไกในการดำเนินการเห็นพ้องกันในระดับหมู่บ้านรวมมิตรได้แก่ การเผยแพร่ศาสนาของกลุ่มโรมันคาทอลิก ในปัจจุบันศาสนาคริสต์ถือว่ามีบทบาทที่สำคัญมากในหมู่บ้านรวมมิตรเพราะได้เข้ามามีบทบาทในทางการเป็นเครื่องมือให้กลุ่มทุนสร้างอำนาจนำกับประชาชน ผ่านกลไกการสื่อสาร และคริสต์ศาสนาได้เข้ามามีบทบาทนำแทนที่การนับถือผี วิญญาณบรรพบุรุษ ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นว่าความเป็นชาติพันธุ์ไม่อาจแยกออกจากอำนาจ ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ การเมือง และสัญลักษณ์ได้

ส่วนกลไกทางการศึกษา เป็นการสร้างการช่วงชิงพื้นที่ทางความคิดกลับคืนมาเพื่อมิให้ประชาสังคมในหมู่บ้านมองไม่เห็นกระบวนการครอบงำ และการครองความเป็นใหญ่ตามแนวคิดเศรษฐกิจกำหนดเพียงด้านเดียว

การมองเชิงระบบการบริหารจัดการของหมู่บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตรผ่านแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองตามแนวทางของกรัมชี ที่มองเรื่องอำนาจของการปฏิบัติการทางวัฒนธรรมผ่านกลไกอุดมการณ์ที่ทำให้ประชาชนยอมรับอุดมการณ์ของชนชั้นผู้ปกครอง แนวคิดเรื่องการครองอำนาจเพื่อช่วงชิงพื้นที่ของกรัมชีเชื่อว่า ชนชั้นที่มีปัจจัยการผลิต จะมีอำนาจควบคุมปัจจัยทางการผลิตทางความคิดด้วย ชนชั้นผู้ปกครองในฐานะชนชั้นหนึ่งก็คือผู้ที่ตัดสินใจกำหนดขอบเขต และทิศทางของยุคสมัย จึงเท่ากับว่าชนชั้นผู้ปกครองคือผู้ตั้งเกณฑ์การผลิต และถ่ายทอดอุดมการณ์ของพวกเขา นอกจากนั้นกรัมชียังเชื่อว่ากลุ่มที่มีอำนาจมากกว่าจะสร้างประโยชน์ให้กับตัวเอง ผ่านรัฐ ผ่านสถาบันต่างๆ ของประชาสังคมเพื่อสร้างความเป็นใหญ่ ประชาสังคมของกรัมชีประกอบด้วย สถาบันทางศาสนา โรงเรียน สื่อ และรูปแบบทางวัฒนธรรม การครอบงำเป็นการสื่อสารระหว่างพื้นที่ที่เป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับสิทธิอำนาจต่อสาธารณะ ความมั่นคงของสังคมดำเนินผ่านการครอบงำ และความเป็นใหญ่ เช่นระเบียบทางสังคมถูกผลิตซ้ำโดยสถาบัน และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญการใช้อำนาจ และกฎเกณฑ์ทางสังคมเช่นทหาร ตำรวจ ขณะที่สถาบันอื่นเช่นศาสนา โรงเรียน สื่อ ก็ครอบงำอุดมการณ์ต่างๆ ทางสังคมในรูปทุนนิยม แนวคิดเรื่องความเป็นใหญ่ (Hegemony) ของกรัมชียังแสดงให้เห็นว่าสื่อ เทคโนโลยี หรือสถาบันต่างๆ มีส่วนร่วมต่อการครอบงำทางการเมือง และสังคมในวงกว้าง

การสังเกตการณ์เบื้องต้นในชุมชนพบว่า มีความตึงเครียดระหว่างชาติพันธุ์ (Ethnic Tension) เกิดขึ้นในชุมชนอยู่บ้าง แต่ไม่ชัดเจนเท่าใดนัก โดยพบได้จากกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่บ้าง ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละกลุ่มมีความต้องการเข้าถึงธุรกิจการท่องเที่ยวเหมือนกัน แต่กลุ่มหลักที่เป็นเจ้าของอยู่คือกลุ่มกะเหรี่ยง และกลุ่มอาข่าที่ขายของที่ระลึก

เป็นหลัก แต่มีบางกลุ่มยังไม่สามารถเข้าถึงการท่องเที่ยวได้ จุดนี้สอดคล้องกับการอธิบายของกรัมชีเรื่องการครอบงำ (Hegemony) ของกลุ่มต่าง ๆ โดยกรัมชีมองเรื่องอำนาจของการปฏิบัติการทางวัฒนธรรมผ่านกลไกอุดมการณ์ (Ideological Appatatuses) ชนชั้นที่มีปัจจัยการผลิตจะมีอำนาจควบคุมปัจจัยการผลิตทางความคิดด้วย ชนชั้นผู้ปกครองในฐานะชนชั้นหนึ่งก็คือผู้ที่ตัดสินใจกำหนดขอบเขต จึงเท่ากับว่าชนชั้นผู้ปกครองคือผู้ตั้งเกณฑ์การผลิต และถ่ายทอดอุดมการณ์ของพวกเขา แนวคิดในเรื่องนี้ของกรัมชีสนับสนุนความเชื่อของบูร์ดิเยอร์ที่เชื่อว่าไม่มีพื้นที่ว่างใดเลยที่ปราศจากการครอบงำของระบบทุนนิยม

กระบวนการทำให้ชาติพันธุ์กลายเป็นสินค้าในการบริการการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมักมีความคาดหวังแบบโรแมนติค (Romantic) ว่าในบรรยากาศการท่องเที่ยวของตนจะได้พบเห็นวัฒนธรรมที่ยังไม่เป็นอารยะ ความห่างไกลความเจริญคงจะทำให้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไม่แปดเปื้อน แต่ในความเป็นจริงแล้วอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมได้เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลก เช่นเดียวกับที่หมู่บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตรถึงแม้การสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆทั้งจากองค์กรราชการ และบริษัทนำเที่ยวจะพยายามที่จะสื่อสารว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นไปที่วิถีชีวิตที่เรียบง่าย แตกต่างจากที่อื่นๆ ที่มีการนั่งช้างชมความงามของหมู่บ้านและสภาพภูมิประเทศโดยรอบเป็นจุดขาย ซึ่งชื่อของชมรมช้างที่ใช้ในการสื่อสารคือ “ชมรมช้างบ้านกะเหรี่ยงรวมมิตร” ทำให้คนจำนวนมากเข้าใจผิดได้ว่า ในบ้านรวมมิตรมีเฉพาะชาติพันธุ์กะเหรี่ยงเท่านั้น และมีการบรรยายถึงสภาพวิถีชีวิต และการแต่งกายแบบเดิมทั้งที่ในสถานที่จริงกลับไม่ได้พบเห็นดังที่สื่อสารออกไป

การท่องเที่ยวเข้ามามีบทบาทอย่างมากในหมู่บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตร ถึงแม้ในตอนแรกเริ่มก่อตั้งหมู่บ้านอาจเป็นเพียงการตั้งถิ่นฐานเพื่ออยู่อาศัย ในภาวะ “เอาตัวรอด” ของกลุ่มคนบางกลุ่ม แต่ต่อมาเมื่อภาคเหนือของไทยได้กลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวชาติพันธุ์ได้กลายเป็นจุดหมายปลายทางหนึ่งของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ แต่ปัจจุบันการท่องเที่ยวแนวนี้โดยเฉพาะที่หมู่บ้านรวมมิตรกลับได้รับความนิยมลดลง กลุ่มผู้มีอำนาจนำได้ใช้อำนาจรัฐจึงต้องมีการค้นหา หรือเปิดพื้นที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่ยังบริสุทธิ์ ยังไม่ถูกรบกวน และเปิดตัวสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่

จากการลงเก็บข้อมูลในพื้นที่ของผู้วิจัย ช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย (อบจ.เชียงราย) ได้จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ภายในจังหวัด ชื่องาน ว่า “หมู่บ้าน 10 ชาติพันธุ์” ในพื้นที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ภายในงานมีการแสดงของกลุ่มชาติพันธุ์ การจำลองที่อยู่อาศัยของกลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่แบบชาติพันธุ์

แนวทางที่กรัมชี แอนโตนิโอ (Gramsci Antonio,1971) เชื่อว่า กลุ่มที่มีอำนาจมากกว่าจะสร้างประโยชน์ให้กับตัวเอง ผ่านองค์กรรัฐ และผ่านสถาบันต่างๆ ของประชาสังคม เพื่อสร้างความเป็นใหญ่ ดังนั้นทิศทาง หรือกระแสการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ของจังหวัดเชียงรายในขณะนี้จึงเปลี่ยนเป้าหมายไปจากเดิม โดยเบนความสนใจหรือกระตุ้นกระแสการท่องเที่ยวไปสู่ทิศทางใหม่ตามที่หน่วยงานผู้มีอำนาจกำหนดขึ้น องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงรายจึงอยู่ในฐานะผู้มีอำนาจนำในการตัดสินใจกำหนดขอบเขต และทิศทางของยุคสมัยทางการท่องเที่ยว อีกทั้งยังทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดวาระ กำหนดความเฟื่องฟู ความซบเซาของการท่องเที่ยว จึงชัดเจนว่าชนชั้นผู้ปกครองคือผู้ตั้งเกณฑ์การผลิต และถ่ายทอดอุดมการณ์ของพวกเขา

ในขณะที่กระแสการท่องเที่ยวทางชาติพันธุ์ของจังหวัดเชียงรายในขณะนี้จึงเปลี่ยนเป้าหมายไปจากเดิมหมู่บ้านรวมมิตรเองที่ได้เคยถูกพัฒนามาในอดีต แต่ปัจจุบันยังคงดำเนินการอยู่ภายใต้บริบทเดิม กระบวนการเดิมที่ประสบความสำเร็จในระดับที่ยังมีอุปสรรคด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอยู่บ้าง แต่อุปสรรคนั้นยังคงดำเนินอยู่ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ กระบวนการเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนหมู่บ้านรวมมิตรมีองค์ประกอบที่สำคัญ และน่าสนใจหลายประการ ได้แก่ศักยภาพของคนในหมู่บ้าน ศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยว การบริหารจัดการ โดยชุมชนได้มีการศึกษาผลกระทบจากการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว ตามหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ คือการหลีกเลี่ยงการสร้างผลกระทบทางด้านลบ ที่จะก่อให้เกิดความเสียหายต่อชุมชน เนื่องจากชาวบ้านตระหนักว่าการท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดผลกระทบทางสังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน ชุมชนจึงรวมตัวกันเข้ามาจัดการให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องให้ปฏิบัติอยู่ในกฎ กติกาของชุมชน การจัดระเบียบเพื่อการแบ่งปันผลประโยชน์แก่ผู้คนที่เกี่ยวข้อง และผลประโยชน์ในชุมชน โดยชุมชนเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบมากเกินขีดความสามารถที่ชุมชนจะจัดการได้ แต่สิ่งที่หมู่บ้านรวมมิตรขาดไปในกระบวนการจัดการท่องเที่ยวคือการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของสมาชิกในชุมชน และการเปิดโอกาสให้กลุ่มชาติพันธุ์อื่นที่นอกเหนือจากชาติพันธุ์กะเหรี่ยง เข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ต่อการจัดการท่องเที่ยวของหมู่บ้านรวมมิตร

2. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์คือการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ในแหล่งธรรมชาติอย่างมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรม

การจัดการของหมู่บ้านรวมมิตรสะท้อนรูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์มากน้อยเพียงใด

ด้านรูปแบบ และการบริการที่ถูกต้อง พบว่าการบริการนักท่องเที่ยวในหมู่บ้านยังขาดรูปแบบการบริการที่เข้าถึงมาตรฐานการบริการเบื้องต้นโดยเฉพาะการขาดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่นด้านความสะอาด สะดวก ที่นั่งพักผ่อน ไม่มีอาคารที่มีหลังคา ไม่มีร้านค้าน้ำดื่ม อาหาร ไม่มีหน่วยบริการข้อมูล จุดให้คำแนะนำด้านการท่องเที่ยว ไม่มีป้ายบอกราคาค่าบริการนั่งช้าง ฯลฯ เหล่านี้เป็นการบริการพื้นฐานที่ต้องปรับปรุงโดยเร่งด่วน และจากการขาดบริการพื้นฐานนั่นเองจึงส่งผลกระทบต่อการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวในท้ายที่สุด

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย กลุ่มชาติพันธุ์ทั้ง 8 กลุ่มในหมู่บ้านรวมมิตรทุกกลุ่มมีอัตลักษณ์ มีศักดิ์ศรี มีวัฒนธรรมที่งดงาม ถึงแม้จะมีกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงเป็นแกนนำในการจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยมีเทศบาลตำบลแม่ยาวให้การสนับสนุนในเชิงสานต่อนโยบายการจัดการท่องเที่ยว จากกระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬาในเรื่องการจัดการด้านสุขอนามัยในชุมชน ความเป็นระเบียบเรียบร้อย เรื่องของความสะอาด สถานที่บริการจอดรถนักท่องเที่ยว ที่ต้องมีการยกระดับให้เป็นไปตามมาตรฐานของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ นโยบายต่างๆ เหล่านี้อาจไม่รับการถ่ายทอดเพื่อนำไปสู่กระบวนการขับเคลื่อนให้เกิดผลในเชิงรูปธรรมเท่าที่ควรเนื่องจากความเข้าใจในขั้นตอนการปฏิบัติ และการขาดมุมมองที่เห็นปัญหาร่วมกัน ตลอดจนปัญหาในเชิงการสื่อสารที่ส่งสารต่อกันลงมาเป็นทอดๆ ดังนั้นนโยบายต่างๆ ที่ถ่ายทอดจากเทศบาล ฯ จึงยังไม่ได้รับความร่วมมืออย่างจริงจังจากชุมชน

รายการอ้างอิง

Bourdieu, P.(2001).**The Forms of Capital,** Oxford University Press , Oxford.

Bourdieu, P.(1993).**The Field of Cultural Production.** New York: Columbia University.

Bourdieu, P.and Passeron J.C. (1990).Reproduction in Education, Society, and Culture. Sage. London.

Bourdieu, P.(1990).**The Logic of Practice.** Stanford University Press, Stanford.

Bourdieu, P.(2001).**Outline of a Theory of Practice.** Cambridge University Press, Cambridge.

Gramsci, Antonio.(1971).Selections form the Prison Notebooks. London, Lawrence and Wishsrt.