



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของการวัวควาย ทุ่งฟ้าบดเชียงใหม่
เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

Promoting Vernacular Identity of Tungfabod Cattle Market
Chiang Mai for Community Tourism

โดย แผ่นดิน อุนจะนำ และคณะ

กรกฎาคม 2553

สัญญาเลขที่ TRI/UTLGM-52003

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของการค้าวัวควาย ทุ่งฟ้าบดเชียงใหม่ เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

Promoting Vernacular Identity of Tungfabod Cattle Market
Chiang Mai for Community Tourism

คณะผู้วิจัย

แผ่นดิน อุนจะนำ

สังกัด

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.ระวีวรรณ โอบารัตน์มณี

สังกัด

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ชุดโครงการ “เชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาโท”

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก อาจารย์ ดร. ระวีวรรณ โอบารัตน์มณี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่กรุณาให้ความรู้ แนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ และคำแนะนำ จนกระหึ่งเศรษฐีสมบูรณ์ ขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ผู้สนับสนุนวิจัยชุดโครงการ “เชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเทินการท่องเที่ยวระดับบริภูมิโท” ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทยและผู้ทรงคุณวุฒิ สำหรับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ยิ่ง ตลอดจนเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องทุกท่าน

ขอขอบพระคุณ แม่ครูบัวผิน ล้อมศรี เจ้าของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด และพ่อค้าแม่ค้า ที่นำรักทั้งกายและใจทุกคนภายในการดูแลวัวควายทุ่งฟ้าบด ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำแนะนำและข้อมูลของกาดวัวควายและให้การดูแลเป็นอย่างดีและเป็นกันเองตลอดเวลา ที่อยู่ภายใต้การดูแล

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. สันต์ สุวัจ德拉ภินันท์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิฑูรย์ เหลี่ยวรุ่งเรือง กรรมการ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปรานอม ตันสุขานันท์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ยิ่ง ขอขอบพระคุณอาจารย์ ทุกท่านที่ให้ความรู้ ตลอดจน คุณณัฐิกานต์ และเจ้าหน้าที่คณะฯ ที่สนับสนุน ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์จุลพร นันทพานิช และขอบคุณเพื่อนพี่น้องสถาปัตยกรรมศาสตร์ในการให้ความช่วยเหลือ ในการเก็บข้อมูลนวัตกรรมนิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ รองศาสตราจารย์ ดร. ประไชย อนชนะ คุณแม่ ศรัณยา อนชนะ ที่ให้ความรักและกำลังใจรวมทั้งคำปรึกษาตลอดการดำเนินชีวิตและตลอดไป และขอบคุณน้องชาย ปิยชนน์ อนชนะ ที่มีความรักให้กันเสมอมา

ขอขอบคุณสุชาสินี ใหญ่ฤกุล ที่เป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือตลอดการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้เขียนหวังว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงจะเป็นประโยชน์ แก่ผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับ การส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด เชียงใหม่เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อการ พัฒนาองค์ความรู้ทางสถาปัตยกรรมและสาขาวิชาอื่นต่อไป

แผ่นดิน อนชนะ และ ระวีวรรณ โอบารัตน์มณี

18 มิถุนายน 2553

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

หลักการและเหตุผล

แม้การด้วยความมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมเกษตรกรรม แต่จำนวนภาคน้ำด้วยความในภาคเหนือลดลงอย่างมากในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมาเนื่องจากหลายปัจจัยหลายประการ ทั้งจากกระแสสมัยใหม่และโลกาภิวัตน์ที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตมาใช้เครื่องจักร การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างงานและแรงงานส่งผลให้คนเลิกทำงานไปเป็นแรงงานเมือง การเปลี่ยนระบบการค้าด้วยความเป็นแบบผ่านคนกลางทำให้การแลกเปลี่ยนผ่านภาคน้ำอย่าง

นอกจากปัญหาเชิงปริมาณแล้ว การด้วยที่หลงเหลืออยู่ไม่มากนักกำลังประสบกับการเปลี่ยนแปลงไปสู่กระแสสมัยใหม่ที่มีรูปแบบใหม่อนกันโดยไร้อัตลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างสิ้นเชิง ปัจจัยเหล่านี้มีผลทำให้สถานการณ์ด้วยความแย่ลงเป็นอย่างมากในช่วงเวลาไม่ถึง 30 ปี จำนวนภาคด้วยความในภาคเหนือลดลงกว่าครึ่งหนึ่งและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมีหลงเหลืออยู่เพียงไม่กี่แห่ง

ภาคด้วยน้ำมีบทบาทหลักในฐานะที่เป็นพื้นที่สหกรณ์ชีวิตสังคมเกษตรกรรมของชนบทไทยที่กำลังถูกคุกคามด้วยบริบทของความเปลี่ยนแปลงของโลกสมัยใหม่และโลกาภิวัตน์ที่นำไปสู่การพึ่งพิงต่อกันและปัจจัยภายนอก ที่ทำให้ภาคด้วยความขาดความยั่งยืนดังจะเห็นได้จากการประสบภาวะขาดทุนหรือปรับเปลี่ยนจนต้องปิดกิจการไป จากสภาพปัญหานี้นำมาซึ่งคำถามว่า ความมีการอนุรักษ์ภาคด้วยความที่เหลืออยู่น้อยเต็มที่ให้คงอยู่เป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่นสังคมเกษตรกรรมก่อนที่สูญหายไปหรือไม่ อัตลักษณ์ของภาคด้วยที่มีคุณค่าแห่งน้ำคืออะไรและเราจะส่งเสริมอัตลักษณ์นี้ให้คงอยู่ได้อย่างไร

งานวิจัยนี้เลือกศึกษาภาคด้วยความทุ่มเทในการดำเนินการให้กับภาคด้วยเพียงไม่กี่แห่งที่เหลืออยู่เพื่อสำรวจองค์ประกอบภายในภาคและสังคมที่สร้างอัตลักษณ์ภาค และหาแนวทางอนุรักษ์อัตลักษณ์ของภาคพื้นถิ่นนี้ไว้ องค์ความรู้นี้สามารถเป็นข้อมูลที่เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้ภาคด้วยได้สร้างผลประโยชน์โดยตรงจากการสร้างภูมิทัศน์การท่องเที่ยวที่จะนำการท่องเที่ยวสู่ภาคด้วย นับเป็นการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมท้องถิ่นที่ยังคงอยู่ให้เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ยังคงอยู่บนถนนสายหลัก ซึ่งสามารถเพิ่มเป็นเส้นทางท่องเที่ยว เป็นศูนย์กลางและแหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจชุมชนที่สำคัญของภาคเหนือได้

วัตถุประสงค์

- เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในภาควัฒนธรรมที่มีความสำคัญที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่
- เพื่อหาอัตลักษณ์พื้นถิ่นของการวัฒนธรรมที่มีความสำคัญที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่
- เพื่อหาแนวทางอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของการวัฒนธรรมที่มีความสำคัญที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและเป็นแนวทางแก่การนัดพื้นถิ่นอื่น ๆ

วิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเพื่อมุ่งหาข้อมูลเชิงลึกของลักษณะทางกายภาพและสังคมที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ของการวัฒนธรรมที่มีความสำคัญที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การใช้การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสัมภาษณ์ (Interview) ในการเก็บข้อมูล มีการดำเนินงานตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การออกแบบวิธีการศึกษา

การออกแบบวิธีวิจัยได้พิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการศึกษาเป็นหลัก เพื่อสร้างความวิจัยจากวัตถุประสงค์

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

2.1 การเก็บข้อมูลภาคสนาม

การสำรวจพื้นที่ภายในภาควัฒนธรรมที่มีความสำคัญที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อค้นหาองค์ประกอบเชิงกายภาพในเรื่องการใช้พื้นที่และตัวกำหนดในการจัดวางและการใช้งานนั้นเนื่องจากการวัฒนธรรมที่มีความสำคัญที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นภาคที่เปิดเฉพาะวันเสาร์จึงเก็บข้อมูลสัปดาห์ละ 1 ครั้งต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 12 สัปดาห์

ก่อนการลงพื้นที่เพื่อทำการเก็บข้อมูลได้มีการเตรียมชุดกรอบคำถาม (Question Framework) เพื่อเป็นกรอบในการเก็บข้อมูล และการเก็บข้อมูลอย่างคุ้มค่าเวลามากที่สุด โดยการนำคำถามวิจัยมา แยกย่อยคำถามในแต่ละข้อให้ละเอียดถึงให้ได้ถึงคำถามยอดที่น่าไปสู่ข้อมูลที่ต้องการใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

2.2 การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจเบื้องต้นและการเก็บข้อมูลผังบริเวณภาควัฒนธรรมที่มีความสำคัญที่สุด นำมาใช้สร้างเป็นชุดคำถามในการสัมภาษณ์กับกลุ่มบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้พื้นที่ภายในภาคที่มีความสำคัญที่สุด โดยแบ่งได้ออกเป็น 3 กลุ่มตัวอย่าง คือ 1) เจ้าของภาค 2) ผู้ค้า 3) ผู้ซื้อผู้ติดตามและบุคคลทั่วไป

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้ทั้งหมดจะถูกนำมาจัดหมวดหมู่เพื่อนำมาวิเคราะห์เข้ารหัสและแยกแยะเพื่อตอบคำถามวิจัยของวัตถุประสงค์ 1 ถึงองค์ประกอบทางกายภาพสังคมของการ แล้วนำผลมาจัดกลุ่มและสร้างแนวคิดได้ผลวิเคราะห์เป็นอัตลักษณ์ของภาคตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

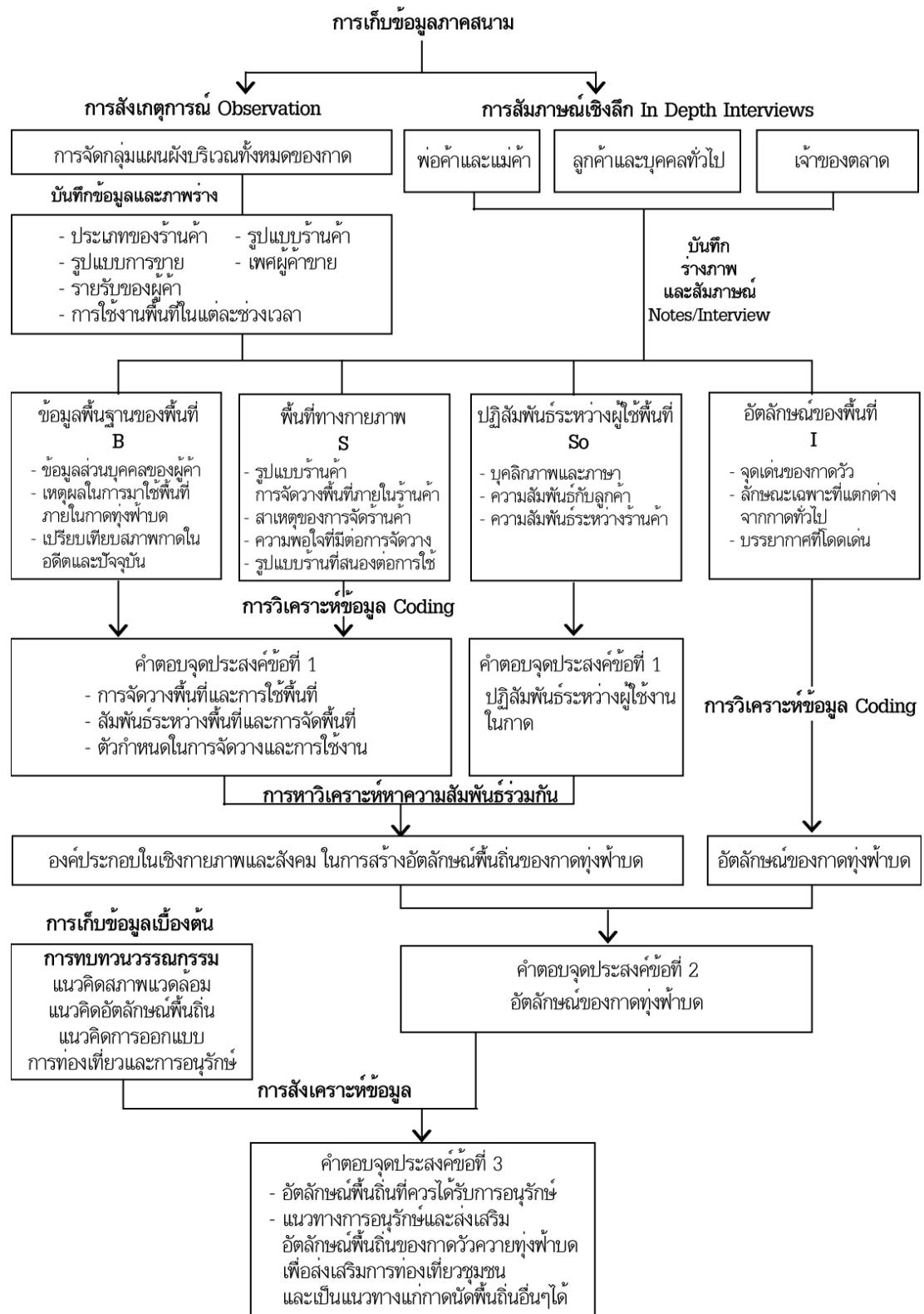
4. การสังเคราะห์ข้อมูล

การสังเคราะห์ข้อมูลเป็นการนำอัตลักษณ์ที่พบจากข้อ 2 มาสังเคราะห์ตามกระบวนการออกแบบสภาพแวดล้อมได้ผลเป็นเป็นแนวทางอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาค วิเคราะห์ทุ่งพื้นาบดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนและเป็นแนวทางแก่ภาคนัดพื้นถิ่นอื่น ๆ จากนั้น จึงนำเสนอผลสรุปและอภิปรายผลกับ위원회ที่ทบทวนมาก่อนหน้า

5. การสรุปผลวิจัย

เป็นการสอบถามและตอบคำถามตามวัตถุประสงค์อย่างรายละเอียด เสนอแนะและสรุปการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

มีกระบวนการเก็บและวิเคราะห์ผลข้อมูลสรุปได้ดังภาพที่ 1 หน้าต่อไป



ภาพที่ 1 กระบวนการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลวิจัยพบว่าการศึกษาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภายในภาพและสังคมนำมาซึ่งผลรู้ประมวลของอัตลักษณ์ที่มีนัยเชิงนามธรรม เป็นองค์ความรู้สำคัญที่ทำให้ค้นพบ “คุณค่าที่ควรอนุรักษ์” ที่ได้กล่าวแล้ว อัตลักษณ์ของการด้วยความทุ่มเท แบบ “สูป้าเด้ดังนี้”

- พื้นที่ศูนย์รวม ขนาดใหญ่ และทำเลที่ตั้งดี
- พื้นที่เปลี่ยนผ่านและเชื่อมต่อ
- ความหลากหลายของสินค้าและรูปแบบร้านค้า
- การจัดวางสภาพแวดล้อมตามวิถีพื้นถิ่นชนบท
- พื้นที่ร่วมของคนท้องถิ่นและต่างถิ่น
- ความเก่าแก่ของการด้วยและการสืบทอดประเพณีการซื้อขายจากรุ่นสู่รุ่น
- พื้นที่เฉพาะของกลุ่ม เพศ วัย
- ปฏิสัมพันธ์ของสังคมชนบทที่ตอบกัน ใกล้ชิด กันเอง
- การค้าวัสดุคงเหลือ ที่มีช่วงเวลาเปิดทั้งช่วงเช้า
- การเป็นพื้นที่ทางสังคมสำหรับกิจกรรมตามเทศกาและประเพณีท้องถิ่น

แนวทางส่งเสริมและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมการด้วย ประกอบด้วย

- การพัฒนาพื้นที่ศูนย์กลางของชุมชน
- การปรับปรุงพื้นที่เชื่อมต่อให้เป็นพื้นที่สาธารณะทางสังคม
- การจัดการความหลากหลาย
- การจัดวางพื้นที่ตามสภาพแวดล้อมและการใช้งานตามแนวคิดพื้นบ้าน
- การส่งเสริมพื้นที่ร่วมของคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว
- การส่งเสริมประวัติศาสตร์ของพื้นที่และการสืบทอดประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น
- การสร้างพื้นที่เฉพาะ
- การส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ที่ตอบกัน ฉันท์ญาติมิตรแบบสังคมชนบท
- การส่งเสริมพื้นที่ค้าวัสดุคงเหลือ เช่น เรียนรู้
- การเพิ่มความคุ้มค่าของพื้นที่โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมสังคม วัฒนธรรม ประเพณี ในวันที่ไม่มีการด้วย

ผลวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์ภาคทุ่งพื้นาบด ตลอดจนสำหรับการนัดพื้นถิ่นอื่น ๆ ทั้งการนำผลไปใช้ตามบริบท การนำแนวทางวิจัยไปใช้ศึกษา และการนำผลไปวางแผนนโยบายและพัฒนาพื้นที่ให้เกิดประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ วิธีวิจัยที่ใช้ได้สะท้อนแนวทางการผังสานวิชีวิจัยของสาขาวิชาสถาปัตยกรรมและ สาขาวัสดุศาสตร์ เป็นงานวิจัยเชิงกายภาพและสังคมของบริบทเศรษฐกิจของการวิจัยที่ยัง ไม่มีการศึกษาในแนวทางนี้มาก่อน สามารถใช้ได้ทั้งในศาสตร์การสาขาวิชาสถาปัตยกรรม การออกแบบสภาพแวดล้อม และสาขาวัสดุศาสตร์

ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

- ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์พื้นถิ่นของการวิจัย ในมิติเชิงกายภาพและสังคม
- ได้องค์ความรู้ในการพัฒนาตลาดพื้นถิ่นชนบทให้ดำรงอยู่เป็นอัตลักษณ์และศูนย์กลางชุมชน
- ได้แนวทางการส่งเสริมและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมพื้นถิ่นทั้งของการวิจัย กัดนัด และ กัดชนบท

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการโครงการ

- ส่งเสริมการพัฒนาตลาดพื้นถิ่นชนบทให้ดำรงอยู่ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงเพื่อเป็นแหล่ง ศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สาขาวัสดุ รวมชุมชน
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างความเข้มแข็งและพึ่งตนเองของชุมชนชนบทอย่างยั่งยืน

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : TRI/UTLGM-52003

ชื่อโครงการ : การส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาควัฒนธรรม ทุ่งฟ้าบด เชียงใหม่
เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

ชื่อนักวิจัย : ระวีวนิสา ใจฟ้ารัตน์มณี, แ盼นдин อุนจะนำ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

E-mail Address : rawiwani@mail.arc.cmu.ac.th, earthy_017@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 สิงหาคม 2552 ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม 2553

ภาควัฒนธรรมเป็นภาคชุมชนที่พบริบูรณ์ในชนบทไทยเป็นพื้นที่ศูนย์กลางขนาดใหญ่และสำคัญในการค้าขายวัฒนธรรมและสินค้าอุปโภคบริโภคในระบบเศรษฐกิจสังคมชนบทเกษตรกรรมแต่ปัจจุบันภาควัฒนธรรมประสบภาวะการเปลี่ยนแปลงตามเวลาและกระแสทำให้ลดจำนวนลงอย่างมากและสูญเสียอัตลักษณ์เฉพาะของภาคท้องถิ่นที่เคยมีในอดีต

งานวิจัยนี้ศึกษาภาควัฒนธรรมทุ่งฟ้าบด อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ในประเด็นความสัมพันธ์เชิงกายภาพสังคม มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในภาควัฒนธรรมที่มีส่วนสร้างอัตลักษณ์พื้นถิ่นที่ทำให้ภาคต่างอยู่ได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมและอนุรักษ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและเป็นแนวทางแก่การนัดพื้นถิ่นอื่น การศึกษาใช้กรอบของพหุทฤษฎีของแนวคิดเรื่องสภาพแวดล้อมและอัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อหาอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาคและใช้กรอบแนวคิดของการออกแบบสภาพแวดล้อม การท่องเที่ยวชุมชนและการอนุรักษ์เพื่อหาแนวทางอนุรักษ์และส่งเสริมสภาพแวดล้อมภาคเพื่อการดำรงอยู่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน วิธีวิจัยใช้การสำรวจเชิงคุณภาพสเกตโดย่างมีส่วนร่วมและสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ใช้พื้นที่ประกอบด้วยเจ้าของภาค ผู้ค้าและผู้ซื้อในประเด็นของสภาพภูมิภาค เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมที่สร้างลักษณะเฉพาะแก่ภาค

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรมภายในภาควัฒนธรรมทุ่งฟ้าบดมีส่วนสำคัญในการก่อให้เกิดอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาคอัตลักษณ์ของพื้นที่ทางภูมิภาคที่พบริบูรณ์ ได้แก่ ความเป็นพื้นที่ศูนย์รวมขนาดใหญ่ในทำเลที่ตั้งดี การมีพื้นที่เปลี่ยนผ่านและเชื่อมต่อที่ไม่มีระบบระเบียบชัดเจนแต่ตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้ ความหลากหลายของสินค้าร้านค้าและการจัดวางสภาพแวดล้อมตามวิถีพื้นถิ่นชนบท ส่วนอัตลักษณ์ทางสังคม ได้แก่ ประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ของภาคและการสืบทอดประเพณีการ

ซื้อขายจากรุ่นสู่รุ่น ช่วงเวลาค้าขายยาวตลอดเข้ามีดึงป่าย การมีพื้นที่ร่วมกันของคนท้องถิ่นและต่างถิ่น ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของคนชนบทที่อยู่บ้าน ใกล้ชิดและกันเองฉันท์ญาติมิตร และการกำหนดหมายพื้นที่ตามกลุ่มคน เพศ วัย การเป็นพื้นที่กิจกรรมตามเทศกาลและประเพณีท้องถิ่นที่หมุนเวียนตลอดปี อัตลักษณ์เหล่านี้ทำให้ภาควัฒนธรรมทุ่งฟ้าบดเป็นภาคนัดองประกอบปรุงคงที่สำคัญของชุมชนโดยเป็นทั้งพื้นที่เศรษฐกิจชุมชนแก่เมืองและชนบท เป็นพื้นที่ทางสังคมที่ทำให้คนท้องถิ่นได้ใช้เวลาในท้องถิ่นและสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนโดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวต่างถิ่นที่แสวงหาสังคมชนบทที่อยู่บ้านเอื้ออาทรได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวชุมชนที่ยังคงมีชีวิตโดยไม่มีการจัดฉากหรือสร้างใหม่

ผลของการสังเคราะห์อัตลักษณ์พื้นถิ่นทำให้ได้แนวทางการส่งเสริมและอนุรักษ์ภาควัฒนธรรมเพื่อรักษาอัตลักษณ์เดิมให้คงอยู่และเสริมสร้างให้เข้มแข็งยั่งยืน ประกอบด้วยการจัดวางพื้นที่ศูนย์รวมชุมชนภายในภาคที่ชัดเจนและตอบสนองการใช้งานมากขึ้น การส่งเสริมสถาปัตยกรรมและสภาพแวดล้อมให้ได้บรรยากาศพื้นถิ่น การเพิ่มพื้นที่เชื่อมต่อเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การจัดการและรักษาความหลากหลายของสินค้าและรูปแบบร้านค้า การสร้างที่ว่างปิดล้อมแบบไม่จริงใจเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ที่อยู่กันเองและใกล้ชิด การใช้วัสดุธรรมชาติและการก่อสร้างพื้นถิ่นอิงบริบทท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์ปลูกจิตสำนึกความภาคภูมิใจในเรื่องราวและประวัติศาสตร์ของภาคชุมชนเพื่อการดำรงรักษาภาคระยะยาว

งานวิจัยนี้ให้ทั้งองค์ความรู้ แนวทางและนโยบายในการดำรงรักษาอัตลักษณ์ที่สร้างคุณค่าแก่ภาคทุ่งฟ้าบดและภาคชุมชนที่มุ่งหวน恢复ทางรักษาอัตลักษณ์พื้นถิ่นของตนเองท่ามกลางกาลเวลาและความเปลี่ยนแปลง

คำหลัก : อัตลักษณ์พื้นถิ่น, ภาควัฒนธรรม, ภาคทุ่งฟ้าบด, การท่องเที่ยวชุมชน

ABSTRACT

Project Code : TRI/UTLGM-52003

Project Title : Promoting Vernacular Identity of Tungfabod Cattle Market Chiang Mai for Community Tourism

Investigators : Oranratmanee R., Ounchanum P.
Chiangmai University

E-mail Address : rawiwat@mail.arc.cmu.ac.th, earthy_017@hotmail.com

Project Duration : 1 August 2009 – 31 July 2010

Cattle market is a community market found in rural areas of Thailand, being a central, large and significant place for exchanging cattle, goods and services in the socio-economic system of agricultural society. Despite so cattle markets in Thailand have struggled to survive through time and change; as is evident a number of cattle markets continue closing down; less could remain its vernacular identity.

This research studies the spatio-social relationship of Tungfabod cattle market in Sunpatong Chiang Mai. The objectives are to explore the physical and social characteristics that create the vernacular identity and sustain the market through time and change; and to apply the vernacular identity to environmental design concepts to conserve and promote identity for community tourism. Two conceptual frameworks are used: the combined concept of environmental design and vernacular identity helps identify the vernacular identity of the market; and the combined framework of environmental design, community tourism and conservation helps find development guidelines for the market. The methods are qualitative survey, observation and in-depth interviews with users including the owner, merchants and customers about the physical, economic, social and cultural characteristics that construct the identity of the place.

The findings reveal that physical, economic, social and cultural characteristics of the markets are significant factors that create vernacular identity of the place. Spatial identity includes largely central place and prime location; the existence of spontaneous transitional spaces that are user-responsive; the diversity of goods and stalls; and the

spatial organization responding to rural way of life. Social identity includes the history of the market; transmission of seller custom from previous generation to the next; long period of sales; shared space for locals and non-locals; warm, close and relative-like social relationship of rural community; spatial marks according to groups, genders and ages; and social place for festivals and customs. The identity as identified herein makes the market a significant and multi-function node of both rural and urban economy, allowing rural people to spend time to strengthen community spirit as well as sharing recreational place for tourists to experience the charms of community tourism and the livelihood of local way of life.

The synthesis of vernacular identity leads to guidelines for conserving identity of the cattle market which can strengthen the sustainability of the market. These include rearranging community center for multipurpose uses; promoting vernacular architecture and environment; adding transitional spaces for recreation; conserving and managing diversity of goods and stalls; enclosing spaces spontaneously for warm, friendly and close interpersonal relations; using natural materials and vernacular construction methods responsive to natural context; and promoting and cultivating pride of tales and history of community market for long term conservation.

Finally this research contributes both knowledge about vernacular identity of cattle market and practical guidelines and policies for conserving and promoting vernacular market applicable for other community markets seeking ways to remain their identity through time and change.

Keywords : vernacular identity, cattle market, Tungfabod market, community tourism

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	๑
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	๒
บทคัดย่อภาษาไทย	๓
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๔
สารบัญ	๕
สารบัญภาพ	๖
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	๑
วัตถุประสงค์ของโครงการ	๖
นิยามศัพท์เฉพาะ	๖
ขอบเขตของการวิจัย	๖
ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ	๗
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	๗
แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์	๗
สรุป	๘
บทที่ 2 วรรณกรรม งานวิจัย แนวคิดและทฤษฎี	
การทำทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๙
แนวคิดและทฤษฎี	๑๗
สรุป	๓๓
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)	
การออกแบบงานวิจัย	๓๔
การเก็บข้อมูล	๓๗
การวิเคราะห์ข้อมูล	๔๔
การสังเคราะห์ข้อมูล	๔๖
สรุป	๔๗

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา และการอภิปรายผล	
สรุปข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง	49
ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์	53
บทสรุปวัตถุประสงค์ข้อ 1	89
บทสรุปวัตถุประสงค์ข้อ 2	98
บทสรุปวัตถุประสงค์ข้อ 3	112
การอภิปรายผล	115
บทที่ 5 บทสรุป	
สรุปผลวิจัย	118
ข้อเสนอแนะ	123
สรุป	124
บรรณานุกรม	126
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. บทความการวิจัยและการตีพิมพ์	130
ภาคผนวก ข. การนำเสนอผลงาน Poster	140
ภาคผนวก ค. แบบสัมภาษณ์	142
ภาคผนวก ง. ตารางการวิเคราะห์ข้อมูล	145
ภาคผนวก จ. ใบรับรองการจบการศึกษา	163
ภาคผนวก ฉ. ประวัติคณาจารย์	165

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
2-1	ความสัมพันธ์เชิงกายภาพและสังคม	19
2-2	แนวความคิดในการออกแบบ	23
2-3	การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมพื้นที่	24
2-4	กรอบการทบทวนวรรณกรรม	31
2-5	ความสัมพันธ์ของเนื้อหาวรรณกรรม	32
2-6	กรอบวรรณกรรมเพื่อการสังเคราะห์	33
3-1	แผนการดำเนินงานวิจัย	35
3-2	กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์	36
3-3	การควบคุมกระบวนการเก็บข้อมูล	38
3-4	กระบวนการสร้างผังบริเวณของการด้วนความทุ่งฟ้าบด	38
3-5	ภาพถ่ายทางอากาศของภาคด้วนความทุ่งฟ้าบด	39
3-6	ภาพร่างผังบริเวณจากการเดินสำรวจของผู้วิจัย	39
3-7	ผังบริเวณของการด้วนความทุ่งฟ้าบดที่เขียนด้วยโปรแกรม Autocad	39
3-8	การจำแนกข้อมูลสำรวจพื้นที่ในผังบริเวณภาคด้วนความทุ่งฟ้าบด	40
3-9	ผังบริเวณประเภทของร้านค้า	40
3-10	ผังบริเวณรูปแบบร้านค้า	41
3-11	ผังบริเวณรูปแบบการขาย	41
3-12	ผังบริเวณการงานพื้นที่ใช้แต่ละช่วงเวลา	41
3-13	ผังบริเวณเพชรผู้ค้า	42
3-14	ชุดคำถามสัมภาษณ์เจ้าของภาค	42
3-15	ชุดคำถามพ่อค้าและแม่ค้า	43
3-16	ชุดคำถามผู้ซื้อ ผู้ติดตามและบุคคลทั่วไป	44
3-17	การวิเคราะห์ข้อมูล	48
3-18	การสังเคราะห์ข้อมูล	46
3-19	แผนภูมิวิธีการดำเนินงานวิจัยทั้งหมด	47
4-1	ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้า	50

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาค		หน้า
4-2	ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อและคนเดิน	51
4-3	ความต้องการในการมาคาดว่าความของผู้ซื้อและคนเดิน	52
4-4	แผนที่ตั้งของคาดว่าความทุ่งฟ้าบด	53
4-5	การเข้าถึงคาดว่าความทุ่งฟ้าบด	54
4-6	แผนผังช่วงเริ่มก่อตั้งคาดว่า ความทุ่งฟ้าบด	55
4-7	แผนผังช่วงการขยายพื้นที่ของคาดว่า ความทุ่งฟ้าบด	55
4-8	แผนผังช่วงคาดว่าความทุ่งฟ้าบดในปัจจุบัน	56
4-9	แผนผังกลุ่มร้านค้าภายในคาดว่าความทุ่งฟ้าบด	56
4-10	พื้นที่ร้านค้าบริเวณด้านหน้าของคาดว่าฟ้าบด	57
4-11	พื้นที่ร้านค้าทั่วไปภายในคาดว่าฟ้าบด	57
4-12	พื้นที่ร้านค้าสินค้าเฉพาะ ภายนอกคาดว่าฟ้าบด	58
4-13	พื้นที่ร้านอาหารพื้นเมืองภายในคาดว่าฟ้าบด	58
4-14	พื้นที่ลานโลง (พื้นที่ค้าวัว ความ และไก่) ภายนอก	58
4-15	พื้นที่อาคารถาวร ภายนอกคาดว่าฟ้าบด	59
4-16	ผังการแบ่งพื้นที่ทางกายภาพของคาดว่าความทุ่งฟ้าบด	59
4-17	ผังการกำหนดตำแหน่งบันทึกภาพและการแบ่งพื้นที่ตามยາว	61
4-18	การวิเคราะห์ภาพถ่ายเปรียบเทียบการใช้พื้นที่ในช่วงเวลา 4.30-8.00 น.	62
4-19	แผนภูมิสรุปการจัดวางและใช้พื้นที่ภายนอก	63
4-20	รูปแบบร้านค้าภายในคาดว่า ความทุ่งฟ้าบด	66
4-21	รูปแบบร้านค้าถาวร	66
4-22	รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร	67
4-23	รูปแบบร้านค้าข้าวคราฟ	67
4-24	รูปแบบค้างน้ำพื้นที่ลานโลง	68
4-25	สรุปรูปแบบร้านค้าภายในคาด	69
4-26	ร้านค้าน้ำแข็งขายสินค้าบนพื้นแบบแบ่งแยกเดิน	71
4-27	การวิเคราะห์พื้นที่ในร้านน้ำแข็งขายสินค้าบนพื้น	72

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
4-28	ร้านค้าตั้งหันหน้าเข้าหากัน	73
4-29	วิเคราะห์พื้นที่ร้านค้า นั่งขายสินบนแคร์	74
4-30	วิเคราะห์ร้านค้าพื้นที่นั่งตั้งอยู่ด้านหลังของร้านค้า	75
4-31	ร้านค้าพื้นที่นั่งตั้งอยู่กลางร้านค้า	76
4-32	วิเคราะห์ร้านค้าแบบมีพื้นที่นั่งตั้งอยู่รอบร้านค้า	77
4-33	วิเคราะห์พื้นที่ร้านค้าตั้งແணยืนขายสินค้า	79
4-34	การยืนขายใกล้สตูว์เลี้ยง	80
4-35	เปรียบเทียบการจัดวางชุดที่ 1	81
4-36	เปรียบเทียบการจัดวางชุดที่ 2	82
4-37	เปรียบเทียบการจัดวางชุดที่ 3	83
4-38	สรุปการจัดพื้นที่ภายในร้านค้า	83
4-39	แผนผังรูปแบบการจัดร้านค้าในกดวัสดุทุ่งฟ้าบด	83
4-40	ลักษณะปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและลูกค้า	84
4-41	ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและลูกค้าในพื้นที่ภายในภาพ	85
4-42	ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ค้า	86
4-43	แผนผังการครอบครองพื้นที่ตามเพศของผู้ค้า	87
4-44	ความสมัพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงภาพกับสังคม	91
4-45	สรุปอัตลักษณ์ของการจัดวางทุ่งฟ้าบด จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง	96
4-47	อัตลักษณ์ของการจัดวางทุ่งฟ้าบดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2	98
4-48	แนวความคิดในการออกแบบ	102
4-49	แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมพื้นที่ศูนย์รวม	103
4-50	ตัวอย่างทัศนียภาพการพัฒนาพื้นที่ศูนย์รวมชุมชน	104
4-51	แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมพื้นที่เปลี่ยนผ่าน	105
4-52	แนวความคิดในการจัดการความหลากหลายของสินค้าและร้านค้า	106
4-53	แนวความคิดในการอนุรักษ์บรรยากาศจากความเก่าแก่ร้านค้า	107
4-54	การประยุกต์ใช้รูปแบบพื้นที่ถิ่นที่สร้างง่าย	107

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
4-55	แนวความคิดในการออกแบบความรู้สึกอบอุ่น	108
4-56	แนวความคิดในการออกแบบความร่วมรื่นและเย็นสบาย	108
4-57	ทัศนียภาพแสดงการออกแบบให้เกิดความร่วมรื่น	109
4-58	แนวความคิดในการออกแบบให้คนใช้พื้นที่เป็นจำนวนมาก	109
4-59	แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมความเก่าแก่	110
4-60	สรุปผลแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์เพื่อการอนุรักษ์ gadawakay	113
4-61	ความสัมพันธ์เชิงภาพภาพ เศรษฐกิจและสังคมที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์	117

บทที่ 1 บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

1.1.1 ตลาดชนบทกับวิถีสังคมเกษตรกรรมของคนไทย

ตลาดนับเป็นหนึ่งในสถานที่สำคัญของชุมชนชนบทมาแต่โบราณ โดยมีหน้าที่เป็นย่านกลางเพื่อการแลกเปลี่ยนสินค้าบริโภคและอุปโภค เป็นที่พบปะสังสรรค์เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้และความคิดและสานสัมพันธ์ของคนในชุมชน ตลาดจึงเป็นสถานที่ที่สะท้อนให้เห็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของชุมชนและเป็นพื้นที่สาธารณะที่เชื่อมโยงสังคมชนบทเข้าด้วยกัน

หลักฐานทางประวัติศาสตร์ได้มีการค้นคว้าเกี่ยวกับตลาดมานาน สันติ เศวตวิมล (2544) กล่าวว่า ตลาดมีปรากฏในหลักศิลาจารึกแต่ครั้งสุโขทัย ตลาดเท่าที่ปรากฏมีหลากหลายรูปแบบตามแต่วิถีชีวิตความเป็นอยู่ สภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพ สังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจของชุมชนและยุคสมัย โดยมีการจำแนกและเรียกชื่อต่างๆ กันไป อาทิ เรียกตามสภาพกายภาพของพื้นที่เป็นตลาดน้ำ ตลาดบก เรียกตามเวลาที่เปิด เช่น ตลาดเช้า ตลาดเย็น และเรียกตามประเภทสินค้า เช่น ตลาดสด ตลาดเสื้อผ้า ตลาดค้าสัตว์ เป็นต้น

ในการศึกษาเกี่ยวกับตลาดมีประเด็นประวัติศาสตร์ร่วมกันที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ตลาดในอดีตนั้นจะเริ่มจากการพบปะกันของคนในชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนซื้อขายของที่ตนเองผลิตขึ้นในวันที่กำหนดหรือนัดหมายกันเท่านั้น ซึ่งประเด็นนี้ในวรรณกรรมหลายฉบับยังกล่าวสรุปด้วยว่า รากเหง้าของตลาดนั้นเริ่มมาจาก การนัดหมายวันมาค้าขายกันในลักษณะของตลาดนัด ดังนั้น ประเด็นตลาดนัดจึงนับว่ามีความสำคัญในเชิงประวัติศาสตร์ (เกียรติ จิwareกุล, 2549 ; สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549 ; สันติ เศวตวิมล, 2544)

ในภาคเหนือของไทย คนทางเหนือจะเรียกตลาดว่า “กาด” มีความหมายเหมือนกับตลาดคำว่า “กาด” มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ปรากฏในล้านนาเหมือนในสุโขทัย ในต้นนานพื้นเมืองเชียงใหม่กล่าวถึงพระเจ้ามังรายได้ไปแอ่น (เที่ยว) กาดเวียงกุมกาม (ไกรศรี นิมมานเหมินทร์, 2552) ประวัติศาสตร์ของกาดภาคเหนือเริ่มมาจากตลาดนัดเช่นเดียวกัน โดยเริ่กันติดปากเป็นภาษาถิ่นว่า “กาดนัด” ความเป็นกาดนัดนี้สืบทอดทางภาษาของล้านนาและเป็นเครื่องยืนยันที่มารากเหง้าของกาดภาคเหนือว่ามาจากกาดนัดได้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จากชื่อการที่มักบ่งบอกเวลาอันดหมาย เช่น กาดเปี๊ยะห์ กาดเวียงกุมกาม กาดปูด หมายถึง กาดวันพุธ กาดเปี๊ยะห์ หมายถึง กาดวันพุธที่พระจันทร์เต็มดวง ตลอดจนบ่งบอกเวลาอันดหมายในรอบวัน เช่น กาดเจ้าเป็ดตอนเช้า กาดแดงเป็ดตอนเย็น กาดหมัวเป็ดตอนเข้ามืด เป็นต้น

1.1.2 ก้าดวัគવາຍ

ในประเกทของก้าดนัดที่มีอยู่หลากหlaysนน ก้าดวัគવາຍนับเป็นก้าดท้องถิ่นที่พบได้ ทัวไปในชนบทโดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ (ฐิติธี ชูชาติ, 2538) และ เป็นก้าดรูปแบบเดียวที่ยังคงความดั้งเดิมของความเป็นก้าดท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะที่สำคัญ ประการหนึ่ง คือ ความหลากหlaysของบริบทของการต้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าด้านการเกษตร ชนชนบท โดยเฉพาะในภาคเหนือนั้นถือว่าวัគવາຍเป็นปัจจัยหลักทั้งเพื่อการผลิต การเดินทางขนส่ง และ การบริโภค แม้เริ่มมีเพียงการค้าวัគવາຍและสินค้าเกษตรแต่ภายหลังก้าดวัគવາຍมีการขยายตัว ทั้งทางกายภาพและเศรษฐกิจดังเห็นได้จากการมีร้านค้าสำนักงานค้าขายในบริเวณก้าด ก่อให้ ก้าดเพิ่มมากขึ้นจนพัฒนามาเป็น “ก้าดนัดวัគવາຍ” ที่ประกอบไปด้วยพื้นที่ค้าวั คવາຍ และ ร้านค้าสินค้าต่าง ๆ ทั้ง อาหาร แห้ง สด เสื้อผ้า จกรยานยนต์ และอื่น ๆ

รายงานการศึกษาหlaysฉบับชี้ประเด็นว่าการมีก้าดวัគવາຍในชุมชนได้ถือว่ามีประโยชน์ โดยตรงต่อชุมชนนั้น กล่าวคือ ก้าดวัគવາຍทำให้ชุมชนหlaysเป็นแหล่งการค้าสำคัญที่ได้รับการ พัฒนาทุกด้านตามมาเพรະกlaysเป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตกับผู้บริโภคและ เป็นที่หมุนเวียนรายได้ระหว่างเกษตรกรโดยไม่ผ่านคนกลาง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2531) นอกจากนั้น ประโยชน์ทางอ้อมของก้าดวัគવາຍยังมาจากความหลากหlaysของกิจกรรม และผู้เข้ามาใช้พื้นที่ที่ส่งผลให้ก้าดวัគવາຍเป็นพื้นที่ทางสังคมที่สำคัญกว่าก้าดประเภทอื่น ดังจะเห็นได้ว่าก้าดวัគવາຍเป็นที่นิยมของคนจำนวนมากจากทุกเพศทุกวัยที่มาพบปะกันไม่เฉพาะ เพื่อค้าขายแต่เพื่อทำกิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรมร่วมกันทั้งการชนไก่ การละเล่นพื้นบ้าน และ กิจกรรมรื่นเริงสังสรรค์ตามประเพณี เช่น งานปอย งานบีใหม่ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สามารถ เสริมสร้างความเข้มแข็งทางสังคม วัฒนธรรม คุณภาพชีวิตและสุขอนามัยของคนชนบท

ประวัติศาสตร์ของก้าดวัគવາຍแสดงให้เห็นความสำคัญในฐานะเป็นรากเหง้าของก้าดใน สังคมชุมชน สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2531) สรุปว่าความตื่นตัวของการจัดตั้งก้าดวัគવາຍ มีมาตั้งแต่ พ.ศ. 2525 ซึ่งเป็นช่วงที่ประเทศไทยเริ่มน้ำเข้าวัគવາຍจากประเทศเพื่อนบ้านและมีการ ส่งเสริมการเลี้ยงและค้าวัគવາຍอย่างกว้างขวาง ตามสถิติในช่วงเวลาดังกล่าวพบว่า ทั้งประเทศ มีตعدادนัดวัគવາຍอยู่ถึง 112 แห่ง แบ่งเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 81 แห่ง ภาคเหนือ 24 แห่ง ภาคกลาง 5 แห่ง และภาคใต้ 2 แห่ง นับได้ว่าภาคเหนือเป็นแหล่งค้าวัគવາຍสำคัญของประเทศไทย รองจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาควัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญทั้งต่อเมืองและชนบท เพราะเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างเกษตรกรในชนบทกับผู้บริโภคในเมือง การแลกเปลี่ยนระหว่างกันนี้เป็นกลไกเศรษฐกิจที่ทำให้ชนบทและเมืองอยู่ร่วมกันได้อย่างเกือบตลอด เมืองที่มีรายได้เสริมตลอดปีส่วนใหญ่ในเมืองได้รับสินค้าเกษตรที่จำเป็นต่อการบริโภค การค้าขายวัฒนธรรมแต่ละครั้งจึงมีผลกำไรแบ่งปันกันอย่างทั่วถึง ตั้งแต่ชานนาฝูดเลี้ยง พ่อค้าสั่ง โรงฆ่าสัตว์ไปจนถึงคนรับจ้างเลี้ยงวัฒนธรรมเช่นมูลค่าการค้าในการดูแลในภาคเหนือสร้างกำไรเฉลี่ยต่อครัวประมาณ 5-8 ล้านบาท ดังนั้น ภาควัฒนธรรมจึงนับว่าเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจส่วนหนึ่งที่ทำให้ชุมชนเกษตรกรรมและเมืองดำเนินอยู่ร่วมกันได้ (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538)

แม้ภาควัฒนธรรมมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมเกษตรกรรม แต่จำนวนภาคตัดวัฒนธรรมในภาคเหนือลดลงอย่างมากในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมาเนื่องจากปัจจัยหลายประการ ทั้งจากการแสลงใหม่และโลกาภิวัตน์ที่มีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตมาใช้เครื่องจักร การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างงานและแรงงานส่งผลให้คนเดิกรажานาไปเป็นแรงงานเมือง การเปลี่ยนระบบการค้าวัฒนธรรมเป็นแบบผ่านคนกลางทำให้การแลกเปลี่ยนตรงผ่านภาควัฒนธรรมลดน้อยลง นอกจากปัญหาเชิงปริมาณแล้ว ภาควัฒนธรรมที่มีหลงเหลืออยู่ไม่มากนักกำลังประสบกับการเปลี่ยนแปลงไปสู่กระแสสมัยใหม่ ทำให้มีรูปแบบใหม่กันโดยไร้อัตลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นที่เคยมีในอดีตอย่างสิ้นเชิง ปัจจัยเหล่านี้มีผลให้สถานการณ์ภาควัฒนธรรมเปลี่ยนตามลำดับในช่วงเวลาไม่ถึง 30 ปี จำนวนภาควัฒนธรรมในภาคเหนือลดลงกว่าครึ่งหนึ่งและที่มีอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมีหลงเหลืออยู่เพียงไม่กี่แห่ง จากการสำรวจตำแหน่งที่ตั้งและการกระจายตัวพบว่าภาควัฒนธรรมที่มีเหลืออยู่จะเป็นภาคใหญ่ที่กระจายอยู่ในจังหวัดใหญ่โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน โดยพบเพียง 4 แห่ง คือ ภาคเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน ภาคทุ่งฟ้าบด จังหวัดเชียงใหม่ ภาคแม่ย้อย จังหวัดเชียงใหม่ และภาคบ้านตันดู่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยภาคที่มีปะติการก่อตั้งขานาน มีการขยายตัวของพื้นที่และจำนวนร้านค้าอย่างต่อเนื่องและนับได้ว่าเป็นภาควัฒนธรรมใหญ่ที่สุดของจังหวัดเชียงใหม่ที่ยังคงรักษาลักษณะภูมิภาคแบบดั้งเดิม คือ ภาคทุ่งฟ้าบด อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ (วชิรา เครือคำ อ้าย, 2543)

ประเด็นภาควัฒนธรรมนี้มีหลากหลายแต่ที่ควรพิจารณาเร่งด่วนคือการอนุรักษ์อัตลักษณ์สภาพแวดล้อมพื้นถิ่นของภาควัฒนธรรมที่ยังคงเหลืออยู่ให้เป็นมรดกทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนและของชาติ แม้ว่าประเด็นอนุรักษ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นนี้ได้ถูกบรรจุไว้เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ด้านสังคมและวัฒนธรรมของชาติแต่ผลวิจัยที่เป็นรูปธรรมที่นำมาสู่การพัฒนาที่เหมาะสมและยั่งยืนยังไม่มากพอที่จะยืนยัน สะท้อนสภาพปัญหาที่แท้จริงและเสนอแนวทางพัฒนาที่ถูกทางได้

(ระวิวรรณ โophilharatnarn, 2552) การด้วยความนั่นเมื่อบาทหลักในฐานะที่เป็นพื้นที่สหท้อนวิถีชีวิตสังคมเกษตรกรรมของชนบทไทย แต่สถานการณ์ปัจจุบันกำลังถูกคุกคามด้วยบริบทของความเปลี่ยนแปลงของโลกสมัยใหม่และโลกาภิวัฒน์ที่นำไปสู่วิถีการพึ่งพิงวัตถุและปัจจัยภายนอก ทำให้การด้วยความขาดความยั่งยืนดังจะเห็นได้จากการประสบภาวะขาดทุนจนต้องปรับเปลี่ยนหรือปิดกิจการไปดังที่กล่าวแล้ว สภาพปัจจุบันนี้นำมาซึ่งคำถามว่า ความมีการอนุรักษ์การด้วยความที่เหลืออยู่น้อยเต็มที่ให้คงอยู่เป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่นสังคมเกษตรกรรมก่อนที่จะสูญหายไปหรือไม่ อัตลักษณ์ของการด้วยความที่มีคุณค่านั้นคืออะไรและเราจะส่งเสริมอัตลักษณ์นี้ให้คงอยู่ได้อย่างไร

การศึกษาในประเด็นอัตลักษณ์พื้นถิ่นนั้นบเป็นประเด็นเร่งด่วนทางสังคมวัฒนธรรมแต่ได้รับความสนใจและผลักดันไม่มากนักจากทุกภาคส่วน เพราะผลกระทบนั้นอาจไม่รุนแรงและเฉียบพลัน แต่การปล่อยให้สภาพแวดล้อมพื้นถิ่นสูญหายไปแล้วจึงค่อยขอนมาอนุรักษ์นั้นเป็นบทเรียนที่เกิดข้าแล้วข้าเล่า นำมาซึ่งการบิดเบือน จัดจาก สร้างภาพทางวัฒนธรรมขึ้นใหม่ เพื่อหวนหาอดีตโดยขาดจิตวิญญาณ ดังนั้น การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ของการด้วยความนั้น จึงเป็นเรื่องที่ควรทำในเวลาที่สภาพแวดล้อมเหล่านี้ยังคงมีอยู่ในปัจจุบัน ไม่เพียงเพื่อรักษาการด้วยความเท่านั้น แต่เพื่อเป็นแนวทางอนุรักษ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นการชนบทประเทกอื่นด้วย

1.1.3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในการด้วยความ

การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์พื้นถิ่นของการด้วยความสามารถส่งเสริมความสำคัญของบริบทการด้วยความให้เกิดขึ้นได้หลากหลายทั้งทางกายภาพ สังคมและเศรษฐกิจ โดยในทางกายภาพ การศึกษานี้จะชี้ถึงแนวทางการอนุรักษ์คุณลักษณะความเป็นภาคพื้นถิ่นให้คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของภาคชนบทเกษตรกรรมให้สามารถปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยได้โดยไม่ได้เปลี่ยนแปลงจนสิ้นอัตลักษณ์โดยสิ้นเชิง ในทางสังคม ความเข้าใจรูปแบบปฏิสัมพันธ์ที่ดีร่วมอยู่ภายในภาคจะสหท้อนภาควิถีชีวิตชนบทไทยที่มีการเกื้อหนุนดูแลกันและการสร้างเสริมกิจกรรมร่วมกันที่หายากขึ้นในสังคมปัจจุบันและควรได้รับการรักษาไว้ ทางด้านเศรษฐกิจแนวทางการรักษาอัตลักษณ์จะทำให้การด้วยความเป็นศูนย์กลางการค้าชายแดนแลกเปลี่ยนท่องเที่ยวชุมชนที่ช่วยหมุนเวียนเงินของผู้คนในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงให้สามารถเลี้ยงชีพครอบครัวตามวิถีชนบท

การด้วยความทุ่งพ้าบด จังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่ศึกษาถึงการอนุรักษ์รูปแบบภาคพื้นถิ่นไว้ได้โดยผู้ประกอบการที่มีผลโดยตรงต่อการรักษาภูมิทัศน์ล้านนาที่สามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเป็นแนวทางให้การด้วยความที่มีเหลืออยู่จำนวนไม่มากในภาคเหนือให้ตระหนักรถึงการรักษาอัตลักษณ์ของภาคด้วยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนผู้ที่มาใช้พื้นที่ทั้งในชุมชนและบริเวณใกล้เคียง พื้นที่ของภาคด้วยทุ่งพ้าบดนั้นตั้งอยู่บนทางหลวงจังหวัด

สายเชียงใหม่-ขอด มีศักยภาพในการเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญที่สามารถจ่ายน้ำท่องเที่ยวจากเมืองสู่ชานเมืองได้

การพัฒนาและส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นเป็นแนวทางในการส่งเสริมการด้วยวัฒนธรรมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนพื้นถิ่นที่คงซึ่งอัตลักษณ์ให้ดำรงอยู่ต่อไปเพื่อการอนุรักษ์ก้าวเดินเป็นภาระศึกษาแก่การอื่นที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนด้วย

1.1.4 ช่องทางในการศึกษา

การศึกษาเรื่องตลาดท่าที่พับนันมีอยู่พอสมควรโดยเฉพาะในประเทศไทยที่เลือกการด้วยวัฒนธรรมเป็นภาระศึกษาประกอบด้วยระบบการจัดการค้าขายในตลาด (วชิรา เครือคำอ้าย, 2543) ตลาดและการเปลี่ยนแปลงของสังคมชานนา (ฐิติพันธุ์ ชูชาติ, 2538) และรายงานการสำรวจตลาดวัฒนธรรม (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2531) โดยยังไม่มีการวิจัยใดศึกษาในเชิงอัตลักษณ์สภาพแวดล้อมพื้นถิ่นที่ทำให้เกิดอัตลักษณ์ทางสังคมวัฒนธรรมชนบทนั้นเป็นรากเหง้าของสังคมไทยในเชิงลึกให้เกิดความรู้ความเข้าใจในบริบทที่แท้จริงและหาคุณค่าที่ควรอนุรักษ์ไว้

การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาควัฒนธรรม ทุ่งพื้าบด จังหวัดเชียงใหม่จึงมุ่งศึกษาในประเทศไทยที่ยังไม่มีผู้วิจัย คือ อัตลักษณ์ของสภาพแวดล้อมพื้นถิ่นของตลาดชนบทที่มีการค้าวัฒนธรรม โดยมองมิติทางภาษาภาพและสังคมผ่านองค์ประกอบการจัดวางและใช้งานในพื้นที่การเพื่อหาคำตอบว่า การด้วยวัฒนธรรมทุ่งพื้าบดมีลักษณะอย่างไร มีการก่อรูปความสัมพันธ์ทางภาษาภาพ-สังคมอย่างไร การก่อรูปและความสัมพันธ์นี้มีส่วนในการสร้างอัตลักษณ์สภาพแวดล้อมของภาควัฒนธรรมอย่างไร และจะสามารถนำเอาผลลัพธ์ด้านความสัมพันธ์เชิงภาษาภาพ-สังคมมาสังเคราะห์เป็นแนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมภาคให้มีอัตลักษณ์ได้อย่างไร

การศึกษานี้เลือกใช้ภาคทุ่งพื้าบด จังหวัดเชียงใหม่เป็นโจทย์ในการวิจัย ด้วยศักยภาพที่ได้กล่าวมาแล้ว ในเรื่องการคงอยู่ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงและการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญภาคทุ่งพื้าบดยังมีประเทศไทยร่วมกับการวิจัยกล่าวคือเจ้าของภาคมีความต้องการอนุรักษ์รูปแบบภาคพื้นถิ่นไว้ให้ได้มากที่สุดโดยยังคงมีการปรับตัวตามความต้องการ ณ ปัจจุบัน ผลกระทบในเรื่องของอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาคจึงช่วยตอบโจทย์ของผู้ประกอบการและชุมชนในเรื่องแนวทางการอนุรักษ์ควบคู่กับการพัฒนาพื้นที่ องค์ความรู้นี้สามารถขยายความเป็นแนวทางในการเสริมสร้างอัตลักษณ์สภาพแวดล้อมพื้นถิ่นของตลาดชนบทนั้นที่อ่อนๆ ให้สามารถดำรงอยู่และพัฒนาอย่างเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนสำหรับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวได้

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการและคำมั่นวิจัย

1) เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงภาษาพลาสติกและสังคมภายในภาควัวควย

- การจัดวางพื้นที่และการใช้พื้นที่ก่อเป็นอย่างไร มีอะไรเป็นตัวกำหนด
- ลักษณะของร้านค้าส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อหรือไม่ อย่างไร

2) เพื่อหาอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาควัวควยทุ่งฟ้าบด

- อัตลักษณ์ของภาคทุ่งฟ้าบดที่พูดจากองค์ประกอบภาษาพลาสติกและสังคมภายในภาควัวควย มีส่วนสร้างอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาคทุ่งฟ้าบดคืออะไร

3) เพื่อหาแนวทางอนุรักษ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาควัวควยทุ่งฟ้าบด

- สามารถส่งเสริมอัตลักษณ์เพื่อเป็นแนวทางการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาควัวควยทุ่งฟ้าบด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และเป็นแนวทางแก้การนัดพื้นถิ่นอื่นๆ ได้อย่างไร

1.3 นิยามศัพท์เฉพาะ

ภาควัวควย หมายถึง ตลาดค้าขายวัวควยเป็นหลักโดยอาจมีการค้าขายสินค้าอย่างอื่น ประกอบ มักมีรูปแบบตลาดนัดในวันที่กำหนด

อัตลักษณ์ หมายถึง คุณสมบัติเฉพาะตัวที่ทำให้สิ่งหนึ่งโดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่นจนเกิดเป็นความเฉพาะตัว

การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการบนฐานความคิดที่ชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้ชุมชนเป็นปัจจัยหรือต้นทุนการท่องเที่ยวที่เหมาะสมเพื่อประโยชน์แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตการวิจัยเป็นการมุ่งหาข้อมูลเชิงลึกของลักษณะทางภาษาพลาสติกและสังคมของภาควัวควย ทุ่งฟ้าบด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การใช้การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) เป็นหลักในการเก็บข้อมูล มีขอบเขตการวิจัยของ การเก็บข้อมูลในพื้นที่ 150 ไร่ของภาคทุ่งฟ้าบด เชียงใหม่ และขอบเขตการสัมภาษณ์กับพ่อค้าแม่ค้าและบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการโดยใช้การเก็บข้อมูลต่อเนื่องจนกว่าข้อมูลจะนิ่งและอิ่มตัว (Saturation) โดยกำหนดกรอบให้ครอบคลุมเพศ วัย และระยะเวลาในการเข้ามาใช้ภาคนัด

ขอบเขตของข้อมูลเอกสาร ทำการศึกษาเอกสารสำรวจรวมเกี่ยวกับภาควิชาในประเทศไทย ในเชิงประวัติศาสตร์ พัฒนาการ สถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต รวมถึงข้อมูลพื้นฐานเรื่องตลาด สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น และคิดการออกแบบสภาพแวดล้อม และข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ศึกษา

1.5 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.5.1 ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์พื้นถิ่นของการดัดแปลงภูมิทัศน์ ในมิติเชิงกายภาพและสังคม
- 1.5.2 ได้องค์ความรู้ในการพัฒนาตลาดพื้นถิ่นชนบทให้ดำเนินอยู่เป็นอัตลักษณ์และศูนย์กลางของชุมชน
- 1.5.3 ได้แนวทางการส่งเสริมและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมพื้นถิ่นทั้งหมดของการดัดแปลงภูมิทัศน์ การนัดและกำหนดชนบท

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการโครงการ

- 1.6.1 ส่งเสริมการพัฒนาตลาดพื้นถิ่นชนบทให้ดำเนินอยู่ภายใต้กรอบการเปลี่ยนแปลงเพื่อเป็นแหล่งศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมของชุมชน
- 1.6.2 ส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มศักยภาพของชุมชนชนบทอย่างยั่งยืน

1.7 แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1.7.1. เมยแพร่องค์ความรู้การวิจัยแก่สถาบันการศึกษา เพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น
- 1.7.2. เมยแพร่แนวทางวิจัยแก่ผู้ประกอบการเพื่อใช้ในการพัฒนาภาคพื้นถิ่นในชุมชน
- 1.7.3. เมยแพร่งานวิจัยสู่องค์กรภาครัฐและเอกชนเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนนโยบาย และกำหนดแนวทางพัฒนาสภาพแวดล้อมชุมชน

1.8 สุ่ป

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาองค์ประกอบของภาพและสังคมและการด้วยความทุ่มเทในการเชียงใหม่เพื่อหาอัตถลักษณ์ที่ควรได้รับการอนุรักษ์และส่งเสริมเพื่อการดำรงอยู่เป็นการพื้นถิ่นของสังคมเกษตรกรรมไทยและเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมโดยการสำรวจและการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม ประกอบด้วยเจ้าของกิจการ ผู้ค้าและผู้ซื้อ ใช้เวลาเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 12 สัปดาห์

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ประกอบด้วยเป็นข้อมูลองค์ประกอบของภาพและสังคมที่พบในพื้นที่ศึกษาที่นำมาวิเคราะห์โดยการเข้ารหัส การแยกแยะเนื้อหาและการสร้างแนวคิดให้ได้เป็นอัตถลักษณ์พื้นถิ่นที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวคิดมาตรฐานในการออกแบบสภากาแฟล้อมเพื่อส่งเสริมและอนุรักษ์สภากาแฟล้อมกัดพื้นถิ่นชนบทเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

อัตถลักษณ์พื้นถิ่นทางภาษาภาพและสังคมที่พบประกอบด้วย 10 หัวข้อ คือ ความเป็นพื้นที่ศูนย์รวม ขนาดใหญ่ และทำเลที่ตั้งดี พื้นที่เปลี่ยนผ่านและเชื่อมต่อ ความหลากหลายของสินค้าและรูปแบบร้านค้า การจัดวางสภากาแฟล้อมตามวิถีพื้นถิ่นชนบท พื้นที่ร่วมของคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์กว่า 50 ปีของกิจการและการสืบทอดประเพณีการซื้อขายจากรุ่นสู่รุ่น พื้นที่เฉพาะของกลุ่ม เพศ วัย ปฏิสัมพันธ์ของสังคมชนบทที่อบอุ่น ใกล้ชิด กันเอง การค้าวัสดุคงทน และสินค้าเฉพาะ และการเป็นพื้นที่ทางสังคมสำหรับกิจกรรมตามเทศกาลและประเพณีท้องถิ่น ซึ่งอัตถลักษณ์ที่พบได้นำไปใช้สังเคราะห์เพื่อสร้างแนวทางส่งเสริมและอนุรักษ์สภากาแฟล้อมทั้งด้วยการพัฒนาพื้นที่ศูนย์กลางของชุมชน การปรับปรุงพื้นที่เชื่อมต่อให้เป็นพื้นที่สาธารณะทางสังคม การจัดการความหลากหลาย การจัดวางพื้นที่ตามสภากาแฟล้อมและการใช้งานตามแนวคิดพื้นถิ่น การส่งเสริมพื้นที่ร่วมของคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว การส่งเสริมประวัติศาสตร์ของพื้นที่และการสืบทอดประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น การสร้างพื้นที่เฉพาะ การส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ที่อบอุ่น ฉันท์ญาติมิตรแบบสังคมชนบท การส่งเสริมพื้นที่ค่าวัสดุ ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ การเพิ่มความคุ้มค่าของพื้นที่โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมสังคม วัฒนธรรม ประเพณีในวันที่ไม่มีการ

ผลวิจัยของกิจกรรมที่ดำเนินการที่บ้านนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตถลักษณ์สำหรับการนัดพื้นถิ่นอื่นๆ โดยพัฒนาการนัดตามวิถีพื้นถิ่นแบบค่อยเป็นค่อยไปเพื่อการนัดพื้นถิ่น มีได้ใช้ต้นทุนสูงในการจัดสร้าง หากเจ้าของกิจการจัดสร้างบ้านบางส่วนนำไปใช้ในพัฒนาการเป็นลำดับในแต่ละปี โดยไม่ต้องพัฒนาพื้นที่ก่อสร้างในครั้งเดียว โดยควรพัฒนาแบบเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อส่งเสริมอัตถลักษณ์พื้นถิ่นให้มีความเด่นชัดยิ่งขึ้น เพื่อดึงดูดบุคคลจากท้องถิ่นอื่นเข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชนของกิจกรรมต่อไป

บทที่ 2 วรรณกรรม งานวิจัย แนวคิดและทฤษฎี

บทนี้ศึกษาทบทวนข้อมูล 2 ส่วนประกอบด้วยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัย และการทบทวนแนวคิดและทฤษฎี แล้วสรุปการทบทวนทั้งหมดเป็นกรอบความรู้และกรอบการวิจัย

2.1 การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษา ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาควัฒนธรรม ทุ่งพ้าบด เชียงใหม่ เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องการภาควัฒนธรรม และแนวทางในการกำหนดกรอบและการนำไปใช้ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

- 1) บริบทของการภาควัฒนธรรมเพื่อสร้างความเข้าใจและความสำคัญของการภาควัฒนธรรม
- 2) บริบททางการศึกษาวิจัยของการภาควัฒนธรรม

2.1.1 บริบทของการภาควัฒนธรรม

การศึกษาบริบทของการภาควัฒนธรรมแบ่งเนื้อหาเป็น 3 ส่วนได้แก่ ส่วนที่ 1 ประวัติการภาควัฒนธรรม ส่วนที่ 2 การภาควัฒนธรรมในเชียงใหม่และลำพูน ส่วนที่ 3 การภาควัฒนธรรมทุ่งพ้าบด อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

2.1.1.1 ประวัติการภาควัฒนธรรม

การหรือตลาด เป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าของคนไทย ได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาในด้านที่ตั้ง รูปแบบ ตลอดจนประเภทของสินค้า ตามสภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพและสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ตลอดจนความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีซึ่งเปลี่ยนไปในแต่ละสมัย

การมีชื่อนามานานแล้ว โดยในด้านนี้เชี่ยนเป็น ตลาด การตลาด หรือการลีเช่นการลีเชียงพะ เป็นการแห่งหนึ่งบริเวณหน้าวัดพระสิงห์สมัยนั้น ชื่อของ การ แต่ละแห่งมักมีชื่อตามสถานที่ เช่น การสันป่าช่ออย การบ้านสันทรราย ส่วนประเภทของ การ อาจแบ่งตามลักษณะเวลาที่ หรือเวลาเปิดการ เช่น การเช้า การแสง เช้าการ ในบางกรณีการเรียกชื่อ หรือตามบริบทเฉพาะที่ทำให้คำเรียกการมีหลากหลายตามขนาดของการในล้านนา เช่น การก้อม การ เช้า การลี การเลิง การแสง การวีโรส การหม้อ การหลวง

“การจังหวัด” (การภาควัฒนธรรม) หมายถึงการที่ใหญ่กว่าการหม้อ (การขายของตั้งแต่เช้าไปถึงตอนเย็นโดยแม่ค้าและพ่อค้าจะเอาของมาจับขายตลอดวัน) โดยจะตั้งขึ้นในตำบล

หรือคำເກອງຂອງຕ້າເອງ ແລະຈະມີຂຶ້ນເດືອນລະຄວັງໃນວັນໄທນົກໄດ້ ແລ້ວແຕ່ໜຸ່ມບ້ານນັ້ນໆ ຈະປະກາສັດໃຫ້ຂາວບ້ານມາຂຶ້ອຂອງຊື່ນີ້ຂາຍທຸກອ່າງ ຮົມທັງວັນແລະຄວາມ (ໄກຮສຣີ ນິມມານເໝີນຕ, 2542) ຕລາດທີ່ມີການັດຂຶ້ນໃໝ່ມາຄ້າຂາຍໃນວັນທີກຳທັນດີຕາມກາຣຕກລົງຂອງແຕ່ໜຸ່ມຊັນນັ້ນເປັນຕລາດຮູບແບບ “ຕລາດນັດ” ມາຍຄື່ງ ສຖານທີ່ຂຶ້ອຂາຍແລກປັບປຸງສິນຄ້າທີ່ໄປປະຈຳ ຈັດໃໝ່ຂຶ້ນເຂພາວັນທີກຳທັນດີຂຶ້ນເທົ່ານັ້ນ ທາກພິຈາລະນາຄວາມໝາຍນີ້ເຫັນວ່າຮ່ອງຮອຍພັດນາກາຮຂອງກາດນັດໃນສັງຄມໄທຢັນນັ້ນມີມາແຕ່ໂປຣານເປັນກິຈຈະການຂໍ້ອຂາຍແລກປັບປຸງສິນຄ້າຂອງຄົນໃນແຕ່ລະໜຸ່ມຊັນແບບໄປປະຈຳ ເມື່ອກາດນັດມີຜູ້ຄົນຕິດກາດນັດຂຶ້ນ ມີກາຮ່າຍເພີ່ມສຖານທີ່ໃນກາຮ່າຍ ເພີ່ມເວລາໃນກາຮັດຕັ້ງນັດຂຶ້ນ ຈຶ່ງພັດນາເປັນກາດປະຈຳທຸກວັນ ທຳໄທກາດມີກາຮພັດນາຕົກລາຍເປັນກາດກລາງຂອງໜຸ່ມຊັນ ຈະເຫັນໄດ້ວ່າ ກາດນັດເປັນຈຸດເຮີ່ມແຮກທີ່ຈາກເໜັງຂອງກາດກລາງແລະກາດລັກກາຍໃນໜຸ່ມຊັນ

ໜູ້ສິທີ໌ ຫຼູ້ຫາຕີ (2538) ໄດ້ໃຫ້ຕຳນິຍາມຂອງກາດວັນ ຂຶ້ງເຂົາເຮີກວ່າກາດຈຳ ມາຍຄື່ງ ກາດນັດຂຶ້ງຄ້າຂາຍວັນຄວາມເປັນຫຼັກໃນຮະບະເຮີມຕົ້ນ ໃນຮ່ວງປີ ພ.ສ.2490 ດີ່ງປີ ພ.ສ. 2510 ຕ່ອມາໄດ້ມີກາຮຄ້າຂາຍສິນຄ້າຍ່າງອື່ນເພີ່ມເຕີມໄດ້ແກ່ ຮັດຈັກຮາຍ ຮັດຈັກຮາຍຍົນຕີ ເສື່ອຝ້າ ອາຫາຮ ຕລອດຈົນເຄື່ອງອຸປ່າໂກປະບົງໂກສີ່ນາ ກາດວັນຄວາມ ແຕກຕ່າງຈາກກາດນັດໃນເຮື່ອງກາຮ່າຍສິນຄ້າພົວກາດນັດຈະຂາຍສິນຄ້າເຄື່ອງອຸປ່າໂກປະບົງໂກສີ່ນາແຕ່ກາດວັນຄວາມຈະຄ້າຂາຍ ວັນ ຄວາມ ເປັນສິນຄ້າຫຼັກແລະມີສິນຄ້າອຸປ່າໂກປະບົງໂກສີ່ນາເພີ່ມກາຍໜັງ

ກາຮເກີດກາດວັນຄວາມ ບໍ່ຮູ້ພື້ນທີ່ນັດເພື່ອກາຮ່າຍວັນຄວາມມາຈາກຄວາມສຳຄັນຂອງວັນແລະຄວາມທີ່ໃຊ້ໃນກາຮປະກອບອາຊີພທາງເກະຕະກວ່າມເປັນຫຼັກຂອງປະຊາຊົນຂາວກາດເຫັນອໍ້າ ຂຶ້ງວັນແລະຄວາມເປັນສັດວົງທີ່ຈຳເປັນຕ່ອກກາຮເກະຕະກວ່າມເປັນຫຼັກ ວັນຄວາມເປັນພາຫະນະທີ່ສຳຄັນມາແຕ່ໂປຣານ ກາຮໃຊ້ວັນສຳຫັກເກົ່າຍິນເຮີກວ່າ “ວັນສຳ” ບໍ່ຮູ້ກາຮໃຊ້ວັນບ່ຽງທຸກສິນຄ້າເຮີກວ່າ “ວັນຕ່າງ” ກາຮໃຊ້ຄວາມສຳຫັກໄກນາແລະປຸງເປັນອາຫາຮ ອີກທັງວັນແລະຄວາມຍັງເປັນສິນຄ້າທີ່ມີກາຮສົງອອກໄປຈຳໜ່າຍຍັງຕ່າງປະເທດ ນໍາຮາຍໄດ້ເຂົ້າສູ່ປະເທດ ເມື່ອເກີດກາຮ່າຍຕ້າວທາງດ້ານເສຽງສູງ ຄວາມຕ້ອງການນຳວັນຄວາມໄປປະໂວກມາກັ້ນ ຈຶ່ງທຳໄໝເກີດກາຮ່າຍວັນຄວາມ ເພື່ອກາຮໃຊ້ແຮງງານຄວບຄຸ້ມກັບກາຮປະບົງໂກສີ່ນາ ກາຮ່າຍສັດວົງ ກາຮ່າຍສັດວົງກາຍໃນໜຸ່ມບ້ານຂອງໜຸ່ມບ້ານຈຶ່ງໄມ່ເພີ່ມພອສຳຫັກສົນຄວາມຕ້ອງກາຮ ດັ່ງກ່າວ ຈຶ່ງເກີດວັນນັດໝາຍແລະສຖານທີ່ແນ່ນອນພອຈະຈວບຈົນສັດວົງໄດ້ໃນປະມາມມາກເພື່ອຂໍ້ອຂາຍໃນກາຮໃຊ້ແຮງງານເພື່ອກາຮເກະຕະກວ່າມ ແລະປະບົງໂກສີ່ນາ ດ້ວຍເຫຼຸຜລົດັ່ງກ່າວຈຶ່ງເກີດກາດວັນຄວາມທີ່ກາດຈຳໜ່າຍຢ່າງໃນກາດວັນຄວາມມີທັງ ວັນ ຄວາມ ມ້າ ໄປຈົນຄື່ງຫ້າງ ຕ່ອມກາຍຫຼັກມີສິນຄ້າພື້ນເມື່ອເກະຕະກວ່າມ ໃນທີ່ອັນເກີນ ເຊັ່ນ ເມື່ອຍິນ ຍາເສັ່ນ ຜ້າຍ ໄມໍອື່ດີເພີ່ມ ນໍ້າມັນກິດ ສົບ່ງ ເຄື່ອງໃຫ້ກາຍໃນບ້ານ ເສື່ອຝ້າສຳເຮົ່ງປະຈຳກົງໄປຈົນຄື່ງຮັດຈັກຮາຍແລະຮັດຈັກຮາຍຍົນຕີທີ່ມີຈຳໜ່າຍໃນກາດຮະບະແຮກກ່ອນ ພ.ສ.2510

สินค้าในภาควัสดุ หากพิจารณาตั้งแต่ระยะเปิดภาค พ.ศ.2492 จนถึงปัจจุบัน สามารถจัดสินค้าออกเป็น 3 ประเภทและจัดระยะเวลาพัฒนาการของภาควัสดุ ออกได้ 3 ระยะ โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการใช้สินค้าและบริการซึ่งมีผลทำให้คนในชุมชนเปลี่ยนวิถีชีวิต ได้ดังนี้

1) ระยะการดัดแปลงชีวิตร่องรอย (ก่อน พ.ศ. 2500)

ระบบการผลิตเพื่อยังชีพเป็นระบบเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นก่อนระบบการผลิตเพื่อการค้าขายมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้ในการบริโภคโดยผลผลิตที่เหลืออาจส่งออกเปลี่ยนเป็นเงินตราหรือผลิตผลอื่น การค้าในระบบการผลิตเพื่อยังชีพมาจากการพื้นฐานที่เพราะแต่ละหมู่บ้านไม่สามารถผลิตสิ่งของได้หมด จึงเกิดความต้องการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างชุมชนขึ้น

การผลิตเพื่อยังชีพมักเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองปัจจัยสี่ ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยาจักษ์โรค ที่หมู่บ้านจะผลิตเองได้เกือบทุกอย่าง โดยมีการแลกเปลี่ยนในปริมาณน้อย ยกเว้นสินค้าประเภทหายากที่มีในบางหมู่บ้านที่จะนำมาแลกเปลี่ยนกันในรูปแบบของต่อของหรือของต่อเงิน

ในช่วงนี้ยังไม่ปรากฏการค้าวัสดุจากหมู่บ้านหนึ่งไปอีกหมู่บ้าน อาจ เพราะปริมาณ ซื้อขายวัสดุไม่มีมากเพียงพอจะทำให้เกิดจุดนับพบริการซื้อขายหรือการได้มีเพียงการซื้อขายวัสดุภายในหมู่บ้านกันเองหรือระหว่างหมู่บ้านใกล้เคียงกัน

2) ระยะการดัดแปลงเชิงงานสัตว์ (พ.ศ.2490-2525)

เมื่อความต้องการสินค้าบริโภคก่อให้เกิดความต้องการที่ตัวของประชาชนและภาระและการผลิตทางด้านการเกษตรกรรมมีมากขึ้น การขยายตัวด้านคมนาคมที่สามารถเข้ามาร่วมกันในแต่ละชุมชนได้สะดวกขึ้น ทำให้ระบบการผลิตเพื่อยังชีพได้เปลี่ยนเป็นระบบการผลิตเพื่อขายเพื่อนำเงินมาแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ จึงทำให้มีความต้องการในการใช้วัสดุเพื่อแรงงานและการบริโภคมากขึ้นกว่าเดิม การซื้อขายวัสดุในหมู่บ้านตามแบบระบบเดิมซึ่งพ่อค้าเดินทางเข้ามาซื้อตามบ้านของชาวนา ได้เปลี่ยนเป็นระบบภาค คือมีสถานที่ซื้อขายและนัดวันเวลาที่แน่นอน ภาควัสดุ หรือ ภาคธุรกิจ จึงเกิดขึ้นหลายแหล่งในภาคเหนือในช่วงระยะเวลาที่

สินค้าในภาควัสดุเริ่มต้นจากการจำหน่ายวัสดุเพื่อใช้ในการเกษตร วัวใช้สำหรับลากเกวียน ควายใช้สำหรับไถนา ต่อจากนั้นก็มีผลิตผลด้านการเกษตรในท้องถิ่นเข้ามาจำหน่ายและต่อมาเมื่อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องใช้ภายในบ้านเรือน ภายหลังเมื่อการใช้จัดภายนอก ก็เริ่มมีจัดภายนอกตัวเองมาจำหน่ายในภาควัสดุ สินค้าดังกล่าวเพิ่มปริมาณอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภาควัสดุกลายเป็นภาคด้านนัดสาวพัสดุสินค้าเพื่อชาวนาในท้องถิ่นใช้ในระบบการเกษตรและบริโภคครัวเรือนเป็นหลัก โดยอาจมีพ่อค้าซื้อวัสดุต่างถิ่นมาขายสินค้าบ้างแต่ปริมาณน้อย

3) ระยะการด้วยความในระบบการผลิตเพื่อขายเนื้อสัตว์ (พ.ศ.2526 ถึงปัจจุบัน)

ระบบการผลิตเนื้อสัตว์เริ่มพัฒนาเป็นอุดสาหกรรม ทำให้การค้าวัวรายขายจากภาคการเกษตรไปสู่อุดสาหกรรม มีการค้าขายกันในปริมาณมากประกอบกับการขยายตัวของภาคในส่วนสินค้าอุปโภคและบริโภคตามระบบการผลิตเพื่อการค้าขายในขณะที่สินค้าเกษตรกรรมพื้นถิ่นลดความสำคัญลง มีการค้าขายยานพาหนะขนาดเล็กและเครื่องมือเกษตรกรรมมาเสริม การค้าวัวรายที่มีอยู่มีการขยายเพื่อเป็นแรงงานและเพื่อส่งขายและมากขึ้น

จะเห็นได้ว่า การด้วยความ เริ่มต้นจากการแลกเปลี่ยนกันเองจากบ้านสู่บ้านชัยป่าไปสู่การแลกในหมู่บ้านเพื่อตอบสนองการขายวัวราย เพื่อการเกษตรและใช้งานมีสินค้าจากหมู่บ้านมาจำหน่ายเล็กน้อยแล้วค่อยขยายขึ้นเป็นภาคที่มีระบบอุดสาหกรรมอื่นที่มิใช่เกษตรมาเกี่ยวข้อง มีสินค้าในเมืองและสินค้าจากโรงงานมาเสริมสินค้าในท้องถิ่น ทำให้มีการค้าวัวรายเพื่อบริโภคเนื้อวัว รายที่เปลี่ยนไปจากเดิมที่ใช้เพื่อเป็นแรงงานเป็นหลัก (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538)

วัตถุประสงค์และประโยชน์ในการจัดตั้งภาคด้วยความ จากการสอบถาม เจ้าของภาคด้วยความ พบว่า มีประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่

- 1) เป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนซื้อขายวัวรายระหว่างเกษตรกรและพ่อค้า
- 2) เป็นแหล่งรวมสัตว์จากท้องที่ต่างๆเข้าสู่การเพื่อสร้างความสะดวกต่อผู้ซื้อสัตว์ เป็นการประหยัดเวลาและค่าขนส่ง
- 3) เป็นการส่งเสริมเกษตรกรในแหล่งที่มีภาคนัดมีการเลี้ยงวัวรายเนื่องจากเกษตรกรรมมีแหล่งหรือซองทางที่นำสัตว์มาขายโดยได้รับราคาที่เป็นธรรม
- 4) เป็นซองทางให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น จากการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก
- 5) เป็นแหล่งก่อให้เกิดอาชีพและรายได้แก่ชาวบ้านในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง เช่น พ่อค้าแม่ค้า เครื่องอุปโภคบริโภค
- 6) เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ พบประสงค์ระหว่างชาวบ้านในบริเวณใกล้เคียง
- 7) เป็นพื้นที่ในการให้บริการแก่ประชาชน และศูนย์กลางของชุมชน แม้บทบาทของวัวรายที่มีความสำคัญในการเกษตรในอดีตได้เปลี่ยนเป็นการนำไปใช้เพื่อการบริโภคของคนในสังคมเมือง แต่ความต้องการของวัวรายนี้ได้ลดลงใน

ปัจจุบันเนื่องจากการเลี้ยงวัวควายเป็นการเพิ่มรายได้เสริมให้แก่พ่อค้าชาวนาในการค้าขายวัวควายมีผลกำไรแบ่งปันกันอย่างทั่วถึงตั้งแต่ชาวนาผู้เลี้ยงสัตว์ พ่อค้าสัตว์ แม้กระทั่งคนรับจำจ้างเลี้ยงวัวควาย ซึ่งชาวนา มีการปรับตัวตามระบบเศรษฐกิจใหม่เพื่อให้ผู้ค้าขายวัวควายสามารถดำเนินอยู่ได้

วรรณกรรมในส่วนของภาควัวควาย แสดงให้เห็นว่าภาควัวควายเป็นกลไกสำคัญของสังคมเกษตรกรรมที่เอื้อประโยชน์ให้แก่ชุมชนในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงในหลากหลายด้านทั้งทางด้านภาษาพ้องสังคมและเศรษฐกิจ เป็นพื้นที่ศูนย์กลางของชุมชนชนบทที่ปรับตัวและบทบาทตามพัฒนาการของสังคมนับแต่อดีตมาจนปัจจุบัน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2531)

2.1.1.2 ภาควัวควายในเชียงใหม่ ลำพูน

บริเวณพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูนอยู่ในพื้นที่ราบแอ่งเชียงใหม่ ลำพูนมีลักษณะคล้ายภูเขา รับน้ำในระบบชลประทานหลวบและชลประทานราชภูรี สามารถใช้ได้ทั้งฤดูฝนและฤดูแล้ง เพราะมีน้ำอุดมสมบูรณ์ จึงสามารถปลูกพืชหมุนเวียนในนาได้ตลอดปี ประชากรที่อาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่นี้ส่วนมากเป็นชาวนาที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านชนบท ทำการผลิตเพื่อยังชีพมากกว่าค้าขายใช้วัวควายเป็นหลักในการทำเกษตรกรรมและการขนส่ง

ในเขตที่ราบแอ่งเชียงใหม่ ลำพูน มีภาคชื่อว่า ควายซึ่งเกิดขึ้นระหว่าง พ.ศ. 2490-2505 หรือเกิดขึ้นในระยะการแตกหักของระบบการผลิตเพื่อขายในหมู่บ้านชนบท กادที่สำคัญมีดังนี้

- 1) ภาควัวควาย เวียงหนองล่อง ตั้งอยู่กึ่งอำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน มีภาคในวันอาทิตย์
- 2) ภาควัวควาย แม่ย้อย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีภาคในวันจันทร์
- 3) ภาควัวควาย บ้านตันดู่ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ มีภาคในวันพุธ
- 4) ภาควัวควาย ทุ่งฟ้าบด อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ มีภาคในวันเสาร์

ภาควัวควายจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ได้มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้ากันอยู่เสมอตามวันเวลาที่จัดให้มีภาคนัดสัปดาห์ละ 1 วัน โดยแต่ละภาคจะไม่เปิดภาคนัดในวันเดียวกัน เพื่อการกระจายการค้าขายในแต่ละชุมชน โดยภาควัวควายทั้ง 4 แห่งนี้ กادที่มี

พัฒนาทางพื้นที่และเศรษฐกิจที่ดีที่สุด คือ “การด้วยความทุ่มเท” เปิดดำเนินการมาแล้วถึง 50 ปี เป็นตลาดระยะที่ 2 ที่เกิดหลังปี พ.ศ.2500 และมีแนวโน้มที่ได้รับความนิยมจากผู้ซื้อสินค้าและ พ่อค้าแม่ค้าโดยมีพื้นที่ตั้งร้านค้าและการจัดแบ่งพื้นที่ค้าขายวัว ควาย ที่ถูกกว่าการอื่น เนื่องจากมีทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชน ทำให้การคมนาคมขนส่งสะดวก รวมทั้งมีพื้นที่กว้างขวาง สามารถขยายกิจการได้และที่สำคัญคือ เจ้าของกิจการมีความรู้ความสามารถในการวางแผน ดำเนินงานและบริหารกิจการ อีกทั้งมีแนวความคิดในเรื่องของการอนุรักษ์กิจกรรมแบบชนบทและ ดำเนินความเป็นเอกลักษณ์ของการด้วยการทำให้มีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน

2.1.1.3 การด้วยความทุ่มเท จำกัดสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

การด้วยความทุ่มเท นับเป็นการด้วยความที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 15 ตำบลลยุห่วง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่ 17 ไร่ ถูกใช้ประโยชน์ใน การค้าขายประมาณ 8 ไร่ อยุ่นับแต่ก่อตั้งมานานกว่า 50 ปี มีการซื้อขายวัวควายและสินค้าทั่วไป หลากหลาย นับเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญที่มีเงินหมุนเวียนจำนวนมาก โดยมีประชาชนทั้งใน อำเภอสันป่าตองและอำเภอใกล้เคียงนิยมซื้อสินค้า

ประวัติของการนัดด้วยความทุ่มเท โดยการบันทึกของนายอินสอน ลอมศรี บุตรชายของ นายสม ลอมศรี ผู้สร้างการด้วยความทุ่มเท ที่บันทึกไว้ปี พ.ศ.2502 มีประเดิม สำคัญ คือ

- 1) ปรับปรุงบริเวณที่จัดตั้งเป็นสวนไม้ผล แต่ไม่ได้รับผลกระทบต้นไม้เหล่านั้น เท่าที่ควรให้สร้างประโยชน์
- 2) ต้องการพัฒนาให้สวนและที่ดินมีราคาและมีความเจริญกว่าเดิม
- 3) ต้องการให้พ่อค้า แม่ค้า มาค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าซึ่งกันและกัน

นายสม ลอมศรี ผู้บริหารงานของกิจการนี้ จึงได้ประกาศให้พ่อค้า แม่ค้า มา ค้าขายในกิจการ โดยได้นำ ลิเก ซอพื้นเมือง มาแสดงให้พ่อค้า แม่ค้าและประชาชนที่เข้ามาซื้อขาย ของในกิจการนี้ดูเป็นเวลานานพอสมควร เมื่อเห็นว่าพ่อค้า แม่ค้าและประชาชน มาซื้อขายในกิจการ จนติดแล้ว จึงได้เลิกการแสดงมหรสพต่างๆ

ต่อมาในระยะ พ.ศ.2502-2504 มีพ่อค้า แม่ค้ามาค้าขายจำนวนมาก และ มีเหตุขัดข้องบางประการที่ทำให้นายสม ลอมศรี จึงตัดสินใจปิดกิจการลงในปี พ.ศ. 2505-2506 เป็น ระยะเวลา 2 ปี สาเหตุในการปิดกิจการในช่วงดังกล่าว คือ

- 1) มีผู้ต้องการเปิดกิจการแข่งขัน ในจุดใกล้เคียง

2) ถูกตำราจайл์จับรถ พ่อค้า แม่ค้า รถที่ไม่มีทะเบียน

3) ถูกตำราจайл์จับวัว ควาย ของพ่อค้าที่ไม่มีตัวพิมพ์

ในปี พ.ศ.2507 กادที่เปิดแข่งขันอยู่ในบริเวณใกล้เคียงเริ่มปิดกิจการลง นายอินสอน ลอมศรี บุตรชายของนายสม ลอมศรี (ชื่อท่านได้ถึงแก่กรรมไปแล้ว)พร้อมน้องและญาติจึงได้ประกาศเปิดกิจการแห่งนี้อีกครั้ง และเชิญชวนพ่อค้าแม่ค้ามาค้าขายในการดแห่งนี้อีก ซึ่งมีพ่อค้า แม่ค้ามาค้าขายพอสมควร และดำเนินการมาจนถึงปัจจุบัน (จากการบันทึกของ สม ลอมศรี, 2502)

ปัจจุบันกัดวัวควายทุ่งฟ้าบดมีร้านค้าภายในกัดทั้งหมด 500 กว่าร้านค้า เมื่อ เทียบกับจากอดีตที่มีเพียง ไม่ถึง 20 ร้าน มีพื้นที่ค้าขายวัวที่มีขนาดใหญ่เมื่อเทียบกับอดีต ซึ่ง กล้ายเป็นพื้นที่ศูนย์กลางทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีการหมุนเวียนการเงินและการซื้อขายสินค้า เป็นจำนวนมาก โดยมีการใช้บริการห้องประชานห้องในอำเภอสันป่าตองและอำเภอไก่เดียง ตลอดจนคนต่างถิ่นจากจังหวัดอื่นทั่วประเทศ มาเที่ยวชมกัดด้วย

2.1.2 บริบททางการศึกษาวิจัยของการดวัวควาย

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับตลาดดวัวควายในภาคเหนือนั้น พบประเด็นวิจัยหลัก อยู่สามประเด็นกล่าวคือ 1) การวิจัยสำรวจปริมาณและการกระจายตัวของกัด 2) การวิจัยถึง ปัจจัยต่อการเกิดและเติบโตของกัดในด้านกายภาพ เช่น ที่ตั้ง ทำเล การเข้าถึง และ 3) การวิจัย ความสัมพันธ์ของการดวัวควายกับระบบเศรษฐกิจ สังคมของชุมชนเกษตรกร ขอยกมากล่าว สรุปพอสังเขปได้ดังนี้

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2531) ได้สำรวจตลาดนัดดวัวควายทั้งในภาคเหนือและ ตะวันออกเฉียงเหนือพบว่ามีจำนวน 100 กว่าแห่ง โดยมักมีการจัดตั้งขึ้นตามหมู่บ้านหรือตำบล ใหญ่ในแหล่งเกษตรอย่างคงเลี้ยงวัวควายไว้ในครอบครัว การเกิดกัดนัดใหม่ในช่วงแรกเป็นเรื่อง ไม่ยุ่งยากมากนัก มีการเติบโตไว้และยังไม่มีปัญหามากนัก โดยมีกิจกรรมหลากหลาย มีรอบวัน ซื้อขายที่แน่นอน มีการหมุนเวียนสินค้าอื่นๆ นอกจากวัวควาย มีลักษณะเป็นศูนย์รวมสินค้าและ กิจกรรมในชุมชนที่สนับสนุนระบบเศรษฐกิจสังคมเกษตรกรรวมได้เป็นอย่างดี

กนกพร กระบวนการศรี (2531) ได้ศึกษาการดัดหมุนเวียนชนบทในภาคเหนือในเขต เชียงใหม่-ลำพูน พบว่าปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการกระจายของกัด ประกอบด้วยเส้นทาง ถนนคม ความสะดวกในการเข้าถึง และที่ตั้งซึ่งสัมพันธ์กับแหล่งตั้งถิ่นฐานของผู้บุริโภค ส่วนปัจจัยสำคัญของผู้ค้านั้นแบ่งเป็นสองกลุ่มตามประเภทผู้ค้า คือ กลุ่มผู้ค้าหมุนเวียนและ

กลุ่มประจำ ปัจจัยของผู้ค้า คือ ความสะดวกในการเดินทางและเข้าถึง อัญมณีของเจ้าของภาค และปริมาณผู้ซื้อขายในพื้นที่ งานวิจัยนี้เสนอแนะว่าเนื่องจากภาคมีความสำคัญต่อประชาชนในชนบท รัฐบาลจึงควรส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการค้าข้ายผลิตผลทางการเกษตร ในแต่ละท้องถิ่น โดยปรับปรุงเส้นทางคมนาคมขนส่ง และสร้างความร่วมมือกับเจ้าของตลาด

ฉุสิทธิ์ ชูชาติ (2538) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการดัดแปลงฐานะภาพสะท้อนในการเปลี่ยนแปลง วิถีชีวิตของสังคมชาวนาในภาคเหนือของประเทศไทย พบร่วมกันว่า พัฒนาการของภาควัฒนธรรมในระยะ ก่อน พ.ศ.2510 มีการค้าวัฒนธรรม ม้าและสินค้าพื้นเมืองเป็นหลัก ต่อมาเมื่อสภาพสังคม เปลี่ยนแปลงไป โครงสร้างการค้าในภาควัฒนธรรมได้เปลี่ยนตาม โดยมีสินค้าสำเร็จรูปจากโรงงาน เข้ามาส่วนแบ่งการภาคในตลาดวัฒนธรรมมากขึ้น งานวิจัยขึ้นนี้ได้เห็นถึงความสำคัญของภาคนัด วัฒนธรรมต่อวิถีชีวิตชาวบ้านล้านนา โดยยังสะท้อนปัญหาการลดจำนวนและปิดตัวลงของ การค้าวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาไม่นานจากที่สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2531) กนกพร กระบวนการศรี (2531) ได้ศึกษาไว้และยังไม่ปรากฏปัญหาดังกล่าว ฉุสิทธิ์ได้เสนอทางแก้ไข ให้ปรับระบบภาคใหม่ให้เป็นศูนย์กลางทางการเกษตรและหัตถกรรมของหมู่บ้าน เพื่อมุ่งให้เกิดการ ดูดกลืนเงินตราจากหมู่บ้านออกสู่เมืองเพียงอย่างเดียวและยังเป็นการรักษาระบบการผลิตและ วัฒนธรรมของหมู่บ้านไว้ด้วย โดยพื้นฐานความเชื่อว่า ถ้าวัฒนธรรมหมู่บ้านหนึ่งแన่นและ เชื่มแข็ง กระแสการพัฒนาแบบฉบับชุมชนชี้ไปทางภูมิปัญญาและเทคโนโลยีพื้นบ้านก็ยากที่จะ ทำลายโครงสร้างของหมู่บ้านได้ โดยผู้วิจัยให้แนวคิดว่าเทคโนโลยีมีส่วนช่วยในการพัฒนาหาก สามารถประยุกต์ให้เข้ากับภูมิปัญญาตั้งเดิม โดยจะสามารถสร้างสรรค์ผลิตใหม่ที่ยั่งยืนอยู่ บนฐานสังคมเดิมได้

ชมชวน บุญware แห่งชาติ (2543) ศึกษาภาคนัดในประเทศไทยที่เป็นภาคทางเลือกทาง เกษตรกรรม โดยพบว่าภาคนัดชนบทเป็นส่วนในการสร้างสังคมแห่งการช่วยเหลือเกื้อกูลและสร้าง ความเชื่อมโยงในหลายระดับ คือ ระหว่างเกษตรกรที่เป็นผู้ผลิตกับผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภค ระหว่าง เมืองกับชนบท มีผลให้เกษตรกรมีความมั่นคงทางรายได้กว่าการค้าข้ายในระบบภาคหลักที่มีคน กลางเพาะปลูกสมารถกำหนดราคาสินค้าได้เอง ส่งผลให้ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าในราคายุติธรรม เป็นการส่งเสริมระบบการพึ่งพาตนเองและกันในชุมชนทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ยังเป็นรากฐานของระบบเศรษฐกิจพอเพียง

กล่าวโดยสรุป วรรณกรรมเรื่องการค้าวัฒนธรรมแสดงประเด็นร่วมกันที่สำคัญ คือ เป็นภาค นัดท้องถิ่นชนบทที่สำคัญในการสร้างสังคมเกษตรกรรมตามวิถีพื้นพานเอง โดยจะเห็นว่า

ผลการศึกษาที่ผ่านมาให้ข้อมูลเฉพาะในเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม แต่ขาดประเด็นด้านภาษาภาพและสภาพแวดล้อมโดยเฉพาะในมุมมองของพื้นที่ซึ่งเป็นประเด็นที่ควรศึกษาต่อไป

2.2 แนวคิดและทฤษฎี

ในเนื้อหาส่วนนี้เกี่ยวกับทฤษฎีและงานวิจัยในอดีตซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดกรอบวิจัยออกแบบวิธีการศึกษา โดยมีเนื้อหาดังนี้ แนวคิดด้านสภาพแวดล้อม แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์พื้นที่ และแนวคิดในการออกแบบโดยใช้ข้อมูลบริบทเป็นฐาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.2.1 แนวคิดด้านสภาพแวดล้อมพื้นที่และความสัมพันธ์ระหว่างมิติภาษาภาพ และสังคม

แนวคิดด้านสภาพแวดล้อมนี้เลือกทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทั้งทางภาษาภาพและสังคมประกอบด้วย 3 แนวคิดคือ

2.2.1.1 แนวคิดสภาพแวดล้อม

Amos Rapoport (1990) ได้กล่าวถึงสภาพแวดล้อม (Environment) เป็นชุดความสัมพันธ์ระหว่างบริบทแวดล้อมกับมนุษย์และระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ โดยมีรูปแบบและโครงสร้างภายใต้วัฒนธรรมของพื้นที่ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการจัดการ การใช้ชีวิตและความเป็นอยู่ของมนุษย์ภายในพื้นที่นั้น องค์ประกอบของสภาพแวดล้อมประกอบด้วยได้แก่ พื้นที่ (Space) เวลา (Time) การสื่อสาร (Communication) และ ความหมาย (Meaning) โดยองค์ประกอบทั้ง 4 นี้เป็นส่วนสำคัญในการเกิดสภาพแวดล้อม ดังนี้

- การจัดวางพื้นที่ (Organization of Space)

การจัดวางพื้นที่เป็นการสะท้อนภาพทางความคิดที่แสดงออกถึงความสอดคล้องกันระหว่าง พื้นที่ทางภาษาภาพ (Physical space) และพื้นที่ทางสังคม (Social space) ภายใต้วัฒนธรรมที่ผู้ใช้กำหนดขึ้น โดยพื้นที่ถือเป็นความสัมพันธ์ในเชิงสามมิติที่ห่อหุ้มพื้นที่รอบตัวบุคคล ทั้งเชิงพื้นที่และเวลา ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสิ่งของ และสิ่งของด้วยกันเอง เป็นหลักสำคัญในการจัดวางพื้นที่เป็นที่สร้างให้เกิดสภาพแวดล้อมขึ้นมา

- การจัดวางเวลา (Organization of Time)

เวลาเป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมที่สะท้อนพฤติกรรมหรือการกระทำร่วมกันของมนุษย์และสรรพสิ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ประกอบด้วยโครงสร้างของเวลาที่หมุนรอบพื้นที่ ที่ประกอบด้วยเวลาที่เป็นเส้นตรง (linear time) คือ การใช้ชีวิตประจำวันและเวลาที่

โคจรรอบตัว (Cyclical time) โดยการจัดการพฤติกรรมของมนุษย์ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เป็นการสร้าง อัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ทางกายภาพ ที่ปรากฏในหลายรูปแบบทั่วไป เช่น ประจำวันและตามวาระ พิธีกรรม งานเทศกาล และ งานเฉลิมฉลอง เป็นต้น

- การจัดวางการสื่อสาร (Organization of Communication)

การจัดวางการสื่อสาร เป็นส่วนสำคัญในการสร้างบทสนทนาระหว่างบุคคลต่อบุคคล ที่สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคล ทั้งโดยการพูดคุยต่อหน้ากัน หรือการสนทนารูปแบบอื่น ทางใดทางหนึ่ง ก็ตาม ขึ้นอยู่กับบริบทที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม

- การจัดวางความหมาย (Organization of Meaning)

การจัดวางพื้นที่เป็นมากกว่าการแสดงพื้นที่ทางกายภาพ แต่ยังแสดงถึงความหมายของพื้นที่ที่ต้องการสื่อสารออกมา การจัดวางความหมายมีอยู่ในรูปแบบของสัญลักษณ์ วัสดุ สี รูปร่าง ขนาด ซึ่งสามารถรับรู้ได้โดยตรงหรือโดยนัย ความหมายเป็นส่วนสำคัญของการสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ ให้พื้นที่ที่อาจมีภัยภุมพลักษณะ ต่างกันเพราะความหมายที่ข้อนอนันต์น้ำใจไม่เหมือนกัน

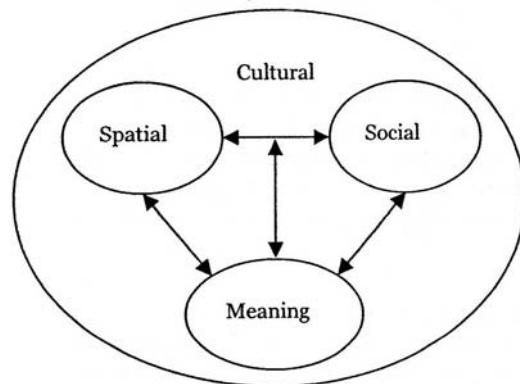
2.2.1.2 แนวคิดเรื่องพื้นที่ในเชิงมนุษยวิทยา

Shirley Ardener (1997) ได้ศึกษาพื้นที่เชิงมนุษยวิทยา โดยกล่าวว่าเป็นการมองความสัมพันธ์ระหว่างขอบเขตฐานะรวมและนามธรรมของพื้นที่ 3 ส่วน ได้แก่

- พื้นที่ทางกายภาพ (Physical Space) ได้แก่ สิ่งต่างๆ ที่อยู่บนพื้นดินทั้งสิ่งของมนุษย์ สิ่งก่อสร้างจากมนุษย์ ระบบนิเวศวิทยามีอง และทุกสิ่งทุกอย่าง ซึ่งเสมือนเป็นพื้นที่ที่ประกอบด้วยประติมารถสามมิติ ที่มีความหมายมากกว่ารูปร่างที่แสดงออกมา โดยอยู่ภายใต้การห่อหุ้มและกำหนดเป็นที่ว่างขึ้นมา
- พื้นที่ทางสังคม (Social Space) ส่วนประกอบของโครงสร้างทางสังคม ทั้งเศรษฐกิจ การแบ่งชนชั้น เพศ สายพันธุ์ การอยู่อาศัยและชีวิตประจำวัน โดยเกี่ยวเนื่องกับความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม
- พื้นที่ทางอภิปรัชญา (Metaphysic Space) เป็นการแสดงระบบนิเวศน์ของสิ่งที่มองเห็นและมองไม่เห็นในจักรวาลที่เกี่ยวกับจักรวาลวิทยา ระบบของโลก ศีลธรรม ศาสนา ความเชื่อ ด้วยการแบ่งตามองค์ความรู้ กฎและศีลธรรม จากมุ่งของการสังเกตการณ์ในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

2.2.1.3 แนวคิดความสัมพันธ์เชิงภาษาพ-สังคม

Rawiwan Oranratmanee (2008) ได้ศึกษาความสัมพันธ์เชิงภาษาพกับสังคม (Spatio-Social Relationship) ที่เกิดในสภาพแวดล้อมภาษา ได้กรอบของสังคมวัฒนธรรมที่พื้นที่นั้นตั้งอยู่ โดยกล่าวว่าความสัมพันธ์นี้ได้สร้างความหมายเฉพาะที่ทำให้กับพื้นที่นั้นต่างจากที่อื่น ความสัมพันธ์ระหว่างภาษาพและสังคมนี้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องภายใต้ผลวัตและปัจจัยการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงมีผลให้เกิดการสร้างความหมายใหม่ และอัตลักษณ์ที่เปลี่ยนไปแก่พื้นที่นั้นเป็นวงจรต่อเนื่องไม่สิ้นสุด เมื่อการเปลี่ยนแปลงดำเนินไป อัตลักษณ์จะเปลี่ยนตามที่ลงน้อยหรือมาก ตามแต่ระดับของความเปลี่ยนแปลงนั้น สิ่งสำคัญของการดำรงรักษาอัตลักษณ์จะอยู่ที่การจัดการความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นที่มีผลต่อการสร้างความหมายใหม่แก่สภาพแวดล้อมดังภาพที่ 2-1 หน้าถัดไป



ภาพ 2-1 ความสัมพันธ์เชิงภาษาพกับสังคม

จะเห็นว่า การกำหนดแนวคิด 3 ส่วนนี้มองที่ความเชื่อมโยงระหว่างกันระหว่างปัจจัยทางภาษาพของพื้นที่ และปัจจัยทางสังคม งานวิจัยนี้นำเอาแนวคิดมาใช้ในการกำหนดกรอบการมองหัวข้อวิจัย การเลือกเครื่องมือวิจัย การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนการสรุปผลข้อมูลเพื่อการนำไปใช้

2.2.1.4 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์พื้นถิ่น (Vernacular Identity)

แนวความคิดด้านอัตลักษณ์พื้นถิ่น แบ่งออกเป็นส่วนของอัตลักษณ์และสถาปัตยกรรม พื้นถิ่นและแนวคิดร่วมเรื่องอัตลักษณ์พื้นถิ่น ดังนี้

อัตลักษณ์

อภิญญา เพื่องฟูสกุล (2546) กล่าวว่า “อัตลักษณ์” มาจากการแปลความหมายของคำว่า Identity ซึ่งในพจนานุกรมภาษาอังกฤษแปลว่าสิ่งที่เป็นคุณสมบัติเฉพาะ

ของคนหรือสิ่งหนึ่งและมีนัยขยายต่อไปว่าเป็นคุณสมบัติเฉพาะของสิ่งนั้นที่ทำให้ได้เด่นขึ้นมา หรือแตกต่างจากสิ่งอื่น อัตลักษณ์นี้เลื่อนไหลไปตามบริบทและเวลาที่เปลี่ยนไปซึ่งคล้ายกับ ประดิษฐ์ของด้านสภาพแวดล้อมของพื้นที่ การแบ่งอัตลักษณ์เป็นสองระดับ คือ อัตลักษณ์บุคคล (Personal identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (Social identity) โดยอัตลักษณ์เป็นปัจมันหลักที่ เนื่องต่อระหว่างความเป็นปัจเจกบุคคลและสังคม เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทาง สังคม จากการศึกษาของอภิญญา กล่าวถึง Charles Cooley ผู้ซึ่งเชื่อว่าสังคมและปัจเจกบุคคล เป็นปรากฏการณ์ที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้ สังคมเกิดจากการผสมผสานของตัวตนเชิงจิตของ คนหลายคนที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ความรู้สึกเกี่ยวกับตัวเราเองพัฒนาขึ้นมาจากการปฏิกริยาของเราต่อ ความเห็นของผู้อื่นเกี่ยวกับตัวเรา ประกอบด้วยภาพลักษณ์ของเราที่มีต่อตนเอง และจินตนาการ เกี่ยวกับการตัดสินของผู้อื่นต่อภาพลักษณ์นั้น ตลอดจนปฏิกริยาและความรู้สึกต่างๆ ของเราต่อ จินตนาการดังกล่าวซึ่งหลอมรวมกันก่อเป็นความรู้สึกบางอย่างที่เรามีต่อตนเอง

สันต์ สุวัจนาภินันท์ (2551) กล่าวถึงอัตลักษณ์และความหมายของพื้นที่ ตาม คำว่า พื้นที่ (Place) หมายถึงการใช้ภาพตัวแทนที่ต้องการให้ได้มาซึ่งรูปธรรม ขอบเขต หรือ ลักษณะของพื้นที่ที่ชัดเจน โดยอาศัยการนำเสนอผ่านระบบต่าง เช่น พิกัดต่างๆ ระบบกริด ระบบ การวัด ซึ่งรวมไปถึงแผนที่ ภาพเขียน ภาพวาดต่างๆ ดังนั้นในนิยามความหมายคำว่าพื้นที่จึงมีนัย ยะที่สื่อถึงการที่พื้นที่ทางนามธรรมถูกเรา-ท่านกระทำ เป็นการคิดถึงเวลาที่มีลักษณะเป็นเส้นตรง เกิดและดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง สามารถควบคุมมันเพื่อที่จะผลิตภาพตัวแทนหรือมโนภาพของสิ่ง ที่เราคิดหรือเห็นอยู่ต่อหน้า และการที่เราสามารถควบคุมเวลาภูมิภาคภูมิที่เปลี่ยนไปต่างๆ ใน การใช้ภาพตัวแทน ในลักษณะนี้ได้นั้นจึงทำให้ความหมายของพื้นที่ยังสื่อถึงการครอบครอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการครอบครองทางความหมาย

เมื่อพิจารณาเฉพาะความหมายของอัตลักษณ์แล้ว จะพบว่ามีการเน้นถึง คุณสมบัติเฉพาะตัวที่ทำให้ได้เด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น ซึ่งสามารถเปลี่ยนตามบริบทหรือ เวลาที่เปลี่ยนไปซึ่งความมองอัตลักษณ์ของความเป็นพื้นที่นั้นมีการตีความของบริบทพื้นที่เข้าไป ก็เป็นความหมายเฉพาะบริบทที่จะนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัยได้

สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตเจ้าคุณ ทหาร ลาดกระบัง (2525) กล่าวว่าสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นหมายถึงสิ่งก่อสร้างต่างๆ ตลอดจน สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่มนุษย์สร้างขึ้นในแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะแตกต่างกันไปตาม

สภาพแวดล้อมเพื่อสนับสนุนความต้องการของชุมชนนั้นๆ รูปแบบสิ่งก่อสร้างอาจจะพัฒนาไปจากรูปแบบเดิมโดยปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการพัฒนาเพื่อที่ให้มีรูปแบบเฉพาะตัวขึ้นได้

อรศิริ ปานิธิ (2546) กล่าวว่า สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นหมายถึงสถาปัตยกรรมที่มีธรรมชาติของการดำรงชีวิตในแต่ละท้องถิ่น โดยการศึกษาสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นเป็นการศึกษาที่จำเป็นต้องผนวกด้วยการวิเคราะห์ วิจารณ์ในวิชาการรอบด้านไปพร้อมกับการศึกษาตัวสถาปัตยกรรม ดังนั้นวิธีการศึกษาที่จะให้ความรู้ที่กระจ่างจำเป็นต้องทำการศึกษาภาคสนามด้วยการสำรวจให้เห็น แนวคิดด้วยตาของตัวเอง การศึกษาในลักษณะของการศึกษาเบรี่ยบเที่ยบเพื่อตอบคำถามต่างๆ ที่เป็นข้อสงสัย การศึกษาจะเป็นต้องศึกษาให้กว้างและเป็นการศึกษาแบบเบรี่ยบเที่ยบผสมผสานแบบเจาะลึกเฉพาะกรณี

ฤทธิ์ ใจจรรักษ์ (2546) กล่าวว่าสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเรียบง่ายและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบร่วมอย่างสมดุล ทั้งผู้พักอาศัย สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อันเกิดจากภูมิปัญญาของชุมชนที่สั่งสมมาในความพอดีและความพอเพียงของวิถีชีวิต การศึกษาสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นควรรวมไปถึงการตั้งถิ่นฐาน ประเพณี วัฒนธรรม คติความเชื่อ วิถีชีวิตของชุมชน ที่สัมพันธ์กัน ทั้งหมดนี้ล้วนก่อให้เกิดเป็นสถาปัตยกรรมในแต่ละสภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ และสภาพทางสังคม วัฒนธรรม

ระวีวรรณ โอบารัตน์มนี (2552) ได้รวบรวมประเด็น แนวคิด ทฤษฎีทางสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นที่กล่าวถึงอัตลักษณ์ของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นตะวันตกและไทยที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

Oliver (1997) กล่าวว่าอัตลักษณ์พื้นถิ่นเกิดจากการสร้างตามความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการ สภาพแวดล้อม และทรัพยากรที่มีอยู่ โดยผู้ใช้งานหรืออยู่อาศัยเอง ใช้เทคโนโลยีตามแบบอย่างประเพณีที่สืบทอดกันมาภายใต้ค่านิยม เศรษฐกิจ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของกลุ่มคนผู้สร้างนั้น

Mercer (1975) กล่าวว่าอัตลักษณ์พื้นถิ่นคือรูปแบบเฉพาะตัวที่เลือกสรรของกลุ่มคนในบริบทสถานที่และเวลาหนึ่งๆ เอกลักษณ์ไม่มีอาคารได้สามารถสร้างอัตลักษณ์พื้นถิ่นขึ้นโดยปราศจากความสัมพันธ์กับบริบทได้

Brunskill (1981) กล่าวว่า อัตลักษณ์พื้นถิ่นถูกสร้างอย่างงดงามให้ถาวرمิใช่ข้าวคราวจากแรงบันดาลใจทางประเพณี เพื่อสนับสนุนต่อกิจกรรมประจำวันที่เรียบง่ายของคนทั่วไปในไร่นาหรือในอุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งต่อถิ่นที่นั้นๆ และใช้วัสดุก่อสร้างท้องถิ่น

แสดงออกถึงวัฒนธรรมและปรัชญาที่สั่งสมมาในวิถีชีวิตของผู้คน เป็นความสามารถในการออกแบบและก่อสร้างที่ผสมความคิดและความณ์มากกว่าประโยชน์ใช้สอยเพียงอย่างเดียว

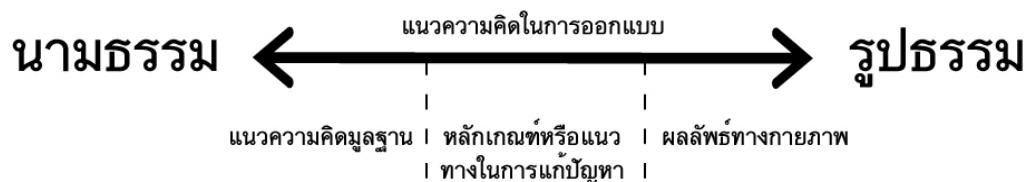
มุมมองของอัตลักษณ์พื้นถิ่นไทยมีแนวความคิดคล้ายคลึงกับของต่างประเทศ เช่นเดียวกัน ระบุวิภารต โอลิฟาร์ดตันมานี (2552) กล่าวว่า สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นหมายถึงสิ่งก่อสร้างตลอดจนสภาพแวดล้อมภายใต้มนุษย์สร้างขึ้นในแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะแตกต่างกันไป เพื่อสนองความต้องการของชุมชนนั้นๆ รูปแบบของสิ่งก่อสร้างอาจจะพัฒนาไปจากรูปแบบเดิมโดยปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการพัฒนาเพื่อจะให้มีรูปแบบเฉพาะตัวขึ้นได้ จะเห็นได้ว่ามุมมองอัตลักษณ์ของพื้นถิ่นของไทยและต่างประเทศมีความสอดคล้องกัน คือ สร้างขึ้นโดยผู้ใดหรือผู้อื่นอาศัยแรงที่เป็นคนทั่วไป เพื่อกำหนดงานของตนหรือของกลุ่ม โดยตอบสนองต่อสภาพแวดล้อม วิถีชีวิต เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมของตน และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับบริบทที่ตั้งอยู่ มีการใช้รัสดุ เทคโนโลยี การก่อสร้างที่หาได้ในท้องถิ่น เป็นไปตามแนวทางและวิธีประเพณีที่ปฏิบัติกันมา

2.2.1.5 แนวความคิดในการออกแบบ

การร่วบรวม แนวคิดในการออกแบบทางสถาปัตยกรรม เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบและส่งเสริมสภาพแวดล้อม วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2532) และ (2541) กล่าวถึงการศึกษาแนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมเป็นกลุ่มที่มูลฐานที่ใช้ในการดำเนินงานออกแบบ เพื่อให้ได้ผลงานออกแบบที่เป็นการแก้ปัญหาที่ดีที่สุด ที่สนองตอบต่อเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ ในที่นี้ได้เลือกแนวความคิดในการออกแบบ 2 ระดับ คือ Programmatic Concepts และ Design Concepts ซึ่งให้ความหมายของกระบวนการแปลงรูปธรรมเป็นนามธรรม โดย Programmatic Concept หมายถึง ความคิดในระดับนามธรรมที่มุ่งใช้ในการแก้ปัญหาด้านการใช้สอยของโครงการ โดยที่ยังไม่ชัดเจน แต่ Design Concept หมายถึงความคิดในระดับรูปธรรมที่มุ่งใช้ในการแก้ปัญหาทางสถาปัตยกรรมของโครงการ โดยการเสนอผลลัพธ์ทางกายภาพที่ชัดเจน

ศาสตราจารย์วิมลสิทธิ์ หรยางกูรได้กล่าวเน้นว่า แนวความคิดในการออกแบบ มีความหมายที่กว้างมากในลักษณะที่เป็นพิสัยระหว่างความหมายที่เป็นนามธรรมกับความหมายที่เป็นรูปธรรม ดังนั้นการนำเอาความหมายนามธรรมเป็นความคิดเห็น มาแปลงสู่รูปธรรม จึงเป็นการตีโจทย์ของการออกแบบที่สำคัญ แนวความคิดในการออกแบบมีลักษณะทั่วไปที่เป็นมูลฐานของการแก้ปัญหา ซึ่งวิเคราะห์พิสัยของความหมายของแนวความคิดในการออกแบบออกเป็น 3 ช่วงความหมายได้แก่

- 1) แนวความคิดมูลฐาน
 - 2) หลักเกณฑ์หรือแนวทางในการแก้ปัญหา
 - 3) ผลลัพธ์ทางกายภาพ
- มีลักษณะความสัมพันธ์ดังภาพที่ 2-2 ดังนี้

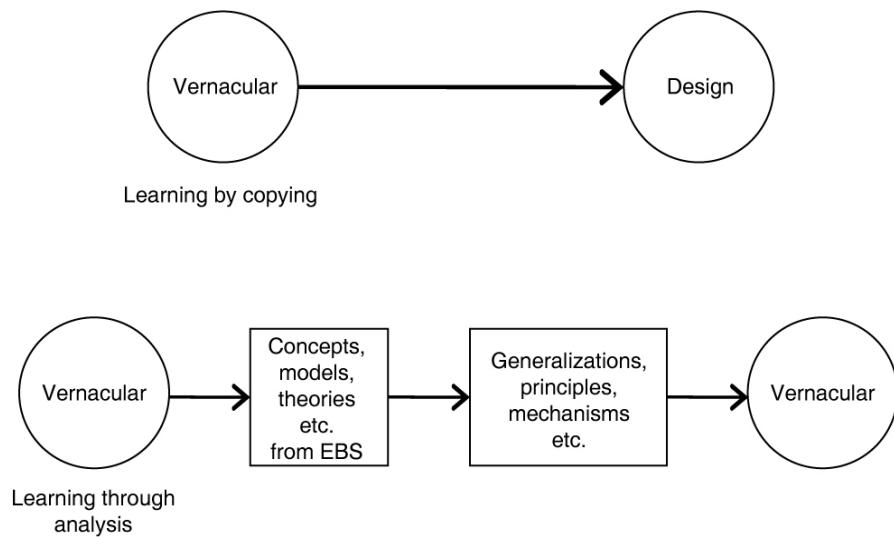


ภาพ 2-2 แนวความคิดในการออกแบบ

จะเห็นได้ว่า แนวความคิดมูลฐานเป็นส่วนของแนวความคิดในการออกแบบที่มีความเป็นนามธรรมมาก โดยกำหนดแนวความหลักในการออกแบบในลักษณะที่ครอบคลุมและควบคุมงานออกแบบ และอาจตอบสนองต่อแนวความคิดมูลฐานแนวความคิดได้ด้วยทางเดียวกัน ทำนองเดียวกัน ในกรณีเสนอผลลัพธ์ทางกายภาพที่เหมาะสมแล้วเป็นไปในที่เป็นการสนองตอบต่อหลักเกณฑ์หรือแนวทางในการแก้ปัญหานั้นก็อาจเสนอเป็นรูปแบบทางกายภาพได้หลายรูปแบบ ซึ่งล้วนมีความสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ในการแก้ปัญหาที่ได้เลือกใช้เป็นแนวทางในการกำหนดทางกายภาพ

Amos Rapoport (2006) ได้นำเอาทฤษฎีของสภาพแวดล้อมมาขยายความใน การออกแบบโดยยกรนีการออกแบบจากงานพื้นถิ่นโดยกล่าวว่า การศึกษาการออกแบบ สภาพแวดล้อมพื้นถิ่นโดยทั่วไป (Vernacular design) เป็นการค้นหาสิ่งประกอบสำคัญที่สร้างขึ้นมา ทั้งสภาพแวดล้อม ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม แล้วนำสิ่งที่สนใจหรือมีเสน่ห์ดึงดูด มาเลียนแบบหรือคัดลอกคุณลักษณะสำคัญโดยตรง เช่น หินบูรพาจ รูปทรง รายละเอียด มาใช้ใน การออกแบบโดยตรงทำให้ผลของการออกแบบเป็นการคัดลอกของเดิมที่อาจไม่ตรงกับโจทย์ใหม่ ที่ตั้งขึ้น เแยกล่ากว่า การออกแบบควรมีฐานมาจากภาระวิจัยโดยการศึกษาจากบทเรียนหรือพื้นฐาน ของการวิเคราะห์โดยทฤษฎีสภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น ทฤษฎีการศึกษาสภาพแวดล้อมและ พฤติกรรม (Environment-Behavior Studies) เพื่อหาแนวคิดแบบจำลองทฤษฎีให้ได้ก่อนแล้ว นำมาสังเคราะห์ขยายความเป็นหลักการ กฎเกณฑ์เครื่องมือ ในการออกแบบตามโจทย์ใหม่

มากกว่าการคัดลอกให้เหมือนเดิมซึ่งวิธีดังกล่าวนำมาใช้ในการประยุกต์สู่การออกแบบ
สภาพแวดล้อมพื้นถิ่นได้



ภาพ 2-3 การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมพื้นถิ่น

แนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมและการออกแบบพื้นถิ่นได้ถูก
นำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสภาพแวดล้อมของการต่อไป

2.2.3 การท่องเที่ยวชุมชน

ความหมายของ การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังที่อื่น เป็นการชั่วคราว เพื่อทำการศึกษาและพักผ่อนหย่อนใจหรือก่อให้เกิดการกระทำร่วมกันของมนุษย์ ทั้งทางธรรมชาติและทางสังคม จนเป็นเหตุดึงดูดใจให้เดินทางไปศึกษาและท่องเที่ยวตามแหล่งต่างๆจากแผนแม่บทของการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็น 4 อย่างด้วยกัน คือ 1) การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆที่มีนุชน์สร้างขึ้นและเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม เป็นการท่องเที่ยวในเชิงให้ความรู้และความภูมิใจ เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism) 3) การท่องเที่ยวที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการพักผ่อน สนุกสนาน รื่นเริงบันเทิงใจ เป็นการท่องเที่ยวแบบบันเทิงและ

การกีฬา และ 4) การท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการประชุมสัมมนาการติดต่อทางธุรกิจ จากนิยามจะเห็นว่า การท่องเที่ยวภาควัฒนธรรมทุ่งพ้าบดถือเป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมชนชาติ

นำ้ซัย ทนูผล (2543) กล่าวถึงจุดเน้นของการท่องเที่ยวคือพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เอกลักษณ์ คือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์ประกอบของแหล่งที่เป็นจุดหมายการท่องเที่ยว เอกลักษณ์ที่มีความหมายกว้างๆ ที่เป็นอัตลักษณ์หรือเฉพาะเจาะจงที่เป็นลักษณะจริงแท้ ณ ที่นั้น (Authentic) หรือเกิดเฉพาะถิ่น (Endemic) หรือไม่เหมือนใคร (Unique) ทั้งนี้ มุ่งเน้นที่ระบบมนิเวศของพื้นที่นั้นๆ เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นนี้ นอกจากเป็นสิ่งที่ดึงดูดจากการท่องเที่ยว แล้วยังเป็นสิ่งที่ต้องรักษาไว้ไม่ให้ถูกทำลายหรือเปลี่ยนแปลงไปจากการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงจะต้องเป็นไปตามธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นจุดหมายของการท่องเที่ยว (Destination) ที่เป็นแหล่งธรรมชาติรวมทั้งวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นหรือเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน กล่าวได้ว่า แหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นกับแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบมนิเวศ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีรากฐานอยู่กับธรรมชาติโดยมีกระบวนการเรียนรู้ เป็นกระบวนการที่ขาดไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคม กระบวนการเรียนรู้จะเกิดขึ้นในทุกขณะทุกขั้นตอนของการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ทำให้มีการสั่งสมประสบการณ์ที่ดีมากขึ้นตามลำดับร่วมกันให้หมุนผู้เดียวขึ้น การจัดการภายในพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นการจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นที่อาจหมายถึงชุมชน หรือประชาชนที่มีส่วนร่วมในการมีสิทธิ์ควบคุมและดูแล กระบวนการท่องเที่ยว ตั้งแต่ การสำรวจ วางแผน จัดการ ดำเนินการ ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดรายได้หรือผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น แล้ว ยังชี้ถึงความสำคัญของท้องถิ่น และเป็นกระบวนการเรียนรู้สู่ทางการพัฒนาความสามารถในการพึ่งตนเองของชุมชนอีกด้วย

ศิริ ยาณสุโพธิ (2543) กล่าวถึง สังคมวิทยาการท่องเที่ยว (Sociological of Tourism) คือ วิชาที่กล่าวถึงผลกระทบของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ หรือการกระทำต่อกันและกันของมนุษย์ที่แสดงออกในรูปของวัตถุและศิลปวัฒนธรรมประเพณีฯ เป็นเหตุดึงดูดใจให้มีการเดินทางไปทำการศึกษาและท่องเที่ยวตามแหล่งต่างๆ เขากล่าวถึงความสำคัญของสังคมวิทยาการท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม จิตวิทยา ดังนี้

1. ก่อให้เกิดรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศไทย
2. ก่อให้เกิดการกระจายรายได้
3. ก่อให้เกิดการจ้างงาน
4. เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัด

5. ก่อให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราอย่างกว้างขวาง
6. สร้างความรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างคนในท้องถิ่นหนึ่งกับอีกท้องถิ่นหนึ่ง
7. พัฒนาระดับความเจริญของสังคมท้องถิ่น
8. ก่อให้เกิดความมั่งคงปลอดภัยในสังคม
9. ลดช่องว่างของสังคม และเสริมมาตรฐานสวัสดิการสังคมโดยตรง
10. เสริมสร้างสุขภาพและจิตใจที่ดี
11. ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมประเพณีระหว่างท้องถิ่น
12. ส่งเสริม อนุรักษ์ วัฒนธรรมและขนมธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น
13. สร้างความรู้สึกปรุงและภาคภูมิใจ
14. การท่องเที่ยวช่วยนำธุรกิจ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยทางตรงเป็นการได้รับจากอาชีพครุภัณฑ์ที่เกี่ยวกับโรงแรม ภัตตาคาร มัคคุเทศก์ และการขนส่ง ส่วนประโยชน์จากการท่องเที่ยวต่อชุมชน คือ การผลิตสินค้าพื้นเมืองหรือผลิตของที่ระลึก การเลี้ยงสัตว์ที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อนำมาใช้ในการประกอบอาหาร การผลิตพืชผักผลไม้ และการเกิดอาชีพบริการ ซึ่งทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำและมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

รศิกา อังคูรา (2543) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตริมชุมชน เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มุ่งไปยังแหล่งสถานที่ในชุมชนชนบทที่ชาวบ้านและชาวเขยองคงดำเนินรักษา ขนบธรรมเนียม ประเพณีดั้งเดิมของท้องถิ่น มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่เด่นชัด เป็นลักษณะที่เน้น การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ข้อมูล ข่าวสาร ที่เป็นข้อเท็จจริงและเน้น กิจกรรมที่ให้ความสนุกสนาน และเอื้อประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว ชาวบ้านและต่อชุมชนท้องถิ่น

สินธุ์ สโตร์ลและสุภาวนี ทรงพรวานิชย์ (2545) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึงการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ ตั้งอยู่บนฐานความคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยวนำเข้าทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่น ทั้งด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิตริมความเป็นอยู่และวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นปัจจัยหรือต้นทุนสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมรวมทั้งมีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนไปถึงคนรุ่นหลุกหลาน

วรรณพร วนิชชานุกร (2541) กล่าวถึงว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวที่ปักป้องพื้นที่ต่างๆ ทางธรรมชาติและเป็นวิถีทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ในทางเศรษฐกิจด้วยการ

อนุรักษ์ทรัพยากร ดังนั้นจึงเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งการศึกษาเป็นหลัก เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจในการทำงานของสภาพแวดล้อมว่ามีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างไร ซึ่งเป็นฐานข้อมูลเชิงวิถีชีวิตของมนุษย์ในแต่ละพื้นที่ และเมื่อมนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมนั้นๆ สภาพแวดล้อมจึงมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม

หลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สำคัญประกอบด้วย

1. เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมโกร穆ทางสภาพแวดล้อม
2. ก่อให้เกิดประโยชน์ในระยะยาวแก่ทรัพยากรชุมชนในท้องถิ่น และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเอง ส่วนหนึ่งของรายได้ควรย้อนไปสู่การการอนุรักษ์
3. การเสริมสร้างประสิทธิภาพและลดภาระต้นทุนของสถานศึกษาฯ ด้านวิทยาศาสตร์ สิ่งแวดล้อม สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น
4. ควรยอมรับในข้อจำกัดของภาพแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะที่เป็นอยู่ หากมีการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงควรเป็นไปเพื่อให้ทัศนียภาพของท้องถิ่นดีขึ้น
5. การวางแผน ตัดสินใจและดำเนินงาน ควรให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมมากที่สุด มิใช่เป็นเพียงเป้าหมายของการท่องเที่ยว และให้บุคคลภายนอกมาคิดและตัดสินใจเพียงฝ่ายเดียว เพราะจะไม่เป็นไปตามความต้องการของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง การท่องเที่ยวชุมชนและวัฒนธรรมเป็นการนำจุดเด่นและการจัดการของพื้นที่ รวมชาติและทรัพยากร รวมถึงสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา ให้ดำรงอยู่และเป็นจุดสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวซึ่งการท่องเที่ยวสร้างnamaใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนได้เช่นกัน

จากการกล่าวของ น้ำด้วย ทนุผล (2543) การที่ชุมชนใดหรือแหล่งท่องเที่ยวในมีความเหมาะสมใน การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมได้หรือไม่ ควรใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาตามที่สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้ระบุไว้ดังนี้ คือ

1. ศักยภาพของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาสภาพทรัพยากรที่มีความเหมาะสม มีลักษณะเฉพาะ และคงลักษณะพื้นที่ โดยเน้นความสำคัญของวัฒนธรรมพื้นที่และความดึงดูดใจว่ามีมากน้อยเพียงใด เพื่อให้ความสำคัญที่ต่างๆกันในองค์ประกอบที่เป็นเอกลักษณ์ โดยศึกษาพิจารณา จาก ความสำคัญของระบบนิเวศ ความสมบูรณ์ ความหลากหลาย ลักษณะที่หายาก และ ความสัมพันธ์ที่เป็นระบบพื้นที่ ความโดดเด่นทางด้านกายภาพ สภาพที่มีความ

ส่วยงามของธรรมชาติ และองค์ประกอบทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ที่
ผสมผสานเพื่อดึงดูดความน่าสนใจของพื้นที่

2. ศักยภาพของการจัดการพิจารณาจากสภาพการจัดการในปัจจุบันที่สามารถบ่งชี้ถึง
โอกาสในการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้สูงขึ้นได้ ด้วยการให้การศึกษาการ
จัดการแก่ชุมชนและการรักษาซึ่งทรัพยากรในการดูแลควบคุมอย่างมี
ประสิทธิภาพ

จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน โดย
ชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนา การท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงควรดำเนินถึงความสามารถในการ
รองรับของธรรมชาติและชุมชนด้วยการปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ
สิ่งแวดล้อม รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณีภูมิปัญญาของท้องถิ่น เพื่อพัฒนาไปสู่การจัดการท่องเที่ยว
อย่างยั่งยืน และการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างชุมชนเป็นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันที่
ก่อให้เกิดการถ่ายโอนความรู้ของคนในชุมชนจากแต่ละหมู่บ้าน สามารถนำความรู้ไปแปรสู่การ
ดำเนินการให้บังเกิดผลเป็นจริง ด้วยการนำทรัพยากรห้องทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมประเพณีมา
ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมและมีความยั่งยืน

2.2.4 การอนุรักษ์ (Conservation)

ศิริ ยามสุโพธิ์ (2543) กล่าวถึง การอนุรักษ์ หมายถึง การใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด
(Wise use) หรือการใช้ทรัพยากรอย่างสมเหตุสมผล (Rational use) กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ใช้
ทรัพยากรวนั้นต้องคิดถึงว่าวันข้างหน้าต้องมีใช้ด้วย และอาจจะรวมความได้ว่า การอนุรักษ์นั้นเป็น
แนวทางการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้นหรือวัฒนธรรมให้เป็นไปตามหลักวิชาการ
เพื่อการมีใช้ในอนาคตต่อไป

จากการความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น หรือเป็นผลผลิตทุกสิ่งอย่างของมนุษย์ที่อยู่ร่วมกันเป็นสังคมยึด
ปฏิบัติสืบทอดกันมา เป็นการทำนุบำรุงรักษาและการใช้สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อันได้แก่
โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑ์ เมืองโบราณ และงานเทศกาลประเพณีต่างๆ ให้เกิด
ประโยชน์สูงสุดต่อสังคมทั้งในเมืองไทยและภายนอก ที่แสดงออกถึงเกียรติภูมิของความเป็น
ชาติไทยให้ได้ยawnan ที่สุด

ดังนั้น การอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงมีความจำเป็นสำหรับมนุษย์ใน
สังคมเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งสามารถจำแนกได้ ดังนี้

1. ความจำเป็นในการใช้สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน
2. สถานที่ท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างงานให้กับประชาชนในท้องถิ่น
3. สถานที่ท่องเที่ยวเป็นแหล่งทำรายได้ให้แก่ประเทศ
4. สถานที่ท่องเที่ยวเป็นเครื่องหมายแสดงออกถึงความเจริญของทางด้านวัฒนธรรม
5. ช่วยประชาสัมพันธ์ประเทศ

การจัดสถานที่ท่องเที่ยวในแต่กรอบอนุรักษ์สิ่งที่ควรนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจดำเนินการมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้สัมผัส เช่น สถาปัตยกรรมภายนอก ในท้องถิ่น วิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของประชากรในท้องถิ่น ฯลฯ สิ่งที่ประชากรในชุมชนนั้นๆ คาดหวังจะให้เกิดขึ้น เช่น ได้มีพักผ่อนหย่อนใจ เกิดความภาคภูมิใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนของตน ฯลฯ และสิ่งที่ผู้รับผิดชอบและดำเนินการจัดสถานที่ท่องเที่ยวคาดหวัง เช่น ใช้งบประมาณน้อย เป็นโครงการที่ช่วยส่งเสริม และสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากร และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมของประเทศหรือท้องถิ่น

การจัดสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในแต่กรอบอนุรักษ์สามารถทำได้ดังนี้

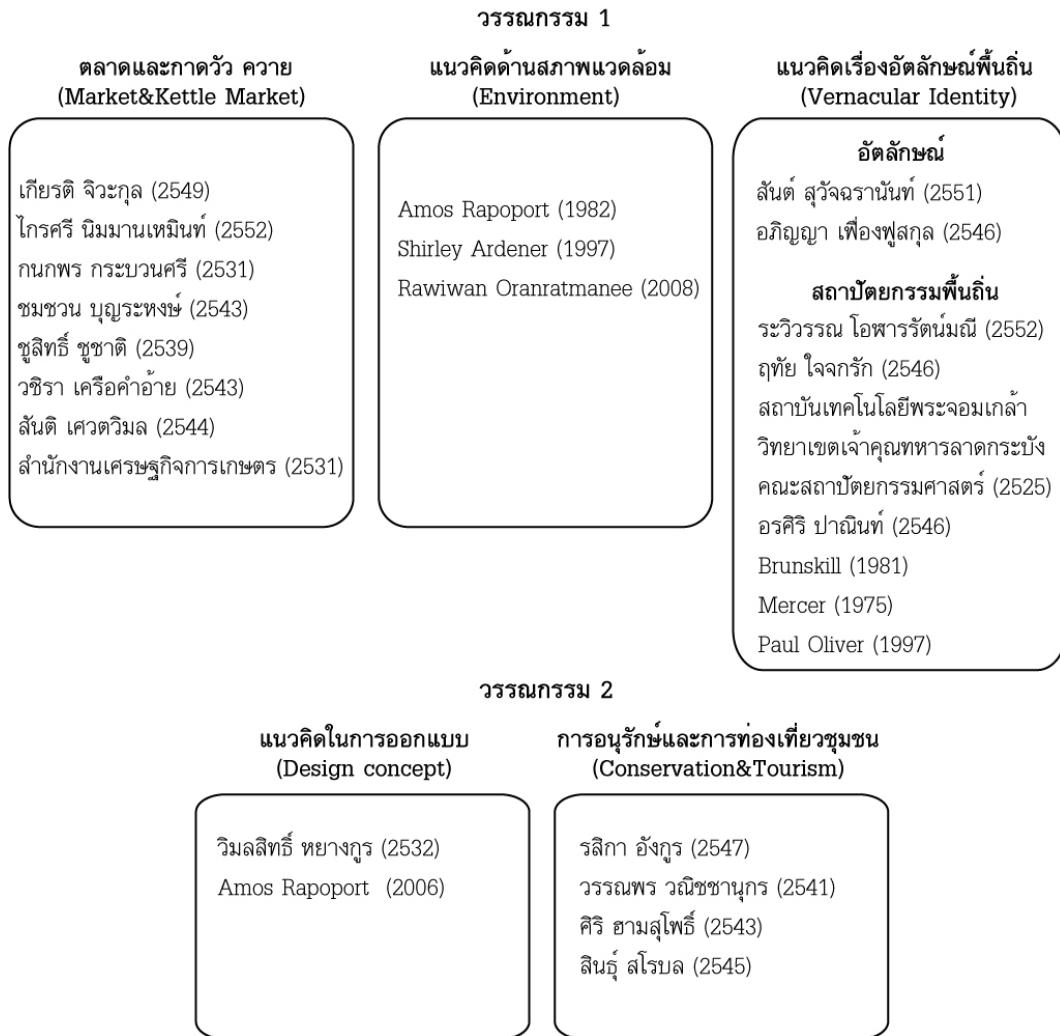
1. ควรจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกความสะอาดขั้นพื้นฐานให้พอเพียง
2. สถานที่ท่องเที่ยวควรอยู่ในย่านชุมชน หรืออยู่ไม่ห่างไกลจากย่านชุมชนมากนัก
3. การจัดร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม
4. การจัดสร้างร้านจำหน่ายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง
5. การทำป้ายโฆษณา เพื่อชี้แจงข้อพึงปฏิบัติเมื่อเข้าไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้น
6. การรักษาความปลอดภัยและความสะอาด

หลักการจัดสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในแต่กรอบอนุรักษ์ อาจสรุปได้ว่า การจัดสร้างสถานที่ท่องเที่ยวโดยการคำนึงถึงสภาพวัฒนธรรมดังเดิมของพื้นที่ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่แสดงออกทั้งในแบบที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ยังจะเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวอยากร่วมเดินทางเข้าไปท่องเที่ยว เพราะมองเห็นคุณค่าศิลปวัฒนธรรม งานเทศกาลประเพณีของพื้นถิ่นนั้น

การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและการอนุรักษ์ ด้วยการอนุรักษ์สิ่งเฉพาะภัยในท้องถิ่น ที่มีวัฒนธรรม วิถีชีวิต เป็นสิ่งที่คนในท้องถิ่นสามารถสร้างส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเพื่อติงดูดประชาชนจากคนนอกพื้นที่ท้องถิ่นให้สามารถเข้ามาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ซึ่ง นำชัย ทนุผล (2542) กล่าวว่าความเกี่ยวข้องของชุมชนท้องถิ่นกับการท่องเที่ยว มีขอบเขต ลักษณะและรูปแบบ

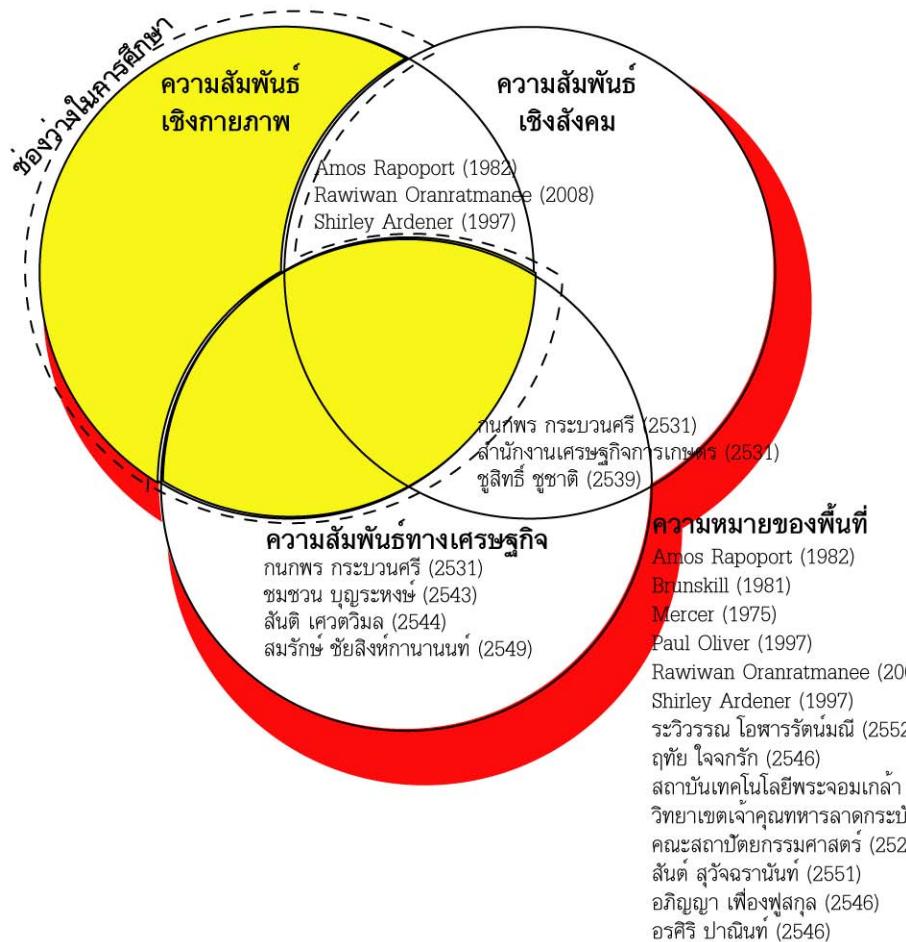
กว้างขวางและหลากหลายทั้งทางตรงและทางอ้อม แต่ที่สำคัญ คือ ประโยชน์ของชุมชนที่ได้รับทางเศรษฐกิจ สังคมและสภาพแวดล้อมหรือทรัพยากรกราท่องเที่ยวของชุมชน ในปัจจุบัน ประโยชน์ที่ได้รับทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น คือการสร้างงาน การเกิดการพัฒนาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกราท่องเที่ยว การเกิดระบบตลาด และเกิดระบบการผลิตวัตถุดิบท่องถินเพื่อป้อนระบบตลาด ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกในชุมชนเกิดรายได้ ส่วนปัจจุบันประโยชน์ด้านสังคม ชุมชนจะเกิดการพัฒนาในทางสร้างสรรค์ในสังคมขึ้น มีการติดต่อทางสังคมที่มีรูปแบบมากขึ้น ที่เกี่ยวกับการเข้าไป เกี่ยวข้องกับระบบการบริการท่องเที่ยวของสมาชิกชุมชน สาธารณูปโภคชุมชน ซึ่งจะได้รับการเอาใจใส่พัฒนามากขึ้น เมื่อมีกิจกรรมท่องเที่ยวเกิดขึ้นในชุมชน

จากเนื้อหาส่วนเกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเป็นแนวทางที่นำมาใช้ ในการสร้างแนวทางการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวชุมชนให้แก่การดูแลความทุ่งฟ้าบด และการท่องถินอื่นๆ จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมด สามารถนำมาใช้ในงานวิจัยได้ 2 ส่วนดังภาพ 2-4 ดังนี้



ภาพ 2-4 กรอบการทบทวนวรรณกรรม

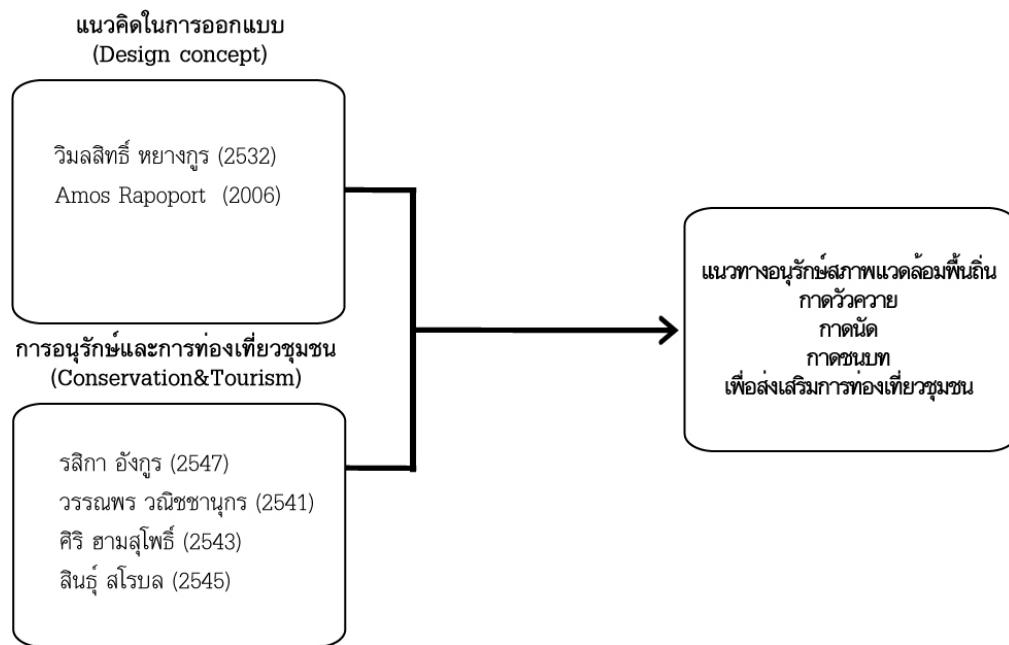
- 1) กลุ่มวรรณกรรมที่ 1 ในภาพ 2-4 ใช้สำหรับการกำหนดกรอบการมองเห็นข้อวิจัย การเลือกเครื่องมือวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล หากนำเนื้อหาในส่วนที่ 1 นี้มาเขียนความสัมพันธ์ข้อมูลทางแผนภาพวงกลม โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น ความสัมพันธ์เชิงภาษา ความสัมพันธ์เชิงสังคม ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ และความหมายของพื้นที่ ได้ดังนี้



ภาพ 2-5 ความสัมพันธ์ของเนื้อหาวรรณกรรมและซ่องว่างในการศึกษา

จากภาพ 2-5 ในงานวิจัยเกี่ยวกับ การด้วนความใน การศึกษาที่ผ่านมา เน้นไปในทางเศรษฐกิจหรือสังคมโดยขาดประเด็นเชื่อมโยงด้านความสัมพันธ์เชิงกายภาพ สังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นกรอบการวิจัยในการหาความสัมพันธ์ของการด้วนความ ระหว่างเชิงกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจ ภายใต้ความหมายของพื้นที่ เพื่อนำไปสร้างเครื่องมือวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

- 2) กลุ่มวรรณกรรมที่ 2 ในภาพ 2-4 ใช้สำหรับการสังเคราะห์ข้อมูลและสร้างเป็นแนวทางอนุรักษ์สภาพแวดล้อมพื้นถิ่นทั้งของการด้วนความ การดั่นดัดและการชนบท เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน มีกรอบแนวคิดตามภาพที่ 2-6 ดังนี้



ภาพ 2-6 กรอบวรรณกรรมที่ใช้เพื่อการสังเคราะห์ผลวิจัย

2.3 สรุป

เนื้อหาบทที่ 2 ได้แสดงกรอบวิธีคิดของการวิจัยแบบบูรณาการที่รวมองค์ความรู้เรื่องตลาด สภาพแวดล้อม อัตลักษณ์พื้นถิ่น แนวความคิดการออกแบบ การท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ เข้าด้วยกัน การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกรอบวิธีวิจัย วิเคราะห์ และสังเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่เป็นขั้นตอนโดยแต่ละส่วนมีการนำไปใช้ต่างกัน วรรณกรรมเรื่องตลาดและภาควัฒนธรรม นำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานของการดูแลความรู้ในภาคศึกษา ประวัติและความเป็นมาเพื่อการเติมเต็มช่องว่างความรู้ (Gap in knowledge) ด้านภาษาภาพและ สังคมของภาคพื้นถิ่น

วิธีวิจัยในบทที่ 3 และการวิเคราะห์ผลในบทที่ 4 จะนำวรรณกรรมของบทที่ 2 มาใช้สร้าง กรอบการเก็บข้อมูลและนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่เชิงกายและสังคม ที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาควัฒนธรรมทุ่งพ้าบด แล้วจึงนำผลที่ได้ไปใช้ในการสังเคราะห์ใน บทที่ 5 ด้วยกรอบแนวความคิดในการออกแบบและการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อใช้ใน การสร้างแนวทางการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนต่อไป

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

บทนี้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

- 3.1 การออกแบบงานวิจัย (Research design)
- 3.2 การเก็บข้อมูล (Data collection)
- 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล (Data analysis)
- 3.4 การสังเคราะห์ข้อมูล (Data synthesis)
- 3.5 สรุป (Conclusion)

3.1 การออกแบบงานวิจัย (Research design)

3.1.1 การทวนตู้ประสบความวิจัย

1) เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในการวิเคราะห์

- การจัดวางพื้นที่และการใช้พื้นที่ก้าดเป็นอย่างไร มีอะไรเป็นตัวกำหนด
- ลักษณะของร้านค้าส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อหรือไม่ อย่างไร

2) เพื่อหาตัวลักษณ์พื้นถิ่นของการวิเคราะห์ทุ่งฟ้าบด

- อัตลักษณ์ของการทุ่งฟ้าบดที่พบจากองค์ประกอบกายภาพและสังคมภายในการวิเคราะห์มีส่วนสร้างอัตลักษณ์พื้นถิ่นของการทุ่งฟ้าบดคืออะไร

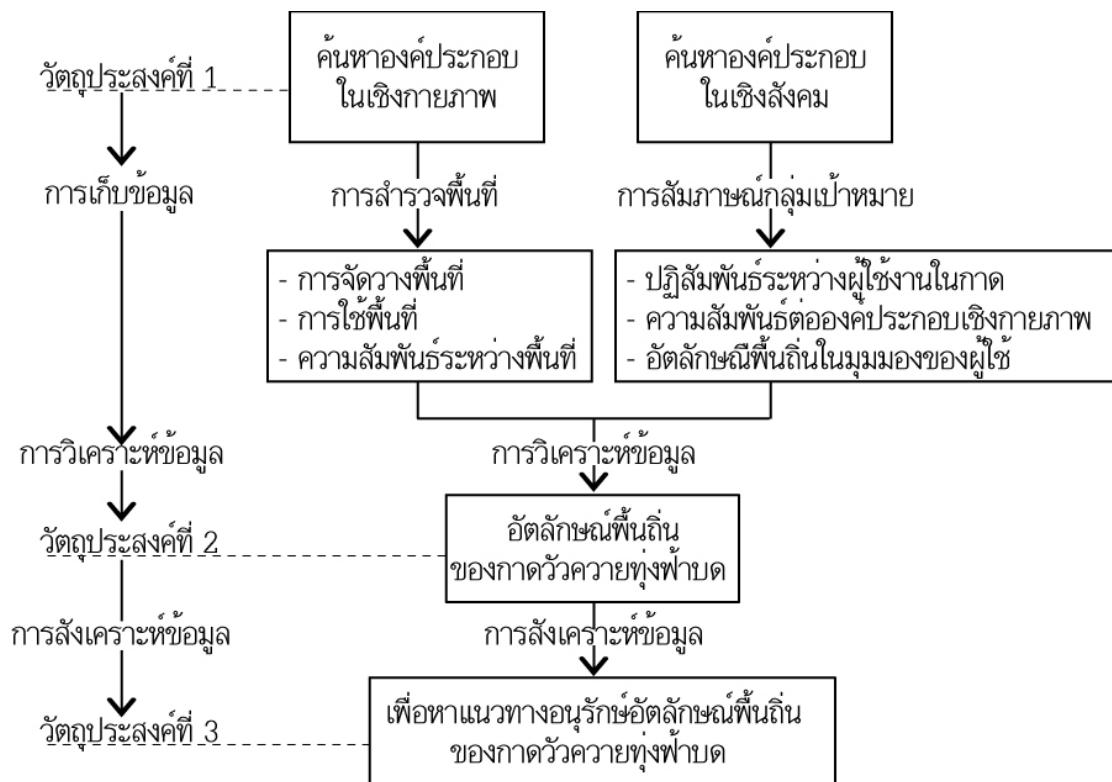
3) เพื่อหาแนวทางอนุรักษ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นของการวิเคราะห์ทุ่งฟ้าบด

- สามารถส่งเสริมอัตลักษณ์เพื่อเป็นแนวทางการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของการวิเคราะห์ทุ่งฟ้าบด เพื่อส่งเสริมการทำเที่ยวชุมชน และเป็นแนวทางแก้กัดนัดพื้นถิ่นอื่นๆ ได้อย่างไร

3.1.2 วิธีวิจัย (Research method)

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเพื่อมุ่งหาข้อมูลเชิงลึกของลักษณะทางกายภาพและสังคม ของ การวิเคราะห์ทุ่งฟ้าบด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีกรอบ แนวคิดจากการออกแบบสภาพแวดล้อมพื้นถิ่นผ่านการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงพื้นที่ และสังคม วิธีการวิจัยโดยใช้การใช้การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participant Observation) ด้วย การสำรวจพื้นที่ (Survey) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นหลักในการเก็บ ข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลแล้วจึงนำมาทำการวิเคราะห์เพื่อจำแนกข้อมูลด้วยการเข้ารหัส (Data coding)

และนำรหัสสำคัญที่พบมาเข้ามายิงในเชิงของความสัมพันธ์และวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) การสร้างแนวคิด (Conceptualization) เพื่อหาอัตลักษณ์ของการด้วยความและนำมาสังเคราะห์ตามแนวทางการออกแบบพื้นที่ให้ได้เป็นแนวทางส่งเสริมสภาพแวดล้อมพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน กระบวนการกวิจัยมีการดำเนินงานตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้



ภาพ 3-1 แผนการดำเนินงานวิจัย

3.1.3 กลุ่มตัวอย่าง

การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างใช้การเก็บจนกว่าข้อมูลจะนิ่งตามวิธีการเชิงคุณภาพแบ่งกลุ่มตัวอย่างได้ออกเป็น 3 กลุ่ม 1) เจ้าของกิจการ 2) ผู้ค้า 3) ผู้ซื้อ ผู้ติดตามและบุคคลทั่วไป สรุปจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บจนได้ข้อมูลสมบูรณ์ดังภาพที่ 3-2

กลุ่มเป้าหมาย	ชาย	หญิง	คงคลัง	ความถี่	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	0	1	0	1	1.54
ผู้ค้าขาย	14	10	7	31	47.69
ลูกค้าและบุคคลทั่วไป	19	14	0	33	50.77
รวม	33	25	7	65	100

ภาพ 3-2 กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่าง เจ้าของกิจการ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เนื่องจากมีเพียง 1 ท่าน ใช้การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ รายละเอียดการสัมภาษณ์กล่าวในส่วนของ การเก็บข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างผู้ค้า มีเกณฑ์กำหนดจากกรอบจำนวนพ่อค้าแม่ค้าในกิจการมีทั้งหมดประมาณ 500 กว่าร้าน จึงใช้การตั้งเกณฑ์การสุ่ม (Stratified sampling) ให้ครอบคลุมเพศ วัย และพื้นที่ค้า เมื่อทำการเก็บข้อมูลจะใช้วิธีการสุ่มแบบสะทวក (Convenient sampling) ผสานการสุ่มแบบลูกโซ่ (Snowball sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้เวลาและความใส่ใจแก่การสัมภาษณ์ เชิงลึกได้ คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เน้นให้ตอบข้อมูลตามคำสำคัญในชุดกรอบคำถามเป็นหัวข้อหรือแนว (Subject/Theme) เพื่อให้ได้คำตอบที่ไม่ได้จำกัดอยู่ในกรอบเกินไป โดยการทำห้องสัมภาษณ์ (Pre-test) ก่อนเก็บจริง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ คนเดิน และคนทั่วไปที่มาเที่ยวชม ใช้วิธีการคัดเลือกจากการสุ่ม เช่นเดียวกับผู้ค้า โดยวางเกณฑ์ให้กระจายตามบริเวณ ครอบคลุม เพศ และวัย และคัดเลือกเฉพาะผู้ที่สามารถให้เวลาในการสัมภาษณ์ได้ เนื่องจากเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกจนกว่าข้อมูลจะนิ่ง การสัมภาษณ์ใช้ชุดกรอบคำถามในการเก็บข้อมูล มีการซ้อมสัมภาษณ์ (Pre-test) ก่อนเก็บจริง เช่นเดียวกัน รายละเอียดการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งสามกลุ่มนี้อธิบายในหัวข้อ 3.3 การเก็บข้อมูลที่จะกล่าวต่อไป

3.2 การเก็บข้อมูล (Data collection)

การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมในงานวิจัยนี้ให้วิธีการหลัก ได้แก่ การสำรวจและการสัมภาษณ์

3.2.1 การสำรวจพื้นที่ (Survey)

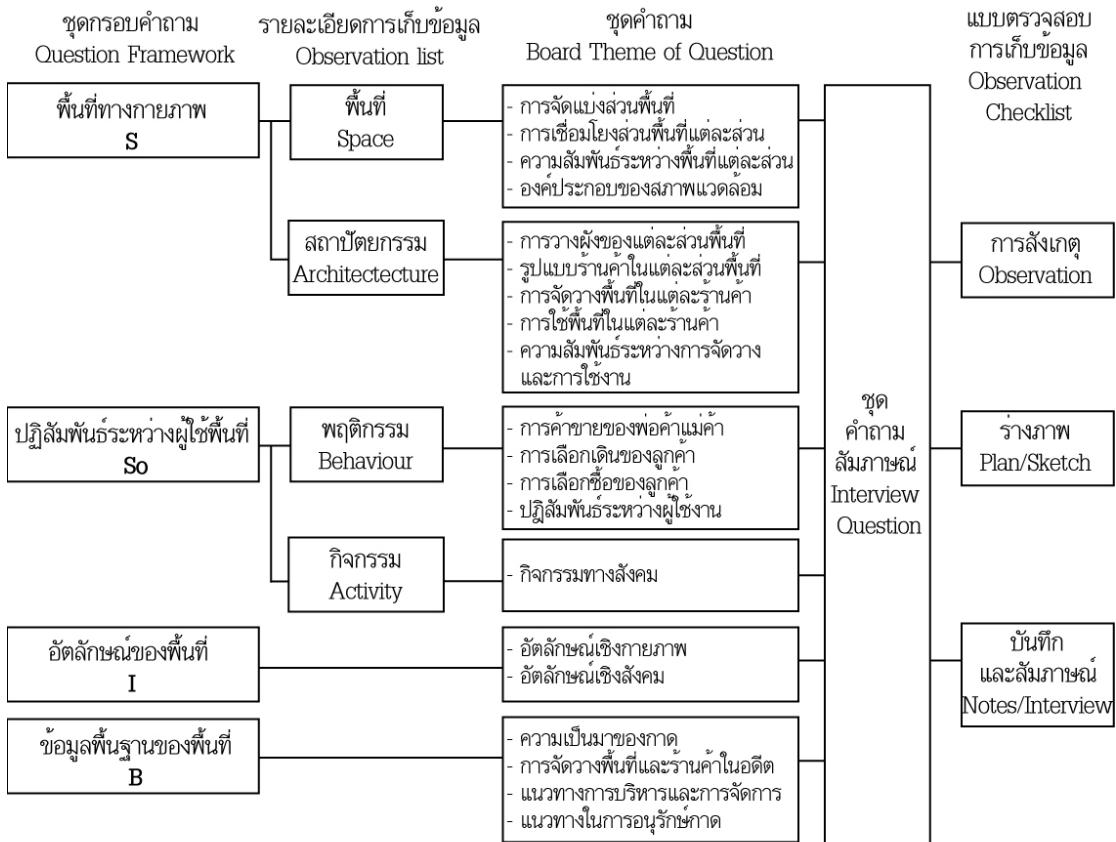
การดูแลความทุ่มเทabd เป็นการนัดที่เปิดเฉพาะวันเสาร์ การสำรวจจึงทำได้เพียงสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ซึ่งในการเก็บจริงเน้นจนกว่าจะได้ข้อมูลครบ นิ่ง และอิ่มตัว ซึ่งต้องใช้เวลาต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 12 สัปดาห์

ก่อนลงพื้นที่มีการเตรียมชุดกรอบคำถาม (Question Framework) เพื่อเป็นกรอบในการเก็บข้อมูล เพื่อสะดวกต่อการเก็บข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ในขั้นต่อไป โดยมีเครื่องมือวิจัย เชิงคุณภาพ ได้แก่ รายการสิ่งที่ต้องสังเกตุ (Observation list) ชุดคำถามอย่างกว้าง (Broad theme of question) ชุดคำถามสัมภาษณ์เฉพาะ (Interview question) และใช้แบบทดสอบความครบถ้วนของข้อมูล

จากการอบคำนวณวิจัย สามารถแบ่งเป็นหัวข้อใหญ่ในการเก็บข้อมูล เพื่อสะดวก จำจ่าย และช่วยทำความเข้าใจเพื่อการเก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้มีการแบ่งเป็นกลุ่มและมีการใส่รหัสย่อ (Mnemonics) เพื่อการจำและบันทึกได้ง่ายขึ้น ดังนี้

- 1) พื้นที่ทางกายภาพ (Space หรือ S) คือ การจัดวางพื้นที่และการใช้พื้นที่และตัวกำหนดในการจัดวางและการใช้งาน
- 2) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้พื้นที่ (Social Interaction หรือ So) คือปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนที่มาใช้บริการในการดูแล ความทุ่มเทabd
- 3) อัตลักษณ์ของพื้นที่ (Identity หรือ I) คือ อัตลักษณ์พื้นถิ่นของการดูแล ความทุ่มเทabd
- 4) ข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ (Background หรือ B) คือ ประวัติความเป็นมาของกัดและผู้ที่มาใช้งานภายในพื้นที่

การควบคุมกระบวนการเก็บข้อมูลสามารถแสดงรายละเอียดดังภาพ 3-3



ภาพ 3-3 กระบวนการเก็บข้อมูล

มีกระบวนการเตรียมผังบริเวณเป็นดังภาพที่ 3-4 ดังนี้

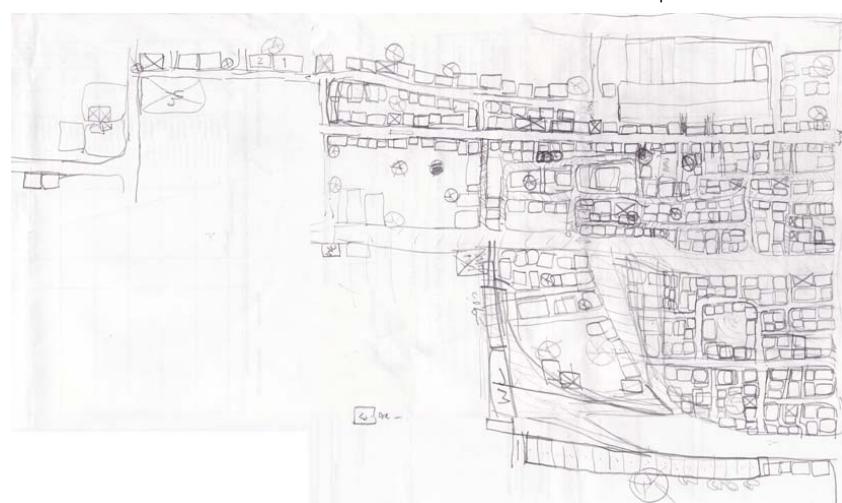
- ใช้ภาพถ่ายทางอากาศของการด้วยทุ่งฟ้าบดเป็นผังฐาน (ภาพที่ 3-5)
- เดินสำรวจพื้นที่จริงตามภาพถ่ายทางอากาศ เพื่อแก้ไขข้อมูลพื้นที่จริง (ภาพที่ 3-6)
- เขียนผังด้วยโปรแกรมเขียนแบบอโต้แคด (AutoCAD) เพื่อให้ได้ผังบริเวณด้านแบบที่มีคุณภาพ (ภาพที่ 3-7)
- ทำการสำรวจผังบริเวณในพื้นที่จริงอีกครั้ง เพื่อการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ และทดสอบมาตรฐานที่เหมาะสมสมต่อการใช้บันทึกข้อมูล



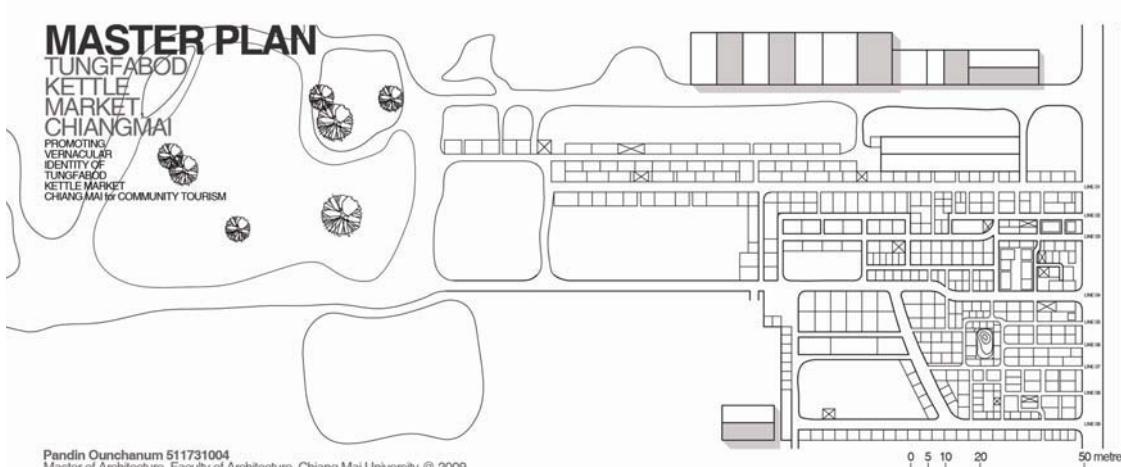
ภาพ 3-4 กระบวนการสร้างผังบริเวณของการด้วยทุ่งฟ้าบด



ภาพ 3-5 ภาพถ่ายทางอากาศของการก่อสร้างทุ่งฟ้าบด

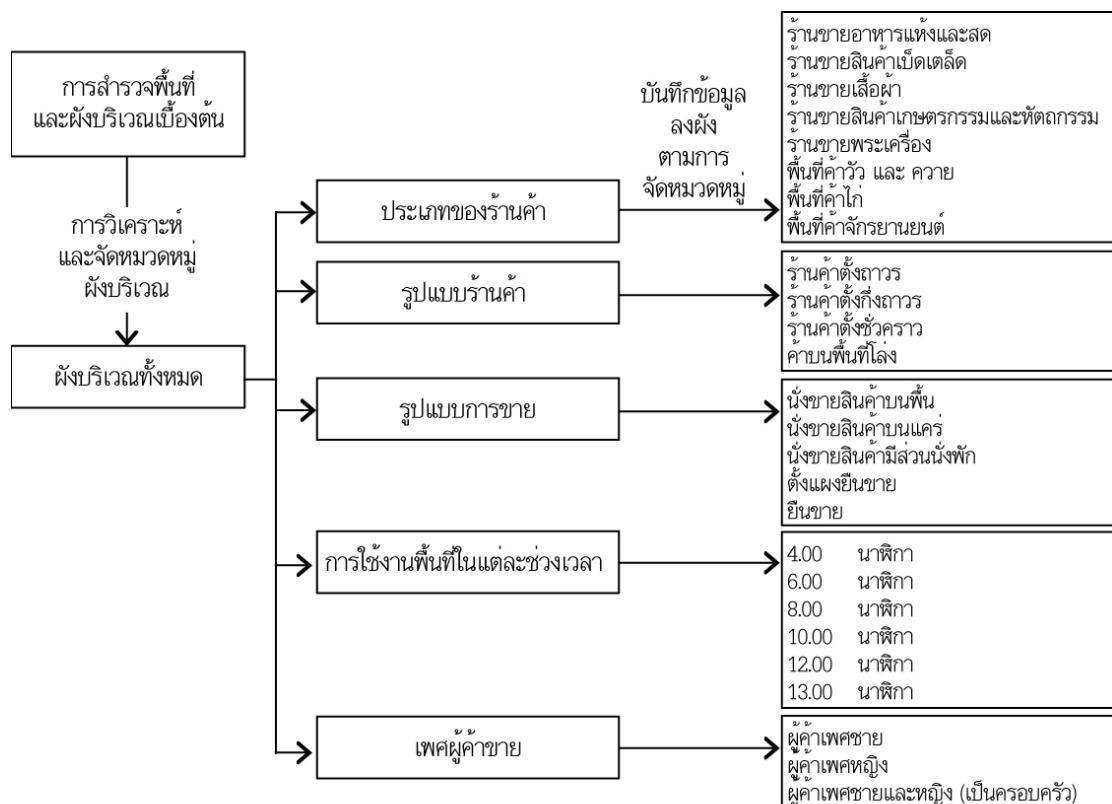


ภาพ 3-6 ภาพร่างผังบริเวณจากการเดินสำรวจของผู้วิจัย

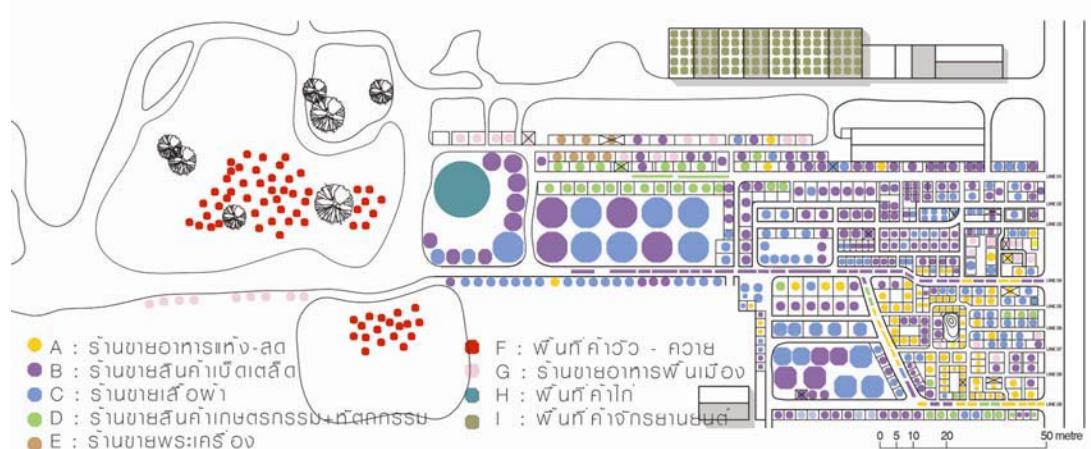


ภาพ 3-7 ผังบริเวณของการก่อสร้างทุ่งฟ้าบดที่เขียนด้วยโปรแกรมออโต้เคนต

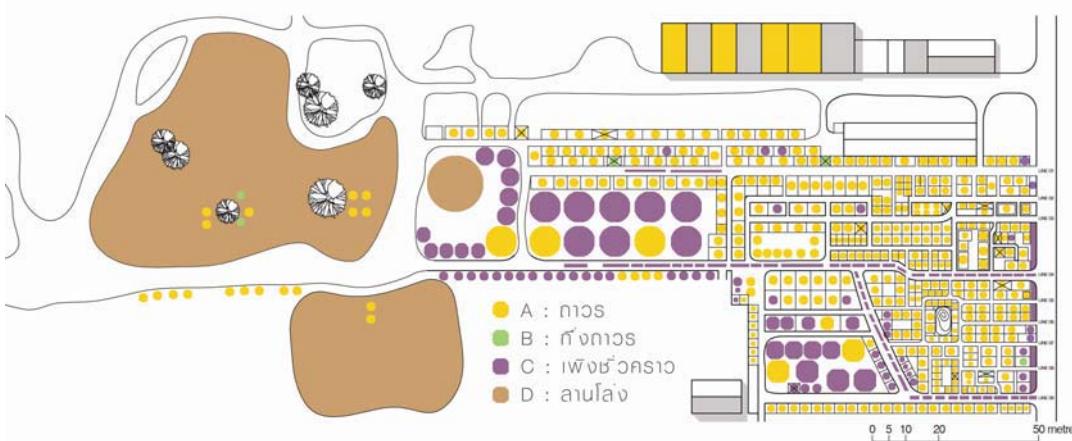
ผังบริเวณต้นแบบได้ถูกนำมาบันทึกข้อมูลสำรวจพื้นที่แยกเป็น 5 แผนผังบริเวณ ดังภาพ 3.8 ซึ่งประกอบด้วย 1) ผังการแบ่งประเภทของร้านค้า (ภาพที่ 3-9) 2) ผังการแบ่งรูปแบบร้านค้า (ภาพที่ 3-10) 3) ผังการแบ่งรูปแบบการขาย (ภาพที่ 3-11) 4) ผังการแบ่งใช้งานพื้นที่ในแต่ละช่วงเวลา (ภาพที่ 3-12) 5) ผังแสดงตำแหน่งเพศผู้ค้าขาย (ภาพที่ 3-13)



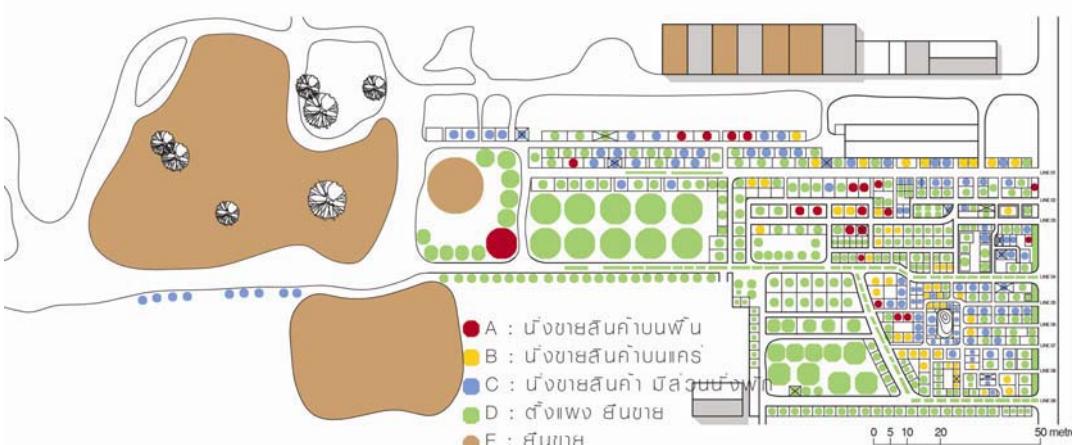
ภาพ 3-8 การจำแนกข้อมูลสำรวจพื้นที่ในผังบริเวณวัดความทุ่งฟ้าบด



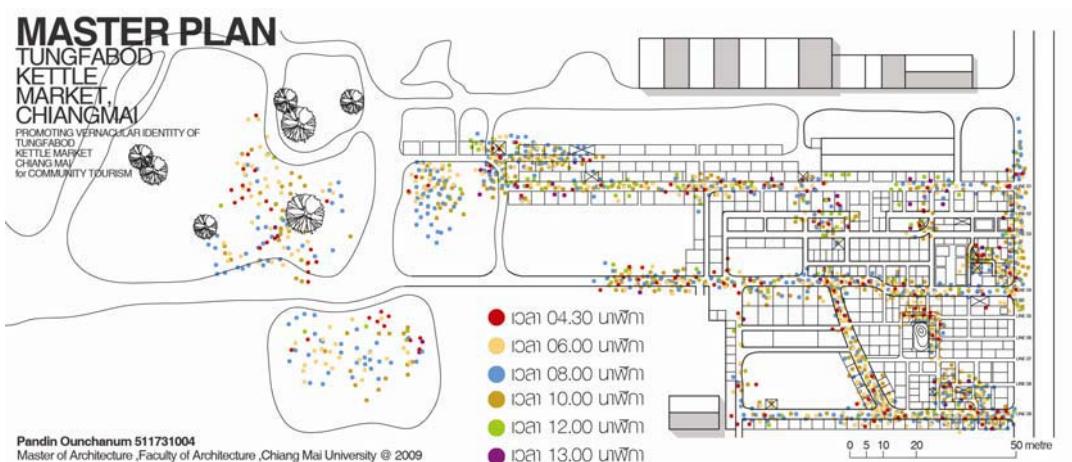
ภาพ 3-9 ผังบริเวณประเภทของร้านค้า



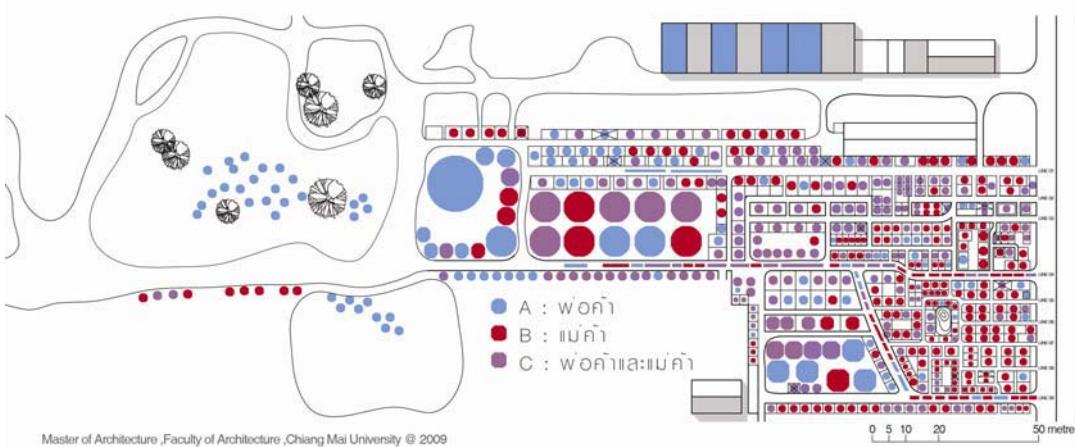
ภาพ 3-10 ผังบริเวณรูปแบบร้านค้า



ภาพ 3-11 ผังบริเวณรูปแบบการขาย



ภาพ 3-12 ผังบริเวณการงานพื้นที่ใช้แต่ละช่วงเวลา



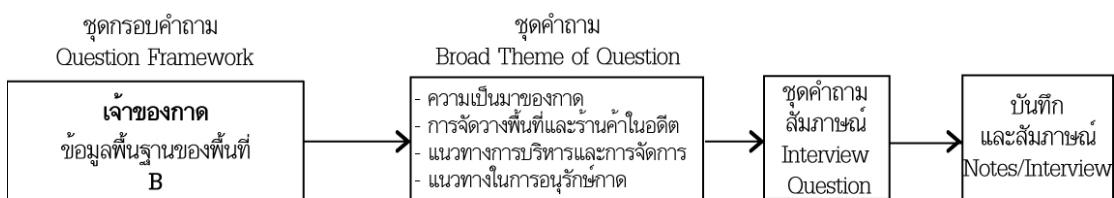
ภาพ 3-13 ผังบริเวณเพศผู้ค้า

ผังบริเวณทั้งหมดนี้ ใช้เป็นแนวทางในการลงพื้นทั้งการสำรวจสภาพแวดล้อมโดยละเอียด และการสัมภาษณ์เจ้าของที่ดิน

3.2.2 การสัมภาษณ์

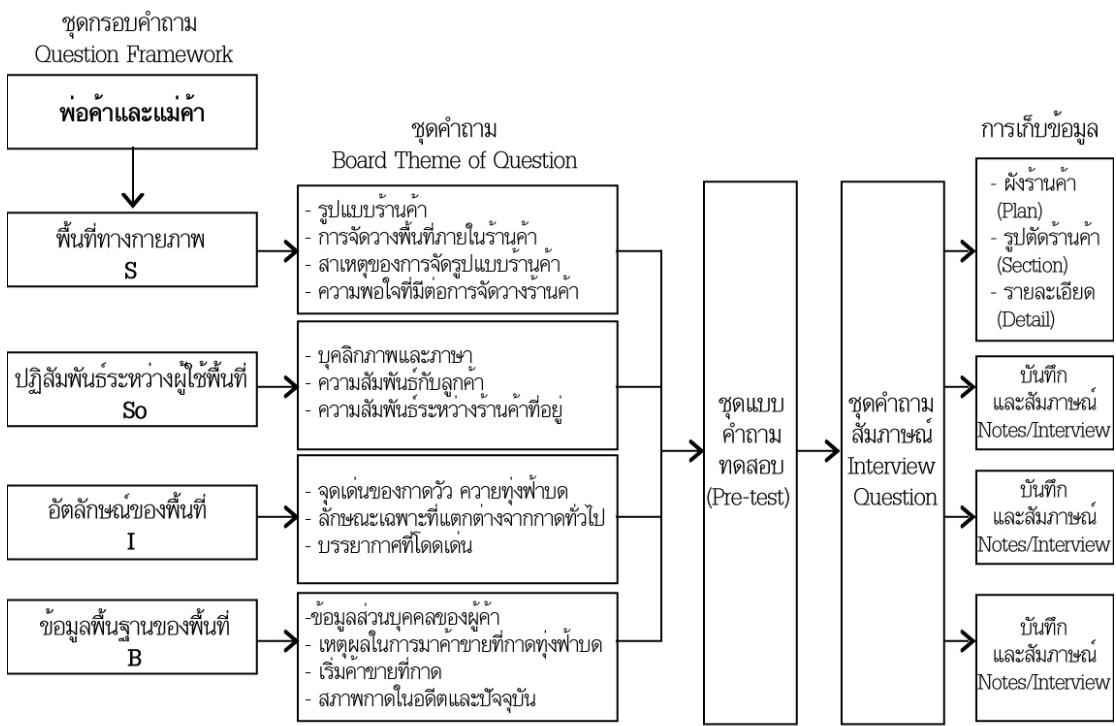
การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม มีรายละเอียด ดังนี้

เจ้าของก่อสร้าง มีรายละเอียดคำตามและภาระเบื้องต้นดังภาพที่ 3-14

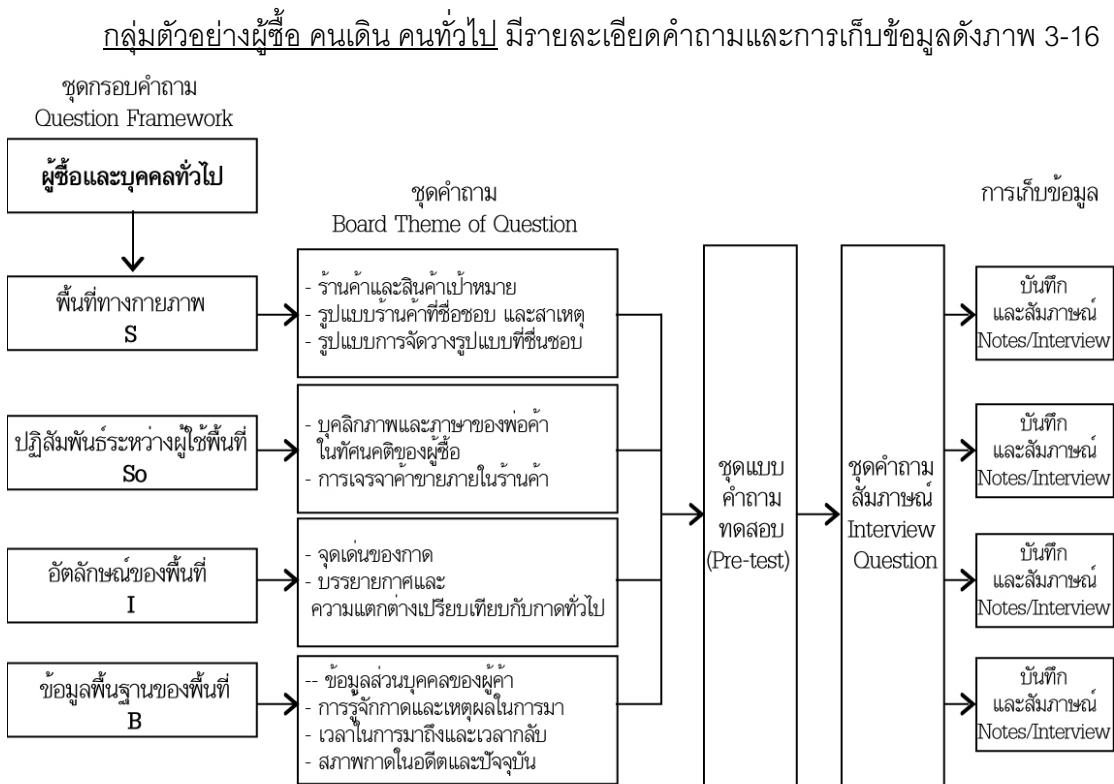


ภาพ 3-14 ชุดคำถามสัมภาษณ์เจ้าของก่อสร้าง

กตุ่มตัวอย่างผู้ค้า มีรายละเอียดชุดคำนวณและรูปแบบการเก็บข้อมูลดัง ภาพ 3-15



ภาพ 3-15 ชุดคำถ้าพ่อค้าและแม่ค้า



ภาพ 3-16 ชุดคำถามผู้ชี้ ผู้ติดตามและบุคคลทั่วไป

กล่าวโดยสรุปในขั้นของการเก็บข้อมูล ทำให้ได้ข้อมูลประกอบด้วยสองส่วนหลัก คือ ข้อมูลสำรวจและข้อมูลสัมภาษณ์ โดยมีหัวข้อหลักตามจำแนกตามคำถามที่แตกออกมากจาก วัตถุประสงค์วิจัย ในขั้นตอนของการวิเคราะห์จะเป็นการนำเอาข้อมูลทั้งสองส่วนมาผนวกกัน เพื่อตอบวัตถุประสงค์ต่อไป

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.1 การคัดแยกข้อมูลเบื้องต้น

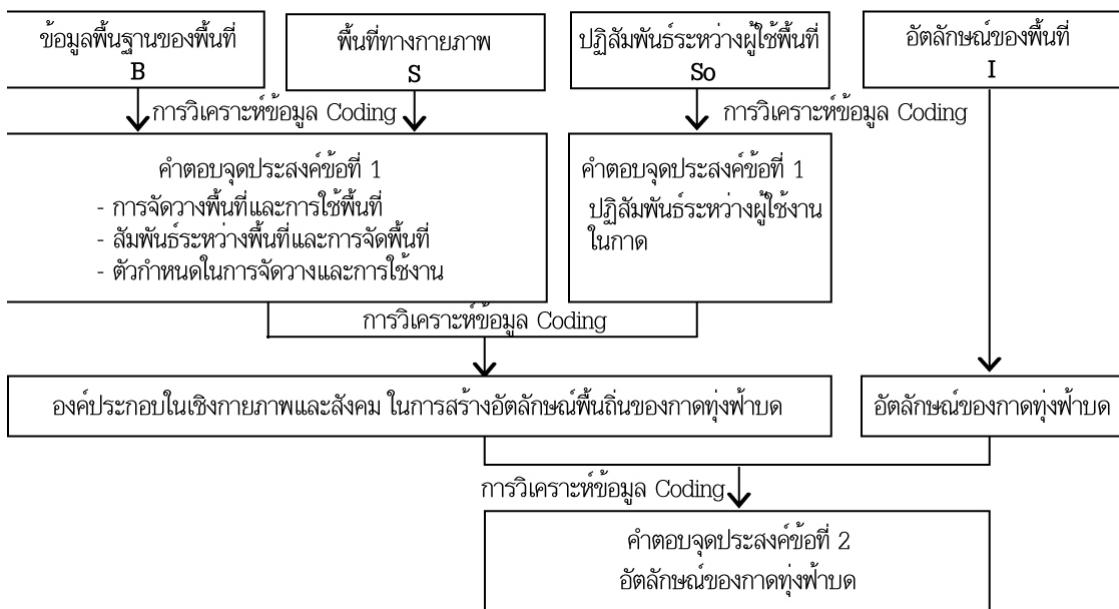
ข้อมูลที่ได้ทั้งหมดในข้อ 3.2 จะถูกนำมาจัดหมวดหมู่ (Categorize) เพื่อนำมาวิเคราะห์ และตอบคำถามวิจัยของวัตถุประสงค์ 1 และ 2 สามารถจัดเป็นกลุ่มดังที่ได้แบ่งไว้แล้ว คือ พื้นที่ทางภาษา (S) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้พื้นที่ (So) อัตลักษณ์ของพื้นที่ (I) และข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ (B) ของกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม เจ้าของตลาด พ่อค้าแม่ค้า และผู้ชี้

3.3.2 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์เรียงตามลำดับขั้นตอนได้ดังนี้

- 1) นำข้อมูลจำแนกตามหมวดหมู่เบื้องต้นมาทำการเข้ารหัส (Coding) ตามคำถ้ามและวัตถุประสงค์
- 2) นำข้อมูลพื้นที่ทางภาษาภาพ (S) และข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ (B) นำมาวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อตอบคำถามวิจัยของวัตถุประสงค์ที่ 1 ในเรื่ององค์ประกอบเชิงภาษาภาพ
- 3) นำข้อมูลปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้พื้นที่ (So) นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัยของวัตถุประสงค์ที่ 1 ในองค์ประกอบเชิงสังคม
- 4) นำผลที่ได้จากข้อ 2) และ 3) มาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างภาษาภาพและสังคมที่มีส่วนสร้างอัตลักษณ์พื้นถิ่นของการด้วยความทุ่มเท
- 5) นำข้อมูลอัตลักษณ์ของพื้นที่ (I) ที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง
- 6) นำผลวิเคราะห์ที่ได้จากข้อ 4) ไปวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) กับผลวิเคราะห์ในข้อที่ 5) เพื่อให้ได้ผลสรุปของอัตลักษณ์ของการด้วยความทุ่มเท

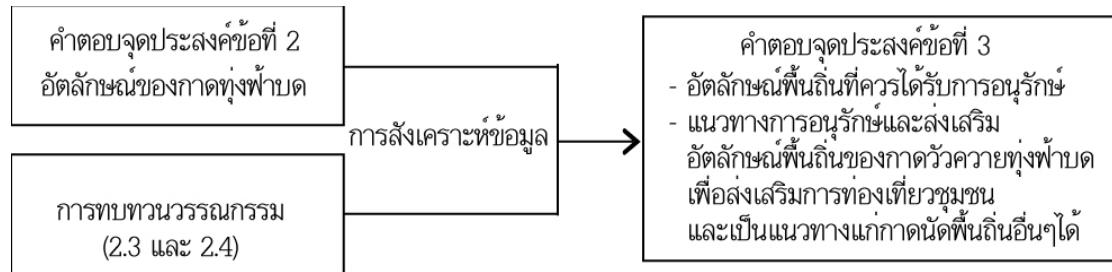
ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นดังภาพหน้าตัดไป



ภาพ 3-17 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 การสังเคราะห์ข้อมูล (Data synthesis)

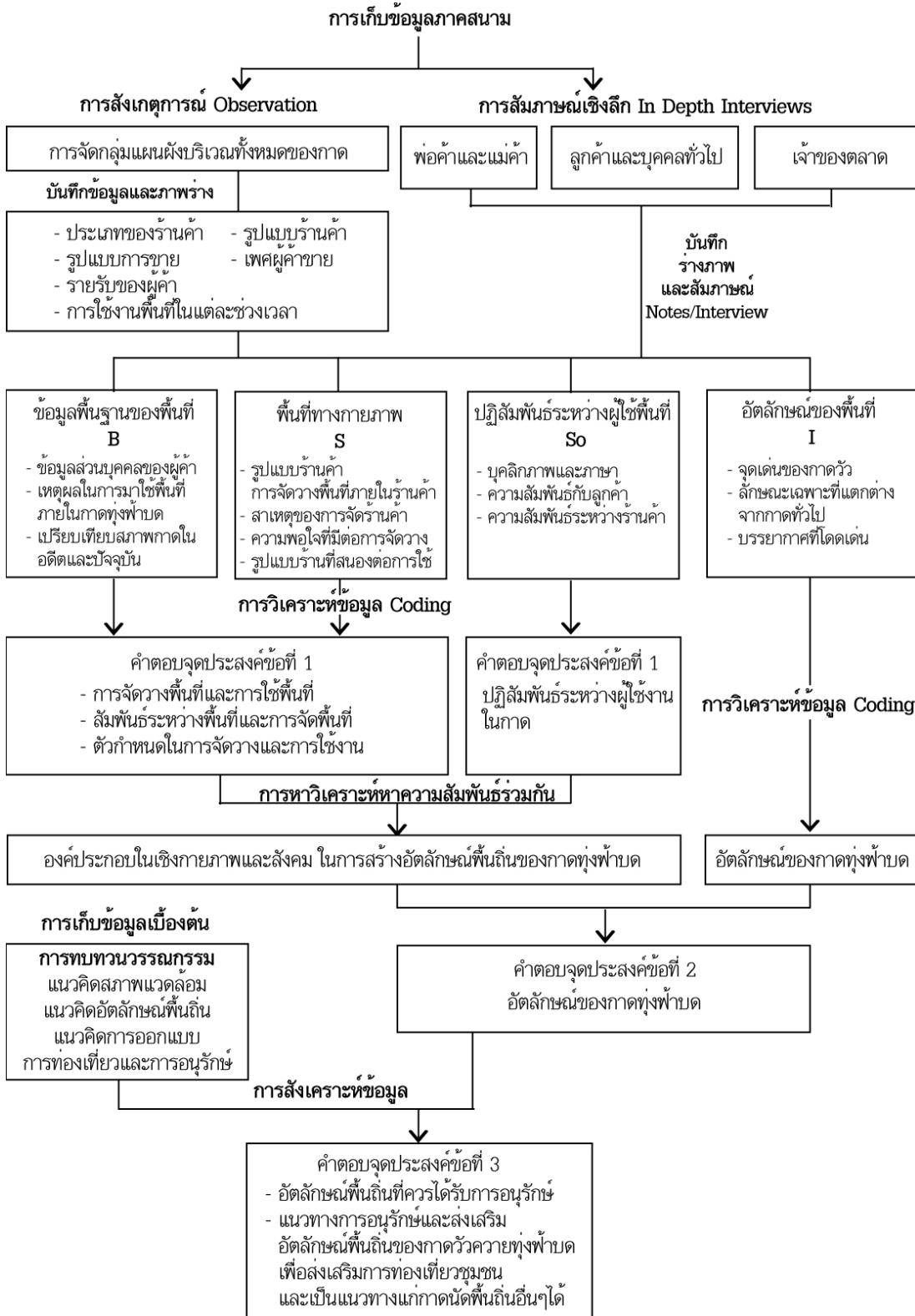
การสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการสร้างแนวทางในการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาควัฒนธรรมที่ต้องการท่องเที่ยวชุมชนและเป็นแนวทางแก่การพัฒนาอีกด้วย จากการนำผลสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลใน 3.3 มาใช้ในการสังเคราะห์ร่วมกับแนวความคิดในเรื่องการออกแบบสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์จากการทบทวนวรรณกรรม



ภาพ 3-18 การสังเคราะห์ข้อมูล

3.5 สรุป (Conclusion)

บทนี้ได้กล่าวถึงวิธีวิจัย สรุปเป็นแผนภูมิโดยกระบวนการดำเนินงานวิจัยทั้งหมดได้ดังนี้



กล่าวโดยสรุป เนื้อหาของบทที่ 3 เป็นการนำเอาวัตถุประสงค์มาแจกแจงและออกแบบแบบวิธีวิจัยที่เหมาะสม โดยใช้กรอบทฤษฎีแนวคิดที่วางไว้ในการบททวนวรรณกรรมเป็นฐานความรู้ จะเห็นได้ว่า การได้มารชี้กรอบวิจัยเป็นไปอย่างมีหลักและกรอบนการตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้ศาสตร์การมองข้อมูล (Data visualization) การวางแผนในทัศน์ (Mind Map) ของงานวิจัยอย่างมีลำดับขั้นตอนและเห็นภาพตามวิธีทางสถาปัตยกรรม ในบทต่อไปจะเป็นการนำข้อมูลจากภาคสนามมาวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ต่อไป

บทที่ 4 ผลการศึกษาและการอภิปรายผล

4.1 สรุปข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเจ้าของก้าด

เจ้าของก้าด มี 1 ท่าน คือ คุณบัวpin ลอมศรี เป็นพยาบาลรุ่นปัจจุบันของก้าดทุ่งฟ้าบด เป็นผู้บริหารก้าดต่อจากบิดา เป็นผู้มีอุดมการณ์ กว้างขวางในชุมชน ผูกพันกับท้องถิ่น โดยได้พยายามรักษา สืบทอดกิจการและครอบครัวกิจกรรมครอบครัวจนสามารถเป็นแหล่งทำกินของชุมชน ทั้งใกล้และไกลที่ไม่เคยเบรียบผู้ค้าขายด้วยกัน

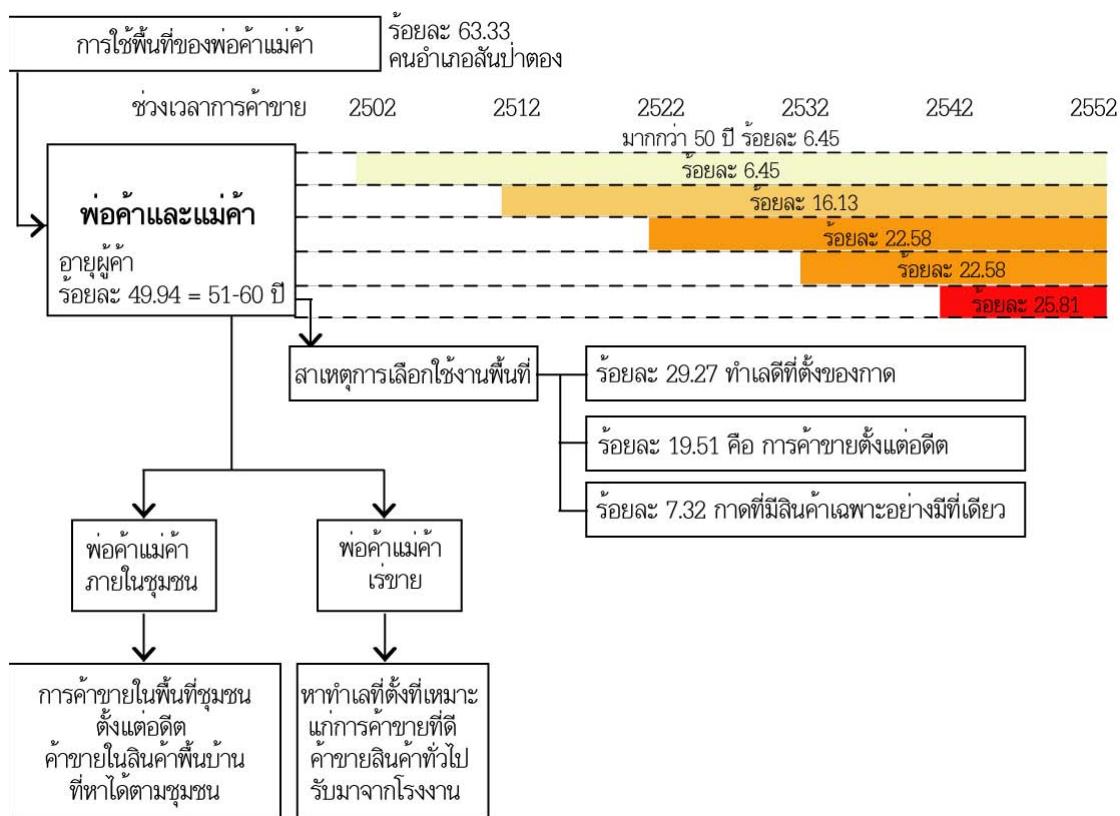
กลุ่มตัวอย่างผู้ค้า

จากการเก็บข้อมูลการใช้พื้นที่ของพ่อค้าแม่ค้าในการ ใช้การสู่สู่สัมภาษณ์แบบกราดตัว ประกอบการสุ่มแบบสังเคราะห์และแบบลูกริซจากวันค้าทั้งหมดในก้าดประมาณ 500 ร้าน โดยสัมภาษณ์จนกว่าข้อมูลจะนิ่ง ผลของการสุ่มสัมภาษณ์ได้การกระจายตัวที่สม่ำเสมอและเหมาะสมกับขนาดกลุ่มตัวอย่างสรุปดังนี้

- มีจำนวนรวม 31 คน เป็นชายและหญิง ใกล้เดียงกัน มีช่วงอายุ 20-60 ปี ผู้สูงอายุที่ค้าขายภายในก้าดตั้งแต่เริ่มก่อตั้งก้าด และเป็นคนในชุมชน
- ส่วนใหญ่เป็นคนในอำเภอสันป่าตอง และจากอำเภอในเชียงใหม่ และจากจังหวัดใกล้เดียง คือ ลำปางและลำพูน
- เข้ารับกระบวนการตัวที่มีการต่อห้องเก็บตัวน้ำยารถ เนื่องจากบรรทุกสินค้าได้พอยเมะ และใช้รถบรรทุกสำหรับการขนวัสดุ เนื่องจากมีขนาดใหญ่ และสามารถขนได้ครัวละมากๆ ส่วนที่ใช้รถจักรยานยนต์จะมีสินค้าจำนวนไม่มากมากเป็นคนในชุมชนในระยะทางที่ไม่ไกลนักจากที่พัก
- มีระยะเวลาค้าขายยาวนาน คือ ประมาณ 10-30 ปี ส่วนมากเป็นผู้สูงอายุ
- แรงจูงใจให้อยู่มานานนานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป จะเป็นแหล่งทำกินถาวร มากจากความผูกพันกับการค้าขายที่ก้าดและรายได้ที่มั่นคง
- เหตุผลในการมาค้าขายที่สำคัญที่คิดถึงอันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งดี ติดถนนหลัก มีรถสัญจรผ่านไปมา ซึ่งถือเป็นแหล่งค้าขายสำคัญที่จะสามารถค้าขายสินค้าของตนได้ตามที่ต้องการ การค้าขายตั้งแต่อดีต เริ่มมาในช่วงก่อตั้งก้าด และสืบทอดวัฒนธรรมทางการค้าที่มีอยู่ในชุมชนจากก่อนป่ายาย พ่อแม่แก่รุ่นลูกหลาน ทั้งการผลิตสินค้าและการค้า

- กลุ่มผู้ค้ายังสามารถจำแนกได้ 2 ประเภทตามที่มาและแหล่งสินค้า คือ คนในชุมชน และผู้ค้าร่ำจากภายนอก โดยเลือกค้าขายต่างกันอย่างเห็นได้ชัด คือ ผู้ค้าจากภายนอกในชุมชนจะค้าขายมาตั้งแต่อดีต เป็นสินค้าพื้นบ้านที่หาได้ตามชุมชนสินค้าอาทิ สินค้าอาหารแห้ง-สด สินค้าทางเกษตรกรรมและหัตถกรรม และสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น หัตถกรรม ลัตเต้ เลี้ยง ส่วนผู้ค้าร่ำก็มาในระยะหลัง ค้าขายสินค้าสินค้าเบ็ดเตล็ดที่รับสินค้าเหลือผลิตมาจากโรงงานในเมือง

สรุปประเด็นหลักที่พบจากข้อมูลกลุ่มผู้ค้าได้ตามภาพ 4-1 แสดงประเด็นสังคมเรื่องความผูกพันระหว่างผู้ค้าในการด้วยความ นอกจากการเป็นแหล่งค้าขายที่ดีแล้ว ยังมีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นที่แสดงให้เห็นว่า การด้วยความเป็นวิถีประเพณีสืบทอดกันมาของคนในชุมชนโดยมีแนวโน้ม การเปลี่ยนแปลงจากผู้ค้าร่ำต่างถิ่นที่ทยอยเข้ามาและมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นที่น่าจะเป็นตัวแปรในอนาคต



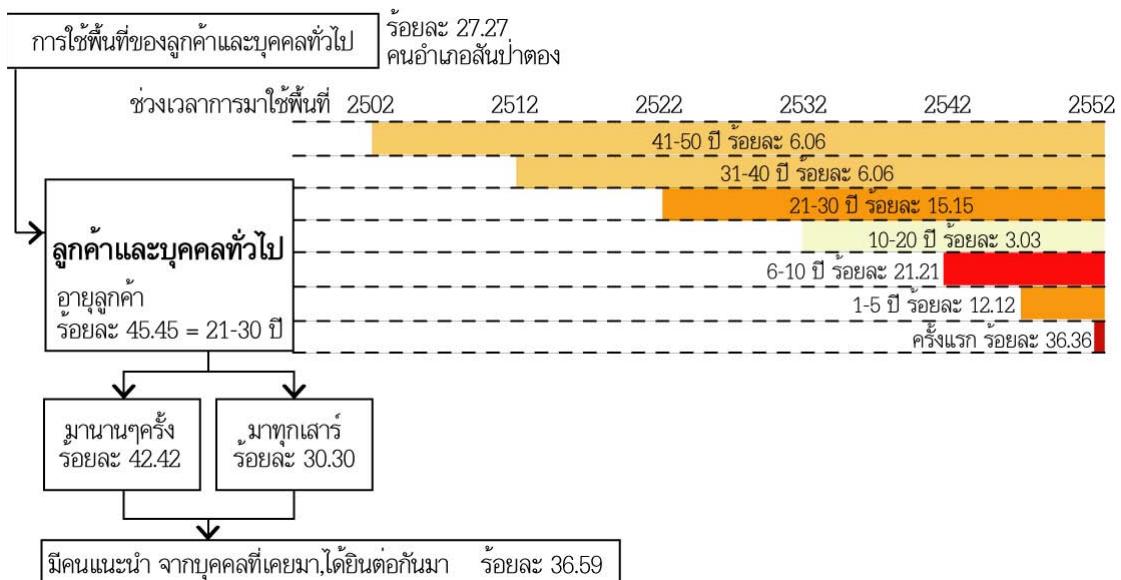
ภาพ 4-1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้า

กลุ่มตัวอย่างผู้ชื้อและคนเดินทัวไป

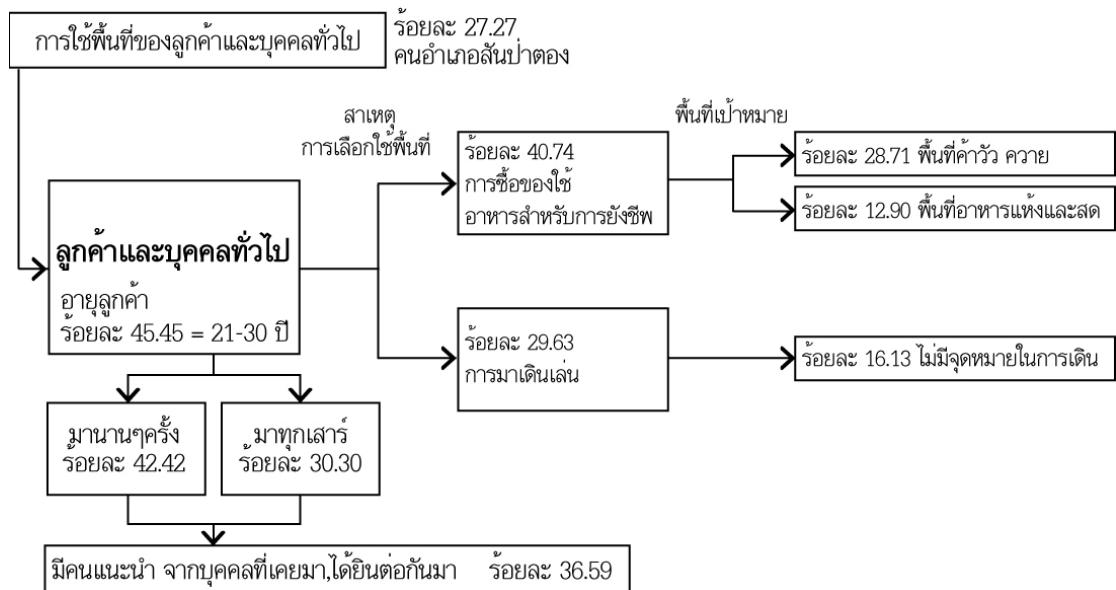
ใช้วิธีการคัดเลือกสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการสุมแบบเดี่ยว กับผู้ค้าโดยให้กระจายตัวในทุกพื้นที่ในภาคและสัมภาษณ์จนกว่าข้อมูลจะนิ่ง พบข้อมูลสำคัญดังนี้

- มีจำนวนรวม 33 คน เป็นชายและหญิงไกล์เคียงกัน มีช่วงอายุระหว่าง 10-70 ปี
- ภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างมาจากเชียงใหม่และลำพูนและมีเก่าร้อยละ 25 มาจากจังหวัดอื่น โดยมาไกล์ถึงภาคกลางและภาคใต้ แสดงศักยภาพเหล่านี้ท่องเที่ยวชุมชน
- ส่วนใหญ่รู้จักก้าดทุกพื้นที่ ทั้งพะเยาและเชียงใหม่และรู้จักของการเป็นพื้นที่ศูนย์กลางในการภาควัวควายที่ใหญ่ที่สุดที่ลงเหลืออยู่ จึงเป็นที่รู้กันของกลุ่มผู้ชื้อวัวควาย
- สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าประจำและกลุ่มลูกค้าหมุนเวียนโดยทั้งสองกลุ่มนี้มีสัดส่วนไกล์เคียงกัน มีแนวโน้มในการดำรงอยู่ได้ด้วยการสนับสนุนของลูกค้าประจำและลูกค้าเวียนที่เสริมเข้าอย่างสม่ำเสมอ
- ส่วนใหญ่มากดทุกสัปดาห์ หรือเดือนละ 2-3 ครั้ง นับได้ว่ามีความถี่มากเมื่อเทียบกับการเปิดรายสัปดาห์ละครั้ง
- ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำมากกว่า 10 ปี และบางส่วนเป็นมาตั้งแต่เปิดก้าด

สรุปข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้ชื้อและคนเดินตามก้าด 4-2 มีข้อมูลสำคัญ คือ เป็นคนในพื้นที่ มีนักท่องเที่ยวจากต่างถิ่นไกล์มาเที่ยวด้วย มีช่วงอายุกว้าง เป็นกลุ่มลูกค้าประจำในสัดส่วนคงที่เป็นลักษณะสำคัญของการที่ติดหรือเป็นที่รู้จักแล้ว และมีคนจากภายนอกเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น จากพื้นที่ที่ไกล์ขึ้นทำให้การหมุนเวียนลูกค้าใหม่สม่ำเสมอเพื่อเดินเล่นสุดสัปดาห์ด้วย



ภาพ 4-2 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างผู้ชื้อและคนเดิน



ภาพ 4-3 แสดงความต้องการในการมาหากัดวัวควายของผู้ซื้อและคนเดิน

4.2 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

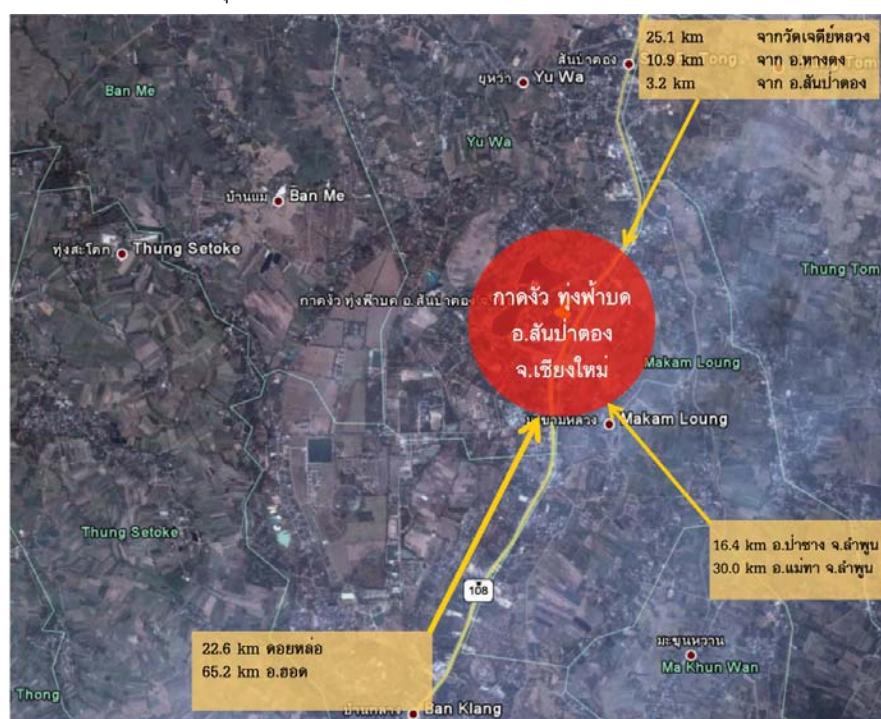
วัตถุประสงค์ที่ 1) เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมของการด้วยความ

1.1 การจัดวางพื้นที่และการใช้พื้นที่การเป็นอย่างไร มีอะไรเป็นตัวกำหนด

1.2 ลักษณะของร้านค้าส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อหรือไม่ อย่างไร

I. ที่ตั้งและการเข้าถึง (Site and access)

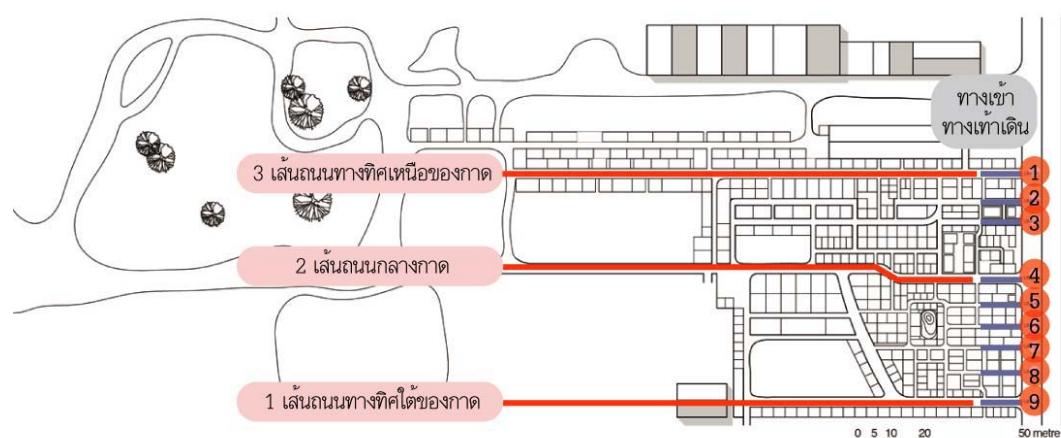
ภาคด้วยความทุ่งพับดเป็นตลาดนัดในวันเสาร์ ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 9 บ้านดันสิ่ง ตำบลยุ่หัว อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ บริเวณด้านทิศตะวันออกติดกับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 108 (ถนนหลวงเชียงใหม่-ขอด) ห่างจากตัวเมือง จังหวัดเชียงใหม่ประมาณ 25 กิโลเมตร ห่างจากที่ว่าการอำเภอสันป่าตอง 3 กิโลเมตรและจากที่ว่าการอำเภอหางดง 14 กิโลเมตร สามารถติดต่อ กับอำเภอไกล้เคียง เช่น อำเภอสารภี อำเภอจอมทอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอป่า ช้าง อำเภอปานอึ่ง อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ได้โดยทางรถยนต์ ซึ่งถือว่าเป็นพื้นที่จุดรวมทางเศรษฐกิจและสังคมของในชุมชนและบริเวณใกล้เคียง



ภาพ 4-4 แผนที่ตั้งของการด้วยทุ่งฟ้าบด อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่
การเข้าถึงการด้วยทุ่งฟ้าบด มี 2 ทาง คือ

- ทางรถยนต์ มี 3 จุด คือ ทางทิศใต้ของกาด ทางตอนกลางกาดและทางทิศเหนือของกาด สามารถเดินรถในช่วงเข้ามีดสำหรับขนสินค้าเข้าสู่ร้านค้า เมื่อช่วงเวลาสาย จะไม่สามารถเข้ามาได้ นอกจากนี้จากเส้นทางทิศเหนือ
- ทางเดินเท้าเข้าสู่กาด จากถนนหลวงมีทั้งหมด 9 ช่องทาง ซึ่งสามารถเข้าได้ทุกช่องตลอดเวลาที่เปิดกาด

การเข้าถึงเป็นดังภาพ 4-2

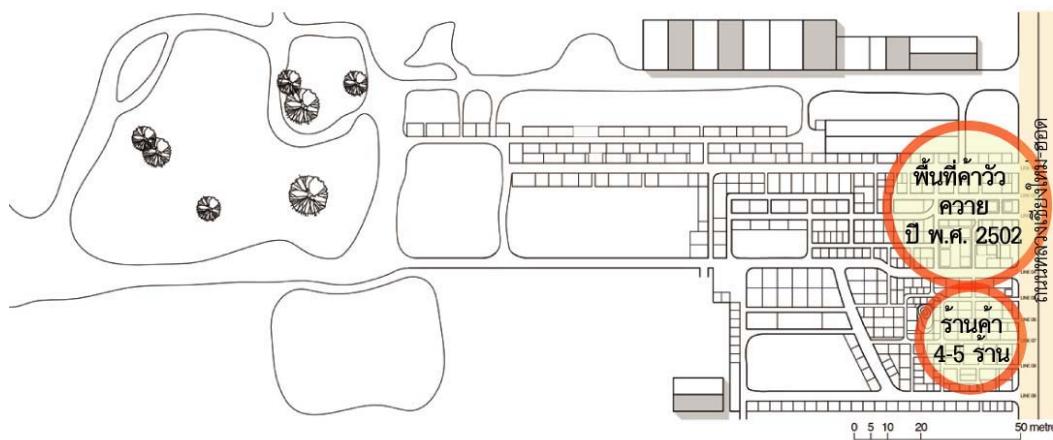


ภาพ 4-5 การเข้าถึงการด้วยทุ่งฟ้าบด อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

II. พัฒนาการของการจัดวางและใช้พื้นที่ของการด้วยทุ่งฟ้าบด

จากการสำรวจและสัมภาษณ์เจ้าของกาด พบร่วมกับการจัดพื้นที่มีพัฒนาการใน 3 ช่วงได้แก่ ช่วงเริ่มก่อตั้ง พ.ศ.2502

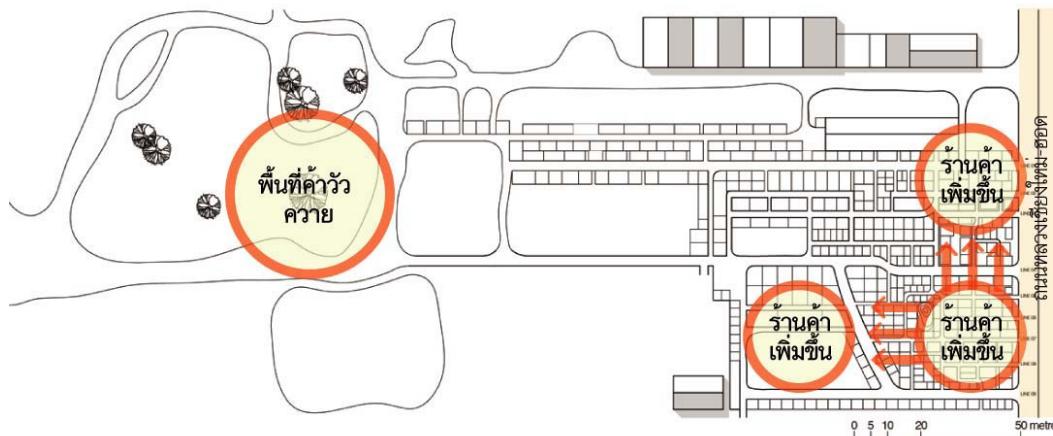
การด้วยทุ่งฟ้าบด ได้เริ่มในปี พ.ศ. 2552 จากการค้าวัวควายเป็นหลักโดยตั้งติดถนนหลวงเชียงใหม่-ขอนสุก เพื่อให้คนในชุมชนหรือบุคคลทั่วไปที่สัญจรผ่านสามารถเห็น การด้วยทุ่งฟ้าบด ได้ง่ายขึ้น และเข้าถึงสะดวก โดยเริ่มแรกมีร้านค้าขายสินค้าเพียง 4-5 ร้านในบริเวณ ถัดจากพื้นที่ค้าวัว ควาย



ภาพ 4-6 แผนผังช่วงเริ่มก่อตั้งการด้วนค่วยทุ่งฟ้าบด

ช่วงขยายตัว พ.ศ.2525

เมื่อการด้วนค่วยทุ่งฟ้าบด เริ่มเป็นที่รู้จักของคนในพื้นที่ และชุมชนใกล้เคียง มีจำนวนร้านค้าขยายเพิ่มขึ้น เจ้าของภาคีจึงแบ่งพื้นที่เป็นส่วนค้าขายทั่วไปกับพื้นที่ส่วนด้วนค่วย ออกจากการกันเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน เพื่อการสัญจรที่สะดวก และการไม่รบกวนกันในเรื่องมลพิษทางเสียง และกลิ่น โดยพื้นที่ค้าด้วนค่วย ย้ายไปส่วนหลังสุดของการ ส่วนพื้นที่ร้านค้าอยู่ติดบริเวณด้านหน้าเหมือนเดิม และมีการขยายตัวทั้งแนวยาวขนาดกับถนนหลวง และแนวลึกเข้าไปในพื้นที่

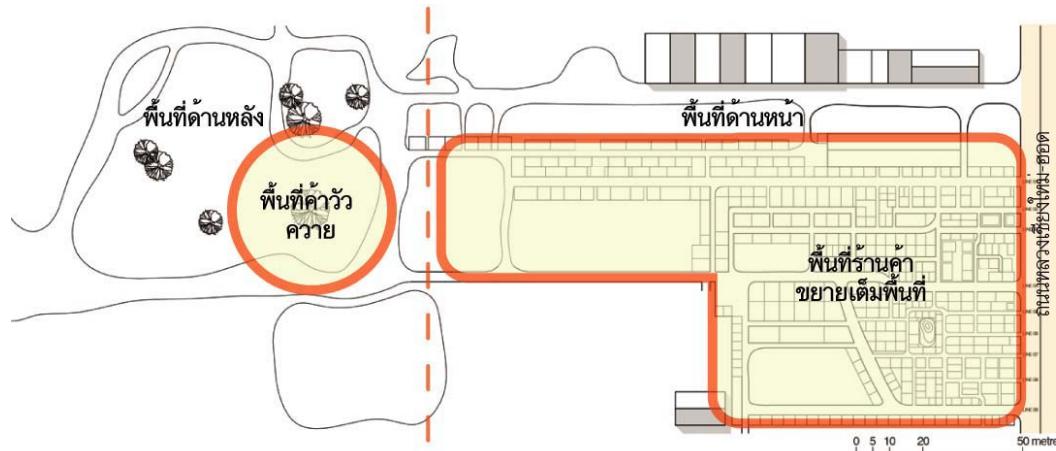


ภาพ 4-7 แผนผังช่วงการขยายพื้นที่ของการด้วนค่วยทุ่งฟ้าบด พ.ศ. 2525

ช่วงปัจจุบัน พ.ศ.2552

ปัจจุบันการแบ่งพื้นที่การใช้งานเป็น 2 ส่วนใหญ่ คือ 1) พื้นที่ด้านหน้า มีร้านค้าคละประเภท จำนวนประมาณ 500 ร้านค้า โดยใช้เพิงที่ผู้ค้าสร้างกันเองตามการใช้งาน เนื่องจาก

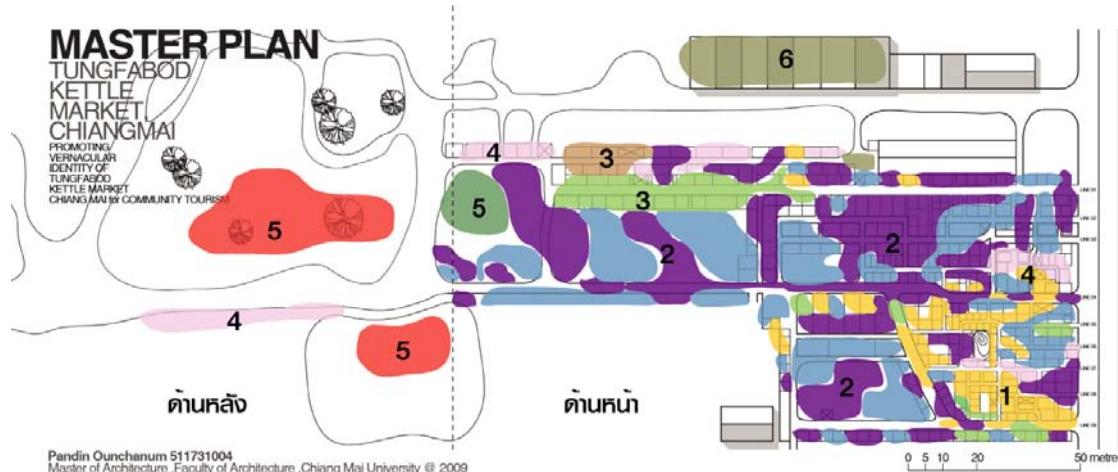
การเช่าที่ จะได้เพียงแค่ที่ดินเปล่าเท่านั้น 2) พื้นที่ด้านหลัง เป็นพื้นที่ลานโล่งกว้างใหญ่ สำหรับ การค้า วัวควาย ตลอดจนไก่ชน ซึ่งต้องการใช้พื้นที่辽阔มาก



ภาพ 4-8 แผนผังช่วงการวัวควายทุ่งพ้ายบ้าน

III. การจัดวางและใช้พื้นที่ - ตามกลุ่มสินค้า ผู้ใช้และเวลา

จากการสำรวจการจัดวางและใช้พื้นที่จะแบ่งตามกลุ่มสินค้า ประกอบด้วย กลุ่มร้านขายอาหารแห้งอาหารสด ร้านสินค้าเบ็ดเตล็ด ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายสินค้าทางเกษตรกรรมและหัตถกรรม ร้านขายพระเครื่อง ร้านขายอาหารพื้นเมือง พื้นที่ ค้าวัว ควาย ไก่ และค้ารถจักรยานยนต์



ภาพ 4-9 แผนผังกลุ่มร้านค้าภายในการวัวควายทุ่งพ้ายบด

พื้นที่ขายอาหารแห้งอาหารสด เป็นพื้นที่ส่วนด้านหน้าของการดูแลความทุ่งฟ้าบดซึ่งติดกับถนนหลวงเชียงใหม่-ขอด เป็นส่วนดังเดิมที่สุดของการดูแลความทุ่งฟ้าบด เป็นพื้นที่ส่วนแรกที่มีการตั้งร้านค้าเพียง 5-6 ร้าน และมีการค้าวัวควายตั้งอยู่ข้างกัน ต่อมาเมื่อมีการขยายตัว และย้ายวัว ควายไปตั้งด้านหลัง ส่วนของร้านค้าอาหารแห้งสดจึงได้อยู่ในส่วนของด้านหน้าจนปัจจุบัน ส่วนใหญ่มีการค้าขายในเวลาเข้ากว่าร้านค้าชนิดอื่น เพื่อความสดใหม่ของสินค้า



ภาพ 4-10 พื้นที่ร้านค้าบริเวณด้านหน้าของการดูแลทุ่งฟ้าบด

พื้นที่ขายสินค้าเบ็ดเตล็ด กระจายอยู่ทั่วทั้งบริเวณคิดเป็นร้อยละ 60 ของร้านค้าทั้งหมด สินค้าทั่วไปแต่ละประเภทจะตั้งร้านค้าบริเวณใกล้กัน เช่น เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องนุ่มห่ม สินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป จะตั้งร้านค้าในบริเวณใกล้เคียงกัน บางร้านค้าอาจจะไม่ได้อยู่ในบริเวณเดียวกัน เนื่องจากพื้นที่ในบริเวณนั้นเต็ม ไม่มีร้านค้าว่า正宗หับการตั้งแต่ง จึงอาจจะหลุดไปขายค้าอยู่รวมกับสินค้าประเภทอื่นๆ ตามพื้นที่ที่ว่าง



ภาพ 4-11 พื้นที่ร้านค้าทั่วไปภายในการดูแลทุ่งฟ้าบด

พื้นที่สินค้าเฉพาะอย่าง ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณด้านหลังสุดใกล้กับพื้นที่ค้าวัวควายและส่วนของร้านค้าเช่าพระที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน เพื่อที่จะสะดวกต่อการเลือกซื้อที่หลากหลาย และการเปรียบเทียบในบริเวณร้านค้าใกล้เคียง



ภาพ 4-12 พื้นที่ร้านค้าสินค้าเฉพาะ ภายในภาคทุ่งพ้าบด

พื้นที่ร้านอาหารพื้นเมือง เป็นพื้นที่สำคัญในการพักร่อน นั่งรับประทานอาหาร ทั้งผู้ค้าและลูกค้า โดยตั้งอยู่หลาຍจุดที่มีผู้คนจำนวนมาก เพื่อรับการรับการนั่งพักผ่อนระหว่างจับจ่ายใช้สอย เพราะหากมีช่วงเวลาในการค้าขายต้องแต่ช่วงเข้านอกถึงเที่ยง ครอบคลุมมื้ออาหารถึง 2 มื้อ ส่วนนี้ยังเป็นพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างส่วนหน้าและส่วนหลังที่ต่างความสนใจเข้าด้วยกัน



ภาพ 4-13 พื้นที่ร้านอาหารพื้นเมืองภายในภาคทุ่งพ้าบด

พื้นที่ค้าalanโล่งค้าวัว ควาย และไก่ ตั้งอยู่บริเวณด้านหลังของกัด เป็นพื้นที่ alanโล่ง มีหลักเสาไม่สำหรับการล้อมเชือกมัดวัว ควาย โดยผู้ค้าจะยืนขายเป็นกลุ่มตามความคุ้นเคยหรือที่ประจำ โดยทั่วไปพ่อค้า 1 คนจะนำวัวมาจำนวน 3-10 ตัว พ่อค้ารายใหญ่อาจมีวัว 80-100 ตัว เช่าคอกเป็นสัดส่วน เพื่อดูแลง่าย ผู้ค้ามักจะเดินทางมาถึงกัดตั้งแต่เย็น เนื่องจากมักมาไกลจากชุมชนอื่น และจำนวนวัวมีมากให้เวลาถ่ายลงจากรถบรรทุก โดยจะนอนฝ่าที่เพิงภายใต้ร่มไม้



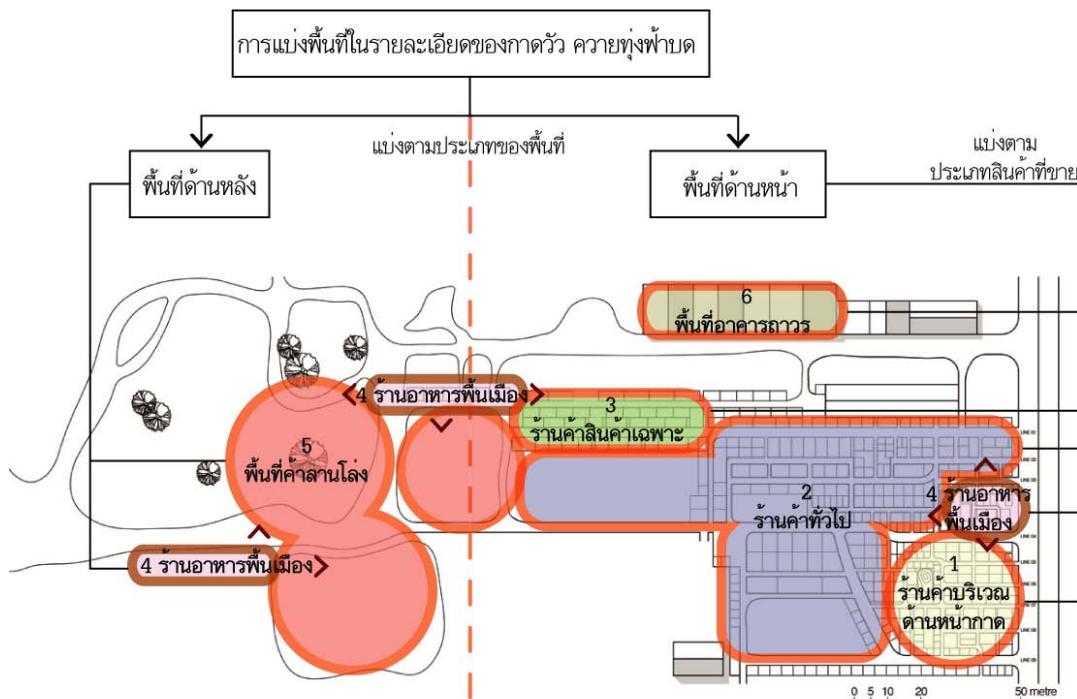
ภาพ 4-14 พื้นที่ alanโล่งค้าวัว ควาย และไก่

พื้นที่ขายจักรยานยนต์ เป็นอาคารโครงสร้างคอนกรีต หลังคาโครงสร้างเหล็กที่เจ้าของก่อสร้างขึ้นเพื่อเป็นพื้นที่ในการค้าขายรถจักรยานยนต์ โดยเป็นพื้นที่อูกเป็นช่องสำหรับค้ารถจักรยนต์ ช่องละประมาณ 6-8 คัน เป็นพื้นที่ค่อนข้างเป็นเรียงและโล่งสะดวก ต่อการเลือกซื้อ



ภาพ 4-15 พื้นที่อาคารถาวร ภายใต้การทุ่งฟ้าบด

สรุปการจัดวางและใช้พื้นที่ตามกลุ่มสินค้าเป็นดังภาพ 4-16 ดังนี้



ภาพ 4-16 ผังการแบ่งพื้นที่ทางกายภาพของก่อสร้างความทุ่งฟ้าบด

IV การจัดวางและใช้พื้นที่ - ตามเวลา

ผู้ค้ากว่าครึ่งจะเริ่มตั้งแต่เช้ามืด คือ ช่วงเวลา 5.00-5.59 นาฬิกา เนื่องจากเป็นเวลาเช้ามืด ไม่ร้อน สะดวกต่อการขับรถขนสินค้าเข้าภายในพื้นที่ เนื่องจากถนนหลักยังไม่เริ่มตั้งแต่งสินค้ากันสำนักงาน และลูกค้ายังมีจำนวนไม่มาก ร้านค้าบางประเภทขายสินค้าแต่เช้า คือ ร้านค้าอาหารแห้งและอาหารสด เพื่อขายความสดใหม่ของสินค้า ส่วนบางประเภทที่มีการตั้งแต่สินค้าล่วงหน้าก่อนหนึ่งวัน คือ ผู้ค้าวัวควาย ที่อาศัยอยู่ไกลจากกาด และมีจำนวนวัวควายจำนวนมากขายจำนวนมาก จึงต้องมาเดินทางวัวควายแต่ค่ำและอยู่อนฟ้า

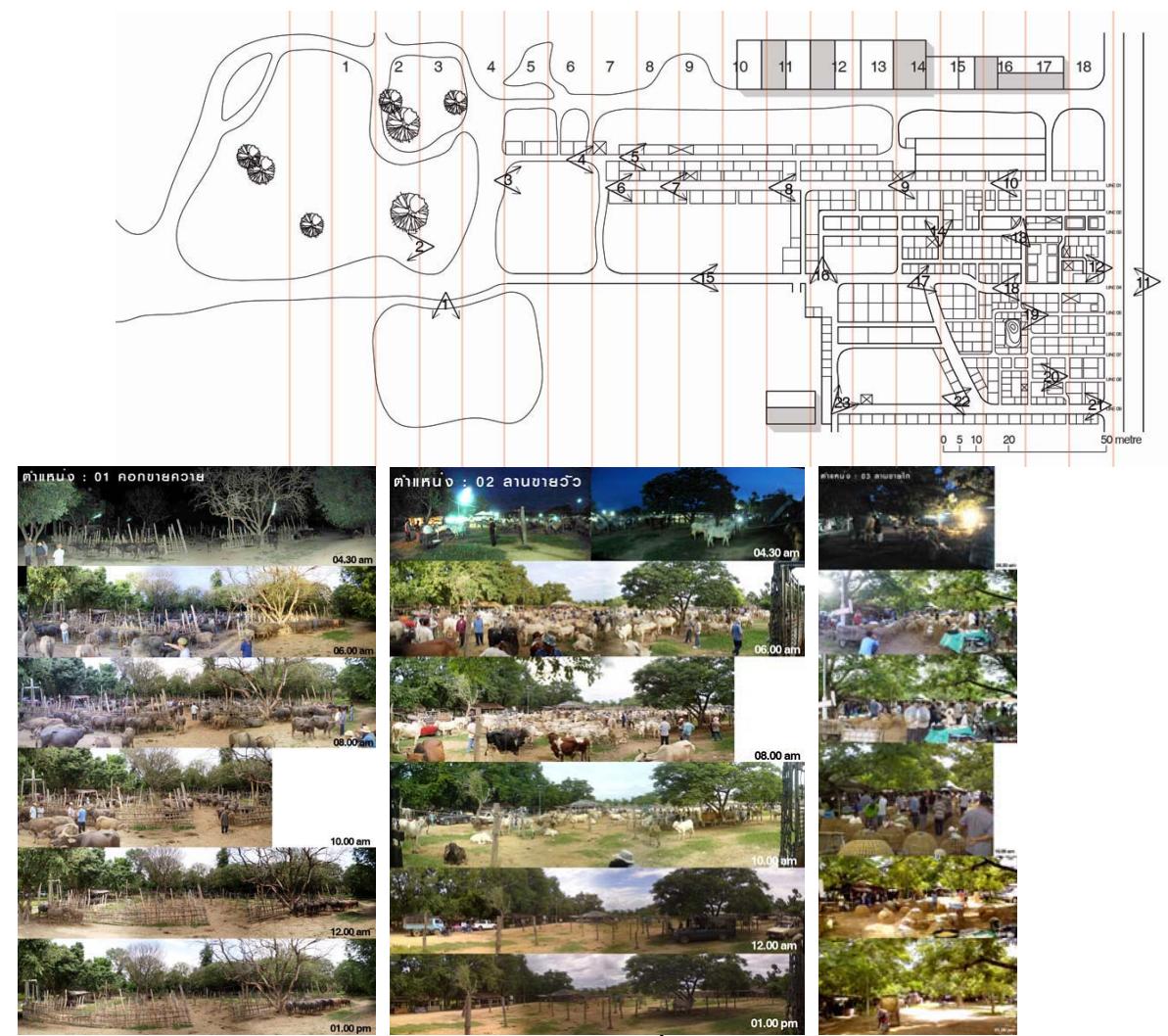
ผู้ค้าส่วนใหญ่เริ่มเก็บร้านเมื่อแปดร้อนและการขาย คือ ใกล้เที่ยง เป็นเวลาที่ลูกค้าเริ่มลดจำนวนลงในช่วงเวลา 10.00-11.00 นาฬิกา ร้านค้าของผู้ค้าเริ่มเก็บแต่งสินค้าก่อนเนื่องจากสินค้าหมดแล้ว หรือ มีได้นำสินค้ามาขายจำนวนมาก บางร้านค้าที่มีช่วงเวลาในการเก็บแต่งสินค้าที่นานกว่า เนื่องจากมีสินค้าจำนวนมากจึงใช้เวลาเก็บนานหรือรอให้รถที่ร้านค้าอื่นนำเข้ามาก่อนในกาลดลง เนื่องจากช่วงการเก็บกาดจะมีรถกระบะค่อนข้างมากที่ขับรถเข้ามาเพื่อเก็บของ

ลูกค้าและบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการในพื้นที่ มากมาต่อแต่เช้าตั้งแต่เวลา 6.00 นาฬิกา เป็นต้นไป เพื่อมาจับจ่ายอาหารแห้งและสด ทำให้ได้สินค้าที่สดและใหม่ กลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อวัวควายจะมาแต่เช้ามืด คือ ประมาณตี 4 จนถึงช่วงสาย เพื่อได้เลือกก่อนการขายและอากาศไม่ร้อน

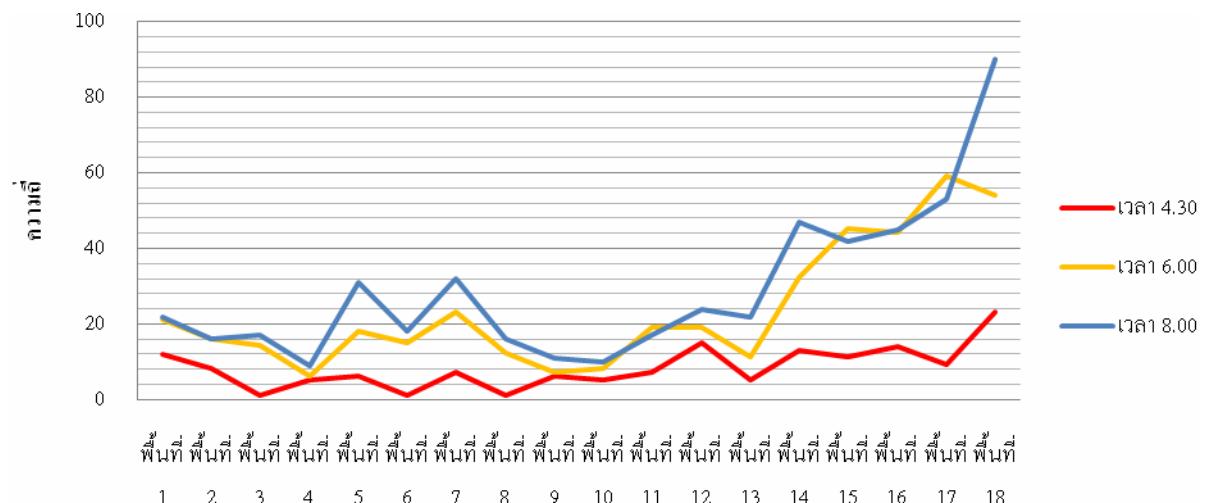
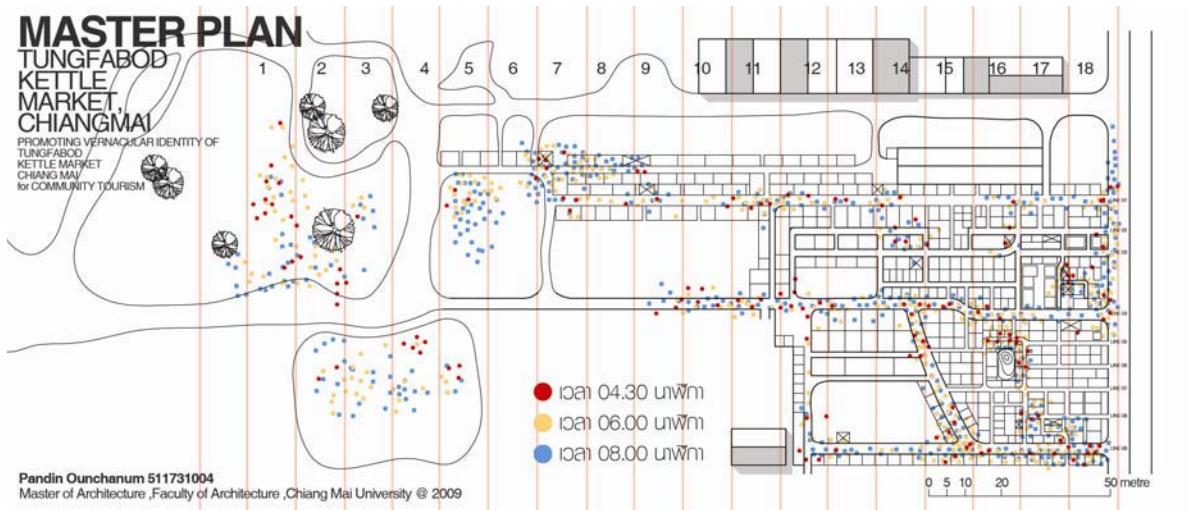
ส่วนใหญ่ผู้ซื้อเริ่มกลับในช่วงเวลา 10.00-11.00 นาฬิกา เนื่องจากวันที่อยู่เก็บโดยเฉพาะวัวควายเพื่อไม่ให้ผู้ค้าและวัวควายเพลียและป่วยง่าย กลุ่มลูกค้าบางส่วนที่เดินเล่นจนถึงช่วงบ่าย เนื่องจากช่วงใกล้เก็บแต่งสินค้ามักมีการลดราคาพิเศษทำให้ได้ของถูกลง

การบันทึกภารกิจใช้พื้นที่ตามเวลา

ในแต่ละช่วงเวลา มีภารกิจใช้พื้นที่แต่ละพื้นที่ของคนในภาคทุ่งฟ้าบดที่แตกต่างกันไป การเก็บข้อมูลภาพถ่ายเลือกจุดบันทึกให้ครอบคลุมพื้นที่และเวลา ซึ่งแบ่งเวลาบันทึกภาพเป็น 6 ช่วงเวลา คือ ช่วงเวลา 4.00, 6.00, 8.00, 10.00, 12.00 และ 13.00 นาฬิกา แล้วจึงบันทึกผลความหนาแน่นของการใช้พื้นที่ตามเวลาลงในผังที่แบ่งตามยາวจากช้ายไปขวาเป็น 18 ส่วนเท่าๆ กันดังภาพต่อไป



ภาพ 4-17 ผังการกำหนดตำแหน่งบันทึกภาพและการแบ่งพื้นที่ตาม>yawเพื่อศึกษาการใช้งาน



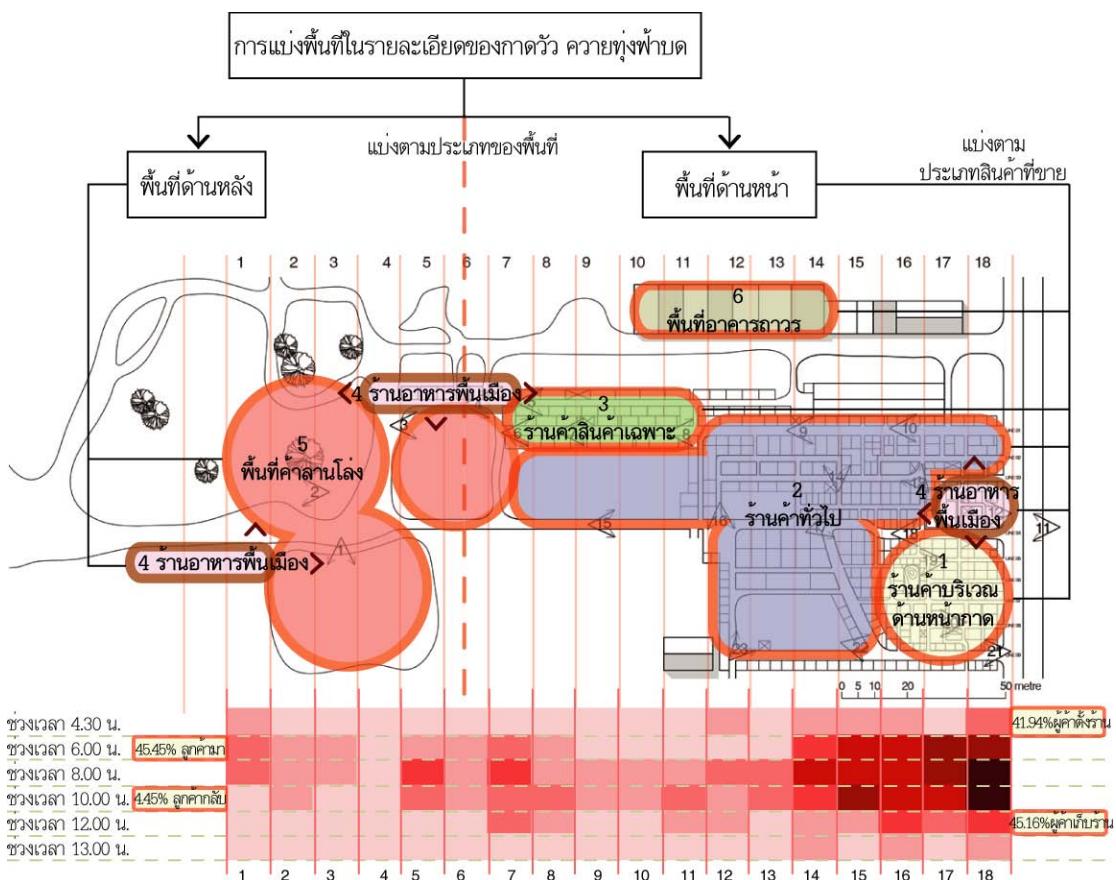
ภาพ 4-18 ตัวอย่างการวิเคราะห์ภาพถ่ายเปรียบเทียบการใช้พื้นที่ในช่วงเวลา 4.30-8.00 น.

จากการ 4-18 การบันทึกภาพจะทำร่วมกับการทำผังสัญลักษณ์แสดงความหนาแน่นของการใช้พื้นที่ในช่วงเวลาที่เลือกเก็บ จากการจะมองเห็นความหนาแน่นตามช่วงเวลาที่แยกสีออกจากกัน โดยพบว่าสีฟ้า คือ ช่วงเวลา 8.00 น. บริเวณด้านหน้าจะมีความหนาแน่นสูงสุด

เมื่อทำการเก็บข้อมูลครอบคลุมทุกช่วงเวลา คือ ช่วงเวลา 4.00, 6.00, 8.00, 10.00, 12.00 และ 13.00 น. และจะพบผลของการใช้พื้นที่ตามเวลาและส่วนพื้นที่อย่างชัดเจนจากภาพ 4-19 เมื่อนำมาผลสรุปทั้งหมดมาวิเคราะห์ในผังรวมที่มองทั้งเชิงกลุ่มพื้นที่ตัดตามยาว กลุ่มสินค้า และช่วงเวลาที่เปิดก้าด สามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้

- เวลาในการเริ่มตั้งแต่ 4.00 น. จนถึง 8.00 น. ใช้พื้นที่น้อย คือเวลา 4.30 นาฬิกา เวลาสูงสุดคือประมาณ 8.30 นาฬิกาและค่อยลดความหนาแน่นตามเวลาใกล้เวลาปิดก้าด

- พื้นที่ที่เริ่มใช้งานและปิดก่อนพื้นที่อื่น คือ พื้นที่ค้าวัว ควรย้ายออกไป โดยเริ่มตั้งแต่เวลา 4.30 นาฬิกา เนื่องจากผู้ค้าบางส่วนพกนอนฝ่าที่บริเวณการเพื่อฝ่าวัว ควรย้ายของตน ก่อนเปิดการค้า จึงมีการใช้งานตั้งแต่ช่วงกลางคืน และการค้าขายบนพื้นที่โล่ง หากอยู่สายจะร้อนเกินไป จึงปิดเมื่อแดดเริ่มแรงขึ้น
 - พื้นที่ที่มีความหนาแน่นที่สุดอยู่ในส่วนด้านหลังร้านค้าเบ็ดเตล็ดและอาหาร (พื้นที่ 15-18) เนื่องจากเป็นพื้นที่ติดถนนใหญ่และเป็นสินค้าซื้อขายและส่งถ่ายสินค้าได้สะดวก
 - พื้นที่ส่วนร้านค้าทั่วไป เชือผ้าและเบ็ดเตล็ด และ ร้านค้าสินค้าเกษตรรวม มีการใช้พื้นที่หนาแน่นเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ในช่วง 8.00-10.00 นาฬิกาเนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ไม่ร้อนมาก และเหมาะสมแก่การเดินจับจ่ายใช้สอย



ภาพ 4-19 แผนภูมิสรุปการจัดวางและใช้พื้นที่ภายในห้อง

วัตถุประสงค์ที่ 1) เพื่อหาองค์ประกอบเชิงกายภาพและสังคมของกัดวัวราย

1.1 สรุปการจัดวางพื้นที่และการใช้พื้นที่กัดเป็นอย่างไร มีอะไรเป็นตัวกำหนด

1.2 ลักษณะของร้านค้าส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อหรือไม่ อย่างไร

สรุป การจัดวางพื้นที่และการใช้พื้นที่กัด ได้ผลดังนี้

- มีการแบ่งตามทำเลและการเข้าถึง เป็นส่วนหน้า (ค้าขายทั่วไป เปิดเต็ล็ด) กลาง (นั่งทานอาหาร-เครื่องดื่ม) และหลัง (วัว ควาย ไก่)
- แบ่งตามพัฒนาการได้เป็นสามช่วง คือ เริ่มกัด ขยายตัว และอยู่ตัวจนปั๊บปูบัน กลุ่มเก่าจะอยู่หน้า กลุ่มใหม่จะอยู่ข้างและหลัง
- แบ่งตามกลุ่มสินค้าได้เป็น กลุ่มร้านขายอาหารแห้งอาหารสด ร้านสินค้าเบ็ดเตล็ด ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายสินค้าทางเกษตรกรรมและหัตถกรรม ร้านขายพระเครื่อง ร้านขายอาหารพื้นเมือง พื้นที่ ค้าวัว ควาย ไก่ และ ค้ารถจักรยานยนต์ มีร้านอาหารพื้นเมืองและเครื่องดื่มเป็นศูนย์กลางและส่วนเชื่อมทุกพื้นที่
- แบ่งตามเวลา แบ่งเป็นกลุ่มเปิดเร็วปิดเร็ว คือ วัวควาย เปิดเร็วปิดช้า คือ เปิดเตล็ด ทั่วไป โดยสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและความต้องการใช้งาน

ตัวกำหนดการจัดวางและใช้พื้นที่ ประกอบด้วย

- การแบ่งกลุ่มกันเองอย่างค่อยเป็นค่อยไป ไม่มีระเบียบแบบแผนตายตัว ในกลุ่มผู้ค้า และขยายจนเกิดเป็นกลุ่มสินค้าที่ชัดเจนและรับรู้ได้โดยผู้มาใช้งาน
- พฤติกรรมการค้าขายของสินค้าแต่ละประเภท พ่อค้าแม่ค้ามักจะตั้งร้านในสินค้าประเภทเดียวกันในพื้นที่เดียวกัน เพื่อแบ่งกลุ่มสินค้า ทำให้ลูกค้าเลือกและเปรียบเทียบสินค้าได้สะดวก เป็นการส่งเสริมการขายโดยจัดพื้นที่ให้เข้าถึงง่าย
- การแบ่งตามทำเลอ้างอิงจากถนนและทางเดินหลัก เป็นพื้นที่ด้านหน้าสำหรับสินค้า อุปโภคบริโภคและด้านหลังส่วนขายสัตว์ และส่วนกลาง คือ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่ตั้งร้านค้ายิ่งใกล้ทางหลักยิ่งมีการสัญจรเดินผ่านของผู้คนมาก ยิ่งเป็นที่ต้องการมาก
- ความสัมพันธ์กับทิศทางเดด ลม โดยแยกส่วนที่มีกัลิ่นรบกวนและหมักหมมไว้ ด้านหลัง ห้ายลม ส่วนพื้นที่นั่งสบายเป็นร้านอาหารและร้านค้าอยู่ทิศเหนือ
- ความสัมพันธ์กับร่มเงาธรรมชาติตามช่วงเวลาที่เหมาะสม ที่มีความสบาย ไม่แออัด ร้อน หรือสะเด็กในการเข้าออก ตลอดจนเวลาที่จะหมุนเวียนไปค้าหรือทำสิ่งอื่น

วัตถุประสงค์ที่ 1) เพื่อห้องค์ประกอบเชิงกายภาพและสังคมของการด้วนความ

1.1 การจัดวางพื้นที่และการใช้พื้นที่ก้าดเป็นอย่างไร มีอะไรเป็นตัวกำหนด

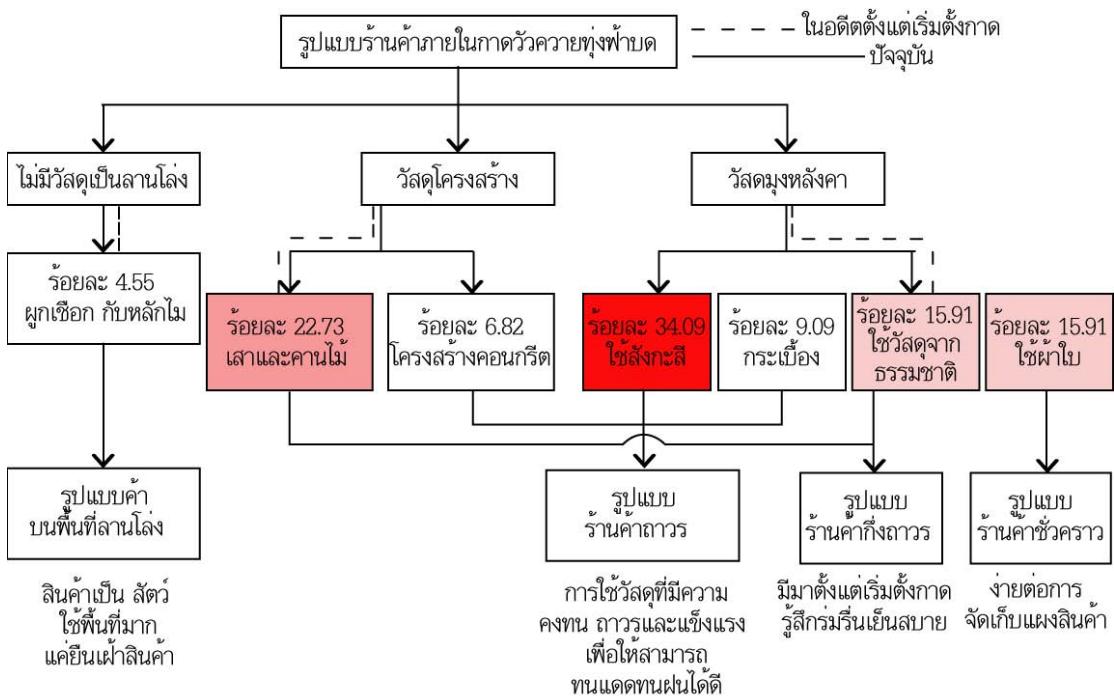
1.2 ลักษณะของร้านค้าเป็นอย่างไร ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้ออย่างไร

I. ลักษณะของร้านค้าภายในการด้วนความทุ่งฟ้าบด

ร้านค้าภายในการด้วนความทุ่งฟ้าบด มีจำนวนประมาณ 500 ร้านตั้งเรียงเป็นแนวต่อเนื่อง โดยแต่ละร้านมีลักษณะตามที่ผู้ค้าจะกำหนด ตั้งแต่การวางของแบบบนลานโล่ง ไม่มีเพิงหรือร้านค้าพบในส่วนค้าวัว ควาย และไก่ ซึ่งจะใช้การผูกเชือกกับหลักไม้ แล้วยืนเฝ้าใกล้กับ วัว ควาย ของตน 釧และเพิงพับในร้านอาหารสดแห้งและลินค้าเรื่องโภคเบ็ดเต็ล็ด ส่วนโรงเรือนมักเป็นร้านขายสินค้ามีราคาสูงและเคลื่อนย้ายลำบาก เช่น ยานพาหนะ

ในช่วงเริ่มแรกของการตั้งก้าด รูปแบบร้านค้าจะเป็นในรูปแบบเพิงชั่วคราว โครงสร้างไม้หลังคาไม่ต้องตึง ใบตองเหียง หรือ หญ้าค่า ซึ่งเป็นวัสดุพื้นถิ่นที่สามารถหาได้ตามชุมชน ต่อมามีอยุคสมัยเปลี่ยนมาการพัฒนาวัสดุที่ง่ายต่อการติดตั้งและมีความคงทนกว่าวัสดุท้องถิ่นตามธรรมชาติ คือ โครงสร้างเสาคอนกรีต หลังคاسังกะสี และหลังคากะเบี้อง จึงมีการเปลี่ยนแปลงวัสดุเปลี่ยนไปตามการใช้งานและช่วงเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป ร้านค้ารุ่นหลังมักเป็นโครงสร้างคอนกรีต และหลังคاسังกะสี กระเบี้อง บางร้านค้า คงโครงสร้างไม้ไว้ เปลี่ยนเพียงหลังคาก่อนนั้น เนื่องจากตัวโครงสร้างยังสามารถดัดแปลงอยู่ได้อีกเป็นเวลานาน ส่วนโครงสร้างคอนกรีตจะเป็นร้านค้าพวกที่มาตั้งร้านค้าใหม่ สำหรับร้านค้าบางร้านที่จะใช้หลังคางเป็นในรูปแบบผ้าใบ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นร้านค้าประเภทเรือน โดยมักตั้ง釧และเก็บสินค้าด้วยความรวดเร็ว จึงไม่จำเป็นและไม่ต้องการเพิงในรูปแบบถาวร จึงเป็นรูปแบบผ้าใบ ที่มีลักษณะรูปแบบชั่วคราว ซึ่งสามารถตั้ง คลุมແงสินค้าได้สะดวกและรวดเร็ว

รูปแบบการสร้างของร้านค้า จำแนกได้ทั้งหมด 4 รูปแบบตามความคงทนถาวรของวัสดุ และโครงสร้าง คือ 1) รูปแบบร้านค้าถาวร 2) รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร 3) รูปแบบร้านค้าชั่วคราว และ 4) รูปแบบค้าบเนพื้นที่ล้านโล่งดังภาพ 4-20



ภาพ 4-20 รูปแบบร้านค้าภายในการวัสดุทุ่มพ้าย

รูปแบบร้านค้าถาวร

ส่วนมากร้านค้าเป็นรูปแบบร้านค้าถาวร ที่มีการใช้วัสดุที่มีความคงทน ถาวรและแข็งแรง เพื่อให้สามารถ扛หนักได้ดี โดยวัสดุที่ใช้ คือ โครงสร้างเสาคอนกรีต หลังคาโครงสร้างเหล็ก มุงกระเบื้องหรือสักกะสี ซึ่งมีอายุการใช้งานที่นานกว่า รูปแบบเพิงร้านค้าชั่วคราว ซึ่งเดิมส่วนใหญ่ร้านค้าเป็นโครงสร้างไม้มุงหลังคาใบตองตึงหรือใบตองเที่ยง และเปลี่ยนวัสดุมุงหลังคาเป็นกระเบื้องหรือสักกะสี แต่ยังคงตัวโครงสร้างไม้ไว้ เนื่องจากตัวโครงสร้างยังสามารถใช้งานได้ดีอยู่ และเป็นการลดต้นทุนในการปรับปรุงร้านค้าของผู้ค้าขาย



ภาพ 4-21 รูปแบบร้านค้าถาวร

รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร

รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร หรือ เพิงໄน แบ่งตามการใช้ของวัสดุที่ยังคงเป็นโครงสร้างไม้หลังคาใบทองตึง ใบทองเทียง หรือหลังคាតาหม่าแฟก เป็นรูปแบบที่มีมาตั้งแต่เริ่มตั้งก้าด ซึ่งคงเหลือเพียงไม่ถึง 5 ร้าน บางร้านมีการสร้างใหม่ เนื่องจากความชอบวัสดุมุงหลังคาที่เป็นธรรมชาติและรู้สึกว่ามีเสน่ห์สบายน สาเหตุการเปลี่ยนวัสดุมุงหลังคาประเภทนี้เนื่องจากไม่คุ้นเคยกับว่าหลังคากระเบื้องหรือสักกะสี ต้องมีการเปลี่ยนวัสดุทุก 6 เดือนหรือ 1 ปี เพราะหมดสภาพการใช้งานในการมุงหลังคา ป้องกันแดดป้องกันฝน



ภาพ 4-22 รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร

รูปแบบร้านค้าชั่วคราว

ร้านค้าชั่วคราว เป็นร้านค้าใช้เวลาที่สามารถเก็บและตั้งร้านน้อย ซึ่งรูปแบบแห่งสินค้าเป็นแห่งเหล็กถอดประกอบสำหรับวางสินค้า และใช้ผ้าใบเป็นส่วนแทนหลังคาในการกันแดดกันฝน หรือตั้งร่มกันแดดเท่านั้น เพื่อมิต้องลงทุนในส่วนของการสร้างร้านค้า ส่วนใหญ่ เป็นพ่อค้าเรค้า หรือได้พื้นที่ในการค้าขายน้อย ซึ่งต้องการจัดรูปแบบร้านค้าให้สามารถย้ายต่อการจัดเก็บแห่งลินค้าและส่วนคลุมหัว ให้ได้สะดวกรวดเร็ว ในส่วนของผ้าใบจะทำการขึงกับร้านค้าที่มีโครงสร้างข้างๆ หรือจะใช้ไม้ไผ่ แห่งเหล็ก ตั้งเสาเอียงปักกับพื้นที่เพื่อให้เป็นเสาชั่วคราวให้ผ้าใบได้



ภาพ 4-23 รูปแบบร้านค้าชั่วคราว

ຮູບແບບຄ້ານພື້ນທີ່ລານໂລ່ງ

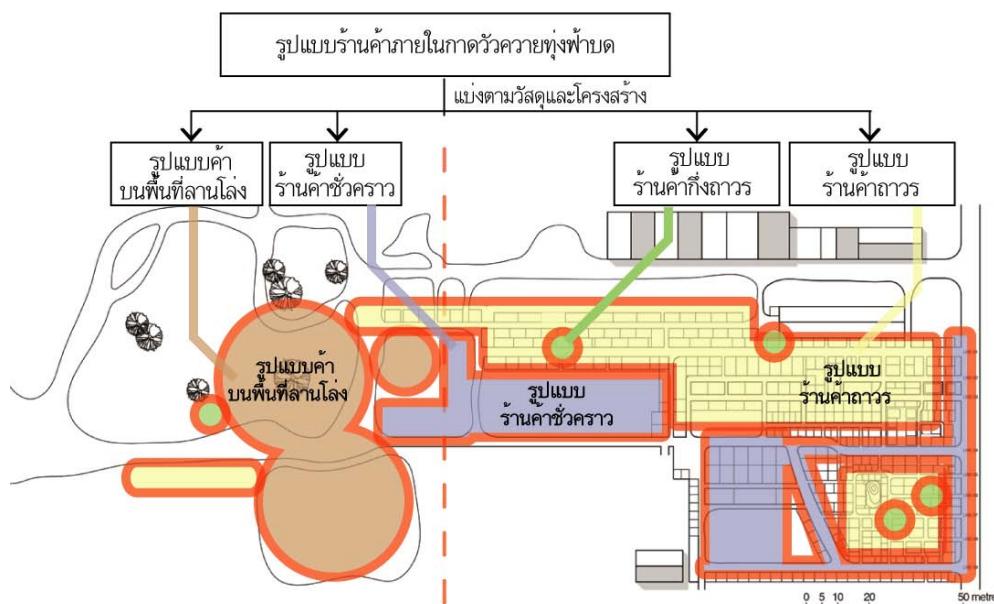
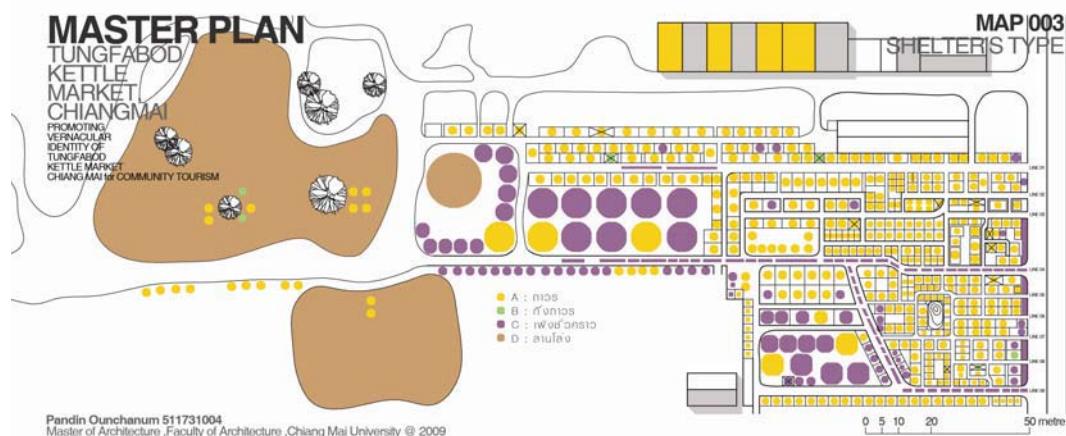
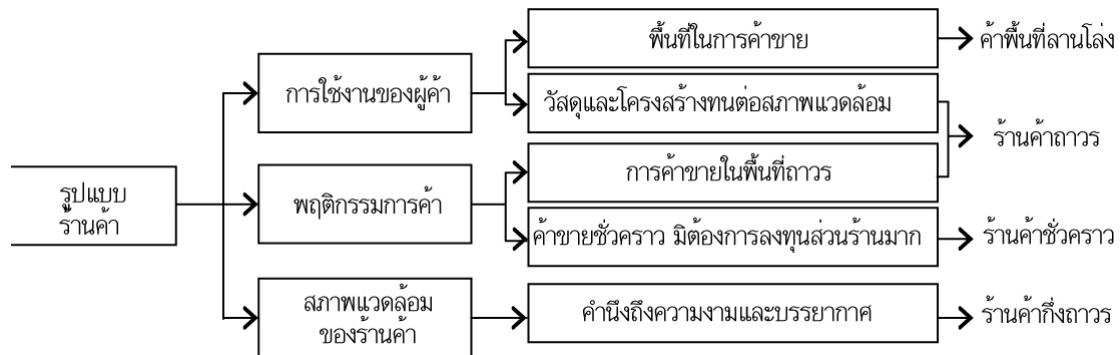
ກາຣັກ້າຂາຍບັນພື້ນທີ່ລານໂລ່ງ ສ່ວນໃໝ່ເປັນກາຣັກ້າຂາຍ ໂດຍມີຕ້ອງອາສີຢແຜສິນຄ້າຫົວໜ້ວ
ໜັກຄາປ້ອງກັນແດດຝານ ແກ່ສິນຄ້າ ເນື່ອຈາກສິນຄ້າເປັນ ສັດວະ ອື່ນ ວ້າ ຄວາຍ ແລະ ໄກ່ ໃ້້ພື້ນທີ່ມາກແລະ ມີ
ທີ່ເພີ່ມແຕ່ຢືນເຝົ້າແລະ ເຈຣາລູກຄ້າທີ່ເດີນມາເລືອກຊື່ອສັດວະຂອງພ່ອຄ້າສັດວະແຕ່ລະໝັນດັ່ງນັ້ນ ໂດຍ ວ້າ ຄວາຍ
ຈະມີເສາໄມ໌ເພື່ອໃຫ້ເຊື່ອກມັດວ້າ ໄວ້ຍໝາກ ສ່ວນໄກ່ນັ້ນຈະເປັນສຸມໄກ່ວ່າງເຮືອງອຸ່ງກາຍໃນພື້ນທີ່ຄ້າໄກ່ທີ່
ກຳທັນດໄວ້ ໂດຍມີພ່ອຄ້າ ຍືນອູ້ໄກລ້າ ສິນຄ້າ



ກາພ 4-24 ຮູບແບບຄ້ານພື້ນທີ່ລານໂລ່ງ

ສຽງໃນກາພຮ່ວມຮູບແບບຂອງຮ້ານຄ້າ

- ສ່ວນໃໝ່ເປັນຮູບແບບຮ້ານຄ້າຄາວາ ກະຈາຍຕ້ວທັງບໍລິເວນກາດ ເນື່ອຈາກສາເຫຼຸກາຮ້າໃໝ່
ງານທີ່ອຳນວຍຄອງທັນຄາວາ ມີອາຍຸກາຮ້າໃໝ່ງານນານ ກັນແດດກັນຝານໄດ້ໂຍ່ງດີ
- ຮູບແບບຮ້ານຄ້າຂ້າວຄາວ ໃ້້ວັສດຸດອດປະກອບທີ່ສາມາຮັດຈັດຕັ້ງແລະເກັບໄດ້ເຈົ້າຕັ້ງອູ້ໃນ
ບໍລິເວນທັນໜ້າສຸດຂອງກາດ ໂດຍເຈົ້າຂອງໃຫ້ຕັ້ງບນດັນ ເພື່ອໃຫ້ເຫຼື້ພື້ນທີ່ໃຫ້ຄຸ້ມຄ່າທີ່ສຸດ
ໃນກາຣັກ້າ
- ກາຣັກ້ານພື້ນທີ່ລານໂລ່ງ ອູ້ໃນສ່ວນພື້ນທີ່ກາຣັກ້າວ້າ ຄວາຍແລະ ໄກ່ທີ່ມີຈຳເປັນຕ້ອງມີ
ຮ້ານຄ້າ ແຕ່ມີເພີ່ມຕັ້ງອູ້ ເພື່ອການັ້ນພັກຜ່ອນ ລົບແດດເປັນຮະຍະ
- ສ່ວນຮູບແບບຮ້ານຄ້າກຶ່ງຄາວຮັມກັກໃ້ວັສດຸຈາກຮ່ວມໝາຕີທັງໝົດ ມີເຫັນອູ້ຈຳນວນ
ນ້ອຍມາກໄມ່ຄື່ງ 5 ຮ້ານຄ້າ ເນື່ອຈາກພ່ອຄ້າແມ່ຄ້າສ່ວນໃໝ່ຕ້ອງກາຣັກ້າວັສດຸທີ່ຄົງທັນ
ຄາວກວ່າ ວັສດຸຮ່ວມໝາຕີທີ່ມີຮອບກາຣັກ້າໃໝ່ງານຕໍ່ກວ່າ ທີ່ຍັງຄົງເໜືອອູ້ໃນປັຈຈຸບັນເປັນ
ຮ້ານຄ້າທີ່ພ່ອຄ້າແມ່ຄ້າເປັນຄົນເກົ່າແກ່ຂອງພື້ນທີ່ແລະຍັງຄົງຂອບຮູບແບບທີ່ເປັນວັສດຸຈາກ
ຮ່ວມໝາຕີ ຕ້ວຍເຫຼຸດຜຸລື່ງວ່າ ຮ່ມເຈົ້າ ຮ່ມເຢັນກວ່າວັສດຸສົມໝ່ໃໝ່ ແລະຍັງໄດ້ບໍຣຍາກາສ
ຮູບແບບຮ້ານຄ້າໃນອົດຕົກອູ້



ภาพ 4-25 สรุปรูปแบบร้านค้าภายในการ

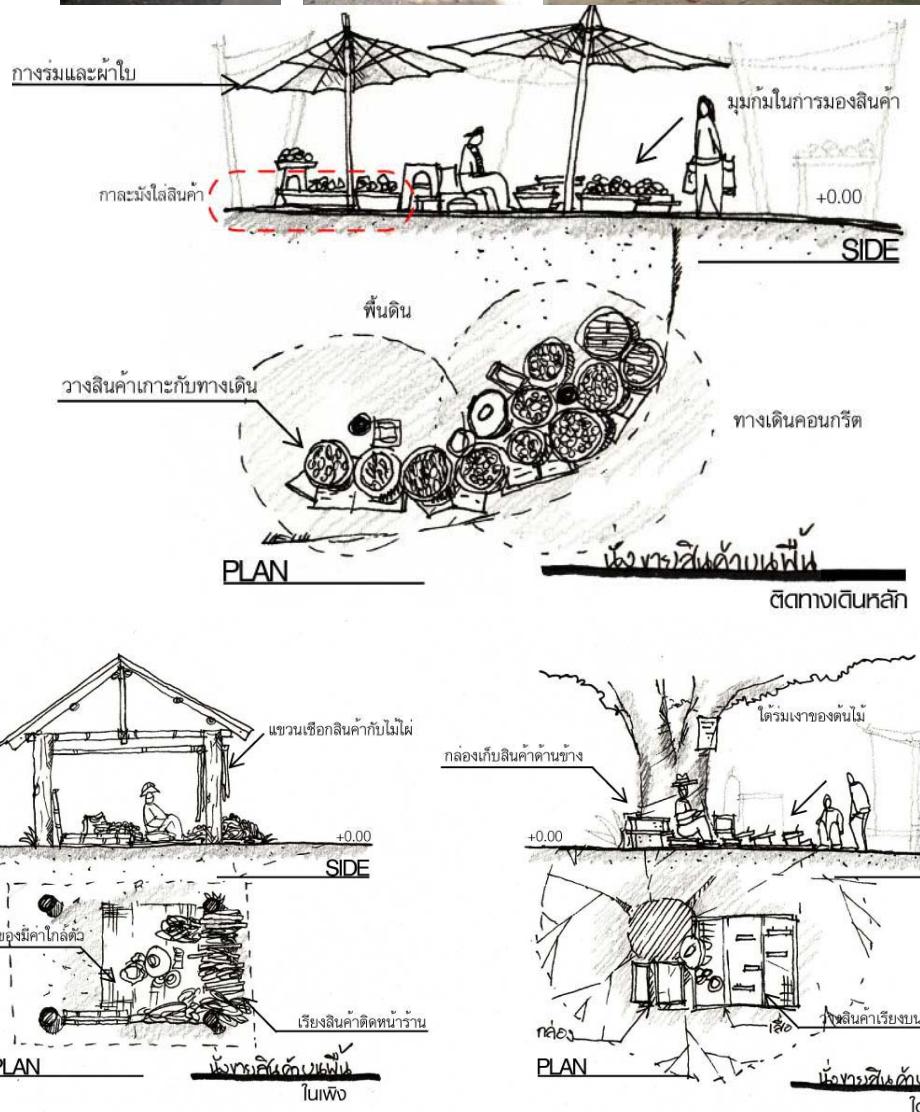
ในด้านความคิดเห็นต่อรูปแบบร้านค้าว่าการส่งเสริมปฏิสัมพันธ์การค้าขายหรือไม่นั้น ผู้ค้าส่วนมากจัดพื้นที่เพื่อส่งเสริมการขาย ให้เห็นสินค้าง่าย และง่ายต่อการเลือกหยิบจับสินค้า ของลูกค้า เพื่อการสนองต่อการค้าขายให้ได้ดีที่สุด และอีกส่วนหนึ่ง จัดตามพฤติกรรมการซื้อให้ ลูกค้าสามารถเดินเข้าภายในร้านเพื่อเลือกสินค้าได้สะดวก ได้ใกล้ชิดกับลูกค้าสามารถบริการ ลูกค้าได้ง่ายโดยมีพื้นที่เป็นสัดส่วนที่ชัดเจนของพื้นที่ส่วนตัวและส่วนขาย และอีกส่วนหนึ่ง จัดสภาพแวดล้อมให้ได้ความร่มเย็น อยู่ได้ร่วมไม่

ผู้ซื้อ ส่วนใหญ่ชอบรูปแบบร้านค้าที่มีที่นั่งคุยกันเพื่อนั่งพักผ่อนและพบปะกัน ก่อให้พื้นที่ ใกล้ชิดกัน และดูอบอุ่น ชอบรูปแบบการจัดร้านค้าโล่งโปร่ง สามารถเห็นสินค้าได้ทั่วถึง และง่ายต่อ การเลือกสินค้าที่มีรายในร้านค้า ชอบการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้า สะดวกต่อการทดลองสินค้า โดยเฉพาะร้านค้าที่มีสินค้าหลากหลายประเภท ชอบร้านค้าทางเดิน ภายในร้านที่สะดวกต่อการเลือกเดินซื้อสินค้า ยิ่งสามารถเดินได้รอบร้าน เห็นสินค้าได้ชัดเจนยิ่งดี และชื่นชอบบรรยากาศดีที่มีอยู่ในปัจจุบัน

II. ลักษณะการจัดพื้นที่ในและนอกแผงร้านค้า

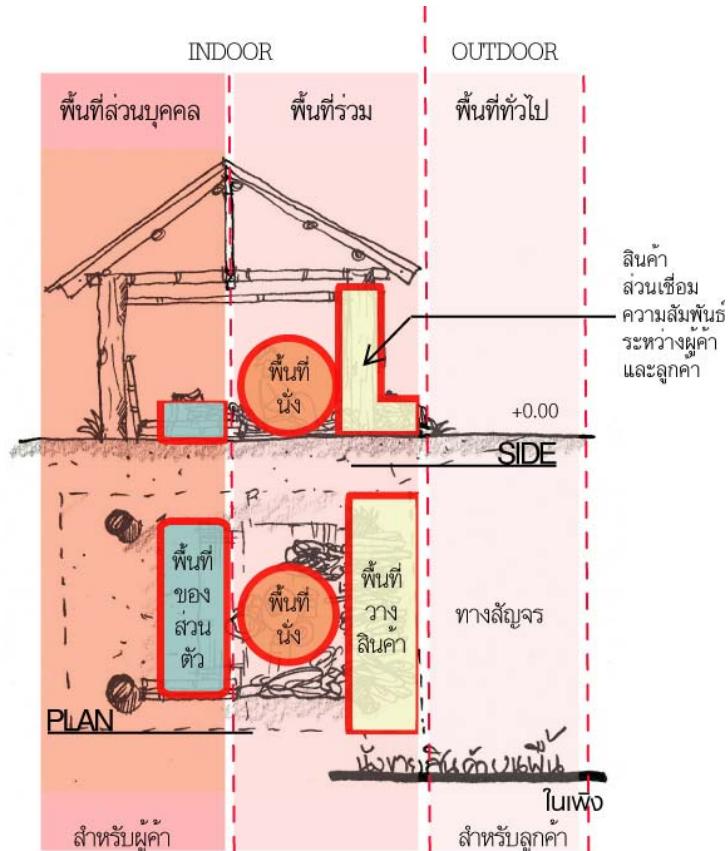
ร้านค้า นั่งขายสินค้าบนพื้น

มีทั้งแบบนั่งติดทางเดิน ในร้าน และใต้ร่มเงา มักเป็นร้านที่มีสินค้าที่ใช้พื้นที่มากกว่าแผงสินค้าปกติ ต้องการให้มองเห็นทั่วถึงและสะดวก ลูกค้าก้มเลือกได้ง่ายและทดลองสินค้าได้สะดวก



ภาพ 4-26 ร้านค้านั่งขายสินค้าบนพื้นแบบง่ายๆ

จากภาพ 4-27 สามารถวิเคราะห์การใช้พื้นที่ของร้านค้าแบบดินเป็น 3 ส่วน ได้แก่ พื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะ คือ ผู้ค้า ออยู่ในส่วนพื้นที่ส่วนตัวและกึ่งส่วนตัว โดยมีผู้ค้าขายเป็นศูนย์กลางของพื้นที่ ลูกค้า ออยู่ในส่วนพื้นที่สาธารณะ สามารถเข้าส่วนพื้นที่กึ่งส่วนตัวจากการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ด้วย ส่วนของสินค้าที่เชื่อมระหว่างผู้ค้าและลูกค้า โดยส่วนพื้นที่สินค้าขยายไปในพื้นที่ทางแกนตั้งด้วย เนื่องจากสามารถแหวนสินค้ากับโครงสร้างร้านค้าได้



ภาพ 4-27 การวิเคราะห์พื้นที่ในร้านค้านั่งขายสินค้าบนพื้น

ร้านค้านั่งขายสินค้าบนยกพื้นต่ำ

ร้านค้าที่นั่งขายสินค้าบนยกพื้นต่ำ เช่น แคร์ มีพื้นที่นั่งยกพื้นสูงจากระดับพื้นขึ้นมาในระดับพอเหมาะสมกับการนั่ง และ พื้นที่นั่งปูเต็มพื้นที่ร้านค้าของตน เพื่อการใช้พื้นที่ให้คุ้มค่าที่สุด สาเหตุของการยกແงที่นั่งเนื่องจากส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการจัดพื้นที่ค้าของผู้สูงอายุที่มีมาตั้งแต่อดีต ที่ผู้ค้าสามารถนั่งยืดชาและนั่งได้เพื่อความสบาย และสามารถดูแลสินค้าทั้งหมดในระยะเอื้อมที่พอดีของตนเอง เป็นระยะที่สามารถบริการลูกค้าโดยไม่ต้องก้มหลังมากนัก คล้ายกับ

การนั่งกับพื้นในเรือนพื้นถิ่น พื้นที่ทางสินค้าจะเรียงรายอยู่บนเครื่องหันหน้าเข้าทางสัญจรหลัก ผู้ขายจะนั่งอยู่ด้านในถัดจากสินค้า ของมีค่าและกระเปาในการขนสินค้าจะวางอยู่ด้านหลังผู้ค้าขาย ทำให้สะดวกต่อการเอื้อมจัดการสินค้าใส่ถุงให้กับลูกค้า การจัดร้านค้ามักจะต่อเนื่องติดกัน ก่อให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าด้วยกัน มีระยะใกล้ชิดกว่าร้านค้าอื่น ภาระยกพื้นยังช่วยแก้ปัญหาน้ำท่วมในฤดูฝน ป้องกันสัตว์เลี้ยงคลาน ที่อาจทำอันตรายหากนั่งกับพื้นได้

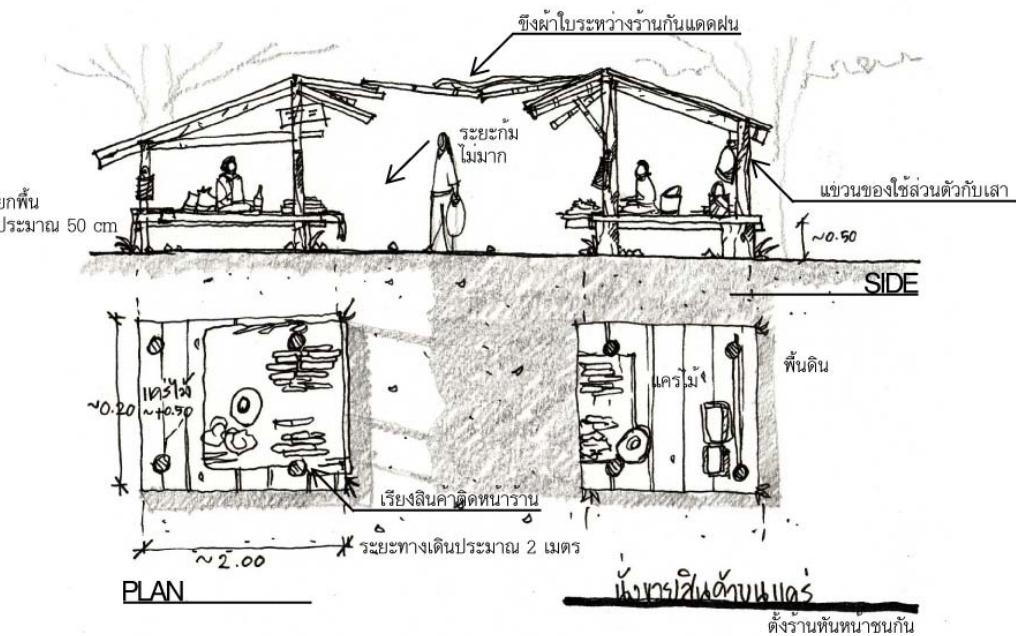


แขวงของขายติดเสาด้านหน้า



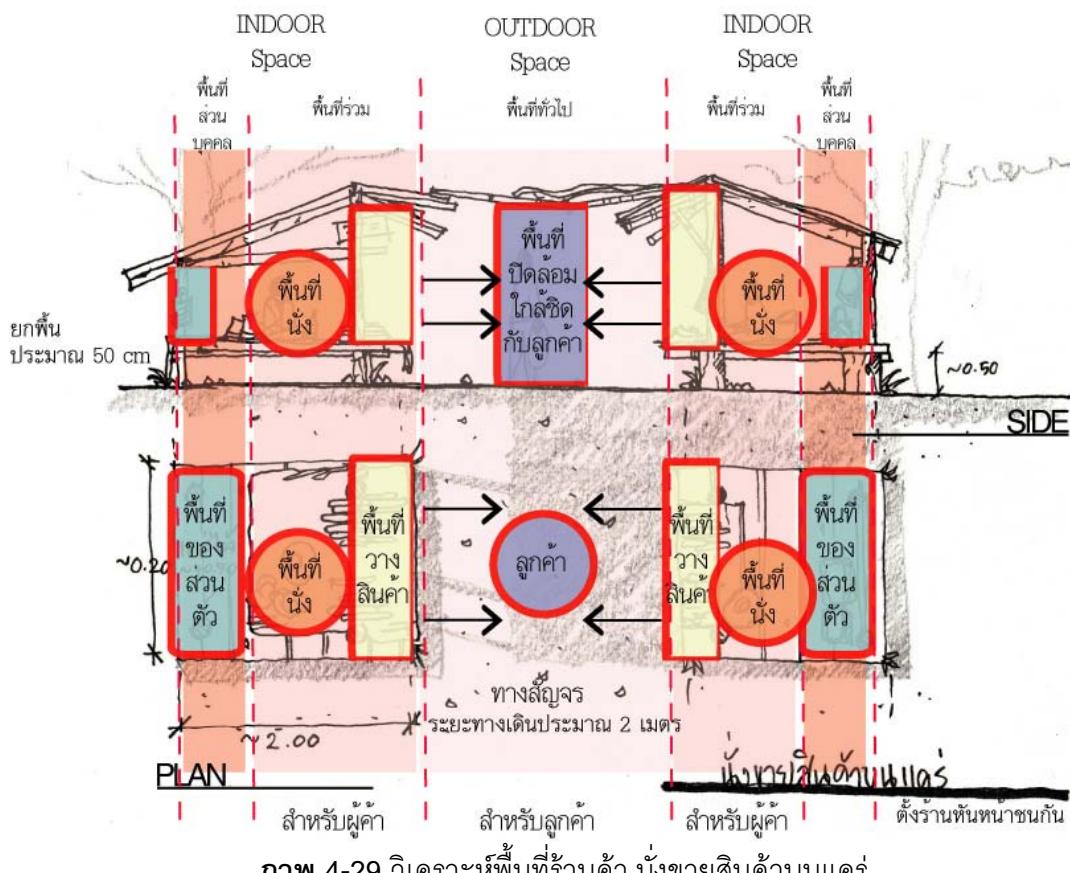
พื้นที่ใช้ในตัวบ้าน

ตั้งร้านหันหน้าออกถนน



ภาพ 4-28 ร้านค้าตั้งหันหน้าเข้าหากัน นั่งขายสินค้าบนเครื่อง

สรุปวิเคราะห์พื้นที่ของร้านค้าแบบยกพื้นต่ำตามความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะ (ภาพ 4-29) พบว่าพื้นที่ที่จัดขึ้นก่อให้เกิดพื้นที่ปิดล้อมที่ใกล้ชิดกับลูกค้าก่อให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าขายที่ใกล้ชิดกันมากกว่าร้านค้าตั้งรูปแบบอื่น ผู้ค้าอยู่ในส่วนพื้นที่ส่วนตัวและกึ่งส่วนตัว และเป็นศูนย์กลางของพื้นที่ ส่วนลูกค้าอยู่ในส่วนพื้นที่สาธารณะ สามารถเข้าส่วนพื้นที่กึ่งส่วนตัวจากการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ด้วย ส่วนของสินค้าที่เชื่อมระหว่างผู้ค้าและลูกค้า โดยส่วนพื้นที่สินค้าย้ายไปในพื้นที่ทางแกนตั้งแต่ไม่ได้เริ่มจากพื้นดินเนื่องจากยกพื้น

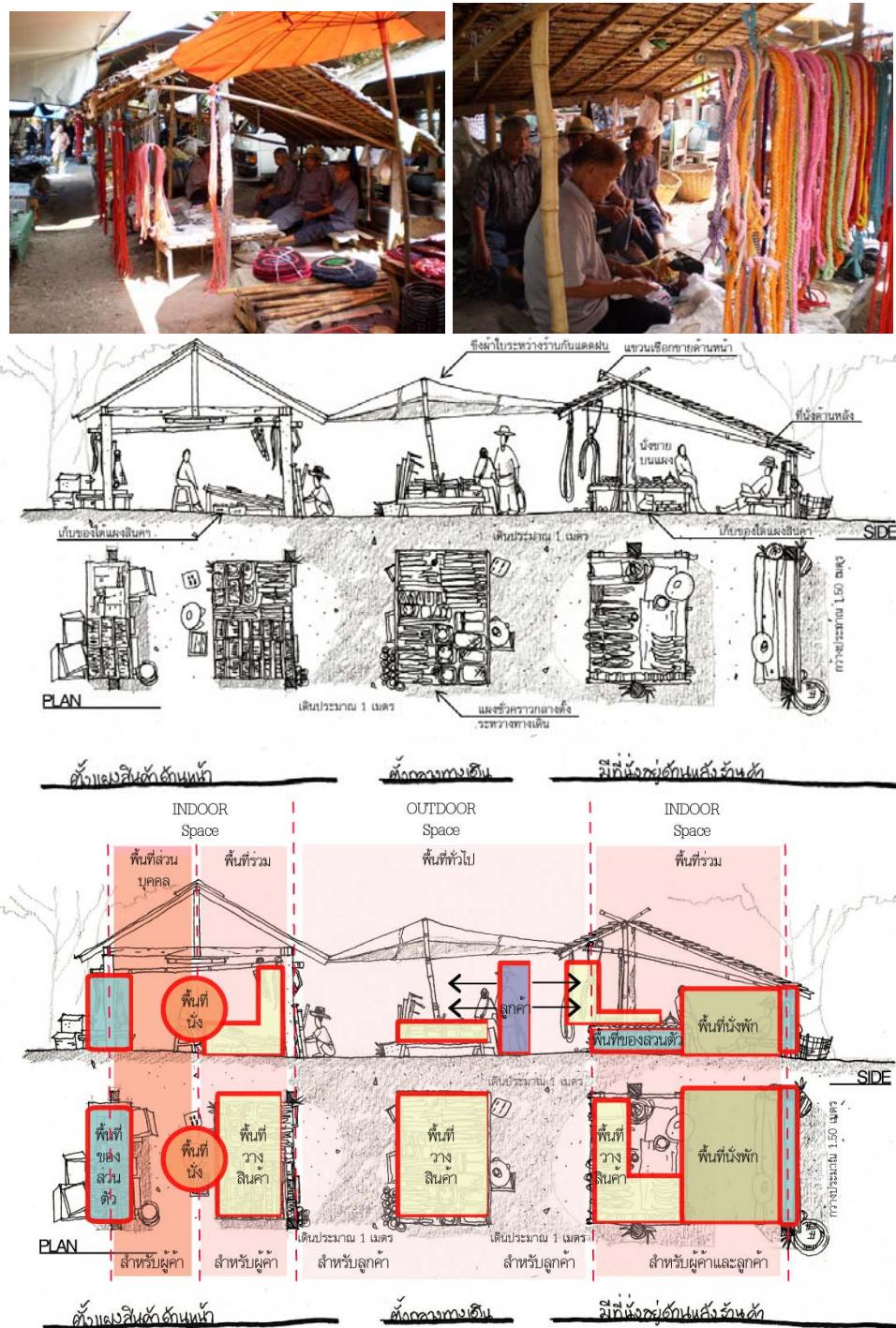


ภาพ 4-29 วิเคราะห์พื้นที่ร้านค้า นั่งขายสินค้าบนเครื่อง

ร้านค้านั่งขายสินค้าและมีส่วนนั่งพักลูกค้า

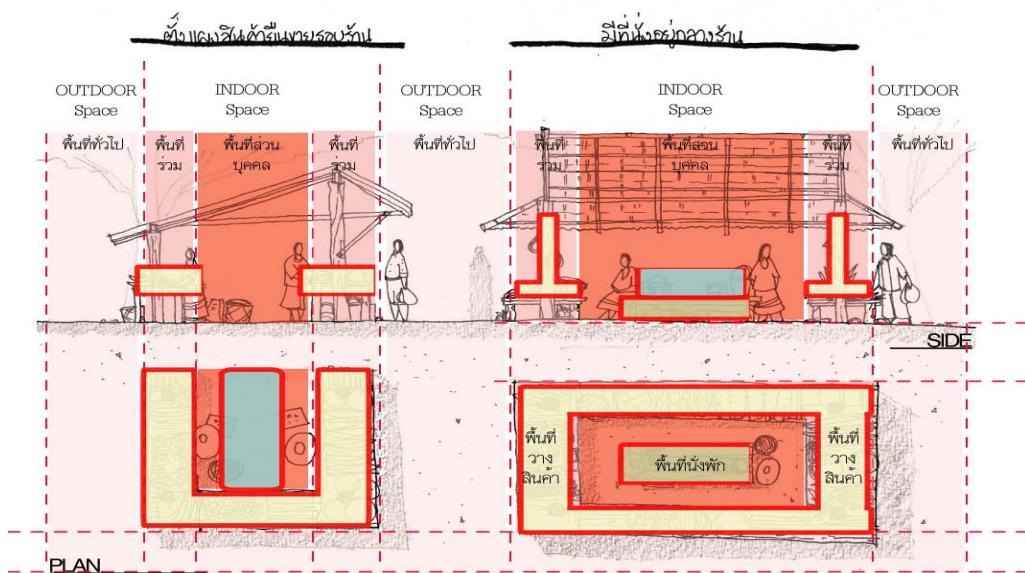
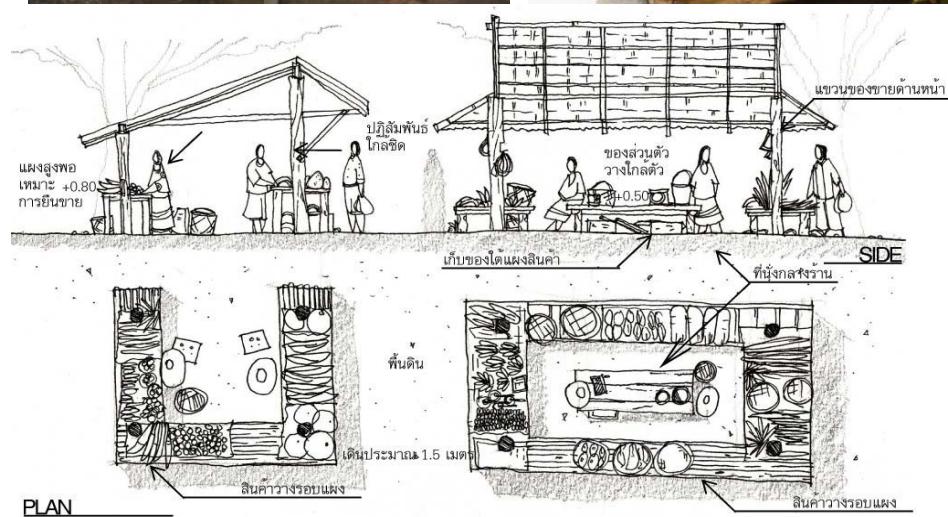
ร้านค้าที่มีการจัดพื้นที่นั่งขายสินค้าและมีส่วนนั่งพักลูกค้าจะวางแผนสินค้าอยู่ด้านหน้าร้านติดกับทางเท้า โดยระดับความสูงของขายสินค้ามีหลายระดับตามการใช้งานของผู้ค้า บางส่วนมีการวางแผนสินค้าลำทางเดิน เพื่อวางแผนค้าให้ได้มากที่สุด พื้นที่นั่งพักลูกค้าเป็นพื้นที่ที่ผู้ค้าจัดให้เพื่อการนั่งพักผ่อนเพื่อพบปะกับลูกค้า และเป็นที่บริการพิเศษสำหรับนั่งพักหรือรับประทานอาหารกรณีมีอาหารเป็นสินค้าด้วย

กรณีพื้นที่นั่งตั้งอยู่ด้านหลังของร้านค้า มีพื้นที่ระหว่างแผงและที่นั่งเพื่อเป็นระยะใช้งาน ใต้ส่วนของที่นั่ง แหงสินค้า และหนีอแพงสามารถเก็บของ การมีพื้นที่นั่งอยู่ด้านหลัง ทำให้พื้นที่ภายในเป็นพื้นที่กึ่งส่วนตัว ที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้หากคุณเคย ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นกันเอง ในขณะเดียวกันทางเดินหน้าที่พอเหมาะสมแก่การซื้อขาย ใกล้สินค้า ทำให้ลูกค้าเป็นหนึ่งเดียวกับพื้นที่



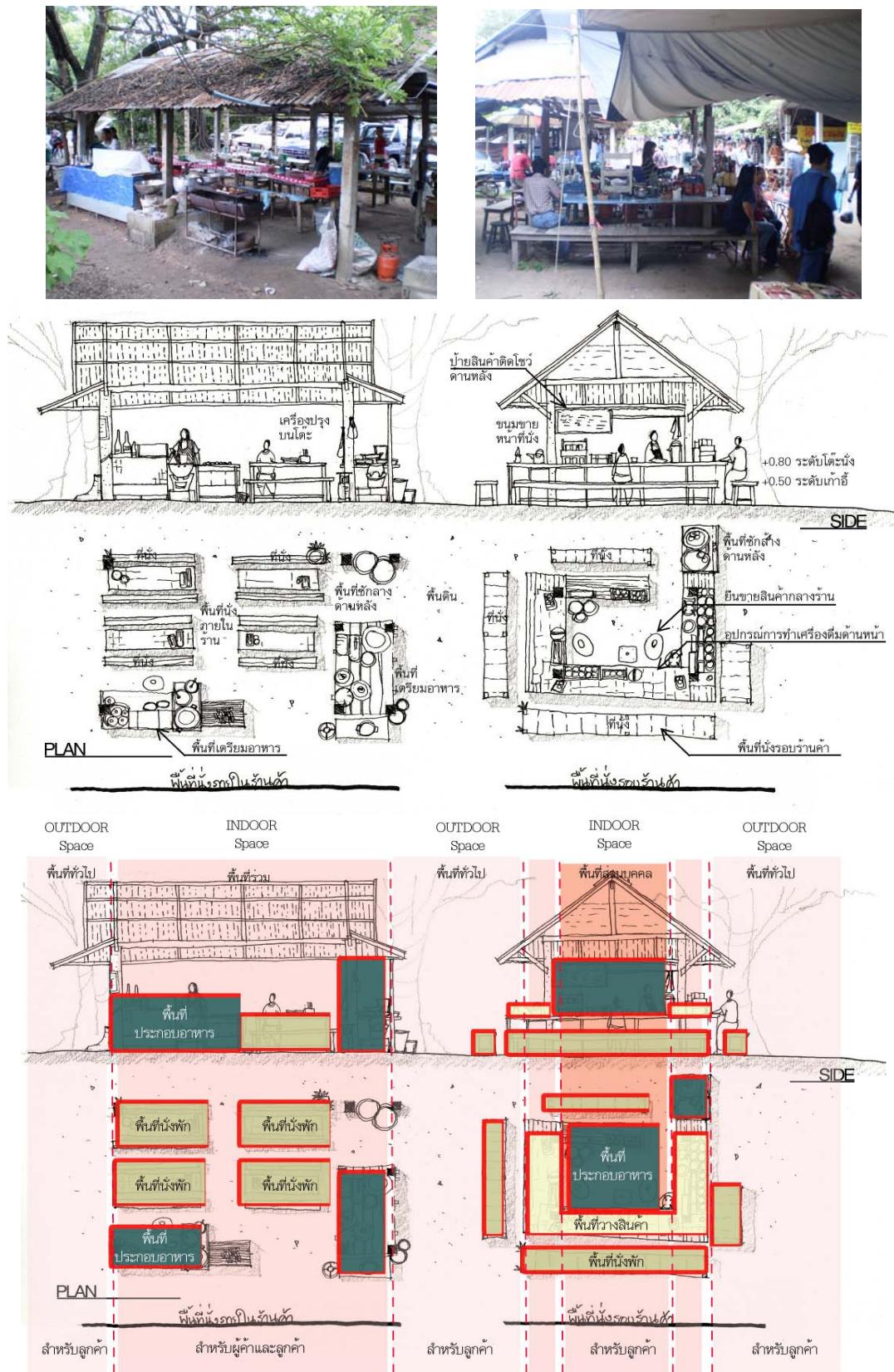
ภาพ 4-30 วิเคราะห์ร้านค้าพื้นที่นั่งตั้งอยู่ด้านหลังของร้านค้า

พื้นที่นั่งตั้งอยู่กลางร้านค้า เป็นพื้นที่ส่วนตัวของผู้ค้าที่จำกัดการเข้าถึงของลูกค้า
มากกว่าแบบแรก มีข้อดีคือมีແຜສິນຄ້າຕັ້ງອູ່ຮົບພື້ນທີ່ນັ້ນມີທີ່ວ່າງຍ່ອນເທົ່າເພື່ອຝ່ອນຄລາຍ
ອົງປະກາດ ເຄລື່ອນໄວໄຫວໄດ້ 360 ອົງສາຮອບຮ້ານຄ້າສະດວກແກ່ການບົງການລູກຄ້າ



ກາພ 4-31 ວິເຄຣະຮ້ານຄ້າພື້ນທີ່ນັ້ນຕັ້ງອູ່ກາງຮົບກັນ

กรณีพื้นที่นั่งตั้งอยู่รอบร้านค้า

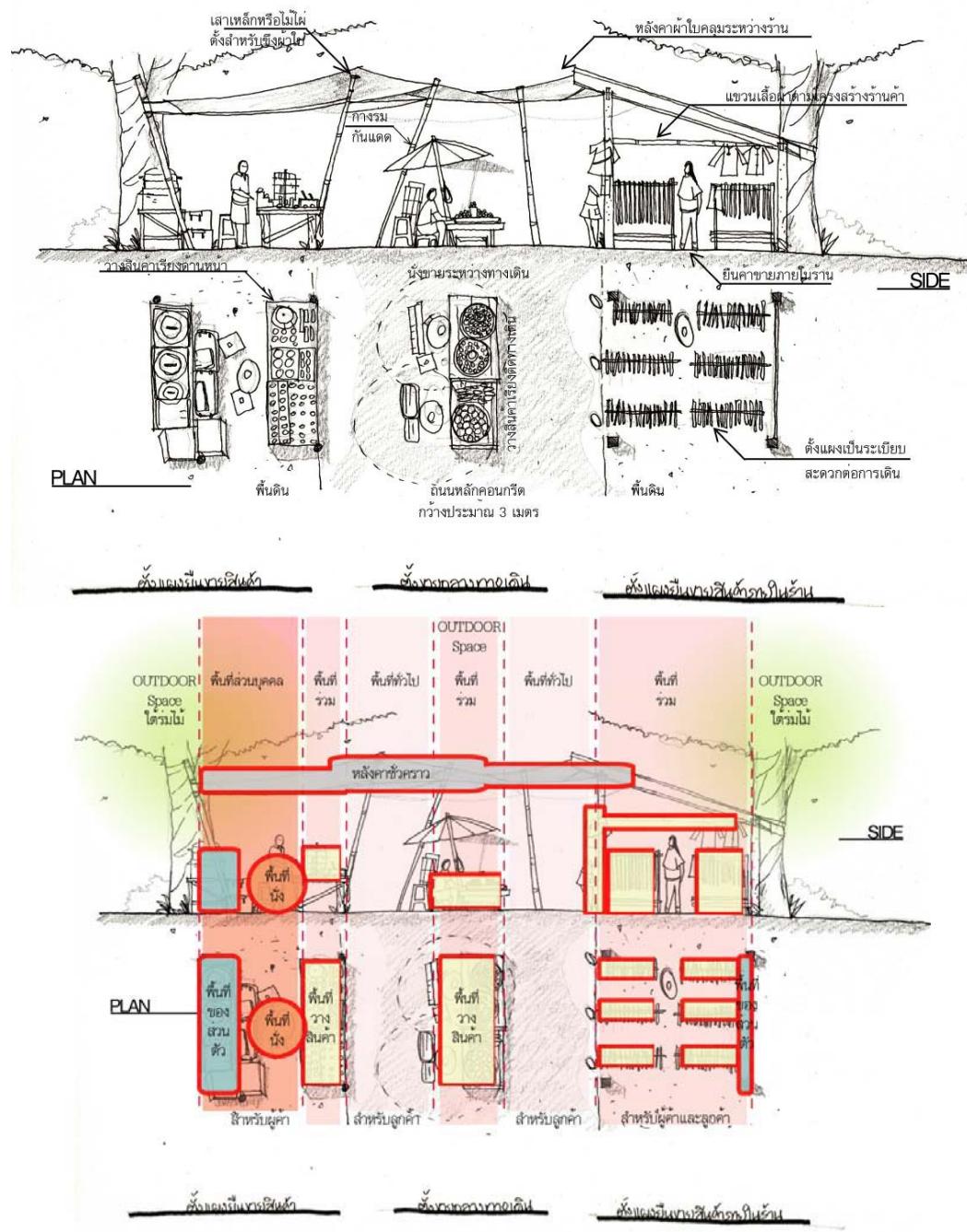


ภาพ 4-32 วิเคราะห์ร้านค้าแบบมีพื้นที่นั่งตั้งอยู่รอบร้านค้า

จากภาพ 4-32 เป็นรูปแบบของร้านค้าอาหารที่มีการจัดที่ให้ลูกค้ารับประทานอาหารและเครื่องดื่ม รอบร้าน มีส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนที่นั่ง และส่วนซักล้าง ซึ่งโดยผู้ขายอาจเลือกยืนหน้าร้านและทำอาหารบริเวณหน้าร้าน ใช้พื้นที่กลางร้านเป็นพื้นที่นั่งของลูกค้า โดยมีส่วนซักล้าง อุปกรณ์ทางด้านหลัง หรือผู้ค้าขายยืนขากลางร้าน บริการลูกค้าที่นั่งอยู่รอบร้าน โดยต้องรับประทานอาหารของลูกค้าเป็นส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่มไปในตัว ทำให้ลูกค้าสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน เลือกสั่งได้ตามอัธยาศัย จึงเป็นการประหยัดพื้นที่และสะดวกต่อการให้บริการ ถือเป็นพื้นที่กึ่งส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ มีพื้นที่ส่วนตัวตรงกลางเพื่อสะดวกต่อการจัดการทำเครื่องดื่ม และการบริการลูกค้าที่นั่งรอบ โดยทำเครื่องดื่ม ซึ่งเปรียบเหมือนเป็นการได้ระดับของพื้นที่จากศูนย์กลางพื้นที่ส่วนตัว พื้นที่กึ่งสาธารณะ และพื้นที่สาธารณะเป็นลำดับ

ร้านค้าตั้งแต่งยืนขาย

ภาพ 4-33 (หน้าถัดไป) เป็นรูปแบบการจัดร้านค้าส่วนใหญ่ภายในกาดทุ่งพ้าบดโดยตั้งแต่งสินค้าติดทางสัญจร วางสินค้าแสดงบนแผงและยืนข้างอยู่ด้านหลัง โดยมีเก้าอี้ส่วนตัวเพื่อการนั่งพัก ผู้ขายส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าแม่ค้าเรขาที่มีการเคลื่อนย้ายสินค้าและแต่งสินค้าทุกวัน จึงต้องจัดการใช้รูปแบบแผงที่สามารถเก็บและติดตั้งได้สะดวกรวดเร็วเพื่อนำไปใช้ที่อื่นได้ การตั้งแต่งจะต้องใช้พื้นที่ภายนอกเช่น ใต้ร่มไม้ เพื่อให้ได้หลักในการยึดผ้าใบ สร้างอาณาเขตค้าขาย และอาศัยร่มเงาของต้นไม้กันแดดกันฝนบางส่วน รูปแบบนี้มีพื้นที่วางแผงสินค้าเป็นส่วนในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับลูกค้า มีพื้นที่ด้านหลังเป็นที่วางกล่องเก็บสินค้าหรือของส่วนตัว จึงมีพื้นที่ส่วนตัวน้อย เนื่องจากลูกค้าสามารถเดินเข้าภายในร้านค้าได้ พื้นที่ระหว่างผู้ค้าและลูกค้าจึงรวมเป็นหนึ่งเดียว



ภาพ 4-33 วิเคราะห์พื้นที่ร้านค้าตั้งแผงยืนขายสินค้า