



## รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดวัวควาย หุ่นฟ้าบดเชียงใหม่  
เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

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

โดย แผ่นดิน อุณจะนำ และคณะ

กรกฎาคม 2553

## รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบดเชียงใหม่  
เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

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

คณะผู้วิจัย

แผ่นดิน อุณจะนำ

สังกัด

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.ระวีวรรณ โอพารัตน์มณี

สังกัด

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ชุดโครงการ “เชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาโท”

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสามารถจาก อาจารย์ ดร.ระวีวรรณ โอฬารรัตน์มณี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่กรุณาให้ความรู้ แนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ และคำแนะนำ จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์ ขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ผู้สนับสนุนวิจัยชุดโครงการ “เชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาโท” ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวและผู้ทรงคุณวุฒิ สำหรับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ยิ่ง ตลอดจนเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องทุกท่าน

ขอขอบพระคุณ แม่ครูบัวผิน ลอมศรี เจ้าของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด และพ่อค้าแม่ค้า ที่น่ารักทั้งกายและใจทุกคนภายในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำแนะนำและข้อมูลของกาดวัวควายและให้การดูแลเป็นอย่างดีและเป็นกันเองตลอดเวลาที่อยู่ภายในกาด

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.สันต์ สุวัจนราภินันท์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิฑูรย์ เหล็กวรุ้งเรือง กรรมการ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปรานอม ตันสุขานันท์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ยิ่ง ขอขอบพระคุณคณาจารย์ ทุกท่านที่ให้ความรู้ ตลอดจน คุณณัฐกานต์ และเจ้าหน้าที่คณะฯ ที่สนับสนุน ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์จุลพร นันทพานิช และขอบคุณเพื่อนพี่น้องสถาปัตยกรรมศาสตร์ในการให้ความช่วยเหลือในการเก็บข้อมูลจนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ รองศาสตราจารย์ ดร.ประโยชน์ อุณจะนำ คุณแม่ ศรัณยา อุณจะนำ ที่ให้ความรักและกำลังใจรวมทั้งคำปรึกษาตลอดการดำเนินชีวิตและตลอดไป และขอบคุณน้องชาย ปิยชนน์ อุณจะนำ ที่มีความรักให้กันเสมอมา

ขอขอบคุณสุธาสินี โทวุฒิกุล ที่เป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือตลอดการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้เขียนหวังว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงจะเป็นประโยชน์ แก่ผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด เชิงใหม่เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อการพัฒนาองค์ความรู้ทางสถาปัตยกรรมและสาขาวิชาอื่นต่อไป

แผ่นดิน อุณจะนำ และ ระวีวรรณ โอฬารรัตน์มณี

18 มิถุนายน 2553

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

### หลักการและเหตุผล

แม้กาตวัวควายมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมเกษตรกรรม แต่จำนวนกาตวัวควายในภาคเหนือลดลงอย่างมากในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมาเนื่องจากหลายปัจจัยหลายประการ ทั้งจากกระแสสมัยใหม่และโลกาภิวัตน์ที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตมาใช้เครื่องจักร การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างงานและแรงงานส่งผลให้คนเลิกทำนาไปเป็นแรงงานเมือง การเปลี่ยนระบบการค้าวัวควายเป็นแบบผ่านคนกลางทำให้การแลกเปลี่ยนผ่านกาดน้อยลง

นอกจากปัญหาเชิงปริมาณแล้ว กาตวัวควายที่หลงเหลืออยู่ไม่มากนักกำลังประสบกับการเปลี่ยนแปลงไปสู่กระแสสมัยใหม่ที่มีรูปแบบเหมือนกันโดยไร้อัตลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างสิ้นเชิง ปัจจัยเหล่านี้มีผลทำให้สถานการณ์กาตวัวควายแย่ลงเป็นอย่างมากในช่วงเวลาไม่ถึง 30 ปี จำนวนกาตวัวควายในภาคเหนือลดลงกว่าครึ่งหนึ่งและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมีหลงเหลืออยู่เพียงไม่กี่แห่ง

กาตวัวควายนั้นมีบทบาทหลักในฐานะที่เป็นพื้นที่สะท้อนวิถีชีวิตสังคมเกษตรกรรมของชนบทไทยที่กำลังถูกคุกคามด้วยบริบทของความเปลี่ยนแปลงของโลกสมัยใหม่และโลกาภิวัตน์ที่นำไปสู่วิถีการพึ่งพิงวัตถุและปัจจัยภายนอก ที่ทำให้กาตวัวควายขนาดความยั่งยืนดั้งเดิมจะเห็นได้จากการประสพภาวะขาดทุนหรือปรับเปลี่ยนจนต้องปิดกิจการไป จากสภาพปัญหานี้นำมาซึ่งคำถามว่า ควรมีการอนุรักษ์กาตวัวควายที่เหลืออยู่น้อยเต็มทีให้คงอยู่เป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่นสังคมเกษตรกรรมก่อนที่สูญหายไปหรือไม่ อัตลักษณ์ของกาตวัวควายที่มีคุณค่าอันนี้คืออะไรและเราจะส่งเสริมอัตลักษณ์นี้ให้คงอยู่ได้อย่างไร

งานวิจัยนี้เลือกศึกษากาตวัวควายทุ่งฟ้าบดเชียงใหม่ซึ่งเป็นกาตใหญ่เพียงไม่กี่แห่งที่เหลืออยู่เพื่อสำรวจองค์ประกอบกายภาพและสังคมที่สร้างอัตลักษณ์กาต และหาแนวทางอนุรักษ์อัตลักษณ์ของกาตพื้นถิ่นนี้ไว้ องค์ความรู้ที่สามารถเป็นข้อมูลที่เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้กาตวัวควายได้สร้างผลประโยชน์โดยตรงโดยการสร้างภูมิทัศน์การท่องเที่ยวที่จะนำการท่องเที่ยวสู่กาตวัวควาย นับเป็นการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมท้องถิ่นที่ยังคงอยู่ให้เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ยั่งยืนบนฐานทรัพยากรเดิมอย่างยั่งยืน อีกทั้งตัวพื้นที่ของกาตวัวควายตั้งอยู่บนถนนสายหลัก ซึ่งสามารถเพิ่มเป็นเส้นทางท่องเที่ยว เป็นศูนย์กลางและแหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจชุมชนที่สำคัญของภาคเหนือได้

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อหาอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อหาแนวทางอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและเป็นแนวทางแก่กาดนัดพื้นถิ่นอื่น ๆ

## วิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเพื่อมุ่งหาข้อมูลเชิงลึกของลักษณะทางกายภาพและสังคมที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสัมภาษณ์ (Interview) ในการเก็บข้อมูล มีการดำเนินงานตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

### 1. การออกแบบวิธีการศึกษา

การออกแบบวิธีวิจัยได้พิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการศึกษาเป็นหลัก เพื่อสร้างคำถามวิจัยจากวัตถุประสงค์

### 2. การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

#### 2.1 การเก็บข้อมูลภาคสนาม

การสำรวจพื้นที่ภายในกาดวัว ควายทุ่งฟ้าบด เพื่อค้นหาองค์ประกอบเชิงกายภาพในเรื่องการใช้พื้นที่และตัวกำหนดในการจัดวางและการใช้งานนั้นเนื่องจากกาดวัวควายทุ่งฟ้าบดเป็นกาดนัดที่เปิดเฉพาะวันเสาร์จึงเก็บข้อมูลสัปดาห์ละ 1 ครั้งต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 12 สัปดาห์

ก่อนการลงพื้นที่เพื่อทำการเก็บข้อมูลได้มีการเตรียมชุดกรอบคำถาม (Question Framework) เพื่อเป็นกรอบในการเก็บข้อมูล และการเก็บข้อมูลอย่างคุ้มค่าเวลามากที่สุด โดยการนำคำถามวิจัยมา แยกย่อยคำถามในแต่ละข้อให้ละเอียดถึงให้ได้ถึงคำถามย่อยที่นำไปสู่ข้อมูลที่ต้องการใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

#### 2.2 การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจเบื้องต้นและการเก็บข้อมูลผังบริเวณกาดวัว ควายทุ่งฟ้าบด นำมาใช้สร้างเป็นชุดคำถามในการสัมภาษณ์กับกลุ่มบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้พื้นที่ภายในกาดทุ่งฟ้าบด โดยแบ่งได้ออกเป็น 3 กลุ่มตัวอย่าง คือ 1) เจ้าของกาด 2) ผู้ค้า 3) ผู้ซื้อ ผู้ติดตามและบุคคลทั่วไป

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้ทั้งหมดจะถูกนำมาจัดหมวดหมู่เพื่อนำมาวิเคราะห์เข้ารหัสและแยกแยะเพื่อตอบคำถามวิจัยของวัตถุประสงค์ 1 ถึงองค์ประกอบทางกายภาพสังคมของภาค แล้วนำผลมาจัดกลุ่มและสร้างแนวคิดได้ผลวิเคราะห์เป็นอัตลักษณ์ของภาคตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

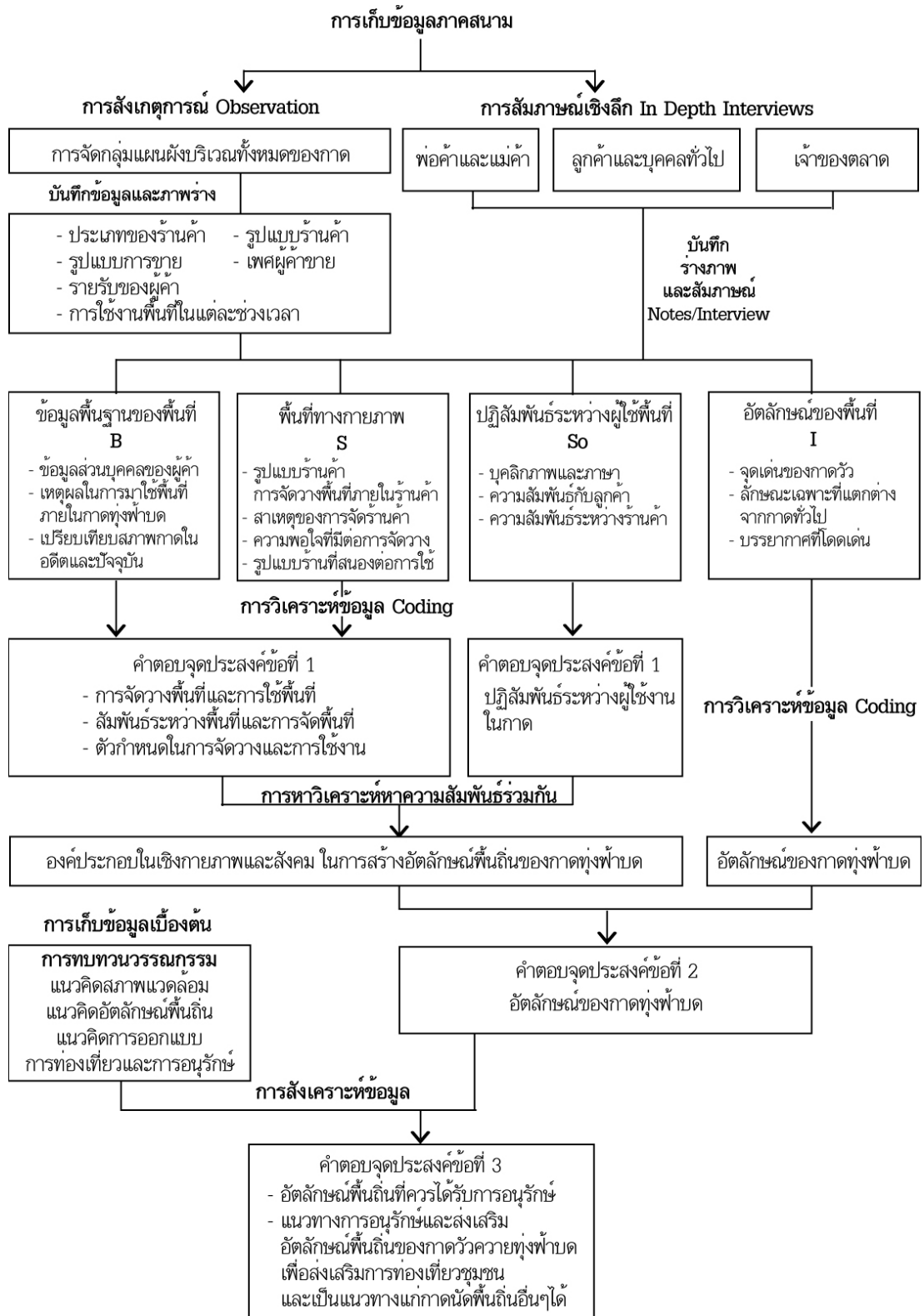
### 4. การสังเคราะห์ข้อมูล

การสังเคราะห์ข้อมูลเป็นการนำอัตลักษณ์ที่พบจากข้อ 2 มาสังเคราะห์ตามกระบวนการออกแบบสภาพแวดล้อมได้ผลเป็นเป็นแนวทางอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของภาค วัวควายทุ่งฟ้าบดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนและเป็นแนวทางแก้ภาคนัดพื้นถิ่นอื่น ๆ จากนั้นจึงนำเสนอผลสรุปและอภิปรายผลกับวรรณกรรมที่พบทวนมาก่อนหน้า

### 5. การสรุปผลวิจัย

เป็นการสอบทวนและตอบคำถามตามวัตถุประสงค์อย่างรวบยอด เสนอแนะและสรุปการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

มีกระบวนการเก็บและวิเคราะห์ผลข้อมูลสรุปได้ดังภาพที่ 1 หน้าถัดไป



ภาพที่ 1 กระบวนการวิจัย

## ผลการวิจัย

ผลวิจัยพบว่าการศึกษาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบกายภาพและสังคมนำมาซึ่งผล  
รูปธรรมของอัตลักษณ์ที่มีนัยเชิงนามธรรม เป็นองค์ความรู้สำคัญที่ทำให้ค้นพบ “คุณค่าที่ควร  
อนุรักษ์” ที่ได้กล่าวแล้ว อัตลักษณ์ของกาตวัวควายทุ่งฟ้าบด สรุปได้ดังนี้

- พื้นที่ศูนย์รวม ขนาดใหญ่ และทำเลที่ตั้งดี
- พื้นที่เปลี่ยนผ่านและเชื่อมต่อ
- ความหลากหลายของสินค้าและรูปแบบร้านค้า
- การจัดวางสภาพแวดล้อมตามวิถีพื้นถิ่นชนบท
- พื้นที่ร่วมของคนท้องถิ่นและต่างถิ่น
- ความเก่าแก่ของกาตและการสืบทอดประเพณีการซื้อขายจากรุ่นสู่รุ่น
- พื้นที่เฉพาะของกลุ่ม เพศ วัย
- ปฏิสัมพันธ์ของสังคมชนบทที่อบอุ่น ใกล้ชิด กันเอง
- การค้าวัวควาย และสินค้าเฉพาะ ที่มีช่วงเวลาเปิดทั้งช่วงเช้า
- การเป็นพื้นที่ทางสังคมสำหรับกิจกรรมตามเทศกาลและประเพณีท้องถิ่น

แนวทางส่งเสริมและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมกาตวัวควาย ประกอบด้วย

- การพัฒนาพื้นที่ศูนย์กลางของชุมชน
- การปรับปรุงพื้นที่เชื่อมต่อให้เป็นพื้นที่สาธารณะทางสังคม
- การจัดการความหลากหลาย
- การจัดวางพื้นที่ตามสภาพแวดล้อมและการใช้งานตามแนวคิดพื้นถิ่น
- การส่งเสริมพื้นที่ร่วมของคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว
- การส่งเสริมประวัติศาสตร์ของพื้นที่และการสืบทอดประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น
- การสร้างพื้นที่เฉพาะ
- การส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ที่อบอุ่น ฉันทัญยาติมิตรแบบสังคมชนบท
- การส่งเสริมพื้นที่ค้าวัวควายให้เป็นแหล่งเรียนรู้
- การเพิ่มความคุ้มค่าของพื้นที่โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมสังคม วัฒนธรรม ประเพณี  
ในวันที่ไม่มีกาต



ผลวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์กาดทุ่งฟ้าบด ตลอดจนสำหรับกาดนัดพื้นถิ่นอื่น ๆ ทั้งการนำไปใช้ตามบริบท การนำแนวทางวิจัยไปใช้ศึกษา และการนำผลไปวางนโยบายและพัฒนาพื้นที่ให้เกิดประโยชน์ที่เป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ วิธีวิจัยที่ใช้ได้สะท้อนแนวทางการผสมวิธีวิจัยของสาขาสถาปัตยกรรมและสาขาสังคมศาสตร์ เป็นงานวิจัยเชิงกายภาพและสังคมของบริบทเศรษฐกิจของกาดวัวควายที่ยังไม่มีการศึกษาในแนวทางนี้มาก่อน สามารถใช้ได้ทั้งในศาสตร์การสาขาสถาปัตยกรรม การออกแบบสภาพแวดล้อม และสังคมศาสตร์

### ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

---

- ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดวัวควาย ในมิติเชิงกายภาพและสังคม
- ได้องค์ความรู้ในการพัฒนาตลาดพื้นถิ่นชนบทให้ดำรงอยู่เป็นอัตลักษณ์และศูนย์กลางชุมชน
- ได้แนวทางการส่งเสริมและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมพื้นถิ่นทั้งของกาดวัวควาย กาดนัดและกาดชนบท

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

---

- ส่งเสริมการพัฒนาตลาดพื้นถิ่นชนบทให้ดำรงอยู่ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงเพื่อเป็นแหล่งศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมของชุมชน
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างความเข้มแข็งและพึ่งตนเองของชุมชนชนบทอย่างยั่งยืน

## บทคัดย่อ

**รหัสโครงการ :** TRI/UTLGM-52003  
**ชื่อโครงการ :** การส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดวัวควาย หุ่นฟ้าบด เชียงใหม่  
 เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน  
**ชื่อนักวิจัย :** ระวีวรรณ โอฬารรัตน์มณี, แผ่นดิน อุณจะนำ  
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
**E-mail Address :** rawiwan@mail.arc.cmu.ac.th, earthy\_017@hotmail.com  
**ระยะเวลาโครงการ :** 1 สิงหาคม 2552 ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม 2553

กาดวัวควายเป็นกาดชุมชนที่พบเห็นได้ในชนบทไทยเป็นพื้นที่ศูนย์กลางขนาดใหญ่และสำคัญในการค้าขายวัวควายและสินค้าอุปโภคบริโภคในระบบเศรษฐกิจสังคมชนบทเกษตรกรรม แต่ปัจจุบันกาดวัวควายประสบภาวะการเปลี่ยนแปลงตามเวลาและกระแสทำให้ลดจำนวนลงอย่างมากและสูญเสียอัตลักษณ์เฉพาะของกาดท้องถิ่นที่เคยมีในอดีต

งานวิจัยนี้ศึกษากาดวัวควายหุ่นฟ้าบด อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ในประเด็นความสัมพันธ์เชิงกายภาพสังคม มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาลักษณะประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในกาดวัวควายที่มีส่วนสร้างอัตลักษณ์พื้นถิ่นที่ทำให้กาดดำรงอยู่ได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมและอนุรักษ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและเป็นแนวทางแก่กาดนัดพื้นถิ่นอื่น การศึกษาใช้กรอบของพหุทฤษฎีของแนวคิดเรื่องสภาพแวดล้อมและอัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อหาอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดและใช้กรอบแนวคิดของการออกแบบสภาพแวดล้อม การท่องเที่ยวชุมชนและการอนุรักษ์เพื่อหาแนวทางอนุรักษ์และส่งเสริมสภาพแวดล้อมกาดเพื่อการดำรงอยู่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน วิจัยใช้การสำรวจเชิงคุณภาพสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ใช้พื้นที่ประกอบด้วยเจ้าของกาด ผู้ค้าและผู้ซื้อในประเด็นของสภาพกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมที่สร้างลักษณะเฉพาะแก่กาด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรมภายในกาดวัวควายหุ่นฟ้าบดมีส่วนสำคัญในการก่อให้เกิดอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดอัตลักษณ์ของพื้นที่ทางกายภาพที่พบ ได้แก่ ความเป็นพื้นที่ศูนย์กลางขนาดใหญ่ในทำเลที่ตั้งดี การมีพื้นที่เปลี่ยนผ่านและเชื่อมต่อที่ไม่มีระบบระเบียบชัดเจนแต่ตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้ ความหลากหลายของสินค้าร้านค้าและการจัดวางสภาพแวดล้อมตามวิถีพื้นถิ่นชนบท ส่วนอัตลักษณ์ทางสังคม ได้แก่ ประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ของกาดและการสืบทอดประเพณีการ

ซื้อขายจากฐานผู้รู้ ช่วงเวลาค้าขายยาวตลอดเข้ามิดถึงบ้าย การมีพื้นที่ร่วมกันของคนท้องถิ่นและต่างถิ่น ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของคนชนบทที่อบอุ่น ใกล้ชิดและกันเองฉันท์ญาติมิตร และการกำหนดหมายพื้นที่ตามกลุ่มคน เพศ วัย การเป็นพื้นที่กิจกรรมตามเทศกาลและประเพณีท้องถิ่นที่หมุนเวียนตลอดปี อัตลักษณ์เหล่านี้ทำให้งาดวัวควายทุ่งฟ้าบดเป็นภาคนัดอเนกประสงค์ที่สำคัญของชุมชนโดยเป็นทั้งพื้นที่เศรษฐกิจชุมชนแก่เมืองและชนบท เป็นพื้นที่ทางสังคมที่ทำให้คนท้องถิ่นได้ใช้เวลาในท้องถิ่นและสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนโดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวต่างถิ่นที่แสวงหาสังคมชนบทที่อบอุ่นเอื้ออาทรได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวชุมชนที่ยังคงมีชีวิตโดยไม่มีการจัดฉากหรือสร้างใหม่

ผลของการสังเคราะห์อัตลักษณ์พื้นถิ่นทำให้ได้แนวทางการส่งเสริมและอนุรักษ์ภาควัวควายเพื่อรักษาอัตลักษณ์เดิมให้คงอยู่และเสริมสร้างให้เข้มแข็งยั่งยืน ประกอบด้วยการจัดวางพื้นที่ศูนย์รวมชุมชนภายในภาคที่ชัดเจนและตอบสนองการใช้งานมากขึ้น การส่งเสริมสถาปัตยกรรมและสภาพแวดล้อมให้ได้บรรยากาศพื้นถิ่น การเพิ่มพื้นที่เชื่อมต่อเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การจัดการและรักษาความหลากหลายของสินค้าและรูปแบบร้านค้า การสร้างที่ว่างปิดล้อมแบบไม่จงใจเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ที่อบอุ่นกันเองและใกล้ชิด การใช้วัสดุธรรมชาติและการก่อสร้างพื้นดินอิงบริบทธรรมชาติ การประชาสัมพันธ์ปลูกจิตสำนึกความภาคภูมิใจในเรื่องราวและประวัติศาสตร์ของภาคชุมชนเพื่อการธำรงรักษาภาควัวควาย

งานวิจัยนี้ให้ทั้งองค์ความรู้ แนวทางและนโยบายในการธำรงรักษาอัตลักษณ์ที่สร้างคุณค่าแก่ภาควัวควายและภาคชุมชนที่มุ่งหาแนวทางรักษาอัตลักษณ์พื้นถิ่นของตนเองท่ามกลางกาลเวลาและความเปลี่ยนแปลง

**คำหลัก :** อัตลักษณ์พื้นถิ่น, ภาควัวควาย, ภาควัวควาย, 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 :** rawiwan@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 re-arranging 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	ก
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ญ
สารบัญ	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	7
แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์	7
สรุป	8
<b>บทที่ 2 วรรณกรรม งานวิจัย แนวคิดและทฤษฎี</b>	
การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดและทฤษฎี	17
สรุป	33
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)</b>	
การออกแบบงานวิจัย	34
การเก็บข้อมูล	37
การวิเคราะห์ข้อมูล	44
การสังเคราะห์ข้อมูล	46
สรุป	47

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา และการอภิปรายผล</b>	
สรุปข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง	49
ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์	53
บทสรุปวัตถุประสงค์ข้อ 1	89
บทสรุปวัตถุประสงค์ข้อ 2	98
บทสรุปวัตถุประสงค์ข้อ 3	112
การอภิปรายผล	115
<b>บทที่ 5 บทสรุป</b>	
สรุปผลวิจัย	118
ข้อเสนอแนะ	123
สรุป	124
<b>บรรณานุกรม</b>	126
<b>ภาคผนวก</b>	
ภาคผนวก ก. บทความการวิจัยและการตีพิมพ์	130
ภาคผนวก ข. การนำเสนอผลงาน Poster	140
ภาคผนวก ค. แบบสัมภาษณ์	142
ภาคผนวก ง. ตารางการวิเคราะห์ข้อมูล	145
ภาคผนวก จ. ใบรับรองการจบการศึกษา	163
ภาคผนวก ฉ. ประวัติคณะผู้วิจัย	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	กระบวนการสร้างผังบริเวณของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด	38
3-5	ภาพถ่ายทางอากาศของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด	39
3-6	ภาพร่างผังบริเวณจากการเดินสำรวจของผู้วิจัย	39
3-7	ผังบริเวณของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบดที่เขียนด้วยโปรแกรม Autocad	39
3-8	การจำแนกข้อมูลสำรวจพื้นที่ในผังบริเวณกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด	40
3-9	ผังบริเวณประเภทของร้านค้า	40
3-10	ผังบริเวณรูปแบบร้านค้า	41
3-11	ผังบริเวณรูปแบบการขาย	41
3-12	ผังบริเวณการงานพื้นที่ใช้แต่ละช่วงเวลา	41
3-13	ผังบริเวณเพศผู้ค้า	42
3-14	ชุดคำถามสัมภาษณ์เจ้าของกาด	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)		
ภาพ		หน้า
4-2	ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อและคนเดิน	51
4-3	ความต้องการในการมากาตั่วควายของผู้ซื้อและคนเดิน	52
4-4	แผนที่ตั้งของกาตั่วควายทุ่งฟ้าบด	53
4-5	การเข้าถึงกาตั่วควายทุ่งฟ้าบด	54
4-6	แผนผังช่วงเริ่มก่อตั้งกาตั่ว ควายทุ่งฟ้าบด	55
4-7	แผนผังช่วงการขยายพื้นที่ของกาตั่ว ควายทุ่งฟ้าบด	55
4-8	แผนผังช่วงกาตั่วควายทุ่งฟ้าบดในปัจจุบัน	56
4-9	แผนผังกลุ่มร้านค้าภายในกาตั่วควายทุ่งฟ้าบด	56
4-10	พื้นที่ร้านค้าบริเวณด้านหน้าของกาตั่วทุ่งฟ้าบด	57
4-11	พื้นที่ร้านค้าทั่วไปภายในกาตั่วทุ่งฟ้าบด	57
4-12	พื้นที่ร้านค้าสินค้าเฉพาะ ภายในกาตั่วทุ่งฟ้าบด	58
4-13	พื้นที่ร้านอาหารพื้นเมืองภายในกาตั่วทุ่งฟ้าบด	58
4-14	พื้นที่ลานโล่ง (พื้นที่ค้าวัว ควาย และไก่) ภายในกาตั่ว	58
4-15	พื้นที่อาคารถาวร ภายในกาตั่วทุ่งฟ้าบด	59
4-16	ผังการแบ่งพื้นที่ทางกายภาพของกาตั่วควายทุ่งฟ้าบด	59
4-17	ผังการกำหนดตำแหน่งบันทึกภาพและการแบ่งพื้นที่ตามยาว	61
4-18	การวิเคราะห์ภาพถ่ายเปรียบเทียบการใช้พื้นที่ในช่วงเวลา 4.30-8.00 น.	62
4-19	แผนภูมิสรุปการจัดวางและใช้พื้นที่ภายในกาตั่ว	63
4-20	รูปแบบร้านค้าภายในกาตั่ว ควายทุ่งฟ้าบด	66
4-21	รูปแบบร้านค้าถาวร	66
4-22	รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร	67
4-23	รูปแบบร้านค้าชั่วคราว	67
4-24	รูปแบบค่านพื้นที่ลานโล่ง	68
4-25	สรุปรูปแบบร้านค้าภายในกาตั่ว	69
4-26	ร้านค้านั่งขายสินค้าบนพื้นแบบแบกะดิน	71
4-27	การวิเคราะห์พื้นที่ในร้านนั่งขายสินค้าบนพื้น	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	วิเคราะห์พื้นที่ร้านค้าตั้งแผนยืนขายสินค้า	79
4-34	การยืนขายใกล้สัตว์เลี้ยง	80
4-35	เปรียบเทียบการจัดวางชุดที่ 1	81
4-36	เปรียบเทียบการจัดวางชุดที่ 2	82
4-37	เปรียบเทียบการจัดวางชุดที่ 3	83
4-38	สรุปการจัดพื้นที่ภายในร้านค้า	83
4-39	แผนผังรูปแบบการจัดร้านค้าในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด	83
4-40	ลักษณะปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและลูกค้า	84
4-41	ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและลูกค้าในพื้นที่กายภาพ	85
4-42	ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับผู้ค้า	86
4-43	แผนผังการครอบครองพื้นที่ตามเพศของผู้ค้า	87
4-44	ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพกับสังคม	91
4-45	สรุปอัตลักษณ์ของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง	96
4-47	อัตลักษณ์ของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 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	แนวความคิดในการออกแบบความรู้สึกลบชุ่น	108
4-56	แนวความคิดในการออกแบบความรุ่มร้อนและเย็นสบาย	108
4-57	ทัศนียภาพแสดงการออกแบบให้เกิดความรุ่มร้อน	109
4-58	แนวความคิดในการออกแบบให้คนใช้พื้นที่เป็นจำนวนมาก	109
4-59	แนวความคิดในการออกแบบส่งเสริมความเก่าแก่	110
4-60	สรุปผลแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์เพื่อการอนุรักษ์กาดวัวควาย	113
4-61	ความสัมพันธ์เชิงภาพภาพ เศรษฐกิจและสังคมที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์	117

## บทที่ 1 บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

#### 1.1.1 ตลาดชนบทกับวิถีสังคมเกษตรกรรมของคนไทย

ตลาดนับเป็นหนึ่งในสถานที่สำคัญของชุมชนชนบทมาแต่โบราณ โดยมีหน้าที่เป็นย่านกลางเพื่อการแลกเปลี่ยนสินค้าบริโภคและอุปโภค เป็นที่พบปะสังสรรค์เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้และความคิดและสานสัมพันธ์ของคนในชุมชน ตลาดจึงเป็นสถานที่ที่สะท้อนให้เห็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของชุมชนและเป็นพื้นที่สาธารณะที่เชื่อมโยงสังคมชนบทเข้าด้วยกัน

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

ในการศึกษาเกี่ยวกับตลาดมีประเด็นประวัติศาสตร์ร่วมกันที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ตลาดในอดีตนั้นจะเริ่มจากการพบปะกันเองของคนในชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนซื้อขายของที่ตนผลิตขึ้นในวันที่กำหนดหรือนัดหมายกันเท่านั้น ซึ่งประเด็นนี้ในวรรณกรรมหลายฉบับยังกล่าวสรุปด้วยว่า รากเหง้าของตลาดนั้นเริ่มมาจากการนัดหมายวันมาค้าขายกันในลักษณะของตลาดนัด ดังนั้น ประเด็นตลาดนัดจึงนับว่ามีความสำคัญในเชิงประวัติศาสตร์ (เกียรติ จิระกุล, 2549 ; สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2549 ; สันติ เสวตวิมล, 2544)

ในภาคเหนือของไทย คนทางเหนือจะเรียกตลาดว่า “กาด” มีความหมายเหมือนกับตลาด คำว่า “กาด” มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ปรากฏในล้านนาเหมือนในสุโขทัย ในตำนานพื้นเมืองเชียงใหม่กล่าวถึงพระเจ้ามังรายได้ไปแคว (เที่ยว) กาดเวียงกุมกาม (ไกรศรี นิมมานเหมินทร์, 2552) ประวัติศาสตร์ของกาดภาคเหนือเริ่มมาจากตลาดนัดเช่นเดียวกัน โดยเรียกกันติดปากเป็นภาษาถิ่นว่า “กาดนัด” ความเป็นกาดนัดนี้สืบทอดทางภาษาของล้านนาและเป็นเครื่องยืนยันที่มา รากเหง้าของกาดภาคเหนือว่ามาจากกาดนัดได้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จากชื่อกาดที่มักบ่งบอกเวลานัดหมาย เช่น กาดเป็งหมายถึงกาดในวันพระจันทร์เต็มดวง กาดปู้ด หมายถึง กาดวันพุธ กาดเป็งปู้ด หมายถึง กาดวันพุธที่พระจันทร์เต็มดวง ตลอดจนบ่งบอกเวลานัดหมายในรอบวัน เช่น กาดเจ้าเปิดตอนเช้า กาดแลงเปิดตอนเย็น กาดหมั่วเปิดตอนเช้ามืด เป็นต้น

### 1.1.2 กาดวัวควาย

ในประเภทของกาดนัดที่มีอยู่หลากหลายนั้น กาดวัวควายนับเป็นกาดท้องถิ่นที่พบได้ทั่วไปในชนบทโดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ (ฐิติทธิ ฐาติ, 2538) และเป็นกาดรูปแบบเดียวที่ยังคงความดั้งเดิมของความเป็นกาดท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ความหลากหลายของบริบทของกาดตามวิถีสังคมชาวนาที่มีการค้าขายแลกเปลี่ยนวัวควายเป็นกลไกหลักประกอบการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าด้านการเกษตร คนชนบท โดยเฉพาะในภาคเหนือนั้นถือว่าวัวควายเป็นปัจจัยหลักทั้งเพื่อการผลิต การเดินทางขนส่งและการบริโภค แม้เริ่มมีเพียงการค้าวัวควายและสินค้าเกษตรแต่ภายหลังกาดวัวควายมีการขยายตัวทั้งทางกายภาพและเศรษฐกิจดังเห็นได้จากการมีร้านค้าสินค้ามาค้าขายในบริเวณกาด ก่อให้กาดเพิ่มมากขึ้นจนพัฒนามาเป็น “กาดนัดวัวควาย” ที่ประกอบไปด้วยพื้นที่ค้าวัว ควาย และร้านค้าสินค้าต่าง ๆ ทั้ง อาหาร แห้ง สด เสื้อผ้า จักรยานยนต์ และอื่น ๆ

รายงานการศึกษาหลายฉบับชี้ประเด็นว่าการมีกาดวัวควายในชุมชนใดถือว่ามีประโยชน์โดยตรงต่อชุมชนนั้น กล่าวคือ กาดวัวควายทำให้ชุมชนกลายเป็นแหล่งการค้าสำคัญที่ได้รับการพัฒนาทุกด้านตามมาเพราะกลายเป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตกับผู้บริโภคและเป็นที่หมุนเวียนรายได้ระหว่างเกษตรกรโดยไม่ผ่านคนกลาง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2531) นอกจากนี้ ประโยชน์ทางอ้อมของกาดวัวควายยังมาจากความหลากหลายของกิจกรรมและผู้เข้ามาใช้พื้นที่ที่ส่งผลให้กาดวัวควายเป็นพื้นที่ทางสังคมที่สำคัญกว่ากาดประเภทอื่น ดังจะเห็นได้ว่ากาดวัวควายเป็นที่นิยมของคนจำนวนมากจากทุกเพศทุกวัยที่มาพบปะกันไม่เฉพาะเพื่อค้าขายแต่เพื่อทำกิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรมร่วมกันทั้งการชนไก่ การละเล่นพื้นบ้าน และกิจกรรมรื่นเริงสังสรรค์ตามประเพณี เช่น งานปอย งานปีใหม่ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สามารถเสริมสร้างความเข้มแข็งทางสังคม วัฒนธรรม คุณภาพชีวิตและสุขอนามัยของคนชนบท

ประวัติศาสตร์ของกาดวัวควายแสดงให้เห็นความสำคัญในฐานะเป็นรากเหง้าของกาดในสังคมชาวนา สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2531) สรุปว่าความตื่นตัวของการจัดตั้งกาดวัวควายมีมาตั้งแต่ พ.ศ. 2525 ซึ่งเป็นช่วงที่ประเทศไทยเริ่มนำเข้าวัวควายจากประเทศเพื่อนบ้านและมีการส่งเสริมการเลี้ยงและค้าวัวควายอย่างกว้างขวาง ตามสถิติในช่วงเวลาดังกล่าวพบว่า ทั้งประเทศมีตลาดนัดวัวควายอยู่ถึง 112 แห่ง แบ่งเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 81 แห่ง ภาคเหนือ 24 แห่ง ภาคกลาง 5 แห่ง และภาคใต้ 2 แห่ง นับได้ว่าภาคเหนือเป็นแหล่งค้าวัวควายสำคัญของประเทศรองจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กาดวัวควายมีบทบาทสำคัญทั้งต่อเมืองและชนบท เพราะเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างเกษตรกรในชนบทกับผู้บริโภคในเมือง การแลกเปลี่ยนระหว่างกันนี้เป็นกลไกเศรษฐกิจที่ทำให้ชนบทและเมืองอยู่ร่วมกันได้อย่างเกื้อกูลเพราะเกษตรกรมีรายได้เสริมตลอดปีส่วนผู้บริโภคในเมืองได้รับสินค้าเกษตรที่จำเป็นต่อการบริโภค การค้าขายวัวควายแต่ละครั้งจึงมีผลกำไรแบ่งปันกันอย่างทั่วถึง ตั้งแต่ชาวนาผู้เลี้ยง พ่อค้าส่ง โรงฆ่าสัตว์ไปจนถึงคนรับจ้างเลี้ยงวัวควาย เฉพาะมูลค่าการค้าในกาดวัวควายในภาคเหนือสร้างกำไรเฉลี่ยต่อกาดต่อครั้งประมาณ 5-8 ล้านบาท ดังนั้น กาดวัวควายจึงนับว่าเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจส่วนหนึ่งที่ทำให้ชุมชนเกษตรกรรมและเมืองดำรงอยู่ร่วมกันได้ (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538)

แม้กาดวัวควายมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมเกษตรกรรม แต่จำนวนกาดนัดวัวควายในภาคเหนือลดลงอย่างมากในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมาเนื่องจากปัจจัยหลายประการ ทั้งจากกระแสสมัยใหม่และโลกาภิวัตน์ที่มีผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตมาใช้เครื่องจักร การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างงานและแรงงานส่งผลให้คนเลิกทำนาไปเป็นแรงงานเมือง การเปลี่ยนระบบการค้าวัวควายเป็นแบบผ่านคนกลางทำให้การแลกเปลี่ยนตรงผ่านกาดวัวควายลดน้อยลง นอกจากนี้ปัญหาเชิงปริมาณแล้ว กาดวัวควายที่มีหลงเหลืออยู่ไม่มากนักกำลังประสบกับการเปลี่ยนแปลงไปสู่กระแสสมัยใหม่ ทำให้มีรูปแบบเหมือนกันโดยไร้อัตลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นที่เคยมีในอดีตอย่างสิ้นเชิง ปัจจัยเหล่านี้มีผลให้สถานการณ์กาดวัวควายแยลงตามลำดับ ในเวลาไม่ถึง 30 ปี จำนวนกาดวัวควายในภาคเหนือลดลงกว่าครึ่งหนึ่งและที่มีอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมีหลงเหลืออยู่เพียงไม่กี่แห่ง จากการสำรวจตำแหน่งที่ตั้งและการกระจายตัวพบว่ากาดวัวควายที่มีเหลืออยู่จะเป็นกาดใหญ่ที่กระจายอยู่ในจังหวัดใหญ่โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน โดยพบเพียง 4 แห่ง คือ กาดเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน กาดทุ่งฟ้าบด จังหวัดเชียงใหม่ กาดแม่ย้อย จังหวัดเชียงใหม่ และกาดบ้านต้นดู่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยกาดที่มีประวัติการก่อตั้งยาวนาน มีการขยายตัวของพื้นที่และจำนวนร้านค้าอย่างต่อเนื่องและนับได้ว่าเป็นกาดวัวควายใหญ่ที่สุดของจังหวัดเชียงใหม่ที่ยังคงรักษาลักษณะกายภาพแบบดั้งเดิม คือ กาดทุ่งฟ้าบด อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ (วชิรา เครือคำอ้าย, 2543)

ประเด็นกาดวัวควายนับมีหลากหลายแต่ที่ควรพิจารณาเร่งด่วนคือการอนุรักษ์อัตลักษณ์สภาพแวดล้อมพื้นที่ของกาดวัวควายที่ยังคงเหลืออยู่ให้เป็นมรดกทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนและของชาติ แม้ว่าประเด็นอนุรักษ์อัตลักษณ์พื้นที่นี้ได้ถูกบรรจุไว้เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ด้านสังคมและวัฒนธรรมของชาติแต่ผลวิจัยที่เป็นรูปธรรมที่นำมาสู่การพัฒนาที่เหมาะสมและยั่งยืนยังมีไม่มากพอที่จะยืนยัน สะท้อนสภาพปัญหาที่แท้จริงและเสนอแนวทางพัฒนาที่ถูกทางได้

(ระวีวรรณ โอฬารรัตน์มณี, 2552) กาดวัวควายนั้นมีบทบาทหลักในฐานะที่เป็นพื้นที่สะท้อนวิถีชีวิตสังคมเกษตรกรรมของชนบทไทย แต่สถานการณ์ปัจจุบันกำลังถูกคุกคามด้วยบริบทของความเปลี่ยนแปลงของโลกสมัยใหม่และโลกาภิวัตน์ที่นำไปสู่วิถีการพึ่งพิงวัตถุและปัจจัยภายนอก ทำให้กาดวัวควายขาดความยั่งยืนดังจะเห็นได้จากการประสพภาวะขาดทุนจนต้องปรับเปลี่ยนหรือปิดกิจการไปดังที่กล่าวแล้ว สภาพปัญหานี้นำมาซึ่งคำถามว่า ควรมีการอนุรักษ์กาดวัวควายที่เหลืออยู่น้อยเต็มทีให้คงอยู่เป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่นสังคมเกษตรกรรมก่อนที่จะสูญหายไปหรือไม่ อัตลักษณ์ของกาดวัวควายที่มีคุณค่านั้นคืออะไรและเราจะส่งเสริมอัตลักษณ์นี้ให้คงอยู่ได้อย่างไร

การศึกษาในประเด็นอัตลักษณ์พื้นถิ่นนี้นับเป็นประเด็นเร่งด่วนทางสังคมวัฒนธรรมแต่ได้รับความสนใจและผลักดันไม่มากนักจากทุกภาคส่วนเพราะผลกระทบนั้นอาจไม่รุนแรงและเฉียบพลัน แต่การปล่อยให้สภาพแวดล้อมพื้นถิ่นสูญหายไปแล้วจึงค่อยย้อนมาอนุรักษ์นั้นเป็นบทเรียนที่เกิดซ้ำแล้วซ้ำเล่า นำมาซึ่งการบิดเบือน จัดฉาก สร้างภาพทางวัฒนธรรมขึ้นใหม่เพื่อหวงหวาดิตโดยขาดจิตวิญญาณ ดังนั้น การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ของกาดวัวควายนั้น จึงเป็นเรื่องที่ควรทำในเวลาที่ยังคงมีอยู่ปัจจุบัน ไม่เพียงเพื่อรักษากาดวัวควายเท่านั้น แต่เพื่อเป็นแนวทางอนุรักษ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นกาดชนบทประเภทอื่นด้วย

### 1.1.3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกาดวัวควาย

การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดวัวควายสามารถส่งเสริมความสำคัญของบริบทกาดวัวควายให้เกิดขึ้นได้หลากหลายทั้งทางกายภาพ สังคมและเศรษฐกิจ โดยในทางกายภาพ การศึกษานี้จะชี้ถึงแนวทางการอนุรักษ์คุณลักษณะความเป็นกาดพื้นถิ่นให้คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของกาดชนบทเกษตรกรรมให้สามารถปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยได้โดยไม่ได้เปลี่ยนแปลงจนสิ้นอัตลักษณ์โดยสิ้นเชิง ในทางสังคม ความเข้าใจรูปแบบปฏิสัมพันธ์ที่ดำรงอยู่ภายในกาดจะสะท้อนภาพวิถีชีวิตชนบทไทยที่มีการเกื้อหนุนดูแลกันและการสร้างเสริมกิจกรรมร่วมกันที่หายากขึ้นในสังคมปัจจุบันและควรได้รับการรักษาไว้ ทางด้านเศรษฐกิจแนวทางการรักษาอัตลักษณ์จะทำให้กาดวัวควายเป็นศูนย์กลางการค้าขายแลกเปลี่ยนท่องเที่ยวชุมชนที่ช่วยหมุนเวียนเงินของผู้คนในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงให้สามารถเลี้ยงชีพครอบครัวตามวิถีชนบท

กาดวัวควายทุ่งฟ้าบด จังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่ศึกษาถึงการอนุรักษ์รูปแบบกาดพื้นถิ่นไว้ได้โดยผู้ประกอบการที่มีผลโดยตรงต่อการรักษาภูมิทัศน์ล้านนาที่สามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเป็นแนวทางให้กาดวัวควายที่มีเหลืออยู่จำนวนไม่มากในภาคเหนือให้ตระหนักถึงการรักษาอัตลักษณ์ของกาดวัวควายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ที่มาใช้พื้นที่ทั้งในชุมชนและบริเวณใกล้เคียง พื้นที่ของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบดนั้นตั้งอยู่บนทางหลวงจังหวัด

สายเชียงใหม่-ฮอด มีศักยภาพในการเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญที่สามารถกระจายนักท่องเที่ยวจากเมืองสู่ชนเมืองได้

การพัฒนาและส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นที่เป็นแนวทางในการส่งเสริมการตลาดวัวควายให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนพื้นที่คองซึ่งอัตลักษณ์ให้ดำรงอยู่ต่อไปเพื่อการอนุรักษ์ภาคเองเป็นกรณีศึกษาแก่ภาคอื่นที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนด้วย

#### 1.1.4 ช่องว่างในการศึกษา

การศึกษาเรื่องตลาดเท่าที่พบนั้นมีอยู่พอสมควรโดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ พื้นที่การค้าและตลาดเฉพาะอย่างเฉพาะประเภท แต่มิงานวิจัยเพียงไม่กี่เรื่อง ที่เลือกการตลาดวัวควายเป็นกรณีศึกษาประกอบด้วย ระบบการจัดการค้าขายในตลาด (วชิรา เครือคำอ้าย, 2543) ตลาดและการเปลี่ยนแปลงของสังคมชาวนา (ฐลสิทธิ์ ชูชาติ, 2538) และรายงานการสำรวจตลาดวัวควาย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2531) โดยยังไม่มีมีการวิจัยใดศึกษาในเชิงอัตลักษณ์สภาพแวดล้อมพื้นที่ทำให้เกิดอัตลักษณ์ทางสังคมวัฒนธรรมชนบทอันเป็นรากเหง้าของสังคมไทยในเชิงลึกให้เกิดความรู้ความเข้าใจในบริบทที่แท้จริงและหาคุณค่าที่ควรอนุรักษ์ไว้

การศึกษาเรื่องอัตลักษณ์พื้นที่ของกาดวัวควาย ห่งฟ้าบด จังหวัดเชียงใหม่จึงมุ่งศึกษาในประเด็นและแนวทางที่ยังไม่มีผู้วิจัย คือ อัตลักษณ์ของสภาพแวดล้อมพื้นที่ของตลาดชนบทที่มีการค้าวัวควาย โดยมองมิติทางกายภาพและสังคมผ่านองค์ประกอบการจัดวางและใช้งานในพื้นที่กาดเพื่อหาคำตอบว่า กาดวัวควายห่งฟ้าบดมีลักษณะอย่างไร มีการก่อรูปความสัมพันธ์ทางกายภาพ-สังคมอย่างไร การก่อรูปและความสัมพันธ์นี้มีส่วนในการสร้างอัตลักษณ์สภาพแวดล้อมของกาดวัวควายอย่างไร และจะสามารถนำเอาผลวิเคราะห์ด้านความสัมพันธ์เชิงกายภาพ-สังคมมาสังเคราะห์เป็นแนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมกาดให้มีอัตลักษณ์ได้อย่างไร

การศึกษานี้เลือกใช้กาดห่งฟ้าบด จังหวัดเชียงใหม่เป็นโจทย์ในการวิจัย ด้วยศักยภาพที่ได้กล่าวมาแล้ว ในเรื่องการค้าอยู่ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงและการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญกาดห่งฟ้าบดยังมีประเด็นร่วมกับการวิจัยกล่าวคือเจ้าของกาดมีความต้องการอนุรักษ์รูปแบบกาดพื้นที่ไว้ให้ได้มากที่สุดโดยยังคงมีการปรับตัวตามความต้องการ ณ ปัจจุบัน ผลการวิจัยในเรื่องของอัตลักษณ์พื้นที่ของกาดจึงช่วยตอบโจทย์ของผู้ประกอบการและชุมชนในเรื่องแนวทางการอนุรักษ์ควบคู่กับการพัฒนาพื้นที่ องค์ความรู้ที่สามารถขยายความเป็นแนวทางในการเสริมสร้างอัตลักษณ์สภาพแวดล้อมพื้นที่ของตลาดชนบทพื้นที่อื่นๆ ให้สามารถดำรงอยู่และพัฒนากลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนสำหรับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวได้



## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการและคำถามวิจัย

- 1) เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในกาดวัวควาย
  - การจัดวางพื้นที่และการใช้พื้นที่กาดเป็นอย่างไร มีอะไรเป็นตัวกำหนด
  - ลักษณะของร้านค้าส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อหรือไม่ อย่างไร
- 2) เพื่อหาอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด
  - อัตลักษณ์ของกาดทุ่งฟ้าบดที่พบจากองค์ประกอบกายภาพและสังคมภายในกาดวัวควายมีส่วนสร้างอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดทุ่งฟ้าบดคืออะไร
- 3) เพื่อหาแนวทางอนุรักษ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด
  - สามารถส่งเสริมอัตลักษณ์เพื่อเป็นแนวทางการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และเป็นแนวทางแก้กาดนัดพื้นถิ่นอื่นๆ ได้อย่างไร

## 1.3 นิยามศัพท์เฉพาะ

กาดวัวควาย หมายถึง ตลาดค้าขายวัวควายเป็นหลักโดยอาจมีการค้าขายสินค้าอย่างอื่นประกอบ มักมีรูปแบบตลาดนัดในวันที่กำหนด

อัตลักษณ์ หมายถึง คุณสมบัติเฉพาะตัวที่ทำให้สิ่งหนึ่งโดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่นจนเกิดเป็นความเฉพาะตัว

การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการบนฐานความคิดที่ชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการใช้ชุมชนเป็นปัจจัยหรือต้นทุนการท่องเที่ยวที่เหมาะสมเพื่อประโยชน์แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตการวิจัยเป็นการมุ่งหาข้อมูลเชิงลึกของลักษณะทางกายภาพและสังคมของกาดวัวควาย ทุ่งฟ้าบด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การใช้การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) เป็นหลักในการเก็บข้อมูล มีขอบเขตกายภาพของการเก็บข้อมูลในพื้นที่ 150 ไร่ของกาดทุ่งฟ้าบด เชียงใหม่ และขอบเขตการสัมภาษณ์กับพ่อค้าแม่ค้าและบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการโดยใช้การเก็บข้อมูลต่อเนื่องจนกว่าข้อมูลจะนิ่งและอิ่มตัว (Saturation) โดยกำหนดกรอบให้ครอบคลุมเพศ วัย และระยะเวลาในการเข้ามาใช้กาดนัด

ขอบเขตของข้อมูลเอกสาร ทำการศึกษาเอกสารวรรณกรรมเกี่ยวกับกาต้วควายในประเทศไทย ในเชิงประวัติศาสตร์ พัฒนาการ สถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต รวมถึงข้อมูลพื้นฐานเรื่องตลาด สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น แนวคิดการออกแบบสภาพแวดล้อม และข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ศึกษา

### 1.5 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.5.1 ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาต้วควาย ในมิติเชิงกายภาพและสังคม
- 1.5.2 ได้องค์ความรู้ในการพัฒนาตลาดพื้นถิ่นชนบทให้ดำรงอยู่เป็นอัตลักษณ์และศูนย์กลางของชุมชน
- 1.5.3 ได้แนวทางการส่งเสริมและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมพื้นถิ่นทั้งของกาต้วควาย กาดนัด และกาดชนบท

### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

- 1.6.1 ส่งเสริมการพัฒนาตลาดพื้นถิ่นชนบทให้ดำรงอยู่ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงเพื่อเป็นแหล่งศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมของชุมชน
- 1.6.2 ส่งเสริมการท่องเที่ยวสร้างความเข้มแข็งและพึ่งตนเองของชุมชนชนบทอย่างยั่งยืน

### 1.7 แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1.7.1. เผยแพร่องค์ความรู้การวิจัยแก่สถาบันการศึกษา เพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น
- 1.7.2. เผยแพร่แนวทางวิจัยแก่ผู้ประกอบการเพื่อใช้ในการพัฒนากาดพื้นถิ่นในชุมชน
- 1.7.3. เผยแพร่งานวิจัยสู่องค์กรภาครัฐและเอกชนเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางนโยบายและกำหนดแนวทางพัฒนาสภาพแวดล้อมชุมชน

## 1.8 สรุป

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาองค์ประกอบกายภาพและสังคมและกาตั่วควายทุ่งฟ้าบด เชียงใหม่เพื่อหาอัตลักษณ์ที่ควรได้รับการอนุรักษ์และส่งเสริมเพื่อการดำรงอยู่เป็นภาคพื้นถิ่นของ สังคมเกษตรกรรมไทยและเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมโดยการสำรวจและการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม ประกอบด้วย เจ้าของภาค ผู้ค้าและผู้ซื้อ ใช้เวลาเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 12 สัปดาห์

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ประกอบด้วยเป็นข้อมูลองค์ประกอบกายภาพและสังคมที่พบ ในพื้นที่ศึกษาที่นำมาวิเคราะห์โดยการเข้ารหัส การแยกแยะเนื้อหาและการสร้างแนวคิดให้ได้ เป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่นที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวคิดมูลฐานในการออกแบบสภาพแวดล้อมเพื่อ ส่งเสริมและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมภาคพื้นถิ่นชนบทเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

อัตลักษณ์พื้นถิ่นทางกายภาพและสังคมที่พบประกอบด้วย 10 หัวข้อ คือ ความเป็นพื้นที่ ศูนย์รวม ขนาดใหญ่ และทำเลที่ตั้งดี พื้นที่เปลี่ยนผ่านและเชื่อมต่อ ความหลากหลายของสินค้า และรูปแบบร้านค้า การจัดวางสภาพแวดล้อมตามวิถีพื้นถิ่นชนบท พื้นที่ร่วมของคนท้องถิ่นและ นักท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์กว่า 50 ปีของภาคและการสืบทอดประเพณีการซื้อขายจากรุ่นสู่รุ่น พื้นที่เฉพาะของกลุ่ม เพศ วัย ปฏิสัมพันธ์ของสังคมชนบทที่อบอุ่น ใกล้ชิด กันเอง การค้าวัวควาย และสินค้าเฉพาะ และการเป็นพื้นที่ทางสังคมสำหรับกิจกรรมตามเทศกาลและประเพณีท้องถิ่น ซึ่งอัตลักษณ์ที่พบได้นำไปใช้สังเคราะห์เพื่อสร้างแนวทางส่งเสริมและอนุรักษ์สภาพแวดล้อม ทั้งด้วยการพัฒนาพื้นที่ศูนย์กลางของชุมชน การปรับปรุงพื้นที่เชื่อมต่อให้เป็นพื้นที่สาธารณะทาง สังคม การจัดการความหลากหลาย การจัดวางพื้นที่ตามสภาพแวดล้อมและการใช้งานตาม แนวคิดพื้นถิ่น การส่งเสริมพื้นที่ร่วมของคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว การส่งเสริมประวัติศาสตร์ของ พื้นที่และการสืบทอดประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น การสร้างพื้นที่เฉพาะ การส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ที่ อบอุ่น ฉันทันมิตรแบบสังคมชนบท การส่งเสริมพื้นที่ค้าวัวควายให้เป็นแหล่งเรียนรู้ การเพิ่ม ความคุ้มค่าของพื้นที่โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมสังคม วัฒนธรรม ประเพณีในวันที่ไม่มีภาค

ผลวิจัยของภาคทุ่งฟ้าบดนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์ สำหรับภาคพื้นถิ่นอื่นๆ โดยพัฒนากาดตามวิถีพื้นถิ่นแบบค่อยเป็นค่อยไปเพราะภาคพื้นถิ่น มิได้ใช้ต้นทุนสูงในการจัดสร้าง หากเจ้าของภาคมีการจัดสรรงบประมาณบางส่วนนำไปใช้ใน พัฒนากาดเป็นลำดับในแต่ละปี โดยไม่ต้องพัฒนาพื้นที่กาดภายในครั้งเดียว โดยควรพัฒนาแบบ เศรษฐกิจพอเพียง เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นให้มีความเด่นชัดยิ่งขึ้น เพื่อดึงดูดบุคคลจาก ท้องถิ่นอื่นเข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชนของภาคต่อไป

## บทที่ 2 วรรณกรรม งานวิจัย แนวคิดและทฤษฎี

บทนี้ศึกษาทบทวนข้อมูล 2 ส่วนประกอบด้วยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยและการทบทวนแนวคิดและทฤษฎี แล้วสรุปการทบทวนทั้งหมดเป็นกรอบความรู้และกรอบการวิจัย

### 2.1 การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษา ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของ กาดวัวควาย ท่งฟ้าบด เชียงใหม่ เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องกาดวัวควาย และแนวทางในการกำหนดกรอบและการนำไปใช้ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

- 1) บริบทของกาดวัวควายเพื่อสร้างความเข้าใจและที่มาและความสำคัญของกาดวัวควาย
- 2) บริบททางการศึกษาวิจัยของกาดวัวควาย

#### 2.1.1 บริบทของกาดวัวควาย

การศึกษาบริบทของกาดวัวควายแบ่งเนื้อหาเป็น 3 ส่วนได้แก่ ส่วนที่ 1 ประวัติ กาดวัวควาย ส่วนที่ 2 กาดวัวควายในเชียงใหม่และลำพูน ส่วนที่ 3 กาดวัวควายท่งฟ้าบด อำเภอ สันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

##### 2.1.1.1 ประวัติกาดวัวควาย

กาดหรือตลาด เป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าของคนไทย ได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาในด้านที่ตั้ง รูปแบบ ตลอดจนประเภทของสินค้า ตามสภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพและสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ตลอดจนความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีซึ่งเปลี่ยนไปในแต่ละสมัย

กาดมีขึ้นมานานแล้ว โดยในตำนานจะเขียนเป็น กลาด กาดลาด หรือกาดลี เช่นกาดลีเชียงพระ เป็นกาดแห่งหนึ่งบริเวณหน้าวัดพระสิงห์สมัยนั้น ชื่อของ กาด แต่ละแห่งมักมีชื่อตามสถานที่ เช่น กาดสันป่าข่อย กาดบ้านสันทราย ส่วนประเภทของ กาด อาจแบ่งตามลักษณะเวลาที่ หรือเวลาเปิดกาด เช่น กาดเช้า กาดแลง เข้ากาด ในบางกรณีมีการเรียกขาน หรือตามบริบทเฉพาะที่ทำให้คำเรียกกาดมีหลากหลายตามขนาดของกาดในล้านนาเช่น กาดก้อม กาดเช้า กาดลี กาดเลิง กาดแลง กาดวโรรส กาดหมั่ว กาดหลวง

“กาดวัวควาย” (กาดวัวควาย) หมายถึงกาดที่ใหญ่กว่ากาดหมั่ว (กาดขายของตั้งแต่เช้าไปถึงตอนเย็นโดยแม่ค้าและพ่อค้าจะเอาของมานั่งขายตลอดวัน) โดยจะตั้งขึ้นในตำบล

หรืออำเภอของตัวเอง และจะมีขึ้นเดือนละครั้งในวันไหนก็ได้ แล้วแต่หมู่บ้านนั้นๆ จะประกาศนัดให้ชาวบ้านมาซื้อของซึ่งมีขายทุกอย่าง รวมทั้งวัวและควาย (ไกรศรี นิมมานเหมินท์, 2542) ตลาดที่มีการนัดขึ้นให้มาค้าขายในวันที่กำหนดตามการตกลงของแต่ละชุมชนนั้นเป็นตลาดรูปแบบ “ตลาดนัด” หมายถึง สถานที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่ไม่ประจำ จัดให้มีขึ้นเฉพาะวันที่กำหนดขึ้นเท่านั้น หากพิจารณาความหมายนี้เห็นว่าร่องรอยพัฒนาการของกาดนัดในสังคมไทยนั้นมีมาแต่โบราณ เป็นกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าของคนในแต่ละชุมชนแบบไม่ประจำ เมื่อกาดนัดมีผู้คนติดกาดมากขึ้น มีการขยายเพิ่มสถานที่ในการขาย เพิ่มเวลาในการนัดตั้งมากขึ้น จึงพัฒนาเป็นกาดประจำทุกวัน ทำให้กาดมีการพัฒนาตัวกลายเป็นกาดกลางของชุมชน จะเห็นได้ว่า กาดนัดเป็นจุดเริ่มแรกหรือรากเหง้าของกาดกลางและกาดหลักภายในชุมชน

ฐิติ์ ฐาติ (2538) ได้ให้คำนิยามของกาดวัว ซึ่งเขาเรียกว่ากาดจัว หมายถึง กาดนัดซึ่งค้าขายวัวควายเป็นหลักในระยะเริ่มต้น ในระหว่างปี พ.ศ.2490 ถึงปี พ.ศ. 2510 ต่อมาได้มีการค้าขายสินค้าอย่างอื่นเพิ่มเติมได้แก่ รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ เสื้อผ้า อาหาร ตลอดจนเครื่องอุปโภคบริโภคอื่นๆ กาดวัวควาย แตกต่างจากกาดนัดในเรื่องการขายสินค้าเพราะกาดนัดจะขายสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคแต่กาดวัวควายจะค้าขาย วัว ควาย เป็นสินค้าหลักและมีสินค้าอุปโภคบริโภคเพิ่มภายหลัง

การเกิดกาดวัวควาย หรือพื้นที่นัดเพื่อการซื้อขายวัวควายมาจากความสำคัญ of วัวและควายที่ใช้ในการประกอบอาชีพทางเกษตรกรรมเป็นหลักของประชาชนชาวภาคเหนือ ซึ่งวัวและควายเป็นสัตว์ที่จำเป็นต่อการเกษตรเป็นหลัก วัวควายเป็นพาหนะที่สำคัญมาแต่โบราณ การใช้วัวสำหรับลากเกวียนเรียกว่า “วัวล้อ” หรือการใช้วัวบรรทุกสินค้าเรียกว่า “วัวต่าง” การใช้ควายสำหรับไถนาและปลูกเป็นอาหาร อีกทั้งวัวและควายยังเป็นสินค้าที่มีการส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ นำรายได้เข้าสู่ประเทศ เมื่อเกิดการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ ความต้องการนำวัวควายไปบริโภคมากขึ้น จึงทำให้เกิดการซื้อขายวัวควาย เพื่อการใช้แรงงานควบคู่กับการบริโภคเนื้อสัตว์ การซื้อขายสัตว์ภายในหมู่บ้านของชาวนาจึงไม่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการดังกล่าว จึงเกิดวันนัดหมายและสถานที่แน่นอนพอจะรวบรวมสัตว์ได้ในปริมาณมากเพื่อซื้อขายในการใช้แรงงานเพื่อการเกษตร และบริโภคเนื้อสัตว์ ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงเกิดกาดวัวควายหรือกาดจัวขึ้นภายในภาคเหนือของประเทศไทย (ฐิติ์ ฐาติ, 2538) สัตว์สินค้าที่นำมาจำหน่ายภายในกาดวัวควายมีทั้ง วัว ควาย ม้า ไปจนถึงช้าง ต่อมาภายหลังก็มีสินค้าพื้นเมืองเกษตรกรรมในท้องถิ่น เช่น เมียง ยาเส้น ฝ้าย ไม้ขีดไฟ น้ำมันก๊าด สบู่ เครื่องใช้ภายในบ้าน เสื้อผ้าสำเร็จรูป ไปจนถึงรถจักรยานและรถจักรยานยนต์ที่มีจำหน่ายในกาดระยะแรกก่อน พ.ศ.2510

สินค้าในกาตวัวควาย หากพิจารณาตั้งแต่ระยะเปิดกาต พ.ศ.2492 จนถึงปัจจุบัน สามารถจัดสินค้าออกเป็น 3 ประเภทและจัดระยะเวลาพัฒนาการของกาตวัวควาย ออกได้ 3 ระยะ โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการใช้สินค้าและบริการซึ่งมีผลทำให้คนในชุมชนเปลี่ยนวิถีชีวิต ได้ ดังนี้

### 1) ระยะกาตวัวควายในระบบการผลิตเพื่อยังชีพ (ก่อน พ.ศ. 2500)

ระบบการผลิตเพื่อยังชีพเป็นระบบเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นก่อนระบบการผลิตเพื่อการค้าขายมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้ในการบริโภคโดยผลผลิตที่เหลืออาจส่งแลกเปลี่ยนเป็นเงินตราหรือผลิตผลอื่น การค้าในระบบการผลิตเพื่อยังชีพมาจากพื้นฐานที่เพราะแต่ละหมู่บ้านไม่สามารถผลิตสิ่งของได้หมด จึงเกิดความต้องการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างชุมชนขึ้น

การผลิตเพื่อยังชีพมักเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองปัจจัยสี่ ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ที่หมู่บ้านจะผลิตเองได้เกือบทุกอย่าง โดยมีการแลกเปลี่ยนในปริมาณน้อย ยกเว้นสินค้าประเภทหายากที่มีในบางหมู่บ้านที่จะนำมาแลกเปลี่ยนกันในรูปแบบของต่อของหรือของต่อเงิน

ในช่วงนี้ยังไม่ปรากฏการค้าวัวควายจากหมู่บ้านหนึ่งไปอีกหมู่บ้าน อาจเพราะปริมาณซื้อขายวัวควายไม่มีมากเพียงพอจะทำให้เกิดจุดนัดพบในการซื้อขายหรือกาตได้ มีเพียงการซื้อขายวัวควายภายในหมู่บ้านกันเองหรือระหว่างหมู่บ้านใกล้เคียงกัน

### 2) ระยะกาตวัวควายในระบบการผลิตใช้แรงงานสัตว์ (พ.ศ.2490-2525)

เมื่อความต้องการสินค้าบริโภคอุปโภคเพิ่มมากขึ้น การขยายตัวของประชากรและการผลิตทางด้านการเกษตรกรรมมีมากขึ้น การขยายตัวด้านคมนาคมที่สามารถเชื่อมต่อในแต่ละชุมชนได้สะดวกขึ้น ทำให้ระบบการผลิตเพื่อยังชีพได้เปลี่ยนเป็นระบบการผลิตเพื่อขายเพื่อนำเงินมาแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ จึงทำให้มีความต้องการในการใช้วัวควายเพื่อแรงงานและการบริโภคมากขึ้นกว่าเดิม การซื้อขายวัวควายในหมู่บ้านตามแบบระบบเดิมซึ่งพ่อค้าเดินทางเข้ามาซื้อตามบ้านของชาวนา ได้เปลี่ยนเป็นระบบกาต คือมีสถานที่ซื้อขายและนัดวันเวลาที่แน่นอน กาตวัวควาย หรือ กาตจัว จึงเกิดขึ้นหลายแหล่งในภาคเหนือในช่วงระยะเวลานี้

สินค้าในกาตวัวควายเริ่มต้นจากการจำหน่ายวัวควายเพื่อใช้ในการเกษตร วัวใช้สำหรับลากเกวียน ควายใช้สำหรับไถนา ต่อจากนั้นก็ผลิตผลด้านการเกษตรในท้องถิ่นเข้ามาจำหน่ายและต่อมามีเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเครื่องใช้ภายในบ้านเรือน ภายหลังเมื่อการใช้จักรเย็บผ้าก็เริ่มมีจักรเย็บผ้าเข้ามาจำหน่ายในกาตวัวควาย สินค้าดังกล่าวเพิ่มปริมาณอย่างต่อเนื่อง ทำให้กาตวัวควายกลายเป็นกาตนัดสารพัดสินค้าเพื่อชาวนาในท้องถิ่นใช้ในระบบการเกษตรและบริโภคครัวเรือนเป็นหลัก โดยอาจมีพ่อค้าซื้อวัวควายต่างถิ่นมาขายสินค้าบ้างแต่ปริมาณน้อย

### 3) ระยะเวลาตัวควายในระบบการผลิตเพื่อขายเนื้อสัตว์ (พ.ศ.2526 ถึง ปัจจุบัน)

ระบบการผลิตเนื้อสัตว์เริ่มพัฒนาเป็นอุตสาหกรรม ทำให้การค้าวัวควายขยายจากภาคการเกษตรไปสู่อุตสาหกรรม มีการค้าขายกันในปริมาณมากประกอบกับการขยายตัวของภาคในส่วนสินค้าอุปโภคและบริโภคตามระบบการผลิตเพื่อการค้าขายในขณะที่สินค้าเกษตรกรรมพื้นถิ่นลดความสำคัญลง มีการค้าขายยานพาหนะขนาดเล็กและเครื่องมือเกษตรกรรมมาเสริม การค้า วัวควายที่มีอยู่มีการขายเพื่อเป็นแรงงานและเพื่อส่งชำแหละมากขึ้น

จะเห็นได้ว่า ภาควัวควาย เริ่มต้นจากการแลกเปลี่ยนกันเองจากบ้านสู่บ้าน ขยับไปสู่ภาคเล็กในหมู่บ้านเพื่อตอบสนองการขายวัวควาย เพื่อการเกษตรและใช้งานมีสินค้าจากหมู่บ้านมาจำหน่ายเล็กน้อยแล้วค่อยขยายขึ้นเป็นภาคที่มีระบบอุตสาหกรรมอื่นที่มีใช้เกษตรมาเกี่ยวข้อง มีสินค้าในเมืองและสินค้าจากโรงงานมาเสริมสินค้าในท้องถิ่น ทำให้มีการค้าวัวควายเพื่อบริโภคเนื้อวัว ควายที่เปลี่ยนไปจากเดิมที่ใช้เพื่อเป็นแรงงานเป็นหลัก (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2538)

วัตถุประสงค์และประโยชน์ในการจัดตั้งภาควัวควาย จากการสอบถามเจ้าของภาควัวควาย พบว่า มีประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่

- 1) เป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนซื้อขายวัวควายระหว่างเกษตรกรและพ่อค้า
- 2) เป็นแหล่งรวบรวมสัตว์จากท้องที่ต่างๆเข้าสู่ภาคเพื่อสร้างความสะดวกต่อผู้ซื้อสัตว์ เป็นการประหยัดเวลาและค่าขนส่ง
- 3) เป็นการส่งเสริมเกษตรกรในแหล่งที่มีภาคนัดมีการเลี้ยงวัวควาย เนื่องจากเกษตรกรมีแหล่งหรือช่องทางที่นำสัตว์มาขายโดยได้รับราคาที่เป็นธรรม
- 4) เป็นช่องทางให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น จากการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก
- 5) เป็นแหล่งก่อให้เกิดอาชีพและรายได้แก่ชาวบ้านในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง เช่น พ่อค้าแม่ค้า เครื่องอุปโภคบริโภค
- 6) เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ พบปะสังสรรค์ระหว่างชาวบ้านในบริเวณใกล้เคียง
- 7) เป็นพื้นที่ในการให้บริการแก่ประชาชน และศูนย์กลางของชุมชน

แม้บทบาทของวัวควายที่มีความสำคัญในการเกษตรในอดีตได้เปลี่ยนเป็นการนำไปใช้เพื่อการบริโภคของคนในสังคมเมือง แต่ความต้องการของวัวควายมิได้ลดลงใน

ปัจจุบันเนื่องจากการเลี้ยงวัวควายเป็นการเพิ่มรายได้เสริมให้แก่พ่อค้าชาวนาในการค้าขายวัวควายมีผลกำไรแบ่งปันกันอย่างทั่วถึงตั้งแต่ชาวนาผู้เลี้ยงสัตว์ พ่อค้าสัตว์ แม้กระทั่งคนรับจ้างเลี้ยงวัวควาย ซึ่งชาวนามีการปรับตัวตามระบบเศรษฐกิจใหม่เพื่อให้ผู้ค้าขายวัวควายสามารถดำรงอยู่ได้

วรรณกรรมในส่วนของกาดวัวควาย แสดงให้เห็นว่ากาดวัวควายเป็นกลไกสำคัญของสังคมเกษตรกรรมที่เอื้อประโยชน์ให้แก่ชุมชนในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงในหลากหลายด้านทั้งทางด้านกายภาพ สังคมและเศรษฐกิจ เป็นพื้นที่ศูนย์กลางของชุมชนชนบทที่ปรับตัวและบทบาทตามพัฒนาการของสังคมนับแต่อดีตมาจนปัจจุบัน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2531)

#### 2.1.1.2 กาดวัวควายในเชียงใหม่ ลำพูน

บริเวณพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูนอยู่ในพื้นที่ราบแอ่งเชียงใหม่ ลำพูน มีลักษณะคล้ายกะทะ รับน้ำในระบบชลประทานหลวงและชลประทานราษฎร์ สามารถใช้ได้ทั้งฤดูฝนและฤดูแล้งเพราะมีน้ำอุดมสมบูรณ์ จึงสามารถปลูกพืชหมุนเวียนในนาได้ตลอดปี ประชากรที่อาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่นี้ส่วนมากเป็นชาวนาที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านชนบท ทำการผลิตเพื่อยังชีพมากกว่าค้าขายใช้วัวควายเป็นหลักในการทำเกษตรกรรมและการขนส่ง

ในเขตที่ราบแอ่งเชียงใหม่ ลำพูน มีกาดซื้อวัว ควายซึ่งเกิดขึ้นระหว่าง พ.ศ.2490-2505 หรือเกิดขึ้นในระยะเวลาแตกหน่อของระบบการผลิตเพื่อขายในหมู่บ้านชนบท กาดที่สำคัญมีดังนี้

- 1) กาดวัวควาย เวียงหนองล่อง ตั้งอยู่กิ่งอำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน มีกาดในวันอาทิตย์
- 2) กาดวัวควาย แม่ย้อย อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีกาดในวันจันทร์
- 3) กาดวัวควาย บ้านต้นดู่ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ มีกาดในวันพฤหัสบดี
- 4) กาดวัวควาย พุงฟ้าบด อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ มีกาดในวันเสาร์

กาดวัวควายจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ได้มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้ากันอยู่เสมอตามวันเวลาที่จัดให้มีกาดนัดสัปดาห์ละ 1 วัน โดยแต่ละกาดจะไม่เปิดกาดนัดในวันเดียวกัน เพื่อการกระจายการค้าขายในแต่ละชุมชน โดยกาดวัวควายทั้ง 4 แห่งนี้ กาดที่มี



พัฒนาทางพื้นที่และเศรษฐกิจที่ดีที่สุด คือ “กาดวัวควายทุ่งฟ้าบด” เปิดดำเนินการมาแล้วถึง 50 ปี เป็นตลาดระยะที่ 2 ที่เกิดหลังปี พ.ศ.2500 และมีแนวโน้มที่ได้รับความนิยมจากผู้ซื้อสินค้าและพ่อค้าแม่ค้าโดยมีพื้นที่ตั้งร้านค้าและการจัดแบ่งพื้นที่ค้าขายวัว ควาย ที่ถาวรกว่ากาดอื่น เนื่องจากมีทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชน ทำให้การคมนาคมขนส่งสะดวก รวมทั้งมีพื้นที่กว้างขวางสามารถขยายกิจการได้และที่สำคัญคือ เจ้าของกาดมีความรู้ความสามารถในการวางแผนดำเนินงานและบริหารกิจการ อีกทั้งมีแนวความคิดในเรื่องของการอนุรักษ์กาดแบบชนบทและคำนึงความเป็นเอกลักษณ์ของกาดวัวควายทำให้มีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน

### 2.1.1.3 กาดวัวควายทุ่งฟ้าบด อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

กาดวัวควายทุ่งฟ้าบด นับเป็นกาดวัวควายที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 15 ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่ 17 ไร่ ถูกใช้ประโยชน์ในการค้าขายประมาณ 8 ไร่ อายุนับแต่ก่อตั้งมานานร่วม 50 ปี มีการซื้อขายวัวควายและสินค้าทั่วไปหลากหลาย นับเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญที่มีเงินหมุนเวียนจำนวนมาก โดยมีประชาชนทั้งในอำเภอสันป่าตองและอำเภอใกล้เคียงนิยมซื้อสินค้า

ประวัติของกาดนัดวัวควายทุ่งฟ้าบด โดยการบันทึกของนายอินสอน ลอมศรี บุตรชายของ นายสม ลอมศรี ผู้สร้างกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด ที่บันทึกไว้ปี พ.ศ.2502 มีประเด็นสำคัญ คือ

- 1) ปรับปรุงบริเวณที่จัดตั้งเป็นสวนไม้ผล แต่ไม่ได้รับผลจากต้นไม้เหล่านั้นเท่าที่ควรให้สร้างประโยชน์
- 2) ต้องการพัฒนาให้สวนและที่ดินมีราคาและมีความเจริญกว่าเดิม
- 3) ต้องการให้พ่อค้า แม่ค้า มาค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าซึ่งกันและกัน

นายสม ลอมศรี ผู้บริหารงานของกาดนี้ จึงได้ประกาศให้พ่อค้า แม่ค้า มาค้าขายในกาด โดยได้นำ ลิเก ซอพื้นเมือง มาแสดงให้พ่อค้า แม่ค้าและประชาชนที่เข้ามาซื้อขายของในกาดนี้ดูเป็นเวลานานพอสมควร เมื่อเห็นว่าพ่อค้า แม่ค้าและประชาชน มาซื้อขายในกาดจนติดแล้ว จึงได้เลิกการแสดงมหรสพต่างๆ

ต่อมาในระยะ พ.ศ.2502-2504 มีพ่อค้า แม่ค้ามาค้าขายน้อยมาก และมีเหตุขัดข้องบางประการที่ทำให้นายสม ลอมศรี จึงตัดสินใจปิดกาดลงในปี พ.ศ. 2505-2506 เป็นระยะเวลา 2 ปี สาเหตุในการปิดกาดนัดในช่วงดังกล่าว คือ

- 1) มีผู้ต้องการเปิดกาดแข่งขัน ในจุดใกล้เคียง

2) ถูกตำรวจไล่จับรถ พ่อค้า แม่ค้า รถที่ไม่มีทะเบียน

3) ถูกตำรวจไล่จับวัว ควาย ของพ่อค้าที่ไม่มีตัวพิมพ์

ในปี พ.ศ.2507 กาดที่เปิดแข่งขันอยู่ในบริเวณใกล้เคียงเริ่มปิดกิจการลง นายอินสอน ลอมศรี บุตรชายของนายสม ลอมศรี (ซึ่งท่านได้ถึงแก่กรรมไปแล้ว) พร้อมน้องและญาติจึงได้ประกาศเปิดกาดแห่งนี้อีกครั้ง และเชิญชวนพ่อค้าแม่ค้ามาค้าขายในกาดแห่งนี้อีก ซึ่งมีพ่อค้า แม่ค้ามาค้าขายพอสมควร และดำเนินการมาจนถึงปัจจุบัน (จากการบันทึกของ สม ลอมศรี, 2502)

ปัจจุบันกาดวัวควายทุ่งฟ้าบดมีร้านค้าภายในกาดทั้งหมด 500 กว่าร้านค้า เมื่อเทียบกับจากอดีตที่มีเพียง ไม่ถึง 20 ร้าน มีพื้นที่ค้าขายวัวที่มีขนาดใหญ่เมื่อเทียบกับอดีต ซึ่งกลายเป็นพื้นที่ศูนย์กลางทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีการหมุนเวียนการเงินและการซื้อขายสินค้าเป็นจำนวนมาก โดยมีการใช้บริการทั้งประชาชนทั้งในอำเภอสันป่าตองและอำเภอใกล้เคียง ตลอดจนคนต่างถิ่นจากจังหวัดอื่นทั่วประเทศ มาเที่ยวชมกาดด้วย

### 2.1.2 บริบททางการศึกษาวิจัยของกาดวัวควาย

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับตลาดวัวควายในภาคเหนือ นั้น พบประเด็นวิจัยหลักอยู่สามประเด็นกล่าวคือ 1) การวิจัยสำรวจปริมาณและการกระจายตัวของกาด 2) การวิจัยถึงปัจจัยต่อการเกิดและเติบโตของกาดในด้านกายภาพ เช่น ที่ตั้ง ท่าเล การเข้าถึง และ 3) การวิจัยความสัมพันธ์ของกาดวัวควายกับระบบเศรษฐกิจ สังคมของชุมชนเกษตรกรรม ขอยกมากล่าวสรุปพอสังเขปได้ดังนี้

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2531) ได้สำรวจตลาดนัดวัวควายทั้งในภาคเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า มีจำนวน 100 กว่าแห่ง โดยมักมีการจัดตั้งขึ้นตามหมู่บ้านหรือตำบลใหญ่ในแหล่งเกษตรกรรมยังคงเลี้ยงวัวควายไว้ในครอบครัว การเกิดกาดนัดใหม่ในช่วงแรกเป็นเรื่องไม่ยุ่งยากมากนัก มีการเติบโตและยังไม่มีปัญหามากนัก โดยมีกิจกรรมหลากหลาย มีรอบวันซื้อขายที่แน่นอน มีการหมุนเวียนสินค้าอื่นๆ นอกจากวัวควาย มีลักษณะเป็นศูนย์รวมสินค้าและกิจกรรมในชุมชนที่สนับสนุนระบบเศรษฐกิจสังคมเกษตรกรรมได้เป็นอย่างดี

กนกพร กระบวนศรี (2531) ได้ศึกษาตลาดนัดหมุนเวียนชนบทในภาคเหนือในเขตเชียงใหม่-ลำพูน พบว่าปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการกระจายของกาดนัด ประกอบด้วยเส้นทางคมนาคม ความสะดวกในการเข้าถึง และที่ตั้งซึ่งสัมพันธ์กับแหล่งตั้งถิ่นฐานของผู้บริโภค ส่วนปัจจัยสำคัญของผู้ค้านั้นแบ่งเป็นสองกลุ่มตามประเภทผู้ค้า คือ กลุ่มผู้ค้าหมุนเวียนและ

กลุ่มประจำ ปัจจัยของผู้ค้า คือ ความสะดวกในการเดินทางและเข้าถึง ทรัพยากรของเจ้าของภาค และปริมาณผู้ซื้อภายในพื้นที่ งานวิจัยนี้เสนอแนะว่าเนื่องจากภาคมีความสำคัญต่อประชาชนในชนบท รัฐบาลจึงควรส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการค้าขายผลิตผลทางการเกษตรในแต่ละท้องถิ่น โดยปรับปรุงเส้นทางคมนาคมขนส่ง และสร้างความร่วมมือกับเจ้าของตลาด

ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2538) ได้ศึกษาเกี่ยวกับภาควัวในสถานะภาพสะท้อนในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของสังคมชาวนาในภาคเหนือของประเทศไทย พบว่า พัฒนาการของภาควัวควายในระยะก่อน พ.ศ.2510 มีการค้าวัวควาย ม้าและสินค้าพื้นเมืองเป็นหลัก ต่อมาเมื่อสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป โครงสร้างการค้าในภาควัวควายได้เปลี่ยนตาม โดยมีสินค้าสำเร็จรูปจากโรงงานเข้ามาส่วนแบ่งการค้าในตลาดวัวควายมากขึ้น งานวิจัยชิ้นนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของภาคนัดวัวควายต่อวิถีชีวิตชาวบ้านล้านนา โดยยังสะท้อนปัญหาการลดจำนวนและปิดตัวลงของภาควัวควายที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาไม่นานจากที่สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2531) กนกพร กระบวนศรี (2531) ได้ศึกษาไว้และยังไม่ปรากฏปัญหาดังกล่าว ชูสิทธิ์ได้เสนอทางแก้ไขให้ปรับระบบภาคใหม่ให้เป็นศูนย์กลางทางการเกษตรและหัตถกรรมของหมู่บ้าน เพื่อมิให้เกิดการดูดกลืนเงินตราจากหมู่บ้านออกสู่เมืองเพียงอย่างเดียวและยังเป็นการรักษาระบบการผลิตและวัฒนธรรมของหมู่บ้านไว้ด้วย โดยพื้นฐานความเชื่อว่าถ้าวัฒนธรรมหมู่บ้านเหนียวแน่นและเข้มแข็ง กระแสการพัฒนาแบบฉาบฉวยซึ่งทำลายภูมิปัญญาและเทคโนโลยีพื้นบ้านก็ยากที่จะทำลายโครงสร้างของหมู่บ้านได้ โดยผู้วิจัยให้แก่วิธีคิดที่เทคโนโลยีมีส่วนช่วยในการพัฒนาหากสามารถประยุกต์ให้เข้ากับภูมิปัญญาดั้งเดิม โดยจะสามารถสร้างสรรค์ผลิตผลใหม่ที่ขึ้นอยู่กับฐานสังคมเดิมได้

ชมชวน บุญระหงษ์ (2543) ศึกษาภาคนัดในประเด็นที่เป็นภาคทางเลือกทางเกษตรกรรม โดยพบว่าภาคนัดชนบทเป็นส่วนในการสร้างสังคมแห่งการช่วยเหลือเกื้อกูลและสร้างความเชื่อมโยงในหลายระดับ คือ ระหว่างเกษตรกรที่เป็นผู้ผลิตกับผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภค ระหว่างเมืองกับชนบท มีผลให้เกษตรกรมีความมั่นคงทางรายได้ว่าการค้าขายในระบบภาคหลักที่มีคนกลางเพราะเกษตรกรสามารถกำหนดราคาสินค้าได้เอง ส่งผลให้ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าในราคายุติธรรม เป็นการส่งเสริมระบบการพึ่งพาอาศัยกันและกันในชุมชนทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม อันเป็นรากฐานของระบบเศรษฐกิจพอเพียง

กล่าวโดยสรุป วรรณกรรมเรื่องภาควัวควายแสดงประเด็นร่วมกันที่สำคัญ คือ เป็นภาคนัดท้องถิ่นชนบทที่สำคัญในการสร้างสังคมเกษตรกรรมตามวิถีพึ่งพาตนเอง โดยจะเห็นว่า

ผลการศึกษาที่ผ่านมาให้ข้อมูลเฉพาะในเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม แต่ขาดประเด็นด้านกายภาพและสภาพแวดล้อมโดยเฉพาะในมุมมองของพื้นที่ซึ่งเป็นประเด็นที่ควรศึกษาต่อไป

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎี

ในเนื้อหาส่วนนี้เกี่ยวกับทฤษฎีและงานวิจัยในอดีตซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดกรอบวิจัยออกแบบวิธีการศึกษา โดยมีเนื้อหาดังนี้ แนวคิดด้านสภาพแวดล้อม แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์พื้นที่ และแนวคิดในการออกแบบโดยใช้ข้อมูลบริบทเป็นฐาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 2.2.1 แนวคิดด้านสภาพแวดล้อมพื้นที่และความสัมพันธ์ระหว่างมิติกายภาพ และสังคม

แนวคิดด้านสภาพแวดล้อมนี้เลือกบททวนแนวคิดที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพและสังคมประกอบด้วย 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 พื้นที่ทางกายภาพ (Physical space) และพื้นที่ทางสังคม (Social space) ภายใต้วัฒนธรรมที่ผู้ใช้กำหนดขึ้น โดยพื้นที่ถือเป็นความสัมพันธ์ในเชิงสามมิติที่ห่อหุ้มพื้นที่รอบตัวบุคคล ทั้งเชิงพื้นที่และเวลา ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสิ่งของ และสิ่งของด้วยตัวเอง เป็นหลักสำคัญในการจัดวางพื้นที่เป็นที่สร้างให้เกิดสภาพแวดล้อมขึ้นมา

##### - การจัดวางเวลา (Organization of Time)

เวลาเป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมที่สะท้อนพฤติกรรมหรือการกระทำร่วมกันของมนุษย์และสรรพสิ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ประกอบด้วยโครงสร้างของเวลาที่หมุนรอบพื้นที่ ที่ประกอบด้วยเวลาที่เป็นเส้นตรง (linear time) คือ การใช้ชีวิตประจำวันและเวลาที่

โคจรรอบตัว (Cyclical time) โดยการจัดการพฤติกรรมของมนุษย์ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เป็นการสร้าง อัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ทางกายภาพ ที่ปรากฏในหลายรูปแบบทั่วไปชีวิตประจำวันและตามวาระ พิธีกรรม งานเทศกาล และ งานเฉลิมฉลอง เป็นต้น

- **การจัดวางการสื่อสาร (Organization of Communication)**

การจัดวางการสื่อสาร เป็นส่วนสำคัญในการสร้างบทสนทนาระหว่างบุคคลต่อบุคคล ที่สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคล ทั้งโดยการพูดคุยต่อหน้ากัน หรือการสนทนา ในรูปแบบอื่น ทางใดทางหนึ่งก็ตามขึ้นอยู่กับบริบทที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม

- **การจัดวางความหมาย (Organization of Meaning)**

การจัดวางพื้นที่เป็นมากกว่าการแสดงพื้นที่ทางกายภาพ แต่ยังแสดงถึงความหมายของพื้นที่ที่ต้องการสื่อสารออกมา การจัดวางความหมายมีอยู่ในรูปแบบของสัญลักษณ์ วัสดุ สี รูปร่าง ขนาด ซึ่งสามารถรับรู้ได้โดยตรงหรือโดยนัย ความหมายเป็นส่วนสำคัญของการสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่ ให้พื้นที่ที่อาจมีกายภาพคล้ายกัน แตกต่างเพราะความหมายที่ซ่อนอยู่นั้นอาจไม่เหมือนกัน

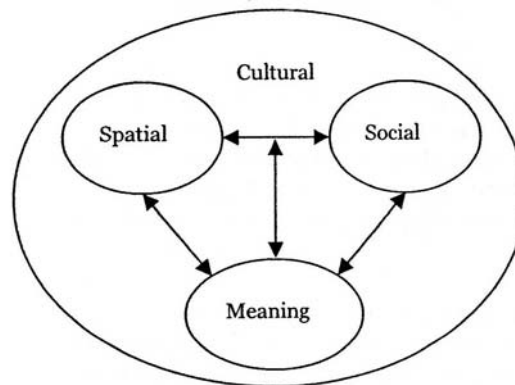
### 2.2.1.2 แนวคิดเรื่องพื้นที่ในเชิงมานุษยวิทยา

Shirley Ardener (1997) ได้ศึกษาพื้นที่เชิงมานุษยวิทยา โดยกล่าวว่าเป็นการมองความสัมพันธ์ระหว่างขอบเขตรูปธรรมและนามธรรมของพื้นที่ 3 ส่วน ได้แก่

- พื้นที่ทางกายภาพ (Physical Space) ได้แก่ สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่บนพื้นดินทั้งสิ่งของ มนุษย์ สิ่งก่อสร้างจากมนุษย์ ระบบนิเวศวิทยาเมือง และทุกสิ่งทุกอย่าง ซึ่งเสมือนเป็นพื้นที่ที่ประกอบด้วยประติมากรรมสามมิติ ที่มีความหมายมากกว่ารูปร่างที่แสดงออกมา โดยอยู่ภายใต้การห่อหุ้มและกำหนดเป็นที่ว่างขึ้นมา
- พื้นที่ทางสังคม (Social Space) ส่วนประกอบโครงสร้างทางสังคม ทั้งเศรษฐกิจ การแบ่งชนชั้น เพศ สายพันธุ์ การอยู่อาศัยและชีวิตประจำวัน โดยเกี่ยวเนื่องกับความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม
- พื้นที่ทางอภิปรัชญา (Metaphysic Space) เป็นการแสดงระบบนิเวศน์ของสิ่งที่มองเห็นและมองไม่เห็นในจักรวาลที่เกี่ยวกับจักรวาลวิทยา ระบบของโลก ศีลธรรม ศาสนา ความเชื่อ ด้วยการแบ่งตามองค์ความรู้ กฎและศีลธรรม จากมุมมองของการสังเกตการณ์ในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

### 2.2.1.3 แนวคิดความสัมพันธ์เชิงกายภาพ-สังคม

Rawiwan Oranratmanee (2008) ได้ศึกษาความสัมพันธ์เชิงกายภาพกับสังคม (Spatio-Social Relationship) ที่เกิดในสภาพแวดล้อมภายใต้กรอบของสังคมวัฒนธรรมที่พื้นที่นั้นตั้งอยู่ โดยกล่าวว่าความสัมพันธ์นี้ได้สร้างความหมายเฉพาะที่ทำให้กับพื้นที่นั้นต่างจากที่อื่น ความสัมพันธ์ระหว่างกายภาพและสังคมนี้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องภายใต้พลวัตและปัจจัยการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงมีผลให้เกิดการสร้าง ความหมายใหม่และอัตลักษณ์ที่เปลี่ยนไปแก่พื้นที่นั้นเป็นวงจรต่อเนื่องไม่สิ้นสุด เมื่อการเปลี่ยนแปลงดำเนินไป อัตลักษณ์จะเปลี่ยนตามทีละน้อยหรือมาก ตามแต่ระดับของความเปลี่ยนแปลงนั้น สิ่งสำคัญของการดำรงรักษาอัตลักษณ์จะอยู่ที่การจัดการความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นที่มีผลต่อการสร้างความหมายใหม่แก่สภาพแวดล้อม ดังภาพที่ 2-1 หน้าถัดไป



ภาพ 2-1 ความสัมพันธ์เชิงกายภาพกับสังคม

จะเห็นว่า การกำหนดแนวคิด 3 ส่วนนี้มองที่ความเชื่อมโยงระหว่างกันระหว่างปัจจัยทางกายภาพของพื้นที่และปัจจัยทางสังคม งานวิจัยนี้นำเอาแนวคิดมาใช้ในการกำหนดกรอบการมองหัวข้อวิจัย การเลือกเครื่องมือวิจัย การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนการสรุปผลข้อมูลเพื่อนำไปใช้

### 2.2.1.4 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์พื้นถิ่น (Vernacular Identity)

แนวความคิดด้านอัตลักษณ์พื้นถิ่น แบ่งออกเป็นส่วนของอัตลักษณ์และสถาปัตยกรรม พื้นถิ่นและแนวคิดร่วมเรื่องอัตลักษณ์พื้นถิ่น ดังนี้

#### อัตลักษณ์

อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2546) กล่าวว่า “อัตลักษณ์” มาจากการแปลความหมายของคำว่า Identity ซึ่งในพจนานุกรมภาษาอังกฤษแปลว่าสิ่งที่เป็นคุณสมบัติเฉพาะ

ของคนหรือสิ่งหนึ่งและมีนัยขยายต่อไปว่าเป็นคุณสมบัติเฉพาะของสิ่งนั้นที่ทำให้โดดเด่นขึ้นมา หรือแตกต่างจากสิ่งอื่น อัตลักษณ์นี้เลื่อนไหลไปตามบริบทและเวลาที่เปลี่ยนไปซึ่งคล้ายกับ ประเด็นของด้านสภาพแวดล้อมของพื้นที่ การแบ่งอัตลักษณ์เป็นสองระดับ คือ อัตลักษณ์บุคคล (Personal identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (Social identity) โดยอัตลักษณ์เป็นปริมณฑลที่ เชื่อมต่อระหว่างความเป็นปัจเจกบุคคลและสังคม เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทาง สังคม จากการศึกษาของอภิญญา กล่าวถึง Charles Cooley ผู้ซึ่งเชื่อว่าสังคมและปัจเจกบุคคล เป็นปรากฏการณ์ที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้ สังคมเกิดจากการผสมผสานของตัวตนเชิงจิตของ คนหลายคนที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ความรู้สึกเกี่ยวกับตัวเราเองพัฒนาขึ้นมาจากปฏิริยาของเราต่อ ความเห็นของผู้อื่นเกี่ยวกับตัวเรา ประกอบด้วยภาพลักษณ์ของเราที่มีต่อตนเอง และจินตนาการ เกี่ยวกับการตัดสินของผู้อื่นต่อภาพลักษณ์นั้น ตลอดจนปฏิริยาและความรู้สึกต่างๆ ของเราต่อ จินตนาการดังกล่าวซึ่งหลอมรวมกันก่อเป็นความรู้สึกบางอย่างที่เรามีต่อตนเอง

สันต์ สุวัชรานันท์ (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 และการที่เราสามารถควบคุมเวลา กฎเกณฑ์และเงื่อนไขต่างๆ ในการ ใช้ภาพตัวแทน ในลักษณะนี้ได้มันจึงทำให้ความหมายของพื้นที่ยังสื่อถึงการครอบครอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการครอบครองทางความหมาย

เมื่อพิจารณาเฉพาะความหมายของอัตลักษณ์แล้ว จะพบว่ามี การเน้นถึง คุณสมบัติเฉพาะตัวที่ทำให้โดดเด่นขึ้นมาหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น ซึ่งสามารถเปลี่ยนตามบริบทหรือ เวลาที่เปลี่ยนไปซึ่งการมองอัตลักษณ์ของความเป็นพื้นที่นั้นมีการตีความของบริบทพื้นที่นั้นเข้าไป เกิดเป็นความหมายเฉพาะบริบทที่จะนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัยได้

### สถาปัตยกรรมพื้นที่

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

สภาพแวดล้อมเพื่อสนองความต้องการของชุมชนนั้นๆ รูปแบบสิ่งก่อสร้างอาจจะพัฒนาไปจากรูปแบบเดิมโดยปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการพัฒนาเพื่อให้มีรูปแบบเฉพาะตัวขึ้นได้

อรศิริ ปาณินท์ (2546) กล่าวว่า สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นหมายถึงสถาปัตยกรรมที่มีธรรมชาติของการดำรงชีวิตในแต่ละท้องถิ่น โดยการศึกษาสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นเป็นการศึกษาที่จำเป็นต้องผนวกด้วยการวิเคราะห์ วิจัยในวิชาการรอบด้านไปพร้อมกับการศึกษาตัวสถาปัตยกรรม ดังนั้นวิธีการศึกษาที่จะให้ความรู้ที่กระจ่างจำเป็นต้องทำการศึกษาภาคสนามด้วยการสำรวจให้เห็น แนชัดด้วยตาของตัวเอง การศึกษาในลักษณะของการศึกษาเปรียบเทียบเพื่อตอบคำถามต่างๆ ที่เป็นข้อสงสัย การศึกษาจำเป็นต้องศึกษาให้กว้างและเป็นการศึกษาแบบเปรียบเทียบผสมผสานแบบเจาะลึกเฉพาะกรณี

ฤทัย ใจจรงก์ (2546) กล่าวว่าสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเรียบง่ายและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบอย่างสมดุล ทั้งผู้พักอาศัย สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อันเกิดจากภูมิปัญญาของชุมชนที่สั่งสมมาในความพอดีและความพอเพียงของวิถีชีวิต การศึกษาสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นควรรวมไปถึงการตั้งถิ่นฐาน ประเพณี วัฒนธรรม คติความเชื่อ วิถีชีวิตของชุมชน ที่สัมพันธ์กัน ทั้งหมดนี้ล้วนก่อกำเนิดเป็นสถาปัตยกรรมในแต่ละสภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ และสภาพทางสังคม วัฒนธรรม

ระวีวรรณ โอฟารรัตน์มณี (2552) ได้รวบรวมประเด็น แนวคิด ทฤษฎีทางสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นที่กล่าวถึงอัตลักษณ์ของสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นตะวันตกและไทยที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

Oliver (1997) กล่าวว่าอัตลักษณ์พื้นถิ่นเกิดจากการสร้างตามความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการ สภาพแวดล้อมและทรัพยากรที่มีอยู่ โดยผู้ใช้งานหรืออยู่อาศัยเอง ใช้เทคโนโลยีตามแบบอย่างประเพณีที่สืบทอดกันมาภายใต้ค่านิยม เศรษฐกิจ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของกลุ่มคนผู้สร้างนั้น

Mercer (1975) กล่าวว่าอัตลักษณ์พื้นถิ่นคือรูปแบบเฉพาะตัวที่เลือกสรรของกลุ่มคนในบริบทสถานที่และเวลาหนึ่งๆ เขากล่าวว่าไม่มีอาคารใดสามารถสร้างอัตลักษณ์พื้นถิ่นขึ้นลอยๆโดยปราศจากความสัมพันธ์กับบริบทได้

Brunskill (1981) กล่าวว่า อัตลักษณ์พื้นถิ่นถูกสร้างอย่างจงใจให้ถาวรมิใช่ชั่วคราวจากแรงบันดาลใจทางประเพณี เพื่อสนองต่อกิจกรรมประจำวันที่ยั่งยืนของคนทั่วไปในไร่นาหรือในอุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งต่อกันที่นั่นๆ และใช้วัสดุก่อสร้างท้องถิ่น



แสดงออกถึงวัฒนธรรมและปรัชญาที่สั่งสมมาในวิถีชีวิตของผู้คน เป็นความสามารถในการออกแบบและก่อสร้างที่ผสมผสานความคิดและอารมณ์มากกว่าประโยชน์ใช้งานเพียงอย่างเดียว

มุมมองของอัตลักษณ์พื้นถิ่นไทยมีแนวความคิดคล้ายคลึงกับของต่างประเทศ เช่นเดียวกัน ะวีวรรณ โอฬารรัตน์มณี (2552) กล่าวว่า สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นหมายถึงสิ่งก่อสร้างตลอดจนสภาพแวดล้อมกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นในแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะแตกต่างกันไป เพื่อสนองความต้องการของชุมชนนั้นๆ รูปแบบของสิ่งก่อสร้างอาจจะพัฒนาไปจากรูปแบบเดิมโดยปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการพัฒนาเพื่อจะให้มีรูปแบบเฉพาะตัวขึ้นได้ จะเห็นได้ว่ามุมมองอัตลักษณ์ของพื้นถิ่นของไทยและต่างประเทศมีความสอดคล้องกัน คือ สร้างขึ้นโดยผู้ใช้หรือผู้อยู่อาศัยเองที่เป็นคนทั่วไป เพื่อการใช้งานของตนหรือของกลุ่ม โดยตอบสนองต่อสภาพแวดล้อม วิถีชีวิต เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมของตน และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับบริบทที่ตั้งอยู่ มีการใช้วัสดุ เทคโนโลยี การก่อสร้างที่หาได้ในท้องถิ่น เป็นไปตามแนวทางและวิธีประเพณีที่ปฏิบัติกันมา

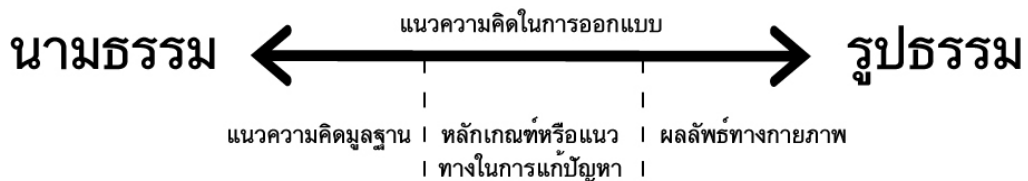
#### 2.2.1.5 แนวความคิดในการออกแบบ

การรวบรวม แนวคิดในการออกแบบทางสถาปัตยกรรม เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบและส่งเสริมสภาพแวดล้อม วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2532) และ (2541) กล่าวถึงการศึกษาแนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมเป็นกลยุทธ์มูลฐานที่ใช้ในการดำเนินงานออกแบบเพื่อให้ได้ผลงานออกแบบที่เป็นการแก้ปัญหาที่ดีที่สุด ที่สนองตอบต่อเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ ในที่นี้ได้เลือกแนวความคิดในการออกแบบ 2 ระดับ คือ Programmatic Concepts และ Design Concepts ซึ่งให้ความหมายของกระบวนการแปลงรูปธรรมเป็นนามธรรม โดย Programmatic Concept หมายถึง ความคิดในระดับนามธรรมที่มุ่งใช้ในการแก้ปัญหาด้านการใช้สอยของโครงการ โดยที่ยังไม่ขึ้นถึงผลลัพธ์ทางกายภาพที่ชัดเจน และ Design Concept หมายถึงความคิดในระดับรูปธรรมที่มุ่งใช้ในการแก้ปัญหาทางสถาปัตยกรรมของโครงการ โดยการเสนอผลลัพธ์ทางกายภาพที่ชัดเจน

ศาสตราจารย์วิมลสิทธิ์ หรยางกูรได้กล่าวเน้นว่า แนวความคิดในการออกแบบมีความหมายที่กว้างมากในลักษณะที่เป็นพิสัยระหว่างความหมายที่เป็นนามธรรมกับความหมายที่เป็นรูปธรรม ดังนั้นการนำเอาความหมายนามธรรมเป็นความคิดเห็น มาแปลงสู่รูปธรรม จึงเป็นการตีโจทย์ของการออกแบบที่สำคัญ แนวความคิดในการออกแบบมีลักษณะทั่วไปที่เป็นมูลฐานของการแก้ปัญหา ซึ่งวิเคราะห์พิสัยของความหมายของแนวความคิดในการออกแบบออกเป็น 3 ช่วงความหมายได้แก่

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

มีลักษณะความสัมพันธ์ดังภาพที่ 2-2 ดังนี้

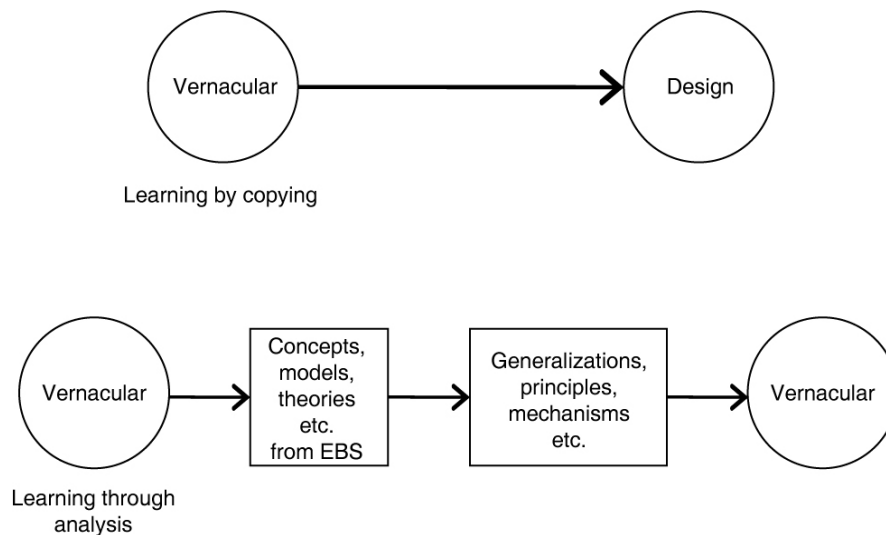


ภาพ 2-2 แนวความคิดในการออกแบบ

จะเห็นได้ว่า แนวความคิดมูลฐานเป็นส่วนของแนวความคิดในการออกแบบที่มีความเป็นนามธรรมมาก โดยกำหนดแนวความคิดหลักในการออกแบบในลักษณะที่ครอบคลุมและควบคุมงานออกแบบ และอาจตอบสนองต่อแนวความคิดมูลฐานแนวความคิดใดได้หลายทางด้วยกัน ทำนองเดียวกัน ในการเสนอผลลัพธ์ทางกายภาพที่เหมาะสมแลเป็นไปใน ที่เป็นการสนองตอบต่อหลักเกณฑ์หรือแนวทางใดในการแก้ปัญหานั้นก็อาจเสนอเป็นรูปแบบทางกายภาพได้หลายรูปแบบ ซึ่งล้วนมีความสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ในการแก้ปัญหาที่ได้เลือกใช้เป็นแนวทางในการกำหนดทางกายภาพ

Amos Rapoport (2006) ได้นำเอาทฤษฎีของสภาพแวดล้อมมาขยายความในการออกแบบโดยยกกรณีการออกแบบจากงานพื้นถิ่นโดยกล่าวว่า การศึกษาการออกแบบสภาพแวดล้อมพื้นถิ่นโดยทั่วไป (Vernacular design) เป็นการค้นหาสิ่งประกอบสำคัญที่สร้างขึ้นมาจากสภาพแวดล้อม ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม แล้วนำสิ่งที่สนใจหรือมีเสน่ห์ดึงดูดมาเลียนแบบหรือคัดลอกคุณลักษณะสำคัญโดยตรง เช่น หีบรูปร่าง รูปทรง รายละเอียด มาใช้ในการออกแบบโดยตรงทำให้ผลของการออกแบบเป็นการคัดลอกของเดิมที่อาจไม่ตรงกับโจทย์ใหม่ที่ตั้งขึ้น เขากล่าวว่า การออกแบบควรมีฐานมาจากการวิจัยโดยการศึกษาจากบทเรียนหรือพื้นฐานของการวิเคราะห์โดยทฤษฎีสภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น ทฤษฎีการศึกษาสภาพแวดล้อมและพฤติกรรม (Environment-Behavior Studies) เพื่อหาแนวคิดแบบจำลองทฤษฎีให้ได้ก่อนแล้วนำมาสังเคราะห์ ขยายความเป็นหลักการ กฎเกณฑ์เครื่องมือ ในการออกแบบตามโจทย์ใหม่

มากกว่าการคัดลอกให้เหมือนเดิมซึ่งวิธีดังกล่าวนำมาใช้ในการประยุกต์สู่การออกแบบสภาพแวดล้อมพื้นที่ได้



ภาพ 2-3 การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมพื้นที่

แนวความคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมและการออกแบบพื้นที่ได้ถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสภาพแวดล้อมของภาคต่อไป

### 2.2.3 การท่องเที่ยวชุมชน

ความหมายของ การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อการศึกษาและพักผ่อนหย่อนใจหรือก่อให้เกิดการกระทำร่วมกันของมนุษย์ทั้งทางธรรมชาติและทางสังคม จนเป็นเหตุดึงดูดใจให้เดินทางไปศึกษาและท่องเที่ยวตามแหล่งต่างๆจากแผนแม่บทของการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็น 4 อย่างด้วยกัน คือ 1) การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดีและสถานที่ต่างๆที่มนุษย์สร้างขึ้นและเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม เป็นการท่องเที่ยวในเชิงให้ความรู้และความภูมิใจ เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรม (Cultural Tourism) 3) การท่องเที่ยวที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการพักผ่อน สันทนาการ รื่นเริงบันเทิงใจ เป็นการท่องเที่ยวแบบบันเทิงและ

การกีฬา และ 4) การท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการประชุมสัมมนาการติดต่อทางธุรกิจ จากนิยามจะเห็นว่า การท่องเที่ยวภาคครัวควายทุ่งฟ้าบดถือเป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชน

นำชัย ทนผล (2543) กล่าวถึงจุดเน้นของการท่องเที่ยวคือพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เอกลักษณ์ คือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์ประกอบของแหล่งที่เป็นจุดหมายการท่องเที่ยว เอกลักษณ์ที่มีความหมายกว้างๆ ที่เป็นอัตลักษณ์หรือเฉพาะเจาะจงที่เป็นลักษณะจริงแท้ ถิ่น (Authentic) หรือเกิดเฉพาะถิ่น (Endemic) หรือไม่เหมือนใคร (Unique) ทั้งนี้ มุ่งเน้นที่ระบบนิเวศของพื้นที่นั้นๆ เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นนี้ นอกจากเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจการท่องเที่ยวแล้วยังเป็นสิ่งที่ต้องรักษาไว้ไม่ให้ถูกทำลายหรือเปลี่ยนแปลงไปจากการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงจะต้องเป็นไปตามธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นจุดหมายของการท่องเที่ยว (Destination) ที่เป็นแหล่งธรรมชาติรวมทั้งวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นหรือเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน กล่าวได้ว่า แหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นกับแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีรากฐานอยู่กับธรรมชาติโดยมีกระบวนการเรียนรู้ เป็นกระบวนการที่ขาดไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคม กระบวนการเรียนรู้จะเกิดขึ้นในทุกขณะทุกขั้นตอนของการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ทำให้มีการส่งเสริมประสบการณ์ที่ดีมากขึ้นตามลำดับร่วมกันให้หมู่ผู้เกี่ยวข้องการจัดการภายในพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นการจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นที่อาจหมายถึงชุมชนหรือประชาชนที่ควรมีส่วนร่วมในการมีสิทธิ์ควบคุมและดูแล กระบวนการท่องเที่ยว ตั้งแต่การสำรวจ วางแผน จัดการ ดำเนินการ ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดรายได้หรือผลประโยชน์ต่อท้องถิ่นแล้ว ยังชี้ถึงความสำคัญของท้องถิ่น และเป็นกระบวนการเรียนรู้สู่การพัฒนาความสามารถในการพึ่งตนเองของชุมชนอีกด้วย

ศิริ ฮามสุโพธิ์ (2543) กล่าวถึง สังคมวิทยาการท่องเที่ยว (Sociological of Tourism) คือ วิชาที่กล่าวถึงผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์หรือการกระทำต่อกันและกันของมนุษย์ที่แสดงออกในรูปของวัตถุและศิลปวัฒนธรรมประเพณีจนเป็นเหตุดึงดูดใจให้มีการเดินทางไปทำการศึกษาและท่องเที่ยวตามแหล่งต่างๆ เขากล่าวถึงความสำคัญของสังคมวิทยาการท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม จิตวิทยา ดังนี้

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

5. ก่อให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราอย่างกว้างขวาง
6. สร้างความรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างคนในท้องถิ่นหนึ่งกับอีกท้องถิ่นหนึ่ง
7. พัฒนาระดับความเจริญของสังคมท้องถิ่น
8. ก่อให้เกิดความมั่นคงปลอดภัยในสังคม
9. ลดช่องว่างของสังคม และเสริมมาตรฐานสวัสดิการสังคมโดยตรง
10. เสริมสร้างสุขภาพและจิตใจที่ดี
11. ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมประเพณีระหว่างท้องถิ่น
12. ส่งเสริม อนุรักษ์ วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงานของท้องถิ่น
13. สร้างความรู้สึกรักและภาคภูมิใจ
14. การท่องเที่ยวช่วยบำรุงรักษา อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยทางตรงเป็นการได้งานจากอาชีพธุรกิจเกี่ยวกับโรงแรม ภัตตาคาร มัคคุเทศก์ และการขนส่ง ส่วนประโยชน์จากการท่องเที่ยวต่อชุมชน คือ การผลิตสินค้าพื้นเมืองหรือผลิตของที่ระลึก การเลี้ยงสัตว์ที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการประกอบอาหาร การผลิตพืชผักผลไม้ และการเกิดอาชีพบริการ ซึ่งทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำและมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

รสิกา อังกูร (2543) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชน เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มุ่งไปยังแหล่งสถานที่ในชุมชนชนบทที่ชาวบ้านและชาวเขายังคงดำเนินรักษาขนบธรรมเนียม ประเพณีดั้งเดิมของท้องถิ่น มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่เด่นชัด เป็นลักษณะที่เน้นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ข้อมูล ข่าวสาร ที่เป็นข้อเท็จจริงและเน้น กิจกรรมที่ให้ความสนุกสนานและเอื้อประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว ชาวบ้านและต่อชุมชนท้องถิ่น

สินธุ์ สโรบลและสุภาวณี ทรงพรวาณิชย์ (2545) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนหมายถึงการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ ตั้งอยู่บนฐานความคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยวนำเอาทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่น ทั้งด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวิถีการผลิตของชุมชน มาใช้เป็นปัจจัยหรือต้นทุนสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมรวมทั้งมีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนไปถึงคนรุ่นลูกหลาน

วรรณพร วณิชชานุกร (2541) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวที่ปกป้องพื้นที่ต่างๆ ทางธรรมชาติและเป็นวิถีทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ในทางเศรษฐกิจด้วยการ

อนุรักษ์ทรัพยากร ดังนั้นจึงเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งการศึกษาเป็นหลัก เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจในการทำงานของสภาพแวดล้อมว่ามีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างไร ซึ่งเป็นฐานของวิถีชีวิตของมนุษย์ในแต่ละพื้นที่ และเมื่อมนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมนั้นๆ สภาพแวดล้อมจึงมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม

หลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สำคัญประกอบด้วย

1. เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมทางสภาพแวดล้อม
2. ก่อให้เกิดประโยชน์ในระยะยาวแก่ทรัพยากรชุมชนในท้องถิ่น และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเอง ส่วนหนึ่งของรายได้ควรย้อนไปสู่การอนุรักษ์
3. การเสริมสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ สิ่งแวดล้อม สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น
4. ควรยอมรับในข้อจำกัดของภาพแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะที่เป็นอยู่ หากมีการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงควรเป็นไปเพื่อให้ทัศนียภาพของท้องถิ่นดีขึ้น
5. การวางแผน ตัดสินใจและดำเนินงาน ควรให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมมากที่สุด มิใช่เป็นเพียงเป้าหมายของการท่องเที่ยว และให้บุคคลภายนอกมาคิดและตัดสินใจเพียงฝ่ายเดียว เพราะจะไม่เป็นไปตามความต้องการของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง

การท่องเที่ยวชุมชนและวัฒนธรรมเป็นการนำจุดเด่นและการจัดการของพื้นที่ ธรรมชาติ และทรัพยากร รวมถึงสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา ให้ดำรงอยู่และเป็นจุดสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวซึ่งการท่องเที่ยวสร้างนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนได้เช่นกัน จากการกล่าวของ นำชัย ทนุผล (2543) การที่ชุมชนใดหรือแหล่งท่องเที่ยวในมีความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมได้หรือไม่ ควรใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาตามที่ตั้งสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้ระบุไว้ดังนี้ คือ

1. ศักยภาพของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาสภาพทรัพยากรที่มีความเหมาะสม มีลักษณะเฉพาะ และคงลักษณะพื้นถิ่น โดยเน้นความสำคัญของวัฒนธรรมพื้นที่และความดึงดูดใจว่ามีมากน้อยเพียงใด เพื่อให้ความสำคัญที่ต่างกันในองค์ประกอบที่เป็นเอกลักษณ์ โดยศึกษาพิจารณา จาก ความสำคัญของระบบนิเวศ ความสมบูรณ์ ความหลากหลาย ลักษณะที่หายากและความสัมพันธ์ที่เป็นระบบพื้นที่ ความโดดเด่นทางด้านกายภาพ สภาพที่มีความ

สวยงามของธรรมชาติ และองค์ประกอบทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ที่ผสมผสานเพื่อดึงดูดความน่าสนใจของพื้นที่

2. ศักยภาพของการจัดการพิจารณาจากสภาพการจัดการในปัจจุบันที่สามารถบ่งชี้ถึงโอกาสในการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้สูงขึ้นได้ ด้วยการให้การศึกษาการจัดการแก่ชุมชนและการรักษาซึ่งทรัพยากรในการดูแลและควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพ

จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน โดยชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนา การท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงควรคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติและชุมชนด้วยการปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณีภูมิปัญญาของท้องถิ่น เพื่อพัฒนาไปสู่การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างชุมชนเป็นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันที่ก่อให้เกิดการถ่ายทอดโอนความรู้ของคนในชุมชนจากแต่ละหมู่บ้าน สามารถนำความรู้ไปแปรสู่การดำเนินการให้บังเกิดผลเป็นจริง ด้วยการนำทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมประเพณีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมและมีความยั่งยืน

#### 2.2.4 การอนุรักษ์ (Conservation)

ศิริ ฮามสุโพธิ์ (2543) กล่าวถึง การอนุรักษ์ หมายถึง การใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด (Wise use) หรือการใช้ทรัพยากรอย่างสมเหตุสมผล (Rational use) กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ใช้ทรัพยากรวันนี้ต้องคิดถึงว่าวันข้างหน้าต้องมีใช้ด้วย และอาจจะรวมความได้ว่า การอนุรักษ์นั้นเป็นแนวทางการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้นหรือวัฒนธรรมให้เป็นไปตามหลักวิชาการเพื่อการมีใช้ในอนาคตนั่นเอง

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น หรือเป็นผลผลิตทุกสิ่งอย่างของมนุษย์ที่อยู่ร่วมกันเป็นสังคมยึดปฏิบัติสืบต่อกันมา เป็นการทำนุบำรุงรักษาและการใช้สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อันได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน เมืองโบราณ และงานเทศกาลประเพณีต่างๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคมทั้งในแง่วิชาการและการท่องเที่ยวที่แสดงออกถึงเกียรติภูมิของความเป็นชาติไทยให้ได้อย่างยาวนานที่สุด

ดังนั้น การอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจึงมีความจำเป็นสำหรับมนุษย์ในสังคมเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งสามารถจำแนกได้ ดังนี้

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

การจัดสถานที่ท่องเที่ยวในแง่การอนุรักษ์สิ่งที่ควรนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจดำเนินการมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้สัมผัส เช่น สถาปัตยกรรมภายในท้องถิ่น วิธีการดำเนินชีวิตประจำวันของประชากรในท้องถิ่น ฯลฯ สิ่งที่ประชากรในชุมชนนั้นๆ คาดหวังจะเกิดขึ้น เช่น ได้มีที่พักผ่อนหย่อนใจ เกิดความภาคภูมิใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนของตน ฯลฯ และสิ่งที่ผู้รับผิดชอบและดำเนินการจัดสถานที่ท่องเที่ยวคาดหวัง เช่น ใช้งบประมาณน้อย เป็นโครงการที่ช่วยส่งเสริม และสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากร และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมของประเทศหรือท้องถิ่น

การจัดสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในแง่ของการอนุรักษ์สามารถทำได้ดังนี้

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

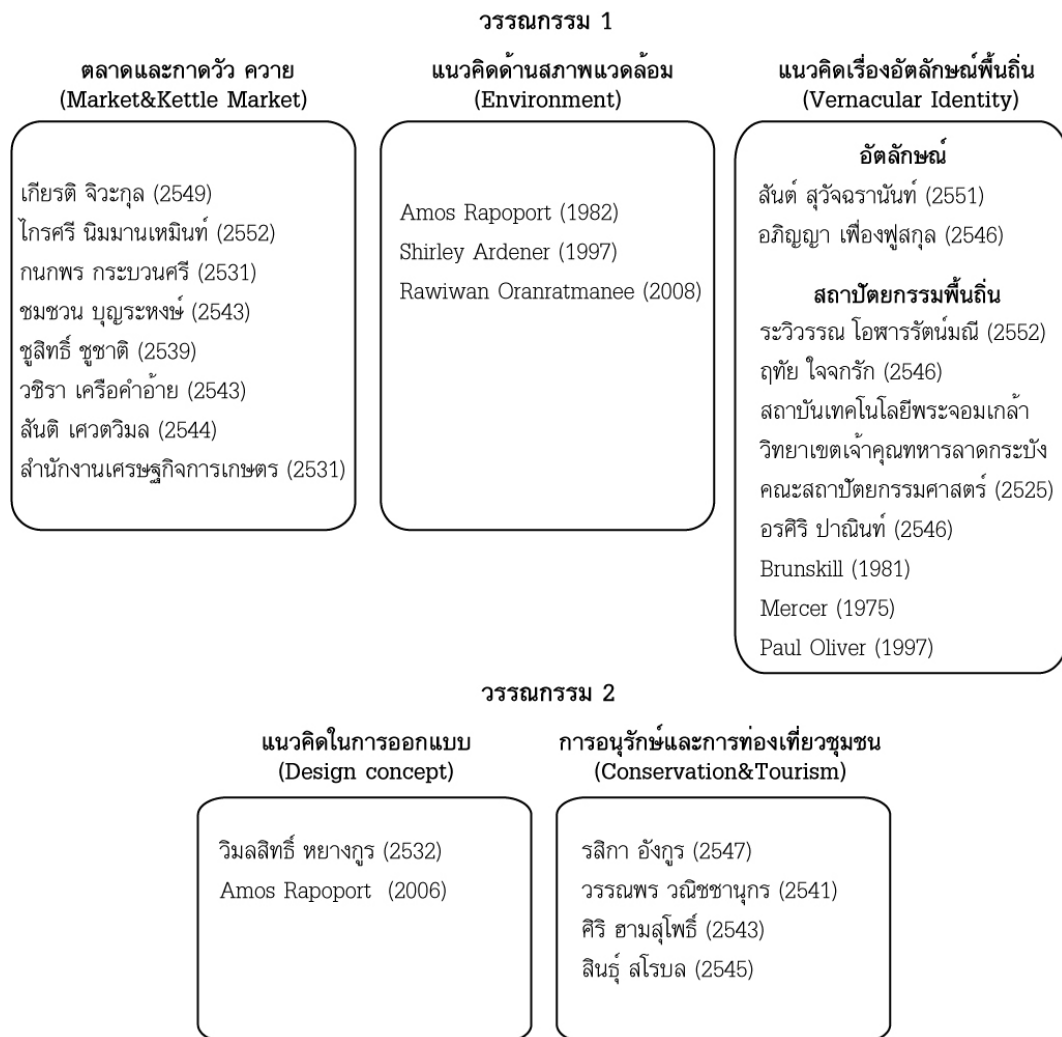
หลักการจัดสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในแง่ของการอนุรักษ์ อาจสรุปได้ว่า การจัดสร้างสถานที่ท่องเที่ยวโดยการคำนึงถึงสภาพวัฒนธรรมดั้งเดิมของพื้นที่ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่แสดงออกทั้งในแง่ที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ยังจะเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเพราะมองเห็นคุณค่าศิลปวัฒนธรรม งานเทศกาลประเพณีของพื้นที่นั้น

การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและการอนุรักษ์ ด้วยการอนุรักษ์สิ่งเฉพาะภายในท้องถิ่น ที่มีวัฒนธรรม วิถีชีวิต เป็นสิ่งที่คนในท้องถิ่นสามารถมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดประชาชนจากคนนอกพื้นที่ท้องถิ่นให้สามารถเข้ามาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ซึ่ง นำชัย ทนุผล (2542) กล่าวว่าความเกี่ยวข้องของชุมชนท้องถิ่นกับการท่องเที่ยว มีขอบเขต ลักษณะและรูปแบบ



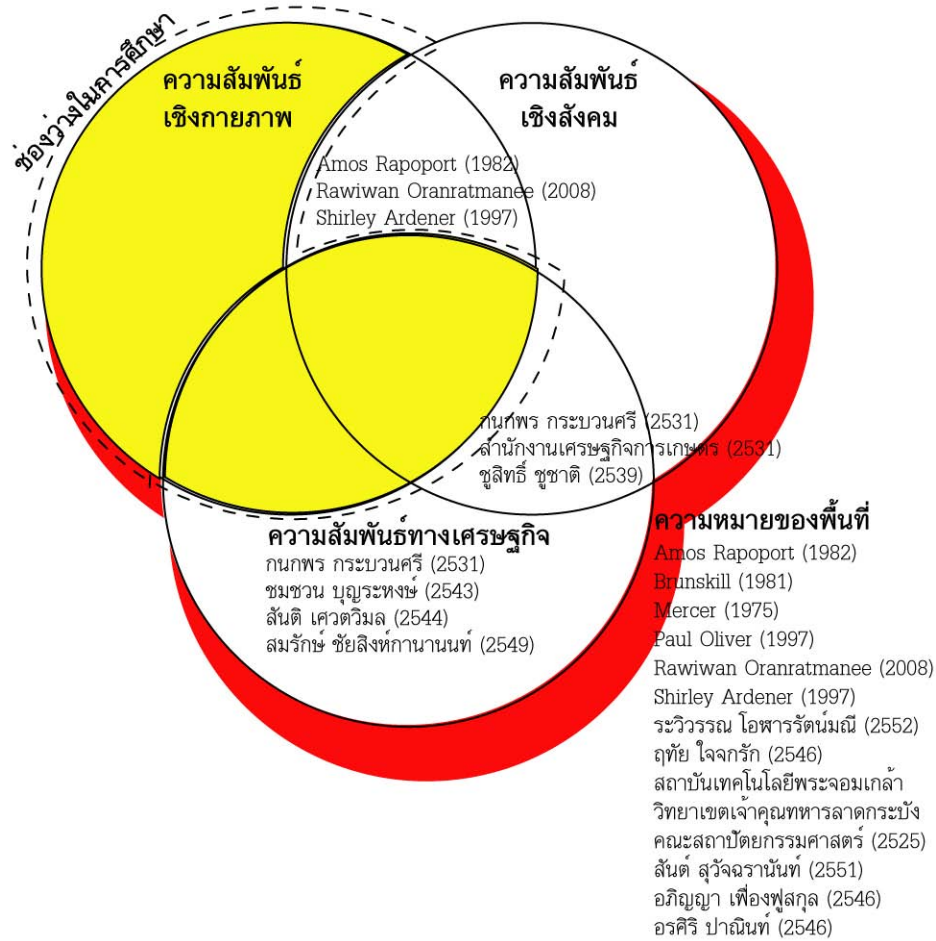
กว้างขวางและหลากหลายทั้งทางตรงและทางอ้อม แต่ที่สำคัญ คือ ประโยชน์ของชุมชนที่ได้รับทางเศรษฐกิจ สังคมและสภาพแวดล้อมหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ในประเด็นประโยชน์ที่ได้รับทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น คือการสร้างงาน การเกิดการพัฒนาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการท่องเที่ยว การเกิดระบบตลาด และเกิดระบบการผลิตวัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อป้อนระบบตลาด ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกในชุมชนเกิดรายได้ ส่วนประเด็นประโยชน์ด้านสังคม ชุมชนจะเกิดการพัฒนาในทางสร้างสรรค์ในสังคมขึ้น มีการติดต่อทางสังคมที่มีรูปแบบมากขึ้น ที่เกี่ยวกับการเข้าไปเกี่ยวข้องกับระบบการบริการท่องเที่ยวของสมาชิกชุมชน สาธารณูปโภคชุมชน ซึ่งจะได้รับการเอาใจใส่พัฒนามากขึ้น เมื่อมีกิจกรรมท่องเที่ยวเกิดขึ้นในชุมชน

จากเนื้อหาส่วนเกี่ยวกับการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเป็นแนวทางที่นำมาใช้ในการสร้างแนวทางการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวชุมชนให้แก่ภาควิสาหกิจชุมชน และภาคท้องถิ่นอื่นๆ จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมด สามารถนำมาใช้ในงานวิจัยได้ 2 ส่วนดังภาพ 2-4 ดังนี้



**ภาพ 2-4** กรอบการทบทวนวรรณกรรม

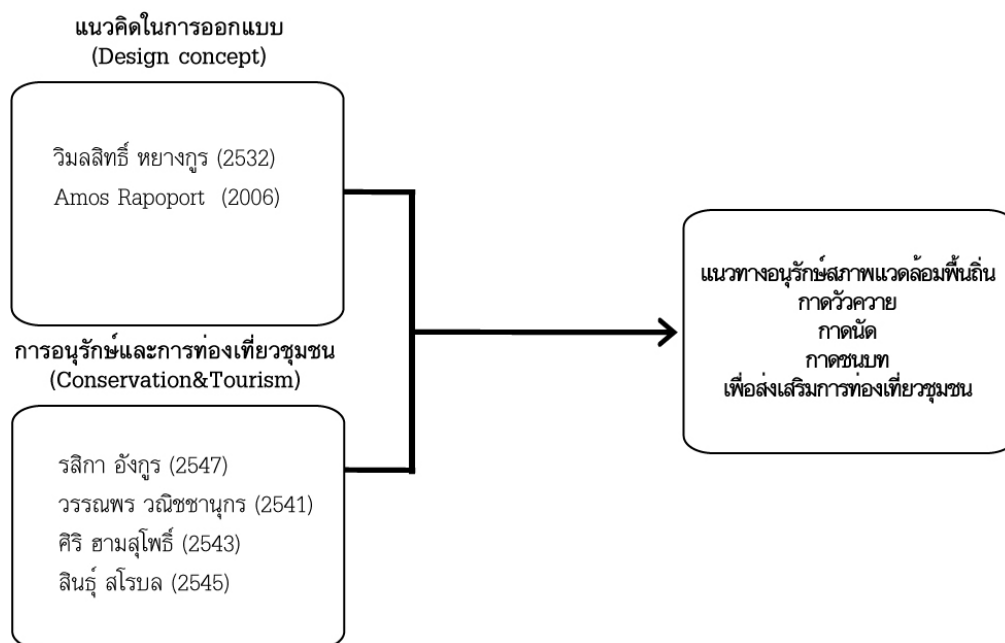
- 1) กลุ่มวรรณกรรมที่ 1 ในภาพ 2-4 ใช้สำหรับการกำหนดกรอบการมองหัวข้อวิจัย การเลือกเครื่องมือวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล หากนำเนื้อหาในส่วนของ 1 นี้มาเชื่อมความสัมพันธ์ข้อมูลทางแผนภาพวงกลม โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น ความสัมพันธ์เชิงกายภาพ ความสัมพันธ์เชิงสังคม ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ และความหมายของพื้นที่ ได้ดังนี้



ภาพ 2-5 ความสัมพันธ์ของเนื้อหาวรรณกรรมและช่องว่างในการศึกษา

จากภาพ 2-5 ในงานวิจัยเกี่ยวกับ กาดวัวควาย ในการศึกษาที่ผ่านมา เน้นไปในทางเศรษฐกิจหรือสังคมโดยขาดประเด็นเชื่อมโยงด้านความสัมพันธ์เชิงกายภาพ สังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นกรอบการวิจัยในการหาความสัมพันธ์ของกาดวัวควาย ระหว่างเชิงกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจ ภายใต้ความหมายของพื้นที่ เพื่อนำไปสร้างเครื่องมือวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

- 2) กลุ่มวรรณกรรมที่ 2 ในภาพ 2-4 ใช้สำหรับการสังเคราะห์ข้อมูลและสร้างเป็นแนวทางอนุรักษ์สภาพแวดล้อมพื้นที่ทั้งของกาดวัวควาย กาดนัดและกาดชนบท เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน มีกรอบแนวคิดตามภาพที่ 2-6 ดังนี้



ภาพ 2-6 กรอบวรรณกรรมที่ใช้เพื่อการสังเคราะห์ผลวิจัย

## 2.3 สรุป

เนื้อหาบทที่ 2 ได้แสดงกรอบวิธีคิดของการวิจัยแบบบูรณาการที่รวบรวมองค์ความรู้เรื่องตลาด สภาพแวดล้อม อัตลักษณ์พื้นที่ แนวความคิดการออกแบบ การท่องเที่ยวและการอนุรักษ์เข้าด้วยกัน การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกรอบวิธีวิจัย วิเคราะห์และสังเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่เป็นขั้นตอนโดยแต่ละส่วนมีการนำไปใช้ต่างกัน วรรณกรรมเรื่องตลาดและกาดวัวควาย นำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานของกาดวัวควายในการศึกษาประวัติและความเป็นมาเพื่อการเติมเต็มช่องว่างความรู้ (Gap in knowledge) ด้านกายภาพและสังคมของกาดพื้นที่

วิธีวิจัยในบทที่ 3 และการวิเคราะห์ผลในบทที่ 4 จะนำวรรณกรรมของบทที่ 2 มาใช้สร้างกรอบการเก็บข้อมูลและนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่เชิงกายภาพและสังคมที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์พื้นที่ของกาดวัวควายทุ่งป่าบด แล้วจึงนำผลที่ได้ไปใช้ในการสังเคราะห์ในบทที่ 5 ด้วยกรอบแนวความคิดในการออกแบบและการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อใช้ในการสร้างแนวทางการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนต่อไป

## 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)

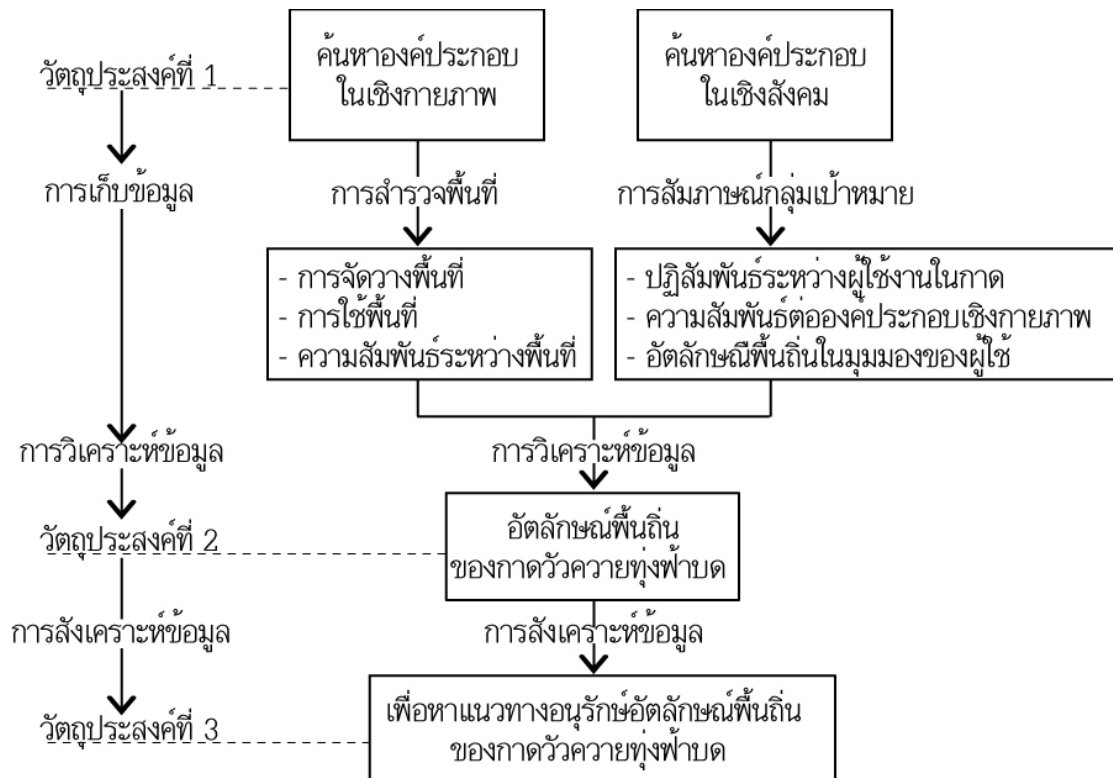
#### 3.1.1 การทวนวัตถุประสงคืวิจัย

- 1) เพื่อกันหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมภายในกาดวัวควาย
  - การจัดวางพื้นที่และการใช้พื้นที่กาดเป็นอย่างไร มีอะไรเป็นตัวกำหนด
  - ลักษณะของร้านค้าส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อหรือไม่ อย่างไร
- 2) เพื่อหาอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด
  - อัตลักษณ์ของกาดทุ่งฟ้าบดที่พบจากองค์ประกอบกายภาพและสังคมภายในกาดวัวควายมีส่วนสร้างอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดทุ่งฟ้าบดคืออะไร
- 3) เพื่อหาแนวทางอนุรักษ์อัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด
  - สามารถส่งเสริมอัตลักษณ์เพื่อเป็นแนวทางการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และเป็นแนวทางแก้กาดนัดพื้นถิ่นอื่นๆ ได้อย่างไร

#### 3.1.2 วิธีวิจัย (Research method)

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเพื่อมุ่งหาข้อมูลเชิงลึกของลักษณะทางกายภาพและสังคม ของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีกรอบแนวคิดจากการออกแบบสภาพแวดล้อมพื้นถิ่นผ่านการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงพื้นที่และสังคม วิธีการวิจัยโดยใช้การใช้การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participant Observation) ด้วยการสำรวจพื้นที่ (Survey) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นหลักในการเก็บข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลแล้วจึงนำมาทำการวิเคราะห์เพื่อจำแนกข้อมูลด้วยการเข้ารหัส (Data coding)

และนำรหัสสำคัญที่พบมาเชื่อมโยงในเชิงของความสัมพันธ์และวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) การสร้างแนวคิด (Conceptualization) เพื่อหาอัตลักษณ์ของกาตวัวควายและนำมาสังเคราะห์ตามแนวทางการออกแบบพื้นที่ให้ได้เป็นแนวทางส่งเสริมสภาพแวดล้อมพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน กระบวนการวิจัยมีการดำเนินงานตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้



ภาพ 3-1 แผนการดำเนินงานวิจัย

### 3.1.3 กลุ่มตัวอย่าง

การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างใช้การเก็บจนกว่าข้อมูลจะนิ่งตามวิธีการเชิงคุณภาพแบ่งกลุ่มตัวอย่างได้ออกเป็น 3 กลุ่ม 1) เจ้าของภาค 2) ผู้ค้า 3) ผู้ซื้อ ผู้ติดตามและบุคคลทั่วไป สรุปลำดับกลุ่มตัวอย่างที่เก็บจนได้ข้อมูลสมบูรณ์ดังภาพที่ 3-2

กลุ่มเป้าหมาย	ชาย	หญิง	คณะเทศ	ความถี่	ร้อยละ
เจ้าของภาค	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

กลุ่มตัวอย่างเจ้าของภาค ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เนื่องจากมีเพียง 1 ท่าน ใช้การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ รายละเอียดการสัมภาษณ์กล่าวในส่วนของการเก็บข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างผู้ค้า มีเกณฑ์กำหนดจากกรอบจำนวนพ่อค้าแม่ค้าในภาคมีทั้งหมดประมาณ 500 กว่าร้าน จึงใช้การตั้งเกณฑ์การสุ่ม (Stratified sampling) ให้ครอบคลุมเพศ วัย และพื้นที่ค้า เมื่อทำการเก็บข้อมูลจะใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenient sampling) ผลสมการสุ่มแบบลูกโซ่ (Snowball sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้เวลาและความใส่ใจแก่การสัมภาษณ์เชิงลึกได้ คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เน้นให้ตอบข้อมูลตามคำสำคัญในชุดกรอบคำถามเป็นหัวข้อหรือแนว (Subject/Theme) เพื่อให้ได้คำตอบที่ไม่ได้จำกัดอยู่ในกรอบเกินไป โดยการทำข้อมสัมภาษณ์ (Pre-test) ก่อนเก็บจริง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ คนเดิน และคนทั่วไปที่มาเที่ยวชม ใช้วิธีการคัดเลือกจากการสุ่มเช่นเดียวกับผู้ค้า โดยวางแผนให้กระจายตามบริเวณ ครอบคลุม เพศ และวัย และคัดเลือกเฉพาะผู้ที่สามารถให้เวลาในการสัมภาษณ์ได้ เนื่องจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจนกว่าข้อมูลจะนิ่ง การสัมภาษณ์ใช้ชุดกรอบคำถามในการเก็บข้อมูล มีการข้อมสัมภาษณ์ (Pre-test) ก่อนเก็บจริงเช่นเดียวกัน รายละเอียดการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งสามกลุ่มมีอธิบายในหัวข้อ 3.3 การเก็บข้อมูลที่จะกล่าวต่อไป

### 3.2 การเก็บข้อมูล (Data collection)

การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมในงานวิจัยนี้ใช้วิธีการหลัก ได้แก่ การสำรวจและการสัมภาษณ์

#### 3.2.1 การสำรวจพื้นที่ (Survey)

การวัดความพึงพอใจ เป็นภาคตัดที่เปิดเผยเฉพาะวันเสาร์ การสำรวจจึงทำได้เพียงสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ซึ่งในการเก็บจริงเน้นจนกว่าจะได้ข้อมูลครบ หนึ่ง และอิมตัว ซึ่งต้องใช้เวลาค่อยเป็นระยะเวลา 12 สัปดาห์

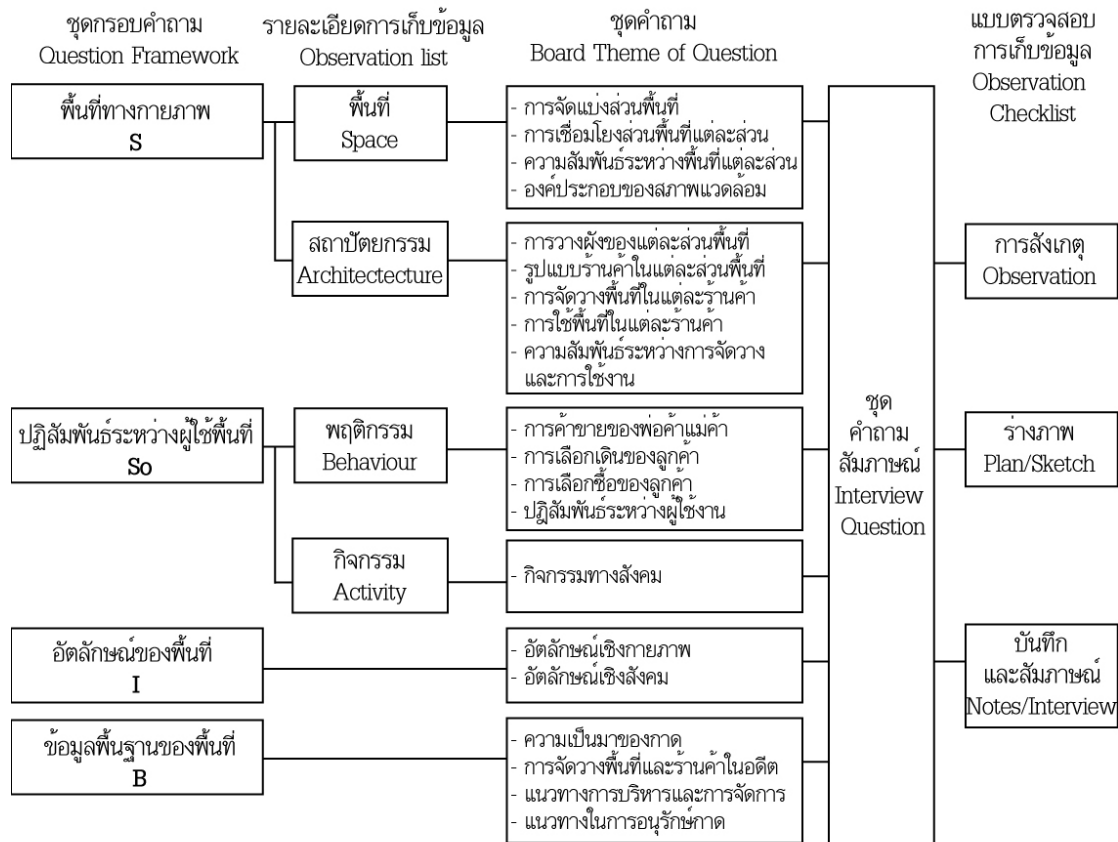
ก่อนลงพื้นที่ที่มีการเตรียมชุดกรอบคำถาม (Question Framework) เพื่อเป็นกรอบในการเก็บข้อมูล เพื่อสะดวกต่อการเก็บข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ในขั้นต่อไป โดยมีเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ รายการสิ่งที่ต้องสังเกต (Observation list) ชุดคำถามอย่างกว้าง (Broad theme of question) ชุดคำถามสัมภาษณ์เฉพาะ (Interview question) และใช้แบบตรวจสอบความครบถ้วนของการเก็บข้อมูล (Observation checklist) เพื่อควบคุมความครบถ้วนและนิ่งของข้อมูล

จากกรอบคำถามวิจัย สามารถแบ่งเป็นหัวข้อใหญ่ในการเก็บข้อมูล เพื่อสะดวก จำง่าย และช่วยทำความเข้าใจเพื่อการเก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้มีการแบ่งเป็นกลุ่มและมีการใส่รหัสย่อ (Mnemonics) เพื่อการจำและบันทึกได้ง่ายขึ้น ดังนี้

- 1) พื้นที่ทางกายภาพ (Space หรือ S) คือ การจัดวางพื้นที่และการใช้พื้นที่และตัวกำหนดในการจัดวางและการใช้งาน
- 2) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้พื้นที่ (Social Interaction หรือ So) คือ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนที่มาใช้บริการในกาตว ควายทุ่งฟ้าบด
- 3) อัตลักษณ์ของพื้นที่ (Identity หรือ I) คือ อัตลักษณ์พื้นที่ถิ่นของกาตว ควาย ทุ่งฟ้าบด
- 4) ข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ (Background หรือ B) คือ ประวัติความเป็นมาของกาตและผู้ที่มาใช้งานภายในพื้นที่

การควบคุมกระบวนการเก็บข้อมูลสามารถแสดงรายละเอียดดังภาพ 3-3

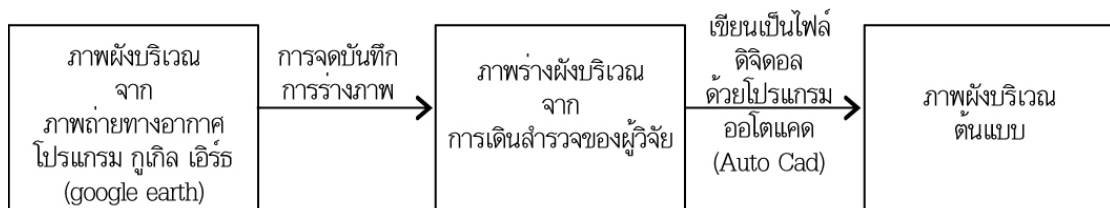




ภาพ 3-3 การควบคุมกระบวนการเก็บข้อมูล

มีกระบวนการเตรียมผังบริเวณเป็นดังภาพที่ 3-4 ดังนี้

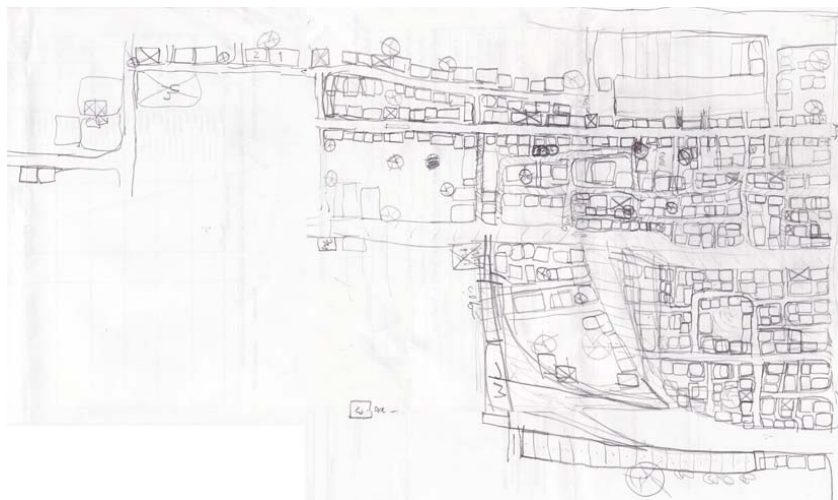
- ใช้ภาพถ่ายทางอากาศของกาดวัดควายทุ่งฟ้าบดเป็นผังฐาน (ภาพที่ 3-5)
- เดินสำรวจพื้นที่จริงตามภาพถ่ายทางอากาศ เพื่อแก้ไขข้อมูลพื้นที่จริง (ภาพที่ 3-6)
- เขียนผังด้วยโปรแกรมเขียนแบบออโตแคด (AutoCAD) เพื่อให้ได้ผังบริเวณต้นแบบที่มีคุณภาพ (ภาพที่ 3-7)
- ทำการสำรวจผังบริเวณในพื้นที่จริงอีกครั้ง เพื่อการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ และทดสอบมาตราส่วนที่เหมาะสมต่อการใช้บันทึกข้อมูล



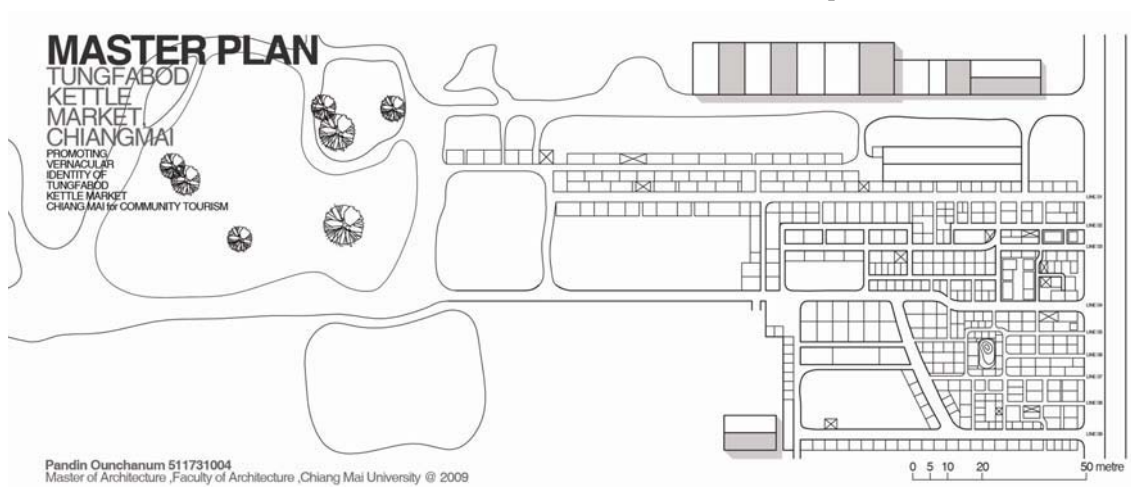
ภาพ 3-4 กระบวนการสร้างผังบริเวณของกาดวัดควายทุ่งฟ้าบด



ภาพ 3-5 ภาพถ่ายทางอากาศของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

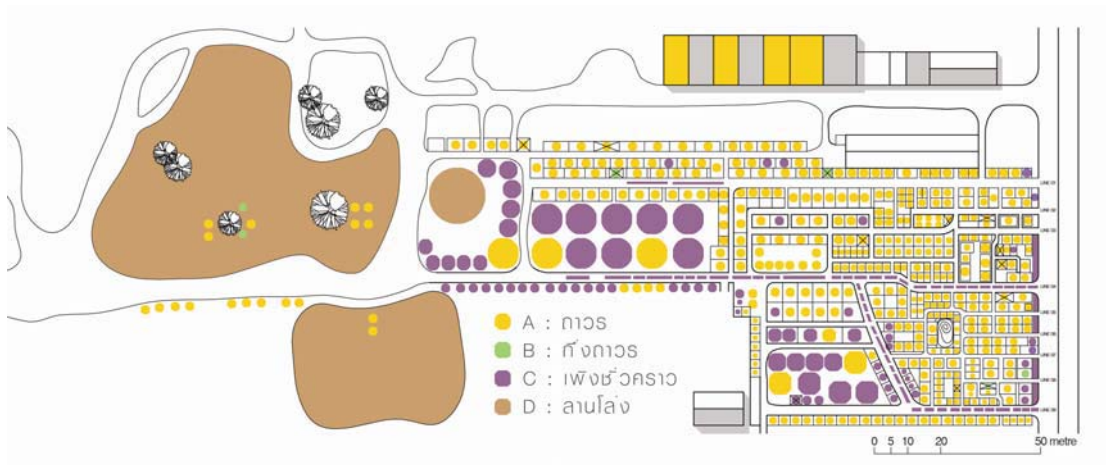


ภาพ 3-6 ภาพร่างผังบริเวณจากการเดินสำรวจของผู้วิจัย

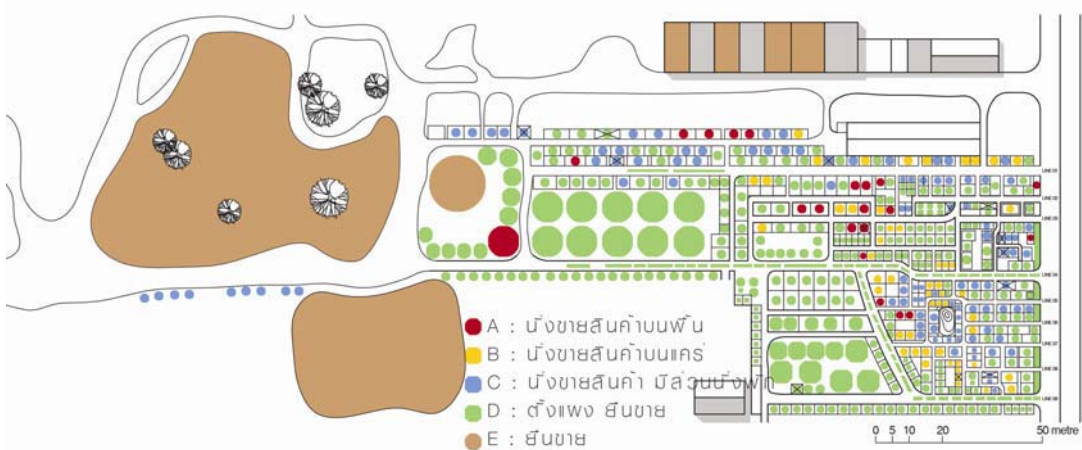


ภาพ 3-7 ผังบริเวณของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบดที่เขียนด้วยโปรแกรมออโตแคด

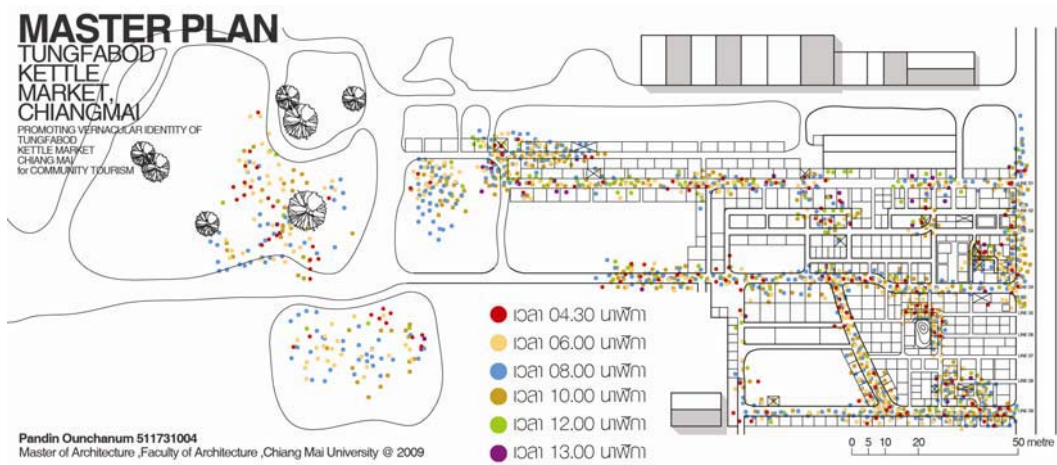




ภาพ 3-10 ผังบริเวณรูปแบบร้านค้า

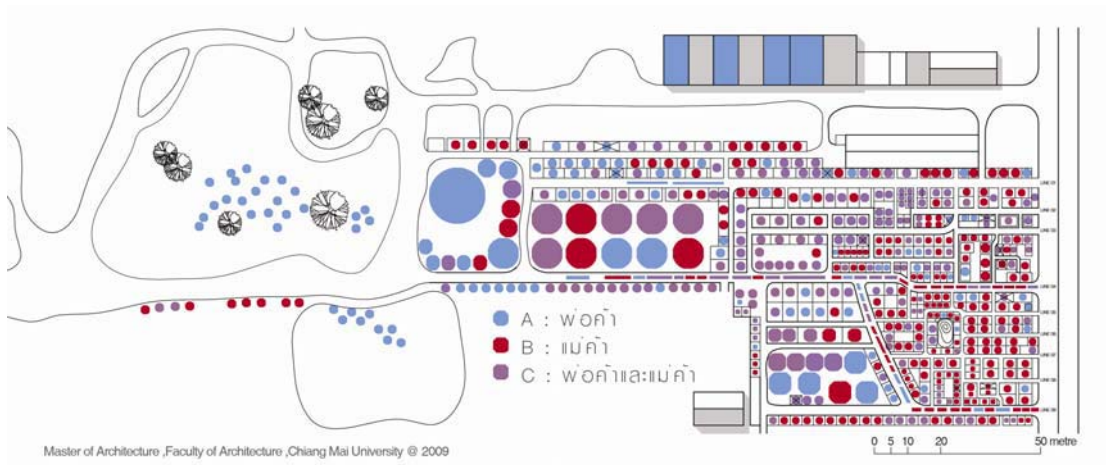


ภาพ 3-11 ผังบริเวณรูปแบบการขาย



ภาพ 3-12 ผังบริเวณการทำงานพื้นที่ใช้แต่ละช่วงเวลา





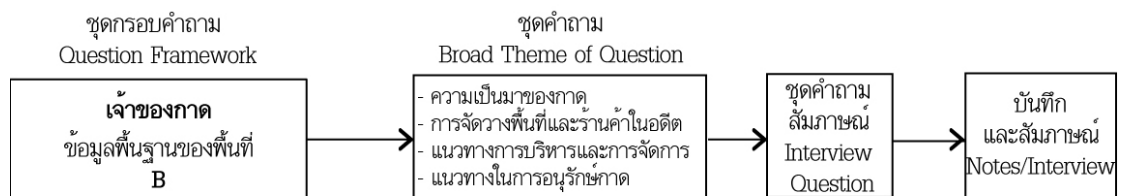
ภาพ 3-13 ผังบริเวณเทศผู้คำ

ผังบริเวณทั้งหมดนี้ ใช้เป็นแนวทางในการลงพื้นที่ทั้งการสำรวจสภาพแวดล้อมโดยละเอียด และการสัมภาษณ์ที่จะกล่าวถึงต่อไป

### 3.2.2 การสัมภาษณ์

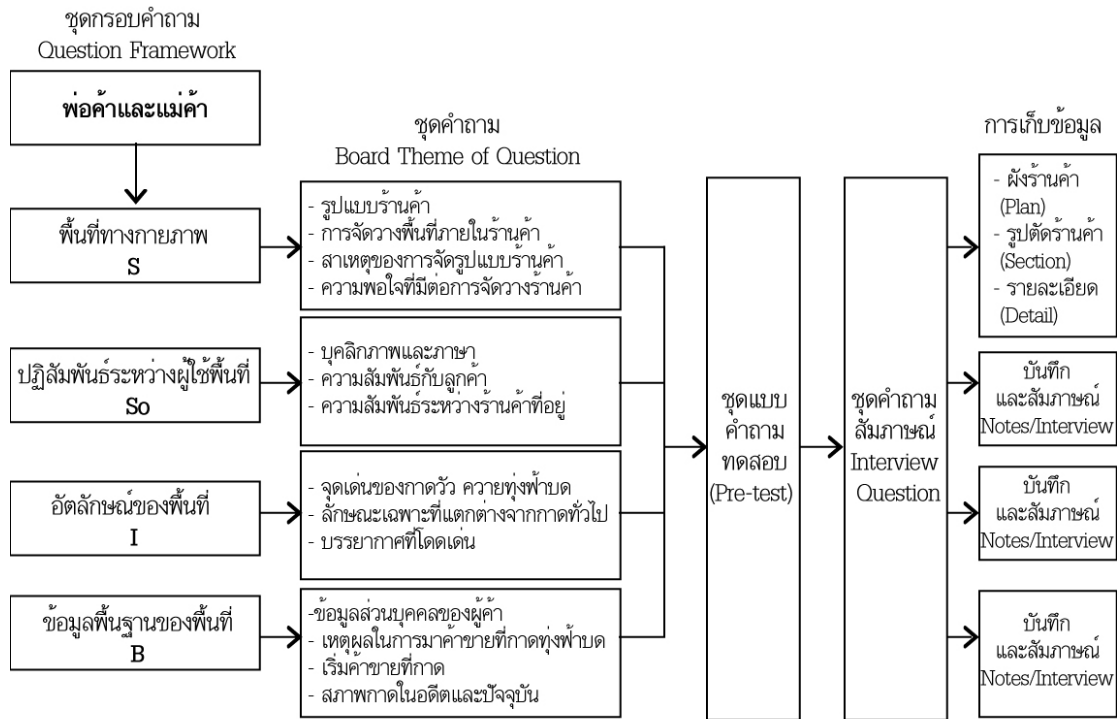
การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม มีรายละเอียด ดังนี้

เจ้าของภาค มีรายละเอียดคำถามและการเก็บข้อมูลดังภาพที่ 3-14



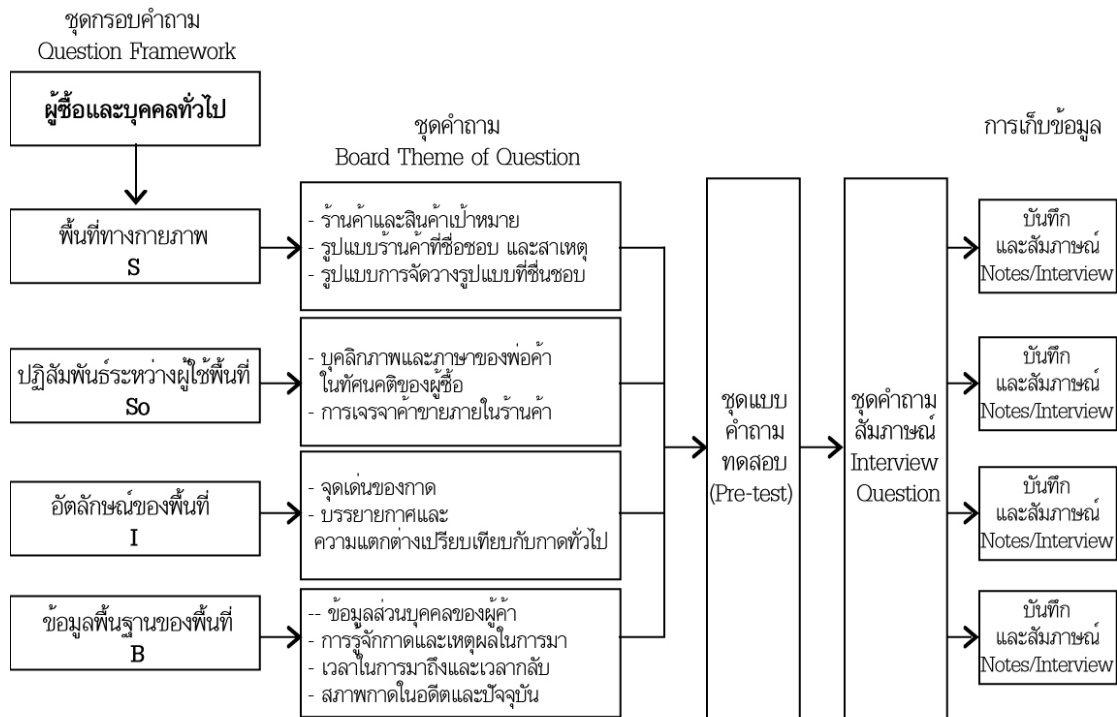
ภาพ 3-14 ชุดคำถามสัมภาษณ์เจ้าของภาค

กลุ่มตัวอย่างผู้ค้า มีรายละเอียดชุดคำถามและรูปแบบการเก็บข้อมูลดัง ภาพ 3-15



ภาพ 3-15 ชุดคำถามพ่อค้าและแม่ค้า

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ คนเดิน คนทั่วไป มีรายละเอียดคำถามและการเก็บข้อมูลดังภาพ 3-16



ภาพ 3-16 ชุดคำถามผู้ซื้อ ผู้ติดตามและบุคคลทั่วไป

กล่าวโดยสรุปในขั้นของการเก็บข้อมูล ทำให้ได้ข้อมูลประกอบด้วยสองส่วนหลัก คือ ข้อมูลสำรวจและข้อมูลสัมภาษณ์ โดยมีหัวข้อหลักตามจำแนกตามคำถามที่แตกออกมาจากวัตถุประสงค์วิจัย ในขั้นตอนของการวิเคราะห์จะเป็นการนำเอาข้อมูลทั้งสองส่วนมาผนวกกันเพื่อตอบวัตถุประสงค์ต่อไป

### 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.3.1 การคัดแยกข้อมูลเบื้องต้น

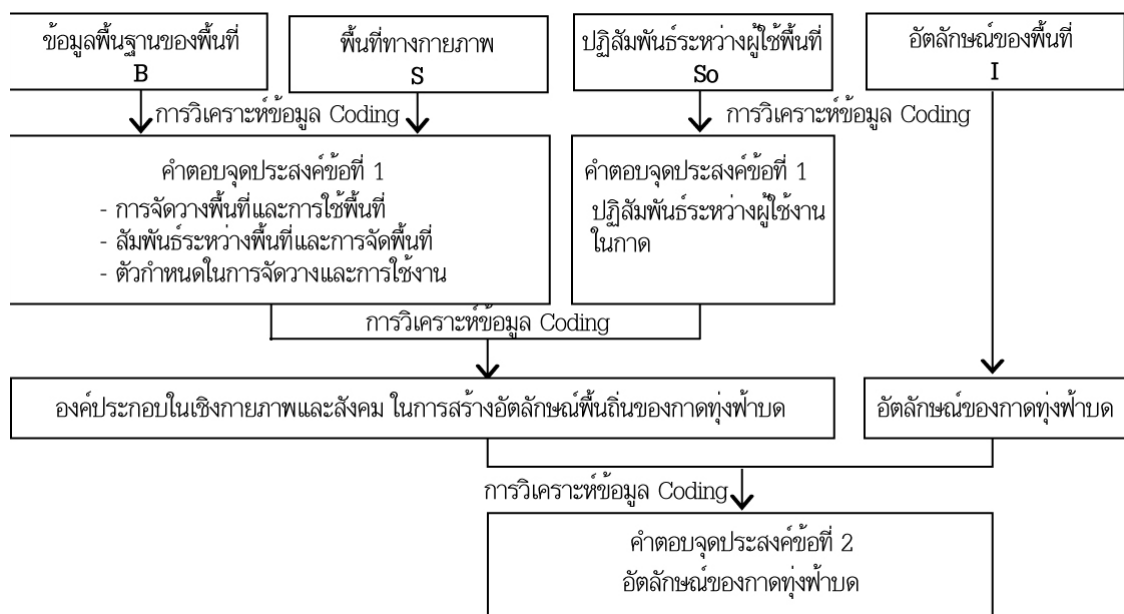
ข้อมูลที่ได้ทั้งหมดในข้อ 3.2 จะถูกนำมาจัดหมวดหมู่ (Categorize) เพื่อนำมาวิเคราะห์และตอบคำถามวิจัยของวัตถุประสงค์ 1 และ 2 สามารถจัดเป็นกลุ่มดังที่ได้แบ่งไว้แล้ว คือ พื้นที่ทางกายภาพ (S) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้พื้นที่ (So) อัตลักษณ์ของพื้นที่ (I) และข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ (B) ของกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม เจ้าของตลาด พ่อค้าแม่ค้า และผู้ซื้อ

### 3.3.2 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์เรียงตามลำดับขั้นตอนได้ดังนี้

- 1) นำข้อมูลจำแนกตามหมวดหมู่เบื้องต้นมาทำการเข้ารหัส (Coding) ตามคำถามและวัตถุประสงค์
- 2) นำข้อมูลพื้นที่ทางกายภาพ (S) และข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ (B) นำมาวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อตอบคำถามวิจัยของวัตถุประสงค์ที่ 1 ในเรื่ององค์ประกอบเชิงกายภาพ
- 3) นำข้อมูลปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้พื้นที่ (So) นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัยของวัตถุประสงค์ที่ 1 ในองค์ประกอบเชิงสังคม
- 4) นำผลที่ได้จากข้อ 2) และ 3) มาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกายภาพและสังคมที่มีส่วนสร้างอัตลักษณ์พื้นที่ถิ่นของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด
- 5) นำข้อมูลอัตลักษณ์ของพื้นที่ (I) ที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลอัตลักษณ์จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง
- 6) นำผลวิเคราะห์ที่ได้จากข้อ 4) ไปวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) กับผลวิเคราะห์ในข้อที่ 5) เพื่อให้ได้ผลสรุปของอัตลักษณ์ของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นดังภาพหน้าถัดไป

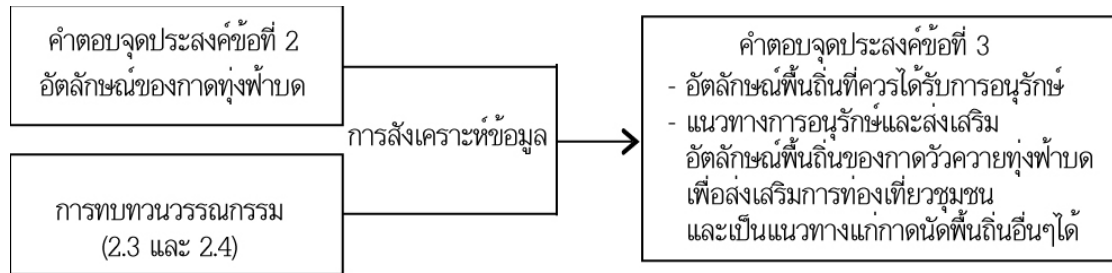


ภาพ 3-17 การวิเคราะห์ข้อมูล



### 3.4 การสังเคราะห์ข้อมูล (Data synthesis)

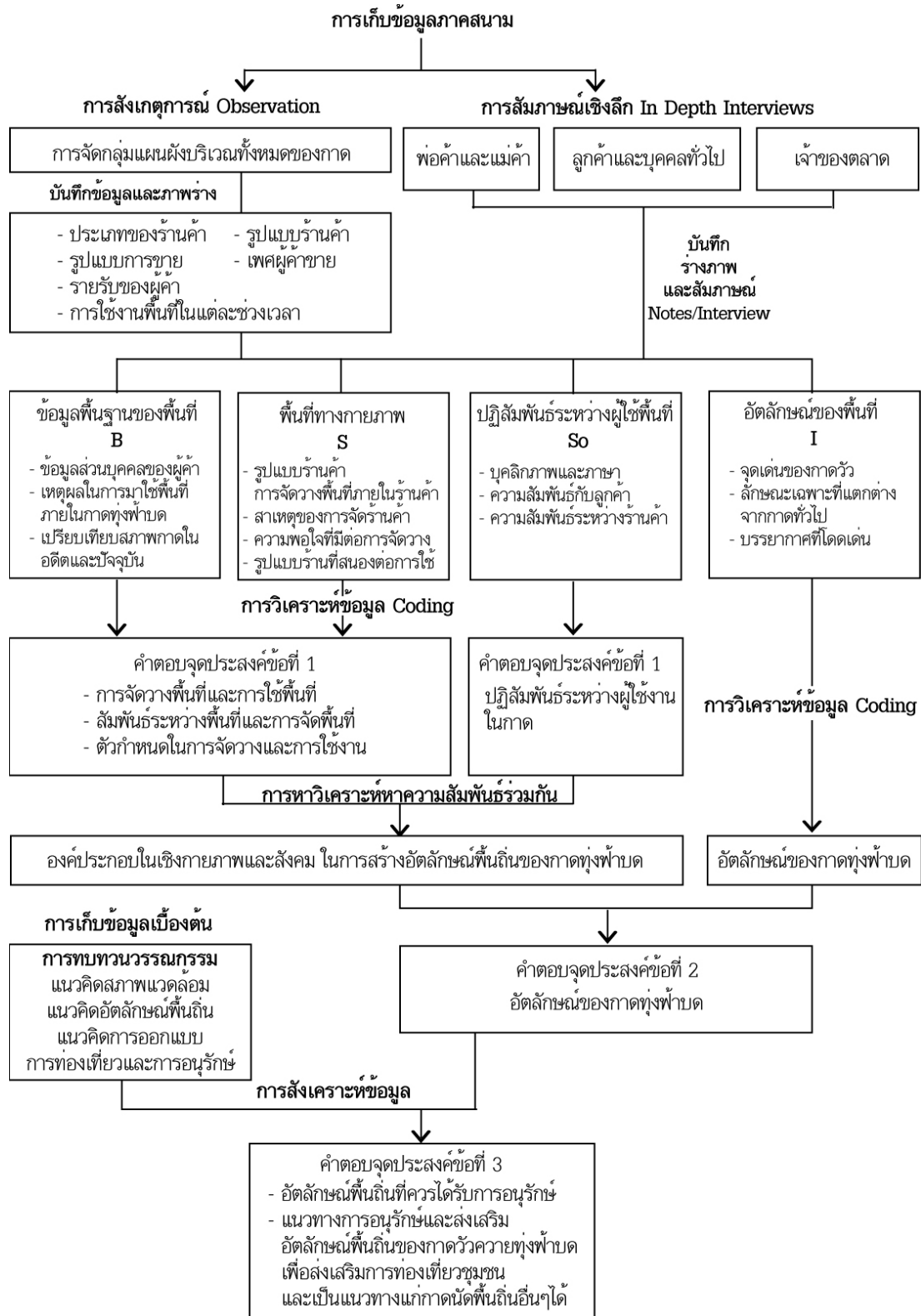
การสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการสร้างแนวทางในการอนุรักษ์และส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของ กาดวัวควายทุ่งฟ้าบดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนและเป็นแนวทางแก่กาดนัดพื้นถิ่นอื่นๆ จากการนำ ผลสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลใน 3.3 มาใช้ในการสังเคราะห์ร่วมกับแนวความคิดในเรื่องการออกแบบ สภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์จากการทบทวนวรรณกรรม



ภาพ 3-18 การสังเคราะห์ข้อมูล

### 3.5 สรุป (Conclusion)

บทนี้ได้กล่าวถึงวิธีวิจัย สรุปเป็นแผนภูมิตลอดกระบวนการดำเนินงานวิจัยทั้งหมดได้ ดังนี้



ภาพ 3-19 แผนภูมิวิธีการดำเนินงานวิจัยทั้งหมด

กล่าวโดยสรุป เนื้อหาของบทที่ 3 เป็นการนำเอาวัตถุประสงค์มาแจกแจงและออกแบบวิธีวิจัยที่เหมาะสม โดยใช้กรอบทฤษฎีแนวคิดที่วางไว้ในกรอบทฤษฎีวรรณกรรมเป็นฐานความรู้ จะเห็นได้ว่า การได้มาซึ่งกระบวนการวิจัยเป็นไปอย่างมีหลักและกระบวนการตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้ศาสตร์การมองข้อมูล (Data visualization) การวางมโนทัศน์ (Mind Map) ของงานวิจัยอย่างมีลำดับขั้นตอนและเห็นภาพตามวิธีทางสถาปัตยกรรม ในบทต่อไปจะเป็นการนำข้อมูลจากภาคสนามมาวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ต่อไป

## บทที่ 4 ผลการศึกษาและการอภิปรายผล

### 4.1 สรุปข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

#### กลุ่มตัวอย่างเจ้าของกาด

เจ้าของกาดมี 1 ท่าน คือ คุณบัวผืน ลอมศรี เป็นทายาทรุ่นปัจจุบันของกาดทุ่งฟ้าบด เป็นผู้บริหารกาดต่อจากบิดา เป็นผู้มีอุดมการณ์ กว้างขวางในชุมชน ผูกพันกับท้องถิ่น โดยได้พยายามรักษา สืบทอดกิจการและกอบกู้ธุรกิจครอบครัวจนสามารถเป็นแหล่งทำกินของชุมชน ทั้งใกล้และไกลที่ไม่เอาเปรียบผู้ค้าขายด้วยกัน

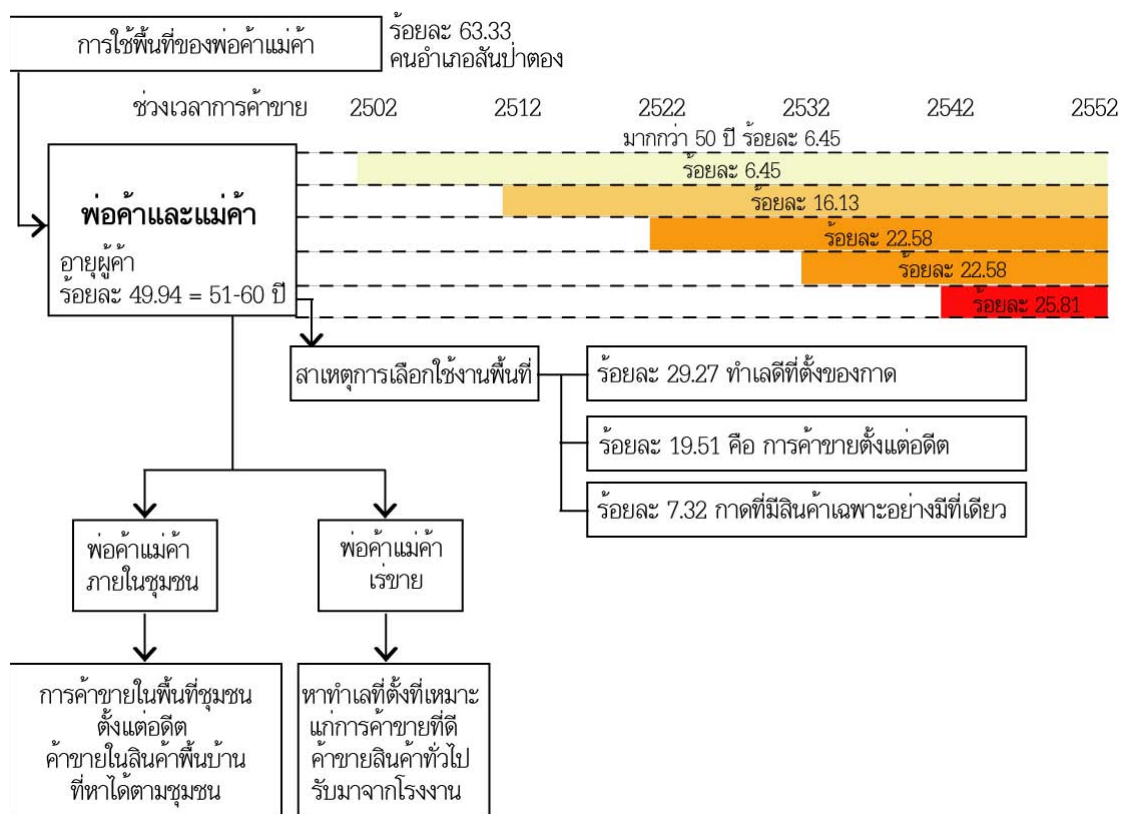
#### กลุ่มตัวอย่างผู้ค้า

จากการเก็บข้อมูลการใช้พื้นที่ของพ่อค้าแม่ค้าในกาด ใช้การสุ่มผู้สัมภาษณ์แบบกระจายตัว ประกอบการสุ่มแบบสะดวกและแบบลูกโซ่จากร้านค้าทั้งหมดในกาดประมาณ 500 ร้าน โดยสัมภาษณ์จนกว่าข้อมูลจะนิ่ง ผลของการสุ่มสัมภาษณ์ได้การกระจายตัวที่สม่ำเสมอและเหมาะสมกับขนาดกลุ่มตัวอย่างสรุปดังนี้

- มีจำนวนรวม 31 คน เป็นชายและหญิงใกล้เคียงกันมีช่วงอายุ 20-60 ปี ผู้สูงอายุที่ค้าขายภายในกาดตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกาด และเป็นคนในชุมชน
- ส่วนใหญ่เป็นคนในอำเภอสันป่าตอง และจากอำเภออื่นในเชียงใหม่ และจากจังหวัดใกล้เคียง คือ ลำปางและลำพูน
- ใช้รถกระบะส่วนตัวที่มีการต่อห้องเก็บด้านท้ายรถ เนื่องจากบรรทุกสินค้าได้พอเหมาะ และใช้รถบรรทุกสำหรับการขนวัวควาย เนื่องจากมีขนาดใหญ่ และสามารถขนได้คราวละมากๆ ส่วนที่ใช้รถจักรยานยนต์จะมีสินค้าจำนวนไม่มากนักเป็นคนในชุมชนในระยะทางที่ไม่ไกลนักจากที่พัก
- มีระยะเวลาค้าขายยาวนาน คือ ประมาณ 10- 30 ปี ส่วนมากเป็นผู้สูงอายุ
- แรงจูงใจให้อยู่มานานนานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป จนเป็นแหล่งทำกินถาวร มาจากความผูกพันกับการค้าขายที่กาดและรายได้ที่มั่นคง
- เหตุผลในการมาค้าขายที่สำคัญที่คิดถึงอันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งดี ติดถนนหลวง มีรถสัญจรผ่านไปมา ซึ่งถือเป็นแหล่งค้าขายสำคัญที่จะสามารถค้าขายสินค้าของตนได้ตามที่ต้องการ การค้าขายตั้งแต่อดีต เริ่มมาในช่วงก่อตั้งกาด และสืบทอดวัฒนธรรมทางการค้าที่มีอยู่ในชุมชนจากรุ่นย่ายาย พ่อแม่แก่รุ่นลูกหลาน ทั้งการผลิตสินค้าและการค้า

- กลุ่มผู้ค้ายังสามารถจำแนกได้ 2 ประเภทตามที่มาและแหล่งสินค้า คือ คนในชุมชนและผู้ค้าเร่จากภายนอก โดยเลือกค้าขายต่างกันอย่างเห็นได้ชัด คือ ผู้ค้าจากภายในชุมชนจะค้าขายมาตั้งแต่อดีต เป็นสินค้าพื้นบ้านที่หาได้ตามชุมชนสินค้าอาทิ สินค้าอาหารแห้ง-สด สินค้าทางเกษตรกรรมและหัตถกรรม และสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น หัตถกรรม สัตว์เลี้ยง ส่วนผู้ค้าเร่เข้ามาในระยะหลัง ค้าขายสินค้าสินค้าเบ็ดเตล็ดที่รับสินค้าเหลือล้นมาจากโรงงานในเมือง

สรุปประเด็นหลักที่พบจากข้อมูลกลุ่มผู้ค้าได้ตามภาพ 4-1 แสดงประเด็นสังคมเรื่องความผูกพันระหว่างผู้ค้าในกาตวักควาย นอกจากการเป็นแหล่งค้าขายที่ดีแล้ว ยังมีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นที่แสดงให้เห็นว่า กาตวักควายเป็นวิถีประเพณีที่สืบทอดกันมาของคนในชุมชนโดยมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงจากผู้ค้าเร่ต่างถิ่นที่ทยอยเข้ามาและมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นที่น่าจะเป็นตัวแปรในอนาคต



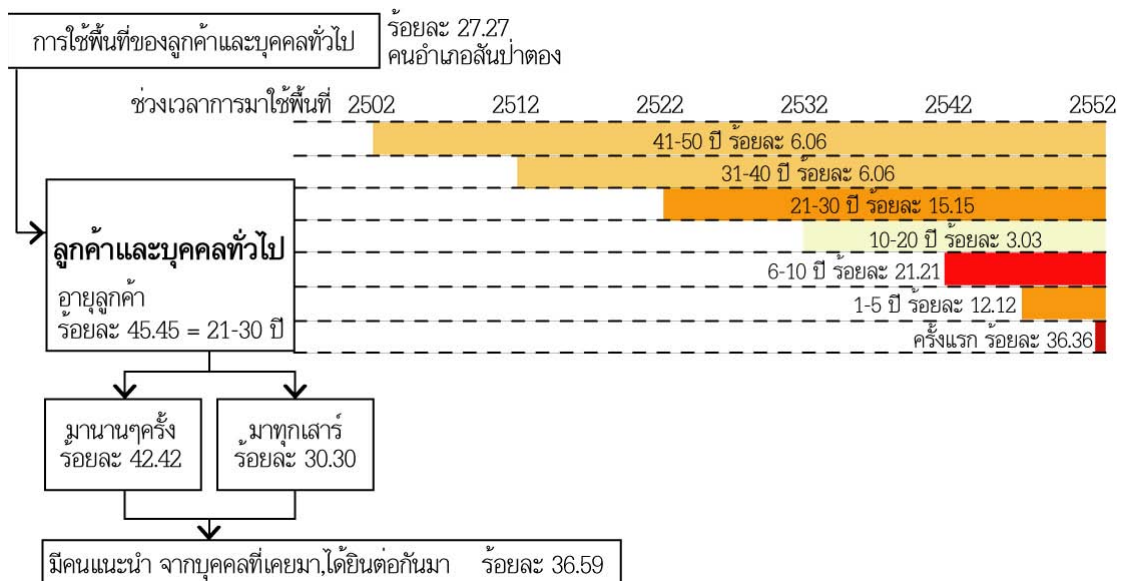
ภาพ 4-1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างผู้ค้า

### กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อและคนเดินทั่วไป

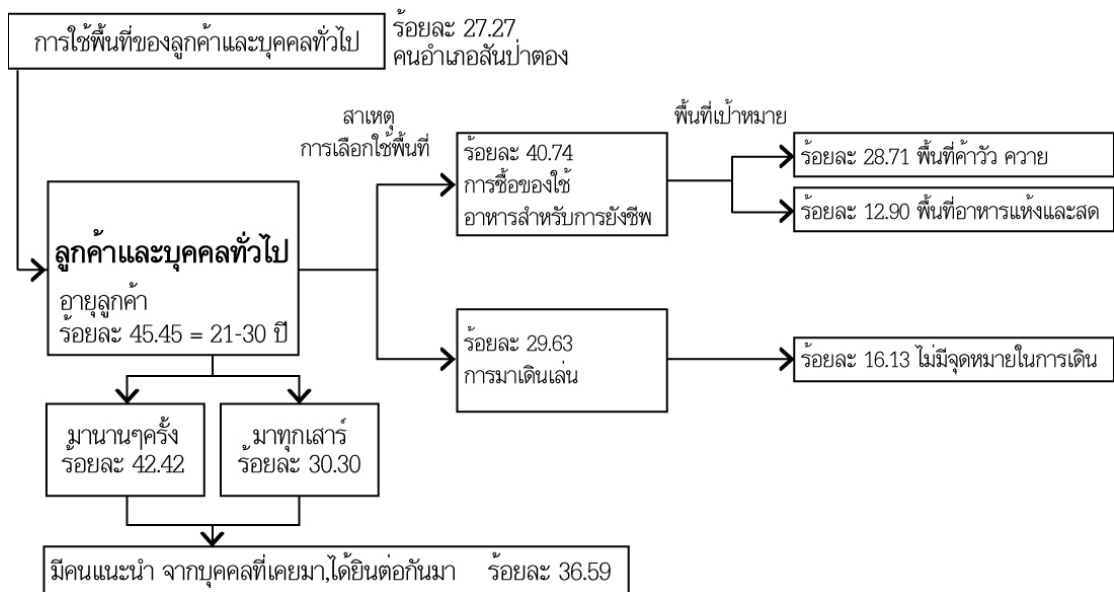
ใช้วิธีการคัดเลือกสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการสุ่มแบบเดียวกับผู้ค้าโดยให้กระจายตัวในทุกพื้นที่ในภาคและสัมภาษณ์จนกว่าข้อมูลจะนิ่ง พบข้อมูลสำคัญดังนี้

- มีจำนวนรวม 33 คน เป็นชายและหญิงใกล้เคียงกันมีช่วงอายุกระจาย 10-70 ปี
- ภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างมาจากเชียงใหม่และลำพูนและมีกว่าร้อยละ 25 มาจากจังหวัดอื่น โดยมาไกลถึงภาคกลางและภาคใต้ แสดงศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
- ส่วนใหญ่รู้จักกาตทุ่งฟ้าบดเพราะมีผู้แนะนำและรู้จักเองจากการเป็นพื้นที่ศูนย์กลางในการกาตวัวควายที่ใหญ่ที่สุดที่หลงเหลืออยู่ จึงเป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้ซื้อวัวควาย
- สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าประจำและกลุ่มลูกค้าหมุนเวียนโดยทั้งสองกลุ่มที่มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน มีแนวโน้มในการดำรงอยู่ได้ด้วยการสนับสนุนของลูกค้าประจำและลูกค้าเวียนที่เสริมเข้าอย่างสม่ำเสมอ
- ส่วนใหญ่มากาตทุกสัปดาห์ หรือเดือนละ 2-3 ครั้ง นับได้ว่ามีความถี่มากเมื่อเทียบกับการเปิดรายสัปดาห์ละครั้ง
- ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำมากกว่า 10 ปี และบางส่วนเป็นมาตั้งแต่เปิดกาต

สรุปข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อและคนเดินตามภาพ 4-2 มีข้อมูลสำคัญ คือ เป็นคนในพื้นที่ มีนักท่องเที่ยวจากต่างถิ่นไกลมาเที่ยวด้วย มีช่วงอายุกว้าง เป็นกลุ่มลูกค้าประจำในสัดส่วนคงที่เป็นลักษณะสำคัญของกาตที่ติดหรือเป็นที่รู้จักแล้ว และมีคนจากภายนอกเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น จากพื้นที่ที่ไกลขึ้นทำให้การหมุนเวียนลูกค้าใหม่สม่ำเสมอเพื่อเดินเล่นสุดสัปดาห์ด้วย



ภาพ 4-2 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อและคนเดิน



ภาพ 4-3 แสดงความต้องการในการมากาดวัวควายของผู้ซื้อและคนเดิน

## 4.2 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

### วัตถุประสงค์ที่ 1) เพื่อค้นหาองค์ประกอบในเชิงกายภาพและสังคมของกาดวัวควาย

#### 1.1 การจัดวางพื้นที่และการใช้พื้นที่กาดเป็นอย่างไร มีอะไรเป็นตัวกำหนด

#### 1.2 ลักษณะของร้านค้าส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อหรือไม่ อย่างไร

### I. ที่ตั้งและการเข้าถึง (Site and access)

กาดวัวควายทุ่งฟ้าบดเป็นตลาดนัดในวันเสาร์ ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 9 บ้านต้นผึ้ง ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ บริเวณด้านทิศตะวันออกติดกับทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 108 (ถนนหลวงเชียงใหม่-ฮอด) ห่างจากตัวเมือง จังหวัดเชียงใหม่ประมาณ 25 กิโลเมตร ห่างจากที่ว่าการอำเภอสันป่าตอง 3 กิโลเมตรและจากที่ว่าการอำเภอหางดง 14 กิโลเมตร สามารถติดต่อกับอำเภอใกล้เคียง เช่น อำเภอสารภี อำเภอจอมทอง อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอป่าซาง อำเภอบ้านโฮ่ง อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ได้โดยทางรถยนต์ ซึ่งถือว่าเป็นพื้นที่จุดร่วมทางเศรษฐกิจและสังคมของในชุมชนและบริเวณใกล้เคียง



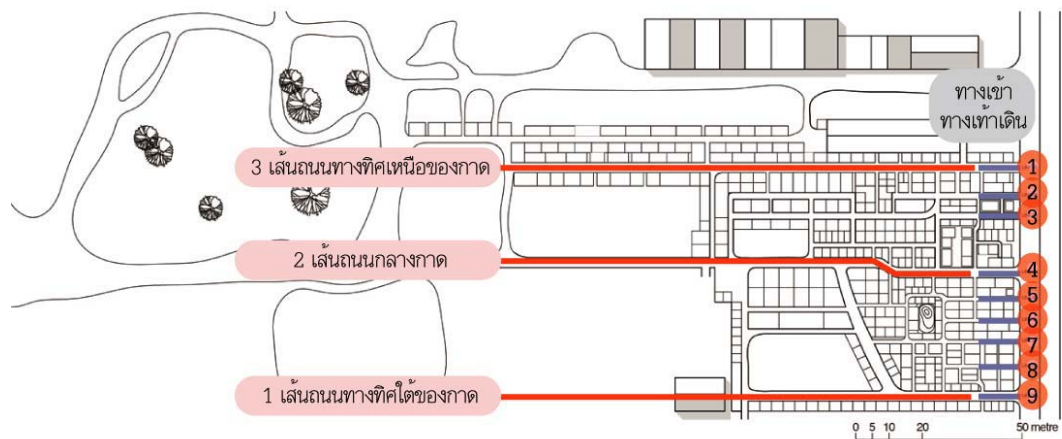


ภาพ 4-4 แผนที่ตั้งของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

การเข้าถึงกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด มี 2 ทาง คือ

- ทางรถยนต์ มี 3 จุด คือ ทางทิศใต้ของกาด ทางตอนกลางกาดและทางทิศเหนือของกาด สามารถเดินรถในช่วงเช้ามีดสำหรับขนส่งสินค้าเข้าสู่ร้านค้า เมื่อช่วงเวลาสายรถจะไม่สามารถเข้ามาได้ นอกเหนือจากเส้นทางทิศเหนือ
- ทางเดินเท้าเข้าสู่กาด จากถนนหลวงมีทั้งหมด 9 ช่องทาง ซึ่งสามารถเข้าได้ทุกช่องทางตลอดเวลาที่เปิดกาด

การเข้าถึงเป็นดังภาพ 4-2

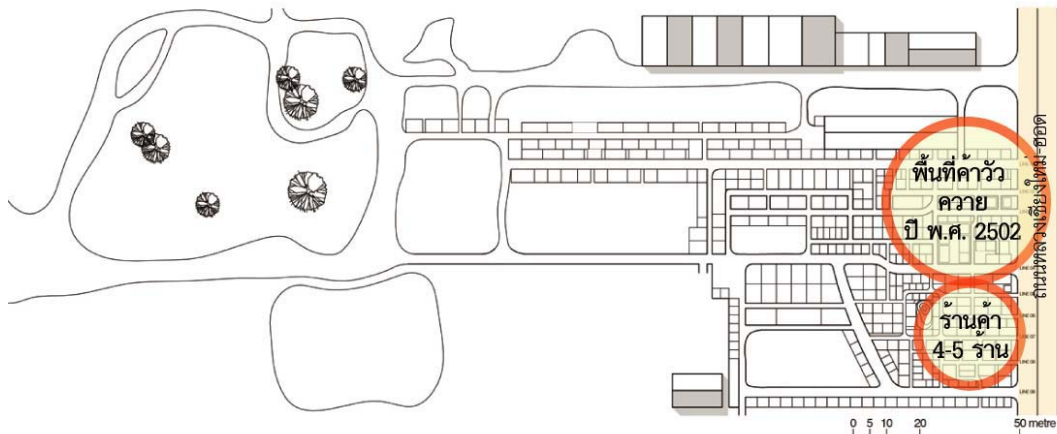


ภาพ 4-5 การเข้าถึงกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

## II. พัฒนาการของการจัดวางและใช้พื้นที่ของกาดทุ่งฟ้าบด

จากการสำรวจและสัมภาษณ์เจ้าของกาด พบว่าการจัดพื้นที่ที่มีการพัฒนาการใน 3 ช่วงได้แก่ ช่วงเริ่มก่อตั้ง พ.ศ.2502

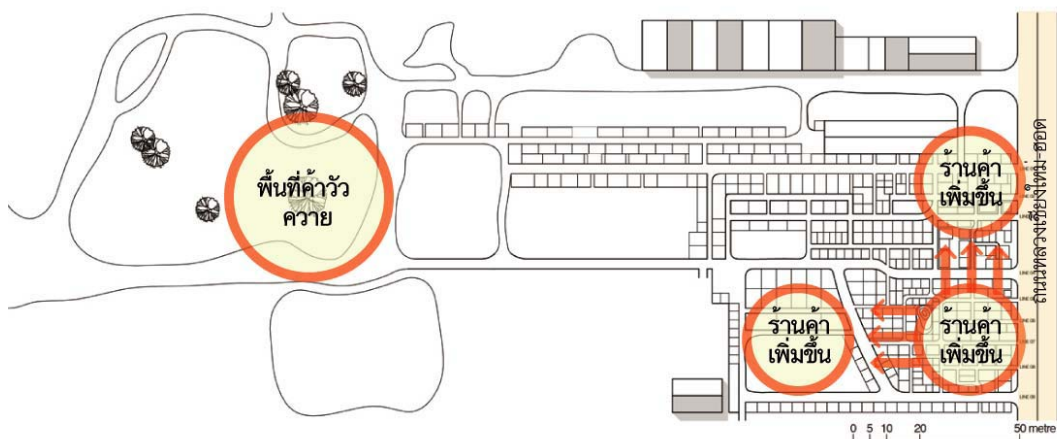
กาดวัวควายทุ่งฟ้าบด ได้เริ่มในปี พ.ศ. 2552 จากการค้าวัวควายเป็นหลักโดยตั้งติดถนนหลวงเชียงใหม่-ฮอด เพื่อให้คนในชุมชนหรือบุคคลทั่วไปที่สัญจรผ่านสามารถเห็น กาดวัวควายได้ง่ายชัดเจน และเข้าถึงสะดวก โดยเริ่มแรกมีร้านค้ามาค้าขายสินค้าเพียง 4-5 ร้านในบริเวณถัดจากพื้นที่ค้าวัว ควาย



ภาพ 4-6 แผนผังช่วงเริ่มก่อตั้งกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

#### ช่วงขยายตัว พ.ศ.2525

เมื่อกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด เริ่มเป็นที่รู้จักของคนในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียง มีจำนวนร้านค้าขายเพิ่มขึ้น เจ้าของกาดจึงแบ่งพื้นที่เป็นส่วนค้าขายทั่วไปกับพื้นที่ส่วนค้าวัวควายออกจากกันเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน เพื่อการสัญจรที่สะดวก และการไม่รบกวนกันในเรื่องมลพิษทางเสียง และกลิ่น โดยพื้นที่ค้าวัวควาย ย้ายไปส่วนหลังสุดของกาด ส่วนพื้นที่ร้านค้าอยู่ติดบริเวณด้านหน้าเหมือนเดิม และมีการขยายตัวทั้งแนวยาวขนานกับถนนหลวง และแนวลึกเข้าไปในพื้นที่

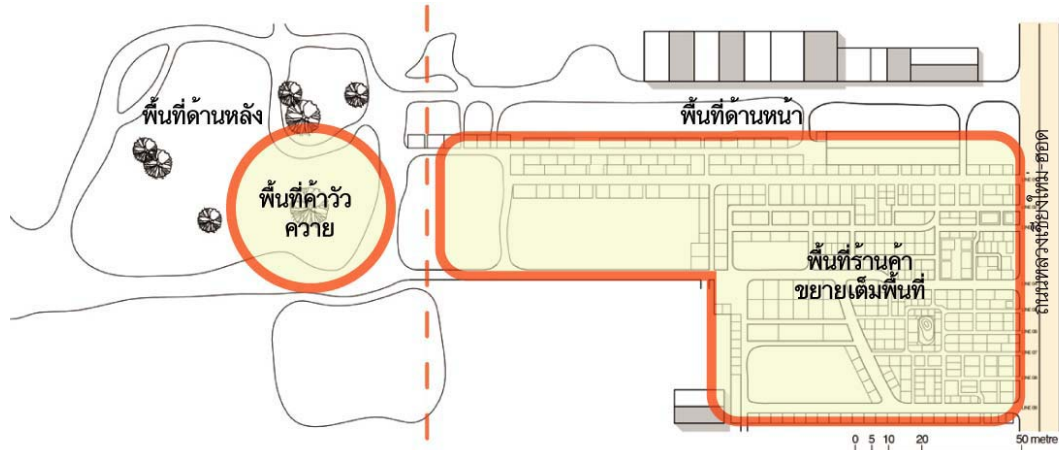


ภาพ 4-7 แผนผังช่วงการขยายพื้นที่ของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด พ.ศ. 2525

#### ช่วงปัจจุบัน พ.ศ.2552

ปัจจุบันกาดแบ่งพื้นที่การใช้งานเป็น 2 ส่วนใหญ่ คือ 1) พื้นที่ด้านหน้า มีร้านค้าละประเภท จำนวนประมาณ 500 ร้านค้า โดยใช้เพิงที่ผู้ค้าสร้างกันเองตามการใช้งาน เนื่องจาก

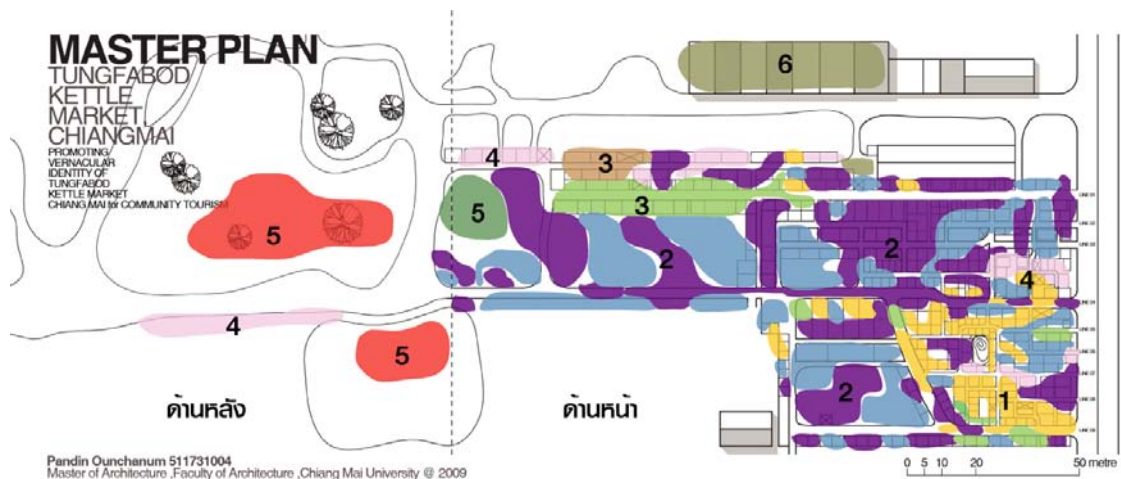
การเช่าที่ จะได้เพียงแค่ที่ดินเปล่าเท่านั้น 2) พื้นที่ด้านหลัง เป็นพื้นที่ลานโล่งกว้างใหญ่ สำหรับการค้า วัวควาย ตลอดจนไก่น ซึ่งต้องการใช้พื้นที่โล่งมาก



ภาพ 4-8 แผนผังช่วงกาดวัวควายทุ่งฟ้าบดในปัจจุบัน

### III. การจัดวางและใช้พื้นที่ - ตามกลุ่มสินค้า ผู้ใช้และเวลา

จากการสำรวจการจัดวางและใช้พื้นที่จะแบ่งตามกลุ่มสินค้า ประกอบด้วย กลุ่มร้านอาหาร อาหารแห้งอาหารสด ร้านสินค้าเบ็ดเตล็ด ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายสินค้าทางเกษตรกรรมและหัตถกรรม ร้านขายพระเครื่อง ร้านขายอาหารพื้นเมือง พื้นที่ ค้าวัว ควาย ไก่ และ ค้ารถจักรยานยนต์



ภาพ 4-9 แผนผังกลุ่มร้านค้าภายในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

พื้นที่ขายอาหารแห้งอาหารสด เป็นพื้นที่ส่วนด้านหน้าของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบดซึ่งติดกับถนนหลวงเชียงใหม่-ฮอด เป็นส่วนดั้งเดิมที่สุดของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด เป็นพื้นที่ส่วนแรกที่มีการตั้งร้านค้าเพียง 5-6 ร้าน และมีการค้าวัวควายตั้งอยู่ข้างกัน ต่อมาเมื่อมีการขยายตัว และย้ายวัว ควายไปตั้งด้านหลัง ส่วนของร้านค้าอาหารแห้งสดจึงได้อยู่ในส่วนของด้านหน้าจนปัจจุบันส่วนใหญ่มีการค้าขายในเวลาเช้ากว่าร้านค้าชนิดอื่น เพื่อความสดใหม่ของสินค้า



ภาพ 4-10 พื้นที่ร้านค้าบริเวณด้านหน้าของกาดทุ่งฟ้าบด

พื้นที่ขายสินค้าเบ็ดเตล็ด กระจายอยู่ทั่วทั้งบริเวณคิดเป็นร้อยละ 60 ของร้านค้าทั้งหมด สินค้าทั่วไปแต่ละประเภทจะตั้งร้านค้าบริเวณใกล้เคียงกัน เช่น เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องนุ่มห่ม สินค้าเบ็ดเตล็ดทั่วไป จะตั้งร้านค้าในบริเวณใกล้เคียงกัน บางร้านค้าอาจจะไม่ได้อยู่ในบริเวณเดียวกัน เนื่องจากพื้นที่ในบริเวณนั้นเต็ม ไม่มีร้านค้าว่างสำหรับการตั้งแผง จึงอาจจะหลุดไปขายค้าอยู่รวมกับสินค้าประเภทอื่นๆ ตามพื้นที่ที่ว่าง



ภาพ 4-11 พื้นที่ร้านค้าทั่วไปภายในกาดทุ่งฟ้าบด

พื้นที่สินค้าเฉพาะอย่าง ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณด้านหลังสุดใกล้กับพื้นที่ค้าวัวควายและส่วนของร้านค้าเช่าพระที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน เพื่อที่สะดวกต่อการเลือกซื้อที่หลากหลาย และการเปรียบเทียบในบริเวณร้านค้าใกล้เคียง





ภาพ 4-12 พื้นที่ร้านค้าสินค้าเฉพาะ ภายในกาตทุ่งฟ้าบด

พื้นที่ร้านอาหารพื้นเมือง เป็นพื้นที่สำคัญในการพักผ่อน นั่งรับประทานอาหาร ทั้งผู้ค้าและลูกค้า โดยตั้งอยู่หลายจุดที่มีผู้คนจำนวนมาก เพื่อรองรับการนั่งพักผ่อนระหว่างจับจ่ายใช้สอย เพราะกาตมีช่วงเวลาในการค้าขายตั้งแต่ช่วงเช้าจนถึงเที่ยง ครอบคลุมมืออาหารถึง 2 มือ ส่วนนี้ยังเป็นพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างส่วนหน้าและส่วนหลังที่ต่างความสนใจเข้าด้วยกัน



ภาพ 4-13 พื้นที่ร้านอาหารพื้นเมืองภายในกาตทุ่งฟ้าบด

พื้นที่ค้าลานโล่งค้ำว ควาย และไก่ ตั้งอยู่บริเวณด้านหลังของกาต เป็นพื้นที่ลานโล่ง มีหลักเสาไม้สำหรับการคล้องเชือกมัดว ควาย โดยผู้ค้าจะยืนขายเป็นกลุ่มตามความคุ้นเคยหรือที่ประจำ โดยทั่วไปพ่อค้า 1 คนจะนำวมาจำนวน 3-10 ตัว พ่อค้ารายใหญ่อาจมีว 80-100 ตัว เช้าออกเป็นสัดส่วน เพื่อดูแลง่าย ผู้ค้ามักจะเดินทางมาถึงกาตตั้งแต่เย็น เนื่องจากมักมาไกลจากชุมชนอื่น และจำนวนวมีมากใช้เวลาถ่ายลงจากรถบรรทุก โดยจะนอนเฝ้าที่เพิงภายในคอกด้วย



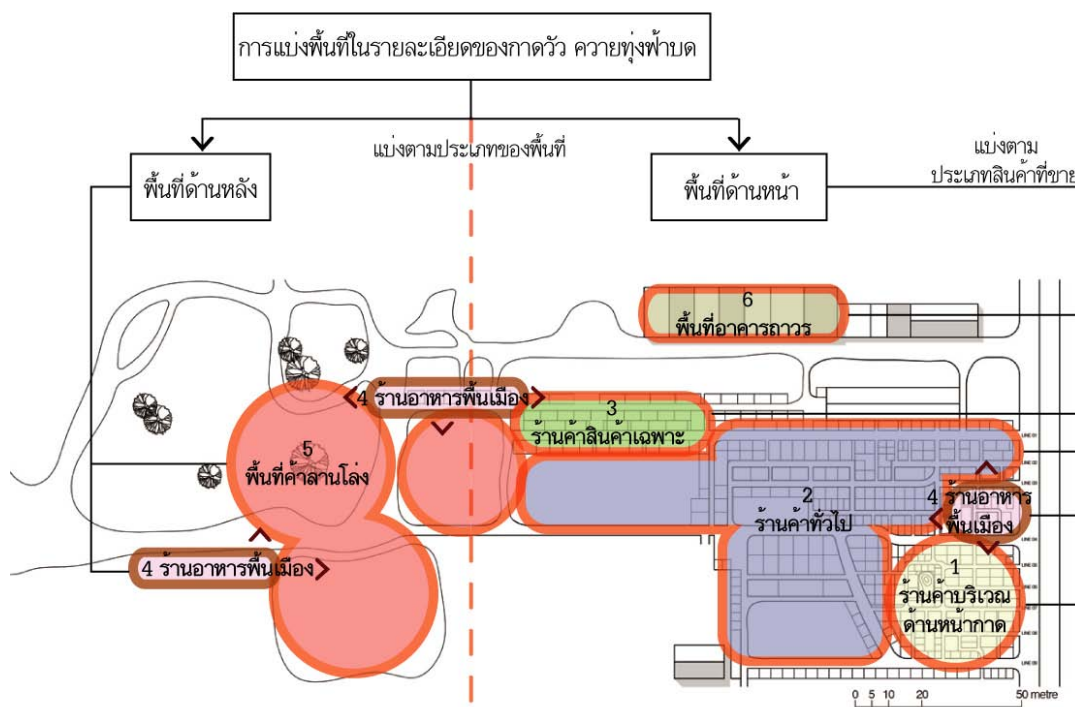
ภาพ 4-14 พื้นที่ลานโล่งค้ำว ควาย และไก่

พื้นที่ขายจักรยานยนต์ เป็นอาคารโครงสร้างคอนกรีต หลังคาโครงสร้างเหล็กที่เจ้าของ  
 ก่อสร้างขึ้นเพื่อเป็นพื้นที่ในการค้าขายรถจักรยานยนต์ โดยเป็นพื้นที่ออกเป็นช่องสำหรับค้ารถ  
 จักรยนต์ ช่องละประมาณ 6-8 คัน เป็นพื้นที่ค่อนข้างแข็งแรง และโล่งสะดวก ต่อการเลือกซื้อ



ภาพ 4-15 พื้นที่อาคารถาวร ภายในกาดทุ่งฟ้าบด

สรุปการจัดวางและใช้พื้นที่ตามกลุ่มสินค้าเป็นดังภาพ 4-16 ดังนี้



ภาพ 4-16 แผนผังการจัดพื้นที่ทางกายภาพของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

#### IV การจัดวางและใช้พื้นที่ - ตามเวลา

---

ผู้ค้ากว่าครึ่งจะเริ่มตั้งแผงตั้งแต่เช้ามีด คือ ช่วงเวลา 5.00-5.59 นาฬิกา เนื่องจากเป็นเวลาเช้ามีด ไม่ร้อน สะดวกต่อการขนสินค้าเข้าภายในพื้นที่ เนื่องจากถนนหลักยังไม่เริ่มตั้งแผงสินค้ากันเส้นทางถนน และลูกค้ายังมีจำนวนไม่มาก ร้านค้าบางประเภทขายสินค้าแต่เช้า คือ ร้านค้าอาหารแห้งและอาหารสด เพื่อขายความสดใหม่ของสินค้า ส่วนบางประเภทที่มีการตั้งแผงสินค้าล่วงหน้าก่อนหนึ่งวัน คือ ผู้ค้าวัวควาย ที่อาศัยอยู่ไกลจากกาด และมีจำนวนวัวควายนำมาค้าขายจำนวนมาก จึงต้องมาเตรียมวัวควายแต่เช้าและนอนนอนเฝ้า

ผู้ค้าส่วนใหญ่เริ่มเก็บร้านเมื่อแดดร้อนและกาดวาย คือ ใกล้เที่ยง เป็นเวลาที่ลูกค้าเริ่มลดจำนวนลงในช่วงเวลา 10.00-11.00 นาฬิกา ร้านค้าของผู้ค้าเริ่มเก็บแผงในช่วงเวลานี้เช่นกัน เพื่อย้ายไปค้าขายกาดอื่นในช่วงบ่าย บางร้านค้าเก็บแผงสินค้าก่อนเนื่องจากสินค้าหมดแล้ว หรือมิได้นำสินค้ามาค้าขายจำนวนมาก บางร้านค้าที่มีช่วงเวลาในการเก็บแผงสินค้าที่ยาวนานกว่าเนื่องจากมีสินค้าจำนวนมากจึงใช้เวลาเก็บนานหรือรอให้รถที่ร้านค้าอื่นนำเข้ามาภายในกาดลดลง เนื่องจากช่วงการเก็บกาดจะมีรถกระบะค่อนข้างมากที่ขับรถเข้ามาเพื่อเก็บของ

ลูกค้าและบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการในพื้นที่ มักมากาดแต่เช้าตรู่ ตั้งแต่เวลา 6.00 นาฬิกา เป็นต้นไป เพื่อมาจับจ่ายอาหารแห้งและสด ทำให้ได้สินค้าที่สดและใหม่ กลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อวัวควายจะมาแต่เช้ามีด คือ ประมาณตี 4 จนถึงช่วงสาย เพื่อได้เลือกก่อนกาดวายและอากาศไม่ร้อน

ส่วนใหญ่ผู้ซื้อเริ่มกลับในช่วงเวลา 10.00-11.00 นาฬิกา เนื่องจากร้านทยอยเก็บ โดยเฉพาะวัวควายเพื่อไม่ให้ผู้ค้าและวัวควายเพลียและปวยง่าย กลุ่มลูกค้าบางส่วนที่เดินเล่นจนถึงช่วงบ่าย เนื่องจากช่วงใกล้เก็บแผงสินค้ามักมีการลดราคาพิเศษทำให้ได้ของถูกลง

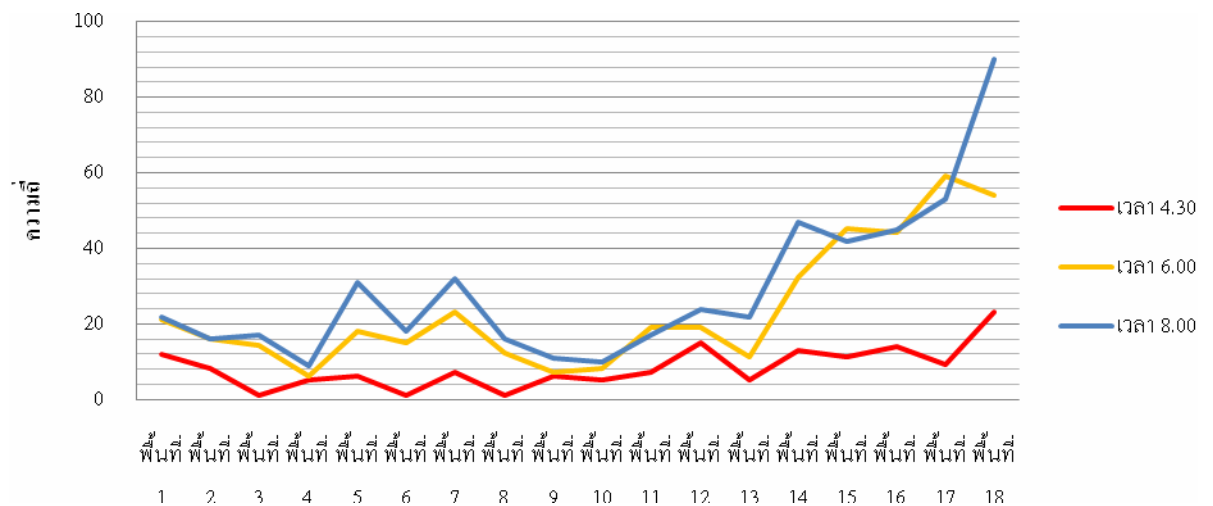
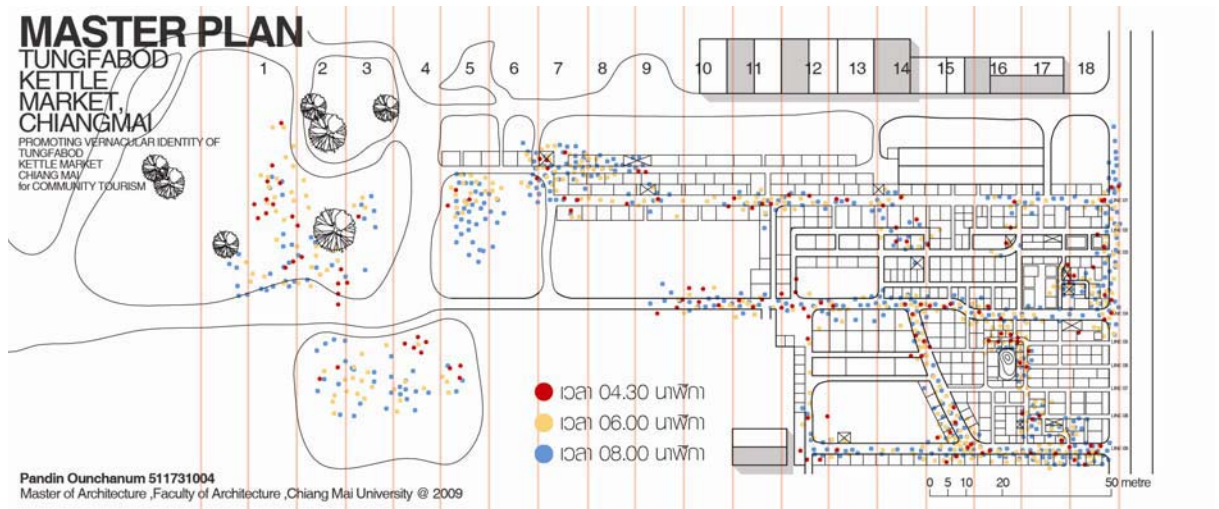
### การบันทึกภาพการใช้พื้นที่ตามเวลา

ในแต่ละช่วงเวลามีการใช้พื้นที่แต่ละพื้นที่ของคนในภาคทุ่งป่าบดที่แตกต่างกันไป การเก็บข้อมูลภาพถ่ายเลือกจุดบันทึกให้ครอบคลุมพื้นที่และเวลา ซึ่งแบ่งเวลาบันทึกภาพเป็น 6 ช่วงเวลา คือ ช่วงเวลา 4.00, 6.00, 8.00, 10.00, 12.00 และ 13.00 นาฬิกา แล้วจึงบันทึกผลความหนาแน่นของการใช้พื้นที่ตามเวลาลงในผังที่แบ่งตามยาวจากซ้ายไปขวาเป็น 18 ส่วนเท่าๆ กันดังภาพตัดตามยาวของที่ตั้ง ในภาพที่ 4-17



ภาพ 4-17 ผังการกำหนดตำแหน่งบันทึกภาพและการแบ่งพื้นที่ตามยาวเพื่อศึกษาการใช้งาน





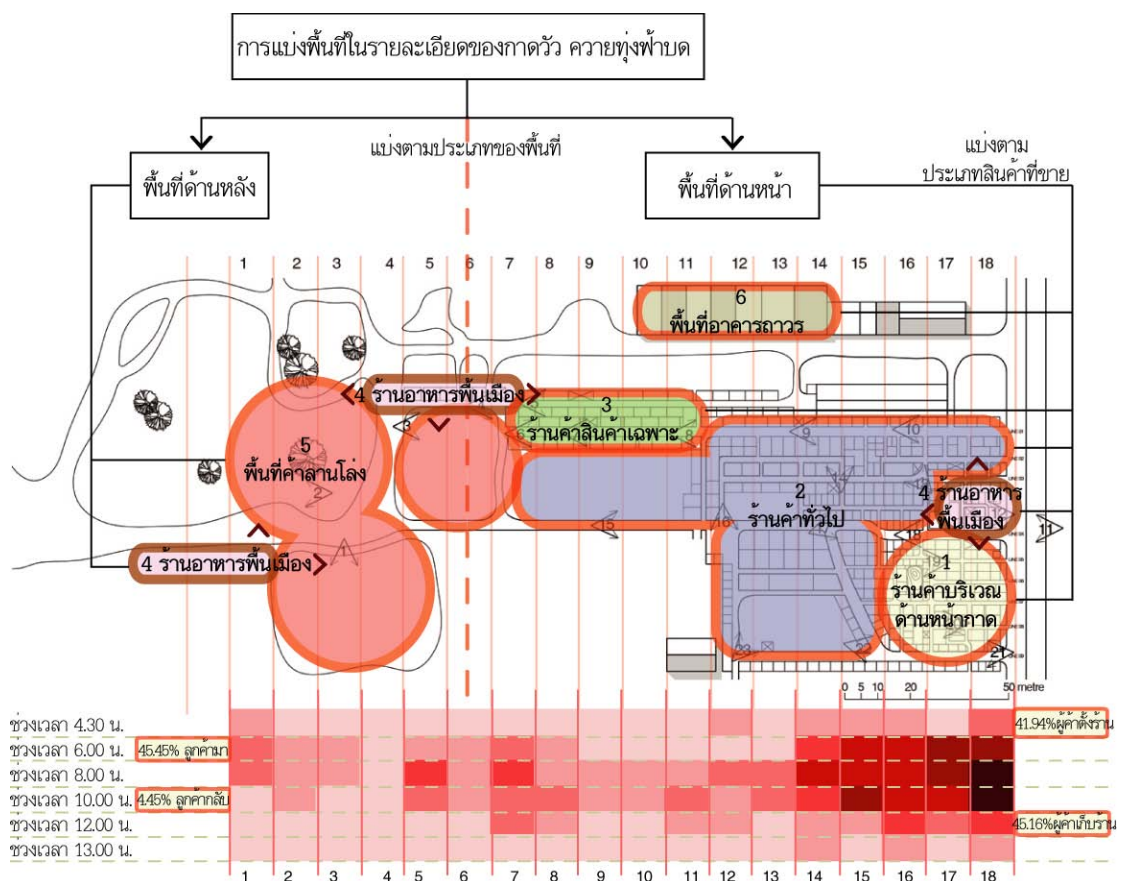
ภาพ 4-18 ตัวอย่างการวิเคราะห์ภาพถ่ายเปรียบเทียบการใช้พื้นที่ในช่วงเวลา 4.30-8.00 น.

จากภาพ 4-18 การบันทึกภาพจะร่วมกับการทำผังสัญลักษณ์แสดงความหนาแน่นของการใช้พื้นที่ในช่วงเวลาที่เลือกเก็บ จากภาพจะมองเห็นความหนาแน่นตามช่วงเวลาที่แยกสีออกจากกัน โดยพบว่าสีฟ้า คือ ช่วงเวลา 8.00 น. บริเวณด้านหน้าจะมีความหนาแน่นสูงสุด

เมื่อทำการเก็บข้อมูลครอบคลุมทุกช่วงเวลา คือ ช่วงเวลา 4.00, 6.00, 8.00, 10.00, 12.00 และ 13.00 น. แล้วจะพบผลของการใช้พื้นที่ตามเวลาและส่วนพื้นที่อย่างชัดเจนจากภาพ 4-19 เมื่อนำเอาผลสรุปทั้งหมดมาวิเคราะห์ในผังรวมที่มองทั้งเชิงกลุ่มพื้นที่ที่ตัดตามยาว กลุ่มสินค้า และช่วงเวลาที่เปิดกาด สามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้

- เวลาในการเริ่มตั้งแผงสินค้าจะมีผู้ใช้พื้นที่น้อย คือเวลา 4.30 นาฬิกา เวลาสูงสุดคือประมาณ 8.30 นาฬิกาและค่อยลดความหนาแน่นตามเวลาใกล้เวลาปิดกาด

- พื้นที่ที่เริ่มใช้งานและปิดก่อนพื้นที่อื่น คือ พื้นที่ค้าวัว ควายและไก่ โดยเริ่มตั้งแต่เวลา 4.30 นาฬิกา เนื่องจากผู้ค้าบางส่วนพักนอนเฝ้าที่บริเวณกาดเพื่อเฝ้าวัว ควายของตน ก่อนเปิดกาด จึงมีการใช้งานตั้งแต่ช่วงกลางคืน และการค้าขายบนพื้นที่โล่ง หากอยู่สายจะร้อนเกินไป จึงปิดเมื่อแดดเริ่มแรงขึ้น
- พื้นที่ที่มีความหนาแน่นที่สุดอยู่ในส่วนด้านหน้าร้านค้าเบ็ดเตล็ดและอาหาร (พื้นที่ 15-18) เนื่องจากเป็นพื้นที่ติดถนนใหญ่และเป็นสินค้าซื้อขายและส่งถ่ายสินค้าได้สะดวก
- พื้นที่ส่วนร้านค้าทั่วไป เสื้อผ้าและเบ็ดเตล็ด และ ร้านค้าสินค้าเกษตรกรรม มีการใช้พื้นที่หนาแน่นเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ในช่วง 8.00-10.00 นาฬิกาเนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ไม่ร้อนมาก และเหมาะแก่การเดินจับจ่ายใช้สอย



ภาพ 4-19 แผนภูมิสรุปการจัดวางและใช้พื้นที่ภายในกาด

วัตถุประสงค์ที่ 1) เพื่อหาองค์ประกอบเชิงกายภาพและสังคมของกาดวัวควาย

1.1สรุปการจัดวางพื้นที่และการใช้พื้นที่กาดเป็นอย่างไร มีอะไรเป็นตัวกำหนด

1.2 ลักษณะของร้านค้าส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้อหรือไม่ อย่างไร

### สรุป การจัดวางพื้นที่และการใช้พื้นที่กาด ได้ผลดังนี้

- มีการแบ่งตามทำเลและการเข้าถึง เป็นส่วนหน้า (ค้าขายทั่วไป เบ็ดเตล็ด) กลาง (นั่งทานอาหาร-เครื่องดื่ม)และหลัง (วัว ควาย ไก่)
- แบ่งตามพัฒนาการได้เป็นสามช่วง คือ เริ่มกาด ขยายตัว และอยู่ตัวจนปัจจุบัน กลุ่มเก่าจะอยู่หน้า กลุ่มใหม่จะอยู่ข้างและหลัง
- แบ่งตามกลุ่มสินค้าได้เป็น กลุ่มร้านขายอาหารแห้งอาหารสด ร้านสินค้าเบ็ดเตล็ด ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายสินค้าทางเกษตรกรรมและหัตถกรรม ร้านขายพระเครื่อง ร้านขายอาหารพื้นเมือง พื้นที่ ค้าวัว ควาย ไก่ และ ค้ารถจักรยานยนต์ มีร้านอาหารพื้นเมืองและเครื่องดื่มเป็นศูนย์กลางและส่วนเชื่อมทุกพื้นที่
- แบ่งตามเวลา แบ่งเป็นกลุ่มเปิดเร็วปิดเร็ว คือ วัวควาย เปิดเร็วปิดช้าคือเบ็ดเตล็ดทั่วไป โดยสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและความต้องการใช้งาน

### ตัวกำหนดการจัดวางและใช้พื้นที่ ประกอบด้วย

- การแบ่งกลุ่มกันเองอย่างค่อยเป็นค่อยไป ไม่มีระเบียบแบบแผนตายตัวในกลุ่มผู้ค้า และขยายจนเกิดเป็นกลุ่มสินค้าที่ชัดเจนและรับรู้ได้เองโดยผู้มาใช้งาน
- พฤติกรรมการค้าขายของสินค้าแต่ละประเภท พ่อค้าแม่ค้ามักจะตั้งร้านในสินค้าประเภทเดียวกันในพื้นที่เดียวกัน เพื่อแบ่งกลุ่มสินค้า ทำให้ลูกค้าเลือกและเปรียบเทียบสินค้าได้สะดวก เป็นการส่งเสริมการขายโดยจัดพื้นที่ให้เข้าถึงง่าย
- การแบ่งตามทำเลอ้างอิงจากถนนและทางเดินหลัก เป็นพื้นที่ด้านหน้าสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคและด้านหลังส่วนขายสัตว์ และส่วนกลาง คือ ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ตั้งร้านค้ายังใกล้ทางหลักยังมีการสัญจรเดินทางของผู้คนมาก ยิ่งเป็นที่ต้องการมาก
- ความสัมพันธ์กับทิศทางแดด ลม โดยแยกส่วนที่มีกลิ่นรบกวนและหมักหมมไว้ด้านหลัง ทำยลม ส่วนพื้นที่นั่งสบายเป็นร้านอาหารและร้านค้าอยู่ทิศเหนือ
- ความสัมพันธ์กับร่มเงาธรรมชาติตามช่วงเวลาที่เหมาะสม ที่มีความสบาย ไม่แออัด ร้อน หรือสะดวกในการเข้าออก ตลอดจนเวลาที่หมั่นเวียนไปค้าหรือทำสิ่งอื่น

วัตถุประสงค์ที่ 1) เพื่อหาองค์ประกอบเชิงกายภาพและสังคมของกาดวัวควาย

1.1 การจัดวางพื้นที่และการใช้พื้นที่กาดเป็นอย่างไร มีอะไรเป็นตัวกำหนด

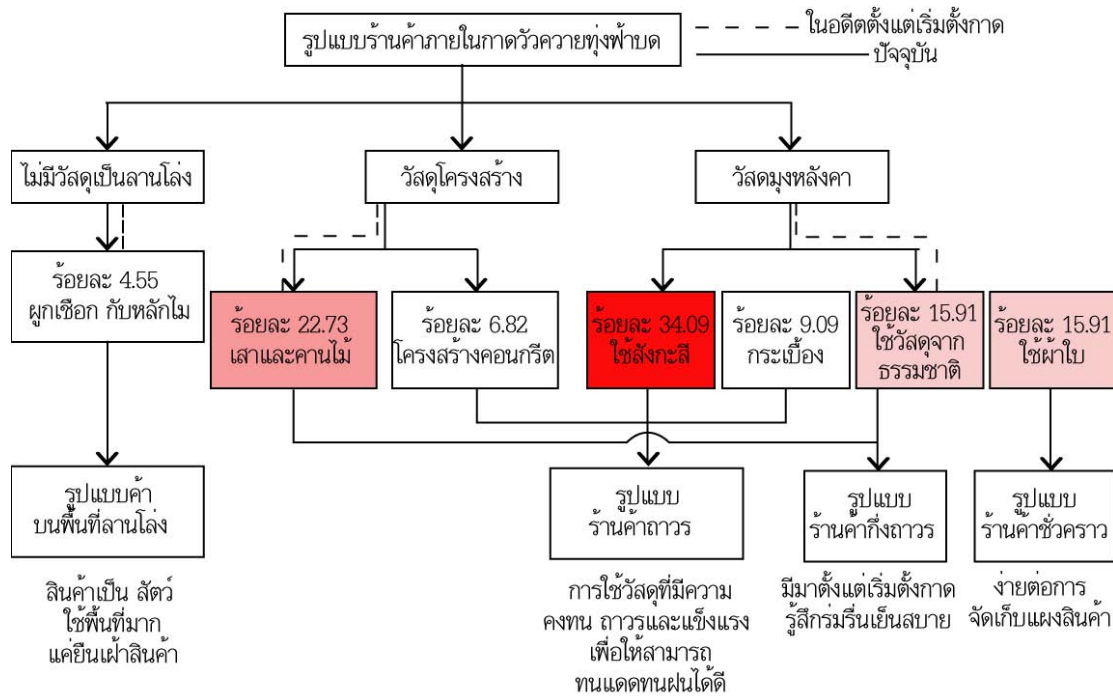
1.2 ลักษณะของร้านค้าเป็นอย่างไร ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าและผู้ซื้ออย่างไร

## 1. ลักษณะของร้านค้าภายในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด

ร้านค้าภายในกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด มีจำนวนประมาณ 500 ร้านตั้งเรียงเป็นแนวต่อเนื่อง โดยแต่ละร้านมีลักษณะตามที่คุณค้าจะกำหนด ตั้งแต่การวางของแบบขายบนลานโล่ง ไม่มีเพิงหรือร้านค้าพบในสวนค้าวัว ควาย และไก่ ซึ่งจะใช้การผูกเชือกกับหลักไม้ แล้วยื่นผ้าไถ่กับ วัว ควาย ของตน แผงและเพิงพบในร้านอาหารสดแห้งและสินค้าเร่รูปโภคเบ็ดเตล็ด ส่วนโรงเรือนมักเป็นร้านขายสินค้ามีราคาสูงและเคลื่อนย้ายลำบาก เช่น ยานพาหนะ

ในช่วงเริ่มแรกของการตั้งกาด รูปแบบร้านค้าจะเป็นในรูปแบบเพิงชั่วคราว โครงสร้างไม้ หลังคาไม้ตองติง ใบตองเหียง หรือ หญ้าคา ซึ่งเป็นวัสดุพื้นถิ่นที่สามารถหาได้ตามชุมชน ต่อมาเมื่อยุคสมัยเปลี่ยนมีการพัฒนาวัสดุที่ง่ายต่อการติดตั้งและมีความคงทนกว่าวัสดุท้องถิ่นตามธรรมชาติ คือ โครงสร้างเสาคอนกรีต หลังคาสังกะสี และหลังคากระเบื้อง จึงมีการเปลี่ยนแปลงวัสดุเปลี่ยนไปตามการใช้งานและช่วงเวลาเปลี่ยนแปลงไป ร้านค้ารุ่นหลังมักเป็นโครงสร้างคอนกรีต และหลังคาสังกะสี กระเบื้อง บางร้านค้า คงโครงสร้างไม้ไว้ เปลี่ยนเพียงหลังคาเท่านั้น เนื่องจากตัวโครงสร้างยังสามารถดำรงอยู่ได้อีกเป็นเวลานาน ส่วนโครงสร้างคอนกรีตจะเป็นร้านค้าพวกที่มาตั้งร้านค้าใหม่ สำหรับร้านค้าบางร้านที่จะใช้หลังคาเป็นในรูปแบบผ้าใบ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นร้านค้าประเภทเร่ขาย โดยมักตั้งแผงและเก็บสินค้าด้วยความรวดเร็ว จึงไม่จำเป็นต้องการเพิงในรูปแบบถาวร จึงเป็นรูปแบบผ้าใบ ที่มีลักษณะรูปแบบชั่วคราว ซึ่งสามารถตั้ง คลุมแผงสินค้าได้สะดวกและรวดเร็ว

รูปแบบการสร้างของร้านค้า จำแนกได้ทั้งหมด 4 รูปแบบตามความคงทนถาวรของวัสดุและโครงสร้าง คือ 1) รูปแบบร้านค้าถาวร 2) รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร 3) รูปแบบร้านค้าชั่วคราว และ 4) รูปแบบค้าบนพื้นที่ลานโล่งดังภาพ 4-20



ภาพ 4-20 รูปแบบร้านค้าภายในภาควิเวควายทุ่งฟ้าบด

### รูปแบบร้านค้าถาวร

ส่วนมากร้านค้าเป็นรูปแบบร้านค้าถาวร ที่มีการใช้วัสดุที่มีความคงทน ถาวรและแข็งแรง เพื่อให้สามารถทนแดดทนฝนได้ดี โดยวัสดุที่ใช้ คือ โครงสร้างเสาและคานไม้ หลังคาโครงสร้างเหล็ก มุงกระเบื้องหรือสังกะสี ซึ่งมีอายุการใช้งานที่ยาวนานกว่า รูปแบบเพิงร้านค้าชั่วคราว ซึ่งเดิมส่วนใหญ่ร้านค้าเป็นโครงสร้างไม้มุงหลังคาใบตองตึงหรือใบตองเหียง และเปลี่ยนวัสดุหลังคาเป็น กระเบื้องหรือสังกะสี แต่ยังคงตัวโครงสร้างไม้ไว้ เนื่องจากตัวโครงสร้างยังสามารถใช้งานได้ดียิ่ง และเป็นการลดต้นทุนในการปรับปรุงร้านค้าของผู้ค้าขาย



ภาพ 4-21 รูปแบบร้านค้าถาวร



### รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร

รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร หรือ เฟิงไม้ แบ่งตามการใช้ของวัสดุที่ยังคงเป็นโครงสร้างไม้ หลังคาใบตองตึง ใบตองเหียง หรือหลังคาหญ้าแฝก เป็นรูปแบบที่มีมาตั้งแต่เริ่มตั้งกาด ซึ่งคงเหลือเพียงไม่ถึง 5 ร้าน บางร้านมีการสร้างใหม่ เนื่องจากความชอบวัสดุของหลังคาที่เป็นธรรมชาติและรู้สึกร่มรื่นเย็นสบาย สาเหตุการเปลี่ยนวัสดุของหลังคาประเภทนี้เนื่องจากไม้คงทนถาวรกว่าหลังคากระเบื้องหรือสีกะสี ต้องมีการเปลี่ยนวัสดุทุก 6 เดือนหรือ 1 ปี เพราะหมดสภาพการใช้งานในการมุงหลังคา ป้องกันแดดป้องกันฝน



ภาพ 4-22 รูปแบบร้านค้ากึ่งถาวร

### รูปแบบร้านค้าชั่วคราว

ร้านค้าชั่วคราว เป็นร้านค้าใช้เวลาที่สามารถเก็บและตั้งร้านน้อย ซึ่งรูปแบบแผงสินค้าเป็นแผงเหล็กถอดประกอบสำหรับวางสินค้า และใช้ผ้าใบเป็นส่วนแทนหลังคาในการกันแดดกันฝน หรือตั้งร่มกันแดดเท่านั้น เพื่อไม่ต้องลงทุนในส่วนของการสร้างร้านค้า ส่วนใหญ่ เป็นพ่อค้าเร่ค้าหรือได้พื้นที่ในการค้าขายน้อย ซึ่งต้องการจัดรูปแบบร้านค้าให้สามารถง่ายต่อการจัดเก็บแผงสินค้าและส่วนคลุมหัว ให้ได้สะดวกรวดเร็ว ในส่วนของผ้าใบจะทำการชิงกับร้านค้าที่มีโครงสร้างข้างๆ หรือจะใช้ไม้ไผ่ แท่งเหล็ก ตั้งเสาเอียงปักกับพื้นที่เพื่อให้เป็นเสาชั่วคราวให้ผ้าใบได้



ภาพ 4-23 รูปแบบร้านค้าชั่วคราว

### รูปแบบค้ำบนพื้นที่ลานโล่ง

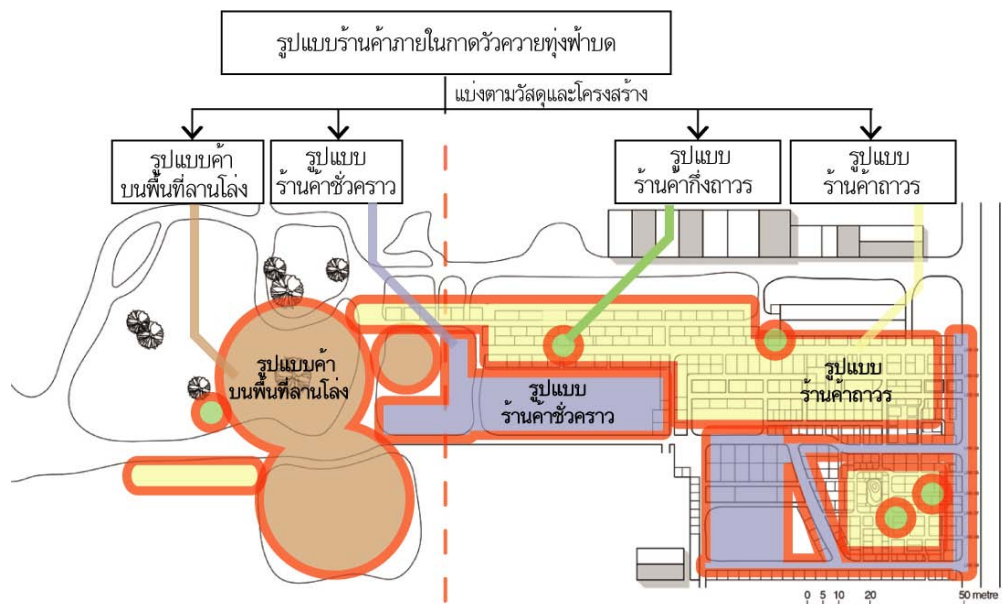
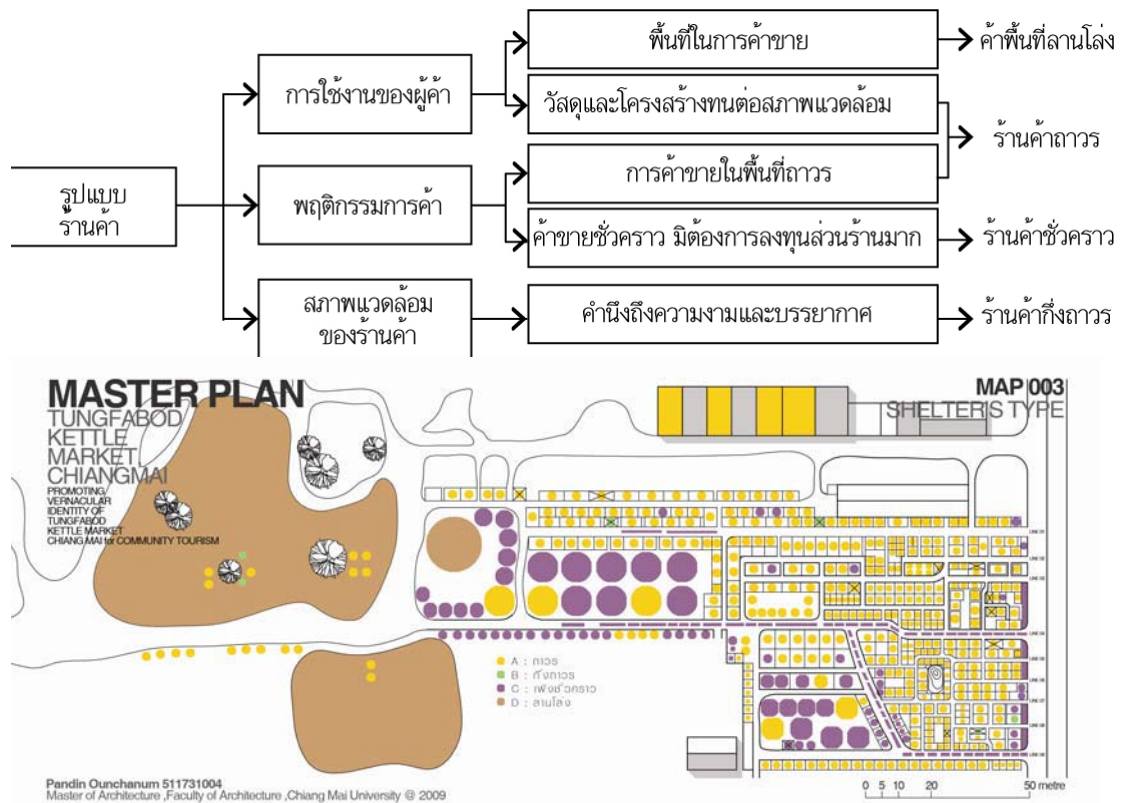
การค้าขายบนพื้นที่ลานโล่ง ส่วนใหญ่เป็นการยื่นค้ำขาย โดยมีต้องอาศัยแผงสินค้าหรือหลังคาป้องกันแดดฝน แก่สินค้า เนื่องจากสินค้าเป็น สัตว์ คือ วัว ควาย และไก่ ใช้พื้นที่มากและมีที่เพียงแค่นั่งเฝ้าและเจรจาจากค้ำที่เดินมาเลือกซื้อสัตว์ของพ่อค้าสัตว์แต่ละชนิดนั้นๆ โดย วัวควายจะมีเสามาเพื่อให้เชือกมัดวัว ไก่ยังหลัก ส่วนไก่นั้นจะเป็นสุ่มไก่วางเรียงอยู่ภายในพื้นที่ค้ำไก่ที่กำหนดไว้ โดยมีพ่อค้า ยืนอยู่ใกล้ๆ สินค้า



ภาพ 4-24 รูปแบบค้ำบนพื้นที่ลานโล่ง

### สรุปในภาพรวมรูปแบบของร้านค้า

- ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบร้านค้าถาวร กระจายตัวทั้งบริเวณภาค เนื่องจากสาเหตุการใช้งานต้องการคงทนถาวร มีอายุการใช้งานนาน กันแดดกันฝนได้อย่างดี
- รูปแบบร้านค้าชั่วคราว ใช้วัสดุถอดประกอบที่สามารถจัดตั้งและเก็บได้เร็วตั้งอยู่ในบริเวณด้านหน้าสุดของภาค โดยเจ้าของให้ตั้งบนถนน เพื่อให้ใช้พื้นที่ให้คุ้มค่าที่สุดในการค้าขาย
- การค้ำบนพื้นที่ลานโล่ง อยู่ในส่วนพื้นที่การค้าวัว ควายและไก่ที่ไม่จำเป็นต้องมีร้านค้า แต่มีเพียงไม้ตั้งอยู่ เพื่อการนั่งพักผ่อน หลบแดดเป็นระยะ
- ส่วนรูปแบบร้านค้ากึ่งถาวรมักใช้วัสดุจากธรรมชาติทั้งหมด มีเหลืออยู่จำนวนน้อยมากไม่ถึง 5 ร้านค้า เนื่องจากพ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่ต้องการใช้วัสดุที่คงทนถาวรกว่า วัสดุธรรมชาติที่มีรอบการใช้งานต่ำกว่า ที่ยังคงเหลืออยู่ในปัจจุบันเป็นร้านค้าที่พ่อค้าแม่ค้าเป็นคนเก่าแก่ของพื้นที่และยังคงชอบรูปแบบที่เป็นวัสดุจากธรรมชาติ ด้วยเหตุผลที่ว่า ร่มรื่น ร่มเย็นกว่าวัสดุสมัยใหม่ และยังได้บรรยากาศรูปแบบร้านค้าในอดีตคงอยู่



ภาพ 4-25 สรุปรูปแบบร้านค้าภายในภาค



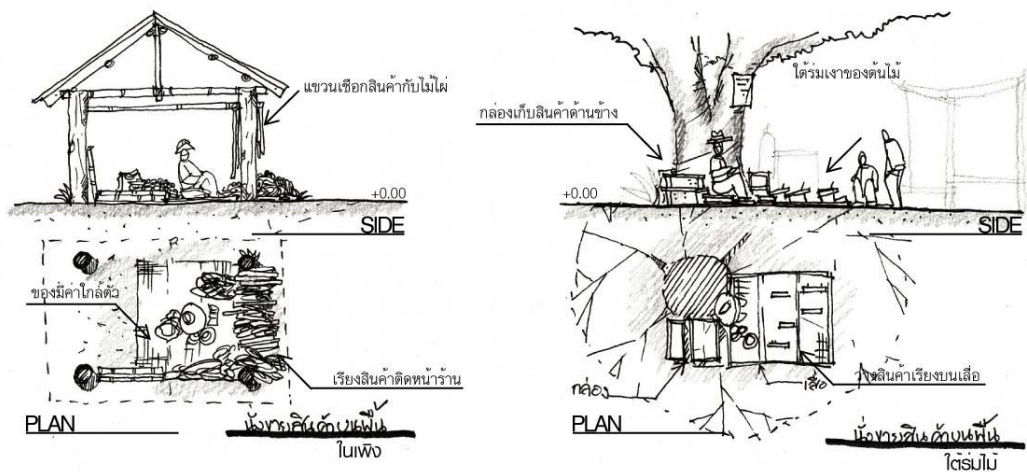
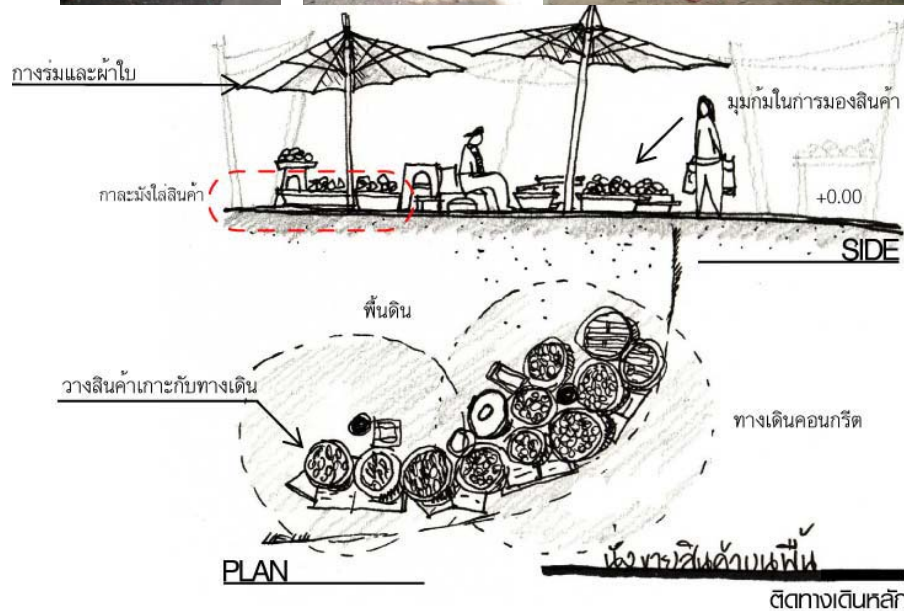
ในด้านความคิดเห็นต่อรูปแบบร้านค้าว่าการส่งเสริมปฏิสัมพันธ์การค้าขายหรือไม่นั้น ผู้ค้าส่วนมากจัดพื้นที่เพื่อส่งเสริมการขาย ให้เห็นสินค้าง่าย และง่ายต่อการเลือกหยิบจับสินค้าของลูกค้า เพื่อการสนองต่อการค้าขายให้ได้ดีที่สุด และอีกส่วนหนึ่ง จัดตามพฤติกรรมการซื้อขายของลูกค้าสามารถเดินเข้าภายในร้านเพื่อเลือกสินค้าได้สะดวก ได้ใกล้ชิดกับลูกค้าสามารถบริการลูกค้าได้ง่ายโดยมีพื้นที่เป็นสัดส่วนที่ชัดเจนของพื้นที่ส่วนตัวและส่วนขาย และอีกส่วนหนึ่ง จัดสภาพแวดล้อมให้มีความร่มเย็น อยู่ได้ร่มไม้

ผู้ซื้อ ส่วนใหญ่ชอบรูปแบบร้านค้าที่มีที่นั่งคุยกันเพื่อนั่งพักผ่อนและพบปะกัน ก่อให้พื้นที่ใกล้ชิดกัน และดูอบอุ่น ชอบรูปแบบการจัดร้านค้าโล่งโปร่ง สามารถเห็นสินค้าได้ทั่วถึง และง่ายต่อการเลือกสินค้าที่มีภายในร้านค้า ชอบการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้า สะดวกต่อการทดลองสินค้า โดยเฉพาะร้านค้าที่มีสินค้าหลากหลายประเภท ชอบร้านค้าทางเดินภายในร้านที่สะดวกต่อการเลือกเดินซื้อสินค้า ยังสามารถเดินได้รอบร้าน เห็นสินค้าได้ชัดเจนยิ่งดี และขึ้นชอบบรรยากาศธรรมชาติที่มีอยู่ในปัจจุบัน

## II. ลักษณะการจัดพื้นที่ในและนอกแผงร้านค้า

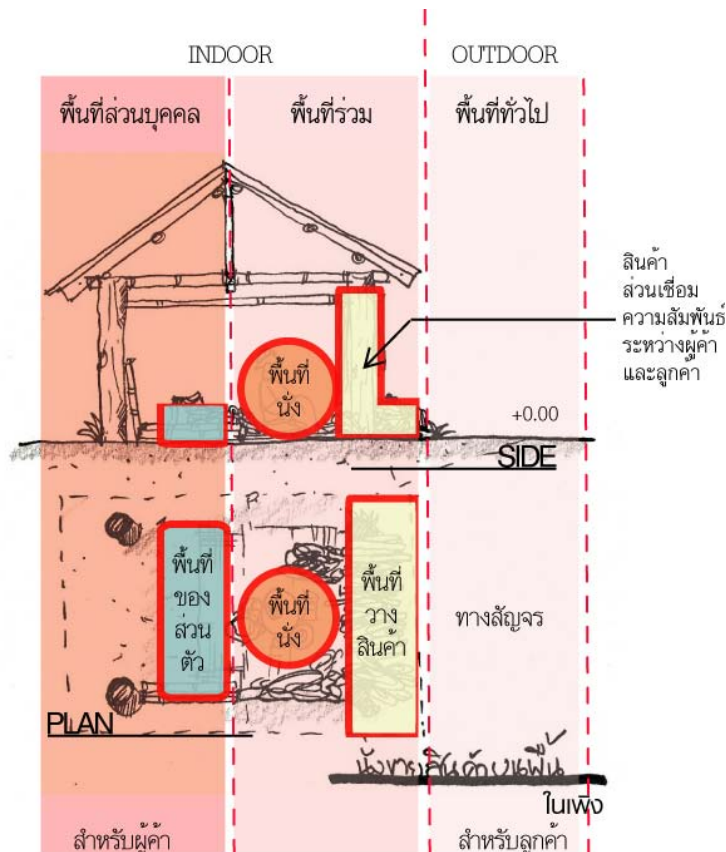
### ร้านค้า นั่งขายสินค้าบนพื้น

มีทั้งแบบนั่งติดทางเดิน ในร้าน และใต้ร่มเงา มักเป็นร้านที่มีสินค้าที่ใช้พื้นที่มากกว่าแผงสินค้าปกติ ต้องการให้มองเห็นทั่วถึงและสะดวก ลูกค้ายกเลือกได้ง่ายและทดลองสินค้าได้สะดวก



ภาพ 4-26 ร้านค้านั่งขายสินค้าบนพื้นแบบแบกะดิน

จากภาพ 4-27 สามารถวิเคราะห์การใช้พื้นที่ของร้านค้าแบกะดินเป็น 3 ส่วน ได้แก่ พื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะ คือ ผู้ค้า อยู่ในส่วนพื้นที่ส่วนตัวและกึ่งส่วนตัว โดยมีผู้ค้าขายเป็นศูนย์กลางของพื้นที่ ลูกค้า อยู่ในส่วนพื้นที่สาธารณะ สามารถเข้าส่วนพื้นที่กึ่งส่วนตัวจากการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ด้วย ส่วนของสินค้าที่เชื่อมระหว่างผู้ค้าและผู้ค้า โดยส่วนพื้นที่สินค้าขยายไปในพื้นที่ทางแกนตั้งด้วย เนื่องจากสามารถแขวนสินค้ากับโครงสร้างร้านค้าได้

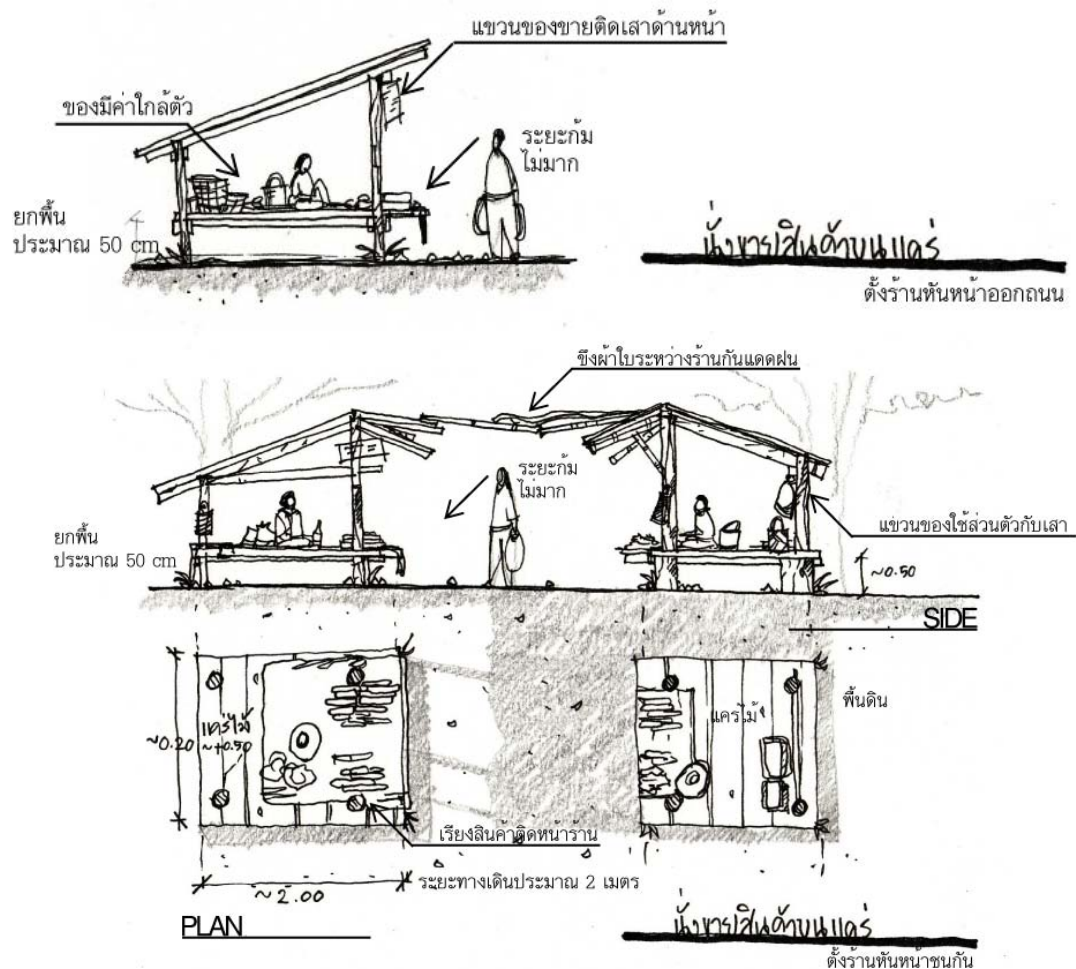


ภาพ 4-27 การวิเคราะห์พื้นที่ในร้านค้านั่งขายสินค้าบนพื้น

### ร้านค้านั่งขายสินค้าบนยกพื้นต่ำ

ร้านค้านั่งขายสินค้าบนยกพื้นต่ำ เช่น แคร่ มีพื้นที่นั่งยกพื้นสูงจากระดับพื้นขึ้นมาในระดับพอเหมาะกับการนั่ง และ พื้นที่นั่งปูเต็มพื้นที่ร้านค้าของตน เพื่อการใช้พื้นที่ให้คุ้มค่าที่สุด สาเหตุของการยกแผงที่นั่งเนื่องจากส่วนใหญ่เป็นรูปแบบการจัดพื้นที่ค้าของผู้สูงอายุที่มีมาตั้งแต่อดีต ที่ผู้ค้าสามารถนั่งยืดขาและนั่งได้เพื่อความสบาย และสามารถดูแลสินค้าทั้งหมดในระยะเอื้อมที่พอดีของตนเอง เป็นระยะที่สามารถบริการลูกค้าโดยไม่ต้องก้มหลังมากนัก คล้ายกับ

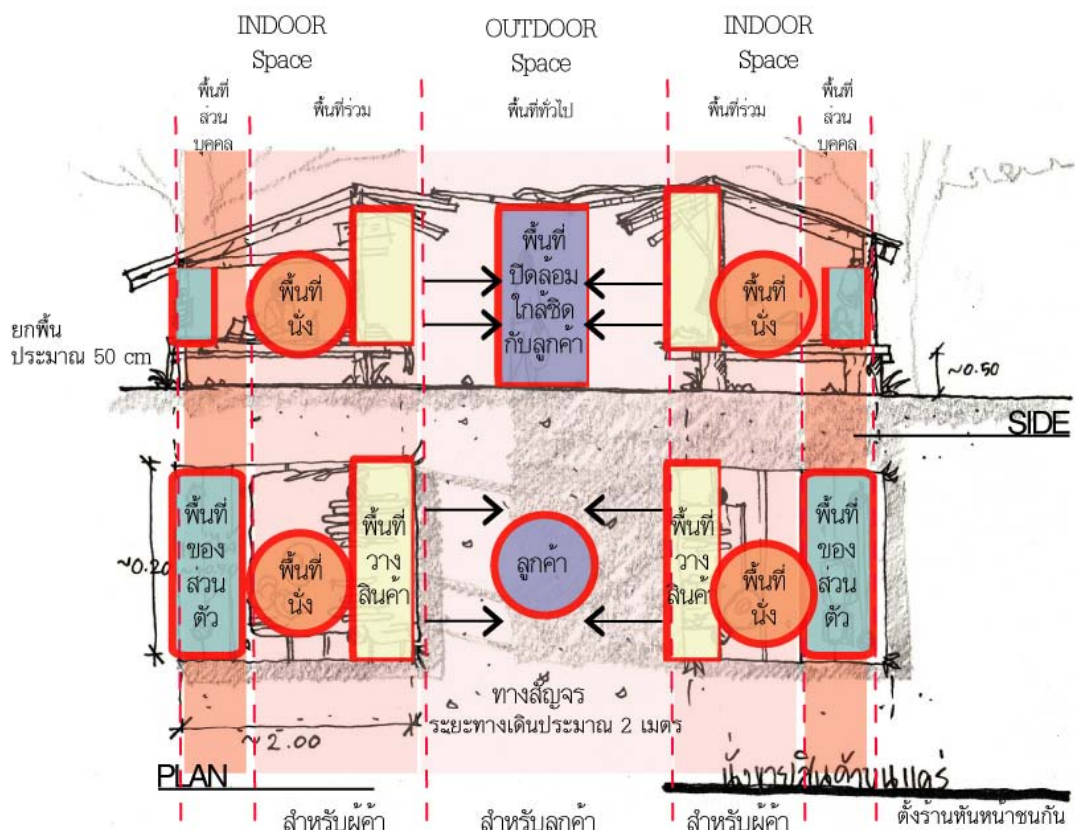
การนั่งกับพื้นในเรือนพื้นถิ่น พื้นที่วางสินค้าจะเรียงรายอยู่บนแคร่ หันหน้าเข้าทางสัญจรหลัก ผู้ขายจะนั่งอยู่ด้านในถัดจากสินค้า ของมีค่าและกระเป๋าในการขนสินค้าจะวางอยู่ด้านหลังผู้ค้าขาย ทำให้สะดวกต่อการเฝ้าจัดการสินค้าใส่ถุงให้กับลูกค้า การจัดร้านค้ามักจะต่อเนื่องติดกัน ก่อให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าด้วยกัน มีระยะใกล้ชิดดีกว่าร้านค้าอื่น การยกพื้นยังช่วยแก้ปัญหาน้ำท่วมไหลในฤดูฝน ป้องกันสัตว์เลื้อยคลาน ที่อาจทำอันตรายหากนั่งกับพื้นได้



ภาพ 4-28 ร้านค้าตั้งหันหน้าเข้าหากัน นั่งขายสินค้าบนแคร่



สรุปวิเคราะห์ใช้พื้นที่ของร้านค้าแบบยกพื้นต่ำตามความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะ (ภาพ 4-29) พบว่าพื้นที่ที่จัดขึ้นก่อให้เกิดพื้นที่ปิดล้อมที่ใกล้ชิดกับลูกค้าก่อให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าขายที่ใกล้ชิดกันมากกว่าร้านค้าตั้งรูปแบบอื่น ผู้ค้าอยู่ในส่วนพื้นที่ส่วนตัวและกึ่งส่วนตัว และเป็นศูนย์กลางของพื้นที่ ส่วนลูกค้าอยู่ในส่วนพื้นที่สาธารณะ สามารถเข้าส่วนพื้นที่กึ่งส่วนตัวจากการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ด้วย ส่วนของสินค้าที่เชื่อมระหว่างผู้ค้าและลูกค้า โดยส่วนพื้นที่สินค้าขยายไปในพื้นที่ทางแกนตั้งแต่ไม่ได้เริ่มจากพื้นดินเนื่องจากยกพื้น

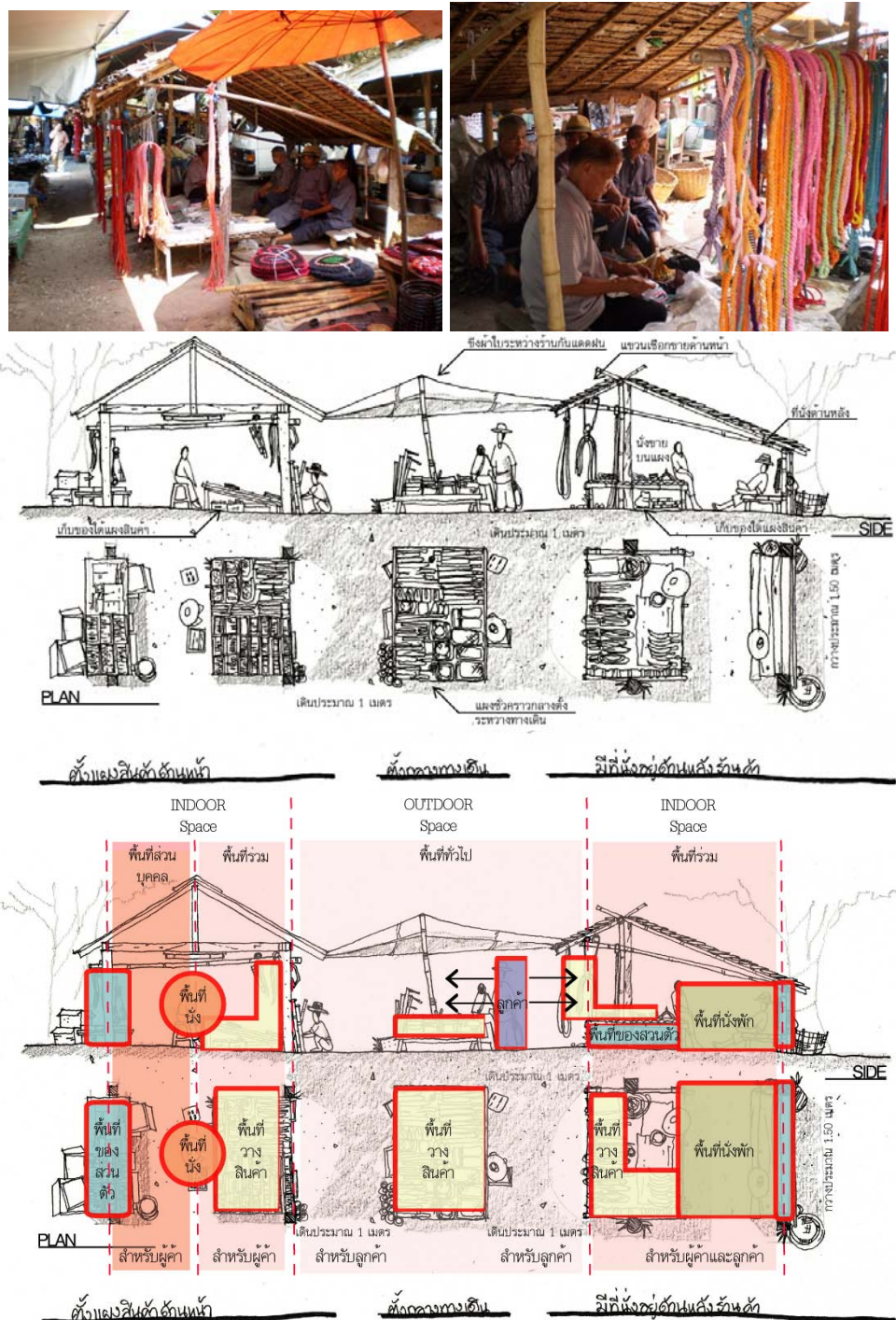


ภาพ 4-29 วิเคราะห์พื้นที่ร้านค้า นั่งขายสินค้าบนแคร่

### ร้านค้านั่งขายสินค้าและมีส่วนนั่งพักลูกค้า

ร้านค้าที่มีการจัดพื้นที่นั่งขายสินค้าและมีส่วนนั่งพักลูกค้าจะวางแผนสินค้าอยู่ด้านหน้าร้านติดกับทางเท้า โดยระดับความสูงของแผงขายมีหลายระดับตามการใช้งานของผู้ค้า บางส่วนมีการวางแผนสินค้าล้ำทางเดิน เพื่อวางสินค้าให้ได้มากที่สุด พื้นที่นั่งพักลูกค้าเป็นพื้นที่ที่ผู้ค้าจัดไว้เพื่อการนั่งพักผ่อนเพื่อพบปะกับลูกค้า และเป็นที่บริการพิเศษสำหรับนั่งพักหรือรับประทานอาหารกรณีมีอาหารเป็นสินค้าด้วย

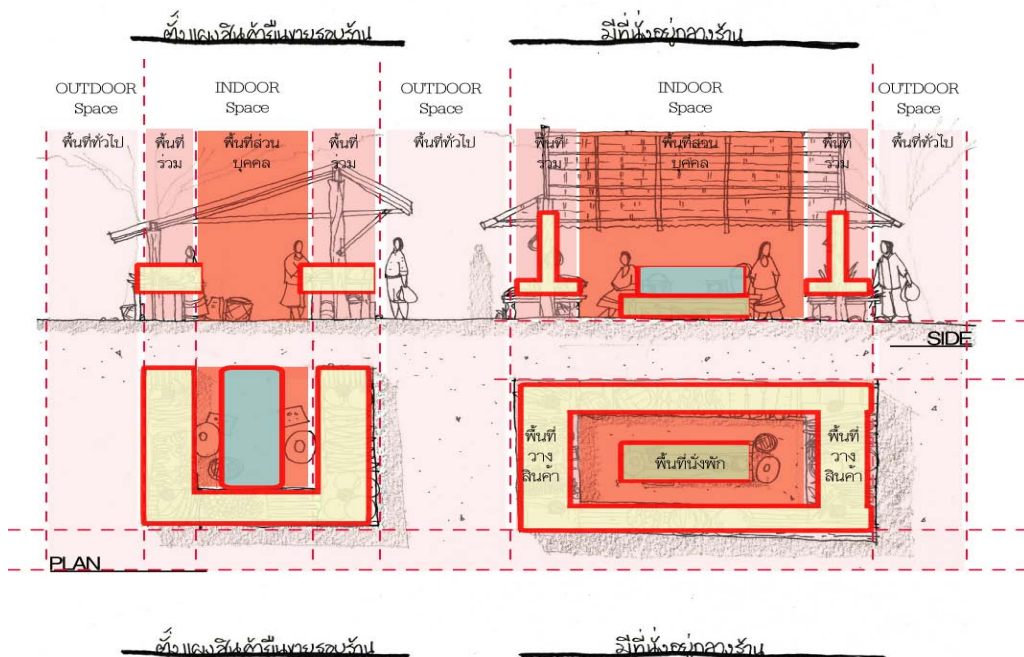
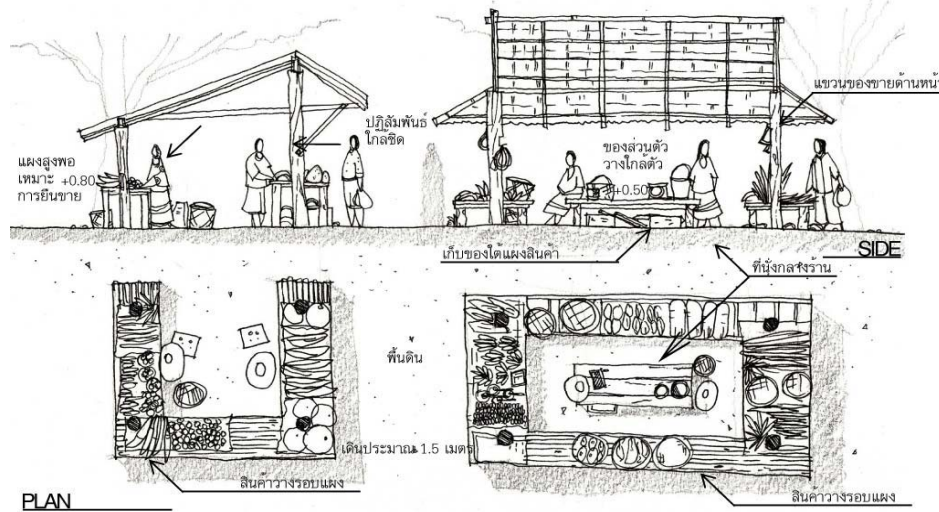
กรณีพื้นที่นั่งตั้งอยู่ด้านหลังของร้านค้า มีพื้นที่ระหว่างแผงและที่นั่งเพื่อเป็นระยะใช้งาน ได้ส่วนของที่นั่ง แผงสินค้า และเนื้อแผงสามารถเก็บของ การมีพื้นที่นั่งอยู่ด้านหลัง ทำให้พื้นที่ภายในเป็นพื้นที่ที่ถึงส่วนตัว ที่ลูกค้าเข้าถึงได้หากคุ้นเคย ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นกันเอง ในขณะเดียวกันทางเดินหน้าที่พอเหมาะแก่การชมใกล้สินค้า ทำให้ลูกค้าเป็นหนึ่งเดียวกับพื้นที่



ภาพ 4-30 วิเคราะห์ร้านค้าพื้นที่นั่งตั้งอยู่ด้านหลังของร้านค้า

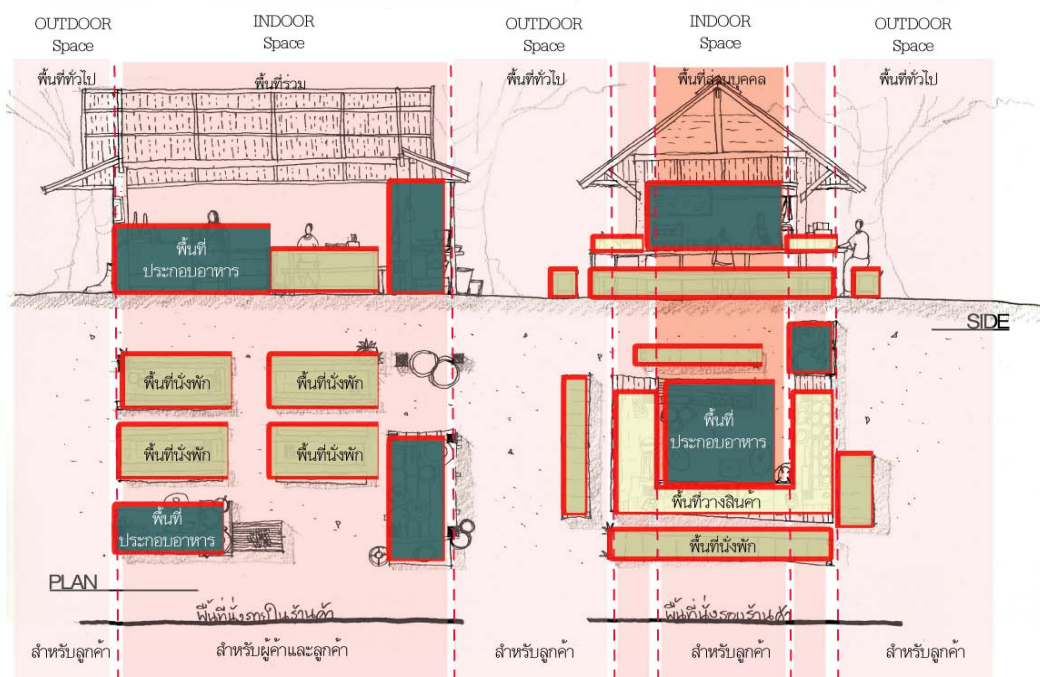
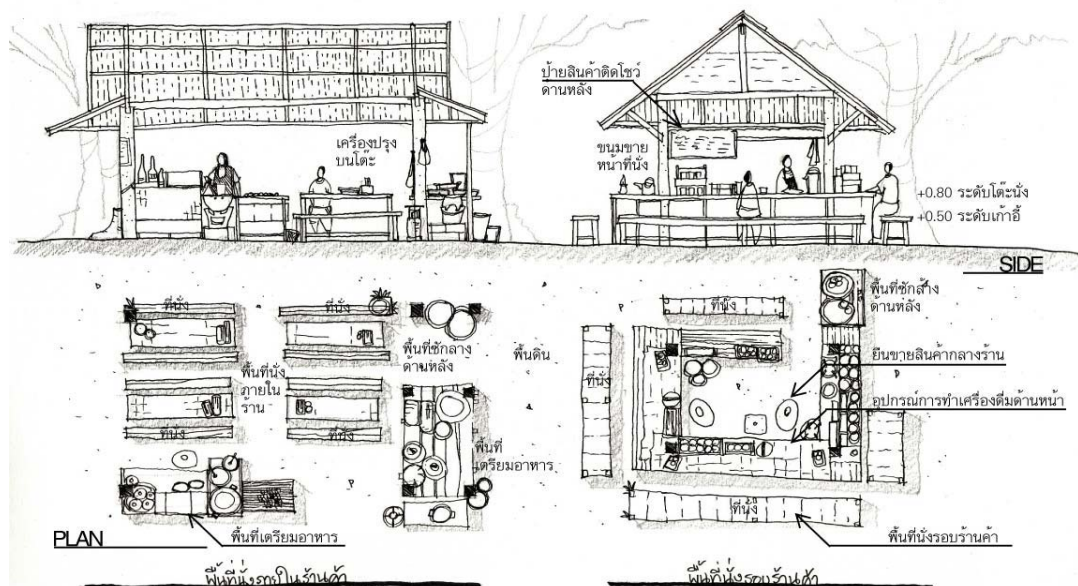


พื้นที่นั่งตั้งอยู่กลางร้านค้า เป็นพื้นที่ส่วนตัวของผู้ค้าที่จำกัดการเข้าถึงของลูกค้า มากกว่าแบบแรก มีข้อดีคือมีแผงสินค้าตั้งอยู่รอบพื้นที่นั่งที่ว่างหย่อนเท้าเพื่อผ่อนคลาย อิริยาบถ เคลื่อนไหวได้ 360 องศา รอบร้านค้าสะดวกแก่การบริการลูกค้า



ภาพ 4-31 วิเคราะห์ร้านค้าพื้นที่นั่งตั้งอยู่กลางร้านค้า

กรณีพื้นที่นั่งตงอยู่รอบร้านค้า



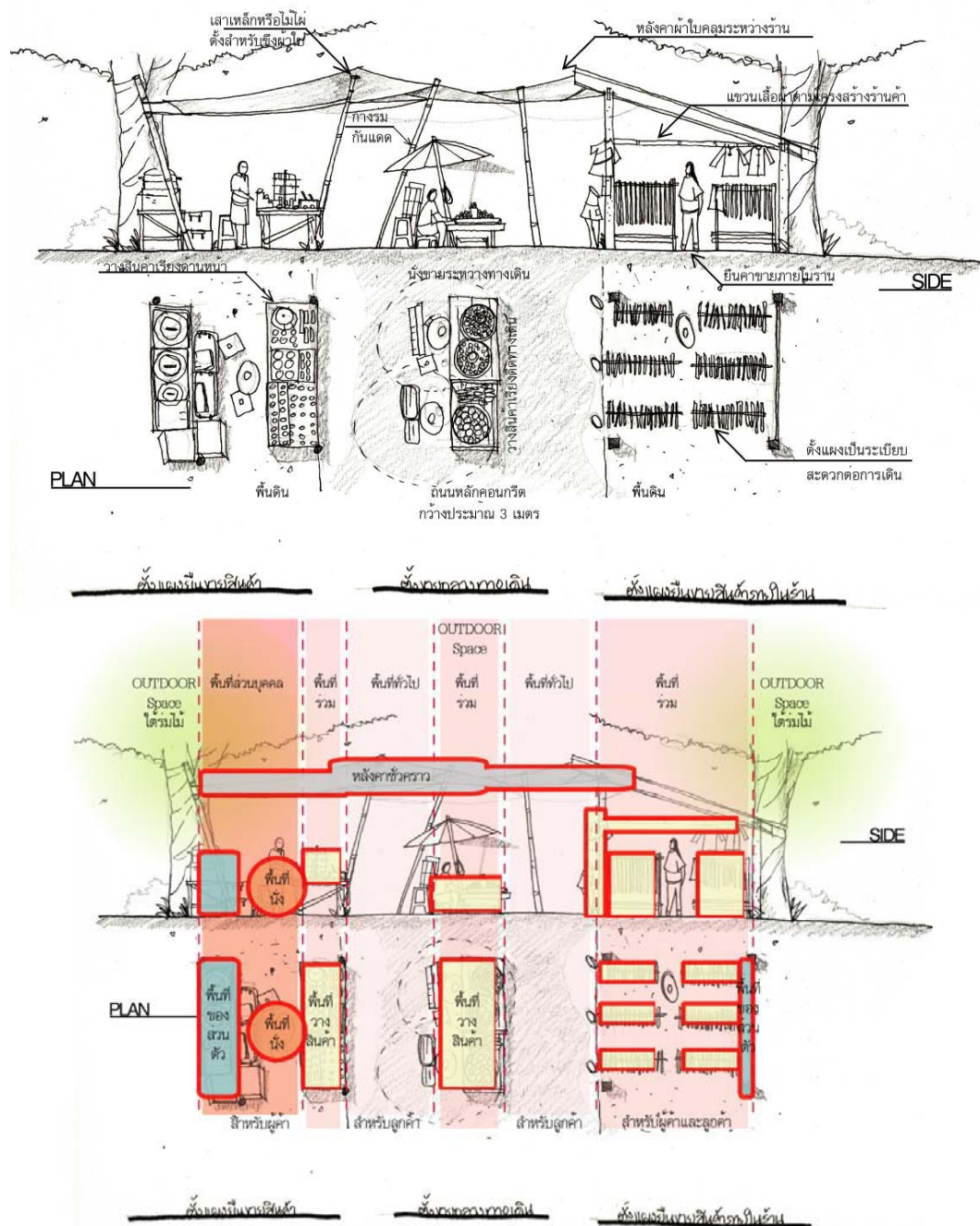
ภาพ 4-32 วิเคราะห์ร้านค้าแบบมีพื้นที่นั่งตั้งอยู่รอบร้านค้า



จากภาพ 4-32 เป็นรูปแบบของร้านค้าอาหารที่มีการจัดที่ให้ผู้ค้ารับประทานอาหารและเครื่องดื่มรอบร้าน มีส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนที่นั่ง และส่วนชักล้าง ซึ่งโดยผู้ขายอาจเลือกยืนหน้าร้านและทำอาหารบริเวณหน้าร้าน ใช้พื้นที่กลางร้านเป็นพื้นที่นั่งของลูกค้า โดยมีส่วนชักล้างอุปกรณ์ทางด้านหลัง หรือผู้ค้าขายยืนขายกลางร้าน บริการลูกค้าที่นั่งอยู่รอบร้าน โดยโต๊ะรับประทานอาหารของลูกค้าเป็นส่วนเตรียมอาหารและเครื่องดื่มไปในตัว ทำให้ลูกค้าสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน เลือกสั่งได้ตามอัธยาศัย จึงเป็นการประหยัดพื้นที่และสะดวกต่อการให้บริการ ถือเป็นพื้นที่ที่ถึงส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ มีพื้นที่ส่วนตัวตรงกลางเพื่อสะดวกต่อการจัดการทำเครื่องดื่มและการบริการลูกค้าที่นั่งรอบโต๊ะทำเครื่องดื่ม ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการไล่ระดับของพื้นที่จากศูนย์กลางพื้นที่ส่วนตัว พื้นที่ถึงสาธารณะ และพื้นที่สาธารณะเป็นลำดับ

#### ร้านค้าตั้งแผงยื่นขาย

ภาพ 4-33 (หน้าถัดไป) เป็นรูปแบบการจัดร้านค้าส่วนใหญ่ภายในกาตทุ่งฟ้าบดโดยตั้งแผงสินค้าติดทางสัญจร วางสินค้าแสดงบนแผงและยื่นข้างอยู่ด้านหลัง โดยมีเก้าอี้ส่วนตัวเพื่อการนั่งพัก ผู้ขายส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าแม่ค้าเร่ขายที่มีการเคลื่อนย้ายสินค้าและแผงสินค้าทุกวัน จึงต้องจัดการใช้รูปแบบแผงที่สามารถเก็บและติดตั้งได้สะดวกรวดเร็วเพื่อนำไปใช้ที่อื่นได้ การตั้งแผงจะต้องใช้พื้นที่ภายนอกเช่น ใต้ร่มไม้ เพื่อให้ได้หลักในการยึดผ้าใบ สร้างอาณาเขตค้าขาย และอาศัยร่มเงาของต้นไม้กันแดดกันฝนบางส่วน รูปแบบนี้มีพื้นที่วางแผงสินค้าเป็นส่วนในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้ากับลูกค้า มีพื้นที่ด้านหลังเป็นที่วางกล่องเก็บสินค้าหรือของส่วนตัว จึงมีพื้นที่ส่วนตัวน้อย เนื่องจากลูกค้าสามารถเดินเข้าภายในร้านค้าได้ พื้นที่ระหว่างผู้ค้าและลูกค้าจึงรวมเป็นหนึ่งเดียว



ภาพ 4-33 วิเคราะห์พื้นที่ร้านค้าตั้งแผงยื่นขายสินค้า