

การออกแบบพื้นที่หน้าร้านค้าแบบมีส่วนร่วมด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่น: การสื่อสารพื้นที่
วัฒนธรรมในชุมชนบ้านท้องฝาย อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่

Participatory Shopfront Design with Local Identity: Communicating

Cultural Space in Ban Thong Fai, Mae Chaem, Chiang Mai

กนกวรรณ คชสิทธิ์^{1*} เจษฎา สุภาศรี¹ ชัยปฐมพร ธนพัฒน์ปวงวัน¹ และ ศักดิ์นรินทร์ ชาวจิ๋ว²

Kanokwan Kotchasee^{1}, Jadsada Supasri¹,*

Chaipathomporn Thanaphatpuangwan¹ and Saknarin Chao-ngiw²

¹คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จ.เชียงใหม่ 50300

¹Faculty of Arts and Architecture, Rajamangala University of Technology Lanna, Chiang Mai 50300, Thailand

²ศูนย์วัฒนธรรมศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จ.เชียงใหม่ 50300

²Cultural Studies Center, Rajamangala University of Technology Lanna, Chiang Mai 50300, Thailand

*Corresponding author: E-mail: kkanokwan@rmutl.ac.th

(Received: September 12, 2025; Revised: November 13, 2025; Accepted: December 19, 2025)

Abstract: This qualitative research investigates local identity as a foundation for the design guidelines of shopfront spaces in Mae Chaem. Data were collected through surveys, in-depth interviews, observation, focus groups, community forums, and participatory spatial activities. A purposive sample of 53 participants from cultural networks was engaged, and inductive analysis was employed. Findings reveal eight dimensions of Mae Chaem identity: people, Buddhism, spirits, Pha-Ya (local wisdom), bamboo, textiles, rice fields, and mountains, which provide a framework for understanding identity at urban, community, and lifestyle levels. Textile craftsmanship, particularly distinctive motifs such as Lai-Jok-Na-Mon and Lai-Teen-Jok, together with the landscape features of rice fields and mountains, informed architectural interventions through public art. Bamboo, as a vernacular material and craft element, was integrated into walls, sunshades, fences, and pavilions. The resulting shopfront spaces function simultaneously as economic venues, cultural showcases, and communicative platforms for shared community values. This approach strengthens the cultural community identity and sense of place, offering a transferable model for other communities with comparable cultural capital.

Keywords: Local identity, participatory design, shopfront, cultural space communication, community cultural development

บทคัดย่อ: งานวิจัยมุ่งค้นหาอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อเสนอแนวทางการออกแบบพื้นที่หน้าร้านค้า เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสำรวจ สัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต สนทนากลุ่ม การประชุมและปฏิบัติการเชิงพื้นที่แบบมีส่วนร่วม กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกแบบเจาะจงจากภาคีเครือข่ายวัฒนธรรม 53 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีอุปนัย พบว่าอัตลักษณ์แม่แจ่ม 8 ด้าน คน พุทธ ผี ภูเขา ไร่ นา และดอย เป็นฐานในการสร้างความเข้าใจ ทั้งในระดับเมือง ชุมชน และวิถีชีวิต โดยใช้ “ผ้า” หัตถกรรมภูมิปัญญาที่โดดเด่นของแม่แจ่ม เช่น ลายจกหน้าหมอน ลายตีนจก และใช้ภูมิลักษณะของเมืองแม่แจ่ม เช่น นา ดอย ในการออกแบบองค์ประกอบสถาปัตยกรรม ด้วยศิลปะสาธารณะ ร่วมกับการใช้ “ไม้” ซึ่งเป็นวัสดุพื้นถิ่นและงานหัตถกรรมในวิถีชีวิต ใน ผืนผ้า ผังบังแดด รั้ว ชุม ส่งผลให้พื้นที่หน้า

ร้านค้าเป็นทั้งพื้นที่เศรษฐกิจ พื้นที่จัดแสดงทุนวัฒนธรรมและพื้นที่สื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมร่วมของชุมชน เสริมสร้างความเป็นชุมชนวัฒนธรรมและความเป็นสถานที่ (sense of place) สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชุมชนที่มีทุนวัฒนธรรมคล้ายคลึงกันได้อย่างเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ท้องถิ่น การออกแบบอย่างมีส่วนร่วม พื้นที่หน้าร้านค้า การสื่อสารพื้นที่วัฒนธรรม การพัฒนาชุมชนวัฒนธรรม

คำนำ

อัตลักษณ์และบริบทชุมชนเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของความหมายเชิงพื้นที่ (place meaning) ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่น อัตลักษณ์ในฐานะทุนทางวัฒนธรรมจึงมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความผูกพันกับพื้นที่ (place attachment) การรับรู้คุณค่า และการสร้างภาพลักษณ์ ที่เป็นที่จดจำ (Piriyakarnnon and Thungsakul, 2021; Chamnian, 2019) รวมถึงเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนผ่านกระบวนการสร้างอัตลักษณ์และการสื่อสารคุณค่าในพื้นที่สาธารณะ (Pompanarom and Patpai, 2007)

อำเภอแม่แจ่ม มีทุนวัฒนธรรมโดดเด่นที่เป็นกายภาพจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ทั้งภูมิลักษณะรูปลักษณ์ และอัตลักษณ์ รวมถึงกลุ่มทอผ้าบ้านทอฝายเป็น 1 ใน 10 แหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่นสำคัญ (Chansuebsri et al., 2015; Wattana et al., 2016) แต่หมู่บ้านทอฝายแหล่งทุนวัฒนธรรมของแม่แจ่มที่มีอาคารร้านค้าตั้งอยู่บนเส้นทางหลักของชุมชน กลับพบว่ารูปแบบอาคารไม่ได้สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น ปัญหาสำคัญคือรูปแบบและองค์ประกอบสถาปัตยกรรมที่ไม่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นและบริบทชุมชน ส่งผลให้พื้นที่ดังกล่าวไม่สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภาพจำของชุมชนจึงไม่เด่นชัด ลดทอนศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และจำกัดบทบาทของร้านค้าในฐานะพื้นที่เศรษฐกิจและพื้นที่วัฒนธรรม

ในเชิงสถาปัตยกรรม พื้นที่หน้าร้านค้าทำหน้าที่เป็นตัวกลาง (interface) ระหว่างอาคารและชุมชน เชื่อมต่อทางกายภาพและการสื่อสารทางวัฒนธรรม เป็นองค์ประกอบสำคัญที่เชื่อมต่อระหว่าง

พื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะ สนับสนุนประสบการณ์เชิงพื้นที่ (spatial experience) และสื่อสารตัวตนของชุมชน ไม่ใช่เพียงพื้นที่ทางเศรษฐกิจ แต่เป็นพื้นที่สาธารณะขนาดเล็กที่มีบทบาทสำคัญต่อคุณภาพชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชน (Jacobs, 1961; Gehl, 1996) หากขาดการออกแบบที่คำนึงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น พื้นที่จะไม่สามารถสร้าง sense of place ได้อย่างชัดเจน การสำรวจเบื้องต้นพบว่าชุมชนบ้านทอฝายมีความต้องการยกระดับภาพลักษณ์พื้นที่หน้าอาคารร้านค้าให้สะท้อนทุนวัฒนธรรม ผ่านการทอผ้า ลวดลายผ้าทอ งานหัตถกรรม และภูมิลักษณะดั้งเดิม แต่ยังขาดแนวทางเชิงสถาปัตยกรรมที่สามารถนำไปปรับใช้ได้

งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบปรับปรุงพื้นที่หน้าร้านค้า โดยใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นฐาน ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมโดยการถอดรหัสอัตลักษณ์และการแปลงองค์ความรู้สู่แนวทางเชิงสถาปัตยกรรม เพื่อสร้างพื้นที่สื่อสารความเป็นท้องถิ่นที่ชัดเจน สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเสริมสร้างความยั่งยืนของชุมชน

อุปกรณ์และวิธีการ

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมและปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (participatory spatial action research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

พื้นที่ศึกษา ชุมชนบ้านทอฝาย ตำบลช่างเคิ่ง อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ มีความโดดเด่นด้านทุนวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สัมพันธ์กับการทอผ้าและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะพื้นที่หน้าร้านค้า 13 ร้านค้าบนเส้นทางหลักของชุมชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คัดเลือกแบบ

เครื่องมือวิจัย ประกอบด้วย แบบสังเกต

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและรายงานชุมชน
- สำรวจและบันทึกลักษณะกายภาพอาคารร้านค้า และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม
- สัมภาษณ์เชิงลึกและประชุมกลุ่มเพื่อสังเคราะห์ อัตลักษณ์และแนวทางพัฒนา
- ปฏิบัติการเชิงพื้นที่แบบมีส่วนร่วม ได้แก่ กิจกรรม สร้างสำนึกร่วม การออกแบบร่วม และการปรับปรุง พื้นที่จริงร่วมกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์

ผลการศึกษา

ทบทวนวรรณกรรมและวิถีวิจัยวรรณกรรมเมืองแม่แจ่ม

ในบริบทของแม่แจ่มเป็นพลวัตทางสังคม และวัฒนธรรมภายใต้ความสัมพันธ์ของชุมชนแบบ บวรและการตั้งอยู่ในพื้นที่ทางวัฒนธรรมเดียวกัน ทำให้เกิดสำนึกร่วมของการเป็นคนในถิ่น รวมถึง ความรู้สึกของผู้คนที่มิจิดใจผูกพันต่อสถานที่ จากการประชาคมภาคีเครือข่ายวัฒนธรรม เพื่อ ระดมความคิดเห็นเรื่อง ภูมิวัฒนธรรมเมืองแม่แจ่ม ได้ข้อสรุปองค์ประกอบที่เป็นเอกลักษณ์ของแม่แจ่ม หรืออัตลักษณ์ 8 ด้านของเมืองแม่แจ่ม ได้แก่ **คน:** ผู้คน กลุ่มชาติพันธุ์ที่ตั้งถิ่นฐานในเมืองแม่แจ่ม, **พุทธ:** ศาสนาที่เป็นวัฒนธรรมหลักของชาวแม่แจ่ม, **ผี:** คติความเชื่อ เป็นแกนหลักหนึ่งของวัฒนธรรมที่ ส่งผลต่อวิถีความเชื่อและศรัทธาของผู้คน ความเชื่อ เรื่องผีเมืองหรือพ่อเจ้าหลวง **ผะหมยาหรือผญา:** ภูมิปัญญาในการดำรงชีวิต **ไฟ:** วัสดุพื้นถิ่นที่ใช้จักสานเป็นข้าวของเครื่องใช้ในวิถีชีวิตผู้คนตั้งแต่เกิดจน ตายและใช้ปลูกสร้างที่อยู่อาศัยเรือนไม้บั่ว **ผ้า:** เครื่องอุปโภคที่ใช้ในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมประเพณี เป็นเครื่องนุ่งห่มมีทั้งผ้าทอและผ้าตีนจกเอกลักษณ์ ของท้องถิ่น ที่ขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ **นา:** พื้นที่เพาะปลูกข้าวเพื่อหล่อเลี้ยงผู้คน มีทุ่งนาทั้ง ในที่ดอนและรอบชุมชน มีระบบการจัดการน้ำด้วย ภูมิปัญญาของเหมืองฝาย รวมถึงการทำนาขั้นบันได **ดอย:** ลักษณะภูมิประเทศและสภาพแวดล้อมทาง ธรรมชาติที่มีภูเขาโอบล้อมคือดอยอินทนนท์หรือ ดอยหลวงอ่างกา



Figure 1. Dimensions of Mae Chaem's cultural identity and public art for representations of the cultural landscape of Mae Chaem

ภูมิวัฒนธรรมเมืองแม่แจ่มเป็นลักษณะเฉพาะทางกายภาพ สังคมและวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนหรือสังคม ประกอบด้วยหุบเขาและลำน้ำแม่แจ่ม วัดวาอาราม วิถีเกษตรกรรมเหมืองฝาย นาขั้นบันได และศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นอย่างผ้าทอตีนจก ภูมิวัฒนธรรมเป็นพื้นที่สะท้อนด้านกายภาพ สังคมและจิตวิญญาณ ที่ชาวแม่แจ่มใช้ดำรงชีวิตอยู่ร่วมกัน หรือสภาพแวดล้อมที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ สามารถสร้างสรรค์เป็นภาพศิลปะสาธารณะ (public art) Figure 1 เพื่อใช้ทำความเข้าใจร่วมกันและเป็นภาพสื่อความหมายของอัตลักษณ์เมืองแม่แจ่ม

อัตลักษณ์ท้องถิ่นและบริบทชุมชนบ้านท้องฝาย

ตั้งอยู่ที่หมู่ 8 ตำบลช่างเคิ่ง อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 219 ครัวเรือน เป็นหญิง 309 คน ชาย 282 คน รวม 591 คน (พ.ศ. 2566) เดิมการตั้งถิ่นฐานหมู่บ้านจะอยู่ติดกับลำน้ำแม่แจ่ม มีด้านเหนือเป็นฝายหลวง มีเพียงไม่กี่หลังคาเรือน แต่มักเกิดน้ำท่วมบ่อยครั้ง ชุมชนจึงขยับขึ้นมาตั้งบ้านเรือนบนเชิงเขาตามที่ตั้งปัจจุบัน Figure 2 ซึ่งสูงกว่าพื้นที่เดิม ปลอดภัยจากน้ำท่วม โดยมากชาวบ้านแต่งงานกันภายในหมู่บ้าน หรือข้ามหมู่บ้านที่ไม่ไกลกันมาก ทำให้หมู่บ้านกลุ่มนี้มีวัฒนธรรมประเพณีที่ใกล้เคียงกัน ในอดีตบ้านท้องฝายเป็นชุมชนทางการค้าขายในระบบวัวตาง ในลักษณะของการซื้อมาขายไป ทำให้ชุมชนบ้านท้องฝายเป็นชุมชน

การค้ามาแต่ดั้งเดิม หมู่บ้านท้องฝายเป็นแหล่งวัฒนธรรมที่สำคัญ มีความโดดเด่นด้านการทอผ้าตีนจกเป็นมรดกวัฒนธรรมที่มีคุณค่า สืบสานภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ การทอผ้าสืบทอดต่อกันในครัวเรือน สามารถรู้จำนวนประชากรของผู้หญิงได้จากจำนวนกี่ทอผ้า เกือบทุกหลังในหมู่บ้านมีกี่ทอผ้าตั้งอยู่ใต้ถุนบ้าน แต่เดิมการทอผ้าเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน เป็นวิถีวัฒนธรรมแบบเดิม ต่อมาได้ร่วมกันจัดตั้งกลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกบ้านท้องฝายขึ้นในปี พ.ศ. 2527 เริ่มแปรรูปผ้าทอเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ ทำให้ผ้าขึ้นตีนจกบ้านท้องฝายเริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้าง สร้างรายได้ให้กับชุมชน กลุ่มทอผ้าบ้านท้องฝายใช้พื้นที่ศูนย์หัตถกรรมผ้าตีนจกแม่แจ่ม ตั้งอยู่ที่ 111 บ้านท้องฝาย หมู่ 8 ต.ช่างเคิ่ง อ.แม่แจ่ม ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นศูนย์หัตถกรรมบ้านท้องฝาย ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าทางเข้าหมู่บ้าน เป็นพื้นที่สาธิตการทอผ้าและจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจก กลุ่มทอผ้าบ้านท้องฝายจึงเป็นแหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่สำคัญ แหล่งหนึ่ง ได้รับการพัฒนาจากหลายหน่วยงานเพื่อส่งเสริมการเป็นหมู่บ้านวัฒนธรรม หมู่บ้านท้องฝายเป็นต้น หมู่บ้านท้องฝายได้รับรางวัลหมู่บ้านหัตถกรรมดีเด่น ในปี พ.ศ. 2541 และได้รับรางวัลพระราชทานหมู่บ้านดีเด่น ประเภทอนุรักษ์ชุมชนพื้นถิ่นดีเด่น ในปี พ.ศ. 2553



Figure 2. Location and existing condition of Ban Thong Fai

การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่หน้าร้านค้าด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่นและบริบทชุมชน

1) การส่งเสริมสำนึกท้องถิ่นจากอัตลักษณ์ของเมืองแม่แจ่มและภูมิวัฒนธรรมเมืองแม่แจ่ม

การผลิตสร้างความหมายโดยการใช้ระบบสัญลักษณ์หรือภาพแสดงอัตลักษณ์ 8 ด้านของเมืองแม่แจ่ม Figure 1 เป็นกรอบแนวทางสร้างความเข้าใจต่อภาพลักษณ์ของชุมชน ส่งเสริมสำนึกท้องถิ่น การสืบสานรักษา สืบสานคุณค่าทุนทางวัฒนธรรมของเมืองแม่แจ่มอย่างเป็นรูปธรรม สร้างความร่วมมือในการร่วมคิด ร่วมทำ สร้างสรรค์พื้นที่วัฒนธรรมจากมุมมองทางสังคม ประเพณีวัฒนธรรม และมุมมองทางเศรษฐกิจ ใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็น

ฐาน ผ่านปฏิบัติการเชิงพื้นที่ของภาคีเครือข่ายวัฒนธรรม ร่วมกันวาดภาพศิลปะสาธารณะ (public art) เป็นภาพสื่อความหมายภูมิวัฒนธรรมเมืองแม่แจ่มในพื้นที่ลานวัฒนธรรม ศูนย์หัตถกรรมบ้านท้องฝาย Figure 3 ภาคีเครือข่ายวัฒนธรรม ประกอบด้วย ตัวแทนหน่วยงาน ตัวแทนชุมชน เยาวชนโรงเรียนในพื้นที่ เช่น โรงเรียนเมืองเด็ก, โรงเรียนแม่แจ่ม, โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 31, โรงเรียนสาธิตชุมชนการเรียนรู้สมเด็จย่า วิทยาลัยโพนวิมลมังคลาราม. แม่แจ่ม สร้างความเข้าใจและสำนึกร่วมในการรับรู้อัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลลัพธ์ที่ได้คือ ภาพศิลปะสาธารณะชุมชนบ้านท้องฝาย (ภาพภูมิทัศน์วัฒนธรรมเมืองแม่แจ่ม) 1 ภาพ



Figure 3. The participation of cultural network partners in Mae Chaem in creating interpretive signage of cultural landscape through public art at the cultural courtyard, Ban Thong Fai handicraft center

2) การพัฒนาชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยการมีส่วนร่วม

การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมด้วยบริบทและอัตลักษณ์ท้องถิ่น ใช้การประชาคมกับเครือข่ายวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตัวแทนชุมชนบ้านท้องฝายและหน่วยงานท้องถิ่น อบต.ช่างเคิ่ง Figure 4 สร้างกลไกการทำงานและความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรม วิเคราะห์บทบาท ศักยภาพ ปัญหา ความต้องการ ระดมความคิดเห็น ความต้องการในการพัฒนาทางกายภาพ หมู่บ้านท้องฝายมีศักยภาพในการสร้างสรรค์พื้นที่วัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งบนฐานวัฒนธรรม จากการประชุมได้ข้อสรุปร่วมกันในการจัดทำแนวทาง

และรูปแบบการพัฒนาทางกายภาพ เป็นแผนงานและโครงการ ที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติ โดย อบต.ช่างเคิ่ง เป็นหน่วยงานในพื้นที่สนับสนุนความเป็นไปได้ของแผนการพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมบ้านท้องฝาย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมี กองช่าง กองการศึกษา ร่วมเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การบรรจุเข้าแผนพัฒนาทางกายภาพของตำบลช่างเคิ่ง ผลลัพธ์ที่ได้คือ แผนงานและโครงการพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมบ้านท้องฝายและรูปแบบการพัฒนาที่มีอัตลักษณ์ Figure 5 รวมถึงร่วมกันคัดเลือกปฏิบัติการในการพัฒนาพื้นที่จากโครงการในแผนงาน



Figure 4. The participatory process in community development of Ban Thong Fai

ข้อเสนอแผนงานพัฒนาชุมชนวัฒนธรรมบ้าน
ท้องผายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- โครงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกใน
ชุมชนด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นแผนพัฒนาทางกายภาพ
ผู้รับผิดชอบโครงการคือ กองช่าง อบต.ช้างเค็ก
แผนงานระยะกลาง 1-3 ปี



Figure 5. Community facility development project integrating local identity to promote cultural tourism (Cultural network forum initiative)

- โครงการปรับปรุงศูนย์หัตถกรรมบ้านท้อง
ผายเป็นศูนย์การเรียนรู้ทางวัฒนธรรม เป็นแผนพัฒนา
ทางกายภาพ ผู้รับผิดชอบโครงการคือ ผู้นำชุมชน
กลุ่มทอผ้าและเครือข่ายวัฒนธรรม (แผนงานระยะสั้น
1 ปี)

- โครงการจัดทำแผนที่เส้นทางและพื้นที่
วัฒนธรรมบ้านท้องผาย เป็นแผนงานส่งเสริมองค์
ความรู้ทุนวัฒนธรรมชุมชน ผู้รับผิดชอบโครงการคือ
กองการศึกษา อบต.ช้างเค็ก (แผนงานระยะสั้น 1 ปี)

- โครงการปรับปรุงพื้นที่หน้าร้านค้าเพื่อ
สื่อสารพื้นที่วัฒนธรรมชุมชนบ้านท้องผาย (คัดเลือก
เป็นปฏิบัติการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นรูปธรรมร่วมกับ
เจ้าของร้านค้าและเครือข่ายวัฒนธรรม)

3) อัตลักษณ์ท้องถิ่นและบริบทชุมชนบ้านท้องผาย

การสำรวจพื้นที่วัฒนธรรมบ้านท้องผาย
ประกอบด้วยร้านค้า 13 แห่ง Figure 6 เป็นร้านขาย

งานผ้าทอผ้าขึ้นดินจกและงานหัตถกรรมชุมชน เช่น
งานจักสาน ว่อม (หมวกผ้า) หมอนหน้าจก ตั้งอยู่ 2 ฝั่ง
ถนนกระจายอยู่บนเส้นทางหลักของหมู่บ้านความยาว
ประมาณ 700 เมตร มีศูนย์หัตถกรรมบ้านท้องผาย
(ร้านค้าชุมชน) ตั้งอยู่ทางเข้าหมู่บ้านติดกับผายหลวง
และลำแม่น้ำแจ่มถึงร้านกาสะลองโนบรีเว
ท้ายหมู่บ้าน ใกล้วัดบ้านทัพ (วัดประจำชุมชน) มี
ภูมิปัญญางานหัตถกรรมท้องถิ่นหลายแห่ง การสำรวจ
แผนที่วัฒนธรรม บันทึกอัตลักษณ์ชุมชนและการระดม
ความคิดเห็นกลุ่มภาคีเครือข่ายวัฒนธรรม ด้วยแนวคิด
“ร่วมคิด ร่วมทำ สร้างสีสันชุมชนวัฒนธรรมบ้านท้อง
ผาย” สนับสนุนการมีส่วนร่วมในปฏิบัติการพัฒนา
พื้นที่ สามารถสรุปอัตลักษณ์ที่สำคัญของหมู่บ้านท้อง
ผาย ได้ดังนี้

“เป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรมการทอผ้าเป็นเอกลักษณ์” “มีจุดเด่นในเรื่องการแต่งกายด้วยชิ้นตีนจก”
 “การทอผ้าไม่ใช่อาชีพ แต่มันคือจิตวิญญาณของคนบ้านท้องผาย”
 “มีฝีมือด้านงานไม้และงานจักสาน” “มีภูมิปัญญาด้านหัตถกรรม”
 “มีทุนทางทรัพยากรพื้นที่ที่ดี ไม่ว่าจะเป็นแม่น้ำ ภูเขาและทุ่งนา”



Figure 6. Cultural mapping of Ban Thong Fai (locations of cultural spaces, shops, and shopfront conditions along the main route in community)

4) อัตลักษณ์ในการออกแบบพื้นที่หน้าร้านค้าเพื่อการสื่อสารพื้นที่วัฒนธรรมบ้านท้องผายด้วยแนวคิดการสร้างสถานที่

การสร้างสรรค์และพัฒนาพื้นที่ชุมชนให้เป็นสถานที่ที่มีความหมาย (sense of place) มีชีวิตชีวาและตอบสนองความต้องการของคนที่สัมพันธ์กับอัตลักษณ์ชุมชน Figure 7 การสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อคัดเลือกอัตลักษณ์ในการสร้างสรรค์พื้นที่หน้าร้านค้า 13 แห่ง บูรณาการร่วมกับอัตลักษณ์ของแม่แจ่มทั้ง 8 ด้าน และบริบทชุมชนบ้านท้องผาย เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านท้องผาย ใช้การวิเคราะห์เลือกอัตลักษณ์ Table 1 เพื่อสร้างสรรค์ภาพศิลปะสาธารณะและการปรับปรุงองค์ประกอบอาคารบนพื้นที่หน้าร้านค้า ประกอบด้วย 1) “ผ้า” ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ใกล้ชิดกับวิถีชีวิตของบ้านท้องผายและชาวแม่แจ่ม ในรูปแบบภาพวาด

ลวดลายผ้าในวิถีวัฒนธรรม ได้แก่ ภาพลายผ้าตีนจก จำนวน 4 ภาพ ภาพวาดลายจกหน้าหมอน จำนวน 1 ภาพ 2) “นา” และ “ดอย” คือ ภูมิทัศน์วัฒนธรรมเมืองแม่แจ่ม การสื่อสารใช้ภาพวาดภูมิทัศน์วัฒนธรรม 3 ภาพ ได้แก่ แม่น้ำแจ่ม แนวเขา ทุ่งนา 3) “คน” ซึ่งหมายถึงกลุ่มชาติพันธุ์ที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ร่วมกันในเมืองแม่แจ่ม การสื่อสารใช้ภาพวาดผู้หญิงทอผ้า จำนวน 2 ภาพ และ 4) ด้านความเชื่อ “ผะนญา” ภูมิปัญญาในการดำรงชีวิต “พุทธ” ศาสนาที่เป็นวัฒนธรรมหลักของชาวแม่แจ่ม “ผี” แกนหลักของวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อวิถีความเชื่อและศรัทธา ที่สื่อสารด้วยภาพวาดสถูปกลางนา 1 ภาพ และภาพวาดพานจักสานจากไม้เป็นเครื่องสักการะความเชื่อในวิถีวัฒนธรรมประเพณี 1 ภาพ 5) “ไฟ” เป็นวัสดุพื้นถิ่นในตกแต่งพื้นที่หน้าร้าน จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ ชุมประตู่ ผนัง รั้ว ป้าย

Table 1. Dimensions of Mae Chaem’s cultural identity and their communication through shopfront spaces in Ban Thong Fai community

Local shops in Ban Thong Fai	Dimensions of Mae Chaem’s cultural identity								Representation of cultural identity / Visual elements
	People	Buddhism	Spirits	Wisdom	Bamboo	Textiles	Rice	Mountain	
Ban Thong Fai handicraft center	●	●		●		●	●	●	Women weaving / cultural landscape
Jirapha textiles						●			Motifs of Jok pillowcase patterns
Natnaree textiles						●			Motifs of Teen Jok patterns
Rueankaeo textiles			●				●		Rice fields and Ban Pa-Daet stupa
Sriyong Teen Jok textiles								●	Mountains and the Mae Chaem river
Phuttharaksa Teen Jok textiles						●			Motifs of Teen Jok patterns
Praphapan textiles					●				Bamboo panels decorative
Sriwilai textiles						●			Motifs of Teen Jok patterns
Lai Mueang Chaem	●			●	●	●			Women weaving/Bamboo panels decorative
Buppha Teen Jok textiles					●				Bamboo panels decorative
Nanjaree		●	●						Ritual offering trays (bamboo trays)
Pinda Teen Jok textiles					●	●			Motifs of Teen-Jok patterns / bamboo panels decorative
Kasalong					●				bamboo panels decorative



Figure 7. Participatory focus groups for selecting cultural identities in the design of 13 shopfront

การออกแบบปรับปรุงพื้นที่หน้าร้านค้า ใช้การวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่หน้าร้านค้า เช่น รูปแบบอาคาร พื้นที่หน้าร้านค้า การใช้สอย วัสดุและการเชื่อมโยงกับบริบทชุมชนร่วมกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น ลายผ้าทอ เครื่องจักสาน หัตถกรรมและภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ได้ข้อสรุปรูปแบบการสื่อสารในพื้นที่หน้าร้านค้าของกลุ่มผู้ประกอบการที่นำมาออกแบบปรับปรุงพื้นที่หน้าร้านค้าด้วยงานไม้ไผ่และภาพศิลปะสาธารณะจากอัตลักษณ์ชุมชน เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการร้านค้าให้

ข้อมูลอัตลักษณ์ที่ต้องการสื่อสาร ร่วมกับผู้ออกแบบ (นักศึกษาและอาจารย์ทางด้านสถาปัตยกรรม) เป็นผลงานการออกแบบหน้าร้านค้า Figure 8-9 โดยตัวแทนชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่น ร่วมให้ความคิดเห็น ได้ข้อสรุป 2 แนวทาง

แนวทางที่ 1 การออกแบบปรับปรุงองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมของพื้นที่หน้าร้านค้า ด้วยวัสดุพื้นถิ่นในวิถีชีวิต เช่น ชุมหน้าร้านค้า แผงบังแดด แผงไม้ไผ่ตกแต่ง แนวรั้ว โดยการสร้างต้นแบบการออกแบบองค์ประกอบสถาปัตยกรรมและการตกแต่งหน้าร้านผ่านงานหัตถกรรมไม้ไผ่ Figure 8



Figure 8. Development of design prototypes for shopfront architectural features and decorations through bamboo handicrafts

แนวทางที่ 2 การออกแบบปรับปรุงพื้นที่หน้าร้านค้าบ้านท้องผายด้วยงานศิลปะสาธารณะ เช่น ภาพวาดบนแผ่นไม้ ภาพวาดบนผนังหรือแนวรั้ว โดยการสร้างต้นแบบงานออกแบบพื้นที่หน้าร้านเป็น

ภาพศิลปะสาธารณะ ประยุกต์ใช้จากลวดลายจากหน้าหมอน ลายตีนจก 16 ลายโบราณ เช่น ลายละกอนหลวง ลายเชียงแสนน้อย ลายหงส์บัว ลายหงส์สะเปา และภาพการทอผ้าของหญิงแม่แจ่ม Figure 9

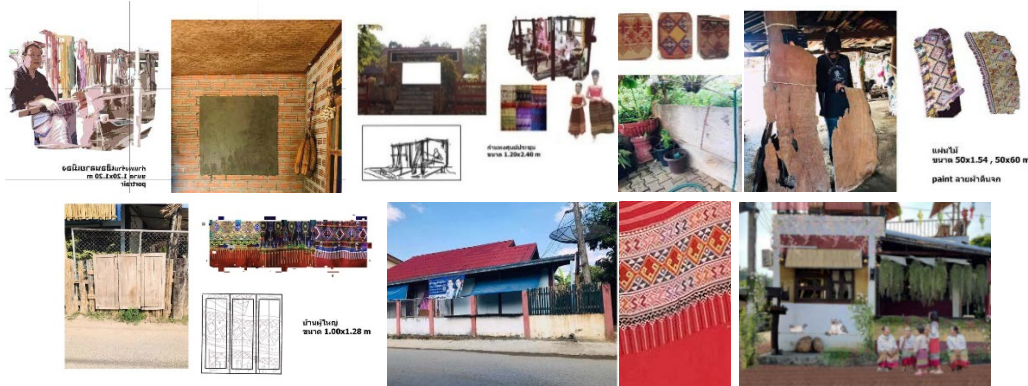


Figure 9. Development of design prototypes for shopfront decorations through public art

5) ปฏิบัติการปรับปรุงพื้นที่ตามแนวทางการ
ออกแบบหน้าร้านค้าด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่นและ
บริบทชุมชนแบบมีส่วนร่วม

ปฏิบัติการเชิงพื้นที่ด้วยการมีส่วนร่วมของ
ภาคีเครือข่ายวัฒนธรรม Figure 10 - 11 เป็นการ
แลกเปลี่ยนเรียนรู้และความร่วมมือในการต่อเติม
พื้นที่หน้าร้านค้าตามผลงานการออกแบบปรับปรุง
พื้นที่หน้าร้านค้า 13 แห่ง ประกอบด้วย

ปฏิบัติการที่ 1 การปรับปรุงองค์ประกอบ
ทางสถาปัตยกรรมของพื้นที่หน้าร้านค้าด้วยวัสดุพื้น

ถิ่นในวิถีชีวิต ตามรูปแบบ Figure 8 ได้แก่ การสร้าง
ชุมชนร้านค้า สร้างแผงไม้ไผ่ตากแห้ง สร้างแนวรั้วไม้
ไผ่ การดำเนินการใช้งานหัตถกรรมไม้ไผ่ จัดทำขึ้น
ผ่านกระบวนการออกแบบเชิงมีส่วนร่วม โดยมี
ช่างฝีมือท้องถิ่น เจ้าของร้านค้า ตัวแทนชุมชน และ
ตัวแทนจากสถาบันการศึกษาร่วมจัดทำและติดตั้ง
Figure 10. กระบวนการนี้มุ่งเน้นการบูรณาการวัสดุ
พื้นถิ่นเข้ากับองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม เพื่อ
เสริมสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นและความเป็นสถานที่
(sense of place)



Figure 10. Participatory action in shopfront decoration with bamboo handicrafts

ปฏิบัติการที่ 2 การตกแต่งพื้นที่หน้าร้านค้า
ด้วยงานศิลปะสาธารณะ โดยการวาดภาพบนผนัง
หรือแนวรั้ว ตามรูปแบบที่ได้ออกแบบร่วมกันได้
ข้อสรุป ตามรูปแบบ Figure 9 โดยมีช่างฝีมือท้องถิ่น
ศิลปิน เจ้าของร้านค้า ตัวแทนชุมชน ร่วมกัน
สร้างสรรค์ เป็นการสร้างสำนึกท้องถิ่นผ่านการเรียนรู้

คุณค่าวัฒนธรรมเมืองแม่แจ่ม ส่งเสริมให้ชุมชนบ้าน
ท้องฟายมีความเข้าใจในอัตลักษณ์และความภูมิใจใน
วัฒนธรรมของตนเอง เกิดการสื่อสารแสดงออกมา
ทางกายภาพเพื่อสร้างความเป็นชุมชนวัฒนธรรมที่
ชัดเจน



Figure 11. Implementation: shopfront decoration using community identity artwork

ภาคีเครือข่ายประกอบด้วย ภาควิชาการ นักศึกษาและอาจารย์ทางด้านสถาปัตยกรรม จาก มทร.ล้านนา ม.แม่โจ้ และ มทร.ศรีวิชัย ครูและนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแม่แจ่ม โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 31 และโรงเรียนสาธิต ชุมชนการเรียนรู้สู่สังคมดีอย่าง วิทยาลัยโพธิวิชชาลัย มศว. แม่แจ่ม ตัวแทนชุมชนบ้านท้องฝาย ประกอบด้วย สล่า งานไม้ไผ่ พ่อครูแม่ครู ผู้ประกอบการ-ร้านค้า ผู้นำ ชุมชน ศิลปิน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ อำเภอ แม่แจ่ม อบต.ช่างเคิ่ง

6) การพัฒนาพื้นที่หน้าร้านค้าด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่นและบริบทชุมชนเพื่อสื่อสารพื้นที่วัฒนธรรมชุมชนบ้านท้องฝาย

ผลลัพธ์การพัฒนาพื้นที่หน้าร้านค้า ทำให้หมู่บ้านท้องฝายได้ปรับปรุงพื้นที่หน้าร้านค้าและสภาพแวดล้อมที่มีอัตลักษณ์ Table 2 ส่งเสริมการเป็นพื้นที่วัฒนธรรมหรือชุมชนวัฒนธรรม เกิดความเข้าใจและความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง

หลังปฏิบัติการ ผู้ประกอบการมีการต่อยอดจากความเข้าใจอัตลักษณ์ชุมชน นำไปใช้ปรับปรุงพื้นที่หน้าร้านค้าเพิ่มเติม เช่น การวาดภาพเพื่อตกแต่งหน้าร้านของตนเอง ได้แก่ ร้านกาสะลอง ร้านณัฐนรี ร้านเรือนแก้ว ร้านลายเมืองแจ่ม การจัดทำป้ายร้านค้าของชุมชน รวมถึงมีการรวมกลุ่มถ่ายภาพพื้นที่หน้าร้านเผยแพร่ในพื้นที่สื่อออนไลน์ เช่น Facebook และ TikTok เพื่อประชาสัมพันธ์และนำเสนอการจัดกิจกรรม “ถนนสายภูมิปัญญาผ้าตีนจก-ชุมชนวัฒนธรรมบ้านท้องฝาย” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานมหกรรมผ้าตีนจกและวัฒนธรรมชนเผ่าอำเภอแม่แจ่ม ประจำปี 2566 และส่งเสริมการท่องเที่ยว แสดงถึงชุมชนมีความเข้าใจและภูมิใจในอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของตนเองมากขึ้น สามารถนำทุนวัฒนธรรมไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ให้เกิดมูลค่า เป็นการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากและสังคมของชุมชนและเมืองแม่แจ่ม

Table 2. Results of spatial practices in developing shopfront areas to communicate the cultural spaces of Ban Thong Fai community

1. Meaning communication through painting: Textiles in local life practices	
- Image of a woman weaving fabric on fence	
- Image of Teen Jok textile patterns on wooden panels	

- Image of Teen Jok textile patterns on walls and fence



-Image of Jok pillowcase patterns on wooden panels



2. Meaning communication through painting: The cultural landscape of Mae Chaem

-Image of rice fields, Ku Pa Daet (Lanna stupa), Mae-Chaem river and mountain ranges on walls



3. Meaning communication through painting: Bamboo woven trays

- Image of bamboo woven trays as offerings reflecting beliefs in traditional cultural on wall



4. Meaning communication through application of bamboo materials and crafts

- Application of bamboo materials in archway, sunshade screens, and fence



ข้อสรุปจากผลงานการออกแบบพื้นที่หน้าร้านที่ได้จากกระบวนการวิจัย พบว่าการพัฒนาพื้นที่หน้าร้านของบ้านท้องฝายสะท้อนการสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมผ่าน การใช้ภาพวาดบนผนังในแบบศิลปะสาธารณะ โดยภาพวาดสิ่งทอ วิถีชีวิต และภูมิทัศน์แม่แจ่ม ช่วยเชื่อมโยงความทรงจำและความเชื่อดั้งเดิมกับพื้นที่สาธารณะ ขณะที่การใช้ไม้ไผ่ในองค์ประกอบสถาปัตยกรรม เช่น ชุมน แผงบังแดด และรั้ว เป็นการประยุกต์ใช้วัสดุไม้ไผ่ แสดงถึง

การบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการออกแบบร่วมสมัย ทั้งสองแนวทางจึงทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์เชิงพื้นที่ ที่สร้างการรับรู้และสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย

-ผนัง รั้ว และแผ่นไม้ตกแต่ง ใช้ลายผ้าทอ เช่น ลายจกหน้าหมอนและลายตีนจก เป็นศิลปะสาธารณะสะท้อนภูมิปัญญาและวิถีชีวิต

-โครงสร้างหน้าร้าน ชุ่มประตู และป้ายร้าน ใช้ไม้และไม้ไผ่เป็นจุดนำสายตา สื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน

-แต่งผนังแนวตั้งและบังแดด จากไม้ไผ่สาน ช่วยสร้างจังหวะทางสถาปัตยกรรม ลดความร้อน และเพิ่มการระบายอากาศ

-รั้วและผนังรูปแบบใหม่ สร้างเอกภาพทัศนียภาพ เป็นมิตรต่อคนเดินเท้าและกิจกรรมชุมชน

-พื้นที่หน้าร้าน เป็นจุดจัดแสดงสินค้า หัตถกรรมและผ้าทอ สร้างการจดจำและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน.

วิจารณ์

1. การถอดรหัสอัตลักษณ์ท้องถิ่น: อัตลักษณ์ในฐานะทุนทางวัฒนธรรมที่สร้างความผูกพันกับพื้นที่ การรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ที่จดจำ โดยการนำอัตลักษณ์เมืองแม่แจ่ม (คน พุทธ ผี ภูเขา ไร่ ผ้า นา ดอย) เป็นฐานในการสร้างความเข้าใจผ่านภาพสื่อความหมายในรูปแบบศิลปะสาธารณะ เพื่อสะท้อนภูมิทัศน์วัฒนธรรมและสร้างการรับรู้ต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ การรับรู้อัตลักษณ์ท้องถิ่นสามมิติ 1) มิติเมืองแม่แจ่ม เป็นภูมิทัศน์วัฒนธรรมในภาพรวม 2) มิติชุมชนบ้านท้องผาย มีทุนวัฒนธรรมเฉพาะ เช่น การทอผ้าตีนจก งานหัตถกรรม 3) มิติอัตลักษณ์ท้องถิ่น มีวิถีการทอผ้าเป็นจิตวิญญาณ การนุ่งขึ้นตีนจก ซึ่งคล้ายกับ Suwan (2015) การสร้างสำนึกร่วมและการรับรู้พื้นที่ทางวัฒนธรรมแบ่งออกเป็นสามระดับ ได้แก่ ขอบเขตกว้างเรียกว่าภูมิวัฒนธรรม (cultural landscape) การตั้งถิ่นฐานเป็นชุมชนเกิดเป็นนิเวศวัฒนธรรม (cultural ecology) และความเป็นชุมชนบ้านเดียวกันเรียกว่าชีวิตวัฒนธรรม (cultural life) ซึ่งมีข้อเพิ่มเติม Munkong (2017) ชี้ว่าทุนวัฒนธรรมสามารถเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจชุมชน ดังนั้นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อมกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชน เป็นการมีส่วนร่วมที่จะทำ

ให้ประชาชนเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน เกิดเป็นพลังในการขับเคลื่อนชุมชน ทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสู่การพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

2. การออกแบบและปฏิบัติการปรับปรุงพื้นที่หน้าร้านค้าอย่างมีส่วนร่วม: เปิดโอกาสให้ภาคีเครือข่ายเข้ามามีบทบาทตั้งแต่ การวิเคราะห์ปัญหา การคัดเลือกอัตลักษณ์ในการออกแบบหน้าร้าน 13 แห่งในชุมชน ไปจนถึงการประเมินผล ใช้กระบวนการที่ทุกฝ่ายเข้าใจง่าย เช่น การสำรวจชุมชน การบันทึกแผนที่วัฒนธรรม การร่วมคิดร่วมทำ การร่างแบบสร้างภาพจำลองต้นแบบ ผลงานการออกแบบจึงถือเป็นผลงานจากการร่วมคิด ร่วมทำของชุมชน ทั้งต้นแบบการพัฒนาพื้นที่หน้าร้านโดยใช้วัสดุพื้นถิ่น (ไม้ไผ่) ที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบและดำเนินการก่อสร้าง เป็นการผสมผสานความรู้เชิงวิชาชีพกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และการออกแบบตกแต่งหน้าร้านด้วยภาพลวดลายผ้าทอ เป็นกระบวนการออกแบบที่สามารถปรับเปลี่ยนตามบริบทและความต้องการที่เปลี่ยนไป ต่อยอดไปถึงการใช้โมดูลาร์ไม้ไผ่ในองค์ประกอบหน้าร้าน เพื่อให้ปรับเปลี่ยนและดูแลรักษาได้ง่าย พื้นที่ออกแบบไม่เพียงตอบโจทย์การใช้งาน แต่ยังสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ทางสังคม ดังที่พื้นที่หน้าร้านค้าชุมชนบ้านท้องผาย ทำหน้าที่เป็นพื้นที่สื่อสารวัฒนธรรมและสร้าง sense of place ให้กับชุมชน สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม (participatory design principles) ของ Bobbio (2019); Sanoff (2022) เป็นการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมและการประยุกต์ใช้ในงานสถาปัตยกรรมชุมชน ใช้การมีส่วนร่วม การสร้างความเป็นเจ้าของร่วม (shared ownership) การบูรณาการความรู้ (integration of knowledge) การปรับตัวและความยืดหยุ่น (adaptability and flexibility) และการสร้างผลกระทบเชิงพื้นที่และสังคม (spatial and social Impact) เช่นเดียวกับแนวทางการมีส่วนร่วมของ Kasemsuk (2018) ชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมไม่ใช่เพียงการเข้าร่วมกิจกรรม แต่คือการมีบทบาท

ในทุกขั้นตอนของการพัฒนา ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการ ไปจนถึงการติดตามและการรับประโยชน์ โดยอาศัยกิจกรรมที่กระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม (activity-based participation) ที่เหมาะสมกับบริบทหรือภูมิปัญญาดั้งเดิม ความสำเร็จประเมินจากความรู้สึกร่วมของการเป็นเจ้าของชุมชน (sense of community) และเป็นเจ้าของร่วมกันมากกว่าความสำเร็จของผลลัพธ์ รวมถึงแนวทางการพัฒนาชุมชนบ้านท้องผายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถนำไปสู่การจัดทำแผนงาน-โครงการพัฒนาทางกายภาพที่นำไปบรรจุในแผนพัฒนาชุมชนของหน่วยงานท้องถิ่น ใกล้เคียงกับ Sooksai *et al.*, 2025. ชี้ให้เห็นว่า การรับฟังความคิดเห็นของผู้คนในชุมชนที่มีต่อแนวทางการแก้ไขปัญหามาใช้การมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านการวางแผนเชิงปฏิบัติการ (participatory action planning) ไม่เพียงแต่สร้าง ผังชุมชน ที่สะท้อนความต้องการจริง แต่ยังเป็นกลไกเชื่อมโยงสู่ระดับนโยบายและหน่วยงานรัฐ เพื่อให้การแก้ไขปัญหาและการพัฒนาชุมชนเกิดขึ้นจริงในทางปฏิบัติ

3. การพัฒนาพื้นที่ชุมชนด้วยแนวคิดการสร้างสถานที่: เป็นการบูรณาการอัตลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นกับพื้นที่ทางกายภาพ พื้นที่หน้าร้านค้าเป็นส่วนหนึ่งของสถาปัตยกรรมทำหน้าที่เชื่อมต่อทางกายภาพและการสื่อสารทางวัฒนธรรม สนับสนุนประสบการณ์เชิงพื้นที่และสื่อสารตัวตนของชุมชน โดยการใช้อัฒเภอประกอบในการออกแบบพื้นที่ ตามที่ Sukolratanametee (2015) อธิบายว่าช่วยกระตุ้นให้คนในชุมชนเกิดความรู้สึกร่วมที่ดีต่อสถานที่และต่อกลุ่มคนที่ร่วมอาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ทางสังคม สร้างเอกลักษณ์ให้แก่พื้นที่นำไปสู่ความประทับใจและความภูมิใจในสถานที่ ซึ่งในทางจิตวิทยาจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกร่วมกับชุมชนหรือสถานที่ รวมถึง Ittipunkul (2015) ได้เสนอว่าแนวทางการจัดการองค์ประกอบทางกายภาพและสังคมมีบทบาทในการ promoting the physical environment ของพื้นที่ชุมชน โดยการ

นำจุดเด่นทางสังคมและวัฒนธรรมมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนา แนวทางนี้เน้นการปรับปรุงพื้นที่ สถาปัตยกรรม และภูมิทัศน์ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น ในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการรับรู้และจดจำในฐานะพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม ช่วยให้ชุมชนสามารถรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นการออกแบบปรับปรุงพื้นที่หน้าร้านค้าด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่นและการมีส่วนร่วม เป็นแนวทางที่ตอบวัตถุประสงค์งานวิจัยในการพัฒนาแนวทางเชิงสถาปัตยกรรมที่ใช้ทุนวัฒนธรรมเป็นฐานผ่านการถอดรหัสอัตลักษณ์และการแปลงองค์ความรู้สู่การออกแบบ เพื่อสร้างพื้นที่สื่อสารความเป็นท้องถิ่น สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเสริมสร้างความยั่งยืนของชุมชน

สรุป

งานวิจัยนี้เสนอแนวทางการออกแบบปรับปรุงพื้นที่หน้าร้านค้าชุมชนบ้านท้องผาย อำเภอแม่แจ่ม โดยใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นและกระบวนการมีส่วนร่วมเป็นฐาน สะท้อนแนวคิด place-based design ที่เน้นความหมายเชิงพื้นที่และทุนวัฒนธรรมที่สะท้อนภูมิวัฒนธรรมในระดับเมือง ชุมชน และวิถีชีวิต พื้นที่หน้าร้านจึงเป็นทั้งพื้นที่เศรษฐกิจและวัฒนธรรม ผ่านสัญลักษณ์เชิงพื้นที่ เช่น ผ้าทอหัตถกรรม ภูมิทัศน์วัฒนธรรมและวัสดุพื้นถิ่น การมีส่วนร่วมจากภาคีเครือข่ายช่วยสร้างความเข้าใจร่วมและ sense of place ผลลัพธ์ชี้ว่าพื้นที่หน้าร้านสามารถทำหน้าที่เป็นพื้นที่จัดแสดงทุนวัฒนธรรมห้องรับแขก และโชว์รูมเมืองแม่แจ่ม แนวทางนี้ยังประยุกต์ใช้ได้กับชุมชนชนบทอื่น เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมและอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยโครงการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม เพื่อยกระดับ

เศรษฐกิจฐานรากและสังคมเมืองแม่แจ่ม จังหวัด เชียงใหม่ สนับสนุนโดยกองทุนส่งเสริม ววน. และ หน่วย บพท. สัญญาเลขที่ A13F640091 (วันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 ถึง วันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565)

เอกสารอ้างอิง

- Bobbio, L. 2019. Designing effective public participation. *Policy and Society* 38(1): 41-57.
- Chamnian, M. 2019. Community identity communication for tourism promotion. *Journal of Management and Development Ubon Ratchathani Rajabhat University* 6(1): 235-256. (in Thai)
- Chansuebsri S., I. Guntang and S. Manowong. 2015. Cultural heritage maps of Mae Chaem district, Chiang Mai province. *Najua: Architecture, Design and Built Environment* 29: 65-85. (in Thai)
- Gehl, J. 1996. *Life between buildings: Using public space*. Copenhagen, Denmark: Arkitektens Forlag.
- Ittipunkul, K. 2014. Guidelines of physical and social elements for promoting the physical environment of Tonlamyai flower market, Chiang Mai. *Journal of Environment Design* 1(1): 15-32. (in Thai)
- Jacobs, J. 1961. *Death and life of great American cities*. New York: Vintage Books.
- Kasemsuk, C. 2018. Public participation approach for sustainable community development. *Academic Journal of Humanities and Social Sciences, Burapha University* 26(50): 169-186. (in Thai)
- Khumhaeng, S., J. Thomkaew, Y. Pitaksatdanon, A. Tanawut and N. Khaengraeng. 2018. Creating new entrepreneurs under the community identity. *Journal of Education and Human Development Sciences* 2(2): 121-130. (in Thai)
- Munkong, A. 2017. The role of cultural capital and the community's economic development: Case study of community in Ban Toon sub-district, Muang district, Phayao province. *Research and Development Journal, Loei Rajabhat University* 12(39): 90-100. (in Thai)
- Piriyakarnnon, M. and N. Thungsakul. 2021. Article review: Public space, cultural space and public cultural space. *Najua: Architecture, Design and Built Environment* 18(1): 134-158. (in Thai)
- Pornpanarom, S. and W. Patpai. 2007. Knowledge management for cultural mapping. *Journal of Language and Culture* 26(1-2): 104-113. (in Thai)
- Sanoff, H. 2022. Participatory design. *Journal of Design, Planning and Aesthetics Research* 1(2): 1-12.
- Sontirak, T., S. Naranong, Y. Fukushima and K. Srestasathien. 2023. Regional identity formations in Japan's tourism industry. *Journal of Liberal Arts, Thammasat University* 23(1): 570-585. (in Thai)
- Sooksai, T., A. Nammakhunt and A. Hiranphaet. 2025. Key factors in preserving cultural identity affecting senior tourism: A case study of Bang Luang market (122 R.E., 1893 A.D.). *Journal for*

Community Development and Quality of Life 13(2): 322-332. (in Thai)

Sukolratanameteer, S. 2015. Enhancing sense of community through environmental design elements. *Najua: Architecture, Design and Built Environment* 29: 475-488. (in Thai)

Suwan, S. 2015. Social and cultural dynamics under the home-temple-school relationship the case of Sanam-Chai community, Satingpra district, Songkla

province. *Asian Journal of Arts and Culture, Walailak University* 15(2): 1-16. (in Thai)

Wattana, S., A. Yensabai, S. Thimwatbunthong and C. Phaetlakfa. 2016. A community potentials for the development of the cultural tourist attractions in Mae Chaem district Area, Chiangmai province. *Research and Development Journal Suan Sunandha Rajabhat University: Humanities and Social Sciences* 8(1): 83-96. (in Thai)
