



แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนตลาดข่อแล อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ The identity promotional guidance for cultural tourism in Chor-Lae market community, Mea-Tang district, Chiang-Mai province

กอบชัย รักพันธุ์¹
Kobchai Rakpan¹

Received: 2021-09-25

Revised: 2021-12-29

Accepted: 2022-02-03

บทคัดย่อ

ชุมชนตลาดข่อแล เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ควรแก่การรักษาและส่งเสริม การวิจัยนี้มุ่งค้นหาอัตลักษณ์ชุมชนตลาดข่อแล ผ่านการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพและสังคม เพื่อสร้างแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์ของชุมชนตลาดข่อแล ในพลวัตความเปลี่ยนแปลงไปสู่การปรับตัวรับการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เวทีชุมชน และสร้างแนวทางการเผยแพร่อัตลักษณ์ผ่านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ผลการศึกษพบอัตลักษณ์ที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ (1) ประวัติศาสตร์และวิวัฒนาการชุมชน (2) รูปแบบพื้นที่และกิจกรรมการค้า (3) เอกลักษณ์เรือนล้านนา และ (4) ประเพณีและวัฒนธรรมชุมชน ส่วนการส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชน พบว่า การสะท้อนความชื่นชมด้านความสวยงามของวิถีชุมชนจากคนนอกชุมชนหรือนักท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนเห็นคุณค่าของอัตลักษณ์ชุมชนซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญนำมาซึ่งความเข้าใจและจิตสำนึก เกิดเป็นแนวทางการจัดการ เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้วยการมีส่วนร่วมที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ การมีส่วนร่วม ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนตลาดข่อแล

¹ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
(Faculty of Science and Technology, Chiang Mai Rajabhat University)
ผู้เขียนหลัก (corresponding author) E-mail: Kr.cmru@gmail.com

Abstract

The market community is a unique cultural space that deserves to be preserved and promoted. This research aims to find the identity of Cho-Lae market community through the relationship between physical and social components. To create a way to promote the identity of the market community in the dynamics of changing towards adapting to tourism by using a qualitative research method. Data was collected by in-depth interviews with community forums to creating guidelines for disseminating identity through community participation. The results of the study revealed 4 important aspects of identity, there are (1) community history and evolution, (2) community layout and trade activities, (3) shophouse identity and (4) community traditions and culture. In terms of promoting community identity, it was found that Reflecting admiration from outsiders or tourist makes the community appreciate the community identity, which is an important driving force for understanding and conscience, which is a management approach to promote identity along with cultural tourism with clear and effective participation.

Keywords: identity, participation, cultural tourism, market community

บทนำ

ตลาดเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญของชุมชนชนบทมาแต่โบราณ เป็นพื้นที่กลางเพื่อการแลกเปลี่ยนสินค้าบริโภคและอุปโภค เป็นที่พบปะสังสรรค์เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และสานสัมพันธ์กันในชุมชน ตลาดจึงเป็นสถานที่ที่สะท้อนให้เห็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน และยังเป็นพื้นที่สาธารณะที่เชื่อมโยงวิถีสังคมชนบทเข้าด้วยกัน (Chaisingkananont, 2006)

ชุมชนตลาดบ้านซ้อแล เป็นชุมชนตลาดที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานควบคู่กับที่ราบลุ่มแม่แตง เป็นชุมชนเริ่มแรกของอำเภอแม่แตง มีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์การปกครองเมืองเชียงใหม่ มาตั้งแต่สมัยราชวงศ์พญามังราย จากหลักฐานการก่อตั้งชุมชนที่พบสามารถสืบย้อนไปยาวนานกว่า 700 ปี เป็นถิ่นที่อาศัยของชาวไทเงินและชาวลัวะแถบลุ่มน้ำปิงตอนบน ด้วยลักษณะทางกายภาพของชุมชนที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำปิง ซึ่งเป็นแม่น้ำสายสำคัญที่มีความอุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งผลิตอันสำคัญ เป็นเขตปกครองตามรูปแบบการผลิตในระบบเกษตรกรรมแบบโบราณที่เรียกว่า “พันนา” (Ongsakul, 2000) และเป็นเส้นทางสัญจรหลักในการเดินทางไปยังตัวเมืองเชียงใหม่ อีกทั้งมีชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงจำนวนมาก ทำให้ชุมชนซ้อแลกลายเป็นจุดศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนค้าขายสินค้าอุปโภคและบริโภคในบริเวณนี้ เกิดเป็นชุมชนตลาดชนบทขนาดใหญ่ และยังคงดำรงวิถีชีวิตของชุมชนย่านการค้ามาจนถึงปัจจุบัน (Kramumsri, 1988) แสดงให้เห็นว่าชุมชนตลาดซ้อแล เป็นชุมชนที่สั่งสมคุณค่าทางลักษณะกายภาพ ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีที่ดั่งงามไว้อย่างมากมายบนพื้นฐานอัตลักษณ์พื้นถิ่นร่วมสมัย (ดังภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 บรรยากาศชุมชนตลาดบ้านซ้อแล

อัตลักษณ์นั้น หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของบุคคล สังคม ชุมชน หรือสถานที่ อาจรวมถึง เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม และศาสนา ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปไม่สากลกับสังคมอื่น หรือเป็นลักษณะที่ไม่เหมือนกับของคนอื่น ส่วนการรักษาอัตลักษณ์พื้นถิ่นชุมชนสามารถส่งเสริมความสำคัญ ของชุมชนในชนบทให้เกิดขึ้นได้ กล่าวคือ ความสัมพันธ์เชิงกายภาพและสังคมในพื้นที่มีส่วนสร้างอัตลักษณ์ พื้นถิ่นให้พื้นที่นั้น ๆ โดยอัตลักษณ์ของชุมชนจะแสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชน ผ่านลักษณะทางกายภาพ ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีของชุมชน (Oranratmanee, 2009) ในทางเดียวกัน แนวทาง การอนุรักษ์ความเป็นชุมชนให้คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชนชนบท จะสามารถทำให้ชุมชนปรับเปลี่ยนไปตาม ยุคสมัยได้โดยไม่ได้เปลี่ยนแปลงจนสิ้นอัตลักษณ์โดยสิ้นเชิง (Limthanakul, 1994) เช่นเดียวกับแนวคิดของ Angkoon (1999) ที่สะท้อนการศึกษาอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยว กล่าวว่า จุดเน้นของการท่องเที่ยวคือพื้นที่ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจการท่องเที่ยวแล้วยังเป็นสิ่งที่ต้องรักษาไว้ไม่ให้ถูกทำลายหรือ เปลี่ยนแปลงไปจากการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงจะต้องเป็นไปตามธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้น จุดหมายของการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งธรรมชาติ รวมทั้งวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นหรือเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน

การสร้างแนวทางในการส่งเสริมอัตลักษณ์ของชุมชนมีความสำคัญต่อการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมชุมชนอย่างยิ่ง การส่งเสริมการท่องเที่ยวควบคู่การอนุรักษ์ให้คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชนได้ อย่างแท้จริงนั้นนอกจากจะแสดงให้เห็นถึงความเป็นตัวตนของชุมชนแล้ว ยังเป็นสิ่งที่มีความค่าและสามารถนำ มาเป็นทุนในการพัฒนาชุมชนให้เกิดประโยชน์ได้ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อการยกระดับ คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของชาวชุมชน และอาจนำไปสู่การต่อยอดเพื่อการพัฒนาเป็นชุมชนที่เข้มแข็งต่อไปได้ (Wanitchanukorn, 1997)

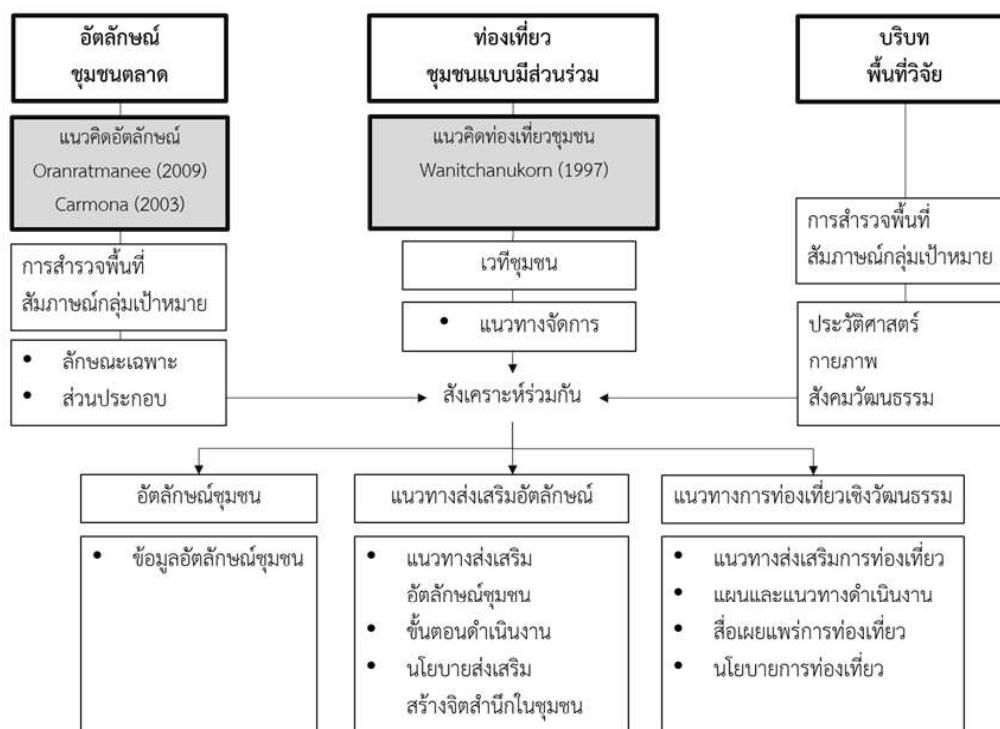
แต่ในขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพได้ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชน เป็นผู้ดำเนินการ ตั้งอยู่บนฐานความคิดที่ว่า ชาวชุมชนทุกคนรู้สึกเป็นเจ้าของ ทั้งทางด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจการท่องเที่ยว โดยเน้น การเข้ามามีส่วนร่วมเป็นสำคัญ (Sarabol, Wongtubtim, & Songpornvanich, 2002)

ดังนั้นในงานการศึกษาวิจัยนี้ จึงใช้กรอบแนวคิดด้านการศึกษาอัตลักษณ์ ผ่านการศึกษาความสัมพันธ์ เชิงกายภาพ-สังคม (spatio-social relationship) จากงานเขียนของ Oranratmanee (2009) ซึ่งเป็นการ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกายภาพและสังคม ภายใต้พลวัต ปัจจัย และการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงที่ ส่งผลให้เกิดการเข้าใจการสร้างอัตลักษณ์ที่เปลี่ยนไปแกพื้นที่นั้นเป็นวงจร โดยในการศึกษาอัตลักษณ์จะทำการ วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงกายภาพและองค์ประกอบเชิงสังคม จากกรอบทัศน์จากงานเขียนของ Carmona (2003) ที่แยกการศึกษาองค์ประกอบเชิงกายภาพและสังคมของพื้นที่ไว้อย่างครอบคลุมและละเอียด ผ่านมิติทั้ง 6 มิติ ได้แก่ มิติเชิงสัญญาณ มิติเชิงการรับรู้ มิติเชิงสังคม มิติเชิงการมองเห็น มิติเชิงการใช้งาน และมิติเชิงเวลา

การศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวชุมชนแบบมีส่วนร่วม ใช้กรอบแนวคิดของ Wanitchanukorn (1997) ซึ่งได้กล่าวถึงการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชน 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การที่ประชาชนมีส่วนร่วมในขั้นตอนการ ตัดสินใจว่า ควรจะมีการดำเนินการเรื่องอะไร และมีวิธีการดำเนินการอย่างไร (2) การที่ประชาชนมีส่วนร่วม ในการดำเนินโครงการ โดยอาจเป็นการให้ความสนับสนุนทรัพยากรต่าง ๆ การเข้าร่วมดำเนินกิจกรรม หรือการให้ความร่วมมือ (3) การที่ประชาชนมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนานั้น ๆ

และ (4) การที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการประเมินผลงานของโครงการนั้น ๆ ทั้งนี้ เพื่อวิเคราะห์ขั้นตอนและวิธีการของการจัดการท่องเที่ยวออกมาเป็นขั้นตอน

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยที่เน้นการทํากิจกรรมในการเก็บข้อมูลร่วมกับชุมชน ตามกรอบวิธีวิจัย (ดังภาพที่ 2) เพื่อสร้างกระบวนการค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชน นำไปสู่การสร้างเวทีชุมชนเพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่ได้เบื้องต้น เพื่อให้ชุมชนได้ตรวจสอบแล้วจึงทำการวางแผนนโยบายและแนวทางร่วมกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) มุ่งค้นหาอัตลักษณ์ชุมชนตลาดช่อแล ผ่านการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงกายภาพ และสังคมทั้งกายภาพ (2) เพื่อสร้างแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์ของชุมชนในพลวัตความเปลี่ยนแปลง และ (3) สร้างแนวทางการปรับตัวรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน



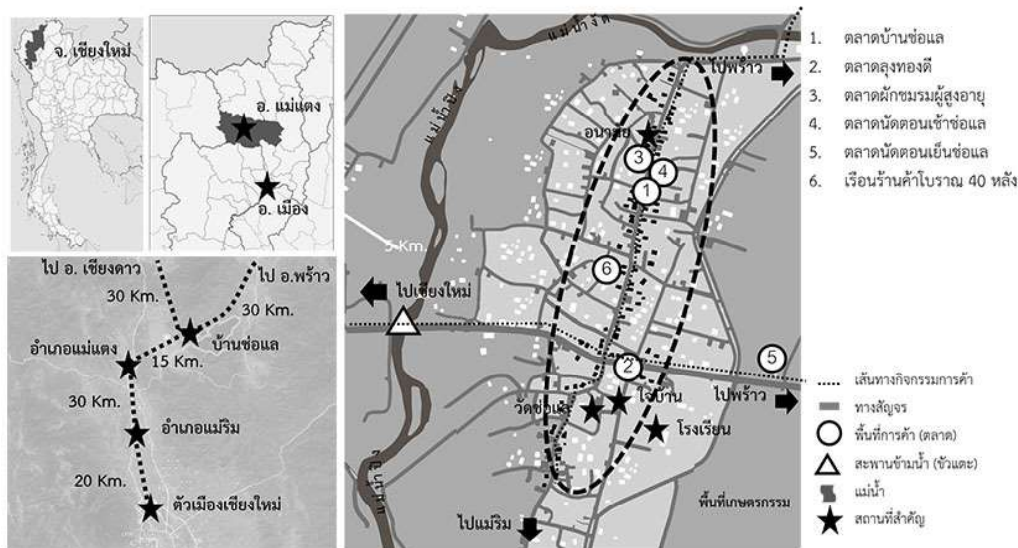
ภาพที่ 2 กรอบวิธีวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยกรอบขอบเขตการศึกษาข้อมูลครอบคลุมทางด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ สังคมวัฒนธรรม คติความเชื่อและภูมิปัญญา เพื่อค้นหาความสัมพันธ์เชิงกายภาพและสังคมที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ของชุมชนตามแนวคิดของ Oranratmanee (2009) ผ่านกรอบทัศน์การศึกษาองค์ประกอบเชิงกายภาพและสังคม ทั้ง 6 มิติของ Carmona (2003) รวมทั้งการร่วมค้นหาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนและสรุปเป็นแนวทางหรือนโยบายผ่านการมีส่วนร่วมตามกรอบแนวคิดของ Wanitchanukorn (1997)

โดยเน้นการออกแบบกิจกรรมการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม คือ (1) ชาวชุมชนจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการคัดเลือกโดยเป็นครัวเรือนที่อยู่ในย่านการค้าหรือยังอาศัยในเรือนร้านค้าทั้งหมด 40 ครัวเรือน (2) ประชาชนชุมชนจาก 28 กลุ่มงานฝีมือ และ (3) ตัวแทนเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานท้องถิ่นในชุมชนจากเทศบาลเมืองแกนพัฒนา จำนวน 3 ฝ่ายงาน ได้แก่ ฝ่ายการโยธาธิการ ฝ่ายส่งเสริมการศึกษาศาสนาและวัฒนธรรม และฝ่ายพัฒนาชุมชน เพื่อให้เป็นไปตามการออกแบบกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม

การเก็บข้อมูลชุมชนตลาดบ้านซ้อแลครอบคลุมพื้นที่ย่านการค้า 2 หมู่บ้าน คือ บ้านซ้อแล และบ้านสันป่าสัก อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นพื้นที่ต่อเนื่องและครอบคลุมกลุ่มเรือนร้านค้าโบราณในชุมชนประกอบด้วยตลาดรวม 3 แห่ง ได้แก่ ตลาดบ้านซ้อแล ตลาดทุ่งทองดี และตลาดผักปลอดสารพิษชมรมผู้สูงอายุ ตลาดนัด 2 แห่ง ได้แก่ ตลาดนัดตอนเช้าซ้อแล และตลาดนัดตอนเย็นซ้อแล รวมไปถึงเรือนร้านค้าโบราณ 40 หลัง ย่านพักอาศัยและสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง ครอบคลุมพื้นที่ 1.64 ตารางกิโลเมตร (ดังภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 ขอบเขตพื้นที่วิจัยครอบคลุมพื้นที่ชุมชนและย่านการค้า 6 แห่ง

กระบวนการวิจัย

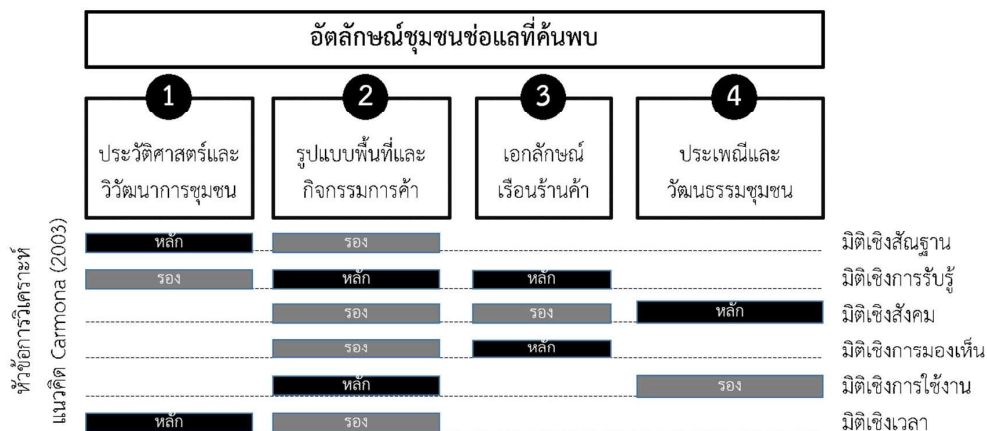
งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) มุ่งหาข้อมูลเชิงลึกของลักษณะทางกายภาพและสังคม ผ่านกรอบแนวคิด การศึกษาความสัมพันธ์ทางสภาพแวดล้อมและสังคม โดยการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (participant observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (in depth interview) และการจัดกิจกรรมให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม (community participation) ทำการวิเคราะห์ และจำแนกข้อมูล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) จากการทบทวนวรรณกรรมร่วมกับการเก็บข้อมูลภาคสนามเพื่อหาลักษณะเฉพาะ ปัญหาและความต้องการ การสังเคราะห์ข้อมูลใช้ข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์จากการสังเกตและสัมภาษณ์มาให้ชุมชนตรวจสอบความถูกต้อง และร่วมแสดงความคิดเห็นหาแนวทางที่มีลักษณะเหมาะสมมากที่สุด (ดังภาพที่ 4)



ภาพที่ 5 กิจกรรมเวทีชุมชนใช้หุ่นจำลองและแผนที่เป็นแบบตรวจสอบความครบถ้วนของการเก็บข้อมูล

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์วรรณกรรมแนวทางการศึกษาอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ ผ่านกรอบทัศน์ของ Carmona (2003) แยกวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงกายภาพและองค์ประกอบเชิงสังคม ทั้ง 6 มิติ ได้แก่ เชิงสัญญาณ เชิงการรับรู้ เชิงสังคม เชิงการมองเห็น เชิงการใช้งาน และเชิงเวลา สามารถแยกวิเคราะห์เป็นปัจจัยที่สร้างอัตลักษณ์ชุมชนช่อแล ออกมาได้เป็น 4 ประเด็น ได้แก่ ประวัติศาสตร์และวิวัฒนาการชุมชน รูปแบบพื้นที่และกิจกรรมการค้า เอกลักษณ์เรือนร้านค้า และประเพณีและวัฒนธรรมชุมชน (ดังภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 การค้นหาอัตลักษณ์ชุมชนช่อแลโดยใช้แนวคิดของ Carmona (2003)

1. ประวัติศาสตร์และวิวัฒนาการชุมชน

จากข้อมูลทั้งการศึกษาวรรณกรรมและข้อมูลสัมภาษณ์ สามารถแบ่งช่วงประวัติศาสตร์ชุมชนตามการเกิดขึ้น และการลดบทบาทกิจกรรมทางการค้าในชุมชน ได้เป็น 3 ช่วงยุค (ดังภาพที่ 7)

ยุคที่ 1: ช่วงเริ่มก่อตั้งชุมชนช่อแล (พ.ศ.2300-2470)

ช่วงก่อตั้งชุมชนบ้านช่อแลเป็นชุมชนการเกษตร ชาวจีนอพยพมาตั้งบ้านเรือนอยู่ริมแม่น้ำสองสาย คือ แม่น้ำปิงและแม่น้ำจืด การตั้งชุมชนแรกเริ่มเป็นชุมชนที่สร้างบนที่ดอน ขนานแนวลำน้ำปิงบนแนวสันดอนเก่าของลำน้ำปิง (ตามทิศเหนือใต้) เกิดการรวมกลุ่มของเรือน และเกิดทางสัญจรหลักในชุมชน อีกทั้งมีการสร้างจุดเชื่อมทางสัญจร การข้ามทางน้ำด้วยแพและซัวแตะ (สะพานไม้ไผ่) เพื่อเข้าสู่ชุมชนใกล้เคียง ข้อเสนอพื้นฐานของกิจกรรมทางการค้าภายในชุมชนจากข้อมูลสัมภาษณ์ คาดว่ากิจกรรมการค้าที่เกิดขึ้นเป็นเพียงการค้าขายสินค้าทางการเกษตรแลกเปลี่ยน เพื่อดำรงชีพของคนในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง

ยุคที่ 2: ช่วงการขยายพื้นที่การค้าเป็นชุมชนตลาดชนบท (พ.ศ.2460-2520)

เมื่อชุมชนช่อแลเริ่มเติบโตขึ้น เป็นที่รู้จักของคนในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียง มีคนจำนวนมากทั้งพ่อค้าวัวเดินทางผ่านไปมา ทำให้จำนวนเรือนร้านค้าริมทางขยายตัวเพิ่มจำนวนมากขึ้น เกิดความชัดเจนของทางสัญจรหลัก และเกิดกลุ่มเรือนร้านค้าริมทางภายในชุมชน โดยมากจะค้าขายสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อุปกรณ์และผลผลิตทางการเกษตร เกิดการขยายตัวของชุมชนตามแนวกว้างของชุมชน (ตามแนวตะวันออก-ตะวันตก) ซึ่งเป็นถนนรอง และเมื่อมีการขยายตัวของเมืองและการตัดถนนหลวงสายใหม่ (สายเชียงใหม่-เชียงใหม่) ในปี พ.ศ.2460 ทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจการค้า ส่งผลให้มีจำนวนเรือนร้านค้าเพิ่มขึ้น รวมทั้งเกิดตลาดใหม่ ๆ เช่น ตลาดลู่ทองดี และกาดแลง (ตลาดเย็น) เป็นศูนย์กลางของกิจกรรมการค้าระหว่างชุมชนรอบข้าง

ยุคที่ 3: ช่วงการเปลี่ยนแปลงของชุมชนตลาดชนบทในกระแสปัจจุบัน (พ.ศ.2520-ปัจจุบัน)

กิจกรรมทางการค้าในชุมชนได้ลดบทบาทลงไป จากเดิมที่เป็นชุมชนศูนย์กลางการค้าระหว่างชุมชนรอบข้าง เนื่องด้วยมีการทำสะพานคอนกรีตเชื่อมสองฝั่งแม่น้ำปิง ในปี พ.ศ.2520 ทำให้การสัญจรสะดวกสบาย ส่งผลให้เกิดการย้ายความเจริญจากชุมชนช่อแล ไปยังตัวอำเภอแม่แตงในปัจจุบัน อีกทั้งรูปแบบการค้าสินค้าทางการเกษตรที่มีรูปแบบเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จากเดิมเน้นการค้าขายผลผลิตส่วนเกินจากการบริโภคในครัวเรือน นำมาแลกเปลี่ยนค้าขาย เปลี่ยนไปเป็นการผลิตเพื่อการค้าส่งจำนวนมาก เกิดระบบอุตสาหกรรม ทำให้ปัจจุบันพื้นที่แลกเปลี่ยนสินค้าเกษตรในชุมชนระหว่างผู้ค้ารายย่อย พื้นที่ร้านค้าถาวร เรือนร้านค้าริมทาง ตลาดสด ลดบทบาทและความสำคัญลงไป

2. รูปแบบพื้นที่และกิจกรรมการค้า

ปัจจุบันชุมชนช่อแลประกอบด้วยพื้นที่การค้าหรือตลาด ทั้งตลาดนัดและตลาดสดโดยรอบชุมชนถึง 6 แห่ง แบ่งตามประเภทสินค้าและช่วงเวลา ได้แก่ (1) กาดบ้านช่อแล เปิดทุกวัน 6.30-18.30 น. มีลักษณะเป็นตลาดห้องแถวริมทาง ประกอบด้วย เรือนแถว และพื้นที่แผงร้านค้าริมทาง (2) กาดเช้า เปิดทุกวัน 5.30-8.30 น. มีลักษณะเป็นตลาดสด ประกอบด้วย อาคารตลาด และพื้นที่แผงร้านค้า (3) กาดลู่ทองดี เปิดทุกวันจันทร์และพฤหัสบดี ช่วงเวลา 5.30-8.30 น. มีลักษณะเป็นตลาดนัดของสด ประกอบด้วย อาคารตลาด และพื้นที่



ภาพที่ 8 ตรอกแคบ ๆ บริเวณบ้าน เพื่อเชื่อมทางสัญจรระหว่างกลุ่มอาคาร

3. เอกลักษณ์เรือนร้านค้า

จากข้อมูลการเก็บข้อมูลสถาปัตยกรรมและการสัมภาษณ์ พบว่า สถาปัตยกรรมเรือนร้านค้า (shop house) ในชุมชนช่อแลทั้งหมด 40 อาคาร สามารถแบ่งตามอิทธิพลของรูปแบบสถาปัตยกรรม ยุคสมัยการก่อสร้าง เทคนิคการก่อสร้าง วัสดุอาคาร และความนิยมตามยุคสมัย โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 รูปแบบ (ดังตารางที่ 1) ประกอบด้วย

3.1 เรือนร้านค้าไม้สองชั้นดั้งเดิม ช่วง พ.ศ.2490-2500 เป็นเรือนดั้งเดิมของชุมชน ปัจจุบันคงเหลือเพียง 2 หลัง ตั้งอยู่ถนนแกนหลักของชุมชน บ้านช่อแลและกาดลุงทองดี คาดว่าเป็นพื้นที่แรกที่ตั้งกิจกรรมทางการค้าของชุมชน เนื่องจากมีความหนาแน่นและเก่าแก่ของเรือนร้านค้าชุมชนที่พบ รูปแบบเรือนมีลักษณะคล้ายเรือนแถวแถวอำเภอเชียงดาวและอำเภอพร้าว แต่มีการปรับรูปแบบอาคารเป็นลักษณะเฉพาะโดยทำช่มเรือน (พื้นไม้ยกสูง 40 เซนติเมตรคล้ายแคร่) ใช้เป็นพื้นที่นอนเล่น นอน ประกอบพิธีกรรม ไว้ทั้งด้านหน้าและด้านหลังบ้าน

3.2 เรือนร้านค้าไม้สองชั้นมีมุขหน้า ช่วง พ.ศ.2500-2510 เป็นเรือนที่พัฒนาจากเรือนร้านค้าไม้สองชั้นดั้งเดิมของชุมชน ปัจจุบันคงเหลือ 8 หลัง ตั้งอยู่ถนนแกนหลักของชุมชน ใกล้กาดบ้านช่อแลและกาดลุงทองดี รูปแบบเรือนมีลักษณะองค์ประกอบทางโครงสร้างคล้ายคลึงกับเรือนร้านค้าไม้สองชั้นดั้งเดิมของชุมชน แต่มีการปรับรูปแบบอาคารเป็นรูปแบบให้มีพื้นที่ทำการค้ามากขึ้นโดยตัดช่มหน้าเรือนออก เหลือเพียงช่มหลังเรือน ใช้เป็นพื้นที่นอนและประกอบพิธีกรรม

3.3 เรือนร้านค้าไม้ชั้นเดียว ช่วง พ.ศ.2510-2520 เป็นเรือนแถวไม้ชั้นเดียว ปัจจุบันคงเหลือ 4 หลัง ตั้งกระจายตัวอยู่ถนนแกนหลักของชุมชน รูปแบบเรือนได้รับอิทธิพลเรือนแถวร้านค้าในย่านสันมหาพน (ตัวอำเภอแม่แตง) และเรือนร้านค้าไม้สองชั้นดั้งเดิมผสมผสานกัน กระจายตัวอยู่ตามแกนหลักของชุมชน ลักษณะคล้ายเรือนแถว แต่ในชุมชนไม่นิยมทำเป็นแถวเนื่องจากต้องเว้นช่องทางเข้าสู่กลุ่มเรือนด้านหลัง

3.4 เรือนร้านค้าปูนผสมไม้ประดับตกแต่ง ช่วง พ.ศ.2520-2530 เป็นเรือนที่พัฒนาจากเรือนร้านค้าไม้สองชั้นมีมุขหน้า ปัจจุบันคงเหลือ 17 หลัง ตั้งกระจายตัวอยู่ตลอดแนวถนนแกนหลักของชุมชน โดย

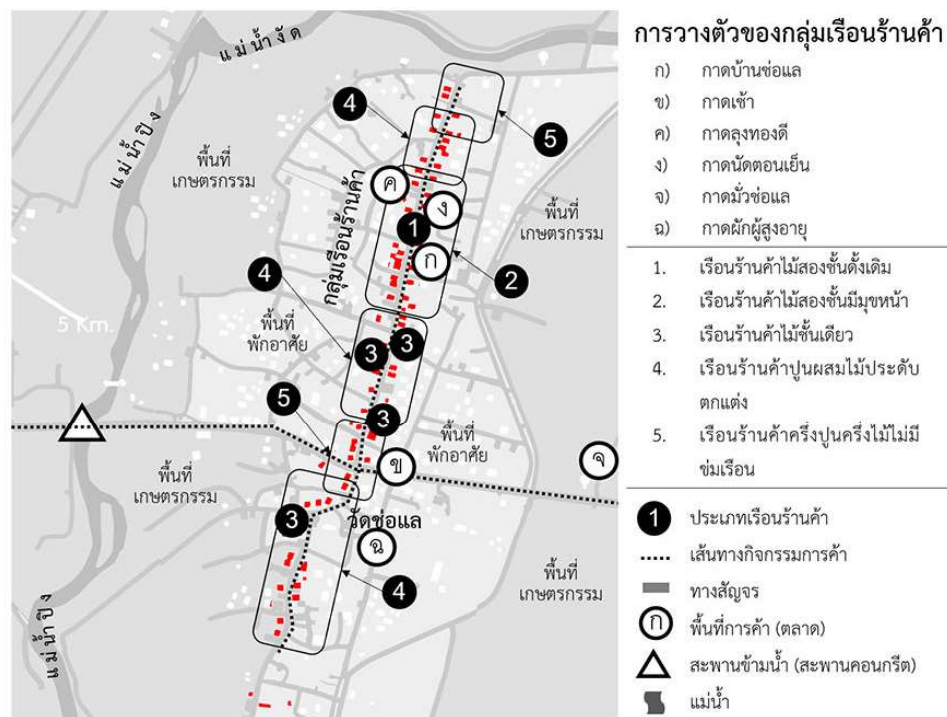
มากพบแถวหน้าวัดซ้อแล รูปแบบเรือนมีการปรับรูปแบบอาคารเป็นรูปแบบให้เป็นอาคารพักอาศัยมากขึ้น จุดเด่นคือมีการเพิ่มงานประดับตกแต่งงานไม้ ตามองค์ประกอบต่าง ๆ ของเรือนอย่างเด่นชัด แสดงให้เห็นว่า เรือนประเภทนี้เป็นช่วงหลังการค้าขายในชุมชนเจริญรุ่งเรือง เนื่องด้วยมีลักษณะเรือนที่ใหญ่และลวดลายประดับตกแต่งที่ต้องอาศัยฝีมือเชิงช่างตามสมัยนิยม

3.5 เรือนร้านค้าครึ่งปูนครึ่งไม้ไม่มีข่มเรือน ช่วง พ.ศ.2530-2540 เป็นเรือนที่มีลักษณะแตกต่างจากเดิมมาก ปัจจุบันคงเหลือ 9 หลัง ตั้งกระจายตัวอยู่ทั้งถนนแกนหลักและรองของชุมชน รูปแบบเรือนมี สันหลังคาไม่หันขนานถนนอีกต่อไป ตัวเรือนมีความเรียบง่ายมากขึ้น มีการตัดข่มเรือนออก ตัดมุขยื่นด้าน หน้าเรือน และมีการตัดระเบียงหน้าเรือนจาก แต่ยันิยมนำเรือนติดถนนและมีประตูเปิดกว้างแม้ไม่ได้ใช้ค้าขาย เนื่องจากมีความเชื่อว่าเพื่อลูกหลานจะใช้ค้าขายในอนาคต ถือเป็นแบบเรือนท้ายสุดที่มีการสืบทอดเชิงช่าง จากรูปแบบเรือนร้านค้าในชุมชน

ตารางที่ 1 รูปแบบสถาปัตยกรรมเรือนร้านค้าบ้านซ้อแล ทั้ง 5 รูปแบบ

	1 เรือนร้านค้าไม้ สองชั้นดั้งเดิม 60-70 ปี	2 เรือนร้านค้าไม้สอง ชั้นมีมุขหน้า 50-60 ปี	3 เรือนร้านค้าไม้ ชั้นเดียว 40-50 ปี	4 เรือนร้านค้าปูนผสมไม้ ประดับตกแต่ง 30-40 ปี	5 เรือนร้านค้าครึ่งปูน ครึ่งไม้ไม่มีข่มเรือน 20-30 ปี
จำนวนชั้น	2 ชั้น	2 ชั้น	1 ชั้น	2 ชั้น	2 ชั้น
วัสดุตัวเรือน	ตัวเรือนทั้งหลังเป็นไม้สัก	ตัวเรือนทั้งหลังเป็นไม้สัก	ตัวเรือนทั้งหลังเป็นไม้สัก	ตัวเรือนโดยมากเป็นไม้สัก ผนังก่ออิฐชั้น 1 บางส่วน	ตัวเรือนชั้น 2 เป็นไม้สัก ผนังก่ออิฐชั้น 1 ทั้งหมด
แนวสันหลังคาของเรือน	ขนานแนวนอน	ขนานแนวนอน	ขนานแนวนอน	ขนานแนวนอน	ขวางแนวนอน
ความสูงจั่วเรือน	จั่วเรือนสูง 1.5-2.0 ม.	จั่วเรือนสูง 1.5-2.0 ม.	จั่วเรือนสูง 1.5-2.0 ม.	จั่วเรือนสูง 1.5-2.0 ม.	จั่วเรือนต่ำ 1-1.5 ม.
ตำแหน่งและขนาด ข่มเรือน	มีข่มเรือน ทั้งหน้าและหลัง เรือน ขนาด 2.5*3.0 ม. ยกพื้นสูง 0.4-0.5 ม.	มีข่มเรือน เฉพาะด้านหลัง เรือน ขนาด 2.5*3.0 ม. ยกพื้นสูง 0.4-0.5 ม.	มีข่มเรือน เฉพาะด้านหลัง เรือน ขนาด 2.5*3.0 ม. ยกพื้นสูง 0.4-0.5 ม.	มีข่มเรือน เฉพาะด้านหลัง เรือน ขนาด 2.5*3.0 ม. ยกพื้นสูง 0.4-0.5 ม.	ไม่มีข่มเรือน
ตำแหน่งห้องครัว	ผนวกอยู่ติดตัวเรือน และ พื้นที่ครัวไว้ด้านหลังเรือน	ไม่อยู่ติดตัวเรือน แต่อยู่ใกล้ พื้นที่ครัวไว้ด้านหลังเรือน	ไม่อยู่ติดตัวเรือน แต่อยู่ใกล้ พื้นที่ครัวไว้ด้านหลังเรือน	ไม่อยู่ติดตัวเรือน แต่อยู่ใกล้ พื้นที่ครัวไว้ด้านหลังเรือน	ไม่อยู่ติดตัวเรือน แต่อยู่ ใกล้พื้นที่ครัวไว้ด้านหลัง เรือน
ลักษณะเสียงด้านหน้า ตัวเรือน	มีแนวเสารับเสียงหน้า ความลึก 1.5-2.5 ม.	มีแนวเสารับเสียงหน้า ความลึก 1.0-1.5 ม.	ไม่มีเสียงหน้า	ไม่มีเสียงหน้า แต่มีกันสาดหน้าเรือน	ไม่มีเสียงหน้า แต่มีกันสาดหน้าเรือน
ลักษณะระเบียงชั้นสอง	ยาวตลอดแนวด้านหน้าเรือน	ไม่ยาวตลอดแนวด้านหน้า เรือน มักทำเพียงครึ่งเดียว ของความยาวเรือน	ไม่มี	ไม่ยาวตลอดแนวด้านหน้า เรือน มักทำเพียงตลอดช่วง ของความยาวมุข	ไม่มี
ความสูงหน้าตักจากพื้น	หน้าตักต่ำขอบล่างสูง 0.5-0.6 ม. จากพื้น	หน้าตักต่ำขอบล่างสูง 0.5-0.6 ม. จากพื้น	หน้าตักสูงขอบล่างสูง 0.8-0.9 ม. จากพื้น	หน้าตักสูงขอบล่างสูง 0.8-0.9 ม. จากพื้น	หน้าตักสูงขอบล่างสูง 0.8-0.9 ม. จากพื้น
องค์ประกอบเด่นของตัว เรือน	ตัวเรือนทั้งหลังเป็นไม้สักทั้ง หลังรวมทั้งพื้นชั้น 1 ที่เป็น พื้นไม้	ตัวเรือนทั้งหลังเป็นไม้สักทั้ง หลัง พื้นชั้น 1 เป็น คอนกรีต	ตัวเรือนมีชั้นเดียวและมี กระเบื้องสีตกแต่งช่องแสง	ลวดลายไม้แกะสลักที่ ประดับตัวเรือนมีมาก	นิยมก่อผนังอิฐโชว์แนว และไม่มีรายละเอียดของ ลวดลายตกแต่ง

4. การวิเคราะห์การวางตัวของกลุ่มเรือนร้านค้าข่อแลทั้ง 40 อาคาร พบว่า การวางตัวของเรือนร้านค้า นอกจากสัมพันธ์กับทางวางตัวของแนวแกนชุมชนและทางสัญจรหลักแล้วนั้น ยังพบว่าประเภทของเรือนเป็นตัวระบุคุณสมบัติของย่านการค้าในชุมชนอีกด้วย โดยพบว่าย่านที่มีความหนาแน่นของกิจกรรมทางการค้า เช่น บริเวณภาคบ้านข่อแล ภาคลู่ทองดี และภาคบ้านข่อแล จะพบเรือนร้านค้าที่มีอายุเก่าแก่ อายุประมาณ 50-70 ปี อยู่อย่างหนาแน่น โดยพบเรือนประเภทเรือนร้านค้าไม้สองชั้นดั้งเดิม เรือนร้านค้าไม้สองชั้นมีมุขหน้า ซึ่งเป็นดัชนีตัวบ่งชี้ความเข้มข้นของกิจกรรมทางการค้า ความเก่าแก่ของย่านการค้าในชุมชน ส่วนในพื้นที่ย่านการค้าใหม่ เช่น บริเวณสี่แยกข่อแล พบเรือนประเภท เรือนร้านค้าครึ่งปูนครึ่งไม้ไม่มีมุขเรือน ซึ่งเป็นเรือนที่มีอายุประมาณ 20-30 ปี เป็นตัวบ่งชี้ย่านการค้าใหม่ของย่านการค้า จึงกล่าวได้ว่าความเก่าแก่ อายุเรือน และตำแหน่งที่ตั้ง เป็นปัจจัยที่สามารถบ่งบอกความเข้มข้นกิจกรรมการค้า อายุย่าน รวมทั้งจะเป็นตัวกำหนดภาพทัศนียภาพทางสถาปัตยกรรมของชุมชนได้ (ดังภาพที่ 9)



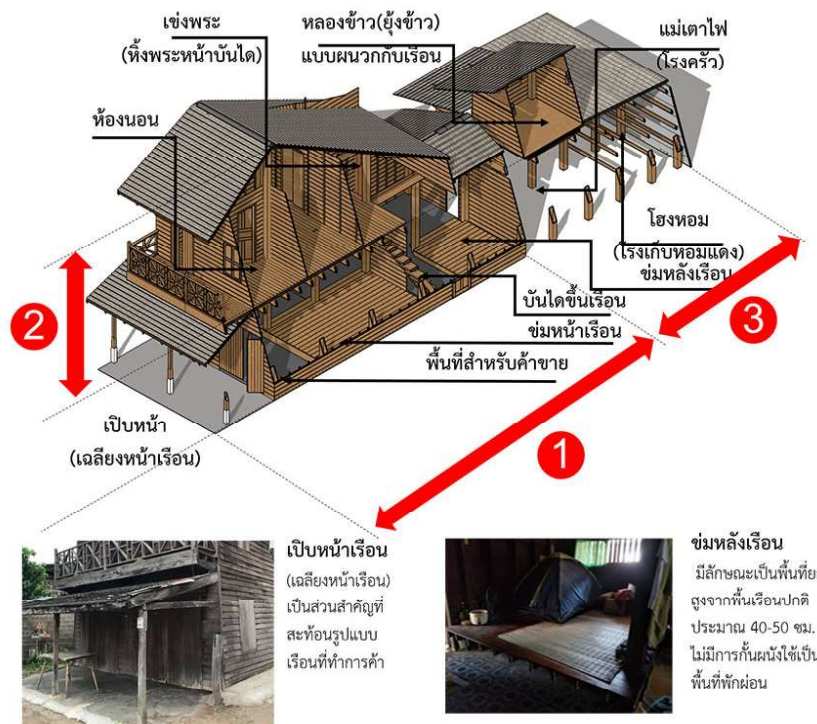
ภาพที่ 9 ผังการวางตัวของกลุ่มอาคารเรือนร้านค้าในชุมชนบ้านข่อแล

5. การวิเคราะห์สถาปัตยกรรมเรือนร้านค้าข่อแล พบว่า พื้นที่สำคัญของเรือนร้านค้าข่อแลสามารถแบ่งประเภทตามการใช้งานได้เป็น 3 ส่วน (ดังภาพที่ 9) ประกอบด้วย

5.1 ส่วนชั้นล่างเรือนหลัก เป็นพื้นที่ร้านค้า ในบางบ้านใช้เป็นที่พักนอนหรือพักผ่อน พื้นที่ส่วนนี้มักจะถูกใช้งานในช่วงเวลากลางวัน เพื่อค้าขายและประกอบธุรกิจ ส่วนด้านหน้าของเรือนหลักนิยมทำประตูบานเพี้ยมขนาดใหญ่ โดยในมุมด้านใดด้านหนึ่งจะมีขั้วเรือนใช้เป็นพื้นที่พักผ่อนระหว่างวัน และเป็นที่พบปะเจ้าของเรือน มักมีเปิบหรือเฉลียงหน้าเรือน เป็นพื้นที่ด้านหน้าสุดของเรือนที่มีหลังคาคลุมยื่นจากตัวเรือน รับด้วยเสาไม้ขนาดเล็ก ขนาดความกว้างช่วงเสา ประมาณ 2.5-3 เมตร ยาวตลอดแนวด้านหน้าของเรือน เพื่อให้ร่มเงาและใช้ค้าขาย

5.2 ส่วนบนเรือนหลัก เป็นพื้นที่ส่วนพักอาศัย พื้นที่หิ้งพระ หิ้งบรรพบุรุษ ห้องนอน และระเบียงหน้าเรือน (ด้านบนเฉลียง) เนื่องด้วยในสมัยก่อนไม่นิยมมีเครื่องเรือน จึงทำให้หน้าต่างเรือนอยู่ในระดับต่ำ เพื่อให้สอดคล้องกับการนั่งพื้นหรือนั่งขมเรือน

5.3 ส่วนหลังเรือน เป็นพื้นที่ส่วนตัว มีความสำคัญมากที่สุดของเรือน ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ชีวิตและพิธีกรรม เป็นทั้งครัว ยุ้งฉาง และส่วนพักอาศัย ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ เช่น ขมหลังเรือน ที่เป็นทั้งพื้นที่พักผ่อนหรือห้องนอน และยังสามารถปรับเปลี่ยนเป็นพื้นที่ใช้ในการทำพิธีทางศาสนา เช่น ขึ้นบ้านใหม่ พิธีสมรส เป็นต้น โดยในบางเรือน พบว่า พื้นที่ส่วนหลังเรือนนี้ มีการผนวกเอาหล่งข้าว (ยุ้งฉาง) โหงหอม (โรงเก็บหอมแดง) ขมหลังเรือน บันไดขึ้นเรือน ขมหน้าเรือน พื้นที่สำหรับค้าขาย



ภาพที่ 10 รูปแบบการใช้พื้นที่ของเรือนร้านค้าข้อแล 3 ส่วน

6. การวิเคราะห์องค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม เรื่องเอกลักษณ์เรือนร้านค้าชุมชนช่อแล พบองค์ประกอบสำคัญ ๆ ของเรือนที่เป็นสิ่งสะท้อนวิถีชีวิตและความเชื่อในเรือน 2 องค์ประกอบ (ดังภาพที่ 10) ประกอบด้วย

6.1 เป้าหน้าเรือน (เฉลียงหน้าเรือน) เป็นส่วนสำคัญที่สะท้อนรูปแบบเรือนที่ทำการค้าขายอาเขตของเรือนแถวเงิน ช่วยทำให้เกิดร่มเงาบังแดดและบังฝน มีหน้าที่เป็นพื้นที่ส่งเสริมการขาย พบประหว่งเครือญาติ และเป็นพื้นที่ค้าขายที่เชื่อมต่อกับถนน

6.2 ช่มหลังเรือน (พื้นที่ยกพื้นหลังเรือน) เป็นส่วนสำคัญที่สะท้อนการใช้พื้นที่ในวิถีชีวิตของคนช่อแลอย่างแท้จริง มีลักษณะเป็นพื้นไม้ยกสูงจากพื้นเรือนปกติประมาณ 0.40-0.50 เมตร ไม่มีการกั้นผนังใช้เป็นพื้นที่พักผ่อนหรือแม้แต่อยู่อาศัย สะท้อนรูปแบบความเชื่อเกี่ยวกับเรือนและศาสนาของชาวชุมชนสาเหตุที่ช่มหลังเรือนมีบทบาทความสำคัญ เนื่องด้วยเป็นพื้นที่สนองต่อความเชื่อเรื่องพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ของเรือนโดยชาวชุมชนมีความเชื่อว่า ช่มหลังเรือนเป็นพื้นที่ที่ดีที่สุดที่จะประกอบพิธีสำคัญต่าง ๆ ที่ต้องมีการเชิญพระสงฆ์หรือแขกสำคัญมาในเรือน เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ไม่มีชั้นสองด้านบน ดังนั้น ช่มหลังเรือนจึงเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการทำพิธีกรรมสำคัญ เพราะจะไม่มีใครอยู่เหนือพื้นที่พิธีกรรมของพระสงฆ์หรือแขกสำคัญ

7. ประเพณีและวัฒนธรรมชุมชน

ชาวชุมชนส่วนใหญ่สืบเชื้อสายจากชาวไทยเชื้อสายลาวและชาวลัวะ นับถือศาสนาพุทธผสมกับความเชื่อแบบผี ซึ่งเป็นความเชื่อดั้งเดิม มีความผูกพันกับความเชื่อและพึ่งพาธรรมชาติจากรุ่นบรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน เคารพในการรักษาสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะแม่น้ำ ต้นน้ำ ห้วยนา และต้นไม้ใหญ่ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสังคมเกษตรกรรมกับวิถีชุมชนดั้งเดิม โดยพบว่า มีขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นที่โดดเด่นสามารถสะท้อนภาพภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชุมชนช่อแล 3 พิธีกรรมสำคัญ ได้แก่ ประเพณีตอลข้าวใหม่ในเดือนสี่เป้ง ประเพณีเลี้ยงผีฝ่ายแม้งัด และประเพณีถวายทานสลากภัตร ซึ่งเมื่อวิเคราะห์รูปแบบกิจกรรมที่เกิดขึ้นของประเพณีทั้ง 3 รูปแบบกิจกรรม พบว่า กิจกรรมที่เกิดขึ้นของชุมชนถึงแม้จะมีชื่อเรียกของประเพณีหรือกิจกรรมที่เหมือนกันกับชุมชนอื่นในภาคเหนือ แต่มีรายละเอียดพิธีกรรมและขั้นตอนแตกต่างจากชุมชนใกล้เคียง เป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ที่ผันแปรไปตามแต่ละกายภาพและสังคมของชุมชนนั้น ๆ ตามงานแนวคิดของ Oranratmanee (2009)

ทั้งนี้ พิธีกรรมหรือกิจกรรมของชุมชนช่อแล มีความสัมพันธ์กับภูมิทัศน์วัฒนธรรมพบว่าการระบุพื้นที่จัดกิจกรรมที่ชัดเจนมาอย่างยาวนานตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษยึดถือปฏิบัติต่อเนื่องกันมาโดยไม่เปลี่ยนแปลง กล่าวคือ รูปแบบกิจกรรมที่เกิดขึ้นจะสัมพันธ์กับภูมิศาสตร์ที่ตั้งชุมชน เป็นธรรมเนียมปฏิบัติในทุกปี เช่น พิธีตอลข้าวใหม่ในเดือนสี่เป้งสัมพันธ์กับทุ่งเมืองแกน เป็นการให้ความสำคัญกิจกรรมเพาะปลูกข้าว ประเพณีเลี้ยงผีฝ่ายแม้งัด เป็นการสักการะแม่น้ำจัด ณ บริเวณทางร่วมแม่น้ำจัดและแม่น้ำปิง เป็นการสักการะผีฝ่ายที่เป็นต้นกำเนิดความอุดมสมบูรณ์ของชุมชน หรือแม้แต่ประเพณีถวายทานสลากภัตร เป็นการไว้สัการะผีบรรพบุรุษตามทอผีหมู่บ้านของแต่ละกลุ่มเครือญาติ เพื่อให้ระลึกถึงความสำคัญของบรรพบุรุษ

บทสรุป

จากการวิเคราะห์ผลการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์และการจัดเวทีชุมชนในครั้งที่ 2 เรื่องการส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชน สรุปประเด็นแนวทางส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชน สรุปประเด็นได้ดังนี้

1. ด้านกายภาพ

เรือนร้านค้าโบราณทั้ง 40 หลังของชุมชนช่อแลที่เหลืออยู่ ถือว่าเป็นอัตลักษณ์ทางกายภาพที่เด่นชัดที่สุดของชุมชน แต่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบสถาปัตยกรรมไปตามยุคสมัย เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นการปรับเปลี่ยนไปตามพฤติกรรมการใช้ชีวิตในปัจจุบัน ความต้องการด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกที่มากขึ้น ค่านิยมด้านฐานะ หรือความต้องการความเป็นส่วนตัว ทำให้เรือนร้านค้าโบราณในชุมชนกำลังถูกรื้อและปรับเปลี่ยนรูปแบบไป

ความเปลี่ยนแปลงนี้ สอดคล้องกับแนวทางการสร้างการตระหนักรู้คุณค่าชุมชนของ Phimonsthean (2013) ที่ว่า การให้คุณค่ากับบริบทของชุมชนตลอดจนสถาปัตยกรรมเรือนโบราณเหล่านี้เป็นส่วนช่วยให้เกิดการหวงแหนในมรดกของชุมชนได้ เช่นเดียวกับการสร้างความเข้าใจด้านอัตลักษณ์ทางกายภาพหรือความเข้าใจด้านภูมิทัศน์วัฒนธรรมชุมชน จะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญหนึ่งที่ทำให้คนในชุมชนพยายามรักษาภาพลักษณ์ในอุดมคติของชุมชนไว้ได้ ทั้งนี้ชาวชุมชนมองว่าการเข้ามาของการท่องเที่ยววิถีชุมชนจะนำมาซึ่งกระแสการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมเชิงกายภาพได้ ดังนั้นการส่งเสริมองค์ความรู้และสร้างความตระหนักถึงคุณค่าของกายภาพชุมชน เป็นพื้นฐานสำคัญของการส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นถิ่นของชุมชนอย่างยั่งยืน

2. ด้านสังคมประเพณี

วิถีสังคมเกษตรกรรมกับประเพณีพื้นถิ่นที่มีความเฉพาะ ถือว่าเป็นอัตลักษณ์สังคมที่เด่นชัด การพัฒนาชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบผสมผสานเชิงอนุรักษ์ระหว่างสวนเกษตรและการศึกษาวิถีชีวิตชุมชนจะช่วยให้เกิดแรงขับเคลื่อนการอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนได้ โดยใช้กิจกรรมศูนย์การเรียนรู้ชุมชนและการซื้อสินค้าเกษตรที่เป็นผักและผลไม้พื้นบ้านเป็นตัวถ่ายทอดอัตลักษณ์ชุมชน การสะท้อนภาพความชื่นชมทางกายภาพและวิถีชีวิตอันมีเสน่ห์จากมุมมองของนักท่องเที่ยวจะเป็นแรงผลักดันอันสำคัญ ที่ทำให้คนในชุมชนภาคภูมิใจจะนำมาซึ่งกระแสการอนุรักษ์ทางมรดกวัฒนธรรมไว้

ทั้งนี้การจะทำให้การท่องเที่ยวพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน ควบคู่กับการรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตของคนในชุมชนนั้น ชุมชนเองมองว่าต้องเกิดจากการเชื่อมโยงกันระหว่างคนในและคนนอกแบบไม่แปลกแยกจากวิถีชีวิตเดิมของคนในชุมชนจนเกินไป สอดคล้องกับข้อสรุปในงานของ Angkoon (1999) ที่ช่วยเติมเต็มด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการอนุรักษ์สังคมประเพณีพื้นถิ่นไว้ว่า ชุมชนต้องมีการคัดกรองการเข้ามาของนักท่องเที่ยวหรือนักลงทุน ไม่ให้เป็นเพียงการเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ชั่วคราว และผ่านไปตามกระแสของการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวเท่านั้น รวมถึงร่วมสร้างแนวทางในการปรับตัวให้นักท่องเที่ยวและชุมชนสามารถอาศัยอยู่ร่วมกันโดยไม่ทำลายระบบความสัมพันธ์เดิมของชุมชนจนเสียอัตลักษณ์ไป

3. ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากการทำงานร่วมกับชุมชนมากกว่า 1 ปี ทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านการตระหนักรู้และการร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ เบื้องต้นชุมชนเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของอัตลักษณ์ที่มี เกิดการวางแผนการท่องเที่ยว เกิดกระแสการท่องเที่ยวชมมรดกทางวัฒนธรรมขึ้น เกิดแนวทางและขั้นตอนการจัดการท่องเที่ยว ตามกรอบแนวคิดของ Wanitchanukorn (1997) สามารถสรุปขั้นตอนการจัดการท่องเที่ยว เป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

3.1 การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ เป็นการสร้างกรอบการพัฒนาส่งเสริมอัตลักษณ์และการท่องเที่ยวชุมชนโดยอาศัยความร่วมมือของภาคฝ่ายในชุมชน

3.2 การจัดลำดับความสำคัญของการดำเนินงาน เป็นการจัดลำดับงานด้านการส่งเสริมอัตลักษณ์และการผลักดันการท่องเที่ยว ทั้งการอนุรักษ์ภูมิทัศน์ทางกายภาพชุมชน การส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรมชุมชน การเชื่อมโยงจุดท่องเที่ยวระหว่างชุมชนกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง รวมถึงการสร้างแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาในชุมชน

3.3 การวางแผนดำเนินกิจกรรม เป็นขั้นตอนการวางแผนกิจกรรมแต่ละภาคส่วนทั้งนโยบายและแนวทางปฏิบัติ กิจกรรมภายในชุมชน เช่น การจัดนิทรรศการแสดงอัตลักษณ์ชุมชน การจัดตั้งฐานการเรียนรู้ร่วมกับปราชญ์ในชุมชน กิจกรรมส่งเสริมอัตลักษณ์อาคารเก่าในชุมชน กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวชุมชนใกล้เคียง และกิจกรรมร่วมผลิตรายูทูบชุมชน

3.4 การปฏิบัติตามแผนนโยบาย เป็นขั้นตอนดำเนินงานโดยมีการสำรวจความเป็นไปได้ของแต่ละขั้นตอนและประเมินเป้าหมาย

3.5 การให้ข้อมูลที่ความรู้ที่นำไปสู่การพัฒนาแบบการดำเนินงาน เป็นการนำผลการดำเนินงานของแต่ละกิจกรรมมาขยายผลเป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไข

ถึงแม้ว่าในการปฏิบัติงานจริงตามแผนนโยบายของชุมชนจะยังมีปัญหาทางการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และปัญหาด้านการจัดสรรงบประมาณของฝ่ายเทศบาล ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น แต่ชาวชุมชนยังคงมีความกระตือรือร้นในการขับเคลื่อนความร่วมมือผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น โครงการกระตุ้นจิตสำนึกการท่องเที่ยวของคนในชุมชน การจัดนิทรรศการแสดงอัตลักษณ์ชุมชน การจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มคนรักแม่แตง และการจัดตั้งฐานการเรียนรู้ร่วมกับปราชญ์ในชุมชนมากกว่า 28 ฐานการเรียนรู้ เพื่อเตรียมตัวถ่ายทอดภูมิปัญญาของชุมชนให้นักท่องเที่ยวในอนาคต (ดังภาพที่ 11-ภาพที่ 15) ทั้งหมดนี้ชุมชนมองว่าถึงแม้ในปัจจุบันการท่องเที่ยวชุมชนจะยังไม่เกิดขึ้น แต่มีความจำเป็นที่ต้องสร้างความตระหนักถึงคุณค่าชุมชนให้แก่คนในชุมชน เพื่อเตรียมพร้อมนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมได้ในอนาคต



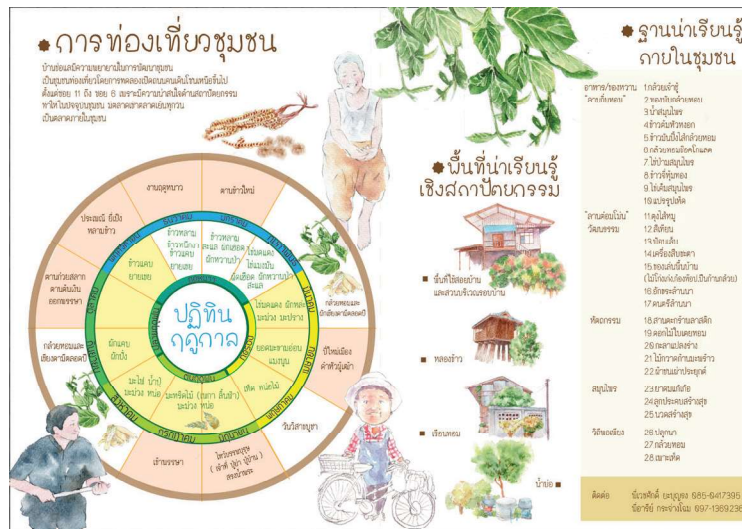
ภาพที่ 11 การเริ่มโครงการกระตุ้นจิตสำนึกคนในชุมชนส่งผลให้เกิดนิทรรศการการแสดงอัตลักษณ์ชุมชน



ภาพที่ 12 สื่อนิทรรศการการแสดงอัตลักษณ์ชุมชน



แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนตลาดข่อแล อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่
The identity promotional guidance for cultural tourism in Chor-Lae market community,
Mea-Tang district, Chiang-Mai province



ภาพที่ 15 สื่อนิทรรศการการแสดงผลการท่องเที่ยวชุมชน

ข้อเสนอแนะ

จากกิจกรรมเวทีชุมชนเพื่อสร้างความเข้าใจการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พบข้อเสนอแนะที่สอดคล้องกับงานเขียนของ Wanitchanukorn (1997) ที่ว่า การท่องเที่ยวชุมชนต้องพึ่งพาการร่วมมือแบบบูรณาการจึงจะมีความยั่งยืน โดยพบว่า ชุมชนขอแลมีความต้องการด้านการบูรณาการระบบการจัดการการท่องเที่ยว เช่น การบูรณาการจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง การสร้างเครือข่ายท่องเที่ยว หรือการส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวที่บูรณาการเข้าด้วยกัน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการบูรณาการองค์ความรู้ในการจัดการของชุมชนต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เช่น การรวมเอาจุดท่องเที่ยวชุมชนขอแลเข้ากับเส้นทางท่องเที่ยวน้ำตกเจ็ดสี เส้นทางท่องเที่ยวเขื่อนแม่งัด เส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเตาเผาอินทิล หรือเส้นทางท่องเที่ยวปางช้างแม่แตงมาน เพื่อให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ และได้เรียนรู้การบริหารจัดการจากชุมชนที่จัดการการท่องเที่ยวมาก่อน

ทั้งนี้แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนที่เป็นรูปธรรมเร่งด่วน ที่ต้องมีการนำเสนอต่อองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เพื่อผลักดันไปสู่นโยบายและการจัดสรรงบประมาณ โดยเน้นการมีส่วนร่วมจากภายในชุมชนเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งมีข้อเสนอแนะแนวทางการจัดการ 5 นโยบาย ได้แก่

1. นโยบายส่งเสริมฐานการเรียนรู้ชุมชน มีการจัดตั้งผู้ดูแลและขับเคลื่อนฐานการเรียนรู้ชุมชน และจัดการการประสานงานด้านบริหารกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ผ่านการกำกับดูแลของผู้นำชุมชน
2. นโยบายส่งเสริมการอนุรักษ์อาคารเก่า มีการสร้างข้อตกลงในการร่วมกันเป็นข้อกำหนดการรักษาอาคารเก่า เพื่อรักษาลักษณะทางกายภาพของเรือนร้านค้าเก่าในชุมชน ผ่านการกำกับดูแลของสภาเทศบาลเมืองแกนพัฒนา

3. นโยบายการรักษาภูมิทัศน์วัฒนธรรมชุมชน มีการสร้างข้อตกลงการจัดการพื้นที่สาธารณะและดูแลการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของลำน้ำจืด ลำน้ำปิง และทุ่งเมืองแกน ป้องกันการทำลายภูมิทัศน์วัฒนธรรมทางกายภาพชุมชน เพื่อกำหนดพื้นที่อนุรักษ์การเกษตร ผ่านการกำกับดูแลของสภาเทศบาลเมืองแกนพัฒนา

4. นโยบายส่งเสริมการจัดการสิ่งแวดล้อมยั่งยืน มีการสร้างข้อตกลงกิจกรรมที่สร้างมลภาวะต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน ป้องกันกิจกรรมที่สร้างมลภาวะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชน ผ่านการกำกับดูแลของสภาเทศบาลเมืองแกนพัฒนา

5. นโยบายสร้างยุวทูตชุมชน มีการจัดตั้งโครงการยุวทูตชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการปลูกฝังจิตสำนึกด้านอัตลักษณ์ในเยาวชนซึ่งจะเป็นกำลังหลักในการนำพาชุมชนไปในแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนที่ดีในอนาคต ผ่านการกำกับดูแลของสถานศึกษาในชุมชนและใกล้เคียง

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย เรื่อง แนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชนตลาดโบราณ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนตลาดโบราณบ้านซ้อแล อำเภอมะเข่ จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับการสนับสนุนการวิจัยจาก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ งบประมาณแผ่นดิน ประจำปี 2562

เอกสารอ้างอิง

- Angkoon, R. (1999). Karn thongthiao: anurak rue thamlai sinlapawatthanatham Thai. (In Thai) [Tourism: preserving or destroying Thai arts and culture]. *Sukhothai Thammathirat Journal*, 12(3), 118-126.
- Carmona, M. et. al (2003). *Public place - urban spaces: the dimension of urban design*. (2nd Eds). Amsterdam: Architectural Press.
- Chaisingkananont, S. (2006). *Talat nai chiwit chiwit nai talat*. (In Thai) [Market in life, life in the market]. Bangkok: Sirindhorn Anthropology Center Press.
- Kramumsri, K. (1988). *Talatnat munwian chonnabot nai phaknuea: koranee sueksa nai khet Chiang Mai-Lamphun*. (In Thai) [Rural revolving market in the North: a case study in Chiang Mai-Lamphun area]. Chiang Mai: Graduate School Chiang Mai University.

- Limthanakul, W. (1994). **Phonkrathob khong rabob mueang samaimai tee mee tor rabob yarn khong khonnai Krungthepmahanakhon.** (In Thai) [Effects of modern urban systems on the neighborhood system of people in Bangkok]. (Master's thesis). Bangkok: Thammasat University.
- Nateewuthikul, K. (2007). **Takka khong karn chai phuen tee wang satharana yang anek prayot nai mueang Chiang Mai.** (In Thai) [The logic of multiplicative use of public spaces in Chiang Mai city] (Ph.D. thesis). Bangkok: Faculty of Institute of Science. Chulalongkorn University.
- Ongsakul, S. (2000). **Chumchon boran nai aeng Chiang Mai-Lamphun.** (In Thai) [Ancient communities in the Chiang Mai-Lamphun basin]. Bangkok: Amarin Printing and Publishing.
- Oranratmanee, R. (2009). Sathapattayakam phuenthin: karn sueksa wichai lae karn patibat wichachip sathapattayakam. (In Thai) [Venecular architecture: architectural education, research and practice]. **Journal of Faculty of Architecture King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang**, 8(1), 56-66.
- Phimonsathean, Y. (2013). **Karn prubprung fuenfu mueang lae karn anurak mueang.** (In Thai) [Urban improvement and urban conservation]. Bangkok: Thammasat University Press.
- Sarobol, S., Wongtubtim, U. & Songpornvanich, S. (2002). **Karn thongthiao doi chumchon naewkid lae prasopkarn.** (In Thai) [Community-based tourism: concepts and experiences]. Chiang Mai: Thai and Research Fund.
- Wanitchanukorn, W. (1997). **Niwet thongthiao karn thongthiao choeng anurak.** (In Thai) [Ecology in ecotourism]. Bangkok: Thrupsilp Press.

