

การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษาสถาบันฮ่อ ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ จังหวัดเชียงใหม่

CULTURAL LANDSCAPE MANAGEMENT FOR TOURISM, A CASE STUDY OF KAD BAN HO, MUSLIM'S BAN HO COMMUNITY, CHIANGMAI

นพวรรณ ตริศิลป์ / NOPHAWAN THREEILP

นักศึกษา หลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
MASTER'S STUDENT, GRADUATE SCHOOL OF TOURISM MANAGEMENT,
NATIONAL INSTITUTE OF DEVELOPMENT ADMINISTRATION

Received: March 3, 2017

Revised: July 21, 2017

Accepted: August 11, 2017

อาจารย์ ดร.วรรักษ์ สุเมอ / WORARAK SUCHER

รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

VICE DEAN FOR ADMINISTRATION, GRADUATE SCHOOL OF TOURISM MANAGEMENT, NATIONAL INSTITUTE OF
DEVELOPMENT ADMINISTRATION

บทคัดย่อ

ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ เกิดจากการตั้งถิ่นฐานโดยชาวมุสลิมจีนยูนนานที่เดินทางเข้ามาค้าขายและดำเนินชีวิตภายใต้
บทบัญญัติของศาสนาอิสลาม โดยปัจจุบันมีตลาดชุมชนที่ถือเป็นภาคมุสลิมเก่าแก่ที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดเชียงใหม่ที่ควรค่า
แก่การอนุรักษ์เพื่อการท่องเที่ยว การวิจัยเชิงคุณภาพนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพ ทุนวัฒนธรรมของ
ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ พฤติกรรมการใช้พื้นที่บริเวณภาคชุมชน และภูมิทัศน์วัฒนธรรมในชุมชน เพื่อนำมาออกแบบการจัดการ
ภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม กลุ่มประชากร คือ ชาวจีนมุสลิมยูนนานในชุมชนบ้านฮ่อ และนักท่องเที่ยว
ที่มาเยือนภาคชุมชน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และวิธีการวิเคราะห์เอกสารร่วมกับการสำรวจ การสังเกตการณ์
แบบไม่มีส่วนร่วม และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาเพื่อเชื่อมโยงสู่การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ผลการศึกษา
พบว่า 1) ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อมีลักษณะทางกายภาพแบบชุมชนเมือง มีสังคมแบบพหุวัฒนธรรมโดยชาวมุสลิมจีนยูนนานใน
ชุมชนยังคงมีการสืบทอดอัตลักษณ์และทุนวัฒนธรรมบางประการของชาติพันธุ์มาจนปัจจุบัน 2) ภาคบ้านฮ่อ มีบริบทของ
พื้นที่จัดอยู่ในประเภทระยะวัฒนธรรมนำภูมิทัศน์ ปัจจุบันพบว่า มีการปรับปรุงเพื่อตอบสนองการใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ
และการท่องเที่ยว โดยขาดการคำนึงถึงคุณค่าที่แท้จริงของพื้นที่ต่ออัตลักษณ์ของชุมชน 3) จึงทำให้ชุมชนสามารถนำผล
การศึกษานี้ไปใช้ในการจัดการพื้นที่ภายในภาค โดยบูรณาการร่วมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ชุมชนเข้ามามี
ส่วนร่วมในการดำเนินงานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ โดยไม่ขัดต่อบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม

คำสำคัญ: การจัดการภูมิทัศน์, ภูมิทัศน์วัฒนธรรม, การท่องเที่ยว, ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ, ภาคบ้านฮ่อ, เชียงใหม่

Abstract

Muslim's Ban Ho community was settled by Muslims Yunnan from China who had traveled into
trading and lives under the provisions of the Islamic religion. At present, they have established the
community market in every Friday. The market is an oldest and the largest Muslim market of Chiang Mai,
is worthy of conservation for tourism. The qualitative research aims to study the physical characteristics,

the local community's behavior of using the area in the market and cultural capital of Muslim's Ban Ho community to design the cultural landscape management for tourism. The populations are Chinese Muslim Yunnan in community and tourists who travelled into KAD BAN HO. The study was using Purposive Sampling, document analysis, survey research and non-participation observation. The data was analyzed and linked to the cultural landscape management for tourism. The result indicates that 1) Muslim's Ban Ho community has urban community and multicultural-society. At present, Yunnan's Muslims Chinese in the community have inherited some nationalist identity and the cultural capital. 2) Kad Ban Ho is considered as a culture leading landscape. At present, there are improvements for the utilization of economic and tourism, and without considering the real value of the area to the identity of the community. 3) The community can use these results to manage area within the market and be uses integrate with sustainable tourism development, which is not contrary to the provisions of Islam.

Keywords: Cultural Landscape Management, Cultural Landscape, Tourism, Muslim Community, Kad Ban Ho, Chiang Mai

บทนำ

ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่ออยู่บริเวณถนนเจริญประเทศซอย 1 ตำบลช้างคลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้นำในการตั้งถิ่นฐานที่สำคัญ คือ เจิ้งฉงหลิง (Zheng Chong Lin) อนุชนรุ่นที่ 15 ของเจิ้งเหอนักเดินเรือผู้ยิ่งใหญ่ (ปรีวัตร จันทร, 2548) และเป็นหนึ่งในชาวจีนยูนนานกลุ่มแรกๆ หรือกลุ่มจีนฮ่อที่เข้ามาในสังคมล้านนาในฐานะพ่อค้าทางไกลเดินทางด้วยกองคาราวาน ข้ามพรมแดนจากมณฑลยูนนาน ประเทศจีนผ่านมาทางรัฐฉาน ประเทศพม่า ผ่านเชียงใหม่ และเข้าสู่เชียงใหม่ราวปี พ.ศ. 2448 โดยชาวจีนกลุ่มนี้จะแตกต่างจากกลุ่มชาวจีนโพ้นทะเลทั่วไป คือ เป็นกลุ่มชาวจีนที่นับถือศาสนาอิสลาม และมีบทบาททางการค้าขายในภาค

เหนือของไทยก่อนชาวจีนโพ้นทะเลจะเข้ามาภายหลัง (พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง, 2553)

การเข้าเฝ้าถวายรับใช้เจ้าแก้วนารัฐ เจิ้งฉงหลิงจึงได้รับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็น “ขุนขวงเสียงภาเกียรติ” และประทานนามสกุล “วงศ์สื่อเกียรติ” ให้แก่วงศ์ตระกูล อีกทั้งพระราชทานที่ดินบริเวณถนนช้างคลานและถนนเจริญประเทศดินน้ำปิงจำนวน 5 ไร่ ให้สร้างเรือนลงหลักปักฐาน ซึ่งแล้วเสร็จราวปี พ.ศ. 2453 บริเวณเรือนจึงถือเป็นจุดกำเนิดของชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ โดยชาวชุมชนเรียกบริเวณนี้ว่า “เฮือนหลวง” และได้ใช้บริเวณเรือนทำละหมาดร่วมกัน คล้ายเป็นศูนย์กลางของชุมชน (สุชาติ เศรษฐมาลินี, 2540)



ภาพที่ 1 กาดบ้านฮ่อในอดีต บริเวณหลังเรือนหลวง
ที่มา : จีริจันทร วงศ์สื่อเกียรติ ประทีปเสนา. (2548)

ในอดีต ณ ลานกว้างด้านหลังของเรือนหลวงทุกวันศุกร์เวลา 6.00 – 14.00 น. จะปรากฏการตั้ง “กาด” หรือ ตลาดโบราณดังแสดงในภาพที่ 1 ซึ่งเรียกว่า กาดจีน ยูนนาน หรือ กาดนัดจีนฮ่อ (ชุมพลศรี สมบัติ, 2557) มีลักษณะของกาดพื้นบ้านแบบล้านนาไทย เป็นกาดกลางแจ้งที่พ่อค้าแม่ค้ามักใช้เสื่อหรือผ้าใบปูกับพื้นไต้ะที่ทำจากไม้ไผ่ หรือน้ำมันนำมาวางขายสินค้าและกางร่มตลาดขนาดใหญ่เพื่อแสดงขอบเขตแผงขายสินค้าของตน ซึ่งต่อมาพื้นที่บริเวณหลังเรือนหลวงได้มีการสร้างเพิงขนาดเล็กจากไม้ไผ่ มุงหลังคาจาก และล้อมรอบด้วยสังกะสี 3 ด้าน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่พ่อค้าแม่ค้ารวมถึงคนเดินกาด (จิระจันทร์ วงศ์ลือเกียรติ ประทีปเสนา, 2548)

กาดชุมชนในอดีตเป็นที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนซึ่งปราศจากพ่อค้าแม่ค้าคนกลาง (อรศิริ ปาณินท์, 2526) กลุ่มของพ่อค้าแม่ค้าส่วนใหญ่ ประกอบด้วยชาวไทยเชื้อสายจีน ยูนนานทั้งที่เป็นและไม่เป็นมุสลิม รวมไปถึงคนเมือง ชาวไทภูเขา ที่เดินทางมาจากอำเภอฝาง อำเภอเชียงดาว และดอยวาวี จังหวัดเชียงราย (จิระจันทร์ วงศ์ลือเกียรติ ประทีปเสนา, 2548) สินค้าจะถูกนำมาขายในกาดโดยเกษตรกรผู้ผลิตโดยตรง กาดชุมชนจึงเปรียบเสมือนย่านกลางเพื่อการแลกเปลี่ยนสินค้าอุปโภคบริโภค และยังเป็นพื้นที่สาธารณะที่เชื่อมโยงสังคมชนบทเข้าด้วยกัน ทำให้ชาวมุสลิมในชุมชนบ้านฮ่อได้มีโอกาสพบปะสนทนาสัมพันธ์และแลกเปลี่ยนข่าวสารความรู้กับคนนอกชุมชน สังคมของกาดชุมชนสมัยอดีตจึงแสดงลักษณะความสัมพันธ์ที่อบอุ่น เป็นกันเอง และมีความใกล้ชิดแบบพี่น้อง (แผ่นดิน อุจะน่า, 2552)

ปัจจุบันชาวจีนมุสลิมในตัวเมืองเชียงใหม่ต่างได้รับอิทธิพลจากความซับซ้อนในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ผันแปรตามเวลา แต่สิ่งหนึ่งที่ยังคงอยู่ในชีวิตของคนเหล่านี้ คือ การแสดงออกทางด้านความเชื่อ ซึ่งแสดงออกในรูปแบบของการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อที่มีประวัติความเป็นมาอันยาวนาน มีประเพณีวัฒนธรรมแบบชาวจีน และมีหลักคำสอนทางศาสนาอิสลามเป็นแนวทางให้คนจีนกลุ่มนี้ได้ยึดถือปฏิบัติ นอกจากนี้ยังประกอบด้วยอัตลักษณ์ทางทุนวัฒนธรรมที่ทำให้ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อมีความแตกต่างจากชุมชนมุสลิมอื่นๆ ในตัวเมืองเชียงใหม่ เช่น การพูดและใช้ภาษาจีนยูนนาน แต่ปัจจุบันการต้องใช้ภาษาไทยและภาษาท้องถิ่น (คำเมือง) มากกว่า ทำให้โอกาสในการพัฒนาภาษาจีนของชาติพันธุ์ตนเองลดน้อยลง วัฒนธรรมการแต่งกาย

วัฒนธรรมการกินและภูมิปัญญาด้านอาหาร เช่น บุก ผักดอง เนื้อน้ำค่าง ปาปายซอย ซิเตาเฟส ปาปาซื่อ ขนมหินยูนนาน ข้าวพิน ข้าวปึก ข้าวซอย (อัคราชัย เสมมณี, 2558)

ตามแนวคิดของปีแอร์ บูดีเยอร์ (Pierre Bourdieu 1930-2002) นักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศสนั้น ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) หมายถึง สิ่งที่บุคคลได้รับการหล่อหลอมทางสังคมจนกลายเป็นคุณสมบัติ หรือคุณลักษณะติดตัวบุคคลที่สามารถนำไปเพิ่มมูลค่าได้ และรวมถึงทรัพย์สินต่างๆ ที่มีคุณค่าในด้านที่ไม่สัมพันธ์กับเศรษฐกิจ แต่สามารถนำมาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจได้ โดยปีแอร์ได้แบ่งทุนวัฒนธรรมออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ ทุนที่แฝงฝังอยู่ในตัวคน (Embodied as state of mind or body) เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ มักปรากฏในรูปของ วัฒนธรรมความรู้ และภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งในบางกรณีทุนวัฒนธรรมที่แฝงฝังนี้สามารถถ่ายทอดผ่านบุคคลจนก่อให้เกิดรูปธรรม หรือทุนที่สามารถจับต้องได้ในรูปของวัตถุ (Objectified Form) เช่น งานหัตถกรรม งานศิลปะ งานเขียน และอนุสาวรีย์ นอกจากนี้การทำให้ทุนทั้งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรมได้รับการยอมรับจึงมีทุนด้านสถาบัน (Institutionalized) เข้ามาเกี่ยวข้องเพื่ออ้างอิงถึงที่มา คุณสมบัติ และการรับประกันคุณภาพ เช่น การก่อตั้ง การสถาปนา (ต่อสิต กลีบบัว, 2553)

ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) นั้น มีความเชื่อมโยงกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Cultural Landscape) โดยองค์การยูเนสโก ได้ให้นิยามว่าภูมิทัศน์วัฒนธรรม คือ ทรัพย์สินทางวัฒนธรรม ซึ่งก็คือทุนวัฒนธรรมที่แสดงการผสมผสานเชื่อมโยงระหว่างมนุษย์และธรรมชาติ ก่อให้เกิดพัฒนาการของสังคมมนุษย์ผ่านกาลเวลาภายใต้ข้อจำกัดทางกายภาพ สามารถเห็นได้จากสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและแรงขับเคลื่อนทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคมที่สืบเนื่องกันมา โดยมรดกโลกประเภทภูมิทัศน์วัฒนธรรมแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ภูมิทัศน์ที่ได้รับการออกแบบและสร้างสรรค์อย่างตั้งใจโดยมนุษย์ เช่น สวนสาธารณะ ภูมิทัศน์ที่มีวิวัฒนาการอันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ การปกครอง ศาสนา และความเชื่อ เช่น พื้นที่ที่ปรากฏร่องรอยของภูมิทัศน์โบราณ รวมทั้งสถานที่ซึ่งยังคงมีวิวัฒนาการอยู่อย่างต่อเนื่อง และสุดท้ายคือ ภูมิทัศน์ที่มีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมในพื้นที่ เช่น ศาสนา ลัทธิความเชื่อต่างๆ (หทัยา สิริพัฒนากุล, 2550)

นอกจากนี้การศึกษาภูมิทัศน์วัฒนธรรมสามารถอธิบายได้ด้วยมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งแสดงออกมาในรูปของภูมิทัศน์ที่มองเห็น ซึ่งมีวัฒนธรรมเป็นผู้กระทำ และมีธรรมชาติเป็นสื่อกลาง โดยการศึกษาภูมิทัศน์วัฒนธรรมในประเทศไทยเริ่มต้นพร้อมกับการศึกษาด้านสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น มักให้ความสำคัญกับมิติทางวัฒนธรรม คติ ความเชื่อ ตำนาน และเรื่องเล่าของท้องถิ่นนั้นๆ ขณะที่การศึกษาในต่างประเทศจะมุ่งเน้นไปที่การแปลความหมายและคุณค่าของภูมิทัศน์วัฒนธรรมเป็นหลัก (อนุวัฒน์ การถัก และ ทรงยศ วีระทวีมาศ, 2558)

ปัจจุบันในประเทศไทยมีการนำแนวคิดภูมิทัศน์วัฒนธรรมมาบูรณาการร่วมกับทฤษฎีของศาสตร์แขนงอื่นๆ อาทิ การพัฒนาชุมชนและการท่องเที่ยว (สรศักดิ์ เวสสุนทรเทพ, 2557) การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมจึงเปรียบเสมือนศาสตร์และศิลป์แห่งการดำเนินการต่อทุกสิ่งทุกอย่าง หัวใจหลักคือการจัดการให้การดำรงอยู่ของมนุษย์สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของสังคมในปัจจุบัน ทำให้เกิดการรักษารหัสหรือใช้ภูมิทัศน์วัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน โดยการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมจะขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพของพื้นที่นั้นๆ ความต้องการในการใช้สอยร่วมสมัย และคุณค่าด้านต่างๆ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 6 ประเภท คือ 1) การดูแลรักษา 2) การรักษาให้คงสภาพ 3) การบูรณปฏิสังขรณ์ 4) การสร้างชิ้นใหม่ในรูปแบบเดิม 5) การปรับปรุงแก้ไขใช้สอยใหม่ และ 6) การพัฒนาและสร้างสรรค์ใหม่ (เกรียงไกร เกิดศิริ, 2551)

การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมรวมกับการจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชนที่มีเอกลักษณ์ด้านประเพณี วัฒนธรรมของตนเอง จะส่งผลให้เกิดการพบทวนความหมายในคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม ชุมชนจะเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและพร้อมที่จะปกป้อง อนุรักษ์ พัฒนามรดกวัฒนธรรม (สุวิธาน พัฒนาไพวัลย์, 2560) ในการศึกษาจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อจัดการให้อยู่ในกรอบของวัฒนธรรมดั้งเดิมสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม คนในท้องถิ่นสามารถดำเนินการเอง ซึ่งจะช่วยสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมและนำความเข้มแข็งมาสู่ชุมชนได้ (ภาสกร คำภูแสน, 2552) การมีส่วนร่วมจะเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวกับคนในชุมชน เพื่อให้เกิดประโยชน์ด้านการสัมผัสเรียนรู้ และช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ต่างวัฒนธรรม

ระหว่างกัน (อาภาวดี ทับสิริรักษ์, 2555) ซึ่งการเรียนรู้เกิดขึ้นได้จากการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 โดยธรรมชาติของมนุษย์ ได้แก่ การมองเห็นด้วยตา การได้ยินด้วยหู การสัมผัสด้วยลิ้น การดมกลิ่นด้วยจมูก และการสัมผัสด้วยกาย ดังนั้นหากกิจกรรมใดๆ สามารถทำให้การรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 เชื่อมโยงกัน ก็จะช่วยส่งเสริมความทรงจำ เกิดเป็นการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ นำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ และการพัฒนาศักยภาพที่ดีในอนาคต (Sousa, 2000 อ้างใน อาทิตย์ แสมเมอริ, 2552)

โดยการศึกษาภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชุมชน ซึ่งมีลักษณะเป็นย่านการค้าและตลาดเพื่อการท่องเที่ยวที่ผ่านมา เช่น ชุมชนริมแม่น้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี (ภาสกร คำภูแสน, 2552) ตลาดน้ำคลองลัดมะยม (จิตรรา อนุศาสนนันท์, 2555) และ ชุมชนปากคลองสวนหมาก (รัฐพงศ์ ปิ่นแก้ว, 2556) ได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาที่เรียกว่า “รูปแบบวิถีชีวิตนำการค้า” เน้นให้ความสำคัญกับการแสดงออกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาดั้งเดิมที่มีในท้องถิ่น โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างคนในชุมชนด้วยกันเอง และคนในชุมชนกับคนนอกชุมชน แนวทางนี้จะทำให้ชุมชนผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นเกิดการตระหนักคุณค่าในมรดกทางวัฒนธรรม นำมาซึ่งความร่วมมือในการฟื้นฟูและรักษาอัตลักษณ์ทั้งรูปธรรมและนามธรรมที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมในปัจจุบันได้อย่างยั่งยืน

ในทางกลับกันการผสมผสานทางวัฒนธรรมในโลกสมัยใหม่ รวมถึงการอพยพย้ายถิ่นฐานด้วยบริบทของหน้าที่การงานหรือการแต่งงานที่เข้าสู่ชุมชนมุสลิมจีนบ้านฮ่อทำให้ชาวมุสลิมจีนต้องเกิดการปรับตัวเพื่ออยู่กับสิ่งเหล่านี้ ส่งผลให้อัตลักษณ์ที่บ่งบอกความเป็นตัวตนถูกสั่นคลอนและสิ่งที่เคยสืบทอดต่อมาจากบรรพบุรุษเริ่มเลือนหาย อีกทั้งความภาคภูมิใจเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ของคนรุ่นใหม่ภายในชุมชนเริ่มลดลง (อัคราชัย เสมอณี, 2558) และจากการทบทวนวรรณกรรมตามที่ได้กล่าวมาพบว่าการศึกษาด้านการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมส่วนใหญ่ นำเสนอแนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมชุมชนที่มีลักษณะกึ่งย่านการค้าผสมผสานกับที่พักอาศัย ซึ่งเห็นได้ชัดว่าขาดการศึกษาในเชิงการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมชุมชนมุสลิมเชื้อสายจีนยูนนานในประเทศไทย ผ่านทางภาคท้องถิ่นของชุมชน

ดังนั้นจากสภาพปัญหาข้างต้น จึงเห็นความจำเป็นที่ต้องศึกษาเพื่อค้นหาคำตอบว่าชุมชนต้องทำอะไร จึงจะสามารถอนุรักษ์ ประเพณี และวัฒนธรรมของตนให้มีการสืบทอดสู่ลูกหลาน โดยนำเอาวัฒนธรรมที่คงอยู่เหล่านั้นนำมาใช้ให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขึ้นภายในชุมชน ผู้วิจัยจึงต้องการสร้างแนวทางเพื่อส่งเสริมให้เกิดการฟื้นฟูอัตลักษณ์ และการสืบทอดวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวมุสลิมจีนยูนนานในชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ ด้วยการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวผ่านภาคชุมชน โดยผลการวิจัยนี้เป็นเพียงการเสนอแนะแนวทางให้แก่ชุมชนสามารถนำไปปฏิบัติได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพและทุนวัฒนธรรมของชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ
2. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้พื้นที่และลักษณะภูมิทัศน์วัฒนธรรมในชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมบริเวณภาคบ้านฮ่อเพื่อการท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ชาวมุสลิมบ้านฮ่อตระหนักถึงคุณค่าในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชนจากการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวผ่านทางภาคท้องถิ่น
2. สถาบันศึกษาและผู้สนใจสามารถนำข้อมูลและผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์สำหรับการศึกษาค้นคว้าและวิจัยเกี่ยวกับการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
3. หน่วยงานภาครัฐท้องถิ่นสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้สำหรับเป็นแนวทางในการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

อุปกรณ์และวิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเชิงสำรวจและเชิงสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม รวมทั้งวิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการด้วยคำถามปลายเปิด ในลักษณะไม่เจาะจงตัวบุคคลผู้ให้ข้อมูลในชุมชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลจำนวน 14 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงแต่ไม่ระบุตัวบุคคล ได้แก่ ผู้อยู่อาศัยในชุมชนบ้านฮ่อที่เป็นชาวจีนมุสลิม ผู้ค้าขายในภาคบ้านฮ่อ

ที่เป็นชาวจีนมุสลิมทั้งในและนอกชุมชน นักท่องเที่ยวชาวไทย – ชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวภาคบ้านฮ่อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลเอกสาร ได้แก่ บทความวิชาการ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง หนังสือ ภาพถ่าย การวิเคราะห์พื้นที่ผ่านแผนที่ทางอากาศ และข้อมูลหรือสื่อสาธารณะจากเว็บไซต์ เพื่อศึกษาข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ความเป็นมาในการก่อตั้งชุมชน ทุนวัฒนธรรม และวิถีชีวิต

ข้อมูลภาคสนาม ได้แก่ วิธีการเชิงสำรวจ เชิงสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม เช่น มัสยิดเฮตยาตูลอิสลาม ร้านค้า และภาคบ้านฮ่อในวันศุกร์ เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพ และภูมิทัศน์วัฒนธรรมในชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ การมีปฏิสัมพันธ์ของคนในชุมชนต่อนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมการใช้พื้นที่ภาคบริเวณเรือนหลวง วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการแบบไม่เจาะจงตัวบุคคล ด้วยคำถามปลายเปิด จากนั้นจึงนำไปคัดเลือกส่วนที่สำคัญเพื่อวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลเอกสารต่อไป

การตรวจสอบข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลผู้ศึกษาได้ทำการตรวจสอบพร้อมการเก็บข้อมูลในพื้นที่ และตรวจสอบอีกครั้งเมื่อออกจากพื้นที่ เพื่อพิจารณาความเพียงพอ ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และได้ทำการตรวจสอบตลอดการวิเคราะห์จนถึงขั้นตอนการสรุปผล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องมากที่สุด ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ โดยใช้เทคนิคการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation Method) ด้านข้อมูลเพื่อตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลด้านเวลา สถานที่ และบุคคล ซึ่งหากมีการเปลี่ยนแปลง ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลจึงไม่มีการใช้สถิติ แต่ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี ร่วมกับข้อมูลจากการลงภาคสนามที่ได้ทำการคัดเลือกความสำคัญและตรวจสอบความถูกต้องแล้ว พร้อมนำเสนอบทความด้วยวิธีการเชิงพรรณนา

ผู้วิจัยได้วางแนวทางการศึกษา โดยเริ่มต้นจากการศึกษาลักษณะเชิงพื้นที่ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อและภาคชุมชน ข้อมูลด้านทุนทรัพยากรและข้อมูลด้านทุนวัฒนธรรมของชุมชน

มุสลิมบ้านฮ่อตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งศึกษากฎหมาย
ข้อห้าม ข้อบัญญัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่และชุมชนมุสลิม
จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างทุน
วัฒนธรรมดั้งเดิมและภาคชุมชนเพื่อระบุปัญหาที่ควรได้รับ
การแก้ไขด้วยแนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม โดยนำ
เสนอเป็นแนวทางการออกแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อ
การท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนในด้านเศรษฐกิจ
สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อ
การท่องเที่ยว กรณีศึกษากาดบ้านฮ่อ ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ
จังหวัดเชียงใหม่ มีรายละเอียด ดังนี้

1) ลักษณะทางกายภาพ ทุนทรัพยากร และทุนวัฒนธรรม ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ

ลักษณะทางกายภาพ

ปัจจุบัน ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ (ภาพที่ 2) มีลักษณะ
ภูมิทัศน์แบบชุมชนเมือง โดยชุมชนตั้งอยู่บริเวณย่านไนท์
บาร์ซาร์ ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในการเป็นย่านการค้า
พาณิชยกรรมและมีถนนคนเดินฮาลาลที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัด
เชียงใหม่ ภายในชุมชนประกอบด้วยที่พักอาศัยซึ่งมีลักษณะ
เป็นตึกแถว หรืออาคารก่ออิฐถือปูน 3 ชั้น เรียงติดกันไป
ตามความยาวของถนนคอนกรีตที่เป็นถนนสายหลักผ่ากลาง

ชุมชน โดยหันด้านหน้าของอาคารออกสู่ถนนและใช้พื้นที่ชั้น
ล่างสำหรับทำมาหากิน เช่น การเปิดร้านขายของชำ,
การเปิดร้านขายอาหารอิสลาม

ภายในชุมชนมีผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์อาศัยอยู่
ร่วมกัน ได้แก่ มุสลิมจีนยูนนาน มุสลิมเชื้อสายอาหรับ
มุสลิมไทย-จีน (ย้ายมาอยู่ในชุมชนจากภาคเหนือ และ
ภาคใต้) และชาวไทย-เชียงใหม่ที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลาม

ทุนทรัพยากรในปัจจุบัน

ทุนทรัพยากรที่มีในปัจจุบันของชุมชนมุสลิมบ้าน
ฮ่อสามารถอธิบายได้ ดังนี้

ทุนทรัพยากรด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การเป็นย่าน
การค้าพาณิชยกรรม กาดบ้านฮ่อ ถนนคนเดินฮาลาล และร้าน
ขายอาหารมุสลิมในชุมชน

ทุนทรัพยากรด้านสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่
ชาติพันธุ์ต่างๆ ในชุมชน (จีนยูนนาน อาหรับ-ปากีสถาน
ไทย) ซึ่งทั้งล้วนดำเนินชีวิตอยู่ภายใต้กรอบของศาสนาที่ตน
นับถือโดยไม่เบียดเบียนหรือดูหมิ่นกัน และอยู่ร่วมกันอย่าง
รักใคร่สามัคคี

ทุนทรัพยากรด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ชุมชนมุสลิม
บ้านฮ่อมีลักษณะภูมิทัศน์แบบชุมชนเมือง มีสิ่งปลูกสร้างเป็น
อาคารก่ออิฐถือปูนแบบสมัยปัจจุบัน เช่น มัสยิดเฮดายาตุลอิสลาม
ที่อยู่อาศัยถึงร้านค้าของคนในชุมชน และอะพาร์ตเมนต์



ภาพที่ 2 ภาพชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ จังหวัดเชียงใหม่
ที่มา : ผู้วิจัย วันที่ 15 กันยายน 2559

ทุนวัฒนธรรมชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ

ทุนวัฒนธรรม		
ประเภท	อดีต	ปัจจุบัน
1) แผงฝังในกาย หรือ ภูมิปัญญา	• การค้าขายแบบกองคาราวาน เดินทางครั้งละ 6 เดือน (2ครั้ง/ปี)	• การค้าขายอยู่กับที่ ไม่มีการเดินทางอพยพ
	• ชาวมุสลิมจีนยูนนานดำเนินชีวิตภายใต้กรอบศาสนาอิสลามและมีประเพณีวัฒนธรรมแบบชาวจีน สามารถร่วมประเพณีวัฒนธรรมในศาสนาอื่นได้ (แต่ต้องไม่มีการเคารพสัญลักษณ์ หรือรูปปั้นใดๆ นอกจากองค์อัลเลาะห์)	• การดำเนินชีวิตเหมือนในอดีต
2) วัตถุ	• ใช้ม้า วัว ล่อ เป็นพาหนะในการเดินทางค้าขาย	• เปิดร้านค้าชั้นล่างของที่อยู่อาศัยหรือตั้งแผงขายสินค้าในกาดบ้านฮ่อทุกวันศุกร์
	• ชาวมุสลิมจีนยูนนาน ชาตินักรบกลุ่มแรกของชุมชน	• มุสลิมจีนยูนนาน มุสลิมอาหรับ มุสลิมไทย ชาวพุทธไทย-จีน
	• แต่งกายตามบัญญัติศาสนาอิสลาม - ช - สวมหมวกกะปิเยาะห์ เสื้อแขนยาวสีพื้นหรือสีขาว นุ่งโสร่งลายตารางความยาวระดับเข่า - ญ - สวมฮิญาบ แต่งกายด้วยชุดสุภาพตามบัญญัติศาสนา • บริเวณเรือนหลวง คือ พื้นที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาอิสลามแห่งแรกของชุมชน	• แต่งกายตามบัญญัติศาสนาอิสลามตามชาตินักรบ - ช - สวมหมวกกะปิเยาะห์ เสื้อแขนยาวสีพื้นหรือสีขาว กางเกงขายาวสีสุภาพ - ญ - สวมฮิญาบ แต่งกายด้วยชุดสุภาพตามบัญญัติศาสนา หรือเสื้อผ้าแบบพื้นเมือง • มัสยิดเฮตายาตุลอิสลาม (ตั้งอยู่ฝั่งตรงข้ามเรือนหลวง)
3) สถาปนา	• เจ็ลงหลัง พ่อค้าเร่ชาวจีนยูนนาน นับถือศาสนาอิสลาม เดินทางค้าขายด้วยกองคาราวานวัวต่างสู่เชียงใหม่ พ.ศ.2448	• ได้รับพระราชทานบรรดาศักดิ์ขุน (ขุนขวงเลียงภาเกียรติ) และได้รับพระราชทานที่ดินปลูกสร้างบ้าน 5 ไร่บริเวณถนนช้างคลาน ต่อมากลายเป็นชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ

ตารางที่ 2 ทุนวัฒนธรรมภายในชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ จังหวัดเชียงใหม่

ด้านทุนวัฒนธรรม ดังที่ระบุในตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าชาวมุสลิมบ้านฮ่อยังคงมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับการค้าขาย ปัจจุบันเป็นการค้าแบบยึดติดอยู่กับที่ และใช้พื้นที่ชั้นล่างของบ้านเปิดร้านขายของชำหรือร้านขายอาหารมุสลิมภายในชุมชน ในขณะที่ชาวมุสลิมจีนยูนนานคือชาตินักรบกลุ่มแรกที่มีบทบาทต่อการสถาปนาเป็นชุมชนและทำให้ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากชุมชนมุสลิมอื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันวัฒนธรรมชาวมุสลิมจีนยูนนานได้แสดงให้เห็นชัดเจนมากที่สุดผ่านทางอาหาร ซึ่งมีทั้งอาหารแบบมุสลิมจีนยูนนานดั้งเดิมและที่ได้รับ

การผสมผสานกับอาหารพื้นเมืองรวมทั้งอาหารของมุสลิมชาตินักรบอื่นๆ การผสมผสานของวัฒนธรรมทางอาหารจึงกลายเป็นจุดขายอย่างหนึ่งของชุมชนในปัจจุบัน สร้างความดึงดูดแก่นักท่องเที่ยวและทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุกวันศุกร์ ชาวชุมชนจะนำอาหารและสินค้า ที่เกี่ยวข้องกัวิถีชีวิตของชาวมุสลิมไปขายที่กาดชุมชน หรือ กาดบ้านฮ่อ ซึ่งตั้งอยู่ฝั่งตรงข้ามกับมัสยิดเฮตายาตุลอิสลาม ภายในบริเวณพื้นที่ของเรือนหลวงขุนขวงเลียงภาเกียรติ

2) พฤติกรรมการใช้พื้นที่บริเวณกาดบ้านฮ่อ และภูมิทัศน์ วัฒนธรรมชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ

กาดบ้านฮ่อในปัจจุบัน (ภาพที่ 3) มีการตั้งกาดทุกวันศุกร์เริ่มตั้งแต่เวลา 04.00-10.00 น. โดยกลุ่มของพ่อค้าแม่ค้ายังคงมาจากหลากหลายพื้นที่และหลากหลายชาติพันธุ์ รวมทั้งพ่อค้าแม่ค้าที่เป็นคนในชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อเอง ลักษณะทางกายภาพของกาดมีการผสมผสานระหว่างบรรยากาศของกาดพื้นบ้านแบบล้านนาไทยและกาดคนเมืองแบบสมัยปัจจุบัน กล่าวคือ ยังคงมีการวางขายสินค้าโดยการปูเสื่อ หรือวางบนแผงที่ทำจากไม้และไม้ไผ่ตามแบบกาดจีนยูนนานในอดีต บางส่วนมีการใช้รถเข็น แผงขายอาหารสำเร็จรูปแบบสมัยใหม่ โดยแสดงขอบเขตร้านค้าและบังแดดบังฝนด้วยร่มตลาดหรือเต็นท์ผ้าใบที่สามารถพับเก็บได้ ผู้ค้าขายจึงมีความรับผิดชอบในบริเวณที่ค้าขายร่วมกัน คือ เก็บสินค้าที่เอามาขาย เก็บกวาดขยะ และเก็บร่มและเต็นท์กลับไปเมื่อเสร็จสิ้นการขาย บริเวณพื้นที่เรือนหลวงจึงกลับเป็นพื้นที่โล่งดั้งเดิมและใช้สำหรับเป็นลานจอดรถสาธารณะในวันที่ไม่มีกาด

ด้านการขายสินค้าในกาด มีการขายสินค้าทุกชนิดร่วมกันตั้งแต่ผลผลิตทางการเกษตร อาหารสด สินค้าสำเร็จรูป อาหารแห้ง อาหารกระป๋อง เครื่องอุปโภคต่างๆ

ให้แก่คนเดินกาดทั้งที่นับถือและไม่นับถือศาสนาอิสลาม โดยสินค้ามีการนำมาขายผ่านพ่อค้าแม่ค้าคนกลางมากขึ้น ซึ่งแตกต่างจากในอดีตที่สินค้าส่วนใหญ่มักถูกนำมาขายโดยพ่อค้าแม่ค้าที่เป็นผู้ผลิตโดยตรง

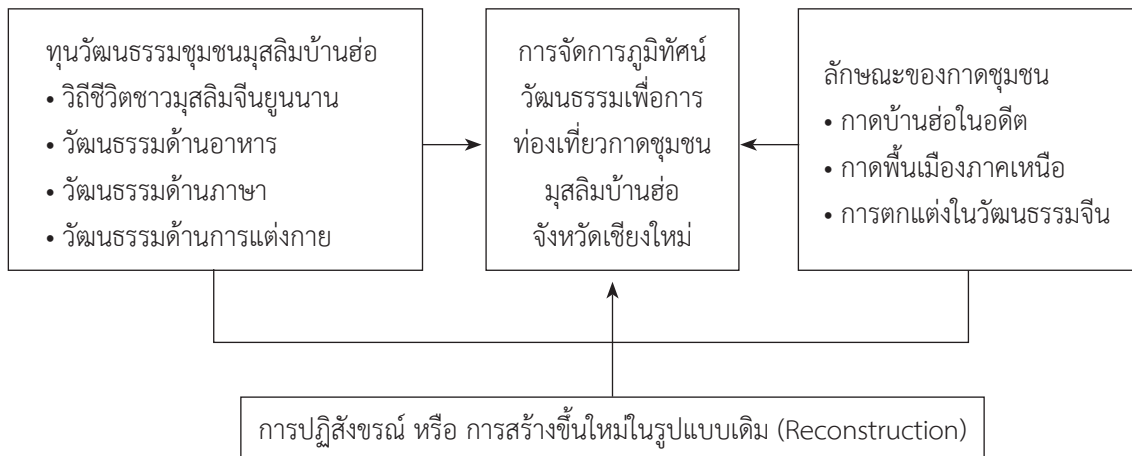
ด้านการบริหารจัดการพื้นที่ภายในกาด การตั้งแผงขายของมีการจัดเรียงแบบแถวตอนกระจายแน่นเต็มพื้นที่ และเว้นช่องว่างระหว่างแถวสำหรับทางเดิน แต่ไม่พบการจัดระเบียบการวางแผงขายของตามประเภทของสินค้า และขาดการจัดการภูมิทัศน์ภายในกาดที่ช่วยส่งเสริมเอกลักษณ์ของชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อให้โดดเด่น

ดังนั้น จากการวิเคราะห์ลักษณะของภูมิทัศน์วัฒนธรรมกาดชุมชน กาดบ้านฮ่อจึงถูกจัดอยู่ในประเภทระยะวัฒนธรรมนำภูมิทัศน์ กล่าวคือ เมื่อความต้องการเชิงเศรษฐกิจของคนหลากหลายชาติพันธุ์ทั้งภายในและภายนอกชุมชนมีเพิ่มมากขึ้นจึงมีการจัดการพื้นที่เพื่อใช้สอยตามบริบทของเมืองและชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไป มีการขยายและปรับปรุงลักษณะทางกายภาพของพื้นที่เพื่อตอบสนองการใช้ประโยชน์ในปัจจุบัน โดยละเลยการคำนึงถึงคุณค่าที่แท้จริงของพื้นที่ต่ออัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของพื้นที่และมีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องอยู่กับกาดตั้งแต่ออดีตจนถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 3 กาดบ้านฮ่อ ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ จังหวัดเชียงใหม่
ที่มา : <https://www.technologychaoban.com> และ <http://ed.files-media.com>

3) แนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมบริเวณกาดบ้านฮ่อเพื่อการท่องเที่ยว

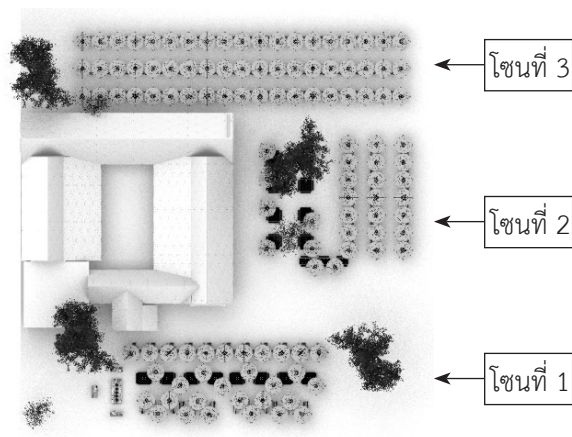


ภาพที่ 4 แผนภาพจำลองแนวความคิดในการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมกาดบ้านฮ่อ

จากผลการวิจัย โดยผ่านการวิเคราะห์อัตลักษณ์ ด้านทุนวัฒนธรรมของชุมชน ร่วมกับลักษณะและพฤติกรรม การใช้พื้นที่กาดบ้านฮ่อในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงระบุแนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่เหมาะสมสำหรับกาดบ้านฮ่อ คือ การปฏิสังขรณ์หรือการสร้างขึ้นใหม่ในรูปแบบเดิม (Reconstruction) ซึ่งได้เลือกทุนวัฒนธรรมดั้งเดิม (ข้าว) และลักษณะของกาดชุมชนในอดีต (ขวา) และองค์ประกอบที่จะช่วยส่งเสริมเอกลักษณ์ของชุมชนให้เด่นชัด (ขวา) โดยมีรายละเอียดตามแผนภาพจำลองแนวความคิดในการออกแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรมกาดบ้านฮ่อ ดังภาพที่ 4

การออกแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรมกาดบ้านฮ่อชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประยุกต์ใช้แนวทางการบริหารจัดการพื้นที่ (Zoning) เพื่อผลักดันเอกลักษณ์ของชุมชนให้มีความโดดเด่นท่ามกลางทุนวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ต่างๆ โดยแบ่งพื้นที่กาดบริเวณเรือนหลวงเป็น 3 โซน นำเสนอทุนวัฒนธรรมได้แก่ วิถีชีวิตของคนในชุมชนและภูมิปัญญาด้านอาหารมุสลิมจีนยูนนาน ภาษาจีนยูนนาน สอดแทรกความรู้ด้านภาษาควบคู่ไปกับกิจกรรมในแต่ละโซน การแต่งกายแบบมุสลิมจีนยูนนาน บรรยากาศของกาดบ้านฮ่อผสมกาดพื้น

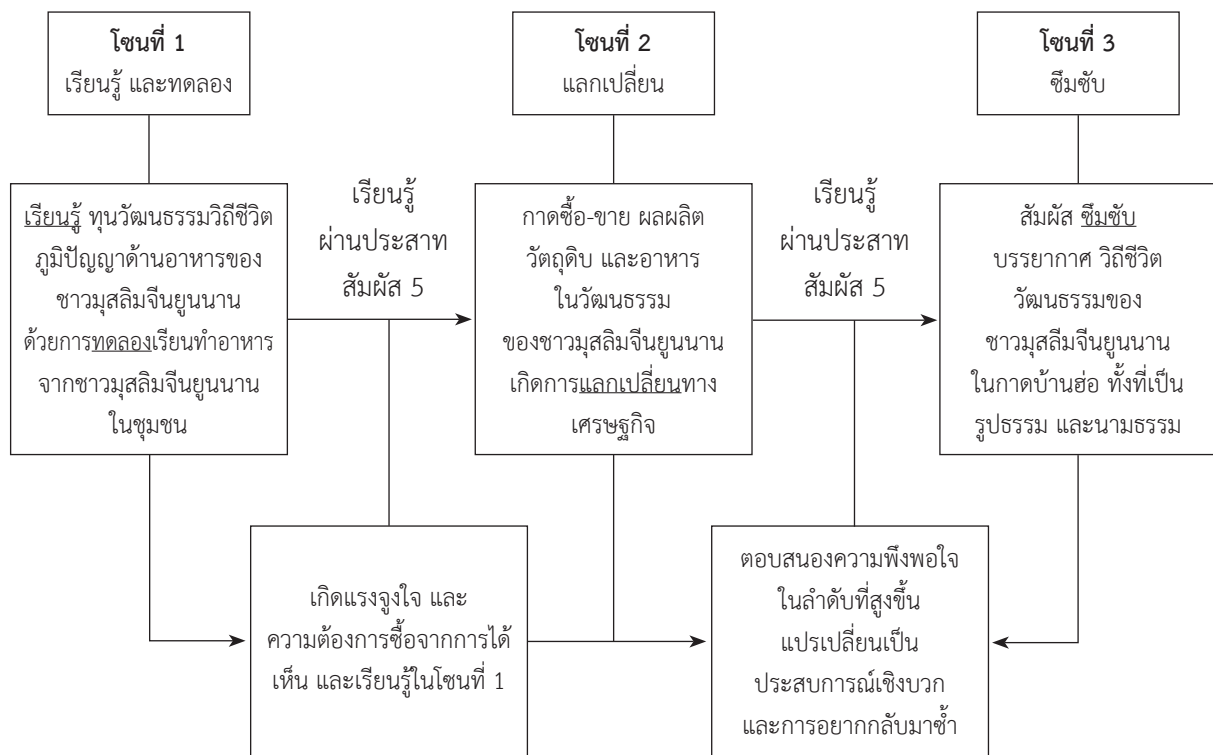


ภาพที่ 5 ภาพมุมมอง Top View การออกแบบบริหารจัดการพื้นที่ (Zoning) กาดบ้านฮ่อ
ที่มา : ภาพ (ข้าว) ผู้วิจัย วันที่ 15 กันยายน 2559

เมืองในอดีต เน้นการใช้อุปกรณ์ที่สามารถจัดเก็บได้ง่าย ไม่กระทบต่อลักษณะกายภาพดั้งเดิมและคงประโยชน์การใช้สอยพื้นที่ร่วมกันในวันที่ไม่มีภาคชุมชน

การออกแบบกิจกรรมในภาคแต่ละโซน จะมีผลให้นักท่องเที่ยวได้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์

ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ทำให้เกิดแรงจูงใจและความต้องการ นำมาซึ่งความพึงพอใจและการอยากกลับมาซ้ำ ซึ่งเป็นกระบวนการที่จะเกิดเกี่ยวเนื่องกันไปในแต่ละโซน ตามรายละเอียดในแผนภาพจำลองที่ 6 ดังนี้



ภาพที่ 6 แผนภาพจำลองกระบวนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์
ที่เกิดจากการจัดภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวจะสามารถรับรู้ทุนวัฒนธรรมจากการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ภายในโซนต่างๆ เช่น การได้ความรู้ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวมุสลิมจีนยูนนานผ่านประสาทสัมผัส คือ ตา ด้วยวิธีการมองเห็น การได้เรียนรู้ภาษาจีนยูนนานผ่านประสาทสัมผัส คือ หู ด้วยวิธีการฟัง การได้เรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์

ด้านอาหารจีนยูนนาน จากประสาทสัมผัส คือ จมูกและลิ้น ด้วยวิธีการดมกลิ่นและรับประทาน การได้ชิมซั๊ปทั้งสิ่งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรมภายในภาค ผ่านประสาทสัมผัสคือ กาย ด้วยวิธีการหยิบ จับ ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประสบการณ์ต่างวัฒนธรรม และเกิดความประทับใจ รวมทั้งปฏิสัมพันธ์เชิงบวกกับชาวชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ

โซนที่ 1 : เรียนรู้ และ ทดลอง (ภาพที่ 7)



ภาพที่ 7 มุมมอง Perspective โซนที่ 1

ตำแหน่ง : ทิศเหนือ ด้านหน้าเรือนหลวง

วัตถุประสงค์ : นำเสนอทุนวัฒนธรรม วิถีชีวิต และ ถ่ายทอดภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับอาหารของชาวมุสลิมจีนยูนนาน ในชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ

แนวทางปฏิบัติ

- 1) ประชุมร่วมกันภายในชุมชน เพื่อค้นหาและศึกษารายละเอียดของอาหารในวัฒนธรรมมุสลิมจีนยูนนาน
- 2) สืบค้น รวบรวมสูตรอาหาร วิธีการทำ จากผู้เฒ่าผู้แก่ชาวจีนยูนนานในชุมชน
- 3) จัดตั้งกลุ่มรับผิดชอบงานในโซนที่ 1 เช่น กลุ่มแม่บ้านมุสลิมจีนยูนนาน (ชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ) เพื่อเป็นผู้สอนทำอาหารให้แก่บุคคล / นักท่องเที่ยวที่สนใจ และ สามารถทำหน้าที่หมุนเวียนกันไป
- 4) ร่วมกันคิดค้นสูตรอาหารใหม่ๆ จากทุนภูมิปัญญาดั้งเดิม เพื่อให้เกิดการนำภูมิปัญญามาใช้ พัฒนาต่อยอด และ สร้างแรงกระตุ้นในการสืบทอดภูมิปัญญา

โซนที่ 2 : แลกเปลี่ยน (ภาพที่ 8)



ภาพที่ 8 ภาพมุมมอง Perspective และ Side View โซนที่ 2

ตำแหน่ง : ทิศตะวันตก และ ทิศใต้ (ด้านข้างและด้านหลังเรือนหลวง)

วัตถุประสงค์ : นำเสนอวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวมุสลิมจีนยูนนานในชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ ผ่านผลผลิตวัตถุดิบ และอาหาร เพื่อให้เกิดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ ผ่านรูปแบบและบรรยากาศของภาคชุมชนในอดีต ผสมผสานการตกแต่งในวัฒนธรรมจีนที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลาม

แนวทางปฏิบัติ : นำผลผลิต วัตถุดิบ และอาหารในวัฒนธรรมอาหารมุสลิมจีนยูนนาน จากพ่อค้าแม่ค้าทั้งในและนอกชุมชน มาจำหน่ายแก่คนเดินตลาด รวมทั้งนักท่องเที่ยวในโซนที่ 2 เพื่อให้เกิดการเชื่อมต่อทางประสาทสัมผัสจากโซนที่ 1

โซนที่ 3 : ซิมซับ (ภาพที่ 9)



ภาพที่ 9 ภาพมุมมอง Perspective โซนที่ 3

ตำแหน่ง : ทิศตะวันตก (ด้านข้างเรือนหลวง)

วัตถุประสงค์ : นำเสนอ บรรยากาศวิถีชีวิต วัฒนธรรม ของชาวมุสลิมจีนยูนนานในชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและชิมซับทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม

แนวทางปฏิบัติ : จัดสรรพื้นที่บริเวณข้างเรือนเพื่อเป็นที่นั่งพักผ่อน และรับประทานอาหาร โดยเลือกวางตำแหน่งให้อยู่ด้านในของกาด ทำให้จากโซนที่ 3 จะสามารถมองเห็นบรรยากาศของกาดโดยรอบคือโซนที่ 1 และ 2 ได้

สรุปและอภิปรายผล

1) ชาวมุสลิมจีนยูนนาน (หุย) คือ ชาตินักรักรุ่นแรกที่มีบทบาทต่อการก่อตั้งชุมชนมุสลิมบ้านฮ่อ ซึ่งในปัจจุบันชุมชนมีลักษณะทางกายภาพแบบชุมชนเมือง มีสังคมพหุวัฒนธรรม ชาวมุสลิมจีนยูนนานในชุมชนยังคงสืบทอดอัตลักษณ์และทุนวัฒนธรรมบางประการของชาตินักรักรุ่นปัจจุบัน เช่น ภาษาจีนยูนนาน การค้าขาย การนับถือและการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาอิสลาม การแต่งกาย และภูมิปัญญาด้านอาหาร โดยมีการปรับตามบริบทสังคม ยุคสมัย และผสมผสานกับวัฒนธรรมชาตินักรักรุ่นที่อยู่อาศัยร่วมกัน จนมีลักษณะของวัฒนธรรมลูกผสมสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ รินรดา พันธน้อย (2552) ซึ่งการผสมผสานทางวัฒนธรรมภายในสังคมพหุวัฒนธรรม แม้จะมีการปรับเปลี่ยนแต่ยังถือเป็นการพยายามสืบทอดและดำรงอัตลักษณ์ความมีตัวตนของชาตินักรักรุ่นไว้ ควรส่งเสริมให้มีการฟื้นฟูวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ให้เห็นเป็นรูปธรรมชัดเจน ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์และคุณค่ามากมายต่อกลุ่มชาตินักรักรุ่นนั้นๆ

2) กาดบ้านฮ่อ มีความเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์และทุนวัฒนธรรมของชาวมุสลิมจีนยูนนานในชุมชนผ่านการค้าขายมาอย่างยาวนาน ปัจจุบันบริบทของพื้นที่จัดอยู่ในประเภทระยะวัฒนธรรมนำภูมิทัศน์ สอดรับกับแนวคิดของวนิดา พิงสุนทร (2549) เพราะภายในพื้นที่มีการปรับสภาพเพื่อตอบสนองการใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวโดยภาคเอกชน เพื่อเพิ่มขีดจำกัดในการรองรับของพื้นที่ให้หลากหลายมากกว่าการคำนึงถึงคุณค่าอันแท้จริงและความสัมพันธ์ที่มีต่อชุมชน

3) แนวทางในการออกแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวกาดบ้านฮ่อที่เหมาะสม คือ การปฏิสังขรณ์หรือการสร้างขึ้นใหม่ในรูปแบบเดิม (Reconstruction) เน้นการรื้อฟื้นวิถีชีวิต วัฒนธรรม และบรรยากาศความเป็นมุสลิมจีนยูนนาน โดยไม่กระทบต่อลักษณะทางกายภาพและสถาปัตยกรรมเดิมของท้องถิ่น อีกทั้งสามารถปรับเปลี่ยนเพื่อตอบสนองต่อการใช้สอยพื้นที่ร่วมกันได้ (ภาสกร คำภูแสน, 2552) นอกจากนี้ยังใช้แนวทางร่วมกับการจัดการบริหารพื้นที่ภายในกาดซึ่งแบ่งเป็น 3 โซน ได้แก่ พื้นที่เรียน

รู้ทดลอง พื้นที่แลกเปลี่ยน และพื้นที่ซึมซับ ควบคู่การพัฒนา รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่คนในชุมชนดำเนินการ ได้เอง ซึ่งการที่เจ้าของท้องถิ่นได้เป็นผู้ถ่ายทอดประเพณี วัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง จะช่วยเพิ่มคุณค่าของ แหล่งท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น (Anna Pollock, 2012) และ สอดรับกับผลการวิจัยของ สุวิธาน พัฒนาไพลย์ (2560) ที่ กล่าวว่า การมีส่วนร่วมจะทำให้คนในชุมชนเกิดความภาค ภูมิใจ นำไปสู่การเห็นคุณค่า และเกิดการอนุรักษ์ พัฒนา มรดกวัฒนธรรมของตนเองอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การนำแนวทางไปปรับใช้ ผู้บริหารของทุกภาค ส่วนที่เกี่ยวข้องในการวางแผนนโยบายและพัฒนากการท่องเที่ยว บริเวณภาคบ้านฮ่อ ควรสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ

ภาคเอกชน และภาคประชาชนในทุกระดับ โดยควรเน้น ทำความเข้าใจกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ลักษณะสังคม พหุวัฒนธรรม และความต้องการของชุมชนให้มากที่สุด เพื่อ การวางแผนทางปฏิบัติร่วมกัน โดยส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และ วัฒนธรรม ที่ชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการ ดูแลร่วมกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรทำการศึกษาวิจัยโดยปฏิบัติการลงภาค สนามแบบมีส่วนร่วมเชิงสังเกตการณ์ เพื่อให้เข้าใจแนวคิด และวิถีปฏิบัติต่อทุนวัฒนธรรมของชาวมุสลิมจีนยูนนาน
- 2) ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ประเพณี วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์อื่นๆ ที่อาศัยอยู่ร่วม กันในชุมชน รวมทั้งชาวมุสลิมจีน (ชาวหุย) ในประเทศจีน เพื่อการระบุอัตลักษณ์ทางทุนวัฒนธรรมได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เกรียงไกร เกิดศิริ. (2551). **ชุมชนกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.
- Kriengkrai Kerdsiri. (2008). **Community and Cultural Landscape**. Bangkok: Amarin Printing and Publishing.
- จิรจันทร์ วงศ์โอเกียรติ ประทีปเสน. (2548). **ขุนพลเสียดาภิเษก : ทายาทเจ้เทอ ๑๐๐ ปี คาราวานม้าต่างสู่เชียงใหม่**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ธนบรรณการพิมพ์.
- Chirichan Wongluekiet Pradipasena. (2005). **Khun Chowng Liag Lue kiet : The descendants of Zheng He 100 years ; The caravan to Chiang Mai**. 1sted. Bangkok: Thanaban Printing.
- จิตรา อนุศาสนนันท์. (2555). **การเปลี่ยนแปลงจากการขยายตัวและการจัดการตลาดน้ำคลองลัดมะยม**. ระดับปริญญาโท วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Jittra Anusasananan. (2012). **Changes from the expansion and management of Lad Mayom floating market**. Thesis of Master Degree. Faculty of Cultural Resource Management. Silpakorn University.
- ต่อสิต กลีบบัว. (2553). **การเมืองในการถ่ายภาพท่องเที่ยว : การครอบงำและการต่อรองทางวัฒนธรรม**. ระดับปรัชญา ดุษฎีบัณฑิต วิทยานิพนธ์คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Torsit Greebbua. (2010). **Politics of Tourism Photography : Cultural Domination and Negotiation**. Thesis of the Degree of Doctor of Philosophy. Faculty of Journalism and Mass Communication. Thammasat University.
- แผ่นดิน อุณจะนำ. (2552). **การส่งเสริมอัตลักษณ์พื้นที่ถิ่นของกาดวัวควายทุ่งฟ้าบด เชียงใหม่ เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน**. ระดับปริญญาโท วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- Pandin Ounchanum. (2009). **Promoting vernacular identity of tungfabod kettle market Chiang Mai for community tourism**. Thesis of Master Degree. Faculty of Architecture. Chiang Mai University.
- พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง. (2553). **พลวัตของความเป็นชาวจีนยูนนานในภาคเหนือของประเทศไทย : การบูรณาการเข้าสู่ รัฐไทย**. ระดับปรัชญาดุษฎีบัณฑิต วิทยานิพนธ์สาขาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

- Pollavat Prapatpong. (2010). **Dynamics of Being Yunnanese – Chinese in Northern Thailand : The Integrations Into Thai-State**. Thesis of the Degree of Doctor of Philosophy. Faculty of Social Sciences. Mae Fah Luang University.
- รัฐพงศ์ ปิ่นแก้ว. (2556). **การออกแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรมปากคลองสวนหมากเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- Rattapong Pinkaew. (2013). **Cultural Landscape Design “Pak Klong Suanmhak Community” for Sustainable Tourism**. Thesis of Master Degree. Faculty of Industrial Education and Technology. King Mongkut’s Institute of Technology Ladkrabang.
- รินรดา พันธุ์น้อย. (2552). **การดำรงอยู่และการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของประชาชนในสังคมพหุวัฒนธรรม : กรณีศึกษาชุมชนปุงกะเทว ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี**. ระดับปริญญาโท วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- Rinrada Phannoi. (2009). **Existence and Changes of the Ethnic Identity of People in Multicultural Society : A Case Study of Bungkasaew Community in Muang District of Ubon Ratchathani Province**. Thesis of Master Degree. Faculty of Social Sciences for Development. Ubon Ratchathani Rajabhat University.
- วนิดา พึ่งสุนทร. (2549). **การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมชุมชน**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- Wanida Pheungsoonthorn. (2006). **Community Cultural Landscape Management**. Bangkok: Amarin Publishing.
- ภาสกร คำภูแสน. (2552). **แนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม : กรณีศึกษาชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี**. ระดับปริญญาโท การค้นคว้าอิสระ ภาควิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Passakorn Kamphusaen. (2009). **Cultural landscape management : a case study of Chanthaboon Community, Chanthaburi**. Thesis of Master Degree. Faculty of Architecture. Silpakorn University.
- สรศักดิ์ เวสสุนทรเทพ. (2557). **แนวโน้มการศึกษาภูมิทัศน์วัฒนธรรมในประเทศไทย**. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Son Vessoontorntep. (2014). **Trends of Cultural Landscapes Studies in Thailand**. Faculty of Architecture. Silpakorn University.
- สุชาติ เศรษฐมาลินี. (2540). **มรดกศาสนาเชียงใหม่ภาค 1 : ประวัติและพัฒนาศาสนาในเมือง**. คณะอนุกรรมการด้านศาสนงานสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี. เชียงใหม่: นพบุรีการพิมพ์.
- Suchat Setthamalinee. (1997). **Religious Heritage of Chiang Mai 1: The History and Development of religious in the city**. The subcommittee on religious in Chiang Mai 700 years. Chiang Mai : Nopburi Publishing.
- สุวิชัน พัฒนาไพบูลย์. (2560, กรกฎาคม – ธันวาคม). กระบวนการมีส่วนร่วมในการจัดทำพิพิธภัณฑ์เชิงนิเวศชุมชนเผ่าพื้นเมือง ปกาเกอะญอ จังหวัดตาก. **วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**. 18(1) : 132 – 139.
- Suwichan Phatthanaphraiwan. (2017, July – December). Participatory Processes in the Implementation of an Eco Museum for PGAZ K’ NYAU Indigenous Communities in Tak Province. **Institute of Cultural and Arts Journal Srinakharinwirot University**. 18 (1) : 132 – 139.

- หัตยา สิริพัฒนานกุล. (2550, เมษายน – กรกฎาคม). ภูมิทัศน์วัฒนธรรม CULTURAL LANDSCAPE. **จุลสารอิโคมไทย**. ฉบับที่ 10
สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2560 จาก http://www.icomosthai.org/TH_news/download/newsletter10-1.pdf.
- Hattaya Siriphattanakul. (2007, April - July). CULTURAL LANDSCAPE. **ICOMOS Thailand Newsletter**. 10.
Investigated by 10 January 2017, from http://www.icomosthai.org/TH_news/download/newsletter10-1.pdf.
- อรศิริ ปาณินท์. (2526). ตลาดพื้นบ้านลานนาไทย. การประกวดแบบอนุรักษ์สถานแห่งชาติของคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร. **วารสารหน้าจั่ว** ฉบับที่ 3 มกราคม-ธันวาคม.
- Ornsiri Panin. (1983). Lanna Market. **Najua Journal** no.3. January – December.
- อนุวัฒน์ การถัก และ ทรงยศ วีระทวีมาศ. (2558). **ภูมิทัศน์วัฒนธรรม : ความหมาย พัฒนาการทางแนวคิด และทิศทางการศึกษาวิจัย**. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Anuwat Karnthak and Songyot Weerataweemat. (2015). **Cultural Landscape : Meaning, Conceptual Development and Research Direction**. Faculty of Architecture. Korn Kaen University.
- อาทิตย์ แสมเมอริ. (2552). **การใช้กิจกรรมตามแนวคิดโปรแกรมภาษาประสาธน์เพื่อส่งเสริมความรู้ด้านคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ความคงทนในการจำและทัศนคติเชิงบวกของผู้เรียน**. ระดับปริญญาโท วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สืบค้นจากเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2560, จาก : <http://tdc.thailis.or.th>
- Artite Hammary. (2009). **Use of neurolinguistic programming activities to promote English vocabulary knowledge, retention and positive attitudes of the learners**. Thesis of Master Degree. Faculty
of Education. Chiang Mai University. Investigated by 21 January 2017, from : <http://tdc.thailis.or.th>.
- อาภาวดี ทับสิริรักษ์. (2555). **การพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวญัฮกุร อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา**. ระดับปริญญาโท การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2560, จาก : <http://mslib.kku.ac.th>.
- Arphawadee Tabsirak. (2012). **Potential Development of Cultural Tourism Management for the Nyahkur Ethnic Group Thepsathit District, Chaiyaphum Province**. Independent study of Master Degree
of Business Administration in Tourism Management. Korn Kaen University. Investigated by 25
January 2017, from : <http://mslib.kku.ac.th>.
- Anna Pollock. (2012, April - June). **The Importance of Sustainable Tourism Management**. E-Journal
TAT Review Magazine. from : <http://etatjournal.com>.
- Bourdieu. P. (1986). **The form of capital**. In J.G. Richardson (Ed.), **Handbook of theory and research for the sociology of education**. New York, NY: Greenwood Press.

