

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มุ่งหมายทำความเข้าใจต่อยุทธศาสตร์ในการปรับตัวของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงคอยมูเซอของจังหวัดตาก ภายใต้บริบททางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของการพัฒนาและการอนุรักษ์ การดำรงอยู่ของชุมชนชาติพันธุ์ถูกกระทบอย่างรุนแรงจากการเข้ามาของระบบตลาดและการท่องเที่ยว แม้การศึกษาจะเน้นกลุ่มมูเซอผู้เป็นประชากรชาวเขาส่วนใหญ่ในพื้นที่ แต่ก็วิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ของคนกลุ่มนี้กับคนกลุ่มอื่นๆที่อาศัยอยู่บนคอยมูเซอ ไม่ว่าจะเป็นชาวบ้านชาติพันธุ์อื่นๆ คนไทยพื้นราบ เจ้าหน้าที่รัฐ และกลุ่มทางสังคมต่างๆด้วย กลุ่มคนเหล่านี้มีความแตกต่างหลากหลายทั้งในด้านสถานภาพ ศักยภาพที่จะเข้าถึงทรัพยากรในพื้นที่ทำกิน ทำให้มียุทธศาสตร์เชิงพื้นที่ในตลาดที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ การวิจัยนี้ยังครอบคลุมปฏิบัติการไม่เพียงเฉพาะในตลาดเท่านั้น แต่ยังเชื่อมโยงยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่ในตลาดของกลุ่มชาติพันธุ์เข้ากับวิธีการดิ้นรนเพื่อยังชีพและการแก้ปัญหาเรื่องพื้นที่ในหมู่บ้านและพื้นที่ทำการเกษตรอีกด้วย

การศึกษาพบว่า แม้ว่าทหกรรมการอนุรักษ์และการพัฒนาจะบีบคั้นชาวเขาอย่างหนักหน่วงในเรื่องพื้นที่ทำกิน พวกเขาก็ไม่ได้ตกอยู่ในสถานะของการเป็นผู้ถูกกระทำตลอดเวลาและเสมอไป บริบทของการท่องเที่ยวเอื้อให้พวกเขาสามารถเปิดพื้นที่ใหม่ๆเพื่อต่อรองได้ พื้นที่หลักอย่างหนึ่ง คือตลาด บรรดากลุ่มพ่อค้าแม่ค้าชาวลาหู่และกลุ่มทางสังคมต่างๆบนคอยมูเซอ ต่างก็มียุทธศาสตร์ของการช่วงชิงพื้นที่ตลาดอันหลากหลาย แต่ละกลุ่มต่างมีเทคนิคและยุทธวิธีของการโต้ตอบต่อรองกันในความซับซ้อนของการแข่งขันและการร่วมมือ ยุทธศาสตร์ในการช่วงชิงพื้นที่จะมีความแตกต่างไปตามศักยภาพของการเข้าถึงข้อมูล การเข้าถึงทรัพยากรในพื้นที่ และการสร้างเครือข่ายทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป ในตลาด อัตลักษณ์ “ความเป็นชาวเขา” สามารถถูกใครก็ได้ ทั้งที่เป็นและไม่เป็นชาวเขาหยิบฉวยมาใช้เป็นยุทธศาสตร์การขาย

ในพื้นที่หมู่บ้าน นโยบายส่งเสริม โสมสเดชของรัฐบาลชาวบ้านต่างกลุ่มตีความและปฏิบัติใช้จริงในลักษณะที่แตกต่างกัน ชาวบ้านบางกลุ่มไม่ยอมให้พิธีกรรมบางอย่างกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ในขณะที่บางกลุ่มเลือกที่จะปรับตัวตามกระแสตลาดการท่องเที่ยวเต็มที่ ในพื้นที่ป่าชาวบ้านได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชนต่างชาติและพระนักพัฒนา ทำให้เรียนรู้วิถีคิดและเทคนิคการเกษตรผสมผสานมาใช้ต่อรองกับรัฐเพื่อรักษาที่ทำกินของตน

ทั้งชาวบ้านชาติพันธุ์ คนไทยพื้นราบ เจ้าหน้าที่รัฐ ต่างก็มีวิถีคิดและนิยามของการเข้าถึงและการจัดการพื้นที่ที่หลากหลาย นำไปสู่ปฏิบัติการในเชิงพื้นที่ที่แตกต่างกันไป ชาวบ้านชาติพันธุ์นับเป็นกลุ่มประชากรหลักและมียุทธวิธีของการปรับตัวที่แตกต่างหลากหลายมากที่สุด การนำเสนอตัวตนของพวกเขาและเธอนั้น ไม่ได้ผูกขาดหรือตายตัวอยู่ในนิยามความหมายชุดใดชุดหนึ่ง ชาวบ้านเลือกที่จะนำเสนอตัวตนในแบบสั้นไหล สามารถแปรเปลี่ยนไปตามสถานการณ์และเงื่อนไขแวดล้อมที่ตนเผชิญหรือดำรงอยู่ สามารถเป็นได้ทั้งพ่อค้าแม่ค้า เป็นนักอนุรักษ์ทรัพยากร เป็นพรานล่าสัตว์ นักเก็บหาของป่าต่างๆ ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันได้สะท้อนภาพของการดำรงอยู่ของคนตัวเล็กตัวน้อยในฐานะของการเป็น ผู้กระทำการ คิดเป็น เรียนรู้ได้ มากกว่าการเป็นผู้อ่อนแอ ไร้ทางสู้และถูกกระทำอยู่ตลอดเวลา

This study aims to understand adaptation strategies of a hill tribe on Doi Musoe in Tak province. Within the socio-economic and cultural context of development and conservation discourses, tourism and market system have had great impact on the hill tribe's way of life. Though this study emphasizes Mu Seu who is the majority of hill tribe people in the area, the study also considers various types of relationship between Mu Soe and other groups like Lisu, Hmong, the lowland Thai people, governmental officials and other social groups in the area. These groups are different in terms of social status as well as their potential to have access to land and other resources which leads to their diverse spatial tactics in the market. Moreover, the study does not concentrate only on the villagers' strategies in the market, but associates those behaviors in the market with the villagers' struggles to preserve the areas in the villages and in the forest.

The study has found out that though being pressured hardly to leave their land by the state's developmental and forest preservation policies, the villagers are not always passive. Tourism is a context in which they have found new ways to cope and tourist market is one major space that gives them chances. Different groups of vendors develop different spatial tactics to occupy the best areas in the market. Intense competition happens alongside mutual cooperation. Spatial tactics differ according to each person's potential to get necessary information, different access to resources in the area and potential to create socio-economic networks. In the market, "hill tribe identity" can be manipulated and utilized by both hill tribe and non-hill tribe people as one kind of selling strategy.

In the villages, home-stay tourist management, strongly supported by the government, has been interpreted and practiced differently by different groups of villagers. Some do not want to turn certain rituals into cultural goods while others are ready to accept and adjust to market drive. As for the forest areas, villagers have been supported by foreign NGOs and a developer monk to learn new agricultural techniques and methods of forest preservation in order to maintain the areas necessary for earning their living.

Villagers, Thai lowlanders or governmental officials have different definitions of spaces, different ways of spatial access and different spatial tactics which lead to different kinds of spatial practices. Hill tribe villagers, who are the major population in the area, have most diverse adaptation strategies. They do not fix their identities within any rigid sets of meaning. They can represent themselves differently in different settings and contexts. They can become vendors, forest preservers, or hunters and gatherers. Their everyday life practices reflect their role as active actors, capable of learning and adapting, rather than a meek, weak and passive subjects.