การศึกษาบริบททางสังคมและวัฒนธรรมสู่การออกแบบเลขนศิลป์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษาสามชุกตลาดร้อยปี จังหวัดสุพรรณบุรี

A Study on Social and Cultural Contexts to Graphic Art Design for Promoting Community-Based Tourism: A Case study of Samchuk 100-Year Market, Suphan Buri Province

[1]วรรณพร ยังศิริ [2]ประดิพันธุ์ เลิศรุจิดำรงกุล
[1]Wanaporn Yangsiri [2]Pradiphat Lerrujdumvongkul
[1,2]คณะมัณฑนศิลป์, มหาวิทยาลัยศิลปากร
[1,2]Faculty of Decorative Art, Silpakorn University
[1]Corresponding author, e-mail: Ploywanaploy@gmail.com

Received October 16, 2024; **Revised** January 27, 2025; **Accepted:** January 30, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี นำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์วัฒนธรรมและความเป็นชุมชนท้องถิ่น จากการเก็บข้อมูลผ่านการสังเกต การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ คนในชุมชน และนักท่องเที่ยว สู่การออกแบบเลขนศิลป์ในบริบทร่วมสมัยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า 1) ตลาดสามชุกมีอัตลักษณ์โดดเด่นด้านสถาปัตยกรรม เช่น เรือนไม้แถวโบราณที่คงสภาพสมบูรณ์ และสถาปัตยกรรมแบบชิโน-โปรตุกิส ซึ่งสะท้อนบริบทการเป็นชุมชนค้าขายชาวไทย-จีน 2) ชุมชนมีองค์ความรู้ด้านการประกอบอาหาร การถนอมอาหาร และการคัดสรรวัตถุดิบที่ส่งต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ทรงคุณค่า 3) การต่อยอดผลงานออกแบบในบริบทร่วมสมัย เช่น การออกแบบอัตลักษณ์ ชุดสีลวดลาย ตัวการ์ตูน และการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของตลาดและและทัศนคติที่ดีต่อตลาดได้อย่างเหมาะสม สามารถนำโครงการไปต่อยอดในพื้นที่จริงเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและรักษาคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงการส่งเสริมประเพณีอันดีงามของชุมชนต่อไป

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม; การท่องเที่ยวเชิงอาหาร; การอนุรักษ์ภูมิปัญญา; การออกแบบเลขนศิลป์; การส่งเสริมการท่องเที่ยว

Abstract

This article aims to study the social and cultural context of Samchuk Market, Suphanburi Province, and analyze and synthesize the local culture and community identity based on data collected through observations and interviews with entrepreneurs, community members, and tourists. The findings led to the design of

contemporary art symbols to promote tourism. The study revealed that: 1) Samchuk Market has a distinctive architectural identity, including well-preserved wooden row houses and Sino-Portuguese architecture, reflecting the context of a Thai-Chinese trading community; 2) The community possesses valuable local knowledge in food preparation, food preservation, and ingredient selection, which has been passed down through generations, representing important local wisdom; 3) The application of contemporary design elements, such as creating symbols, color schemes, patterns, and cartoon characters, as well as designing food-oriented tourism activities, can enhance the market's image and foster positive attitudes towards the market. The project can be extended in real-world applications to promote tourism and preserve cultural values, local wisdom, and the good traditions of the community.

Keywords: Architectural Identity; Gastronomy Tourism; Cultural Preservation; Contemporary Art Design; Tourism Promotion

บทนำ

ตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นชุมชนเก่าแก่ที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำท่าจีน ซึ่งในอดีตเคยเป็นแหล่งการค้าและแลกเปลี่ยนสินค้าที่สำคัญ เนื่องจากเป็นเส้นทางผ่านของเรือขนส่งสินค้า ซึ่งทำให้เกิดการตั้งถิ่นฐานของชาวไทย-จีน และกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ บริเวณตลาดสามชุกจึงมีความสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมในช่วงเวลาดังกล่าว ทว่าเมื่อเวลาผ่านไป การจราจรทางน้ำเริ่มลดบทบาทลง และการค้าขายทางบกเริ่มเข้ามาแทนที่ ทำให้บทบาทของตลาดริมแม่น้ำลดลงไปเช่นกัน บรรยากาศการค้าขายที่เคยคึกคักเริ่มซบเซา ข้อมูลจากหนังสือย้อนมองสามชุก...กว่าจะถึงวันนี้ ระบุถึงความสำคัญของเหตุการณ์ที่กรมธนารักษ์มีนโยบายให้รื้อถอนเรือนค้าเก่าในตลาดสามชุก เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจที่ตกต่ำและความเสื่อมโทรมของตลาด ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการรวมตัวของคนในชุมชนเพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูตลาดสามชุกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ตลาดสามชุกในปัจจุบันยังคงรักษาเอกลักษณ์และวิถีชีวิตดั้งเดิม เช่น น้ำใจไมตรีของพ่อค้าแม่ค้า ข้าวของเครื่องใช้ และอาหารพื้นบ้านที่ยังคงถูกนำมาขายตามแบบฉบับดั้งเดิม สิ่งเหล่านี้ล้วนสะท้อนวัฒนธรรมที่สืบทอดมาเป็นร้อยปี และได้ถูกบ่มเพาะจนกลายเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่ามากมาย ด้วยการสนับสนุนจากแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ BCG (BCG Thailand, 2564). ได้มีการกล่าวถึง การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานการใช้องค์ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ เชื่อมโยงกับทุนทางปัญญา และความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานของความรู้และความคิดสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้มาสัมผัสกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนต่างๆ

จากแนวทางการพัฒนาเหล่านี้ ผู้วิจัยเห็นถึงโอกาสในการต่อยอดการท่องเที่ยววิถีชุมชนของตลาดสามชุกให้สอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการเชื่อมโยงวัฒนธรรมและอาหารเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว ผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

(สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อพท., 2566) ที่ไม่เพียงแค่การสัมผัสรสชาติอาหาร แต่ยังเป็นการเรียนรู้และเข้าใจวิถีชีวิตและประเพณีของชุมชน รวมถึงการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ส่งต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชนและส่งเสริมการอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่นในระยะยาว

วัตถุประสงค์จากการวิจัย

1.เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ วัฒนธรรมและสถานที่ท่องเที่ยวในตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

2.เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์วัฒนธรรมและความเป็นชุมชนท้องถิ่น มากำหนดแนวคิดในการออกแบบเลขนศิลป์

3.เพื่อนำเสนอผลงานการออกแบบเลขนศิลป์ในบริบทร่วมสมัย ผ่านการนำเสนอประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ระเบียบวิธีวิจัย

บทความวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากการทบทวนวรรณกรรม การลงพื้นที่สำรวจ และการสัมภาษณ์จากนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการวิเคราะห์ ได้แก่ ข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรมของตลาดสามชุก และทฤษฎีเกี่ยวกับศิลปะและการออกแบบ ซึ่งได้จากการทบทวนวรรณกรรม การลงพื้นที่สัมภาษณ์ตามบริบท และจากแบบสอบถาม นำมาสรุปหาแนวทางในการออกแบบเลขนศิลป์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีการดำเนินงานดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

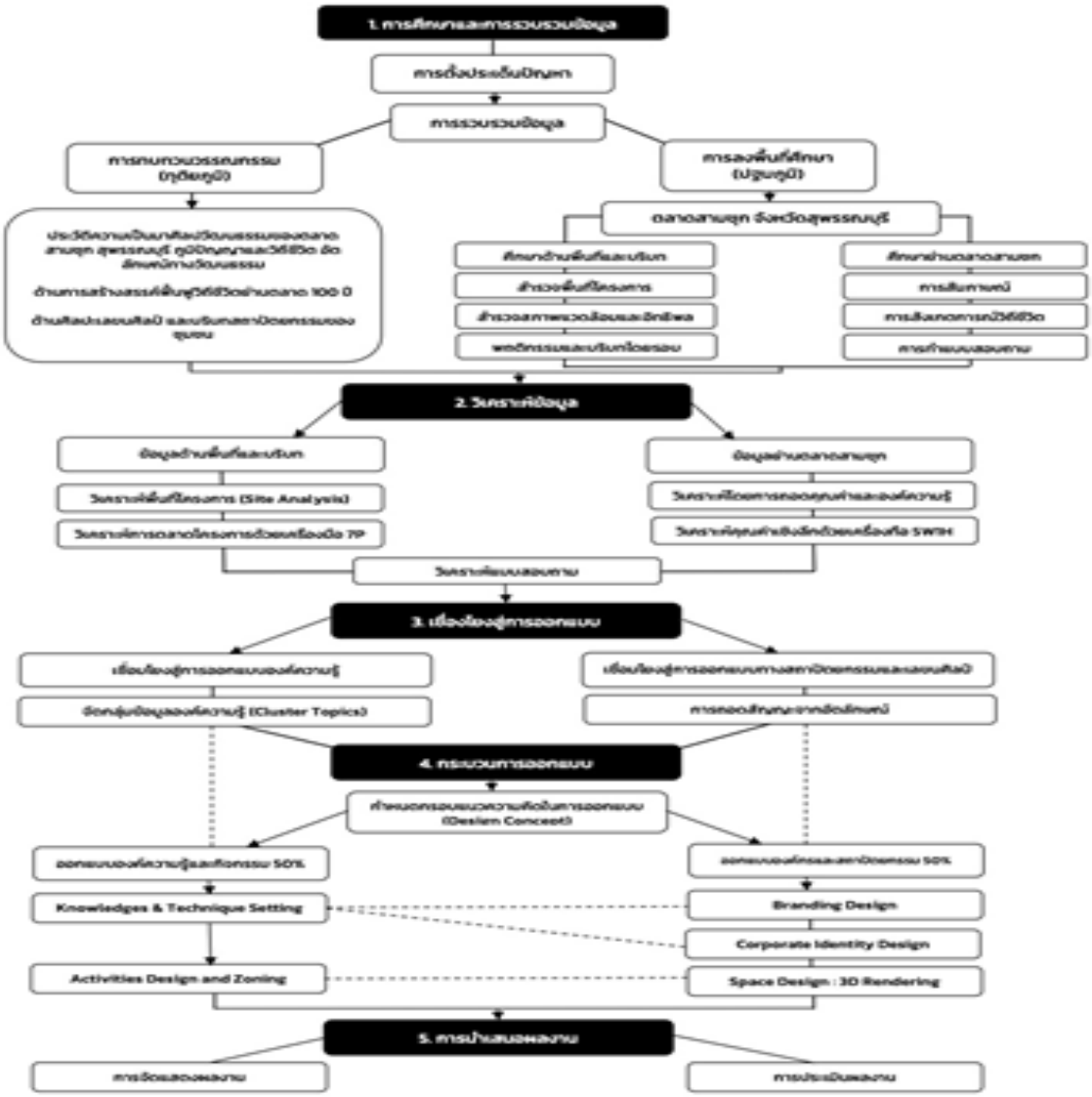
2. การสัมภาษณ์ สร้างเครื่องมือจากเอกสารและงานวิจัย และลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 20 คนโดยการเลือกแบบเจาะจง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ และปฐมภูมิ เพื่อนำมาซึ่งข้อมูลด้านบริบทสังคม และวัฒนธรรมของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นที่การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้านศิลปวัฒนธรรม จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมร่วมกับแหล่งข้อมูลปฐมภูมิโดยการลงพื้นที่สัมภาษณ์ตามบริบทและการสังเกตุการณ์ เพื่อนำมาซึ่งข้อมูลด้านองค์ความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมของตลาดสามชุก สุพรรณบุรี การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้านพื้นที่โครงการ (Site Analysis) เพื่อนำมาซึ่งข้อมูลองค์ความรู้สำหรับนำเข้าสู่กระบวนการออกแบบ

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิเครื่องมือประเภทแบบสอบถามเพื่อนำมาซึ่งความคิดเห็นต่อความสำคัญในการสร้างสรรค์พัฒนาให้เกิดกิจกรรมสร้างสรรค์ และการออกแบบเลขนศิลป์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

4. กระบวนการออกแบบ ผู้วิจัยเชื่อมโยงผลการศึกษาที่ได้จากกระบวนการวิเคราะห์เข้ากับกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งขอบเขตการเชื่อมโยงออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1. การออกแบบเลขนศิลป์ 2. การออกแบบกิจกรรม โดยมีตารางสรุป ดังนี้



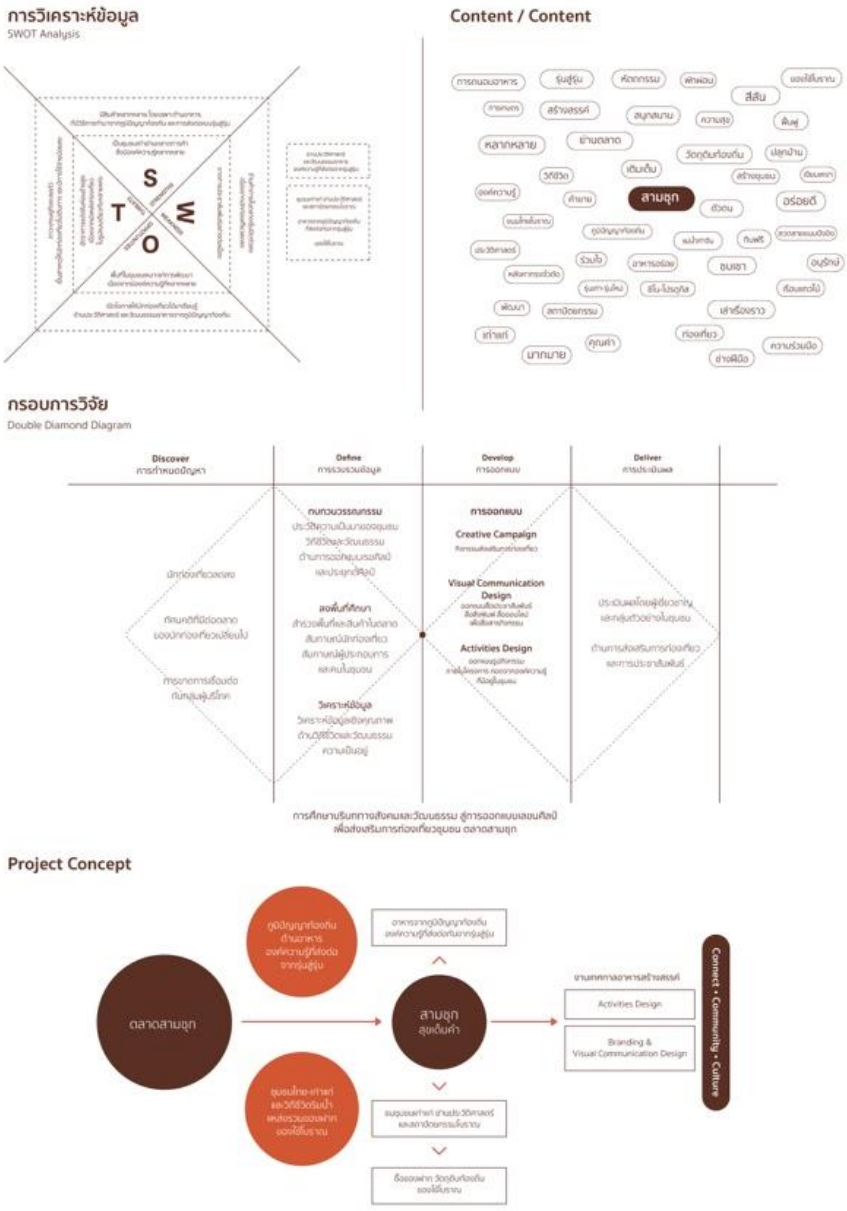
ภาพที่ 1 วิธีการดำเนินการวิจัย

ผลการศึกษา

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จากการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรมของคนในชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี รวมถึงการลงพื้นที่สังเกตการณ์และการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการค้าขายและนักท่องเที่ยว พบว่าตลาดสามชุกยังคงมีความสำคัญต่อประชาชนในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงเป็นอย่างมากทั้งในแง่ของการเป็นแหล่งทำมาหากินของผู้ประกอบการดั้งเดิมที่สืบทอดอาชีพจากบรรพบุรุษ และเป็นแหล่งสร้างอาชีพใหม่ให้กับผู้คนที่เข้ามาค้าขายในพื้นที่นี้ แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย แต่วิถีชีวิตของคนในตลาดสามชุกยังคงผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมและการปรับตัวตามยุคสมัย จนทำให้ตลาดสามชุกยังคงเป็นศูนย์กลางของการค้าขายและการพบปะทางสังคมในท้องถิ่น หนึ่งในเอกลักษณ์ที่สะท้อนถึงความสำคัญของตลาดสามชุกคือการค้าขายที่มีรากฐานมาจากชุมชนชาวจีนลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ซึ่งการค้าขายและการบริโภคอาหารท้องถิ่นใน

ตลาดสามชุกสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน โดยเฉพาะอาหารการกินที่ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งรายได้สำคัญของคนในพื้นที่ แต่ยังเป็นเครื่องมือในการรักษาความเชื่อและภูมิปัญญาของบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่น โดยเฉพาะคำสอนจากผู้สูงอายุที่ได้ถ่ายทอดวิธีการค้าขายและการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับลูกหลาน จากการสำรวจพบว่า ตลาดสามชุกยังคงรักษาองค์ประกอบทางกายภาพที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตดั้งเดิม เช่น อาคารเรือนไม้และห้องแถว ที่ยังคงถูกใช้งานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและควรได้รับการอนุรักษ์ เพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเป็นศูนย์กลางในการถ่ายทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กับคนรุ่นหลัง ทั้งนี้ความเชื่อในบรรพบุรุษและการอนุรักษ์ถิ่นฐานที่ได้ถูกถ่ายทอดมานั้น ยังคงสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของตลาดสามชุกในฐานะที่เป็นแหล่งอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม การค้าขาย และวิถีชีวิตของชุมชน

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือ SWOT เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และผลกระทบต่างๆ เพื่อใช้ในการออกแบบอัตลักษณ์ของตลาดสามชุก โดยจากผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ว่า ตลาดสามชุกเป็นชุมชนเก่าแก่ที่มีความสำคัญในด้านการค้าขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของสินค้าประเภทอาหาร ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับการถ่ายทอดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาหลายรุ่น นอกจากนี้ยังมีข้าวของเครื่องใช้โบราณและของฝากที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อได้ ทั้งนี้ ตลาดสามชุกยังมีความโดดเด่นในเรื่องของสถาปัตยกรรม โดยเฉพาะเรือนไม้แถวที่ยังคงสภาพดีจนถึงปัจจุบัน รวมถึงลวดลายไม้ที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น ลวดลายขนมปังขิง ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญของพื้นที่นี้ตลาดสามชุกยังมีสิ่งที่น่าสนใจในเชิงวัฒนธรรมอย่างพิพิธภัณฑ์ชุมชน บ้านขุนจำนงค์จีนารักษ์ ที่มีสไตล์การออกแบบผสมผสานระหว่างยุโรปและเอเชีย ซึ่งสะท้อนถึงบริบทของชุมชนที่มีความเป็นไทย-จีนในสมัยอดีต นอกจากนี้ยังมีอาหารพื้นบ้านที่หลากหลาย เช่น ปลาแดดเดียว ขนมสาลี่ ขนมไทยต่างๆ และน้ำพริก ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นอาหารที่มีรสชาติอร่อย แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน แม้ว่าตลาดสามชุกจะมีจุดแข็งและความโดดเด่นในหลายด้าน แต่ก็ยังต้องเผชิญกับปัญหาบางประการ เช่น การชะลอตัวของเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพบปะและซื้อของในตลาดมีจำนวนน้อยลง อย่างไรก็ตาม พื้นที่ในชุมชนยังมีศักยภาพที่สูงในการพัฒนา เนื่องจากมีองค์ความรู้ที่หลากหลาย ทั้งในด้านศิลปวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรม รวมถึงการมีพิพิธภัณฑ์ที่สามารถใช้เป็นแหล่งเรียนรู้ และอาคารสถาปัตยกรรมโบราณที่ยังคงอนุรักษ์เอาไว้ ซึ่งทั้งหมดนี้ทำให้ตลาดสามชุกมีศักยภาพในการพเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และสามารถมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจนให้กับชุมชนได้ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่แนวทางในการออกแบบ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 จากการออกแบบเลขนศิลป์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมีการออกแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ประสบการณ์การบริโภคอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งในแต่ละกิจกรรมเป็นในลักษณะรูปแบบเฉพาะตัวและภูมิปัญญาอาหารดั้งเดิมของแต่ละร้านที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ร้านที่มีอัตลักษณ์ต่างๆจะสอดแทรกเรื่องราวของวัตถุดิบเฉพาะตัวที่มีการคัดสรรจากวิถีชีวิตของทางร้านอาหารต่างๆที่หาได้ในระแวกอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี นำมาเป็นองค์ความรู้แก่ผู้ที่ได้มาสัมผัสกิจกรรม ยกตัวอย่าง เช่น กิจกรรมที่เป็นภาพรวมของโครงการที่บอกตำแหน่งของร้านอาหารที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่อยู่ในพื้นที่ตลาดสามชุกและร้านขายของ

เครื่องใช้ชีวิตประจำวันที่เป็นร้านดั้งเดิมและร้านที่เกิดขึ้นใหม่โดยอาศัยศักยภาพของตลาดสามชุกเป็นที่ในการประกอบวิถีชีวิต กิจกรรม”ทำอย่างชุก” การสอนทำน้ำพริกหลากหลายรสชาติ การเรียนรู้กรรมวิธีการถนอมอาหาร อย่างเช่น ผักดอง มะนาวดองจากพืชท้องถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี การทำขนมไข่ปลาซึ่งเป็นขนมโบราณในกระทะทองเหลืองซึ่งเป็นขนมโบราณท้องถิ่นของจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ปัจจุบันนี้หารับประทานยาก และเป็นภูมิปัญญาการทำอาหารไทยให้เกิดองค์ความรู้แก่ผู้สนใจและนักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ต่อยอด และในการท่องเที่ยวยังคงมีเรื่องราวของศิลปวัฒนธรรมประเพณีที่อยู่ในบริบทชุมชนรอบๆของตลาดสามชุกให้ได้สัมผัสในเรื่องราววิถีชีวิตที่ยังหมุนเวียนอยู่ในปัจจุบัน เช่น การแสดงงิ้วที่สมาคมจีน การล่องเรือแม่น้ำท่าจีน และการไหว้พระที่วัดสามชุก เป็นวัฒนธรรมร่วมไทย-จีนที่เกิดขึ้นในชุมชน ด้วยบริบทพื้นที่บ้านเรือนร้านค้าที่ยังคงมีชีวิตชีวา เรือนไม้ที่ยังคงใช้เป็นที่อยู่อาศัย ทำให้นักท่องเที่ยวยิ่งเข้าใกล้วิถีชีวิตของผู้คนตลาดสามชุก เป็นประสบการณ์ที่ไม่ได้ปรุงแต่ง โดยอาศัยความรู้ทางด้านการใช้ศิลปะออกแบบมาสร้างสรรค์ให้ชุมชนเดิมเกิดคุณค่า เกิดห่วงแหน ลดการย้ายออกจากถิ่นฐาน เกิดการอนุรักษ์ต่อไปการออกแบบเลขนศิลป์ งานเทศกาลอาหารสร้างสรรค์ “สามชุก สุขเต็มคำ” การเชื่อมโยงสู่การออกแบบจากการศึกษาเก็บข้อมูลบริบทพื้นที่ตลาดสามชุก โดยวิธีการถอดสัญญะจากอัตลักษณ์ทางด้านสถาปัตยกรรม การประกอบอาชีพและอาหารในชุมชนเพื่อนำมาใช้เป็น Element ในการออกแบบเลขนศิลป์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังภาพที่ 3 และภาพที่ 4

ภาพที่ 3 การออกแบบตราสัญลักษณ์ และภาพประกอบ

ภาพที่ 4 การออกแบบการ์ตูนอัตลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์

การออกแบบกิจกรรมรูปแบบงาน “สามชุกสุขเต็มคำ” ในปัจจุบันจากสมมติฐานการวิจัยการศึกษาบริบททางสังคมและวัฒนธรรมสู่การออกแบบเลขนศิลป์ จะสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ โดยสามารถสร้างเทศกาลอาหารสร้างสรรค์ “สามชุก สุขเต็มคำ” นำเสนอกิจกรรม (Activities Design) โดยให้ Concept ของอาหารจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และองค์ความรู้ที่ส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อให้ผู้ทำกิจกรรมมีการใช้โสตสัมผัสการมองเห็น การสัมผัส การสัมผัสกลิ่น และการรับประทาน ให้เกิดประโยชน์แก่ผู้คนในสังคมที่ตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ต่อยอดมาจากบรรพบุรุษ โดยมีกิจกรรม 15 กิจกรรม ได้แก่

1. กิจกรรม “ทำอย่างชุก” (ภูมิปัญญาการทำอาหารไทย) การ Workshop ทำอาหารด้วยภูมิปัญญา และวัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่นกิจกรรมทำอย่างชุก เรียนรู้ภูมิปัญญาการทำอาหารไทย โดยนำวัตถุดิบท้องถิ่นพื้นบ้านมาใช้ และนำไปปรุงรส จนเกิดเป็นการประกอบอาชีพ

2. กิจกรรม “กินอย่างชุก” (ภูมิปัญญาการถนอมอาหาร) กิจกรรมการชิมอาหาร บอกเล่าเรื่องราวของภูมิปัญญาการถนอมอาหารและการทำอาหารจากกรรมวิธี “หมัก-ดอง” “ตากแห้ง” “เชื่อม-แช่อิ่ม” “กวน” รับรู้อารมณ์ความรู้สึก และเรื่องราวของชุมชนผ่านการทานชุดสำรับอาหารพื้นบ้านที่ปรุงจากวัตถุดิบท้องถิ่น

3. กิจกรรม “กลิ่นชุก The Smell of Samchuk” หากใครได้แวะเวียนมายังตลาดสามชุกในช่วงเช้า จะได้กริ่นครุกกรุ่นของกาแฟลอยหอมฟุ้งไปทั่วทั้งตลาด เกิดจากกรรมวิธีคั่วกาแฟแบบโบราณของร้านกาแฟอย่าง ร้านกาแฟท่าเรือโชค ที่เปิดมามากกว่า 80 ปี ชมกรรมวิธีทำกาแฟคั่วแบบ

โบราณสูตรดั้งเดิมที่ส่งต่อกันรุ่นต่อรุ่น ของร้านกาแฟท่าเรือโชคที่เปิดมามากกว่า 80 ปี และชิมรสชาติกาแฟโบราณ และ “จัมบ๊ะ” สูตรโบราณ ที่หาทานยากในปัจจุบัน

4. กิจกรรม “รสชุก” ตามหารสชาติอาหารเฉพาะตัวคุณ “เค็ม หวาน เปรี้ยว เผ็ด ขม” สามชุกเป็นตลาดที่โดดเด่นในเรื่องของกินที่หลากหลาย ชวนทุกคนมาตามหารสชาติ แห่งสามชุกแบบเฉพาะตัวของคุณ รับแผนที่ โซนร้านอาหาร และเริ่มตามหารสชาติของตัวคุณเองได้เลย รับแสตมป์จากร้านค้าแล้วนำมารับของที่ระลึก

5. กิจกรรม “ทัวร์ชุก” (เรียนรู้ประวัติศาสตร์ชุมชน) กิจกรรมท่องเที่ยว โดยมีมัคคุเทศก์น้อยเป็นไกด์นำทาง เริ่มต้นเส้นทางท่องเที่ยวจากชมพิพิธภัณฑ์บ้านขุนจำนงค์จีนารักษ์ > ชมพิพิธภัณฑ์บ้านโค้ก > เดินชมซอย 3 ซอย 4 > ไหว้ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง > ล่องเรือชมแม่น้ำท่าจีน > เรือนไทยสาคร พิพิธภัณฑ์ของโบราณ > วัดสามชุก > ล่องเรือกลับตลาด

6. กิจกรรม “อวลกลิ่นถิ่นสามชุก” การเรียนรู้การทำยาดมกลิ่นหอมจากสมุนไพรท้องถิ่นออกแบบกลิ่นตามที่สะท้อนถึงความสุข ความทรงจำ

7. กิจกรรม Samchuk Sweetness การทำไอศกรีม ด้วยเทคนิค Nitrogen Ice Cream ครีเอทไอศกรีมรสชาติใหม่โดยได้แรงบันดาลใจจากเมนูอาหารท้องถิ่นของตลาดสามชุก เช่น ไอศกรีมรสน้ำพริกนรึกกก

8. กิจกรรม สามชุกสุขเต็มคำ กินอาหารหลากหลายจากพ่อค้าแม่ค้าที่มาเปิดบูธภายในลานกิจกรรม ซื้อปิ่นโตที่ระลึกของชุมชน เพื่อนำไปใส่อาหาร และสัมผัสกับความหลากหลาย และความอร่อยทั่วทั้งตลาดได้ โดยมีพ่อค้า-แม่ค้าในตลาดร้อยปีสามชุก นำอาหารมาออกบูทให้ได้ทานกันโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

9. กิจกรรม ชุก Talk ชุก Told เปิดพื้นที่เล่าเรื่องชุมชนสามชุก เวทีเสวนา เล่าเรื่องชุมชนประวัติความเป็นมา และเรื่องราวของวัฒนธรรมอาหาร

10. กิจกรรม ลอบมองส่องชุก (ภาพถ่ายและงานศิลปะ) นิทรรศการภาพถ่ายสามชุกในมุมต่าง ๆ บอกเล่าเรื่องราวทามไลน์ตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน

11. กิจกรรม ชุมทางเสียงชุก (ศิลปวัฒนธรรมการแสดง) เวทีกิจกรรมช่วงเย็น ที่รวบรวมร้านค้าท้องถิ่น สินค้าทางการเกษตร และงานศิลปหัตถกรรม การแสดงดนตรีจากนักเรียน นักศึกษา นักดนตรีอิสระชาวสุพรรณบุรี

12. กิจกรรม ชุกก้องร้องกรู้วว (Lighting Mapping) การแสดง Lightning Projector Mapping บนสถาปัตยกรรมโบราณประกอบเพลงอีแซว เพลงพื้นบ้านของจังหวัดสุพรรณบุรี พูดถึงเรื่องราวของสายน้ำและชีวิต

13. กิจกรรม Chuck Chic ออกแบบของที่ระลึก กระเป๋า ร้อยลูกปัด ถ่ายภาพใส่ชุดไทยด้วยกล้องไม้โบราณ ออกแบบตกแต่งกระเป๋า ร้อยลูกปัด แห่งความทรงจำเกี่ยวกับตลาดสามชุกได้ในรูปแบบของตัวเอง

14. กิจกรรม นิทรรศการข้าว (องค์ความรู้การเกษตรทำนา) นิทรรศการข้าว นำเสนอเรื่องราวของกรรมวิธีการผลิตข้าว และการนำไปแปรรูปในรูปแบบต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับข้าว และอาหารที่แปรรูปมาจากข้าว

15. กิจกรรม นิทรรศการหนม เชื่อมโยงขนมมงคลในตลาดกับการร้อยดอกไม้ อีก 1 อาชีพ วิถีชีวิตการร้อยพวงมาลัยของชาวสามชุก นำเสนอเรื่องราวของกลิ่นดอกไม้กับการทำขนม แบ่งออกเป็นสามโซน สามกลิ่น กลิ่นมะลิ กลิ่นกุหลาบ กระดังงา หลังจากชมเสร็จจะได้รับพวงมาลัย น้ำลอยดอกมะลิ ขนมเปี๊ยะอบควันเทียน ดังภาพที่ 5

ภาพที่ 5 ภาพจำลองการจัดงานเทศกาลอาหารสร้างสรรค์ “สามชุก สุขเต็มคำ”

อภิปรายผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 อัตลักษณ์ วัฒนธรรมและสถานที่ท่องเที่ยวในตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ปรากฏว่าตลาดสามชุกยังคงรักษาองค์ประกอบทางกายภาพที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตดั้งเดิม เช่น อาคารเรือนไม้และห้องแถว ที่ยังคงถูกใช้งานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและควรได้รับการอนุรักษ์ เพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้และเป็นศูนย์กลางในการถ่ายทอดวัฒนธรรม

ท้องถิ่นให้กับคนรุ่นหลัง ทั้งนี้ความเชื่อในบรรพบุรุษและการอนุรักษ์ถิ่นฐานที่ได้ถูกถ่ายทอดมานั้น ยังคงสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของตลาดสามชุกในฐานะที่เป็นแหล่งอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม การค้าขาย และวิถีชีวิตของชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของพระมหาพรชัย สิริวโร, พระมหาขวัญชัย กิตฺติเมธี, ไข่มุก เหล่าพิพัฒนา และเพ็ญพรรณ เฟื่องฟูลอยพบว่า อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยว มี 3 ระดับคือ 1. อัตลักษณ์ทางกายภาพ คือลักษณะภายนอกที่แสดงออกผ่านบุคคล อุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งก่อสร้าง เช่น เครื่องนุ่งห่ม บ้าน เป็นต้น 2. อัตลักษณ์ทางจิตใจ คือลักษณะแรงจูงใจที่เกิดจากศาสนา พลักดันให้เกิดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในการอยู่ร่วมกัน เช่น การท าบุญตักบาตร การเคารพผู้ใหญ่ เป็นต้น 3. อัตลักษณ์ทางปัญญา คือ ลักษณะที่แสดงออกทางวัตถุผ่านเครื่องหมาย สัญลักษณ์และรูปแบบวิถีชีวิต รวมถึงการแก้ไขปัญหาภายในชุมชน เช่น ภาษา การแพทย์ เป็นต้น (พระมหาพรชัย สิริวโร, พระมหาขวัญชัย กิตฺติเมธี, ไข่มุก เหล่าพิพัฒนา และเพ็ญพรรณ เฟื่องฟูลอย, 2563)

วัตถุประสงค์ 2 วิเคราะห์และสังเคราะห์วัฒนธรรมและความเป็นชุมชนท้องถิ่น มากำหนดแนวคิดใน การออกแบบเลขนศิลป์ ปรากฏอัตลักษณ์และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับตลาดสามชุกซึ่งมีประวัติศาสตร์ทางการค้าระหว่างชาวไทย-จีน และกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อการค้าขายและการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ผ่านการออกแบบกิจกรรมและการออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลาดสามชุกเป็นแหล่งการค้าทางน้ำที่สำคัญในอดีต การรักษาอัตลักษณ์และวัฒนธรรมดั้งเดิมจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพื่อให้สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน เช่น การส่งเสริมอาหารพื้นบ้านและภูมิปัญญาท้องถิ่นในกิจกรรมต่างๆ โดยไม่เพียงแต่รักษาวัฒนธรรมดั้งเดิม แต่ยังสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนในปัจจุบัน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาโครงการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ เช่น กิจกรรม “ทำอย่างชุก” และ “กินอย่างชุก” สอดคล้องกับโสวัตรี ณ ถลาง และ สุดารัตน์ รอดบุญส่ง เสนอว่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมได้รับการเน้นเพื่อตอบรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ๓ รูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต และการท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมประเพณี ทั้งสามรูปแบบนี้ได้มีการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนที่เป็นตัวของตัวเอง เพื่อสร้างบรรยากาศให้นักท่องเที่ยว “เข้าถึง” ความเป็นไทยวนให้มากที่สุด ทั้งนี้ วัฒนธรรมท้องถิ่นมีแนวโน้มที่จะปรับตัวไปสู่การตอบรับการท่องเที่ยวแบบมวลชน แต่การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการรู้เท่าทัน และการเรียนรู้บทเรียนจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอื่นๆ

วัตถุประสงค์ 3 นำเสนอผลงานการออกแบบเลขนศิลป์ในบริบทร่วมสมัย ผ่านการนำเสนอประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการเชื่อมโยงวัฒนธรรมท้องถิ่นและภูมิปัญญาการทำอาหารเข้ากับการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ที่ไม่เพียงแค่ช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่น แต่ยังสามารถรักษาและส่งต่ออัตลักษณ์ท้องถิ่นให้คงอยู่กับชุมชนได้ในระยะยาว การสร้างกิจกรรมที่น่าสนใจและการออกแบบสัญลักษณ์จะช่วยให้ตลาดสามชุกกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์ และเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรมท้องถิ่นและอาหารพื้นบ้าน สอดคล้องกับวีระพล ทองมา และคณะเสนอว่า ชุมชนชาวจีนยูนานบ้านยางยังคงรักษาเอกลักษณ์ทางด้านความเชื่อและค่านิยมตามวิถีชีวิต

ความเป็นอยู่ของชาวจีนตั้งแต่บรรพบุรุษอย่างแน่นแฟ้น มีรูปแบบบ้านเรือน การแต่งกาย การใช้ภาษาพูด ภาษาเขียน แม้แต่การประกอบอาหาร โดยนักท่องเที่ยวจะมีโอกาสอยู่รวมและใช้ชีวิตแบบชุมชน และการมีส่วนรวมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมีมากผ่านกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรมทางความคิดคือความเชื่อและค่านิยม และวัฒนธรรมบรรทัดฐานอย่างอาชีพและวิถีชีวิตประจำวัน (วีระพล ทองมา และคณะ, 2554)

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการศึกษานี้สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การเชื่อมโยงวัฒนธรรมท้องถิ่นกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตลาดสามชุกไม่เพียงแค่เป็นแหล่งค้าขายทั่วไป แต่ยังเป็นจุดศูนย์กลางในการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งสามารถนำมาใช้เพื่อเสริมสร้างการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการผสมผสานกิจกรรมสร้างสรรค์กับวัฒนธรรมดั้งเดิมทำให้เกิดมิติใหม่ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับชุมชน

2. การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์ การออกแบบกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับการทำอาหารท้องถิ่น เช่น การสอนทำอาหารจากวัตถุดิบท้องถิ่น หรือการจัดงานเทศกาลอาหาร ทำให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่สูญหายไปและยังคงเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์และเผยแพร่ภูมิปัญญาดั้งเดิม

3. การพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารไม่เพียงแต่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชนได้ แต่ยังเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มธุรกิจท้องถิ่น เช่น ร้านอาหารและร้านค้าของชาวบ้าน อีกทั้งยังช่วยสร้างงานและรายได้ให้กับชุมชนโดยรวม

4. การออกแบบกิจกรรมที่สะท้อนเอกลักษณ์ท้องถิ่น ช่วยสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว โดยการใช้การออกแบบและกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เน้นความเป็นท้องถิ่นแท้ๆ มีความสำคัญในการส่งเสริม อัตลักษณ์และความภาคภูมิใจของคนในชุมชน

5. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการจัดกิจกรรมและการท่องเที่ยวโดยการให้คนในพื้นที่มีบทบาทในการสร้างและออกแบบกิจกรรมไม่เพียงแค่ช่วยในการกระตุ้นเศรษฐกิจ แต่ยังเสริมสร้างความผูกพันและความร่วมมือในชุมชน

จากองค์ความรู้เหล่านี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชน โดยการนำเสนอความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในรูปแบบที่สามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้ในระยะยาว.

สรุป

ตลาดสามชุกยังคงมีความสำคัญในแง่ของเศรษฐกิจและวัฒนธรรม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้างเศรษฐกิจและการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิม การจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของอาหารและวิถีชีวิตท้องถิ่น สามารถช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนนี้ให้เติบโตได้ นอกจากนี้ ยังช่วยเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นและสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชน การนำการออกแบบมาใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์

ท้องถิ่นผ่านสัญลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ สามารถสร้างการเชื่อมโยงระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยวได้อย่างดี จากการศึกษานี้ พบว่า ตลาดสามชุกยังคงเป็นแหล่งที่มีศักยภาพในการพัฒนาและรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารและการออกแบบกิจกรรมสร้างสรรค์จึงมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนให้เจริญรุ่งเรืองต่อไปในอนาคต ทั้งนี้ ภาครัฐและเอกชนสามารถร่วมมือกันเพื่อพัฒนาโครงการนี้ให้ประสบความสำเร็จและเป็นแบบอย่างในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยว เกี่ยวกับตัวแปรอื่น เช่น ความร่วมมือของชุมชน ความพร้อมของชาวบ้านในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนให้มีศักยภาพยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อื่น เพื่อครอบคลุมเนื้อหาในการศึกษาและสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือในการวัดระดับความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารควรคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและการลดการใช้พลาสติกและวัสดุที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ควรมีการส่งเสริมการใช้วัสดุที่ยั่งยืนและสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบรักษ์สิ่งแวดล้อม

เอกสารอ้างอิง

BCG (Thailand). (2564). *แผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทย ด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2570. BCG Thailand.* สืบค้นข้อมูลเมื่อ 1 ตุลาคม 2566 จาก https://www.bcg.in.th

พระมหาพรชัย สิริวโร, พระมหาขวัญชัย กิตฺติเมธี, ไข่มุก เหล่าพิพัฒนา และเพ็ญพรรณ เฟื่องฟูลอย, (2563). อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จังหวัดแม่ฮ่องสอน. *วารสารพุทธมัคค์ ศูนย์วิจัยธรรมศึกษา สำนักเรียนวัดอาวุธวิกสิตาราม,* 5(1), หน้า 1-14.

วีระพล ทองมา และคณะ. (2554). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนชาวจีนในพื้นที่ลุ่มน้ำแม่งอน อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่. *รายงานการวิจัย.* เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

โสวัตรี ณ ถลาง และ สุดารัตน์ รอดบุญส่ง. (2552).อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อเสริมความเข้มแข็งในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนของจังหวัดสระบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ฉบับที่ 350ปี*, หน้า 51-61.

สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อพท. (2566). *ท่องเที่ยวเชิงอาหาร [Gastronomy Tourism].*สืบค้นข้อมูลเมื่อ 1 ตุลาคม 2566 จาก https://www.dasta.or.th/