

การวิเคราะห์กิจกรรมศิลปะและการออกแบบเพื่อสร้างแหล่งท่องเที่ยวชนบทสมัยใหม่ในงานสวัสดิชยันนาก¹

ชยันรงค์ อริยะประเสริฐ²
วัฒนพันธุ์ ครุฑะเสน³

รับบทความ: 23 มีนาคม 2566 / แก้ไข: 27 พฤษภาคม 2566 / ตอรับตีพิมพ์: 30 พฤษภาคม 2566

<https://doi.org/10.14456/sbjfa.2023.4>

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งจากวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอกเรื่อง “แนวทางสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางศิลปะและการออกแบบเพื่อแหล่งท่องเที่ยวชนบท”

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร,
e-mail: ariyaprasert_c@silpakorn.edu

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร,
e-mail: krutasaen_w@silpakorn.edu

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งจากวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอกเรื่อง “ศิลปะและการออกแบบกิจกรรมการมีส่วนร่วมเพื่อแหล่งท่องเที่ยวชนบท” โดยทดลองสร้างแหล่งท่องเที่ยวชนบทสมัยใหม่ด้วยกิจกรรมที่อาศัยศิลปะและการออกแบบขับเคลื่อนโดยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และแนวคิดการแบ่งปันคุณค่าร่วมกันเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง สะท้อนการแก้ปัญหาภาวะเศรษฐกิจและประชากรที่หดตัวของพื้นที่กรณีศึกษาจังหวัดชัยนาท โดยสร้างการมีส่วนร่วมตอบแบบประเมินทั้งออนไลน์และบนกระดาษ สอบถามผู้ชมนิทรรศการศิลปะการออกแบบชัยนาท โดยมีผลงานวาดเส้น ผลงานภาพสีน้ำที่สะท้อนถึงสถานที่ท่องเที่ยวในชัยนาท และผลงานออกแบบประติมากรรมด้วยวัสดุท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบ วิเคราะห์แบบประเมินร่วมกับการสังเกตและสอบถาม สามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบประเมิน ชื่นชอบประติมากรรม 3 มิติที่ใช้วัสดุสะท้อนบริบทท้องถิ่นมากที่สุด โดยผลงานศิลปะและการออกแบบทำให้อยากไปท่องเที่ยวสถานที่นั้นมากที่สุด และต้องการเห็นศิลปะการออกแบบพื้นที่สาธารณะของชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ผลที่ได้จากข้อสรุปนำมาสู่ความสำเร็จในกิจกรรมศิลปะและการออกแบบแหล่งท่องเที่ยวชนบทสมัยใหม่ของผู้วิจัยและคณะ

คำสำคัญ: การวิเคราะห์กิจกรรมศิลปะและการออกแบบ / แหล่งท่องเที่ยวชนบทสมัยใหม่ / งานสวัสดิ์ชัยนาท

วิธีอ้างอิง

ชัยณรงค์ อริยะประเสริฐ และ วัฒนพันธุ์ ครุฑทะเล. (2566). การวิเคราะห์กิจกรรมศิลปะและการออกแบบเพื่อสร้างแหล่งท่องเที่ยวชนบทสมัยใหม่ในงานสวัสดิ์ชัยนาท. *วารสารศิลป์ พีระศรี*, 11(1), 97-118. <https://doi.org/10.14456/sbjfa.2023.4>



© 2023 ลิขสิทธิ์ โดยผู้เขียน และวารสารศิลป์ พีระศรี อนุญาตให้นำบทความไปเผยแพร่ได้ภายใต้สัญญาอนุญาตครีเอทีฟคอมมอนส์แบบแสดงที่มา-ไม่ใช้เพื่อการค้า-ไม่แก้ไขดัดแปลง (CC BY-NC-ND 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

04

An Analysis of Art and Design Activities to Create a Modern Rural Attraction at the Sawasdee Chainat Fair¹

Chainarong Ariyaprasert²
Watanaphun Kruthasean³

Received: March 23, 2023 / Revised: May 27, 2023 / Accepted: May 30, 2023

<https://doi.org/10.14456/sbjfa.2023.4>

¹This article is part of a doctoral thesis on “Art and Design Engagement Activities for Rural Attractions”.

²Assistant Professor, Doctorate student, Doctor of Philosophy Program in Design, Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University, email: ariyaprasert_c@silpakorn.edu

³Assistant Professor, Ph.D., Lecturer, Doctor of Philosophy Program in Design, Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University, email: krutasaen_w@silpakorn.edu

Abstract

This article is part of a doctoral thesis on “Art and Design Engagement Activities for Rural Attractions.” The research aims to experiment with creating modern rural tourism sites that incorporate art and design activities. These activities are driven by the concept of creative economy and the idea of value sharing to engage relevant stakeholders. The study reflects a solution to the economic and population shrinking conditions in the case study area of Chainat province. The research involves soliciting participation in online and on-site assessments, which include surveying visitors of the Chainat Art & Design Exhibition. The exhibition included drawings, watercolor paintings depicting Chainat’s tourist attractions, and sculpture designs using local materials. The collected data is analyzed through observation and inquiry. The assessment reveals that respondents were most interested in 3D sculptures that incorporated materials reflecting the local context. The art and design aspects made visitors eager to visit the place and experience the art of designing public spaces within the community. The study concludes that incorporating such art and design activities into rural tourist attractions can be highly appealing. These findings contribute to the success of the researcher and the team’s efforts in developing modern rural attractions.

Keywords: Analysis of Art and Design Activities / Modern Rural Attractions / Sawasdee Chainat Fair

Citation

Ariyaprasert, C., & Kruthasean, W. (2023). An Analysis of Art and Design Activities to Create a Modern Rural Attraction at the Sawasdee Chainat Fair. *Silpa Bhirasri Journal of Fine Arts*, 11(1), 97-118. <https://doi.org/10.14456/sbjfa.2023.4>



© 2023 by the author(s); Silpa Bhirasri Journal of Fine Arts. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-Non Commercial-No Derivatives License (CC BY-NC-ND 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

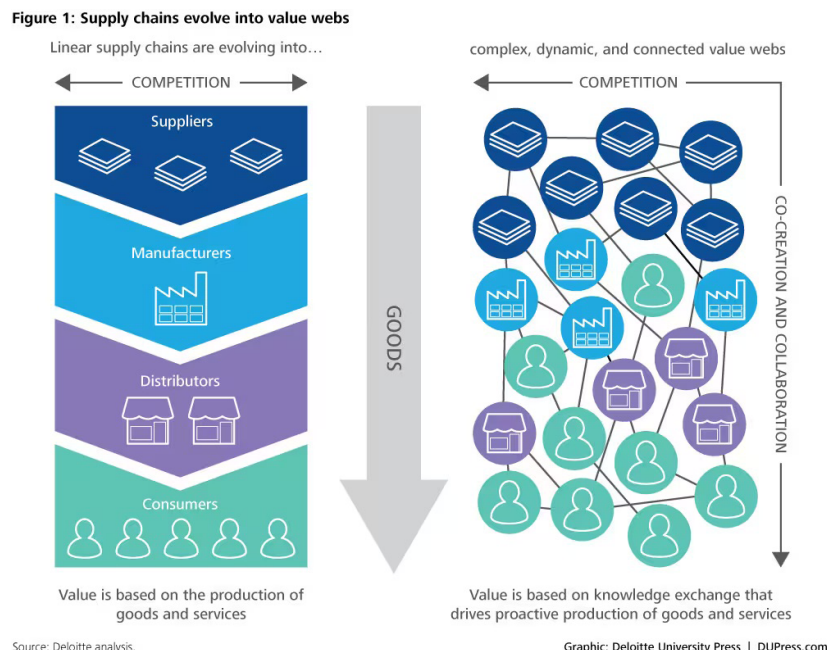
ความคิดและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในศิลปะการออกแบบงาน เทศกาลสวัสดิ์ชัยนาท

การศึกษาในปัจจุบันพบว่าความหมายของชนบทเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากเทคโนโลยีการเข้าถึงข้อมูล ความรู้และข่าวสารทางสังคม เพื่อการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ ทำให้ชนบท มีวิถีชีวิตสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก จากบทความที่พระ ทรงคุณธรรม (2561) กล่าวถึง “ก้นดาร์คือสินทรัพย์” ประโยคที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC ใช้เป็นชื่อนิทรรศการซึ่งจัดขึ้นปลายปีพ.ศ.2548 สะท้อนมุมมองแรกที่มีต่อผู้คนชนบทที่เคลื่อนย้ายออกมาแสวงหาโอกาสและสร้างรายได้ส่งกลับภูมิลำเนา โดยปัจจุบันศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบได้เกิดขึ้นในจังหวัดภูมิภาค ภาคเหนือ อีสาน และภาคใต้ เพื่อขยายโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงและกระตุ้นผู้คนเกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ สู่กระบวนการสร้างนักคิด นักออกแบบ ตลอดจนสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่น่า “ทุน” มาบวกกับ “ความคิดสร้างสรรค์” เพื่อพัฒนาและสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการที่ผลิตในประเทศเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากความหมายของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ม.ป.ป.) เป็นรูปแบบการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่สำคัญคือความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งมาจากองค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัย และนำไปประยุกต์ใช้กับวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่มีการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคหรือสังคม และสามารถสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจหรือสังคมได้ในขณะที่ความคิดสร้างสรรค์ โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ม.ป.ป.) เป็นการใช้ความสามารถในการเชื่อมโยงองค์ความรู้ สหวิทยาการและประสบการณ์ที่หลากหลาย เพื่อหาแนวทางใหม่ในการแก้ไขปัญหาหรือเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน หรือเพื่อสร้างสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ที่มีคุณค่าหรือดีขึ้นกว่าเดิม

คำถามสำคัญคือความคิดสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อใช้พัฒนาธุรกิจ ผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคมจะเกิดขึ้นอย่างไรหากเมืองและชนบทในประเทศไทยมีความแตกต่างกันมากในด้านรายได้ ผู้คน การเข้าถึงโอกาสความหลากหลายของการศึกษาและงาน จังหวัดชัยนาท เป็นจังหวัดภาคกลางตอนบน มีรายได้หลักมาจากภาคการเกษตร ปัจจุบันประสบปัญหาภาพรวมประชากรมีลักษณะหดตัว แม้มีการพัฒนาการขยายถนนทางหลวงแผ่นดิน ทางหลวงชนบท และสะพานข้ามแม่น้ำหลายแห่ง แต่ด้วยปัญหาที่ยาวนานเกี่ยวกับจำนวนประชากรน้อย ในจังหวัดมีภาวะความเป็นเมืองสูงขึ้นจากสัดส่วนประชากรเขตเทศบาลมากกว่านอกเขตเทศบาล สะท้อนปัญหาแรงงานภาคบริการในอนาคตด้วยปรากฏการณ์ชนบทสมัยใหม่ การขาดแคลนกำลังการผลิตภาคการเกษตรนอกเขตเทศบาล ตลอดจนจนปัญหากลุ่มแรงงานภาคการเกษตรเข้าสู่กลุ่มสูงวัย ทั้งแรงจูงใจจากรายได้ภาคเกษตรไม่ใช่รายได้หลักของครัวเรือนชนบทสมัยใหม่อีกต่อไป เนื่องด้วยเกษตรกรสูงวัยจะมีรายรับจากแหล่งอื่นประกอบด้วยเช่นจากรัฐสวัสดิการ บำนาญ การออม สหกรณ์และจากลูกหลาน เศรษฐกิจและสังคมโดยภาพรวม

จังหวัดจึงมีลักษณะปรากฏการณ์เมืองหดด้วยตัวเลขพัฒนาด้านประชากรและเศรษฐกิจที่เติบโตช้า จึงเป็นที่มาของผู้วิจัยและคณะที่ได้ริเริ่มโครงการเชิงทดลองสร้างจุดสนใจด้วยกิจกรรมตลาดนัดสัปดาห์ชัชวาทเพื่อชักชวนให้เกิดการมีส่วนร่วมโดยมีการจัดนิทรรศการศิลปะและการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดชัชวาทที่นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลไปสู่การพัฒนาเป็นกิจกรรมสร้างจุดดึงดูดให้เกิดการมีส่วนร่วมในจังหวัดและนำไปสู่การสร้างธุรกิจเชิงคุณค่า ซึ่ง Normann และ Ramirez (1998) เผยว่าธุรกิจทุกวันนี้ไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นด้วยวิธีเดิมได้อีกต่อไป ต้องสร้างมูลค่าและเก็บเกี่ยวคุณค่าของกิจกรรมที่เกิดขึ้นกับผู้เกี่ยวข้องเหล่านั้นร่วมกันทั้งหมดด้วย ดังนั้นกลยุทธ์ทางธุรกิจรูปแบบใหม่ในเชิงการร่วมกันสร้าง Co-creation, ร่วมกันผลิต Co-production, สร้างคุณค่าร่วม Value-creation ตามแนวคิดห่วงโซ่อุปทานหลายชั้น (Multi-level supply chain) ดังการเปรียบเทียบการส่งมอบคุณค่าสู่ผู้บริโภคแบบเดิมและแบบเชิงรุกในภาพที่ 1



ภาพที่ 1

แสดงการส่งมอบมูลค่าผ่านการผลิตสินค้าและบริการกับการแลกเปลี่ยนความรู้ที่ขับเคลื่อนการผลิตสินค้าและบริการเชิงรุก

หมายเหตุ. จาก *Supply chain and value webs: Part of the business trend series*, โดย E. Kelly & K. Marchese, 2015, Deloitte University Press (<https://www2.deloitte.com/xe/en/insights/focus/business-trends/2015/supply-chains-to-value-webs-business-trends.html>) Copyright 2015 by Deloitte University Press.

ทำให้บทบาทแต่ละส่วนในห่วงโซ่อุปทานเปลี่ยนไป และเกิดรูปแบบความสัมพันธ์เชิงคุณค่าจาก ผู้สนับสนุน ลูกค้า หุ้นส่วน Supplier, Customer, Partner ของกระบวนการธุรกิจนั้น โดยลูกค้า สามารถ สร้างคุณค่าได้จากการได้รับความรู้ ประสบการณ์ ภูมิปัญญา และทรัพยากรของสมาชิกที่อยู่ในห่วงโซ่ อุปทาน จนเกิดเป็นคุณค่าใหม่ และความสัมพันธ์นี้มีความเชื่อมโยงที่ซับซ้อน เกิดการดำเนินธุรกิจแบบ ชนะได้ประโยชน์ร่วมกัน win-win เป็นไปตามความหมายที่ Porter และ Kramer (2011) ให้การสนับสนุน กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เรียกว่าแนวคิดคุณค่าร่วมเชิงแบ่งปัน Creating Shared Value (CSV) โดย สร้างระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนแบบตลาดนัดที่ซื้อขาย แลกเปลี่ยน แบบแบ่งปันคุณค่าร่วมกัน โดยให้ผู้มา ท่องเที่ยว เป็นทั้งผู้ซื้อ ผู้ขาย ผู้แลกเปลี่ยน ในตลาดที่สร้างสรรค์ขึ้นได้ในเวลาเดียวกัน กระตุ้นเศรษฐกิจ และการจับจ่ายใช้สอยกันและกัน หมุนเวียนในพื้นที่ โดยอาศัยศิลปินและทีมงาน สร้างบุคลิกให้ตลาดนัด ให้เกิดความร่วมมือ เกิดการทำความรู้จักของผู้คนและธุรกิจใหม่ ตอบโจทย์ธุรกิจบริการ อาหารและเครื่อง ตุ่มใหม่ในจังหวัดที่ต้องการฐานลูกค้าที่ยังไม่รู้จัก สินค้าจากวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการที่ต้องการสร้าง ความรู้จักสู่ตลาดภายนอกได้ออกบ้านเพื่อทดลอง กลุ่มนอกระแสรุ่นใหม่ๆ ที่ทราบและสนใจเข้าร่วม ตลอดจนเป็นพื้นที่ทดลองกิจกรรมแสดงนิทรรศการผลงานศิลปะและการออกแบบชายนาตเพื่อนำผลประเมิน มาพัฒนาแนวทางสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่เปิดในช่วงปลายปีพ.ศ.2562

สังคมชนบทสมัยใหม่กับการมีส่วนร่วมด้านศิลปะและการออกแบบ เพื่องาน “สวัสดิชยันนาก”

ชนบทในปัจจุบันนี้คือชนบทสมัยใหม่ซึ่งเป็นสังคมชนบทที่มีการเปลี่ยนแปลงในทัศนคติและ พฤติกรรมของผู้อยู่ในชุมชน ซึ่งส่งผลต่อการเลือกประกอบอาชีพ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ และการแสดงออกความคิดเห็นของผู้คนในพื้นที่ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ ล้วนได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ ดังที่ กนกนารา พวงประยงค์ และ สานิตย์ หนูนิล (2561) ได้จำแนกไว้ ได้แก่ 1.ปัจจัยด้านบุคคล เช่น จำนวน ชาติพันธุ์ การศึกษา อาชีพ และขนาดครอบครัวของผู้อยู่ในชุมชน 2.ปัจจัยด้านจิตวิทยา เช่น แรงบันดาลใจ ความสนใจ บุคลิกภาพ ค่านิยม ความเชื่อ การปรับตัวเข้ากับ สังคม การเรียนรู้จากผู้อื่น 3.ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เช่น ฐานะหรือลำดับชั้นทางสังคมของผู้อยู่ในชุมชน 4.ปัจจัยด้านสังคม เช่น การเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือองค์กรใดๆในชุมชนหรือในสังคมข้างนอก การสื่อสาร และรับ-ส่งข้อมูลกับผู้อื่น 5.ปัจจัยด้านวัฒนธรรม เช่น ศาสนา วัฒนธรรมย่อยที่ผู้อยู่ในชุมชนถือปฏิบัติหรือ ไม่ถือปฏิบัติ เช่น ชนบทธรรมนิยมประเพณี เพลง การเต้น เสื้อผ้าและเครื่องประดับ เครื่องใช้ เครื่องหมาย เหตุการณ์ เทศกาล เป็นต้น ตลอดจนการได้รับผลกระทบจากวัฒนธรรมของสังคมข้างนอกที่ถูกถ่ายทอด ผ่านสื่อต่างๆ 6.ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ซึ่งเป็นการใช้สื่อสารที่ทันสมัย เช่น วิทยุกระจายเสียง โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต และคอมพิวเตอร์ เพื่อรับส่งข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ 7.ปัจจัยด้านความเป็นสมัยใหม่และ ระบบทุนนิยมสมัยใหม่ ซึ่งเป็นการยอมรับและปรับตัวตามแนวคิดการพัฒนา การประกอบอาชีพ การใช้ สินค้าและบริการตามตลาดการปฏิวัติเขียว การศึกษาตามหลักสูตรที่เหมาะสม และ 8.ปัจจัยด้านนโยบาย ของรัฐและแนวคิดการพัฒนาจากบุคคลหรือองค์กรอิสระ ซึ่งเป็นการปฏิบัติตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ

สังคมแห่งชาติ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นโยบายการพัฒนาชุมชน และบทบาทของภาคเอกชนในการพัฒนาชนบท จนอาจกล่าวได้ว่าปฏิสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีความซับซ้อนเหล่านี้มีผลต่อการดำเนินชีวิตทั้งในสังคมชนบทสมัยใหม่และสังคมเมือง มีผลต่อการเลือกทำกิจกรรมตามความสนใจรวมถึงมีผลต่อการแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ

ในด้านทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว โดย Dickman (1996) มีความเห็นที่สอดคล้องกับ Middleton (1994) ว่าองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวคือองค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ (attractions) ซึ่งในประเด็นของการใช้พื้นที่สาธารณะเพื่อจัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจเช่นตลาดนัดในสังคมไทยมีมานานแล้ว แต่การทำพื้นที่สาธารณะให้มีบรรยากาศน่าดึงดูดใจแบบถนนคนเดินต่างประเทศ จากการศึกษาประวัติการใช้พื้นที่สาธารณะเป็นถนนคนเดินแบบตลาดนัดในเมืองของไทย โดย ระวีวรรณ โอหารรัตน์มณี และ วีระ สัจกุล (2555) เผยให้เห็นว่าการจัดตลาดนัดแบบถนนคนเดินในประเทศไทยมีการพัฒนามาตั้งแต่ปีพ.ศ.2545 เมื่อได้มีการปิดถนนสีลมให้เป็นถนนคนเดินเพื่อบรรเทาความยากลำบากทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นหลังจากเกิดวิกฤตต้มยำกุ้ง ปีพ.ศ.2540 โดยจากการศึกษาจุดเด่นของถนนคนเดินในแต่ละภูมิภาคของไทย พบว่า ถนนคนเดินในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยมีคุณสมบัติต่างกันไปในหลายด้าน เช่น ขนาดของพื้นที่ องค์ประกอบที่ส่งผลต่อสภาพแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม การจัดการและใช้ประโยชน์จากพื้นที่ และการบริหารจัดการโครงการ โดยถือว่าได้รับอิทธิพลจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการใช้แบบอย่างกันและกันเพื่อการพัฒนา โดยถนนคนเดินในประเทศไทยนั้นมีจุดประสงค์หลักเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว กระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน สังคม วัฒนธรรมของไทยเป็นสำคัญ โดยไม่ได้เน้นให้ความสำคัญต่อสุขภาพและสิทธิที่เท่าเทียมของการใช้พื้นที่ถนนต่อผู้เดินที่แตกต่างหลากหลายบนทางเท้าสาธารณะ ผลการอภิปรายเผยให้เห็นว่าถนนคนเดินประเทศไทยสะท้อนถึงการใช้นโยบายที่เน้นประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียอันได้แก่ผู้ซื้อและผู้ขายบนพื้นที่สาธารณะที่เชื่อมโยงกิจกรรมทางสังคมของผู้คน ทำหน้าที่เชื่อมโยงความเป็นตลาดและความเป็นชุมชนที่ผสมผสานกับการใช้พื้นที่สาธารณะและวิถีชีวิตเข้าด้วยกัน ในด้านกรอบแนวคิดแบบ CSV (Creative Shared Valued)



ภาพที่ 2

แสดงบรรยากาศสวนจามจุรีของเอกชนที่ไม่คิดค่าเช่าจัดงาน “สวัสดิ์ชัยนาท”

การใช้ศิลปะและการออกแบบเพื่อสร้างกระบวนการวิจัย เพื่อวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของผู้ชมนิทรรศการศิลปะ และการออกแบบชียนาท

เพื่อให้เป็นจุดหมายการแวะเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวชนบทสมัยใหม่ที่มีจุดดึงดูดใจจากความเข้าใจความต้องการของผู้มีส่วนร่วม (Feedback) ทุกภาคส่วนและจากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยและคณะทำงานหลายภาคส่วน จึงสร้างสรรค์กิจกรรมตลาด “สวัสดิ์ชียนาท” โดยอาศัยเครือข่ายการมีส่วนร่วมหลายภาคส่วนบนแนวคิดแบ่งปันคุณค่าร่วมกัน ตั้งแต่การใช้พื้นที่จัดงานของเอกชนขนาด 4 ไร่ บริเวณตรงข้ามสวนนกชียนาทแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด ออกแบบวางผังการใช้พื้นที่ ระบบไฟฟ้าแสงสว่างเวทีการจัดแสดง และเสนา และสร้างห้องน้ำเพิ่มเติม โดยมีการออกบูธจำหน่ายสินค้า อาหารเครื่องดื่ม บริการของกลุ่มคนต่างๆรุ่นใหม่ในจังหวัดชียนาท โดยมีผู้တ်รับเชิญ และกลุ่มของสะสมนำรถโบราณร่วมจัดแสดง ได้รับการสนับสนุนจากสภาหอการค้าจังหวัด มูลนิธิบูรณะชนบท และสโมสรโรตารีจังหวัดชียนาท รวมถึงนิทรรศการศิลปะและการออกแบบที่เป็นเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด เพื่อเรียกความสนใจต่อสังคมชนบทสมัยใหม่ที่หลากหลายของชียนาท โดยในส่วนนิทรรศการ ผู้วิจัยให้ทุนสนับสนุนกลุ่มผู้เรียนจิตอาสาชั้นปีที่ 1 ภาควิชาออกแบบภายใน คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 70 คน ที่ผ่านรายวิชาแกนของคณะมัณฑนศิลป์ในภาคต้นมาแล้ว โดยบรรยายศิลปะและการออกแบบเพื่อแหล่งท่องเที่ยวชนบทจากกรณีศึกษางานวิจัยสร้างสรรค์ที่ผู้วิจัยลงพื้นที่ทำร่วมกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ในโครงการสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อสร้างชุมชนต้นแบบและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะและวัฒนธรรมและการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ในพื้นที่จังหวัดนครพนม จังหวัดหนองคาย จังหวัดบึงกาฬ และจังหวัดมุกดาหาร โดยยกตัวอย่างผลงานสร้างสรรค์ออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกรณีศึกษา และมอบโจทย์ให้ค้นคว้าและปฏิบัติงาน 3 ชิ้น แบ่งเป็นผลงาน 2 มิติ และ 3 มิติ โดยผลงาน 2 มิติ มี 2 ประเภท ได้แก่ งานวาดเส้นทิวทัศน์ และงานเขียนสีน้ำแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอต่างๆของจังหวัดชียนาทจากต้นแบบที่ค้นได้จากอินเทอร์เน็ตในมุมมองของผู้เรียน ส่วนผลงาน 3 มิติ ได้แก่ผลงานออกแบบปะติดด้วยวัสดุท้องถิ่น (Collage Art) บนฐานขนาดไม่เกิน 1 ตารางฟุต โดยใช้วัสดุทางการเกษตรในท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบให้สื่อถึงจังหวัดชียนาท ภายหลังผู้เรียนได้รับคำปรึกษาและผลประเมิน ผ่านไประยะหนึ่งในหลักสูตร พบว่ามีผู้เรียนสามารถนำไปประยุกต์ต่อยอดใช้ประโยชน์กับโครงการออกแบบภายในพื้นที่สาธารณะในชั้นปีสูงขึ้น



ภาพที่ 3
งานวาดเส้นทิวทัศน์และสีน้ำแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทพิมพ์แสดงบนไวเนล



ภาพที่ 4
ผลงานออกแบบปะติด (Collage Art) ด้วยวัสดุท้องถิ่น สื่อถึงจังหวัดชัยนาท

จากนั้นได้ออกแบบวิธีการประเมิน 2 วิธี วิธีแรกด้วยการติดตั้งภาพ QR code ในพื้นที่นิทรรศการ เพื่อใช้แสกนเข้าระบบด้วยกล้องในโทรศัพท์มือถือ เพื่อทำแบบประเมิน 3 ข้อ และออกแบบวิธีที่ 2 โดยใช้ภาพผลงานลายเส้นต้นส้มโอขาวแตงกวาของผู้วิจัยพิมพ์บนแผ่นไว้นิลขนาดใหญ่เป็นจุดดึงดูดสายตาให้น่าสนใจร่วมกับแผ่นไว้นิลขนาดใหญ่ที่พิมพ์แบบประเมิน 3 ข้อ โดยมีลูกเล่นในการประเมินโดยใช้สติ๊กเกอร์ให้เลือกแปะตามอธยาศัย พร้อมกับปากกาหลากสีส้นเพื่อใช้สร้างบรรยากาศของกิจกรรมการมีส่วนร่วมวาดภาพระบายสีสำหรับเยาวชน โดยใช้พื้นที่บริเวณซุ้มทางผ่านเข้า-ออกงานสวัสดีชัยนาทเป็นพื้นที่ทดลองทำแบบประเมิน โดยแบบประเมินออนไลน์และแบบประเมินที่พิมพ์ติดตั้งในงานสวัสดีชัยนาทเป็นคำถามแบบเดียวกัน เพื่อให้สะดวกผู้มีส่วนร่วมเข้าใช้งาน ทั้งนี้มีผู้ร่วมกิจกรรมในงานสวัสดีชัยนาทมาก จนต้องเปลี่ยนแผ่นไว้นิลให้ผู้มีส่วนร่วมกิจกรรมวาดภาพระบายสีหลายครั้ง



ภาพที่ 5

แสดงการพิมพ์ไว้นิลภาพลายเส้นต้นส้มโอขาวแตงกวาวาดโดยผู้วิจัย



ภาพที่ 6

ภาพต้นส้มโอขาวแตงกวา และการทำแบบประเมินโดยติดสติ๊กเกอร์



ภาพที่ 7

แสดงบรรยากาศวาดภาพพระบายสีต้นส้มโอและติดสติ๊กเกอร์แบบประเพณี

กระบวนการวัดผลและประเมินผลนิทรรศการศิลปะการออกแบบ ชยันตโดยเน้นการมีส่วนร่วม

ผู้วิจัยนำเสนอนิทรรศการศิลปะและการออกแบบชยันตเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทำการประเมินกิจกรรมในนิทรรศการศิลปะและการออกแบบชยันต โดยออกแบบวิธีวัดผลประเมินโดยเน้นการมีส่วนร่วมโดยอาศัยศิลปะและการออกแบบ ในส่วนการประเมินนิทรรศการศิลปะการออกแบบชยันตที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 27-31 ธันวาคม 2562 เป็นการนำผลของข้อมูลไปสู่การวิเคราะห์แนวทางนำเสนอศิลปะการออกแบบในชุมชนเพื่อพัฒนาต่อไป โดยมีคำถาม 3 ข้อ ได้แก่ 1. ความชื่นชอบศิลปะการออกแบบชยันต โดยแยกประเภทผลงานจัดแสดง 3 ประเภทได้แก่ ผลงานภาพวาดลายเส้นทิวทัศน์ ผลงานภาพวาดระบายสีทิวทัศน์สีน้ำ และผลงานออกแบบฉับพลันแหล่งท่องเที่ยวชยันต ข้อ 2. ศิลปะการออกแบบมีผลต่อผู้ชมในด้านใดมากที่สุดหลังจากรับชมนิทรรศการ โดยเลือกเพียงคำตอบเดียว จาก 3 กิจกรรม ได้แก่ ทำให้อยากรู้จักสถานที่นั้น ทำให้อยากไปท่องเที่ยวสถานที่นั้นมากขึ้น หรือทำให้อยากซื้อของที่ระลึกจากสถานที่นั้น โดยเลือกคำตอบเดียวที่คิดว่ามีผลมากที่สุด และข้อ 3. ท่านอยากเห็นศิลปะการออกแบบสามารถทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในชยันตเพิ่มขึ้นในทีใดมากที่สุด หลังจากรับชมนิทรรศการ โดยให้ท่านเลือก เพื่อจัดลำดับการทำให้ชยันตเกิดการจดจำที่โดดเด่นมากที่สุด 3 อันดับ อันดับ 1 ทำให้ชยันตโดดเด่น/น่าจดจำได้มากที่สุด อันดับ 2 ทำให้ชยันตโดดเด่น/ น่าจดจำได้ และอันดับ 3 สร้างความจดจำให้ชยันตได้ ประกอบด้วย 1. ในพื้นที่สาธารณะ ในชุมชน 2. ในวัด ศาสนสถาน 3. ในพื้นที่ทางการเกษตร 4. ในที่พัก เช่นโรงแรม โฮมสเตย์ ฯลฯ 5. ในการออกแบบ-สร้างของที่ระลึก 6. ในการสร้างสรรค์อาหาร ขนม 7. ในการสร้างสรรค์การแสดง ดนตรี การละเล่น โดยคำถามทั้ง 3 ข้อนี้ ได้นำมาออกแบบวิธีประเมินโดยใช้การสังเกตและสอบถามจากผู้มีส่วนร่วมโดยการแปะสติ๊กเกอร์และร่วมกิจกรรมวาดภาพพระบายสีบนแผ่นกระดาษสอบถามพิมพ์ไว้นิพนธ์ขนาดใหญ่เพื่อนำมาวิเคราะห์ประกอบไปใช้พัฒนาแนวทางการออกแบบกิจกรรมเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมต่อไป



ภาพที่ 8

แสดงการเขียนในแผ่นกระดาษสอบถามโดยระบายสี เขียนภาพ แปะสติ๊กเกอร์

ผลประโยชน์และสรุปประเด็นสำคัญในนิทรรศการศิลปะการออกแบบ ชัยนาทโดยเน้นการมีส่วนร่วม

ประเมินผลโครงการ
ออกมามีงานในงาน
สัปดาห์ที่ 2
27-31 ธันวาคม 2562

สรุปงาน
มีงานที่จัดขึ้นใน
พื้นที่งานศิลปะ
Qrcode ในงาน
นิทรรศการ

Mind Art Time to Design Endowment

กิจกรรมวาดรูป (ใจดี)
กิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์

ผลประโยชน์

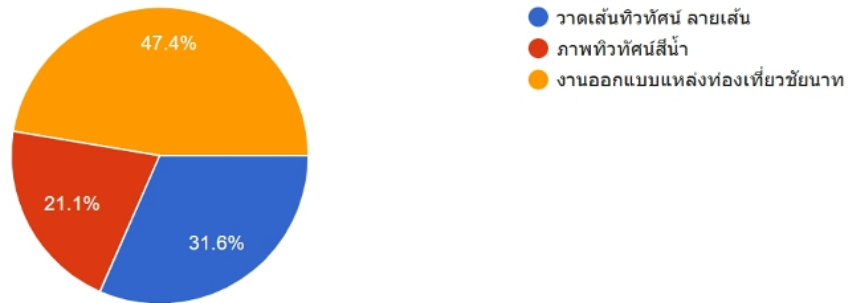
คนให้ความสนใจการมีส่วนร่วมประเมินด้วยการ
ติดสติ๊กเกอร์มากกว่าการทำ Qrcode แสกนกว่า
กันมากอย่างเห็นได้ชัด
แต่ผลของทั้งสองแบบให้ผลที่เป็นไป
ในทิศทางเดียวกัน
กิจกรรมวาดรูปมีคนให้ความสนใจ
และมีส่วนร่วมมากที่สุด
ผู้ร่วมกิจกรรมวาดรูปส่วนใหญ่เป็น
เด็กและวัยรุ่น

ภาพที่ 9

แสดงการรายงานผลการประเมินจากกิจกรรมการทดลองในงานสัปดาห์ชัยนาท

จากผลการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมแม้จะพบว่าจังหวัดชัยนาท เป็นเมืองที่มีภาวะหดตัวของ เศรษฐกิจและประชากร ที่มีภาวะความเป็นเมืองมากกว่าชนบท แต่ผู้คนโดยเฉพาะเด็กและวัยรุ่นให้การมี ส่วนร่วมประเมินด้วยการติดสติ๊กเกอร์และวาดภาพบนกระดาษสอบถามมากกว่าการสแกน QR code อย่าง เห็นได้ชัด ผลของข้อมูลที่ตรวจสอบทั้ง 2 วิธี (แบบประเมินออนไลน์ และแบบติดสติ๊กเกอร์บนกระดาษ สอบถาม) โดยเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยกิจกรรมวาดรูประบายสีบนแผ่นไว้นิลขาวที่นำมาเติม มีผู้ให้ ความสนใจมีส่วนร่วมกิจกรรมด้วยมากที่สุด รองลงมาคือกิจกรรมมีส่วนร่วมวาดรูประบายสีบนแผ่นไว้นิล ภายลายเส้นต้นส้มโอขาวแตงกวาแผ่นแรกโดยผู้วิจัย โดยผู้ร่วมกิจกรรมวาดรูปส่วนใหญ่เป็นเด็กและวัยรุ่น

1.ระดับความขึ้นชอบศิลปะการออกแบบชั้ยนาทแยกประเภท



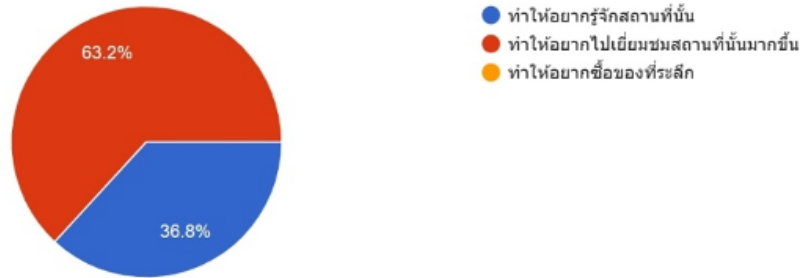
ภาพที่ 10

แสดงผลสรุประดับความขึ้นชอบผลงานศิลปะการออกแบบชั้ยนาททางกูเกิ้ลฟอร์ม

จากภาพที่ 9 การวิเคราะห์แบบประเมินออนไลน์และสังเกตจากกระดานสอบถามภายในงานพบว่า นักท่องเที่ยวผู้ชมนิทรรศการสนใจผลงานศิลปะ ขึ้นชอบผลงานประติมากรรมวัสดุทางการเกษตรที่สื่อถึงจังหวัดชั้ยนาทมากที่สุด (47.4%) รองลงมาได้แก่ขึ้นชอบนิทรรศการวาดภาพลายเส้นทิวทัศน์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชั้ยนาท (31.6%) และขึ้นชอบนิทรรศการวาดภาพทิวทัศน์สีน้ำแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชั้ยนาท (21.2%) เผยให้เห็นถึงจำนวนผู้ชมนิทรรศการเกือบครึ่ง สนใจรูปแบบและการเปลี่ยนหน้าที่ของวัสดุทางการเกษตรมาเป็นทัศนธาตุทางศิลปะของผลงานออกแบบประติมากรรมนูนต่ำเพื่อสื่อถึงจังหวัดชั้ยนาทมากที่สุด

จากการสัมภาษณ์และสอบถามเพิ่มเติมเพื่อหาสาเหตุ พบว่าผู้คนที่รับชมนิทรรศการส่วนใหญ่ทราบ คุ่นเคยและรู้จักสถานที่ที่เป็นแบบในภาพวาดลายเส้นทิวทัศน์และภาพสีน้ำอยู่แล้วเช่น สวนนกชั้ยนาท บึงกระจับใหญ่ หรือวัดที่มีชื่อเสียงต่างๆ ในภาพวาดเส้นทิวทัศน์และภาพสีน้ำ โดยแนะนำว่าหากเป็นการวาดภาพสถานที่ยังไม่รู้จักหรือเป็นภาพในมุมมองอื่นเช่นภาพวิถีชีวิตในชุมชนก็จะน่าสนใจมากยิ่งขึ้น รวมถึงผลงานวาดเส้นและผลงานสีน้ำนั้นเป็นการจัดแสดงผลงานพิมพ์จากชิ้นงานจริง เนื่องจากไม่มีพื้นที่แสดงผลงานศิลปะเป็นมาตรฐาน ทำให้ลดความน่าสนใจลงไปมาก เผยให้เห็นถึงความต้องการรับชมผลงานศิลปะ 2 และ 3 มิติของผู้คนชนบทสมัยใหม่ที่ต้องการความแตกต่างไปจากการรับรู้และความคุ้นเคยที่พบเห็นอยู่เดิม

2. ท่านเห็นความสำคัญต่อการนำศิลปะการออกแบบมาใช้มากขึ้นกว่าเดิมในประเด็นใด

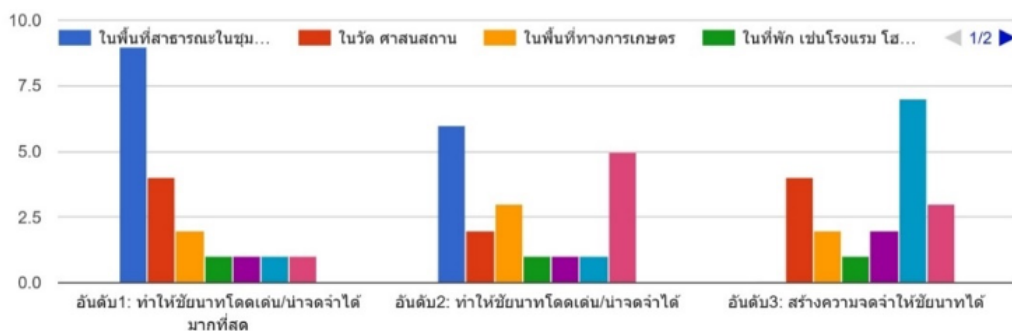


ภาพที่ 11

แสดงสรุปการนำศิลปะการออกแบบช่วยนำมาใช้ประโยชน์ทางภูมิสถาปัตย์

ด้านความสนใจการนำศิลปะการออกแบบไปใช้ประโยชน์กับชุมชนในภาพที่ 10 ผู้มาชมงานตอบในด้านที่ทำให้เกิดความอยากไปเยี่ยมชมสถานที่นั้นๆมากที่สุด (63.2%) รองมาคือการทำให้อยากรู้จักสถานที่แห่งนั้น (36.8%) ส่วนด้านความต้องการซื้อเป็นของที่ระลึกไม่มีผู้ตอบแบบประเมิน สะท้อนถึงผู้ชมนิทรรศการที่ยังไม่เห็นความสัมพันธ์ระหว่างผลงานในนิทรรศการกับการประยุกต์ไปสู่รูปแบบของที่ระลึก เพื่อนักท่องเที่ยวที่อาจต้องแสดงให้เห็นชัดเจนในการจัดนิทรรศการครั้งต่อไป หรืออาจสะท้อนถึงภาวะทางเศรษฐกิจหรือการใช้จ่ายในเมืองเล็กที่ประชากรน้อย ภาวะเศรษฐกิจหดตัว

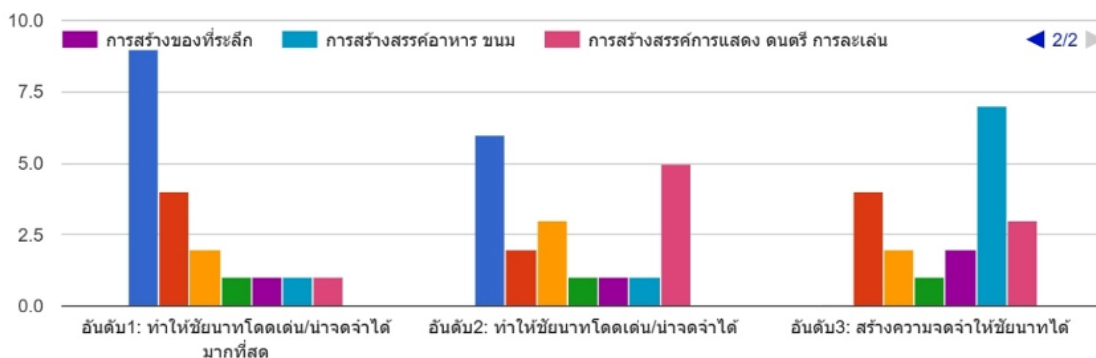
3. ท่านอยากเห็นการนำศิลปะการออกแบบทำให้เกิดการท่องเที่ยวในชียนาเพิ่มขึ้นอีกในข้อใด



ภาพที่ 12

แสดงผลสรุปศิลปะการออกแบบทำให้เกิดการท่องเที่ยวช่วยชียนาทางภูมิสถาปัตย์

3. ท่านอยากเห็นการนำศิลปะการออกแบบมาทำให้เกิดการท่องเที่ยวในชียนาเพิ่มขึ้นอีกในที่ใด



ภาพที่ 13

แสดงผลสรุปศิลปะการออกแบบมาทำให้เกิดการท่องเที่ยวชียนาทางภูเก็ต

คำถามที่ 3 ผู้ตอบแบบประเมินที่มาเที่ยวชียนาอยากเห็นศิลปะการออกแบบให้เกิดขึ้นในพื้นที่สาธารณะภายในชุมชน มากที่สุด (78.94%) รองลงมาคือวัด ศาสนสถาน (52.63%) อันดับสามมีผู้เลือกจำนวนเท่ากัน 2 ด้านคืองานสร้างสรรค์ทางดนตรีและการละเล่น การแสดง หรือละครต่างๆ กับงานสร้างสรรค์อาหาร ขนม (48.36%) ลำดับถัดมาได้แก่พื้นที่ทางการเกษตร (36.84%) ส่วนการทำเป็นของที่ระลึก (21.05%) อันดับสุดท้ายคือการนำมาใช้ตกแต่งสถานที่พัก โรงแรม โฮสเทล (15%) ประเด็นที่น่าสนใจคือคำตอบที่มีผู้เลือกตอบน้อยที่สุดเผยให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาเพื่อนำศิลปะและการออกแบบมาปรับปรุงประสบการณ์เข้าพักในชียนาให้หลากหลายและตอบสนองความต้องการเบื้องต้นของนักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าพักที่แตกต่างกันได้เป็นอย่างดี

รายงานการวิเคราะห์ทางศิลปะและการออกแบบเชิงคุณภาพที่ประเมินโดยผู้วิจัย

นอกจากกระบวนการทดลองออกแบบสอบถาม การออกแบบวิธีประเมินและสังเกตการณ์โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยยังได้ทำการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบและรายละเอียดเพิ่มเติมในภาพผลงานศิลปะระบายสีและวาดภาพของเด็กและผู้คนที่มาเที่ยวชียนาเพื่อค้นหาแบบที่มีความน่าสนใจศึกษาต่อไปด้วยการสังเกตประกอบกับการสอบถามสัมภาษณ์ เปิดเผยให้รับรู้ของเด็กและเยาวชนที่มาเที่ยวภายในงานมีทั้งที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดชียนาโดยเดินทางมากับผู้ปกครอง โดยรถส่วนตัว มีทั้งจากในอำเภอและต่างอำเภอ บางส่วนมาจากต่างจังหวัด โดยมาเที่ยวในงานกับครอบครัว โดยกลับภูมิลำเนาเฉพาะช่วงเทศกาลวันหยุดยาว ทั้งแบบพักค้างแรมที่บ้านญาติในต่างจังหวัดและอำเภอ อีกบางส่วนเป็นลูกหลานของผู้ค้าที่มาก่อร้าน ที่พักอยู่ภายในงานและแวะใกล้เคียง ผลงานที่สื่อสารในภาพที่เขียนเพิ่มเติมนั้น สะท้อนถึงความต้องการกิจกรรมศิลปะที่ทำด้วยกันในพื้นที่สาธารณะ

จากการสังเกตถึงรูปแบบและเนื้อหาที่ผู้นิยมเขียนเติมในภาพถ่ายเส้นต้นส้มโอขาวแตงกวาที่เป็นต้นแบบเปรียบเทียบกับที่เขียนเติมบนผืนไวนิลแผ่นเปล่าที่นำมาเปลี่ยนในแต่ละวันนั้นพบว่าสำหรับภาพถ่ายเส้นต้นส้มโอขาวแตงกวาที่ผู้วิจัยวาดภาพเอาไว้เปรียบเสมือนพื้นที่สาธารณะที่มีเค้าโครงรูปแบบสถาปัตยกรรมอาคารเบื้องต้นให้ผู้ร่วมกิจกรรมได้เข้ามาแต่งเติม โดยพบว่าเยาวชนมีส่วนร่วมในการประดับประดาเพิ่มเติมสีสันลงไป ในรายละเอียดของเส้นใบและกิ่งก้านเดิมที่มีน้ำหนักเข้มอ่อนเป็นเค้าโครงอยู่ โดยมีการเว้นระยะห่างกันและกัน มีการใช้สีเส้นและแสดงค่าน้ำหนักเข้มและอ่อนแตกต่างกัน สะท้อนถึงความพยายามให้ภาพรวมมีที่ว่างสำหรับทุกคนให้เข้ามาเพิ่มเติมสีสันสดใสสวยงามให้โดดเด่นมากยิ่งขึ้น

ในขณะที่เดียวกันมีผู้ร่วมกิจกรรมวาดภาพบางส่วนเพิ่มเติมภาพให้เป็นภาพสัตว์เล็กๆ แทรกอยู่ในภาพเช่น กระรอก นก หุ่นยนต์ ขับเน้นให้ภาพถ่ายเส้นเดิมมีเรื่องราวที่มีรายละเอียดที่น่าสนใจมากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าเยาวชนผู้ร่วมกิจกรรมวาดภาพระบายสีเติมบนภาพถ่ายเส้นเค้าโครงเดิมนั้น มีความเข้าใจถึงรูปลักษณะเดิมของภาพและต้องการเพิ่มเติมเค้าโครงให้มีความสมบูรณ์ โดดเด่น มีชีวิตชีวา มีรายละเอียดเรื่องราวที่สะท้อนรายละเอียดที่สัมพันธ์กันมากยิ่งขึ้น ซึ่งเผยให้เห็นถึงความต้องการประดับตกแต่งพื้นที่สาธารณะให้มีเอกลักษณ์ที่สัมพันธ์กลมกลืนกัน

ส่วนการเขียนเติมบนผืนไวนิลแผ่นเปล่าที่นำมาเปลี่ยนในแต่ละวันนั้น มีการระบายสีและเส้นทับกันไปมาจำนวนมากทำให้ดูซับซ้อน ไม่ชัดเจน ให้ความรู้สึกสับสน คลุมเครือและทำความเข้าใจได้ยาก ทั้งนี้ได้ค้นพบสิ่งที่น่าสนใจคือการเขียนตัวหนังสือ ตัวเลข ตัวอักษรลงไปในพื้นที่ว่างจำนวนมากว่าที่เขียนเติมลงไป ในภาพถ่ายเส้นต้นส้มโอ จากการสังเกตพฤติกรรมพบว่าเยาวชนจำนวนหนึ่งเลือกเขียนเป็นตัวเลขและอักษรมากกว่ารูปภาพ ส่วนที่เขียนรูปภาพได้มักเป็นลายเส้นตัวการ์ตูน ภาพสัญลักษณ์เครื่องหมาย เช่น โลโก้ ประกอบกับตัวหนังสือ วิเคราะห์ได้ว่าเพื่อสื่อสารถึงทักษะที่ถนัดต่อผู้อื่นได้รับรู้และเข้าใจความต้องการ มีการเขียนชื่อตนเอง ชื่อเฟสบุ๊ค ไลน์ไอดี หรือไอจีของตนเอง เบอร์โทรศัพท์มือถือ ลงไปในภาพ วิเคราะห์ได้ว่าเพื่อแนะนำตนเองให้เป็นที่รู้จัก เผยให้เห็นถึงความต้องการพื้นที่สาธารณะที่สามารถสร้างความรู้จักแนะนำตนเองได้ เพื่อสร้างการช่องทางการติดต่อปฏิสัมพันธ์ทางสังคมให้ตอบโจทย์ความต้องการเบื้องต้นที่หลากหลายของแต่ละกลุ่มผู้ใช้พื้นที่



ภาพที่ 14

แสดงรายละเอียดภาพวาด ระบายสี และรายละเอียดในแผ่นกระดาษสอบถาม

การนำผลการศึกษาวิจัยโดยอาศัยศิลปะและการออกแบบกับการมีส่วนร่วมมาใช้ประโยชน์ต่อสังคมและชุมชน

ผู้วิจัยได้นำผลประเมินและบทวิเคราะห์มาพิจารณาพร้อมกับแนวทางพัฒนากิจกรรมที่จัดต่อเนื่องในลักษณะเทศกาลกิจกรรมสร้างสรรค์ศิลปะสตรีตอาร์ตในชุมชน และแนวทางพัฒนารูปแบบของกิจกรรมภายในตลาดเพื่อสร้างจุดดึงดูดที่ตอบโจทย์ความต้องการเบื้องต้น (Unmet Needs) ของกลุ่มเยาวชนผู้ค้าขายใหม่ได้รับการแบ่งปันคุณค่าจากบรรยากาศของสถานที่เก่าแก่ที่มีความหมาย โดยพิจารณาอาคารและทำเลที่ตั้งเพื่อจัดกิจกรรมอย่างพิถีพิถัน โดยได้รับการอนุเคราะห์พื้นที่จากทายาทเจ้าของตลาดสดภาษีซุง ตลาดเช้าเก่าแก่ที่มีโครงสร้างหลังคาถาวรจั่วด้านบนระบายอากาศรับแสงจากภายนอกทำให้มีรูปทรงและพื้นที่ว่างภายในสวยงามน่าสนใจเกิดเอกลักษณ์สถาปัตยกรรมสอดคล้องกับคุณค่าในพื้นที่สาธารณะตามข้อสรุปการศึกษาที่ตอบโจทย์วัยรุ่นและวัยทำงานกลุ่มเฉพาะที่อาศัยใช้ชีวิตแบบเนิบช้า (Slow Life) ในจังหวัดชัยนาทและพื้นที่ใกล้เคียง ผลของคุณค่าความสำคัญและความงามแบ่งปันไปยังกลุ่มนอกระแสมากมายกลุ่มที่สนใจมีส่วนร่วม เช่นการออกร้านตัดผมวินเทจของกลุ่มฟังก์ การออกร้านของสะสมของกลุ่มผู้นิยมรถโบราณ สร้างกระแสการท่องเที่ยวเยี่ยมชมงานและจับจ่ายใช้สอยในพื้นที่เพื่อใช้จ่ายกระตุ้นเศรษฐกิจและผู้คนในตัวเมืองชัยนาท ใช้พื้นที่ในช่วงสายถึงค่ำของตลาดเพื่อออกร้านของกลุ่มธุรกิจกาแฟทั้งในและนอกพื้นที่ ตกแต่งบูธออกร้านและนำเสนอประสบการณ์กาแฟในบรรยากาศใหม่ให้กับผู้คนที่ทั้งในและต่างชุมชนที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเนิบช้าพิถีพิถันแนวไล์ใจ ร่วมกับกิจกรรมจัดแสดงภาพผลงานสเก็ชในพื้นที่โดยศิลปินที่มาท่องเที่ยวและเขียนภาพจากกลุ่มบางกอกสเก็ชเซอร์ซึ่งเป็นเพจวาดภาพและท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง



ภาพที่ 15

แสดงบรรยากาศซัชนาตลาดกาแฟและกราฟฟี่ที่นำผลประเมินมาพัฒนา



ภาพที่ 16

แสดงบรรยากาศแสดงผลงานสเก็ตซ์ของนักท่องเที่ยวนำผลประเมินมาพัฒนา

ทำให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนที่ได้รับประโยชน์เชิงคุณค่าร่วมกันโดยประมาณการนับล้านบาทในแต่ละครั้งที่จัดงาน ในบรรยากาศทางเข้าตลาดสไตล์เรโทร วินเทจ ด้วยสิ่งของประดับตกแต่งย้อนยุค มีพื้นที่กินดื่มที่มีการออกร้านอาหาร-เครื่องดื่มและฟู้ดทรัค หรือรถจำหน่ายอาหารแบบลานสาธารณะ พร้อมกิจกรรมดนตรีสด ตั้งแต่เวลา 10.00-23.00 น.

กิจกรรมเหล่านี้ไม่ได้จัดขึ้นเพื่อการท่องเที่ยวกระตุ้นเศรษฐกิจและคาดหวังจำนวนนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนชั่วคราวชั่วคราวเท่านั้น แต่หมายรวมถึงการเพิ่มคุณค่าและความหมายของการใช้ชีวิตให้กับจำนวนวันที่ยาวขึ้นเพื่อการกลับมาทำธุระ มาเที่ยวเยี่ยมบ้านเรือนของญาติสนิท บุตรหลาน มิตรสหาย หรือญาติผู้ใหญ่ที่จากไปนาน ให้ได้กลับมาเยี่ยมเยือนญาติมิตรที่เคยได้ใช้ชีวิตช่วงหนึ่ง ให้มีกิจกรรมและประสบการณ์เต็มไปด้วยคุณค่า ความหมาย ความทรงจำที่น่าสนใจ ทำให้อยากกลับมาใช้ชีวิตในพื้นที่ชุมชนบ่อยขึ้น เพื่อประโยชน์กับระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก สู่การพัฒนาสภาพแวดล้อมบรรยากาศและสิ่งดึงดูดใจที่ได้แวะเวียนเยี่ยมเยือนให้เป็นการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ชุมชนบทและเทศกาลต่างๆ ในชุมชนสมัยใหม่ระยะยาวอย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- กนกวรรณ พวงประยงค์ และ สานิตย์ หนูนิล. (2561). สังคมชนบทไทยสมัยใหม่กับปัจจัยกำหนดวิถีการดำเนินชีวิต. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 44(2), 34-64.
- พีระ ทรงคุณธรรม. (2561, 29 มิถุนายน). จาก ‘กัณฑ์คือสินทรัพย์’ สู่ ‘เจ้าสิเมื่อเดือนมี้อได้’: อีสานในสายตา TCDC. เดอะแมทเทอร์. <https://thematter.co/thinkers/esan-in-tcdc-sight/53942>
- มณฑิรา สังข์ทอง, ศิริวิทย์ กุลโรจนภัทร และ วิชัย แหวนเพชร. (2563). รูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏ*, 7(2). 17-35.
- ระวีวรรณ โอฬารรัตน์มณี และ วีระ สัจกุล. (2555). การใช้พื้นที่สาธารณะเป็นถนนคนเดินแบบตลาดนัดในเมืองของไทย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สิริวิชญ์ ปัทมะสุวรรณ และ พรสวรรค์ วิเชียรประดิษฐ์. (2564). ปรากฏการณ์การลดลงของประชากรของประเทศไทย: การวิเคราะห์ในระดับอำเภอและเมือง. *วารสารสาระศาสตร์*, 2564(3), 585-598.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2561). *ความคิดสร้างสรรค์ คืออะไร*. <https://www.cea.or.th/th/about>
- _____. (2561). *เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คืออะไร*. <https://www.cea.or.th/th/about>
- _____. (2561). *พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561*. <https://www.cea.or.th/storage/app/media/ITA2564/Royal-Decree-for-CEA-Establishment.pdf>

- Creative Economy Agency (Public Organization). (n.d.). *What is creativity*. Creative Economy Agency. <https://www.cea.or.th/th/about> [In Thai]
- _____. (n.d.). *What is the creative economy*. Creative Economy Agency. <https://www.cea.or.th/th/about> [In Thai]
- _____. (2018). *Royal Decree on the Establishment of the Creative Economy Promotion Agency (Public Organization)*. <https://www.cea.or.th/storage/app/media/ITA2564/Royal-Decree-for-CEA-Establishment.pdf> [In Thai]
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text* (2nd ed.). Hodder Education.
- Kelly, E. & Marchese, K. (2015). *Supply chain and value webs: Part of the business trend series*. [Online Image]. Deloitte University Press. <https://www2.deloitte.com/xe/en/insights/focus/business-trends/2015/supply-chains-to-value-webs-business-trends.html>
- Middleton, V.T.C. (1994). *Marketing in Travel Tourism*. Butterworth Heineman.
- Normann, R. & Ramirez, R. (1998). *Designing Interactive Strategy: From Value Chain to Value Constellation*. Wiley.
- Olanratmanee, R. & Sachakul, V. (2012). *The uses of public spaces for walking street in a form of flea market in Thai urban cities*. Chiang Mai University. [In Thai]
- Pattamasuwan, S. & Vichienpradit, P. (2021). The phenomenon of population decline in Thailand: Analysis at district and city level. *Journal of Science*, 2021(3), 585-598. [In Thai]
- Porter, M. E. & Kramer, M R. (2011, January-February). *Creating Shared Value*. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>
- Puangprayong, K. & Noonil, S. (2018). Thai Modern Rural Society and Factor Affecting of Lifestyle. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 44(2), 34-64. [In Thai]
- Sangthong, M., Koolrojanapat, S. & Vanpetch, W. (2020). Tourism Supply Chain Management Model for Sustainable Tourism Development. *Mahachula Academic Journal*, 7(2), 17-35. [In Thai]
- Songkunnatham, P. (2018, June 29). *From 'Famine is Asset' to 'Chao Si When Huan Meal': Isaan in the Eyes of TCDC*. The Matter. <https://thematter.co/thinkers/esan-in-tcdc-sight/53942> [In Thai]
- Zhang, Y. & Murphy, P. (2009). Supply-chain considerations in marketing underdeveloped regional destinations: A case study of Chinese to Goldfields region of Victoria. *Tourism Management*, 30(2), 278-287.

