พลิกฟื้นคุณค่าพื้นที่ย่านตลาดพลูด้วยทุนทางวัฒนธรรม

Reviving the Value of Talad Plu Area with Cultural Capital

วรรณี งามขจรกุลกิจ
Wannee Ngamcachonkulkid
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
Email: wannee.ng@spu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ย่านตลาดพลู และสร้างการรับรู้คุณค่าของผู้คน อาหาร สถานที่ อันเป็นมรดกวัฒนธรรมย่านตลาดพลูในช่องทางการรับรู้สาธารณะ และการสร้างประสบการณ์การรับรู้แบบใหม่ในย่าน โดยผ่านสื่อดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อสร้างโอกาสและพัฒนาผู้ประกอบการในกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้รักษาและต่อยอดโอกาสทางเศรษฐกิจจากต้นทุนทางวัฒนธรรมเดิม การดำเนินงานวิจัยโดยการสัมภาษณ์และจัดบทสนทนาแบบมีส่วนร่วม (Participatory dialogue/focus group) เพื่อเก็บข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมทั้งแบบรายปัจเจกและกลุ่มเฉพาะ เพื่อให้ชุมชนช่วยเสนอไอเดียในการพัฒนาสินค้า บริการ และคุณค่าในชุมชนตลาดพลู รวมถึงการแก้ปัญหาการล่มสลายของวัฒนธรรม ประเพณี ศิลปะการแสดงอันเป็นตำนานเล่าขานเรื่องราวของชุมชน ผู้คนในพื้นที่ย่านตลาดพลู

ผลการวิจัย พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ย่านตลาดพลู ประกอบด้วยทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มศิลปะการแสดงและกลุ่มอาหาร ทุนทางด้านสถาปัตยกรรม สถานที่ และทุนวัฒนวิถีความเชื่อศรัทธาของชุมชนไทยจีน จากคำตอบเรื่องทุนวัฒนธรรมที่ได้จึงนำความต้องการของผู้นำกลุ่มและผู้ประกอบการที่ต้องการสืบทอดรักษาคุณค่าความเป็นต้นแบบที่เป็นตำนานของกลุ่มตนเอง และต้องการสร้างการรับรู้ในวงกว้างไม่จำกัดเฉพาะผู้คนในพื้นที่ย่านตลาดพลูเท่านั้น การสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าต่อยอดในเชิงพาณิชย์และการขยายฐานของคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาร่วมสืบสานคุณค่ามรดกของย่านมาสร้างสรรค์และผลิตเนื้อหา เล่าเรื่อง สร้างการรับรู้คุณค่าผ่านสื่อดิจิทัลและสัมผัสประสบการณ์จริงจากกิจกรรมที่สร้างสรรค์สร้างการมีส่วนร่วมโดยชุมชนพื้นที่ย่านตลาดพลู

คำสำคัญ: 1. ทุนทางวัฒนธรรม, 2. ตลาดพลู, 3. คุณค่า, 4. การรับรู้

Abstract

This research article has the objective of studying the cultural capital of the Talad Plu area, the building of public awareness regarding the cuisine, places, and cultural heritage of the Talad Plu area through public channels. New experiential awareness of attractions on digital platforms to advance opportunities for the new generation of entrepreneurs. Build the economic opportunities provided by the existing cultural capital. The research was conducted through participatory dialogue/focus groups to collect data on cultural capital at the levels of the individual and specialized groups and to provide a platform for the community to present ideas on the development of products, services, and values in the area, as well as solutions to problems affecting the deterioration of the communal culture, traditions, the arts, and stories.

The research found that the cultural capital in the Talad Plu area can be grouped into the performing arts, cuisine, architecture, places, and the way of life and beliefs of the Thai-Chinese community. The leaders and entrepreneurs have the desire to pass on the values and stories of their groups and raise awareness of these values to a wider audience and not just those living in the Talad Plu area. They also want to creatively add commercial value to existing products and add commercial value and encourage the participation of the new generation to pass on the old heritage through the creation of new content storytelling for digital platforms and experiential activities that encourage the communal participation of those residing in the Talad Plu area.

Keywords: 1. Cultural Capital, 2. Talad Plu, 3. Value, 4. Awareness

1. บทนำ

ในการกำหนดมาตรการด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อววน.) เพื่อสร้างและบริหารโอกาสของประเทศ โดยการต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรม สู่การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Creative and Cultural Economy) โดยใช้วัฒนธรรมที่สำคัญของพื้นที่มาสร้างสรรค์และส่งเสริมทั้งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสื่อสร้างสรรค์ การตลาด พัฒนาพื้นที่ให้เกิดประโยชน์ทั้งด้านเศรษฐกิจ และ

สังคม รวมถึงแนวคิดการต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรม ด้วยการปั้นระเบียงนวัตกรรมวัฒนธรรม (Cultural Innovation Corridor) มีการจัดทำแผนและมาตรการส่งเสริม Soft Power ด้วยมิติวัฒนธรรมตามแนวคิด “5F” ประกอบด้วยอาหาร (Food) แฟชั่น (Fashion) ภาพยนตร์ (Film) ศิลปะการต่อสู้/มวยไทย (Fighting) และเทศกาลประเพณี (Festival) รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัฒนธรรมไทย ผลิตภัณฑ์ด้านวัฒนธรรมไปสู่ตลาดต่างประเทศ สร้างรายได้ทางเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน หากพิจารณาการพัฒนาให้ประเทศ สังคม และชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน ปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งคือ ทุนวัฒนธรรม ดังที่อดีตอธิบดีกรมศิลปากร สหวัฒน์ แน่นหนา ให้ทัศนะว่า

“ทุนทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทุนทางสังคม และเป็นจุดแข็งที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่ทุนทางเศรษฐกิจและทุนอันเป็นทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้เป็นพลังขับเคลื่อนการเสริมสร้าง การกินดีอยู่ดีมีความสุขร่วมกันของคนในชาติ นอกจากนั้นทุนทางวัฒนธรรมยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทุนมนุษย์ของประเทศให้มีความเข้มแข็งอีกทางหนึ่งด้วย การพัฒนาคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมด้วยการสร้างสรรค์ต่อยอดให้เกิดผลิตภัณฑ์และการบริการทางวัฒนธรรมอย่างมีคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม” (สหวัฒน์ แน่นหนา, 2555: 66)

ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พ.ศ.2559 มาตรา 3 ได้ให้คำนิยามของ มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม คือ ความรู้ การแสดงออก การประพฤติปฏิบัติ หรือทักษะทางวัฒนธรรมที่แสดงออกผ่านบุคคล เครื่องมือ หรือวัตถุ ซึ่งบุคคล กลุ่มบุคคล หรือชุมชนยอมรับและรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน และมีการสืบทอดกันมาจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง โดยอาจมีการปรับเปลี่ยนเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของตน (พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม, 2559: 1)

ในการศึกษาพื้นที่ย่านที่มีความเกี่ยวโยงเชิงทุนวัฒนธรรม ทางผู้วิจัยได้พิจารณาพื้นที่ย่านตลาดพลู เนื่องจากมีฐานทรัพยากรทางอาหาร (Street food) ที่มีความโดดเด่นมายาวนานกว่า 60 ปี แต่ปัจจุบันได้ประสบกับภาวะเศรษฐกิจถดถอยด้วย 3 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) จำนวนประชากรลดลงจากการย้ายออกของประชากร ส่งผลให้การบริโภคมวลรวมลดลง โดยในปี พ.ศ. 2554 พบว่าพื้นที่แขวงตลาดพลู เขตธนบุรีมีประชากร 18,622 คน ในขณะที่ปี พ.ศ. 2564 มีประชากร 14,496 คน ลดลงร้อยละ 22 (กรมการปกครอง, 2565) แสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงต่อการสูญเสียมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่ หากขาดการสืบสาน ต่อยอด ทั้งจากคนในพื้นที่เดิมและผู้ที่เข้ามาใหม่ 2) ภาวะความเสื่อมถอยของคุณภาพชีวิต เนื่องจากในย่านมีความแออัดมากขึ้น และขาดแคลนพื้นที่สาธารณะที่สร้างความมีชีวิตชีวาให้กับย่าน การสร้างประสบการณ์ของย่านใหม่ในเชิงสร้างสรรค์จึงอาจช่วยให้เกิดความตื่นตัวของคนในพื้นที่ ให้เกิดการรณรงค์การฟื้นฟูย่าน และ 3)

สถานการณ์ COVID-19 ได้ส่งผลกระทบในด้านรายได้และข้อจำกัดทางเศรษฐกิจที่พึ่งพา Place-based economy ส่งผลให้ผู้คนในย่านตลาดมีรายได้ลดลงและมีความยากลำบากในการทำมาหากิน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพื้นที่ย่านตลาดพลูในเชิงทุนทางวัฒนธรรม และการสร้างคุณค่า มูลค่าจากทุนวัฒนธรรม โดยการสร้างการรับรู้ด้วยเรื่องเล่าถึงคุณค่าของผู้คน อาหาร สถานที่ อันเป็นมรดกวัฒนธรรมย่านตลาดพลูในช่องทางการรับรู้สาธารณะ และการสร้างประสบการณ์การรับรู้แบบใหม่ในย่าน โดยผ่านสื่อดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อสร้างโอกาสและพัฒนาผู้ประกอบการในกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้รักษาและต่อยอดโอกาสทางเศรษฐกิจจากต้นทุนทางวัฒนธรรมเดิม จึงเป็นการเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจบนดิจิทัลแพลตฟอร์มให้สามารถยกระดับรายได้ของคนในพื้นที่จากทุนทางวัฒนธรรม

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ย่านตลาดพลู
2. เพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าจากเรื่องเล่าของผู้คน อาหาร สถานที่ อันเป็นมรดกวัฒนธรรมย่านตลาดพลูในช่องทางการรับรู้สาธารณะผ่านสื่อดิจิทัลแพลตฟอร์ม

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action research) โดยใช้กระบวนการและเครื่องมือวิจัยประกอบด้วยการสัมภาษณ์และจัดบทสนทนาแบบมีส่วนร่วม (Participatory dialogue/focus group) โดยมีการเก็บข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมทั้งแบบรายปัจเจกและเป็นกลุ่มเฉพาะจำแนกตามกลุ่มทุนวัฒนธรรม ภายใต้เครื่องมือที่ใช้แบบ Snowball interview และ Focus group discussion เพื่อให้ชุมชนช่วยเสนอความคิดไอเดียในการพัฒนาสินค้า บริการ และคุณค่าในชุมชนตลาดพลู รวมถึงการแก้ปัญหาการล่มสลายของวัฒนธรรมประเพณี ศิลปะการแสดง และอาหาร อันเป็นตำนานเล่าขานเรื่องราวของชุมชนและวิถีผู้คนในพื้นที่ย่านตลาดพลู

4. ผลการวิจัย

ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ย่านตลาดพลู สามารถจำแนกทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในพื้นที่ออกได้เป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มวัฒนธรรมอาหาร กลุ่มสถาปัตยกรรม และกลุ่มศิลปกรรมและการแสดง ซึ่งผู้วิจัยขอนำผลวิจัยจากการสัมภาษณ์พูดคุยกับกลุ่มศิลปะการแสดงและกลุ่มอาหารมาเป็นกรณีศึกษา โดยพบว่า ผู้นำกลุ่มและผู้ประกอบการมีความต้องการในการสืบทอดรักษาคุณค่าความเป็นต้นแบบที่เป็นตำนานของกลุ่มตนเอง และต้องการสร้างการรับรู้ในวงกว้างไม่จำกัดเฉพาะผู้คนใน

พื้นที่ย่านตลาดพลูเท่านั้น รวมทั้งการต่อยอดในเชิงพาณิชย์ และการขยายฐานของคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาร่วมสืบสานคุณค่ามรดกของพื้นที่ย่านตลาดพลู

ส่วนวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าจากเรื่องเล่าของผู้คน อาหาร สถานที่ อันเป็นมรดกวัฒนธรรมย่านตลาดพลูในช่องทางการรับรู้สาธารณะผ่านสื่อดิจิทัลแพลตฟอร์ม จากการศึกษาทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ย่านตลาดพลูในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการถอดสาระสำคัญจากข้อมูลการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม นำมากำหนดเป็นโจทย์ความต้องการ (Brief) ของกลุ่มศิลปะการแสดง และกลุ่มวัฒนธรรมอาหาร เพื่อการวางแผนสร้างสรรค์เนื้อหาเล่าเรื่อง (Content Storytelling) และการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารสาธารณะบนดิจิทัลแพลตฟอร์มในการสร้างการรับรู้คุณค่าของทุนวัฒนธรรมด้านศิลปะการแสดงและด้านอาหาร

1. กลุ่มศิลปะการแสดง : กระตั้วแทงเสือ คณะศิษย์หลวงปู่ผาด วัดบางสะแกนอก

ข้อมูลทางประวัติศาสตร์กล่าวกันว่าเดิมเรียกกันว่า กระอั้วแทงควาย เป็นการแสดงจากเมืองทวายที่จัดถวายในงานพระราชพิธีโสกันต์และงานมหรสพสมโภชในงานพระเมรุ เป็นการละเล่นของหลวงตั้งแต่สมัยอยุธยา ธนบุรี จนถึงรัตนโกสินทร์ มีการเปลี่ยนเค้าโครงเรื่องเพื่อความสนุกสนานจากควายมาเป็นเสือ จากในรั้วในวังมาสู่สามัญชนจนเป็นการแสดงการละเล่นที่ได้รับความนิยมมากในชุมชนฝั่งธนบุรีในอดีต สันนิษฐานว่าคำว่า กระตั้ว แผลงมาจากคำว่า กระอั้ว และเนื้อเรื่องดัดแปลงมาจากเรื่อง มโนราห์ ในการแสดงมีการเล่นดนตรีประกอบเป็นวงเครื่องดนตรีประกอบด้วย กลองตุ๊ก กลองชาตรี ฉิ่ง ฉาบ กรับ และฆ้องคู่ โดยกระตั้วแทงเสือ คณะศิษย์หลวงปู่ผาด ก่อตั้งคณะขึ้นเพื่อรักษาต้นแบบของการแสดงการละเล่นทั้งท่วงทำนองของเสียงดนตรีและเนื้อเรื่องที่นำเสนอตามที่ได้ถูกสั่งสอนมาจากครูบาอาจารย์

จากการสนทนากับหัวหน้าคณะทำให้ทราบถึงความมุ่งมั่นในการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมด้านศิลปะการแสดง “กระตั้วแทงเสือ” ด้วยการอนุรักษ์ความเป็นต้นแบบทั้งการดำเนินเรื่องตามเนื้อเรื่องต้นฉบับและท่วงทำนองของเสียงดนตรีจากเครื่องดนตรีหลักในการแสดงโดยไม่มีการดัดแปลงให้เพี้ยนไปจากเดิม ซึ่งความตั้งใจของคณะกระตั้วแทงเสือศิษย์หลวงปู่ผาดมีความประสงค์ในการเผยแพร่ศิลปะแขนงนี้ให้เป็นที่รู้จัก ให้เห็นคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมการแสดงที่สืบทอดมาจากสมัยกรุงศรีอยุธยา การขยายวงการรับรู้ออกไปไกลกว่าพื้นที่ในฝั่งธนบุรีอันเป็นการต่อยอดสู่ความยั่งยืนในระดับประเทศและระดับสากล

กระตั้วแทงเสือ มีเรื่องราวที่ยึดถือแสดงกันมาอยู่แล้ว ไม่นิยมดัดแปลงเรื่อง ว่าด้วยเรื่องเสือมาหมู่บ้าน กัดคน ชาวบ้านร้องเรียนทางการจึงส่งทหารมาปราบเสือ ตัวเอกคือพรานบุญที่อาสาไปปราบเสือ คนไม่ค่อยรู้ว่าจริงๆ “เสือ” เป็นสัญลักษณ์เสริม อำนาจ บุญบารมีได้ ดังนั้นการจัดเชิญกระตั้วแทงเสือไปงานมงคลต่างๆก็เสริมบารมีได้ดีไม่แพ้สิงโต

ส่วนรูปแบบการแสดง แบ่งเป็น 2 กลุ่มทักษะที่ต่างกัน ขาดอย่างใดอย่างหนึ่ง กระตั้วแทงเสือก็ไม่งดงาม จึงขาดกันไม่ได้

1. กลุ่มเล่นเครื่องดนตรีมโหรี เช่น เครื่องหนัง โหม่ง ฉิ่ง ฉาบ กลอง เป็นต้น

ภาพที่ 1 เครื่องดนตรีมโหรีและทีมดนตรี (ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย)

2. กลุ่มชุดตัวแสดง มีตัวละครพรานบุญ ลูก ภรรยา เสือ เป็นต้น

การฝึกเล่นกระตั้วแทงเสือ เล่นได้ตั้งแต่เด็กตัวเล็กๆ 2-3 ขวบจนผู้ใหญ่เลย เล่นกันเต็มทีมราวๆ 20 คน ฝึกซ้อมทุกวันทีมแสดงซ้อมหน้าบ้านพักทุกเย็นวันละราว 3-4 ชั่วโมง ส่วนทีมดนตรีไม่มีห้องซ้อมก็ไปเล่นใต้ทางด่วน ใกล้ BTS ทุกวันเหมือนกัน ทีมดนตรี มโหรี ไม่ง่าย ฝึกตีกลองเจ็บมาก อดทนเลือดไหลเจ็บทีเดียว ตีกลองต้องใช้ประสาทสัมผัส และทักษะในการฟังให้ประสานกันเป็นวง ไม่มีการจดเนื้อหรือตัวโน้ตเป็นลายลักษณ์อักษร ฝึกฝนด้วยการส่งไม้ต่อกันเป็นรุ่นๆ

ส่วนทีมชุดตัวแสดง ด้วยเรื่องราวเป็นเนื้อเรื่องบังคับบิดเปลี่ยนไม่ได้ แต่ละกลุ่มเลยหาจุดต่างกันด้วยท่าทาง เช่น อาจคิดเล่นท่าผาดโผนเพิ่มเติม ซึ่งจุดเด่นของคณะกระตั้วแทงเสือศิษย์หลวงปู่ผาด เด่นทั้งสองเรื่อง ทั้งดนตรีและการแสดง ทีมดนตรีเล่นเพลงได้มากกว่าอีกหลายๆ คณะ เพลงที่ใช้เล่นมีราวๆ 12 เพลง ไม่ใช่เพลงที่เล่นง่ายเลย คณะอื่นๆเล่นได้ไม่กี่เพลง แต่อาศัยครูพักลักจำฝึกฝนจนจดจำได้หลายเพลง ถ้าคนที่ฟังเป็นจะรู้ว่าเล่นดนตรีล้ำกว่าคณะอื่น ถือว่าไม่ธรรมดาหาฟังยาก

ทีมการแสดงเก่งตรงสามารถปรับพื้นที่รอบข้างมาเป็นเวทีโชว์ผาดโผนได้เสมอ ไม่ว่าจะเป็นสะพานลอย ตึกสูง เสือปีนป่ายตีลังกลับหลังได้แบบไม่มีอุปสรรค ต่อตัวสามชั้น หรือแม้แต่แสดงผาดโผนแบบละครสัตว์แบบลอดห่วงไฟก็แสดงกันได้

ภาพที่ 2 ทีมชุดตัวแสดง (ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย)

หัวใจของงานเน้นการทำด้วยใจรักของทีมกระตั้ว ทุกคนทำเพราะรัก รายได้จากการแสดงไม่ใช่รายได้หลัก ค่าจ้างแสดงมีอัตราต่ำเมื่อเทียบกับจำนวนกำลังคนที่ใช้ในการแสดงแต่ละครั้ง การฝึกให้แสดงใช้เวลาและลำบากมาก แต่ก็ยังอยากทำ เช่น งานบวช ขบวนแสดงเดินรอบโบสถ์ 3 รอบ ค่าจ้างประมาณ 6,000 บาท หากเป็นงานใหญ่จัดเต็มการแสดงใช้คนทั้งหมดประมาณ 30-40 คน ค่าจ้างประมาณ 10,000-12,000 บาท

สาระสำคัญประเด็นหลัก คณะกระตั้วแทงเสือศิษย์หลวงปู่ผาด เป็นกลุ่มการแสดงทางวัฒนธรรมที่คนกรุงเทพฯ คนไทยยังไม่รู้จัก ต้องการสร้างเป็นพื้นที่ “เชื่อม” ประสานเยาวชนคนรุ่นใหม่ให้เกิดการรับรู้ รู้จัก รักรากเหง้ามรดกวัฒนธรรมด้านศิลปะการแสดง และความเป็นคนตลาดพลูของตัวเอง เน้นประโยชน์ที่ได้ของคนรุ่นใหม่ๆ เอาเยาวชนมาใช้เวลาว่าง ไม่ขลุกกับ social media การพนัน และยาเสพติด

2. กลุ่มวัฒนธรรมอาหาร : ขนมบดินต้นตำรับ มารียะห์เบเกอรี่ มัสยิดตลาดพลู

ขนมบดิน เป็นขนมที่นิยมในกลุ่มชาวมุสลิมและเชื่อว่ามีแหล่งกำเนิดมาจากชุมชนมัสยิดสวนพลู เป็นขนมที่ใช้ในพิธีการต่างๆของศาสนาอิสลาม งานมงคลสมรส และงานปีใหม่ แรกเริ่มทำกันเฉพาะในครอบครัว เวลามีงานบุญ ไม่มีการทำเพื่อจัดจำหน่าย ต่อมามีความต้องการขนมบดินเพิ่มมากขึ้นจึงมีการจัดทำตามคำสั่งซื้อของคนที่รู้จักกัน และพัฒนาจนกลายเป็นธุรกิจร้านเบเกอรี่

ในการสัมภาษณ์คุณมารียะห์ เจ้าของร้านขนมบดินต้นตำรับ มารียะห์เบเกอรี่ พบว่าไม่ทราบถึงที่มาของชื่อ “ขนมบดิน”ว่าเป็นมาอย่างไร มีแต่พูดต่อๆกันมา จึงไม่ยืนยันว่าเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ส่วนขนมบดินของร้านเป็นสูตรต้นตำรับของคุณแม่ที่มีความแตกต่างจากร้านอื่นๆ ในด้านความพิถีพิถันของการเลือกวัตถุดิบส่วนผสม ขนมบดินทำจากแป้ง น้ำตาล ไข่ เนย นมข้น ซึ่งความพิเศษของขนมบดินมารียะห์เบเกอรี่ คือการยึดหลักการ ขั้นตอน และการใช้วัตถุดิบคุณภาพตามมาตรฐานต้นตำรับ โดยเฉพาะเนยที่ใช้เป็นเนยที่นำเข้าจากประเทศออสเตรเลียที่คุณภาพสูง มีกลิ่นหอมมากกว่าเนยที่วางขายทั่วไป ทำให้ขนมบดินของมารียะห์เบเกอรี่มีรสชาติความอร่อย ความหอมที่โดดเด่นแตกต่างจากร้านอื่น

ภาพที่ 3 ขนมบดินต้นตำรับ ร้านมารียะห์เบเกอรี่ (ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย)

สาระสำคัญประเด็นหลัก คือ แม้ว่าขนมบดินเป็นที่นิยมของชาวมุสลิม แต่ยังอยู่ในวงจำกัดไม่แพร่หลายเหมือนขนมเบเกอรี่ต่างๆ อีกทั้งกลุ่มผู้บริโภคในตลาดขนาดใหญ่ และที่เป็นคนรุ่นใหม่ยังไม่รู้จักไม่เคยได้ยินชื่อหรือการลองลิ้มรสขนมบดิน ซึ่งจากการสนทนากับคุณมารียะห์ เจ้าของร้านขนมบดินต้นตำรับมารียะห์เบเกอรี่ เห็นด้วยกับประเด็นโจทย์เรื่องนี้ นอกจากนั้นในส่วนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) ก็เป็นอีกเรื่องที่ทางคุณมารียะห์มีความต้องการพัฒนาให้สะท้อนอัตลักษณ์ของความเป็นขนมบดินต้นตำรับเช่นกัน

จากผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยดำเนินการในส่วนของการสร้างสรรค์ Content โดยสร้างการมีส่วนร่วมของลูกหลานเจ้าของร้านที่เป็นคนรุ่นใหม่เป็นผู้นำเสนอ Content ที่ต้องการเล่าเรื่องสร้างการรับรู้เกี่ยวกับขนมบดินของมารียะห์เบเกอรี่ ซึ่งในการวางแผนการผลิตและการวางแผนสื่อเป็นขั้นตอนสำคัญที่กำลังดำเนินการต่อไป รวมทั้งการวางแผนออกแบบ Packaging ที่จำเป็นต้องศึกษาอย่างละเอียดเกี่ยวกับตัวขนมบดินที่มีข้อจำกัดในการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อไป

5. อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาพื้นที่ย่านชุมชนตลาดพลู เพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมใน 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มวัฒนธรรมอาหาร กลุ่มสถาปัตยกรรม กลุ่มศิลปกรรมและการแสดง เพื่อนำคุณค่าของทุนวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์การสื่อสารสาธารณะเพื่อสร้างการรับรู้ให้เกิดกระแสความตระหนักรู้ใหม่ของพื้นที่ เปลี่ยนการเล่าเรื่องคุณค่าให้เป็นสมัยนิยม และก่อให้เกิดการขยายผลต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงกับพื้นที่ โดยรูปแบบการนำเสนอที่สร้างสรรค์มีการยึดโยงกับทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ สู่การเป็นทุนทางเศรษฐกิจของคนรุ่นหลัง โดยผ่านการสร้างสรรค์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้เกิดมูลค่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชวดี โกศล (2561: 147-148) ได้กล่าวถึงการนำทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความหลากหลายทางทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมมาเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน และเสริมสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน โดยใช้กลยุทธ์

บูรณาการความร่วมมือ สร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนรวมทั้งรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้คนภายนอกรับรู้ การนำอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรม และความหลากหลายของสินค้าทางวัฒนธรรม ประเพณี มาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทำให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่อยู่ดีมีสุข

ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับเป้าหมายของ หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ตามที่ กิตติ สัจจาวัฒนา (2566) ผู้อำนวยการ บพท. เน้นการสร้างการรับรู้ของสาธารณะต่อการสนับสนุนให้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นองคาพยพในการพัฒนาพื้นที่จะนำมาซึ่งความเข้มแข็งของชุมชนในหลากหลายมิติ คนรุ่นใหม่ตระหนักในคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรม เยาวชนมีโอกาสในด้านอาชีพและสร้าง

รายได้ ยกระดับรายได้ของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม กระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ เกิดการกระจายรายได้สู่เมืองรอง และชุมชนมีพื้นที่แลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และ สีลาภรณ์ บัวสาย (2566) ประธานอนุกรรมการที่ปรึกษาการขับเคลื่อนวิทยสถาน “ธัชภูมิ” เน้นความสำคัญทุนทางวัฒนธรรมว่าเป็น “ขอบฟ้าใหม่ของการพัฒนาประเทศ” เป็นมรดกตกทอดจากบรรพบุรุษหรือที่เป็นวิถีชีวิตที่ดำเนินมายาวนานเป็นฐานทุนที่มีอยู่ในทุกคนทุกครอบครัวสามารถเผยร่างสร้างสำนึกท้องถิ่นสร้างงานสร้างรายได้จากฐานทุนที่มีอยู่โดยไม่ต้องซื้อหาหรือนำเข้าจากแหล่งอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นภูมิปัญญา ศิลปะ หัตถกรรม ประเพณี พิธีกรรม การกินการอยู่ การละเล่น การแสดง ฯลฯ การสนับสนุนให้เจ้าของทุนทางวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ได้นำสิ่งที่ตนมีติดตัวมาปัดฝุ่น พัฒนา และสร้างนวัตกรรม โดยมีมหาวิทยาลัยนำองค์ความรู้มาทำหน้าที่เป็นประหนึ่ง “หุ้นส่วน” ของทุนทางวัฒนธรรมในทุกพื้นที่จะกลายเป็นขอบฟ้าใหม่ของการพัฒนาประเทศที่สร้างสมดุลแห่งความยั่งยืนของชุมชน ชุมชนสามารถพึ่งตนเอง มีภูมิคุ้มกันจากการรุกคืบของทุนนอกพื้นที่ ผลกระทบที่ได้จะมากกว่าผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ยังนำมาซึ่งความสุขและความภาคภูมิใจในรากฐานทางวัฒนธรรม สำนึกรักษ์ท้องถิ่น และสำนึกสิ่งแวดล้อมของชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ฐานทุนนี้รวมถึงหนุนเสริมทักษะฝีมือเฉพาะของศิลปิน ช่างฝีมือท้องถิ่น และเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการวัฒนธรรมจำนวนมากในประเทศ

นอกจากนั้นการเข้ามามีส่วนร่วมของคณะวิจัยจากสถาบันการศึกษา ยังเป็นการต่อยอดสร้างคุณค่าและมูลค่าชุมชนตลาดพลูให้คงอยู่ไม่จางหายไปกับกาลเวลา โดยการต่อยอดสร้างมูลค่า “ของดี” ผ่านมุมมองรูปแบบใหม่ที่คนรุ่นใหม่ชื่นชอบ ดังเสียงสะท้อนของคุณอาทร พูลศิริ หรือ ลุงตุ๋ยเจ้าของผลิตภัณฑ์งานโมเดลจำลองทำด้วยมือของทหารผ่านศึก ผู้ใช้ทักษะช่างไม้ที่สั่งสมมาทั้งชีวิต แกะแบบออกแบบโมเดลจำลองไม้หาเลี้ยงชีพ “เด็กรุ่นใหม่เขาคิดเก่ง ทำงานของลุงมีคุณค่า น่าจดจำ มากขึ้น และลุงยังได้แบ่งปันประสบการณ์ให้คนรุ่นหลังได้เก็บไปเป็นแรงบันดาลใจและงานไม้จำลองของลุงอาจจะมีคนเห็นค่าและสืบทอดไว้” รวมถึงคุณอรพิณ วิไลจิตร หรือ พี่จิ๋ม หนึ่งในชาวตลาดพลูหน้าใหม่ที่ดึงเอาคุณค่าทุนทางวัฒนธรรมออกมาสร้างมูลค่าโดยเริ่มต้นจากกิจกรรมเดินเมืองสำรวจย่าน กิจกรรมเวิร์คช็อป DIY ประดิษฐ์งานคราฟ วาดเขียนสีน้ำ ซึ่งเกี่ยวข้องกับเอกลักษณ์ของพื้นที่ย่านตลาดพลู และมีการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้บนดิจิทัลแพลตฟอร์มซึ่งมียอดผู้ติดตามจำนวนมาก

6. สรุป

การวิจัยเพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ย่านตลาดพลู เพื่อสร้างการรับรู้คุณค่าจากเรื่องเล่าของผู้คน อาหาร สถานที่ มรดกวัฒนธรรมย่านตลาดพลู ผ่านสื่อดิจิทัลแพลตฟอร์ม เป็นเป้าหมายหนึ่งในการเชิดชูคุณค่าสิ่งที่บรรพบุรุษ ปู่ย่าตายายได้สร้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอาคารสถานที่ที่เป็นทุนด้านสถาปัตยกรรม อาหารการกินที่เป็นวัฒนธรรมอาหาร ศิลปะประดิษฐ์และศิลปะการแสดง ในทุกทุนทางวัฒนธรรมเหล่านี้ล้วนแต่มา

จากความที่มีใจรัก มุ่งมั่น อดทน ใฝ่พัฒนาฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอ ดังเช่น กลุ่มการแสดงกระตั้วแทงเสือ และผู้ประกอบการคนรุ่นใหม่ร้านขนมบดิน มารียะห์เบเกอรี่ ที่มองเห็นสัมผัสถึงคุณค่าทุนทางวัฒนธรรมและรักษาความเป็นต้นแบบไม่ให้ตายไปกับการเปลี่ยนแปลงของกาลเวลา แต่พร้อมพัฒนาเติบโตเป็นฐานเศรษฐกิจในอนาคตให้กับพื้นที่ย่านนี้และสามารถใช้คุณค่าจากทักษะและประสบการณ์ส่งต่อไปยังคนรุ่นใหม่ๆ เพื่อการพลิกฟื้นคุณค่าพื้นที่ย่านตลาดพลูด้วยทุนทางวัฒนธรรม

7. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 สร้างเครือข่ายชุมชน ประสานความร่วมมือภาคีเครือข่าย หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อเสริมต่อยอดด้านความรู้และทักษะการส่งเสริมคุณค่าและบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่ย่านตลาดพลู

1.2 บ่มเพาะผู้ประกอบการและคนรุ่นใหม่ให้มีแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่อาศัยทุนศิลปวัฒนธรรมผนวกกับความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีนวัตกรรมมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยเพื่อพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมบดินให้มีอัตลักษณ์บ่งบอกคุณค่าทางวัฒนธรรม

2.2 การวิจัยสร้างสรรค์งานดนตรีและการแสดงของกลุ่มกระตั้วแทงเสือให้มีการผสมผสานคุณค่าของความขลังดั้งเดิมกับดนตรีและการแสดงสมัยใหม่ที่แฝงคุณค่าทางวัฒนธรรม

8) เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง. กระทรวงมหาดไทย. (2564). *รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน ประจำปี พ.ศ. 2564.* สืบค้นเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2566, จาก: https://shorturl.asia/smM0p

กิตติ สัจจาวัฒนา. (6 กุมภาพันธ์ 2566). *บพท. จับมือ มหาวิทยาลัย ดัน ซอฟต์ พาวเวอร์ ผ่านมหกรรมทุนทาง วัฒนธรรมฟื้นใจเมือง พร้อมเปิดตัวระบบฐานข้อมูลและแผนที่วัฒนธรรม กระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน ขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรมของภาคใต้.* สืบค้นเมื่อ 8 เมษายน 2566, จาก ttps://psub.psu.ac.th/?p=10745.

ชวดี โกศล. (2561). *การบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย.* ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต.

ไชยอนันต์ ดลชัยกรร์สกุล (บรรณาธิการ). (1 กุมภาพันธ์ 2566). *มหกรรมทุนทางวัฒนธรรมฟื้นใจเมือง ส่องรู้รากเหง้า ค้นหาตัวตน.* สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2566, จาก https://shorturl.asia/9yvZQ.

พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พุทธศักราช 2559. (1 มีนาคม 2559). *ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 133 ตอนที่ 19 ก*, หน้า 1-9.

สหวัฒน์ แน่นหนา. (2555). 9 สิ่งควรรู้กับมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม. *วัฒนธรรม.* 51(3), หน้า 66-67.

สีลาภรณ์ บัวสาย. (1 กุมภาพันธ์ 2566). *บพท. จับมือ มหาวิทยาลัย ชู ซอฟต์ พาวเวอร์ ผ่านมหกรรมทุนทางวัฒนธรรมฟื้นใจเมือง พร้อมเปิดตัวระบบฐานข้อมูลและแผนที่ วัฒนธรรม หวังหยั่งรากสำนึกท้องถิ่นและกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน.* สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2566, จาก https://www.nxpo.or.th/A/4368/.