

การถอดรหัสพหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นย่านตลาดพลูผ่านการเล่าเรื่อง:
กรณีศึกษา การยกระดับเศรษฐกิจฐานรากด้วยการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
Decoding the Multiculturalism of Talat Phlu's Local Cuisine
Through Storytelling: A Case Study on Enhancing the Grassroots
Economy via Culinary Tourism

วันที่รับบทความ: 22 พฤษภาคม 2568

วันที่แก้ไขบทความ: 20 กรกฎาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ: 29 กรกฎาคม 2568

สรณา อนุสรณ์ทรงกูร ^{1*}

ปรีดีลภัส พัฒนพงษ์ดิลก ²

ชูชาติ พรหมพิมพ์ ³

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ถอดรหัสบริบทพหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น 2) วิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธการเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่น และ 3) เสนอแนวทางพัฒนานักเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากในย่านตลาดพลูผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า 1) ย่านตลาดพลูมีลักษณะเด่นด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมอาหาร ซึ่งสามารถถอดรหัสผ่านสัญลักษณ์อาหาร วิธีการปรุง วัตถุดิบ และประวัติศาสตร์ที่สะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ โดยมีการคืนข้อมูลสู่ชุมชนเพื่อยืนยันความถูกต้องร่วมกัน 2) มีรูปแบบและกลยุทธการเล่าเรื่องผ่านบุคคลสำคัญ การจัดกิจกรรมชุมชนที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมโดยตรง รวมถึงการใช้สื่อดิจิทัลในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และ 3) แนวทางพัฒนานักเล่าเรื่องอาหารควรเน้นการพัฒนาองค์ความรู้วัฒนธรรม ทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในชุมชน

คำสำคัญ: การถอดรหัส พหุวัฒนธรรมอาหาร การเล่าเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอาหาร
เศรษฐกิจฐานราก ย่านตลาดพลู

¹ อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

*ผู้ประสานงานหลัก e-mail: sorana.a@dru.ac.th

² ผู้ช่วยนักสังคมสงเคราะห์ ฝ่ายสังคมสงเคราะห์ กองสวัสดิการสังคม สำนักงานเทศบาลนครนนทบุรี

e-mail: prilaphatp@gmail.com

³ ผู้ประเมินประจำศาลแรงงานภาค 1/ผู้ทรงคุณวุฒิภาคประชาสังคม กรุงเทพมหานคร

e-mail: choo.promptim@gmail.com

Decoding the Multiculturalism of Talat Phlu's Local Cuisine Through Storytelling: A Case Study on Enhancing the Grassroots Economy via Culinary Tourism

Received: May 22, 2025

Revised: July 20, 2025

Accepted: July 29, 2025

Sorana Anusorntharangkun ^{1*}

Prilaphat Phatthanapongdilok ²

Choochat Prompim ³

Abstract

This research article aimed to 1) decode the context of local food multiculturalism, 2) analyze the patterns and strategies of local food storytelling, and 3) propose guidelines for developing local food storytellers to enhance the grassroots economy in the Talat Phlu area through food tourism, using qualitative research and participatory action research (PAR). The research results were found that: 1) The Talat Phlu area was characterized by its multicultural culinary diversity, which could be decoded through semiotic analysis of food symbolism, cooking methods, ingredients, and historical contexts that reflect distinct ethnic identities. The decoded data was validated through participatory verification processes with community stakeholders. 2) The different formats and strategies for storytelling through important figures, organizing community activities that allowed tourists to participate directly, and using digital media to communicate and publicize to attract tourists. and 3) Guidelines for developing food storytellers should focus on developing cultural knowledge, effective communication skills, using digital technology, and building networks of cooperation in the community.

Keywords: decoding, multicultural food, storytelling, culinary tourism, grassroots economy, talat phlu

¹ Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Dhonburi Rajabhat University

*Corresponding author, e-mail: sorana.a@dru.ac.th

² Social Work Assistant, Social Welfare Division, Social Welfare Department, Nonthaburi Municipality
e-mail: prilaphatp@gmail.com

³ Mediator of the Labour Court, Region I/Civil Society Expert, Bangkok Metropolitan Area
e-mail: choo.pompim@gmail.com

บทนำ

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาภายใต้แนวคิดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยถือว่าแนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของประเทศในระยะยาว (Office of the National Economic and Social Development Board, 2017, p. iv) ความสอดคล้องนี้เริ่มปรากฏชัดตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ที่ได้เปลี่ยนแนวคิดจากการเน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ มาเป็นการพัฒนาที่เน้นคนเป็นศูนย์กลาง ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมและการพัฒนาแบบองค์รวมที่มุ่งสู่ความสมดุลและยั่งยืน (สรเสรีวงษ์ 2554, หน้า 30-33) แนวคิดการพัฒนาแบบองค์รวมได้รับการต่อยอดอย่างต่อเนื่องในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ซึ่งนับเป็นแผนแรกที่ให้นิยามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เป็นหลักการพัฒนาอย่างเป็นระบบ โดยเน้นความพอประมาณ มีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกัน ควบคู่กับคุณธรรมและความรู้ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในทั้งในระดับชาติและระดับชุมชน (สรเสรีวงษ์ 2554, หน้า 37-39) แนวทางนี้นำไปสู่การตระหนักถึงความสำคัญของชุมชนฐานรากในฐานะรากฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากจึงเป็นแนวทางสำคัญที่เชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในมิติต่าง ๆ โดยเฉพาะในด้านการลดความเหลื่อมล้ำ และการสร้างชุมชนที่เข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว ซึ่งในระดับภูมิภาคอาเซียนก็ยอมรับว่าเศรษฐกิจฐานรากเป็นกลไกพื้นฐานของการเติบโตและความมั่นคงทางเศรษฐกิจเช่นกัน (กาญจนา รอดแก้ว, ฤกษ์ ศานนุช และธรรณ จันใด, 2563, หน้า 8-9) ในบริบทของประเทศไทย การท่องเที่ยวถูกมองว่าเป็นกลไกหนึ่งที่สามารถเสริมสร้างศักยภาพของเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ไม่เพียงสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการรายย่อย แต่ยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของท้องถิ่น งานวิจัยหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่าอาหารท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่ผู้มาเยือน (Cohen & Avieli, 2004, pp. 761-762; OECD, 2012, p. 10)

ย่านตลาดพลู เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยความเป็นชุมชนเมืองเก่าริมคลองบางหลวง ซึ่งมีการรวมตัวของกลุ่มชาติพันธุ์หลากหลาย ทั้งไทย จีน มอญ และมุสลิม และมีพัฒนาการทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่สมัยต้นรัตนโกสินทร์ (วรสิทธิ์ ตันตินิพันธุ์กุล, บุษเกตุ อินทรปาสาน และอรอนันดา วงศ์กิจการวานิช, 2558, หน้า 111; พวงร้อย กล่อมเอี้ยง, มนัสสวาส กุลวงศ์ และโชคชัย วงษ์ธานี, 2546, หน้า 1-4) ความหลากหลายดังกล่าวสะท้อนผ่านอาหารท้องถิ่น เช่น ขนมกุยช่าย บ๊ะจ่าง หมี่กรอบ กวยเตี๋ยวหลอด และอาหารฮาลาล ซึ่งล้วนแต่มีเรื่องเล่าเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะอาหารของชาวจีนแต้จิ๋วที่เคยมีบทบาทในการเพาะปลูกพลูจนกลายเป็นชื่อเรียกของย่าน (พวงร้อย กล่อมเอี้ยง, มนัสสวาส กุลวงศ์ และโชคชัย วงษ์ธานี, 2546, หน้า 64-119; สรณา อนุสรณ์ทรงกูร, 2568, หน้า 145-147) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าย่านตลาดพลูจะมีศักยภาพด้านวัฒนธรรมและอาหารที่โดดเด่น แต่การเล่าเรื่องและการนำเสนอคุณค่าของอาหารยังคงกระจุกตัว ขาดระบบการจัดการที่เป็น

มีอาชีพ ขาดแนวทางการพัฒนาอาชีพและมาตรฐานวิชาชีพของผู้ถ่ายทอดเรื่องราว ทำให้ศักยภาพเชิงเศรษฐกิจและวัฒนธรรมไม่สามารถต่อยอดได้อย่างเต็มที่ (สรณา อนุสรณ์ทรงกูร, 2568, หน้า 3-4)

แม้ว่าย่านตลาดพลูจะเริ่มเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในทุกฤดูกาล แต่ข้อจำกัดดังกล่าวทำให้ศักยภาพของชุมชนยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควรและเสี่ยงต่อการสูญเสียเอกลักษณ์ดั้งเดิม หากไม่มีการวางแผนจัดการอย่างเหมาะสม ดังนั้น เพื่อเสริมสร้างความสำคัญของการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของย่านตลาดพลูให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน จึงเกิดแนวคิดในการนำเรื่องเล่าหรือการเล่าเรื่อง (storytelling) มาใช้สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับอาหารพื้นถิ่นที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมของย่านนี้ การแต่งเรื่องเล่าหรือถ่ายทอดความเป็นมาของอาหารท้องถิ่นในบริบทวัฒนธรรมจะช่วยให้เกิดสาระทางวัฒนธรรม (cultural content) หรือรหัสสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม (cultural codes) ที่น่าสนใจ ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากมาสัมผัสประสบการณ์ในย่านนี้มากยิ่งขึ้น (สรณา อนุสรณ์ทรงกูร, 2568, หน้า 121-128) อาหารแต่ละจานในย่านตลาดพลูล้วนมีเบื้องหลังทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวของชุมชนชาวจีนแต่จิวที่คิดค้นเมนูหมี่กรอบอันเลื่องชื่อ หรือขนมกุยช่ายที่สืบทอดมาจากบรรพชนคนจีนโพ้นทะเล ทุกองค์ประกอบล้วนพร้อมที่จะนำมาเรียงร้อยเป็นเรื่องเล่าที่ทรงพลัง หากสามารถนำเสนอเรื่องราวเหล่านี้อย่างมีชีวิตชีวาและน่าสนใจก็จะช่วยยกระดับประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมของชุมชน

ด้วยเหตุนี้ การถอดรหัสพันธุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นย่านตลาดพลู จึงเป็นรากฐานสำคัญที่ทำให้เห็นคุณค่าของอาหารในฐานะสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สะท้อนประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการถ่ายทอดเรื่องเล่าอาหารผ่านกลยุทธ์ที่หลากหลาย และการพัฒนานักเล่าเรื่องพันธุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นซึ่งสามารถเชื่อมโยงเรื่องราวเหล่านี้เข้ากับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ นับเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่จะช่วยสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่เศรษฐกิจฐานรากในย่านตลาดพลูอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อถอดรหัสบริบทพันธุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นย่านตลาดพลู กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธ์การเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนานักเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นในฐานะกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research: PAR) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งและสามารถนำไปใช้ประโยชน์เชิงนโยบายและการพัฒนาอาชีพได้อย่างแท้จริง ดังนี้

1. รูปแบบของการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ประกอบด้วย 2 แนวทาง ได้แก่ 1) การวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อถอดรหัสบริบทพฤติกรรมอาหารท้องถิ่นย่านตลาดพลู โดยใช้การวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์ (semiotic analysis) และการวิเคราะห์โครงสร้างเรื่องเล่า (narrative analysis) ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสนทนากลุ่ม เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ที่ปรากฏในอาหารท้องถิ่น และ 2) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) เพื่อวิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธการเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่น ร่วมกับผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชุมชน โดยการออกแบบและทดสอบกิจกรรมการเล่าเรื่องอาหาร พร้อมการประเมินและสะท้อนผล (reflection) เพื่อนำไปสู่การเสนอแนวทางพัฒนานักเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นในฐานะกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่น จำนวน 12 คน หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 4 คน ผู้นำชุมชนหรือปราชญ์ชุมชน จำนวน 5 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านคุณวุฒิวิชาชีพนักเล่าเรื่องท้องถิ่น จำนวน 3 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 27 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) และเทคนิค snowball sampling เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลที่สามารถสะท้อนประสบการณ์จริงและให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับบริบทและการปฏิบัติการในพื้นที่ย่านตลาดพลู กรุงเทพมหานคร อย่างครบถ้วนและชัดเจนที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ใช้เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แนวคำถามการสนทนากลุ่ม แบบสังเกตการณ์ และบันทึกภาคสนาม โดยดำเนินการเป็น 4 ระยะ คือ 1) การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอาหาร ผู้นำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อถอดรหัสพฤติกรรมอาหารและทุนทางวัฒนธรรม 2) การสนทนากลุ่มเพื่อวิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธการเล่าเรื่องอาหารทั้งจากประสบการณ์ตรง สื่อดิจิทัล และกิจกรรมในชุมชน 3) การสังเกตการณ์พฤติกรรมและบริบทของการเล่าเรื่อง เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่เล่าและสิ่งที่ปรากฏในบริบทชุมชน รวมถึงวิเคราะห์การรับรู้ของนักท่องเที่ยว และ 4) การออกแบบและทดลองกิจกรรมการเล่าเรื่องอาหารร่วมกับชุมชน พร้อมประเมินผลและการสะท้อนกลับ เพื่อสังเคราะห์แนวทางการพัฒนานักเล่าเรื่องพฤติกรรมอาหารที่เหมาะสมกับบริบทเศรษฐกิจฐานรากของพื้นที่

4. การตรวจสอบคุณภาพข้อมูล

การตรวจสอบคุณภาพข้อมูลในครั้งนี้ ใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (triangulation) เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้งด้านการถอดรหัสพฤติกรรมอาหาร การวิเคราะห์การเล่าเรื่อง และการพัฒนานักเล่าเรื่องในบริบทเศรษฐกิจฐานราก โดยพิจารณาจาก 1) ความหลากหลายของแหล่งข้อมูล ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน หน่วยงานรัฐ เอกชน และผู้เชี่ยวชาญ 2) ความหลากหลายของวิธีการ ได้แก่ การสัมภาษณ์ สนทนากลุ่ม และการสังเกตการณ์ และ 3) การใช้กรอบแนวคิดพฤติกรรม สัมภาษณ์ และ

การเล่าเรื่อง นอกจากนี้ ได้ใช้วิธี member checking โดยนำเนื้อหาสรุปจากการสัมภาษณ์กลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบ เพื่อยืนยันความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่สะท้อนจากประสบการณ์จริง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยเริ่มจากการถอดเทปสัมภาษณ์ การสร้างรหัส (coding) และการจัดหมวดหมู่ประเด็นสำคัญตามกรอบแนวคิด ได้แก่ พหุวัฒนธรรมอาหาร รูปแบบและกลยุทธ์การเล่าเรื่อง และการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจฐานรากผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลจากกิจกรรมในกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ใช้การวิเคราะห์ตามวงจรการวางแผน ปฏิบัติ สังเกต สะท้อน เพื่อประเมินการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและพัฒนาแนวทางนักเล่าเรื่องพหุวัฒนธรรมอาหารให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชนอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 การถอดรหัสบริบทพหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นย่านตลาดพลู กรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยบริบทพหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นย่านตลาดพลู กรุงเทพมหานคร พบว่า ย่านตลาดพลูเป็นพื้นที่ที่มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมอย่างชัดเจนจากกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย โดยสามารถถอดรหัสได้ดังนี้

1) อาหารในฐานะรหัสวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ พบว่า อาหารท้องถิ่นย่านตลาดพลู สะท้อนความเป็นพหุวัฒนธรรมของชุมชนไทย จีน และมุสลิม โดยทำหน้าที่เป็นรหัสวัฒนธรรมที่สื่อสารอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ ดังนี้ กลุ่มอาหารจีน เช่น กระเพาะปลา กว๋ยเตี๋ยหลอด กุ้ยช่าย ซาลาเปา ขนมเปี๊ยะ และกาแฟโบราณ สะท้อนภูมิปัญญา เทคนิคการปรุงอย่างประณีต และความเชื่อเรื่องสิริมงคลของชาวจีน โพ้นทะเล กลุ่มอาหารไทย เช่น ข้าวหมูแดง โจ๊ก ข้าวมันไก่ และน้ำใบบัวบก แสดงถึงความผูกพันกับวิถีชีวิตประจำวัน งานบุญ และภูมิปัญญาสมุนไพรพื้นบ้าน กลุ่มอาหารมุสลิม เช่น ข้าวหมกไก่ สื่อถึงการรักษาลักษณะเรื่องความสะอาดและกรรมวิธีฮาลาล กลุ่มอาหารผสมวัฒนธรรม เช่น กว๋ยเตี๋ยลูกชิ้นปลา และ กว๋ยเตี๋ยหม่าม่า แสดงถึงการประสานวัฒนธรรมไทยจีน จนกลายเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นร่วม

2) เรื่องเล่าภูมิปัญญาและที่มาของอาหาร จากการวิเคราะห์โดยใช้แนวคิด storytelling as sensemaking (Denning, 2001, pp. 15-23, 67-71, Gabriel, 2000, pp. 2-8, 135-137) พบว่า เรื่องเล่าเกี่ยวกับอาหารในย่านตลาดพลูเป็นมากกว่าการถ่ายทอดข้อมูล และยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์และความหมายร่วมของชุมชน ได้แก่ ตลาดพลู เล่าขานโดยผู้อาวุโสในชุมชนว่ามีต้นกำเนิดจากการค้าขายใบพลูบริเวณคลองบางหลวง ถ่ายทอดแก่ลูกหลานและนักท่องเที่ยว เพื่อสื่อถึงความรุ่งเรืองในอดีตและสร้างความภาคภูมิใจในรากเหง้าของชุมชน ส่วนเรื่องเล่าของอาหาร กุ้ยช่ายของอาม่าเง็ก หรือ กาแฟสุริยาที่เปิดมากกว่า 100 ปี ถูกเล่าโดยทายาทรุ่นใหม่ที่ยังคงรักษาสสูตรและวิธีการทำแบบดั้งเดิม โดยสื่อผ่านสื่อออนไลน์และการตลาดหน้าร้าน ซึ่งสะท้อนการใช้เรื่องเล่าเป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรม สำหรับอาหารบางเมนู กว๋ยเตี๋ยหม่าม่า มีเรื่องเล่าจากอดีตเชฟโรงแรมที่กลับมาเปิดร้านในชุมชน สร้างเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงกับความรู้ ทักษะ และความรักบ้านเกิด เรื่องเล่าเหล่านี้ไม่เพียงถ่ายทอด

ภูมิปัญญาท้องถิ่นและสูตรอาหารเฉพาะกลุ่ม แต่ยังทำหน้าที่ในการสร้างความหมายร่วมของชุมชนผ่านอาหาร โดยผู้คนในพื้นที่สามารถรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องเล่าเหล่านี้ในฐานะเจ้าของวัฒนธรรมร่วมกัน

3) ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและกายภาพ พบว่า การพัฒนาเมืองและการเข้ามาของวัฒนธรรมภายนอก ส่งผลให้วิถีอาหารบางประการเริ่มลดน้อยถอยลง อย่างไรก็ตาม ชุมชนมีความพยายามในการอนุรักษ์ผ่านกิจกรรม ได้แก่ การจัดเทศกาลอาหารพื้นถิ่น การถ่ายทอดสูตรอาหารภายในครอบครัว และการเล่าเรื่องอาหารผ่านโซเชียลมีเดีย ทั้งหมดนี้สะท้อนความตระหนักในคุณค่าอาหารในฐานะทุนวัฒนธรรมของชุมชน

สรุปการถอดรหัสบริบททุนวัฒนธรรมของอาหารในย่านตลาดพลู ไม่ใช่เพียงการศึกษารูปแบบการบริโภค แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงการอยู่ร่วมกันของวัฒนธรรมผ่านอาหาร ซึ่งทำหน้าที่เป็นสื่อกลางทางอัตลักษณ์ ความเชื่อ และการดำรงชีวิต โดยข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้สามารถนำไปใช้ในการคืนข้อมูลสู่ชุมชนเพื่อร่วมกันระบุภาพสะท้อนชุมชนที่แท้จริงในฐานะรหัสทางวัฒนธรรม และเป็นต้นทุนในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอาหารอย่างยั่งยืน

1.2 วิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธการเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากผลการวิจัยการวิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธการเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านตลาดพลู พบว่า มีการใช้รูปแบบและกลยุทธที่หลากหลาย ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1) รูปแบบการเล่าเรื่องผ่านบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในชุมชน พบว่า การเล่าเรื่องโดยผู้มีบทบาทในชุมชน เช่น ปราชญ์ชุมชน ผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์ และผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่น ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นเป็นอย่างดี ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและมีประสบการณ์ร่วมในการเรียนรู้

2) รูปแบบการเล่าเรื่องผ่านกิจกรรมชุมชน พบว่า การจัดกิจกรรมที่มีการสาธิตการทำอาหาร การจัดงานเทศกาลอาหาร หรือการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับชุมชน เป็นการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจและเป็นທີ່จดจำให้กับนักท่องเที่ยว

3) กลยุทธการเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัล พบว่า ชุมชนย่านตลาดพลูมีการใช้สื่อออนไลน์และแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ และเว็บไซต์ในการเผยแพร่ข้อมูลเรื่องราวอาหารท้องถิ่น ซึ่งกลยุทธนี้ช่วยเพิ่มการเข้าถึงและสร้างการรับรู้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศได้อย่างกว้างขวาง ส่งผลให้การเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น

สรุปการวิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธการเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นย่านตลาดพลู มีความหลากหลายและมีประสิทธิภาพสูงในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและรักษาวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นให้ยั่งยืน

1.3 แนวทางการพัฒนานักเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นในฐานะกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

จากผลการวิจัยโดยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (participatory action research: PAR) พบว่า นักเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นในย่านตลาดพลูไม่ได้เป็นเพียงผู้ถ่ายทอดเรื่องราว แต่มีบทบาทสำคัญในการเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากที่มีศักยภาพทั้งด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการท่องเที่ยว โดยกระบวนการ PAR ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การกำหนดแนวทางร่วม และการสร้างพลังของชุมชนในการพัฒนาตนเอง ผ่าน 4 แนวทางสำคัญ ดังนี้

1) การพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของนักเล่าเรื่อง พบว่า ชุมชนและนักเล่าเรื่องมีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรมฝึกอบรมเชิงลึก โดยมุ่งเน้นองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ และภูมิหลังของอาหารท้องถิ่น ควบคู่กับการเสริมทักษะการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ เพื่อสร้างอารมณ์ร่วมกับผู้ฟังทั้งชาวไทยและต่างชาติ รวมถึงการใช้สื่อดิจิทัลในการเล่าเรื่องอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มและต่อยอดเศรษฐกิจฐานราก

2) การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือในระดับท้องถิ่น พบว่า จากการประชุมกลุ่มย่อยและเวทีคืนข้อมูล ชุมชนได้ร่วมกันจัดตั้งกลุ่มนักเล่าเรื่องตลาดพลู ซึ่งมีบทบาทในการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว วางแผนการเล่าเรื่องร่วมกัน และเป็นพันธมิตรกับภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เพื่อสนับสนุนระบบนิเวศเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

3) การออกแบบเนื้อหาและรูปแบบการเล่าเรื่องอาหาร พบว่า จากการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ นักวิจัย และนักเล่าเรื่อง ได้มีการสร้างสรรค์รูปแบบ storytelling walk ที่เชื่อมโยงอาหารกับเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ของชุมชน เช่น ร้านกาแฟโบราณกับเรื่องการค้าทางเรือ หรือขนมพื้นบ้านกับประเพณีไทย-จีน ซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมควบคู่กับคุณค่าทางเศรษฐกิจ

4) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน พบว่า แนวทางการพัฒนาร่วมกันได้นำไปสู่การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงระหว่างร้านอาหารเก่าแก่กับแหล่งวัฒนธรรมในชุมชน เช่น วัดอินทาราม วัดราชคฤห์ คลองบางหลวง และวัดริมคลองทั้ง 9 แห่ง โดยมีนักเล่าเรื่องเป็นผู้ดำเนินเรื่อง (narrative guide) เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรมและกระตุ้นการใช้จ่ายในระดับฐานราก

สรุปแนวทางการพัฒนานักเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นภายใต้กระบวนการ PAR ช่วยสร้างพื้นที่การเรียนรู้ร่วมกันของชุมชน และนำไปสู่การออกแบบแนวทางที่เชื่อมโยงวัฒนธรรม ทักษะการท่องเที่ยว และเศรษฐกิจฐานราก เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น เกิดการจ้างงานในพื้นที่ และสามารถอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

2. อภิปรายผลการวิจัย

กำหนดประเด็นอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

2.1 การถอดรหัสบริบทพหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นย่านตลาดพลู กรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยบริบทพหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นย่านตลาดพลู กรุงเทพมหานคร พบว่า อาหารและเรื่องเล่าเป็นสะพานเชื่อมโยงประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ของชุมชนหลายเชื้อชาติ ซึ่งสามารถถอดรหัสความสอดคล้องได้ดังนี้

1) อาหารในฐานะรหัสวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ย่านตลาดพลูเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนผ่านอาหารท้องถิ่นที่ทำหน้าที่เป็นรหัสวัฒนธรรม (cultural code) ของกลุ่มต่างๆ ได้แก่ ไทย จีน และมุสลิม การวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง food identity ของ Kwik (2008, pp. 46-47) ที่เสนอว่าอาหารเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมในการสื่อสารอัตลักษณ์ ความเชื่อ และความภาคภูมิใจของกลุ่มชนอย่างมีพลัง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Hinnerova (2007, pp. 2-3) ซึ่งศึกษาชุมชนจีนในแคนาดาและพบว่าอาหารเป็นสื่อสำคัญในการธำรงอัตลักษณ์ของชุมชนพลัดถิ่น สำหรับอาหารท้องถิ่นในย่านตลาดพลู เช่น ก๋วยเตี๋ยวหลอด กุยฮ่าย ข้าวหมูแดง ข้าวหมกไก่ และก๋วยเตี๋ยวหม่าม้า ล้วนเป็นสื่อกลางที่ทำหน้าที่เล่าเรื่องและสื่อสาร อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ในแบบเฉพาะถิ่น การที่อาหารบางเมนูผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยและจีน แสดงถึงการอยู่ร่วมกันอย่างสันติและพัฒนาารูปแบบใหม่ของวัฒนธรรมร่วม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นีฮี เหมมันต์ และชญาณัท เอี้ยวเรืองสุรติ (2567, หน้า 1273-1274) ที่พบว่าอาหารในหลายได้โหนดจังหวัดพัทลุง เป็นตัวแทนของทั้งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชนอย่างมีนัยสำคัญ

2) เรื่องเล่าภูมิปัญญาและที่มาของอาหาร การเล่าเรื่อง (storytelling) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการสร้างและสื่อความหมายร่วมของชุมชน งานวิจัยนี้นำเสนอแนวคิด storytelling as sensemaking ของ Denning (2001, pp. 15-23, 67-71) และ Gabriel (2000, pp. 2-8, 135-137) เพื่อวิเคราะห์การใช้เรื่องเล่าเกี่ยวกับอาหารในการสร้างความหมายร่วมให้แก่ชุมชน การที่ทายาทของร้านกาแฟสุริยา หรือร้านกุยฮ่ายของอาม่าเจ็ก ใช้สื่อดิจิทัลในการถ่ายทอดเรื่องราว บ่งชี้ถึงการสื่อสารแบบมีเป้าหมาย และการสร้างความน่าเชื่อถือในฐานะผู้มีอำนาจทางวัฒนธรรม (cultural authority) ที่มีความผูกพันต่อชุมชนและอาหารพื้นถิ่น การเล่าเรื่องเหล่านี้ไม่เพียงแต่สะท้อนความรู้และภูมิปัญญาเชิงวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังเชื่อมโยงกับแนวคิดของ McDowell (2021, pp. 1223-1226) ที่อธิบายว่า storytelling เป็นการผลิตความหมายร่วม (collective meaning-making) และเป็นรูปแบบพื้นฐานของข้อมูล (fundamental information form) ในเชิงสังคมศาสตร์ ซึ่งเมื่อพิจารณาภายใต้กรอบ DIKW (Data Information Knowledge Wisdom) พบว่า เรื่องเล่าเกี่ยวกับอาหารของชุมชนตลาดพลูทำหน้าที่เปลี่ยนข้อมูลดิบให้กลายเป็นความรู้และภูมิปัญญา ผ่านบริบทของเรื่องเล่าและการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น

3) ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและกายภาพ การขยายตัวของเมืองและวัฒนธรรมบริโภคสมัยใหม่ ส่งผลให้วิถีอาหารดั้งเดิมในย่านตลาดพลูบางส่วนเริ่มเลือนหาย เช่น การลดลงของร้านเก่าแก่และสูตรอาหารโบราณ อย่างไรก็ตาม ชุมชนยังคงแสดงออกถึงความตระหนักในคุณค่าของอาหารในฐานะทุนวัฒนธรรม โดยมีความพยายามอนุรักษ์ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น เทศกาลอาหาร การถ่ายทอดสูตรในครอบครัว และการใช้โซเชียลมีเดียในการเล่าเรื่อง สำหรับการเล่าเรื่องดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ McDowell (2021, pp. 1223-1226) ที่มองว่า Storytelling เป็นกระบวนการสร้างความหมายร่วม (collective meaning-making) ซึ่งเรื่องเล่าทำหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูล สื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรม และเชื่อมโยงผู้เล่ากับผู้ฟังผ่านความไว้วางใจและการมีส่วนร่วมของชุมชน ขณะที่ Boje (1991, p. 106) เสนอว่าเรื่องเล่าในชุมชนเปรียบเสมือนระบบการเล่าเรื่องร่วม (collective storytelling system) ซึ่งเป็นแหล่งบันทึกความทรงจำทางสังคมที่มีความยืดหยุ่นและหลากหลายตามบริบท ด้วยเหตุนี้

แม้ย่านตลาดพลูจะเผชิญกับแรงกดดันจากการเปลี่ยนแปลงภายนอก แต่อาหารยังคงทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเชิงวัฒนธรรมที่ช่วยยืนยันตัวตนของชุมชน และต่อยอดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้อย่างยั่งยืน

สรุปการถอดรหัสบริบทพัฒนาวัฒนธรรมของอาหารในย่านตลาดพลู ไม่ได้เป็นเพียงการสำรวจประเภทของอาหาร แต่ยังเป็นการสำรวจภาษาแห่งวัฒนธรรมผ่านรสชาติ กลิ่น เนื้อหา และเรื่องเล่าที่แต่ละจานอาหารเป็นตัวแทนของอัตลักษณ์และความเชื่อของกลุ่มชน ความสามารถในการสื่อสารผ่านอาหารจึงเป็นทั้งมรดกทางวัฒนธรรมและเครื่องมือสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน

2.2 วิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธ์การเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากผลการวิจัยการวิเคราะห์รูปแบบและกลยุทธ์การเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นย่านตลาดพลู พบว่า การนำเสนอเรื่องราวผ่านบุคคลสำคัญ กิจกรรมชุมชน และสื่อดิจิทัล มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยสามารถอธิบายความสอดคล้องได้ดังนี้

1) การเล่าเรื่องผ่านบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในชุมชน การให้ปราชญ์ชุมชน ผู้สูงอายุ และผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่นเป็นผู้เล่าเรื่อง สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารวัฒนธรรมผ่านอาหาร (Hinnerova, 2007, p. 35; Kwik, 2008, p. 91) ที่เน้นการใช้ตัวแทนวัฒนธรรม เพื่อถ่ายทอดอัตลักษณ์และประวัติศาสตร์อาหารอย่างน่าเชื่อถือ ช่วยสร้างความเข้าใจเชิงลึกและความประทับใจให้นักท่องเที่ยว (สมจินตนา จิรายุกุล, วินัยธร วิชัยดิษฐ์ และสุธิดารัตน์ มัทธวรรตน์, 2564, หน้า 103-104) นอกจากนี้ ยังสะท้อนหลักการมีส่วนร่วมของชุมชน (community-based tourism) ที่ให้ความสำคัญกับเสียงของท้องถิ่น ในการกำหนดเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ (ปรเมษฐ์ คำชู, อนุমান จันทวงศ์, จุฑารัตน์ ธาราทิศ และมนกันต์ สมเกื้อ, 2562, หน้า 44)

2) การเล่าเรื่องผ่านกิจกรรมชุมชน การจัดเทศกาลอาหารและการสาธิตทำอาหารท้องถิ่น เป็นไปตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (experiential tourism) ที่เน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติ (World Tourism Organization, 2017, pp. 134-135) เช่นเดียวกับกรณีตลาดใต้โหนด จังหวัดพัทลุง ที่ใช้เวิร์กช็อปทำอาหารดึงดูดนักท่องเที่ยว (นิธิ เหมมันต์ และชญาณัทธ เอื้อยวเรืองสุรติ, 2567, หน้า 1273-1274) กิจกรรมเหล่านี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีการเล่าเรื่องแบบมีส่วนร่วม (participatory storytelling) ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีบทบาทเป็นผู้สร้างประสบการณ์ร่วมกับชุมชน (สรณา อนุสรณ์ทรงกูร, 2568, หน้า 60-63)

3) กลยุทธ์การเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัล การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเผยแพร่เรื่องราวอาหารท้องถิ่น สะท้อนแนวโน้มการตลาดดิจิทัลเชิงวัฒนธรรม (digital cultural marketing) ที่ใช้เทคโนโลยีขยายการรับรู้และสร้างการมีส่วนร่วม (ณัฐดนัย สาทสนธิ, 2565, หน้า 18-27) แนวคิดดังกล่าวมีความสอดคล้องอย่างชัดเจนกับการเสนอรูปแบบการเล่าเรื่องอาหารพัฒนาวัฒนธรรมของเมืองเก่าอยุธยาผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น เฟซบุ๊ก แฟนเพจ เว็บไซต์หน่วยงานท่องเที่ยว และสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

เพื่อสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดนักท่องเที่ยว (อมรา ดอกไม้ และ นาทยา เกตุสมบุรณ์, 2568, หน้า 431-432)

สรุปรูปแบบและกลยุทธ์การเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นในย่านตลาดพลู ไม่เพียงส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรม แต่ยังสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจฐานรากเชิงพาณิชย์ที่บูรณาการวัฒนธรรม เทคโนโลยี และการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากที่เข้มแข็งในระดับพื้นที่ โดยชี้ให้เห็นว่าการบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากเชิงสวัสดิการอย่างยั่งยืน

2.3 แนวทางการพัฒนานักเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นในฐานะกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

จากผลการวิจัยโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม (participatory action research: PAR) พบว่า นักเล่าเรื่องอาหารในชุมชนตลาดพลูมีศักยภาพในการเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงวัฒนธรรม อัตลักษณ์ และเศรษฐกิจฐานรากเข้าด้วยกันอย่างยั่งยืน โดยแนวทางการพัฒนานี้สามารถอธิบายได้ใน 4 มิติ ดังนี้

1) การพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของนักเล่าเรื่อง การอบรมองค์ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์และภูมิหลังของอาหารท้องถิ่น ช่วยให้นักเล่าเรื่องสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีพลัง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทุนทางวัฒนธรรมในตัวบุคคล (embodied cultural capital) ของ Bourdieu (1986, p. 243) ที่ชี้ว่า ทักษะ ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งฝังอยู่ในตัวบุคคล เป็นรูปแบบหนึ่งของทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาใช้สร้างอำนาจและคุณค่าทางสังคมได้ ทั้งยังสอดคล้องกับ Hinnerová (2007, pp. 1-2) ที่อธิบายว่าอาหารเป็นสื่อสะท้อนอัตลักษณ์ข้ามวัฒนธรรม และ Kwik (2008, pp. 20-24) ที่ชี้ว่า องค์ความรู้เดิมเกี่ยวกับอาหาร (traditional food knowledge) เป็นเครื่องมือเสริมสร้างความเข้าใจและศักยภาพของชุมชนในมิติวัฒนธรรม

2) การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ การจัดตั้งกลุ่มนักเล่าเรื่องและการร่วมมือกับภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา ไม่เพียงเป็นการดำเนินการตามหลักการมีส่วนร่วมของชุมชน (ปรมะรัฐ คำชู, อนุমান จันทวงศ์, จุฑารัตน์ ธาราทิศ และมนกันต์ สมเกื้อ, 2562, หน้า 7) และแนวคิด BCG Economy (ดารณี อาจหาญ และเกตุศิริ เจริญวิศาล, 2565, หน้า 276-279) แต่ยังสะท้อนการได้รับการยอมรับในฐานะเป็นทุนทางวัฒนธรรมในรูปสถาบัน (institutionalized cultural capital) ตามแนวคิดของ Bourdieu ซึ่งหมายถึงการได้รับการรับรองและยอมรับจากภายนอกว่านักเล่าเรื่อง คือ ผู้มีคุณค่า มีสถานะ และมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจฐานราก

3) การออกแบบเนื้อหาและรูปแบบการเล่าเรื่อง การสร้างกิจกรรม Storytelling Walk ที่เชื่อมโยงอาหารกับเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ถือเป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมในรูปวัตถุ (objectified cultural capital) มาใช้ประโยชน์ กล่าวคือ สูตรอาหาร เครื่องมือครัว หรือสถานที่ประวัติศาสตร์กลายเป็นวัตถุที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมที่สามารถแปลงเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจและการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ นี เฮมมันต์ และชยฐานันท์ เอื้อยเรืองสุริติ (2567, หน้า 1273-1274) ที่ยืนยันว่าการออกแบบเรื่องเล่าให้เชื่อมโยงกับบริบทชุมชนช่วยยกระดับคุณค่าอาหารท้องถิ่น

4) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เส้นทางท่องเที่ยวที่ออกแบบให้เชื่อมโยงอาหารกับวัดเก่า คลอง และวิถีชีวิตชุมชน ทำหน้าที่เป็นกลไกในการเปลี่ยนทุนทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นทุนเศรษฐกิจในรูปแบบที่จับต้องได้ ตามแนวคิดของ Bourdieu (1986, p. 243) ที่เสนอว่า ทุนทางวัฒนธรรมจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเมื่อสามารถเปลี่ยนผ่านไปสู่มิติทางเศรษฐกิจหรือการยอมรับในระบบสังคม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวทางของ World Tourism Organization (2017, p. 44) และงานของ Reddy & van Dam (2020, pp. 1-2) ที่เสนอว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่บูรณาการเทคโนโลยีและวัฒนธรรมสามารถสร้างประสบการณ์ลึกซึ้งให้กับนักท่องเที่ยว และสร้างรายได้ที่ยั่งยืนแก่ชุมชน

สรุปแนวทางการพัฒนานักเล่าเรื่องอาหารในย่านตลาดพลู จึงไม่ใช่เพียงการถ่ายทอดเรื่องราว หากแต่เป็นการแปลงทุนทางวัฒนธรรมทั้งในตัวบุคคล วัตถุ และการรับรองในสังคมให้กลายเป็นพลังสร้างงาน สร้างรายได้ และสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างระบบนิเวศวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ (cultural-creative ecosystem) ที่วัฒนธรรมกลายเป็นทรัพยากรพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ควรนำแนวทางการพัฒนานักเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นที่ได้จากงานวิจัยไปจัดทำเป็นหลักสูตรฝึกอบรมหรือเวิร์กช็อปต่อเนื่องในชุมชน โดยเนื้อหาควรครอบคลุมทั้งองค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ เทคนิคการเล่าเรื่องอย่างมีอารมณ์ร่วม การใช้สื่อดิจิทัล และการพัฒนาอัตลักษณ์ร้านอาหารในฐานะพื้นที่วัฒนธรรม เพื่อยกระดับความสามารถในการสื่อสารและดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

1.2 ควรพัฒนาสื่อเล่าเรื่องอาหารในรูปแบบ QR story board ติดตั้งหน้าร้านอาหารเก่าแก่หรือจุดท่องเที่ยวสำคัญ พร้อมเนื้อหาเรื่องเล่าประวัติของร้าน สูตรอาหาร ภูมิหลังของชุมชน และเรื่องเล่าชาวบ้าน ซึ่งสามารถรองรับทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ โดยผสมผสานภาพ เสียง หรือคลิปวิดีโอสั้น เพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้แบบไม่ต้องพึ่งมีคูปเตอร์

1.3 ควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์เล่าเรื่องอาหาร (storytelling food tour) โดยมีนักเล่าเรื่องชุมชนเป็นผู้ดำเนินเรื่อง (narrative guide) ผ่านเส้นทางวัฒนธรรมอาหาร เช่น จากวัดอินทาราม คลองบางหลวง ร้านกาแฟสุริยา ตลาดพลู ซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์เชิงลึก (immersive experience) และเพิ่มเวลาการพักผ่อน/ใช้จ่ายในพื้นที่

1.4 บูรณาการนโยบายร่วมกับภาครัฐและท้องถิ่น หน่วยงานของกรุงเทพมหานคร เขตธนบุรี และหน่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรร่วมกับภาคเอกชนและชุมชน นำผลการวิจัยไปบูรณาการกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เช่น แผนยุทธศาสตร์ BCG หรือ creative economy โดยสนับสนุนทุนการอบรม และพื้นที่สื่อสารสาธารณะให้กับนักเล่าเรื่องในชุมชน

1.5 ควรจัดทำแผนที่วัฒนธรรมอาหาร (food culture map) ในย่านตลาดพลูที่เชื่อมโยงร้านอาหารเก่าแก่ แหล่งวัฒนธรรม และจุดเล่าเรื่องในชุมชน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์และสร้าง

ความสะดวกให้นักท่องเที่ยว โดยสามารถอยู่ในรูปแบบแผ่นพับ อินโฟกราฟิก หรือเว็บแอปพลิเคชันแบบมีส่วนร่วมเชิงปฏิสัมพันธ์

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาผลกระทบระยะยาวของการเล่าเรื่องอาหารท้องถิ่นต่อเศรษฐกิจชุมชน และความยั่งยืนทางวัฒนธรรม โดยสามารถขยายขอบเขตการศึกษาไปยังพื้นที่อื่นที่มีบริบทคล้ายคลึงกัน เพื่อเปรียบเทียบและสังเคราะห์องค์ความรู้

2.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมเล่าเรื่องอาหาร รวมถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสื่อสาร เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาดและรูปแบบกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน

2.3 ควรมีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อใหม่ ๆ ในการสื่อสารและการเล่าเรื่องอาหาร เพื่อสร้างองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง

รายการอ้างอิง

- กาญจนา รอดแก้ว, ภูซังค์ เสนานุช และธรรรงค์ จันโต. (2563). รายงานวิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน. สถาบันพระปกเกล้า.
- ณัฐดนัย สาทสนธิ. (2565). การตลาดแบบเล่าเรื่อง การรับรู้คุณค่าตราสินค้า และการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจเพื่อสังคม กรณีศึกษาตราสินค้าดอยคำ [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดารณี อางหาญ และเกศศิริ เจริญวิศาล. (2565). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 12(2), หน้า 276-291.
- นธี เหมมันต์ และชญานัท เอี้ยวเรืองสุรติ. (2567). การสื่อสารวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาตลาดใต้โหนด ตำบลดอนทราย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง. การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15 (หน้า 1266-1278). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ประเมษฐ์ คำชู, อนุมาน จันทวงศ์, จุฑารัตน์ ธาราทิศ และมนกันต์ สมเกื้อ. (2562). รายงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาฐานข้อมูลด้านเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พวงร้อย กล่อมเอี้ยง, มนัสสวาส กุลวงศ์ และโชคชัย วงษ์ธานี. (2546). โครงการวิจัยประวัติศาสตร์ท้องถิ่นวิถีวัฒนธรรมน้ำ ย่านตลาดพลูจากคลองบางหลวงถึงคลองด่าน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วรสิทธิ์ ตันตินิพันธุ์กุล, ปุษเกตน์ อินทรปาสาน และอรจนิยา วงศ์กิจการวานิช. (2558). รายงานวิจัยเรื่อง การวิจัยเพื่อศึกษาและสำรวจภูมิทัศน์วัฒนธรรมของย่านเมืองเก่าในชุมชนบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายเก่าฝั่งธนบุรี: กรณีศึกษา พื้นที่ตลาดพลู-วัดโพธิ์นิมิตร. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- สมจินตนา จิรายุกุล, วินัยธร วิชัยดิษฐ์ และสุธิดารัตน์ มัทธวรรตน์. (2564). การจัดการความรู้เพื่อสืบสานอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร. วารสารสถาบันวิจัยญาณสังวร, 12(2), หน้า 95-105.
- สรณา อนุสรณ์ทรงกูร. (2568). รายงานวิจัยเรื่อง การยกระดับมาตรฐานวิชาชีพการเป็นนักเล่าเรื่องพหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจฐานรากเชิงพาณิชย์ ในพื้นที่ย่านตลาดพลู กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- สรเสริญ วงศ์ชะอุ่ม. (2554). การวางแผนพัฒนาประเทศ. ศูนย์การพิมพ์เพชรรุ่ง.
- อมรา ดอกไม้ และนัตยา เกตุสมบุญ. (2568). รูปแบบการเล่าเรื่องเพื่อยกระดับมูลค่าอาหารพหุวัฒนธรรมดำรงดั้งเดิม เมืองเก่าอยุธยา. วารสารศิลปการจัดการ, 9(1), หน้า 422-443.
- Boje, D. M. (1991). The storytelling organization: A study of story performance in an office-supply firm. *Administrative Science Quarterly*, 36(1), pp.106-126.

- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. Richardson (Ed.), **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education** (pp. 241-258). Greenwood.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. **Annals of Tourism Research**, 31(4), pp. 755-778.
- Denning, S. (2001). **The springboard: How storytelling ignites action in knowledge-era organizations**. Butterworth-Heinemann.
- Gabriel, Y. (2000). **Storytelling in organizations: Facts, fictions, and fantasies**. Oxford University Press.
- Hinnerová, K. (2007). **Food as a Transcultural Metaphor-Food Imagery in Contemporary Multicultural Women Writing in Canada**. [Master's thesis, Masaryk University]. MUNI. https://is.muni.cz/th/74496/ff_m_b1/
- Kwik, J. C. (2008). **Traditional food knowledge: Renewing culture and restoring health**. [Master's thesis, University of Waterloo]. UWATERLOO. <https://dspacemainprd01.lib.uwaterloo.ca/server/api/core/bitstreams/8bc33d76-f288-4301-a73f-796388e5c7d9/content>
- McDowell, K. (2021). Storytelling wisdom: Story, information, and DIKW. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, 72(10), pp. 1223-1233.
- OECD. (2012). **Food and the Tourism Experience: The OECD-Korea Workshop**. OECD Studies on Tourism. OECD Publishing.
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2017). **Thailand's voluntary national review on the implementation of the 2030 Agenda for Sustainable Development**. United Nations High-level Political Forum on Sustainable Development. <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/16147Thailand.pdf>
- Reddy, G., & van Dam, R. M. (2020). Food, culture, and identity in multicultural societies: Insights from Singapore. **Appetite**, 149, pp. 104633.
- World Tourism Organization. (2017). **Affiliate Members Global Report, Volume 16-Second Global Report on Gastronomy Tourism**. UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418701>