

โกปีเมืองตรัง : วิถีการดื่มโกปีสัญญาทางวัฒนธรรม
หรือการแสดงตัวตนทางสังคม

Trang's Kopi : The way of Drinking Kopi as a Semiology of Cultural
or Social Identity

ภรณี ยี่ถีน¹, จูรีรัตน์ บัวแก้ว²

Paranee YheeThin, Jureerat Buakaew

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดเผยวัฒนธรรมการรับประทานโกปีในมุมมองของคนที่เมืองตรังผ่านพื้นที่ร้านโกปี ในเขตเทศบาลนครตรัง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนามด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหาร พนักงานในร้านโกปีและเจ้าของร้านโกปี และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ทำการวิพากษ์ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นผ่านการเก็บรวบรวมข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่นร่วมกับข้อมูลจากวิจัยในภาคสนามในพื้นที่ร้านโกปี ผลการวิจัยพบว่าวิถีการรับประทานโกปีในพื้นที่ศึกษามีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของสายสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมของคนในชุมชน ให้ความสำคัญกับการนำวัฒนธรรมการรับประทานโกปีเพื่อการต้อนรับขับสู้ผู้ที่มาเยี่ยมเยือน รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของคนเมืองตรังโดยใช้พื้นที่ร้านโกปีเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสาร ทั้งผ่านการพูดคุยและสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้คนภายในร้าน อันสะท้อนให้เห็นทัศนคติทางความคิดทั้งทางบวกและทางลบต่อสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิตท่ามกลางบริบททางสังคมของคนเมืองตรัง ร้านโกปีจึงถูกให้ภาพแทนความหมายเป็นเวทีทางสังคม

¹ นักศึกษาลัทธิศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

² รองศาสตราจารย์, สาขาวัฒนธรรมศึกษา, ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขต หาดใหญ่

ทั้งเพื่อการแสดงออกตัวตนทางสังคม ผ่านการสื่อสารทางความคิดของคนในสังคม และการร่วมกันถกเถียงในการแก้ไขปัญหาทางสังคมของคนเมืองตรัง

คำสำคัญ : โกปี วิธีการรับประทานโกปี สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม พื้นที่แสดงตัวตน

Abstract

The purpose of this article was to reveal the culture of Kopi drinking in Trang from the viewpoints of Trang locals in Kopi coffee shops in Trang Municipality, Mueang District, Trang Province. The field data of this qualitative research was collected through in-depth interviews with customers, employees and owners of Kopi coffee shops, and participatory observations. Critiques of the phenomenon were conducted through gathering of local historical data and data from field research on the Kopi coffee shop space. The study found that Kopi drinking culture in the study area was important for the existence of relationships among locals who attach importance of Kopi drinking culture to welcoming visitors and to participate in social activities using the Kopi coffee shop space as a means of communication. Local people talked and interacted with other customers in the Kopi coffee shops which reflected their positive and negative attitudes towards situations relating to their way of life in Trang social context. Therefore, the Kopi shops were used to express their social identity through communication of ideas and discussion about solving social problems in the community.

Keywords : Kopi, drinking Kopi culture, semiology of cultural, space for expressing identity

บทนำ

วิถีการรับประทานอาหารโกปี้ของเมืองตรัง เป็นหนึ่งในวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรัง ที่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมการรับประทานอาหารแสดงออกผ่านกิจกรรมทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นจากการรับประทานอาหารในแต่ละวัน ไปจนถึงประเพณีอันเกี่ยวเนื่องกับวิถีชีวิตและความเชื่อของคนในสังคม อาทิ งานแต่งงาน งานศพ โดยจัดให้มีอาหารเลี้ยงต้อนรับอย่างเต็มที่ ประกอบกับรสชาติของอาหารที่เข้มข้นจัดจ้าน สะท้อนวัฒนธรรมของท้องถิ่น ที่ผสมผสานอาหารของคนไทยพื้นถิ่นกับอาหารของชาวจีนโพ้นทะเลที่เข้ามาตั้งรกราก กลายเป็นประชากรส่วนใหญ่ในเขตตัวเมืองตรัง (เอกสารประกอบการจัดงาน 100 ปีเมืองทับเที่ยง, 2558) วัฒนธรรมการรับประทานอาหารของชาวจีนจึงได้เข้ามามีอิทธิพลต่อวิถีการรับประทานอาหารของคนเมืองผ่านการติดต่อและสร้างสายสัมพันธ์ภายในสังคมคนเมืองตรัง ผสมผสานแนวคิดของชาวจีนที่ให้ความสำคัญในการต้อนรับขับสู้ต่อแขกที่มาถึงเรือนชานด้วยอาหารการรับประทานอาหารเต็มที่ ความเชื่อเหล่านี้ทำให้คนตรังพิถีพิถันประกอบอาหาร ทำให้อาหารของคนเมืองตรังมีความโดดเด่นเป็นที่ชื่นชอบของคนทั่วไป นอกจากนี้การรับประทานอาหารโกปี้ยังดำรงอยู่ในวิถีชีวิตของผู้คนเมืองตรังมายาวนานกว่า 100 ปี (จิรัชศักดิ์ ทับเที่ยง, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559)

นับตั้งแต่อดีตร้านโกปี้ของเมืองตรังได้ถูกให้ความสำคัญให้เป็นแหล่งนัดพบพูดคุย สื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์ของคนเมืองตรัง ทั้งเพื่อการแจ้งข่าวสารของคนในชุมชน และการพบปะเพื่อร่วมรับประทานอาหารสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มคนเมืองตรัง (จินตนา พลรบ, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2559) ซึ่งเป็นวิถีในการดำเนินชีวิตที่ได้ดำรงอยู่จากอดีตยาวนานจนถึงปัจจุบันแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการรับประทานอาหารโกปี้ที่มีคุณค่ามากกว่าการเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของคนเมืองตรัง งานวิจัยเรื่องนี้ต้องการนำเสนอวิถีการรับประทานอาหารโกปี้ของคนเมืองตรัง ผ่านมุมมองที่ผสมผสานระหว่างการเป็นคนใน (วัฒนธรรม) และคนนอก (วัฒนธรรม) นำเสนอผ่านการพรรณนาวิเคราะห์ เพื่อทำการค้นหาคำตอบที่ว่า วิถีการรับประทานอาหารโกปี้ เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมหรือเป็นเครื่องมือการแสดงตัวตนทางสังคมของคนเมืองตรัง

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาวิถีการรับประทานโกบีของคนเมืองตรังว่าเป็นวัฒนธรรมหรือเครื่องมือการแสดงตัวตนทางสังคม

คำถามการวิจัย วิถีการรับประทานโกบีเป็นวัฒนธรรมหรือเครื่องมือแสดงตัวตนทางสังคมของคนเมืองตรัง

วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง วิถีการรับประทานโกบีของคนเมืองตรัง วัฒนธรรมหรือการแสดงตัวตนทางสังคมทำการศึกษากลุ่มคนภายในพื้นที่ร้านโกบีในเขตการปกครองส่วนท้องถิ่นเทศบาลนครตรัง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยศึกษากิจกรรมและวัฒนธรรมการรับประทานโกบีของคนเมืองตรังในพื้นที่ร้านโกบี ผู้วิจัยออกแบบงานวิจัยเป็นดังต่อไปนี้

การเลือกพื้นที่ที่ศึกษา

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ พื้นที่ตัวเมืองตรังในเขตเทศบาลนครตรัง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง ซึ่งมีความโดดเด่นทางด้านการศึกษาสัมพันธ์ทางสังคมของคนเมืองตรัง เป็นพื้นที่ทางสังคมของคนทุกเพศทุกวัย ซึ่งยังดำรงอยู่นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันแม้มีการเปลี่ยนแปลงของสังคมเกิดขึ้น อันส่งผลให้วัฒนธรรมบางประการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย แต่ร้านโกบีก็ยังเป็นพื้นที่ของการดำเนินชีวิตที่มีการสร้างความสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมทางสังคมของคนเมืองตรัง ผู้วิจัยคัดเลือกร้านโกบี โดยสอบถามจากคนในพื้นที่เพื่อคัดเลือกร้านโกบีที่ได้รับความนิยมในตัวเมืองตรังจากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม

อีกทั้งยังใช้เกณฑ์เจาะจงกลุ่มเป้าหมายร้านโกบีที่มีคนเมืองตรังใช้เป็นพื้นที่ในการใช้สื่อสาร สร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมทางสังคมที่เกิดขึ้นภายใน นอกจากนี้ภายในร้านยังคงพบเห็นสัญลักษณ์ท้องถิ่นบางประการในการสื่อสารระหว่างกันของกลุ่มคน อาทิ ป้ายเชิญชวนร่วมงานครบรอบวันกำเนิดศาลเจ้า ป้ายประกาศงานศพ ทำการเลือก 3 ร้าน คือร้าน A ร้าน B และร้าน C เนื่องจาก

ร้าน A เป็นร้านที่คนเมืองตรังนิยมเข้าไปพูดคุยเรื่องการเมือง และมักเป็นที่นิยมของหัวคะแนนพรรคการเมืองต่างๆเมื่อใกล้เวลาหาเสียงเลือกตั้ง

ร้าน B เป็นร้านโกบีที่อยู่ใจกลางตัวเมืองและมองเห็นการเข้าถึงร้านของคนทุกเพศวัย อยู่ใกล้แหล่งการค้า โรงเรียน รวมถึงคิวรถเพื่อเดินทางไปยังอำเภออื่นๆ ในจังหวัดตรัง ซึ่งจะทำให้มองเห็นภาพของคนเมืองตรังที่ได้มีการใช้ร้านโกบีเป็นสถานที่พักระหว่างเดินทางไปยังพื้นที่อื่น รวมถึงเห็นโอกาสของการนัดพบเพื่อเดินทางของกลุ่มคน

เลือกร้าน C เป็นร้านโกบีที่นิยมในการนัดพบของคนทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะในช่วงเวลาค่ำคืน

ผู้ให้ข้อมูล

การศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นในพื้นที่ร้านโกบีในตัวเมืองตรัง รวมทั้งหมด 17 คน โดยผู้ให้ข้อมูลจากร้าน A 6 คน ร้าน B 5 คน และร้าน C 5 คน จำนวน 16 คนโดยผู้ให้ข้อมูลสามารถแบ่งได้เป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มของลูกค้าที่เข้ามาบริโภคภายในร้านโกบี กลุ่มพนักงานและเจ้าของร้านโกบีภายในพื้นที่ร้านโกบี เพื่อช่วยในการเพิ่มมุมมองการสร้างปฏิสัมพันธ์ของคนเมืองตรังผ่านกิจกรรมทางสังคมที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังได้ทำการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง จำนวน 1 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลอันเกี่ยวเนื่องกับนโยบายในการสนับสนุนและการดำรงอยู่ซึ่งวิถีการรับประทานโกบีของคนเมืองตรังจากมิติของหน่วยงานภาครัฐ

วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลภายในร้านโกบีผ่านการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม ทำการสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าภายในร้านในช่วงสถานการณ์ปัจจุบัน และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มของพนักงานภายในร้านและเจ้าของร้านเป็นสำคัญ เพื่อให้ได้ทัศนคติของคนเมืองตรังที่มีต่อร้านโกบี และศึกษากิจกรรมทางสังคมที่เกิดขึ้นภายในร้าน อันก่อให้เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคม เพื่อมองภาพรวมของวิถีการรับประทานโกบีแล้วนำข้อมูลที่มีความครบถ้วนมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป ในการศึกษาคั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลและผลการศึกษาคครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ทำการศึกษาเอกสารโดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งข้อมูลจากเอกสารและรวบรวมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในแง่มุมมองของทรัพยากรในพื้นที่ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้ทำการค้นคว้าจากหอสมุดแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และหอสมุดคุณหญิงหลงอรรถกวีสุนทร ตลอดจนการสืบค้นข้อมูลจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งได้เก็บรวบรวมโดยนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา

2. ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการ รวมถึงแบบสังเกตเพื่อช่วยในการลงเก็บข้อมูลในภาคสนามจากการวิเคราะห์ สังเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

3. การเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้งสองกลุ่มด้วยตนเอง ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมเอกสาร จากการสัมภาษณ์จากการลงพื้นที่ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่ ทำการคัดเลือกและจัดหมวดหมู่ตามประเด็นที่ทำการศึกษา แยกข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2. ทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ทฤษฎีสัญญาวิทยาของ Barthes (1957) แนวความคิดอำนาจของ Foucault ทฤษฎีทุนทางสังคมของ Putnam (2011) แนวคิดทุนทางสังคมของ อมรา พงศาพิชญ์ (2543) และแนวคิดพื้นที่ของ Lefebvre (1991) มาตีความและสร้างข้อสรุป อธิบายเชิงพรรณนาความและเรียบเรียงเป็นบทความอันสมบูรณ์

ผลการศึกษา

ย่านรุ่งเมืองเก่า : เคล้ากลิ่นโกปีที่เมืองตรัง

การรับประทานโกปีของคนเมืองตรังเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมจากชาวจีนที่ได้รับการยอมรับและส่งผ่านมายังรุ่นต่อรุ่น แม้จะไม่ปรากฏหลักฐานการจดบันทึกจากชาวจีนและชาวไทยเชื้อสายจีนถึงเรื่องราวของการนำการรับประทานโกปีเข้ามาในตัวเมืองตรังอย่างเป็นทางการ แต่คาดการณ์ว่าการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังมีมายาวนานกว่า 100 ปี เนื่องจากชาวจีนเมื่อเข้ามาจับจองพื้นที่สร้างบ้านแปลงเมืองยัง

ต่างแดน (จิรศักดิ์ ทับเที่ยง, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559) ที่บริเวณตำบลทับเที่ยงเดิมเป็นเพียงพื้นที่ว่างเปล่ารกร้างไม่เหมาะต่อการเพาะปลูก ชาวจีนเป็นกลุ่มผู้บุกเบิกความเป็นเมืองให้แก่บ้านทับเที่ยงซึ่งต่อมาได้กลายมาเป็นที่ตั้งของอำเภอเมืองจังหวัดตรังในปัจจุบัน (วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณะและภูมิปัญญา จังหวัดตรัง, 2544) เมื่อมีการเข้ามาตั้งรกรากนอกเหนือจากการนำเอาสิ่งของ เครื่องใช้มาในดินแดนใหม่แล้ว ชาวจีนยังนำเอาวัฒนธรรมจีนที่ได้รับการสืบทอดผ่านบรรพบุรุษในการดำเนินชีวิตและลักษณะนิสัยที่ถูกผูกติดมากับการเข้าสังคม สิ่งเหล่านั้นถูกแสดงออกผ่านวิถีการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน เมื่อมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกับคนกลุ่มอื่นๆภายในสังคมจึงทำให้วัฒนธรรมของชาวจีนได้ถูกส่งต่อ และมีบางส่วนที่ได้รับการผสมผสานให้เหมาะสมกับลักษณะนิสัยของคนในสังคม

การรับประทานโกบี้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการรับประทานที่ได้อิทธิพลจากการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมของชาวจีนอพยพ โดยวัฒนธรรมการรับประทานโกบี้นี้นอกจากการรับประทานโกบี้หรือที่ถูกให้ความหมายว่าเป็นการรับประทานกาแฟโบราณแล้ว ยังผู้รวมไปถึงการรับประทานชาซึ่งชาวจีนนำชาเข้ามาส่วนหนึ่งของเทศกาล ประเพณีต่างๆอันเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรมจีน อาทิ ในเทศกาลถือศีลกินเจหรือถือศีลกินผักที่ ชาถูกนำไปเป็นเครื่องดื่มต้อนรับการเยี่ยมลูกหลานของตัวแทนเทพเจ้าหรือผู้ที่ถูกเรียกว่าม้าทรงโดยมีการวางชาไว้บนโต๊ะสำหรับรับการลงมาเยี่ยมลูกหลานเทพเจ้า หรือที่บรรดาชาวไทยเชื้อสายจีนในจังหวัดตรัง เรียกว่า “รับพระออกเที่ยว” ถูกนำไปตั้งประกอบพิธีสำคัญต่างๆไม่ว่าจะเป็น พิธีกรรมในช่วงเทศกาลแข่งเม็ง พิธีกรรมในช่วงเทศกาลตรุษจีน รวมถึงหากเข้าไปยังศาลเจ้าหรือบ้านเรือนของชาวไทยเชื้อสายจีนบางบ้านก็จะมีการนำน้ำชาเป็นเครื่องบูชารูปปั้นหรือรูปวาดเทพเจ้าจีน (ป้าสาว, สัมภาษณ์ 5 ธันวาคม 2557) สิ่งเหล่านี้เป็นวัฒนธรรมที่ชาวไทยเชื้อสายจีนในจังหวัดตรังยังคงดำรงวิถีชีวิตตามความเชื่อของชาวจีน สร้างความหมายชานนอกเหนือจากการเป็นเครื่องดื่มในชีวิตประจำวัน ยังเป็นตัวแทนของสิ่งของที่ใช้ในการต้อนรับแขกและเพื่อนฝูงที่มาเยี่ยมเยือน (วิทยาลัยภาษาจีนปักกิ่ง มหาวิทยาลัยครูหนานจิง มหาวิทยาลัยครูอันฮุย, 2550) คนตรังเป็นคนช่างกิน ทำให้มีลักษณะนิสัยในการเลือก

กินของอร่อย ของดีมีคุณภาพ คำกล่าวนี้หาได้เกินจริง นอกจากการเลือกอาหารว่างในการรับประทานคู่กับโกบีหรือชาต่างๆแล้ว คนตรังให้ความสำคัญกับรสชาติและรสสัมผัสของเครื่องดื่ม โดยมีการเลือกใบชาซีลอนซึ่งปัจจุบันคือใบชาที่ดีที่สุดในโลก และเลือกกาแฟโรบัสต้าที่ถึงแม้จะมีคุณภาพที่ได้รับการยอมรับเพียงอันดับสองแต่กาแฟชนิดนี้เป็นกาแฟที่หาได้ง่าย สามารถปลูกได้ในบริเวณเขาช่อง ซึ่งเป็นตำบลหนึ่งของจังหวัดตรัง (จิระศักดิ์ ทับเที่ยง, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559) ชาวตรังส่วนใหญ่รับประทานโกบีวันละห้าแก้ว ครั้งแรกที่ได้ยินก็ไม่เชื่อนัก ใครจะดื่มได้ถึงวันละห้าแก้ว แต่เมื่อเข้าไปพูดคุยกับลูกค้าภายในร้านก็พบว่าไม่เกินจริงเสียทีเดียว ชาวตรังรับประทานโกบีแก้วแรกตอนเช้าพร้อมอาหารเช้าหรือขนมต่างๆ ช่วงสายบางครั้งมีแขกมาถึงเรือนชานไม่มีอะไรรับรองการมาเยี่ยมเยือนก็ชวนไปนั่งร้านโกบี เพื่อหาอะไรรับประทานพร้อมพูดคุยเรื่องราวต่างๆ ด้วยกันนับเป็นแก้วที่สอง ช่วงเที่ยงบางบ้านไม่ทำอาหารเนื่องจากภารกิจในการประกอบอาชีพ ก็ไปรับประทานที่ร้านซึ่งร้านโกบีที่ตรังส่วนใหญ่ที่เปิดช่วงเที่ยงก็จะมีการขายอาหารจานเดียวประเภทต่างๆร่วมด้วย ก็นับได้เป็นแก้วที่สาม ช่วงบ่ายเหนื่อยจากการทำงานหรืออาจจะมีการวิ่งเหงาหวานอนก็ไปหาโกบีรับประทาน บางคนกล่าวว่าตนเองมักจะไปร้านโกบีช่วงบ่ายไปเจอกับกลุ่มเพื่อน เพราะเป็นที่รู้จักว่า ช่วงเวลานี้เป็นเวลาที่ทุกคนต้องไปเจอกันพูดคุย หรือส่งข่าวกัน ช่วงเย็นบางครอบครัวพาสมาชิกครอบครัวไปทานอาหารนอกบ้านกันบางครั้งก็เลือกหาร้านโกบีเพราะทุกคนในครอบครัวสามารถเลือกอาหาร ขนม หรือเครื่องดื่มที่ตนเองต้องการได้จากความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่มที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวเลือกมากขึ้นในปัจจุบัน (ชาว เพชรสี, สัมภาษณ์ 14 มิถุนายน 2558) ทั้งนี้การรับประทานโกบีของชาวตรังก็มีรับประทานวันละห้าแก้วทุกวัน หรือทุกคนขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นแต่ละวันของผู้คนในตัวเมืองตรังเป็นสิ่งสำคัญ สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าชาวตรังไม่ได้เพียงแต่กินโกบีและเป็นการใช้พื้นที่ร้านโกบีเป็นพื้นที่ของการพูดคุยสื่อสาร ใช้เครื่องดื่มและอาหารต่างๆในร้านโกบีเป็นตัวแทนในการต้อนรับผู้ที่เข้ามาเยี่ยมเยือน บางครั้งอาจไม่ได้คิดว่าจะกินโกบีแต่เมื่อไปพบเพื่อนหรือคนรู้จักก็จะทำการ

หาร้านโกบี ซึ่งมีอยู่หลากหลายทั่วไปในพื้นที่เมืองตรัง สะดวกต่อการพูดคุยพร้อมทั้งหาอะไหล่กันใช้เวลาร่วมกันเป็นระยะเวลาตามที่ต้องการได้ไม่เหมือนร้านประเภทอื่น

ร้านโกบี : เวทีแห่งวิถีชีวิต

สภากาแฟถูกพูดถึงบ่อยครั้งภายใต้บริบททางสังคมอันเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตในพื้นที่ร้านกาแฟ คนทั่วไปให้คำนิยามสภากาแฟว่าเป็นทั้งพื้นที่สำคัญของการสื่อสาร พื้นที่ของการแสดงออกทางความคิด การต่อ ยอดความคิดของคนในสังคมทั้งเพื่อการดำเนินชีวิต ช่วยในการขยายปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มคน อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ในการกระตุ้นการพัฒนาและแก้ปัญหาทางสังคมของคนในชุมชน โดยมักมุ่งเน้นเนื้อหาของ การสื่อสาร ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านการเมืองเป็นสำคัญ (จุฬารัตน์ มาเสถียรวงศ์, 2552) ทำให้ร้านกาแฟมีภาพลักษณ์ของสถานที่เปิดที่ช่วยในการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่สร้างความผ่อนคลายให้กับผู้คนจากกลิ่นหอมของกาแฟที่มีฤทธิ์กระตุ้นประสาทสัมผัสและให้ความสดชื่นลดอาการอ่อนเพลียระหว่างวัน (ล้อย, สัมภาษณ์ 5 พฤษภาคม 2558) ซึ่งสรรพคุณเหล่านี้แสดงให้เห็นว่ากาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ช่วยสนับสนุนในการดำรงชีวิตของผู้คน อีกทั้งยังเป็นวัฒนธรรมการรับประทานที่เป็นที่กรนิยมแพร่หลายยาวนานตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน สิ่งเหล่านี้สนับสนุนให้พื้นที่ร้านกาแฟกลายเป็นพื้นที่สาธารณะที่ดึงดูดผู้คนเข้ามาเพื่อพักผ่อนระหว่างการทำงานที่เคร่งเครียด รวมถึงการสร้างกลุ่มของคนในสังคมซึ่งเกิดภายใต้สภาพแวดล้อมที่ผ่อนคลายกระตุ้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของสมาชิกภายในกลุ่ม

ร้านโกบีเมืองตรังถูกมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่สภากาแฟของคนเมืองตรัง เนื่องจากเป็นพื้นที่ทางสังคมที่สนับสนุนการสื่อสารและการสร้างปฏิสัมพันธ์ของผู้คนในสังคม โดยลักษณะของเรื่องราวที่ใช้ในการพูดคุยภายในร้านซึ่งหลายครั้งก็มีการใช้เป็นพื้นที่ถกเถียงประเด็นเรื่องราวเกี่ยวกับการเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจและสภาพสังคมทั้งระดับจังหวัดและระดับประเทศ ประกอบกับลักษณะนิสัยเปิดเผย ตรงไปตรงมาซึ่งเป็นการผสมผสานลักษณะนิสัยคนจริง พูดตรง ไม่เกรงกลัวใครของคนใต้ และนิสัยมุขานะขยันขันแข็ง และรักการเรียนรู้ของชาวจีน (สุทธิวงศ์ พงศ์ไพบุลย์ ดิลก วุฒิปาณิชย์ ประสิทธิ์ ชินการณ, 2544) ยังรวมถึงการให้ความสำคัญกับการรับรองผู้ที่มาพบปะหรือ

เยี่ยมเยียนโดยใช้ร้านโกบี เป็นพื้นที่ของการพูดคุยข่าวสารของคนในสังคม การพบปะ และรับรองเพื่อนฝูง (ผล จินดาพล, สัมภาษณ์ 14 มิถุนายน 2558) สิ่งเหล่านี้ทำให้ ลักษณะของการพูดคุยภายในร้านโกบีของคนเมืองตรังมีความเข้มข้น ไม่เกรงกลัวที่จะ นำข้อถกเถียงอันเกี่ยวเนื่องกับการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ หรือสิ่งอื่นใดที่ เกี่ยวเนื่องกับการดำเนินชีวิตมาพูดคุยพร้อมกับ การรับประทานของตน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้ กลายเป็นลักษณะของการรับประทานอาหารโกบีในวิถีชีวิตของคนเมืองตรัง

นอกจากนี้คนเมืองตรังในอดีตได้รับการปลูกฝังให้เห็นความสำคัญของการศึกษาเป็นสำคัญตั้งแต่ยุคสมัยที่พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดีเจ้าเมืองตรัง ผู้ซึ่งพัฒนาเมืองตรังให้มีความเจริญจนถึงปัจจุบัน ได้ให้ความสำคัญจัดตั้งโรงเรียน ต่างๆขึ้นมา อีกทั้งมอบหมายให้ข้าราชการมีส่วนในการช่วยสอนและอบรมหนังสือแก่ เด็กๆ (วัฒนธรรมพัฒนาการ ทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดตรัง, 2544) ทำให้คนเมืองตรังให้ความสำคัญกับการศึกษาเป็นสำคัญจากนโยบายการ ปกครองของผู้นำที่ได้มีผลต่อการพัฒนาทั้งความคิดและสร้างโอกาสทางการศึกษา ให้แก่คนเมืองตรังมาตั้งแต่อดีต ผสมผสานร่วมกับลักษณะนิสัยของชาวจีนอพยพที่รัก การเรียนรู้เป็นทุนเดิม สิ่งเหล่านี้หล่อหลอมบุคลิกของคนเมืองตรังให้เป็นคนที่กำลังที่จะ เรียนรู้ สื่อสารและถกเถียงในการแก้ปัญหาต่างๆในสังคมผ่านการใช้พื้นที่ร้านโกบี เป็น พื้นที่ที่มีความสำคัญทางสังคมในการติดต่อสื่อสาร พูดคุยระหว่างกันของคนเมืองตรัง อยู่แล้ว จึงเป็นหนึ่งเหตุผลที่ทำให้พื้นที่ร้านโกบีเป็นแหล่งรวมตัวกันของกลุ่มคนที่เข้ามา แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น หรือส่งผ่านข้อมูลในเรื่องต่างๆอันเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของกลุ่มคน ในสังคมเมืองตรัง ทั้งเรื่องเศรษฐกิจ เรื่องต่างๆภายในท้องถิ่น ซึ่งมีเรื่องราวมากมาย หลากหลายซึ่งแสดงออกถึงสายสัมพันธ์ของคนในสังคมเมืองตรัง มิใช่เป็นเพียงแค่สภา กาแพที่เน้นการถกเถียงเรื่องราวทางการเมืองเพียงอย่างเดียว

เรื่องเล่าของร้านโกบี : การเดินทางผ่านช่วงเวลาของวัฒนธรรมคนเมือง

เมืองตรังเข้าสู่เศรษฐกิจแบบเงินตรา จากอิทธิพลของสนธิสัญญาเบาว์ริงซึ่ง ประเทศไทยได้ทำร่วมกับประเทศมหาอำนาจอย่างอังกฤษ ช่วงปี พ.ศ. 2398 ในรัชกาล พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (สารสิน วีระผล, 2548) ทำให้พื้นที่ชุมชนที่ เกี่ยวข้องกับการค้าชายทะเลและเมืองท่าของตรัง อาทิ กันตัง ปะเหลียน ได้เข้าสู่สังคม

การค้า เมืองตรังยังเป็นพื้นที่แรกของไทยที่มีการปลูกต้นยางพารา ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญที่ได้เข้ามาในปี พ.ศ. 2443 จากการนำเข้ามาเพาะปลูกในเมืองกันตังของพระยารัษฎานุประดิษฐ์ (คอมซิมบี้ ณ ระนอง) เจ้าเมืองตรัง ในขณะนั้น อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่มีทางรถไฟไปจนถึงเมืองกันตัง ซึ่งเป็นเมืองท่าสำคัญในอดีต อันช่วยสนับสนุนให้การขนส่งสินค้าต่างๆเพื่อการค้าในประเทศและต่างประเทศเป็นได้โดยง่าย โดยสามารถขนส่งสินค้าจากหัวเมืองสำคัญต่างๆทั้งในภาคใต้ อาทิ เมืองหาดใหญ่ เมืองทุ่งสง รวมถึงยังเป็นหนึ่งในไม่กี่จังหวัดของไทยที่ปรากฏสายแร่ดีบุกซึ่งเป็นวัตถุดิบที่มีค่าต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม (สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิปาณิชย์ และประสิทธิ์ ชิดนการณ์, 2544)

สิ่งเหล่านี้สนับสนุนการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นเงินตราและการทำธุรกิจเพื่อการค้าของคนเมืองตรัง ซึ่งแตกต่างจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนภาคใต้ที่เน้นวิถีการผลิตแบบพอเพียงชีพเน้นการค้าขายแลกเปลี่ยนกันเองของชาวบ้าน เน้นการใช้แรงงานแบบออกปากกินแรงมากกว่าการรับจ้าง (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพรพิไล เลิศวิชา, 2541)

เปิดโอกาสทางการค้ามากมายให้แก่ชาวจีนโพ้นทะเลในการอพยพมาเพื่อทำการค้า รับจ้างใช้แรงงาน และทำการเกษตร เชิงพาณิชย์ในพื้นที่ ถึงแม้จะมีชาวจีนจำนวนหนึ่งได้เข้ามาตั้งรกรากในเมืองตรังมาก่อนหน้านี้ผ่านทางการค้าสำเภาทะเล ตั้งแต่ประมาณหลังปี พุทธศักราช 2380 (เอกสารประกอบการจัดงาน 100 ปี เมืองทับเที่ยง, 2558) แต่ก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าความรุ่งเรืองของเมืองตรังจากการเฟื่องฟูของระบบเศรษฐกิจทุนนิยมได้เปิดโอกาสในการเข้ามาของชาวจีนโพ้นทะเลในเมืองตรังเป็นอย่างมาก

ชาวจีนไม่เกี่ยงไม่เลือกงาน อีกทั้งมีความสามารถในการทำการค้า อีกทั้งยังสามารถนำวัฒนธรรมของคนไทยท้องถิ่นมาประยุกต์ให้เข้าภูมิปัญญาของตนเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ผ่านการสังเกต เรียนรู้และทดลองต่อยอดจากการนำวัตถุดิบหรือทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นมาผสมผสานกับระบบคิดในการจัดการเพื่อพัฒนาต่อยอดโอกาสทางการค้าการทำธุรกิจ (สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิปาณิชย์ และประสิทธิ์ ชิดนการณ์, 2544) คนจีนโพ้นทะเลได้เข้ามาตั้งรกรากในตัวเมืองตรัง หรือตำบลทับเที่ยง

ในช่วงเวลานั้น เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูกพริกไทย ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่ทางรัฐบาลสนับสนุนในการเพาะปลูกเพราะเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2548) บวกกับการที่ทับเที่ยงเป็นพื้นที่ที่ติดกับเส้นทางผ่านของแม่น้ำในการเดินเรือจากชายฝั่งทะเลตะวันตกจากปากอ่าวกันตัง ไปยังชายฝั่งทะเลตะวันออกบริเวณจังหวัดนครศรีธรรมราช สะดวกต่อการทำการค้าและการขนส่งสินค้า ทั้งนี้สิ่งเหล่านี้เป็นโอกาสในการทำการค้า และสร้างอาชีพ จากความสะดวกของพื้นที่ในการเข้าถึง การทำการขนส่งและการติดต่อเพื่อทำการค้า ความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ส่งผลให้จำนวนของชาวจีนโพ้นทะเลที่เข้ามาในเมืองตรังเพิ่มจำนวนสูงขึ้น (สงบ ส่งเมือง, 2546; อมรา ศรีสุชาติ, 2530)

เมื่อชาวจีนโพ้นทะเลเข้ามาตั้งถิ่นฐาน ณ วัฒนธรรมการรับประทานโกบี่ของชาวจีนก็ถูกนำมาถ่ายทอด และส่งต่อให้กับลูกหลานคนไทยเชื้อสายจีน และคนไทยท้องถิ่นรู้จักภายใต้การดำเนินธุรกิจนี้ที่อู่ร้านโกบี่ ซึ่งมีการนำเงินตราเข้ามาเพื่อแลกเปลี่ยนในการซื้อขายอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งแตกต่างจากวิถีดั้งเดิมของคนไทยท้องถิ่นที่เน้นการแลกเปลี่ยนสินค้าที่ตนผลิตหรือหาได้จากธรรมชาติมากกว่า (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และ พูนศักดิ์ ชานิกกรประดิษฐ์, 2540) ซึ่งสามารถมองได้ว่าการเข้ามาของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเริ่มมาจากเหล่าคนจีนอพยพเหล่านี้ได้ได้เข้ามาตั้งรกรากในการหาเลี้ยงชีพ ประกอบการสนับสนุนในการทำการค้าและธุรกิจของรัฐบาลไทย ที่ได้เปิดโอกาสให้คนจีนได้รับสิทธิในการเดินทางทั่วราชอาณาจักรทั้งเพื่อการทำการค้า และการตั้งถิ่นฐาน (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2543) ซึ่งเปิดโอกาสให้มีการเติบโตของระบบเศรษฐกิจแบบเงินตราให้เข้ามาในสังคมของคนท้องถิ่น เปลี่ยนจากระบบเศรษฐกิจพอเพียงที่ใกล้ชิดธรรมชาติจากการแลกเปลี่ยนผลผลิตระหว่างกลุ่มคน ระหว่างหมู่บ้าน ไม่ได้เน้นให้คุณค่ากับผลกำไร ความร่ำรวยและผลประโยชน์ทางวัตถุ ปรับเปลี่ยนกลายมาเป็นระบบเศรษฐกิจเพื่อการค้าหรือเศรษฐกิจเงินตรา เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางการค้า (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และ พูนศักดิ์ ชานิกกรประดิษฐ์, 2540) เมื่อมีการติดต่อสื่อสารของกลุ่มคนทำให้วิถีคิดและวัฒนธรรมของกลุ่มคน ถูกส่งให้แก่ต่อ ทำให้วัฒนธรรมของคนจีนโพ้นทะเลเริ่มเข้ามามีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของคนไทยท้องถิ่นมากขึ้น

การติดต่อและการสร้างสัมพันธ์ของคนจีนหรือคนไทยเชื้อสายจีน และของคนไทยดั้งเดิมในเมืองตรัง นอกจากเป็นการเปิดในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของคนต่างวัฒนธรรมในท้องถิ่นเดียวกันแล้ว ยังส่งผลต่อการกระจายและเผยแพร่วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่ม อันส่งผลให้วัฒนธรรมการรับประทานโกปี๊ถูกกระจายและส่งผ่านการติดต่อระหว่างกันของกลุ่มคน วัฒนธรรมการรับประทานโกปี๊เริ่มได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมอาหารของคนไทยท้องถิ่น โดยปรากฏผ่านทางอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน อาทิ ข้าวเหนียวปิ้ง ข้าวเหนียวสังขยา ขนมจีน ข้าวแกง ที่หลายร้านได้นำมาขายคู่กับโกปี๊ เจ้าของธุรกิจได้มีการนำอาหารและเครื่องดื่มต่างๆเข้ามาเพิ่มเติม ให้หลากหลาย ทั้งขนมพื้นถิ่น อาทิ ข้าวเหนียวปิ้งไส้ต่างๆ ข้าวเหนียวสังขยา ขนมครก รวมถึงอาหารพื้นถิ่น อาทิ ขนมจีน ผัดไทย หรือจะเป็นอาหารที่มีกลิ่นอายของวัฒนธรรมจีน อาทิ ปาท่องโก๋ อิวจาโก้ย ขนมขึ้น ขนมเต่า ขนมชั้น เป็นต้น (ดำ, สัมภาษณ์ 6 ธันวาคม 2557) อย่างไรก็ตามดีจากการสัมภาษณ์เจ้าของร้านซึ่งได้ทำการเปิดร้านมานานแล้วว่าเมื่อก่อนขนมต่างๆมีอยู่ในร้านบ้าง แต่ก็เป็นส่วนน้อยผู้ที่ทำขนมขายมักจะออกเดินทางเร่ขายตามข้างทาง โดยส่วนใหญ่จะเป็นปาท่องโก๋ (หรือขนมขึ้น) และอิวจาโก้ย (ขนมแป้งทอด) โดยที่มักจะขายคู่กันเพราะเมื่อก่อนไม่มียีสต์ขาย หากต้องการทำขนมที่ใช้ยีสต์ต้องทำการหมักยีสต์ขึ้นมาเอง ซึ่งทั้งปาท่องโก๋และอิวจาโก้ยจะใช้ยีสต์ตัวเดียวกันในการทำ แต่ปาท่องโก๋จะประกอบอาหารด้วยวิธีการนึ่ง และอิวจาโก้ยจะเป็นการทอดในน้ำมัน ซึ่งคนขายซึ่งก็จะเป็นชาวจีนอพยพก็จะหอบคานคู่เดินออกขายตลอดทั้งวัน ระหว่างทางที่เดินไปนั้นจะตะโกนขายขนมทั้งคู่ไปตลอดทาง ซึ่งทำให้หลายคนโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่เข้าใจว่าจากริโก้ย และปาท่องโก๋คือขนมประเภทเดียวกัน ซึ่งคือแป้งทอดน้ำมัน (ชิม วงศ์น้อย, สัมภาษณ์ 5 ธันวาคม 2557)



ภาพ 1 : จิวจายโก้ย ใช้กรรมวิธีปรุงด้วยการทอด



ภาพ 2 : ปาฟองโก้ ใช้กรรมวิธีปรุงด้วยการนึ่ง

ต่อมาทางร้านเห็นว่าขนมทั้งสองชนิดที่ได้มาวางขายบริเวณทางเข้าร้านโกบีได้รับความนิยม จึงนำขนมเหล่านั้นเข้ามาวางขาย รวมถึงขนมท้องถิ่นและอาหารต่างๆ ดังที่ได้กล่าวมาในข้างต้น สิ่งเหล่านี้นอกจากเป็นการขยายโอกาสทางการค้าของธุรกิจแล้ว ยังเป็นการต่อสู้กับระบบเศรษฐกิจเพื่อให้การค้าของตนสามารถอยู่รอดเพื่อเลี้ยงชีพได้ อีกทั้งเมื่อวัฒนธรรมการรับประทานโกบีของคนเมืองตรังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เป็นผลให้ธุรกิจร้านโกบีได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากร้านโกบีไม่กี่ร้านในตัวเมืองตรัง ปัจจุบันเพิ่มจำนวนขึ้นนับไม่ถ้วน (ผล จินดาพล, สัมภาษณ์ 14 มิถุนายน 2558) ปัจจุบันแม้จะกล่าวได้ไม่เต็มปากว่ามีเพียงชาวไทยเชื้อสายจีนเท่านั้นที่ได้ทำการเปิดกิจการร้านโกบี เนื่องจากคนในตัวเมืองตรังปัจจุบันแม้ว่าจะไม่ได้สืบสานประเพณีดั้งเดิมของชาวจีน แต่ส่วนใหญ่ก็จะมีสายเลือดจีนไหลเวียนอยู่ในตัวอย่างน้อยส่วนหนึ่ง การผสมผสานของชาติพันธุ์ในท้องถิ่นของคนเมืองตรัง อาจเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้วัฒนธรรมการรับประทานโกบีของคนเมืองตรังได้รับความนิยมอย่างมากก็เป็นได้

ร้านโกปี้เมืองตรังเมื่อได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้นก็ได้ถูกนำเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองตรัง ซึ่งได้เข้ารับการสนับสนุนให้เข้ามาบทบาทอย่างในเมืองตรังในช่วง ทศตวรรษที่ 2510 เป็นต้นมา อันเนื่องมาจากการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจของเมืองตรัง จากการชะลอตัวของธุรกิจการทำเหมืองแร่และการทำสัมปทานป่าไม้ โดยธุรกิจการท่องเที่ยวได้เข้ามามีอิทธิพลต่อระบบเศรษฐกิจของเมืองตรังมากยิ่งขึ้น (สงป สงเมือง, 2546) จากการเข้ามาของธุรกิจการท่องเที่ยวได้ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนของร้านโกปี้ ทำให้ร้านโกปี้หลายร้านในตัวเมืองตรังมีการปรับตัวทำการตกแต่งและปรับปรุงร้านเพื่อรองรับการเข้ามาของนักท่องเที่ยว ทั้งผ่านทางบริษัทนำเที่ยวและการเดินทางเข้ามาด้วยตนเอง โดยเฉพาะร้านที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงบริเวณย่านการค้า ย่านโรงแรมและที่พักของคนเดินทาง รวมถึงบริเวณใกล้เคียงสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในตัวเมืองตรัง มีการปรับปรุงร้านให้สะดวกสบายต่อการบริการและรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวของผู้เดินทางสัญจรไปมาโดยการขยายพื้นที่ของร้านและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้าน อาทิ ห้องน้ำ สถานที่จอดรถที่รองรับทั้งรถยนต์ใหญ่สำหรับการเดินทางเป็นหมู่คณะจนถึงรถยนต์ส่วนบุคคล (ดู, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559) อันส่งผลทำให้เกิดการตั้งร้านโกปี้ใกล้เคียงถนนสายหลักที่เป็นเส้นทางในการเดินทางไปยังตัวอำเภออื่น หรือสถานที่สำคัญทั้งทางราชการ ย่านการค้า และการท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง รวมไปถึงการเพิ่มจำนวนของร้านโกปี้ในเขตตัวเมืองตรัง นอกจากสภาพภายนอกของร้านโกปี้แล้ว ก็ได้มีการนำอาหารที่ขึ้นชื่อของคนเมืองตรังเข้าไปขายทั้งเพื่อการรับประทานและเป็นของฝากแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น อาทิ หมูย่างเมืองตรัง ขนมเค้กเมืองตรัง (ดาบ, สัมภาษณ์ 5 ธันวาคม 2557)

เมื่อเกิดการเพิ่มขึ้นของร้านโกปี้ในจังหวัดตรัง ส่งผลให้หลายร้านได้ปิดกิจการลง โดยเฉพาะร้านที่เปิดใหม่เนื่องจากไม่มีลูกค้าประจำอีกทั้งยังหาจุดเด่นให้แกกิจการของตนเองไม่ได้ อย่างไรก็ตามก็คิดหลายร้านที่ยังคงอยู่ได้จนถึงปัจจุบันมักเป็นร้านเก่าแก่ที่ได้มีสินค้าหรือการบริการที่โดดเด่นให้กิจการของตน (สิงห์คาร พรพนานุรักษ์, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2559) หลายร้านที่ยังคงอยู่ในปัจจุบันได้มีการปรับเปลี่ยนโดยสร้างอาหารหรือสินค้าที่ขึ้นชื่อ หรือมีรสชาติที่เป็นจุดเด่นยากต่อการลอกเลียนแบบ บางร้านก็จะใช้

ความเป็นกันเอง การสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายภายในร้านเพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภค อย่างไรก็ตามก็ดีพบว่าลูกค้าวัยกลางคนรวมถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มของผู้สูงอายุจะให้ความสำคัญกับความเป็นกันเองของเจ้าของร้านและพนักงานร่วมกับอาหารที่ขึ้นชื่อ แต่มักจะเลือกร้านที่ตนและกลุ่มเพื่อนสนิทสนมกับเจ้าของร้านหรือพนักงานมากกว่า ซึ่งทั้งชายและหญิงวัยกลางคนรวมถึงผู้สูงอายุให้ความสำคัญที่ไม่แตกต่างกัน (วุฒิไกร แซ่ไคว้, 19 มกราคม 2559 : รัตติมา ทองมี, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559) แต่หากเป็นกลุ่มของวัยรุ่นรวมถึงวัยรุ่นตอนปลายแล้วว่า หากตนเองเข้าไปกับกลุ่มเพื่อนฝูงก็จะเน้นอาหารมากกว่าว่าอาหารร้านไหนดี เพราะไม่ค่อยยึดติดกับร้านเว้นแต่อยากกินอาหารหรือเครื่องดื่มของร้านโกบีร้านใดเป็นพิเศษแต่ถ้าได้รับบริการที่ไม่ประทับใจเช่น เจ้าของร้านพูดจาไม่ดี ไม่ยิ้มแย้ม หรือให้บริการที่ไม่ดีก็อาจจะไม่กลับไปรับประทานที่ร้านนั้นอีก กล่าวได้ว่าเจ้าของร้านโกบีก็มีส่วนในการเลือกร้าน ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบระยะยาวต่อการดำรงอยู่ของร้านโกบีในอนาคต (กนกวรรณ บุญคง, สัมภาษณ์ 16 มิถุนายน 2558) หลังการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายหลังภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ในช่วงทศวรรษที่ 2540 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวในเมืองตรังก็เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับการเข้ามาของยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งการสื่อสารและข้อมูลข่าวสารสามารถทำการแลกเปลี่ยน และส่งผ่านได้ในพริบตาเดียว จึงสร้างโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว และวัฒนธรรมอาหารที่สำคัญและขึ้นชื่อของเมืองตรัง จนทำให้สถานที่ท่องเที่ยวและวัฒนธรรมอาหารของคนเมืองตรังเป็นที่รู้จักในวงกว้าง เกิดการประดิษฐ์สร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว อันปรากฏในรูปแบบต่างๆ อาทิ การนำเอาหมู่บ้านเมืองตรังซึ่งเดิมเป็นอาหารมงคลที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมสำคัญของคนจังหวัดตรัง รวมถึงการรับรองแขกผู้มาเยี่ยมเยือนระดับชั้นสูงเท่านั้น เข้ามาเป็นอาหารเพื่อสร้างจุดเด่นให้แก่วัฒนธรรมการรับประทานโกบีของคนเมืองตรังให้เป็นที่ขึ้นชื่ออีกทั้งช่วยในการสร้างความแตกต่างกับวัฒนธรรมโกบีในพื้นที่อื่น (จิรศักดิ์ ทับเที่ยง สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559)

นอกจากนี้การประดิษฐ์สร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวยังปรากฏในรูปแบบของงานเทศกาลต่างๆ อาทิ งานเทศกาลหมู่บ้านจังหวัดตรัง และงานเทศกาลขนมเค้ก

เมืองตรัง รวมถึงการนำประเพณีของชาวไทยเชื้อสายจีนเข้าเพื่อสนับสนุนการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างถิ่นในพื้นที่ เช่น งานเทศกาลไหว้พระจันทร์ งานเทศกาลถือศีลกินผัก (กินเจ) ซึ่งแต่เดิมมีเพียงการประกอบพิธีกรรมภายในครอบครัวของคนไทยเชื้อสายจีนเท่านั้น จากคำบอกเล่าจากประธานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง (ประยูร หนูสุก, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2559) โดยปรับเปลี่ยนมาเป็นการจัดงานเทศกาลเพื่อสร้างรายได้จากการเข้ามาของกลุ่มนักท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้เป็นการสนับสนุนให้มีการนำวัฒนธรรมการรับประทานโก๋ปี้เข้าสู่การท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

จากราคายางพาราตกต่ำตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 เกิดการชะลอการซื้อจากจีนส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของจังหวัดตรังซึ่งมีครัวเรือนที่ประกอบอาชีพเกษตรกรผู้ปลูกยางพาราและรับจ้างในอุตสาหกรรมยางพาราว่า 84,317 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 39.9 ของครัวเรือนทั้งจังหวัด จากสถิติผลสำรวจยางพาราประจำปี 2558 (สำนักงานสถิติจังหวัดตรัง สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยี, 2558) ส่งผลให้เศรษฐกิจของจังหวัดตรังชะลอตัวลง ร้านโก๋ปี้ได้รับผลกระทบจากราคายางที่ตกต่ำ อันส่งผลต่อรายได้ครัวเรือนของจังหวัดซึ่งกระทบต่อการอุปโภคบริโภคของคนในจังหวัดตรัง เป็นผลทำให้ร้านโก๋ปี้ในเมืองตรังได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามเจ้าของร้านและผู้ประกอบการร้านโก๋ปี้ได้มีการปรับใช้กลยุทธ์ทางการค้า อาทิ ทำการโฆษณาร้านผ่านทางหนังสือพิมพ์และวารสารท้องถิ่นของเมืองตรัง (ปี่, สัมภาษณ์ 4 ธันวาคม 2557) รวมถึงการหาอาหารหรือเครื่องดื่มใหม่ๆเพิ่มเติมเข้ามาภายในร้านโก๋ปี้ (เนตรนภา กลัดถันนาม, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2559) อีกทั้งการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของผู้สนับสนุนของการจัดกิจกรรมทางสังคมต่างๆ ในเมืองตรังเพื่อทำการโฆษณาและให้ชื่อร้านเป็นที่จดจำของคิวนุคคิวนตาต่อคนในท้องถิ่น โดยเฉพาะการเข้าร่วมการจัดกิจกรรมประเภทนี้ช่วยให้คนเมืองตรังรุ่นใหม่โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มวัยกลางคน รู้จักและคิวนุค อาทิ เป็นผู้สนับสนุนนักกีฬาฟุตบอลประจำจังหวัด เป็นต้น อีกทั้งในปัจจุบันหลายร้านจะมีการจัดทำหน้าเฟสบุ๊คส์ร้านของตนเพื่อนำอาหารและเครื่องดื่มภายในร้านไปแสดงเพื่อดึงดูดกลุ่มคนในจังหวัดและต่างจังหวัดที่สนใจข้อมูล

เกี่ยวกับการรับประกันโกปี้ในเมืองตรังผ่านทางชุมชนสังคมออนไลน์ (สิงห์คาร พรพนา นุรักษ์, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2559)

ในปี พ.ศ. 2558 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำแผนสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศ ผ่านโครงการ “12 เมืองต้องห้าม (พลาด)” ซึ่งเมืองตรังก็ได้เป็นหนึ่งใน 12 เมือง ที่ต้องห้ามพลาดในด้านวัฒนธรรมอาหารที่มีรสชาติอร่อย ขึ้นชื่อห้ามพลาด ในการเข้ามาลิ้มลอง ซึ่งภายในงานได้มีการออกร้านของร้านอาหารและร้านของฝากอันเกี่ยวเนื่องกับอาหารและเครื่องดื่ม ต่างๆของเมืองตรัง เปิดโอกาสให้เหล่านักชิมได้เข้ามาลิ้มชิมรสชาติอาหาร รวมถึงซื้อกลับไปเป็นของฝาก และบอกต่อเพื่อกระจายข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางการค้าและการท่องเที่ยวของเมืองตรัง ทั้งนี้วัฒนธรรมการรับประกันโกปี้ได้ถูกนำไปจัดไว้เป็นส่วนหนึ่งของ “วัฒนธรรมอาหารเข้าของคนเมืองตรัง” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557)

แม้ว่าการนำวัฒนธรรมการรับประกันโกปี้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของ วัฒนธรรมการรับประกันอาหารเข้าภายใต้การจัดงาน 12 เมืองต้อง(ห้าม)พลาดของจังหวัดตรังจะเป็นนโยบายอันเกิดจากหน่วยงานภาครัฐร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนจังหวัด ช่วยในการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่คนในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดตรัง เป็นการนำวัฒนธรรมเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแบบเงินตราเพื่อสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวให้แก่คนในท้องถิ่น และรายได้ส่วนของภาครัฐในรูปแบบของเงินภาษี แม้ธุรกิจการท่องเที่ยวจะไม่สามารถช่วยในสร้างรายได้ให้แก่ร้านโกปี้โดยตรง แต่ก็ถือได้ว่าร้านโกปี้เป็นวัฒนธรรมการรับประกันของคนท้องถิ่นที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในจังหวัด อันส่งผลให้ร้านโกปี้หลายร้านที่มีทุนทรัพย์ในการขยายกิจการทั้งในรูปแบบของการสร้างพันธมิตรทางการค้ากับบริษัททัวร์เพื่อที่จะผูกขาดนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านทางการนำเที่ยวของบริษัทเพื่อมารับประกันโกปี้ในร้านของตนเท่านั้น นอกจากนี้เป็นโอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่กิจการแล้ว ยังเป็นการโฆษณาร้านและวัฒนธรรมการรับประกันโกปี้ทางอ้อมเพื่อเพิ่มโอกาสการกลับมายังร้านโกปี้ของนักท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือบอกต่อเพื่อนฝูงแบบปากต่อปากในภายหลัง (ปี,

สัมภาษณ์ 4 ธันวาคม 2557) กล่าวได้ว่าการเข้ามาของการท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขหนึ่งทีส่งผลกระทบต่อการขยายตัว และการดำรงอยู่ของร้านโกบีเมืองตรัง

สิ่งเหล่านี้เป็นการต่อสู้เพื่อการต่อรองต่ออำนาจที่เข้ามาสร้างเงื่อนไขภายในสังคมเมืองตรัง อันส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงทางสังคม อันก่อให้เกิดผลกระทบต่อวัฒนธรรมการรับประทานโกบีของคนเมืองตรัง อย่างไรก็ตามแม้วัฒนธรรมการรับประทานโกบีของคนเมืองตรังจะมีก้าวเข้าสู่การนำวัฒนธรรมรับประทานโกบีเข้าสู่กระบวนการสร้างรายได้ในธุรกิจการค้าภายใต้ระบบเศรษฐกิจเงินตรา ซึ่งให้ความสำคัญกับผลกำไรเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามวิถีพิเศษไม่ได้ว่าผลกำไรนี้เป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้วัฒนธรรมการรับประทานโกบีของคนเมืองตรังยังดำรงอยู่ได้ในปัจจุบัน นี่เป็นเพียงครึ่งทางของก้าวผ่านช่วงเวลาของวัฒนธรรมการรับประทานโกบี ที่อยู่ผู้คนเมืองตรังมาตั้งแต่อดีตดำเนินมาถึงปัจจุบัน และส่งผ่านชนรุ่นหลังของเมืองตรังต่อไปในอนาคต

อภิปรายผลการศึกษา

วัฒนธรรมโกบี : ความงามของวัฒนธรรมคนเมือง

การรับประทานโกบีของคนเมืองตรังเป็นหนึ่งในกิจกรรมทางสังคมซึ่งได้รับอิทธิพลจากการผสมผสานวัฒนธรรมไทยจีนจนกลายเป็นสิ่งที่ยอมรับทั่วไป อีกทั้งมีความสำคัญต่อสายสัมพันธ์ของคนในชุมชน สอดคล้องกับอุปนิสัยข้างกิน รักเพื่อนพ้อง และใจกว้างในการต้อนรับเหล่ามิตรสหายทั้งใกล้และไกลที่ถูกหลอหลอมให้เป็นส่วนหนึ่งของลักษณะนิสัยของคนเมืองตรัง การรับประทานโกบีจึงเปรียบได้กับการสร้างโอกาสของการเข้าสังคมของคนเมืองตรัง ดำรงสายสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคมให้เข้มแข็ง อีกทั้งเป็นการแสดงการยอมรับในฐานะเป็นพวกพ้องเดียวกัน ถือได้ว่าเป็นการสร้างและขยายเครือข่ายทางสังคมอีกทางหนึ่ง เป็นการนำคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นมาสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนในสังคม ผ่านการให้การสร้างเครือข่ายทางสังคมในพื้นที่ร้านโกบี เพิ่มโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนในสังคมเมืองที่มีการขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็วท่ามกลางกระแสความทันสมัยที่ไหลบ่าเข้ามาในสังคมร้านโกบีจึงเปรียบได้กับพื้นที่ของเครือข่ายทางสังคมโดยมีการนำวิถีการรับประทานที่ได้รับการยอมรับ ได้รับการปฏิบัติซ้ำจนกลายเป็นวัฒนธรรมของคนในสังคมมาเป็น

ตัวกลางของการสร้างสถาบันทางสังคมของคนในสังคมเพื่อความเจริญก้าวหน้าของสังคม สอดคล้องกับทฤษฎีทุนทางสังคมของ พูทนาม (Putnam, 2011 อ้างถึงใน สุรางค์รัตน์ จำเนียรพล. 2555) ที่มองว่าทุนทางสังคมเป็นตัวช่วยในการเชื่อมโยงผู้คนเข้าหากัน ช่วยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์เพื่อให้การทำงานหรือการพัฒนาสังคมมีประสิทธิภาพ ผ่านการสร้างเครือข่ายทางสังคม การให้คุณค่า และความสัมพันธ์ของคนในเครือข่ายเป็นตัวขับเคลื่อนและเสริมขีดความสามารถทางสังคมในการพัฒนาและแก้ปัญหาต่าง ๆ ในสังคม มนุษย์เมื่อมีความเชื่อและแนวทางการปฏิบัติร่วมกัน พฤติกรรมเหล่านั้นกลายมาเป็นลักษณะที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการสร้างสถาบันสังคมให้เกิดขึ้น เช่นเดียวกับพื้นที่ร้านโกบีที่ถูกมองว่าเป็นพื้นที่ทางสังคมที่นอกเหนือจากเป็นร้านค้าที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มในชีวิตประจำวันยังเป็นพื้นที่ของการแสดงออกทางความคิด พื้นที่ในการสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมของคนในท้องถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดพื้นที่ของ Lefebvre (1991) ที่กล่าวว่าพื้นที่ถูกให้ความหมายจากการแสวงหาประโยชน์โดยมนุษย์ที่อยู่ในพื้นที่ เหล่านั้นรับรู้ถึงความสำคัญของพื้นที่ ก่อให้เกิดการใช้พื้นที่ไปเพื่อกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ ที่ตอบสนองตามความต้องการของกลุ่ม และการให้คุณค่าของคนในสังคม โดยร้านโกบีของคนเมืองตรังเป็นพื้นที่ของการแสดงออกตัวตนผ่านพฤติกรรม และสายสัมพันธ์ของคนในสังคมในการสร้างบรรทัดฐานทางความคิดผ่านการให้คุณค่าความสำคัญของวัฒนธรรมการรับประทานที่คนในชุมชนยอมรับ มาปฏิบัติและสืบทอดต่อกัน

ร้านโกบีเมืองตรังเป็นวัฒนธรรมการรับประทานที่ได้รับการยอมรับทั่วไปในสังคมเมืองตรังให้ความสำคัญในการเป็นพื้นที่เพื่อการสื่อสารและสร้างสายสัมพันธ์ของคนเมืองตรัง สร้างคุณค่าของวัฒนธรรมการรับประทานโกบีให้เป็นพื้นที่ทางสังคมที่มีการรวมตัวกันของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางด้านอาชีพ เพื่อสร้างโอกาสในการสนทนา สร้างเครือข่ายทางสังคมช่วยสนับสนุนการดำเนินชีวิต เป็นพื้นที่ของการกระจายข่าวสารข้อมูล สร้างโอกาสด้านพฤติกรรมแสดงออกทางความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมของคนเมืองตรัง

ร้านโกบี : เวทีชีวิต แสดงสิทธิคนเมืองตรัง

ร้านโกบีเมืองตรังนอกจากวัฒนธรรมการรับประทานแล้ว ยังเป็นพื้นที่ทางสังคมทั้งเพื่อการสร้างปฏิสัมพันธ์ และยังเป็นพื้นที่แห่งโอกาสในการแสดงออกทางความคิด ทศนคติของคนในสังคมต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั้งในอดีต สภาวการณ์ปัจจุบัน รวมไปถึงจนถึงการสร้างกิจกรรมทางสังคมในอนาคต ทั้งจุดประสงค์เพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาสังคม หาแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาในสังคม สิ่งเหล่านี้แสดงออกให้เห็นว่าร้านโกบีเมืองตรังเป็นพื้นที่แห่งโอกาสของคนในชุมชนไม่มีการแบ่งแยก หรือกีดกัน มีบ้างที่คนแต่ละกลุ่มในสังคมอาจมีร้านเฉพาะของตนเอง แต่สิ่งนั้นยังเป็นการตอกย้ำว่าคนในสังคมมีตัวเลือกมากมายในการเข้าถึงกลุ่มสังคมของตนร่วมกับผู้ที่มีการชื่นชอบหรือแนวคิดที่คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้ยังรวมไปถึงกลุ่มคนที่มีความใกล้เคียงหรือมีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อสื่อสารระหว่างกัน สร้างปฏิสัมพันธ์ในการดำเนินชีวิตทั้งเพื่อประกอบอาชีพ และเพื่อการเข้าสังคม ร้านโกบีจึงเปรียบเสมือนเวทีในการแสดงออกตัวตนทั้งทางด้านความคิด การกระทำ พฤติกรรมต่างๆของคนในสังคม ให้มีสิทธิมีเสียง สร้างโอกาสในการเสนอแนวทางในการแสดงออกความคิดเห็น ซึ่งช่วยสร้างลักษณะนิสัยของการกล้าแสดงออกของคนเมืองตรัง กระตุ้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน สอดคล้องกับแนวความคิดอำนาจของ Foucault ที่มองว่าอำนาจมีอยู่ทุกพื้นที่ ทุกคนสามารถสร้างอำนาจได้ ขึ้นอยู่กับบริบทที่ส่งเสริม ทั้งนี้อำนาจสามารถช่วยกระตุ้นและสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้น (Foucault, 1991 อ้างถึงใน รัตนา ไตสกุล, 2548) อย่างไรก็ตามวิถีพฤติกรรมการแสดงออกตัวตนในพื้นที่ร้านโกบีสามารถที่จะนำไปช่วยกระตุ้นการสร้างความเข้มแข็งของประชาคมคนเมืองตรัง เพื่อพัฒนาและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในเมืองตรังต่อไปได้ในอนาคต

มรดกทางวัฒนธรรม สร้างสรรค์อนาคต

วัฒนธรรมการรับประทานโกบีของคนเมืองตรังแสดงออกถึงทัศนคติของกรเป็นคนใจกว้างของคนเมืองตรัง การรักพวกพ้องของคนใต้ที่แสดงออกผ่านการใช้โกบี และชาเป็นเครื่องดื่มในการต้อนรับขับสู้ การให้ความสำคัญกับการเข้ามาในเมืองตรังว่ามาต้องอิมท้องกลับไปทำให้ชาวตรังให้ความสำคัญกับการรับประทานเป็นอย่างมาก ยัง

รวมถึงพฤติกรรมการสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์ของคนเมืองตรังในพื้นที่ร้านโกบีที่เปิดโอกาสให้คนตรังมีการสร้างสายสัมพันธ์ทางสังคม ถือได้ว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่แสดงออกตัวตนของคนในสังคมได้รับการยอมรับและถูกส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของอัมพร จิรัฐติกร (2557) ที่มองว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สะท้อนความคิด ความเชื่อของคนในสังคม เนื่องจากเป็นสิ่งที่คนในสังคมยอมรับและเลือกปฏิบัติซ้ำ ๆ หากเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับมากก็อาจจะมีการนำมาปรับใช้ในเข้ากับสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมของตน จนกลายเป็นวัฒนธรรมที่ถูกผสมกลมกลืน และปรับใช้ให้เหมาะสมกับวิถีการดำเนินชีวิตในสภาพแวดล้อมของตนกลายเป็นวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างจากวัฒนธรรมดั้งเดิม ได้รับการสั่งสม ส่งต่อและสืบทอดให้แก่คนรุ่นหลังในสังคมกลายเป็นทุนทางวัฒนธรรมในสังคมที่สะท้อน ทศนคติ ความเชื่อ รวมถึงคุณธรรมของคนในสังคม วิถีการรับประทานโกบีจึงกลายเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีบทบาทต่อการพัฒนา แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม และสามารถต่อยอดในการสร้างความเข้มแข็งของประชาคมคนเมืองตรังต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดทุนทางสังคมของอมรา พงศาพิชญ์ (2543) ที่มองว่าวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของทุนทางสังคมช่วยในการพัฒนาชุมชนและสังคม เนื่องจากเป็นทุนที่ผ่านการคัดเลือกเพื่อที่จะได้รับการถ่ายทอด เป็นสิ่งที่สร้างสายสัมพันธ์ผูกรวมคนในสังคมกระตุ้นการรับผิดชอบต่อส่วนรวมของคนในสังคม ถือเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมชุมชนที่ช่วยในการพัฒนาชุมชนและสังคมที่สามารถพัฒนาความเข้มแข็งต่อไปในอนาคต

วัฒนธรรมท้องถิ่น ภาพสะท้อนวิถีแห่งชุมชน

วิถีการรับประทานโกบีของคนเมืองตรังเป็นวิถีการรับประทานในชีวิตประจำวันที่มีผู้คนในสังคมเข้ามาพบปะพูดคุยระหว่างกัน อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ในการรับรองแขกผู้มาเยือน มีการนำอาหารและเครื่องดื่มต่างๆมาต้อนรับ คนเมืองตรังใช้ร้านโกบีเป็นพื้นที่ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ภายในสังคม ในคุณค่าและความสำคัญโดยกำหนดภาพตัวแทนร้านโกบีให้เป็นพื้นที่เข้าร่วมกลุ่มทางสังคม พื้นที่ของเครือข่ายทางสังคมของคนเมืองอันเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคม เปรียบดังเวทีทางสังคมที่สะท้อนมุมมองด้านทศนคติ ความคิด และเปิดกว้างให้ผู้คนสามารถที่จะออกมาแสดงตัวตนให้คนในสังคมได้ยอมรับ แม้ภายนอกอาจจะเพียงพ้อคำ ผู้เกษียณอายุ

ราชการ หรือราชการชั้นผู้น้อยที่ไม่มีสิทธิมีเสียงหรือมีตัวตนในสถาบันทางสังคมอันเกี่ยวเนื่องกับอาชีพหรือหน้าที่ของตน แต่ทำให้บุคคลธรรมดาในสังคมสามารถเป็นได้ทั้งผู้สื่อข่าวที่เสนอข่าวสารในสังคมให้ผู้คนได้รับฟัง เป็นเกษตรกรที่เชี่ยวชาญในการเพาะพันธุ์ไม้ได้นำข้อมูลวิธีการของตนเองที่ประสบความสำเร็จมาเสนอแนะแม้ซึ่งอาจจะเป็นงานอดิเรกหนึ่งในชีวิตจริง อาจเป็นผู้ชำนาญการด้านทำนายความฝันและการตีความตัวเลขแม้ชีวิตการทำงานนอกร้านโกปีจะเป็นพนักงานให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย

สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงแค่ตัวอย่างของบุคคลที่ได้ใช้พื้นที่ร้านโกปีในการสร้างตัวตนอื่นๆในสังคม เปิดเผยตัวตนแตกต่างกันไปตามลักษณะของทัศนคติ พฤติกรรม กิจกรรมของคนในกลุ่ม รวมถึงบริบทของร้านโกปีแต่ละร้านที่สนับสนุนกิจกรรมในการแสดงออกถึงตัวตน เหล่านั้นเช่นถ้าเจ้าของร้านนิยมชมชอบในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือห่วยใต้ดินก็จะสนับสนุนกิจกรรม รวมถึงพฤติกรรมของผู้คนที่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำนายฝันหรือตีความตัวเลขมากกว่าร้านโกปีที่เจ้าของร้านชอบปลูกต้นไม้ ดอกไม้หายาก เป็นต้น สิ่งเหล่านี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวีย์ เถาว์วงศ์ษา (2555) วัฒนธรรมที่สื่อออกมาเป็นผลที่ได้รับมาจากความเชื่อ รวมถึงบริบทที่เกี่ยวข้องกับสังคมและวัฒนธรรม แม้จะเป็นกลุ่มคนเดียวกัน ก็อาจมีความแตกต่างกันเนื่องจากสภาวะการณ์ และยุคสมัย และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้แม้สัญลักษณ์ ลักษณะภายนอกเหมือนหรือคล้ายคลึงกัน แต่การแปลความหมายหรือการสื่อถึงความหมายแตกต่างกันได้

อย่างไรก็ดีการโกปีเมืองตรังจึงมิใช่เป็นเพียงวัฒนธรรมการรับประทานของคนตรังเพียงเท่านั้น การรับประทานโกปียังเป็นตัวแทนของสัญลักษณ์ที่คนในสังคมมีการตกลงร่วมกันในการสื่อสารว่าการรับประทานโกปีเป็นเสมือนการสร้างตัวตนทางสังคมของคนเมืองตรัง แม้ลักษณะของการรับประทานโกปีหรือเลือกเข้าไปรับประทานโกปีภายในร้านที่มีลักษณะแตกต่างกัน โดยสมาชิกในสังคมจะเลือกตามความชื่นชอบของตน หรือของกลุ่มเครือข่ายของตนก็ตาม แต่การรับประทานโกปียังเปรียบได้กับพื้นที่ทางจิตกรรมของคนในสังคม ร้านโกปีสามารถเป็นได้ทั้งบ้านหลังที่สอง แหล่งพักผ่อนหย่อนใจ

ห้องนั่งเล่น ร้านอาหาร พื้นที่แห่งความหวังของผู้คนในสังคม ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของ คนแต่ละกลุ่มที่เข้าไปสร้างปฏิสัมพันธ์ภายในร้านและให้คุณค่าและความหมายต่อร้าน โภภีในมุมมองของตนอย่างไร สอดคล้องกับทฤษฎีสัญญาวิทยาของ Barthes ,(1957) ที่ มองว่าทุกอย่างสามารถใช้สื่อความหมายได้ทั้งหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระบบความคิดที่สื่อ ถึงสิ่งต่างๆ ให้เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความหมายไม่ว่าจะเป็นสิ่งใดก็ตามเมื่อผ่าน กระบวนการทางความคิดของคนในสังคม ที่ได้มีการตัดสินใจใช้เกณฑ์ในการ กำหนดการแสดงควมหมายร่วมกันเพื่อนำมาใช้เพื่อการสื่อสารทางวัฒนธรรมร่วมกัน ในสังคม การรับประทานโภภีของเมืองตรังจึงเป็นมากกว่าการรับประทานตามวิธีการ ดำเนินชีวิต แต่การรับประทานโภภียังเป็นการแสดงตัวตนผ่านเวทีทางสังคม เป็นการ สื่อสารที่ช่วยในการสร้างโลกทางสังคมที่ผู้คนสามารถแสดงตัวตนและบทบาทที่สอง นอกเหนือจากสถานภาพภายใต้โครงสร้างทางสังคมและการประกอบอาชีพ สิ่งเหล่านี้ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการรับประทานโภภีที่มีการใช้พื้นที่ร้านโภภีเป็นสื่อกลาง ในแสดงออกตัวตนเพื่อสร้างการยอมรับจากสังคม

วิธีการรับประทานโภภีของคนเมืองตรังจึงมิได้เป็นเพียงแค่วัฒนธรรมที่ถูก คัดเลือกจากคนในชุมชนแล้วว่าเป็นสิ่งที่เหมาะสมในการดำเนินชีวิต และดั่งามควรแก่ การส่งผ่านยังผู้สืบสันตารของตนเท่านั้น แต่วิธีการรับประทานโภภียังเปรียบได้กับ สื่อกลางทางสังคมที่ช่วยในการแสดงออกตัวตนทั้งความคิด การเข้าร่วมกิจกรรมทาง สังคมของสมาชิก ทั้งเพื่อการสร้างเครือข่ายทางสังคมของคนในชุมชน และแก้ปัญหา ต่างๆในสังคม แต่ยังคงแฝงไปด้วยการแสดงออกตัวตนเพื่อการต่อรองอำนาจ และ แสดงออกถึงบทบาททางสังคม ที่ตนเองไม่สามารถทำการเปิดเผยได้ในสภาวะทั่วไป อย่างไรก็ตามร้านโภภีถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่ช่วยในการสนับสนุนให้สายสัมพันธ์ทาง วัฒนธรรมของกลุ่มคนในสังคมสามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางการขยายตัวของเมือง และ สภาพสังคมปัจจุบันที่คนในสังคมเริ่มมีความเป็นปัจเจกบุคคลมากยิ่งขึ้น กล่าวได้ว่านี่ อาจเป็นหนึ่งในเหตุผลที่ทำให้ร้านโภภีมีความสำคัญต่อคนในสังคม และวิธีการ รับประทานโภภีของคนเมืองตรังไม่เคยเลือนหายไป ยังคงปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัย และความต้องการของคนในสังคมต่อไปในอนาคต ควบคู่ไปกับตัวตนของคนในสังคมที่

มีการปรับเปลี่ยนไปเช่นเดียวกันในกระแสสังคม วิธีการรับประทานโกปีจึงเป็นทั้งวัฒนธรรมที่คนในสังคมเมืองตรังยอมรับ ทั้งแง่ของคุณค่าทางจิตใจอันสะท้อนวัฒนธรรมของการรักพวกพ้อง รักการเข้าสังคมของคนเมืองตรัง และยังเป็นรูปแบบวิถีทางแห่งการแสดงตัวตนทางสังคมของคนเมืองตรังที่ยังคงมีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและเป็นฟันเฟืองสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนพัฒนาสร้างสรรค์สังคมเมืองตรังในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อมูลของงานวิจัยข้างต้นสามารถที่จะนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยนำไปต่อยอดการพัฒนาประชาคมผ่านการใช้สายสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมผ่านพื้นที่ร้านโกปี
2. เป็นแนวทางเพื่อมุ่งพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการแก้ไขปัญหาของคนในชุมชน
3. สามารถจัดกิจกรรมเพื่อช่วยสนับสนุนความสามัคคีของคนในชุมชน พัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนท่ามกลางการขยายตัวของชุมชนเมือง

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ บุญคง. (2558). ร้านโกปี C ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง [สัมภาษณ์]. 2558, มิถุนายน 16.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). 12 เมืองต้องห้าม...พลาด : ตรังยุทธจักร ความอร่อย. อนุสาร อสท., ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558. (ฉบับพิเศษ), 26.
- ชาว เพชรสี. (2558). ร้านโกปี C ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง [สัมภาษณ์]. 2558, มิถุนายน 14.
- ซิม วงศ์น้อย. (2557). ร้านโกปี B ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง [สัมภาษณ์]. 2557, ธันวาคม 5.
- จินตนา พลรบ. (2559). ร้านโกปี A ถนนเพชรเกษม ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง [สัมภาษณ์]. 2559, มกราคม 19.

- จิรศักดิ์ ทับเที่ยง. (2559). บ้านเลขที่ 9 ถนนห้วยยอด 2 ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง [สัมภาษณ์]. 2559, กุมภาพันธ์ 12.
- จุฬารัตน์ มาเสถียรวงศ์. (2552). **สภาพแพทของคนยาลอ : สภาพแพท วิถีคนใต้ ฤ**
พื้นที่สื่อสารและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ชีวิตและวัฒนธรรม. [online].
Available : <http://gotoknow.org/posts/270074> [2559, มีนาคม 4].
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพรพิไล เลิศวิชา. (2541). **วัฒนธรรมหมู่บ้านไทย.** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สว่างสรรค์.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพูนศักดิ์ ชานิกรประดิษฐ์. (2540). **เศรษฐกิจหมู่บ้านภาคใต้**
ฝั่งตะวันออกในอดีต. ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : กรุงเทพฯ.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (บรรณาธิการ, 2548) **สังคมจีนในไทย: ประวัติศาสตร์เชิง**
วิเคราะห์ Chinese Society in Thailand : An Analytical History by G.
William Skinner 1957. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มูลนิธิโครงการตำรา
สังคมศาสตร์และสังคมศาสตร์.
- ดาบ. (2557). ร้านโกปี B ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง
[สัมภาษณ์]. 2557, ธันวาคม 5.
- ดำ. (2557). ร้านโกปี C ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง
[สัมภาษณ์]. 2557, ธันวาคม 6.
- ตุ้. (2559). ร้านโกปี A ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง
[สัมภาษณ์]. 2559, กุมภาพันธ์ 12.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2543). **ปากไก่และใบเรือ.** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : แพรว
สำนักพิมพ์.
- เนตรนภา กลัดถ์นาม. (2559). ร้านโกปี B ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง
จังหวัดตรัง [สัมภาษณ์]. 2559, กุมภาพันธ์ 16.
- ปี. (2557). ร้านโกปี A ถนนเพชรเกษม ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง
[สัมภาษณ์]. 2557, ธันวาคม 4.
- ประยูร หนูสุก. (2559). สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง
จังหวัดตรัง [สัมภาษณ์]. 2559, กุมภาพันธ์ 16.

ป้าสาว (2557). ร้านโกโก้ B ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง [สัมภาษณ์]. 2557, ธันวาคม 5.

ผลจินดาพล. (2558). ร้านโกโก้ C ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง [สัมภาษณ์]. 2558, มิถุนายน 14.

รัตนา โตสกุล. (2548). **มโนทัศน์เรื่องอำนาจ**. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

รัตติมา ทองมี. (2559). ร้านโกโก้ A ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง [สัมภาษณ์]. 2559, กุมภาพันธ์ 12.

ล้อย. (2558). ร้านโกโก้ A ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง [สัมภาษณ์]. 2558, พฤษภาคม 5.

วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณะและภูมิปัญญา จังหวัดตรัง. (2544). กรุงเทพฯ : คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ มอบให้กระทรวงมหาดไทย กระทรวงศึกษาธิการ กรมศิลปากรเผยแพร่.

วิทยาลัยภาษาจีนปักกิ่ง มหาวิทยาลัยครุหนานจิง มหาวิทยาลัยครุอันฮุย. (2550). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเทศจีน**. กรุงเทพฯ : สุขภาพใจ.

วุฒิไกร แซ่ไคว้ว. (2559). ร้านโกโก้ B ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง [สัมภาษณ์]. 2559, มกราคม 19.

สงบ ส่งเมือง. (2546). **เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านภาคใต้ในรอบห้าศตวรรษ**. สถาบันวชิรธรรม : กรุงเทพฯ.

สารสิน วีระผล. (2548). **จัมก๋องและกำไร : การค้าไทย-จีน 2195-2396**. กรุงเทพฯ : มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และสังคมศาสตร์.

สิงห์คาร พรพนาอนุรักษ์. (2559). ร้านโกโก้ C ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง [สัมภาษณ์]. 2559, กุมภาพันธ์ 16.

สุทธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิพาณิชย์ ประสิทธิ์ ชิดการณ. (2544). **จีนทักษิณ: วิถีและพลัง**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สุภารีย์ เถาว์วงศ์ษา. (2555). **กรอบแนวคิดทางการออกแบบเครื่องประดับเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยผ่านการสื่อความหมายด้วยรูปสัญลักษณ์และ**

ความหมายสัญลักษณ์. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมหาบัณฑิต สาขาศิลปะ
อุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง, กรุงเทพฯ.

สุรางค์รัตน์ จำเนียรพล. (2555). สาระสำคัญจาก Robert D. Putnam: Democracy
and social Capital: what's the Connection. **วารสารวิจัยสังคม Journal
of Social Research**, 35 (1) : 1-22.

สำนักงานสถิติจังหวัดตรัง สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและ
การสื่อสาร. (2558). **รายงานผลโครงการสำรวจครัวเรือนเกษตรผู้ปลูก
ยางพารา/ลูกจ้ำงกรีดยางพารา จังหวัดตรัง พ.ศ. 2558.**
ตรัง : สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

อมรา พงศาพิชญ์. (2543). ทูทางสังคมในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของสังคมไทย.
วารสารวิจัยสังคม. 42 (2) : 34-50.

อมรา ศรีสุชาติ. (2530). **โบราณคดีฝั่งทะเลอันดามัน : ข้อมูลเก่า-ใหม่.** ศิลปากร :
นิตยสารของกรมศิลปากร กระทรวงศึกษาธิการ. 31 (3) : 26.

อัมพร จิรัฐติกร. (2557). ชุดความรู้อาเซียน “จากคนสู่ประชาคม เรียนรู้อาเซียนในมิติ
วัฒนธรรม ภาค 2 อาเซียนหลากมูมมอ : **อาเซียนป๊อบคัลเจอร์ ทำไม
ต้องป๊อบ.** กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

เอกสารประกอบการจัดงาน 100 ปี เมืองทับเที่ยง. (2558). **ทับเที่ยงโอชา เมืองตรัง
เมืองคนช่างกิน : ถิ่นกรอง สืบทอดภูมิปัญญา ความเป็นมาของ
อาหารเมืองแห่งความสุข.** นำเสนอที่ งาน 100 ปีฉลองนคราเมืองทับเที่ยง
(The Centenary of TUB-TIENG) 10-13 เมษายน 2558, สวนทับเที่ยง
ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง.

Barthes Roland. (1957). **มายาคติของ Roland Barthes; (พิมพ์ครั้งที่ 5).** กรุงเทพฯ :
โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.

Lefebvre, Henri. (1991). **The Production of Space.** Malden, Massachusettes:
Blackwell Publishers.