



การฟื้นฟูอาหารพื้นถิ่นผ่านเทศกาลประเพณีย่านตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร\*  
The Restoration of the Local Foods through the traditional festival  
at Talat Noi, Bangkok

<sup>1</sup>เตชสิทธิ์ รัศมีวงศ์พร, ปัทมา วัฒนพานิช, สายฝน ทรงเสียงไชย,  
รณกฤต เพชรเกลี้ยง, อาวุธ หงส์ศิริ, อิศริย์ภัค หงส์นิมิตชัย และธัญลักษณ์ โกมาสธิต

<sup>1</sup>Taychasit Russameewongporn, Pattama Wattanapanich, Saifon Songsiangchai,  
Ronnakrit Peachkleang, Arwut Hongsiri, Itsariphak Hongnimitchai and Thunyaluck Komasatit

<sup>1</sup>คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

<sup>1</sup>Faculty of Education Bansomdejchaopraya Rajabhat University

<sup>1</sup>Corresponding's Author E-mail: taychasit.artart@gmail.com

### บทคัดย่อ

ชาวจีนได้เข้ามาประเทศสยามเพื่อทำการค้าและทำนากอาศัย โดยชาวจีนที่อพยพเข้ามามี 5 กลุ่มใหญ่ ๆ ซึ่งในอดีตกลุ่มจีนฮกเกี้ยน นับเป็นกลุ่มชาวจีนที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจและสังคม ในพื้นที่ย่านตลาดน้อย วัฒนธรรมจีนมีบทบาทสำคัญที่ยึดโยงกับผู้คนและพื้นที่ ซึ่งผู้คนในย่านนี้ยังคงนำวัฒนธรรม หลักปรัชญาและหลักคิดในทางศาสนา มาเชื่อมโยงกับเทศกาลประเพณีต่าง ๆ โดยมี 8 เทศกาลประเพณีที่สำคัญตามปฏิทินจันทรคติและสุริยคติแบบจีน ซึ่งในแต่ละเทศกาลมีอาหารพื้นถิ่นที่ปรากฏใน 8 เทศกาล เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและยังคงได้รับการสืบทอดให้คงอยู่

เมื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในชุมชนย่านตลาดน้อยนั้น ได้เกิดขึ้นจากกระแสทุนนิยมที่เป็นไปตามพลวัตแห่งยุคสมัย แต่ชุมชนก็มีกลไกในการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนเอาไว้ นั่นคือ การคงไว้ซึ่งความเข้มแข็งของชุมชนและเครือข่ายภาคีทุกส่วนงาน คนในชุมชนมีความร่วมมือกันรักษา ถ่ายทอดวิถีถิ่น เพื่อฟื้นฟูด้านอาหารพื้นถิ่นสู่การรับรู้ไปทั่วโลก มีการจัดเทศกาลประเพณีขึ้น แสดงความเชื่อมโยงถึงประวัติศาสตร์ชุมชน เพื่อให้เกิดแรงดึงดูดในการท่องเที่ยวบนฐานคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ด้วยกระบวนการ soft power ให้มีคุณภาพและคุณค่า และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งเศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์ เตรียมความพร้อมสำหรับคนรุ่นใหม่ของชุมชนกรุงเทพมหานคร

**คำสำคัญ:** การฟื้นฟู; อาหารพื้นถิ่น; เทศกาล; ย่านตลาดน้อย

### ABSTRACT

The Chinese immigrated to Siam for trade and residency, and there are 5 majority groups of Chinese. The Hokkien were historically significant in the economy and society in the Talad Noi area. Chinese people in the Talad Noi area integrate cultural, philosophies, and religious principles related to various festivals, the 8 significant festivals in the Chinese lunar

and solar calendars. Thus, each festival illustrates the features of local cuisines in 8 festivals that present identity and heritage to the generation.

When social changes in the Talad Noi community occurred due to the capitalist currents that followed the dynamics of the era, the community had mechanisms to preserve its cultural identity, which was to maintain the strength of the community and networks of all sectors. The people in the community have cooperated to preserve and pass on local traditions to revive local food to be known around the world. Traditional festivals are organized to show the connection to the history of the community to create an attraction for tourism based on the economic concept. By creating with soft power process to be of quality and value and in line with the strategy for developing creative economic areas, preparing the new generation of the Bangkok community.

**Keyword:** Restoration; Local Food; Festival; Talad Noi

## บทนำ

ย่านตลาดน้อย นับเป็นพื้นที่ในกรุงเทพมหานครที่มีชาวจีนอาศัยอยู่และเป็นย่านสำคัญในอดีต ซึ่งมีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนานและสามารถสืบค้นรากทางประวัติศาสตร์สัมพันธ์กับยุคสมัยปลายกรุงธนบุรี กับต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ย่านตลาดน้อยได้ถ่ายทอดเรื่องราวของผู้คน วิถีชีวิตและประวัติศาสตร์วัฒนธรรมจีน กลุ่มหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญที่ยึดโยงอยู่กับผู้คนและพื้นที่เกี่ยวเนื่องผ่านวัฒนธรรมจีน จากการย้ายถิ่นฐาน บ้านเรือนของชุมชนชาวจีนที่ตั้งอยู่ในที่ดินที่ได้รับพระราชทานเมื่อครั้งสร้างกรุงธนบุรีบริเวณปากตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งเป็นที่ตั้งของพระบรมมหาราชวังปัจจุบัน ไปยังที่ดินพระราชทานแลกเปลี่ยนตามพระราชประสงค์ในการย้ายพระนครแห่งใหม่ในยุคสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ โดยที่ดินพระราชทานแลกเปลี่ยนดังกล่าวเริ่มจากคลองใต้วัดสามปลื้ม (วัดจักรวรรดิราชาวาส) ลงไปจนถึงพื้นที่ที่เป็นตลาดน้อยในปัจจุบัน (วัลย์วิภา บุรุษรัตนพันธ์ และสุภางค์ จันทวานิช, 2534)

การเปลี่ยนแปลงบริบททางสังคมชุมชนตลาดน้อยเกิดขึ้นตามพลวัตแห่งยุคสมัย ปัจจัยการเติบโตทางเศรษฐกิจย่านตลาดน้อยในสมัยช่วงต้นกรุงรัตนโกสินทร์จนถึงช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ส่วนหนึ่งมาจากชาวจีนที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในสยาม ย่านตลาดน้อยในฐานะพื้นที่ที่มีชาวจีนอาศัยอยู่จำนวนมากจึงเป็นแหล่งความเจริญในด้านการค้า สินค้าและอาหารที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีน สืบเนื่องกันในย่านใกล้เคียงกันอย่างเช่นย่านสำเพ็งและเยาวราช การดำเนินชีวิตของชาวจีนย่านนี้ ยังคงนำวัฒนธรรมของตนที่มีความเชื่อที่เชื่อมโยงกับเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เน้นแนวคิดเรื่องหลักปรัชญาและหลักคิดในทางศาสนา โดยมีเทศกาลประเพณีที่สำคัญตามปฏิทินจันทรคติและสุริยคติแบบจีน ดังนี้ 1) เทศกาลตรุษจีน (การขึ้นปีใหม่ของชาวจีน) 2) เทศกาลหั่งวงเซียว 3) เทศกาลเซ่งเม้ง (การไหว้บรรพบุรุษ) 4) เทศกาลไหว้บ๊ะจ่าง (การกิน/ทำบ๊ะจ่าง เทศกาลนี้ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของทางยูเนสโก) 5) เทศกาลสารทจีน 6) เทศกาลไหว้พระจันทร์ 7) เทศกาลกินเจ (ถือศีลกินผัก) 8) เทศกาลตั้งใจ๋ย (ไหว้บัวลอย) ในแต่ละเทศกาลมีวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นของประกอบในเทศกาล ความเชื่อในพิธีกรรมและเทศกาลดังกล่าว เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น และยังคงได้รับการสืบทอดอนุรักษ์จากกลุ่มคนในท้องถิ่น เพื่อยังคงวิถีดั้งเดิมให้คงไว้



พื้นที่ย่านตลาดน้อย มีที่ตั้งอยู่ในลักษณะภูมิประเทศที่ติดริมน้ำเจ้าพระยาในช่วงโค้งน้ำ ในอดีตนับเป็นชัยภูมิที่ดีและเหมาะสมในการเป็นพื้นที่ย่านการค้า วิถีชุมชนย่านตลาดน้อยมีความเข้มแข็งและมีความพร้อมในการถ่ายทอดวิถีถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและด้วยความหลากหลายของกลุ่มชาวจีนในพื้นที่ โดยเฉพาะกลุ่มชาวจีนฮกเกี้ยนที่เป็นชาวจีนกลุ่มแรกที่เข้ามาตั้งถิ่นฐาน ยังคงปรากฏร่องรอยทางวัฒนธรรม เช่น ศาลเจ้าโจวซือกง บ้านคฤหาสน์จีนโชนเฮงไถ่ที่ตั้งอยู่ในซอยดวงตะวันและบ้านคหบดีจีนริมน้ำเก่าแก่อีกหลายหลังที่คงอยู่ไว้ให้เรียนรู้ถึงเรื่องราวต่าง ๆ ผ่านประวัติของบ้าน ในปัจจุบันส่วนกายภาพของชุมชนย่านตลาดน้อยนั้น พบว่ามีเส้นทางเดินเท้าที่เชื่อมต่อถึงถนนเยาวราชได้สะดวกรวดเร็วและเส้นทางการเดินทางทางน้ำที่สามารถไปในพื้นที่ย่านสำคัญของกรุงเทพมหานครได้ นำไปสู่การพัฒนาชุมชนเมืองของย่านตลาดน้อยให้เป็นจุดเชื่อมต่อการคมนาคมทางบกและทางน้ำตามยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร อีกจุดหนึ่งในผังพระนคร ซึ่งชุมชนตลาดน้อยเป็นพื้นที่หนึ่งในนโยบายการพัฒนาให้พื้นที่แห่งนี้เป็ย่านสร้างสรรค์สำหรับคนรุ่นใหม่ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวในด้านอาหารที่โดดเด่นของกรุงเทพมหานครอีกแห่งหนึ่ง การผสมผสานทางวัฒนธรรมอาหารการกินจึงถูกถ่ายทอดผ่านเทศกาลประเพณีจีนที่โดดเด่นและมีความเป็นสากลที่เป็นเทศกาลประจำปี ซึ่งมีอาหารจีนพื้นถิ่นในเทศกาล ดังนี้ ผัดหมี่ซั่ว ขนมเต่าแดงหรืออั้งกุ๊ย ขนมจูซังเปี้ยะ ป๊ะจ่าง เป็ดพะโล้ ขนมไหว้พระจันทร์ ขนมโก๋ กานาฉ่าย ขนมบัวลอย

อาหารตามเทศกาลของชุมชนย่านตลาดน้อย มีความน่าสนใจและมีอัตลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่น ที่มีประวัติและเรื่องเล่าผ่านอาหารตามเทศกาลนั้น ๆ ตั้งแต่การประกอบอาหารด้วยเครื่องปรุงที่มีคุณภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการ สะอาด ความประณีตในการปรุงอาหาร รวมทั้งรสชาติของอาหาร องค์กรความรู้ในภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นย่านตลาดน้อย ได้ส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญผ่านเทศกาลพื้นถิ่นที่แสดงถึงความโดดเด่นของชุมชน

จากปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัยกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่ไปตามกระแสทุนนิยม พร้อมทั้งระบบและกลไกการรักษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชน เพื่อไม่ให้เกิดการเลือนหายทางวัฒนธรรมไปตามยุคสมัยในกระแสโลกาภิวัตน์ เป็นวิธีการเพื่อสร้างกลไกการขับเคลื่อนชุมชนผ่านเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้คนในชุมชนในการฟื้นฟูอาหารพื้นถิ่นใน 8 เทศกาลประเพณี “ย่านตลาดน้อย” บนฐานคิดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องกับองค์ความรู้วัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นจาก 8 เทศกาลประเพณี “ย่านตลาดน้อย” ที่ผสมผสานความดั้งเดิมกับความเป็นสมัยปัจจุบัน อันจะนำไปสู่ความเข้มแข็งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเทศกาลประเพณีจีนและฟื้นฟูอาหารพื้นถิ่นจาก 8 เทศกาลประเพณีจีนย่านตลาดน้อย
2. เพื่อศึกษาการผลักดันอาหารพื้นถิ่นย่านตลาดน้อย ให้เป็นที่รู้จักผ่านกระบวนการ Soft Power

### วิธีดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยมีจุดเน้นในการฟื้นฟูอาหารพื้นถิ่นในเทศกาลประเพณีจีน ย่านตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร ผ่านวิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เน้นกระบวนการมีส่วนร่วม ความสัมพันธ์ของประชาคมในพื้นที่และการสำรวจภาคสนามวิจัย โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย เครื่องมือการวิจัยวิธีดำเนินการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้



**1. ขอบเขตด้านการศึกษา**

การฟื้นฟูอาหารพื้นถิ่นจาก 8 เทศกาลประเพณีย่านตลาดน้อย และการสร้างกลไกการขับเคลื่อนชุมชน ผลักดันอาหารพื้นถิ่นผ่านกระบวนการทำงานแบบ Soft power

**2. ขอบเขตด้านพื้นที่และระยะเวลาการวิจัย**

- พื้นที่ย่านตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร
- ระยะเวลาระหว่าง 1 ตุลาคม 2566 ถึง 30 กันยายน 2567

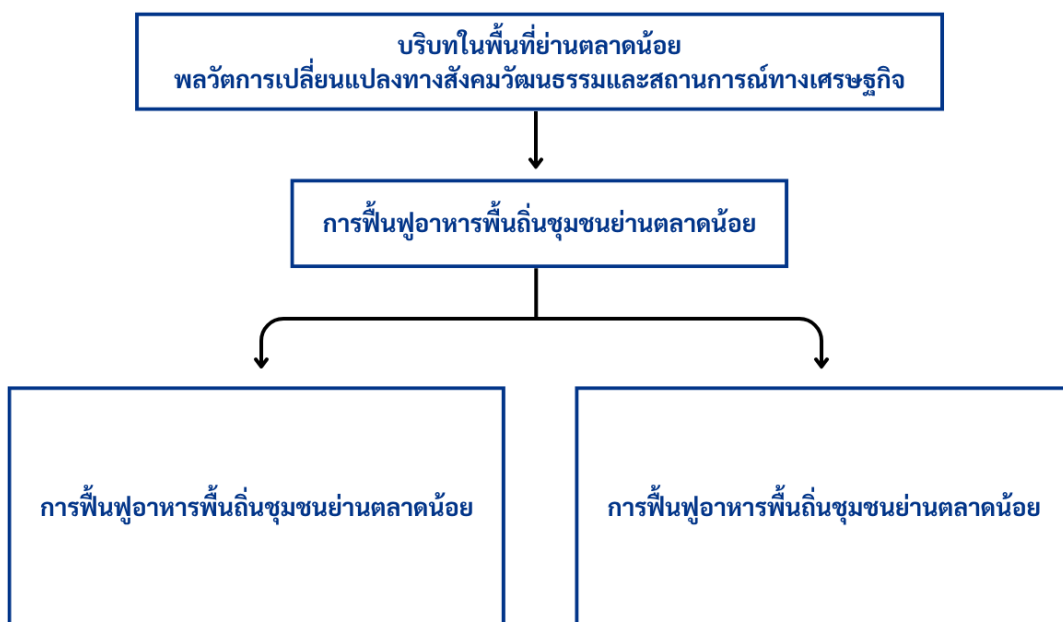
**3. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล**

- ประชาชนท้องถิ่น จำนวน 1 คน
- ผู้ทรงคุณวุฒิด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 1 คน
- ผู้เชี่ยวชาญด้านอำนาจอ่อน (soft power) จำนวน 1 คน
- ประธานชุมชนหรือผู้แทนกลุ่มต่างๆ จำนวน 5 คน
- ผู้แทนจากร้านอาหาร ร้านค้าริมทางในชุมชน ศาลเจ้า/สมาคมจีน และ แหล่งหรือบ้านจีนโบราณ จำนวน 10 คน

โบราณ จำนวน 10 คน

- เชฟผู้มีชื่อเสียงและประสบการณ์ จำนวน 1 คน

**4. ขอบเขตด้านกรอบแนวคิด**



แผนผังที่ 1 ขอบเขตกรอบแนวคิด

**วิธีการดำเนินการวิจัยและเครื่องมือการวิจัย**

คณะผู้วิจัยได้เริ่มศึกษาข้อมูลของชุมชนย่านตลาดน้อย ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอาหารจีนพื้นถิ่นจาก 8 เทศกาลและประเพณีจีน ผ่านกลไกการขับเคลื่อนโดยชุมชนเพื่อผลักดันให้อาหารจีนพื้นถิ่นเป็นที่รู้จักในเวทีโลก ด้วยกระบวนการ Soft Power คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

**ระยะที่ 1** ทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสำรวจข้อมูลของชุมชนโดยลงพื้นที่ภาคสนามเก็บข้อมูล ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (Semi-

Structure Interview) จากผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประชาชนท้องถิ่น ผู้ทรงคุณวุฒิด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ประธานชุมชนหรือผู้แทนกลุ่มต่าง ๆ ผู้แทนจากร้านอาหาร ร้านค้าริมทางในชุมชน ศาลเจ้า/สมาคมจีนและแหล่งหรือบ้านจีนโบราณ ซึ่งคณะผู้วิจัยกำหนดประเด็นที่เกี่ยวข้องกับข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล/ผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลเชิงวิชาการและเชิงประสบการณ์ที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และอาหารพื้นถิ่นที่มีเอกลักษณ์ของชุมชน (อาหารจาก 8 เทศกาล)

**ระยะที่ 2** ดำเนินกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research - PAR) และกิจกรรมสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus group discussion) ในประเด็นประวัติศาสตร์และเรื่องราวของกลุ่มชาติพันธุ์จีนในย่านตลาดน้อย วัฒนธรรมของชาวจีนในย่านตลาดน้อย จากวิถีชีวิตผ่านความเชื่อ เรื่องเล่าเทศกาลและอาหารเทศกาลที่สำคัญย่านตลาดน้อยและอาหารที่ปรากฏในเทศกาล ความโดดเด่นของอาหารจีนในเทศกาลที่สะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์ของย่านตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร และกลไกการขับเคลื่อนของชุมชนย่านตลาดน้อย เพื่อผลักดันให้อาหารในเทศกาลไปสู่กระบวนการ Soft Power

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลข้อมูลการวิจัย

คณะผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาและการวิจัย โดยวิธีวิทยาในรูปแบบของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีกระบวนการและขั้นตอน ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลผ่านการทบทวนเอกสาร วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. วิเคราะห์การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview)
3. วิเคราะห์ข้อมูลผ่านการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research – PAR) และการปฏิบัติการประชุมสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus group discussion)
4. สรุปผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ข้อมูลและถอดบทเรียนจากกิจกรรมการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research – PAR)

### ประเด็นหลักในการทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

#### ก. ประวัติศาสตร์เชิงพื้นที่ย่านตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร

ภายหลังจากกรุงศรีอยุธยาได้พ่ายแพ้สงครามให้กับพม่า ในวันที่ 7 เมษายน พ.ศ. 2310 สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงกอบกู้เอกราชได้เป็นผลสำเร็จ เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ.2310 พระองค์ทรงทอดพระเนตรเห็นสภาพบ้านเมืองในกรุงศรีอยุธยา ว่ามีความเสียหายอย่างหนักพระองค์จึงทรงเลือก “เมืองธนบุรี” ที่ตั้งอยู่บนฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยาขึ้นเป็นราชธานีแห่งใหม่มีนามว่า “กรุงธนบุรีศรีมหาสมุทร” (ทิภากร บารเมษฐ์, 2542)

กรุงธนบุรีศรีมหาสมุทร มีลักษณะเป็นเมืองอกแตก ตั้งอยู่ทั้ง 2 ฝากฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ทรงพระราชทานพื้นที่ให้ชาวต่างชาติหลายกลุ่มได้พำนักอาศัยในพื้นที่ต่าง ๆ รอบพระนครกรุงธนบุรี สำหรับชาวจีนพระองค์ทรงให้ตั้งถิ่นฐานในบริเวณด้านใต้พระนครย่านกุฎีจีนตลอดจนริมแนวคลองบางกอกใหญ่และฝากฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา ที่เป็นบริเวณพระบรมมหาราชวังในปัจจุบัน (ธวัชชัย สาครินทร์, 2541) ต่อมาในยุคกรุงรัตนโกสินทร์ ชุมชนชาวจีนที่อาศัยบนที่ดินพระราชทานเมื่อครั้งกรุงธนบุรีในส่วนของฝากตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา ต้องโยกย้ายพื้นที่อาศัยไปยังที่ดินพระราชทานแห่งใหม่



ตามพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 เนื่องด้วยการสร้างพระนครแห่งใหม่จะใช้พื้นที่ดังกล่าวสร้างพระบรมมหาราชวัง โดยที่ดินพระราชทานแห่งใหม่มีพื้นที่ตั้งแต่คลองใต้วัดสามปลื้ม หรือวัดจักรวรรดิราชาวาส ลงไปจนถึงคลองเหนือ วัดสำเพ็ง หรือวัดปทุมคงคา ซึ่งที่ดินพระราชทานแห่งใหม่นี้ครอบคลุมถึงพื้นที่ย่านตลาดน้อยในปัจจุบัน (วัลย์วิภา บุรุษรัตนพันธ์ และสุภาวค์ จันทวานิช, 2534)

## ข. ชาวจีนในย่านตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร

### 1. การอพยพของชาวจีน

ชาวจีนได้อพยพเข้ามาตั้งอาศัยในประเทศไทยมาเป็นเวลาช้านาน โดยมีหลักฐานที่ปรากฏพบว่าชาวจีนเริ่มเข้ามาในประเทศไทยเพื่อทำการค้าและเพื่อทำนักอาศัยซึ่งตรงกับยุคสมัยกรุงสุโขทัย และเริ่มมีความสัมพันธ์ทางการทูตอย่างเป็นทางการในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้นและตรงกับราชวงศ์หมิงในประเทศจีน (อดุลย์ รัตนมันเกษม, 2557) นับตั้งแต่ช่วงกลางสมัยราชวงศ์ชิง ได้มีชาวจีนหลายกลุ่มจำนวนมากได้อพยพเข้ามาอันเนื่องมาจากปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศจีน ณ ขณะนั้นการอพยพของชาวจีนนั้นได้ก่อให้เกิดการผสมกลมกลืนกับกลุ่มชาวจีนที่ต่างตระกูลภาษาและผู้คนดั้งเดิมในท้องถิ่น ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ความเชื่อและประเพณีที่สะท้อนถึงพลวัตวัฒนธรรม การผสมผสานดังกล่าวส่งผลให้วัฒนธรรมจีนเกิดการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับบริบทของสังคม การหลอมรวมทางวัฒนธรรมนี้จึงเป็นลักษณะการผสมผสานและสวมทับกับวัฒนธรรมอื่นอย่างช้า ๆ และปรับเปลี่ยนไปตามบริบททางสังคมอย่างต่อเนื่องโดยมีนัยสำคัญ (G. William Skinner. 2529) ชาวจีนทั้งหมดนี้นับเป็นชาวจีนโพ้นทะเลที่เดินทางเข้ามาและอาศัยในประเทศไทย โดยมีการบันทึกทางสถิติของราชการในส่วนของจำนวนประชากรจีนที่อาศัยประเทศไทยเมื่อ พ.ศ.2453 จำนวนรวมทั้งสิ้น 162,568 คน (หอจดหมายเหตุแห่งชาติ ร.5 น.30/9 ยอดสำมะโนครัว มณฑลกรุงเทพฯ ศก.128)

### 2. การตั้งถิ่นฐานของชาวจีนในย่านตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร

สำหรับในย่านตลาดน้อย เกิดจากการขยายตัวของอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานของชาวจีนจากย่านกุฎีจีน การย้ายใหม่พื้นที่อาศัยตามพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 เนื่องด้วยการสร้างพระนครแห่งใหม่ที่จะใช้พื้นที่ที่ชาวจีนเคยอาศัยอยู่แต่เดิมมาสร้างพระบรมมหาราชวังพร้อมกับการอพยพของชาวจีนโพ้นทะเลระลอกใหญ่ ๆ หลายระลอก ชาวจีนกลุ่มแรก ๆ ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในย่านตลาดน้อย นิยมพึ่งพาอาศัยกันเฉพาะกลุ่มภาษาถิ่นของตน ซึ่งกลุ่มชาวจีนฮกเกี้ยนที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนเป็นกลุ่มแรกได้สร้างศาลเจ้าโจวซือกง ขึ้นในปี พ.ศ.2347 ชาวจีนฮกเกี้ยนเป็นกลุ่มนี้จึงมีบทบาทในด้านการค้าและระบบราชการในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น รัฐบาลสยามขณะนั้นได้เปิดโอกาสให้ทำการค้าสำเภาได้อย่างอย่างเสรี พ่อค้าชาวจีนฮกเกี้ยนย่านตลาดน้อยจึงมีความมั่งคั่งจากการค้าสำเภา บางส่วนได้เข้ารับราชการ ซึ่งเป็นขุนนางชาวจีนฮกเกี้ยนที่มีบทบาททางการค้าและอำนาจ อาทิ พระอภัยวานิช (จาด) ต้นตระกูล “โปษยะจินดา” เป็นขุนนางกรมท่าซ้ายในสมัยรัชกาลที่ 3 และได้สร้างคฤหาสน์ “โซวเฮงไถ่” ซึ่งเป็นอาคารสถาปัตยกรรมจีนที่ยังคงดำรงอยู่มาจนถึงปัจจุบัน (นิภาพร รัชตพัฒนากุล, 2546) นอกจากนี้กลุ่มชาวจีนฮกกาที่เข้ามาตั้งรกรากในย่านตลาดน้อย ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 โดยพ่อค้าชาวจีนฮกกาได้อพยพของเจ้าพ่อ “ฮ้วนหว่อง” จากประเทศจีนมาประดิษฐานบุชากว่า 100 ปี ภายหลังจึงสร้าง “ศาลเจ้าโรงเกือก” ประมาณปี พ.ศ.2332 (สุชาติ-ศิริพร พรชัยวิเศษกุล, ม.ป.พ.) ซึ่งในอดีตย่านตลาดน้อยเป็นที่รู้จักในชื่อว่า “บ้านโรงกระทะ” ซึ่งชาวฝรั่งเศสที่เข้ามาในสยามช่วงสมัยรัชกาลที่ 3 พระบาท สมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว เรียกบริเวณบ้านโรงกระทะนั้นว่า “Fonderie Chinoise” หรือ “บ้านช่างหลอมจีน” เนื่องจากผู้คนในชุมชนย่านตลาดน้อยมีอาชีพการตีเหล็กที่มีความเชี่ยวชาญ (พิมพ์ประไพ พิศาลบุตร, 2546)

### 3. ความเชื่อ ประเพณีและพิธีกรรมในย่านตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร



### แนวคิดและหลักการ Soft Power

Joseph Nye จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด เป็นผู้ริเริ่มคำนิยามของคำว่า Soft Power ได้อธิบายความหมายไว้ ดังนี้ “This second aspect of power-which occurs when one country gets other countries to want what it wants-might be called “Co-optive power” or soft power in contrast with the hard or command power of ordering others to do what it wants.” อาจสรุปความได้ว่า เป็นความสามารถที่ทำให้ผู้อื่น “ต้องการ” และ “ยอมรับ” โดยต้องสามารถดึงดูดความต้องการของผู้อื่นให้เกิดการยอมรับด้วยความ “เต็มใจ” และปราศจากการบังคับ โดยในช่วงปี 2565 พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้เน้นย้ำความสำคัญของนโยบายในการสนับสนุน Soft Power เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก พร้อมทั้งแนะนำหน่วยงานรัฐให้ทำงานร่วมกับภาคเอกชนให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจตามนโยบายที่มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรม 5F ให้กลายเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมสำคัญของไทย ได้แก่ 1) อาหาร (Food) 2) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) 3) การออกแบบแฟชั่นไทย (Fashion) 4) ศิลปะการป้องกันตัวแบบไทย (Fighting) และ 5) เทศกาลประเพณีไทย (Festival) (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2565) สำหรับประเทศไทยได้มีการกำหนดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 15 สาขา และดึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในสาขาที่มีศักยภาพขึ้นมาเป็น Soft Power ของไทย เป็นวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ 5F ซึ่งรัฐบาลได้ตั้งเป้าหมายว่า 5F ของไทยจะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ (โรจน์คุณอนง, 2566)

### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยได้แสดงถึงบริบทที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหารที่ปรากฏในเทศกาลประเพณีจีนในสังคมนานาชาติที่ปรากฏถึงการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นและการมีส่วนร่วมของผู้คนทุกภาคส่วนในการผลักดันให้อาหารพื้นถิ่นนานาชาติเป็นที่รู้จัก ผ่านเทศกาลประจำปีทั้ง 8 เทศกาล ซึ่งสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 1 ผลการสังเคราะห์องค์ความรู้จากการดำเนินการวิจัย

ที่มา: คณะผู้วิจัย, 2568



## องค์ความรู้การวิจัย

ย่านตลาดน้อย เป็นย่านวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวจีนฮกเกี้ยน จีนแคะ และจีนแต้จิ๋ว ซึ่งเป็นกลุ่มชาวจีนที่เชื่อมโยงยุคสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย ยุครุ่งธนบุรี ยุครุ่งรัตนโกสินทร์มาจวบจนปัจจุบัน กลุ่มชาวจีนดังกล่าวมีวัฒนธรรมความเชื่อที่ปรากฏผ่านเทศกาล ประเพณีและพิธีกรรม ที่ดำรงอยู่ในพื้นที่ย่านตลาดน้อย 8 เทศกาลสำคัญ อาทิ เทศกาลวันตรุษจีน (春节) เทศกาลหงวนเซียว (元宵节) เทศกาลชิงเหม้ง (清明节) เทศกาลไหว้บ๊องจ่าง (端午节, 端陽節) เทศกาลวันสารทจีน (中元节) เทศกาลไหว้พระจันทร์ (中秋節) เทศกาลตั้งโจ้ย (บัวลอย) (冬至) เทศกาลกินเจ (九皇勝會) ซึ่งทั้ง 8 เทศกาล มีกุศโลบายจากความเชื่อและความศรัทธา ในมิติของการเคารพบูชาที่แสดงถึงความกตัญญู ความมีสุขภาพที่ดีอายุยืน และการถวายสักการะแต่เหล่าเทพต่าง ๆ ผ่านวัฒนธรรมอาหารที่ปรากฏใน 8 เทศกาล และมีการสืบทอดทางวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมอาหารที่ปรากฏในเทศกาลประเพณีจีนในสังคมย่านตลาดน้อยในเชิงภาววิทยาและปรากฏการณ์วิทยา

การมีส่วนร่วมของผู้คนทุกภาคส่วนในการผลักดันให้อาหารพื้นถิ่นย่านตลาดน้อยเป็นที่รู้จัก โดยมีประชาคมทุกภาคส่วน อาทิ เครือข่ายภาคชุมชน เครือข่ายภาครัฐ เครือข่ายภาคเอกชน เครือข่ายการท่องเที่ยวและเครือข่ายภาคสถานศึกษา ซึ่งมีแนวคิดการพัฒนาเพื่อให้ย่านตลาดน้อยมีจุดขายทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ผ่านวัฒนธรรมอาหารที่ปรากฏใน 8 เทศกาล โดยประชาคมทุกภาคส่วนได้มีกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) และสร้างระบบกลไกการขับเคลื่อนผ่านกระบวนการ Soft power ในประเด็น F1 (Food) และ F5 (เทศกาลประเพณี) โดยนำมาเป็นเครื่องมือเชิงนโยบายในพื้นที่ย่านตลาดน้อย เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นที่ปรากฏในเทศกาลให้เป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมสำคัญ ซึ่งจะเป็นการฟื้นฟูอาหารพื้นถิ่นผ่านเทศกาลประเพณีย่านตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร สู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

จากองค์ความรู้การวิจัยดังกล่าว สามารถนำประเด็นต่าง ๆ มาสังเคราะห์ข้อมูล ซึ่งตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

### 1. เพื่อฟื้นฟูอาหารพื้นถิ่นจาก 8 เทศกาลประเพณีย่านตลาดน้อย

ชุมชนชาวจีนย่านตลาดน้อย ในช่วงตอนต้นกรุงรัตนโกสินทร์ชาวจีนที่ได้เข้ามาในย่านตลาดน้อยจะรวมตัวกันและพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ในกลุ่มภาษาพูดของถิ่นตนเอง โดยพบว่ากลุ่มชาวจีนฮกเกี้ยนและชาวจีนแคะเป็นชาวจีนกลุ่มแรก ๆ ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในย่านตลาดน้อย ซึ่งในเวลาต่อมานอกจากนี้ยังมีชาวจีนแต้จิ๋ว กวางตุ้งและไหหลำ เข้ามาอาศัยในพื้นที่ย่านตลาดน้อย ชาวจีนมีความเชื่อและความศรัทธาที่มีความเชื่อมโยงระหว่างปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ ศาสนาพุทธแบบมหายาน ลัทธิขงจื้อ ลัทธิเต๋าและเทพต่าง ๆ ชาวจีนจึงมีการประกอบพิธีกรรม ประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ เพื่อให้เกิดเป็นแบบแผนในการดำรงชีวิตผ่านกรอบแนวคิดความเชื่อและความศรัทธา จนมีคำกล่าวที่ว่า “หนึ่งปีมีแปดเทศกาล หนึ่งชีวิตมีห้าพิธีกรรม”

จากพื้นที่ภาควิชาการวิจัยพบว่า เทศกาลประเพณีของชาวจีนและอาหารที่ปรากฏในเทศกาลประเพณีของชาวจีนย่านตลาดน้อย นับตามปฏิทินจันทรคติของจีนและปฏิทินสุริยคติมี 8 เทศกาล ตามลำดับ โดยเริ่มนับจากวันแรกแห่งปีของชาวจีน ซึ่งแต่ละเทศกาลมีวัฒนธรรมอาหารและขนมที่ปรากฏในเทศกาล โดยมีการหลอมรวมและผสมผสานรูปแบบทางวัฒนธรรมอาหารของชาวจีนแต่ละกลุ่มภาษา ส่งผลให้อาหารและขนมในเทศกาลประเพณีจีน สะท้อนภาพความเป็นพหุวัฒนธรรม (Multiculture) ที่มีความหลากหลายบนความไม่หลากหลายทางวัฒนธรรม ที่เกิดขึ้นผ่านอาหารในเทศกาลประเพณีจีนทั้ง 8 เทศกาล ดังนี้



ตารางที่ 1 เทศกาลประจำปีและอาหารพื้นถิ่นที่ปรากฏในเทศกาลย่านตลาดน้อย

เทศกาล	อาหารที่ปรากฏในเทศกาล	ช่วงเวลาตามปฏิทินจันทรคติจีน
เทศกาล ตรุษจีน หมี่ซั่ว		วันที่ 1 เดือน 1
เทศกาล ห้วงเซียว ขนมเต่าแดง		วันที่ 15 เดือน 1
เซ่งเม้ง ขนมจุกซังเปี้ยะ		ช่วงเดือน 3 ของปี
บ๊ะจ่าง บ๊ะจ่าง		วันที่ 5 เดือน 5
สาทรจีน เป็ดพะโล้		วันที่ 15 เดือน 7
ไหว้พระจันทร์ ขนมไหว้ พระจันทร์ ขนมโก๋		วันที่ 15 เดือน 8



เทศกาล	อาหารที่ปรากฏในเทศกาล	ช่วงเวลาตามปฏิทินจันทรคติจีน
		
เทศกาลกินเจ กาน่าฉ่าย		วันที่ 1-9 เดือน 9
เทศกาลตั้งใจ ขนมบัวลอย (อ๋)		วันที่ 22 เดือน 12

## 2. การสร้างกลไกการขับเคลื่อนชุมชนผ่านกระบวนการ Soft power เพื่อผลักดันอาหารพื้นถิ่น

ในบริบทของชุมชนมีการบริหารจัดการในการสร้างระบบและกลไกการขับเคลื่อนชุมชนผ่านกระบวนการ Soft power โดยมีการสร้างและประสานเครือข่ายทุกภาคส่วน อาทิ

**เครือข่ายภาคชุมชน** ได้แก่ เครือข่ายย่านตลาดน้อย, บริษัทปิ่นเมือง จำกัด

**เครือข่ายภาครัฐ** ได้แก่ สำนักท่องเที่ยว กีฬาและวัฒนธรรม กรุงเทพมหานคร, ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC), สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์, ธนาคารออมสิน, กรมธนารักษ์ (พิพิธตลาดน้อย), กรมเจ้าท่า

**เครือข่ายภาคเอกชน** ได้แก่ โรงแรมสุขโขทัย, ธุรกิจร้านอาหารในย่านตลาดน้อย, ผู้ประกอบการธุรกิจ

**เครือข่ายการท่องเที่ยว** ได้แก่ บริษัทท่องเที่ยวเอกชน, เครือข่ายภาคการท่องเที่ยว, ภาคประชาสังคม

**เครือข่ายภาคสถานศึกษา** ได้แก่ โรงเรียนใน/นอก พื้นที่เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม, โรงเรียนเอี่ยมลือ (สารพัดช่าง), กศน., มทร.รัตนโกสินทร์ บพิตรพิมุข

เครือข่ายดังกล่าวมีแนวคิดเชิงพัฒนาที่จะสร้างสรรค์ให้ชุมชนย่านตลาดน้อยมีจุดเด่นที่สามารถเป็นจุดขายในมิติทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ จากกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) และกระบวนการสนทนากลุ่ม (Focus Group) คณะนักวิจัยพบว่า เทศกาลประเพณีในย่านตลาดน้อยทั้ง 8 เทศกาลและอาหารพื้นถิ่นที่ปรากฏในเทศกาลประเพณีทั้ง 8 เทศกาล มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนย่านตลาดน้อย โดยมีจุดเน้นที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมความเป็นจีน โดยเชื่อมโยงมาที่เทศกาล



ต่าง ๆ ซึ่งเป็นพื้นที่ศูนย์รวมจิตใจและความศรัทธาของย่านตลาดน้อย ซึ่งเป็นจากความเห็นของเครือข่ายภาคีทุกภาคส่วน เป็นผลที่ได้จากกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) และกระบวนการสนทนากลุ่ม (Focus group) ซึ่งจะนำไปสู่การผลักดันอาหารพื้นถิ่นย่านตลาดน้อยในเทศกาลประเพณีจีนให้เป็นที่รู้จักในเวทีโลก ผ่านกระบวนการ Soft power โดยทุนทางวัฒนธรรมที่ปรากฏผ่านเทศกาลประเพณีจีนและอาหารในเทศกาลและประเพณีจีนย่านตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับแนวทางในประเด็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของภาครัฐด้วยอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมีเกณฑ์และข้อกำหนดหลักที่จะส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรม 5 ด้านในรูปแบบ 5F ดังนี้ 1) Food (อาหาร) 2) Film (ภาพยนตร์/วิดิทัศน์) 3) Fashion (การออกแบบแฟชั่นไทย) 4) Fighting (ศิลปะการป้องกันตัวแบบไทย) 5) Festival (เทศกาลประเพณี) จาก 5F ในกระบวนการ Soft Power ดังกล่าว เมื่อนำมาพิจารณากับทุนทางวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่ย่านตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร พบว่าสอดคล้องกับ F1 = Food (อาหาร) หมายถึง อาหารจีนพื้นถิ่นที่ปรากฏในย่านตลาดน้อยและปรากฏในเทศกาลประเพณีจีนที่สำคัญทั้ง 8 เทศกาล และ F5 = Festival (เทศกาลประเพณี) หมายถึง เทศกาลประเพณีจีนที่สำคัญตามปฏิทินจันทรคติและสุริยคติของชาวจีน ในความเป็น Soft Power ทั้ง F1 = Food (อาหาร) และ F5 = Festival (เทศกาลประเพณี) ที่เกิดขึ้นและการดำรงอยู่ในพื้นที่ย่านตลาดน้อยเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพล ยึดโยง หลอมรวมความเป็นจีนให้เห็นประจักษ์อย่างเด่นชัด ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา ทุนทางวัฒนธรรมดังกล่าวมีสิ่งที่สำคัญ 3 ประการ คือ มีคุณค่า มีความต่อเนื่องและมีความหมาย ที่จะส่งผลโน้มน้าวให้ผู้คนยินดีที่จะดำรงรักษาให้วัฒนธรรมคงอยู่โดยปราศจากการบังคับ สอดคล้องกับนโยบายที่มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรม 5F (Soft Power) ให้เป็นระบบกลไกที่สำคัญในการสร้างเสริมทรัพยากรทางวัฒนธรรมในเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

### อภิปรายผลการวิจัย

ย่านตลาดน้อย มีจุดเริ่มต้นในช่วงต้นกรุงรัตนโกสินทร์ โดยมีชาวจีนที่เข้ามาอาศัยหลายกลุ่มภาษา และมีการรวมตัวกันพึ่งพากันในกลุ่มภาษาพูดของถิ่นตนเอง ชาวจีนฮกเกี้ยนและชาวจีนแคะนับเป็นชาวจีนกลุ่มแรกๆ ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในย่านตลาดน้อยแห่งนี้ ภายหลังจากมีชาวจีนแต้จิ๋ว กวางตุ้งและไหหลำ ความเชื่อและความศรัทธาของชาวจีนที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติ ศาสนา ลัทธิและเทพต่าง ๆ ที่ประกอบสร้างความเป็นจีนเป็นแบบแผนในการดำรงชีวิตผ่านพิธีกรรม ประเพณีและเทศกาลต่าง ๆ โดยเทศกาลประเพณีของชาวจีนย่านตลาดน้อย ตามปฏิทินจันทรคติของจีนและปฏิทินสุริยคติจะมี 8 เทศกาล ตามลำดับโดยเริ่มนับจากวันแรกแห่งปีของชาวจีน โดยแต่ละเทศกาลมีวัฒนธรรมอาหารประกอบ ซึ่งอาหารที่ปรากฏในเทศกาลประเพณีจีนย่านตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร มีลักษณะและรูปแบบการหลอมรวมและผสมผสานวัฒนธรรมอาหารของชาวจีนแต่ละกลุ่มภาษา ที่มีความเป็นพหุวัฒนธรรม (Multiculture) เทศกาลประเพณีจีนทั้ง 8 เทศกาล ซึ่งประชาคมที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านตลาดน้อย มีความเห็นในแนวทางที่เห็นสอดคล้องกัน คือ เห็นควรว่าควรเลือกอาหารจีนพื้นถิ่นที่ปรากฏในงานเทศกาลประเพณีจีนที่โดดเด่นและแสดงถึงความเป็นย่านตลาดน้อย คือ ขนมไหว้พระจันทร์และขนมโก๋

ในส่วนของกลไกการขับเคลื่อนวัฒนธรรมชุมชน เพื่อส่งเสริมและผลักดันวัฒนธรรมของพื้นที่ย่านตลาดน้อย มีกระบวนการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการชุมชน หน่วยงานภาครัฐ กลุ่มองค์กรเอกชนและกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีแนวคิดเชิงพัฒนาที่จะสร้างสรรค์ให้ชุมชนย่านตลาดน้อยมีจุดเด่นในมิติทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ อาทิ เครือข่ายภาคชุมชน เครือข่ายภาครัฐ เครือข่ายภาคเอกชน เครือข่ายการท่องเที่ยว เครือข่ายภาคสถานศึกษา โดยดึงหลักการของแนวทาง Soft power เพื่อผลักดันวัฒนธรรมอาหาร



พื้นที่ย่านตลาดน้อยให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล ที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ชุมชนผ่านอาหารพื้นที่ที่แสดงถึงความ เป็นย่านตลาดน้อยซึ่งจะสอดคล้องกับกระแสผู้บริโภคในอนาคต จากบริบทต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในกระบวนการวิจัยช่วงรอบปีที่ผ่านมา มีทิศทางและแนวโน้มที่ชัดเจนที่จะสามารถจะนำไปสู่การผลักดันอาหารจีนพื้นถิ่น ย่านตลาดน้อยในเทศกาลประเพณีจีน ผ่านกระบวนการ Soft power ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผู้คนย่านตลาดน้อยมีแบบแผนในการดำรงชีวิตของผ่านกรอบแนวคิดความเชื่อ ความศรัทธาและเทศกาลประเพณี ซึ่งมีวัฒนธรรมอาหารที่ปรากฏในเทศกาลประเพณีของชาวจีน 8 เทศกาล โดยนับตามปฏิทินจันทรคติของจีน ในแต่ละเทศกาลสะท้อนความเป็นพหุวัฒนธรรม (Multiculture) ที่สามารถนำไปสู่การฟื้นฟูวัฒนธรรมอาหารที่ปรากฏในเทศกาลประเพณีของพื้นที่ย่านตลาดน้อย

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ การรื้อฟื้นเพื่อสร้างวัฒนธรรมที่มีรากฐานอยู่เดิมผ่านการสร้างความตระหนักรู้ในคุณค่าวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนให้ดำรงอยู่ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า บริบทของชุมชนมีการบริหารจัดการเพื่อสร้างระบบและกลไกการขับเคลื่อนชุมชนผ่านเครือข่ายทุกภาคส่วน อาทิ เครือข่ายภาคชุมชน เครือข่ายภาครัฐ เครือข่ายภาคเอกชน เครือข่ายภาคการท่องเที่ยวและเครือข่ายภาคสถานศึกษา ทุกเครือข่ายมีแนวคิดเชิงพัฒนาที่ให้ชุมชนย่านตลาดน้อย มีศักยภาพในมิติทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งจะนำไปสู่การผลักดันอาหารพื้นถิ่นย่านตลาดน้อยในเทศกาลประเพณีจีนให้เป็นที่รู้จัก ผ่านกระบวนการ Soft power ในรูปแบบ 5F ในประเด็น F1 Food (อาหาร) และ F5 Festival (เทศกาลประเพณี)

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ การส่งเสริมและเผยแพร่องค์ความรู้ไปสู่พื้นที่สถานศึกษา เพื่อให้เกิดการบูรณาการกับการจัดการเรียนการสอน และการกำหนดเชิงนโยบายด้านวัฒนธรรมชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์

### 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในด้านวิชาการ การนำความรู้ที่ได้จากการศึกษา นำมาถ่ายทอดเป็นชุดองค์ความรู้ทางด้านวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นในเทศกาลย่านตลาดน้อย ที่สามารถเผยแพร่ให้กับหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานทางการศึกษาในพื้นที่ผ่านสถานศึกษาในระดับการเรียนรู้ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการบูรณาการกับหลักสูตรในการจัดการเรียนการสอน ส่งผลในการสร้างความตระหนักรู้คุณค่าและร่วมพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนให้ดำรงอยู่

2.2. ในด้านนโยบาย หน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทหน้าที่ด้านวัฒนธรรมชุมชนและการท่องเที่ยวในสังกัดกรุงเทพมหานคร สามารถนำผลจากการวิจัยไปสู่การเป็นนโยบายเชิงพัฒนาชุมชน พัฒนาท้องถิ่นไปพร้อมกับการอนุรักษ์ในเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชนและพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ เพื่อให้นโยบายนั้นไปสู่ชุมชนหรือผู้ใช้ประโยชน์อย่างแท้จริง



## บรรณานุกรม

- จิตรรา ก่อแน่นทเกียรติ. (2544). *ทุกเรื่องให้สมปรารถนา บ่วง-สื่อ-ยู-อี*. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2551). *ภาษากับการเมือง/ความเป็นการเมือง*. กรุงเทพมหานคร: โครงการตำรา และสิ่งพิมพ์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทิภากร บารเมษฐ์. (2542). *খনอบางกอกหน้าด้านกรุงศรีอยุธยา*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บางกอกบุ๊ก.
- ธนส์ สิวพัฒน์มหาตม์. (2549). *ความเข้าใจเรื่องการกินเจ*. ม.ป.ท.
- ธวัชชัย สาครินทร์. (2541). *กรุงธนบุรี*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท บวรสารการพิมพ์ จำกัด.
- นริศ วศินานนท์. (2552). *ศาสตร์ศิลป์วัฒนธรรมจีน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุภาพใจ.
- นิตยา (พลพิพัฒน์พงศ์) ชวี. (2542). *วัฒนธรรมจีน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุวีริยาสาส์น
- นิภาพร รัชตพัฒนากุล. (2546). *ตลาดน้อย: พัฒนาการชุมชนแจ็กในบางกอก*. *ศิลปวัฒนธรรม*. 24(2), 162.
- พิมพ์ประไพ พิศาลบุตร. (2546). *นายแม่: เรื่องดีๆของนางรีสยาม*. กรุงเทพมหานคร: นานามีบุ๊กพับลิเคชันส์.
- เรือนแก้ว ภัทรานุประวัตติ. (2554). *การสืบทอดความเป็นจีนผ่านการทำความเข้าใจในความหมายและสัญลักษณ์ทางศาสนา ของชาวจีนสู่ลูกหลานในสังคมไทย*. (รายงานการวิจัย) คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- โรจน์ คุณอนเนก. (2566). *Soft Power ไทย ออย่าหยุดแค่ 5F*. สืบค้น 15 สิงหาคม 2567, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/1080609/>
- วัลย์วิภา บุรุษรัตนพันธ์ และ สุภางค์ จันทวานิช. (2534). “ชาวจีนแต่จิวในสภาพสังคมไทย สมัยธนบุรีและรัตนโกสินทร์ตอนต้น” ใน *ชาวจีนแต่จิวในประเทศไทยและในภูมิภาคอื่นๆ*. สมัยที่หนึ่ง ท่าเรือจากหลิน (2310-2392). (รายงานการวิจัย). กรุงเทพมหานคร: สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาติ-ศิริพร พรชัยวิเศษกุล. (ไม่ทราบปี). *ประวัติของศาลเจ้าพ่อฮุ้นฮุ้นฮุ้น*. (ม.ป.ท.)
- หอจดหมายเหตุแห่งชาติ. (ไม่ทราบปี). *ร.5 น.30/9 ยอดสำมะโนครัว มณฑลกรุงเทพฯ ศก. 128*. กรุงเทพมหานคร: หอจดหมายเหตุแห่งชาติ.
- อดุลย์ รัตนมันเกษม. (2557). *รากเหง้าเผ่าจีน*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว.
- Skinner, G. W. (2529). *สังคมจีนในประเทศไทย: ประวัติศาสตร์เชิงวิเคราะห์*. (พรณี ฉัตรพลรักษ์ และคณะ, ผู้แปล). กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.