

อาหารแปลกตา และหาทานยาก เรียงรายจากปากซอยเจริญกรุง 103 ยาวลึกเข้าไปในชุมชนสวนหลวง ๑ กระตุ้นความสนใจให้เหล่าผู้พบเห็น นี่คือนัดตลาดนัดในชุมชนมุสลิม ที่เริ่มจาก "ทุนกำไร" และแรงสามัคคีของชุมชน จนก่อเกิดเป็นตลาดนัดอาหารฮาลาลขนานแท้ ซึ่งไม่แค่เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้คึกคัก แต่คงรักษาชุมชนเก่าแก่ไว้ ไม่ให้ล่มสลายไปตามกระแสสังคม



'ชุมชนสวนหลวง ๑' ตลาดนัดฮาลาล ร้านรักพี่น้องมุสลิม

• อังอรณีย์ กงแก้ว

ข้าวหมกสามสี โรตีสายลมองวัวทอดกระเทียม

ส้มตำมาเลย์ (รอยะห์) ซาโมซ่า ขนมหัวเราะ แกงกาเรีย รอยะระ ระเบิด สลัดแซก ยำทวาย มะตะบะพิชซ่า อาระเบียญ บาเบียญ (สุตรโบราณ) ฯลฯ

ตัวอย่างอาหารคาวหวาน หาทานยาก ของพี่น้องมุสลิม ที่แวะเวียนมาเจอกันแค่เดือนละครั้ง ทุกวันอาทิตย์แรกของเดือน ณ "ตลาดริมคลอง ชุมชนสวนหลวง ๑" ซอยเจริญกรุง 103 เขตบางคอแหลม ชุมชนมุสลิมที่เก่าแก่อีกแห่งของกรุงเทพมหานคร

"ทุกวันนี้ ชุมชนเก่าแก่เริ่มหายไปเพราะการเข้ามาของนายทุน เราจึงพยายามสร้างชุมชนของเราให้เข้มแข็ง ผู้คนสามัคคีกัน เป็นหนึ่งเดียวกัน เพื่อรักษาชุมชนของเราไว้ไม่ให้ถูกไล่อี"

"พิเชษฐ์ อดุลย์เศรษฐี" รองประธานชุมชนสวนหลวง ๑ บอกเหตุผลสำคัญ ที่กระตุ้นให้ชาวชุมชนสวนหลวง ๑ ต้องรวมพลังสามัคคีกัน เพื่อรับมือกับกระแสของความเปลี่ยนแปลง ที่ทำให้หลายชุมชนต้องล่มสลายไปในวันนี้

หนึ่งการปรับตัว คือ เลือกเปิดบ้านของตัวเองมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ โดยได้รับการ

สนับสนุนจาก สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ลงมาทำวิจัยเรื่อง "การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนสวนหลวง๑" และได้รับการสนับสนุนงบประมาณวิจัยเบื้องต้นจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)

"ที่ตลาดเกิดขึ้นได้ เพราะเรามี ทุนกำไรอยู่"

"สุชาติ บุญมี" ประธานชุมชนสวนหลวง ๑ บอกกับเราถึง "ต้นทุนสำคัญ" ที่เอื้อต่อการสร้างตลาดชุมชน ก็คือ "ฝีมือ" และ "ภูมิความรู้" ในการทำอาหารมุสลิมโบราณ ของผู้เฒ่าผู้แก่ในชุมชน พร้อมเป็นมรดกตกทอดถึงลูกหลาน

เขานิยามสิ่งนี้ว่า "ทุนกำไร" เพราะเป็นการเริ่มต้นใหม่ที่ไม่ได้เริ่มจาก "ศูนย์"

ขณะอีกทุนกำไร ก็คือการที่ชาวชุมชนส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขายกันอยู่แล้ว พวกเขาขายอาหารฮาลาลให้กับคนในชุมชน ที่ส่วนใหญ่เป็นมุสลิม ส่วนหนึ่งออกไปค้าขายกันข้างนอก ขณะที่ผู้สูงอายุซึ่งเริ่มอ่อนแรงลง ก็เลือกเก็บเครื่องมือเครื่องใช้ที่บ้าน รองานเทศกาลก็ค่อยมาบดฝุ่นใช้กันสักครั้ง

เมื่อมีทั้ง "ฝีมือ" และ "อุปกรณ์" การจะทำตลาดก็คงไม่ยากเย็นนัก

แต่เชื่อว่าตลาดชุมชนจะเกิดขึ้นได้ง่ายๆ เพราะการ

6 การทำตลาดไม่ใช่ อะไรก็ได้ แต่ต้องขึ้นกับความพร้อมของชุมชนด้วย จัดบ่อขุดลูกค้ำก็เปื้อตงันันการจตค้ค้เตือนละครั้ง จะทำให้เกิดความพิเศษ และเกิดการรอคอยของคนที่จะมาที่นี่

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 145,530
Ad Rate: 1,500

Section: Bizweek/B4P Business for People

วันที่: จันทร์ 21 กรกฎาคม 2557

ปีที่: 10

ฉบับที่: 526

หน้า: 4(กลาง)

Col.Inch: 119.05 Ad Value: 178,575

PRValue (x3): 535,725

ศิลป์: สีสี่

หัวข้อข่าว: 'ชุมชนสวนหลวง ๑' ตลาดนัดฮาลาลสานรักพี่น้องมุสลิม

ตัดสินใจทั้งหมด ไม่ได้ขึ้นกับ ผู้นำ คณะกรรมการชุมชน หรือมหาวิทยาลัยที่มาช่วยสนับสนุน ทว่าต้องเกิดการจากความต้องการของ "ชุมชน"

"ดร.วุฒิวัฒน์ คงรัตน์ประเสริฐ" ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ บอกเราว่า แม้แต่การลงมาทำวิจัยมหาวิทยาลัยก็ไม่สามารถคิดจากมุมมองของตัวเองได้ แต่ต้องฟังเสียงความต้องการของชุมชน จากนั้นจึงพัฒนาเครื่องมือขึ้นมาสนับสนุน เพื่อที่ผลสุดท้ายคือ ชุมชนได้ประโยชน์ และเกิดความยั่งยืน



สุชาติ บุญมี



ดร.วุฒิวัฒน์ คงรัตน์ประเสริฐ



พิเชษฐ อดุลย์เสรีณี

การฟังเสียงของชุมชน เลยได้ตลาดนัดชุมชนที่ "พิเศษ" แปลกต่างไปจากภาพคุ้นตาของใครหลายคน ตั้งแต่การเป็นตลาดอาหารฮาลาล ที่จำหน่ายโดยชาวมุสลิมแท้ๆ ถูกต้องตามหลักศาสนาทุกประการ มีอาหารดั้งเดิมสูตรเฉพาะของชุมชนที่หาทานที่ไหนไม่ได้ คนขายก็ล้วนเป็นชาวมุสลิม ไม่เปิดให้พ่อค้าจากภายนอกมาแสวงหาผลประโยชน์ ตลาดที่อื่นอาจไปเจอกันได้ทุกอาทิตย์ แต่กับตลาดที่นี้ เปิดเพียงวันอาทิตย์แรกของเดือน นั่นคือแค่เดือนละครั้ง!

"การทำตลาดไม่ใช่อะไรก็ได้ แต่ต้องขึ้นกับความพร้อมของชุมชนด้วย เขามีกำลังพอไหม มีลูกหลานช่วยไหม ถ้าไม่ไหวเปิดไปเขาก็แย่ จัดบอยลูกค้าก็เบียด ดังนั้นการจัดแค่เดือนละครั้ง จะทำให้เกิดความพิเศษ และเกิดการรอคอยของคนที่จะมาที่นี้" ผู้นำชุมชนสะท้อนความคิด

เพื่อไม่ทำให้ตลาดนัดแห่งใหม่ กลายเป็นแค่ "ธุรกิจ" จนหลงลืมคุณค่าดีๆ ของชุมชนไป

เป็นตลาดชุมชนที่ยอมรับว่า ทุนน้อย ด้อยประสบการณ์ ประชาสัมพันธ์ก็ไม่เก่ง ไม่เหมือนกับชุมชนสุด "ป๊อบ" ที่เกิดขึ้นมากมายในวันนี้ แต่พวกเขาก็ยังหวังที่จะสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนให้เกิดขึ้น โดยการ "สร้างแบรนด์ชุมชน"

โลโก้ รูปร่ม ดอกราชพฤกษ์ (ดอกคูณ) และเครื่องหมายพระจันทร์ กับดาว ในวงล้อมเดียวกัน ผลงานการออกแบบของ ดร.นงคันธ์ กลั่นพิกุล จากมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ คือสัญลักษณ์ของ ตลาดริมคลองชุมชนสวนหลวง๑ ที่สะท้อนการเป็นตลาดนัดในชุมชนอิสลาม จำหน่ายอาหารฮาลาล โดยมีดอกคูณดอกไม้ประจำชุมชน สะท้อนความเป็นตัวตนของพวกเขา

สัญลักษณ์ที่สร้างขึ้น กำลังจะถูกนำไปสกรีนลงบนเสื้อสิ่งพิมพ์ วัสดุ และบรรจุภัณฑ์ต่างๆ เพื่อให้ทุกร้านได้ใช้ร่วมกัน จนเกิดเป็นแบรนด์ชุมชนขึ้นในที่สุด



"ทุกวันนี้ตลาดนัดเกิดขึ้นเป็นดอกเห็ด อยู่ที่ว่าจุดเด่นของใครเป็นอะไร เราก็พยายามสร้างจุดเด่นให้เกิดขึ้น และประชาสัมพันธ์ตัวเองให้เป็นที่รู้จัก แต่สังเกตอย่าง โบรชัวร์เราไม่ทำหลายสี อาจดูไม่สวยงาม ก็เพราะอยากให้เห็นมองเห็นว่า นี่เป็นงานของชุมชนจริงๆ ไม่ต้องมีสีสัน ทำกันแบบถูกๆ และมันไม่ได้เป็นธุรกิจ" พวกเขาสะท้อนความคิด

เช่นเดียวกับแผนประชาสัมพันธ์ที่อาศัยคนรุ่นใหม่ในชุมชนมาช่วยกันแจกใบปลิว ทำเว็บไซต์ แนะนำตัวเองให้เป็นที่รู้จัก อาศัยความร่วมมือจากพี่น้องในชุมชนช่วยกันบอกกล่าวปากต่อปาก ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมุสลิม ใช้ทุกช่องทางที่ยังมีโอกาส เพื่อให้ตลาดเล็กๆ แห่งนี้ ยังได้รับการสนับสนุนที่ดีจากผู้คนภายนอก

ส่วนหนึ่งก็เพื่อตอบความฝันในอนาคตที่พวกเขาบอกว่า อยากให้ที่นี้เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวรับเออีซีให้ได้

หลายชุมชนก็อยากลุกมาทำอะไรดีๆ สร้างพลังสามัคคีให้เกิดขึ้นในชุมชน เพื่อเป็นเกราะคุ้มกันจากกระแสความเปลี่ยนแปลงที่โถมเข้าใส่ ประธานชุมชนสวนหลวง ๑ ผ่าข้อแนะนำว่า จะทำสิ่งเหล่านี้ได้ต้องเริ่มจากการสร้างการยอมรับและเชื่อใจในตัว "ผู้นำ" ผู้นำชุมชนต้องมีมนุษยสัมพันธ์อันดีกับคนในชุมชน

"มันยากนะ ถ้าเขาไม่มั่นใจในตัวผู้นำ การไปขอให้ทำอะไร ยากหมด จะอาศัยแค่คณะกรรมการฝ่ายเดียวทำสิ่งเหล่านี้ไม่ได้ แต่ต้องมีการร่วมมือจากคนในชุมชนด้วย ถ้าเขาไม่ร่วมมือ ไม่เอาด้วยตลาดก็คงไม่เกิด"

นัดครั้งต่อไป จะเกิดขึ้นในวันอาทิตย์ที่ 3 สิงหาคม ซึ่งตรงกับวันครบรอบ 1 ปี ของตลาดพอดิบพอดี การเดินทางมาถึงวันนี้ได้โดยที่อุดมการณ์เมื่อวันเริ่มต้นไม่ก็กลืนหายไปไหน คงแทบพอสูดแล้ว..

เพราะพลังสามัคคีของชุมชน "สุขยั่งยืน" จึงเกิดขึ้นได้ ●