



Creative Thailand
สร้างเศรษฐกิจไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์

นิตยสารส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ผลักดันเศรษฐกิจไทย โดย CEA

มีนาคม 2563 ปีที่ 11 | ฉบับที่ 6
แจกฟรี

Look ISAN ทอไฟ

สนุกอีสานวันนี้

Creative Business
B-Stay บุรีรัมย์

Creative Place
พิพิธภัณฑ์

The Creative
เส้นทางสายเกลือ

นิทรรศการ | Exhibition

D17/20

-- DESIGN IN SOUTH EAST ASIA

เข้าชมฟรี | Free Entry

FRANCE
THAILAND
INDONESIA
VIETNAM

3 YEARS
4 COUNTRIES
5 CITIES
8 WORKSHOPS
18 FACTORIES
43 DESIGNERS
100++ OBJECTS

10.03.20
/
31.05.20

ห้องแกลลอรี่ ชั้น 1 / Gallery, 1 F.
TCDC Bangkok

SCENOGRAPHY
SARNGSAN NA SOONTORN
ASSISTED BY
WITSARUT KWANSA-NGA



EXHIBITION

03.03 –
24.05.2020

TIGER

CITY

AS PART OF TIGER JOURNEY PROGRAM

MATERIAL & DESIGN
INNOVATION CENTER
(MDIC)

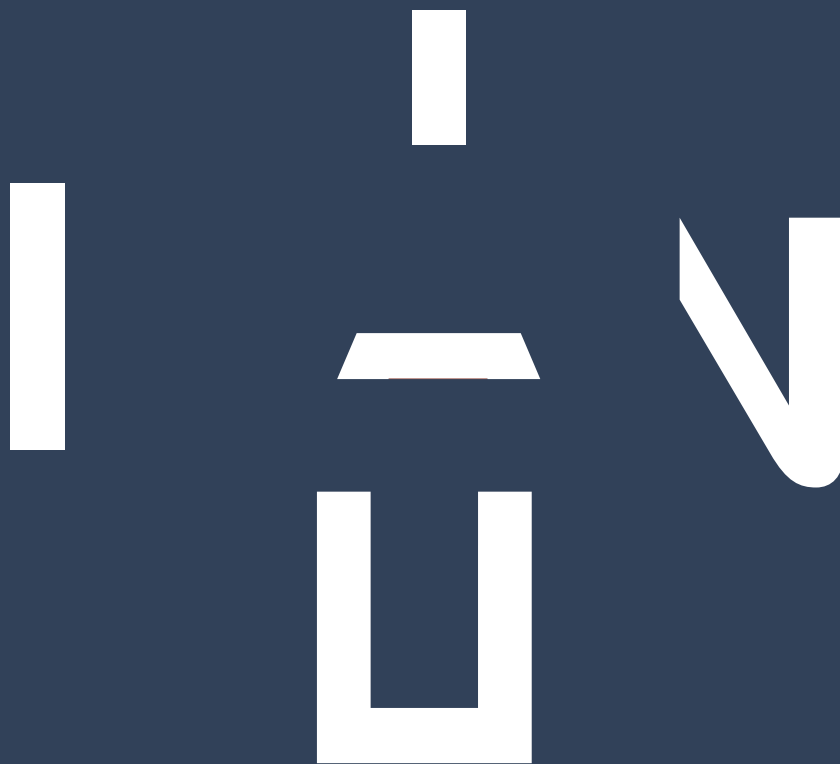


TCDC BANGKOK
2ND FLOOR,
BACK BUILDING

นิทรรศการ TIGER CITY ศูนย์นวัตกรรมด้านวัสดุและการออกแบบ (MDIC) TCDC กรุงเทพฯ ชั้น 2 อาคารส่วนหลัง



MORE INFORMATION – TCDC.OR.TH



นิทรรศการ “LOOK ISAN NOW” สุกอีสานวันนี้

20 มีนาคม - 26 กรกฎาคม 2563
เวลา 10.30-19.00 น. (ปิดวันจันทร์)

TCDC ขอนแก่น ถนนกสิปปพฤกษ์ ย่านกิ่งตาล
เข้าชมฟรี / tcdc.or.th

Contents : สารบัญ



Creative Update 6
 “แมลง” ทานออกของวัตถุอาหารในอนาคต/
 พงษ์เด่นหับเสียวอีสานผ่านเทพาร่วมสมัย
 จาก “ต้นตระกูล” / พลวิธาน...สู่พลังมาน
 สะอาดที่ช่วยโลก

Creative Resource 8
 Featured Book / Book / Film / Article

MDiC 10
 TRAIN TO ISAN ส่องวัสดุไทย
 ในขบวนรถไฟความเร็วสูงสายแรกของไทย

Cover Story 12
 LOOK ISAN NOW : ลู่อีสานวันนี้

Fact and Figure 18
 The New อีสาน
 From Urbanisation to Globalisation

Creative Business 20
 B-Stay
 ที่ที่เจ้าของโรงแรมคือชาวบ้าน

How To 23
 ชาวภูสร้าง “อีสาน”
 ให้เป็นภูมิภาคที่มีแต่ความสร้างสรรค์

Creative Place 24
 อ. ด่านซ้าย จ.เลย
 เทศกาลผีตาโขน ๕ ไทยที่ดังไกลถึงเวทีโลก

The Creative 28
 เส้นทางสายเกลือ (สินเธาว์)
 เส้นทางสายทองของภาคอีสาน

Creative Solution 34
 ข้าวเหนียวหอมมาก
 ทางเลือกใหม่ของชาวนาอีสาน

บรรณาธิการที่ปรึกษา | อภิสิทธิ์ ไล่ลัดดูไกล บรรณาธิการอำนวยการ | มนต์ินี ยงวิกุล ที่ปรึกษา | เลขาชาติ ธรรมธีรเสถียร บรรณาธิการบริหาร | พัชรินทร์ พัฒนบุญไพบุลย์
 กองบรรณาธิการ | มนต์นภา ลั่นพรวงศ์ และ ไพวรินทร์ สืบบุค เลขาของบรรณาธิการ | ณัฐชา ตะวันนาโชติ ศิลปกรรม | ชิดชน นินนาทนท์ ประสานงานกองบรรณาธิการ |
 วนุษา ย์บุเกษตร ช่างภาพและมัลติมีเดีย | ภัรวา ดิษฐากรณ์ เว็บไซต์ | นพกร คนไว นักศึกษาฝึกงาน | มั่นนญา ใจมงคล จุฑาทิพย์ บัวเขียว และ สุธิตา ลิขุลย์

จัดทำโดย | สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (CEA)
 1160 อาคารปรีชณีย์กลาง ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
 โทร. 02 105 7400 แฟกซ์. 02 105 7450
 พิมพ์ที่ | บริษัท เอปัส อินเทอร์เน็ต จำกัด โทร. 034 446 718
 จำนวน 13,000 เล่ม

ติดต่อลงโฆษณา: Commu.Dept@tcdc.or.th

นิตยสารฉบับนี้ใช้หมึกพิมพ์จากน้ำมันตัวเหลืองที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ทั้งยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และใช้กระดาษรีไซเคิล ซึ่งเป็นผลผลิตของผู้ประกอบการไทย

จัดทำภายใต้โครงการ “Creative Thailand สร้างเศรษฐกิจไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์” โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (CEA) ซึ่งมีเป้าหมายในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และผลักดันการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย



อ่านนิตยสารฉบับออนไลน์และดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
www.creativethailand.org
 Email: creativethailand@cea.or.th
 Twitter: @Creative_TH
 Facebook: Creative Thailand
 Youtube: Creative Thailand Channel



อนุญาตให้ใช้ได้ตามสัญญาอนุญาตครีเอทีฟคอมมอนส์
 แสดงที่มา-ไม่ใช้เพื่อการค้า-อนุญาตแบบเดียวกัน 3.0 ประเทศไทย



Look Isan Now

สนามแข่งรถและกีฬาระดับโลกที่ผุดขึ้นมาที่จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อใช้กีฬาเป็นจุดขายให้กับจังหวัดที่เคยติดอันดับยากจนเป็นที่สองของประเทศนั้น อาจจะดูไม่แปลกใหม่ ถ้าหากมองโมเดลการพัฒนาเมืองแบบแมนเชสเตอร์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกตั้งแต่ลาสเวกัสไปจนถึงดูไบ แต่ความน่าตื่นเต้นของบุรีรัมย์กลับอยู่ที่วิธีคิดในการประยุกต์แพลตฟอร์มเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ในการดึงชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อแก้ข้อจำกัดทางด้านทรัพยากรแทนการลงทุนขนาดใหญ่ และพร้อมรองรับโอเวนที่จัดขึ้นไม่กี่ครั้งต่อปี โมเดลของ GRAB และ Airbnb ซึ่งนำมาสู่การใช้รถอีแต่นที่ชาวบ้านมีอยู่แล้วผันมาเป็นรถโดยสารแทนแท็กซี่หรือรถสาธารณะ ขณะที่โครงการอย่าง B-Stay ก็เปลี่ยนบ้านในชุมชนให้กลายเป็นห้องพักเพื่อรองรับผู้คนที่หลั่งไหลมาร่วมงานจากทั่วโลก ซึ่งเป็นโอกาสที่จะสร้างทั้งรายได้และขายประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอีสานสู่สากล

การเดินทางรอยบุรีรัมย์โมเดลในแง่มุมมองเม็ดเงินลงทุนอาจจะดูไกลตัว เพราะไม่ใช่ทุกจังหวัดที่จะมีทุนรอนได้เหมือนกัน แต่โมเดลนี้จะเป็นอย่างที่สะท้อนถึงความสร้างสรรค์แบบฉบับอีสานในการปรับตัว ไปจนถึงการก้าวข้ามข้อจำกัดต่าง ๆ จนไม่อาจมองข้ามความสำเร็จของบุรีรัมย์ในวันนี้ ทั้งยังทำให้ภาพจำของอีสานในวันวาน ที่เต็มไปด้วยความแห้งแล้ง กันดาร จนทำให้แรงงานอีสานต้องจากบ้านไปไกลเพื่อประกอบอาชีพที่สามารถส่งเงินกลับบ้านมาได้ เริ่มถูกสั่นคลอนมากขึ้นจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในรอบทศวรรษที่ผ่านมา

จากบุรีรัมย์มาสู่การลุกขึ้นของภาคเอกชนในขอนแก่น ที่รวมตัวกันพัฒนาเมืองและระบบขนส่งสาธารณะ กลุ่มคนรุ่นใหม่ในสกลนครและอุดรธานีที่เลือกจะ

รวมตัวกันยกระดับหัตถกรรมพื้นบ้านและปรับปรุงสูตรอาหารพิเศษจากวัตถุดิบตามฤดูกาลที่ทุกคนต้องเดินทางไปลิ้มลอง รวมถึงการลงทุนจากประเทศเพื่อนบ้านที่เชื่อมต่อตลาดประเทศในแถบอินโดจีนและจีนเข้าด้วยกัน ด้วยระบบขนส่งทางราง และถนนเหล่านี้เป็นเหมือนปัจจัยใหม่ที่ลุดชิดให้อีสานในวันนี้มีทุนและสินทรัพย์เพิ่มมากขึ้น จนกลายเป็นพื้นที่ที่น่าค้นหาและเปี่ยมไปด้วยโอกาสในการทำกินซึ่งสอดคล้องไปกับเทรนด์การบริโภคใหม่ของโลก ในการให้ความสำคัญกับความเป็นท้องถิ่นและความยั่งยืน

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA เคยนำเสนอนิทรรศการ "กันดารคือสินทรัพย์: อีสาน (Isan Retrospective)" ในปี พ.ศ. 2548 เมื่อสมัยยังเป็น TCDC เพื่อชี้ให้เห็นถึงสินทรัพย์และพรสวรรค์ที่ซุกซ่อนอยู่ท่ามกลางความกันดาร มาถึงวันนี้ CEA โดย TCDC ขอนแก่นได้นำเสนอนิทรรศการใหม่ล่าสุด "ลูกอีสานวันนี้ (Look Isan Now)" พร้อมปรับเปลี่ยนมุมมองในการนำเสนอเนื้อหาความเป็นอีสานภายใต้บริบทใหม่ที่สามารถต่อยอดจากทุนวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีทั้งความสนุกสนานและความเป็นมิตร ความหลากหลายของเกลือและวัตถุดิบสำหรับการปรุงที่สร้างเอกลักษณ์ให้กับอาหารอีสาน ในขณะที่เดียวกันก็นำเสนอถึงความท้าทายจากสถานการณ์ภายนอกที่อีสานต้องเผชิญไม่แตกต่างจากที่อื่นในโลก ตั้งแต่การก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ ความแปรปรวนของภูมิอากาศ และการแข่งขันจากรอบด้าน ซึ่งล้วนเป็นบททดสอบของชาวอีสานในการคิดสร้างสรรค์วิถีการจากฐานทรัพยากรเดิมและใหม่เพื่อก้าวข้ามอุปสรรคและเดินทางต่อไปอย่างมีพลังเหมือนที่เคยเป็นมา CT

มนตรีณี ยงวิกุล
บรรณาธิการอำนวยการ



“แมลง” ทางออกของวิกฤตอาหารในอนาคต

เรื่อง : จุฑาทิพย์ บัวเขียว

ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของโลก ฝ่ายเศรษฐกิจและกิจการสังคมของสหประชาชาติ (UN) คาดการณ์ว่าจำนวนประชากรโลกจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 9.8 พันล้านคนภายในปี 2050 และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาด้านทรัพยากรที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้ในอนาคตโลกของเราอาจเข้าสู่ภาวะวิกฤตทางด้านอาหาร

ในปี 2050 อีสานจะกลายเป็นเมืองอย่างสมบูรณ์แบบ นั้นหมายความว่า อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีต่าง ๆ จะมีมากขึ้น ในขณะที่อุตสาหกรรมเกษตรจะมีขนาดหดเล็กลง รวมถึงความผันผวนของปริมาณน้ำในแม่น้ำโขงที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคเกษตรกรรมอย่างมาก เนื่องจากการปลูกพืชและการเลี้ยงสัตว์นั้นจำเป็นต้องใช้พื้นที่และน้ำจำนวนมาก โดยองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ระบุว่าคนเราใช้พื้นที่ 26% ในการเลี้ยงสัตว์ ซึ่งก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกถึง 18% และเป็นตัวการทำให้เกิดปัญหาการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิเพิ่มขึ้น

“แมลง” จึงกลายเป็นอีกทางออกหนึ่งที่น่าสนใจ ในการบริโภคทดแทนอาหารประเภทเนื้อสัตว์ โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานของประเทศไทย ที่การบริโภคแมลงได้เริ่มต้นขึ้นมานานแล้วและมีความแพร่หลายอย่างมาก เนื่องจากเป็นภูมิภาคที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูงในอดีต ผู้คนที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและหาอาหาร

ตามป่าเพื่อเลี้ยงชีพ เมื่อเจอแมลงก็จะนำมาประกอบอาหารเพื่อรับประทาน รวมถึงวิถีวัฒนธรรมการกินของชาวอีสานในอดีตที่ไม่นิยมบริโภคเนื้อสัตว์ใหญ่ ยกเว้นในช่วงเทศกาลพิเศษ แต่ปกติแล้วจะบริโภคสัตว์เล็กจำพวกแมลง รวมถึงปลาชนิดต่าง ๆ มหาวิทยาลัยวาเกนิงเงน (Wageningen University) ประเทศเนเธอร์แลนด์ ได้บันทึกประเภทของแมลงที่สามารถนำมาบริโภคได้ไว้กว่า 2,111 ชนิด โดยเฉพาะด้วง หนอนผีเสื้อ มด ผึ้ง ตัวต่อ ตั๊กแตนและจิ้งหรีด รวมถึงแมลงวัน แมงมุม และแมลงสาบ เพื่อเป็นการยกระดับคุณค่าทางโภชนาการ โดยที่ FAO ให้ความสนใจกับแมลงในการเป็นสินค้าอาหารทางเลือกใหม่ที่จะเข้ามาแก้ปัญหาความไม่มั่นคงทางอาหารในอนาคต ในขณะที่ประเทศไทยเองก็ได้มีการวิจัยและสร้าง “โรงเรียนต้นแบบวิจัยและผลิตแมลงอุตสาหกรรม” โดยคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ร่วมกับศูนย์วิจัยและพัฒนาเครื่องเบทาโกรในการเพาะเลี้ยงแมลงวันลายเพื่อกำจัดขยะแปรรูปอาหารและเพิ่มมูลค่าในด้านอื่น ๆ

แม้รสชาติหรือรูปปลักษณ์ของแมลงจะไม่น่ารับประทานแต่กลับอุดมไปด้วยสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายไม่แพ้เนื้อสัตว์ชนิดอื่น ๆ เช่น โปรตีน กรดไขมันไม่อิ่มตัว กรดอะมิโน วิตามิน ธาตุเหล็ก และแร่ธาตุอื่น ๆ ในปริมาณเทียบเท่าหรือมากกว่าเนื้อสัตว์ชนิดอื่นหลายชนิด

ปัจจุบันผู้คนจึงเริ่มเห็นความสำคัญและหันกลับมาบริโภคแมลงกันมากขึ้น หลายธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศได้มีการนำแมลงเข้ามาเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าและบริการ รวมถึงอุตสาหกรรมอาหารที่มีการแปรรูปสินค้าจากแมลง อาทิ แมลงอบแห้ง ลูกอมแมลง ซอสเส้นพาสตา อาหารกระป๋องจากแมลงชนิดต่าง ๆ รวมถึงผงแมลงที่มีการแปรรูปจนไม่เหลือความเป็นแมลงให้เห็น แต่ยังคงคุณค่าทางโภชนาการไว้ นับเป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้ที่ยากเริ่มต้นกินแมลงที่อาจกลายเป็นอาหารชนิดใหม่ในห่วงโซ่อาหารของมนุษย์









ที่มา : บทความ “Bug Products โอชะจากแมลง” จาก kua.co / บทความ “How insects have twice the amount of protein” จาก dailymail.co.uk / บทความ “Insect: the Food of the Future?” จาก bbvaopenmind.com / บทความ “แนวกินเนื้ออีสาน วิถีชีวิตกับอาหารพื้นบ้าน ๆ จากข้าวเหนียวแมง แมลง ปลา” จาก sipa-mag.com / บทความ “เปิดโรงเรียนต้นแบบเลี้ยงแมลงกินขยะ ลดปัญหาสิ่งแวดล้อม โปรตีนคุณภาพสูงในอาหารสัตว์” จาก kasetkookkai.com / รายงาน World Organization Prospects : The 2018 Revision โดย United Nations

พบเสน่ห์แห่งเสียงอีสาน ผ่านบทเพลงร่วมสมัย จาก “ต้นตระกูล”

เรื่อง : มนัญญา ใจมงคล

หากนึกถึงความเป็นอีสานเราอาจนึกถึงวัฒนธรรม ประเพณี ภาษาถิ่น หรือความแซ่บนำของอาหารอีสานอย่างส้มตำ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นภาพสะท้อนของวิถีชีวิตที่ออกเดินทางพร้อมกับชาวอีสานมาให้ทุกคนได้ทำความรู้จัก แต่อีกหนึ่งสิ่งที่ไม่นึกถึงไม่ได้เลยหากพูดถึงอีสาน นั่นก็คือ ความสนุกสนานจากเสียงดนตรีที่มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จากความหลากหลายทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคอีสาน ความรุ่งรวยทางภาษา ภูมิปัญญา ไปจนถึงการมีวัตถุดิบที่ดีก่อให้เกิดเป็นเสียงอีสานที่แข็งแรง และเคลื่อนไหวเข้ามาประทับในใจของคนฟังได้อย่างเหลือเชื่อ

Tontakul หรือ ต้นตระกูล แก้วหย่อง หนึ่งในศิลปินที่นำเอาความชอบส่วนตัว กับการมองเห็นความอิสระบางอย่างของดนตรีพื้นบ้านอีสานที่สามารถเข้ากันกับดนตรีแนวอื่นอย่างโซล อาร์แอนด์บี อิเล็กทรอนิกส์ หรือแจ๊ซได้อย่างเปิดกว้าง มาสร้างคุณค่าใหม่ และพาให้เราได้รู้จักกับแนวดนตรีที่มีชื่อว่า อีสานเวิร์ลด์บีท (Isan

แมลง (100 กรัม)	โปรตีน (กรัม)	เนื้อสัตว์ (100 กรัม)	โปรตีน (กรัม)
 แมลงป่อง	24.5	 เนื้อไก่	20.2
 ตั๊กแตน	20.6	 เนื้อวัว	18.8
 จิ้งหรีด	18.6	 เนื้อหมู	14.1
 ดักแด้ไหม	14.7	 ไข่ไก่	12.7



worldbeat) จากการนำเอาหมอลำ กับเครื่องดนตรีที่เป็นวัตถุดิบท้องถิ่นของอีสานอย่างแคน พิณ โปงกลาง โหวด มาหลอมรวมให้เข้ากับดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ แม้จะมีรูปแบบเป็นเพลงบรรเลง แต่ก็สามารถปรับแต่งออกมาได้อย่างกลมกล่อม ผ่านทางท่าทางองค์ให้ความรู้สึกแปลกใหม่แต่ก็ยังคงความชัดเจนในแบบฉบับอีสานบนความร่วมมือหลังจากที่ต้นตระกูลได้ปล่อยผลงานเพลงอย่าง อีสานลำล่อง อิเล็กโทรแคน และอื่น ออกมาผ่านช่องทางต่าง ๆ ก็ทำให้ต้นตระกูลเริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

ด้วยความสดใหม่ของเพลงแบบที่ต้นตระกูลสร้างสรรค์ออกมา ทำให้เกิดกระแสตอบรับที่ดี ผู้คนต่างก็ให้ความสนใจในดนตรีพื้นบ้านอีสานมากขึ้น ส่วนต้นตระกูลเองก็มีการแสดงสดตามงานดนตรีทั้งในและต่างประเทศ ถือเป็น การเผยแพร่วัฒนธรรมอีสานในรูปแบบใหม่ให้คนได้รู้จัก แสดงให้เห็นว่าดนตรีพื้นบ้านอีสานนั้นยังคงมีชีวิต ซึ่งในอีกแง่มุมหนึ่งเมื่อดนตรีพื้นบ้านอีสานกลายเป็นสิ่งที่ผู้คนเริ่มให้ความสนใจมากขึ้น ก็ส่งผลให้อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องดนตรีพื้นบ้านนั้นมีความคึกคักไปด้วย ส่งเสริมรายได้ และขับเคลื่อนกลุ่มชาวบ้านในภาคอีสานไปพร้อม ๆ กัน

สิ่งหนึ่งที่ ต้นตระกูล อยากจะบอกกับทุกคน นั่นก็คือ “การเล่นดนตรีพื้นบ้านไม่ใช่สิ่งที่ต้องรู้สึกเงินอาย หรือมองว่าเป็นเรื่องเขย แม้แต่การฟังดนตรีพื้นบ้านไม่ว่าจะเป็นของภาคไหนก็ไม่ใช่เรื่องที่น่าอาย แต่เรื่องที่น่าอายอยู่ที่ว่าคุณฟังไม่เข้าใจ หรือคุณไม่สามารถมองเห็นถึงความสวยงามของสิ่งเหล่านี้ ไม่สามารถทำให้ภูมิปัญญาหรือองค์ความรู้ของบรรพบุรุษเราที่เข

สร้างไว้นั้นถูกเติมเต็มให้มีชีวิตต่อไปได้ อันนี้ผมว่าเป็นเรื่องน่าอายมาก จงภูมิใจว่าบ้านเรานั้นเต็มไปด้วยวัตถุดิบ องค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เยอะมาก อยากให้คนรุ่นใหม่หาสิ่งนี้ให้เจอ แล้วหันมาช่วยกันพัฒนาให้เกิดคุณค่า เกิดความน่าสนใจมากขึ้น และสุดท้ายนี้สำหรับนักดนตรีพื้นบ้านทุกคน จงภูมิใจว่าคุณเป็นคนที่ทำให้สิ่งเหล่านี้ยังอยู่ต่อ”

การเดินทางของเสียงดนตรีพื้นบ้านอีสานอันเกิดจากผลผลิตทางวัฒนธรรมนั้นยังคงดำเนินต่อไปอย่างไม่หยุดนิ่ง เมื่อได้ลองสัมผัสก็พบว่ามันแฝงเสน่ห์ที่ชวนให้หลงใหลอย่างบอกไม่ถูกราวกับเป็นความสวยงามของดนตรีพื้นบ้านอีสานที่รอให้ทุกคนมาค้นพบเข้าในสักวัน

พลัอิสาน สู่พลังงานสะอาดที่ช่วยโลก

เรื่อง : สุธิตา ลิขุณีย์

ทุกวันนี้ ชีวิตเราต่างขับเคลื่อนด้วยพลังงาน ปริมาณมหาศาลเกินกว่าที่โลกจะผลิตทดแทนได้ทัน การพัฒนาที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นทั้งด้านเทคโนโลยี ความเป็นอยู่ การคมนาคม และจำนวนประชากร ทำให้ความต้องการด้านพลังงานเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ขณะที่ทรัพยากรธรรมชาติที่มีส่วนในการผลิตพลังงานก็เริ่มลดน้อยลง ทำให้เราต้องหันกลับมาหาทางออกให้กับประเด็นดังกล่าว เกิดเป็นการค้นคว้าแหล่งพลังงานใหม่ ๆ โดยเฉพาะ “พลังงานสะอาด” ที่เป็นอีกหนึ่งการคิดค้นซึ่งจะช่วยให้ทรัพยากรบนโลกยังคงหมุนเวียนอยู่ได้ตลอดไป

พลังงานสะอาดที่เราคุ้นกันนั้นมียู่อหลากหลาย ทั้งพลังงานลม น้ำ หรือพลังงานแสงอาทิตย์ แต่อีกหนึ่งแหล่งพลังงานที่เราสร้างขึ้นเองได้และน่าสนใจอย่างมากก็คือ “พลังงานจากขยะ” หรือพลังงานชีวมวลจากเศษวัสดุเหลือใช้ที่มาจากแกลบ ขานอ้อย เศษไม้ กากปาล์ม กากมันสำปะหลัง หรือจากพืชพลังงานจำพวกต้นกระถิน ญูนาเนเปียร์ ใผ่ เป็นต้น ซึ่งสามารถนำไปผ่านกระบวนการเผาไหม้เพื่อให้เกิดพลังงานความร้อนและนำไปใช้ในการผลิตไฟฟ้าได้

ในประเทศไทย ภูมิภาคน่า่องที่มีภารกิจบริหารจัดการกับพลังงานชีวมวลประเภทนี้ก็คือ “ภาคอีสาน” ซึ่งได้สร้างความร่วมมือกับประชาชนในท้องถิ่นให้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการผลิตพลังงานสะอาด ซึ่งนอกจากจะช่วยเรื่องสิ่งแวดล้อมแล้ว ประชาชนก็จะได้รับการส่งเสริมให้มีอาชีพและรายได้ไปด้วย โดยโครงการล่าสุดที่ชาวอีสานได้ร่วมด้วยช่วยกันผลิตก็เช่น โครงการโรงไฟฟ้าของกระทรวงพลังงานที่นำพืชพลังงานหรือเศษเหลือจากการเกษตรของชาวบ้านใน 6 จังหวัดของภาคอีสาน ได้แก่ ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ ขอนแก่น สุรินทร์ มหาสารคาม และอุบลราชธานี รวบรวมนำมาผลิตเป็นกระแสไฟฟ้า และประชาชนก็ยังได้รายได้จากการขายวัตถุดิบเหล่านี้ส่งให้โรงไฟฟ้า และโครงการผลิตน้ำมันจากขยะพลาสติก ที่นำร่องลงพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ส่งเสริมให้ประชาชนจัดการขยะอย่างบูรณาการ โดยจัดตั้งธนาคารขยะพลาสติกแลกน้ำมัน ให้ประชาชนนำขยะพลาสติก 7-8 กิโลกรัมต่อการนำมาแลกน้ำมันดีเซล 1 ลิตรและเบนซิน 1 ลิตร เพื่อให้ประชาชนรู้จักการจัดการขยะอย่างเป็นระบบ โดยพลาสติกใช้แล้วเหล่านี้จะถูกนำมาผ่านกระบวนการผลิตเป็นน้ำมันเครื่องยนต์ที่สามารถนำกลับไปใช้ได้เองหรือนำไปขายเพื่อสร้างรายได้อีกต่อหนึ่ง

พลังงานสะอาดที่ผลิตได้ในภาคอีสานเหล่านี้คือพลังงานหมุนเวียนที่ไม่ก่อผลร้ายต่อโลก และประชาชนในละแวกใกล้เคียงก็ยังได้มีส่วนร่วมในการผลิต นับเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน และยังกระตุ้นให้ผู้บริโภคยุคใหม่ได้ใกล้ชิดและทำความเข้าใจกับเรื่องพลังงานสะอาดที่ยั่งยืนได้ง่ายมากขึ้นด้วย

ที่มา : บทความ “โรงไฟฟ้าชุมชนเพื่อเศรษฐกิจฐานราก” จาก กรุงเทพธุรกิจ / บทความ “น้ำมันจากขยะพลาสติก” จาก กรุงเทพธุรกิจ / สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน / บทความ “ของเสียในชุมชนเปลี่ยนรูปไปสู่พลังงานทดแทนในอนาคต (Waste to Energy)” โดย Nithinan Boritak จาก ete.eng.cmu.ac.th และวารสารพลังงานสะอาด (Green Energy) โดยคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (กกพ)

เรื่อง : นางสาวจุฑามาศ แสนประดิษฐ์ นายธีระภัทร พรมลัทธิต และ นายภูรินทร์ แท้เจริญวิริยะ



FEATURED BOOK

สู่วิถีอีสานใหม่

(ISAN Becoming : Agrarian Change and The Sense of Mobile Community in Northeastern Thailand)

โดย : พัฒนา กิติยาษา

หนังสือ "สู่วิถีอีสานใหม่" ซึ่งเขียนโดย อาจารย์พัฒนา กิติยาษา นักวิชาการด้านอีสานศึกษา กล่าวถึงอีสานใหม่ที่ได้กลายมาเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมวัฒนธรรมของยุคโลกาภิวัตน์อย่างเต็มตัว อีสานใหม่ไม่ใช่อีสานที่ด้อยพัฒนา หรือดินแดนล้าหลัง ยากจน และแห้งแล้งทรก้นดาด อีกต่อไป หากแต่อีสานใหม่คือดินแดนยุทธศาสตร์และศูนย์กลางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมระดับภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง อีกทั้งยังเป็นทำเลที่ตั้งของ กระบวนการและพลวัตทางเศรษฐกิจ การเมือง ตลอดจนด้านสังคมวัฒนธรรม ที่ประกอบไปด้วยคนรุ่นใหม่ซึ่งเต็มไปด้วยความมั่นใจและความภาคภูมิใจ ในการเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมรัฐชาติไทยและประชาคมโลก อันก่อตั้งอยู่บนรากเหง้าความเป็นท้องถิ่นนิยมของตนเอง

ผู้เขียนใช้หนังสือเล่มนี้เป็นพื้นที่ในการรื้อสร้างตำนานอีสานเก่า โดยนำเสนอภาพร่างของชุมชนหมู่บ้านอีสานเก่า เพื่อปูพื้นฐานทางประวัติศาสตร์ให้ ผู้อ่าน อันจะนำไปสู่การทำความเข้าใจประเด็นเรื่องการทำเนิดและพัฒนาการของวิถีอีสานใหม่ที่เกิดขึ้นเพื่อยกระดับ "คุณภาพชีวิต" ให้เป็นหัวใจสำคัญ ในอัตลักษณ์ทางสังคมของคนอีสาน พร้อมชี้ชวนให้ผู้อ่านคิดตามไปถึงช่วงเวลาในการเป็น "อีสานใหม่" ผ่านลำดับความสำคัญของแต่ละยุคสมัย

อย่างไรก็ตาม อีสานใหม่ในนิยามนี้จึงมีพื้นฐานอยู่ที่การมองไปข้างหน้า เพื่อก้าวสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ทั้งการเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้าง และจิตสำนึกของคนอีสาน ซึ่งต้องเต็มไปด้วยแรงบันดาลใจและความใฝ่ฝันเป็นเชื้อไฟของการเปลี่ยนแปลงที่ทรงพลัง ซึ่งไม่ใช่แค่เพียงภาคอีสานเท่านั้น แต่คือการทำให้สังคมไทยหลุดพ้นจากมายาคติเกี่ยวกับสังคมชนบท พร้อมก้าวไปสู่การเป็นสังคมการเมืองที่เป็นธรรมและเท่าเทียมกันอย่างแท้จริงต่อไป

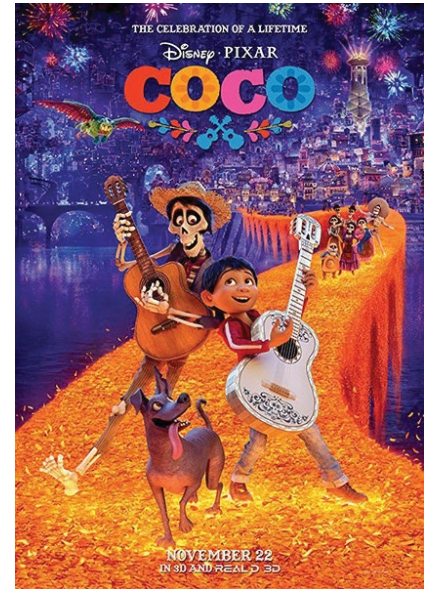


FILM

Coco (2017) วันอลวน วิญญาณอลเวง

กำกับโดย Lee Unkrich และ Adrian Molina

เรื่องราวของเด็กชายวัย 12 ปี “มิเกล” ที่ใฝ่ฝันอยากเป็นนักดนตรี แต่ทว่าดนตรีคือสิ่งต้องห้ามในครอบครัว กระทั่งเกิดเหตุการณ์พลิกผันที่ทำให้เขาต้องพลัดหลงเข้าไปในดินแดนของโลกแห่งความตายท่ามกลางบรรยากาศของเทศกาลประจำชาติของเม็กซิโกอย่าง “Día de Los” หรือ “Day of the Dead” ที่มีความคล้ายคลึงกับความเชื่อเรื่องผีบรรพบุรุษในวัฒนธรรมเอเชีย สิ่งที่น่าสนใจเรื่องนี้ได้ถ่ายทอดไว้นอกจากช่วงเวลาที่น่าจดจำในการได้อยู่ร่วมกับครอบครัวตั้งแต่วันแรกจนถึงวันสุดท้าย ยังเป็นกลยุทธ์ในการนำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นมาสร้างเรื่องราวที่ผู้ชมทั่วโลกสามารถเข้าถึงได้ร่วมกัน



BOOK

สัมภาษณ์ อ้าปาก

จาก “ชาวนา” สู่อัย “ผู้ประกอบการ”

โดย อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์

“สังคมชาวนา” ล่มสลายนานแล้ว ทุกวันนี้มีแต่ “สังคมผู้ประกอบการในชนบท” ...ประโยคที่เขียนขึ้นมาในหนังสือเล่มนี้ เป็นประโยคที่สะท้อนให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงในสังคมของชาวนาหรือเกษตรกร ซึ่งยังคงเป็นอาชีพหลักของประชากรชาวอีสานส่วนมากอยู่ ซึ่งนอกจากที่หนังสือเล่มนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมของผู้ที่เป็นเกษตรกร พร้อมเล่าย้อนไปถึงประวัติศาสตร์ของสังคมเกษตรของไทย ก่อนที่จะปรับเปลี่ยนมาเป็นอย่างในปัจจุบันแล้ว ยังฉายภาพให้เราเข้าใจถึงกระบวนการและพัฒนาการจากสังคมเกษตรสู่สังคมเมืองยุคใหม่ ที่ไม่ว่าจะประกอบอาชีพไหน ก็จำเป็นต้องมีทักษะพื้นฐานในการเป็นผู้ประกอบการที่ดีด้วย

ARTICLE

พลวัตและการสร้างประเพณีประดิษฐ์
ในชุมชนอีสานลุ่มน้ำโขง

โดย ปรุ้ม หงษ์สุวรรณ

ทำความรู้จักกับ “ประเพณีประดิษฐ์” ที่เกิดขึ้นในบริบทของสังคมไทยในปัจจุบัน ผ่านบทความ “พลวัตและการสร้างประเพณีประดิษฐ์ในชุมชนอีสานลุ่มน้ำโขง” จากหนังสือ ประเพณีสร้างสรรค์ในสังคมร่วมสมัย ซึ่งนำเสนอเรื่องราวของประเพณีสร้างสรรค์ที่ครอบคลุมทั้งประเพณีดั้งเดิมที่มีการประยุกต์เพื่อนำเสนอใหม่ในบริบทร่วมสมัย และประเพณีที่สร้างใหม่ให้มีรูปแบบ เนื้อหา หรือวัตถุประสงค์ใหม่จากฐานความเชื่อเดิมที่มีในวัฒนธรรมนั้นแล้วนำมาสร้างความหมายใหม่ทั้งในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวหรือบริบทข้ามพรมแดน โดยทิศทางภาววิเคราะห์ชี้ให้เห็นวิถีคิดของคนไทยในการประยุกต์ “ทุนทางวัฒนธรรม” ที่มีอยู่ไปใช้ในบริบทใหม่ด้วยวัตถุประสงค์อันหลากหลายทั้งในปัจจุบันและอนาคต





TRAIN TO ISAN

ส่งวัสดุไทยในขบวนรถไฟความเร็วสูงสายแรกของไทย

เรื่อง : มนต์นาถ ลัคนพรวงศ์

“เมื่ออีสานบ้านเฮามีรถไฟความเร็วสูง...” เริ่มต้นขึ้นแล้วกับการก่อสร้างโครงการรถไฟความเร็วสูงสายแรกของไทย (กรุงเทพฯ-หนองคาย) ที่จะเป็จุดเริ่มต้นที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจผ่านการคมนาคมรูปแบบใหม่ในเส้นทางระหว่างประเทศไทยไปยังประเทศเพื่อนบ้าน โครงการนี้เกิดขึ้นจากความร่วมมือระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน ที่จะช่วยยกระดับการคมนาคมให้เดินทางกันได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ทั้งยังสร้างศักยภาพและเพิ่มโอกาสใหม่ทางการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวที่จะกระจายความเจริญได้อย่างทั่วถึงด้วยเศรษฐกิจ “ระบบราง”

นอกเหนือจากการออกแบบโครงสร้างภายนอกให้มีความแข็งแรงแล้ว การออกแบบตกแต่งภายในก็มีส่วนสำคัญที่จะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น ผ่านการเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล เช่นที่ประเทศญี่ปุ่นได้นำเอาวัฒนธรรมมาถ่ายทอดผ่านผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ ที่ให้บริการระหว่างการสัญจรบนรถไฟฟ้ายชินคันเซ็นสายคิวชู (JR Kyushu Railway) อย่างการนำรูปอักษรญี่ปุ่นมาประดับบนผนังทางเดิน และใช้ผ้าลายไอท็อปป้าเก้าอี้ไฟฟ้า

ทั้งนี้ การเลือกสรร “วัสดุ” ที่จะนำมาใช้สำหรับงานตกแต่งภายในขบวนรถไฟนั้น จะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมทั้งความสวยงาม คุณภาพ และความปลอดภัยตามเกณฑ์มาตรฐานสากลของระบบรถไฟความเร็วสูง โดยเฉพาะในเรื่องของมาตรฐานด้านอัคคีภัย รวมไปถึงความปลอดภัยในด้านต่าง ๆ เพื่อรับรองว่าวัสดุที่นำมาใช้งานจริงบนรถไฟนั้นจะปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้โดยสาร

สำหรับโครงการรถไฟความเร็วสูงเส้นทางสายอีสานของไทยที่กำลังจะเกิดขึ้นนั้น การตกแต่งภายในขบวนโดยสารจึงเป็นความท้าทายในการประยุกต์ทั้งศาสตร์และศิลป์เพื่อที่จะสอดแทรก “เอกลักษณ์” ของภาคอีสานผ่านเทคโนโลยีวัสดุที่ได้มาตรฐานสากล ศูนย์สร้างสรรคงานออกแบบ (TCDC) และภาควิชาวิศวกรรมวัสดุ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย

เกษตรศาสตร์ จึงได้ร่วมกันจัดทำ “โครงการนำร่องเพื่อสรรหาและคัดเลือกวัสดุจากผู้ผลิตวัสดุไทยที่มีศักยภาพ” เพื่อคัดเลือกวัสดุไทยจากฐานข้อมูลวัสดุออนไลน์ Material ConneXion® Database ที่มีแนวโน้มสามารถพัฒนาต่อยอดเพื่อใช้ในรถไฟความเร็วสูงได้จริง โดยพิจารณาจากผลทดสอบการเผาไหม้ตามมาตรฐานของสมาคม Japan Railway Rolling Stock & Machinery Association ประเทศญี่ปุ่น

โดยพบว่าวัสดุไทยหลายชนิดที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็น “ผ้าใยถักขนอินทรี” โดยบริษัท DD Nature Craft Co., Ltd. ผ้าทอมือจากเส้นใยธรรมชาติผ่านการทดสอบแล้วว่าผ่านมาตรฐานสากลด้านอัคคีภัยสำหรับรถไฟความเร็วสูง โดยเฉพาะ หรือ “ผ้าทอมือจากเส้นใยฝ้ายผสมข่า” โดยบริษัท Thai Num Choke Textile Co., Ltd. ที่นอกจากจะผ่านการทดสอบว่าเป็น “วัสดุทนไฟ” แล้ว ยังผ่านการทดสอบว่าสามารถป้องกันเชื้อราและแบคทีเรียได้อีกด้วย รวมไปถึง “ผ้าปูม่านประหยัดพลังงาน” โดยบริษัท Textile Gallery Co., Ltd. ผ้าปูม่านคุณภาพสูงที่มีสาร SPF ช่วยลดความร้อนจากแสงแดดและป้องกันรังสียูวีได้ถึง 99% จึงช่วยลดการใช้พลังงานของเครื่องปรับอากาศได้สูงสุดถึง 40%

นี่เป็นเพียงวัสดุส่วนหนึ่งจากผู้ประกอบการไทยที่สามารถนำไปออกแบบและพัฒนาต่อยอดสู่การเป็นวัสดุภายในรถไฟสายประวัติศาสตร์นี้...เมื่อวัสดุตั้งต้นพร้อมแล้ว หมู่เฮาจะมีวาระอะไรกันอีก มาปลูกพลังสร้างสรรค์และแสดงฝีมือให้โลกได้รู้ว่าคนไทยก็เก่งไม่แพ้ใครด้วยกันเถอะ! [CT](#)

ที่มา : อมรรัตน์ เลิศวรสิริกุล และคณะ. (2556). รายงานฉบับสมบูรณ์ เล่มที่ 1: โครงการรายงานการศึกษาเรื่องยกระดับและพัฒนาสินค้าประเภทวัสดุและบรรจุภัณฑ์จากวัสดุไทย - มาตรฐานความปลอดภัยของวัสดุประเภทต่าง ๆ และแนวทางการพัฒนาสมบัติของวัสดุสิ่งทอเพื่อใช้สำหรับโครงการรถไฟความเร็วสูง. กรุงเทพมหานคร: คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. / อมรรัตน์ เลิศวรสิริกุล และคณะ. (2556). รายงานฉบับสมบูรณ์ เล่มที่ 2: โครงการรายงานการศึกษาเรื่องยกระดับและพัฒนาสินค้าประเภทวัสดุและบรรจุภัณฑ์จากวัสดุไทย - วัสดุไทยที่มีศักยภาพจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และวัสดุจากโครงการพระราชดำริ และผลการทดสอบมาตรฐานความปลอดภัยของวัสดุที่ได้รับการคัดเลือกเพื่อใช้ในการจัดแสดงนิทรรศการ. กรุงเทพมหานคร: คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



เรื่อง : วิชุดา เครือศิริคุณ

Look ISAN Now

ลูกอีสานวันนี้

เมื่อก่อนใครๆ ก็ว่าบ้านเราแห้งแล้งกันดาร แต่ความแร้นแค้นของอีสานกลับสร้างคนให้อดทน มีความหวัง และสร้างสรรค์อยู่เสมอ ลูกอีสานจำนวนหนึ่งเคยต้องจากบ้านไปแสวงหาโอกาสและชีวิตที่ดีกว่า จนกลายเป็นฟันเฟืองขับเคลื่อนเศรษฐกิจและกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ

วันเวลาผ่านไป ความเจริญวิ่งเข้ามาพร้อมกับเทคโนโลยีที่ทำให้ชีวิตง่ายขึ้น อีสานบ้านเรากำลังเชื่อมโยงภูมิภาคเข้าด้วยกัน ชุมทรัพย์แห่งโอกาสกำลังเปิดกว้างรอการเติมเต็ม ลูกอีสานวันนี้จึงไม่ต้องข้ามแดนไปแสวงหาโอกาสใหม่จากที่ไหน แต่ใช้ความรู้ ประสบการณ์ และทักษะของโลกสมัยใหม่ ช่วยพัฒนาบ้านให้น่าอยู่ยิ่งขึ้น นำความคิดสร้างสรรค์มาต่อยอดเอกลักษณ์ของท้องถิ่น บริหารจัดการวัฒนธรรมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

มองไปข้างหน้า 2050

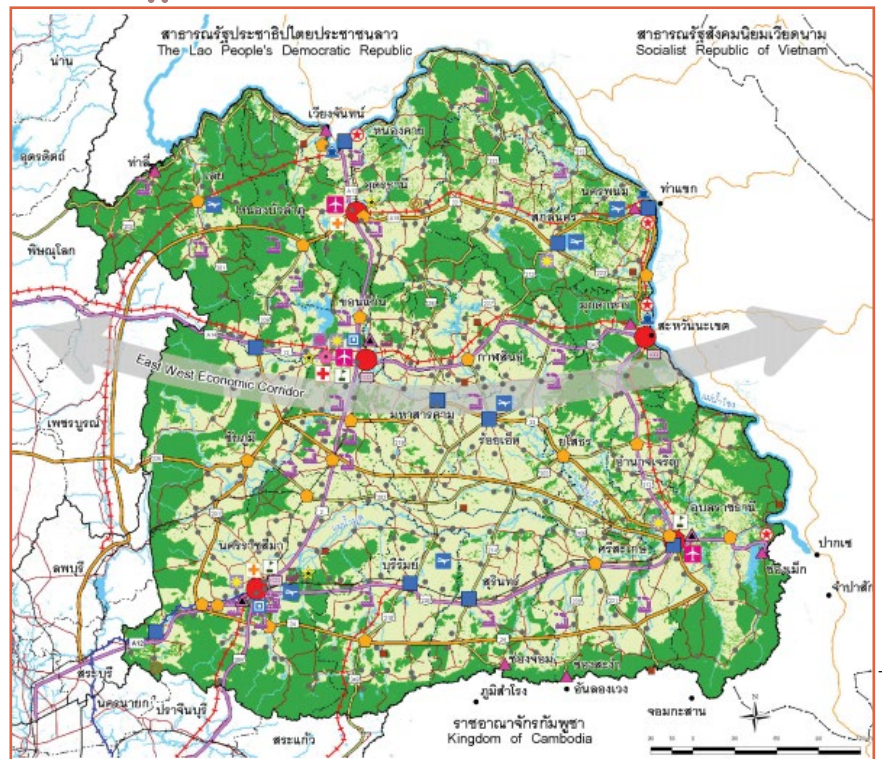
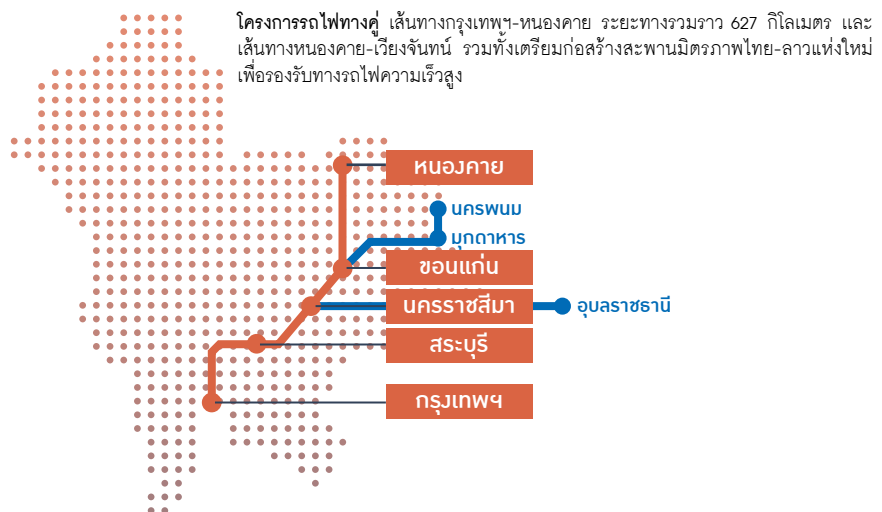
รายงาน World Urbanization Prospects ขององค์การสหประชาชาติคาดการณ์ว่าอีก 30 ปีข้างหน้า ประชากร 2 ใน 3 ของโลกหรือราว 68% จะอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เมือง นับจากปี 2007 ซึ่งถือเป็นปีแรกของโลกที่มีประชากรในเมืองมากกว่าชนบท โดยตอนนี้ 1 ใน 8 ของประชากรโลกอาศัยอยู่ใน 33 มหานคร (Mega City) ที่มีประชากรราว 10 ล้านคน และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเป็น 43 เมืองในปี 2030

ปัจจุบันประเทศไทยก็กำลังเดินทางเข้าสู่ความเป็นเมือง (Urbanisation) อย่างต่อเนื่อง คาดว่าในปี 2050 ไทยจะมีพื้นที่เมืองสูงถึง 69.5% ของประเทศ ข้อมูลจาก Nielsen Retail Index ระบุว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาคที่มีพื้นที่ที่ขยายตัวสู่ความเป็นเมืองสูงที่สุดในประเทศ เช่น นครราชสีมา ขอนแก่น บุรีรัมย์ ร้อยเอ็ด อุบลราชธานี โดยวัดจาก 2 มิติ คือจำนวนประชากรในเมืองนั้นๆ ที่มีจำนวนไม่ต่ำกว่า 1-5 ล้านคน และการเติบโตของเศรษฐกิจในจังหวัด หรือ Gross Provincial Product: GPP)

ภูมิภาคแห่งการพัฒนา

การขยายตัวของเมืองและสัดส่วนประชากรที่ย้ายมาอาศัยในเขตเมืองเพิ่มมากขึ้นมักเกิดจากตัวเร่งขึ้นดี อย่าง “การเดินทางที่สะดวกสบาย” ซึ่งมาจากการวางโครงข่ายระบบขนส่งสาธารณะของเมือง การเชื่อมโยงคมนาคมและระบบขนส่ง รวมถึงการติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนที่ใกล้ชิดของภาคอีสาน ข้อมูลจาก *คู่มืออีสานใหม่* โดย พัฒนา กิตติอาษา เผยว่าอีสานกำลังก้าวเข้าสู่ศักราชสำคัญของ “มิติใหม่แห่งการพัฒนา” จาก การเติบโตด้านการลงทุนที่จะพลิกโฉมให้ภูมิภาคแห่งนี้เข้าสู่สังคมเมือง (Urbanisation) โดยมาพร้อมแนวนโยบายการพัฒนาจากส่วนกลาง อย่างแผนการเชื่อมโยงระบบคมนาคม รวมทั้งแผนยุทธศาสตร์ในแต่ละจังหวัด ซึ่งมีส่วนปรับเปลี่ยนสังคม วิถีชีวิต ตลอดจนอัตลักษณ์ด้านการบริโภคของคนอีสาน นอกจากนี้ ประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดกับไทย เช่น สปป.ลาว และกัมพูชา ที่เศรษฐกิจขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องล้วนมีส่วนช่วยเสริมสร้างศักยภาพการเติบโตของภาคอีสานได้อีกทางหนึ่ง

โครงข่ายระบบขนส่งสาธารณะ ที่เริ่มพัฒนาในอีสานผ่านความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ตลอดจนโมเดลการพัฒนาที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ เริ่มปรากฏและมีแผนงานในหัวเมืองใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นขอนแก่นกับการเริ่มต้นรถไฟฟารางเบา (Light Rail Transit: LRT) ควบคู่กับการพัฒนาพื้นที่รอบสถานี (Transit Oriented Development: TOD) และโคราช ที่ทางจังหวัดออกแผนการก่อสร้างระบบรถไฟฟารางเบา (Light Rail Transit: LRT) เฟสแรก ซึ่งจะเปิดใช้ในปี 2023 พร้อมให้บริการประชาชนและนักเดินทางในเมือง และรองรับปลายทางรถไฟความเร็วสูงไทย-จีน



แผนที่ผังนโยบายการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือปี พ.ศ. 2600

“ฉัฏกยกรัการพัฒนาพัฒนัที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี พ.ศ. 2600” หรือ “ผังภาค” ซึ่งเป็นแผนผังโครงการการพัฒนาและการใช้ประโยชน์ที่ดิน การพัฒนาเมือง การคมนาคม การขนส่งและสาธารณูปโภคระดับภาค อยู่ภายใต้ “ผังประเทศ ปี พ.ศ. 2600” โดยกรมโยธาธิการและผังเมือง สังกัดกระทรวงมหาดไทย เน้นการพัฒนาพื้นที่ภาคอีสานเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจเป็นหลัก โดยเฉพาะการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบคมนาคมขนส่ง ระบบโลจิสติกส์ และการใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำธรรมชาติเพื่อเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม หรือการใช้ประโยชน์จากที่ดินว่างเปล่า เพื่อทำเกษตรกรรมเชิงพาณิชย์และสร้างโรงงานอุตสาหกรรม ฯลฯ นอกจากนี้ ยังระบุว่า โครงการพัฒนาที่สำคัญในพื้นที่ภาคอีสาน คือสะพานข้ามแม่น้ำโขงจังหวัดมุกดาหารและนครพนม มุกดาหารจะกลายเป็นศูนย์กลางการค้าและพาณิชย์กรรมของภาคอีสาน ขอนแก่นจะกลายเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ โดยใช้เส้นทางรถไฟ และยังเป็นศูนย์กลางการคมนาคมภายในภูมิภาคและ

ระหว่างประเทศ ศูนย์กลางการบินจะอยู่ที่จังหวัดอุดรธานี ฯลฯ ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับโครงการพัฒนาสะพานเศรษฐกิจเชื่อมโยงอินโดจีนตามแนวตะวันออกและตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) ซึ่งภาคอีสานตั้งอยู่ในเส้นทางสะพานเศรษฐกิจในโครงการดังกล่าว และโครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) ซึ่งถือเป็นโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ระดับภูมิภาค รวมทั้งเวียดนาม ลาว พม่า และประเทศไทย

การค้าชายแดน อีสานเป็นภูมิภาคที่มีศักยภาพอย่างยิ่งในเชิงภูมิศาสตร์ เรียกได้ว่าเป็นหน้าด่านของการพัฒนาเพื่อเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา ลาว เวียดนาม และภาคใต้ของจีน ตัวอย่างแรกๆ ของการพลิกโฉมคือการสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขง เพื่อเปิดพรมแดนระหว่างไทยกับลาวด้วยสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่หนึ่งในปี 1994 สะพานมิตรภาพข้ามแม่น้ำโขงอีกหลายแห่งก็ได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็ว เช่น มุกดาหาร นครพนม การค้าขายข้ามพรมแดนกับกัมพูชาผ่านด่านต่างๆ ทางตอนใต้ของภูมิภาค ก็เปลี่ยนภาพและเติบโตขึ้นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ตัวเมืองชายแดน เช่น เลย หนองคาย บึงกาฬ อุดรธานี สุรินทร์ ได้เปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจจากเดิมที่พึ่งพากรุงเทพฯ และตลาดในจังหวัดใกล้เคียง ด้วยการหันไปทำการค้าขายและแลกเปลี่ยนข้ามพรมแดนมากขึ้น ตลอดจนแรงงานข้ามพรมแดนจากประเทศเพื่อนบ้าน ก็มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นอีสานอย่างเห็นได้ชัด

ความต้องการแบบคนเมือง

โครงการการลงทุนระยะยาวจากภาครัฐและเอกชน ไม่เพียงเป็นปัจจัยที่สะท้อนศักยภาพการสร้างรายได้ในอนาคตของภาคอีสานเท่านั้น แต่ยังสะท้อนการสร้างรายได้ให้กับคนอีสานด้วยเช่นกัน การคมนาคมที่ดี สาธารณูปโภคที่ครบถ้วน ก่อให้เกิดการจ้างงานและรายได้ที่อาจปรับตัวสูงขึ้นของคนอีสาน ที่จะช่วยหนุนกำลังซื้อเสริมสร้างการขยายตัวทางการค้า และเป็น



จุดเปลี่ยนที่สำคัญของวิถีชีวิตและการใช้จ่ายของคนภาคอีสานที่ต่างไปจากเดิม

แม้การขยายตัวของพื้นที่เมืองจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ความต้องการสินค้าและบริการของคนในเมืองมีความซับซ้อนมากขึ้น แต่สิ่งที่ลืมไม่ได้คือการเข้าใจคนแรกเตอร์อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผู้บริโภคในแต่ละแห่งให้ชัดเจน

ข้อมูลจาก Nielsen Retail Index ระบุว่าผู้บริโภคในภาคกลางและตะวันออกเป็นพื้นที่ที่ทำลายในการทำตลาด เนื่องจากผู้คนส่วนใหญ่ไม่ใช่คนดั้งเดิมในภูมิลำเนา แต่พื้นที่ภาคอีสานจะเริ่มมีความคล้ายคลึงกับกรุงเทพฯ ทำให้จะเห็นว่าห้างสรรพสินค้ามีการเติบโตและขยายตัว และรูปแบบของครอบครัวเดี่ยว (Single Family) ก็เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าภาคอื่นๆ ดังนั้นจึงส่งผลต่อสัดส่วนที่พักอาศัยที่ค่อนข้างจำกัด ที่พักอาศัยขนาดเล็ก อย่างคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ และทาวน์เฮาส์ รวมถึงธุรกิจของตกแต่งบ้านขยายตัว การใช้ชีวิตที่เร่งรีบและอาศัยเวลาที่ยืดหยุ่นก็ส่งเสริมธุรกิจบริการ 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ธุรกิจแฟรนไชส์ในกลุ่มร้านอาหาร หรือแม้แต่สถานที่ออกกำลังกาย ในขณะที่วิถีชีวิตด้านความงาม สุขภาพ และกลุ่มธุรกิจแฟชั่น เสื้อผ้า และเครื่องประดับ ก็จะมีเติบโตไปพร้อมกัน

นอกจากนี้ ในรายงานการศึกษาจาก Siemens พบว่าการเคลื่อนย้ายของจำนวนประชากรที่เข้าเขตเมืองเพิ่มขึ้นในระดับสากล

ดึงดูดให้นักลงทุนเข้ามาลงทุนเพื่อจัดการและแก้ไขปัญหาระบบเมืองให้ดียิ่งขึ้น โดยสถิติสูงสุดของความต้องการของประชาชนเขตเมืองที่สอดคล้องกับการลงทุน คือการลงทุนด้านระบบขนส่งสาธารณะจำนวน 86% รองลงมาคือระบบการศึกษาและสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยและพื้นที่สาธารณะจำนวน 77% จากสถิติคาดว่า การลงทุนพัฒนาในเขตเมืองหรือจุดเชื่อมต่อเมืองจะเพิ่มขึ้นจากปี 2010 ที่มีจำนวนการลงทุนอยู่ที่ 360 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เป็น 920 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2050 โดยการลงทุนหลักจะเน้นไปเพื่อพัฒนาเมืองในรูปแบบ Smart City

ความท้าทายของลูกอีสานวันนี้

การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ สหประชาชาติ (UN) คาดการณ์ว่าจำนวนประชากรโลกจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 9.8 พันล้านคนภายในปี 2050 โดยกว่า 14% ของประชากรทั้งหมดจะมีอายุ 65 ปีขึ้นไป เท่ากับว่าในปี 2050 สัดส่วนประชากร 1 ใน 4 คนโลกจะมีอายุมากกว่า 65 ปี ในขณะที่เดียวกัน ข้อมูลคาดการณ์โครงการประชากรภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่าในช่วงปี 2000 ภาคอีสานมีประชากรวัยแรงงานจำนวนมาก หากตั้งแต่ปี 2020 เป็นต้นมา กลับมีจำนวนการเกิดลดลงวัยทำงานลดลง ในขณะที่ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น

หมู่บ้าน “ลานีเรสซิเดนซ์” อ.นาโพธิ์ จ.บุรีรัมย์ คือหมู่บ้านจัดสรรเนื้อที่กว่า 13 ไร่ ที่มีจุดประสงค์หลักในการก่อสร้างขึ้นเพื่อรองรับชาวต่างชาติจากประเทศสวีเดนแลนด์และ

เยอรมนี ที่เกษียณอายุราชการและเดินทางมาพักอาศัยอยู่ในประเทศไทยในช่วงบั้นปลายชีวิต นางคริสทีน ซาลาเนอร์ เบอร์ดอร์เนอร์ เอกอัครราชทูตสมาพันธ์รัฐสวิสเซอร์แลนด์ประจำประเทศไทย (ในขณะนั้น) กล่าวขณะร่วมงานเปิดหมู่บ้านในปี 2011 ว่า “แนวโน้มต่อไปในอนาคต จะมีประชาชนชาวสวิสเซอร์แลนด์ที่เกษียณอายุราชการและอยากมาใช้ชีวิตในบั้นปลายอยู่ที่ภาคอีสานเพิ่มมากขึ้นเนื่องด้วยชื่นชอบในความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ และผลงานด้านฝีมือหัตถกรรมของชาวอีสาน”

การเตรียมพร้อมสู่วันที่วัยแรงงานมีลดจำนวนลงที่ส่งผลให้มีการย้ายถิ่นของแรงงานและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตที่ต้องใช้เครื่องจักรกลหรือเทคโนโลยีทดแทนแรงงานเพื่อเพิ่มผลิตภาพในการผลิต มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้จัดตั้งศูนย์ทดลองและทดสอบเทคโนโลยี 5G เพื่อการเรียนการสอน Smart Agriculture หรือภาคการเกษตรอย่างชาญฉลาด เพื่อใช้ประโยชน์จาก IoT (Internet of Things) ให้เข้ามาช่วยตรวจสอบความเสี่ยงการเกิดโรค ปริมาณน้ำ สารอาหาร และงานด้านการเก็บเกี่ยวผลผลิต เมื่อต้นปี 2020

การเปลี่ยนแปลงลักษณะอากาศและสิ่งแวดล้อม ความเปลี่ยนแปลงของแม่น้ำโขงส่งผลโดยตรงต่อการเพาะปลูกของเกษตรกรริมฝั่งโขง อัมมาร สยามวาลา ผู้เชี่ยวชาญเรื่องข้าวและเศรษฐศาสตร์การเกษตรกรรมตั้งข้อสังเกตว่า “ลักษณะพิเศษของเกษตรกรไทยคือการปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตัวเองให้เข้ากับสถานการณ์ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ฉะนั้นเกษตรกรไทยจึงมีความเหนียวแน่นมากกว่าคนในภาคอื่นๆ ได้เรียนรู้ของใหม่ๆ ตลอดเวลา ซึ่งคนมักจะมีมุมมองข้าม เกษตรกรมีจุดเด่นและจุดแข็งค่อนข้างมาก และเชื่อว่าในอนาคตก็จะมีจุดแข็งต่อไป” การปลูกพืชใช้น้ำน้อย ไปจนถึงการสร้างโรงเรียนที่ควบคุมสภาพแวดล้อม อาจเป็นอีกหนึ่งคำตอบของความท้าทายนี้

บริษัท PWC ได้เผยแพร่สถิติจำนวนก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในแต่ละประเทศทั่วโลกที่ค่ามลพิษเพิ่มขึ้นมากกว่า 80% ก่อให้เกิดภาวะวิกฤตในมิติด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของคน การเปลี่ยนแปลงของอากาศนำไปสู่ระดับอุณหภูมิที่สูงขึ้น ซึ่งจะแสดงให้เห็นภาวะวิกฤตจนไม่สามารถใช้ชีวิตในแบบเดิมได้ และคาดการณ์ว่าจะชัดเจนมากขึ้นในปี 2020 เป็นต้นไป มลพิษ



FOMM One

ทางอากาศทำให้ภาคธุรกิจจนถึงบุคคล จำเป็นต้องสร้างระบบการจัดการใหม่ ที่ต้องชัดเจนด้านกระบวนการและความเข้าใจ ว่าอะไรคือพลังงานทางเลือก สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) ประเมินว่าปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “การปฏิวัติเขียว” จะเกิดขึ้นบนท้องถนนทั่วโลกหนึ่งในนั้นคือการที่รถยนต์พลังไฟฟ้าจะแพร่หลายมากขึ้น บริษัท ฟอรัม เอเชีย ผู้ผลิตรถไฟฟ้าบริษัทแรกในไทย เปิดตัว FOMM One ที่จังหวัดขอนแก่น ซึ่งถือว่าตอบโจทย์แนวคิดรถยนต์ไฟฟ้าที่เหมาะสมกับเมืองขอนแก่นสมาร์ทซิตี้ ในขณะที่การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ก็รุกพัฒนาสถานีชาร์จไฟฟ้า โดยมีสถานีที่จังหวัดนครราชสีมา

การแก้ไขวิกฤตด้านพลังงานถือเป็นความท้าทายสำหรับอนาคต หลายประเทศลงทุนกับนวัตกรรมนี้เพื่อรักษาสมดุลเรื่องทรัพยากรและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พื้นที่อีสานก็มีการขานรับความเปลี่ยนแปลงนี้ ทั้งการปรับปรุงระบบโรงไฟฟ้าที่พร้อมรองรับพีชพลังงาน “หญ้าเนเปียร์” สำหรับใช้เป็นเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้าที่จังหวัดอุบลราชธานี หรือแม้แต่กั้นหลุมผลิตไฟฟ้าที่มีกำลังผลิตมากที่สุด 10 อันดับแรกก็อยู่ในภาคอีสาน ซึ่งมีการลงทุนที่จังหวัดนครราชสีมาและชัยภูมิ โดยบริษัทเอกชนและการไฟฟ้าฝ่ายผลิต



ขอนแก่นสมาร์ทซิตี้



ภาพ "ลาบ" อาหารอีสานในภาพยนตร์ Spider-Man: Homecoming (2017)

การรักษาเอกลักษณ์ ทางวัฒนธรรม

โลกาภิวัตน์ทำให้โลกหลอมรวมกัน เกิดการถ่ายเทวัฒนธรรมผ่านสินค้าทางวัฒนธรรมในโลกสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็น เพลง ภาพยนตร์ เกม หรือสื่อดิจิทัลต่างๆ วัฒนธรรมดั้งเดิมถูกมองว่าเป็นสิ่งล้าสมัย ไม่ได้รับการใส่ใจ ซึ่งนับวันจะยิ่งสูญเสียความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และชาติพันธุ์ที่แตกต่างหลากหลาย ความท้าทายนี้ทำให้นักสร้างสรรค์เริ่มกลับมาทบทวนภูมิปัญญาท้องถิ่น ค้นหาค้นหา ช่างฝีมือ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีคุณภาพ พร้อมทั้งใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาต่อยอดสินค้าทางวัฒนธรรมต่างๆ ให้สามารถเข้าไปอยู่ในวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ ซึ่งจะช่วยให้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมนั้นวิวัฒน์ไปตามความเจริญของสังคม

การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมในอดีตมักถูกผลิตขึ้นตามทักษะความสามารถ หรือทรัพยากรต่างๆ ที่มี และบางครั้งอาจไม่สามารถหาตลาดที่เหมาะสมให้กับสินค้านั้นได้ ซึ่งหากมองวัฒนธรรมเป็นสินค้า เช่นเดียวกับสินค้าโดยทั่วไป สิ่งสำคัญคือการทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า พร้อมๆ กับความเข้าใจคุณค่าที่แท้จริงที่วัฒนธรรมนั้นมอบให้ การพัฒนาสินค้าและบริการจึงมุ่งส่งต่อคุณค่านี้ไปยัง



ลูกค้าเป้าหมาย ตอบสนองความต้องการ ซึ่งจะสร้างความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมกับโลกในปัจจุบัน

อาหารอีสาน

ที่ไหนมีคนอีสาน ที่นั่นมีอาหารอีสาน วัฒนธรรมอาหารอีสานเดินทางไปทั่วโลก การส่งออกความเข้มข้นสอดคล้องกับกระแสท้องถิ่นนิยมที่คนต่างตามหาประสบการณ์ใหม่ อาหารอีสานที่เต็มไปด้วยวัตถุดิบ เครื่องเทศเฉพาะถิ่น สมุนไพร และผักพื้นบ้าน ทำให้รสชาติของอาหารอีสานนั้นมีความแตกต่าง พร้อมกับประโยชน์และคุณค่าทางโภชนาการที่ดี เราอาจไม่เคยคิดว่าจะได้เห็น "ลาบ" เข้าไปอยู่ในฉากภาพยนตร์ฮอลลีวูดชื่อดัง

อย่าง Spider-Man: Homecoming ซึ่งเป็น การแนะนำอาหารอีสานให้เป็นที่รู้จักในระดับโลก ยังมีวัตถุดิบและอาหารอีสานอีกมากมาย ที่รอการเล่าเรื่องหยิบจับไปขาย แมลงและหนอน ไม่เป็นแค่สัญลักษณ์ของการหากินบนความแร้นแค้นของภาคอีสานอีกต่อไป แต่เป็นถึงความหวังของโลก และด้วยความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ การลงทุนด้านการเพาะเลี้ยงแมลง จึงเกิดขึ้นในพื้นที่นี้ ทำให้แมลงกลายเป็นสัตว์เศรษฐกิจของไทย โดยมูลค่าการส่งออกในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาทั้งแบบเป็นตัวและแปรรูป อยู่ที่เกือบ 1,000 ล้านบาทต่อปี นี่คือ อีกหนึ่งบทพิสูจน์ว่าวัตถุดิบอีสานสามารถเป็นอีกหนึ่งทางเลือกด้านอาหารให้กับประชากรโลก

โลกใหม่

“บมีอียังเป็นไปบได้”

ทุกที่ล้วนมีโอกาส จากภูมิประเทศที่แตกต่าง วัฒนธรรมที่แตกต่าง และผู้คนที่แตกต่างกัน การเล่าเรื่องใหม่จะสร้างประสบการณ์ใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้คนตามหา ประสบการณ์ใหม่นี้จะเกิดขึ้นจาก “ตัวตน” ที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ เรื่องราวอันมีเอกลักษณ์จากประวัติศาสตร์อันยาวนาน จากฐานทางวัฒนธรรมและลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ การต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์และการบริหารจัดการที่ดีจะเชิญชวนให้ผู้คนมาสัมผัส ดังนั้น กระบวนการถ่ายทอดเรื่องราว (Storytelling) จะกลายเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างคุณค่าใหม่ให้กับท้องถิ่น และนำมาซึ่งเศรษฐกิจระดับชุมชนที่ไม่สิ้นสุด

บนพื้นที่กว่า 1.68 แสนตารางกิโลเมตรและจำนวนประชากรที่มากถึง 22 ล้านคน ความท้าทายใหม่ของลูกอีสานวันนี้และวันต่อๆ ไป อาจเริ่มต้นจากการมองหาจนมองเห็นโอกาส และสมการสร้างสรรค์แบบฉบับอีสานที่เกิดจากการหลอมรวมความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ วัฒนธรรม และเทคโนโลยี เพื่อสร้างความหมายใหม่และความเป็นไปได้ที่ไม่มีที่สิ้นสุดให้กับแผ่นดินอีสาน พร้อมยืนยันว่า “บมีอียังเป็นไปบได้” [CT](#)

ที่มา : บทความ “แนวโน้มความต้องการผู้บริโภคและโอกาสในการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” จาก CEA / บทความ “ประเทศไทยไม่ใช่แค่ ‘กรุงเทพฯ’ 10 อินไซด์ตอกย้ำ ‘โอกาสทางธุรกิจ’ ในจังหวัดเมืองรอง” จาก brandbuffet.in.th / บทความ “ไม่ยากตกรกระแส ต้องลงทุนใน Mega Trend” จาก scb.co.th / บทความ “เศรษฐกิจอีสานสู่อิสรภาพใหม่แห่งการพัฒนา เสริมสร้างโอกาสการค้า และการลงทุน” จาก positioningmag.com / บทความ “อีสานมุมใหม่ คำบอกเล่าจากนักเศรษฐศาสตร์ ม.ขอนแก่น” จาก voicetv.co.th / บทความ “Tales of Cities: City Branding Through Storytelling” โดย Journal of Global Strategic Management จาก researchgate.net / รายงาน “World Urbanization Prospects: The 2018 Revision” โดย United Nations

The New อีสาน

From Urbanisation to Globalisation

เรื่อง : ณิชูชา ตะวันนาโชติ

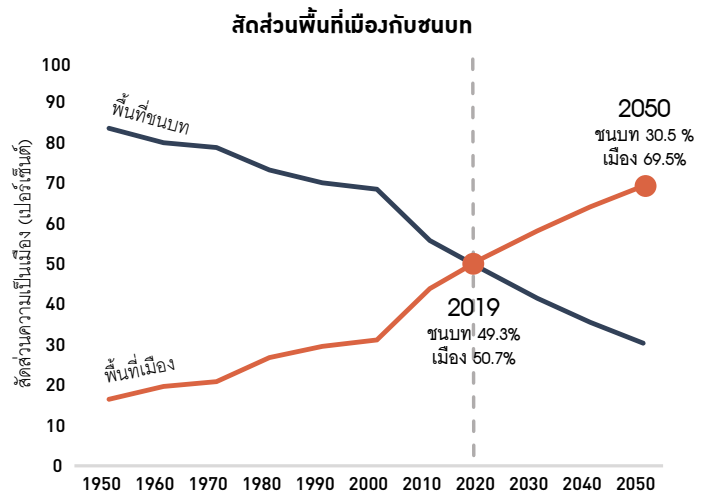
ภาพของภูมิภาคที่แห้งแล้ง ปัญหาความยากจน และแล้งด้อยพัฒนามากกว่าภูมิภาคอื่น คือภาพที่เราหลายคนจดจำเกี่ยวกับภาคอีสานของไทย แต่ใครบ้างที่รู้ว่าปัจจุบันภาคตะวันออกเฉียงเหนืออันกว้างใหญ่ (ที่สุดในประเทศ) นี้ กำลังจะเปลี่ยนโฉมหน้าสู่การเป็น “อีสานยุคใหม่” ที่เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจอันสำคัญของไทยซึ่งพร้อมเชื่อมต่อสู่เวทีโลก

สู่ความเป็นเมือง

ความเป็นเมือง (Urbanisation) เป็นคำที่นักวิชาการใช้ในการจำกัดความปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงของเมืองจากการเป็นชนบท ซึ่งถือเป็นหนึ่งในแนวโน้มสำคัญที่กำลังเกิดขึ้นทั่วโลก องค์การสหประชาชาติคาดการณ์ว่าภายใน 30 ปีสัดส่วนของประชากรที่อาศัยในเขตเมืองทั่วโลกจะมีมากถึงร้อยละ 68 หรือประมาณ 6,700 ล้านคน จากประชากรโลกทั้งหมด 9,800 ล้านคน ส่วนประเทศไทยนั้น ปัจจุบันก็มีประชากรอาศัยอยู่ในเมืองแล้วกว่าร้อยละ 51 และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 69.5 ในอีก 30 ปีข้างหน้า ซึ่งหมายความว่าประเทศไทยจะมีพื้นที่ชนบทเหลือเพียงร้อยละ 30.5 เท่านั้น

การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยจะไม่ได้มีแค่ “กรุงเทพมหานคร” ที่เป็นเมืองใหญ่เมืองเดียวอีกต่อไป แต่จังหวัดอื่น ๆ จะทยอยมีความเจริญเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

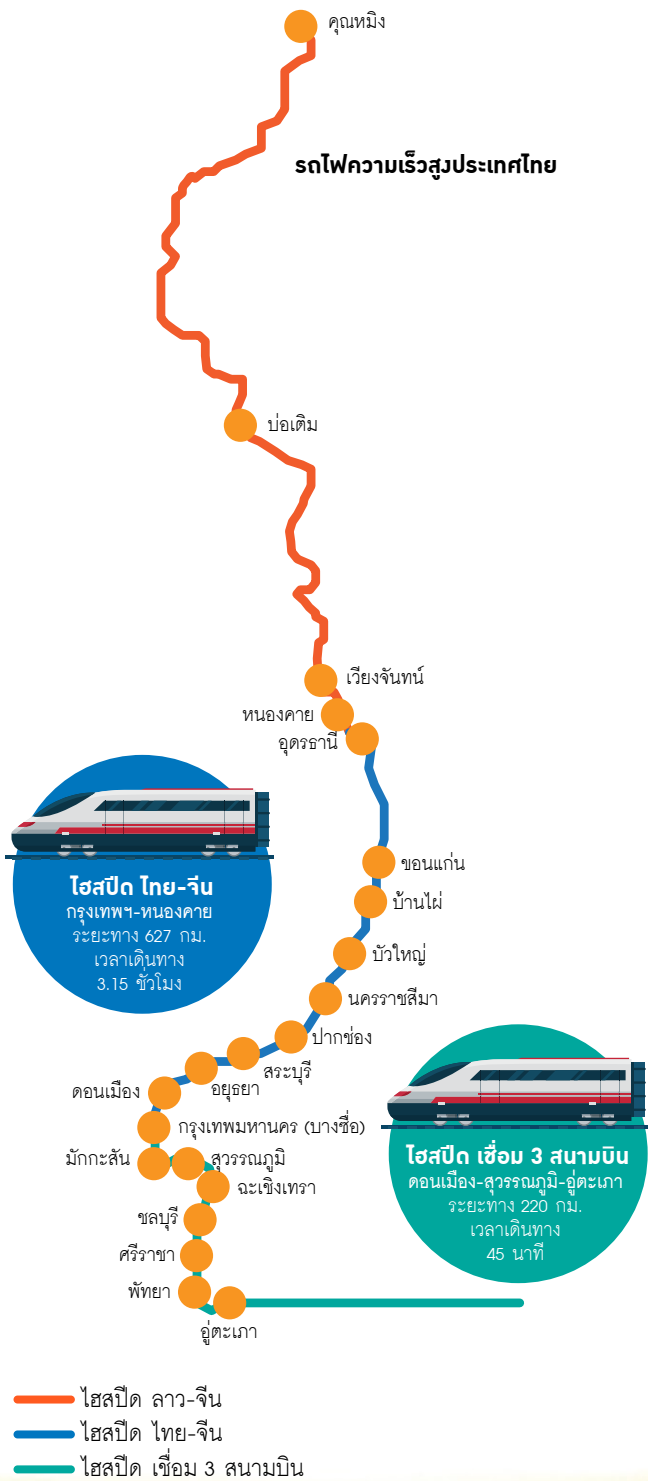
ในส่วนของภาคอีสาน จะเห็นว่าช่วงทศวรรษหลัง พ.ศ. 2500 เป็นต้นมาอีสานเติบโตและเปลี่ยนแปลงตามระบบเศรษฐกิจและสังคมโลกอย่างเห็นได้ชัด ในช่วงปี 2523 - 2543 ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองของภาคอีสานมีจำนวนเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัว จาก 1.8 ล้านคนเป็น 3.5 ล้านคน และหากมองจากมุมมองเศรษฐกิจ อีสานมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (GDP) สูงที่สุดในประเทศ โดยโตเฉลี่ยร้อยละ 8 ต่อปี ซึ่งประเด็นที่น่าสนใจคือ เมื่อลองดูที่จีดีพีรายภูมิภาค (Gross Regional Product) จะพบว่าเศรษฐกิจอีสานที่ผู้คนมักมองว่ารายได้หลักมาจากภาคการเกษตรนั้น กลับมีสัดส่วนรายได้ที่ไม่ได้มาจากภาคการเกษตรสูงถึงร้อยละ 79 และในทางกลับกัน รายได้จากภาคเกษตรมีเพียงร้อยละ 21 เท่านั้น ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมในช่วงที่ผ่านมา



ที่มา : World Urbanization Prospects: The 2018 Revision

ความหลากหลายทางเศรษฐกิจของภาคอีสาน

- จังหวัดที่มีสัดส่วนรายได้จากภาคอุตสาหกรรมชัดเจน ได้แก่ นครราชสีมา และขอนแก่น
- จังหวัดที่มีสัดส่วนรายได้จากภาคการค้าและบริการเด่น ได้แก่ อุบลราชธานี อุตรดิตถ์ ร้อยเอ็ด มหาสารคาม หนองคาย สกลนคร และชัยภูมิ
- จังหวัดที่มีสัดส่วนรายได้จากภาคเกษตรกรรม ได้แก่ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ กาฬสินธุ์ นครพนม เลย ยโสธร อำนาจเจริญ บึงกาฬ หนองบัวลำพู และมุกดาหาร



เส้นทางสู่อากาศ

ภายใต้พื้นที่กว่า 1.68 แสนตารางกิโลเมตร ตลอดจนจำนวนประชากรกว่า 22 ล้านคนของภาคอีสาน ทำให้ภูมิภาคนี้เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพอย่างยิ่งทั้งในด้านภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมแก่การเป็น “หน้าด่าน” ของการค้าการลงทุนจากชายแดนและต่างประเทศ ด้านพื้นที่และแรงงานที่มีพร้อมทั้งฐานการผลิตทางการเกษตรและอุตสาหกรรม รวมถึงด้านการเป็นแหล่งทรัพยากรและแหล่งปลูกข้าวหอมมะลิที่ดีที่สุดของประเทศ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทำให้ภาคอีสานมีความพร้อมที่จะเติบโตอย่างก้าวกระโดดในอนาคตอันใกล้

นอกจากนี้ แผนการลงทุนจากภาครัฐในด้านโครงข่ายคมนาคมยังเป็นตัวแปรสำคัญที่มีส่วนในการส่งเสริมเศรษฐกิจให้กระจายตัวสู่ทุกพื้นที่ในภูมิภาค หนึ่งในนั้นคือโครงการ Belt and Road Initiative (BRI) ภายใต้ความร่วมมือของรัฐบาลจีนกับชาติต่าง ๆ ที่เริ่มตั้งแต่ปี 2556 ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นเส้นทางสายไหมแห่งศตวรรษที่ 21 เลยก็ว่าได้ เพราะเป็นการเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมขนส่งระหว่างจีนกับนานาประเทศ ครอบคลุมกว่า 80 ประเทศทั่วโลก ทั้งในทวีปเอเชีย ยุโรป และแอฟริกา ซึ่งภาคอีสานของไทยเองก็เป็นส่วนหนึ่งในระเบียงเศรษฐกิจจีน-คาบสมุทรมองโกลด้วย

โดยโครงการที่ไทยกำลังร่วมมือกับจีนนั้น คือการสร้างเส้นทางรถไฟความเร็วสูง 2 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางกรุงเทพฯ-หนองคาย และเส้นทางหนองคาย-เวียงจันทน์ ซึ่งแม้อาจจะมองได้ว่าโครงการนี้เป็นหนึ่งในเครื่องมือช่วยขยายอิทธิพลของจีนบนเวทีโลก แต่ประเทศต่าง ๆ รวมถึงไทยเองก็ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานนี้ไม่น้อย โดยเฉพาะในแง่ของการสร้างงาน ช่วยกระตุ้นและเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจ รวมทั้งขับเคลื่อนให้เกิดความร่วมมือทางการค้าการลงทุนผ่านการเชื่อมภูมิภาคต่าง ๆ ของโลกเข้าด้วยกัน

และคงไม่มีอะไรที่แน่นอนไปกว่าความเจริญที่จะก้าวเข้ามาทั้งในเชิงพื้นที่ และคุณภาพชีวิตของประชากรผู้เป็นเจ้าของทรัพยากรด้านวัฒนธรรมและทัศนคติที่เปิดกว้าง ซึ่งสำคัญอย่างมากในการพัฒนาความร่วมมือของโลกในปัจจุบัน ณ ภูมิภาคแห่งนี้

ที่มา : บทความ “Belt and Road Initiative เดินหน้าไปถึงไหนแล้ว?” จาก scbeic.com / บทความ “อีสานมุมใหม่ คำบอกเล่าจากนักเศรษฐศาสตร์ ม.ขอนแก่น” จาก voicev.co.th / รายงาน “World Urbanization Prospects: The 2018 Revision” โดย United Nations



B-STAY

คุณน้อย เกิดรัมย์และครอบครัว ที่ ต. เสม็ด อ. เมืองบุรีรัมย์ หนึ่งในสมาชิกโครงการ B-Stay

ที่ที่เจ้าของโรงแรมคือชาวบ้าน

เรื่อง : วนบุษย์ ยูฟเกษตร | ภาพ : ภีร์รา ดิษฐากรณ์

“บุรีรัมย์มันเป็นเมืองทิวผ่าน ทรอ้อसानใต้ถ้ำมาจากนารอง ไม่ได้แค่ผ่านธรรมดาด้วยนะ คือเป็นต่งอยู่หน่วยเดียว ถ้าคุณไม่เลี้ยวซ้ายเข้ามา มันก็ไม่มีประโยชน์เลย” ภาพเมืองบุรีรัมย์ของคนที่ไปที่เคยเป็นเพียง “ทิวผ่าน” ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยว นักถึงและตั้งใจมามากนัก ในวันที่ B-Stay ธุรกิจเพื่อสังคมของคนบุรีรัมย์ โดยคนบุรีรัมย์ กำลังทำให้บุรีรัมย์กลายเป็นเมืองที่ใคร ๆ ก็อยากแวะเวียนเข้ามาพักผ่อนและใช้ชีวิตให้มีความสุขง่าย ๆ แบบชาวบ้าน

ภาพของบุรีรัมย์เริ่มชัดเจนและเริ่มถูกจดจำในฐานะ “เมืองกีฬา” ที่มีเวนต์ใหญ่ระดับโลกอย่างรายการแข่งรถ MotoGP งานวิ่งบุรีรัมย์มาราธอน และที่ขาดไม่ได้คือทีมฟุตบอลอันดับต้น ๆ ในไทยลีกอย่างบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด ที่กลายเป็นสัญลักษณ์ของบุรีรัมย์ เมืองรองแห่งนี้จึงเริ่มเรียกแขกได้อย่างมหาศาล การมาเยือนอีสานในครั้งนี่ เราพบกับคุณเมียร์-บรรดชัย อาราม ผู้บริหารโครงการบิสเตย์ (B-Stay) กับการบริหารจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์บนแนวคิดการทำธุรกิจแบบ “คนอื่นต้องได้ด้วย”

ชุมชนเข้ามาเอื้อย

“เราต้องให้ก่อน ก่อนที่เราจะได้รับ” คุณเบียร์อ้างถึงคำที่คุณเนวิน ชิดชอบ ประธานบริหารสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ ยูไนเต็ด เคยพูดไว้กับเขาและทีมงาน ถึง B-Stay โครงการบ้านพักโฮมสเตย์ในบุรีรัมย์ที่ใช้ Airbnb ตลาดออนไลน์ สำหรับการหาที่พักบ้านพักโฮมสเตย์หรือประสบการณ์การท่องเที่ยวระดับโลกมาเป็น “เครื่องมือ”

“ผมมีอีเวนต์ระดับโลกอย่าง MotoGP เรื่องที่พังก์ก็สำคัญในการจะจัดงานใหญ่ ๆ ที่คนต้องมาจำนวนมาก คือเมืองโตแบบก้าวกระโดด เพราะฉะนั้นการที่คนจะมาลงทุนเปิดโรงแรมสำหรับอีเวนต์แบบนี้ มันตอมใจที่ยากพอสมควร” ที่มาของ B-Stay ก็คือเกิดขึ้นมาเพื่อรองรับคนที่จะมาเข้าร่วมงานประจำปีประจำจังหวัดบุรีรัมย์นี้เอง แต่สิ่งหนึ่งที่สำคัญคือการมีส่วนร่วมของคนในเมืองซึ่งก็คือบรรดาชาวบ้าน “ไม่ว่างานนั้นจะเล็กหรือใหญ่ ชาวบ้านก็จะรับรู้ว่ามีแข่งรถ แข่งบอล ทำให้การมีส่วนร่วมของชุมชน มันยังน้อยอยู่ แล้วจริง ๆ ตรงนี้เป็นกำลังที่ยิ่งใหญ่ สังเกตได้จากบุรีรัมย์ มาราดอน พอมือชาวบ้านมาเชียร์ เมืองมันก็ดูคึกคัก เห็นได้ชัดว่าตรงนี้เป็นมวลพลังก้อนใหญ่ เพราะฉะนั้นเวลาจัดงานใหญ่ ๆ เราจะทำยังไงให้คนในเมืองได้มีส่วนร่วมเยอะ ๆ มากกว่าที่เราทำโปรเจกต์นี้” คุณเบียร์ย้ำถึงความสำคัญของชาวเมืองที่กลายมาเป็นจุดกำเนิดในการทำ B-Stay

เป็น อยู่ คือ...บุรีรัมย์

โจทย์ที่คุณเบียร์และทีมงานตีแตกออกมาก็คือ สิ่งที่บ้านเป็น สิ่งที่บ้านอยู่ และสุดท้ายนั่นคือรายได้ที่พวกเขาได้รับ “ช่วงแรก ๆ จะมีทีมงานไปช่วยจัดบ้าน จัดของตกแต่ง ดูเรื่องความสะดวก คือต้องเข้าใจว่าเราไม่ได้ทำโรงแรม เราแค่ใช้สิ่งที่เป็น เพราะฉะนั้นถ้าบ้านที่เราเคยอยู่ อยู่ ๆ คุณไปทำให้เขาอยู่ยาก มันก็ไม่ใช่แล้ว” หน้าที่หลักของ B-Stay ก็คือการเข้าไปช่วยอำนวยความสะดวกให้ชาวบ้านรู้จักจัดวาง พร้อมกับกรรับแขกเสมือนเป็นเจ้าของโรงแรมด้วยตัวเอง

“ผมมองว่าการทำธุรกิจนี้เป็นการทำให้เมืองเกิดจากชุมชนที่มีส่วนร่วมแบบจริง ๆ ไม่ใช่ว่า ‘วันนี้ขามีแข่งรถกัน ส่วนเรานั่งกินข้าวเฉย ๆ’ พอมือชุมชนมีส่วนร่วมกับเมืองจริง ๆ มันก็มีชีวิตชีวขึ้น แล้วเดี๋ยวเขาก็ออกมาใช้จ่ายเอง ธุรกิจที่เราทำทั้งหลายมันก็เติบโตไปด้วยกันทั้งหมด เจ้ามองเป็นภาพรวมมากกว่า” ด้วยวิสัยทัศน์ที่ไม่ได้นึกถึงเพียงธุรกิจ B-Stay เพียงอย่างเดียว แต่นึกถึงภาพของบุรีรัมย์ทั้งเมือง ตัว B-Stay เองจึงกลายเป็นสิ่งที่ช่วยดันให้เมืองค่อย ๆ เติบโตไปพร้อมกันโดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

นักการเมืองยื่นปลา พระราชยีนเบ็ด คือคำกล่าวที่เหมาะสมกับธุรกิจประเภทนี้ “เราอยากให้พวกเขาทำมากกว่า มีปัญหาอะไรแล้วเราค่อยเข้าไปช่วย แต่ไม่ใช่เราเอาไปให้ บางทีชาวบ้านก็คิดว่าเราจะเอาอะไรไปให้ ซึ่งเราก็ไปให้จริง ๆ แต่มันคือเครื่องมือในการทำงานต่อไป” คุณเบียร์กล่าวด้วยน้ำใสใจจริง

ก้าวข้ามคำสบประมาท

คุณเบียร์เล่าย้อนกลับไปตอนที่เริ่มคิดทำโครงการ B-Stay “มันทำไม่ได้หรอก จะทำได้ยังไง จะไปให้ชาวบ้านร่วมมือยังไง” นี่คือหลาย ๆ เสียงที่เคยดูหมิ่นเอาไว้ตอนแรกเริ่มโครงการ B-Stay “ผมว่าแบบนี้คุณประเมินชาวบ้านต่ำเกินไป ชาวบ้านเนี่ยเก่งนะ แต่เราต้องบอกเขาให้ถูกจุดและเข้าใจง่าย” ข้ายิ่งชื่นชมและยินดีไปกับบรรดาเจ้าของโรงแรมบางแห่งที่สามารถก้าวผ่าน



ปลดล็อก 3 ปัญหาใจของชาวบ้าน

กว่า B-Stay จะเป็นรูปเป็นร่าง ทีมงานต้องขอความร่วมมือและหาวิธีที่เหมาะสมในการชักชวนและพูดคุยกับชาวเมืองตัวเอง

ความกลัว “อยู่ดี ๆ ฉันจะเป็นเจ้าของโรงแรมได้ยังไง” ทีมงานจึงพยายามหาวิธีพูดคุยกับชาวบ้านและลองหาภาพพร้อมชวนคุยถึงภาพการท่องเที่ยวในทุกวันนี ว่าชาวต่างชาติชอบอะไรบ้าน ๆ และเป็นวิถีชีวิตที่เขาไม่เคยเห็น ชาวบ้านจึงค่อยเปิดใจที่ละน้อย

เงินทูน “ฉันไม่มีเงินจำนวนมากไปทำอะไรแบบนี้” คุณเบียร์เชื่อว่าจริง ๆ แล้วทุกคนมีของดี บ้านทุกหลังมีเสน่ห์ เพียงแต่เราไม่รู้จักจัดให้ดูสวยงามน่าอยู่ จึงส่งทีมงานเข้าไปช่วยแปลงบ้านให้ดูใกล้เคียงกับคำว่าโฮมสเตย์มากขึ้น และใช้บ้านที่อยู่ที่นี่แหละเป็นตัวทำเงิน

ภาษา “ฉันพูดภาษาต่างประเทศไม่เป็นเลยสักคำ” ประโยคเดียวที่คุณเบียร์อธิบาย คือ “ผมเชื่อว่าเขาบินข้ามน้ำข้ามทะเลมาหาเรา เขากลับที่จะคุยกับเราไม่รู้เรื่องมากกว่าอีก” B-Stay จึงช่วยจัดเตรียมคู่มือไว้พร้อมมือ สำหรับอธิบายแก่คนที่มาพักด้วยภาพและคำอธิบายง่าย ๆ หรือเขียนระบุให้เขาใช้โปรแกรมแปลภาษาคุยกับชาวบ้านแทน รวมถึงมีการอบรมสอนภาษาอังกฤษให้กับชาวบ้านด้วย

มาตรฐานที่ B-Stay ได้วางไว้ “คนที่เก่งมาก ๆ คือพวกคุณยาย เเต่ตั้งนี้อยู่ทีอุป ๆ เลยนะ ด้วยบริการ แมแต่โลเกชั่น แต่คุณยายพูดภาษาอังกฤษไม่เป็นนะ ไม่ได้สักคำเดียว ยิ้มอย่างเดียว” ซึ่งเป็นจุดที่คุณเบียร์มองว่าเป็นเสน่ห์อีกอย่างของชาวอีสานและคนไทย ที่แม้จะขาดทักษะทางภาษา แต่สิ่งที่คุณเข้าพักจะได้รับก็คือรอยยิ้มจริงใจและบริการที่เปี่ยมล้นด้วยน้ำใจไมตรี

สุดท้ายไม่ว่าจะเป็นธุรกิจไหน คุณเบียร์ก็มีความเชื่อว่า “เกิดขึ้น ตั้งอยู่ แล้วก็ดับไป” ทุกธุรกิจมันมีกราฟของตัวเอง คือคุณเริ่มต้นแล้ว ก็จะมีช่วงที่คุณพืด มันยากนะที่จะคงให้ธุรกิจอยู่ต่อไปยาว ๆ ผมว่าหลักนี้หนีไม่พ้น เพราะมันเป็นสัญชาตญาณ แต่สิ่งที่ทำให้ยั่งยืนก็คือการส่งออกมาดีเช็ดจากรุ่นสู่รุ่น” เพราะทีมมองว่าไม่ได้เข้าไปเปลี่ยนวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวบ้าน เขาเป็นแบบไหน ก็อยู่กับกันเหมือนเดิม สิ่งที่ B-Stay เข้าไปช่วย คือการปรับมุมมองใหม่ ๆ ว่าโอกาสอยู่ใกล้ตัว หากเรารู้จักหยิบมาใช้มากกว่า

“ฮอมจะแต” กับเสียงจากเจ้าของโรงแรม

“เราตั้งใจจะทำเป็นบ้านพักอยู่แล้ว พอ B-Stay เข้ามาก็ช่วยเพิ่มช่องทางและขยายโอกาสให้เราเพิ่มรายการได้เพิ่มอีกทาง”

คุณปิณฑิพัฒน์ ศรีชนะ ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่ย้ายถิ่นฐานมาอยู่บุรีรัมย์กว่าหลายสิบปี รอบบ้านพักมีสวนผลไม้ตามฤดูกาล เมื่อแขกมาพักก็สามารถเก็บกินได้ตามใจชอบ พร้อมบ้านต้นไม้ที่เป็นจุดเด่นของแขกไปใครมา



“มันก็เป็นรายได้เพิ่มเข้ามา นอกจากกลุ่มนักศึกษาที่มักจะมาพักทำให้เรามีรายได้เพิ่มขึ้น”

คุณสิริอร พวงพันธ์ ตัวแทนวิสาหกิจหมู่บ้านสวายสอ ที่เดิมทีในชุมชนเองก็ทำโฮมสเตย์อยู่แล้ว โดยจุดเด่นว่าแขกที่มาพักจะได้ชมวิถีชีวิตชาวอีสาน อย่างการทำนา ทอผ้า ทอเสื่อก



“ทุกที่มีจุดถ้อยอยู่ในตัว แต่เราต้องหาจุดเด่นของที่นั้น ๆ ให้เจอแล้วเอามาปรับไปขาย”

คุณไพฑูริย์ ชูเกียรติ นักวิชาการอิสระและข้าราชการบำนาญที่ผันตัวมาเป็นเจ้าของกิจการสปาบำบัดไทย ผู้ให้บริการนวดไทยและรับสอนนวดเลือกที่จะปรับเปลี่ยนเตียงที่ใช้ขนาดมาเป็นเตียงนอนให้แก่ผู้เข้าพัก พร้อมเสนอบริการนวดไทยที่ทำให้ผู้บริการนวดไม่อยากกลับไปไหน ปิดท้ายให้ประทับใจด้วยอาหารพื้นบ้านอีสานมื้อใหญ่ พร้อมผลไม้พื้นถิ่นครบครัน



หมายเหตุ : ฮอมจะแต เพี้ยนมาจากคำว่า “โฮมสเตย์” ซึ่งชาวบ้านสูงวัยมักออกเสียงเพี้ยนเพื่อให้ง่ายต่อการพูด ทั้งยังเป็นเสน่ห์น่ารักที่เราค้นพบ

ประสบการณ์ที่มีแค่นี้

ที่พักแรกที่คนมักจะมีนึกถึงเวลาไปเที่ยวที่ไหนคงหนีไม่พ้นโรงแรม แต่คุณเบียร์ก็หาจุดที่จะสามารถดึงลูกค้าจากโรงแรมมาผนวกเข้ากับ B-Stay ด้วยการพยายามจัดประสบการณ์การท่องเที่ยวเพิ่มเติมอีกหนึ่งอย่าง “คือผมไม่รู้สึกว่าโรงแรมจะมาเป็นผู้แข่งกับเรานะ ต้องหาจุดที่มันเชื่อมโยงกัน และนั่นคือสิ่งที่พวกผมจะทำกันต่อไป ก็คือในส่วนของการท่องเที่ยว”

เพราะนอกจากในแพลตฟอร์มของ Airbnb จะมีบริการหาที่พักแล้วอีกอย่างหนึ่งที่เป็นเครื่องมือสำคัญก็คือโปรแกรม ประสบการณ์ท่องเที่ยว “เดี๋ยวนี้ทุกคนเวลาไปเที่ยวไหน เราก็จะโอเคจนถึงแล้วนะ ถ่ายรูป เช็คอิน แต่ทุกวันนี้มันมีอีกอีกสักหนึ่ง คือฉันก็มาตรงนี้แหละแต่ฉันได้ทำแบบนี้ เคยทำกันหรือเปล่า” อย่างไรก็ตาม กิจกรรมตรงนี้ก็ยังมีสิ่งที่จะต้องไปทำการบ้านต่ออีกพอสมควร “เรื่องของประสบการณ์มันมีรายละเอียดที่ย่อยที่เราคิดว่าน่าสนใจเช่นกัน เราต้องค่อย ๆ ดูด้วยความรอบคอบ อย่างเช่น ถ้าพาเขาไปขี่ควายแล้วตกควายขึ้นมา ใครจะรับผิดชอบ มีประกันไหม เราเลยพยายามเน้นกิจกรรมที่ง่าย ๆ ไว้ก่อน เช่น เวลาทีมงานบวช พาแขกไปร่วมงานบวชกันก็ได้เนะ มันสนุกสนานไง” คุณเบียร์ทิ้งท้ายด้วยความสนุกแบบลูกอีสานตัวจริง

และนี่ก็คือทั้งหมดที่ B-Stay คิด เลือก และลงมือทำ ก็เพราะว่ามัน เป็น อยู่ คือ...บุรีรัมย์ CT

เพราะทั้งเมืองคือโรงแรมของคุณ! คุณมีทสุโยชิ มียาซากิ เจ้าของโรงแรมมาจียาโคะ ฮานาระ ที่เขตยานากะ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น เนรมิตให้เมืองทั้งเมืองกลายเป็นส่วนหนึ่งของโรงแรม โดยมีโรงแรมเป็นเพียงที่นอน ก่อนเข้าไปขอความร่วมมือกับร้านค้าหรือคนในเมืองที่มีกิจการอยู่แล้ว มาแนะนำให้แขกได้ใช้บริการ เช่น ร้านอาหาร ร้านเช่าจักรยาน บ่อออนเซ็น กระทั่งกิจกรรมพื้นบ้านแบบญี่ปุ่น เพื่อเชื่อมโยงให้ธุรกิจในเมืองมีชีวิตชีวา จนทำให้ที่นี่ได้รับรางวัล Good Design Gold Award 2018 ไปอย่างไร้ข้อโต้แย้ง ด้วยแนวคิด “The Whole town = Your Hotel”

ที่มา : hanare.hagiso.jp

ชาวทูลสร้าง “อีสาน” ให้เป็นภูมิภาคที่มีแต่ความสร้างสรรค์

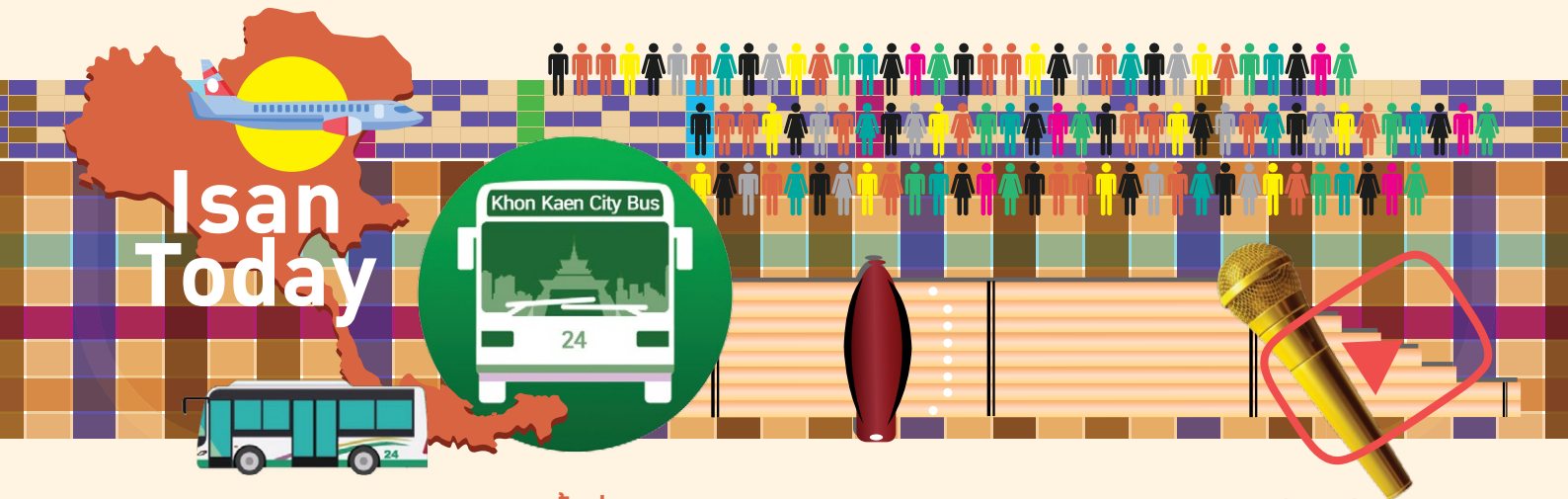
เรื่อง : นพพร คนไว

เจน จาคอบส์ (Jane Jacobs) นักเขียนผู้ทรงอิทธิพลเรื่องการพัฒนาเมืองเคยกล่าวไว้ว่า “การออกแบบเมืองในผืนนั้นง่าย แต่การสร้างเมืองน่าอยู่ขึ้นใหม่ต้องอาศัยจินตนาการ”¹ หากเราพิจารณาถึงต้นกุนทาววัฒนธรรมมากมายในภาคอีสานของไทย ซึ่งมีทั้งความหลากหลายของชาติพันธุ์ วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ที่เมื่อผสมผสานกับจินตนาการที่เต็มไปด้วยความเป็นไปได้ของคนอีสาน ก็เป็นเสมือนปัจจัยที่ทำให้ภูมิภาคนี้พร้อมก้าวสู่การเป็น “เมืองสร้างสรรค์” นิเวศที่มีความสัมพันธ์ระหว่างคน สถานที่ และอัตลักษณ์ของเมือง ซึ่งพร้อมเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันการเติบโตของเศรษฐกิจและความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างไม่ต้องสงสัย

และนี่คือบรรดา “ค่ากลาง” ของการสร้างอีสานให้มีแต่ความสร้างสรรค์ ที่จะเป็นตัวกุนในการสร้างเมืองสู่ความเติบโตในด้านอื่น ๆ ต่อไป

ความหลากหลายของเชื้อชาติและการเติบโตของเมืองในอีสาน

ประชากรที่มีถึง 21 ล้านคน ทำให้เมืองเติบโตขยายไปสู่ชานเมือง เกิดการขยายตัวของโครงสร้างพื้นฐาน และการลงทุนที่เติบโต ทั้งห้างสรรพสินค้า สำนักงาน และที่พักอาศัย อีกทั้งระบบคมนาคมที่เชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้านและทั่วโลก เมื่อผสมกับความหลากหลายของประชากรและการย้ายถิ่นมาอยู่อีสานมากขึ้นของคนนอกถิ่นจนเกิดเป็น “ชนชั้นใหม่” ของชาวอีสาน ล้วนกระตุ้นให้เกิดความต้องการใหม่ ๆ ที่ไม่จำกัด เช่น โรงเรียนนานาชาติเพื่อรองรับลูกครึ่งอีสานที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ หรือโรงเรียนทางเลือกและโรงเรียนสอนวิชาชีพที่รองรับธุรกิจที่กำลังเติบโต



อีสานยุคใหม่ ความได้เปรียบด้านพื้นที่ และเมืองอัจฉริยะ

การเป็นภูมิภาคที่มีพื้นที่มาก เป็นข้อได้เปรียบของการเป็น “ศูนย์กลางดิจิทัล” ที่มีการกระจายตัวสูง โดยปัจจุบันมีศูนย์กลางอยู่ 3 แห่ง คือ หนองคาย มุกดาหาร และ นครพนม ที่ทำหน้าที่เป็นประตูรับสินค้าจากประเทศเพื่อนบ้าน อีกทั้งยังมีกลุ่มยุทธศาสตร์สำคัญของอีสานตอนบนที่ประกอบด้วย อุดรธานี เลย หนองคาย และบึงกาฬ ซึ่งมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

เมื่อบวกเข้ากับแนวคิดเรื่องเมืองอัจฉริยะ กลุ่มขอนแก่นพัฒนาเมือง จำกัด (KKTT) ทำงานร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีโครงการเริ่มต้นอย่าง “ขอนแก่น ซิตี้บัส” ระบบขนส่งมวลชนที่มีระบบติดตามจีพีเอส ระบบวัดสถิติผู้ใช้งานในแต่ละวัน และยังเชื่อมต่อเมืองขอนแก่นเข้ากับสถานีขนส่งหลักของเมือง ซึ่งในอนาคตจะกลายเป็นจุดเชื่อมต่อของรถไฟฟ้าวางเบาและการขนส่งที่มาจากกรุงเทพฯ

อัตลักษณ์ของอีสานกับสายตาของคนรุ่นใหม่

ศิลปินอีสานทั้งกระแสหลักและอิสระต่างปรับเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ที่กำลังเบ่งบาน เกิดเป็นปรากฏการณ์ 100 ล้านวิวบนยูทูปจำนวนมาก โดยไม่ต้องพึ่งการโปรโมตของค่ายใหญ่อีกต่อไป นอกจากนี้จะส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจแล้ว ยังเป็นการส่งต่ออัตลักษณ์ของชาวอีสานให้ชาวโลกได้รู้จักผ่านรูปแบบของธุรกิจบันเทิง ทั้งดนตรีและภาพยนตร์ โดย “ต้นทุน” ในด้านต่าง ๆ เหล่านี้มีศักยภาพที่คนรุ่นใหม่สามารถนำไปต่อยอดและพัฒนาได้อย่างรอบด้านและยั่งยืน พร้อมเปลี่ยนภาพอีสานที่แห้งแล้ง ให้กลายเป็นภูมิภาคที่มีข้อได้เปรียบมากมายในอนาคต

สมการที่ผ่านการผสมผสานองค์ประกอบอันหลากหลายเหล่านี้ ยังสามารถใช้เป็นต้นทางในการมองหา “ค่ากลาง” ของพื้นที่อื่น ๆ ทั่วประเทศ ที่รอการค้นพบและต่อยอดสู่การสร้างศักยภาพของเมืองสร้างสรรค์ลำดับต่อไป ได้อย่างไม่รู้จัก [CT](#)

¹ จากหนังสือ “Cities ความเมืองเรื่องบ้าน” โดย Little Thoughts (กุมภาพันธ์ 2561)



จ. ด่านซ้าย จ.เลย

เทศกาลผีตาโขน ผีไทยที่ดังไกลถึงเวทีโลก

เรื่อง : ชาลินี บจิริราช

จากการละเล่นที่เกิดจากความเชื่อและความศรัทธาของชาวอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลยในอดีต “ผีตาโขน” กลายเป็นเครื่องหล่อหลอมจิตใจของชาวด่านซ้ายเข้าด้วยกันอย่างเหนียวแน่นจนสามารถเดินทางข้ามกาลเวลาและกลายเป็นอัตลักษณ์ประจำพื้นที่ต้นแห่งนี้ อีกทั้งเปลี่ยนอำเภอเล็ก ๆ อย่างด่านซ้าย ให้กลายเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต่างแห่แหนมาเยี่ยมเยือนเพื่อร่วมขบวนความสนุกไปกับสีสัน ความสนุก และเสียงหัวเราะของการละเล่นผีตาโขนที่เกิดจากการสืบทอดและปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมให้เข้ากับบริบทของเมืองและชีวิตความเป็นอยู่ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่สามารถผลักดันให้กลายเป็นสินค้าส่งออกเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว สร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ชุมชน การโรงแรม และร้านอาหารอย่างเป็นกอบเป็นกำ พร้อม ๆ กับการสร้างชื่อให้กับอำเภอเล็ก ๆ แห่งนี้ให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติได้อย่างคาดไม่ถึง

ความสุขจากความศรัทธา

ปลายเดือนมิถุนายนถึงต้นเดือนกรกฎาคมของทุก ๆ ปี ถนนหลายสายในอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย จะแน่นขนัดและคลาคล่ำไปด้วยผู้คน ที่มาเฝ้ารอชมและร่วมสนุกไปกับขบวนแห่ผีตาโขน ที่ออกมาอาละวาดร้องเล่นเต้นรำกันอย่างสนุกสนานตามท้องถนน ท่ามกลางริ้วขบวนที่เต็มไปด้วยผู้คนที่ใส่หน้ากากและแต่งกายคล้ายผี สิ่งที่น่าสนใจคือสายตาดูหนังที่มองที่มาร่วมงาน คือ หุ่นรูปผีตาโขนสองตัว ที่ทำจากไม้ไผ่สานและมีขนาดใหญ่มากกว่าคนธรรมดาถึงสองเท่า มีการประดับตกแต่งแยกเป็นเพศหญิงและชาย หรือที่ชาวด่านซ้ายรู้จักกันในชื่อของ “ผีตาโขนใหญ่” โดยผู้ที่สามารถแต่งชุดเป็นผีตาโขนใหญ่นั้น ถูกสงวนไว้สำหรับคนเฉพาะกลุ่มที่ได้รับอนุญาตจากผีหรือเจ้าก่อน และต้องรับหน้าที่นี้อย่างน้อยเป็นเวลาสามปี ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ไม่ว่าจะเด็กหรือผู้ใหญ่ทั้งชายและหญิง จะแต่งตัวคล้ายผีหรือปีศาจด้วยการสวมหน้ากากเพื่อรับบท “ผีตาโขนเล็ก” ที่คอยสร้างความสนุกผ่านการร้องรำทำเพลงไปพร้อม ๆ กับริ้วขบวนแห่

แม้ว่าเบื้องหน้าของการละเล่นผีตาโขนที่เต็มไปด้วยเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความคิด

สร้างสรรค์ของชาวด่านซ้ายนั้นจะเต็มไปด้วยความสุขสนุกสนานจากการหยอกล้อกันในขบวน แต่เบื้องหลังกลับมีที่มาจากความเชื่อและความศรัทธาทางพระพุทธศาสนา การละเล่นผีตาโขนของชาวด่านซ้ายเป็นส่วนหนึ่งของงานประเพณีบุญหลวงหรืองานบุญประเพณีใหญ่ที่รวมงานบุญต่าง ๆ ได้แก่ งานบุญแวงส บุญสงกรานต์ บุญบั้งไฟ และบุญข้าชะ (บุญชำระ) เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อบูชาหลักเมืองและบวงสรวงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้ช่วยคุ้มครองชาวบ้าน การละเล่นผีตาโขนได้รับอิทธิพลมาจากมหาเวสสันดรชาดก ชาดกในทางพระพุทธศาสนาที่กล่าวไว้ว่า การแห่ผีตาโขนเกิดขึ้นตอนที่พระเวสสันดรและพระนางมัทรีเดินทางกลับสู่เมือง เหล่าผีป่าหลายตนและสัตว์หลากหลายชนิดที่รักทั้งสองพระองค์พากันแฝงตัวมาอยู่กับชาวบ้านเพื่อมาส่งทั้งสองพระองค์กลับเมือง จึงเรียกกันว่า “ผีตามคน” และเพี้ยนมาเป็น “ผีตาโขน” ในปัจจุบัน

นอกจากนี้การละเล่นผีตาโขนยังเป็นประเพณีที่ใกล้เคียงกับการบูชาบรรพบุรุษของอาณาจักรล้านช้างหลวงพระบาง ที่มีจุดประสงค์ในการเล่นเพื่อบูชาดวงวิญญาณของบรรพบุรุษที่มีพลังปกป้องรักษาหรือทำลายล้างบ้านเมืองได้ จึงจัดให้มีการละเล่นผีตาโขนร่วมกันกับขบวนแห่งาน

บุญหลวงเพื่อเป็นการถวายให้วิญญาณบรรพบุรุษพอใจและดลบันดาลให้บ้านเมืองมีแต่ความสุขสงบ

จุดเริ่มต้นของการละเล่นผีตาโขนอยู่ที่วัดโพนชัย ซึ่งเป็นวัดเก่าแก่ที่เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวด่านซ้ายมาตั้งแต่ก่อตั้งชุมชน เจ้าพ่อกวนผู้นำทางจิตวิญญาณของชาวด่านซ้ายที่ได้รับ การสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น จะเข้าทรงวิญญาณเพื่อเสี่ยงทายกำหนดวันจัดงานบุญหลวงที่จัดขึ้นเป็นเวลาสามวันทุกปี และในวันแรกของงานประเพณีบุญหลวง คณะของเจ้าพ่อกวนจะนำขบวนไปนิมนต์พระอุปคุตต์ พระผู้มีฤทธาานุภาพและเนรมิตกายอยู่ในมหาสมุทรเพื่อปกป้องรักษาความสงบสุขที่บริเวณริมแม่น้ำหมัน เมื่ออัญเชิญพระอุปคุตต์เสร็จแล้ว จะนำใส่พานและนำขบวนกลับมาที่หอพระอุปคุตต์ บริเวณวัดโพนชัยเพื่อช่วยปราบมารและป้องกันภัยอันตรายต่าง ๆ ที่จะเกิดในช่วงงานบุญ วันที่สองจะเป็นพิธีการแห่พระเวสสันดรและนางมัทรีเข้าเมืองโดยสมมติให้วัดคือเมือง โดยบรรดาผีตาโขนจะเข้าร่วมในขบวนแห่และเล่นหยอกล้อไปกับผู้คนที่มาร่วมงาน วันที่สามชาวบ้านมานั่งฟังเทศน์มหาชาติ 13 กัณฑ์ที่วัดโพนชัยเพื่อเป็นการสร้างบุญสร้างกุศลให้กับผู้คนที่มาเข้าร่วมงาน



จากพิธีกรรมสู่การแสดง

จากการเป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมทางศาสนา โดยมีจุดประสงค์เพื่อบวงสรวงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากหลวงพระบาง การละเล่นผีตาโขนได้ถูกปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตสังคม และเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไปของชาวด่านซ้าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปีพ.ศ. 2500-2530 เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวท้องถิ่นให้สามารถสร้างตัวเลขทางเศรษฐกิจเป็นที่น่าพอใจให้กับจังหวัดเลย โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและสื่อมวลชนที่ต่างมีส่วนช่วยผลักดันให้ขบวนแห่ของผีตาโขนสามารถเคลื่อนขบวนมาอยู่แถวหน้าบนเวทีระดับประเทศ จนกลายเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศได้สำเร็จ หลังจากได้รับการบรรจุอยู่ในแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวในปีพ.ศ. 2530 การละเล่นพื้นบ้านที่ได้รับการคิดค้นขึ้นสำหรับประกอบพิธีกรรมทางศาสนาจึงถูกปรับรูปแบบให้เป็น “การแสดง” มากขึ้น เพื่อให้กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น มีพิธีเปิดงาน การจัดประกวดขบวนแห่ การประกวดหน้ากากและชุดแต่งกายผีตาโขน หรือการประกวดทำเต้าน้ำสวยงามของผีตาโขน การละเล่นผีตาโขนจึงได้เปลี่ยนสถานะจากการละเล่นเพื่อพิธีกรรมที่เกี่ยวกับความเชื่อและการดำเนินชีวิต มาเป็นการแสดงที่เน้นความบันเทิงสนุกสนาน การจัดงานจึงถูกแบ่งเป็นสองรูปแบบ คือ การละเล่นเพื่อประกอบพิธีกรรมและการแสดงที่มีทีมงานดูแลเรื่องการแสดงเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับชม

นอกจากรูปแบบการละเล่นที่เปลี่ยนไปแล้ว รูปแบบของหน้ากากและเสื้อผ้าของผีตาโขนเองก็เปลี่ยนไปตามสภาพสังคมและเศรษฐกิจเช่นกัน นับเป็นการแสดงให้เห็นถึงฝีมือด้านศิลปะของชาวด่านซ้ายที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องตามกาลเวลา หน้ากากและเครื่องแต่งกายของผีตาโขนในยุคแรก ทำจากวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุเหลือใช้ ส่วนหน้ากากทำขึ้นจากหวดที่ใช่แล้วนำมาเย็บติดกับกากมะพร้าว วาดเส้นลวดลายสีที่หาได้จากธรรมชาติ เช่น สีดำจากถ่าน สีแดงจากปูนหมาก และสีชาจากปูนขาว ซึ่งลวดลายที่วาดนั้นก็ไม่ได้ซับซ้อน มีแค่ตาและปาก โดยตั้งใจวาดให้ไม่ชัดเจนนัก เพื่อเน้นให้หน้ากากมีความลึกลับน่ากลัว ส่วนชุดนั้นเย็บขึ้นจากเศษผ้าหรือจิวพระเพื่อความประหยัด แต่หลังจากที่การละเล่นผีตาโขนได้รับการบรรจุในแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวในปีพ.ศ. 2530 รูปแบบของหน้ากากและเสื้อผ้าของผีตาโขนก็ถูกปรับเปลี่ยนให้มีสีสันที่สดใสเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมงาน ชาวบ้านเริ่มหันไปใช้หวดใหม่ นำสีสังเคราะห์อย่างสีน้ำมันหรือสีพลาสติกมาใช้เพื่อเพิ่มเจดสี มีการเพิ่มรายละเอียดให้มากขึ้น โดยการใช้เทคนิคต่าง ๆ เช่น การลงรักปิดทอง การเสริมลายต่าง ๆ เพิ่มความสวยงาม เช่น ลายเรขาคณิต ลายไทยลายตัวอักษร

เมื่อน้ากากผีตาโขนกลายเป็นสินค้าที่ต้องใช้ความละเอียดมากขึ้น การผลิตหน้ากากเพื่อนำมาขายจึงถูกเปลี่ยนมือจากชาวบ้านทั่วไปมาเป็นกลุ่มช่างที่มีทักษะทางด้านศิลปะที่เน้น

การออกแบบลวดลาย โดยลวดลายนั้นจะเน้นให้เห็นถึงความเป็นกลุ่มเดียวกันเพื่อให้จดจำได้ง่ายในขบวนแห่และมีโอกาสชนะการประกวดมากขึ้น เสื้อผ้าของผีตาโขนเองก็เปลี่ยนไปตามยุคสมัยเช่นกัน จากเดิมที่ใช้จิวพระมาเย็บต่อกันเพื่อความประหยัดเป็นเหตุผลหลัก เนื่องจากชาวด่านซ้ายในสมัยก่อนมีฐานะค่อนข้างยากจน ก็ถูกเปลี่ยนเป็นชุดที่มีสีสันสวยงามได้รับการตัดเย็บโดยใช้ผ้าไหมหรือผ้าจีนโดยช่างฝีมือร้อยตำรวจเอก สนอง อุปลา ผู้ศึกษาวิจัยเรื่องพัฒนาการประเพณีผีตาโขน อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ว่า “เป็นยุคที่ผีตาโขนดูหิบบ่อยและเป็นผีตระกูลผู้ดี ซึ่งเหตุผลในการทำก็คือหวังเงินรางวัลจากการประกวดแข่งขัน”

จินตนาการสร้างรายได้

สีสันความสนุกอันเป็นเอกลักษณ์ของขบวนแห่ผีตาโขนนั้น คือแม่เหล็กที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศแห่แหนเข้ามาชมงานที่อำเภอด่านซ้ายมากขึ้นทุกปี ในปีพ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวกว่า 103,000 คนเข้าร่วมงานและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ผลิตภัณฑ์ชุมชน และสินค้าของที่ระลึกให้กับอำเภอด่านซ้ายและอำเภออื่น ๆ ของจังหวัดเลย เช่น อำเภอภูเรือและอำเภอเชียงคาน กว่า 123.6 ล้านบาท หน้ากากผีตาโขนกลายเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้กับผู้คนในชุมชนเป็นอย่างมาก ณรงค์ คำยี่ เจ้าของร้าน “คนโขน” ในอำเภอด่านซ้ายเล่าว่า มีคนสั่งจองหน้ากากสำหรับใส่เล่นในเทศกาลประเพณีภูหลวงและการละเล่นผีตาโขนปีที่ผ่านมาเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้องทำงานแข่งกับเวลาเมื่อผลิตให้ทันกับความต้องการของลูกค้า แต่ด้วยความละเอียดของชิ้นงานที่ต้องทำด้วยมือ ทำให้การผลิตหน้ากากหนึ่งชิ้นใช้เวลานานถึง 7-14 วัน โดยแต่ละชิ้นทำจากทามะพร้าวที่ต้องนำไปแช่น้ำ 2-3 วันเพื่อให้มีความอ่อนนุ่มพอที่จะนำไปขึ้นแบบกับกระป๋อง จากนั้นต้องนำไปตากแดดให้แห้งอีก 1-2 สัปดาห์เพื่อนำมาประกอบกับหวดก่อนที่จะนำไปเจาะตกแต่งหน้าตาและลงสีวาดลาย สนราคาต่อชิ้นอยู่ที่ 500-1,000 บาทแล้วแต่ความยากง่ายของลาย ในสมัยก่อน เมื่อจบงานแล้ว ชาวบ้านจะไม่นำหน้ากากและเสื้อผ้าผีตาโขนกลับเข้าบ้าน แต่จะนำไปทิ้งแม่น้ำหมันเพื่อเป็นการทิ้งความทุกข์ไปกับสายน้ำ แต่ทุกวันนี้ ด้วยลวดลายที่สวยงามแปลกตา ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการนำหน้ากาก





กลับไปเป็นที่ระลึก เกิดเป็นกิจกรรมซื้อขาย หน้ากากที่ใช้เล่นในขบวนแห่หลังจบงาน โดยมีราคาสูงถึง 3,000-4,000 บาทต่อชิ้นแล้วแต่ความสวยงามของลายบนหน้านากนั้นเอง

จริงอยู่ว่ามูลค่าของหน้ากากมีตาโขนั้นแปรผันตามฝีมือด้านศิลปะในการสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างประณีตบรรจง แต่ด้วยราคาที่สูงทำให้นักท่องเที่ยวหลาย ๆ กลุ่มต้องคิดก่อนที่จะควักกระเป๋าจ่าย หรือบางทีก็เลือกที่จะไม่ซื้อเลยเพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีงบในการใช้จ่ายมากนักสามารถซื้อของที่ระลึกได้อย่างไม่ตะขิดตะขวงใจ อารยา เครือหิษฐ์ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนศรีสองรักวิทยา จึงเริ่มบริษัท ตาโข จำกัด ในปีพ.ศ. 2558 โดยรวมตัวกับเพื่อน ๆ ทำสินค้าที่ระลึกที่มีราคาจับต้องได้สบายกระเป๋า อย่างหน้ากากมีตาโขजूเสียด พวงกุญแจ หรือโคมไฟวาดลายมีตาโขมาจำหน่ายในช่องว่างทางการตลาดที่มองเห็นนี้ “จุดเด่นของผลิตภัณฑ์จะเป็นงานแฮนด์เมดทั้งหมด โดยเพื่อน ๆ ในกลุ่มช่วยกันวาดลวดลายลงบนพวงกุญแจบัง หน้ากากมีตาโขขนาดเล็กบ้าง ส่วนเสียดใช้วิธีสกรีน ลินค่านำไปวางจำหน่ายในร้านขายของที่ระลึกที่อำเภอด่านซ้ายและอำเภอใกล้เคียง” อารยา กล่าว สินค้าที่ระลึกราคาเข้าถึงได้เหล่านี้ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เห็นได้จากยอดขายเสียดเฉลี่ย 300-400 ตัวต่อเดือน แม้จะไม่ใช่วัสดุที่จัดงานประเพณีมีตาโข ในช่วงที่มี

ออร์เดอร์เข้ามาเยอะแต่ไม่สามารถทำได้ทัน เนื่องจากเป็นช่วงเปิดเทอม อารยาจะแบ่งงานให้ชาวบ้านในพื้นที่ช่วยกันวาดลายบนสินค้าต่าง ๆ ทำให้ในแต่ละเดือนชาวบ้านซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรสามารถมีรายได้เสริมเดือนละ 3,000-4,000 บาท

เคลื่อนขบวนสู่เวทีโลก

การสนับสนุนงานประเพณีมโหรีหลวงและการละเล่นมีตาโขจากหลายภาคส่วนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเลยเป็นเวลาต่อเนื่อง ทำให้การละเล่นมีตาโขมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและเทศจนสามารถเลื่อนระดับจากประเพณีท้องถิ่นสู่ระดับจังหวัด ระดับประเทศ และไปได้ไกลถึงระดับนานาชาติ ที่นำไปสู่ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรม โดยปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา กระทรวงวัฒนธรรมร่วมกับจังหวัดเลย หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจัดงาน “งานประเพณีมโหรีหลวงและการละเล่นมีตาโข มหกรรมหน้ากากนานาชาติประจำปี 2562” ช่วงวันที่ 5-7 กรกฎาคม 2562 งานนี้ไม่ได้มีแค่การแสดงจากมีตาโขเท่านั้น แต่ยังมีการแสดงหน้ากากนานาชาติจากนานาประเทศ เช่น จีน ฟิลิปปินส์ ลาว และอินโดนีเซีย ซึ่งเรียกความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่มาร่วมชมงานได้เป็นอย่างดี “การจัดงานยิ่งใหญ่ขึ้นทุกปี ครั้งนี้จะได้ชมขบวนแห่ของท้องถิ่น จะได้เห็นขบวนแห่รัชกาลที่ 10 หมายถึงประชาชนได้ร่วมกันแสดงออกถึงความจงรักภักดี นอกจากนี้ยังมีมีการแสดงหน้ากากของ

4 ประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นการแลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรมร่วมกันด้วย ซึ่งจะเห็นพี่น้องประชาชนชาวต่างชาติมาเที่ยว ล้างรายได้ให้คนในท้องถิ่นจังหวัดเลย” นายกฤษศญพงษ์ ศิริ ปลัดกระทรวงวัฒนธรรมกล่าว

การยกระดับสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมให้เป็นที่น่าสนใจในระดับนานาชาติทำให้ลวดลายอันเป็นเอกลักษณ์และสีสันที่โดดเด่นของหน้ากากมีตาโขไม่ได้แค่เตะตานักท่องเที่ยวที่มาร่วมประเพณีที่ด่านซ้ายเท่านั้น แต่ยังโดนใจของนายอันเดรีย มาร์คอน (Andrea Marcon) กงสุลกิตติมศักดิ์เมืองเวนิส ถึงขั้นเชิญชวนให้เหล่ามีตาโขไปร่วมแสดงบนเวทีระดับโลกอย่างงาน “หน้ากากคาร์นิวัล” เทศกาลหน้ากากอันเก่าแก่ของอิตาลีที่เมืองเวนิส ที่ภายในงานจะมีการสวมหน้ากากและแต่งตัวอย่างอลังการสร้างสีสันความสนุกสนานและความตื่นเต้นให้กับผู้เข้าชมจากทั่วโลก และประเทศไทยเป็นประเทศแรกในเอเชียที่ได้รับเชิญไปร่วมงานนี้

การละเล่นมีตาโขที่ถูกส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นและได้รับการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับเมืองและชีวิตความเป็นอยู่ที่เปลี่ยนไปตามกาลเวลาสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมขั้นนี้ที่สามารถสร้างชื่อให้กับเมืองสร้างงานและรายได้ให้กับผู้คน อีกทั้งเป็นที่ยึดเหนี่ยวและสร้างความสุขพร้อมกับเสียงหัวเราะให้กับชาวด่านซ้ายมาตลอดทุกยุคทุกสมัย [CT]

ที่มา : บทความ “มีตาโขย้อยส่วนที่ระลึกเล็ก ๆ แต่มีเรื่องราว” จาก thaipr.net / บทความ “สุดคึก ‘มีตาโข’ ชาวด่านซ้าย” จาก siamrath.co.th / บทความ “มีตาโข” หนึ่งในเดียวในโลก เทศกาลงานบุญใหญ่อีสาน” จาก thansettakij.com / “เที่ยวชมเทศกาลมีตาโข อ.ด่านซ้าย จ.เลย” จาก รายการไอโฮ ไทยแลนด์ (01-09-62 | 1/2) / “เจาะลึกถึงการทำหน้ากากมีตาโข” จาก รายการ ไอโฮ ไทยแลนด์ (08-09-62 | 2/2) / บทความ “โดดเด่น! ‘มีตาโขเมืองเลย’ ร่วมโชว์ต้นตากลางงานหน้ากากคาร์นิวัลเวนิส” จาก matchon.co.th

เส้นทางสายเกลือ(สินเราว์) เส้นทางสายทองของภาคอีสาน



เรื่อง : พัชรินทร์ พัฒนานุญไพบุลย์ | ภาพ : มนต์รี โสภา และกัรรธา ดิษฐาภรณ์

“เกลือ” เป็นแร่ธาตุสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ นอกจากใช้เป็นเครื่องปรุงแต่งรสอาหาร และใช้ถนอมอาหารในรูปแบบการหมักดองเพื่อให้เก็บรักษาไว้ได้ยาวนานขึ้น เกลือยังมีสรรพคุณทางยา และในประวัติศาสตร์โลกยุคโบราณ เกลือเป็นวัตถุที่มีทั้งคุณค่าและมูลค่าในกระบวนการแลกเปลี่ยน จนถูกเรียกว่า “ทองขาว” เพราะพื้นที่ที่ผลิตเกลือได้ ถือว่ามีแต้มต่อในการติดต่อแลกเปลี่ยนสินค้าจากภายนอก ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของชุมชนเมือง ไปจนถึงเส้นทางการค้า



เกลือสินเธาว์มันกินไม่ได้ กินแล้วคอปอก กินแล้วมันไม่ดี มันไม่มีไอโอดีนไม่ใช่เหรอ เพื่อนก็เลยบอกว่า น่าจะเป็นเรื่องของมายาคติ ต้องระวังให้ดี ”

ขณะที่ “เกลือ” ยังก้าวข้ามมาเป็น “ต้นทุนทางวัฒนธรรม” ที่ล้ำค่าในการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ หรือ “เส้นทางสายเกลือ” เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับชุมชนภาคอีสานของไทย จากโครงการที่ริเริ่มโดยสองนักออกแบบอย่าง อ. ต้น - ดร.ศราวุฒ ปิ่นทอง อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปะการออกแบบเชิงวัฒนธรรม คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร และ ปาร์ค - ชยารพ บุรพัฒน์ ผู้ก่อตั้ง Assajan Collective ซึ่งนำเอา “เกลือสินเธาว์” หรือที่เรียกว่า Rock Salt ทองคำสีขาวในดินของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มาฉายภาพให้คนรุ่นใหม่ได้สัมผัสกับวัฒนธรรมความเค็มที่สืบทอดกันมานับพันปีนี้ด้วยเป้าหมายในรักษาภูมิปัญญาพื้นถิ่นและนำเอาความเจริญที่ยั่งยืนเข้าไปในผืนดินอีสาน ที่ได้ชื่อว่าเป็น “โดมเกลือ” ที่ใหญ่ที่สุดในโลก

จุดเริ่มต้นที่สนใจเกลือ

อ. ต้น : สิ่งที่ผมคิดจะทำก็คือ เราจะต้องไม่ปล่อยให้วัฒนธรรมเป็นพัน ๆ ปีนี้มันหายไป แล้วเราจะแก้ปัญหาอย่างไรโดยนำเอาความคิดเรื่องการออกแบบในบริบทของการสร้างสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ เข้ามาลองแก้ปัญหาให้กับในชุมชนดู เพราะว่ามันเป็นปมของผมตั้งแต่ตอนที่ได้มีโอกาสลงไปทำวิจัยที่อีสาน ตอนนั้นลงไปทำเรื่องเกี่ยวกับเรือนไทย แล้วเราพบว่ามันมีเรื่องของมายาคติหรือเรื่องของการเบียดเบียนข้อมูลด้วยเหตุผลอะไรบางอย่างในหลาย ๆ ช่วงของการทำงาน เช่น สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นไม่ได้ถูกจัดอยู่ในกลุ่มของสถาปัตยกรรมที่ถือเป็นเรือนของเจ้าขุนมูลนาย แต่ตอนที่เราไปลงพื้นที่ภาพที่เห็นคือเราเห็นชาวบ้าน ไม่เห็นเจ้านาย แล้วก็เห็นวิถีของคนนั้นได้มีโอกาสเห็นชาวบ้านเขาทำเกลือ ซึ่งพอดีกับว่าตอนนั้นเพื่อนผมก็สอนเรื่องเกี่ยวกับพื้นถิ่นอยู่ แล้วเขาก็สนใจเรื่องเกลือ เราก็ถามว่าทำถึงสนใจเกลือสินเธาว์มันกินไม่ได้ กินแล้วคอปอก กินแล้วมันไม่ดี มันไม่มีไอโอดีนไม่ใช่เหรอ เพื่อนก็เลยบอกว่าน่าจะเป็นเรื่องของมายาคติ ต้องระวังให้ดี ผมก็เลยคิดว่านี่เราน่าจะโดนหลอกอีกแล้ว ก็เลยเก็บภาพวันนั้นไว้ว่าสิ่งที่ชาวบ้านทำมันเป็นยังไง

จนกระทั่งเราได้มีโอกาสทำงานให้กับกรมการพัฒนาชุมชน ไปทำ OTOP ทั่วประเทศ 450 ผลิตภัณฑ์ ผมมีหน้าที่ไปนั่งสร้างเรื่องราว (Story) ให้เขาไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่นี้ 450 ผลิตภัณฑ์ มันมีอยู่ 140 โปรดักส์จากอีสาน แต่ก็ไม่มีการเกลือเลย ผมเลยสงสัยว่าแล้วเกลือมันหายไปไหนในบริบทปัจจุบัน เมื่อมันเป็นคำถาม ผมก็เลยกลับไปคุยกับเพื่อนที่ทำเรื่องเกี่ยวกับ

เกลืออีก ซึ่งตอนนั้นเขาได้ลงวิจัยหลายพื้นที่แล้ว ในแหล่งเกลือต่าง ๆ ในอีสาน ตอนที่ไปนั่งคุยในท้องทำงานเขาก็เห็นชั้นวางเกลือจากแต่ละแหล่งมีหลายสีเลย จากจุดนั้น เราเลยรู้สึกว่าจะทำอะไรสักอย่างหนึ่งให้คนได้รับรู้เรื่องเกี่ยวกับเกลือ แล้วก็ภาพสุดท้ายที่จำได้คือผมไปทำวิจัยเรื่องเกี่ยวกับพญานาคที่คำชะโนด โกลี ๆ นั้นมันมีแหล่งเกลืออยู่ เราก็เห็นถุงพลาสติกห้อยเกลือไว้ถุงละ 20 ก็ถามเพื่อนถามชาวบ้านแถวนั้นว่าขายเกลือถุงละ 20 เองหรือ ในขณะที่เกลือหิมาลัยขวดชนิดเดียวราคาเป็นร้อยเลยมองว่าถ้าเรามาทำให้เกลือบ้านเราดีขึ้น ทำแพ็คเกจจิ้ง มีเรื่องเล่าที่มาที่ไป มันจะสู้กับเกลือต่างประเทศได้ไหม

เกลือสินเธาว์ VS เกลือสมุทร VS เกลือหิมาลัย

อ. ต้น : ด้วยความอยากรู้ ผมเลยเอาเกลือสินเธาว์ เกลือสมุทร และเกลือหิมาลัยไปเข้าแล็บทดลองเปรียบเทียบในเชิงของสารประกอบเลย ซึ่งผลก็พบว่า ค่าความชื้นจริงของเกลือหิมาลัยจะน้อยกว่า แต่ค่าไอโอดีนของเกลือสมุทรกับเกลือสินเธาว์ในบ่อที่เราไปดูมันใกล้เคียงกัน ค่าของโซเดียมคลอไรด์ก็แทบจะไม่ต่างกัน ส่วนการทดสอบโลหะหนัก เราไม่พบในเกลือแ่งกับเกลือสินเธาว์ แต่ว่าของเกลือหิมาลัยก็มีบางตัวที่เจอโลหะหนักอย่างปรอทหรือตะกั่ว ซึ่งพอผลออกมาแบบนี้ ผมยิ้มเลย เพราะเกลือเราก็ไม่แพ้เขา ฉะนั้นวิธีการมันจึงมาอยู่ที่การเล่าเรื่องและการออกแบบแล้วว่าเราจะดีไซน์ตรงไหนเพื่อยกระดับมูลค่าของเกลือได้

หลังจากตั้งเป้าว่าจะดันเกลือสินเธาว์ให้มีค่าเท่าเกลือหิมาลัย จากนั้นเราทำอย่างไรต่อ

อ. ต้น : ผมก็ไปหาหนังสือที่พูดถึงตำนาน เรื่องราว บทสัมภาษณ์ หรือพวกบันทึกที่ไปคุยกับคนที่เคยทำเกลือในพื้นที่ต่าง ๆ ในอีสานมาอ่านเยอะมาก แต่ไปสะดุดเรื่องหนึ่งคือ “นิทานธรรณีเกลือ เรื่องลูกสาวนายฮ้อยบ่อเกลือหัวแฮด” ที่เขียนว่าแม่น้ำสงครามและลำน้ำที่ทำเกลือกันมีความยาวถึง 420 กิโลเมตร ก็เลยคิดถึงเรื่องของ “เส้นทาง” ว่าถ้าผมเล่าเรื่องเกลือผ่านการท่องเที่ยวตามเส้นทางสายเกลือ แล้วก็นำวัฒนธรรมกับองค์ประกอบสำคัญของความเป็นมนุษย์อย่างปัจจัย 4 มาพลิกแปลงให้เป็นโปรเจกต์ขึ้นมาจะดีไหม เช่น เรื่องอาหาร เราก็เอาศิลปะการทำอาหาร (Gastronomy) เข้ามาจับ หรือนำแรงบันดาลใจเรื่องสินทรัพย์จากพื้นถิ่นมาใช้ อย่างไวน์ของฝรั่งเศสที่จะมีเรื่องราวว่าผลิตจากที่ไหน ปีไหน แคว้นไหน คนที่ละเอียดหน่อยก็จะรู้ไปถึงภูมิภาค ประเทศ วันนั้นปีนั้น มันร้อนมันขึ้นอย่างไร ผมมองว่าในเมื่อเกลือของไทยหรือเกลืออีสาน มันถูกทำให้ด้อยค่าไปด้วยเหตุผลอะไรก็ตาม ถ้าเราทำให้มันเป็นโปรดักส์ที่มีชื่อเสียง วันหนึ่งคนก็จะกลับมามองว่าเกลือพวกนี้ก็มาจากที่ที่เรามองข้ามมานานแหละ

การนำเกลือสินเธาว์ไปใช้กับศิลปะการกำอาหารเป็นอย่างไร

อ. ต้น : เริ่มจากหาคำก่อนว่าใครจะเป็นคนที่บอกเรื่องเกลือในการทำอาหารได้ดีที่สุด ซึ่งก็ต้องเป็นคนที่ใช้เกลือตัวจริงอย่างเชฟ ผมเคยทำงานกับเชฟแบล็ก (ภาณุภน บุลสุวรรณ แห่ง Blackitch Artisan Kitchen) ก็ไปนั่งคุยกันว่าเราอยากทำเรื่องเกลือ แต่ไม่รู้ว่าจะเกลือมันอร่อยกว่ากันหรือเปล่าหรือเกลือไหนอร่อย เกลือไหนไม่อร่อย เชฟเองก็มีความถนัดในเรื่องของ



คือก็ต้องบอกเขาว่า มีคนอยากจะเอาของเขาไปขายนะ คิดง่าย ๆ ว่าเกลือขายได้กิโลละไม่ถึง 5 บาท บางทีโลละ 2-3 บาท เราก็บอกเขาว่าถ้าเราเอาไปทำให้เป็นโปรดัคส์ดี ๆ เหมือนเกลือหิมาลัย ขายราคาแค่ครึ่งเดียวของเขา เราก็ได้แล้ว”

การใช้ภูมิปัญญาพื้นถิ่นอย่างการใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นอยู่แล้ว กลายเป็นว่าพอได้คุยกัน เขาก็สนใจเหมือนกัน แล้วก็บอกว่า จริง ๆ เซฟเขาใช้เกลือสินเธาว์อยู่แล้ว กลายเป็นว่าบ่อเกลือนี้เซฟก็รู้จัก เพราะว่ามีวิชาการที่ทำวิจัยก็เคยเอาเกลือมาขายให้เหมือนกัน เซฟก็เอามาลองใช้แล้วก็ชอบ เลยซื้อไปใช้ที่ร้านต่อ

พอเป็นแบบนี้ ผมเลยคุยว่าอยากจะทำให้เกลือเป็นที่รู้จัก เป็นตัวเล่าเรื่องเป็นตัวพรีเซนเตอร์พื้นที่ เพื่อดึงให้คนเข้ามารู้จักพื้นที่ตรงนี้ เข้าใจวิถีชีวิตวัฒนธรรม ผมก็เลยทำเป็นพรีเซนเตอร์โครงการไปคุยกับสำนักอีสานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเขาก็สนใจเรื่องวัฒนธรรมเกลือ และเส้นทางท่องเที่ยวสายเกลือเหมือนกัน แต่ว่ายังไม่เคยทำ

เกลือสินเธาว์ร้อยแคะโหนด

อ. ต้น : คือข้อมูลจากคนทำอาหารที่เขาเป็นเซฟ เขาจะมีความละเอียดอ่อนเรื่องรสชาติ หรือเรื่องของการรับค่ามากกว่าเรา ตอนคุยกับเซฟแบล็ก เขาก็บอกว่าเกลือสินเธาว์มีความกลมกล่อมมีรส มีสมดุลในรสชาติ แล้วก็สามารถนำไปใช้ในตัวอื่น ๆ ได้เยอะ เท่าที่ทราบมา เกลือที่เขาไปใช้ทำปลาร้าหรือปลาล่อมได้นั้นมันต้องเป็นเกลือสินเธาว์ ใช้เกลือสมุทรไม่ได้ ก็สันนิษฐานว่าน่าจะเป็นเรื่องของโซเดียม หรือปริมาณไอโอดีนที่มากกว่าเกลือสินเธาว์ ซึ่งตรงนี้นั้นก็สะท้อนวิถีชีวิตของคนอีสานได้ด้วย

แล้วในด้านการท่องเที่ยว คนจะได้เห็นอะไรในเส้นทางสายเกลือบ้าง

ปาร์ค : ล่าสุดเรานำข้อมูลทั้งหมดมาวางบนโต๊ะแล้วคุยกันว่ามันจะเป็นธุรกิจได้ยังไงในเชิงของโปรดัคส์หรือการท่องเที่ยว ในแง่การท่องเที่ยว เราก็คิดว่านักท่องเที่ยวมีอยู่ 2 กลุ่มใหญ่ กลุ่มแรกคือกลุ่มกว้าง กิน-ใช้ทั่วไป ส่วนกลุ่มที่สอง จะเป็นกลุ่มที่เขาเน้นหาประสบการณ์ เขาก็มองต่อไปว่ากลุ่มที่เขามองหาประสบการณ์นี้ เราจะต้องให้อะไรเขาบ้าง ก็ดูไปการท่องเที่ยวของญี่ปุ่น เขาก็จะมีการท่องเที่ยวแบบแคมป์ การกินซูชิแบบเอาต์ดอร์ ซึ่งทุกอย่างมันมีเกลือเข้ามาเป็นส่วนประกอบ เป็นวิถีชีวิตหมดเลย ก็ได้ไอเดียตรงนั้นมา

อ. ต้น : เรื่องการท่องเที่ยว ตอนที่ไปคุยกับ ททท. เขาก็สนใจ แต่ว่าขอมา 2 อย่าง หนึ่งคือให้ช่วยแก้ว่าทำไมคนถึงไม่ไปเที่ยวอีสาน ซึ่งตรงนั้นผมก็ตอบว่าคนไม่ไปเพราะมลายด์เซ็ด คนที่จะไปอีสาน ทางเดียวที่จะปรับได้ก็คือ

ต้องเล่าว่าอีสานมันเจ๋งยังไง ส่วนอันที่ 2 เขาขอให้โครงการมี 2 ส่วน ที่ควรจะต้องประกอบกัน คืออยากให้มีความเกี่ยวข้องกับอาหารการกิน (Gastronomy) และอยากให้เทศกาล (Festival) อย่างเรื่อง Gastronomy มันได้อยู่แล้ว เพราะเกลือกับอาหารมันอยู่คู่กัน และเราก็มีเซฟที่พร้อมลุยกับเราอยู่แล้ว ส่วนเรื่องเทศกาล ผมก็ไปดูว่าที่อีสานทำอะไรได้บ้าง แล้วเราก็ไปเจอว่ามันมีความเป็นไปได้ในการจัด “เทศกาลเกลือ” (Salt Festival) คือการปั้นเกลือเป็นตัว แต่เรามองว่าเกลือเป็นของที่มีคุณค่า ชาวบ้านเขาทำไว้อย่าง ผมไม่อยากจะเอามันเฉย ๆ ผมเลยอยากจะเอาสิ่งที่มันเหลือจากการทำเกลือมาปั้นมากกว่า ซึ่งกระบวนการในการทำเกลืออีสาน มันจะเหลือดินเค็มเอาไว้ แล้วก็เอาดินตรงนั้นมาใช้ปั้น

เล่าถึงกระบวนการทำเกลือสินเธาว์

อ. ต้น : กระบวนการทำเกลือ มีทั้งหมด 2 แบบ แบบแรกคือต้ม โดยสูบน้ำจากชั้นเกลือบาดาลขึ้นมา แล้วเอามาต้มเป็นเกลือ อันนี้จะไม่มีการปนเปื้อนแบบที่ 2 คือแบบโบราณดั้งเดิม คือเกลือมันอยู่ในชั้นหินใต้พื้นลงไป เวลาฝนตกน้ำจะดันความเค็มขึ้นมา พอเข้าฤดูแล้งก็จะเกิดเป็นคราบขาวอยู่กับดิน เป็นครีตละของเกลือไหลขึ้นมาบนผิวดิน ชาวบ้านก็จะขุดดินนี้ขึ้นมาแล้วก็เอามาใส่ราง เติมน้ำลงไป แล้วเขาก็จะมีกระบวนการกรองแยกดินกับน้ำออกมา ซึ่งน้ำนั้นก็คือน้ำเกลือ เขาก็เอาน้ำนี้ไปต้มจนได้เกลือ ส่วนดินก็เททิ้ง ซึ่งก็เป็นเกลือที่เราอยากเอามาใช้ในเทศกาลปั้นเกลือ คือถ้าสังเกตในพื้นที่ เราจะเห็นกองดินที่ถูกขุดขึ้นมาเพื่อใช้วางกระทะต้มเกลือและมีรางไม้ที่ทำจากไม้ตาลสำหรับใช้ล้างเกลือปรากฏให้เห็นอยู่ประปรายตามแหล่งน้ำขนาดใหญ่ในพื้นที่แถบนี้

เส้นทางสายเกลือที่วางไว้มีกี่เส้นทาง

อ. ต้น : ผมเสนอไป 3 เส้นทาง อีสานตอนบน ตอนกลาง และตอนล่าง ซึ่งตอนบนเป็นทริปแรก ก็จะมีแม่น้ำสงคราม แม่น้ำมูล แม่น้ำชี 3 เส้น ที่เราจัดไปแล้ว โดยเชิญนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเข้ามาร่วมทริป (Fam Trip) กับเรา ให้เข้าไปสัมผัสวิถีชีวิตคน เล่าเรื่องจากต้นน้ำ เริ่มตั้งแต่ทำทำไมอีสานถึงมีเกลือ แล้วก็ให้เห็นวิถีชีวิตอื่น ๆ ด้วย เช่น ความของภาคอีสานว่ามีวิถีเกี่ยวข้องกับเกลือยังไง หรือเรื่องว่าเกลือกับข้าว มีการแลกเปลี่ยนกันยังไงสมัยก่อน คนทำเกลือไม่มีข้าว คนทำข้าวก็ไม่มีเกลือ ก็เอาข้าวมาแลกเกลือ

เขาเกลือมาแลกข้าว เป็นวิถีที่แตกต่างกันของคนที่อยู่บนภู กับคนที่อยู่ในที่สูง ที่ราบ หรือที่ลุ่ม นอกจากนี้ก็ยังถ่ายทอดเรื่องของภูมิปัญญาอีสาน ที่มีความสัมพันธ์กับเรื่องฤดูกาล เรื่องของวันเวลา แล้วก็มาผูกกับคติและวิถีเกษตรกรรม เราจะเห็นว่าคนอีสานก็จะมีพิธีการอะไรต่าง ๆ มากมาย ซึ่งสอดคล้องกับฤดูกาล อย่างความเชื่อว่าถ้าทำเกลือแล้วจะทำให้ดินเค็มเสียหาย แต่จริง ๆ แล้ว ช่วงหน้าฝนเขาก็ใช้ทำนากันในพื้นที่นี้แหละ แต่จะทำเกลือเฉพาะช่วงหน้าแล้งประมาณ 6 เดือน

วิถีการบริโภคเกลือของภูอีสานเป็นยังไง

อ. ต้น : ผมไปตามคนที่ทำเกลือมาว่าทำแล้วเขาเอาไปขายใคร คือนอกจากบริโภคเอง เขาก็มี 'สายเกลือ' ของเขา เวลาทำเกลือ ต้มเสร็จก็เอาไปไว้ที่บ้าน เก็บในฉางเกลือ พอถึงเวลา มีเกลือเยอะ ๆ หรือว่าไม่มีที่จะเก็บแล้ว เขาก็จะเอามาแพ็กแล้วก็เอาไปรษณีย์ไปส่งขายไปที่สายเกลือของเขา ส่วนใหญ่ก็เป็นบ้านหรือเป็นหมู่บ้านในชุมชนที่ชื่อของเขายู้อ้อย ๆ แล้วพวกนี้เขาจะมีสายเกลือแบบไม่ทับเส้นทางการขนส่งตรงไปหัวแฮดที่จังหวัดบึงกาฬ พอถึงหน้าน้ำ พื้นที่ตรงนั้นจะทำอะไรไม่ได้เลย เพราะว่ามันท่วมเข้าไป มีลักษณะคล้ายป่าชายเลน ที่นี้ปลูกข้าวไม่ได้ ทำเกลือไม่ได้ เขาก็จะปล่อยให้ปลาผาออกไข่ เป็นพื้นที่อนุบาลสัตว์น้ำ พอปลาโตเขาก็ใช้เกลือที่มีมาปรุง มาถนอมอาหาร พอแล้วก็ทำเกลือ เป็นวงจรแบบนี้

มีวิธีพูดกับชาวบ้านยังไถ่เรื่องการพัฒนาเส้นทางสายเกลือเป็นเส้นทางเศรษฐกิจ

อ. ต้น : คือก็ต้องบอกเขาว่า มีคนอยากจะทำของเขาไปขายนะ คิดง่าย ๆ ว่าเกลือขายได้กิโลละไม่ถึง 5 บาท บางทีโลละ 2-3 บาท เขาก็บอกเขาว่า ถ้าเราเอาไปทำให้เป็นโปรดักส์ดี ๆ เหมือนเกลือหิมาลัย ขายราคาแค่ครึ่งเดียวของเขา เราก็ได้แล้ว แต่ประเด็นคือว่าส่วนแบ่งตรงนี้ ชาวบ้านได้อะไร ถ้าวันหนึ่งไม่มีใครมาทำก็ มาแพ็กแจกให้ เพราะฉะนั้นมันคือทำยังไงให้เขาเห็นคุณค่าทางเศรษฐกิจของสิ่งที่เขาทำ สิ่งที่เขาทำ สิ่งนั้นถึงเป็นเรื่องสำคัญมากกว่า



ปาร์ค : การพูดคุยผมว่าอย่างแรกต้องไปดูว่าพื้นที่ตรงนั้นเป็นของใคร เทศบาลมีส่วนเกี่ยวข้องมากแค่ไหน เพราะภาพแรกที่เราเดินเข้าไป ชาวบ้านเขาจะจำเลยที่เราพบกับใคร พูดภาษาอะไร ทีนี้เราก็คุยผ่านนักวิชาการที่น่าเชื่อถือเวลาเดินเข้าไปก็เดินไปพร้อมกับเทศบาล เราไปในฐานะคนอยากรู้จักจริง ๆ ก่อนไม่ได้ไปแบบขอซื้อหน่อยอะไรแบบนี้ ซึ่งชาวบ้านเขาก็จะค่อย ๆ เห็นภาพไปกับเรา จนภาพสุดท้ายที่จะได้เห็นชัดก็คือวันที่เขาไปจัดกิจกรรม Fam Trip เส้นทางสายเกลือกัน ที่ชาวบ้านเขาก็ได้มีส่วนร่วมด้วยโครงการเรามากขึ้น

หลังจากทริปแรก ชาวบ้านตอบรับกับกิจกรรมของเรายังไม่บ้าง

อ. ต้น : สเต็ปที่ผมวางไว้ คือเราต้องสร้างการรับรู้ (Awareness) ก่อนทำให้เขาเห็นความเป็นไปได้ว่ามันจะเป็นยังไง เห็นในสิ่งที่ผมเห็น ว่ามันมีความเป็นไปได้ในการที่จะอนุรักษ์ภูมิปัญญานี้ไว้ เพราะถ้ามองเกลือในแง่ของการผลิตอย่างเดียว มันก็คงได้เท่าที่เขาทำ ถึงผมไม่ทำเกลือให้มูลค่ามันเพิ่มอีกสัก 100 เปอร์เซ็นต์ มันก็ไม่ได้หมายความว่าทำให้วิถีเขามันดีขึ้นตลอด แต่สิ่งที่เราพยายามจะให้เขาเห็นก็คือ เราอยากให้เห็นว่าที่เขายู้อ้อยวันนี้ มันมีความงามอยู่นะ แล้วเขาต้องอยากบอกให้คนข้างนอกรับรู้ด้วย

เพราะฉะนั้นสเต็ปที่วางเอาไว้ มันเป็น 3 ขั้นตอน ขั้นแรกเป็นเรื่องของการสร้างการรับรู้ให้คนเห็นเยอะ ๆ แล้วให้เกิดความสนใจว่าถ้าจะไปเที่ยวไปยังไง จะทำแบบไหน ส่วนสเต็ปที่สอง คือเรื่องของการสร้างและพัฒนาโปรดักส์ไปพร้อมกับเซอร์วิส ในที่นี้ไม่ใช่ว่าอยู่ ๆ ก็ให้ไปเที่ยวเพื่อที่จะให้ซื้อเกลือกลับบ้าน แต่มันต้องมีอะไรที่อยู่ในแวดล้อมบ้าง เพราะฉะนั้นตลอดเส้นทางที่เราดีไซน์ในเส้นทางท่องเที่ยวสายเกลือ เราจะเน้นสินค้าและบริการที่เป็นงานศิลปะ เป็นงานฝีมือที่มีดีไซน์ มีความงาม เพื่อดึงดูดคนสนใจที่จะเข้าไป แล้วสุดท้ายก็คือการเล่าเรื่อง เราต้องหัดเล่าเรื่องแล้วเล่าให้เป็น เล่าให้เก่ง เพื่อสร้างคุณค่าตรงนั้นขึ้นมา เช่น ผมคิดว่าอยากจะทำข้าวบ้านหนึ่งครว้เรือนกับผู้ลงทุนหนึ่งราย คือผมเอาความเป็นคนนอกในพื้นที่เขามาขยาย โดยที่ชาวบ้านมีวิถีชีวิตเดิมที่สวยงามอยู่แล้วเป็นต้นทุน ไม่ต้องเปลี่ยนแปลง ไม่ต้องลงทุนอะไร แล้วมีนายทุนที่สนใจไปออกทุนให้เขา คือผมไปเห็นแพจับปลาของชาวบ้านที่เขาเรียกว่า 'แพพวง' เป็นแพที่ให้นักท่องเที่ยว ด้านหลังจะมีพื้นที่กว้างสำหรับเป็นกับดักปลา แล้วก็ลอยแพดักปลาไปเรื่อย ๆ ตามลำน้ำ เป็นวิถีชีวิตที่น่าอัศจรรย์มากเลยนะ เราเห็นความงาม ความน่าสนใจของมัน ถ้ามีคนไปลงทุนปรับปรุงมันนิดหน่อยทำเป็นแพโฮมสเตย์ มีอาหารให้เขาเลือก แล้วไปนอนใช้ชีวิตแบบสโลว์ไลฟ์แบบอีสาน เขาก็ได้ธุรกิจขึ้นมาแล้ว ในวันที่ไม่มีลูกค้า ชาวบ้านเขาก็ใช้แพนี้จับปลาเหมือนเดิม ไม่ได้กระทบอะไร

อันนี้เป็นเหมือนโมเดลที่เราทดลองทำงานร่วมกันภายใต้แนวความคิดที่เราจะเข้าไปพัฒนาสิ่งที่มีอยู่ให้มันต่อยอดได้ เพราะฉะนั้นผมคิดว่าเรื่องของคุณค่ามันเป็นเรื่องที่สำคัญ เราจะไปบอกเขาว่าที่ที่มีอยู่มันดีมาก ๆ อย่างนี้เขาไม่มีทางเชื่อ สิ่งที่จะบอกเขาได้ว่ามันดี คือการตอบรับ คือสภาพเศรษฐกิจพอเราไปทำแล้ว มีคนเข้ามาเรื่อย ๆ เยอะขึ้น ลูกหลานที่ออกไปทำงานข้างนอกก็อาจจะอยากกลับคืนถิ่น แล้วเขาก็อยากจะทำเป็นคนที่ต่อยอดเอง ถ้าเราทำตรงนี้ได้สำเร็จ คนต่อไปก็จะอยากเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งเป็นกลุ่มเป็นก้อนที่มีความสามัคคี มีพลัง คืออย่างน้อยมีคนมาจับจ่ายใช้สอยในพื้นที่เศรษฐกิจมันก็ดีขึ้น แล้วถ้าเกิดคุณเห็นความงามมากกว่านั้น ก็มั่นใจได้ว่ามันจะไปต่อได้และอยู่ได้อีกนาน เพราะว่าชาวบ้านเขาก็จะดูแลกันเอง [CT]



CREATIVE INGREDIENTS

คุณเห็นศักยภาพอะไรอีกไหมในอีสาน

คุณปาร์ค : ผมคิดว่าความสามารถในการเอาตัวรอดของคนอีสานนั้นเป็นศักยภาพที่ดีมากเลยนะครับ ทั้งการด้านการใช้ชีวิต การซ่อมแซม การผลิตอะไรขึ้นมาใช้งานเอง หรือแม้แต่เรื่องอาหารการกิน

อ. ต้น : ยิ่งผมออกไปไหนเยอะขึ้น ก็ยิ่งรู้สึกว่าตัวเองโง่ เพราะพอได้ไปที่ใดที่หนึ่ง ไปเจอผู้คนในพื้นที่ ไปสอบถามในมุมที่เราสนใจ เราก็จะเห็นความเจ๋งคือว่ามันมีภูมิปัญญาซ่อนอยู่ในทุกที่ที่เราไป แล้วมันไม่ใช่แค่ที่อีสาน ล่าสุดผมลงไป 3 จังหวัดภาคใต้ ก็ไปเจออะไรอีกเยอะ เพราะฉะนั้นถ้าถามว่าอีสานเป็นยังไง ผมอาจตอบไม่ได้เพราะนี่เป็นแค่กลุ่มน้ำเดียวช่วงเดียวของภูมิภาค ถ้าเกิดว่าไปสัมผัสมากกว่านี้ เราก็จะเห็นวิถีชีวิตที่มันสวยงามและน่าสนใจกว่านี้

มองเห็นอีสานในปี 2050 เป็นอย่างไร

คุณปาร์ค : ผมว่าคนคงจะอยากกลับไปหาอะไรที่มีความเป็นตัวตนนะ วิถีชีวิตหรือภูมิปัญญาที่ยังคงอยู่ในเวลานั้น ถึงในอนาคตจะมีรถไฟฟ้าความเร็วสูง มีเทคโนโลยี แต่ผมกลับสนใจวิธีที่เราจะดูแลชีวิตตัวเองโดยไม่พึ่งพาเทคโนโลยี

อ. ต้น : ผมเห็นความเชื่อมโยง ทั้งความเป็นมนุษย์ วัฒนธรรม หรือการเป็นเมืองหน้าด่านที่เชื่อมกับประเทศเพื่อนบ้าน อีสานน่าจะมีความร่วมมือไปตามยุค ผลอ ๆ ขอนแก่นอาจจะเจริญกว่ากรุงเทพฯ เพราะมีผู้นำ มีความสามัคคีกันในชุมชน โครงการอย่างขอนแก่นสมาร์ทซิตี้ ผมก็คิดว่ามีความเป็นรูปธรรมมาก โดยที่ไม่ต้องมารวมความเจริญไว้ที่ส่วนกลางอย่างเดียว แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นผมคิดว่าอีสานก็จะปรับตัวให้ทันสมัยในแบบที่เรียบง่ายและสอดคล้องกับวิถีของเขา

กว่าจะเป็นเกลือสินเธาว์

กระบวนการผลิตเกลือสินเธาว์มีอยู่ 2 รูปแบบ ได้แก่

1. การนำคราบเกลือบนผิวดินที่เรียกว่า “ขี้ทา” หรือ “ขี้กระทา” มาละลายน้ำ ใน “รางเกลือ” ที่มักทำจากต้นไม้เอามาตากเนื้อออกเป็นร่อง แล้วจะตัก “ดินเอียด” หรือดินเค็มมาใส่ไว้ในราง จากนั้นตักน้ำในบ่อน้ำเค็มที่จุดเอาไวมานำใส่ ขังทิ้งไว้ให้เกลือละลายออกมา ไหลลงไปยังที่กรองกากตะกอนและเศษดิน และบ่อน้ำเค็มอีกบ่อที่ขุดไว้ ก่อนนำไปต้มและเคี่ยวจนเหลือแต่ผลึกเกลือสีขาว

2. ใช้วิธีสูบน้ำจากบ่อน้ำเกลือใต้บาดาลขึ้นมาต้ม สันนิษฐานว่าในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยเมื่อหลายล้านปีก่อน เคยเป็นส่วนหนึ่งของมหาสมุทรขนาดใหญ่ เมื่อมีการยกตัวของแผ่นเปลือกโลกทำให้เกิดเป็นแอ่งขนาดใหญ่หรือทะเลสาบน้ำเค็ม เมื่อเวลาผ่านไป น้ำทะเลที่ค้างอยู่ในทะเลสาบค่อย ๆ แห้งลง คงเหลือตะกอนเกลือและแร่ธาตุอื่น ๆ ทิ้งไว้เป็นจำนวนมาก จนกลายเป็นแอ่งกระทะขนาดใหญ่ที่แอ่งโคราชและแอ่งสกลนคร



SHARING IS CARING

ปันเวลา ปันรอยยิ้ม แชร์ความสุข

เอสซี จัดกิจกรรมจิตอาสาต่อยอดความยั่งยืน สู่โครงการ “Sharing is Caring” ณ ศูนย์การเรียนรู้ บ้านคิดส์มิตรฉันทน์ โครงการเนเบอร์ฮูด บางกะดี

นางสาวสุดารัตน์ เจริญฤทธิกุล หัวหน้าสายงานบริหารลูกค้า และการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน บริษัท เอสซี แอสเสท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พร้อมผู้บริหาร และพนักงานร่วมงานกันเป็นจิตอาสาในโครงการ “Sharing is Caring” ปันเวลา ปันรอยยิ้ม แชร์ความสุขให้กับน้องๆ ณ ศูนย์การเรียนรู้ “บ้านคิดส์มิตรฉันทน์” โครงการเนเบอร์ฮูด บางกะดี โดยกิจกรรมเริ่มต้นด้วยเกมส์จับคู่แบบหนึ่งต่อหนึ่งกับพี่ๆจิตอาสา พร้อมนำน้องทั้งร้อง เล่น เต้น เกมส์ ร่วมกันสร้างประสบการณ์ และการเรียนรู้ให้เด็กๆ สนุกสนานตามวัย พร้อมทั้งยังได้จัดพิธีมอบคุณคุณครู และจิตอาสาของมูลนิธิเครือข่ายส่งเสริมคุณภาพชีวิตแรงงาน (LPN) ที่ได้มีส่วนร่วมในการสอน และดูแลเด็กๆ ลูกหลานคนงานที่มีอายุตั้งแต่อายุ 3-15 ขวบ และร่วมกันพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กในแคมป์ก่อสร้างใน 3 เรื่องหลัก ได้แก่ 1. การศึกษาขั้นพื้นฐาน 2. การดูแลด้านสุขอนามัย 3. การเรียนรู้เกี่ยวกับสิทธิที่พึงมีพึงได้

บ้านคิดส์มิตรฉันทน์ คือศูนย์การเรียนรู้ที่อยากให้เด็กๆ ในแคมป์ก่อสร้างเติบโตไปพร้อมกับย่าน และที่อยู่อาศัย (Kids' Mission) ศูนย์การเรียนรู้ บ้านคิดส์มิตรฉันทน์ ก่อสร้างขึ้นที่โครงการเนเบอร์ฮูด บางกะดี จ.ปทุมธานี วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตเด็กในแคมป์ก่อสร้าง นอกจากนี้ จะช่วยหลีกเลี่ยงอุบัติเหตุในระหว่างการปฏิบัติงาน ลดข้อกังวลเรื่องการดูแลลูก อีกหนึ่งความตั้งใจคือการทำให้เกิดการสร้างสังคมที่ดีในเรื่องการลดความเสี่ยงด้านสังคม โดยแนวคิดบ้านคิดส์มิตรฉันทน์เป็น คล้าย Nursery เพื่อดูแลเด็กๆ แทนพ่อแม่ ระหว่างที่พ่อแม่เข้าไปทำงานในไซต์ก่อสร้าง โดยอีกจุดเด่นของโครงการนี้ คือการดึงคอนเซ็ปต์ Zero Waste มาปรับใช้ในการออกแบบและการก่อสร้างบ้าน ตั้งแต่การนำอุปกรณ์ที่มีอยู่แล้วกลับมาใช้ใหม่ (reuse) มากถึง 50% โดยได้รับความร่วมมือที่ดีจากพันธมิตรธุรกิจและคู่ค้าใน EcoSystem





ข้าวเหนียวหอมนาคา ทางเลือกใหม่ของคนอีสาน

เรื่อง : วนบุษย์ ยุพเกษตร

“ข้าวเหนียวร้อน ๆ กับหมูขี้หอมฉุย” หากใครจัดเมนูนี้เป็นอาหารเข้าอยู่เป็นประจำ ก็คงพอสังเกตเห็นปริมาณที่ลดลงของถุงข้าวเหนียว หรือแม้แต่ได้ยินคำบ่นจากบรรดาแม่ค้าเรื่องข้าวเหนียวขึ้นราคาอยู่บ้าง...เพราะจากที่เราเคยซื้อข้าวเหนียวห่อโตห่อละ 5 บาท ก็กลายเป็นข้าวเหนียวห่อแบนราคาเท่าตัว แล้วถ้าคุณเป็นคนหนึ่งที่ได้รับผลกระทบนี้ ไม่ต้องสงสัยเลยว่านี่คือผลกระทบจาก “ภัยแล้ง” ที่ไม่ได้เดือดร้อนแค่ชาวนา แต่กำลังส่งอิมแพกถึงผู้บริโภคแทบทุกคน

ผืนดินแตกระแหง หนาดินแห้งผาก เป็นอาการทั่วไปที่มักเกิดขึ้นในภาคอีสานในช่วงฤดูน้ำแล้ง หากแต่ความแห้งแล้งที่กินระยะเวลายาวนานและภัยธรรมชาติที่รุนแรงจนเราเห็นภาพน้ำโขงแห้งขอด ที่เทียบได้กับวิกฤตระยะสุดท้ายหรือภัยแล้งขั้นสุด ผู้ได้รับเคราะห์ร้ายแรก ๆ ไม่ต้องบอกก็รู้นั่นก็คือชาวนาหรือกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องอยู่ในภาคการเกษตรนั่นเอง

แต่แล้วความหวังใหม่ของชาวนาก็มาถึง เมื่อ “ข้าวหอมนาคา” ข้าวเหนียวสายพันธุ์ใหม่ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเจาะกับสถานการณ์ปัจจุบัน ทั้งทนน้ำท่วม จับปล้น ทนแล้ง และทนโรค ซึ่งได้รับการพัฒนาโดยสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) จากศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (ไบโอเทค) ร่วมกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จนสำเร็จเมื่อไม่นานนี้ ได้กลายเป็น

มาเป็นคำตอบของชาวนาหน้าแล้ง จนทำให้ข้าวเหนียวพันธุ์นี้ถูกขนานนามว่าเป็นข้าวเหนียวสะเทินน้ำสะเทินบกสายพันธุ์แรกของไทย

บ้านไหนท่านจะรู้ว่า การปลูกข้าวต้องระวังเรื่องอะไรบ้าง และเรื่องไหนที่ต้องกังวลหรือดูแลมากเป็นพิเศษเพื่อให้ผลผลิตทางการเกษตรสูญเสียน้อยที่สุด ข้าวเหนียวนาคานี้สามารถจมอยู่ในน้ำได้นานเป็นสัปดาห์หรือสองสัปดาห์ หากต้องเจอภัยน้ำท่วม ขณะที่ข้าวสายพันธุ์นี้ก็รับมือได้ดีกับภัยแล้งเช่นกัน โดยสามารถทนทานต่อการขาดน้ำในบางระยะของการเพาะปลูก แถมยังทนทานต่อโรคไหม้และขอบใบแห้ง ที่เป็นโรคประจำทั่วไปของการปลูกข้าวอีกด้วย นอกจากนี้ข้อดีอีกอย่างหนึ่งก็คือ ข้าวเหนียวหอมนาคานี้สามารถปลูกได้ทั้งปี โดยจะให้ผลผลิตมากกว่าข้าวเหนียวพันธุ์อื่น ๆ จึงช่วยลดความเสี่ยงในการขาดรายได้ของชาวนา ทั้งยังสามารถนำมาทำเป็นข้าวเหนียวหอม ๆ นุ่ม ๆ ให้เราได้กินกับส้มตำ ไก่ทอด หรือจะหมูขี้หอมเข้าได้อย่างสบายตลอดปี

ต้องขอบคุณวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่เข้ามาช่วยให้ “กระดูกสันหลังของชาติ” ได้ลิ้มรสชาติปากในยามภัยธรรมชาติมาถึง และนี่อาจเป็นโอกาสดีที่จะลบประวัติข้าวเหนียวราคาพุ่งสูงได้อย่างพอดิบพอดี [CT](#)

ที่มา : dna.kps.ku.ac.th / nstda.or.th

CEA OUTLOOK

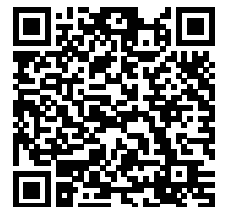
ฉบับกระแสนาคตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ | กรกฎาคม - ธันวาคม 2562

02

THAILAND'S DESIGN INDUSTRY

อุตสาหกรรมการออกแบบไทย

ดาวน์โหลดวารสารฟรีได้ที่
Download free journal



GRAND OPENING

TCDC  Khon Kaen

20 มีนาคม 2563

ณ ถนนกัลปพฤกษ์
ย่านกังสดาล

เปิดให้บริการทุกวัน
อังคารถึงอาทิตย์
(หยุดทุกวันจันทร์)
เวลา 10.30-19.00

TCDC.OR.TH

