



โกปี: วิถีชีวิตคนตรัง  
Kopi: Trang Locals's Way of Life

ภรณีย ยี่ถีน  
Poranee Yeetin

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of  
Master of Arts in Human and Social Development  
Prince of Songkla University

2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



โกปี: วิถีชีวิตคนตรัง  
Kopi: Trang Locals's Way of Life

ภรณีย ยี่ถีน  
Poranee Yeetin

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of  
Master of Arts in Human and Social Development

Prince of Songkla University

2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์	โกปี: วิถีชีวิตคนตรัง
ผู้เขียน	นางสาวภรณ์ ยี่ถั่น
สาขาวิชา	พัฒนามนุษย์และสังคม

---

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

คณะกรรมการสอบ

.....  
(รองศาสตราจารย์ จุรีรัตน์ บัวแก้ว)

.....ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑนา พิพัฒน์เพ็ญ)

.....กรรมการ  
(ดร.อุทิศ สังข์รัตน์)

.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ จุรีรัตน์ บัวแก้ว)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และ  
สังคม

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระพล ศรีชนะ)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้มาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ.....

(รองศาสตราจารย์ จุรีรัตน์ บัวแก้ว)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลงชื่อ.....

(นางสาวภรณี ยี่ถีน)

นักศึกษา



ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ.....

(นางสาวภรณ์ ยี่ถีน)

นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์	โกปี: วิถีชีวิตคนตรัง
ผู้เขียน	นางสาวภรณ์ ยี่ถั่น
สาขาวิชา	พัฒนามนุษย์และสังคม
ปีการศึกษา	2558

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรังโดยมองผ่านร้านโกปีและศึกษาการดำรงอยู่ของร้านโกปีของคนเมืองตรังใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลจำนวนทั้งสิ้น 48 คน ประกอบด้วยกลุ่มของลูกค้ายร้านโกปี เจ้าของและเจ้าหน้าที่ร้านโกปี และกลุ่มของเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการรับประทานโกปีในเมืองตรัง นอกจากนี้ผู้วิจัยยังสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมโดยการสังเกตกิจกรรมทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ร้านโกปีในตัวเมืองตรังทั้ง 4 ร้าน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลมาจำแนกหมวดหมู่ ถอดรหัส ตีความและสร้างข้อสรุป นำเสนอข้อมูลด้วยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่าวิถีของคนเมืองตรังผูกพันกับโกปีตลอดทั้งวันโดยพื้นที่ร้านโกปีเป็นพื้นที่ทางสังคมของผู้คนเมืองตรังทุกเพศทุกวัย เป็นเวทีแสดงออกทางความคิดของคนในชุมชน อีกทั้งยังเป็นพื้นที่สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมทั้งเพื่อ เชื่อมโยงสายสัมพันธ์ของกลุ่มคนในสังคม แสดงออกผ่านทางกิจกรรมต่างๆทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ร้านโกปี เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงผู้คนในสังคมเข้าด้วยกันท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งโกปีได้ถูกปรับเปลี่ยนไปให้เข้ากับยุคสมัยผ่านการกระทำซ้ำของคนในสังคมและถูกส่งต่อให้ดำรงอยู่ต่อไปในสังคมเมืองตรังจนถึงปัจจุบัน โกปีของคนเมืองตรังมีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบริบททางสังคมของคนเมืองตรัง อันส่งผลต่อการดำรงอยู่ของโกปีภายในวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรัง โกปีจึงเป็นวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรังเป็นทั้งวัฒนธรรมที่ถูกสืบทอดต่อกันในสังคมทำหน้าที่เป็นสื่อกลางทางสังคมที่ช่วยสร้างและเชื่อมโยงสายสัมพันธ์ของกลุ่มคนในสังคมเมืองตรังนับตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน

<b>Thesis Title</b>	Kopi: Trang Locals's Ways of Life
<b>Author</b>	Miss Poranee Yeetin
<b>Major Program</b>	Human and Social Development
<b>Acaemic Year</b>	2015

### **ABSTRACT**

The purpose of this research is to explore Trang locals' way of life through Kopi coffee shops, and the existence of Kopi coffee shops in Trang. The data of this qualitative research were collected through in-depth interviews with 48 informants consisting of a group of patrons, Kopi coffee shop owners and employees, and a group of government officials involved in the culture of Kopi drinking in Trang. In addition, data were also collected through non-participant observations on social activities taking place in four Kopi coffee shops in Trang. In data analysis, the data were categorized, decoded, interpreted and concluded, then presented using analytical description.

The results showed that the way of life among Trang Locals is tied up with Kopi all day. Kopi coffee shops are social spaces for people of all ages who use them as places where they express their opinions and show support for social activities to enhance their social relationships inside and outside the shops. Moreover, Kopi coffee shops provide connections among people amidst social changes than have made adaptations necessary for the shops through reproductions by people in society who pass them down which enable the shops to continue their existence in Trang until nowadays. Kopi coffee shops in Trang have adapted to the social context which makes them remain in Trang locals' way of life because Kopi coffee shops have become culture that has been passed down in society and they have acted as social media that create and connect groups of people in Trang society from the past until the present.

## กิตติกรรมประกาศ

การเพิ่มพูนคุณค่าสามารถทำได้ตลอดเวลาทราบเท่าที่เรามุ่งหาโอกาสในการพัฒนาตนเอง ผู้วิจัยหวังจะได้รับโอกาสแบบนี้อย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยพบว่า มีผู้คนมากมายที่ได้เป็นแรงบันดาลใจในการศึกษาต่อจนกระทั่งได้รับโอกาสที่ดีในครั้งนี้อีกว่าขอบคุณคงไม่เพียงพอที่จะกล่าวแก่ท่านอาจารย์ ทั้งสามท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์จूरี่รัตน์ บัวแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มณฑนา พิพัฒน์เพ็ญ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร.อุทิศ สังขรัตน์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ความรัก เอื้อหนุนและความกรุณาต่อผู้วิจัย ให้แรงใจและกระตุ้นให้ผู้วิจัยกระตือรือร้นในการสร้างผลงานให้เป็นที่ยอมรับ โดยเฉพาะท่านอาจารย์จूरี่รัตน์ บัวแก้ว ที่คอยแนะนำรวมถึงถ่ายทอดประสบการณ์ส่วนตัวด้านการวิจัยและด้านวิชาการ สร้างแรงบันดาลใจให้พัฒนาตนเองไม่จำกัด เพียงแค่สำเร็จการศึกษา แต่ต้องมุ่งมั่นในการค้นหาศักยภาพของตนเองออกมา ช่วยถ่ายทอดองค์ความรู้ตลอดระยะเวลาที่ร่วมทางกันมา ให้ผู้วิจัยเปิดโลกทัศน์และพัฒนาระบบคิดของตนเองมากขึ้น

ขอขอบคุณครอบครัวที่ยืนหยัด ที่ให้กำลังใจสนับสนุนทุกความตั้งใจและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกคนนี้เสมอมาว่าไม่มีอะไรที่ลูกทำไม่ได้ หล่อหลอมนิสัยของความมุ่งมั่นและศรัทธาในตัวเองแก่ผู้วิจัย ขอขอบคุณปีกกับม้าที่แม้จะบ่นเวลาเราโหมงานจนทำให้พักผ่อนไม่เพียงพอแต่ก็ทำให้ลูกคนนี้รู้ว่าคำพูดเหล่านั้นแฝงไปด้วยความรักและความหวังดี แม้บางครั้งจะดื้อไปบ้าง แต่ปีกกับม้าก็เชื่อมั่นในตัวลูก ให้กำลังใจในการกระทำตามความฝันในสิ่งที่ลูกเลือกและตั้งใจเสมอ ขอขอบคุณโก๋ นายโดมพี่น้องที่ไม่มีคำหวานหามาให้ แต่ก็คอยไล่ถามอย่างสม่ำเสมอ ขอขอบคุณญาติๆทุกคนที่เป็นห่วงเป็นใยถามสารทุกข์สุกดิบตลอดมา

ขอขอบคุณเหล่าคณาจารย์ทุกท่านทั้งระดับปริญญาตรีและปริญญาโทที่ประสิทธิประสาทวิชาทั้งทางวิชาการให้ ขอขอบคุณไหม มาร์ท ผึ้ง แหม่ม ตาล หงส์ เกด แมงปอ คริส จู๋ น้องติณ รวมถึงทุกคนที่รักเต็มไปด้วยกำลังใจเข้าใจในในตารางชีวิตที่แสนวุ่นวาย

ขอขอบคุณกำลังใจจากต่างแดนจาก ปี่ไฉวอง ไอคอน ผู้ที่เป็นตัวอย่างของความมุ่งมั่นเพื่อความสำเร็จให้ผู้วิจัย เป็นทั้งเพื่อน ไอดอล และแรงใจในการทำตามความฝันของตัวเองให้เต็มที่โดยทำออกมาให้ดีที่สุด รวมถึงการคงไว้ซึ่งความคิดแง่บวกต่อทุกเหตุการณ์ต่างที่เข้ามาในชีวิต นำมาปรับใช้และก้าวข้ามขีดจำกัดของสมรรถภาพในการทำงานและการดำเนินชีวิต

ขอขอบคุณมิตรภาพและกำลังใจที่ดีจากเพื่อนนักศึกษาพมส.10 โดยเฉพาะ เตย ตูน อร ศนิ แฉง พี่แ้วที่กระตุ้นให้กำลังใจกันและกันจนถึงปลายทางแห่งความสำเร็จ รวมถึงพี่ตาล พี่ปติย์ที่คอยอำนวยความสะดวกงานวิจัยชิ้นนี้เป็นรูปเล่มที่สมบูรณ์ในที่สุด ขอขอบคุณพี่ผึ้งสาวนครผู้พี่โชคชะตาคลให้โดยสารรถไฟสายกรุงเทพ-ตรังเที่ยวเดียวกันได้มีพระคุณในการให้แนวทางในการศึกษาต่อแก่ผู้วิจัย สร้างแรงกระตุ้นครั้งใหม่ในการก้าวเดินบนทางเส้นใหม่ที่ท้าทาย

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ทั้งคนในชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เจ้าของร้านโกปีทั้งสี่ร้าน โดยเฉพาะพี่ตุ๋ พี่ผู้เต็มที่ที่ให้ข้อมูลอย่างเต็มที่จนกลายมาเป็นวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รวมถึงผู้ที่มีส่วนร่วมในงานวิจัยฉบับนี้ทุกท่านขอขอบคุณไว้ ณ ที่นี้ค่ะ

ภรณ์ย ยี่ถีน

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(5)
ABSTRACT.....	(7)
กิตติกรรมประกาศ.....	(8)
สารบัญ.....	(9)
สารบัญภาพ.....	(10)
รายการผลงานที่ตีพิมพ์.....	(11)
<b>เนื้อหา</b>	
<b>บทนำ</b>	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย.....	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ของการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
<b>การทบทวนวรรณกรรม</b> .....	7
พื้นที่แห่งการแสดงตัวตนผ่านกิจกรรมทางสังคม.....	7
การดำรงอยู่ของสายสัมพันธ์ชุมชน.....	9
วัฒนธรรมชุมชนท่ามกลางกระแสความทันสมัย.....	11
กาแสสัญญาณของอุดมการณ์ทางสังคม.....	13
การสื่อสารผ่านสัญญาณสู่การสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรม.....	15
บริบทของพื้นที่ศึกษา.....	19
กรอบแนวคิด.....	21
<b>วิธีดำเนินการวิจัย</b> .....	22
วิธีการศึกษา.....	22
พื้นที่การศึกษา.....	22
ผู้ให้ข้อมูล.....	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	26
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
การตรวจสอบข้อมูล.....	27
การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิจัย.....	28

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
โกปี้: วิถีชีวิตคนเมืองตรัง.....	29
เรื่องเล่าเกี่ยวกับร้านโกปี้: การเดินทางผ่านช่วงเวลาของวัฒนธรรมคนเมือง.....	29
พื้นที่แห่งข่าวสาร.....	35
พื้นที่ทางการค้าและการลงทุน.....	37
สายสัมพันธ์ชุมชนผ่านแก้วกาแฟ.....	41
กิจกรรมกระชับสายสัมพันธ์ทางสังคมผ่านโกปี้.....	42
ป้ายประกาศเครื่องมือสื่อสารผ่านพื้นที่ร้านโกปี้.....	50
ร้านโกปี้พื้นที่แสดงตัวตนของคนเมืองตรัง.....	57
ร้านโกปี้: เวทีแห่งการต่อรองอำนาจ.....	58
สืบทอดเพื่อส่งต่อ: การถ่ายโอนภูมิปัญญาทางสังคม.....	62
การปรับเปลี่ยนเพื่อการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมชุมชน.....	65
รอยต่อของวัฒนธรรมการรับประทานโกปี้จากอดีตสู่อนาคต.....	66
ร้านโกปี้ ภาพสะท้อนของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของคนเมืองตรัง.....	69
พื้นที่แห่งการประสานสังคมท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางสังคม.....	80
<b>อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b> .....	<b>82</b>
อภิปรายผลการวิจัย.....	82
ข้อเสนอแนะ.....	93
<b>บรรณานุกรม</b> .....	<b>94</b>
<b>บุคลากร</b> .....	<b>102</b>
<b>ภาคผนวก</b> .....	<b>105</b>
ภาคผนวก ก บทความในที่ประชุมวิชาการ.....	106
ภาคผนวก ข บทความตีพิมพ์ในวารสาร.....	123
<b>ประวัติผู้วิจัย</b> .....	<b>140</b>

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 สัญลักษณ์จังหวัดตรังแสดงการเป็นเมืองท่าสำคัญตั้งแต่อดีต.....	20
2 แสดงร้านโก๋ปี่ที่เป็นพื้นที่วิจัยพัฒนาจากแผนที่ตัวเมืองตรัง.....	24
3 อิวจาโก๋ย ใช้กรรมวิธีปรุงด้วยการทอด.....	33
4 ปาท่องโก๋ใช้กรรมวิธีปรุงด้วยการนึ่ง.....	33
5 แผ่นปลิวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการส่งเสริมโก๋ปี่สู่การท่องเที่ยว(1).....	40
6 กระดานที่เขียนหมายเลขของสลากกินแบ่งรัฐบาลช่วงต้นเดือนในร้านโก๋ปี่.....	49
7 ป้ายประกาศเชิญชวนเข้าร่วมพิธีกรรมประเพณีถือศีลกินเจ(กินผัก)ในร้านโก๋ปี่.....	51
8 การปิดป้ายประกาศในร้านโก๋ปี่ สนับสนุนความสัมพันธ์ทางสังคมของคนเมืองตรัง.....	54
9 ป้ายประกาศงานศพในร้านโก๋ปี่ที่ยังคงมีการปิดประกาศอยู่ในปัจจุบัน.....	55
10 แสดงตัวอย่างอาหารที่มีหลากหลายในร้านโก๋ปี่ปัจจุบัน.....	65
11 บรรยากาศยามเช้าของร้านโก๋ปี่เมืองตรัง.....	66
12 หมายงกับการดำเนินชีวิต(1).....	67
13 หมายงกับการดำเนินชีวิต(2).....	67
14 ร้านโก๋ปี่ที่มีการออกแบบเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวนมาก.....	70
15 ร้านโก๋ปี่ที่ยังคงกรรมวิธีการผลิตเครื่องต้มแบบดั้งเดิม(1).....	71
16 ร้านโก๋ปี่ที่ยังคงกรรมวิธีการผลิตเครื่องต้มแบบดั้งเดิม(2).....	71
17 ร้านโก๋ปี่ที่ยังคงการทำอิวจาโก๋ยพร้อมให้บริการและบรรยากาศร้านยามค่ำคืน.....	72
18 อิวจาโก๋ยที่พร้อมบริการกับขนมจีบหมู คู่เคียงพื้นฐานที่พบบ่อยในร้านโก๋ปี่.....	72
19 ร้านโก๋ปี่ยามเช้าที่มีหมายงบริการ.....	73
20 ภาพบรรยากาศร้านโก๋ปี่ที่ผสมผสานความเป็นดั้งเดิมและความทันสมัยเอาไว้.....	74
21 ขนมพื้นถิ่นภายในร้านโก๋ปี่ที่มีการผสมผสานความเป็นดั้งเดิมและความทันสมัย.....	75
22 ร้านโก๋ปี่ที่มีการปรับปรุงร้านให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยว.....	76

### รายงานบทความเพื่อตีพิมพ์และการประชุมวิชาการ

ภรณ์ีย ยี่ถีน และจूरूरूरून บัวแก้ว. (2558). ร้านกาแฟ : สายสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมของคนเมืองตรัง. โดยบทความได้ผ่านการรับคัดเลือกเพื่อนำเสนอในการประชุมวิชาการระดับนานาชาติด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 8 ณ ประเทศมาเลเซีย ICHISS 2016 8TH International conference on Humanities and social sciences, Innovation Humanities and Social Sciences: Opportunities and challenges. ระหว่างวันที่ 27-29 พฤษภาคม 2559 ณ Hotel Royale Chulan, Oamansara, Selangor, Malaysia.

ภรณ์ีย ยี่ถีน และจूरूरूरून บัวแก้ว. (2559). Kopi Coffee Shops: Political Interaction Spaces for Trang Locals. ได้รับการตอบรับเข้าสู่กระบวนการพิจารณาบทความจากผู้ทรงคุณวุฒิใน Kasetsart Journal Social Sciences. วันที่ 4 มีนาคม 2559



## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตรัง จังหวัดชายฝั่งทะเลตะวันตกของภาคใต้ ตั้งอยู่เกือบกึ่งกลางของคาบสมุทรมลายูเป็นเมืองท่าการค้าสำคัญนับตั้งแต่อดีตอันเนื่องมาจากความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงผ่านเส้นทางการค้าทางทะเลโดยเฉพาะในช่วงศตวรรษที่ 3 การค้าทางทะเลระหว่างจีนและไทยมีความโดดเด่น ตรังมีบทบาทเป็นเมืองท่าทางผ่านที่สำคัญทั้งจากฝั่งทะเลตะวันตกและเป็นเส้นทางตัดผ่านไปยังภาคใต้ฝั่งตะวันออก (วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดตรัง, 2544) โดยมีอยู่ต่อเรือขนาดใหญ่รองรับการเดินทางค้าขายในระยะทางทั้งไกลและใกล้ เป็นพื้นที่การค้าขาย จัดหาเสบียง รับซื้อสินค้าพื้นเมืองจากชาวบ้าน อีกทั้งยังมีการทำเหมืองแร่ดีบุกในบางพื้นที่ จนกระทั่งชาวต่างชาติที่ได้มีการติดต่อการค้าเริ่มมีการตั้งถิ่นฐานถาวร จึงเริ่มมีชุมชนชาวจีนปรากฏขึ้น (สถาบันเอเชียศึกษา, 2539) สิ่งเหล่านั้นแสดงให้เห็นว่าเมืองตรังเป็นเมืองท่าทางผ่านที่ความสะดวกต่อการเดินทางเพื่อสัญจรไปเมืองใหญ่ ไม่ว่าจะเป็น เมืองนครศรีธรรมราช เมืองพัทลุง (สุนทรีย์ สังข์อยู่, 2554) เดินทางผ่านแม่น้ำตรังซึ่งเป็นเส้นทางเดินเรือที่สำคัญ โดยช่วงที่ไหลผ่านตำบลทับเที่ยง (ที่ตั้งของเมืองตรังในปัจจุบัน) ถูกเรียกว่า คลองท่าจีน เนื่องจากพ่อค้าชาวจีนได้มีการล่องเรือมาค้าขาย และมีบางส่วนได้ตั้งถิ่นฐานเป็นชุมชนขนาดใหญ่ มีชื่อเรียกว่าบ้านท่าจีน นอกจากนี้ยังมีแม่น้ำปะเหลียน เป็นอีกหนึ่งเส้นทางที่ชาวจีนอพยพส่วนหนึ่งใช้เดินเรือเข้าสู่เมืองตรัง เริ่มกิจการค้าขายแลกเปลี่ยนและในที่สุดก็ตั้งรกรากถาวร โดยบริเวณที่ชาวจีนตั้งถิ่นฐานจะกลายเป็นศูนย์กลางการค้า และมีการพัฒนาจนบางพื้นที่กลายเป็นเขตเมือง กลุ่มคนในเขตนี้จึงนับเป็นหมู่หลาด หรือ หมู่ตลาด (วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดตรัง, 2544) แม่น้ำตรังเป็นเส้นทางสำคัญในการสร้างการค้า และความสัมพันธ์กับต่างชาติทำให้เมืองตรังค่อยๆกลายเป็นเมืองใหญ่ และมีการเข้ามาของ “หมู่จีน หรือ หมู่หลาด” เริ่มด้วยหมู่จีนที่ทับเที่ยง ชุมชนนี้ได้เติบโตช่วงปลายสมัยอยุธยาต่อต้นรัตนโกสินทร์ กลุ่มชาวจีนมีการขยายพื้นที่ทำกิน จนกลายเป็นชุมชนที่สำคัญหลายพื้นที่ อาทิ ทับเที่ยง ห้วยยอด ลำภูรา ย่านตาขาว ทุ่งยาว รวมถึง ท่าข้าม (วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดตรัง, 2544; สุนทรีย์ สังข์อยู่, 2554)

ตัวเมืองตรัง หรือทับเที่ยงตามชื่อเรียกของตำบลที่ตั้งเมืองในปัจจุบัน มีชาวจีนอพยพเข้ามาอยู่อาศัยจนขยายกลายเป็นเมืองขนาดใหญ่ จากการสำรวจบัญชีสำมะโนครัวเมืองตรังในปี พ.ศ. 2457 พบคนทับเที่ยงส่วนใหญ่เป็นคนจีนถึง ร้อยละ 14 เป็นคนไทยร้อยละ 85 (เอกสารประกอบการจัดงาน 100 ปีเมืองทับเที่ยง, 2558) ในที่นี้รวมคนไทยเชื้อสายจีน ส่งผลให้วิถีชีวิต ทั้งสภาพของที่อยู่อาศัย อาคารบ้านเรือน ประเพณีวัฒนธรรม และอาหารการกินของคนในตำบลทับเที่ยงอำเภอเมืองจังหวัดตรัง ได้รับอิทธิพลของอารยธรรมของชาวจีนมาผสมผสาน อาทิ ทุกชุมชนตลาดที่มีกลุ่มชาวจีนอาศัยอยู่ก็จะมี การจัดตั้งศาลเจ้าตามความเชื่อของชาวไทยเชื้อสายจีนที่มีการตั้งรกรากในพื้นที่ อีกทั้งยังมีการจัดพิธีกรรมตามความเชื่อแบบจีนตลอดปี เช่น ตรุษจีน กินเจ แข่งเม็ง ไหว้พระจันทร์ โดยสามารถสังเกตได้ว่าพิธีกรรมต่างๆของชาวจีนมักจะเน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนสมาชิกในครอบครัว ร่วมกันประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อ พุดคุย รับประทานอาหารร่วมกัน ถือเป็นหนึ่งกิจกรรมทางสังคมที่ช่วยสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งของหน่วยที่สำคัญที่สุดในสังคมนั้นคือครอบครัว ทั้งนี้เกิดจากการได้รับอิทธิพลความเชื่อของปรัชญาขงจื้อ ที่เน้นการให้ความสำคัญของครอบครัว และความกตัญญูต่อบุคคล (วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิ

ปัญญาจังหวัดตรัง, 2544; สุนทรื สัจช้อยุทธ์, 2554) อย่างไรก็ตามก็สังเกตเห็นได้ว่า การสร้างความสัมพันธ์ผ่านความเชื่อ พิธีกรรม รวมถึงการดำเนินชีวิตของคนไทยเชื้อสายจีน มีการนำวิถีการรับประทานมาเป็นส่วนเชื่อมความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มคนที่ความสัมพันธ์กันในสังคม สอดคล้องกับการที่ชาวตรังให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมการกินเป็นอย่างมากจนได้ชื่อว่า เป็นเมืองช่างกินมีการรับประทานอาหาร 3 มื้อ มื้อที่มีลักษณะพิเศษคือมื้อเช้า ที่จะแตกต่างกันไปตามลักษณะอาชีพและความเป็นอยู่ของกลุ่มคน (สุนทรื สัจช้อยุทธ์, 2554)

ชาวไทยเชื้อสายจีนในเมืองตรัง ถึงแม้จะมีการรับวัฒนธรรมการรับประทานบางอย่างมาจากคนท้องถิ่นมาปรับใช้กับวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนผ่านวิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน แต่ยังคงดำรงอาหารตามจารีตประเพณีอันเกี่ยวเนื่องกับความเชื่อของชาวจีนโพ้นทะเล อันปรากฏให้เห็นในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็น การถือศีลกินผัก เทศกาลไหว้บะจ่าง เทศกาลไหว้พระจันทร์ อาหารที่ร่วมใช้ประกอบพิธีกรรมในเทศกาลตรุษจีน รวมไปถึงอาหารในพิธีการสำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับการดำเนินชีวิต อาทิ งานแต่งงาน งานศพ ก็ยังคงดำรงอยู่ไว้ แม้อาจจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบบางประการไปบางตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรม นอกจากวัฒนธรรมการรับประทานดั้งข้างต้นแล้ว อีกหนึ่งวิถีการรับประทานอาหารในชีวิตประจำวันของคนไทยเชื้อสายจีนที่สำคัญและยังดำรงอยู่จนถึงปัจจุบันนั้นคือ วัฒนธรรมการรับประทานโกปี (เอกสารประกอบการจัดงาน 100 ปีเมืองทับเที่ยง, 2558) วิถีในการบริโภคอาหารของชาวทับเที่ยงจะมีความผูกพันกับการรับประทานกาแฟ และขนมพื้นถิ่นหรือที่เรียกว่า การกินโกปี เมื่อกกล่าวถึงโกปี บุคคลทั่วไปมักจะมีคำถามเกิดขึ้นในใจว่าคือสิ่งใด จากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการรับประทานโกปี มีคำกล่าวถึง โกปีหรือ “Gopi” สามประเด็นด้วยกัน ประเด็นแรกกล่าวว่า โกปีเพี้ยนมาจากคำว่า “Coffee” ในภาษาอังกฤษ บ้างกล่าวว่าโกปีเป็นชื่อเรียกกาแฟของกลุ่มชาวจีนฮากกาที่อพยพเข้ามาในแถบชายฝั่งทะเลอันดามัน ได้แก่ ภูเก็ต กระบี่ พังงา และตรัง (อิงตะวัน, 2556) อีกประเด็นหนึ่งกล่าวว่าชื่อโกปี มาจากชาวมลายูที่เข้ามาทำการติดต่อค้าขาย และเข้ามาทำเหมืองแร่ในประเทศไทย ในปัจจุบันคำว่าโกปีในบริบทของเมืองตรังหมายถึง “กาแฟพื้นเมือง ผ่านการคั่วบดขงด้วยการใช้ถุงผ้า หรือที่เรียกกันว่าถุงกาแฟ” วัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนตรังถูกส่งผ่านมารุ่นต่อรุ่น ทุกพื้นที่ในบริเวณชุมชนและย่านการค้าจะมีร้านโกปีอยู่ข้างทาง อย่างน้อยหนึ่งถึงสองร้านเสมอ โดยเฉพาะยามเช้าจำพบความคึกคักของผู้คนที่เข้ามารับประทานอาหารในร้านโกปี ทั้งมากันเป็นครอบครัว พ่อแม่พาลูกมาทานเครื่องดื่ม ต้มช้ำ ข้าวต้ม บะหมี่ ก่อนจะไปส่งโรงเรียน กลุ่มของคนทำงานที่นัดกันมาทานโกปี จาโก๊ย<sup>1</sup> ต้มช้ำ ก่อนเข้างาน รวมถึงกลุ่มของชายและหญิงวัยกลางคนมาทานอาหารร่วมกันพร้อมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องราวอันเกี่ยวเนื่องกับการดำเนินชีวิตของตน ยามสายภายหลังจากช่วงเวลาที่มีการจราจรวุ่นวายผ่านไป ยังพบร้านโกปีหลายร้านเปิดให้บริการอยู่ แต่จำนวนของคนที่จะมานั่งกินจะน้อยลง เจียบสงบเหมาะต่อการพูดคุยระหว่างกลุ่มคนที่เข้าไปภายในร้าน เหลือเพียงกลุ่มของคนวัยกลางคนที่เข้ามาพูดคุย รวมถึงเจ้าของร้านและพนักงานที่เก็บกวาดร้าน และเตรียมอุปกรณ์ต่าง สำหรับลูกค้าช่วงเย็นต่อไป ช่วงเที่ยงกลุ่มคนที่เข้ามาในร้าน เริ่มมีการเปลี่ยนเป็นกลุ่มของคนวัยทำงานเข้ามารับประทานอาหาร ซึ่งมีบริการอยู่รอบร้านโกปี ส่วนใหญ่จะเดินไปสั่งอาหารที่ต้องการแล้วนำมารับประทานร่วม

<sup>1</sup> บางพื้นที่เรียกปาท่องโก๋

กันเป็นกลุ่มภายในร้านโกบี เป็นช่วงเวลาสั้นๆ ราว สามสิบนาทีถึงหนึ่งชั่วโมงเนื่องจากภาระงานของตน จากป้ายจรดเย็นมีการแวะเวียนมาของทั้งกลุ่มคนวัยกลางคน และนักเรียนนักศึกษาในพื้นที่ร้านโกบี จนกระทั่งช่วงเย็นพนักงานและเจ้าของร้านก็เริ่มเตรียมตัวสำหรับการทำต้มชา โกบี เครื่องดื่มประเภทต่าง รวมถึงจ่าโก้ย เพื่อเตรียมสำหรับผู้คนจำนวนมากที่เข้ามาในร้านยามอาทิตย์ตกดิน และดำเนินต่อไปจนกระทั่งถนนของเมืองตรังเริ่มเงียบเหงาจากการจราจร จะเห็นได้ว่าวิถีชีวิตคนตรังมีความผูกพันกับร้านโกบีตลอดทั้งวัน ผู้คนในชุมชนต่างแวะเวียนกันเข้ามาในพื้นที่ร้านโกบี ถึงแม้ในปัจจุบันหลายร้านจะมีการเลือกบางช่วงเวลาในการเปิดให้บริการ แต่ชาวตรังส่วนใหญ่สามารถรับประทานโกบีตลอดเวลา

ปัจจุบันร้านโกบีมีรายการอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น โกบี (กาแฟใส่นม) โกบีออ (กาแฟดำ) แต่โอเลี้ยง (ชาดำเย็น) เต๋ออ (ชาใส่นม) เป็นต้น และสำหรับเมืองตรังยังมี ชาขี้ (กาแฟผสมชา) เนื่องจากเป็นกาแฟที่มีรสชาติดี จะให้ความหอม และความกลมกล่อมของกาแฟ รับประทานคู่กับขนมต่างๆ เช่น จ่าโก้ย<sup>1</sup> ขนมใส่ไก่หรือขนมเคลียว<sup>2</sup> ปาท่องโก๋ (ขนมหนึ่งสีขาวมีรูปพุน) อีกทั้งในปัจจุบันมีการนำอาหารจานเดียวต่างๆ เข้ามาขายในร้านโกบี อาทิ ข้าวต้มต่างๆ ก๋วยเตี๋ยว บะหมี่ หมูย่าง ทำให้ร้านโกบีมีอาหารที่หลากหลายมากขึ้น กล่าวได้ว่าจึงทำให้แม้ระยะเวลาจะผ่านไป มีการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมการรับประทานโกบีของคนเมืองตรัง ท่ามกลางกระแสความทันสมัยที่เข้ามาในสังคม แต่วัฒนธรรมการรับประทานโกบียังคงดำรงอยู่และได้รับการสืบทอดผ่านวิถีชีวิต เป็นวัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่อยู่วิถีของคนเมืองตรัง ตอบสนองความต้องการของคนทุกเพศทุกวัย หากทานได้ง่ายมีให้เลือกทานตลอดทั้งวัน เนื่องมาจากตัวเมืองตรังเป็นสถานที่ที่มีความพิเศษที่มีอาหารให้รับประทานตลอดเช้าจรดค่ำ ตอบสนองต่อการค้าที่มีคนจากหลากหลายพื้นที่เดินทางไปมานับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ผสมผสานกับความขยันขันแข็งอันเป็นพื้นฐานของการดำเนินชีวิตของชาวไทยเชื้อสายจีนในตัวเมืองตรัง (เอกสารประกอบการจัดงาน 100 ปี เมืองทับเที่ยง, 2558) โกบีจึงเปรียบได้กับสัญลักษณ์ทางการค้า การสร้างสัมพันธ์ภาพ การเริ่มต้นวันใหม่ของคนเมืองตรัง เป็นดังภาพของการสื่อความหมายทางค่านิยมทางวัฒนธรรมของคนในสังคมเมืองตรัง วัฒนธรรมการรับประทานโกบีจึงกลายเป็นภาพแทนความหมายของการเตรียมตัวในการต้อนรับวันใหม่ การต้อนรับต่อสู้ในการดำเนินชีวิต การสร้างเครือข่ายทางสังคมของคนเมืองตรัง

วัฒนธรรมการรับประทานโกบีถูกประกอบสร้างภาพตัวแทนของความหมายทางอุดมการณ์ และค่านิยมของคนในสังคม ในการให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ผ่านการใช้พื้นที่และวัฒนธรรมการรับประทานโกบี ร่วมกับสัญลักษณ์ที่เป็นที่เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการรับประทานโกบีประกอบระบบของชุดความคิดที่ช่วยในการสร้างมายาคติ อันเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างค่านิยมหรืออุดมการณ์ทางสังคมร่วมกันของคนในสังคม ทั้งนี้กล่าวได้ว่า สัญลักษณ์เป็นดังสื่อกลางอันเกิดจากคนในสังคมร่วมกันออกแบบในการสื่อสารระหว่างกัน (Saussure อ้างถึงใน ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2555) สิ่งที่เป็นสื่อกลางในการสื่อสารของคนในสังคมนี้ เป็นทุกสิ่งทุกอย่างรอบตัวเราที่ใช้สื่อความหมายได้ ไม่ว่าจะเป็น ภาพ สัญลักษณ์ ท่าทาง พิธีกรรม สถานที่ แม้แต่ตัวของมนุษย์ (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2555) การใช้ระบบหรือชุดความคิด ในการใช้ประกอบสร้างภาพความหมาย

<sup>2</sup> ขนมทอดน้ำมันชนิดหนึ่งมีลักษณะเป็นเกลียวนิยมนทานกับสังขยา

ทางวัฒนธรรมของคนในสังคม เป็นการมุ่งเน้นเพื่อให้คนในสังคมรับรู้คุณค่าหรืออุดมการณ์ทางสังคมร่วมกัน กล่าวได้ว่าเป็นกระบวนการสร้างอุดมการณ์ทางสังคมโดยเลือกการนำวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับทางสังคม ซึ่งวัฒนธรรมเหล่านี้ถูกให้ความสำคัญภายใต้บริบททางสังคม วัฒนธรรม รวมถึงชุดความคิดบางประการผ่านสัญลักษณ์ที่คนในสังคมรับรู้ความหมายร่วมกัน ประกอบสร้างภาพตัวแทนทางอุดมการณ์สร้างความสำเร็จให้วัฒนธรรม กลายเป็นสิ่งดั่งาม เป็นที่ยอมรับของกลุ่มคนในสังคม ส่งผลให้วัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ของคนเมืองตรังถูกสร้างภาพตัวแทนให้เป็นสถานที่ของการสร้างสัมพันธ์ภาพ เป็นพื้นที่การสื่อสารเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันของคนในสังคมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เห็นได้จากสำนวนของชาวตรังที่ว่า “ยกขึ้นเข้าๆ ไม่เข้าซี่...ถือขวดโกปี้ไปร้านโกกุ้น” (พีคิง, 2558) ร้านโกปี้ชื่อร้านโกกุ้น<sup>3</sup> ในอดีตตั้งอยู่บริเวณสี่แยกหอนาฬิกา เป็นพื้นที่สื่อสารใจกลางเมือง นี้ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เพื่อสอบถามข้อมูล(เบื้องต้น) พบว่าทุกเช้าคนเมืองตรังหลังการกรีดข่าพาราก็จะมารวมตัวกันเพื่อฟังข่าวสารบ้านเมือง และราคาข่าพาราประจำวันจากตลาดสิงคโปร์ที่จะส่งเสียงตามสายผ่านลำโพงบริเวณหอนาฬิกา (พล จินดาพล, สัมภาษณ์ 13 มิถุนายน 2558) จากข้างต้นแสดงให้เห็นว่าร้านโกปี้เป็นพื้นที่ของการสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์ ที่แทรกซึมเข้าไปในการดำรงชีวิตของคนเมืองตรัง ไม่เพียงแต่คนจีน หรือคนไทยเชื้อสายจีนเท่านั้น แสดงให้เห็นว่าชาวตรังให้ความสำคัญกับร้านโกปี้เป็นพื้นที่สำหรับร่วมรับประทานกาแฟเป็นอาหารเช้าของคนในชุมชนร่วมกัน ร้านโกปี้เมืองตรังมีอยู่แทบทุกพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นในย่านที่อยู่อาศัย ย่านการค้า หรือภายในตัวตลาดสด จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีการดำรงชีวิตของคนตรัง ที่ยังคงดำเนินตั้งแต่อดีตเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ท่ามกลางกระแสของความทันสมัย ที่แม้สังคมจะมีการเปลี่ยนแปลง รูปแบบของการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรังจะมีการเปลี่ยนไปตามห้วงเวลา แต่ร้านโกปี้ของเมืองตรังยังคงดำรงอยู่เปรียบเสมือนพื้นที่ทางสังคมของผู้คนในชุมชนเมือง ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ พื้นที่แห่งการรับรู้ การส่งต่อข้อมูลข่าวสารของคนในสังคม พื้นที่ของการต่อรองการดำรงชีพ พื้นที่การสร้างและต่อรองอำนาจทางการเมือง ร้านโกปี้ในเมืองตรังจึงกลายเป็นพื้นที่ที่ความสำคัญต่อคนเมืองตรังทั้งในด้านของวัฒนธรรมที่อยู่คู่ชีวิตของคนเมืองตรังตลอดเข้าจรดค่ำ เป็นพื้นที่การสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของคนเมืองตรังที่เกิดขึ้นภายในสังคมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

งานวิจัย “โกปี้: วิถีชีวิตคนตรัง” เป็นการฉายภาพของการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมของการรับประทานโกปี้ของคนเมืองตรัง ให้ความสำคัญกับรูปแบบของวัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ของคนเมืองตรัง และการปรับเปลี่ยนรูปแบบของวัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ซึ่งส่งผลต่อการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมจากอดีตจนถึงปัจจุบัน อันเกี่ยวเนื่องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้นจากความทันสมัย คุณค่าเชิงวัตถุที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในสังคมไทย รวมถึงการศึกษาถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมอื่นๆที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการรับประทานโกปี้จากอดีตจนถึงปัจจุบัน อีกทั้งวิเคราะห์การสร้างคุณค่าและอุดมการณ์ทางสังคมของวัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ของคนเมืองตรังโกปี้ ในการสร้างความหมายและความสำคัญของวัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ในมุมมองของคนเมืองตรัง มุ่งศึกษาผ่านปรากฏการณ์ที่เป็นจริงผ่านสัญลักษณ์เชิงพลวัตกรรม ซึ่งช่วยให้

<sup>3</sup> ปัจจุบันร้านเปลี่ยนเจ้าของ และรูปแบบของร้านแล้ว

เข้าใจถึงวิถีการดำเนินชีวิตด้านหนึ่งของคนเมืองตรัง และคุณค่าและอุดมการณ์ทางสังคมของคนเมืองตรังผ่านวัฒนธรรมการรับประทานโกโก้ที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบัน

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวิถีชีวิตคนตรังโดยมองผ่านร้านโกโก้
2. เพื่อศึกษาการดำรงอยู่ของร้านโกโก้ท่ามกลางสังคมสมัยใหม่

### คำถามการวิจัย

1. ร้านโกโก้ ในวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรังเป็นอย่างไร
2. ร้านโกโก้และวัฒนธรรมการรับประทานโกโก้มีความหมายต่อคนตรังอย่างไร
3. การดำรงอยู่ของร้านโกโก้เมืองตรังในสังคมสมัยใหม่เป็นอย่างไร

### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้องค์ความรู้เรื่องวิถีการรับประทานโกโก้ของคนเมืองตรัง ผ่านการตีความหมายเพื่อรับรู้และเข้าใจถึงวิถีชีวิตของคนเมืองตรัง และเก็บรวบรวมนำผลจากการวิจัยมาเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการกินของจังหวัดตรัง เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการช่วยสนับสนุนการจัดสร้างและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ทางศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น อีกทั้งหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปต่อยอด ในการสนับสนุนในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทางเลือกใหม่ของจังหวัดตรังในอนาคต

2. เพื่อให้องค์กรที่มีบทบาทในการส่งเสริมวัฒนธรรมเมืองตรัง สามารถหาแนวทางในการส่งเสริมวัฒนธรรมการรับประทานโกโก้ให้ดำรงอยู่คู่ชีวิตคนเมืองตรัง เป็นวัฒนธรรมที่มีคุณค่าของคนท้องถิ่นสืบไป

3. เป็นแนวทางแก่นักวิชาการและนักวิจัยในสาขาต่างๆ อาทิ สาขาสังคมศาสตร์ มนุษย์ศาสตร์ สังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยว ในการศึกษาและผลิตองค์ความรู้ใหม่เพื่อการพัฒนาและนำประโยชน์สู่สังคม

### ขอบเขตการศึกษา

**ขอบเขตด้านเนื้อหา** ทำการศึกษาการให้ความหมายวัฒนธรรมการรับประทานโกโก้ของคนเมืองตรัง ศึกษาวัฒนธรรมการรับประทานโกโก้ของคนเมืองตรังจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปได้อย่างไร ศึกษาชุดความคิดอันส่งผลต่อการสร้างภาพตัวตนด้านคุณค่าทางสังคมของวัฒนธรรมการรับประทานโกโก้ในวิถีชีวิตของคนเมืองตรัง

**ขอบเขตด้านพื้นที่** ทำการศึกษาร้านโกโก้ที่เปิดขาย แบ่งเป็นสามกลุ่มตามลักษณะของช่วงระยะเวลาในการก่อตั้งร้านโกโก้ในพื้นที่ ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง

**ขอบเขตด้านระยะเวลา** งานวิจัยชิ้นนี้ได้มีการกำหนดช่วงระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิถีการรับประทานโกโก้ของคนเมืองตรังโดยเริ่มในปีพ.ศ. 2495 ซึ่งเป็นช่วงที่ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการปกครองภายในประเทศจากการควบคุมของรัฐบาลจอมพลแปลก

(ป.) พิบูลย์สงครามซึ่งดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีในขณะนั้นซึ่งมีการประกาศใช้กฎหมายป้องกันการกระทำอันเป็นคอมมิวนิสต์ พ.ศ. 2495 ซึ่งกระทำการควบคุมมิให้มีการรวบรวมกำลังคนเพื่อต่อต้านรัฐบาลอันก่อให้เกิดผลกระทำต่อวิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเมืองตรัง ทำให้กลุ่มสมาคมต่างๆ ของคนเมืองตรัง อาทิ ศาลเจ้า โรงเรียน รวมถึงกลุ่มสมาคมภาษาต่างๆที่มีการรวมตัวกันของกลุ่มคนจำนวนมากต้องถูกปิดตัวลงไปทำให้พื้นที่ในการสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมของคนเมืองตรังลดจำนวนลงไป แต่อย่างไรก็ดีร้านโกปีซึ่งเป็นหนึ่งในวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของคนเมืองตรังที่ผูกติดกับการรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มภายในร้านโกปีควบคู่ไปกับกิจกรรมการเข้าสังคมของคนเมืองตรังภายในร้าน จึงทำให้ร้านโกปีกลายมาเป็นพื้นที่ทางสังคมของคนเมืองตรังที่มีความสำคัญจนถึงปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดให้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรังอันเกี่ยวเนื่องกับการให้ความหมายและความสำคัญกับวัฒนธรรมการรับประทานโกปีตั้งแต่ช่วง พ.ศ. 2495 ซึ่งมีความสำคัญดังกล่าวเป็นต้นมา เพื่อช่วยในการศึกษาและวิเคราะห์ความสำคัญและการให้ความหมายเชิงคุณค่าของวัฒนธรรมการรับประทานโกปีในมุมมองของคนเมืองตรังตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ถือได้ว่าเป็นประวัติศาสตร์ท้องถิ่นภายในสังคมถือเป็นส่วนหนึ่งซึ่งอิทธิพลแก่คนในสังคมในการให้ความสำคัญและความหมายเชิงคุณค่ากับวัฒนธรรมการรับประทานโกปีให้ดำรงอยู่คู่วิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรัง

## นิยามคำศัพท์

**การดำรงอยู่** หมายถึง การคงอยู่ของวัฒนธรรมการรับประทานโกปีท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคม

**วัฒนธรรมการรับประทานโกปี** หมายถึง วัฒนธรรมการรับประทานอาหารเช้า และเครื่องดื่มในร้านกาแฟพื้นเมือง ในตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง

**ร้านโกปี** หมายถึง พื้นที่ทางสังคมที่เป็นวิถีชีวิตคนตรัง

**วิถีชีวิตคนตรัง** หมายถึง วิถีการรับประทานอาหารเช้าและเครื่องดื่มในร้านโกปีของคนในตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง

**สัญลักษณ์** หมายถึง สิ่งที่ใช้ในการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมการรับประทานโกปี อันสื่อความหมายด้านค่านิยมและอุดมการณ์ทางสังคมของคนเมืองตรังที่สอดแทรกอยู่ในวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือสิ่งที่เป็นภาพแทนความหมายเชิงสัญลักษณ์ของมายาคติทางวัฒนธรรม ผ่านวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรัง

## ทบทวนวรรณกรรม

### พื้นที่แห่งการแสดงตัวตนผ่านกิจกรรมทางสังคม

สังคม คือการรวมกลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงกัน มาอยู่รวมกัน ยอมรับขนบประเพณี ซึ่งตอบสนองประโยชน์ในการดำรงชีวิตร่วมกัน (Thio, 2000 อ้างถึงใน ศิริรัตน์ แอดสกุล, 2557) ในการอยู่ร่วมกันของกลุ่มคนนั้น ย่อมมีการติดต่อสื่อสาร การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของผู้คนในสังคม อีกทั้งยังมีการสร้างสายสัมพันธ์ระหว่างกันและกัน (พระมหาสนอง ปัจโจปการี, 2553) การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเป็นการกระทำที่มีเจตนาในการแสดงออกต่อผู้อื่นเพื่อแสดงพฤติกรรมต่อผู้อื่น เน้นการสื่อความหมายในการติดต่อสื่อสาร (พัทยา สายหู, 2540) อันเนื่องมาจากธรรมชาติของมนุษย์ ที่อยู่ร่วมกัน พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เป็นไปในกิจกรรมหลายรูปแบบ ท่ามกลางความแตกต่างของวัฒนธรรมของกลุ่มคนเป็นหนึ่งในสิ่งที่ช่วยกระตุ้นในการปฏิสัมพันธ์ (อุทิศ สังขรัตน์, 2557) กิจกรรมทางสังคม จึงเป็นหนึ่งในกระบวนการสร้างสายสัมพันธ์ผ่านทางการกระทำระหว่างกันของคนหรือกลุ่มคนในสังคม ภายใต้บริบทของสถานการณ์เพื่อบรรลุเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของกิจกรรมทางสังคมที่มุ่งหวัง (ณรงค์ เส็งประชา, 2541) ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ในสังคม ที่เข้ามาเกี่ยวข้องต่อการดำเนินชีวิต พยายามแก้ปัญหา ร่วมมือต่อสู้ให้บรรลุเป้าหมาย ค่อยสร้างกลไกความสัมพันธ์ที่เน้นการพึ่งพาอาศัย ช่วยเหลือกันภายในกลุ่มของตน (ณัฐพงศ์ จิตรนิรัตน์, 2556) ซึ่งสังคมจะประกอบไปด้วยกลุ่มคนทุกเพศทุกวัย ที่ได้มีการติดต่อสื่อสารในพื้นที่เดียวกัน เป็นระยะเวลาต่อเนื่อง และได้มีการกำหนดแบบแผนในการอยู่ร่วมกัน ช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ภายใต้พื้นที่ทางกายภาพที่มีการกำหนดให้เป็นพื้นที่ของการแสดงตัวตน อันเกี่ยวเนื่องกับการให้คุณค่าของคนในสังคม ผ่านความเชื่อ จารีตประเพณี ประวัติศาสตร์ รวมถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมอันส่งผลต่ออัตลักษณ์ตัวตนของคนในสังคม

แรกเริ่มนั้นพื้นที่ถูกกำหนดให้เป็นเพียงพื้นที่ว่างเปล่า ไม่มีการให้คุณค่า เป็นกลางต่อการให้ความหมาย เป็นอิสระจากอำนาจและการเมือง อย่างไรก็ตามก็ยังมีแนวคิดยุคใหม่ที่มองพื้นที่เป็นสิ่งที่เกิดการประดิษฐ์ขึ้นมาจากวัฒนธรรมที่เติมไปด้วยรหัส (Code Space) (อภิญา, 2543) เมื่อมนุษย์หรือคนในสังคมเข้ามากระทำ หรือการเข้ามาปฏิบัติกรภายในพื้นที่ ดังนั้นพื้นที่นั้นๆจึงถูกเปลี่ยนเป็นการเมืองของพื้นที่และพื้นที่ของการเมือง จากการช่วงชิงโอกาสในการให้ความหมายของพื้นที่ ทั้งนี้มองว่าพื้นที่การสร้างกิจกรรมทางสังคมสามารถช่วยให้กลุ่มคนในสังคมแสดงอำนาจหรือความหมายผ่านตัวตน มีการใช้พื้นที่เป็นสื่อกลาง ความหมายของพื้นที่จึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาโดยขึ้นอยู่กับบริบทของสถานการณ์ และผู้คนที่เข้ามาในพื้นที่ อาทิ เป็นพื้นที่ทางการเมืองเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมือง พื้นที่ในการสร้างความทรงจำร่วมของคนในชุมชน พื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความทรงจำทางสังคมระหว่างคนในชุมชน พื้นที่ที่คนในชุมชนถือเป็นจุดนัดหรือศูนย์กลางของชุมชน (หทัยรัตน์ ทองสกุล, 2555) พื้นที่ทางสังคมที่มีการสร้างผ่านกิจกรรมและการปฏิบัติ มีพิธีกรรมที่ช่วยตอกย้ำให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างคนในชุมชนต่อพื้นที่ อย่างไรก็ตามก็ดีกิจกรรม หรือปรากฏการณ์ที่เกิดในพื้นที่จะสะท้อนระบบความคิดและรหัส (สัญญาณ) ของชุมชนซึ่งแสดงออกผ่านเรื่องราว ชุดความรู้ และการเชื่อมโยงกับพื้นที่กายภาพ นอกจากนี้ได้มีการให้ความหมายของพื้นที่ในสังคมจากความเชื่อของคนในชุมชนหรือในสังคมของพื้นที่นั้น (อวยพร ชิงามวัฒน์กุล, 2557)

พื้นที่จึงเป็นสิ่งที่เกิดจากการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของกลุ่มต่างๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นผลผลิตของสังคมที่มีการเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคม ผู้ซึ่งต้องมีการต่อสู้ และช่วงชิงการนิยามและให้ความหมายกับพื้นที่ เป็นการผลิตและสร้างความหมายจึงมีความสัมพันธ์กับการใช้อำนาจ ซึ่งพื้นที่เมืองเป็นพื้นที่ในการแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ในเชิงต่อต้านชัดเจน แย่งชิงพื้นที่ไม่ว่าจะผ่านทางสงครามหรือการกำหนดยุทธศาสตร์ (Foucault, 1984 อ้างถึงใน ฌ็อง-ฌัก ลูคัส, 2550) การสร้างอำนาจในพื้นที่จึงถือเป็นฐานรากของการทำงานอันเกี่ยวเนื่องกับอำนาจทุกชนิด (space is fundamental in any exercise of power) (Foucault, 1980 อ้างถึงใน ฌ็อง-ฌัก ลูคัส, 2550) เป็นการใช้อำนาจเพื่อการจัดการระบบภายในพื้นที่ ควบคุมสังคมผ่านการควบคุมพื้นที่ใช้พื้นที่เพื่อเป็นเวทีของอำนาจในการต่อรอง เกี่ยวข้องกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของคนในสังคม ใช้พื้นที่ทางกายภาพเป็นเครื่องมือหรือตัวกลางทั้งเพื่อใช้ในการต่อรองและสร้างอำนาจให้กับตนเอง ความหมายที่ผู้คนให้ต่อพื้นที่ เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างคนต่อพื้นที่ เปิดโอกาสให้พื้นที่สามารถเปลี่ยนแปลงความหมายได้ (สิริลักษณ์ หมั่นหอ , 2556) อย่างไรก็ตามเมื่อฐานของอำนาจคือการโอกาสในการจัดระบบ ระเบียบอันเกี่ยวเนื่องกับพื้นที่ คนในสังคมจึงมีการต่อสู้เชิงอำนาจในพื้นที่ออกมาในรูปของการสร้างพื้นที่แบบ “ประชาสังคม” (civil society) ซึ่งเป็นการต่อสู้ที่ได้ล้มล้างรัฐบาล หรือช่วงชิงอำนาจทางการปกครอง แต่เป็นเรื่องการสร้างพื้นที่ชนิดอื่น (other spaces) หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นเวทีของการต่อสู้ ได้เถียง ต่อบรรลุ และกระทำการเพื่อช่วงชิงความหมาย ภายใต้รูปแบบของกระบวนการปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งสามารถเห็นได้เป็นรูปธรรมซึ่งปรากฏในรูปของกระบวนการภาคประชาสังคม (อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2553)

ปัจจุบันพื้นที่ถูกให้ความสนใจในการศึกษา และทำความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงไปของพื้นที่จากทัศนะของผู้ที่อยู่ในพื้นที่เป็นหลัก คนในพื้นที่ที่มีความทรงจำหรือความผูกพันต่อพื้นที่ทำให้เกิดการสร้างความหมาย เรื่องราว ให้ความหมายทางจิตวิญญาณ ภูมิปัญญา และมีการกำหนดขอบเขตพื้นที่ แสดงให้เห็นว่าพื้นที่ไม่สามารถจะให้ความหมายของตัวมันเองได้ แต่ผู้คนที่อยู่ในพื้นที่จะมีการให้ความหมายและส่งต่อไปยังรุ่นหลังให้เข้าใจความหมายในพื้นที่ของเขาเองได้ นอกจากนี้ยังมีการให้ความสนใจและให้ความหมายในพื้นที่จากแนวคิด Thirdspace ที่ Foucault และ Lefebvre พัฒนาขึ้น เป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของพื้นที่สองแบบคือการใช้พื้นที่ทางกายภาพ ตีความการให้ความหมายของพื้นที่ผ่านผู้คน ซึ่งจะมีการช่วงชิง ขัดแย้ง แทรกแซงกันภายในพื้นที่ การให้ความหมายของพื้นที่มิได้เป็นการมองแต่เพียงด้านเดียว แต่มีการให้มิติที่หลากหลาย ผ่านการให้พื้นที่เป็นทั้งสื่อที่เป็นตัวกลาง ในการแย่งชิงอำนาจ หรือให้ความหมายพื้นที่ พื้นที่ในลักษณะนี้จึงเป็น “พื้นที่ของการปฏิบัติการทางสังคม (Thirdspace-Social space) แนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจในการใช้ความรู้เพื่อทำการต่อสู้ต่อรอง สร้างความหมาย สร้างอำนาจ สร้างพื้นที่ของตน (Lefebvre, 1905) เน้นในการสลายกรอบทางความคิดของคนในสังคม ทำการวิเคราะห์การกำหนดพื้นที่ทางสังคมว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร อะไรคือแนวคิดหรือกฎเกณฑ์ที่ช่วยในการสร้างความหมาย หรือใช้อำนาจในการกำหนดสิ่งเหล่านั้นได้อย่างไร (สัมภาษณ์ ไชยตะมาตย์, 2553)

นอกจากนี้ การสร้างพื้นที่ทางสังคม ต้องครอบคลุมทั้งปริมาตรสาธารณะ ส่วนตัว และประชาสังคม เพื่ออำนาจที่อยู่ในรูปของตัวตน ที่สามารถจะปะทะกับอำนาจที่เหนือกว่า เพื่อที่ว่างสำหรับพื้นที่อื่นและคนอื่น (Other) (ฌ็อง-ฌัก ลูคัส, 2550) ทั้งนี้พื้นที่บางแห่งเป็นศูนย์กลางของ



พื้นที่ทางสังคมในวัฒนธรรมย่อยที่มีความหลากหลาย เนื่องจากสังคมและวัฒนธรรมจะบ่งบอกซึ่งวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ กิจกรรม และลักษณะการสร้างปฏิสัมพันธ์ของสมาชิก (ศักดิ์ชัย ไชยเนตร, 2555) ความหมายของพื้นที่ย่อมแตกต่างกันไปตามลักษณะของการต่อรองตัวตน กิจกรรมทางสังคมของแต่ละกลุ่ม อีกทั้งอาจมีการทับเกี่ยวของอำนาจ การใช้อำนาจ หรือการให้ความหมายของวัฒนธรรมย่อยของแต่ละกลุ่มสังคม (สิทธิพร พงษ์ทองดี, 2553) เนื่องจากพื้นที่ถูกเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับกลุ่มคน ดังนั้นพื้นที่บางแห่งจึงถูกทำให้เป็นสถานที่ที่มีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับกลุ่มสังคมบางกลุ่ม (สุรพงษ์ ยิ้มละมัย, 2550)

พื้นที่ของกิจกรรมทางสังคมภายในร้านโกบีจังหวัดตรัง ถูกให้ความสำคัญในแง่มุมของการสร้างความหมายและต่อรองอำนาจของคนในชุมชน ผู้วิจัยได้ทำการเลือกใช้แนวคิดพื้นที่ ผ่านทฤษฎีของ Lefebvre (1905) เพื่อวิเคราะห์และทำการให้คุณค่าและความหมายของพื้นที่ร้านโกบีซึ่งเป็นพื้นที่ทางกายภาพของวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรัง ให้การรักษาและคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมการรับประทานโกบีที่ได้รับการสืบทอดจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ท่ามกลางพลวัตทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งร้านโกบีเมืองตรังเป็นพื้นที่ในการสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมในวิถีคนเมือง และเป็นทั้งพื้นที่ของการพบปะพูดคุย การแสดงความคิดเห็น หรือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในสังคมทั้งภายในครอบครัว หรือกลุ่มตามโครง สร้างทางสังคมอื่น เช่น กลุ่มในที่ทำงาน กลุ่มในสถาบันทางการศึกษา เป็นพื้นที่ที่สนับสนุนในการสร้างความสัมพันธ์ หรือสร้างความขัดแย้งหรือสร้างความหมายใหม่ในพื้นที่ของร้านโกบีตามลักษณะเฉพาะกลุ่มของตน ผู้วิจัยจึงกำหนดแนวทางการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ กฎเกณฑ์หรือแนวคิดที่ได้จากปรากฏเพื่อให้เข้าใจลักษณะของการสร้างตัวตน การต่อรองความหมาย และการใช้พื้นที่เพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกในสังคม เพื่อตอบโจทย์ประโยชน์ของงานวิจัยต่อไป

### การดำรงอยู่ของสายสัมพันธ์ชุมชน

เมื่อโลกเข้าสู่โลกไร้พรมแดน จากความเจริญทางเทคโนโลยีและการสื่อสารเป็นผลให้ระบบข่าวสารและข้อมูลถูกกระจายออกไปเป็นวงกว้าง ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสในการรับวัฒนธรรมใหม่ที่แตกต่างจากความเป็นดั้งเดิมของตน สื่อต่างๆ ทั้งสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์จึงกลายเป็นศาสตร์ที่ได้รับความนิยมและช่วยในการสร้างอิทธิพลของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทั่วโลก ชุมชนเป็นหน่วยหนึ่งที่สำคัญในสังคมจึงง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ รวมถึงสามารถรับวัฒนธรรมต่างๆ ผ่านเทคโนโลยีภายในเสี้ยววินาที (นิเทศ ตินณะกุล, 2544) อย่างไรก็ตามความสะดวกของการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมีทั้งประโยชน์และโทษทางสังคม สำหรับข้อดีข้อมูลทางการสื่อสารที่สะดวกนี้จะช่วยในการรับความรู้และวัฒนธรรมจากสังคมภายนอกมาปรับใช้กับการดำเนินชีวิต รวมถึงการแข่งขันทางธุรกิจ การค้าและบริการซึ่งอยู่ในตลาดอุตสาหกรรมของแต่ละประเทศ โทษหรือผลเสียที่ตามมา (ยุพินพรณศิริวัธนกุล, 2541) เนื่องจากความสะดวกของข้อมูลที่เข้าถึงได้ง่ายนี้ ส่งผลต่อการรับข่าวสารที่ส่งมาโดยอาจมิได้ผ่านการคัดกรองจากสังคมเนื่องจาก แคลคลิกเครื่องมือสื่อสารภายในเสี้ยววินาทีก็สามารถส่งข้อมูลที่ต้องการสู่สาธารณชนได้ กรณีเหล่านี้ อาจส่งผลต่อเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของคนในสังคม เพราะนอกจากแนวคิดความทันสมัยที่เกิดขึ้นซึ่งให้ความสำคัญเชิงวัตถุ โดยสมาชิกในครอบครัวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ (อรศรี งามวิทยาพงศ์, 2549) สิ่งเหล่านี้ อาจทำ

ให้เกิดผลกระทบในการสร้างความสัมพันธ์ของครอบครัวซึ่งเป็นหน่วยทางสังคมที่มีหน้าที่ดูแล อบรม ขัดเกลา จริยธรรม และถ่ายทอดจารีตประเพณีรวมถึงวัฒนธรรมภายในสังคมให้กับคนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทต่อสังคมในอนาคต สิ่งเหล่านี้เป็นการลดบทบาทของการขัดเกลาจิตใจของสมาชิกในสังคมสมัยใหม่ (สนอง ปัจโจปการี, 2553) ให้มีวิจรรย์ญาณในการรับข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสม สามารถทำการวิเคราะห์สิ่งที่ได้รับผ่านโลกการสื่อสารที่ไร้พรมแดน นอกเหนือจากครอบครัวที่สำคัญทางสังคมซึ่งช่วยขัดเกลาพฤติกรรมของคนในสังคมแล้ว ผู้นำทั้งภาครัฐ สมาคม และชุมชนต่างๆ มีอิทธิพลต่อการปรับตัวของคนในสังคมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในสังคม (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2549)

ผู้นำจึงต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และกระตือรือร้นในพัฒนาชุมชน และการพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงมีการจัดกิจกรรมทางสังคมอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อให้สูญหายไปท่ามกลางกระแสสังคมที่เชี่ยวกราก อีกทั้งขยายโอกาสทางการสื่อสาร สร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการพัฒนาท้องถิ่น และจิตสำนึกรักบ้านเกิด เพื่อรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนในชุมชน สร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้สามารถรับมือกับวัฒนธรรมภายนอกและค่านิยมเชิงวัตถุที่เข้ามาเพื่อไม่ให้วัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของชุมชนถูกลดเลือนหายไป (วันทนา จุจันท์, 2551) ในอดีตครัวเรือนชนบทมีการดำรงชีพโดยยึดเกษตรกรรมมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตามเมื่อมีแนวคิดการพัฒนาเข้ามาในชุมชน นำความทันสมัยซึ่งเป็นการให้ความสำคัญเชิงวัตถุเข้ามาพร้อมกับเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ไร้พรมแดน ก่อให้เกิดการพลวัตของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม มีการปรับตัวของครัวเรือนในการรับมือกับการพัฒนานี้ทั้งปรับเปลี่ยนการดำเนินชีวิต การให้ความสำคัญกับคุณค่าเชิงวัตถุ และการศึกษาในสังคม เพื่อเพิ่มโอกาสในการรับความรู้โดยเฉพาะการสื่อสารให้เข้ากับยุคโลกาภิวัตน์ นอกจากนี้พบว่าเมื่อสภาพสังคมเปลี่ยนไป คนในสังคมมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของโครงสร้างทางสังคม และการดำเนินชีวิตที่มีการปรับเปลี่ยนไปตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรม อาทิ สมาชิกในครอบครัวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น เพื่อการสร้างรายได้ให้เพียงพอต่อการดำเนินชีวิตท่ามกลางกระแสวัตถุนิยมในสังคม มีการอนุรักษ์ธรรมชาติซึ่งเป็นทุนทรัพยากรของท้องถิ่นให้ดำรงอยู่ ต่อสู้กับอำนาจของการแข่งขันทางความรู้ในอุตสาหกรรมด้วยการรวมตัวของสมาชิกในท้องถิ่น (พรรณพิมล ชันติยู, 2554)

อย่างไรก็ดีในปัจจุบันมีการรวมตัวกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งของคนในชุมชน ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการสื่อสารและสร้างจิตสำนึกร่วมกันของสมาชิกในสังคม เพื่อแก้ไขปัญหาและร่วมกระทำการบางอย่างให้สังคมสามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า ประชาคม เป็นการจัดรูปแบบของความสัมพันธ์ในลักษณะเครือข่าย โดยมีจุดมุ่งเน้นให้มีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนเพื่อสร้างศักยภาพที่เข้มแข็งแก่สังคม (สนอง ปัจโจปการี, 2553) ถือได้ว่าเป็นการปรับเปลี่ยนลักษณะของการสร้างปฏิสัมพันธ์ของคนในชุมชนท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ในสังคม แต่หากชุมชนยังคงวัฒนธรรมที่เข้มแข็งของตนไว้ได้ วัฒนธรรมบางประการอาจส่งผลกระทบต่อท้องถิ่นผ่านกิจกรรมทางสังคมในการแก้ปัญหาจากการเข้ามาของภาวะทันสมัย อันส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ของคนในท้องถิ่นให้ตกอยู่ภายใต้การดำเนินชีวิตแบบปัจเจกบุคคลมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามจากการลงพื้นที่เพื่อสำรวจข้อมูลของพื้นที่วิจัยเบื้องต้น พบว่าในตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง ถึงแม้จะขยายกลายเป็นชุมชนเมืองขนาดใหญ่แล้วก็ตาม ก็ยังมีการสร้างพื้นที่ทางสังคมที่ช่วยสนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนซึ่งเกิดขึ้นภายในพื้นที่ร้านโกโก้ นำวัฒนธรรมดั้งเดิมมาเป็นตัว

เสริมสร้างความเข้มแข็งของสายสัมพันธ์ชุมชน จึงอาจเป็นหนึ่งในสาเหตุของการคงอยู่ของวัฒนธรรมการรับประทานโกปีในสังคม

### วัฒนธรรมชุมชนท่ามกลางกระแสความทันสมัย

วัฒนธรรม คือวิถีการดำเนินชีวิตในสังคมที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นในการหาแนวทางเพื่อประโยชน์ให้แก่คนในการดำเนินชีวิต มีการถ่ายทอดและปฏิบัติสืบต่อกัน (ประเวศ วะสี, 2541) เช่นเดียวกับวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนตรง ที่มีการสืบทอดกันรุ่นต่อรุ่นถึงแม้จะมีการเปลี่ยนผ่านของห้วงเวลา วัฒนธรรมที่สะท้อนการดำเนินชีวิต ประวัติศาสตร์ และบริบททางสังคมของคนในท้องถิ่น วัฒนธรรมจึงเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของมนุษย์ มีการยอมรับและตกลงร่วมกัน ส่วนใหญ่เกิดขึ้นเพื่อสร้างความสะดวกให้แก่มนุษย์ท่ามกลางสภาพแวดล้อมในสังคมและบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่หลากหลาย (สนอง ปัจโจปการี, 2553) วัฒนธรรมกลายเป็นสิ่งที่หล่อหลอมบุคลิกภาพของบุคคลในสังคม เป็นมรดกที่บุคคลในสังคมต้องเรียนรู้และสืบทอดต่อกันไป ทั้งนี้วัฒนธรรมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามยุคสมัย โดยมีเงื่อนไขที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง ว่าเป็นเวลา และกระแสสังคมจากทั้งภายในและภายนอกสังคมเป็นสิ่งที่ส่งอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมของชุมชน จะส่งผลมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความเข้มแข็งของวัฒนธรรมชุมชน (ศิริรัตน์ แอดสกุล, 2557) ในอดีตคนในชุมชนจะมีการสร้างความสัมพันธ์ผ่านทางระบบเครือญาติ เมื่อแนวคิดเหล่านั้นลดอิทธิพลต่อคนในชุมชนลงไป ทำให้ปัจจุบันการรวมกลุ่มมีการปรับเปลี่ยนเป็นการสร้างความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน หรือที่เรียกกันว่าเครือข่ายทางสังคม จึงทำให้ปรากฏลักษณะของกลุ่มทางสังคมที่หลากหลายมากขึ้น (วิจิต นันทสุวรรณ; จำนง แรกพินิจ, 2541) การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมชุมชนนี้เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ซับซ้อน เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของโครงสร้างสังคมต่างๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศ ประชากร และเทคโนโลยีต่างๆ นักสังคมวิทยามีความคิดเห็นต่อแนวคิดนี้ว่า ไม่ใช่เป็นเพียงแค่การเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างทางสังคมเพียงเท่านั้น ยังเกี่ยวพันไปในส่วนของการเปลี่ยนแปลงหน้าที่ทางสังคม สำหรับประเทศไทยเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของโลกเข้ามาทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนให้สังคมมีความเป็นนานาชาติ พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อช่วยในการติดต่อสื่อสารทางการค้า รวมถึงการรับข้อมูล และความรู้อันเกี่ยวเนื่องกับศาสตร์ตะวันตกมาใช้ในการพัฒนาประเทศ ทั้งนี้เมื่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เมื่อคนไทยรับอารยธรรมเหล่านั้นเข้ามา (อรศรี งามวิทยาพงศ์, 2549) โดยมีการปรับพฤติกรรมที่เริ่มเป็นเอกเทศ กล้าแสดงออก และมีบุคลิกที่เปิดเผยไม่สนใจหรือยึดติดกับสังคมนอกรวมถึงรับข้อมูลผ่านการสื่อสารไร้พรมแดน ส่งผลแง่บวกในการเพิ่มโอกาสการแข่งขันทางธุรกิจ

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการบางกลุ่มออกมาแสดงความคิดเห็นต่อการเข้ามาของความทันสมัยในกระแสสังคม ส่งผลแง่ลบต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น และความสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชนถูกลดความสำคัญ เนื่องจากคนให้ความสำคัญเชิงวัตถุ รวมถึงลดคุณค่าความสัมพันธ์ของจิตวิญญาณ ซึ่งเป็นความเชื่อที่ช่วยในการขัดเกลาจิตใจ และจริยธรรม (ยุพินพรรณ ศิริวิธานกุล, 2541) อีกทั้งช่วยสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของธรรมชาติให้อยู่เคียงคู่คนในชุมชน พึ่งพาอาศัยและช่วยเหลือดูแลกัน เมื่อความเชื่อเหล่านี้ถูกมองข้ามไปส่งผลทำให้เกิดปัญหาทางด้านระบบนิเวศ และสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2549) อย่างไรก็ตามการเจริญก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยี การสื่อสาร

และระบบเศรษฐกิจ หรือที่เรียกว่า “โลกาภิวัตน์” ซึ่งเป็นแนวคิดทางสังคมจากชาติตะวันตกที่กล่าวอ้างว่าตนเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ผ่านการให้คุณค่าเชิงเทคโนโลยีสนับสนุนระบบเศรษฐกิจเพื่อสร้างโอกาสทางการค้า แต่ลดความสำคัญในมุมมองด้านวัฒนธรรมในสังคม เป็นการเปลี่ยนแปลงจากการให้ความสำคัญกับขนบธรรมเนียมประเพณี หรือความเชื่อดั้งเดิมไปสู่สังคมแบบใหม่ กล่าวได้ว่าเป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมรูปแบบหนึ่ง อาจเรียกได้ว่า “การเปลี่ยนแปลงเป็นความทันสมัย (Moderni-zation) (นิเทศ ดินณะกุล, 2544) เมื่อความทันสมัยเข้ามามากขึ้นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วซึ่งก่อให้เกิดปัญหาขึ้นในสังคมได้ เช่น ภาวะยากจน จากการเปลี่ยนแปลงแนวคิดจากการดำเนินชีวิตแบบพึ่งพิงธรรมชาติตามแนวคิดของวัฒนธรรมชุมชน มาให้ความสำคัญกับการเกษตรกรรมเชิงพาณิชย์ และผลกระทบจากการใช้คุณค่าเชิงวัตถุนิยม ส่งผลให้วิถีชีวิตของคนบางกลุ่มถูกปรับเปลี่ยนมีการย้ายถิ่นฐานเข้าสู่เมืองใหญ่มากขึ้น ปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตดั้งเดิมเพื่อให้อยู่รอดในกระแสสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้เกิดปัญหา และช่องว่างในสังคมมากยิ่งขึ้น (สมเกียรติ พวงไย, 2552; จริยา วีระพันธ์เทพา, 2552 และสิทธิพงษ์ ทิปัญญา, 2549)

อย่างไรก็ดีบางชุมชนได้มีการปรับเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิตเพื่อให้อยู่รอดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสังคม จากวิถีชีวิตดั้งเดิมตามความเชื่อของท้องถิ่นมีการปรับเปลี่ยนแนวทางบางประการตามกระแสสังคม แต่ยังคงประกอบอาชีพของครอบครัวตามการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ทั้งยังมีการสร้างความสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมทางสังคม โดยเฉพาะเกี่ยวข้องกับพิธีกรรม ความเชื่อและศานา นอกจากนี้บางพื้นที่การเข้ามาของภาครัฐและกลุ่มนายทุนในการสนับสนุนในการนำวัฒนธรรมพิธีกรรม ความเชื่อ และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนเข้าสู่กระแสการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้แก่คนในพื้นที่ ทำให้ลดการย้ายถิ่น ทั้งนี้กล่าวได้ว่าสภาพแวดล้อมมีส่วนในการกำหนดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตด้านเศรษฐกิจของชุมชน ช่วยในการส่งเสริมความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน (นันทวรรณ แสนไพโร, 2554; สุปียา ทาปทา, 2552; คำไพ ทาชาติ, 2552; ปณิตดา มานิตย์, 2551 และสุกัญญา บุรณเดชาชัย, 2549) วัฒนธรรมการรับประทานโกบี่ของคนตรังก็ได้รับการสนับสนุนเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่คนในสังคมเช่นเดียวกัน ผู้ได้รับผลประโยชน์จากการเข้ามาของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลับมีเพียงคนเฉพาะกลุ่มที่ได้รับแม้ภาครัฐจะพยายามปลุกกระแสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อกระจายโอกาสให้เท่าเทียมกันก็ตาม แม้เศรษฐกิจของชุมชนจะมีรายได้จากการนำความเข้มแข็งจากของวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ แต่รูปแบบหรือลักษณะบางประการของวัฒนธรรมอาจถูกดัดแปลง หรือประกอบสร้างใหม่เพื่อการค้า ทั้งนี้หากชุมชนมีวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตภายใต้ความเชื่อที่เข้มแข็งจะส่งผลต่อความเข้มแข็งของสายสัมพันธ์ชุมชน วัฒนธรรมอาจถูกดัดแปลงจนกลายเป็นสิ่งที่เรียกว่าวัฒนธรรมเพื่อการค้า (ยุพินพรรณ ศิริวัธนกุล, 2541) อย่างไรก็ตามสิ่งเหล่านี้แม้จะช่วยสร้างรายได้เพื่อการดำรงชีพให้แก่คนในท้องถิ่น แต่มีอาจเป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่แท้จริง เช่นการนำเอากรับประทานโกบี่กับหมูย่างเมืองตรังมาเป็นสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมจังหวัดตรัง ทั้งที่คนเมืองตรังมีได้ทานอาหารสองอย่างนี้คู่กันเสมอไป เป็นเพียงแค่บางช่วงเวลา หรือบางกลุ่มคนเท่านั้น แต่เมื่อถูกดึงเข้าสู่การท่องเที่ยวกลับถูกมองเป็นวัฒนธรรมหลักของคนเมืองตรังที่ต้องรับประทานคู่กันทุกเช้า เมื่อนักท่องเที่ยวมาในร้านโกบี่ก็ต้องมารับประทานทั้งที่ไม่ได้มารับประทานในร้านโกบี่ทุกร้านดังที่ภาครัฐทำการสื่อสารเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเท่านั้น อย่างไรก็ตามปฏิเสธไม่ได้ว่าการนำเอาวัฒนธรรมเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ สามารถกระตุ้นการเกิดเครือข่ายทางสังคม สร้างความเข้มแข็งของสายสัมพันธ์ชุมชน

ผ่านกิจกรรมทางสังคมจากการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมชุมชน ทั้งนี้วัฒนธรรมชุมชนหากยังคงความเชื่อที่เข้มแข็งของคนในชุมชน โดยเฉพาะความเชื่ออันเกี่ยวเนื่องกับความสัมพันธ์ของจิตวิญญาณ อาทิ เช่น พิธีปาจ๊าก เป็นพิธีทางความเชื่อที่ช่วยในการปิดเป่าสิ่งชั่วร้ายสร้างความเป็นมงคลต่อคนในชุมชน รวมถึงเป็นการแสดงความเคารพต่อบรรพบุรุษ อีกทั้งช่วยสร้างความกลมเกลียวให้แก่คนในชุมชนผ่านการแสดงออกในรูปแบบกิจกรรมทางสังคม (สัญญา เผ่าพิชพันธุ์, 2552) นอกจากนี้ยังมีการดำรงอยู่ของความผูกพันแบบเครือญาติในท้องถิ่นสนับสนุนในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนผ่านกิจกรรมต่างๆ ซึ่งมีนัยยะแฝงในการสร้างจิตสำนึกรักบ้านเกิด สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รวมถึงการใช้พระพุทธศาสนาที่ช่วยในการจัดระเบียบทางสังคมของคนในชุมชน (ณัฐกฤตา มงคล, 2554) อย่างไรก็ตามหากชุมชนสามารถดำรงอยู่ซึ่งความเข้มแข็งด้านความเชื่อ ซึ่งมีระบบคิดที่ช่วยในการควบคุม และจัดระเบียบพฤติกรรมและความคิดของคนในสังคมได้จะเพิ่มโอกาสในการสร้างความเหนียวแน่นระหว่างสมาชิกในสังคมได้ดียิ่งขึ้น

ดังนั้นการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมชุมชนภายใต้การเปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัย จึงต้องได้รับการสนใจจากผู้ที่เกี่ยวข้อง เพราะถึงแม้วัฒนธรรมจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามวัฏจักรทางธรรมชาติ แต่หากสังคมหรือคนในชุมชนไม่มีการรับรู้และเตรียมตัวรับมือกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นนี้ อาจส่งผลกระทบต่อลักษณะการดำเนินชีวิตของคนในสังคมในอนาคต วัฒนธรรมโกปีซึ่งถือเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นอันเกี่ยวเนื่องกับลักษณะการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรัง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่ จึงได้รับความสนใจในการศึกษาถึงลักษณะของการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมท่ามกลางกระแสสังคมของค่านิยมเชิงวัตถุนิยมยุคของการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความทันสมัย เพื่อช่วยในการศึกษาวัฒนธรรมการกินโกปีในสังคมเมืองตรัง ว่ามีการปรับเปลี่ยนเพื่อการดำรงอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของกระแสสังคมอย่างไร อีกทั้งใช้แนวคิดหรือวิธีใดในการสร้างโอกาสทางการค้าในยุคของการให้คุณค่าเชิงวัตถุนิยมมากยิ่งขึ้น

### กาแฟสัญญาของอุตสาหกรรมทางสังคม

โกปีถูกนำเข้ามาตั้งแต่ช่วงรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ในยุคนั้นมีกาแฟสองแบบด้วยกันที่อยู่ในตลาดการค้าของเมืองไทย นั่นคือกาแฟแบบยุโรปที่ถูกนำเข้ามาเพื่อตอบสนองกลุ่มชาวต่างชาติที่เข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทย จึงอยู่ในย่านโรงแรม หรือสำนักงานของชาวต่างชาติ อีกรูปแบบหนึ่งเป็นลักษณะของกาแฟคั่วผสม หรือบางท้องถิ่นเรียกกันว่า “โกปี” เข้ามาในเมืองไทยผ่านการเข้ามาของชาวจีนโพ้นทะเล เป็นที่นิยมอย่างมากโดยเฉพาะช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งถือได้ว่าเป็นกาแฟสไตล์โบราณที่คนไทยคุ้นเคยกว่า 80 ปี (อนุรัตน์ วัฒนาวงค์สว่าง, 2555) อนึ่งโกปีถูกให้ความหมายผ่านมุมมองเชิงสัญญา ตั้งแต่อดีตเมื่อชนชาติใดรับวัฒนธรรมการรับประทานโกปีไปก็จะมีกาแฟให้ความหมายตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของตนเอง โกปีจึงเป็นเครื่องดื่มทางสังคมที่นำเสนอวิถีการดำเนินชีวิต และอุตสาหกรรมของคนในสังคมนั้นๆ เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามเมื่อมีการเกิดขึ้นของโลกาภิวัตน์ นำไปสู่กระแสของความทันสมัยเกิดขึ้นในสังคม ทำให้เกิดการให้คุณค่า และความหมายในเชิงวัตถุนิยมมากยิ่งขึ้น สำหรับวัฒนธรรมการรับประทานโกปีที่ยังคงดำรงอยู่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันได้มีการปรับเปลี่ยนตามบริบททางสังคมที่เกิดขึ้น จึงมีการเกิดร้านโกปีหลายรูปแบบ ทั้งที่ยังดำรงอยู่ท่ามกลางการให้คุณค่าทางสังคมแบบดั้งเดิมอย่างร้านโกปีของคน

ตรัง รวมไปถึงจนถึงร้านโกบีแบบร่วมสมัยซึ่งได้รับอิทธิพลจากความทันสมัยที่เข้ามาในสังคม สอดคล้องกับแนวคิดของวัฒนธรรมที่มีการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย ผู้วิจัยมองว่าสำหรับร้านโกบีในเมืองตรังจึงมีความน่าสนใจในแง่ของการดำรงอยู่ของร้าน โดยมุ่งเน้นคุณค่าผ่านมุมมองคนในสังคมเมืองตรัง เหตุใดจึงยังคงเลือกรับประทานโกบีหรือเครื่องดื่มอื่นๆที่มีการเข้ามาพร้อมความทันสมัยภายในร้านโกบี แทนที่จะเลือกร้านกาแฟแบบตะวันตกซึ่งเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว อีกทั้งทำการศึกษารายให้คุณค่า ความหมาย การแสดงออกตัวตน รวมถึงในแง่ของวัฒนธรรมชุมชนของคนตรังต่อการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมการรับประทานโกบี อย่างไรก็ตามก็ตีค่ากาแฟที่มีการนำเข้าจากประเทศทางฝั่งตะวันตกให้คุณค่าและความหมายของการดื่มกาแฟในมุมมองของวัฒนธรรมการรับประทานของชนชั้นสูง โดยมีการแข่งขันกันผ่านทางวัฒนธรรมของการรับประทาน หากในพื้นที่มีร้านกาแฟที่หลากหลาย แต่ละร้านอาจจะเป็นหนึ่งในสาเหตุของการแข่งขันกันของสังคม ทำให้กาแฟสมัยใหม่ถูกให้ความหมายในด้านการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ในยุคบริโภคนิยม เน้นย้ำการให้ความสำคัญต่ออัตลักษณ์จากวัฒนธรรมตะวันตกที่ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมไทย (พิธวัสสิริ ธเนตสกุลวัฒนา, 2552; ศรีนคร รัตน์เจริญจร, 2544) กล่าวได้ว่าผู้ที่เลือกดื่มนอกเหนือจากความแตกต่างทางด้านรสชาติแล้วยังเป็นการแสดงออกถึงตัวตน อันเกิดจากความต้องการในการสร้างความแตกต่าง ตอบสนองต่อความต้องการในการสร้างภาพลักษณ์ โดยร้านกาแฟซึ่งผู้บริโภคให้คุณค่าความหมายในลักษณะนี้ได้แก่ ร้านกาแฟ แบล็คแคนยอน ซึ่งเป็นร้านอาหารที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ กลุ่มคนในสังคมที่บริโภคเลือกร้านผ่านการแสดงตัวตนบางประการจากสัญลักษณ์ และลักษณะของอาหารและการบริการภายในร้าน ซึ่งมีความแตกต่างจากร้านทั่วไป ถือได้ว่าเป็นพื้นที่แสดงตัวตนผ่านวัฒนธรรมการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (ปรัชญา งามทวีรัตน์, 2553)

อย่างไรก็ดีโกบีซึ่งเป็นวัฒนธรรมของคนพื้นถิ่น ยังถูกมองให้เป็นสื่อของความสัมพันธ์และการสร้างเครือข่ายทางสังคม ช่วยในการสนับสนุนการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ดังเช่น สภากาแฟของประชาชนในจังหวัดตรัง มีการใช้สภากาแฟเป็นพื้นที่ของการสื่อสารของคนในชุมชน โดยมียุทธศาสตร์การสื่อสารที่แตกต่างกันออกไปตามบทบาทในวงสนทนา ผู้นำชุมชนมองว่าสภากาแฟเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่ช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนโดยเฉพาะด้านการเมือง (ชินกมล ทิพยกุล, 2542) เช่นเดียวกับร้านน้ำชาในบางท้องถิ่น ที่เป็นพื้นที่ในการสร้างความหมายของสมาชิกในชุมชน อาทิ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มคนมีการใช้ร้านน้ำชาเป็นพื้นที่ในการสร้างเครือข่ายสัมพันธ์ทางสังคม ทั้งทางด้านการสร้างความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ และการพึ่งพาในการดำรงชีวิตประจำวัน ทำการสร้างพื้นที่สาธารณะเพื่อให้เป็นสถานที่ในการสร้างประชาคมของคนเมือง อีกทั้งช่วยสร้างความเข้มแข็งของชุมชนต่อไป โดยยังคงดำรงความคิดมุมมองบทบาททางเพศวิถีที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตรวมถึงร่วมกิจกรรมทางสังคม โดยเพศชายในชุมชนถือได้ว่าเป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ที่เข้าไปในร้านน้ำชาเป็นหลัก (โอปอลล์ ประชาวดี, 2547) เห็นได้ว่าบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของการให้ความหมายของร้านโกบีของคนตรัง และร้านน้ำชาของนครศรีธรรมราชมีความแตกต่างกันเนื่องจากบริบททางสังคมและวัฒนธรรม และภูมิหลังอันส่งผลต่อมุมมองพื้นที่ทางสังคมในการสร้างและกระตุ้นความเข้มแข็งของชุมชนที่ต่างกัน นอกจากนี้ยังมีร้านน้ำชาของคนในชุมชนคุณเต่า ที่มีการให้ความหมายมองร้านน้ำชาให้เป็นพื้นที่ของการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมของคนในชุมชน ทั้งเพื่อการสื่อสาร การสร้างกลุ่มและเครือข่าย ต่อผู้ต่อรอง แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนร่วมกัน อีกทั้งยังมีการเปลี่ยนแปลงความหมายของ

พื้นที่อยู่ตลอดเวลาเนื่องจาก ลักษณะของกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในร้านน้ำชา โดยมีลักษณะการแสดงบทบาททางเพศวิถีต่อกิจกรรมทางสังคมใกล้เคียงกับร้านน้ำชาในนครศรีธรรมราชเนื่องจากร้านน้ำชาในชุมชนคูเต่าเป็นพื้นที่การพูดคุยของเพศชายที่นับถือศาสนาอิสลามที่ร่วมกันทำกิจกรรมทางสังคมในร้านน้ำชาภายหลังกิจกรรมทางศาสนา (หทัยรัตน์ ทองสกุล, 2555) อย่างไรก็ตามมีงานวิจัยหลายพื้นที่มีการศึกษาความสัมพันธ์ของคนในชุมชนที่มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องการรับประทานโกโก้และน้ำชา แม้อาหารและเครื่องดื่มมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันจากการรับวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามาในสังคม ผสมผสานกับการพัฒนาด้านการสื่อสารถึงแม้ว่าบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมจะมีการเปลี่ยนแปลงไป แต่โกโก้หรือน้ำชาของแต่ละชุมชนยังคงเป็นสายสัมพันธ์สีดำที่ผูกร้อยคนในชุมชนไว้ด้วยกันผ่านเครือข่ายทางสังคมของการร่วมมือกันในการนำโกโก้สู่การพัฒนาสังคม และเพื่อสร้างรายได้แก่คนในชุมชน (ศุภย์มานุษยวิทยาสรีนธร, 2555)

เมื่อโกโก้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจผ่านการสื่อสารในมุมมองวัฒนธรรมท้องถิ่นแล้ว หลายหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนมีการให้ความหมายเชิงคุณค่า เพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าและผลิตภัณฑ์ของตน เพื่อกระตุ้นการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นการพัฒนาโกโก้หรือ กาแฟโบราณไปในเชิงพาณิชย์มากยิ่งขึ้น (อัจฉรา อาญาคำ, 2556; พรพล รมย์นุกูล สุภัญญา กล่อมจ่อหอย และวัฒนาภรณ์ โชครัตนชัย, 2553) รวมถึงสร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชน อีกทั้งช่วยพัฒนาศักยภาพของการดำเนินธุรกิจในยุคบริโภคนิยม เน้นย้ำคุณค่าของวัฒนธรรมชุมชนที่สามารถช่วยในการสนับสนุนทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ช่วยในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเพื่อโอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่นภายใต้ระบบเศรษฐกิจทุนนิยม (เกียรติกร พันวา, 2557; ภิญญา ตันพิทยคุปต์ และคณะ, 2550) เพื่อการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวของชุมชนเมืองตรังมีการนำโกโก้เป็นสื่อในการแสดงออกถึงวัฒนธรรมของคนในชุมชน สร้างมุมมองที่ดีของพื้นที่ในมุมมองของนักท่องเที่ยว มีการบริการของเจ้าของร้านและพนักงานเป็นตัวช่วยในการกำหนดและส่งเสริมความรู้สึกรักพึงพอใจในการรับบริการ และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและพื้นที่ร้านโกโก้ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่แสดงตัวตน และพื้นที่สื่อสารของคนท้องถิ่น โกโก้หรือกาแฟโบราณในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมจึงเป็นเครื่องดื่มที่แสดงออกถึงวิถีชีวิต มีความสำคัญต่อการสร้างสัมพันธ์ภาพของกลุ่มคนในสังคม ที่แฝงไปด้วยอุดมการณ์ทางสังคมของคนในพื้นที่ ที่ได้ทำการสื่อสาร และแสดงออกโดยใช้วัฒนธรรมการรับประทานโกโก้ การศึกษาในเรื่องนี้จะทำให้ผู้วิจัยทราบว่าคุณค่าการให้ความหมายของคนในสังคมเมืองตรังต่อวัฒนธรรมการรับประทานโกโก้เป็นอย่างไร และคนตรังมีอุดมการณ์ทางสังคมที่เกิดจากระบบคิดหรือชุดความคิดใดในการถ่ายทอดวัฒนธรรมการรับประทานโกโก้ในสังคมให้ดำรงอยู่จากอดีตจนถึงปัจจุบัน อีกทั้งอุดมการณ์ทางสังคมเหล่านั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงจากในอดีตหรือไม่อย่างไร

### การสื่อสารผ่านสัญลักษณ์สู่การสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรม

สัญลักษณ์ มาจากคำในภาษากรีก Semeion ที่แปลว่า Sign (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2549) คือระบบความคิดที่สื่อถึงสิ่งต่างๆ เป็นสัญลักษณ์ หรือสิ่งที่แสดงออกถึงความหมาย ไม่ว่าจะเป็นสิ่งใดก็ตามเมื่อผ่านกระบวนการทางจิตของคนในสังคม มีการตัดสินใจเพื่อคัดเลือกการใช้เกณฑ์เพื่อกำหนดความหมายร่วมกันของสมาชิก (Saussure อ้างถึงใน ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2549) ดัง

นั่นสัญญาะสามารถเป็นทุกอย่างที่สามารถใช้สื่อความหมายได้ทั้งสิ้น อาทิ ภาพ สัญลักษณ์ อากัปกริยา ท่าทาง พิธีกรรม กล่าวได้ว่าเป็นทุกอย่างที่อยู่รอบล้อมตัวเราสามารถกลายเป็นสัญญาะได้ทั้งหมดแม้แต่ตัวของมนุษย์เอง (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2549) สัญญาะเองมีการให้รหัส เพื่อกำหนดความหมาย ผ่านกฎเกณฑ์ที่ตกลงร่วมกันของคนในสังคมเพื่อใช้ในการสื่อสาร สัญญาะจึงเป็นสิ่งที่มีความหมายมากกว่ารูปลักษณ์หรือสภาพภายนอกของตัวมัน (Peirce อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2542) อีกทั้งสามารถเปลี่ยนแปลงความหมายได้ไม่หยุดนิ่งตามความต้องการที่จะสื่อสารจากผู้ส่งสารถึงผู้รับ ผ่านกฎเกณฑ์หรือข้อกำหนดบางประการของสังคม เมื่อมีการเปลี่ยนของช่วงเวลาเข้ามาเป็นพลวัตจึงทำให้สัญญาะสามารถเปลี่ยนแปลงความหมายของตัวเอง ผ่านความเข้าใจในสารที่ส่งระหว่างผู้รับและผู้ส่งสาร แสดงออกถึงตัวตน และคุณค่าบางประการต่อตัวของผู้ที่อยู่ภายในสังคมภายใต้ตราสัญลักษณ์ สื่อสารความหมายผ่านรูปสัญญาะโดยการเข้ารหัส เพื่อบอกบริบทของความสัมพันธ์ในปัจจุบันของสมาชิกในสังคม โดยสัญญาะสามารถเห็นได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งการสื่อสารของสมาชิกในสังคมที่เป็นเพียงกลุ่มเล็กๆ หรือเป็นเพียงวัฒนธรรมกลุ่มย่อย หรือวัฒนธรรมหลักอันแสดงออกผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งมีลักษณะที่มีการไม่หยุดนิ่งตายตัว (ทรงยศ จิรรัตนวงศ์, 2554)

กล่าวได้ว่าการให้ความหมายของสัญญาะผ่านการตกลงร่วมกันของคนในสังคมให้เป็นส่วนหนึ่งของระบบวัฒนธรรม (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2555) สิ่งที่สัญญาะสื่อออกมาไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของศิลปะ เครื่องประดับ วัฒนธรรม จึงเป็นผลที่ได้รับมาจากความเชื่อ ภูมิหลัง รวมถึงบริบทที่เกี่ยวข้องกับสังคมและวัฒนธรรม แม้เป็นกลุ่มคนเดียวกัน แต่สัญญาะอาจมีการเลือกใช้ที่แตกต่างกัน เนื่องจากสภาวะการณ์และยุคสมัย และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้แม้สัญญาะที่ลักษณะภายนอกอาจมีรูปแบบที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน แต่การแปลความหมายหรือการสื่อความหมายอาจแตกต่างกันได้ (สุภารีย์ เถาว์วงศ์ษา, 2555) ดังเช่นเมื่อพูดถึงร้านโกบีในเมืองตรัง คนส่วนใหญ่จะไม่รู้จักว่าร้านโกบีคือร้านอะไร แต่เมื่อคนต่างถิ่นต่างชุมชนเข้ามาในเมืองตรังก็จะนึกไปถึงร้านโกบีที่เป็นร้านขายอาหารตอนเช้าที่แสนร่วนววย เป็นร้านที่ต้องไปหากไปถึงเมืองตรัง และต้องทานหมวยงักกับกาแฟเท่านั้น แต่หากเป็นคนเมืองตรังเองการรับประทานโกบีกับหมวยงักมิใช่แค่เป็นเพียงวัฒนธรรมการรับประทานโกบีของคนเมืองตรังเท่านั้น วัฒนธรรมการรับประทานโกบียังรวมไปถึงการสื่อสาร พูดคุย การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันของสมาชิกในสังคม เป็นพื้นที่ทางสังคมหนึ่งของคนในท้องถิ่น เป็นต้น จากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ตัววัตถุหรือรูปสัญญาะจะไม่มีมีความหมายหากไม่ได้อยู่ในบริบทอันของสังคม-วัฒนธรรม ซึ่งได้มีการกำหนดรหัสในการให้ความหมาย สอดคล้องกับคำที่ว่า “พื้นที่ที่มีสังคม เกิดขึ้นการใช้วัตถุสิ่งของต่างๆ ในสังคมในตัวเองก็ถูกทำให้กลายเป็นสัญญาะไป” (Barthes, 1957 (Trans.) Allen, 2003) อย่างไรก็ตามการศึกษาวัฒนธรรมหรือการให้คุณค่าและอุดมการณ์ของสังคมหนึ่งๆ สามารถทำการศึกษาผ่านสัญญาะในการศึกษาการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมของคนในสังคม หรือที่เรียกว่า “มายาคติ” โดยสามารถศึกษาการให้ความหมาย การแสดงตัวตนผ่านสัญญาะ และศึกษาการสร้างมายาคติผ่านการใช้สัญญาะเพื่อสร้างภาพแทนความจริงเพื่อให้ความหมายใหม่แก่รูปสัญญาะ (กาญจนา แก้วเทพ สมสุข หินวิมาน, 2551)

กลุ่มของการศึกษาการให้ความหมายและการแสดงตัวตนผ่านสัญญาะ มีการนำเสนอตัวตนผ่านสัญญาะที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มสมาชิกในสังคม หรือจากกลุ่มคนที่มีลักษณะ หรือความขึ้นชอบบางประการที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของวัฒนธรรมของกลุ่ม (เขาวลักษณะ



กล้ามาก, 2549) นอกจากนี้การบริโภคของคนในสังคมปัจจุบัน มีการใช้สัญญาเพื่อใช้ทำการสื่อสาร สร้างคุณค่าของสินค้าและบริการ ผ่านการรับรู้ และการแปลความเชิงสัญญา ผ่านการใช้ตัววัตถุเป็น ตัวกำหนดผ่านอารมณ์ความรู้สึกในการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ ประกอบกับมีการใช้สัญญาในการสื่อ ความหมายผ่านโฆษณาในหลากหลายช่องทางเพื่อสร้างและสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ให้แตกต่าง กับคู่แข่งในมุมมองผู้บริโภค เพื่อเพิ่มมุมมองของความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ของสินค้าและการ บริการท่ามกลางระบบการค้าที่รุนแรงในปัจจุบัน (ณัฐวิภา สิ้นสุพรรณ, 2553; ธัญญา เทียนศิริยกานนท์, 2550) อย่างไรก็ตามเมื่อสื่อเข้ามามีความสำคัญต่อการตัดสินใจ การดำรงชีวิตในยุคปัจจุบันมากขึ้น มีการสร้างตัวตนโดยใช้นักแสดงหรือดาราในสื่อบันเทิง ให้เข้ามามีบทบาทต่อการสร้างสัญญา เพื่อดึงดูดความสนใจ สร้างความประทับใจแก่บวก กลายเป็นภาพตัวแทนของสิ่งที่ผู้รับสารอยากจะ เป็น คาดหวัง เป็นตัวแทนระบบคิด เพื่อฝันจินตนาการ ความอยากได้อย่างเป็นตัวละครเหล่านั้นแทน อารมณ์ความอึดอ้อมที่ขาดหายไปท่ามกลางการดำเนินชีวิตประจำวันที่เคร่งเครียด ภาพซึ่งเป็นตัวแทน ซึ่งแสดงความสมบูรณ์แบบทางด้านภาพลักษณ์ ความอึดอ้อมทางอารมณ์ ความสุนทรีย์ในการดำเนิน ชีวิต ทั้งยังแอบแฝงไปด้วยระบบคิดแบบทุนนิยมที่แสดงออกผ่าน เครื่องแต่งกาย และสิ่งแวดล้อม มี โฆษณาแอบแฝงทางการค้าเป็นนัยยะซ่อนเร้นผ่านสื่อบันเทิงที่มีต่อผู้รับสาร มีการสร้างมายาคติผ่าน การใช้นักแสดงเป็นตัวแทนของภาพแทน เปิดสร้างโอกาสในการยอมรับและชื่นชมจากสังคม โดยทำ การตอบสนองความพึงพอใจ การได้รับการยอมรับจากสังคม โอกาสทางเพศ รวมถึงการใช้โฆษณา นำเสนอการยกระดับให้เป็นชนชั้นสูง สร้างอำนาจในการดำรงชีวิต อีกทั้งเป็นตัวแทนของการสร้าง โอกาสทางธุรกิจ (วิรัตน์ ทะพิงค์แก, 2556; ทรงยศ จิรรัตนวงศ์, 2554 และเฉิดฉาน สารอุษ, 2551) นอกจากนี้มีการใช้สัญญาจากการให้คุณค่าเกี่ยวเนื่องกับประเด็นทางสังคม สร้างภาพลักษณ์ทางลบ การด้อยค่าในการเข้าสังคม เพื่อสร้างภาพของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มโอกาสการประสบความสำเร็จในการ เข้าสังคม ผ่านตัวแทนของนักแสดงในสื่อโฆษณา เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าจาก ภาวะความไม่มั่นคงทางความคิด สร้างสัญญาของความปลอดภัย น่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ผ่านตัวของ นักแสดงผู้มีชื่อเสียง จากการอ้างอิงผู้มีประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงการอ้างอิงแบรนด์จาก ต่างประเทศเพื่อให้ผู้บริโภคมีแรงจูงใจในการเชื่อถือผลิตภัณฑ์ (สุทธิลักษณ์ สวรรยาวิสุทธิ, 2555)

ในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารได้พัฒนารุดหน้า ทำให้วัฒนธรรมภายนอกสามารถ เข้ามามีอิทธิพลต่อความคิดและการดำเนินชีวิตของคนในสังคมมากยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดวัฒนธรรมย่อยที่ กลุ่มคนเลือกที่จะใช้เป็นกิจกรรมในการแสดงความชอบของตน ผ่านระบบความคิดอันเกี่ยวเนื่องกับ การสร้างคุณค่าให้แก่วัฒนธรรมต่างประเทศผ่านสื่อต่างๆ เพื่อแสดงออกถึงการมีอำนาจในการแสดง ตัวตน ทั้งนี้สิ่งเหล่านี้ก็กลายเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นท่ามกลาง การเปลี่ยนผ่านของห้วงเวลา และบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่ถูกปรับเปลี่ยนไป มีการเข้ารหัส ผ่านความอึดอ้อมใจในการรับสื่อไม่ว่าจะเป็น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อทางวิทยุและโทรทัศน์ ด้วย การใช้ ภาพ แสง เสียง และความแปลกใหม่ของวัฒนธรรมซึ่งแตกต่างจากวัฒนธรรมดั้งเดิมของผู้รับ สาร สร้างอิสระทางการรับสื่อ อิสระทางด้านจินตนาการและความคิด สอดแทรกผ่านการกระทำ ของตัวละครใช้บทบาท อารมณ์ และฉากภายในเรื่องเป็นตัวรหัสในการสื่อสารเพื่อสร้างความละเมียด ละไม สุนทรีย์ในการรับชมจนเกิดเป็นความประทับใจและตอบรับวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นกุศโลบายการ นำวัฒนธรรมเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ (นนทิพัฒน์ ไชโยสตา, 2555; ทยากร แซ่เต้, 2551) ในปัจจุบันได้มี

การนำวัฒนธรรมที่ถูกสืบทอดมาจากคนในสังคม ให้กลับมามีชีวิตให้ผ่านการท่องเที่ยวโดยนำวัฒนธรรมสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงภูมิปัญญาของชุมชนเข้าสู่ระบบการค้าและการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้และอาชีพให้แก่ชุมชน กล่าวคือแม้มีนัยยะในการสนับสนุนให้วัฒนธรรมหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นเหล่านั้นคงอยู่ แต่บางกรณีวัฒนธรรมอาจถูกปรับให้เข้ากับสภาพสังคมหรือให้เข้ากับความสัมพันธ์เพื่อตอบรับกับกลุ่มเป้าหมายทางการท่องเที่ยว จึงได้มีการให้ความหมายผ่านสัญญาณบางประการเพื่อดึงความสนใจของนักท่องเที่ยว แม้การรับรู้ของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มจะแตกต่างกันอย่างไรก็ตามก็สามารถที่จะสร้างโอกาสเพิ่มรายได้ให้แก่คนในชุมชนผ่านการใช้สื่อต่างๆซึ่งช่วยกระจายข้อมูลข่าวสารแก่กลุ่มผู้รับสาร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย (พรณวิษา ไข่ไววิทย์, 2556; เลิศฤทธิ ใหม่ประเทศ, 2552)

กลุ่มการศึกษาทางด้านมายาคติ เน้นศึกษาระบบคิดที่ใช้ในการแปลความหมายของสัญญาณที่มีอยู่เดิมท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม สร้างมายาคติผ่านระบบคิดและการสร้างภาพแทนในการสื่อความหมายของวัฒนธรรมให้ง่ายต่อการรับรู้ โดยสื่อที่ได้รับจากภูมิหลังและประสบการณ์ในอดีตส่งผลต่อการตีความของแต่ละคน หากเป็นสื่อที่สามารถรับรู้ได้ทั่วไป ยิ่งทำให้มายาคติเหล่านี้ได้รับการตีความเช่นเดียวกันในสังคมวงกว้าง แต่เมื่อมีการใช้ระบบคิดใหม่เพื่อให้ความหมายและภาพแทนผ่านสัญญาณชุดเดิม ก็ส่งผลให้การตีความสัญญาณเหล่านั้นแปรเปลี่ยนไปด้วย (สุนทร สุขสรานุกิจ, 2551)

นอกจากนี้ศึกษาการถอดความหมายของมายาคติที่มีในสังคม เปิดเผยระบบคิดทางสังคมที่ซ่อนเร้นในสัญญาณที่สามารถพบได้ในชีวิตประจำวัน เมื่อชุดความคิดแตกต่างกันทำให้การแปลความหมายของของคุณค่าหรืออุดมการณ์ทางสังคมแตกต่างกันไปด้วย การใช้สื่อมวลชนในการสร้างมายาคติ แสดงให้เห็นว่าสื่อมีอิทธิพลและอำนาจในการติดตั้งระบบคิดให้แก่คนในสังคมซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะของชุดความรู้และประสบการณ์ในอดีตเช่นเดียวกัน (ปัทสรา ศิวะพิรุฬห์เทพ, 2548) กล่าวได้ว่าก่อนที่มายาคติ หรืออุดมการณ์ทางสังคมจะได้รับการยอมรับจากคนในสังคม จำต้องมีรูปสัญญาณที่ใช้ในการสื่อความหมายให้เป็นที่รู้จักแก่คนในสังคมก่อน เมื่อได้รับการยอมรับจากสมาชิกในสังคมผ่านระยะเวลาหนึ่งจะกลายเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับจากสังคม ดังนั้นมายาคติจึงเป็นการสื่อความหมายของวัฒนธรรมในแต่ละสังคมผ่านสัญญาณรอบตัวของเรา ซึ่งความหมายสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้ตามระบบคิด บริบททางสังคมและวัฒนธรรม การวิเคราะห์มายาคติของวัฒนธรรมในการรับประธานโกปี่ของคนเมืองตรังจึงต้องมีการศึกษาระบบคิดในการให้ความหมายในเชิงคุณค่าและอุดมการณ์ทางสังคมของคนเมืองตรัง ซึ่งส่งอิทธิพลต่อการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมการรับประธานโกปี่จากอดีตจนถึงปัจจุบัน

## บริบทชุมชนเมืองตรัง

“ตรัง” แปลว่าอะไร จากการค้นคว้าพบว่า มีความหมายที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดตรัง อยู่ สี่แนวทางได้แก่ ประการแรกสันนิษฐานว่ามาจากคำว่า “ตรังค” มีความหมายว่าลูกคลื่น ประการที่สองจากภาษามลายูคำว่า “ตรังเค” (Tarangue) ซึ่งหมายถึงรุ่งอรุณ โดยมีความหมายว่าอดีตพื้นที่นี้ ผู้ที่เดินทางล่องเรือเพื่อเข้ามาทำการค้าขายจะเข้าถึงปากแม่น้ำตรังในช่วงเวลารุ่งอรุณพอดี (บุรียรัดน์ สามัตถิยะ, 2545) ประการที่สามมาจากคำว่า “ตรังคบุรี” ซึ่งเป็นชื่อเมืองหนึ่งในเมืองสิบสองนักษัตร ซึ่งเป็นเมืองป้อมปราการล้อมรอบเมืองนครศรีธรรมราช เป็นเมืองที่มีฐานทัพเรือมีหน้าที่ในการดูแล และควบคุมหัวเมืองมลายู (สุนทรีย์ สังข์อยู่ยู่, 2554) และประการที่สี่ตรังหมายถึง พืชตระกูลปาล์ม (องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง, 2539) ในภาษาเขมรเรียกว่า “เฎ็มเตรียง” แปลว่าต้นลาน ซึ่งมีขึ้นอยู่มากในพื้นที่จังหวัดตรัง (สุนทรีย์ สังข์อยู่ยู่, 2554) อำเภอเมืองตรังในปัจจุบัน ตั้งอยู่ในตำบลทับเที่ยง หลังจากผ่านการย้ายเมืองหลายครั้ง อดีตอำเภอเมืองมีที่ตั้งในหลายสถานที่ไม่ว่าจะเป็น ตำบลควนธานีมีหลักฐานที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน คือ ศาลหลักเมือง และวัดควนธานี (ประทุม ชุ่มเพ็งพันธุ์, 2545) ภายหลังจากที่สมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ได้เสด็จประพาสเมืองตรังและเห็นความทรุดโทรม จึงได้โปรดเกล้าฯให้ พระอภัยมณีศรีรักษา (คอซิมบี้ ณ ระนอง) เจ้าเมืองกระ มารับตำแหน่งเจ้าเมืองตรัง เพื่อฟื้นฟูและพัฒนาเมืองตรังให้รุ่งเรือง รับผิดชอบตาดำเนินการใหม่เป็นพระยาวิชญานุประดิษฐ์มหิศรภักดี ภายหลังจากการได้รับตำแหน่งพระยาวิชญานุประดิษฐ์ฯ ได้ทำการสนับสนุนให้คนเมืองตรังเป็นเมืองแห่งเกษตรกรรม จัดตลาดแลกเปลี่ยนค้าขายระหว่างคนแต่ละกลุ่ม ได้เล็งเห็นถึงโอกาสทางการค้าของเมืองตรัง ผ่านการเป็นเมืองท่าที่สำคัญทางการค้าในอดีตชักชวนพ่อค้าต่างชาติ โดยเฉพาะพ่อค้าจากปีนังให้เข้ามาจับซื้อสินค้าและตั้งบริษัทการค้า กิ่งกั้นตั้ง (วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดตรัง, 2542) เมื่อเริ่มเห็นว่าการค้าในตัวเมืองกันตั้งมีความเจริญรุ่งเรืองมากกว่าตำบลควนธานีซึ่งเป็นที่ตั้งตัวเมืองในขณะนั้น จึงได้ทำการย้ายตัวเมืองไปยังตำบลกันตั้ง เพื่อสะดวกต่อการติดต่อค้าขาย

อย่างไรก็ดีเมื่อล่วงถึงช่วงรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ได้มีรับสั่งแนะนำให้ย้ายตัวเมืองตรังกลับมาที่ตำบลทับเที่ยง เนื่องจากตำบลกันตั้งเป็นพื้นที่เสี่ยงไม่ปลอดภัยต่อศึกสงครามซึ่งตอนนั้นได้มีสงครามโลกครั้งที่ 1 อีกทั้งเกิดการระบาดของโรคคอตีบโรค และกันตั้งเป็นพื้นที่จำกัดทำให้ขยายตัวเมืองได้ยาก อีกทั้งพื้นที่ทับเที่ยงมีผู้คนและความเจริญมากกว่าพื้นที่อื่นๆ (องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง, 2539) จึงทำการย้ายเมืองนับตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2458 นับเป็นเวลาถึงปัจจุบัน 100 ปี จากการเป็นเมืองท่าสำคัญในอดีตของเมืองตรังได้มีการแสดงออกให้เห็นผ่านสัญลักษณ์ประจำจังหวัดตรัง อันประกอบไปด้วยภาพสะพานกระโจมไฟ ภาพลูกคลื่น ต้นไม้ และภูเขา ซึ่งเปรียบกับการเป็นเมืองท่าสำคัญในการทำการค้าขายกับต่างประเทศในอดีต อีกทั้งเป็นแหล่งกำเนิดยางพาราต้นแรกของไทย (สำนักงานสถิติจังหวัดตรัง, 2557) สิ่งเหล่านี้เป็นการสัญลักษณ์ที่แสดงออกผ่านทางสัญลักษณ์ประจำจังหวัด สนับสนุนแนวคิดของความสำเร็จของเมืองตรังตั้งแต่อดีตในการเป็นเมืองท่าการค้าที่สำคัญเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ทางการเดินเรือที่เอื้อต่อการเข้ามาของชาวจีนและชาวต่างชาติในการติดต่อค้าขาย ตั้งรกรากในพื้นที่เมืองตรัง โดยได้นำวัฒนธรรมเข้ามาพร้อมกับการย้ายถิ่นของตนซึ่งได้ส่งอิทธิพลต่อวัฒนธรรมของการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรังจนถึงปัจจุบัน



ภาพประกอบที่ 1: สัญลักษณ์จังหวัดตรังแสดงการเป็นเมืองท่าสำคัญตั้งแต่อดีต  
ที่มา: <http://trangzone.com/province.php>, 2558

## กรอบแนวคิดทางการวิจัย

ผู้วิจัยต้องการอธิบายถึงความสำคัญของร้านโกปีภายใต้วิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรัง เน้นศึกษาค่านิยมและแนวคิดทางสังคมที่ปรากฏผ่านพื้นที่ร้านโกปีอันเป็นพื้นที่สนับสนุนการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังโดยนำมาวิเคราะห์ผ่านตีความสัญณะที่ประกอบอยู่ในการรับประทานโกปีผ่านพื้นที่ร้านโกปีของคนเมืองตรัง ถอดรหัสเพื่อค้นหาระบบคิดหรือชุดความคิดเกี่ยวกับโกปีของคนเมืองตรัง วิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อค่านิยม ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมชาวเงินอพยพและประวัติศาสตร์ท้องถิ่นในจังหวัดตรัง ทำการวิเคราะห์และค้นหาชุดความรู้หรือระบบคิดที่สร้างค่านิยมและอุดมการณ์ทางสังคมผ่านวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนในสังคม เพื่อวิเคราะห์การดำรงอยู่ของร้านโกปีท่ามกลางกระแสสังคมสมัยใหม่ผ่านพื้นที่ร้านโกปี ในตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง

ศึกษาการดำรงอยู่ของโกปีคนเมืองตรังผ่านมุมมองร้านโกปีโดยมุ่งเน้นปรับเปลี่ยนของร้านโกปีท่ามกลางการเปลี่ยนผ่านของกระแสสังคม เพื่อตอบคำถามของการวิจัยที่ต้องการทราบว่ากระแสความทันสมัยที่เข้ามาในสังคมส่งผลต่อร้านโกปีของคนเมืองตรังหรือไม่อย่างไร หากถูกปรับเปลี่ยนเป็นไปในลักษณะใด ค้นหาคำตอบของการดำรงอยู่ของร้านโกปีของคนตรังซึ่งมีมาช้านาน รวมถึงศึกษาการให้คุณค่าและความสำคัญของร้านโกปีและการรับประทานโกปีในมุมมองคนตรังมีการปรับเปลี่ยนไปตามพลวัตทางสังคมด้วยหรือไม่ ศึกษาร้านโกปีในมิติพื้นที่ทางสังคมที่ปรากฏผ่านกิจกรรมทางสังคมทั้งภายในและภายนอกร้าน อันแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้พื้นที่ร้านโกปีในการสื่อสารและการแสดงออกถึงตัวตนของคนเมืองตรังภายใต้วิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน ที่สามารถสร้างความเข้มแข็งให้โกปีของคนเมืองตรังที่ดำรงอยู่อย่างยาวนานนับจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

การวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีทางสังคมเหล่านี้ เป็นแนวทางในการทำความเข้าใจการดำรงอยู่ของโกปีของคนเมืองตรังโดยมองผ่านร้านโกปีประกอบสร้างผ่านสัญณะที่ช่วยในการสื่อความหมายร่วมกันของคนเมืองตรัง และกลายมาเป็นมายาคติหรือแนวคิดทางสังคมที่ซ่อนเร้นผ่านการแสดงออกในรูปแบบของการรับประทานโกปีและร้านโกปีของคนเมืองตรังท่ามกลางการเปลี่ยนผ่านของช่วงเวลารวมถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรม

## วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “โกปี: วิถีชีวิตคนตรัง” ได้เลือกใช้การศึกษาในวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยได้ให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลซึ่งมาจากทัศนคติของผู้ให้ข้อมูล มีการสังเกต (Observation) อย่างเป็นระบบเพื่อช่วยในการศึกษาวิถีการประทานโกปีในบริบทของการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรัง รวมทั้งใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาให้ความสำคัญกับข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์เชิงลึก (in – depth interview) การค้นหาเอกสารเพิ่มเติมอันเกี่ยวเนื่องกับประวัติของการรับประทานโกปีในชุมชนตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เพื่อนำไปสู่การแปลความหมายและวิเคราะห์งานวิจัยได้ชัดเจน ผ่านกระบวนการเก็บข้อมูลด้วยขั้นตอนและวิธีการดังนี้

### วิธีการศึกษา

การศึกษาวิถีการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังได้มีการเลือกวิธีการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลภาคสนาม มีรายละเอียดดังนี้

ข้อมูลส่วนแรก ศึกษาและสืบค้นเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนที่เข้ามาตั้งรกรากในจังหวัดตรัง ประกอบกับเอกสารที่มีรายละเอียดเกี่ยวเนื่องวัฒนธรรมและวิถีการรับประทานโกปีในจังหวัดตรัง ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเอกสารต่างๆ หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น นิตยสาร จดหมายเหตุ ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง ภาพข่าว รวมทั้งเอกสารที่เกี่ยวข้องต่างๆ

ข้อมูลส่วนที่สอง เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ผ่านการสัมภาษณ์ และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participant observation) และไม่มีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบ การสัมภาษณ์ได้ออกแบบแนวทางการสัมภาษณ์เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนำข้อมูลเข้าสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์และอภิปรายผลในขั้นต่อไป

### พื้นที่การศึกษา

คัดเลือกพื้นที่เพื่อทำการศึกษาวถีชีวิตของคนเมืองตรังผ่านพื้นที่ร้านโกปี ผู้วิจัยใช้ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรังเป็นพื้นที่วิจัย เนื่องจากคนในจังหวัดตรังให้ความหมายและความสำคัญกับการพบปะระหว่างกันภายในพื้นที่ร้านโกปี มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่คนเมืองตรังได้เข้าไปพูดคุย แลกเปลี่ยนข่าวสารในพื้นที่ร้านโกปี ทั้งยังให้ความสำคัญให้เป็นพื้นที่ของการสืบสานวัฒนธรรมของคนในชุมชน นอกจากนี้ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือได้มี การจัดตั้งเวทีประชาคมเป็นครั้งแรก ผู้วิจัยเล็งเห็นโอกาสในการนำข้อมูลจากงานวิจัยนำเสนอภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเวทีประชาคม เพื่อสนับสนุนโอกาสของการสร้างการมีส่วนร่วม ร่วมของคนเมืองตรังในการพัฒนาเมืองตรัง ผ่านเวทีประชาคมที่มีประสิทธิภาพต่อไป

ผู้วิจัยทำการคัดเลือกร้านโกปีที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนในเขตเทศบาลนครตรัง อำเภอเมืองจังหวัดตรัง แบ่งร้านโกปีเป็นสามกลุ่มตามระยะเวลาในก่อตั้งเพื่อให้เห็นให้ได้ข้อมูลของร้านโกปีที่ มีช่วงเวลาในการก่อตั้งที่แตกต่าง ซึ่งสะท้อนให้เห็นบริบททางสังคมและวัฒนธรรมในเมืองตรังอันส่งผลต่อวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังตั้งแต่ช่วงก่อตั้งร้านจนถึงปัจจุบัน โดยผู้วิจัยทำการลงพื้นที่เพื่อทำการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าในร้านโกปีโดยคัดเลือกตามความเหมาะสมของ

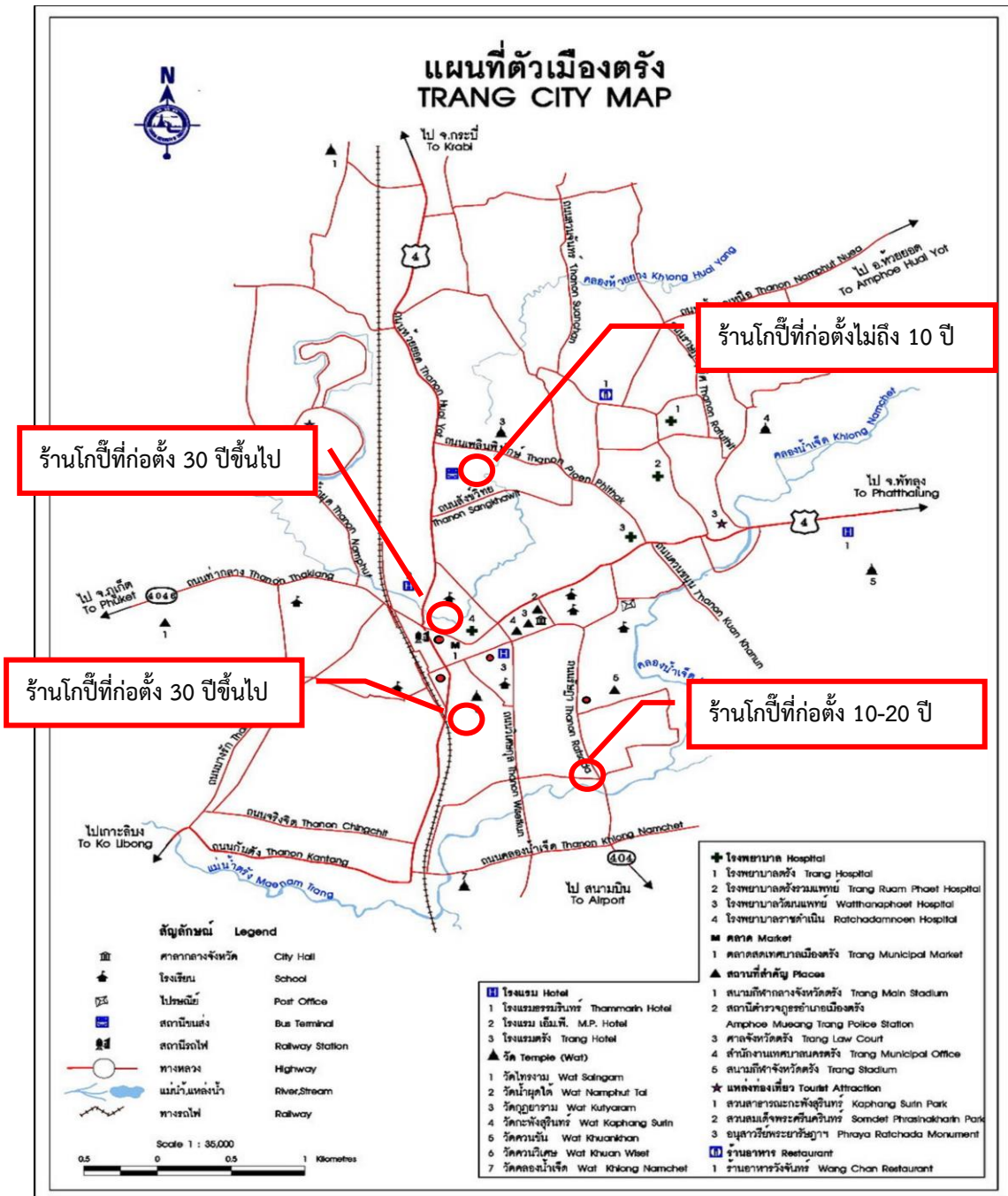
สถานการณ์ภายในร้านร่วมกับช่วงอายุของผู้ให้ข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อเปิดเผยการปรับเปลี่ยนของร้านโกปี้ท่ามกลางท่ามกลางสถานการณ์ต่างๆภายในสังคม นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นข้อมูลเอกสารของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพื่อค้นหาร้านโกปี้มีระยะเวลาในการก่อตั้งที่แตกต่างกัน และเป็นที่น่าสนใจในอดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อให้ได้ข้อมูลทางด้านการปรับตัวของร้านโกปี้ในช่วงเวลาที่ต่างกันตามบริบททางสังคมเพื่อค้นหาแนวทางการปรับตัวที่ส่งผลให้วัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ของเมืองตรังยังคงดำรงอยู่

โดยทำการคัดเลือกร้านโกปี้ ซึ่งเป็นพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 4 ร้านในพื้นที่ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง แบ่งได้ดังนี้

ร้านโกปี้ที่ก่อตั้งร้านประมาณ 30 ปีขึ้นไปจำนวน 2 ร้าน ให้ความสำคัญกับร้านโกปี้ที่มีอายุการก่อตั้งยาวนานจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อให้เห็นภาพของการปรับเปลี่ยนเพื่อการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมในแต่ละช่วงเวลา อีกทั้งเป็นการค้นหาว่าอะไรที่ทำให้คนเมืองตรังยังคงเลือกที่จะเข้ามารับประทานภายในร้านโกปี้ที่เก่าแก่เช่นนี้อยู่ ปัจจัยหรือประเด็นใดบ้างที่ทำให้คนในสังคมเมืองตรังประทับใจและเลือกมารับประทานร้านทั้ง 2 นี้เช่นเดิม

ร้านโกปี้ที่ก่อตั้งร้านประมาณ 10-20 ปีขึ้นไปจำนวน 1 ร้าน เพื่อศึกษาร้านโกปี้ที่ก่อตั้งขึ้นในช่วงรอยของการสนับสนุนการท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง กำหนดจากปีที่มีการจัดงานเทศกาลหมูย่าง เทศกาลขนมเค้กในเมืองตรัง ซึ่งเริ่มในช่วงปี พ.ศ. 2533 ส่งผลให้ร้านโกปี้ในช่วงระยะเวลาก่อตั้งประมาณ 10-20 ปี เริ่มมีการนำหมูย่าง ขนมเค้ก และขนมบางประเภทเพื่อเป็นของฝากทางการท่องเที่ยว อะไรคือสิ่งที่ทำให้เจ้าของกิจการตัดสินใจเลือกเปิดร้านโกปี้ และตลอดระยะเวลาการเปิดกิจการได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการรับประทานภายในร้านโกปี้เช่นใด

ร้านโกปี้ที่ก่อตั้งร้านไม่ถึง 10 ปี จำนวน 1 ร้าน เพื่อศึกษารูปแบบของร้านโกปี้ที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบันมีรูปแบบของการดำเนินกิจการอย่างไรท่ามกลางการคู่แข่ง และ มีรูปแบบของวัฒนธรรมการรับประทานที่แตกต่างจากร้านที่ก่อตั้ง 40-30 ปี รวมถึงร้านที่ก่อตั้งประมาณ 10-20 ปีหรือไม่อย่างไร นอกจากนี้เพื่อให้ช่วยวิเคราะห์ให้เห็นว่าวิถีการรับประทานโกปี้ของคนเมืองตรังในอนาคตจะมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิถีชีวิตอย่างไร



ภาพประกอบที่ 2: ร้านโกปี้ที่เป็นพื้นที่วิจัยพัฒนาจากแผนที่ตัวเมืองตรัง  
ที่มา : <http://www.trangzone.com/map.php>, 2558



## ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูล(Key information) สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 48 คน แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มของลูกค้าร้านโกปีที่อาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ที่ได้มารับประทานอาหารและเครื่องดื่มภายในพื้นที่ร้านโกปี ทำการศึกษาของกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลแบ่งเป็น 3 ช่วงวัย ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป กลุ่มวัยทำงานหรือผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 20-60 ปี และกลุ่มวัยเรียนตั้งแต่ 15-20 ปี (กระทรวงสาธารณสุข, 2557) เพื่อให้เห็นความรูปแบบการรับประทานโกปี และการสร้างความสัมพันธ์ในพื้นที่ร้านโกปีของแต่ละกลุ่มช่วงวัย รวมถึงการให้ความหมายและความสำคัญของร้านโกปีในแต่ละกลุ่มช่วงวัย เพื่อช่วยในการวิเคราะห์หุดมการณ์ทางสังคมที่สอดแทรกผ่านวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรัง

กำหนดจำนวนของผู้ให้ข้อมูล 40 คน แบ่งเป็น ร้านละ 10 คน สอบถามข้อมูลจากลูกค้าผู้สูงอายุ ร้านละ 5 คน จากลูกค้าวัยทำงาน 3 คน และลูกค้าวัยเรียน 2 คน การทำการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลแต่ละรายจะทำการสัมภาษณ์จนกว่าจะไม่มีข้อมูลในประเด็นใหม่ หรือมีการทับซ้อนกันในสาระของข้อมูลทำการเก็บรวบรวมมาได้ หรือ “ข้อมูลอิ่มตัว” (data saturation) จึงหยุดการสัมภาษณ์ นอกจากนี้หากข้อมูลที่ได้มาไม่ชัดเจนผู้วิจัยจะเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจนกว่าข้อมูลที่ได้อิ่มตัวและสามารถนำไปวิเคราะห์เพื่อตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้

2. กลุ่มของผู้ประกอบการและลูกจ้างในร้านโกปี และเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของจังหวัดตรัง

ผู้ประกอบการและลูกจ้างในร้านโกปี จำนวน 6 คน จากทั้ง 4 ร้าน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบของอาหาร เครื่องดื่ม และการบริการภายในร้านที่อาจส่งผลกระทบต่อการจัดสินใจเลือกรับประทานของลูกค้า สอบถามการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของอาหาร เครื่องดื่ม การจัดตกแต่ง และการบริการภายในร้านมีหรือไม่ แล้วสาเหตุใดจึงเปลี่ยน รวมถึงปัจจัยหรือประเด็นที่ส่งผลกระทบทำให้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงเวลานั้นๆคืออะไร

เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของจังหวัดตรัง อาทิ เจ้าหน้าที่ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดตรัง และเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรังฝ่ายศิลปะและวัฒนธรรม ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำนวน 2 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลอันเกี่ยวข้องกับวิถีการรับประทานโกปีของคนเมืองตรัง และการสนับสนุนวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของทั้งภาครัฐและเอกชนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อทำการศึกษานโยบายของภาครัฐและองค์กรส่วนท้องถิ่นของจังหวัดตรังในการการสนับสนุนวัฒนธรรมการรับประทานโกปีทั้งในอดีตและปัจจุบัน เพื่อช่วยในการวิเคราะห์การปรับเปลี่ยนรูปแบบวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังส่งผลกระทบต่อดำรงอยู่ของวัฒนธรรมการรับประทานโกปี และทำการศึกษาการให้คุณค่าของวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรัง อันช่วยในการสนับสนุนการวิเคราะห์หุดมการณ์ทางสังคม หรือที่เรียกว่า “มายาคติ” ที่สื่อสารผ่านวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรัง ผ่านการให้ความหมายและความสำคัญของวัฒนธรรมการรับประทานโกปีในมุมมองของคนเมืองตรัง

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงประกอบไปด้วย

1. แนวสัมภาษณ์ แบ่งเป็นสองแบบย่อยคือหนึ่งการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม หรือ Group Interview กับกลุ่มผู้บริโภคระยะส่วนใหญ่จะเดินทางเป็นกลุ่มมากกว่าหนึ่งคนขึ้นไป และผู้วิจัยได้ทำการเลือกให้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (in – depth interview) ในการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ประกอบการและพนักงานร้าน เพื่อเปิดเผยทัศนคติข้อถ้อยเป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บข้อมูลใช้ทั้งภาษาใต้ซึ่งเป็นภาษาถิ่นที่มีการใช้ทั่วไป ควบคู่ไปกับภาษากลางในการสื่อสารและรวบรวมข้อมูลตามรายละเอียดของวัตถุประสงค์งานวิจัยที่ได้วางไว้ ร่วมกับการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมภายในพื้นที่

1.1 ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์หลักสำหรับกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลกลุ่มลูกค้าในร้านโก๋ปี้ที่เป็นคนเมืองตรัง ในสามประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่หนึ่ง บริบทของวิถีการรับประทานโก๋ปี้ของผู้ให้ข้อมูลหลัก อาทิ อะไรคือเหตุผลในการเลือกมาร้านโก๋ปี้แทนจะไปร้านแบบอื่น มีเกณฑ์ใดในการเลือกร้านที่จะเข้ามารับประทาน

ประเด็นที่สอง วัฒนธรรมการรับประทานโก๋ปี้และการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม อาทิ มาคนเดียวหรือมาเป็นหมู่คณะ ช่วงเวลาและระยะเวลาในการใช้เวลาในร้านโก๋ปี้ การเปลี่ยนแปลงของร้านโก๋ปี้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

ประเด็นที่สาม การให้ความหมายของโก๋ปี้ในมิติของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน

1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลกลุ่มของเจ้าของร้านและพนักงานร้านโก๋ปี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ ในสี่ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่หนึ่ง ลักษณะของกิจการในอดีตจนถึงปัจจุบัน อาทิ ทำเลที่ตั้ง อาหารและเครื่องดื่ม ลักษณะการจัดร้าน เป็นต้น

ประเด็นที่สอง ลักษณะความสัมพันธ์ภายในร้าน ทั้งระหว่างลูกค้าด้วยกัน ลูกค้ากับเจ้าของร้านและพนักงาน

ประเด็นที่สาม บริบทที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือลักษณะของการรับประทานโก๋ปี้ของคนเมืองตรัง อาทิ สาเหตุของการปรับเปลี่ยนอาหาร เครื่องดื่ม การตกแต่ง และการบริหารของร้าน

ประเด็นที่สี่ การสนับสนุนหรือลักษณะการส่งเสริมจากทางภาครัฐและเอกชน

1.3 การสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลกลุ่มของเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการรับประทานโก๋ปี้ของจังหวัดตรัง ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ ในสามประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่หนึ่ง ลักษณะของร้านโก๋ปี้เมืองตรังในอดีตจนถึงปัจจุบัน อาทิ ทำเลที่ตั้ง อาหารและเครื่องดื่ม ลักษณะการจัดร้าน เป็นต้น

ประเด็นที่สอง การสนับสนุนหรือลักษณะการส่งเสริมจากทางภาครัฐ มีแผนสนับสนุนวัฒนธรรมท้องถิ่น อันเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรมการรับประทานโก๋ปี้ของเมืองตรัง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันอย่างไร

ประเด็นที่สาม ทศนคติต่อการรับประทานโกปี ความหมาย และความสำคัญ  
ของร้านโกปีต่อสังคมคนเมืองตรัง

2. ทบทวนวรรณกรรม โดยทำการค้นคว้าเอกสาร ตำรา บทความ งานวิจัย และงาน  
เขียนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากสื่อออนไลน์เกี่ยวกับเรื่องที่ทำการศึกษา

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ทำการตรวจสอบแบบสัมภาษณ์โดยนำแบบ  
สัมภาษณ์ที่ออกแบบให้สอดคล้องวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของงานวิจัย โดยนำแบบสัมภาษณ์  
ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 คนตรวจสอบก่อนนำไปทำ  
การทดลองใช้สัมภาษณ์กับบุคคลที่มีลักษณะคุณสมบัติใกล้เคียงกับผู้ให้ข้อมูลของงานวิจัย เพื่อพัฒนา  
แบบสัมภาษณ์ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นง่ายต่อการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในขั้นต่อไป

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทำการรวบรวมเอกสารผู้วิจัยได้ทำการทบทวนเอกสารที่มีความเกี่ยวข้องกับงาน  
วิจัยได้แก่ หนังสือ ตำรา เอกสาร รายงาน การศึกษาวิจัย จดหมายเหตุ รายงานและเอกสารของส่วน  
ราชการและเทศบาล หนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ตลอดจนบทความที่มีความเกี่ยวเนื่องกับ  
ประเด็นงานวิจัย ให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาเพื่อใช้ในวิเคราะห์  
ร่วมกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในภาคสนามเพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความถูกต้องและเชื่อถือได้

2. การลงภาคสนาม ผู้วิจัยได้มีการเตรียมตัว ใช้แบบสัมภาษณ์ที่เตรียมไว้และมีการ  
สังเกตบรรยากาศภายในร้านและบริบทล้อมรอบร้านอันเนื่องมาจากการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม  
การสัมภาษณ์มุ่งเน้นตามประเด็นที่วางไว้เป็นสำคัญเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ให้ได้ข้อมูลที่มี  
ประสิทธิภาพ การสัมภาษณ์จะมีการบันทึกเสียงและจดบันทึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำไม่คลาดเคลื่อน  
มีการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม ร่วมกับการจดบันทึก เพื่อนำข้อมูลส่วนนี้ช่วยในการวิเคราะห์วิธีการ  
รับประทานโกปีของคนเมืองตรัง ผ่านการสร้างปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่ร้านโกปี รวมถึงเพื่อตรวจสอบ  
ข้อมูลในประเด็นของการสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้าที่เข้าไปรับประทานโกปีภายในร้านโกปี และใช้  
การสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วมในการเข้าร่วมการเสวนาสาธารณะ และเวทีประชาคมของคนเมืองตรัง  
ในการรวมกลุ่มเพื่อหาแนวทางการปัญหาในชุมชนร่วมกัน

### การตรวจสอบข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมทางภาคสนาม ผู้วิจัยทำการถอดเทปสัมภาษณ์คู่กับการ  
บันทึกข้อมูลจากการสังเกต และการรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง ตรวจสอบข้อมูลที่ได้อาจพบว่ามี  
ประเด็นที่ไม่ชัดเจนหรือไม่ครบถ้วนผู้วิจัยจะนำไปสัมภาษณ์ครั้งต่อไป เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ของ  
ข้อมูล หลังจากนั้นก็ทำการตรวจสอบข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูล 2 รูปแบบ  
ตามข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลภาคสนาม 2 กลุ่มคือ กลุ่มของลูกค้า และกลุ่มของเจ้าของกิจการและ  
พนักงานร้านโกปี รวมถึงเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจังหวัดตรัง กลุ่มของลูกค้าทำการ  
ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (สุกานต์ จันทวานิช, 2552) คือการไม่ปักใจว่าแหล่งข้อมูลหนึ่งที่ได้มา  
ครั้งแรกเป็นแหล่งที่เชื่อถือได้ ทำการค้นหาแหล่งข้อมูลอื่นเพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับมาว่า

สามารถทำการเชื่อถือได้หรือไม่โดยใช้วิธีการดังนี้ คือ ใช้การตรวจสอบแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน ใช้วิธีการเปลี่ยนแหล่งที่เป็นบุคคล/ เวลา หรือสถานที่เก็บข้อมูล สำหรับกลุ่มของเจ้าของกิจการและพนักงานร้านโกปี รวมถึงเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจังหวัดตรัง ทำการตรวจสอบข้อมูลผ่านการยืนยันข้อมูล (member checking) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลนำกลับไปให้ผู้ให้สัมภาษณ์ยืนยันความถูกต้อง ว่าตรงกับความรู้สึกและทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์หรือไม่ (องอาจ นัยพัฒน์, 2554) จากนั้นจึงนำไปเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเป็นแนวทางในการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและสังเกตอย่างมีส่วนร่วมภายในบริบทพื้นที่ร้านกาแฟ เช่น รูปแบบการจัดร้าน ประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ขาย ลักษณะการแต่งตัวของพนักงานและลูกค้าภายในร้าน รวมถึงลักษณะกิจกรรมในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลจากการลงพื้นที่ด้วยประสบการณ์ตรงของผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูล ผนวกกับข้อมูลทางเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้สืบค้นมาเพื่อที่จะได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและกลุ่มอื่นๆ ภายในใต้บริบทสังคมในร้านโกปี ใช้การสัมภาษณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant observation) วิธีการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal interview) ได้มีการปรับแนวทางการสัมภาษณ์ให้เหมาะสมกับผู้ให้ข้อมูล หากพบว่ามีข้อมูลที่ไม่ชัดเจน หรือมีส่วนที่ขาดหายไป หรือมีเหตุผลที่ไม่เพียงพอต่อการอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้ ก็จะมีการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม และนำข้อมูลที่ได้มาทำการแบ่งเป็นหมวดหมู่จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา นำข้อมูลเหล่านั้นมาประมวลผลและทำการวิเคราะห์เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของประเด็นที่เกี่ยวข้อง ใช้แนวคิดและหลักทฤษฎีตามกรอบแนวคิดของงานวิจัยเป็นแนวทางในการอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น โดยนำมาวิเคราะห์ใน 4 ประเด็นดังต่อไปนี้

โกปีวิถีคนเมืองตรัง เป็นการเปิดเผยแง่มุมของโกปีตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

สายสัมพันธ์ชุมชนผ่านแก้วกาแฟ เปิดเผยมุมมองของโกปี ซึ่งเป็นสื่อที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ในชุมชนของคนเมืองตรัง

ร้านโกปี: พื้นที่แสดงตัวตนของคนเมืองตรัง โดยเป็นการแสดงข้อมูลในแง่มุมของการให้ความหมายร้านโกปีในมุมมองของคนเมืองตรัง แสดงตัวตนของคนในสังคมเมืองตรังผ่านวัฒนธรรมการรับประทานโกปี

การปรับเปลี่ยนเพื่อการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมชุมชน เมื่อสภาพบริบททางสังคมและวัฒนธรรมถูกปรับเปลี่ยนไปวัฒนธรรมการรับประทานโกปีเป็นอย่างไร เปลี่ยนไปในด้านใด มีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง (ภายใน ภายนอก) แล้วปัจจุบันกับอดีตวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังแตกต่างกันอย่างไร และคาดการณ์ถึงการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมการรับประทานโกปีอนาคต

นำทั้ง 4 ประเด็นมาช่วยในการวิเคราะห์ระบบคิดของการให้คุณค่าและอุดมการณ์ทางสังคมผ่านวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรัง เพื่อทำการอภิปรายผลต่อไป

## โกปี: วิถีชีวิตคนเมืองตรัง

การรับประทานโกปีของคนเมืองตรังเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับและส่งผ่านมายังรุ่นต่อรุ่น แม้จะไม่ปรากฏหลักฐานการจดบันทึกถึงเรื่องราวของการนำมารับประทานโกปีเข้ามาในตัวเมืองตรังอย่างเป็นทางการ แต่คาดการณ์ว่าการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังมีมายาวนานกว่า 100 ปี (จิรัชศักดิ์ ทับเที่ยง, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559) เป็นวิถีการดำเนินชีวิตด้านหนึ่งของคนในสังคมเมืองตรังที่มีการยอมรับและทำการผลิตซ้ำสืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่น ท่ามกลางการเปลี่ยนผ่านของกาลเวลาและบริบททางสังคม ได้รับการยอมรับให้เป็นวัฒนธรรมของคนเมืองตรังจากกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งไปสู่กลุ่มคนอื่นๆ ในสังคมจนมิใช่เป็นวัฒนธรรมเฉพาะของกลุ่มสังคม อย่างไรก็ตามวิถีชีวิตของคนในสังคมเมืองตรังสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยและเงื่อนไขต่างๆ ที่ส่งอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคม จึงทำให้วัฒนธรรมการรับประทานโกปีเกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อดำรงอยู่ต่อไปในสังคม นอกจากนี้ชุดความคิดของการส่งผ่านวัฒนธรรมอันเป็นหนึ่งในการแสดงตัวตนของคนในสังคมผ่านวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันแล้ว วัฒนธรรมการรับประทานโกปียังเป็นวัฒนธรรมที่ช่วยในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม สร้างโอกาสทางการค้าและการลงทุนให้แก่กลุ่มคนในสังคม

### เรื่องเล่าเกี่ยวกับร้านโกปี: การเดินทางผ่านช่วงเวลาของวัฒนธรรมคนเมือง

ร้านโกปีของคนในจังหวัดตรังโดยเฉพาะคนในชุมชนแถบเขตเทศบาลนครตรัง หรือพื้นที่ที่คนในท้องถิ่นเรียกว่า “ทับเที่ยง” เริ่มแรกเป็นพื้นที่ที่มีชาวจีนอพยพเข้ามาทำการจับจองตั้งถิ่นฐานและมีการทำการค้า จนกลายเป็นย่านเศรษฐกิจที่สำคัญของเมืองตรัง (วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดตรัง, 2544) พื้นที่นี้ได้มีการขายโกปีกันมาอย่างยาวนานเริ่มแรกเป็นการขายให้กับชาวจีนที่อพยพมาด้วยกัน ซึ่งส่วนใหญ่นิยมมาจับจองพื้นที่อยู่อาศัยใกล้เคียงกับเพื่อนฝูง ญาติมิตร และชาวจีนที่พูดภาษาถิ่นเดียวกัน ช่วงแรกคนในตัวเมืองตรังแม้จะมีอาชีพที่หลากหลายทั้งทำการเกษตร ทำการค้าแต่ก็จะมีการเข้ามาติดต่อทั้งเพื่อซื้อขายสินค้าของตน บ้างก็สร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ อาทิการก่อตั้งกลุ่มสมาคมต่างๆ อาทิ กลุ่มสมาคมฮกเกี้ยน กลุ่มสมาคมแต้จิ๋ว และเกิดการรวมกลุ่มของผู้ที่นับถือเทพเจ้าหรือเป็นสมาชิกของสมาคมจีน หรือศาลเจ้าจีนแห่งเดียวกัน (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ บรรณาธิการ, 2548) อันส่งผลต่อการสร้างเครือข่ายทางสังคมเพื่อสร้างความเข้มแข็งและความเป็นหนึ่งเดียว คอยช่วยเหลือเกื้อกูล ต่อสู้ต่อรองกับอำนาจต่างๆ ที่อยู่รายล้อมตัว เนื่องจากการเข้ามาของชาวจีนอพยพซึ่งถือเป็นกลุ่มคนกลุ่มแรกที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานและมีอิทธิพลทั้งทางเศรษฐกิจ รวมถึงสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านการค้า ซึ่งกลายเป็นตัวเมืองตรังในปัจจุบัน ส่งผลให้คนเมืองตรังได้รับอิทธิพลทางความคิดในการดำเนินชีวิตที่ยึดหลักการขยัน ชันแข็ง อดทนในการทำงานเพื่อสร้างเนื้อสร้างตัว สร้างฐานะทางเศรษฐกิจเพื่อยกระดับฐานะทางสังคมที่ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจการตลาด หรือเศรษฐกิจเงินตรา (สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิปาณิชย์ และประสิทธิ์ ชินการณ, 2544) จึงทำให้ร้านโกปีเป็นพื้นที่ที่สะดวกต่อการส่งต่อและเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร สะดวกต่อการสื่อสารระหว่างกันของคนในกลุ่มสังคมเดียวกัน อีกทั้งวัฒนธรรมการรับประทานโกปีและชาเน้นการดื่มด่ำกับรสสัมผัส ทั้งกลิ่นและรสชาติ ไปพร้อมกับการ

ผ่อนคลายอารมณ์ หลายครั้งที่มีการใช้พื้นที่ของการจับโกปีและชาเพื่อการพูดคุย และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ในสังคม โดยเฉพาะในอดีตที่การส่งข่าวของนักเล่าเรื่อง และบรรดานักปราชญ์ที่ชื่นชอบการเดินทาง เพื่อศึกษาเรียนรู้ศาสตร์หรือภูมิปัญญา ความรู้ใหม่ๆ จากพื้นที่ฐานนิสัยที่รักการศึกษาเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ใหม่ของชาวจีน (วิทยาลัยภาษาจีนปักกิ่ง มหาวิทยาลัยครุหนานจิง และมหาวิทยาลัยครุอันฮุย, 2550) มีการถ่ายทอดผ่านพื้นที่ของการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในสมัยโบราณ ซึ่งในขณะนั้นอาจจะไม่ได้เรียกว่าร้านโกปี แต่อาจเป็นเพียงที่พักของคนเดินทางหรือร้านที่มีอาหารและเครื่องดื่ม แต่สถานที่แห่งนี้เป็นศูนย์รวมของคนหลากหลายอาชีพ หลากหลายฐานะ แม้ว่าจะมีกฎเกณฑ์บางอย่างทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าร้านของแต่ละกลุ่มก็ตาม (อเนก ทองมี, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559.)

เมืองตรังเข้าสู่เศรษฐกิจแบบเงินตรา จากอิทธิพลของสนธิสัญญาเบาว์ริงซึ่งประเทศไทยได้ทำร่วมกับประเทศมหาอำนาจอย่างอังกฤษ ช่วงปี พ.ศ. 2398 ในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (สารสิน วีระผล, 2548) ทำให้พื้นที่ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายทะเลและเมืองท่าของตรัง อาทิ กันตัง ปะเหลียน ได้เข้าสู่สังคมการค้า เมืองตรังยังเป็นพื้นที่แรกของไทยที่มีการปลูกต้นยางพารา ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญที่ได้เข้ามาในปี พ.ศ. 2443 จากการนำเข้ามาเพาะปลูกในเมืองกันตังของพระยารัชฎานุประดิษฐ์ (คอมซิมบี้ ณ ระนอง) เจ้าเมืองตรัง ในขณะนั้น อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่มีทางรถไฟไปจนถึงเมืองกันตัง ซึ่งเป็นเมืองท่าสำคัญในอดีต อันช่วยสนับสนุนให้การขนส่งสินค้าต่างๆ เพื่อการค้าในประเทศและต่างประเทศเป็นได้โดยง่าย โดยสามารถขนส่งสินค้าจากหัวเมืองสำคัญต่างๆ ทั้งในภาคใต้ อาทิ เมืองหาดใหญ่ เมืองทุ่งสง รวมถึงยังเป็นหนึ่งในไม่กี่จังหวัดของไทยที่ปรากฏสายแร่ดีบุกซึ่งเป็นวัตถุดิบที่มีค่าต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม (สุธิวรงค์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิพาณิชย์ และประสิทธิ์ ชินการณ, 2544)

สิ่งเหล่านี้สนับสนุนการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นเงินตราและการทำธุรกิจเพื่อการค้าของคนเมืองตรัง ซึ่งแตกต่างจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนภาคใต้ที่เน้นวิถีการผลิตแบบพอยังชีพ เน้นการค้าขายแลกเปลี่ยนกันเองของชาวบ้าน และเน้นการใช้แรงงานแบบออกปากกินแรงมากกว่า การรับจ้าง (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพรพิไล เลิศวิชา, 2541) เปิดโอกาสทางการค้ามากมายให้แก่ชาวจีนโพ้นทะเลในการอพยพมาเพื่อทำการค้า รับจ้างใช้แรงงาน และทำการเกษตรเชิงพาณิชย์ในพื้นที่ ถึงแม้จะมีชาวจีนจำนวนหนึ่งได้เข้ามาตั้งรกรากในเมืองตรังมาก่อนหน้านี้ผ่านทางการค้าสำเภาทะเล ตั้งแต่ประมาณหลังปี พุทธศักราช 2380 (เอกสารประกอบการจัดงาน 100 ปี เมืองทับเที่ยง, 2559). แต่ก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าความรุ่งเรืองของเมืองตรังจากการเฟื่องฟูของระบบเศรษฐกิจทุนนิยมได้เปิดโอกาสในการเข้ามาของชาวจีนโพ้นทะเลในเมืองตรังเป็นอย่างมาก ประกอบกับเหตุการณ์สำคัญในอดีตที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและทรัพย์สินของชาวจีนจำนวนมากได้ อันได้แก่ การเกิดภาวะสงคราม การเกิดภาวะขาดแคลนอาหารในบางพื้นที่ การประกาศปิดประเทศอันส่งผลต่อการประกอบอาชีพของชาวจีนแถบชายฝั่งซึ่งมีอาชีพเกี่ยวเนื่องกับการทำการค้าสำเภาจีน (สารสิน วีระผล, 2548)

จากเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์เหล่านั้นส่งผลต่อการเข้ามาตั้งถิ่นฐานในดินแดนที่ไม่คุ้นเคยของชาวจีนอพยพ ส่วนใหญ่ผู้ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานในภาคใต้ของไทยจะเป็นกลุ่มของชาวจีนในมณฑลที่มีดินแดนติดต่อกับชายฝั่งทะเลด้านตะวันออกของจีนซึ่งมีลักษณะของสภาพภูมิประเทศและ

สภาพภูมิอากาศใกล้เคียงกับภาคใต้ของไทย แต่บริบทของพื้นที่ทั้งในด้านทรัพยากรธรรมชาติ บริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่าง (ภูวดล ทรงประเสริฐ, 2546) อันได้แก่ ชาวจีนฮกเกี้ยนจากมณฑลฟูเจี้ยน (ฮกเกี้ยน) ชาวจีนไหหลำ (ไหหลำ) จากเกาะไหหลำ ชาวจีนแคะจากมณฑลกว๋างตุ้งหรือมณฑลฟูเจี้ยน ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้แม้มีบ้างที่มีการเข้ามาเพื่อทำการค้า แต่เนื่องมาจากเมืองตรังในอดีตเป็นทั้งเมืองทำการค้าที่ช่วยในการส่งผ่านสินค้าจากทางด้านทะเลตะวันออกลัดตัดผ่านลำคลองและแม่น้ำเพื่อไปยังภาคใต้ฝั่งตะวันตกทั้งเพื่อเดินทางแลกเปลี่ยนสินค้า การรับซื้อสินค้าท้องถิ่นจากชาวพื้นเมืองเพื่อนำไปขายต่อ อีกทั้งยังเป็นหนึ่งในเส้นทางสำคัญในการหลีกเลี่ยงการเดินทางผ่านแหลมมะละกา ซึ่งเป็นเขตการปะทะกันของลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือและลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ซึ่งหากผู้เดินเรือไม่มีความชำนาญอาจเกิดอันตรายจากการเดินเรือขึ้นได้ (สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิพาณิชย์ และประสิทธิ์ ชินการณ, 2544)

ความยากลำบากที่ถูกสะสมที่ได้สร้างความเข้มแข็งให้กับชาวจีนซึ่งถือได้ว่าเป็นคนต่างถิ่นที่ไม่คุ้นเคยกับแผ่นดินไทย ซึ่งไม่ได้มีที่ดินหรือหลักประกันใดในการดำรงชีพของตน อีกทั้งชาวจีนส่วนใหญ่ที่เดินทางมากในยุคแรกมีเพียงบุรุษ ซึ่งหลายคนเป็นหัวหน้าครอบครัวจำต้องสร้างเนื้อสร้างตัว หรือเก็บสะสมเงินทองที่ได้มาเพื่อส่งกลับไปให้ครอบครัวในประเทศจีน (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2543) จากแนวคิดดังกล่าวบวกกับภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ จึงทำให้ชาวจีนและผู้มีเชื้อสายจีนส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการทำการค้าและการลงทุนเป็นอย่างมาก ชาวจีนไม่เกี่ยงไม่เลื่องงาน อีกทั้งมีความสามารถในการทำการค้า อีกทั้งสามารถนำวัฒนธรรมของคนไทยท้องถิ่นมาประยุกต์ให้เข้าภูมิปัญญาของตนเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ผ่านการสังเกต เรียนรู้และทดลองต่อยอดจากการนำวัตถุดิบหรือทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นมาผสมผสานกับระบบคิดในการจัดการเพื่อพัฒนาต่อยอดโอกาสทางการค้า การทำธุรกิจ (สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิพาณิชย์ และประสิทธิ์ ชินการณ, 2540) คนจีนโพ้นทะเลได้เข้ามาตั้งรกรากในตัวเมืองตรัง หรือตำบลทับเที่ยงในช่วงเวลานั้น เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูกพริกไทย ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่ทางรัฐบาลสนับสนุนในการเพาะปลูกเพราะเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ บรรณาธิการ, 2548) บวกกับการที่ทับเที่ยงเป็นพื้นที่ที่ติดกับเส้นทางผ่านของแม่น้ำในการเดินเรือจากชายฝั่งทะเลตะวันตกจากปากอ่าวกั้นดั่ง ไปยังชายฝั่งทะเลตะวันออกบริเวณจังหวัดนครศรีธรรมราช สะดวกต่อการทำการค้าและการขนส่งสินค้า ทั้งนี้สิ่งเหล่านี้เป็นโอกาสในการทำการค้า และสร้างอาชีพ จากความสะดวกของพื้นที่ในการเข้าถึงการทำการขนส่งและการติดต่อเพื่อทำการค้า ความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ส่งผลให้จำนวนของชาวจีนโพ้นทะเลที่เข้ามาในเมืองตรังเพิ่มจำนวนสูงขึ้น (สงบ ส่งเมือง, 2546; อมรา ศรีสุชาติ, 2530)

ตรังซึ่งเป็นเมืองทำการค้ามาตั้งแต่อดีตเป็นแหล่งสัญจรไปมาของนักเดินทาง โดยเฉพาะชาวจีนโพ้นทะเลเมื่อเข้ามาตั้งถิ่นฐาน วัฒนธรรมการรับประทานโกบี่ของชาวจีนก็ถูกนำมาถ่ายทอด และส่งต่อให้กับลูกหลานคนไทยเชื้อสายจีน และคนไทยท้องถิ่นรู้จักภายใต้การดำเนินธุรกิจ ในชื่อร้านโกบี่ ซึ่งมีการนำเงินตราเข้ามาเพื่อแลกเปลี่ยนในการซื้อขายอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งแตกต่างจากวิถีดั้งเดิมของคนไทยท้องถิ่นที่เน้นการแลกเปลี่ยนสินค้าที่ตนผลิตหรือหาได้จากธรรมชาติมากกว่า (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพูนศักดิ์ ธานีกรประดิษฐ์, 2540) ซึ่งสามารถมองได้ว่าการเข้ามาของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเริ่มมาจากเหล่าคนจีนอพยพเหล่านี้ได้เข้ามาดิ้นรนในการหาเลี้ยงชีพ ประกอบการสนับสนุนในการทำการค้าและธุรกิจของรัฐบาลไทย ที่ได้เปิดโอกาสให้คนจีนได้รับ

สิทธิในการเดินทางทั่วราชอาณาจักรทั้งเพื่อการทำการค้า และการตั้งถิ่นฐาน (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2543) ซึ่งเปิดโอกาสให้มีการเติบโตของระบบเศรษฐกิจแบบเงินตราให้เข้ามาในสังคมของคนท้องถิ่น เปลี่ยนจากระบบเศรษฐกิจพอเพียงที่ใกล้ชิดธรรมชาติ จากการแลกเปลี่ยนผลผลิตระหว่างกลุ่มคน ระหว่างหมู่บ้าน ไม่ได้เน้นให้คุณค่ากับผลกำไร ความร่ำรวยและผลประโยชน์ทางวัตถุ ปรับเปลี่ยนกลายมาเป็นระบบเศรษฐกิจเพื่อการค้าหรือเศรษฐกิจเงินตรา เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางการค้า (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพูนศักดิ์ ธานีกรประดิษฐ์, 2540) เมื่อมีการติดต่อสื่อสารของกลุ่มคนทำให้วิถีคิดและวัฒนธรรมของกลุ่มคน ถูกส่งให้แก่อีก ทำให้วัฒนธรรมของคนจีนโพ้นทะเลเริ่มเข้ามามีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของคนไทยท้องถิ่นมากขึ้น

ชาวจีนนำวัฒนธรรมการรับประทานโก๋ปี้เข้ามาหลอมรวมเข้ากับวัฒนธรรมของคนในชุมชนที่ได้มีการติดต่อสื่อสารโดยใช้พื้นที่ร้านโก๋ปี้ จนกระทั่งตำบลทับเที่ยงเติบโตกลายเป็นตัวเมืองตรัง สัญลักษณ์ที่ปรากฏในพื้นที่โก๋ปี้มีปรากฏชัดเจนมากขึ้นสามารถสังเกตได้จากทั้ง ป้ายประกาศงานศพที่มักนิยมติดในร้านโก๋ปี้ อาจเป็นการเปิดพื้นที่ทางสังคมของกลุ่มคนจีน เพื่อโอกาสที่ได้แสดงออกถึงการมีตัวตนจากการเข้ามาตั้งรกรากและกลายเป็นชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่เมืองตรัง ผ่านสัญลักษณ์ที่สะท้อนความสัมพันธ์ภายในชุมชน แสดงออกถึงอำนาจในพื้นที่ทางสังคมเพื่อสร้างโอกาสทั้งในรูปแบบของการดำเนินชีวิต และโอกาสของธุรกิจการค้าให้แก่สมาชิกกลุ่มทางสังคมของตนผ่านการใช้พื้นที่ร้านโก๋ปี้

“...ส่วนใหญ่คนขายของแถวตลาด (ตลาด) ในเมืองก็คนจีนหรือม่ายโป้ (พวก/กลุ่ม) ลูกจีนแพ คนไทยน้อยที่มาขายของ หรือม่ายมาขายเขาอีกที่...”

แดง (สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2557)

การติดต่อและการสร้างสัมพันธ์ของคนจีนหรือคนไทยเชื้อสายจีน และของคนไทยดั้งเดิมในเมืองตรัง นอกจากเป็นการเปิดในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของคนต่างวัฒนธรรมในท้องถิ่นเดียวกันแล้ว ยังส่งผลต่อการกระจายและเผยแพร่วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่ม อันส่งผลให้วัฒนธรรมการรับประทานโก๋ปี้ถูกกระจายและส่งผ่านการติดต่อระหว่างกันของกลุ่มคน วัฒนธรรมการรับประทานโก๋ปี้เริ่มได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมอาหารของคนไทยท้องถิ่น โดยปรากฏผ่านทางอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน อาทิ ข้าวเหนียวปิ้ง ข้าวเหนียวสังขยา ขนมจีน ข้าวแกง ที่หลายร้านได้นำมาขายคู่กับโก๋ปี้

“...เมื่อก่อนขายอย่างสองอย่าง ร้านอยู่ไม่ได้หรอก ต้องหาอะไรมาขายคู่ เพราะถ้าขายแต่กาแฟก็ได้แค่ แก้วละบาท สองบาท มันไม่คุ้ม แต่ถ้าเอาขนมข้าวอะไรมาขายก็ได้ตรงส่วนอื่นด้วย ยิ่งคนตรังเข้าเน้นมือเข้ากินหนัก เอาอาหารหนักท้องมาขายคู่เขาก็จะมีตัวเลือก จะกินขนมกับโก๋ปี้หรือว่าจะกินกับข้าว บะหมี่...”

ขาว เพชรสี (สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2558)

เจ้าของธุรกิจได้มีการนำอาหารและเครื่องดื่มต่างๆเข้ามาเพิ่มเติม ให้หลากหลาย ทั้งขนมพื้นถิ่น อาทิ ข้าวเหนียวปิ้งไส้ต่างๆ ข้าวเหนียวสังขยา ขนมครก รวมถึงอาหารพื้นถิ่น อาทิ



ขนมจีน ผัดไทย หรือจะเป็นอาหารที่มีกลิ่นอายของวัฒนธรรมจีน อาทิ ปาท่องโก๋ อั่วจ่าไถ่ ขนมชั้น ขนมเต่า ขนมชั้น เป็นต้น (ดำ, สัมภาษณ์ 6 ธันวาคม 2557)

“...เมื่อก่อนร้านโกปีก็พอมีขนมบ้างนะแต่น้อย หรือบางร้านเขาก็จะขาย บะหมี่หรือข้าวเป็นหลัก แล้วขายโกปีคู่กัน ส่วนใครจะกินขนมก็จะมีคนมาหาขาย เขาจะเดินมาตั้งหน้าร้านใครจะไปกินก็เดินไปซื้อเข้ามากินกับโกปี...”

เต็ง (สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2558)

อย่างไรก็ดีจากการสัมภาษณ์เจ้าของร้านซึ่งได้ทำการเปิดร้านมานาน เล่าว่าเมื่อก่อนขนมต่างๆมีอยู่ในร้านบ้าง แต่ก็เป็นส่วนน้อยผู้ที่ทำขนมขายมักจะออกเดินหาขายตามข้างทาง โดยส่วนใหญ่จะเป็นปาท่องโก๋ (หรือขนมชั้น) และอั่วจ่าไถ่ (ขนมแป้งทอด) โดยที่มักจะขายคู่กันเพราะเมื่อก่อนไม่มียีสต์ขาย หากต้องการทำขนมที่ใช้ยีสต์ต้องทำการหมักยีสต์ขึ้นมาเอง ซึ่งทั้งปาท่องโก๋และอั่วจ่าไถ่จะใช้ยีสต์ตัวเดียวกันในการทำ แต่ปาท่องโก๋จะประกอบอาหารด้วยวิธีการนึ่ง และอั่วจ่าไถ่จะเป็นการทอดในน้ำมัน ซึ่งคนขายจะเป็นชาวจีนอพยพจะหาบคานคู่เดินออกขายตลอดทั้งวัน ระหว่างทางที่เดินไปนั้นก็จะมีคนขายขนมทั้งคู่ไปตลอดทาง ซึ่งทำให้หลายคนโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่เข้าใจว่าจ่าไถ่ และปาท่องโก๋คือขนมประเภทเดียวกัน ซึ่งคือแป้งทอดน้ำมัน (จิ้ม วงศ์น้อย, สัมภาษณ์ 5 ธันวาคม 2557)



ภาพประกอบที่ 3(ซ้าย): อั่วจ่าไถ่ ใช้กรรมวิธีปรุงด้วยการทอด

ภาพประกอบที่ 4(ขวา): ปาท่องโก๋ ใช้กรรมวิธีปรุงด้วยการนึ่ง

ที่มา: ภาพถ่ายโดยนักวิจัย 4 พฤษภาคม 2558

ต่อมาทางร้านเห็นว่าขนมทั้งสองชนิดที่ได้มาวางขายบริเวณทางเข้าร้านโกปีได้รับความนิยม จึงนำขนมเหล่านั้นเข้ามาวางขาย รวมถึงขนมท้องถิ่นและอาหารต่างๆดังที่ได้กล่าวมาในข้างต้น สิ่งเหล่านี้นอกจากเป็นการขยายโอกาสทางการค้าของธุรกิจแล้ว ยังเป็นการต่อสู้กับระบบเศรษฐกิจเพื่อให้การค้าของตนสามารถอยู่รอดเพื่อเลี้ยงชีพได้ อีกทั้งเมื่อวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เป็นผลให้ธุรกิจร้านโกปีได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้านโกปีไม่กี่ร้านในตัวเมืองตรัง ปัจจุบันเพิ่มจำนวนขึ้นนับไม่ถ้วน (ผล จินดาพล, สัมภาษณ์ 14 มิถุนายน 2558) โดยปัจจุบันแม้จะกล่าวได้ไม่เต็มปากว่ามีเพียงชาวไทยเชื้อสายจีนเท่านั้นที่ได้ทำการ

เปิดกิจการร้านโกบี เพราะเนื่องจากคนในตัวเมืองตรังปัจจุบันแม้ว่าจะไม่ได้สืบสานประเพณีดั้งเดิมของชาวจีน แต่ส่วนใหญ่ก็จะมีสายเลือดจีนไหลเวียนอยู่ในตัวอย่างน้อยส่วนหนึ่ง การผสมผสานของชาติพันธุ์ในท้องถิ่นของคนเมืองตรัง อาจเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้วัฒนธรรมการรับประทานโกบีของคนเมืองตรังได้รับความนิยมอย่างมากก็เป็นได้

ภายในพื้นที่ร้านโกบีแน่นอนว่าเป็นแหล่งรวมผู้คนหลากหลายอาชีพ เป็นแหล่งสนับสนุนในการสร้างปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคม เมื่อมีการรวมตัวของคนก็จะมีการตามมาของข่าวสาร เรื่องเล่าอันเกี่ยวเนื่องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม รวมถึงโอกาสของการร่วมถกเถียงเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบัน และกลุ่มทางสังคม

“...ช่วงจอมพล ป. ก็เหมือนช่วงนี้นะแหละเขาห้ามคนมาจับกลุ่มกัน  
เยอะๆ พวกโรงเรียน สมาคม ศาลเจ้าอะไรก็ถูกปิดหมด ยกเว้นร้านโกบี...”

จิรศักดิ์ ทับเที่ยง (สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2559)

เหตุการณ์สำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับการเมืองนั้น เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2493 ได้เกิดเหตุการณ์การลุกฮือขึ้นของประชาชนผู้รักสันติเพื่อต่อต้านความร่วมมือทางการทหารระหว่างรัฐบาลไทยกับสหรัฐอเมริกาภายใต้การควบคุมของจอมพลแปลก (ป.) พิบูลย์สงครามที่ถูกเรียกในชื่อ “กบฏสันติภาพ” จนในปีพ.ศ. 2495 เหตุการณ์เริ่มบานปลาย ได้มีการเข้าจับกุมประชาชนหลากหลายอาชีพ และมีการประกาศใช้กฎหมายป้องกันการกระทำอันเป็นคอมมิวนิสต์ พ.ศ. 2495 (สุวิงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิพาณิชย์ และประสิทธิ์ ชินการณ, 2544) อันส่งผลต่อการดำรงชีวิตของคนในสังคมไทย โดยเฉพาะภาคใต้ซึ่งได้เป็นหนึ่งในแหล่งที่มีการเคลื่อนไหวของคอมมิวนิสต์ในประเทศไทยอย่างชัดเจน อีกทั้งคอมมิวนิสต์ในประเทศไทยเป็นที่รู้กันว่าได้เข้ามาผ่านกลุ่มของคอมมิวนิสต์ชาวจีนที่ได้เข้ามาสร้างฐานกำลังในประเทศไทย โดยเฉพาะเมื่อรัฐบาลได้มีการเข้าปราบปราม จนเป็นเหตุให้เกิดการหนีเข้าไปในเขตชนบท หรือที่เรียกกันว่าหนีเข้าป่า (เจียง, สัมภาษณ์ 5 พฤษภาคม 2558)

เมืองตรังและพัทลุงซึ่งมีอาณาเขตติดต่อกันโดยมีป่าดิบชื้นขนาดใหญ่และภูเขาอีกชั้นขวางกั้นทำให้ถูกมองว่าเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมกับการกบดานเพื่อหลบภัยของเหล่าคอมมิวนิสต์ นอกจากนี้ทั้งพัทลุงและตรังเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีการเคลื่อนไหวอย่างเข้มข้นของคอมมิวนิสต์ในภาคใต้ ซึ่งในขณะนั้นการปราบปรามเต็มไปด้วยความรุนแรง (จิม วงศ์น้อย, สัมภาษณ์ 5 ธันวาคม 2557) ทำให้กฎหมายป้องกันการกระทำอันเป็นคอมมิวนิสต์ พ.ศ. 2495 ส่งผลบังคับใช้ต่อเนื่องเพื่อลดโอกาสของการรวมกลุ่มในการรวบรวมกำลังเพื่อต่อต้านรัฐบาล เหตุการณ์ในช่วงนั้นได้ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนเมืองตรัง กลุ่ม สมาคม หรือเครือข่ายทางสังคมอื่นๆอันมีกิจกรรมในการรวบรวมกลุ่มคนมาอยู่รวมกันถือได้ว่ามีแรงจูงใจในการลุกขึ้นต่อต้านการกระทำของรัฐบาล จึงเป็นเหตุให้พื้นที่ศาลเจ้า สมาคมภาษา โรงเรียนจีน ต้องทำการปิดตัวลงไป เนื่องจากรูปแบบของกิจกรรมภายในที่มีโอกาสในการสร้างกลุ่มช่องสุ่มกำลัง ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ปิดที่ยากต่อการควบคุมดูแลของเจ้าหน้าที่รัฐ แม้การเข้าร่วมคอมมิวนิสต์ของคนใต้เป็นการต่อต้านอันเกิดจากความคับแค้นใจมากกว่าการเข้าร่วมเพราะแรงศรัทธาต่อลัทธิคอมมิวนิสต์อย่างแท้จริง (สุวิงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิพาณิชย์ และประสิทธิ์ ชินการณ, 2544)

ร้านโกปี้ถูกยกเว้นจากการปิดกิจการเนื่องจากเป็นพื้นที่เปิด คนทั้งในพื้นที่และต่างพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นคนจีน คนไทยท้องถิ่น หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐสามารถที่จะเข้าไปเพื่อรับประทาน อาหารและเครื่องดื่มได้เท่าเทียมกันเนื่องจากเป็นพื้นที่ทางการค้าและเกี่ยวพันอาหารการกินที่เป็น ปัจจัยสำคัญเกี่ยวเนื่องกับการดำเนินชีวิตของคนในสังคม ซึ่งแตกต่างจากพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ของศาลเจ้าที่ เต็มไปด้วยแรงศรัทธาอันส่งผลต่อการรวมกลุ่มกันของคนที่มีความเชื่อแบบเดียวกัน (จิรัชศักดิ์ ทับเที่ยง, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559) อาทิ คนจีนที่นับถือเจ้าแม่กวนอิม หรือพระอวโลกิเตศวรโพธิสัตว์ ก็ จะเข้าไปในศาลเจ้าที่มีรูปปั้นรูปสลักอันเป็นตัวแทนของของเจ้าแม่กวนอิมเพื่อกราบไหว้บูชา โรงเรียน สอนภาษาจีนและสมาคมต่างๆ สถานที่เหล่านี้มีรั้วรอบขอบชิด อีกทั้งแม้ไม่ได้มีการกีดกัน บุคคลภายนอกแต่อย่างใด แต่ก็ได้เป็นพื้นที่ที่บุคคลทั่วไปจะเข้าออกได้โดยง่าย ทำให้ บุคคลภายนอกโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่รัฐบาลไม่อาจทราบได้ว่าขณะนั้นมีการกระทำกิจกรรมประเภทใด และมีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางใด

เหตุการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นอันส่งผลในการปิดสมาคม กลุ่ม โรงเรียน ที่เป็นแหล่ง รวมตัวเพื่อกิจกรรมทางสังคมร่วมกันของชาวไทยเชื้อสายจีนในเมืองตรัง อาจสร้างอิทธิพลทาง ความคิดและอารมณ์ความรู้สึกของคนเมืองตรังต่อวัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ ผู้โยงกับสาย สัมพันธ์ทางสังคมที่ไม่มีวันสูญหายไป จึงเป็นการเปิดโอกาสในการให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมการ รับประทานโกปี้ในมิติทางสังคมทำให้คนเมืองตรังให้ความสำคัญและความสำคัญกับวัฒนธรรมการ รับประทานโกปี้เปรียบดังตัวตน เครือญาติ รากเหง้าของตนเองเนื่องจากสร้างโอกาสในการดำรงชีพ สร้างเครือข่ายทางสังคมให้ตนเองไม่รู้สึกลดเดี้ยวเมื่อเจอปัญหาหรืออุปสรรค อีกทั้งยังเป็นวัฒนธรรม ที่กลุ่มสมาชิกของตนมองว่าเป็นสิ่งที่ดีงาม ช่วยทั้งกำลังใจในการดำเนินชีวิตและสร้างแรงกายในการ ประกอบอาชีพ วัฒนธรรมการรับประทานโกปี้เป็นส่วนหนึ่งของการให้ความสำคัญเชิงคุณค่าของคนใน สังคมที่สอดแทรกระบบคิดของอุดมการณ์ทางสังคมถ่ายทอดผ่านทางวัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของคนเมืองตรังที่ได้รับการยอมรับและถูกผลิตซ้ำมาจนถึงปัจจุบัน

### พื้นที่แห่งข่าวสาร

พื้นที่ร้านโกปี้นอกเหนือจากเป็นพื้นที่ที่สนับสนุนการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรัง ทั้ง เพื่อการค้าการประกอบอาชีพในชีวิตประจำวันแล้ว ยังเป็นศูนย์กลางของการส่งผ่านข่าวสารของคน ในท้องถิ่น โดยส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลอันเกี่ยวเนื่องกับการดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพภายในสังคม ส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสทางการค้า การสร้างอำนาจทางเศรษฐกิจภายในสังคมของคนเมืองตรัง ผ่านเครือข่ายทางสังคม ผ่านทางการสร้างปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มคนผ่านพื้นที่ร้านโกปี้ ที่มีการใช้พื้นที่ ร้านโกปี้เพื่อแสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ช่วงชิงอำนาจในการกำหนดนโยบายทางการค้าและการ ลงทุนภายในระบบเศรษฐกิจเมืองตรัง

“...ที่ไหนมีประมุข มีรับสมัครงาน หรือข่าวไร่น่าสนใจเขาก็เอามาเล่า มา บอกต่อ บางทีผมก็รู้อ่อนจะทำโฆษณาประกาศออกมาอีกคนวงในมาบอกเอง...”

ดาบ (สัมภาษณ์ 5 ธันวาคม 2557)

จากข้อมูลข้างต้นกล่าวได้ว่าคนเมืองตรังมีการใช้พื้นที่ร้านโกปีเป็นตัวกลางในการต่อรองและสร้างอำนาจให้กับสมาชิกในกลุ่มของตน ผ่านการนำข้อมูลและข่าวสารทางสังคมมาสร้างประโยชน์ในการสร้างเครือข่ายทางสังคมของตน การช่วงชิงความหมายของพื้นที่ทางสังคมในร้านโกปีไม่เป็นเพียงแค่การสร้างเครือข่ายทางสังคมเพื่อช่วงชิงอำนาจทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่การส่งผ่านข่าวสารและข้อมูล ถือเป็นกระบวนการของการสร้างความหมายให้แก่พื้นที่ร้านโกปีของกลุ่มคนในสังคม โดยใช้เรื่องราว ข่าวสารในสังคมเป็นตัวสื่อสาร สร้างความหมายและความทรงจำให้กับกลุ่มคนในสังคมจากช่วงเวลาที่มีการแปรเปลี่ยนบริบททางสังคม ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์อันเกี่ยวเนื่องกับการเมืองส่วนกลางและระดับท้องถิ่น เศรษฐกิจ สภาพสังคมและวัฒนธรรมของเมืองตรังในช่วงเวลาต่างๆ วัฒนธรรมการรับประทานโกปีเป็นส่วนหนึ่งของวิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมผ่านพื้นที่ของร้านโกปีพื้นที่สนับสนุนการสร้างเครือข่ายทางสังคม ส่งผลต่อการสร้างความเข้มแข็งภายในกลุ่มสังคมของคนเมืองตรัง จึงทำให้พื้นที่ร้านโกปีกลายเป็นพื้นที่แห่งความทรงจำของกลุ่มคน โดยเฉพาะกลุ่มของผู้สูงอายุและกลุ่มคนวัยกลางคนที่เป็กลุ่มคนผู้เดินทางผ่านเหตุการณ์อันเกี่ยวเนื่องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมกลุ่มคนผู้ซึ่งมีความทรงจำทางสังคมในอดีตท่ามกลางบริบททางสังคมที่ถูกปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย

“...เมื่อก่อนใครไม่มีทีวี ไม่มีวิทยุก็นั่งในร้านโกปี ฟังข่าวนี้บ้าง บางคนก็มาฟังราคาขาย ถ้าถามว่าคุณเรื่องอะไรจริงๆก็คุยกันทุกเรื่อง แล้วแต่ว่าช่วงนั้นข่าวอะไรที่ดัง หรือว่าสำคัญมากกว่า...”

จินตนา พลรบ (สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2559)

คนเมืองตรังใช้พื้นที่ร้านโกปีเป็นสื่อกลางในการส่งผ่านข่าวสารทางสังคมมานาน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างกันของกลุ่มคน หรือผ่านทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายประกาศต่างๆก็ตาม (ล้อย,สัมภาษณ์ 5 พฤษภาคม 2558; ฮวด, สัมภาษณ์ 1 พฤษภาคม 2558) จนพื้นที่ร้านโกปีเล็กๆที่เป็นพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ พื้นที่พวกพ้องเพื่อนฝูงมารวมตัวกันได้กลายเป็นพื้นที่สำคัญของการสื่อสารและส่งผ่านข่าวสารของคนในสังคมอย่างไม่รู้ตัว

“...ถ้าไม่ติดประกาศที่แถวหน้าอำเภอ ตลาด ใครจะฝากติดประกาศอะไร ก็มาฝากติดที่ร้านโกปีนี่แหละ...”

สิงห์คาร พรพนานุรักษ์ (สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2559)

โดยเฉพาะป้ายประกาศต่างๆซึ่งเป็นสื่อในการส่งผ่านข่าวสารทางสังคมที่ราคาย่อมเยา อีกทั้งครบถ้วนไปด้วยรายละเอียดที่ต้องการสื่อสารถึงกลุ่มทางสังคมของคนเมืองตรัง ได้รับความนิยมในการนำไปติดประกาศในพื้นที่สาธารณะที่มีผู้สัญจรไปมาจำนวนมาก ซึ่งร้านโกปีแม้ไม่ได้เป็นพื้นที่ที่จำนวนของผู้คนเดินทางเข้าไปอย่างหนาแน่นดังเช่นพื้นที่ตลาด แต่ร้านโกปีซึ่งส่วนใหญ่ตั้งในบริเวณย่านการค้าและใกล้เคียงที่อยู่อาศัยของกลุ่มคนในตัวเมือง อีกทั้งกลุ่มคนเมืองตรังจำนวนมากที่ยังคงนิยมและให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมการรับประทานโกปีภายในพื้นที่ร้านโกปีจึงทำให้ร้านโกปีเป็นพื้นที่หนึ่งที่คนเมืองตรังให้ความสำคัญกับการติดประกาศเพื่อแจ้งข่าวสารที่ต้องการสื่อสารกับกลุ่มทางสังคมของตนซึ่งถือเป็นกลุ่มคนที่มีความเหมือน หรือมีความชื่นชอบบางประการที่คล้ายคลึง

กันมาอยู่ร่วมกัน สร้างโอกาสทางตรงในการสื่อสารระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม และทางอ้อมในการ กระชับสายสัมพันธ์ของคนเมืองตรงท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีอย่างต่อเนื่อง

การส่งผ่านข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะทางด้านการค้าการลงทุนภายในร้านโกปี นอกจากเป็นการฉกฉวยโอกาสทางด้านเศรษฐกิจของคนเมืองตรงแล้ว ยังถือได้ว่าเป็นการช่วยในการ สร้างสถานภาพทางสังคมของคนในสังคม เพราะหากได้รับข้อมูลที่ช่วยเปิดโอกาสในการทำการค้าและ สร้างผลกำไรให้แก่ธุรกิจของตนแล้วจะทำให้กลุ่มคนหรือบุคคลหนึ่งจะมีสถานภาพทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ส่งผลต่อเนื่องไปสู่การยกระดับฐานะทางสังคมของตน (จอมภพ ช่างม่าน, สัมภาษณ์ 4 พฤษภาคม 2558) สิ่งเหล่านี้เป็นผลมาจากแนวคิดของชาวจีนอพยพซึ่งเป็นผู้เผยแพร่วัฒนธรรมการรับประทาน โกปีเข้ามาสู่สังคมเมืองตรงที่ให้ความสำคัญกับการค้า เชื่อว่าการเลื่อนฐานะทางสังคมทำได้หากมีฐานะ ทางเศรษฐกิจที่ดี (สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิพาณิชย์ และประสิทธิ์ ชินการณ, 2544) นักวิชาการ สายมานุษยวิทยาบางกลุ่มเชื่อว่าชาวจีนอพยพที่ออกจากประเทศจีนน่าจะเป็นผู้ที่ยากไร้หรือไม่ได้มี ฐานะทางสังคมเป็นที่ยอมรับจึงได้เดินทางเพื่อค้นหาสิ่งที่ดีกว่า และยกระดับฐานะทางสังคมของตนเอง และตระกูล (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2543) สอดคล้องกับการใช้พื้นที่ร้านโกปีทั้งในมุมของพื้นที่ทางการ สื่อสาร สร้างโอกาสทางค้า และสร้างฐานะทางสังคมของคนเมืองตรง (ตุ้, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559) ทำให้ทราบว่าคนเมืองตรงมีการใช้พื้นที่ร้านโกปีเพื่อเป็นฐานให้กับการต่อสู้ต่อรองทางสังคม ของตนผ่านเครือข่ายทางสังคมของตน โดยใช้ข้อมูลและข่าวสารต่างๆมาเป็นเครื่องมือในการขยับ ฐานะทั้งทางเศรษฐกิจและทางสังคมของตนให้เป็นที่ยอมรับแก่กลุ่มคนในสังคม

จากเรื่องราวต่างๆที่ได้มีปรากฏผ่านพื้นที่ของร้านโกปี พื้นที่สนับสนุนการเกิดขึ้นและ ดำรงอยู่ของวัฒนธรรมการรับประทานโกปีซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรงที่ถูกสืบทอดผ่านวิถีความเป็นอยู่ได้รับการผลิตซ้ำและส่งต่อ โดยกลายเป็นทั้งพื้นที่ของการดำเนินชีวิตการ สร้างโอกาสทางการค้าการลงทุน การส่งผ่านข่าวสารซึ่งช่วยสนับสนุนการเข้าสังคม การปฏิสัมพันธ์ และร่วมกิจกรรมทางสังคม ถือได้ว่าวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรงเป็นการรวมกลุ่ม ทางสังคมเพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนการดำรงชีวิตที่ต้องมีการดิ้นรนต่อสู้เพื่อดำรงชีพท่ามกลางสังคม ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

### พื้นที่ทางการค้าและการลงทุน

โกปี หรือกาแฟแก้วผสมแบบโบราณเป็นเครื่องดื่มที่ดำรงอยู่ท่ามกลางการ เปลี่ยนแปลงทางสังคมของคนเมืองตรงมาอย่างยาวนาน เป็นเครื่องดื่มที่คนไทยคุ้นหูและถูกกล่าวถึง บ่อยครั้ง ถือได้ว่าเป็นหนึ่งในวิถีการดำเนินชีวิตที่ของคนจีนโพ้นทะเลที่ได้เข้ามาพร้อมกับภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนผ่านการเดินทางเข้ามาเพื่อตั้งรกรากในดินแดนสยามตั้งแต่อดีต (สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิพาณิชย์ และประสิทธิ์ ชินการณ, 2544) นอกเหนือจากเป็นวิถีการดำเนินชีวิต จากลักษณะการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม บุคลิกลักษณะนิสัยของคนในสังคม และแนวคิดที่ส่งผลต่อการ ดำเนินชีวิตที่หล่อหลอมวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนในสังคมขึ้นมา โกปียังช่วยในการสร้าง โอกาสทางการค้าในการประกอบอาชีพของกลุ่มคนหรืออาจมีเหตุผลอื่นใดที่เคลือบแฝงอยู่ภายใต้ วัฒนธรรมนี้ ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าวัฒนธรรมการรับประทานโกปีได้เข้ามากระตุ้นบริบททางสังคมและ วัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนในสังคมเมืองตรง ทั้งด้านการค้าและการลงทุน ด้านวัฒนธรรม

อาหารในชีวิตประจำวัน ความสัมพันธ์ภายในสังคมของคนเมืองตรัง กล่าวได้ว่าโกปีถือเป็นเครื่องดื่มที่เติมไปด้วยเสน่ห์ที่แฝงไปด้วยกลิ่นอายของอารยธรรมจีนส่งอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของคนในสังคมไทยโดยเฉพาะในสังคมของคนเมืองตรังที่มีการรับประทานโกปีเป็นประจำ และมีกิจกรรมทางสังคมอันช่วยกระตุ้นความสัมพันธ์ภายในท้องถิ่น จนทำให้วัฒนธรรมการรับประทานโกปีกลายเป็นหนึ่งในภาพสะท้อนวิถีชีวิตของคนเมืองตรังที่ผูกพันกับวัฒนธรรมของอาหารและเครื่องดื่มอันมีบทบาททั้งเพื่อสนับสนุนการสร้างรายได้ให้คนเมืองตรังในด้านทางการค้า และการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมของคนเมืองตรัง

“...หน้าร้านก็ของลูกสะใภ้ ญาติๆจะมาขอเช่าที่ขายของ ดีหว่า(ดีกว่า) ให้คนที่ไม่สนิทมาเช่า มีอะไรแหล่ง (พูด) ก็นยากคนกันเองมันแหล่งกันง่ายหว่า (ง่ายกว่า) ...”

สิงห์คาร พรพนานุรักษ์ (สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2559)

คนตรังให้ความสำคัญกับเครือข่ายทางสังคม ทั้งสายสัมพันธ์แบบเครือญาติและแบบเครือข่ายผู้ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันผ่านการดำเนินชีวิตในสังคม ซึ่งร้านโกปีนั้นนอกจากทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมของกลุ่มลูกค้าทั่วไปแล้ว สำหรับเจ้าของร้านและพนักงานร้านโกปีพื้นที่นี้ยังเป็นพื้นที่แห่งการสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพในการดำเนินชีวิตประจำวันอีกทั้งเปิดโอกาสทางสร้างสายสัมพันธ์อันสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมของพวกเขา และสร้างโอกาสการสร้างพันธมิตรทางเศรษฐกิจ อาทิ การรวมตัวกันของผู้ประกอบการธุรกิจร้านโกปีในจังหวัดตรัง ซึ่งเอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการร้านโกปีในการต่อรองทางเศรษฐกิจและเพื่อทำการควบคุมมาตรฐานให้แก่ร้านโกปีของจังหวัดตรังเพื่อสนับสนุนให้โกปีของเมืองตรังให้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง

ร้านโกปีเมืองตรังปัจจุบันนอกจากเป็นตัวแทนของพื้นที่ที่มีการผลิตซ้ำของวัฒนธรรมการรับประทานโกปีซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องมาอย่างยาวนานจากกลุ่มคนเมืองตรัง ยังเกี่ยวเนื่องกับโอกาสทางการค้าการลงทุนและสนับสนุนโอกาสการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง เป็นพื้นที่ที่สะดวกต่อการเข้าถึงวัฒนธรรมอาหารของคนเมืองตรังของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นบุคคลภายนอก วัฒนธรรมการรับประทานโกปีถือได้ว่าเป็นวิถีชีวิตด้านหนึ่งของคนเมืองตรังที่เป็นที่นิยมอย่างมาก หากเดินทางเข้ามาภายในตัวเมืองตรังก็จะพบว่ามีจำนวนร้านโกปีนับร้อยกว่าร้านที่ตั้งเรียงรายคอยให้บริการผู้คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวตลอดเส้นทางอันเกิดจากความนิยมของคนในสังคมเมืองตรังต่อวัฒนธรรมการรับประทานโกปี รวมถึงอิทธิพลของการกระตุ้นทางการค้าและการลงทุนจากทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่นผ่านทางการสนับสนุนให้วัฒนธรรมการรับประทานโกปีเป็นวัฒนธรรมอาหารขึ้นชื่อของเมืองตรังคู่กับหมูย่างเพื่อนำไปเป็นตัวแทนของอาหารขึ้นชื่อของเมืองตรังในการสนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยวภายในจังหวัด วัฒนธรรมการรับประทานโกปีถูกเชื่อมโยงให้เข้ากับการค้าและการลงทุน แม้ว่าจะเป็นการค้าในระดับท้องถิ่นแต่วัฒนธรรมการรับประทานโกปีก็ไม่สามารถที่จะแยกจากระบบเศรษฐกิจเงินตราได้ กระแสทุนนิยมที่เข้ามาส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคม อาทิ การเข้ามาของการท่องเที่ยวที่ช่วยเปิดโอกาสทางการค้าและการลงทุนให้กับคนในท้องถิ่นได้นำวัฒนธรรมการรับประทานที่เป็นวิถี

การดำรงชีวิตของตนเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ กล่าวได้ว่าวัฒนธรรมการรับประทานโกปี้เป็นวัฒนธรรมที่มีความสำคัญทั้งมิติทางสังคม และมิติทางเศรษฐกิจอันเกี่ยวเนื่องกับการทำการค้าอีกด้วย โดยมีได้เป็นเพียงวัฒนธรรมการรับประทานของคนในท้องถิ่นเพียงอย่างเดียว ร้านโกปี้ยังเป็นพื้นที่ของการค้าขาย การสร้างโอกาสในการสร้างรายได้เพื่อดำรงชีพและสร้างสถานภาพทางสังคม อีกทั้งยังเป็นธุรกิจหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่คนเมืองตรังได้เป็นกอบเป็นกำ สังเกตจากการเพิ่มปริมาณจำนวนร้านโกปี้ในเมืองตรังอย่างต่อเนื่อง

“...ร้านโกปี้ที่หลายร้านขยายร้านเพื่อรับนักท่องเที่ยว ลงโฆษณาในหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว โดยเฉพาะพวกร้านที่เปิดใหม่ที่เจ้าของมีเงินทุนน้อย...”

ชาย (สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2559)

การเข้าสู่การท่องเที่ยวของร้านโกปี้แรกเริ่มนั้นถูกนำมาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวซึ่งเน้นย้ำการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ ถ้ำมรกต ถ้ำเลเขากอบ รวมถึงชายหาดเกาะแก่งต่างๆภายในพื้นที่จังหวัดตรังอันเป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นชื่อของจังหวัดตรัง อย่างไรก็ตามเมื่อร้านโกปี้ถูกนำเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของตารางนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ทำให้โกปี้ของจังหวัดเริ่มถูกกล่าวถึง และถูกแนะนำในฐานะที่ต้องถูกลิ้มลองเมื่อเข้ามาในเมืองตรัง อย่างไรก็ตามโกปี้ที่มีการถูกแนะนำจะเป็นที่จดจำจากเหล่านักท่องเที่ยวซึ่งเมื่อเหล่านักท่องเที่ยวเข้ามาในเมืองตรังก็จะเลือกร้านโกปี้ที่ได้มีการแนะนำผ่านสื่อ ซึ่งปัจจุบันในยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงสื่อต่างๆได้เริ่มขึ้นมาอย่างหลากหลายเพิ่มโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้คนในสังคม ในที่นี้ร้านโกปี้ของคนเมืองตรังไม่เพียงแต่ถูกกล่าวถึงผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ยังถูกแนะนำผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ทั้งผ่านฐานข้อมูลออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นสื่อกลางในยุคสมัยใหม่ให้แก่คนในสังคมในการติดต่อสื่อสารในโลกปัจจุบัน เปิดโอกาสต่อการกระจายข้อมูลของโกปี้เมืองตรังให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้นโดยไม่จำเป็นต้องถูกกล่าวถึงในฐานะอาหารที่ต้องไปรับประทานหากต้องการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดตรังเพียงอย่างเดียว แต่ถูกเป็นที่รู้จักในฐานะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายใต้วิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรัง

วัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ถูกให้ความสำคัญในฐานะวัฒนธรรมท้องถิ่นของคนเมืองตรัง จนทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาให้ความสำคัญในการดึงวัฒนธรรมการรับประทานในชีวิตประจำวันมาเป็นจุดขายทางการค้าเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในจังหวัดตรังผ่านนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นที่ประยุกต์ใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อทำรองรับการท่องเที่ยวภายในจังหวัด โดยนำมาเป็นจุดขายเพื่อช่วยในการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยว อันส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ให้เข้ากับบริบททางสังคม เพื่อตอบสนองต่อการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนในสังคม และเพื่อกระตุ้นโอกาสในการสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวที่เข้ามามีอิทธิพลภายในสังคมของคนเมืองตรัง อย่างไรก็ตามแม้การท่องเที่ยวจะมีได้ทำการประดิษฐ์สร้างวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองนโยบายทางการค้าโดยตรง แต่วัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ถูกปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการรองรับกับนโยบายการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชนในหลายด้าน



ภาพประกอบที่ 5: แผ่นปลิวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการส่งเสริมโกปีสู่การท่องเที่ยว  
ที่มา: ภาพถ่ายโดยนักวิจัย 8 เมษายน 2559

ความนิยมของการรับประทานโกปีในช่วงเช้าของคนเมืองตรัง ร่วมกับการเข้ามาของธุรกิจการท่องเที่ยว เปิดโอกาสทางการค้าให้แก่ร้านโกปีหลายแห่งในจังหวัดตรังเข้าสู่ธุรกิจการท่องเที่ยวโดยโดยนำการรับประทานโกปีมาเป็นส่วนหนึ่งของตารางการนำเที่ยวในจังหวัดตรัง ทั้งนี้ได้มีการเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวทั่วไปรู้จักในนาม “วัฒนธรรมอาหารเช้าของคนเมืองตรัง” ผ่านการโฆษณาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรัง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) กล่าวได้ว่าวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังได้ถูกดึงมาให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวของเมืองตรังส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสทางการค้าและการสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น

วัฒนธรรมการรับประทานโกปีถือเป็นส่วนหนึ่งในวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันของคนเมืองตรัง ได้รับการยอมรับและผลิตซ้ำอย่างต่อเนื่องจนทำให้วัฒนธรรมการรับประทานโกปีถูกส่งต่อไปเป็นวงกว้างจนกลายเป็นวัฒนธรรมหนึ่งที่สำคัญของคนเมืองตรัง ถูกถ่ายทอดไปสู่กลุ่มคนอื่นในสังคมเมืองตรังไม่ได้เป็นเพียงแค่วัฒนธรรมเฉพาะกลุ่มของชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่ตัวเมืองตรังดังเช่นแรกเริ่ม แต่วัฒนธรรมการรับประทานโกปียังได้รับการเผยแพร่ต่อกันในกลุ่มคนต่างๆ ในสังคมเมืองตรังอีกทั้งได้รับเอาวัฒนธรรมการรับประทานของชาวไทยพื้นถิ่นมาผสมผสานจากการเข้ามาพบปะติดต่อสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันของกลุ่มคนในสังคมเมืองตรัง

สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังถูกปรับให้สอดคล้องกับยุคสมัยและวิถีการดำเนินชีวิตภายใต้บริบททางสังคมของคนเมืองตรัง เป็นพื้นที่ที่โดดเด่นทั้งสำคัญมิติทางสังคมและวัฒนธรรม มิติการค้าการลงทุนและเศรษฐกิจ อันส่งผลให้วัฒนธรรมการรับประทานโกปีถูกมองเป็นพื้นที่ทางสังคม ทางการค้าการลงทุนและสนับสนุนการท่องเที่ยวของคนเมืองตรังมากขึ้น แม้จะเป็นวิถีชีวิตที่ได้รับการส่งต่อและสืบทอดมาอย่างยาวนานในสังคมแต่ระบบคิดใหม่ที่เข้ามาส่งผลให้การให้ความหมายของวัฒนธรรมถูกปรับเปลี่ยนให้หลากหลายสอดคล้องกับบริบททางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นพลวัต



## สายสัมพันธ์ชุมชนผ่านแก้วกาแฟ

สายสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของสังคม มนุษย์อยู่ตัวคนเดียวไม่ได้เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมส่งผลให้สายสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและผูกร้อยผู้คนในกลุ่มสังคมเดียวกันผ่านการปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน มีวัฒนธรรมซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างข้อตกลงระหว่างกลุ่มในสังคม เป็นข้อตกลงที่ไม่เป็นทางการแต่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปในสังคม (อมรา พงศาพิชญ์, 2538) เมื่อมนุษย์เข้ามาอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ย่อมต้องมีการสื่อสาร ออกแบบ ร่วมกันสร้างค่านิยมร่วมกันในสังคม ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายในกลุ่ม (รพีพรรณ สุวรรณรัฐโชติ และคณะ, 2550) วัฒนธรรมจึงถือเป็นส่วนหนึ่งของการเรียงร้อยสายสัมพันธ์ของชุมชน เมื่อกลุ่มคนได้มีการพบปะสังสรรค์ทั้งในรูปแบบของกิจวัตรประจำวันของตน หรือรูปแบบพิเศษจากจุดมุ่งหมายเฉพาะอันก่อให้เกิดกิจกรรมระหว่างกลุ่มคนในสังคม สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของสังคม จากการรวมตัวกันของกลุ่มคนที่มีความแตกต่างกันของวัฒนธรรมย่อย ก่อให้เกิดสายสัมพันธ์ที่สอดแทรกอยู่ในการดำเนินชีวิตของคนในสังคมที่ยาวนาน ร้านโกปีเมืองตรังเป็นพื้นที่เล็กๆ ที่ถูกให้ความสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนตรังตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน กล่าวกันว่าร้านโกปีเริ่มมีขึ้นในเมืองตรัง นับตั้งแต่ตัวเมืองตรังยังตั้งอยู่บริเวณพื้นที่อำเภอกันตัง ทับเที่ยงหรือที่ตั้งเมืองตรังในปัจจุบันที่เป็นเพียงหัวเมืองสำคัญในการอพยพย้ายถิ่นของชาวต่างชาติ (สุนทรี สังข์อยู่, 2554) โดยชนชาติที่มีความโดดเด่นในการย้ายถิ่นฐานเข้ามาในจังหวัดตรัง คือกลุ่มชาวจีนอพยพ (วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดตรัง, 2544) ชาวจีนได้นำวัฒนธรรมการรับประทานโกปีถ่ายทอดสู่ลูกหลาน และส่งผ่านอิทธิพลนี้สู่คนในท้องถิ่นให้กลายเป็นวัฒนธรรมที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักในวงกว้าง และได้รับการยอมรับ

วัฒนธรรมการรับประทานโกปี คือการรับประทานกาแฟคู่กับขนมพื้นถิ่น คำว่า “โกปี” มีความหมายที่เป็นที่รับรู้ของคนเมืองตรังคือชื่อเรียกกาแฟท้องถิ่นซึ่งด้วยถุงกาแฟแบบโบราณ อีกทั้งยังมีเครื่องดื่มประเภทชา และกาแฟแบบต่างๆคอยบริการภายในร้าน โดยคนเมืองตรังเข้าไปรับประทานควบคู่กับความโดดเด่นของสร้างความสัมพันธ์ของคนเมืองตรัง ภายในร้านโกปีจะมีการสังสรรค์ พบปะกันของกลุ่มคนเมืองตรัง การติดต่อสื่อสารเพื่อแจ้งข่าวสารทางสังคม และสอบถามสารทุกข์สุขดิบระหว่างกันของคนในสังคม อย่างไรก็ตามวัฒนธรรมการรับประทานโกปีได้รับคำการกล่าวขานว่ามีมนต์เสน่ห์ที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวในการเข้ามาสัมผัสวิถีการรับประทานของคนเมืองตรัง ที่ได้รับการประชาสัมพันธ์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เป็น “เมืองต้องห้าม (พลาด)” จากภาพลักษณ์วัฒนธรรมการรับประทานที่โดดเด่นจนต้องห้ามพลาดการลิ้มลอง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงรูปแบบของวัฒนธรรมการรับประทานที่มีความผูกพันกับสังคมคนเมืองตรังมาช้านาน ได้รับการสืบทอด ส่งผ่านให้คนรุ่นหลัง อีกทั้งยังกลายเป็นหนึ่งวัฒนธรรมที่สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนเมืองตรัง เน้นย้ำการฉายภาพปรากฏการณ์ภายในร้านโกปีของคนเมืองตรัง ผ่านการพบปะสังสรรค์ที่สะท้อนให้เห็นสายสัมพันธ์ของคนเมืองตรังอันเกี่ยวเนื่องกับวิถีการดำเนินชีวิต ที่เกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรมการรับประทานอาหารภายในร้านโกปี และความเชื่อของคนเมืองตรัง ผ่านการสื่อสารเพื่อสร้างสายสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมระหว่างคนในสังคมเมืองตรัง

## กิจกรรมกระชับสายสัมพันธ์ทางสังคมผ่านโกปี

ร้านโกปีในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง นอกจากเป็นร้านที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่น ยังเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์ของคนหลากหลายกลุ่ม สังเกตได้ว่าทุกครั้งที่เข้าไปเก็บข้อมูลลูกค้าส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้าไปจะเดินทางเป็นหมู่คณะมากกว่าหนึ่งคนขึ้นไป บ้างมากับครอบครัว เพื่อนฝูง น้อยคนนักที่จะเดินเข้าไปร้านโกปีแล้วนั่งและใช้เวลาในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มเพียงคนเดียว

“...จะมากินเมื่อมีสังคัม มากับเพื่อน มากับญาติเสียส่วนใหญ่...”

(ภาคภูมิ แก้วลาย, สัมภาษณ์ 4 ธันวาคม 2557)

ถือได้ว่าร้านโกปีเป็นพื้นที่ทางสังคมที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับและสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมของคนเมืองตรัง แบ่งเป็นกิจกรรมภายในร้านโกปีและกิจกรรมภายนอกร้านโกปี โดยกิจกรรมหลักจะเกิดขึ้นภายในพื้นที่ร้านโกปี โดยปรากฏในรูปแบบของกิจกรรมการสนทนาพูดคุย พบปะสังสรรค์ การส่งข่าวสารกันของกลุ่มคนที่มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน แม้จะมีการเข้ามาของภาวะความทันสมัยในสังคมแต่ร้านโกปีก็ยังคงดำรงอยู่ผ่านวิถีชีวิตประจำวันของคนเมืองตรัง แม้อิทธิพลของภาวะความทันสมัยจะปรากฏผ่านทางอาหารและเครื่องดื่มที่เพิ่มขึ้นอย่างหลากหลายในปัจจุบันโดยเฉพาะอาหารและเครื่องดื่มที่รับมาจากต่างชาติ อาทิ ขนมปังปิ้ง ไข่ดาว ไข่ลวก หรือแม้แต่เครื่องดื่มอย่าง นมเย็น โกโก้ ซึ่งมีได้เป็นอาหารและเครื่องดื่มซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่นดั้งเดิมของคนเมืองตรัง

นอกจากนี้กิจกรรมภายในร้านโกปีของคนเมืองตรังเป็นกิจกรรมที่เกิดควบคู่ไปกับการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มภายในร้านโกปี ซึ่งเป็นวิถีชีวิตที่ดำเนินชีวิตประจำวันของคนเมืองตรังที่ถูกส่งผ่านจากรุ่นสู่รุ่นมาจนถึงปัจจุบัน เมื่อเดินทางเข้ามาในตัวเมืองตรังจะได้ยินคำกล่าว “ชาวตรังรับประทานโกปีวันละห้าแก้ว” ครั้งแรกที่ได้ยินก็ยากที่จะเชื่อนักใครจะดื่มได้ถึงวันละห้าแก้ว แต่เมื่อเข้าไปพูดคุยกับลูกค้าภายในร้านก็พบว่าไม่เกินจริงเสียทีเดียว ชาวตรังรับประทานโกปีแก้วแรกตอนเช้าพร้อมอาหารเช้าหรือขนมต่างๆ ช่วงสายบางครั้งมีแขกมาถึงเรือนชานไม่มีอะไรรับรองการมาเยี่ยมเยือนก็ชวนไปนั่งร้านโกปีเพื่อหาอะไรกินพร้อมพูดคุยเรื่องราวต่างๆด้วยกันนับเป็นแก้วที่สองเที่ยงบางบ้านไม่ทำอาหารเนื่องจากภารกิจในการประกอบอาชีพ ก็ไปรับประทานที่ร้านซึ่งร้านโกปีที่ตรังส่วนใหญ่ที่เปิดช่วงเที่ยงก็จะมีการขายอาหารจานเดียวประเภทต่างๆร่วมด้วย ก็นับได้เป็นแก้วที่สาม ช่วงบ่ายเหนื่อยจากการทำงานหรืออาจจะมีการวิ่งเหงาหวานอนก็ไปหาโกปีรับประทาน บางคนกล่าวว่าตนเองมักจะไปร้านโกปีช่วงบ่ายไปเจอกับกลุ่มเพื่อนเพราะเป็นที่รู้กันว่า ช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาที่ทุกคนต้องไปเจอกันพูดคุย หรือส่งข่าวกัน ช่วงเย็นบางครั้งก็นำสมาชิกในครอบครัวไปรับประทานอาหารนอกบ้านกันบางครั้งก็เลือกใช้ร้านโกปีเพราะทุกคนในครอบครัวสามารถเลือกอาหาร ขนม หรือเครื่องดื่มที่ตนเองต้องการได้จากความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่มที่เพิ่มขึ้นเป็นตัวเลือกมากขึ้นในปัจจุบัน (ชาว เพชรสี, สัมภาษณ์ 14 มิถุนายน 2558) อย่างไรก็ตามจากสภาพสังคมในปัจจุบันที่ได้รับอิทธิพลจากภาวะความทันสมัยที่เข้ามาแพร่กระจายในสังคม ทำให้คนเมืองตรังเปิดรับเอาเทคโนโลยีต่างๆเข้ามาในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น อันส่งผลต่อการดำเนินชีวิตที่มีความ

สะดวกสบายในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันของกลุ่มคนในสังคม อีกทั้งมีการเข้ามาของสังคมออนไลน์ อันเปรียบได้กับสื่อกลางของการสื่อสารของคนในสังคมยุคใหม่ซึ่งแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มคนในสังคมมากยิ่งขึ้น อันส่งผลให้ปัจจุบันคนในสังคมเมืองตรังมีการรับเอาสังคมออนไลน์เหล่านี้เข้ามาเพิ่มความสะดวกในการสื่อสารมากขึ้น แต่อย่างไรก็ดีแม้สื่อสังคมออนไลน์และเทคโนโลยีความทันสมัยต่างๆที่เข้ามาในสังคมก็ได้ทำให้บทบาทของร้านโกปีในฐานะสื่อกลางทางสังคมของคนเมืองตรังลดความสำคัญลงไป โกปีของคนเมืองตรังยังเป็นที่ยอมรับและถูกเลือกให้เป็นหนึ่งในวัฒนธรรมอาหารในชีวิตประจำวันที่ยังคงดำรงอยู่ในปัจจุบัน

ร้านโกปีนอกจากถูกวางบทบาทให้เป็นพื้นที่ทางการค้าของธุรกิจยังเป็นพื้นที่ทางการสื่อสารส่งผ่านข้อมูลระหว่างกันของคนในสังคม ทั้งนี้การสื่อสารภายในพื้นที่ร้านโกปีสามารถแบ่งลักษณะของการสื่อสารได้ตามช่วงเวลาต่างๆภายในร้านโกปี ซึ่งเป็นร้านที่ได้รับความนิยมของคนตรังโดยมีให้บริการและเลือกรับประทานได้ตลอดทั้งวัน โดยมีทั้งร้านที่เปิดตลอดทั้งวันและร้านที่เลือกเปิดตามช่วงเวลา ดังที่กล่าวในข้างต้นช่วงเวลาเช้าตรู่ถือได้ว่าเป็นช่วงเวลาที่ยอดนิยมของร้านโกปีมากที่สุดเมื่อช่วงเวลาเช้าได้เลยผ่านไป ร้านโกปีได้กลับเข้าสู่ความสงบ คงเหลือแต่เพียงคนวัยกลางคนที่ชวนกันเข้ามาจิบโกปี รับประทานเครื่องดื่มพร้อมทั้งพูดคุยเรื่องราวต่างๆ แลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสารส่งต่อข้อมูลในการดำเนินชีวิตทั้งที่เป็นประโยชน์ทางตรงต่อผู้รับฟัง และเป็นข้อมูลทั่วไป ทำให้ช่วงเวลานี้ร้านโกปีเปรียบได้กับแหล่งข้อมูลท้องถิ่น เนื่องจากคนเมืองตรังที่เข้ามาภายในร้านโกปีทำการสื่อสารส่งข่าวเรื่องราวต่างๆ ภายในร้านโกปี ทั้งในเรื่องเศรษฐกิจ การเมือง สังคม ศาสนา หรือแม้แต่ข่าวคราวส่วนตัวของตนเองเพื่อแจ้งแก่กลุ่มของตนในระยะเวลานานกว่าช่วงเวลาอื่น คนกลุ่มนี้บางครั้งจะเป็นคนกลุ่มเดียวกับกลุ่มวัยกลางคนในช่วงเช้าตรู่ เนื่องจากหากต้องการระยะเวลาในการพูดคุยที่นานกว่าการเข้ามาภายในร้านในระยะเวลานี้สามารถทำให้การพูดคุยเป็นไปอย่างผ่อนคลายไม่ต้องกังวลกับเวลาที่รีบเร่งของตารางงานในชีวิตประจำวัน ในช่วงเวลาเหล่านี้นอกจากเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมกับการสื่อสารแล้ว ยังมีความละเมียดละมัยต่อการสร้างความสัมพันธ์มากกว่าการพูดคุยที่ต้องรีบเร่ง

ในช่วงเวลานี้ร้านโกปีนอกจากจะเหมาะสมต่อการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ของคนเมืองตรังแล้ว ยังสามารถเห็นลักษณะของวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรัง ค่านิยมและความเชื่อที่แอบแฝงอยู่ในคำพูดและป้ายประกาศที่แปะอยู่ล้อมรอบร้าน เพื่อสื่อสารถึงเรื่องราวต่างๆคนในชุมชนยังช่วยให้เห็นแง่มุมทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใต้แก้วโกปีและบรรยากาศท้องถิ่นของคนเมืองตรัง อย่างไรก็ตามเมื่อดวงอาทิตย์เริ่มเคลื่อนเข้าตรงกลางศีรษะของผู้วิจัย ร้านโกปีหลายร้านที่ไม่มีอาหารตามสั่งหรือมีการขายอาหารจานเดียวจะเริ่มเงียบเหงา หลายร้านปิดพักการขายเพื่อไปเปิดในช่วงเวลาเย็น หลายร้านปิดร้านเพื่อทำการค้าใหม่ในเวลาว่างของวันถัดไป ทั้งนี้ร้านโกปีในเมืองตรังไม่ได้มีกฎเกณฑ์ในการเปิดร้านแบบใดเป็นพิเศษ อีกทั้งคนเมืองตรังให้ความนิยมกับการรับประทานโกปีและสามารถรับประทานได้ตลอดวัน

ในช่วงเวลาบ่ายลักษณะของผู้ที่เข้ามาภายในร้านโกปีมีลักษณะคล้ายคลึงกับช่วงเวลาสายๆ แต่เมื่อใกล้ช่วงเวลาเย็นก็จะเพิ่มกลุ่มของนักเรียน นักศึกษาทั้งที่มากับผู้ปกครองและมากับกลุ่มเพื่อน เข้ามาภายในร้านมากขึ้น โดยส่วนมากจะเป็นการเข้ามาใช้เวลาเพื่อรอผู้ปกครองมารับ หากอะไรรับประทานเพื่อจะไปเรียนพิเศษ รวมถึงเป็นการสังสรรค์ของกลุ่มวัยรุ่นนภายหลังการเลิกเรียน ลักษณะของร้านโกปีช่วงนี้มีความครึกครื้นเพิ่มขึ้นจากช่วงบ่าย แต่จะมีการเพิ่มกิจกรรมของกลุ่ม

วัยเด็กและวัยรุ่นโดยเฉพาะที่อยู่ใกล้บริเวณสถานศึกษา สถานที่กวดวิชา และบริเวณคิวรถโดยสาร บ้างมาตีวงบ้าน ทำรายงาน หออะไรรับประทานพร้อมพูดคุยกันในร้านแต่จะใช้เวลานานกว่า ภายในร้าน ผ่านการพบปะพูดคุยหรือทำกิจกรรมในช่วงวันหยุดประจำสัปดาห์ เนื่องจากอาหารและเครื่องดื่มภายในร้านโกปีมีราคาของย่อมเยาเหมาะกับนักเรียนนักศึกษามารับประทานหลายคนได้ แตกต่างจากร้านอาหารจานด่วนต่างๆ ที่มีราคาแพงไม่สามารถที่จะรับประทานได้บ่อย (ชุตินา ไกรเทพ สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2559) ลักษณะของการเข้ามาของวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่เข้ามาทำกิจกรรมต่างๆภายในร้านโกปีเป็นอีกมิติทางวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังที่มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัยโดยแสดงออกผ่านทางกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นคนเมืองตรังรุ่นใหม่ที่ได้รับการส่งต่อวัฒนธรรมการรับประทานโกปีจากสังคม ได้มีการรับและปรับให้เข้ากับการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มทางสังคมของตน

ในช่วงเย็นไปจนถึงค่ำเป็นอีกหนึ่งช่วงเวลาแห่งสีสันของร้านโกปี ช่วงเวลาแห่งการพักผ่อนของผู้คนทุกเพศ ทุกวัย สามารถเห็นความหลากหลายของกลุ่มลูกค้าภายในร้านโกปีได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงพลบค่ำจะมีทั้งกลุ่มเด็กนักเรียนชั้นมัธยม นักศึกษามหาวิทยาลัยที่พากันมาเป็นกลุ่มซึ่งจะมีการพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องราวภายในมหาวิทยาลัย ลักษณะการเรียนของตน บ้างก็อาจจะพูดถึงอนาคตภายหลังกการศึกษา การพูดคุยสื่อสารของคนกลุ่มนี้หากมองภายนอกอาจจะเห็นเพียงการถกเถียง หรือการพูดคุยของกลุ่มเด็กวัยรุ่น อย่างไรก็ตามวัยรุ่นเป็นช่วงวัยที่ให้ความสำคัญกับเพื่อน การพูดคุยเหล่านี้จึงเป็นอีกหนึ่งของการสื่อสารเพื่อสร้างตัวตนทางสังคม เป็นพื้นที่ของการบำบัดจิตใจ เพื่อแก้ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นมาในการดำเนินชีวิตแต่ละวันของกลุ่มวัยรุ่นที่เริ่มมีบทบาทต่อสังคม เข้าสู่การรับผิดชอบตนเองและเผชิญโลกของความเป็นผู้ใหญ่ที่เต็มไปด้วยแรงกดดัน สำหรับกลุ่มของวัยรุ่นกลางคนจะมีทั้งมากับครอบครัว และมากับกลุ่มเพื่อน วัยทำงานที่มากับครอบครัวนั้นใช้พื้นที่ของร้านโกปีเป็นพื้นที่ของการกระชับความสัมพันธ์ภายในครอบครัว จากการที่แยกย้ายไปทำงานของแต่ละคน เมื่อกลับบ้านมาได้ชวนกันมาเปลี่ยนบรรยากาศในการรับประทานอาหารนอกบ้านพร้อมหน้าพร้อมตา พูดคุยเพื่อคลายเครียดจากการงาน การเรียนที่แต่ละคนได้พบเจอ (ธีระ เหลืองอักษร, สัมภาษณ์ 6 ธันวาคม 2557) หากต้องการทราบสถานการณ์ในจังหวัด องค์กร หรือสถานการณ์ต่างๆภายในสังคมของคนเมืองตรังเป็นเช่นไร สามารถที่จะเข้ามารับฟังผู้คนเข้ามาภายในร้านโกปีได้ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่สะท้อนสภาพสังคม ลักษณะการดำเนินชีวิต เปรียบร้านโกปีได้กับบ้านพักตากอากาศข้างถนนที่ครอบครัวสามารถนั่งล้อมวงพูดคุยหัวเราะขำกันได้อย่างสนิทสนมแตกต่างกับที่หากไม่ได้นัดกันออกมาก็จะไม่ได้รับประทานอาหารพร้อมกัน ต่างคนต่างรับประทาน ไม่ได้มีการสื่อสารหรือพูดคุยใดๆเพื่อสานสัมพันธ์ที่ติดต่อกันแสดงให้เห็นความสำคัญของร้านโกปีในการเป็นพื้นที่ทางสังคมที่สำคัญแห่งหนึ่งของคนเมืองตรังในการสร้างของสายสัมพันธ์ของคนในชุมชนให้มีความแน่นแฟ้น สมัยครุสามัคคี ผ่านกิจกรรมต่างๆทั้งรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ สอดแทรกไปด้วยวัฒนธรรมท้องถิ่น ความเชื่อ แสดงออกการสื่อสาร และลักษณะนิสัยของคนเมืองตรัง จึงไม่น่าแปลกใจว่าทำไมร้านโกปีจึงได้รับความนิยมและดำรงอยู่คู่คนเมืองตรังมาช้านาน

“...ร้านกาแฟหรือร้านโกปีในเมืองตรังเป็นจุดนัดพบ มันก็เลยกลายเป็นสภากาแฟใจ เหมือนผมอยากเจอเธอ รู้ว่าเธอจะมาตอนเช้า ผมก็จะไปตักเจอเธอตอนเช้าที่ร้านโกปีที่เธอไปเป็นประจำ...”

(จิรศักดิ์ ทับเที่ยง, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559)

ชาวตรังไม่ได้เพียงแต่รับประทานโกปี แต่ได้เลือกใช้พื้นที่ร้านโกปีเป็นพื้นที่ของการพูดคุยสื่อสารใช้เครื่องดื่มและอาหารต่างๆในร้านโกปีเป็นตัวแทนในการต้อนรับผู้ที่เข้ามาเยี่ยมเยียน บางครั้งอาจไม่ได้คิดว่าจะรับประทานโกปีแต่เมื่อไปพบเพื่อนหรือคนรู้จักก็จะทำการหาร้านโกปี ซึ่งมีอยู่หลากหลายทั่วไปในพื้นที่เมืองตรัง สะดวกต่อการพูดคุยพร้อมทั้งหาอะไรกินใช้เวลาาร่วมกันเป็นระยะเวลาตามที่ต้องการได้ไม่เหมือนร้านประเภทอื่น โดยคนในกลุ่มสังคมเดียวกันที่มีการพบปะกันเป็นประจำก็จะรู้ว่าแต่ละคนมีร้านประจำที่ไหน และมีช่วงระยะเวลาที่ต้องเข้าไปรับประทานอาหารและเครื่องดื่มภายในร้านโกปีเมื่อไร ซึ่งแสดงให้เห็นระบบของการเข้าสังคมที่มีกฎเกณฑ์ในการเรียนรู้พฤติกรรมของผู้ที่มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันผ่านกิจกรรมทางสังคมภายในพื้นที่ที่กลุ่มคนในสังคมยอมรับหรือทำการตกลงร่วมกัน ซึ่งในที่นี้คือพื้นที่ร้านโกปี

แม้ว่าร้านโกปีจะเป็นพื้นที่ทางสังคมของคนเมืองตรัง แต่กลุ่มคนแต่ละกลุ่มก็จะมีเกณฑ์การตัดสินใจเลือกร้านโกปีของแต่ละคนแตกต่างกันไป ตามลักษณะการดำเนินชีวิต การเข้าสังคม ฐานะและบทบาทหน้าที่ทางสังคม เช่นเมื่อมีญาติหรือเพื่อนฝูงที่เดินทางมาจากต่างจังหวัดมีการชักชวนกันไปร้านโกปี ถ้าอยากรับประทานหมูย่างซึ่งเป็นอาหารขึ้นชื่อของจังหวัดตรังจะหาร้านที่มีหมูย่างบริการ (ภาคภูมิ แก้วสาย, สัมภาษณ์ 4 ธันวาคม 2557) นักท่องเที่ยวเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว หรือเดินทางมาด้วยตนเองอาจจะเลือกร้านโกปีจากคำบอกเล่าของคนรู้จักซึ่งเป็นคนในพื้นที่หรือบางรายเลือกร้านโกปีที่ได้อ่านมาจากวารสารท่องเที่ยวที่แนะนำร้านอาหารในเมืองตรัง (ปี นาม สมมุติ, สัมภาษณ์ 4 ธันวาคม 2557) สำหรับการเลือกร้านโกปีของคนในพื้นที่ไม่ได้มีการเจาะจงร้านใดร้านหนึ่ง ส่วนใหญ่เลือกเข้าร้านที่อยู่ใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน รวมถึงใกล้ย่านการค้าเสียเป็นส่วนใหญ่ (ธีระ เหลืองอักษร, 6 ธันวาคม 2557)

“...เวลาอี(จะ)ไปกิน วันไหนอยากไปร้านไหนก็ชวนกันไป ไม่ได้เลือกว่าเฉพาะไหนร้านเดียว...”

ผล จินดาพล (สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2558)

นอกจากนี้โอกาสในการเข้าถึงร้านโกปีอันเนื่องมาจากถิ่นที่อยู่อาศัยของคนในชุมชนแล้ว ยังพบว่าอาหารและเครื่องดื่มที่ร้านโกปีแต่ละร้านมีอิทธิพลต่อการเลือกร้านโกปีเช่นเดียวกัน เนื่องจากแต่ละร้านจะมีอาหารหรือเครื่องดื่มที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักหรือพูดถึงของคนในชุมชน (หลาย, สัมภาษณ์ 14 มิถุนายน 2558) อาทิ เมื่อนึกถึงซาลาเปาที่เนื้อแน่น ใส่อร่อย สดใหม่ทุกวัน มีรสชาติให้เลือกมากมายและมีขายตั้งแต่เช้าจรดเย็นใกล้บริเวณหอนาฬิกาจังหวัดตรังคนในพื้นที่ใกล้เคียงหรือผู้ที่เคยได้มีโอกาสได้ชิมรสชาติจะทราบว่าเป็นร้านโกปีใด เป็นต้น

“...ร้านโกปีแรกก่อน (เมื่อก่อน) ไซ้เยอะเท่านี้ (ไม่ไซ้เยอะเท่านี้) นี้นี้น เยอะเต็มไปหมด ลุงเองไปกินไม่ครบทุกร้านเลย หลังๆก็ไปกินแต่ร้านที่ไปประจำ แค่บ้านกันเพื่อนลุงก็โบ๊ (กลุ่ม/พวก) ที่ไปกินกันบ่อยๆก็อยู่ร้านนั้น บางทีก็มีมั้ง (มีบ้าง) ไปลองร้านใหม่ๆ แต่พันหรือ (ยังง) ก็กลับมาร้านเดิมแหละ ถูกปากแล้วก็หนี (สนิท) กับเจ้าของร้านกันแหลงถูกคอหว่า (พูดกันถูกคอ)...”

เจียง (สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2558)

จากข้อความข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการเลือกร้านโกปีของคนเมืองตรังนั้น นอกจากรสนิยมของอาหารหรือเครื่องดื่มภายในร้านแล้ว กลุ่มทางสังคมของผู้นั้นก็มีส่วนอิทธิพลต่อการเลือกร้านโกปีของคนเมืองตรัง จึงทำให้เห็นความสำคัญของร้านโกปีในมิติทางสังคมที่ช่วยในการกระชับและรักษาสายสัมพันธ์ของคนในท้องถิ่นได้ สิ่งเหล่านี้สะท้อนมุมมองของการเลือกร้านโกปี ที่นอกเหนือจากประเด็นอันเกี่ยวข้องเนื่องกับการตั้งบ้านเรือนที่อยู่อาศัยในบริเวณใกล้เคียงกันของกลุ่มญาติเพื่อนฝูงแล้ว ยังสามารถมองได้อีกมุมหนึ่งว่าร้านโกปีสามารถเป็นสื่อกลางของคนในชุมชนเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน อีกทั้งภูมิปัญญาเกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตอาหารและเครื่องดื่มของแต่ละร้านเป็นจุดเด่นของการสร้างความแตกต่างกับร้านอื่นๆ

แม้วัฒนธรรมการรับประทานโกปีจะมีอาหารและเครื่องดื่มที่ขายภายในร้านใกล้เคียงกัน แต่การคิดค้นสิ่งใหม่ๆ หรือการสรรหาสิ่งที่ทำให้ร้านโกปีของตนมีความเฉพาะเจาะจงแตกต่างจากร้านอื่นๆ ซึ่งสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงภายในสังคมเมืองตรังที่มีจำนวนของร้านโกปีเพิ่มขึ้นทุกปี แต่การปรับตัวของร้านโกปีแต่ละร้านได้ช่วยสนับสนุนวัฒนธรรมการรับประทานโกปีให้คงอยู่ในสังคมเมืองตรังต่อไป คอยสนับสนุนกิจกรรมในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านพื้นที่ร้านโกปี คนในชุมชนใช้เวลาในการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มเป็นระยะเวลาหนึ่ง แต่กิจกรรมทางสังคมที่แท้จริงนอกจากการเข้ามาเพื่อรับประทานอาหารแล้ว ยังมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ทั้งที่เกี่ยวกับการดำรงชีวิตประจำวัน แลกเปลี่ยนข่าวสาร รวมทั้งการพูดคุยเกี่ยวกับเหตุบ้านการเมืองต่างๆ ทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่น อย่างไรก็ตามก็ตีกลุ่มคนที่เข้ามาสร้างปฏิสัมพันธ์มีการพูดคุยเรื่องราวต่างๆภายในร้านโกปีมักจะเป็นกลุ่มคนที่ชื่นชอบหรือมีความคล้ายคลึงกันในบางประการ อาทิ สถานที่ทำงานหรือที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน ทำงานอาชีพคล้ายคลึงกัน หรือมีกิจกรรมที่ชื่นชอบประเภทเดียวกัน (อ่อน, สัมภาษณ์ 1 พฤษภาคม 2558; กานดา เลิศปิยะวรกุล, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2559; จันทร์, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2559)

“...เพื่อนกลุ่มลุงชอบออกกำลังกายเหมือนกัน ออกกำลังกายเสร็จก็จะมากินโกปีพลางคุยเรื่องนู่นเรื่องนี้ไป บางทีก็มีนัดเจอกันเวลาว่างงานแข่งกีฬา...”

ผล จินดาผล (สัมภาษณ์ 14 มิถุนายน 2558)

อีกทั้งยังพบเห็นกลุ่มเครือข่ายทางสังคมที่มีหลักเกณฑ์ความสัมพันธ์ที่หลากหลายภายในร้าน อาทิ กลุ่มญาติพี่น้องนามสกุลเดียวกันที่นัดเจอกันทุกอาทิตย์โดยมาเป็นครอบครัวใหญ่ (ภาคภูมิ แก้วลาย, สัมภาษณ์ 4 ธันวาคม 2557) กลุ่มเพื่อนวัยเรียนรุ่นในระดับการศึกษาต่างๆ กลุ่มคนที่มีการติดต่อทางธุรกิจ (วุฒิไกร แซ่ไคว้, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2559; วิจิตรา เอื้อปัญญาศีล,

สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2559; อรรถนพ, สัมภาษณ์ 16 มิถุนายน 2558; ตู๋, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559) กล่าวได้ว่าร้านโกปีจะเป็นพื้นที่สนับสนุนกิจกรรมทางสังคมในการกระตุ้นการสร้างความสัมพันธ์และดำรงไว้ซึ่งสายสัมพันธ์ของคนในสังคม

การพูดคุยระหว่างการรับประทานโกปีของคนเมืองตรัง เรื่องราวที่ประเด็นให้ถกเถียง หรือทำการพูดคุยอย่างถึงพริกถึงขิงหนึ่งในนั้นคงหนีไม่พ้น ประเด็นอันเกี่ยวเนื่องกับการเมือง เมื่อพูดถึงร้านโกปีหลายคนจะนึกถึงคำว่า “สภากาแฟ” ซึ่งเป็นรูปแบบของการเปรียบเทียบร้านโกปีที่มิกิจกรรมการถกเถียงพูดคุยในเรื่องราวต่างๆอันเกี่ยวเนื่องกับวิถีชีวิต หลายครั้งที่ประเด็นด้านการเมืองและการปกครองถูกหยิบยกเอามาเป็นหัวข้อของการพูดคุยของกลุ่มคนในพื้นที่ร้านโกปี

“...ส่วนใหญ่มานั่งกินนั่งแหลงกันข้าวบ้าง การเมืองบ้างบางคนไม่มีทีวี แล(ดู)ก็มานั่งฟังที่ร้านโกปีนี่แหละ...”

ซิม วงศ์น้อย (สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2557)

ภายหลังจากการกรีดข่าพารา หรือก่อนที่จะเริ่มทำงานในช่วงเช้ากลุ่มคนจะพากันมารวมตัวในร้านโกปีหรือร้านกาแฟ ร่วมกันรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม พร้อมทั้งเสวนาประเด็นต่างๆ อาทิ เศรษฐกิจ สภาพสังคมในชุมชน การเมือง (ขาว เพชรสี, สัมภาษณ์ 14 มิถุนายน 2558) โดยการปฏิสัมพันธ์ที่น่าสนใจที่เป็นประเด็นที่มีข้อถกเถียงบ่อยครั้งในร้านโกปี คือปฏิสัมพันธ์ทางด้านการเมือง หรือ “สภากาแฟ” มิกิจกรรมอันเกี่ยวเนื่องกับการพูดคุย วิพากษ์วิจารณ์ และมีการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้านการเมืองทั้งระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น

การสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านการพูดคุย ถกเถียงเรื่องราวต่างๆถือได้ว่าเป็นมนต์เสน่ห์หนึ่งภายในร้านโกปีของคนเมืองตรังเป็นพื้นที่เปิดกว้างที่ช่วยสนับสนุนการสื่อสารภายในสังคม ทั้งระหว่างลูกค้าด้วยกันเอง รวมไปถึงจนถึงความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและพนักงานหรือเจ้าของร้าน ทั้งยังพบว่าหลายครั้งที่มีการแจ้งข่าวคราวในระยะเวลานั้นๆ ที่แสดงออกถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้สนทนาได้ ยกตัวอย่างเช่น แจ้งข่าวงานบวช งานขึ้นบ้านใหม่ งานศพ นอกจากการสื่อสารของคนในกลุ่มแล้ว เจ้าของร้านและพนักงานของร้านโกปี มีส่วนสำคัญในการสร้างและกระชับความสัมพันธ์ของคนในชุมชน อีกทั้งยังเป็นสื่อกลางที่ช่วยสนับสนุนการสร้างปฏิสัมพันธ์ และการกระจายข้อมูลข่าวสาร ทั้งเรื่องที่สำคัญอันเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต (ล้อย, สัมภาษณ์ 5 พฤษภาคม 2558) อาทิ นโยบายใหม่ๆ ของการเมืองการปกครองไม่ว่าจะเป็นในระดับท้องถิ่นหรือส่วนกลาง ข่าวสารอันเกี่ยวเนื่องกับเศรษฐกิจ หรือแม้แต่ข่าวลือ รวมถึงเรื่องเล่าต่างๆที่สัมพันธ์กับคนในสังคมอันแสดงให้เห็นความเป็นไปในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา สะท้อนให้เห็นภาพความสัมพันธ์ของคนในสังคมที่แสดงให้เห็นผ่านการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองท่ามกลางการขยายตัวของเมืองตรังภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่ทำให้การส่งผ่านข้อมูลข่าวสารต่างๆเป็นไปได้โดยง่าย

“...รู้จักร้านโกปีใหม่ๆผ่านเฟสบุ๊ค ไปทำงานอยู่ต่างจังหวัดนานๆทีถึงจะกลับ ก็จะมีข่าวทางเฟสเพื่อนบ้าง บางทีก็กลับมาบ้านไปลองกินดูชอบบรรยากาศ ก็ถ่ายลงเฟส ส่วนใหญ่เพื่อนก็จะเข้ามาถามเองว่าอยู่ที่ไหนจะได้ไปบ้าง...”

รัตติกาล อ่อนแสง (สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2559)

การยังคงอยู่ของการส่งข่าวผ่านปากต่อปาก หรือผ่านสัญลักษณ์ต่างๆอันกำหนดขึ้น ภายใต้คนในสังคมแล้ว สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ของกลุ่มคน ทั้งลักษณะของการส่งผ่านและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแบบปัจเจกชน รวมถึงการรวมกลุ่มของคนใน สังคมออนไลน์ที่มีจุดมุ่งหมายหรือความชื่นชอบในลักษณะเดียวกัน ซึ่งผู้วิจัยได้พบว่าคนเมืองตรัง จำนวนมากได้มีการรวมกลุ่มทางสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะในเฟซบุ๊กซึ่งเป็นโปรแกรมที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน ให้เป็นสื่อกลางทางการสื่อสารของกลุ่มคนในการส่งข่าวเพื่อทำการสื่อสาร ของคนในสังคมให้สะดวกและรวดเร็วในยุคที่ให้ความสำคัญกับการส่งผ่านและการรับข้อมูลที่รวดเร็ว ท่ามกลางการโลกของการแข่งขันของธุรกิจและการทำการค้า

นอกจากนี้ภายในร้านโกปียังมีกิจกรรมบันเทิงที่ช่วยผ่อนคลายสภาพอารมณ์และ จิตใจที่เคร่งเครียดจากการทำงานและช่วยในการกระชับความสัมพันธ์ของกลุ่มคน อาทิ กีฬาหมากรุก เรื่องเล่าเบาสมอง การฟังเพลงหรือชมรายการบันเทิงต่างๆร่วมกันในร้านโกปี (ดำ, สัมภาษณ์ 6 ธันวาคม 2557; นาถ, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2559; เลิศศักดิ์ ทองมี, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559)

“...ช่วงที่แข่งบอลโลก แข่งกีฬาสำคัญ หรือเวลาเบอร์ (สลากกินแบ่ง รัฐบาล) จะออก (จะประกาศ) ก็จะมานั่ง ฟังพร้อมๆกันลั่นดี...”

ท่ามเล้ง (สัมภาษณ์ 1 พฤษภาคม 2558)

กิจกรรมบันเทิงต่างๆเหล่านี้ มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนความสัมพันธ์ของคนใน ชุมชน แม้เพียงแต่ลดความตึงเครียดในจิตใจอันเกิดขึ้นในสังคมที่ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจเงินตรา อันมุ่งเน้นการทำการค้าให้ได้มาซึ่งรายได้ในการหาเลี้ยงชีพเป็นหลัก คนเมืองตรังบางกลุ่มได้มีการนัด พบปะกัน เพื่อพูดคุยโดยใช้ระยะเวลาที่นานกว่ากลุ่มอื่นๆควบคู่ไปกับการรับประทานอาหาร ต่างๆภายในร้าน ซึ่งกลุ่มนี้มักจะเข้ามาภายในร้านตั้งแต่เช้าตรู่ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยกลางคนหรือ กลุ่มของผู้สูงอายุซึ่งมีความคล้ายคลึงบางประการร่วมกัน อาทิหากเป็นกลุ่มวัยกลางคนจะเป็นการ พบปะกันของกลุ่มคนที่มีความชื่นชอบหรือลักษณะบางประการคล้ายคลึงกัน เช่นเป็นกลุ่มคนวัย กลางคนที่รักสุขภาพ หรือกลุ่มผู้ชื่นชอบหมากรุก เป็นต้น

“...ตอนหนุ่มๆทำแต่งงาน ส่วนใหญ่ก็มากินมาคุยธุระนั่นนี่ก็กลับ พอ เกษียณแล้วว่างก็ออกมาร้านโกปีถ้าเพื่อนไม่มา ก็นั่งคุยกับโกแกไปพลาง เดียวก็ มากันเองไม่ต้องนัดเวลาหรอก ก็รู้ๆกัน...”

เต็ง (สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2558)

กลุ่มวัยกลางคนและกลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในละแวกใกล้เคียงกับร้านโกปี มีความสนิทสนมกันในระดับหนึ่ง บ้างเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มเพื่อนร่วมงานที่เคยทำงานที่เดียวกัน หรือผู้ที่เกษียณอายุราชการแล้วที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงกัน รวมถึงเป็นญาติมิตรที่อาศัยในละแวก เดียวกัน และยังมีร่างกายที่แข็งแรงสามารถเดินทางจากบ้านมายังร้านโกปีได้ด้วยตนเอง กลุ่มนี้ใช้ พื้นที่ร้านโกปีทั้งเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รับประทานอาหารเข้า และทำการพูดคุยแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ผู้สูงอายุบางคนเล่าว่าตนเองมาร้านโกปีบ่อยถึงแม้ปัจจุบันจะมีกาแพ สำเร็จรูปตามยุคสมัยใหม่แล้วแต่ก็ไม่เหมือนโกปีที่ร้าน เวลานั่งรับประทานอาหารก็นั่งคนเดียวเพราะ



ลูกหลานไปทำงานหมดจึงชอบมานั่งรับประทานกับเพื่อนที่ร้านมากกว่า (จิต, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2559) นอกจากนี้ทั้งสะดวกในการเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ต้องการ สะดวกในการต้อนรับแขกผู้มาเยือน ร้านโกปี้ยังเป็นพื้นที่ทางสังคมที่มีทั้งเพื่อนให้พูดคุย อาหารให้รับประทาน และมีกิจกรรมบันเทิงบางประเภทที่คนในกลุ่มชื่นชอบนำมากระทำร่วมกันภายในพื้นที่ร้านโกปี้



ภาพประกอบที่ 6: กระดานที่เขียนหมายเลขของสลากกินแบ่งรัฐบาลช่วงต้นเดือนในร้านโกปี้  
ที่มาภาพ: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2559

ภาพกระดานที่ระบุหมายเลขรางวัลข้างต้น เป็นการบอกถึงหนึ่งในประเด็นเรื่องราวที่มีการพูดคุยกันภายในร้านโกปี้ได้เป็นอย่างดี โดยพบว่าหลายร้านมีการแขวนป้ายเหล่านี้ไว้ บางร้านจะมีการเว้นพื้นที่บางส่วนของกระดานเพื่อจดบันทึกหมายเลขที่ออกในแต่ละรอบ ผู้วิจัยสอบถามพบว่าเป็นการโน้ตเพื่อนำมาถกเถียงถึงตัวเลขที่อาจจะเป็นหมายเลขของรางวัลในรอบต่อไป อีกทั้งเป็นการจดสถิติตัวเลขที่ออกบ่อยเพื่อเพิ่มโอกาสในการได้รับรางวัลจากการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลในรอบต่อไป

“...มานั่งเล่น นั่งแหล่ง ถ้าแค่เบอร์ออกก็มาแล้วเรื่องฝืนกัน ช่วยๆกันดี  
เป็นเบอร์หนุกๆ ถ้าว่างช่วงเบอร์ ออกก็มานั่งแหล่งพลาบลุ้นพลาบ...”

สาว (สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2557)

อย่างไรก็ดีคำพูดจากข้างต้นเป็นคำบอกเล่าจากปากของป้าสาววัย 61 ปี เป็นการสนับสนุนการใช้พื้นที่ร้านโกปี้เพื่อสร้างกิจกรรมร่วมกัน นอกเหนือจากการเข้าสังคมแล้ว ซึ่งนับว่าเป็นโอกาสอันดีของการสร้างความสัมพันธ์ของคนในสังคมที่แม้จะมุ่งเน้นการหาเลี้ยงชีพของคนในสังคมซึ่งลดโอกาสของการพบปะของกลุ่มคนที่ไม่ได้มีหน้าที่หรือบทบาทการทำงานที่เกี่ยวข้องกันแล้ว การเข้า

มาแวะพักภายในร้านโกปียังเป็นการใช้เวลาว่างของตนกับกลุ่มทางสังคม ผ่านกิจกรรมที่เป็นที่ยอมรับ และชื่นชอบของสมาชิกในกลุ่ม

ภายในร้านโกปีนอกจากเป็นพื้นที่สนับสนุนการเกิดกิจกรรมทางสังคมโดยตรงแล้ว ร้านโกปียังมีส่วนในการสนับสนุนการเกิดกิจกรรมทางสังคมภายนอกซึ่งเป็นกิจกรรมต่อเนื่องจากการเกิดกิจกรรมภายในพื้นที่ร้านโกปี โดยร้านโกปีได้เปลี่ยนบทบาทจากพื้นที่ของการเกิดกิจกรรมทางสังคม ไปสู่บทบาทของการเป็นพื้นที่ในการนัดแนะเพื่อพบปะในการจัดกิจกรรมทางสังคมอื่นๆ ภายนอกร้านโกปีอีกด้วย

“...ป้าจะไปทำบุญกับพวกเพื่อนๆ ก็นัดให้เขามาจับที่ร้านโกปีแถวบ้าน สะดวกดีบางทีก็มานั่งหาอะไรทานด้วยกันก่อนแล้วค่อยออกเดินทาง...”

อ่อน (สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2558)

กิจกรรมทางสังคมที่เกิดขึ้น ทั้งช่วยในการเสริมสร้างแรงศรัทธาต่อพระพุทธศาสนา และแนวคิดของลัทธิเต๋าที่มีแนวคิดในการศรัทธาต่อธรรมชาติและเหนือธรรมชาติ แสดงออกมาในรูปแบบของ เทวดา เทพ เทพเจ้า (ศุภิมา นฤมล วงศ์สุภาพ, 2547) ซึ่งคนในสังคมเมืองตรังมีการใช้พื้นที่ของร้านโกปีในการกระจายข่าวสารของกิจกรรมทางด้านศาสนาและความเชื่อ

กล่าวได้ว่ากิจกรรมทั้งภายในและภายนอกร้านโกปีนั้น ถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางสังคมซึ่งช่วยในการสร้างพื้นที่ทางสังคม เพื่อให้คนในสังคมได้แสดงออกมาตัวตนออกมาผ่านทางกิจกรรมทางสังคมเหล่านั้น ซึ่งจะทำให้การเข้าปะทะกับอำนาจอื่นๆ ในสังคม กระตุ้นการแสดงออกทางความคิดและการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มคนในสังคม เพิ่มโอกาสในการสร้างอำนาจในรูปแบบการกระตุ้นสายสัมพันธ์ทางสังคม และสร้างสรรค์สังคมผ่านกิจกรรมต่างๆ เหล่านั้น

### ป้ายประกาศเครื่องมือสื่อสารผ่านพื้นที่ร้านโกปี

คนในชุมชนมีการส่งข่าวสารในชุมชนทั้งผ่านทางพบปะเพื่อส่งข่าวกัน แจ้งข่าวแก่เจ้าของร้านหรือพนักงานร้านโกปีเพื่อประกาศหรือบอกต่อลูกค้าที่เข้ามาในพื้นที่ร้านในช่วงเวลาอื่นๆ รวมถึงการใช้การติดประกาศเพื่อแจ้งข่าวสารและรายละเอียดของการจัดกิจกรรมอย่างเป็นทางการ โดยใช้ภาษาไทยเป็นหลัก คนเมืองตรังมีการปิดประกาศเพื่อส่งข่าวสารผ่านการกำหนดร่วมกันของคนในชุมชน จนปรากฏมาเป็นสื่อสัญญาณซึ่งเป็นตัวกลางในการส่งผ่านข้อมูลระหว่างกันของสมาชิกในสังคม ป้ายประกาศของคนเมืองตรังแฝงไปด้วยตัวตน ความเชื่อ ทศนคติในการดำเนินชีวิตที่กลุ่มคนในสังคมเมืองตรังให้ความหมายและความสำคัญ โดยส่งผ่านในรูปแบบของวัฒนธรรมท้องถิ่น อย่างไรก็ตามก็ตีป้ายประกาศคนเมืองตรังปิดเพื่อส่งผ่านกันในสังคมแสดงให้เห็นถึงการให้ความหมายและความสำคัญบางประการของคนในสังคม โดยปรากฏให้เห็นทั้ง ป้ายประกาศเชิญชวนเข้าร่วมงานถือศีลกินผัก (ถือศีลกินเจ) ป้ายประกาศเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาของพุทธศาสนิกชนเมืองตรัง ป้ายประกาศงานศพ เป็นต้น

เมื่อเข้าสู่ช่วงของการเลือกตั้ง มีการติดป้ายประกาศทั้งขนาดเล็กใหญ่ ทั่วบริเวณหน้าร้านและภายในร้านโกปี ช่วยในการหาเสียงเลือกตั้ง นอกจากนี้มีการเดินเท้าเข้ามาหาเสียงต่อผู้ที่นั่งอยู่ในร้านโกปี แจกใบปลิวให้แก่ผู้ที่อยู่ภายในร้าน พนักงานร้านโกปีร้าน A เล่าว่าในช่วงเวลาเลือกตั้ง

หัวคะแนนของแต่ละพรรคก็จะมาขอติดป้ายประกาศที่ร้าน ไม่มีการเลือกพรรคใดเป็นพิเศษเพราะจะทำให้ลูกค้าอึดอัด หรืออาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดว่าเจ้าของร้าน หรือพนักงานร้านโกปี้เป็นหัวคะแนนของพรรคใดพรรคหนึ่ง (ปี นามสมมุติ, สัมภาษณ์ 4 ธันวาคม 2557)

“...ถ้าจะมาติดที่ร้านก็ติดได้ แต่ถ้าให้แล้วก็ต้องให้หมดทุกพรรค...”

ปี (สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2557)

นอกจากการแจกใบปลิวและการติดป้ายประกาศภายในร้านโกปี้แล้ว หัวคะแนนของผู้สมัครจากพรรคต่างๆ ที่ลงสมัครเลือกตั้งในพื้นที่ ช่วยแนะนำตัวและอธิบายนโยบายของผู้สมัคร โดยหัวคะแนนส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่เป็นที่รู้จักของคนในชุมชน มีการเข้ามานั่งรับประทานอาหารเช้าและชาภายในร้านและพูดจาเชิญชวนโน้มน้าวให้ผู้รับฟังสนใจนโยบาย ตลอดจนตัดสินใจเลือกผู้สมัครที่ตนช่วยเหลือเสียง (ดาบ นามสมมุติ, สัมภาษณ์ 5 ธันวาคม 2557)

การติดป้ายประกาศการแนะนำตัวของผู้เลือกตั้งพรรคต่างๆ และป้ายเชิญชวนในการไปเลือกตั้งแม้จะมีการติดประกาศทั่วไปในบริเวณเมืองตรัง แต่น้อยครั้งที่การปิดป้ายประกาศนอกเหนือจากสถานที่ราชการและบริเวณที่ผู้คนสัญจรไปมาจะได้รับความนิยมในการแปะได้เสมือนภายในพื้นที่ร้านโกปี้ ภาพตัวแทนที่ร่วมสมัครรับเลือกตั้งของแต่ละพรรคถูกติดเรียงรายเต็มจุดแปะประกาศที่ทางร้านกำหนดไว้ จนหลายครั้งที่ป้ายประกาศงานศพและป้ายประกาศอื่นๆ ถูกเบียดบังจากป้ายประกาศของผู้สมัครรับเลือกตั้งเหล่านั้น



ภาพประกอบที่ 7: ป้ายประกาศเชิญชวนเข้าร่วมพิธีกรรมประเพณีถือศีลกินเจ (กินผัก) ในร้านโกปี้  
ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2559

ปัจจุบันหากมีประกาศเกี่ยวกับความเชื่อของลัทธิเต๋าซึ่งชาวไทยเชื้อสายจีนเมืองตรังให้ความสำคัญจะมีทั้งภาษาไทยและภาษาจีนกำกับอยู่ อาทิ ประกาศเชิญเข้าร่วมงานครบรอบการก่อตั้งของศาลเจ้า ประกาศเชิญผู้มีจิตศรัทธาเข้าร่วมงานรับองค์กั๋วอ่องไต่เต่หรือกั๋วอ้วงฮุดโจ้ว ในช่วงเทศกาลกินเจ (กินผัก) เป็นต้น (บุญเลิศ, สัมภาษณ์ 4 พฤษภาคม 2558) จากคำบอกเล่าของผู้อาวุโสในพื้นที่เล่าว่า เมื่อป้ายประกาศทุกอย่างในร้านโกปีจะเป็นภาษาจีนแทบทั้งสิ้น มีภาษาไทยแทรกเข้ามาบ้าง จนกระทั่งปัจจุบันป้ายประกาศที่ยังคงมีภาษาจีนอยู่จะเป็นป้ายประกาศที่เกี่ยวกับศาลเจ้าหรือประเพณีสำคัญของชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่มากกว่า (ฮวด, สัมภาษณ์ 1 พฤษภาคม 2558)

“...แรกๆก็เป็นภาษาจีนนะแหละ แต่เดี๋ยวนี้คนพูดจีน อ่านจีนออกน้อยลง แล้ว ยกเว้นบางบ้านที่เค้าให้เรียนโรงเรียนจีน หรือยังพูดภาษาจีนกันอยู่ ยิ่งเดี๋ยวนี้ป้ายประกาศงานศพก็มีแต่ภาษาไทยแล้ว ภาษาจีนนี่ไม่เห็นนานแล้ว ถ้าพอมีกี่คงแปะในสมาคมจีนแหละ...”

สมศักดิ์ แซ่ไคว่ (สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2559)

ท่ามกลางบริบททางสังคมของคนเมืองที่ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา แต่วัฒนธรรมของชาวจีนโพ้นทะเลยังคงหลงเหลือกลิ่นอายของความเป็นจีนเอาไว้ แม้จะถูกผสมผสานกลมกลืนจนทำให้คนรุ่นใหม่ในสังคมเมืองตรังไม่ได้สัมผัสกับความเข้มแข็งของอารยธรรมจีนในยุครุ่งเรืองได้อย่างเต็มที่ อย่างไรก็ตามวัฒนธรรมอันเกี่ยวเนื่องกับศาสนาและความเชื่อยังเป็นวัฒนธรรมที่เข้มแข็งและคอยยึดเหนี่ยวคนไทยเชื้อสายจีนในจังหวัดตรังเอาไว้ มิเช่นนั้นป้ายประกาศต่างๆที่คนในสังคมเมืองตรังได้มีการกำหนดเพื่อใช้สื่อสารร่วมกัน คงจะไม่เหลือภาษาจีนซึ่งเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของบรรพบุรุษของชาวไทยเชื้อสายจีนในจังหวัดตรังเอาไว้ได้ นอกจากนี้การมีป้ายประกาศที่มีรายละเอียดส่วนหนึ่งเป็นภาษาจีนในการสื่อสารของคนในสังคมโดยใช้พื้นที่ร้านโกปีเป็นสื่อกลาง ยังตอกย้ำความสำคัญของร้านโกปีในมิติทางสังคมของคนเมืองตรัง เป็นพื้นที่สำคัญที่มุ่งมองของการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในเมืองตรัง มุมมองของการกระตุ้นและสนับสนุนการคงอยู่ของวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่

นอกจากกิจกรรมในการสื่อสารระหว่างกันของผู้ที่มารับประทานโกปีภายในร้านโกปีแล้ว คนเมืองตรังยังมีการสื่อสารและสร้างสายสัมพันธ์ระหว่างกัน ผ่านสัญลักษณ์ในการสื่อความหมายอันเกี่ยวเนื่องกับกิจกรรมทางสังคมที่สะท้อนวัฒนธรรมของคนในชุมชนออกมา อาทิ การตั้งพุ่มกลี้น กองผ้าป่า และป้ายประกาศงานศพ ซึ่งปรากฏอยู่ทั่วไปในร้านโกปี สิ่งเหล่านี้ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของร้านโกปีในมุมมองของพื้นที่เพื่อการสื่อสาร ที่เผยให้เห็นถึงวิถีการดำเนินชีวิตที่ผูกพันกับศาสนาพุทธท่ามกลางการขยายตัวของตัวเมือง

กล่าวได้ว่าร้านโกปีเมืองตรังนอกจากเป็นพื้นที่ของการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมอาหาร ยังปรากฏให้เห็นถึงวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับ ศาสนา ความเชื่อ ประเพณีและการดำรงชีวิตของคนเมือง เมื่อเข้าไปภายในร้านโกปี A และ B ซึ่งเป็นที่รู้จักของคนเมืองตรังมาช้านาน และตั้งอยู่ใจกลางเมืองบนเส้นทางที่ตัดผ่านไปยังสถานที่สำคัญทางราชการมากมาย พบว่าภายในร้าน นอกเหนือจากมีรายการอาหาร ภาพอาหาร ภาพถ่ายอื่นๆซึ่งแตกต่างกันไปตามรูปแบบการจัดตกแต่งที่แต่ละร้านออกแบบไว้แล้วนั้น ยังมีป้ายประกาศต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ภายในร้าน ทั้งป้ายประกาศร่วม

ทำบุญทอดกฐิน ทอดผ้าป่าหรือร่วมทำบุญก่อสร้างอาคาร สถานที่เพื่อสนับสนุนศาสนาของวัดต่างๆ ในจังหวัดตรังและจังหวัดใกล้เคียง อีกทั้งยังพบว่ามีลูกค้ำที่มีความสนิทสนมกับเจ้าของร้านโกบี้นำพุ่มกฐินมาฝากตั้งภายในร้านโกบีเพื่อเชิญชวนผู้ที่เข้ามาในร้านให้ร่วมทำบุญ เจ้าของร้านหรือพนักงานเอง บางครั้งการเชิญชวนให้ลูกค้ำร่วมทำบุญ ส่วนใหญ่จะเป็นวัดในตัวเมืองตรัง (ดาบ สัมภาษณ์ 5 ธันวาคม 2557)

“...เขามาฝากตั้งไว้ แล้วพอใกล้ก็มาเอาไปจัดพุ่ม ถ้าคนที่ฝากตั้งพุ่มกฐิน เป็นเจ้าภาพเอง เขาก็จะชวนพี่ไปฉลองกฐินกับเขาด้วย...”

ดาบ (สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2557)

การเลือกพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรังส่วนใหญ่เพื่อชักชวนให้ร่วมแรง ร่วมใจ ร่วมบุญในการทำนุบำรุงศาสนาและสร้างความเข้มแข็งให้ศาสนาพุทธซึ่งเป็นศาสนาที่คนเมืองตรังส่วนใหญ่ยึดถือปฏิบัติ นอกจากนี้ยังมีประกาศเชิญชวนคนเมืองตรังเข้าร่วมงานครบรอบวันกำเนิดศาลเจ้า หรือที่เรียกว่า “โรงพระ” โดยมีรายละเอียดในการเชิญชวนให้ผู้ที่สนใจเข้าร่วมพิธีกรรมในช่วงเวลาตามประกาศ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งวัฒนธรรมของคนไทยเชื้อสายจีนที่โดดเด่นและมีผู้คนเข้าร่วมเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะหากเป็นศาลเจ้าขนาดใหญ่ที่มีความเก่าแก่ อาทิ ศาลเจ้ากิวอ่องเอี้ย ศาลเจ้าพ่อหมื่นราม เพื่อเป็นการส่งข่าวแก่ศิษยานุศิษย์ที่นับถือทั้งใกล้และไกล โดยเลือกแปะป้ายประกาศในบริเวณที่สะดวกแก่การพบเห็นไม่ว่าจะเป็นสถานที่ต่างๆ รวมถึงร้านโกบีซึ่งช่วยในการสื่อสารและกระจายข่าวแก่ผู้ที่สนใจได้





ภาพประกอบที่ 8: การปิดป้ายประกาศในร้านโกปี่ สนับสนุนความสัมพันธ์ทางสังคมของคนเมืองตรัง  
ที่มาภาพ: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2559

นอกจากนี้หนึ่งในสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึงการสื่อสารของคนในสังคมในตัวเมืองตรังได้ดี อีกทั้งเป็นวัฒนธรรมที่น่าสนใจได้รับการกล่าวถึงจากผู้คนภายนอก และสื่อต่างๆคือ ป้ายประกาศงานศพ สัญลักษณ์ของการสื่อสารของกลุ่มคนในสังคมเมืองตรัง ที่ภาพภายนอกแม้จะมีเพียงรูปภาพรายละเอียดของผู้เสียชีวิต และชื่อของบรรดาเครือญาติ แต่แสดงให้เห็นถึงเครือข่ายทางสังคมที่แน่นแฟ้นในเมืองตรัง แม้จะรู้จักผู้เสียชีวิตหรือไม่ แต่หากรู้จักเครือญาติของผู้เสียชีวิตก็ต้องไปร่วมงานศพ (ปี สัมภาษณ์ 4 ธันวาคม 2557)



ภาพประกอบที่ 9: ป้ายประกาศงานศพในร้านโก๋ปี้ที่ยังคงมีการปิดประกาศอยู่ในปัจจุบัน  
ที่มาภาพ: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2559

เมื่อมีคนในชุมชนเสียชีวิต ญาติพี่น้องจะจัดทำป้ายประกาศเพื่อแจ้งว่ามีผู้เสียชีวิต โดยมีรายละเอียดที่ระบุว่าผู้เสียชีวิตคือใครพร้อมภาพของผู้เสียชีวิต ลูกหลานญาติพี่น้องคือใคร งานจัดขึ้นที่ไหน พร้อมแจ้งรายละเอียดของวันฌาปนกิจศพ ให้ผู้ที่ได้เห็นป้ายประกาศซึ่งหากรู้จักกับญาติคนใดของผู้ตายจะได้เข้าร่วมงานศพเพื่อทำการเคารพศพ และแสดงความเสียใจกับการจากไปของผู้ตาย

“...รู้จักหลานเข้าก็ไป ไม่เคยหลงกับคนที่เสียมื้อ แต่ว่าหนิทกับหลาน  
 เค้าไม่ไปก็น่าเกลียด ไปก็นัดๆกันไปพร้อมๆไปเพื่อน แต่ถ้าหนิทกับคนที่บ้านนัด  
 เกือบทุกคน ก็ไปอยู่ที่งานทั้งวัน ช่วยเค้าหีบขี้มันนี่ไปเรื่อย...”

ลุงดำ (สัมภาษณ์, 6 ธันวาคม 2557)

งานศพถือได้ว่าเป็นสถานที่ที่ช่วยในการพบปะของเพื่อนฝูงที่แยกย้ายกันไปทำงาน พบญาติพี่น้องห่างหายกันไปช่วยกระจายข่าวสารได้ เป็นหนึ่งวัฒนธรรมที่ช่วยเสริมสร้างสายสัมพันธ์ ของชุมชนผ่านพื้นที่ร้านโกปีในการกระจายข่าวสารของคนในชุมชน เพื่อเข้าร่วมการอำลาต่อ ผู้เสียชีวิตเป็นครั้งสุดท้าย กล่าวได้ว่าเป็นกระบวนการหนึ่งของสังคมที่ผู้คนเมื่ออยู่ร่วมกัน นอกเหนือจากการพบปะ ติดต่อกัน สื่อสาร ช่วยเหลือพึ่งพากันในรูปแบบต่างๆ ยังแสดงออกถึงความ ผูกพันนอกเหนือจากสายเลือดเมื่อมีผู้จากไป คนที่รู้จักก็เข้าร่วมงานนอกเหนือจากไว้อาลัยแล้ว คน เมืองตรังยังถือว่าเป็นการให้เกียรติผู้เสียชีวิตและแสดงความจริงใจต่อญาติพี่น้องที่ยังอยู่ สิ่งเหล่านี้ สะท้อนการให้ความสำคัญต่อสายสัมพันธ์ระหว่างกันของคนเมืองตรัง อีกทั้งยังสอดคล้องกับ วัฒนธรรมของคนใต้ เมื่อมีการจัดงานบุญหรืองานต่างๆอันเกี่ยวเนื่องกับวิถีชีวิตจะมีการ “ออกปาก กินวาน” (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพรพีเล เลิศวิศา, 2541) สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าภายใต้สังคมเมือง ที่ขยายตัว ก็ยังมีวัฒนธรรมดั้งเดิมเหล่านี้หลงเหลืออยู่ โดยให้ความสำคัญกับผู้ที่มีความสนิทสนมกันใน ระดับหนึ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นการผสมผสานของวัฒนธรรมไทย-จีนในพื้นที่เมืองได้ดียิ่งขึ้น

ป้ายประกาศภายในพื้นที่ร้านโกปีจึงเป็นสิ่งที่สื่อถึงระบบคิดของคนในสังคมที่มีการ ใช้ป้ายประกาศเป็นหนึ่งในสัญญาณที่ใช้ในการสื่อสารร่วมกันของกลุ่มคนในสังคม โดยถือเป็นส่วนหนึ่ง ของระบบวัฒนธรรม (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2555) แม้มีการเปลี่ยนแปลงของสัญญาณไปตาม กาลเวลาแต่สมาชิกในสังคมย่อมเข้าใจในสัญญาณที่เกิดขึ้นผ่านการตกลงร่วมกันเป็นการแทนค่า ความหมายของกระดาษใบหนึ่งให้เป็นจดหมายนัดของเจ้าภาพในการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับป้าย ประกาศนั้นมาเชิญเพื่อเข้าร่วมงานตามวัตถุประสงค์ของการจัดงานหรือกิจกรรมนั้นๆด้วยตนเอง สิ่ง เหล่านี้ตอกย้ำการให้ความสำคัญและความหมายของวัฒนธรรมการรับประทานโกปีซึ่งปรากฏอยู่ ภายในพื้นที่ร้านโกปีของคนเมืองตรังเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตที่ผูกติดอยู่กับการดำเนินชีวิตของคน เมืองตรังจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน



### ร้านโกปี: พื้นที่แสดงตัวตนของคนเมืองตรัง

วิธีการรับประทานโกปีของเมืองตรัง เป็นหนึ่งในวิธีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรัง ที่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมการรับประทานแสดงออกผ่านกิจกรรมทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นการรับประทานอาหารเช้าในแต่ละวัน ไปจนถึงประเพณีอันเกี่ยวเนื่องกับวิถีชีวิตและความเชื่อของคนในสังคม อาทิ งานแต่งงาน งานศพ โดยจัดให้มีอาหารเลี้ยงต้อนรับอย่างเต็มที่ ประกอบกับรสชาติของอาหารที่เข้มข้น จัดจ้าน สะท้อนวัฒนธรรมของท้องถิ่น ที่ผสมผสานอาหารของคนไทยพื้นถิ่นกับอาหารของชาวจีนโพ้นทะเลที่เข้ามาตั้งรกราก กลายเป็นประชากรส่วนใหญ่ในเขตตัวเมืองตรัง (เอกสารประกอบการจัดงาน 100 ปีเมืองทับเที่ยง, 2558) วัฒนธรรมการรับประทานของชาวจีนจึงได้เข้ามามีอิทธิพลต่อวิธีการรับประทานของคนเมืองผ่านการติดต่อและสร้างสายสัมพันธ์ภายในสังคมคนเมืองตรัง ผสมผสานแนวคิดของชาวจีนที่ให้ความสำคัญกับอาหารที่ใช้ในการต้อนรับขับสู้ต่อแขกที่มาถึงเรือนชาน ความเชื่อเหล่านี้ทำให้คนตรังผูกพันกับการรับประทาน แสดงออกผ่านการพิธีพิถันในการประกอบอาหาร ใส่ใจในรสชาติและความประทับใจที่ผู้รับประทานจะได้กลับไป ทำให้อาหารของคนเมืองตรังมีความโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไปถือได้ว่าเป็นการแสดงออกตัวตนและทัศนคติในการเข้าสังคมของคนเมืองตรังที่ชื่นชอบและผูกพันกับการรับประทาน มีการใช้อาหารเพื่อเป็นสื่อกลางในการเข้าสังคม โดยเฉพาะโกปีเครื่องดื่มที่อยู่ในชีวิตประจำวันภายใต้วิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเมืองตรังที่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องต้อนรับและสื่อกลางในการสังสรรค์ของคนเมือง

“...เพื่อนมาถึงบ้านไม่มีเรกินก็พาไปนั่งกินที่ร้านโกปี กินกลางพูดคุยกัน  
ไปกลาง นั่งนานเท่าไรก็ได้ไม่มีใครว่า...”

จิรศักดิ์ ทับเที่ยง (สัมภาษณ์, 12 กุมภาพันธ์ 2559)

หากเจ้าบ้านหรือคนเมืองตรังซึ่งเป็นเจ้าถิ่นในการต้อนรับไม่มีความพร้อมในการรับรองผู้มาเยือน สถานที่ที่ตบใจที่สะดวกต่อการต้อนรับให้ผู้มาเยือนรู้สึกสบายๆ ผ่อนคลายและมีความเป็นกันเอง รวมถึงจำนวนของร้านโกปีในเมืองตรังให้เลือกมากมายหลายร้านเปิดบริการตลอดทั้งวัน อย่างไรก็ตามตั้งแต่อดีตร้านโกปีของเมืองตรังได้ถูกให้ความสำคัญให้เป็นแหล่งนัดพบ พูดคุย สื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์ของคนเมืองตรัง ทั้งเพื่อการแจ้งข่าวสารของคนในชุมชน และการพบปะเพื่อร่วมรับประทานอาหารสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มคนเมืองตรัง (จินตนา พลรบ, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2559) เป็นวิถีในการดำเนินชีวิตที่ได้ดำรงอยู่จากอดีตยาวนานจนถึงปัจจุบันแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการรับประทานโกปีที่มีคุณค่ามากกว่าการเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมการรับประทานของคนเมืองตรังผ่านมุมมองของการเป็นคนใน (วิทยาลัยภาษาจีนปักกิ่ง มหาวิทยาลัยครุหนานจิง และมหาวิทยาลัยครุอันฮุย, 2550)

ตัวตนของคนเมืองตรังถูกแสดงออกผ่านวิธีการรับประทานโกปี วัฒนธรรมที่ได้รับ การสืบทอดและส่งต่อผ่านผู้คนในสังคมที่ดำรงอยู่เพื่อเอื้อโอกาสในการสร้างความเข้มแข็งทางสังคม และวัฒนธรรม ช่วยในการสนับสนุนสายสัมพันธ์และสร้างความร่วมมือของคนในชุมชนเพื่อพัฒนา และแก้ปัญหาต่างๆในท้องถิ่น

### ร้านโกปี: เวทีแห่งการต่อรองอำนาจ

ร้านโกปี หรือ “สภากาแฟ” พื้นที่ของการสื่อสารทางการเมืองของคนในจังหวัดตรังมีมายาวนานรูปแบบของความสัมพันธ์ที่มีแปรเปลี่ยนไปตามช่วงเวลา และบริบทของสังคม โดยมิกิจกรรมอันเกี่ยวเนื่องกับการเมืองอย่างต่อเนื่อง ทั้งการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของกลุ่มคนในสังคมผ่านพื้นที่ร้านโกปี ซึ่งมีทั้งข้อคิดเห็นเชิงเสนอแนะ เชิงขุดคุ้ยเพื่อค้นหาความจริงอันเกี่ยวเนื่องกับผลประโยชน์ทางการเมือง การเสนอแนะข้อคิดเห็นในการพัฒนาและปรับปรุงชุมชน (ก่อเกียรติ, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2559; ใส, สัมภาษณ์ 14 มิถุนายน 2558; ปัทมาลายดี, สัมภาษณ์ 14 มิถุนายน 2558)

“...ตอนมีปัญหาเรื่องสี่เสื่อ ก็มีเข้ามาทั้งสองกลุ่มเข้ามาเชิญชวนให้สนับสนุนฝ่ายของตน รวมถึงปราศรัยโจมตีคู่แข่ง...”

ปี (สัมภาษณ์ 4 ธันวาคม 2557)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มของเจ้าของร้านและพนักงานร้านโกปี เผยให้เห็นร้านโกปีในมุมมองของพื้นที่แห่งการแสดงตัวตนทางการเมืองของคนเมืองตรัง ผ่านการแสดงอำนาจทางความคิด แม้จะมีความแตกต่างของความคิดแต่ร้านโกปีก็เป็นพื้นที่ที่เปิดกว้างให้กลุ่มคนเมืองตรังสามารถที่จะแสดงทัศนคติและแนวทางความคิดอันส่งผลต่อเมืองและการปกครองภายในสังคมที่ส่งผลต่อการพัฒนาสังคมในอนาคตท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในสังคม อย่างไรก็ตามท่ามกลางการเปลี่ยนผ่านของการเมืองระดับประเทศและระดับท้องถิ่นแต่ร้านโกปีเมืองตรังยังคงความสำคัญในฐานะพื้นที่ทางวัฒนธรรมของคนเมืองตรังไว้ซึ่งเต็มไปด้วยสายสัมพันธ์ของคนในชุมชนเมืองผ่านการใช้ร้านโกปีที่มีมาตามประวัติศาสตร์ดั้งเดิมของเมืองตรัง

“ที่จำได้ร้านโกปีในทับเที่ยงก็มาตั้งแต่ช้าน (ฉัน) เกิด ตั้งรุ่นพ่อรุ่นลุง ยิ่งแรกก่อน (เมื่อก่อน) นะเค้ายังไม่มีหนังสือพิมพ์ ไม่มีโทรทัศน์ อีฟิงข่าว หรือว่าสงสัยเรื่องนั้นเรื่องนี้ไม่รู้ถาม (จะถาม) ใครเดินไปถามเอาแถวร้านโกปี”

ชาว เพชรสี (สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2558)

“...พวกที่กรีดยาง ทำสวนนี่ก็มาบ่อย มากินแล้วก็มาเล่ากันขานขานพันธุไหน ให้น้ำยางดี หรือปุ๋ยยี่ห้อไหนที่ราคาถูกลงหรือแพงขึ้นเขามาบอกต่อกัน บางทีไปเที่ยวเจออะไรน่าสนใจ ก็มาเล่าต่อคนไม่ไปก็ได้รับรู้ไปด้วย...”

ตุ๋ (สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559)

“...เหมือนใครทำงานที่ไหน ถ้าที่ทำงานเปิดประมูล เปิดรับสมัครงาน หรือว่าเปิดพื้นที่ขายของ เขาก็จะมากระซิบบอก เราก็จะได้รู้ว่าที่นั่นที่นั่นมันมีเปิดรับนะ ใครที่สนใจก็จะเข้าไปสมัครก่อน ใครไม่มาก็อาจจะไม่รู้...”

ตุ๊กตา (สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2558)

จากคำสัมภาษณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นการใช้พื้นที่ร้านโกปีเป็นพื้นที่ของการสื่อสารระหว่างกันของคนในสังคม ในยุคที่กระแสโลกาภิวัตน์ยังมิได้เข้ามาในสังคมเมืองตรัง ไม่มีการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ที่ส่งผลให้การส่งผ่านข้อมูลและข่าวสารเป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว คนเมืองตรังได้มีการใช้พื้นที่ร้านโกปีในการส่งผ่านข่าวสารและข้อมูลต่างๆในการดำเนินชีวิตและการเข้าสังคม เป็นพื้นที่สื่อกลางในการติดต่อสื่อสารการรวบรวมกลุ่มคนในสังคมให้เข้ามาสร้างความสัมพันธ์ทั้งเพื่อสนับสนุนการดำเนินชีวิตในลักษณะต่างๆ โดยเฉพาะการที่คนเมืองตรังให้ความสำคัญกับการทำการค้าและการลงทุนมาตั้งแต่อดีตทำให้จำเป็นต้องรู้ข่าวอันเกี่ยวข้องกับบริบททางสังคมโดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ เช่น การคาดการณ์ราคายางพาราประจำสัปดาห์ การประกาศขึ้น-ลดน้ำมัน สิ่งเหล่านี้ช่วยในการประกอบอาชีพทั้งการค้าการลงทุนอันส่งผลต่อการสร้างโอกาสทางธุรกิจของกิจการต่างๆในเมืองตรัง เพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจเปิดโอกาสในการสร้างและฉกฉวยโอกาสที่ได้รับรู้อย่างรวดเร็วท่ามกลางเศรษฐกิจการค้าในประเทศส่งผลต่อความสำคัญของร้านโกปีในการ

*“...ไม่ใช่คุยเรื่องไร้สาระ หรือการเมืองอย่างเดียวหรอก บางทีใครทำอะไรติดขัด เขาก็มาถามกันในกลุ่ม มาขอความช่วยเหลือ ออกปากเรื่องนู่นเรื่องนี้ หรือหาวิธี แก้ให้ เหมือนผมอยากประมูลร้านขายข้าวที่สถานที่ราชการ เขาก็จะแนะนำว่าต้องทำไง ควรติดต่อใคร หลายหัวมันก็ดีกว่าหัวเดียว...”*

จักรพงษ์ ประสิทธิ์ (สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2558)

ถือได้ว่าเป็นการใช้พื้นที่ร้านโกปีในการต่อรองอำนาจทางสังคมอันเกี่ยวเนื่องกับการดำเนินชีวิตโดยเน้นมิติทางสังคมเป็นหลักให้ความสำคัญทั้งทรัพยากรด้านบุคคล เวลา โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารต่างๆในสังคมเป็นสิ่งสำคัญเพื่อโอกาสในการพัฒนาชีวิตและยกระดับฐานะทางสังคมของตนและครอบครัว (จอมภพ ช่างมัน, สัมภาษณ์ 4 พฤษภาคม 2558) อย่างไรก็ตามการใช้พื้นที่ร้านโกปีเป็นพื้นที่ในการต่อรองอำนาจทางสังคมสามารถมองได้ทั้งมิติทางเศรษฐกิจในการใช้พื้นที่ร้านโกปีเพื่อสร้างสายสัมพันธ์ทางธุรกิจเพิ่มโอกาสทางการค้าและการลงทุนทั้งผ่านมุมมองของลูกค้าทั่วไปในการใช้พื้นที่ร้านโกปีเป็นสถานที่ในการพบปะเครือข่ายทางสังคมของตนเองและมุมมองของผู้ประกอบการร้านโกปีที่มีการรวมตัวกันเพื่อนำโกปีเข้าสู่โอกาสทางการค้าและสร้างรากฐานทางเศรษฐกิจทั้งในฐานะธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นและในฐานะวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง

มิติทางการเมืองที่มีการใช้พื้นที่ร้านโกปีเป็นสื่อกลางในการแสดงออกทางความคิดของคนในชุมชน สร้างโอกาสในการกระจายอำนาจทางความคิดเพราะความคิดเห็นของกลุ่มคนหนึ่งๆ อาจจะไปก่อให้เกิดกระแสภายในสังคมเป็นวงกว้างอันก่อให้เกิดผลลัพธ์เกี่ยวเนื่องกับการกระตุ้นคนเมืองตรังให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางการเมืองผ่านการมีส่วนร่วมทั้งในระดับท้องถิ่น (เต็ง, สัมภาษณ์ 5 พฤษภาคม 2559) และส่งอิทธิพลต่อการใช้อำนาจประชาธิปไตยของคนเมืองตรังเมื่อมีการเลือกตั้งทั้งรับท้องถิ่นและระดับประเทศ

มิติทางสังคมและวัฒนธรรม ในการใช้วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นในการต่อรองกับสังคมสมัยใหม่ที่นำเอาวัฒนธรรมภายนอกเข้ามาในสังคมไทย ซึ่งในที่นี่เมืองตรังได้มีการเข้ามาของร้านเครื่องดื่มสมัยใหม่ซึ่งมีอาหารและเครื่องดื่มประเภทชากาแฟจำหน่ายภายในร้าน อาทิ แบล็คแคน

ยอน อเมซอน เข้ามาในเมืองตรังแต่คนเมืองตรังก็ยังคงความนิยมในร้านโกปีเช่นดั่งเก่าโดยสังเกตได้จากจำนวนคนที่เข้าไปในร้านโกปี และจำนวนร้านโกปีที่เปิดใหม่ในตัวเมืองตรังที่ยังคงเพิ่มจำนวนอย่างต่อเนื่อง (นาถ, สัมภาษณ์ 19 มกราคม 2559)

คนทั่วไปในสังคมให้คำนิยามร้านโกปีว่าเป็นทั้งพื้นที่สำคัญของการสื่อสาร พื้นที่ของการแสดงออกทางความคิด การต่อยอดความคิดของคนในสังคมทั้งเพื่อการดำเนินชีวิต ช่วยในการขยายปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มคน อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ในการกระตุ้นการพัฒนาและแก้ปัญหาทางสังคมของคนในชุมชน โดยมุ่งเน้นเนื้อหาของการสื่อสาร ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านการเมืองเป็นสำคัญ (จุฬารักษ์ มาเสถียรวงศ์, 2552) ทำให้ร้านมีภาพลักษณ์ของสถานที่ที่ช่วยในการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์เนื่องจากช่วยในการสร้างความผ่อนคลายให้กับผู้คนจากกลิ่นหอมของโกปีที่มิฤทธิ์กระตุ้นประสาทสัมผัสและให้ความสดชื่นลดอาการอ่อนเพลียระหว่างวัน (ล้อย, สัมภาษณ์ 5 พฤษภาคม 2558) สรรพคุณเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าโกปีเป็นเครื่องดื่มที่ช่วยสนับสนุนในการดำรงชีวิตของผู้คน อีกทั้งยังเป็นที่ยอมรับหลายยาวนานตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน สิ่งเหล่านี้สนับสนุนให้พื้นที่ร้านโกปีกลายเป็นพื้นที่สาธารณะที่ดึงดูดผู้คนเข้ามาเพื่อพักผ่อนระหว่างการทำงานที่เคร่งเครียด รวมถึงการสร้างกลุ่มของคนในสังคมซึ่งเกิดภายใต้สภาพแวดล้อมที่ผ่อนคลายกระตุ้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของสมาชิกภายในกลุ่ม

ร้านโกปีเมืองตรังถูกมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่สภาวะแพชของคนที่เมืองตรัง เนื่องจากเป็นพื้นที่ทางสังคมที่สนับสนุนการสื่อสารและการสร้างปฏิสัมพันธ์ของผู้คนในสังคม ลักษณะของเรื่องราวที่ใช้ในการพูดคุยภายในร้าน มีการใช้พื้นที่ถกเถียงประเด็นเรื่องราวเกี่ยวกับการเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจและสภาพสังคมทั้งระดับจังหวัดและระดับประเทศ ประกอบกับลักษณะนิสัยเปิดเผย ตรงไปตรงมาซึ่งเป็นการผสมผสานลักษณะนิสัยคนจริง พูดตรง ไม่เกรงกลัวใครของคนใต้ นิสัยมูมานะและรักการเรียนรู้ของชาวจีน (สุธิวศ์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิพาณิชย์ ประสิทธิ์ ชินการณ, 2544) อันส่งผลต่อการบุคลิกในการเข้าสังคมของคนเมืองตรังกล้าที่คิดสร้างสรรค์ประยุกต์สิ่งที่เรียนรู้เพื่อทำการพัฒนาสังคมผนวกกับลักษณะนิสัยในการพูดอย่างตรงไปตรงมา สิ่งเหล่านี้หล่อหลอมให้คนเมืองตรังกล้าที่จะสื่อสารในสิ่งที่แตกต่างทั้งเพื่อโอกาสในการนำความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อต่อยอดนโยบายทางการเมืองอันเอื้อประโยชน์ต่อส่วนรวมของสังคมทั้งระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ

“...คนตรัง เค้าก็หลงกันเพแหละ เรื่องการเมืองทั้งเรื่องบ้านเราทั้งระดับประเทศ เค้าไม่ค่อยกลัวใคร (อะไร) ก็มีบ้างช่วงที่เค้าประกาศห้ามก็หยุดๆ เงียบๆกันสักนิด พอพังก์ก็หลง (พอหมดช่วงก็พูด) กันเป็นปกติ...”

ผล จินดาพล (สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2558)

การรับรองผู้ที่มาพบปะหรือเยี่ยมเยียนโดยใช้ร้านโกปี เป็นพื้นที่ของการพูดคุย ข่าวสารของคนในสังคม การพบปะและรับรองเพื่อนฝูง สิ่งเหล่านี้ทำให้ลักษณะของการพูดคุยภายในร้านโกปีของคนเมืองตรังมีความเข้มข้น ไม่เกรงกลัวที่จะนำข้อถกเถียงอันเกี่ยวเนื่องกับการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ หรือสิ่งอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตมาพูดคุยพร้อมกับการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มของตน สิ่งเหล่านี้ได้กลายเป็นลักษณะของการรับประทานโกปีในวิถีชีวิตของคนเมืองตรัง

นอกจากนี้ร้านโกปี้ยังเป็นแหล่งในการพบปะสังสรรค์ของผู้มีอำนาจเกี่ยวเนื่องกับการปกครองส่วนท้องถิ่น มีการเข้ามารับประทานอาหารพร้อมกับผู้ร่วมงาน หรือการนำลูกพรรค หรือหัวหน้ามาเลี้ยงในร้านโกปี้ซึ่งเป็นสถานที่เปิดโล่งต่อสายตาผู้คนในชุมชน (ดาบ นามสมมุติ, สัมภาษณ์ 5 ธันวาคม 2557) เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ง่ายต่อการเข้าถึง และสร้างความสัมพันธ์กันระหว่างคนในชุมชน กับสมาชิกขององค์กรทางการเมืองท้องถิ่น

“...ตอนที่เมื่อเสื่อเหลียง เสื่อแดง ก็มีแหละโสบี้ (พวก/กลุ่ม) ที่มาแหลง (พูด) ช่วงแรกที่มีมันไม่หนักทีก็มี แหลง (พูด) กันก็ขัดกันบ้างแต่ก็น้อย เพราะส่วนใหญ่คนแถวนี้เขาก็เสื่อเหลียงหมด โสบี้ (พวก/กลุ่ม) ที่แดงไม่หาญออกมาแหลงไหร มาก (ไม่กล้าออกมาพูดอะไรมาก)...”

ไฉ่ (สัมภาษณ์, 14 มิถุนายน 2558)

จากการสอบถามเจ้าของร้าน พนักงานและลูกค้าร้านโกปี้ พบว่าในช่วงที่มีเกิดปัญหาความขัดแย้งของกลุ่มเสื่อเหลียงและกลุ่มเสื่อแดง อันส่งผลกระทบต่อทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย ได้มีการพูดคุยและเกิดความขัดแย้งกันภายในร้านโกปี้บ้างเล็กน้อย แต่เนื่องจากภาคใต้เป็นพื้นที่ที่มีจำนวนคนที่กล่าวว่าเป็นคนสี่หนึ่งมากกว่า อีกสี่หนึ่งจึงทำให้สี่ที่มีจำนวนคนน้อยกว่าไม่ค่อยกล้าออกตัวว่าตนเป็นสี่ที่แตกต่างกว่า เพื่อลดความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในร้าน (ปี, สัมภาษณ์ 4 ธันวาคม 2557)

ในยุคที่มีการประกาศของคณะปฏิวัติให้ระงับกิจกรรมทางการเมืองในราชอาณาจักรไทยผู้วิจัยได้ทำการสอบถามเจ้าของร้านและพนักงานในร้านโกปี้เกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมืองที่เกิดขึ้นในพื้นที่ร้านโกปี้พบว่า การพูดคุยเกี่ยวกับเหตุบ้านการเมืองของลูกค้าลดน้อยลง หากพูดถึงก็เป็นเรื่องราวของการบอกเล่าข่าวสารใหม่ๆที่เกิดขึ้น มากกว่าการวิพากษ์วิจารณ์ด้านการบริหารทางการเมืองของรัฐบาล (ดาบ นามสมมุติ, 5 ธันวาคม 2557)

อย่างไรก็ดียังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการเมืองท้องถิ่นในพื้นที่ มีคณะผู้บริหารกลุ่มหนึ่งได้เดินทางมาด้วยรถขององค์การบริหารส่วนตำบล คล้ายการรับประทานอาหารค่ำร่วมกัน หลังจากการเสร็จภารกิจการทำงาน ทั้งนี้ตลอดการรับประทานอาหารภายในร้านโกปี้พบว่า จะมีผู้ติดตามประมาณ 2-3 รายในการรับหน้าที่เลือกเมนูอาหารและทำการอำนวยความสะดวกตลอดการรับประทานอาหารของคณะผู้บริหาร สังเกตได้ว่าร้านโกปี้นอกเหนือจากเป็นสถานที่ในการวิพากษ์วิจารณ์หรือมีการจัดกิจกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อมอันเกี่ยวเนื่องกับการเมืองแล้ว ผู้ที่มีอำนาจในการปกครองส่วนท้องถิ่นเอง บางครั้งยังมีการใช้พื้นที่ร้านโกปี้เป็นสถานที่ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางการเมืองการปกครอง

จากการที่คนเมืองตรังได้รับการปลูกฝังให้เห็นความสำคัญของการศึกษาเป็นสำคัญ ตั้งแต่ยุคสมัยที่พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดีเจ้าเมืองตรังผู้พัฒนาเมืองตรังให้มีความเจริญจนถึงปัจจุบัน ได้ให้ความสำคัญจัดตั้งโรงเรียนต่างๆขึ้นมา อีกทั้งมอบหมายให้ข้าราชการมีส่วนในการช่วยสอนและอบรมหนังสือแก่เด็กๆ (วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดตรัง, 2544) ทำให้คนเมืองตรังให้ความสำคัญกับการศึกษาเป็นสำคัญจากนโยบายการปกครองของผู้นำที่ได้มีผลต่อการพัฒนาทั้งความคิดและสร้างโอกาสทางการศึกษาให้แก่คนเมืองตรังมาตั้งแต่

อดีต ผสมผสานร่วมกับลักษณะนิสัยของชาวจีนอพยพที่รักการเรียนรู้เป็นทุนเดิม สิ่งเหล่านี้หล่อหลอมบุคลิกของคนเมืองตรังให้เป็นคนที่กล้าที่จะเรียนรู้ สื่อสารและถกเถียงในการแก้ปัญหาต่างๆในสังคม ผ่านการใช้พื้นที่ร้านโกโก้ เป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางสังคมในการติดต่อสื่อสาร พุดคุยระหว่างกันของคนเมืองตรังอยู่แล้ว จึงเป็นหนึ่งในเหตุผลที่ทำให้พื้นที่ร้านโกโก้เป็นแหล่งรวมตัวกันของกลุ่มคนที่เข้ามาแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น หรือส่งผ่านข้อมูลในเรื่องต่างๆอันเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของกลุ่มคนในสังคมเมืองตรัง ทั้งเรื่องเศรษฐกิจ เรื่องต่างๆภายในท้องถิ่น ซึ่งมีเรื่องราวมากมายหลากหลายที่แสดงออกถึงสายสัมพันธ์ของคนในสังคมเมืองตรัง มิใช่เป็นเพียงสภากาแฟที่เน้นการถกเถียงเรื่องราวทางการเมืองเพียงอย่างเดียว

กล่าวได้ว่านอกจากร้านโกโก้ของคนเมืองตรังจะเป็นพื้นที่ของการดำรงอยู่ซึ่งวัฒนธรรมชุมชนแล้ว ยังเป็นพื้นที่ทางสังคมที่มีการแย่งชิงอำนาจภายในพื้นที่ตลอดเวลา ทั้งเพื่อการสร้างสรรค์ สนับสนุนกิจกรรมหรือการแก้ปัญหาในสังคมคนเมืองตรัง รวมถึงเพื่อการสร้างอำนาจเพื่อกดทับอำนาจอื่นมิให้ขึ้นมามีความสำคัญภายในสังคม ซึ่งในที่นี้จะเห็นแรงกดดันที่เห็นได้ชัดจากมิติทางด้านการเมืองในพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นการเมืองระดับประเทศหรือระดับท้องถิ่นก็ตาม ร้านโกโก้จึงเป็นทั้งเวทีการแย่งชิงและต่อรองอำนาจภายในสังคม อีกทั้งยังเป็นเวทีแห่งโอกาสให้คนในสังคมสามารถเข้ามานำเสนอ สร้างสรรค์และแก้ไขปัญหาต่างๆ ในสังคมซึ่งสิ่งเหล่านี้หากนำมาปรับใช้กับการพัฒนาสังคมเมืองตรังจะยิ่งทำให้สังคมของคนเมืองตรังแม้มีการขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็วแต่ก็จะต้องดำรงไว้ซึ่งความเข้มแข็งของสายสัมพันธ์และเครือข่ายทางสังคมที่ช่วยในการสนับสนุนและพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง

### สืบทอดเพื่อส่งต่อ: การถ่ายโอนภูมิปัญญาทางสังคมผ่านร้านโกโก้

เจ้าของร้านและพนักงานร้านโกโก้เป็นทั้งผู้ที่สนับสนุนการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมการรับประทานโกโก้ทั้งมิติทางวัฒนธรรมที่สำคัญ และมิติทางสังคมซึ่งเป็นหนึ่งในสื่อกลางของการสื่อสารของคนในสังคมทั้งโอกาสของการสร้างเครือข่ายและสายสัมพันธ์ทางสังคม และเพื่อผูกโยงวัฒนธรรมให้ดำรงอยู่ต่อไปในสังคมคนเมืองตรัง จากการเชื่อมต่อความสำคัญของวัฒนธรรมการรับประทานโกโก้ให้มีความสำคัญต่อทั้งทางสังคม วัฒนธรรม ความเชื่อและแรงศรัทธา อำนาจอันร่ายล้อมคนในท้องถิ่น ทั้งในรูปแบบของกฎเกณฑ์และระเบียบทางสังคม และอำนาจอื่นๆอันเกี่ยวเนื่องกับการประกอบอาชีพในแต่ละวันของผู้คนในสังคม สิ่งเหล่านี้เป็นอุดมการณ์ทางสังคมของการรวมตัวกันของกลุ่มคนผ่านการใช้อาหารรับประทานและเครื่องดื่มในร้านโกโก้เป็นสื่อกลางของการยึดโยงเครือข่ายทางสังคมของคนไทยเชื้อสายจีนในตัวเมืองตรัง ที่ถูกแฝงเอาไว้ภายในวัฒนธรรมการรับประทานโกโก้ของกลุ่มคนที่ได้มีการสื่อสาร ติดต่อกัน สร้างความสัมพันธ์ต่อกันผ่านทางกิจกรรมทางสังคมทั้งในและนอกร้านโกโก้ ส่งผลต่อความเข้มแข็งและความผูกพันของคนในสังคม

อีกทั้งร้านโกโก้ยังช่วยต่อยอดความเชื่อและแรงศรัทธาของคนไทยเชื้อสายจีนในจังหวัดตรัง ต่อศาสนาและความเชื่อของลัทธิเต๋าที่ส่งผ่านสื่อสัญลักษณ์ทางการสื่อสารภายในร้านโกโก้ ทำให้วัฒนธรรมการรับประทานโกโก้ของคนเมืองตรัง ไม่ได้เป็นเพียงวิถีชีวิตที่เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของชาวจีนโพ้นทะเลที่ถูกส่งต่อ และสืบทอดกันมาผ่านผู้สืบสันตารเท่านั้น แต่เป็นแนวคิดและอุดมการณ์ทางสังคมที่ถูกส่งผ่าน โดยใช้ร้านโกโก้และวัฒนธรรมการรับประทานโกโก้ หรือที่เรียก

รวมกันว่า “วัฒนธรรมการรับประทานโกโก้” เป็นสื่อกลาง ในการถ่ายทอดความหมายแอบแฝง ผ่านระบบคิดของการสร้างอำนาจเพื่อต่อรองตัวตนในสังคม และสร้างโอกาสในการรับข้อมูลข่าวสารเพื่อโอกาสในการทำการค้าและธุรกิจ และช่วยในการส่งต่อและแบ่งปันภูมิปัญญา ความเชื่อของวัฒนธรรมของชาวจีนให้แก่กลุ่มคนในสังคม

ชาวจีนโพ้นทะเลเป็นที่รับรู้ทั่วไปว่า รักการเรียนรู้และสะสมภูมิปัญญาท้องถิ่น เก่งให้ด้านการจัดการระบบอันสนับสนุนโอกาสในการนำภูมิปัญญาดั้งเดิมของตนมาประยุกต์ปรับใช้ หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่กับทรัพยากรท้องถิ่นในดินแดนที่ตนเองได้อพยพเข้ามา ทั้งเพื่อการอุปโภคและบริโภคทั้งในชีวิตประจำวันและเพื่อสร้างโอกาสทางการพาณิชย์ (สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิพาณิชย์ และประสิทธิ์ ชินการณ, 2544)

“...ป่าเคยเล่าว่าเมื่อก่อนก็ลงไปเรื่อยๆ ลองผิตลองถูกจนได้พบสูตรขนมที่อร่อย พบมาวางขายคนก็ชอบ ก็พยายามเพิ่มรสชาติให้หลากหลาย เพราะเวลาเราขายดีคู่แข่งก็เริ่มมา เราก็ต้องพัฒนาตัวเองอยู่ตลอด ให้คนไม่เบื่อแล้วก็เพิ่มสินค้าให้หลากหลายขึ้น...”

นาถ (สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2559)

ชาวจีนมีพื้นฐานของความขยันอดทน มุมานะเป็นทุนเดิม ทำให้สามารถเพิ่มโอกาสในการคิดค้นและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ รวมถึงชาวจีนมีนิสัยรักการเรียนรู้ และได้นำมาใช้เพื่อศึกษาวัฒนธรรมต่างๆของคนไทยพื้นถิ่น เพื่อนำมาปรับใช้ให้เป็นที่ถูกใจต่อกลุ่มเป้าหมายทางการค้าของตน และนำเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแก่ท้องถิ่นเพื่อสร้างผลกำไรอย่างต่อเนื่อง (สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิพาณิชย์ และประสิทธิ์ ชินการณ, 2540: สงบ ส่งเมือง, 2546)

“...ตอนแรกขนมเค้กเมืองตรัง ก็ไม่ได้หน้าตาเป็นแบบนี้หรอก พวกเตายังไม่ได้ดีเหมือนสมัยนี้ขนมมันก็เลยสุกไม่หมดทั้งก้อน ปากก็เลยลองทำหลายๆวิธี จนมาได้วิธีที่ดีที่สุดคือการเจาะรู คนก็ว่าแปลกดีบวกกับเขาชอบรสชาติ มันก็เลยทำให้ขายดี...”

จันทร์ (สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2559)

สิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นจุดเด่นของการบริหารและจัดการภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของคนจีนโพ้นทะเลที่มีศักยภาพ อย่างไรก็ตามสิ่งเหล่านี้อาจถูกเลือนหายไปได้ หากไม่ได้มีการส่งต่อและสืบทอดโดยเฉพาะชาวไทยเชื้อสายจีนรุ่นใหม่ที่มีความสำคัญกับการเรียนในระบบการศึกษาของรัฐ จนลดโอกาสในการเรียนรู้ภูมิปัญญาและแนวทางการจัดการและบริหารภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าเหล่านี้ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยพบว่าร้านโกโก้ของเมืองตรังเป็นพื้นที่ที่ช่วยในการสนับสนุนการถ่ายทอดและส่งต่อภูมิปัญญา รวมถึงการจัดการและบริหารการใช้ภูมิปัญญาเหล่านี้

“...ใครมีปัญหาอะไรเกี่ยวกับงาน ก็มาถามมาเล่า มาปรึกษากัน คนในกลุ่มที่เคยทำมาก่อน เขาก็จะมีวิธีแก้ หรือบอกว่าควรไปหาใครที่รู้หรือสามารถช่วยได้ เหมือนผมมีปัญหาเรื่องทำสวนยาง หน້ายางแห้งจะลองแก้เองก็ไม่กล้ากลัวจะทำให้ยิ่งเสีย คนที่เคยเป็นเขาก็จะบอกว่าควรจะทำยังไง ที่บ้านก็ไม่รู้จะถามใครเพราะเขาทำแต่นาไม่เคยกรีดยาง...”

ท่ามเล้ง (สัมภาษณ์ 1 พฤษภาคม 2558)

ร้านโกปี้กลายเป็นพื้นที่ของถ่ายทอด และส่งต่อภูมิปัญญาทางสังคม โดยสมาชิกในกลุ่มสามารถที่จะเข้ามาสอบถาม เรียนรู้ผ่านการเข้ากิจกรรมทางสังคมของตน ซึ่งองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นเหล่านี้ ไม่ได้มีเฉพาะด้านการค้าและการลงทุน ยังมีการทำการเกษตร การประมงต่างๆ เนื่องจากชาวจีนแต่ละคนไม่ได้มีความรู้ทุกอย่างเหมือนกัน อีกทั้งมีการทำอาชีพที่หลากหลาย แม้ว่าภายในตัวเมืองตรังจะเป็นพื้นที่ที่สนับสนุนการค้า หรือเพื่อติดต่อกับการค้าเป็นหลัก แต่สมาชิกในกลุ่มเองก็ได้มีประสบการณ์หรือองค์ความรู้เพียงด้านเดียว

การมารวมตัวกันแก้ไขปัญหาถือได้ว่าเป็นการถ่ายโอนความรู้และภูมิปัญญาซึ่งอาจจะเป็นทั้งภูมิปัญญาดั้งเดิมของชาวจีนที่ตนได้รับมา และภูมิปัญญาที่ได้รับการผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อให้เหมาะสมกับการทำการค้า การตั้งถิ่นฐาน รวมถึงการดำรงชีวิตในแต่ละวันของคนไทยเชื้อสายจีนกลุ่มนี้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สอดคล้องกับทัศนคติของชาวจีนซึ่งแสดงออกผ่านวัตถุประสงค์ในการตั้งศาลเจ้า และกลุ่มสมาคมต่างๆ สิ่งเหล่านี้เป็นกระจกที่สะท้อนความสำคัญของวัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ของคนเมืองตรัง ไม่เป็นเพียงแค่วัฒนธรรมที่ถูกส่งต่อ แต่ยังเป็นแนวคิดทางสังคมที่ถูกส่งผ่านมารุ่นต่อรุ่น เปิดโอกาสให้ระบบคิดเหล่านี้ถูกสอดแทรกและถ่ายทอดให้กับคนรุ่นใหม่ในสังคมเมืองตรังอย่างไม่รู้ตัว อย่างไรก็ตามก็ดีจากระบบคิดดังกล่าวองค์อันเกี่ยวกับการพัฒนาและสรรสร้างความสำเร็จให้คนในสังคมเมืองตรัง สามารถนำระบบคิดดังกล่าวนี้ไปใช้กระตุ้นการมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาชุมชนและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นภายในสังคมของคนเมืองตรังต่อไป



## การปรับเปลี่ยนเพื่อการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมชุมชน



ภาพประกอบที่ 10: ตัวอย่างอาหารที่มีหลากหลายในร้านโกปี้ปัจจุบัน  
ที่มาภาพ: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2558

เมืองตรังได้ขึ้นชื่อว่าเป็นเมืองคนช่างกิน คนเมืองตรังให้ความสำคัญกับการรับประทาน อาหาร (เอกสารประกอบการจัดงาน 100 ปี เมืองทับเที่ยง, 2559) เลือกสิ่งทีตนเองคิดว่าดีที่สุดในการบริโภคเพื่อตอบสนองความชื่นชอบในอาหารเลิศรส (จිරศักดิ์ ทับเที่ยง สัมภาษณ์ 12 ธันวาคม 2559) ประกอบกับลักษณะของอาหารท้องถิ่นได้ที่มีรสชาติจัดจ้านแล้ว อาหารของคนตรังยังมีเข้มข้นของเครื่องเทศซึ่งเป็นผลมาจากเมืองตรังในอดีตเป็นแหล่งปลูกของเครื่องเทศ หนึ่งในวัตถุดิบทีในการประกอบอาหารได้รับความนิยม อาทิ พริกไทย กระวาน บริเวณตำบลทับเที่ยงซึ่งเป็นที่ว่างเปล่ารกร้างไม่เหมาะต่อการเพาะปลูก โดยมีกลุ่มชาวจีนโพ้นทะเลเป็นกลุ่มผู้บุกเบิกความเป็นเมืองให้แก่บ้านทับเที่ยงซึ่งต่อมาได้กลายมาเป็นที่ตั้งของอำเภอเมืองจังหวัดตรังในปัจจุบัน (วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดตรัง, 2544) เมื่อมีการเข้ามาตั้งรกรากนอกเหนือจากการนำเอาสิ่งของ เครื่องใช้มาในดินแดนใหม่แล้ว ชาวจีนยังนำเอาวัฒนธรรมจีนทีได้รับการสืบทอดผ่านบรรพบุรุษในการดำเนินชีวิตและลักษณะนิสัยทีผูกติดมาทีกับการเข้าสังคม สิ่งเหล่านั้นได้แสดงออกผ่านวิถีการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน เมื่อมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกับคนกลุ่มอื่นๆภายในสังคมจึงทำให้วัฒนธรรมของชาวจีนถูกส่งต่อ และมีบางส่วนทีได้รับการผสมผสานให้เหมาะสมกับลักษณะนิสัยของคนในสังคม การรับประทานโกปี้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการรับประทานทีได้อิทธิพลจากการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมของชาวจีนอพยพ โดยวัฒนธรรมการรับประทานโกปี้

### รอยต่อของวัฒนธรรมการรับประทานโก๋ปี้จากอดีตสู่อนาคต

เมื่อเข้าสู่ตัวเมืองตรังจะพบว่าถนนแต่ละสายล้นมุงหน้าเข้าสู่ใจกลางเมืองตรังตลอดเส้นทางเต็มไปด้วยร้านโก๋ปี้ใหญ่โตตลอดเส้นทาง ยิ่งถ้าหากเดินทางเข้ามาในตัวเมืองช่วงใกล้รุ่ง ก็พบว่าร้านส่วนใหญ่ที่เปิดทำการค้าตั้งแต่เช้าตรู่ส่วนใหญ่จะเป็นร้านโก๋ปี้ แม้คนเมืองตรังจะมีวัฒนธรรมการรับประทานโก๋ปี้กันตลอดทั้งวัน แต่ร้านโก๋ปี้ในช่วงเวลาเช้าถือได้ว่าเป็นช่วงเวลาที่ดีที่สุด เพราะร้านโก๋ปี้เป็นพื้นที่ในการรับประทานอาหารเช้าของคนทุกเพศทุกวัย คนหลากหลายอาชีพแวะเวียนกันเข้ามาบ้างมาพูดคุย พบปะพร้อมทั้งรับประทานอาหารเช้า ไม่ว่าจะเป็นคนในท้องถิ่นที่มีอาชีพกรีดยางพาราเมื่อกรีดยางเสร็จก็จะเข้ามายังร้านโก๋ปี้ ทั้งซื้อขนม โก๋ปี้หรือเครื่องดื่มต่างๆตลอดจนรับประทานร่วมกับเพื่อนๆที่นัดพบปะกันที่ร้าน บ้างก็ซื้อกลับไปฝากครอบครัว กลุ่มของพ่อค้าแม่ค้าที่ขายของในตลาดเช้าซึ่งอยู่ภายในละแวกใกล้เคียงกับร้านโก๋ปี้จะเข้ามาเลือกหาขนมและเครื่องดื่มต่างๆภายในร้านโก๋ปี้ไปรับประทานตั้งแต่เช้าตรู่ก่อนขายสินค้า และกลุ่มของสมาชิกในครอบครัวที่เข้ามารับประทานมื้อเช้าก่อนเริ่มภารกิจของสมาชิกแต่ละคน



ภาพประกอบที่ 11: บรรยากาศยามเช้าของร้านโก๋ปี้เมืองตรัง

ที่มา: ภาพถ่ายโดยผู้ช่วยนักวิจัย เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2559

แสงแดดอ่อนๆในยามเช้า พร้อมทั้งกลิ่นหอมของโก๋ปี้ที่อบอวลไปทั่วร้าน กับไอร้อนจากน้ำเดือดลอยออกมาจากหม้อต้มน้ำในพื้นที่เตรียมเครื่องต้มภายในร้านโก๋ปี้ ผสานไปกับเสียงพูดคุยทักทายกันที่ดังอ้ออิงที่อยู่เป็นระยะจากกลุ่มของผู้คนบ้านใกล้เรือนเคียงมาพบปะกัน แม้จะเป็นเพียงช่วงเวลาสั้นเนื่องจากตารางเวลาในการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบของคนในสังคมเมือง แต่โก๋ปี้จึงเป็นมนต์เสน่ห์หนึ่งในวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงผู้คนในชุมชน อีกทั้งสร้างโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์ภายใต้บริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน แม้ร้านโก๋ปี้ในปัจจุบันหลายร้านได้มีการ

เปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าไปในเชิงธุรกิจเพื่อสนับสนุนและตอบสนองการท่องเที่ยวที่กลายมาเป็นหนึ่งในอาชีพที่สร้างรายได้ให้กับคนเมืองตรังมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามก็ตักกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ช่างสังเกตจะพบว่านอกจากรสชาติของอาหารและเครื่องดื่มที่ช่วยในการสร้างความประทับใจแล้ว จำนวนร้านโกปี้ในตัวเมืองตรังก็มีมากมายจนน่าตกตะลึงเมื่อนำไปเทียบกับร้านโกปี้ในจังหวัดอื่นๆที่พวกเขาเหล่านั้นได้มีความทรงจำผ่านทาง การเดินทางท่องเที่ยวหรือดำเนินชีวิตมา (ตุ๋ สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559) สิ่งเหล่านี้ตอกย้ำความน่าสนใจ ทำไมร้านโกปี้ในตัวเมืองตรังถึงมีมากมายขนาดนี้

คนตรังเป็นคนช่างกิน ทำให้มีลักษณะนิสัยในการเลือกกินของอร่อย ของดีมีคุณภาพ คำกล่าวนี้หาได้เกินจริง นอกจากการเลือกอาหารว่างในการรับประทานคู่กับโกปี้หรือชาต่างๆแล้ว คนตรังให้ความสำคัญกับรสชาติและรสสัมผัสของเครื่องดื่ม โดยมีการเลือกใบชาซีลอนซึ่งปัจจุบันคือใบชาที่ดีที่สุดในโลก และเลือกกาแฟโรบัสตาที่ถึงแม้จะมีคุณภาพที่ได้รับการยอมรับเพียงอันดับสองแต่กาแฟชนิดนี้เป็นกาแฟที่หาได้ง่าย สามารถปลูกได้ในบริเวณเขาช่อง ซึ่งเป็นตำบลหนึ่งของจังหวัดตรัง (จิรัชศักดิ์ ทับเที่ยง, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559)

“...ของอะไรดี กินหรือย (อร่อย) คนตรังก็ชอบ เลือกเอามากิน ไม่ต้องสงสัย (ทำไม) คนตรังส่วนใหญ่สมบูรณ์เพ...”

ลุงดำ (สัมภาษณ์, 6 ธันวาคม 2557)

จากวัฒนธรรมการรับประทานที่ขึ้นชื่อของคนเมืองตรัง อันเต็มไปด้วยอาหารขึ้นชื่อรสโอชา การรับประทานที่อุดมสมบูรณ์เหล่านี้แม้จะทำให้ชาวตรังจะมีน้ำหนักที่เกินกว่าเกณฑ์มาตรฐานไปบ้าง แต่ชาวตรังเองยังคงภูมิใจกับวิถีการกินเช่นนี้



ภาพประกอบที่ 12-13: หมายความว่า การดำเนินชีวิต

ซ้าย: ประกอบพิธีกรรมในงานแต่งงานของชาวไทยเชื้อสายจีนในจังหวัดตรัง

ขวา: ประกอบพิธีกรรมในเทศกาลตรุษจีน

ที่มาภาพประกอบที่ 12(ซ้าย): ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2555

ที่มาภาพประกอบที่ 13(ขวา): ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2559

อาหารของคนตรังที่มีรสชาติที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักกล่าวถึงของคนทั่วไป อาทิ หมูย่างเมืองตรัง ขนมเค้กเมืองตรัง รวมถึงการรับประทานโก๋ปี้ของคนเมืองตรัง มีคำกล่าวที่ว่ามาเมืองตรังถ้าไม่ได้รับประทานโก๋ปี้หรือกาแพกับหมูย่างเมืองตรัง เสมือนว่าไม่ได้มาถึงเมืองตรัง (ชาว เพชรสี สัมภาษณ์ 14 มิถุนายน 2558) อย่างไรก็ตามผู้ที่วิจัยพบว่าสาเหตุที่ร้านโก๋ปี้ทุกร้านไม่ได้มีหมูย่างวางจำหน่าย เมื่อสอบถามเจ้าของร้านและลูกค้าที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป กล่าวตรงกันว่า ในอดีตหมูย่างเมืองตรังเป็นอาหารที่ขึ้นชื่อของชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่ มักใช้ในการประกอบพิธี หรือใช้เป็นอาหารในประเพณีที่สำคัญของชาวจีนและชาวไทยเชื้อสายจีนในจังหวัดตรัง อาทิ งานแต่งงาน ประกอบพิธีงานศพ ประเพณีเซ็งเม้ง ประเพณีตรุษจีน ในช่วงพิธีการสำคัญเหล่านั้น คนไทยเชื้อสายจีนสั่งซื้อหมูย่างจากผู้ผลิตโดยตรงเพื่อนำมาใช้ในการประกอบพิธีกรรมต่างๆ เมื่อประกอบพิธีกรรมสำคัญเสร็จจะร่วมรับประทานอาหารและทำการแจกจ่ายให้กับญาติพี่น้อง รวมถึงบ้านใกล้เคียงได้รับประทานเป็นครั้งคราวไป

“...เมื่อก่อนไม่หรรอกที่จะเอามาขายในร้านโก๋ปี้ ถ้าจะกินกับพวกโก๋ปี้ก็เหมือนบ้านไหนมีงาน หรือเข้าช่วงเทศกาลก็เอามากิน กินกันจนเอียน เขาก็เลยเอาหมูย่างไปใส่ในแกงบ้าง กินกับโก๋ปี้บ้าง แล้วแต่ที่บ้านไหนจะกินยังไง...”

จินตนา พลรบ (สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2559)

กล่าวได้ว่าการรับประทานหมูย่างกันเกือบทั้งปี เป็นอาหารมีพิธีพิเศษที่จะได้รับประทานเมื่อมีโอกาสสำคัญทางสังคมเท่านั้น จึงไม่ได้มีหมูย่างวางขายในร้านโก๋ปี้เช่นในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามในช่วงปี พ.ศ. 2527 รัฐบาลได้มีการสนับสนุนการสร้างรายได้ให้แก่คนในประเทศจากการท่องเที่ยว ทำให้หมูย่างตรังที่ขึ้นชื่อกลายเป็นสินค้าด้านวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ อีกทั้งได้ปรากฏอยู่ในคำขวัญการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง “เมืองพระยารัษฎา ชาวประชาใจกว้าง หมูย่างรสเลิศ ถิ่นกำเนิดยางพารา เด่นสง่าดอกศรีตรัง ปะการังใต้ทะเล เสน่ห์หาดทรายงาม น้ำตกสวยตระการตา”

สำหรับวัฒนธรรมการรับประทานโก๋ปี้ของคนเมืองตรัง เป็นวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมและไม่เคยห่างหายไปจากวิถีชีวิตคนเมืองตรัง ประกอบกับจำนวนร้านโก๋ปี้ที่เพิ่มขึ้นทุกปี จนปัจจุบันจะพบร้านโก๋ปี้ได้ทุกรอกชอกซอยในตัวเมืองตรัง อีกทั้งสามารถรับประทานได้ตลอดวัน มีทั้งร้านโก๋ปี้ที่เปิดทั้งช่วงเช้า ช่วงค่ำ และร้านที่เปิดตลอดทั้งวัน ส่วนมากคนตรังจะให้ความนิยมกับการรับประทานโก๋ปี้ก่อนทำงานในช่วงเช้าหรือหลังจากการกรีดยางในช่วงย่ำรุ่ง โดยจะรับประทานโก๋ปี้ควบคู่กับ ขนมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น จาโก้ย ขนมเคลียว (ไส้ไก่) ปาท่องโก๋(ขนมแป้งนี้ มีรูปหู มีสีขาวหรือสีน้ำตาลแล้วแต่ลักษณะน้ำตาลที่ใช้) ขนมจีบ ซาลาเปา ข้าวเหนียวต่างๆ และติ่มซำ (หนังสือเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์ และภูมิปัญญา จังหวัดตรัง, 2544) ในปัจจุบันหลายร้านได้นำอาหารที่หลากหลายเข้ามาจำหน่ายเพื่อเป็นตัวเลือกแก่ผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งหมูย่างเมืองตรังซึ่งเป็นอาหารขึ้นชื่อของเมืองตรัง ขนมเค้ก โจ๊ก ข้าวต้ม บะหมี่ ข้าวมันไก่ ข้าวขาหมู อาหารตามสั่ง เป็นต้น (ป้าสาว สัมภาษณ์วันที่ 5 ธันวาคม 2557) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของกระแสสังคมเกิดขึ้น อันนำมาซึ่งสภาวะความทันสมัยเข้ามาในสังคมเมืองตรังทำให้อาหารในร้านโก๋ปี้ ถูกปรับเปลี่ยนและเพิ่มอาหารแปลกใหม่ไปจากวัฒนธรรมดั้งเดิมเข้ามา



มากยิ่งขึ้น มีลักษณะของร้านที่ปรับเปลี่ยนไป ทั้งร้านที่มีการเพิ่มเติมอาหารตามสั่ง ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหาร ตอบสนองความทันสมัยที่เกิดขึ้นในสังคม ลดการใช้เวลาในการทำการเพื่อประกอบอาชีพตามยุคสมัยที่แปรเปลี่ยนไป (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2557) ทำให้ร้านโก๋ปี้บางร้านมีอาหารเหล่านี้ไว้คอยบริการ รวมไปถึงจนถึงมีการนำต้มยำ ซึ่งแต่เดิมนั้นไม่ได้มีจำหน่ายภายในร้าน แต่เป็นอาหารที่ชาวจีนรับประทานภายในครอบครัว นิยมรับประทานร่วมวงกันในหมู่เครือญาติเป็นกลุ่มใหญ่ (เหล่าซือสุวรรณา, 2557)

เมื่อมีร้านโก๋ปี้ขยายจำนวนเพิ่มขึ้นในตัวเมือง อันเกิดจากการขยายเมืองและการรับวัฒนธรรมอาหารของชาวไทยท้องถิ่น ได้แก่ข้าวเหนียวบั้งต่างๆ ทั้งไส้สังขยา ไส้มะพร้าว ไส้กุ้ง ไส้เผือก รวมถึงอาหารบางประเภท เช่น หมี่ไทย ในปัจจุบันนอกเหนือจากขนมหรืออาหารรับประทานเล่นบางประเภทแล้ว ทำให้ความนิยมในการรับประทานโก๋ปี้ได้ขยายตัวเป็นวงกว้างส่งผลให้ร้านโก๋ปี้ต่างๆ ในตัวเมืองตรัง ทำการสรรหากลยุทธ์เพื่อดึงดูดใจลูกค้าไม่ว่าจะเป็นการนำอาหารแปลกใหม่เข้ามาบริการ การสร้างรสชาติที่แปลกใหม่โดดเด่นของอาหารให้เป็นที่จดจำ ซึ่งช่วยในการสร้างความแตกต่างแก่ร้านให้กลายเป็นตัวเลือกที่เหล่านักชิมได้มีโอกาสบอกต่อปากต่อปาก รวมถึงร้านโก๋ปี้หลายร้านเพิ่มเติมความสะดวกแก่ลูกค้าโดยนำอาหารจานเดียวเข้ามาจำหน่าย สิ่งเหล่านี้เป็นการเพิ่มโอกาสให้ทางร้านเป็นที่จดจำและช่วยในการตัดสินใจเลือกเข้าไปร้านอาหารของคนเมืองตรัง อย่างไรก็ตามถึงแม้ร้านโก๋ปี้แต่ละร้านพยายามที่จะสร้างความโดดเด่นให้แก่ร้านของตน แต่สิ่งหนึ่งที่พบก็คือ นอกเหนือจากวัฒนธรรมอาหารที่ช่วยในการดึงดูดลูกค้าแล้ว ร้านเก่าแก่หลายร้านที่ได้รับความนิยมเนื่องจากสายสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าของร้านกับลูกค้า สร้างพื้นที่พักผ่อนเสมือนแหล่งพบปะของเพื่อนฝูงทุกคน พูดคุยเรื่องราว แลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ได้อย่างสะดวกใจ ทั้งชาวคราวทั่วไปในสังคมและเรื่องส่วนตัว ซึ่งทำให้ร้านถึงแม้เก่าแก่และมีอาหารสมัยใหม่เพิ่มเติมไม่มากแต่ก็ยังคงได้รับความนิยมอยู่จนถึงปัจจุบัน (ชาว เพชรสี สัมภาษณ์ 14 มิถุนายน 2558)

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่านอกเหนือจากวัฒนธรรมอาหารภายในร้านโก๋ปี้ที่ได้สืบทอดและมีการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมบางประการไปตามพลวัตภายในสังคมเมืองตรัง ยังมีสายสัมพันธ์บางประการที่ช่วยทำให้พื้นที่ของร้านโก๋ปี้มีความสำคัญต่อคนเมืองตรังนอกเหนือจากพื้นที่ที่สามารถเลือกรับประทานอาหารที่โปรดปราน ร้านโก๋ปี้ยังเต็มไปด้วยคุณค่าทางสังคมที่คนเมืองตรังสามารถเข้ามารวมตัวกันแสดงตัวตน สร้างพื้นที่ทางสังคม สะท้อนสายสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมของคนเมืองตรังซึ่งแอบแฝงท่ามกลางการดำเนินชีวิตผ่านพื้นที่ร้านโก๋ปี้ที่ได้รับความนิยมจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

### ร้านโก๋ปี้ ภาพสะท้อนของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของคนเมืองตรัง

เมื่อกระแสความทันสมัยเข้ามาในสังคมคนเมืองตรัง ก็ได้ค่อยเริ่มสร้างความเปลี่ยนแปลงจากส่วนเล็กๆ ในสังคมแล้วค่อยๆ ขยายผ่านแนวคิดของการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย ผ่านการใช้เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับทั้งเพื่อการทำการค้า การธุรกิจและการขยายตัวของเมือง การสื่อสารข้ามประเทศสามารถเป็นได้ภายในพริบตาเดียว ผ่านการใช้สื่อต่างๆ เปิดโอกาสให้วัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสิ่งที่เข้ามาพร้อมกับวัฒนธรรมเหล่านั้น ได้ส่งผลต่อวัฒนธรรมการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มภายในร้านโก๋ปี้ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกัน

เมื่อเกิดการขยายตัวของเมือง อันเกิดจากความเจริญทางการค้า ธุรกิจ การคมนาคม และการสื่อสาร เปิดโอกาสให้คนต่างถิ่นเพิ่มจำนวนมากขึ้น อีกทั้งเมื่อความเจริญทางเทคโนโลยีมากขึ้น คนในสังคมลดการตาย อีกทั้งมีอัตราการเกิดที่ต่อเนื่อง จึงทำให้เกิดการเพิ่มอัตราประชากรในพื้นที่เมืองตรงมากขึ้น ร้านโกปี้ในเมืองตรงได้มีการเพิ่มจำนวนขึ้นมากมายในปัจจุบันเพื่อรองรับประชากรของคนเมืองตรงที่เพิ่มขึ้นจากอดีต อีกทั้งจากการย้ายถิ่นฐานของคนต่างถิ่นทั้งเพื่อประกอบอาชีพและเพื่อการศึกษา เนื่องจากเมืองตรงเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ขนาดเล็กแต่มีมหาวิทยาลัยในสังกัดรัฐบาลและเอกชนรองรับการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ได้รับความนิยมนอกจากเยาวชนจากจังหวัดตรงและจังหวัดใกล้เคียงในการเลือกเข้ามาศึกษาต่อ เปิดโอกาสในการขยายเมืองและเพิ่มจำนวนประชากรในจังหวัดตรงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เมื่อจำนวนคนมากขึ้นทั้งอาหารการรับประทาน การค้า การบริการก็เพิ่มจำนวนเพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามร้านโกปี้ซึ่งเป็นพื้นที่ของการบริการทั้งอาหารและเครื่องดื่มซึ่งมีจำนวนมากหากเทียบกับร้านขายสินค้าประเภทอื่นในตัวเมืองตรง ได้รับความนิยมนอกจากคนต่างถิ่นตามไปด้วย (ดาบ, สัมภาษณ์ 5 ธันวาคม 2557) จำนวนร้านโกปี้ที่เพิ่มขึ้นทั้งร้านที่ตั้งเดิมและเปิดใหม่เริ่มค้นหาจุดเด่นเพื่อทำการดึงดูดลูกค้า ร้านดั้งเดิมส่วนใหญ่จะใช้สายสัมพันธ์ความสนิทสนมของลูกค้าท้องถิ่น รวมถึงใช้อาหารและเครื่องดื่มที่ขึ้นชื่อของร้านเป็นจุดขายอาจมีอาหารตามสมัยนิยมเพิ่มขึ้นเป็นตัวเลือกบ้าง อาทิ บักกุ่มเต๋ ต้มช้ำที่มีหน้าตาที่หลากหลาย หรือเพิ่มเมนูพิเศษที่มีเฉพาะที่ร้านของตนขึ้นมา (ปี, สัมภาษณ์ 4 ธันวาคม 2557)



ภาพประกอบที่ 14: ร้านโกปี้ที่มีการออกแบบเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวนมาก  
ที่มา: ภาพถ่ายโดยผู้ช่วยนักวิจัย 12 กุมภาพันธ์ 2559



ภาพประกอบที่ 15-16: ร้านโกปี่ที่ยังคงวิธีการผลิตเครื่องต้มแบบดั้งเดิม  
 ช่าย: มุมเตรียมเครื่องต้มที่อุปกรณ์ส่วนใหญ่เน้นกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม  
 ขวา: เจ้าของร้านสาธิตเคล็ดลับที่ทำให้โกปี่ของที่ร้านเป็นที่นิยมและถูกกล่าวถึง  
 ที่มา: ภาพถ่ายโดยนักวิจัย 12 กุมภาพันธ์ 2559

ร้านโกปี่ในเมืองตรังในปัจจุบันเพิ่มจำนวนมากขึ้น ปรากฏอยู่ทุกตรอกซอกซอย ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน อยู่ติดถนน เป็นเส้นทางที่ง่ายต่อการเข้าถึงพื้นที่ โดยมีลักษณะการตกแต่งร้านที่คล้ายคลึงกัน คือมีลักษณะร่วมสมัยเป็นบ้านปูนซีเมนต์มีเก้าอี้เหล็กซึ่งสามารถยกเก็บได้ง่าย เนื่องจากร้านโกปี่ส่วนใหญ่จะมีการตั้งเสริมบริเวณริมทางเท้าหน้าร้าน ภายในร้านมีการตกแต่งสองประเภทคือ ตกแต่งสไตล์จีนย้อนยุคคล้ายคลึงกับร้านโกปี่ในอดีต และตกแต่งแบบร่วมสมัยคือเน้นจัดร้านให้เหมาะสมกับพื้นที่ใช้สอย โดยแบ่งเป็นสามส่วนใหญ่ด้วยกัน ได้แก่ พื้นที่ของการจัดวางสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเลือก พื้นที่ในการผลิตอาหารและเครื่องต้ม และพื้นที่สำหรับรับประทานอาหารหรือรอสินค้าสำหรับลูกค้าที่ต้องการซื้อไปรับประทานภายนอกร้าน โดยพื้นที่ทั้งสามส่วนนี้จะมีการแยกออกจากกันอย่างชัดเจน แต่ลูกค้าสามารถเห็นขั้นตอนของการผลิตหรือเตรียมสินค้าของพนักงาน ลูกค้าส่วนใหญ่จะมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ภายในร้านโกปี่ผ่านพื้นที่ในส่วนของการรับประทานอาหารเป็นหลัก โดยพื้นที่ในการรับประทานภายในร้านโกปี่จะมีการจัดวางโต๊ะและเก้าอี้แยกเป็นสัดส่วน บางร้านยังจัดวางถ้วยน้ำชา ถ้วยน้ำจิ้มต้มซ่า ซ่อมส้อม และอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ร่วมกันในการรับประทานอาหาร และเครื่องต้มต่างๆไว้ด้วยกัน





ภาพประกอบที่ 17: (ซ้าย) ร้านที่ยังคงการทำอิวจาโก้ยพร้อมให้บริการ และบรรยากาศร้านยามค่ำคืน  
 ภาพประกอบที่ 18: (ขวา) อิวจาโก้ยที่พร้อมบริการกับขนมจีบหมู คู่เคียงพื้นฐานที่พบบ่อยในร้านโกปี้  
 ที่มา: ภาพถ่ายโดยนักวิจัย 12 กุมภาพันธ์ 2559

ร้านโกปี้ทั้งสี่ร้านตั้งอยู่ในบริเวณย่านการค้า ในบริเวณตัวเมืองตรัง โดยร้าน B ร้าน C และร้าน D มีป้ายร้านช่วยให้ง่ายต่อการจดจำของลูกค้า ส่วนร้าน A ถึงแม้ไม่มีป้ายชื่อ แต่ลูกค้าส่วนใหญ่จะจดจำโดยมีการกำหนดชื่อหรือสัญลักษณ์ที่เข้าใจเฉพาะกลุ่มเพื่อเรียกร้าน เช่น กลุ่มนักเรียน นักศึกษาวัยเรียนเรียกว่าร้านแก้อี้แดง เนื่องจากแก้อี้ทั้งหมดภายในร้านเป็นสีแดง แต่หากเป็นคนที่อยู่ใกล้เคียงร้านหรือเป็นลูกค้าประจำจะเรียกร้านโก A ใช้ชื่อเจ้าของร้านแทนเป็นตัวแทนของชื่อร้าน ในการจดจำและสื่อสารกับกลุ่มของตน ร้านโกปี้ในอำเภอเมือง จังหวัดตรังมีการเปิดให้บริการเป็น 2 รูปแบบ คือร้านที่เปิดในช่วงเช้า และร้านที่เปิดในช่วงเย็น โดยร้านทั้ง 2 รูปแบบมีความคล้ายคลึงกัน แตกต่างกันเพียงเล็กน้อยตรงที่ร้านที่เปิดขายในช่วงค่ำจะไม่มีการขายหมูย่างเมืองตรังเหมือนกับร้านที่เปิดขายในช่วงเช้าซึ่งส่วนใหญ่จะมีหมูย่างไว้บริการ





ภาพประกอบที่ 19: ร้านโกปี้ยามเช้าที่มีหมู่างบริการ  
ที่มา: ภาพถ่ายโดยนักวิจัย 14 มิถุนายน 2559

ร้านยามเช้าที่มีหมู่างบริการ สังเกตได้ว่าจะมีเครื่องต้มสมัยใหม่อย่างชาเขียวนมบริการ ซึ่งในอดีตไม่ได้มีเครื่องต้มประเภทนี้อยู่ แสดงให้เห็นถึงการเข้ามาของความทันสมัย อีกทั้งยังมีหมู่างเมืองตรังทำให้สนับสนุนแนวคิดของการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับภาวะทันสมัย อันเนื่องจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยวของร้านโกปี้เมืองตรัง

ส่วนของร้านโกปี้ที่เปิดใหม่เริ่มมีการนำการตกแต่งร้านแบบกึ่งสมัยใหม่ เช่น ตกแต่งแบบจีนผสมผสานกับศิลปะของยุโรปเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น หรือวัยทำงาน รวมถึงหลายร้านมีการเพิ่มแอลกอฮอล์ และขนมสมัยใหม่ อาทิ เค้ก พาย ซึ่งแตกต่างจากอดีตที่ไม่ค่อยมีการนำเครื่องต้มที่มีแอลกอฮอล์เข้าไปภายในร้านแม้จะมีการขายเครื่องต้มบางประการคล้ายกับร้านโกปี้ คนตรังเองกลับไม่ถือว่าร้านที่เปิดใหม่ประเภทนี้เป็นร้านโกปี้ โดยมักจะเรียกร้านประเภทนี้ว่า “ร้านกาแฟของกลุ่มวัยรุ่น” เสียมากกว่า (ผล จินดาพล, สัมภาษณ์ 14 มิถุนายน 2558) อย่างไรก็ตามร้านที่เปิดใหม่มีลักษณะการจัดร้านและการนำอาหารวางขายที่หลากหลาย บางร้านเปลี่ยนแปลงเฉพาะการจัดตกแต่งร้านแต่อาหารและเครื่องต้มมีการผสมผสานของทั้งความเป็นดั้งเดิมและความทันสมัยเข้ามาใช้.



ภาพประกอบที่ 20: ภาพบรรยากาศร้านโกปี่ที่ผสมผสานความเป็นดั้งเดิมและความทันสมัยเอาไว้  
ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2559

ร้านข้างต้นเป็นร้านโกปี่ในบริเวณเขตตลาด ย่านตึกซิโนโปรตุกีสซึ่งตั้งอยู่ใจกลางเมืองตรัง เป็นร้านที่มีอายุในการก่อตั้งเพียงหนึ่งถึงสองปี ภายในร้านมีการตกแต่งแบบสมัยใหม่แต่ได้นำห้องแถวโบราณซึ่งแต่เดิมเป็นโรงกลึงเหล็กเก่าแก่ซึ่งมีอายุกว่าหลายสิบปีในปัจจุบันได้ปิดกิจการไปแล้วมาปรับปรุง (จิรศักดิ์ ทับเที่ยง, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559) ออกแบบเป็นร้านกาแฟสมัยใหม่ มีการนำเครื่องตีทั้งแบบสมัยใหม่ อาทิ คาปูชิโน เอสเพรสโซ รวมถึงเครื่องตีแบบดั้งเดิม เช่นกาแฟโบราณหรือโกปี่ซึ่งยังคงตามสูตรดั้งเดิมมาวางขาย โดยขนมที่ได้นำมาขายภายในร้านก็นำเอาขนมดั้งเดิมที่คนตรังในอดีตรับประทานภายในร้านโกปี่ซึ่งบางชนิดหารับประทานได้ยากในปัจจุบัน



ภาพประกอบที่ 21: ขนมพื้นถิ่นในร้านโกปี้ที่มีการผสมผสานความเป็นดั้งเดิมและความทันสมัย  
ที่มา: ถ่ายโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2559

เมื่อพูดถึงร้านโกปี้เมืองตรังไม่พูดถึงหมูย่างเมืองตรังก็คงจะไม่ได้ เนื่องจากคนตรังดั้งเดิมไม่นิยมรับประทานโกปี้กับหมูย่าง ร้านที่ขายโกปี้และร้านขายหมูย่างจะเป็นคนละรูปแบบ โดยร้านขายโกปี้จะเน้นมีพื้นที่ให้นั่งคุยนั่งกินขนมเป็นเวลานาน แต่ร้านขายหมูย่างเป็นเพียงแผงขายหมูย่างเมืองตรังซึ่งมักตั้งอยู่ในพื้นที่ตลาด การที่หมูย่างเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการรับประทานโกปี้



เนื่องจากการที่คนตรังได้นำหมูย่างมารับรองการเข้ามาเยี่ยมเยือนเพื่อนฝูง (ป่าสาว, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559) จนหมูย่างเมืองตรังได้รับความนิยมและถูกกล่าวถึง ในที่สุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคู่กับหอการค้าจังหวัดตรังจึงได้นำจุดเด่นนี้มาเป็นอาหารที่ขึ้นชื่อของเมืองตรัง โดยมีคำกล่าวที่ว่า “มาเมืองตรังถ้าไม่ทานโกปี้กับหมูย่างเมืองตรังก็เหมือนมาไม่ถึงเมืองตรัง”



ภาพประกอบที่ 22: ร้านโกปี้ที่มีการปรับปรุงร้านให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มีการนำหมูย่างเมืองตรัง และอาหารที่หลากหลายเข้ามาดึงดูดลูกค้า  
ที่มา: ภาพถ่ายโดยนักวิจัย 14 มิถุนายน 2558

ในปัจจุบันร้านโกปี้ในเมืองตรังหลายร้านได้มีการนำหมูย่างมาบริการลูกค้า (วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดตรัง, 2544) ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวกับกรุ๊ปทัวร์จะเข้ามาทานโกปี้ก่อนการเดินทางเพื่อไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่อไปจนทำให้ร้านโกปี้ที่มีหมูย่างเมืองตรังวางขายส่วนใหญ่จะเป็นร้านที่เปิดขาย

ในช่วงเช้าและมีขนาดใหญ่เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวนมากตัวอย่างข้างต้นเป็นเพียงแค่ส่วนหนึ่งของร้านโกบีที่มีมากมายในเมืองตรัง จึงไม่น่าแปลกใจว่าทำไมร้านโกบีเมืองตรังเหตุใดจึงมีจำนวนมาก หลากหลาย มีจุดเด่นเฉพาะตัว อีกทั้งหลายร้านปรับเปลี่ยนให้เข้ากับกลุ่มคนและยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป สิ่งเหล่านี้ทำให้ร้านโกบีเมืองตรังยังคงได้รับความนิยมและดำรงอยู่ได้ในปัจจุบัน

ร้านโกบีเมืองตรังเมื่อได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้นก็ได้ถูกนำเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองตรัง ซึ่งได้เข้ารับการสนับสนุนให้เข้ามามีบทบาทในเมืองตรังในช่วง ทศวรรษที่ 2510 เป็นต้นมา เนื่องจากการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจของเมืองตรัง จากการชะลอตัวของธุรกิจการทำเหมืองแร่และการทำสัมปทานป่าไม้ โดยธุรกิจการท่องเที่ยวได้เข้ามามีอิทธิพลต่อระบบเศรษฐกิจของเมืองตรังมากยิ่งขึ้น (สงบ สงเมือง, 2546) จากการเข้ามาของธุรกิจการท่องเที่ยวได้ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนของร้านโกบี ทำให้ร้านโกบีหลายร้านในตัวเมืองตรังมีการปรับตัวทำการตกแต่งและปรับปรุงร้านเพื่อรองรับการเข้ามาของนักท่องเที่ยว ทั้งผ่านทางบริษัทนำเที่ยวและการเดินทางเข้ามาด้วยตนเอง โดยเฉพาะร้านที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงบริเวณย่านการค้า ย่านโรงแรมและที่พักของคนเดินทาง รวมถึงบริเวณใกล้เคียงสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในตัวเมืองตรัง มีการปรับปรุงร้านให้สะดวกสบายต่อการบริการและรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวของผู้เดินทางสัญจรไปมา โดยการขยายพื้นที่ของร้านและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในร้าน อาทิ ห้องน้ำ สถานที่จอดรถที่รองรับทั้งรถขนาดใหญ่สำหรับการเดินทางเป็นหมู่คณะจนถึงรถยนต์ส่วนบุคคล (ตุ๋, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559)

ร้านโกบีใหม่ๆที่มีการก่อตั้งภายหลังการเข้ามาของธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลของการเลือกสถานที่ตั้งให้มีความสะดวกต่อการเข้าถึงของกลุ่มคน โดยมีตั้งอยู่ใกล้เคียงถนนสายหลักที่เป็นเส้นทางในการเดินทางไปยังตัวอำเภออื่น หรือสถานที่สำคัญทั้งทางราชการ ย่านการค้า และการท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง รวมไปถึงการเพิ่มจำนวนของร้านโกบีในเขตตัวเมืองตรัง นอกจากนี้สภาพภายนอกของร้านโกบีแล้ว ก็ได้มีการนำอาหารที่ขึ้นชื่อของคนเมืองตรังเข้าไปขายทั้งเพื่อการรับประทานและเป็นของฝากแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น อาทิ หมูย่างเมืองตรัง ขนมเค้กเมืองตรัง (ดาบ, สัมภาษณ์ 5 ธันวาคม 2557)

เมื่อเกิดการเพิ่มขึ้นของร้านโกบีในจังหวัดตรัง ส่งผลให้หลายร้านได้ปิดกิจการลง โดยเฉพาะร้านที่เปิดใหม่เนื่องจากไม่มีลูกค้าประจำอีกทั้งยังหาจุดเด่นให้แก่กิจการของตนเองไม่ได้ อย่างไรก็ตามหลายร้านที่ยังคงอยู่ได้จนถึงปัจจุบันมักเป็นร้านเก่าแก่ที่ได้มีสินค้าหรือการบริการที่โดดเด่นให้กิจการของตน

“...เหมือนเค้ามาคุยเล่นกับผมมากกว่า สนุกกับทุกโต๊ะ บางคนกลับมา  
เขาว่าอาหารอร่อยแล้วผมคุยสนุก เขาก็เลยชอบมาบ่อยๆ...”

สิงห์คาร พรพนานุรักษ์ (สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2559)

หลายร้านที่ยังคงอยู่ในปัจจุบันได้มีการปรับเปลี่ยนโดยสร้างอาหารหรือสินค้าที่ขึ้นชื่อหรือมีรสชาติที่เป็นจุดเด่นยากต่อการลอกเลียนแบบ บางร้านก็จะใช้ความเป็นกันเอง การสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายภายในร้านเพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภค อย่างไรก็ตามพบว่าลูกค้าวัยกลางคนรวมถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มของผู้สูงอายุจะให้ความสำคัญกับความเป็นกันเองของเจ้าของร้านและพนักงานร่วมกับอาหารที่ขึ้นชื่อ แต่มักจะเลือกร้านที่ตนและกลุ่มเพื่อนสนิทสนมกับเจ้าของร้านหรือ

พนักงานมากกว่า ซึ่งทั้งชายและหญิงวัยกลางคนรวมถึงผู้สูงอายุให้ความสำคัญที่ไม่แตกต่างกัน (วุฒิ ไกร แซ่ไคว้, 19 มกราคม 2559: รัตติมา ทองมี, สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559) แต่หากเป็นกลุ่มของวัยรุ่นรวมถึงวัยรุ่นตอนปลายแล้วว่า หากตนเองเข้าไปกับกลุ่มเพื่อนฝูงจะเน้นอาหารมากกว่าอาหารร้านไหนดี เพราะไม่ค่อยยึดติดกับร้านเว้นแต่อยากกินอาหารหรือเครื่องดื่มของร้านโกปีร้านใดเป็นพิเศษ แต่หากลูกค้าได้รับบริการที่ไม่ประทับใจก็อาจจะกลับไปรับประทานอาหารที่ร้านนั้นอีก กล่าวได้ว่าเจ้าของร้านโกปีก็มีส่วนในการเลือกร้าน ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการดำรงอยู่ของร้านโกปีในอนาคต (กนกวรรณ บุญคง, สัมภาษณ์ 16 มิถุนายน 2558) หลังการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายหลังจากภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ในช่วงทศวรรษที่ 2540 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวในเมืองตรังก็เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับการเข้ามาของยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งการสื่อสารและข้อมูลข่าวสารสามารถทำการแลกเปลี่ยน และส่งผ่านได้ในพริบตาเดียว จึงสร้างโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว และวัฒนธรรมอาหารที่สำคัญและขึ้นชื่อของเมืองตรัง จนทำให้สถานที่ท่องเที่ยวและวัฒนธรรมอาหารของคนเมืองตรังเป็นที่รู้จักในวงกว้าง จนทำให้เกิดการประดิษฐ์สร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว อันปรากฏในรูปแบบต่างๆ อาทิ การนำเอาหมวยงามเมืองตรังซึ่งเดิมเป็นอาหารมงคลที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมสำคัญของคนจังหวัดตรัง รวมถึงการรับรองแขกผู้มาเยี่ยมเยือนระดับชั้นสูงเท่านั้น เข้ามาเป็นอาหารเพื่อสร้างจุดเด่นให้แก่วัฒนธรรมการรับประทานอาหารโกปีของคนเมืองตรังให้เป็นที่ขึ้นชื่ออีกทั้งช่วยในการสร้างความแตกต่างกับวัฒนธรรมโกปีในพื้นที่อื่น (จิรศักดิ์ ทับเที่ยง สัมภาษณ์ 12 กุมภาพันธ์ 2559) นอกจากนี้การประดิษฐ์สร้างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวยังปรากฏในรูปแบบของงานเทศกาลต่างๆ อาทิ งานเทศกาลหมวยงามจังหวัดตรัง และงานเทศกาลขนมเค้กเมืองตรัง รวมถึงการนำประเพณีของชาวไทยเชื้อสายจีนเข้าเพื่อสนับสนุนการเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างถิ่นในพื้นที่ เช่น งานเทศกาลไหว้พระจันทร์ งานเทศกาลถือศีลกินผัก (กินเจ) ซึ่งแต่เดิมมีเพียงการประกอบพิธีกรรมภายในครอบครัวของคนไทยเชื้อสายจีนเท่านั้น จากคำบอกเล่าจากประธานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง (ประยูร หนูสุก, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2559) โดยปรับเปลี่ยนมาเป็นการจัดงานเทศกาลเพื่อสร้างรายได้จากการเข้ามาของกลุ่มนักท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้เป็นการสนับสนุนให้มีการนำวัฒนธรรมการรับประทานอาหารโกปีเข้าสู่การท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

จากราคายางพาราตกต่ำตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 เกิดการชะลอการซื้อจากจีน ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของจังหวัดตรังซึ่งมีครัวเรือนที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมผู้ปลูกยางพาราและรับจ้างในอุตสาหกรรมยางพาราว่า 84,317 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 39.9 ของครัวเรือนทั้งจังหวัด จากสถิติผลสำรวจยางพาราประจำปี 2558 (สำนักงานสถิติจังหวัดตรัง สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยี, 2558) ส่งผลให้เศรษฐกิจของจังหวัดตรังชะลอตัวลง ร้านโกปีได้รับผลกระทบจากราคายางที่ตกต่ำ อันส่งผลต่อรายได้ครัวเรือนของจังหวัดซึ่งกระทบต่อการอุปโภคบริโภคของคนในจังหวัดตรังเป็นผลทำให้ร้านโกปีในเมืองตรังได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามเจ้าของร้านและผู้ประกอบการร้านโกปีได้มีการปรับใช้กลยุทธ์ทางการค้า อาทิ ทำการโฆษณาร้านผ่านทางหนังสือพิมพ์และวารสารท้องถิ่นของเมืองตรัง (ปี, สัมภาษณ์ 4 ธันวาคม 2557) รวมถึงการหาอาหารหรือเครื่องดื่มใหม่ๆเพิ่มเติมเข้ามาภายในร้านโกปี (เนตรนภา กลัดถ์นาม, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2559) รวมถึงการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของผู้สนับสนุนของการจัดกิจกรรมทางสังคมต่างๆในเมืองตรังเพื่อทำการโฆษณาและให้ชื่อร้านเป็นที่จดจำของคณาหุคณาต่อคนในท้องถิ่น โดยเฉพาะการเข้าร่วม

การจัดกิจกรรมประเภทนี้ช่วยให้คนเมืองตรังรุ่นใหม่โดยเฉพาะกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มวัยกลางคน รู้จักและคุ้นหู อาทิ เป็นผู้สนับสนุนนักกีฬาฟุตบอลประจำจังหวัด เป็นต้น อีกทั้งในปัจจุบันหลายร้านจะมีการจัดทำหน้าเฟสบุ๊คส์ร้านของตนเพื่อนำอาหารและเครื่องดื่มภายในร้านไปแสดงเพื่อดึงดูดกลุ่มคนในจังหวัดและต่างจังหวัดที่สนใจข้อมูลเกี่ยวกับการรับประทานโกปีในเมืองตรังผ่านทางชุมชนสังคมออนไลน์ (สิงห์คาร พรพพานุรักษ์, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2559)

ในปี พ.ศ. 2558 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำแผนสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศ ผ่านโครงการ “12 เมืองต้องห้าม (พลาด)” ซึ่งเมืองตรังก็ได้เป็นหนึ่งใน 12 เมืองที่ต้องห้ามพลาดในด้านวัฒนธรรมอาหารที่มีรสชาติอร่อย ขึ้นชื่อห้ามพลาดในการเข้ามาลิ้มลอง ซึ่งภายในงานได้มีการออกร้านของร้านอาหารและร้านของฝากอันเกี่ยวข้องกับอาหารและเครื่องดื่มต่างๆของเมืองตรัง เปิดโอกาสให้เหล่านักชิมได้เข้ามาลิ้มชิมรสชาติอาหาร รวมถึงซื้อกลับไปเป็นของฝาก และบอกต่อเพื่อกระจายข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางการค้าและการท่องเที่ยวของเมืองตรัง ทั้งนี้วัฒนธรรมการรับประทานโกปีก็ถูกนำไปจัดไว้เป็นส่วนหนึ่งของ “วัฒนธรรมอาหารเช้าของคนเมืองตรัง” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) แม้ว่าการนำวัฒนธรรมการรับประทานโกปีเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของ วัฒนธรรมการรับประทานอาหารเช้าภายใต้การจัดงาน 12 เมืองต้อง(ห้าม)พลาดของจังหวัดตรัง จะเป็นนโยบายอันเกิดจากหน่วยงานภาครัฐร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนจังหวัด ช่วยในการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่คนในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดตรัง เป็นการนำวัฒนธรรมเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแบบเงินตราเพื่อสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวให้แก่คนในท้องถิ่น และรายได้ส่วนของภาครัฐในรูปแบบของเงินภาษี แม้ธุรกิจการท่องเที่ยวจะไม่สามารถช่วยในการสร้างรายได้ให้แก่ร้านโกปีโดยตรง แต่ก็ถือได้ว่าร้านโกปีเป็นวัฒนธรรมการรับประทานของคนท้องถิ่นที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในจังหวัด อันส่งผลให้ร้านโกปีหลายร้านที่มีทุนทรัพย์ในการขยายขยายกิจการทั้งในรูปแบบของการสร้างพันธมิตรทางการค้ากับบริษัททัวร์เพื่อที่จะผูกขาดนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านทางการนำเที่ยวของบริษัทเพื่อมารับประทานโกปีในร้านของตนเท่านั้น นอกจากนี้โอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่กิจการแล้ว ยังเป็นการโฆษณาร้านและวัฒนธรรมการรับประทานโกปีทางอ้อมเพื่อเพิ่มโอกาสการกลับมาเยือนร้านโกปีของนักท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือบอกต่อเพื่อนฝูงแบบปากต่อปากในภายหลัง (ปี, สัมภาษณ์ 4 ธันวาคม 2557) กล่าวได้ว่าการเข้ามาของการท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขหนึ่งซึ่งส่งผลต่อการขยายตัว และการดำรงอยู่ของร้านโกปีเมืองตรัง

สิ่งเหล่านี้เป็นการต่อสู้อันตรงต่ออำนาจของคนเมืองตรังผ่านการใช้พื้นที่ร้านโกปี รวมถึงวัฒนธรรมโกปีในวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรังในฐานะเครื่องมือในการต่อรองอำนาจและสร้างเงื่อนไขทางสังคมภายในสังคมคนเมืองตรังอันส่งผลต่อเนื่องอันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในสังคม กล่าวได้ว่าโกปีนอกจากเป็นหนึ่งในวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรัง ยังเป็นสิ่งที่ช่วยในการสร้างสรรค์และการเปลี่ยนแปลงแนวทางในการดำเนินชีวิตของคนในสังคม นอกจากนี้ในมิติทางเศรษฐกิจวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังก้าวเข้าสู่การนำวัฒนธรรมเข้าสู่กระบวนการสร้างรายได้ในธุรกิจการค้าภายใต้ระบบเศรษฐกิจเงินตรา ให้ความสำคัญกับผลกำไรเป็นสำคัญ ปฏิเสธไม่ได้ว่าผลกำไรนี้เป็นส่วนหนึ่งที่สนับสนุนให้วัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังยังดำรงอยู่ได้ในปัจจุบัน นี่เป็นเพียงครึ่งทางของก้าวผ่านช่วงเวลาของวัฒนธรรมการรับประทานโกปีที่อยู่คู่คนเมืองตรังมาตั้งแต่อดีตดำเนินมาถึงปัจจุบันและส่งผ่านชนรุ่นหลังของเมืองตรังต่อไปในอนาคต

### พื้นที่แห่งการประสานสังคมท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

ร้านโกปีเมืองตรังเป็นพื้นที่แห่งการประสานสังคมจากวัฒนธรรมไทย-จีน ที่เกิดการปะทะสังสรรค์กันขึ้นในสังคม อีกทั้งยังลดความขัดแย้งในสังคมที่ได้รับอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงของทั้งสองวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามที่นั่นเป็นเพียงระยะของการปรับตัวในช่วงแรกเท่านั้น เมื่อถึงช่วงระยะเวลาหนึ่งซึ่งเกิดการปฏิสัมพันธ์ไม่ว่าจะเกิดขึ้นเนื่องจากการทำการค้า หรือการรวมกลุ่มโดยใช้สายสัมพันธ์ทางเครือญาติก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ได้ลดแรงกดดันอันเกิดจากความแตกต่างของวัฒนธรรมของชาวจีนโพ้นทะเลที่ได้มีการอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในเมืองตรัง และวัฒนธรรมท้องถิ่นของคนไทยดั้งเดิมในพื้นที่ก็ตาม (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ บรรณาธิการ, 2548) อย่างไรก็ตามที่แรงกดดันที่เกิดขึ้นของทั้งสองกลุ่มไม่ได้ส่งผลกระทบต่อคนในสังคม เนื่องจากวัฒนธรรมของชาวจีนและชาวไทย มีความคล้ายคลึงกัน อาทิ การนับถือสิ่งเหนือธรรมชาติจากแนวคิดของลัทธิเต๋า ซึ่งแสดงออกผ่านแรงศรัทธาของนับถือเทพเจ้า เทวดาของชาวจีน คล้ายคลึงกับการนับถือผีของชาวไทย โดยเฉพาะชาวไทยมีเทศกาลทำบุญเดือนสิบเพื่อทำการอุทิศส่วนบุญส่วนกุศลไปให้กับบรรพบุรุษและเหล่าญาติที่ล่วงลับไปแล้ว ความเชื่อด้านความกตัญญูต่อบุพการีและผู้มีพระคุณของชาวจีนซึ่งแสดงออกผ่านเทศกาลเซ่งเม้ง อันเป็นประเพณีปฏิบัติทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนในจังหวัดตรังที่ได้ปฏิบัติต่อเนื่องมาอย่างยาวนาน (วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดตรัง, 2544: สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิพาณิชย์ และประสิทธิ์ ชินการณ, 2544)

กล่าวได้ว่าร้านโกปีเป็นพื้นที่ทางสังคมที่สำคัญแห่งหนึ่งของคนเมืองตรังที่ช่วยในการลดความแตกต่างทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่เปิดกว้างมิได้จำกัดสิทธิต่อการเข้าถึง ส่งผลให้ง่ายต่อการสร้างความสำคัญแม้ในช่วงแรกของการสร้างปฏิสัมพันธ์ของคนต่างวัฒนธรรมนั้นเต็มไปด้วยความสัมพันธ์อันเกิดขึ้นผ่านทาง การต่อรองอำนาจทางการค้าและการลงทุน แต่อย่างไรก็ตามเมื่อสังคมเปลี่ยนแปลงไปคนไทยท้องถิ่นซึ่งตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ชุมชนนอกย่านการค้าเริ่มมีการย้ายถิ่นฐานเข้ามาเพื่อการศึกษา รวมถึงการประกอบอาชีพอันเกี่ยวเนื่องกับการทำการค้า รวมถึงการติดต่อเพื่อทำการค้ากับกลุ่มของชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่ตัวเมือง โดยอาจมองได้ว่าเป็นการขยายตัวของเมืองเนื่องจากคนในชุมชนภายนอกเริ่มมีการเข้ามาตั้งถิ่นฐานใกล้เคียงพื้นที่เมืองในบริเวณย่านการค้า (สงข ส่องเมือง, 2546) คนไทยเชื้อสายจีนจะทำการผูกขาดทางการค้าในตัวเมืองเป็นหลัก จึงทำให้เกิดการเข้ามาของระบบทุนนิยม ซึ่งคนไทยท้องถิ่นได้รับการกระตุ้นจากภาครัฐในการเปลี่ยนการทำการเกษตรแบบครัวเรือนเพื่อการยังชีพ ไปสู่การเกษตรเพื่อการค้าในการสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนมากยิ่งขึ้น (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพูนศักดิ์ ชานิกรประดิษฐ์, 2540).

“...เมื่อก่อนอยู่ที่สวน พ่อเล่าว่าเมื่อก่อนปลูกกินเองในบ้าน เหลือกก็แจกญาติ แจกเพื่อน ถึงพอบ้านเขาผลไม่หรืออะไรสุก หรือถึงฤดูมันก็ได้กิน ไม่ต้องหาซื้อเหมือนสมัยนี้ จะกินที่ถ้าบ้านเราไม่ปลูกก็ต้องซื้อ เพราะเดี๋ยวนี้ถ้าบ้านเราก็ไม่ปลูกบ้านญาติก็ไม่ปลูก หรือไม่มีสวนก็ไม่ได้กิน...”

สาว (สัมภาษณ์, 5 ธันวาคม 2557)

สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นที่มีการเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรแบบพอเพียงเน้นการพึ่งพิงธรรมชาติ เป็นระบบเศรษฐกิจแบบเงินตราซึ่งส่งผลต่อการเข้ามาสร้าง



ความสัมพันธ์ระหว่างกันของคนในสังคมที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามการค้าเปิดโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารของคนในท้องถิ่น รวมไปถึงจนถึงแนวคิดในการดำเนินวิถีชีวิต และวัฒนธรรมต่างๆของคนกลุ่มคน ซึ่งวัฒนธรรมการรับประทานโกปี้เป็นเพียงหนึ่งวัฒนธรรมของคนเมืองตรัง การเปิดโอกาสในการติดต่อสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคนจีนอพยพ คนไทยท้องถิ่นทั้งชาวไทยมุสลิมและชาวไทยพุทธ อันก่อให้เกิดการผูกตองทั้งในรูปแบบของกลุ่มทางสังคมและรูปแบบของเครือญาติจากการแต่งงาน (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพรพิไล เลิศวิชา, 2541). ซึ่งในปัจจุบันร้านโกปี้เมืองตรังเองไม่ได้เป็นพื้นที่เฉพาะของชาวจีนหรือชาวไทยเชื้อสายจีนในเมืองตรังเท่านั้น ยังเป็นพื้นที่ของการพบปะสังสรรค์กันของ คนไทยพุทธท้องถิ่น และคนไทยมุสลิมในพื้นที่ (สิงห์การพรพนาบุรีรักษ์, สัมภาษณ์ 16 กุมภาพันธ์ 2559)

“...ผมเป็นมุสลิมนะแต่ก็มานั่งกินน้ำ กินชากับเพื่อนได้ ก็แค่หลีกร้านที่มีพวกดื่มชาไปนั่งที่มีขนม เหนียวปังแทน...”

อรธพ (สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2558)

คนเมืองตรังไม่เพียงเฉพาะชาวไทยพุทธ และชาวไทยเชื้อสายจีนเท่านั้นที่เข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมภายในร้านโกปี้ เมื่อมีการสร้างกลุ่มทางสังคมผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของกลุ่มคนต่างวัฒนธรรม ซึ่งคอยรับและทำการผสมผสานวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มคนในสังคมเข้าไป ทำให้การสร้างปฏิสัมพันธ์เป็นไปในเชิงบวก ที่ความกดดันที่เกิดขึ้นจากความแตกต่างทางวัฒนธรรมแทบไม่มีผลกระทบอันเนื่องจากการปฏิสัมพันธ์ที่มีมาเนิ่นนานระหว่างกันอันส่งผลต่อการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมของแต่ละฝ่าย ทำให้การอยู่ร่วมกันในสังคมคนเมืองไม่มีการนำความแตกต่างทางด้านความเป็นอื่น อันสร้างความเป็นเขาเป็นเรา ในการสร้างแรงกดดันทางสังคมให้เกิดขึ้น กล่าวได้ว่าร้านโกปี้ของคนเมืองตรังจึงกลายเป็นพื้นที่ของประสานความแตกต่างของวัฒนธรรมของคนเมืองตรังท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้น สร้างความหมายและคุณค่าทางวัฒนธรรมให้แก่คนในสังคม วัฒนธรรมการรับประทานโกปี้จึงเป็นมากกว่าวัฒนธรรมทางสังคมของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในสังคมเมืองตรัง

อย่างไรก็ดีหากคนเมืองตรังให้ความสำคัญกับร้านโกปี้เพียงเพื่อเป็นการนำอาหารท้องถิ่นไปสู่ระบบเศรษฐกิจเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวจะทำให้วัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ถูกลดความสำคัญและเลือนหายไปอย่างรวดเร็วภายใต้ระบบทุนนิยมในกระแสโลกาภิวัตน์ที่การรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเป็นไปอย่างรวดเร็วและง่ายดาย หากวัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ไม่มีคุณค่าทางจิตใจต่อคนในสังคม และมุ่งเน้นที่จะปรับวัฒนธรรมตามความต้องการของนักท่องเที่ยวจนลืมนึกถึงระบบคิดทางวัฒนธรรมของตน วัฒนธรรมโกปี้เมืองตรังก็ไม่สามารถดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน

## อภิปรายผลการวิจัย

### โกปีวัฒนธรรมคนเมือง

การกินโกปีของคนเมืองตรังเป็นหนึ่งในกิจกรรมทางสังคมซึ่งได้รับอิทธิพลจากการผสมผสานวัฒนธรรมไทยจีนจนกลายเป็นสิ่งที่นิยมรับทั่วไป อีกทั้งมีความสำคัญต่อสายสัมพันธ์ของคนในชุมชน สอดคล้องกับอุปนิสัยช่างกิน รักเพื่อนพ้อง และใจกว้างในการต้อนรับเหล่ามิตรสหายทั้งใกล้และไกลที่อันเป็นส่วนหนึ่งของลักษณะนิสัยของคนเมืองตรัง ร้านโกปีเปรียบเสมือนพื้นที่ทางสังคมที่ตอบสนองผู้คนในสังคมสนับสนุนการเกิดกิจกรรมทางสังคมและสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างกันของกลุ่มคนในสังคม การกินโกปีจึงเป็นการสร้างโอกาสของการเข้าสังคมของคนเมืองตรัง ดำรงไว้ซึ่งสายสัมพันธ์ระหว่างคนในสังคมให้เข้มแข็ง อีกทั้งเป็นการแสดงการยอมรับในฐานะเป็นพวกพ้องเดียวกัน ถือได้ว่าเป็นการสร้างและขยายเครือข่ายทางสังคมอีกทางหนึ่ง เป็นการนำคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นมาสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนในสังคม ผ่านการให้การสร้างเครือข่ายทางสังคมในพื้นที่ร้านโกปี เพิ่มโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนในสังคมเมืองที่มีการขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็วท่ามกลางกระแสความทันสมัยที่ไหลบ่าเข้ามาในสังคม ร้านโกปีจึงเปรียบได้กับพื้นที่ของเครือข่ายทางสังคมโดยมีการนำวิถีการกินที่ได้รับยอมรับ ได้รับการปฏิบัติซ้ำจนกลายเป็นวัฒนธรรมของคนในสังคมมาเป็นตัวกลางของการสร้างสถาบันทางสังคมของคนในสังคมเพื่อความเจริญก้าวหน้าของสังคม สอดคล้องกับทฤษฎีทุนทางสังคมของ Putman (2554) ที่มองว่าทุนทางสังคมเป็นตัวช่วยในการเชื่อมโยงผู้คนเข้าหากัน ช่วยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์เพื่อให้งานหรือการพัฒนาสังคมมีประสิทธิภาพ ผ่านการสร้างเครือข่ายทางสังคม การให้คุณค่า และความสัมพันธ์ของคนในเครือข่ายเป็นตัวขับเคลื่อนและเสริมขีดความสามารถทางสังคมในการพัฒนาและแก้ปัญหาต่างๆในสังคม มนุษย์เมื่อมีความเชื่อและแนวทางการปฏิบัติร่วมกัน พฤติกรรมเหล่านั้นกลายมาเป็นลักษณะที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการสร้างสถาบันสังคมให้เกิดขึ้น เช่นเดียวกับแนวคิดการเปลี่ยนแปลงของสถาบันสังคมของ สอนง ปัจโจปการี (2553) กล่าวว่าสถาบันทางสังคมคือวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับมีการให้คุณค่าร่วมกัน และแสดงออกผ่านการปฏิบัติ เมื่อปฏิบัติซ้ำๆก็จะกลายเป็นพฤติกรรมที่มีลักษณะเป็นการสร้างหรือเปลี่ยนแปลงลักษณะของสถาบันให้สอดคล้องกับการให้คุณค่าของคนในสังคม เป็นตัวแทนของพฤติกรรมและสายสัมพันธ์ของคนในสังคมช่วยในการสร้างบรรทัดฐานทางความคิดผ่านการให้คุณค่าความสำคัญของวัฒนธรรมการกินที่คนในชุมชนยอมรับ มาปฏิบัติและสืบทอดต่อกัน

วัฒนธรรมการกินโกปีของคนเมืองตรังแสดงออกถึงทัศนคติของการเป็นคนใจกว้างของคนเมืองตรัง การรักพวกพ้องของคนใต้ที่แสดงออกผ่านการใช้โกปีและชาเป็นเครื่องดื่มในการต้อนรับขับสู้ การให้ความสำคัญกับการเข้ามาในเมืองตรังว่า มาต้องอิมท้องกลับไปทำให้ชาวตรังให้ความสำคัญกับการกินเป็นอย่างมาก ยังรวมถึงพฤติกรรมการสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์ของคนเมืองตรังในพื้นที่ร้านโกปีที่เปิดโอกาสให้คนตรังมีการสร้างสายสัมพันธ์ทางสังคม ถือได้ว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่แสดงออกตัวตนของคนในสังคมได้รับการยอมรับและถูกส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของอัมพร จิรัฐติกร (2557) ที่มองว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สะท้อนความคิด ความเชื่อของคนในสังคม เนื่องจากเป็นสิ่งทีคนในสังคมยอมรับและเลือกปฏิบัติซ้ำๆหากเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับมากก็อาจจะ

มีการนำมาปรับใช้ในเข้ากับสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมของตน จนกลายเป็นวัฒนธรรมที่ถูกผสมผสานกลมกลืน และปรับใช้ให้เหมาะสมกับวิถีการดำเนินชีวิตในสภาพแวดล้อมของตนกลายเป็นวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างจากวัฒนธรรมดั้งเดิม ได้รับการส่งเสริม ส่งต่อและสืบทอดให้แก่คนรุ่นหลัง ในสังคมกลายมาเป็นทุนทางวัฒนธรรมในสังคมที่สะท้อน ทักษะคติ ความเชื่อ รวมถึงคุณธรรมของคนในสังคม

พื้นที่ร้านโกปีของคนเมืองตรังนอกจากมีการดำรงอยู่ของวิถีชีวิตที่มีความผูกพันกับการรับประทานโกปีแล้วยังเป็นพื้นที่ทางสังคมทั้งเพื่อการสร้างปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคม เป็นพื้นที่แห่งโอกาสในการแสดงออกทางความคิด ทักษะคติของคนในสังคม รวมไปถึงจนถึงการสร้างกิจกรรมทางสังคม ทั้งจุดประสงค์เพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาสังคม หาแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาในสังคม สิ่งเหล่านี้แสดงออกให้เห็นว่าร้านโกปีเมืองตรังเป็นพื้นที่แห่งโอกาสของคนในชุมชนไม่มีการแบ่งแยก หรือกีดกัน มีบ้างที่คนแต่ละกลุ่มในสังคมอาจมีร้านเฉพาะของตนเอง แต่สิ่งนั้นยังเป็นการตอกย้ำว่าคนในสังคมมีตัวเลือกมากมายในการเข้าถึงกลุ่มสังคมของตนร่วมกับผู้ที่มีการชื่นชอบหรือแนวคิดที่คล้ายคลึงกันเข้ามาร่วมรับประทานโกปีพร้อมทั้งพูดคุยในเรื่องที่ชื่นชอบพร้อมกัน ทั้งนี้ยังรวมไปถึงกลุ่มคนที่มีความใกล้เคียงหรือมีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อสื่อสารระหว่างกัน สร้างปฏิสัมพันธ์ในการดำเนินชีวิตทั้งเพื่อประกอบอาชีพ และเพื่อการเข้าสังคมได้เลือกร้านโกปีเพื่อเป็นพื้นที่ของการพบปะสังสรรค์และสร้างความสัมพันธ์ร่วมกับคนในละแวกใกล้เคียงที่อยู่อาศัย รับประทานโกปีร่วมพูดคุยส่งข่าวสารในสังคมทั้งส่วนตัวและส่วนรวมในพื้นที่

ร้านโกปีจึงเปรียบเสมือนเวทีในการแสดงออกตัวตนทั้งทางด้านความคิด การกระทำ พฤติกรรมต่างๆของคนในสังคม ให้มีสิทธิ์มีเสียง สร้างโอกาสในการเสนอแนวทางในการแสดงออกความคิดเห็น ซึ่งช่วยสร้างลักษณะนิสัยของการกล้าแสดงออกของคนเมืองตรัง กระตุ้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน สอดคล้องกับแนวความคิดอำนาจของ Foucault ที่มองว่าอำนาจมีอยู่ทุกพื้นที่ ทุกคนสามารถสร้างอำนาจได้ ขึ้นอยู่กับบริบทที่ส่งเสริมทั้งนี้อำนาจสามารถช่วยกระตุ้น และสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้น (Foucault อ้างถึงใน รัตนา โตสกุล, 2548) อย่างไรก็ตามพฤติกรรมการแสดงออกตัวตนในพื้นที่ร้านโกปี รวมถึงลักษณะของการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของผู้คนผ่านวัฒนธรรมการรับประทานโกปี สามารถที่จะนำไปช่วยกระตุ้นการสร้างความเข้มแข็งของประชาคมคนเมืองตรัง เพื่อพัฒนาและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในเมืองตรังต่อไปได้ในอนาคต

อย่างไรก็ตามร้านโกปีเมืองตรังยังเป็นพื้นที่ของการสร้างฐานอำนาจทางสังคมของคนเมืองตรัง โดยเฉพาะชาวไทยเชื้อสายจีนที่ได้เข้ามาตั้งรกรากในบริเวณพื้นที่ตำบลทับเที่ยงก่อนคนท้องถิ่นซึ่งเข้ามาภายหลังการย้ายตัวเมืองตรังจากตำบลกันตัง ร้านโกปีเมืองตรังมีความสำคัญในการสื่อสารของกลุ่มคนแม้ในระยะแรกจะกระจายตัวเฉพาะกลุ่มชาวไทยเชื้อสายจีน ซึ่งใช้พื้นที่แห่งนี้ในการติดประกาศเพื่อเป็นพื้นที่ในการสื่อสาร คนในสังคมได้ออกแบบสัญลักษณ์เพื่อการสื่อสารร่วมกัน จนได้ป้ายประกาศงานศพเพื่อแจ้งข่าวแก่พวกพ้องของตนให้รับทราบและเข้าร่วมพิธีศพตามวันเวลาที่ปรากฏ เป็นการแสดงออกถึงตัวตนในสังคมของชาวไทยเชื้อสายจีนในเมืองตรัง นอกจากนี้ยังเป็นการสื่อให้เห็นถึงเครือข่ายของกลุ่มคนเหล่านั้นผ่านทางป้ายประกาศที่สื่อถึงลำดับญาติของผู้ตาย อีกทั้งเป็นการเชื้อเชิญผู้ที่รู้จักหรือมีส่วนร่วมในเครือข่ายเหล่านั้นเข้าไปร่วมงานได้ เมื่อกลับมามองยังพื้นที่ที่ได้ทำการติดประกาศกลายเป็นพื้นที่สาธารณะ ผู้ที่ได้รับการแจ้งข่าวจะรับรู้ข่าวผ่านทางป้ายประกาศ

ที่ติดอยู่ภายในพื้นที่ร้านโกบี เนื่องจากเป็นร้านที่ผู้คนส่วนใหญ่ต้องเดินทางเข้าไปบริโภคอาหารแทบทุกวัน จึงทำให้สามารถพบป้ายเหล่านี้ได้ง่ายกว่า วัด หรือพื้นที่ติดประกาศของเทศบาล ข้อมูลที่ปรากฏนี้ทำให้เห็นว่าร้านโกบีเมืองตรังจึงเป็นพื้นที่ในการต่อรองอำนาจของคนชุมชน โดยผลการศึกษาสอดคล้องกับทฤษฎีเครือข่ายทางสังคมของ Richard Emerson (1983) ที่กล่าวว่าบุคคลจะทำตามหน้าที่ที่เป็นความคาดหวังของภายใต้เครือข่ายทางสังคมของตน แต่ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นจะอยู่กับลักษณะการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นเชิงวัตถุหรือจิตใจ อย่างไรก็ตามเครือข่ายทางสังคมช่วยในการสนับสนุนการต่อรองและการสร้างอำนาจของกลุ่มภายใต้บริบททางสังคม

ในที่นี้ร้านโกบีเป็นพื้นที่ที่คนในเมืองตรังสร้างอำนาจ กระตุ้นการสร้างความสัมพันธ์ การสร้างเครือข่ายทางสังคมเพื่อช่วยสนับสนุนการดำเนินชีวิตในสังคม อำนาจจึงไม่ได้เป็นเพียงการกำหนด จำกัดสิทธิ แต่ยังรวมไปจนถึงการสร้างตัวตน หรือกลุ่มทางสังคมในการสร้างสรรค์ หรือสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินชีวิต ผ่านการร่วมมือกันในการแก้ปัญหาภายในสังคม (เชษฐา พวงหัตถ์, 2548) เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม เป็นสมาชิกของสังคม ต้องการการผูกพันและยอมรับผ่านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น โดยการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน อาจจะมีการกระชับความสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมทางสังคม โดยเลือกใช้กิจกรรมที่สมาชิกในกลุ่มมีความชื่นชอบเหมือนหรือใกล้เคียงกัน ซึ่งจะช่วยในการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันของกลุ่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิขรา ศิริสาร (2556) นอกเหนือจากการต้องการยอมรับแล้ว การเข้ากลุ่มของคนในสังคมยังเป็นการช่วยเสริมสร้างกำลังของกลุ่มในการดำเนินตามความต้องการให้บรรลุวัตถุประสงค์ถือเป็นพื้นที่ของการสร้างอำนาจ สร้างเครือข่ายทางสังคม สร้างพลังและแสดงออกถึงการมีตัวตนในสังคม เป็นอำนาจที่สะท้อนออกมาผ่านพฤติกรรมของสมาชิกในสังคม รวมถึงความคิดเห็นของคนในชุมชนในการต่อรองทั้งทางการสร้างและแสดงออกถึงตัวตนทางสังคม การต่อรองในระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมือง และการสร้างอำนาจพลังชุมชนรวมถึงการสร้างเครือข่ายทางสังคมของคนในชุมชน

ร้านโกบีเมืองตรังจึงเป็นมากกว่าร้านเครื่องดื่ม ร้านอาหาร หรือพื้นที่พูดคุยทางสังคมของคนในชุมชน เพราะกิจกรรมในร้านโกบี ความสัมพันธ์ของผู้คน และบริบททางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในชุมชน แสดงให้เห็นการสร้างเครือข่ายของอำนาจภายในชุมชน เพื่อแสดงออกซึ่งตัวตน สร้างโอกาสในการต่อรองอำนาจในสังคม ในปัจจุบันร้านโกบีเมืองตรังถูกทำให้เป็นวาทกรรมของวัฒนธรรมอาหารของเมืองตรังจากกลุ่มผู้มีอำนาจ ผ่านสื่อต่างๆในการสื่อสารทางสังคมในวงกว้าง ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้คนเมืองตรังให้คุณค่าและความหมายของร้านโกบีเป็นพื้นที่ของการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางการเมือง พื้นที่แห่งการต่อรองอำนาจของคนเมืองตรังตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

สิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้วิจัยได้พบว่าโกบีถูกหลอมรวมให้กลายเป็นวัฒนธรรมของคนเมือง โดยสามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางสังคมสมัยใหม่ที่มีความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม และการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อเน้นประโยชน์ในการสำคัญและสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ รวมถึงการเน้นย้ำการให้ความหมายเชิงวัตถุนิยมของคนในสังคม จนทำให้คนในสังคมปัจจุบันซึ่งดำเนินชีวิตท่ามกลางวาทกรรมการพัฒนาเชิงวัตถุ มุ่งเน้นการพัฒนาตนเองให้โดดเด่นและสามารถอยู่รอดและอยู่เหนือคู่แข่งอื่นในสังคม จนลดความสำคัญของการเข้าสังคมเน้นความเป็นปัจเจกชนมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามสังคมเมืองตรังมีวิถีการดำเนินชีวิตในสังคมที่เน้นการยึดเหนี่ยวสายสัมพันธ์ระหว่างกันของคนในชุมชนผ่านการใช้โกบีเป็นสื่อกลางในการสื่อสารและสร้างสรรค์กิจกรรมทาง

สังคมของคนเมืองต้งนับตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะในยุคสมัยที่ไม่มีสังคมออนไลน์ที่เป็นหนึ่งในสื่อกลางการเข้าสังคมของคนในยุคโลกาภิวัตน์ ที่เน้นการส่งผ่านข่าวสารและข้อมูลต่างๆ ที่สะดวกรวดเร็ว ร้านโกปีจึงเปรียบเสมือนเครือข่ายสังคมท้องถิ่นที่ช่วยในการสื่อสาร ส่งผ่านและกระจายข้อมูลข่าวสารระหว่างกันของผู้คนในสังคมเมืองต้ง วัฒนธรรมการรับประทานโกปีเป็นสื่อกลางทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและมีความหมายต่อคนเมืองต้งในการดำเนินชีวิตอย่างแท้จริง อีกทั้งร้านโกปีถูกให้ความหมายในการเป็นพื้นที่ทางสังคมของคนเมืองต้งในการสนับสนุนและกระตุ้นการเกิดกิจกรรมทางสังคมของกลุ่มคนเพื่อทำการสนับสนุนและกระตุ้นการเกิดกิจกรรมทางสังคมของคนเมืองต้ง

วิถีการกินโกปีเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีบทบาทต่อการพัฒนา ซึ่งผู้วิจัยมองว่าสามารถนำมาต่อยอดเพื่อช่วยในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม และสามารถกระตุ้นให้เกิดความเข้มแข็งของประชาคมคนเมืองต้งต่อไปในอนาคต ร้านโกปีเมืองต้งเป็นพื้นที่ของการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมการรับประทานโกปีที่ได้รับการยอมรับทั่วไปในสังคมเมืองต้ง เป็นวัฒนธรรมสำคัญที่ช่วยในการสื่อสารและสร้างสายสัมพันธ์ของคนเมืองต้ง สร้างคุณค่าของวัฒนธรรมการกินโกปีให้เป็นสถาบันหน่วยหนึ่งในสังคมเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางด้านอาชีพ เพื่อสร้างโอกาสในการสนทนา สร้างเครือข่ายทางสังคมช่วยสนับสนุนการดำเนินชีวิต เป็นพื้นที่ของการกระจายข่าวสารข้อมูล สร้างโอกาสด้านพฤติกรรมแสดงออกทางความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมของคนเมืองต้ง

### วัฒนธรรมการรับประทานโกปีสื่อสัญลักษณ์ทางสังคมของคนเมือง

วิถีการรับประทานโกปีของคนเมืองต้งเป็นวิถีการกินในชีวิตประจำวันที่มีผู้คนในสังคมเข้ามาพบปะพูดคุยระหว่างกัน อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ในการรับรองแขกผู้มาเยือน มีการนำอาหารและเครื่องดื่มต่างๆ มาต้อนรับ โดยคนเมืองต้งใช้ร้านโกปีเป็นพื้นที่ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ภายในสังคม ในคุณค่าและความสำคัญโดยกำหนดภาพตัวแทนร้านโกปีให้เป็นพื้นที่เข้าร่วมกลุ่มทางสังคม พื้นที่ของเครือข่ายทางสังคมของคนเมืองอันเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคม เปรียบดังเวทีทางสังคมที่สะท้อนมุมมองด้านทัศนคติ ความคิด และเปิดกว้างให้ผู้คนสามารถที่จะออกมาแสดงตัวตนให้คนในสังคมได้ยอมรับ

แม้ภายนอกอาจจะเห็นเพียงพ่อค้า ผู้เกษียณอายุราชการ หรือราชการชั้นผู้น้อยที่ไม่มีสิทธิมีเสียงหรือมีตัวตนในสถาบันทางสังคมที่ในอาชีพหรือหน้าที่ของตน แต่สามารถเป็นพื้นที่ทำให้บุคคลธรรมดาในสังคมสามารถเป็นได้ทั้งผู้สื่อข่าวที่เสนอข่าวสารในสังคมให้ผู้คนได้รับฟัง หรือเป็นเกษตรกรที่เชี่ยวชาญในการเพาะพันธุ์ไม้ได้นำข้อมูลวิธีการที่ตนเองประสบความสำเร็จมาเสนอแนะซึ่งอาจจะเป็นงานอดิเรกหนึ่งในชีวิตจริง อาจเป็นผู้ชำนาญการด้านทำนายความฝันและการตีความตัวเลขแม้ชีวิตการทำงานนอกร้านโกปีจะเป็นพนักงานให้คำปรึกษาด้านกฎหมาย สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงตัวอย่างของบุคคลที่ได้ใช้พื้นที่ร้านโกปีในการสร้างตัวตนอื่นๆ ในสังคม เปิดเผยตัวตนแตกต่างกันไปตามลักษณะของทัศนคติ พฤติกรรม กิจกรรมของคนในกลุ่ม รวมถึงบริบทของร้านโกปีแต่ละร้านที่สนับสนุนกิจกรรมในการแสดงออกถึงตัวตน เหล่านั้นเช่นถ้าเจ้าของร้านนิยมชมชอบในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลหรือหวยใต้ดินก็จะสนับสนุนกิจกรรม รวมถึงพฤติกรรมของผู้คนที่มีความเชี่ยวชาญด้าน

การทำนายฝันหรือตีความตัวเลขมากกว่าร้านโกปี้ที่เจ้าของร้านชอบปลูกต้นไม้ ดอกไม้หายาก เป็นต้น สิ่งเหล่านี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภารีย์ เถาว์วงศ์ษา (2555) วัฒนธรรมที่สื่อออกมาเป็นผลที่ได้ รับมาจากความเชื่อ รวมถึงบริบทที่เกี่ยวข้องกับสังคมและวัฒนธรรม แม้จะเป็นกลุ่มคนเดียวกัน ก็ อาจจะมีความแตกต่างกันเนื่องจากสภาวะการณ์ และยุคสมัย และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้สัญลักษณ์ที่ลักษณะภายนอกเหมือนหรือคล้ายคลึงกัน แต่การแปลความหมายหรือการสื่อถึง ความหมายแตกต่างกันได้

อย่างไรก็ดีการรับประทานโกปี้จึงมิใช่เป็นเพียงวัฒนธรรมการกินของคนตรังเพียง เท่านั้น การกินโกปี้ยังเป็นตัวแทนของสัญลักษณ์ที่คนในสังคมมีการตกลงร่วมกันในการสื่อสารว่าการกิน โกปี้เป็นเสมือนการสร้างตัวตนทางสังคมของคนเมืองตรัง แม้ลักษณะของการกินโกปี้หรือเลือกเข้าไป รับประทานโกปี้ภายในร้านที่มีลักษณะแตกต่างกัน โดยสมาชิกในสังคมจะเลือกตามความชื่นชอบของ ตน หรือของกลุ่มเครือข่ายของตนก็ตาม แต่การกินโกปี้ยังเปรียบได้กับพื้นที่ทางจิตกรรมของคนใน สังคม ร้านโกปี้สามารถเป็นได้ทั้งบ้านหลังที่สอง แหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ห้องนั่งเล่น ร้านอาหาร พื้นที่ แห่งความหวังของผู้คนในสังคม ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของคนแต่ละกลุ่มที่เข้าไปสร้างปฏิสัมพันธ์ภายใน ร้านโดยให้คุณค่าและความหมายต่อร้านโกปี้ในมุมมองของตนอย่างไร ที่มองว่าทุกอย่างสามารถใช้สื่อ ความหมายได้ทั้งหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระบบความคิดที่สื่อถึงสิ่งต่างๆ ให้เป็นสิ่งที่แสดงออกถึง ความหมายไม่ว่าจะเป็นสิ่งใดก็ตามเมื่อผ่านกระบวนการทางจิตของคนในสังคม ที่ได้มีการตัดสินใจใช้ เกณฑ์ในการกำหนดการแสดงความหมายร่วมกันเพื่อนำมาใช้เพื่อการสื่อสารทางวัฒนธรรมร่วมกันใน สังคม (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2555) การกินโกปี้ของเมืองตรังจึงเป็นมากกว่าการกินตามวิธีการ ดำเนินชีวิต แต่การกินโกปี้ยังเป็นการแสดงตัวตนผ่านเวทีทางสังคม เป็นการสื่อสารที่ช่วยในการสร้าง โลกทางสังคมที่ผู้คนสามารถแสดงตัวตนและบทบาทที่สองนอกเหนือจากสถานภาพภายใต้โครงสร้าง ทางสังคมและการประกอบอาชีพ สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการกินโกปี้ที่มีการใช้พื้นที่ ร้านโกปี้เป็นสื่อกลางในแสดงออกตัวตนเพื่อสร้างการยอมรับจากสังคม

คนเมืองตรังใช้พื้นที่ร้านโกปี้ในการสื่อสารระหว่างกันทั้งทางตรงและทางอ้อม การ สื่อสารทางตรงเป็นการสื่อสารโดยใช้วจนภาษาในการพูดคุย พบปะสังสรรค์ภายในพื้นที่ร้านโกปี้ และ การสื่อสารทางอวจนภาษา หรือการใช้สิ่งต่างๆ รอบตัวในการสื่อสาร ทั้งกิริยาท่าทาง สีหน้าแววตา ป้ายประกาศต่างๆ รวมถึงสิ่งต่างๆรอบตัวซึ่งคนเมืองตรังกำหนดความหมาย และรับรู้ร่วมกันผ่าน สัญลักษณ์เพื่อใช้ในการสื่อสารในสังคม สอดคล้องกับทฤษฎีสัญญาวิทยา Saussure (1959) ที่มองว่าทุก อย่างที่อยู่รอบตัวสามารถใช้สื่อความหมายได้ทั้งหมดแม้แต่วตัวของมนุษย์เอง คนเมืองตรังได้ใช้การ สื่อสารเหล่านี้ในการสร้างสายสัมพันธ์ของคนในสังคม ร้านโกปี้จึงเป็นนอกเหนือจากร้านอาหารที่โดด เด่นด้านวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น แต่ยังมีมีความสำคัญในการเป็นพื้นที่สนับสนุนการสื่อสารทาง วัฒนธรรมของคนเมืองตรัง ทั้งศาสนา ความเชื่อของชาวไทยเชื้อสายจีน วัฒนธรรมงานศพ เป็นต้น แม้ลักษณะการสื่อสารบางประการจะถูกลดความสำคัญลงไปจากสื่อสมัยใหม่ที่เข้ามาในสังคมของคน เมืองตรัง อย่างไรก็ตามร้านโกปี้ก็ไม่เคยถูกกลืนเลือนในฐานะพื้นที่ของการสื่อสารที่สำคัญของคนเมืองตรัง

วิธีการกินโกปี้ของคนเมืองตรังจึงมิได้เป็นเพียงวัฒนธรรมที่ถูกคัดเลือกจากคนใน ชุมชนแล้วว่าเป็นสิ่งที่เหมาะสมในการดำเนินชีวิต และดีงามควรแก่การส่งผ่านยังผู้สืบสันตารของตน เท่านั้น แต่วิธีการกินโกปี้ยังเปรียบได้กับสื่อกลางทางสังคมที่ช่วยในการแสดงออกตัวตนทั้งความคิด

การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของสมาชิก ทั้งเพื่อการสร้างเครือข่ายทางสังคมของคนในชุมชน และแก้ปัญหาต่างๆในสังคม แต่ยังคงแฝงไปด้วยการแสดงออกตัวตนทั้งเพื่อการต่อรองอำนาจ และแสดงออกถึงบทบาททางสังคม ที่ตนเองอาจไม่สามารถทำการเปิดเผยได้ในสภาวะทั่วไป อย่างไรก็ตามก็ถือว่าโกปีถือเป็นพื้นที่ที่ช่วยในการสนับสนุนให้สายสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนในสังคมสามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางการขยายตัวของเมือง และสภาพสังคมปัจจุบันที่คนในสังคมเริ่มมีความเป็นปัจเจกบุคคลมากยิ่งขึ้น กล่าวได้ว่านี่อาจเป็นหนึ่งในเหตุผลที่ทำให้ร้านโกปีมีความสำคัญต่อคนในสังคม และวิถีการกินโกปีของคนเมืองตรังไม่เคยเลือนหายไป ยังคงปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัยและความต้องการของคนในสังคมต่อไปในอนาคต ควบคู่ไปกับตัวตนของคนในสังคมที่มีการปรับเปลี่ยนไปเช่นเดียวกันในกระแสสังคม วิถีการกินโกปีจึงเป็นทั้งวัฒนธรรมที่คนในสังคมเมืองตรังยอมรับ ทั้งแง่ของคุณค่าทางจิตใจอันสะท้อนวัฒนธรรมของการรักพวกพ้อง การรักการเข้าสังคมของคนเมืองตรัง และยังเป็นรูปแบบหนึ่งของการแสดงตัวตนทางสังคมของคนเมืองตรังที่ยังคงมีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

แม้วิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรังจะได้อิทธิพลจากวัฒนธรรมอาหารของชาวจีนอพยพ แต่เมื่อมีการสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มคนต่างวัฒนธรรมพบว่าการรับวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นมาปรับใช้ในวัฒนธรรมการรับประทานโกปีอันแสดงออกผ่านพื้นที่ร้านโกปีที่ได้รับคามนิยามมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการเพิ่มจำนวนของร้านโกปีขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ร้านโกปีแต่ละร้านพยายามสร้างความแตกต่าง ให้กับตนเอง ผ่านทางบริบทแวดล้อม อาหารเครื่องดื่มและการบริการพยายามที่สร้างสรรค์ความแปลกใหม่เพื่อให้โดดเด่นจากคู่แข่ง เป็นตัวเลือกในการดึงดูดผู้คน นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมการรับประทานโกปียังเกิดจากเงื่อนไขการเข้ามาของกระแสความทันสมัย ทำให้รูปแบบของอาหารและเครื่องดื่มภายในร้านโกปีถูกเพิ่มเติมให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้น สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมตะวันตกที่เข้ามาพร้อมกระแสความทันสมัยในสังคม ซึ่งเข้ามามีบทบาทต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ละน้อยจนผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดการผสมผสานทางวัฒนธรรมในยุคปัจจุบันที่มีการสื่อสารและการรับวัฒนธรรมต่างถิ่นได้อย่างรวดเร็ว (ศิริรัตน์ แอดสกุล, 2557) สะท้อนให้เห็นการปรับตัวของคนในสังคมต่อข้อมูล ข่าวสาร อีกทั้งความสะดวกในการเดินทางไปมาระหว่างผู้คนที่มีวัฒนธรรมที่ต่างกักัน ติดต่อสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์โดยมีข้อมูลอันเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กับวิถีการดำเนินชีวิตของคน สอดแทรกท่ามกลางความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น กล่าวได้ว่าเมื่อถึงจุดหนึ่งวัฒนธรรมของท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมเฉพาะของกลุ่มคนคล้ายคลึงกันจนไม่สามารถแบ่งแยกความแตกต่างได้อย่างชัดเจน

ทุกอย่างที่ร้านโกปีมีเหมือนกันคือเป็นพื้นที่ในการสร้างสายสัมพันธ์ของคนเมืองตรังผ่านการสื่อสารในลักษณะต่างๆ สิ่งเหล่านี้ตอกย้ำความสำคัญของร้านโกปีต่อผู้คนในสังคมทำให้ร้านโกปีจังหวัดตรังไม่เคยสูญหายไปจากจังหวัดตรัง นอกจากวัฒนธรรมอาหารภายในร้านโกปีที่โดดเด่นร้านโกปียังสะท้อนมุมมองวัฒนธรรมชุมชนของคนเมืองตรัง ทั้งวิถีชีวิต ความเชื่อ ลักษณะนิสัยของคนเมืองตรัง ร้านโกปีจึงเปรียบได้กับพื้นที่แห่งสายสัมพันธ์ของวัฒนธรรมชุมชน แม้เมืองตรังในปัจจุบันจะขยายเป็นชุมชนเมืองขนาดใหญ่อย่างต่อเนื่อง แต่ร้านโกปีซึ่งเป็นพื้นที่เล็กๆกลับสร้างพลังอันยิ่งใหญ่ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนแม้จะมีการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต การประกอบอาชีพให้เข้ากับยุคสมัย แต่ยังคงดำรงไว้ซึ่งพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่ช่วยในการเชื่อมโยงสายสัมพันธ์ของคนในชุมชน ท่ามกลาง

กระแสความทันสมัย สอดคล้องกับแนวคิดที่คณะกรรมการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของ Parsons (1951 อ้างถึงใน พัทธินทร์ สิริสุนทร 2556)

อีกทั้งมองว่าวัฒนธรรมช่วยเชื่อมโยงผู้คนในสังคมเข้าด้วยกัน สร้างทัศนคติและหล่อหลอมบุคลิกภาพและลักษณะนิสัยบางประการของคนในสังคมให้คล้ายคลึงกัน กล่าวได้ว่าร้านโกบีเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร และสืบทอดสายสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมของคนในสังคมเมืองตรังให้ดำรงอยู่ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง โดยผลการศึกษาสอดคล้องกับทฤษฎีความทันสมัยของ คีร์รีตัน แอดสกูล (2557) ที่มองว่าถึงแม้วัฒนธรรมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามยุคสมัย โดยมีเวลาและกระแสสังคมทั้งภายในและภายนอกส่งอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมของชุมชน แต่จะส่งผลมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความเข้มแข็งของวัฒนธรรมชุมชน เพราะแม้กระแสความทันสมัยจะเข้ามาช่วยในการติดต่อสื่อสาร และการรับข้อมูลความรู้อันส่งผลให้คนในสังคม มีการปรับพฤติกรรมที่เริ่มเป็นเอกเทศ ไม่สนใจหรือยึดติดกับสังคมนอกรอบข้าง (อรศรี งามวิทยาพงศ์, 2549) แต่หากสายสัมพันธ์และวัฒนธรรมชุมชนมีความเข้มแข็งนอกจากจะช่วยหล่อหลอมบุคลิกภาพของคนเมืองตรังยังสามารถนำจุดแข็งนี้ไปต่อยอดการมีส่วนร่วมของคนเมืองตรังเพื่อพัฒนาสังคม แก้ปัญหา และร่วมค้นหาแนวทางในการป้องกันการเกิดปัญหาทางสังคมต่อไป

วิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรังถูกผูกติดกับการรับประทานโกบีจนไม่สามารถแยกออกจากกันได้ จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่นของคนเมืองตรังเป็นสิ่งที่กลุ่มคนในสังคมสืบทอดต่อกันมาโดยสะท้อนระบบคิด มีการให้รหัสบางอันเกี่ยวข้องกับอุดมการณ์ทางสังคมของคนในสังคม สังคมจากภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น ลักษณะการดำเนินชีวิตของคนในสังคม อันปรากฏผ่านการสื่อสารโดยใช้สัญลักษณ์ต่างๆ อาทิ สิ่งของ ประเพณี พิธีกรรม หรือกิจกรรมทางสังคมในลักษณะต่างๆ เพื่อช่วยให้ง่ายต่อการที่ได้รับการยอมรับ และสร้างคุณค่าบางประการแก่คนในสังคม จนเกิดการกระทำซ้ำอย่างต่อเนื่อง (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551) แม้ภายนอกจะเป็นการส่งต่อของวัฒนธรรมการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มภายในร้านโกบี ซึ่งเป็นธุรกิจประเภทหนึ่งของการค้าแบบเงินตราในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม แต่ก็ได้สะท้อนให้เห็นถึงระบบคิดอันเกี่ยวเนื่องกับการต่อรองตัวตนทางสังคมผ่านการใช้พื้นที่ร้านโกบีในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของคนในท้องถิ่นอันก่อให้เกิดการสร้างเครือข่ายทางสังคมภายในร้านโกบีเพื่อสนับสนุนและแก้ไขปัญหาในการดำเนินชีวิตในเมืองตรังจากระบบคิดอันเกิดจากภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ของชาวจีนโพ้นทะเลที่ได้มีการรวมตัวกันเพื่อสร้างกลุ่ม สมาคมต่างๆร่วมกันกับกลุ่มทางสังคมของตนเพื่อต่อรองตัวตนทางสังคมกับคนในสังคมเมืองตรัง การต่อสู้ต่อรองเพื่อให้มีอำนาจผ่านการรวมกลุ่มและการพูดคุย ทั้งจากเศรษฐกิจ การเมือง และการดำรงชีวิตในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดมายาคติของ Roland Barthes (1957) ที่มองว่าระบบคิดหรืออุดมการณ์ทางสังคมเหล่านั้น แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างหรือกรอบวิธีคิดทางสังคมของคนในสังคมนั้นๆผ่านระบบของการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม ซึ่งในที่นี้ชาวจีนโพ้นทะเลที่ได้เดินทางข้ามน้ำข้ามทะเลมาเพื่อตั้งถิ่นฐานในดินแดนใหม่ การรวมกลุ่มกันเพื่อต่อสู้ต่อรองและสร้างความเข้มแข็ง ถือได้ว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการสร้างโอกาสและสร้างเครือข่ายทางสังคม เพื่อสนับสนุนและแก้ปัญหาต่างๆที่ส่งผลกระทบต่อกรดำเนินชีวิต ผู้วิจัยมองว่าสัญลักษณ์ที่ปรากฏออกมาในรูปแบบต่างๆ ภายในพื้นที่ร้านโกบีช่วยในการสะท้อนแนวคิดและทัศนคติของผู้คนในสังคมในการเข้าสังคมและสร้างเครือข่ายในการดำเนินชีวิต อีกทั้งสร้างโอกาสใน



การติดต่อสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารรวมถึงสร้างสรรค์กิจกรรมทางสังคมอันช่วยในการสนับสนุนความเข้มแข็งของสายสัมพันธ์ภายในท้องถิ่นของคนเมืองตรัง

สิ่งเหล่านี้ทำให้วัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังมีความหมายต่อการดำรงชีวิตของคนเมืองตรังเป็นส่วนหนึ่งของวิถีคนเมืองตรังที่แสดงออกผ่านวิถีการดำเนินชีวิตที่ได้รับ การสืบทอดและส่งต่อกันภายในสังคม โดยซ่อนเร้นตัวตน ลักษณะนิสัย และระบบคิดในการให้ความหมายของคนในสังคมเมืองตรัง สะท้อนรูปแบบโครงสร้างทางสังคมของคนเมืองตรังออกมา ถือได้ว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาพัฒนาในการสร้างโอกาสของการมีส่วนร่วมของคนเมืองตรังต่อการพัฒนาและแก้ไขปัญหาทางสังคมต่อไปในอนาคต จึงไม่น่าแปลกใจเลยว่าเพราะเหตุใดแม้มีการเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคมที่เข้ามาส่งอิทธิพลต่อวิถีชีวิตในการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังจนทำให้วัฒนธรรมบางประการถูกปรับเปลี่ยนไปให้เข้ากับยุคสมัย แต่การรับประทานโกปีของคนเมืองตรังยังมีความสำคัญ ได้รับความนิยมและถูกส่งต่อให้ดำรงอยู่ต่อไปในสังคมเมืองตรังจนถึงปัจจุบัน จากการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับบริบททางสังคมของคนเมืองตรังอย่างต่อเนื่องนี้สามารถเพิ่มโอกาสของการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมการรับประทานโกปีของคนเมืองตรังต่อไปในอนาคต

### ร้านโกปีพื้นที่สื่อกลางการประสานสังคม

ร้านโกปีเป็นพื้นที่แห่งการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมชาวจีนโพ้นทะเลที่ได้เข้ามาอพยพตั้งรกรากในเมืองตรัง โดยนำวัฒนธรรมการกินของตนเข้ามาเผยแพร่เริ่มแรกนั้นวัฒนธรรมการกินโกปีเป็นที่นิยมของคนเดินทางและผู้ที่ทำการค้าแวะพัก แต่เมื่อคนจีนได้เข้ามาตั้งรกรากในตัวเมืองทับเที่ยงมากขึ้น ทำให้พื้นที่ร้านโกปีกลายเป็นแหล่งนัดพบ ส่งข่าว ทำการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน ทั้งรูปแบบของการสร้างเครือข่ายองค์กรทางสังคมของคนในชุมชนที่ใช้ในการดำรงชีวิต การต่อรองทางสังคม อาทิ การรวมกลุ่มเพื่อร่วมมือกันต่อต้านการทำงานขององค์กรของภาครัฐหรือเอกชน หรือกิจกรรมการรวมกลุ่มเพื่อรณรงค์กิจกรรมทางสังคมแก่คนในพื้นที่ ในที่นี้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัยของศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (2555) ที่พบว่าความสัมพันธ์ของคนในชุมชนผ่านโกปีของชุมชนควนโดน จังหวัดสตูล คนในชุมชนมีการรวมตัวกันสร้างกิจกรรมทางสังคมเพื่อช่วยสนับสนุนโกปีให้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมครัวเรือน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงไปของวัฒนธรรมชุมชน แต่โกปียังคงเป็นสายสัมพันธ์ที่ผูกร้อยคนในชุมชนไว้ด้วยกันผ่านการร่วมมือกันในการสร้างรายได้แก่คนในชุมชน ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้มองประเด็นมิติทางวัฒนธรรมสู่การสร้างโอกาสทางการค้า แสดงให้เห็นข้อมูลที่ช่วยในการสนับสนุนคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ของโกปีซึ่งเป็นวัฒนธรรมของชาวจีน ที่มีการส่งผ่านคุณค่าหรือนิยมบางประการต่อทัศนคติของคนในสังคม อันส่งผลต่อการให้ร้านโกปีเป็นพื้นที่ทางสังคมของการสร้างอำนาจในการต่อรองท่ามกลางกระแสเศรษฐกิจในสังคมเพื่อการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนจากการเปลี่ยนผ่านของช่วงเวลาอันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคม

ร้านโกปีเป็นอีกพื้นที่หนึ่งของการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรังที่ถูกส่งผ่านจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ถึงแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงของช่วงเวลา และรูปแบบบางประการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบันของสังคม แต่วัฒนธรรมการกินโกปีของคนตรัง ยังคงเป็นพื้นที่ของการสื่อสารให้ข้อมูล สร้างสายสัมพันธ์ระหว่างกันของญาติพี่น้อง เพื่อน และคนในชุมชน เห็นได้จากยังมีกร

เข้าถึงร้านโกปี้เพื่อทำการพูดคุยให้ข้อมูลระหว่างกัน บางครั้งเจ้าของร้านยังเป็นสื่อกลางของการแจ้งข่าวสารเหล่านั้น ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น แนะนำให้ลูกค้าแต่ละคนรู้จักกัน เขียนข่าวต่างๆ ประกาศบนกระดานภายในร้าน เมื่อมีคนผ่านไปมาก็สามารถรับข่าวสารเหล่านั้นได้ ไม่ว่าจะสร้างความสัมพันธ์โดยตรงหรือทางอ้อม ตรงกับงานวิจัยของ อุทิศ สังขรัตน์ (2557) กล่าวว่าธรรมชาติของมนุษย์ที่อยู่ร่วมกันในสังคม ย่อมต้องมีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เป็นไปในกิจกรรมหลายๆ รูปแบบ แม้อยู่ท่ามกลางความแตกต่างของวัฒนธรรมภายในสังคม ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นในการสร้างปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคมเพื่อนำไปสู่การสร้างเข้มแข็งเพื่อพัฒนาชุมชนร่วมกันต่อไป

การสร้างปฏิสัมพันธ์โดยใช้พื้นที่ร้านโกปี้เป็นสื่อกลางทางการส่งผ่านข้อมูลของสมาชิกในสังคม ทั้งข้อมูลอันเกี่ยวเนื่องกับการดำรงชีวิตประจำวัน ข้อมูลอันสนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าคนเมืองตรังสามารถนำจุดแข็งของร้านโกปี้ในมุมมองของพื้นที่ในการสื่อสารของสมาชิกในสังคม มาปรับใช้กับการพัฒนาความเข้มแข็งของประชาคมท้องถิ่นควบคู่ไปกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของภาครัฐ จะทำให้คนในสังคมสามารถมีความสัมพันธ์อันดีผ่านการพัฒนาและแก้ไขปัญหาร่วมกัน เป็นการสร้างโอกาสการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของตน ทั้งยังแฝงการสร้างจิตสำนึกรักชุมชนให้แก่คนรุ่นใหม่ในสังคม เพื่อสร้างความเข้มแข็งของสายสัมพันธ์ท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืนต่อไป

อย่างไรก็ดีร้านโกปี้ในสังคมเมืองตรังมีประวัติศาสตร์ บริบททางสังคมและวัฒนธรรม ทั้งไทยและจีนที่หล่อหลอมบุคลิกภาพ ลักษณะนิสัยของคนตรังจากอดีตทำการต่อสู้กับความยากจนจากภาวะเศรษฐกิจ หรือภาวะสงครามซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจในการอพยพย้ายถิ่น รวมถึงการต่อสู้ต่อรองตัวตนทางสังคมเพื่อดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมที่แสดงออกถึงตัวตน เพื่อต่อสู้ต่อรองกับกลุ่มวัฒนธรรมอื่นภายในสังคมให้คงไว้ซึ่งวัฒนธรรมดั้งเดิมของชนชาติตน (สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์ ดิลก วุฒิพาณิชย์ และประสิทธิ์ ชินการณ, 2544) เมื่อรวมกับนิสัยคนตรังดั้งเดิมซึ่งมีวัฒนธรรมในระบบการพึ่งพาซึ่งกันและกัน สร้างปฏิสัมพันธ์กับคนต่างชุมชนผ่านการเดินทางไปมาหาสู่กันในลักษณะของชุมชนเครือข่าย (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพรพิไล เลิถวิษา, 2541) ทั้งเพื่อการแลกเปลี่ยนพืชผลจากการเกษตรและทำการค้าระหว่างกัน ส่งผลต่อการรับและส่งต่อวัฒนธรรมจากภายนอกตั้งแต่อดีตสามารถเปิดรับข่าวสารและสร้างปฏิสัมพันธ์จากภายนอกและภายในชุมชน เนื่องจากนิสัยที่ไม่เกรงกลัวต่อสิ่งใด (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา พรพิไล เลิถวิษา, 2541 และณัฐพงศ์, 2550) รวมทั้งการรักพวกพ้องยอมรับคนที่เก่ง ตรงไปตรงมา ซึ่งเป็นอุปนิสัยส่วนหนึ่งในการสนับสนุนโอกาสของการสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อบุคคลภายนอก (สุธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์, 2544) ที่ได้เข้ามาติดต่อสื่อสาร รวมถึงอพยพเข้ามาตั้งรกรากในจังหวัดตรังซึ่งหล่อหลอมจนกลายเป็นลักษณะนิสัยในการเข้าสังคมของคนเมืองอันแสดงออกมาผ่านการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรังซึ่งปรากฏออกมาในพื้นที่ร้านโกปี้ พื้นที่ในการสนับสนุนการสื่อสารสร้างปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มคนเมืองตรัง วัฒนธรรมการรับประทานโกปี้เป็นหนึ่งในวัฒนธรรมของชาวเงินอพยพที่ได้รับการยอมรับจึงได้รับการกระทำอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน อาจเป็นไปได้ว่าการรับประทานโกปี้ซึ่งตอบสนองต่อลักษณะนิสัยและการแสดงออกภายในสังคมของคนจีน มีความสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินชีวิตของคนไทยท้องถิ่นในพื้นที่ เปิดโอกาสให้วัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ได้รับการยอมรับจากคนเมืองตรัง ได้รับการตอบรับจากกลุ่มคนที่หลากหลายอีกทั้งมีการรับเอาวัฒนธรรมการรับประทานของคนท้องถิ่นบางประการมาประยุกต์เพื่อให้เข้ากับบริบททาง

สังคมและวัฒนธรรมจนทำให้วัฒนธรรมการรับประทานโกปี้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองตรังในที่สุด

นอกจากนี้คนตรังมีนิสัยที่ไม่เกรงกลัวต่อสิ่งใด กล้าพูดกล้าทำในสิ่งที่ตนเองสนใจและคิดว่าถูกต้อง ทำให้สังคมเมืองตรังมีการเปิดกว้างด้านการสื่อสารและการแสดงความคิดเห็นในวงกว้าง ทำให้พื้นที่ร้านโกปี้ในเมืองตรังมีบทบาทที่สำคัญในฐานะพื้นที่สนับสนุนการสื่อสารของคนในท้องถิ่นมีความสำคัญทั้งต่อการดำเนินชีวิตในการพัฒนาและแก้ปัญหาต่างๆภายในสังคมเมืองตรัง อีกทั้งสนับสนุนการขัดเกลาทางสังคมอันช่วยในการหล่อหลอมอุปนิสัยของคนตรังรุ่นใหม่ให้รักษาการสร้างสายสัมพันธ์และเครือข่ายทางสังคมผ่านการรับประทานโกปี้ของกลุ่มคนทุกช่วงวัยอันเป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่ถูกสืบทอดและส่งต่อในสังคมคนตรังมาช้านาน การรับประทานโกปี้ของคนเมืองตรังช่วยในการสนับสนุนการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ร้านโกปี้ซึ่งเป็นพื้นที่ทางสังคมและพื้นที่ของการส่งผ่านวัฒนธรรมของคนเมืองตรังมาช้านาน

นอกจากนี้ภายในพื้นที่ร้านโกปี้ยังมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางการเมือง ซึ่งไม่เพียงแต่ใช้พื้นที่ร้านโกปี้เป็นแหล่งในการวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมือง เป็นพื้นที่ที่ช่วยในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสนับสนุนทางการเมืองไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมการแนะนำตัวผู้สมัคร เป็นพื้นที่ที่ช่วยในการอธิบายปราศรัยย่อยของพรรคการเมืองต่างๆ หรือเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารของการเลือกตั้งมีทั้งการปิดใบประกาศแนะนำตัวผู้สมัคร การเข้ามาแจกใบปลิวของผู้สมัคร จากข้อมูลของพนักงานประจำร้านโกปี้ที่ได้เล่าถึงสถานการณ์ของร้านโกปี้เมื่อเข้าสู่ช่วงของการหาเสียงเลือกตั้ง ร้านโกปี้เป็นหนึ่งในพื้นที่ในการหาเสียงทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะจากตัวของผู้สมัครเอง พรรคการเมืองที่ผู้สมัครสังกัด รวมถึงห้วคณะของผู้สมัครคนนั้นๆก็ตาม นอกจากนี้ร้านโกปี้ยังเป็นพื้นที่ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของคนทุกระดับในเมืองตรัง ไม่ว่าจะเป็นคนในชุมชน ไปจนถึงกลุ่มของผู้มีอำนาจทางการเมือง โดยผลการวิจัยซึ่งเป็นข้อค้นพบผู้วิจัยได้นำประเด็นทางสังคมมาอภิปรายผล ดังนี้

การศึกษาเรื่องการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางการเมืองในพื้นที่ร้านโกปี้ พบว่าร้านโกปี้เป็นพื้นที่ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางการเมืองของคนในชุมชน เห็นได้จากการที่คนในชุมชนมีการสื่อสารระหว่างกันผ่านการใช้ภาษาท้องถิ่น ป้ายประกาศในเลือกตั้ง ทั้งของทางส่วนราชการในการสนับสนุนให้คนในพื้นที่ไปเลือกตั้ง ป้ายประกาศของผู้สมัครแต่ละพรรค ในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารอันเกี่ยวเนื่องกับการเมืองทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่น จากผลการวิจัยข้างต้นนี้ถือได้ว่าร้านโกปี้ในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง เป็นหนึ่งในพื้นที่ของการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมทางการเมืองของคนในชุมชน กล่าวได้ว่าร้านโกปี้เป็นสถานที่ที่มีการวิพากษ์วิจารณ์ และแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการเมืองสอดคล้องกับสภาพภายในพื้นที่ร้านโกปี้ที่ให้ความสำคัญกับบุคคลที่เข้ามารับประทานอาหารและเครื่องดื่มในร้านโกปี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อถึงช่วงฤดูกาลในการเลือกตั้ง มีกิจกรรมทางการเมืองในพื้นที่ร้านโกปี้อย่างสม่ำเสมอไม่ว่าจะเป็นการหาเสียงเลือกตั้ง การวิพากษ์วิจารณ์นโยบายทางการเมืองของพรรคหรือผู้สมัครแต่ละกลุ่ม หรือแม้แต่การสนับสนุนผู้สมัครที่ตนเองสนับสนุนของกลุ่มห้วคณะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริลักษณ์ หมั่นหอ (2556) ที่มองว่าพื้นที่ที่เป็นเวทีของการแสดงอำนาจในการต่อสู้ต่อรองทางสังคม เพราะคนในสังคมสามารถใช้พื้นที่ร้านโกปี้เป็นสื่อกลางในการวิพากษ์วิจารณ์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมืองของตน อีกทั้งสามารถเป็นเวทีที่จะทำให้ตนเองได้สร้างพื้นที่และอำนาจให้กับตนเอง โดยเกิดการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมในพื้นที่ร้าน

โกปีทำให้ร้านโกปีเป็นเสมือนกระบอกเสียงทางการเมืองต่อผู้ที่ไม่ใช้อำนาจทางการเมืองการปกครองของคนในชุมชน ทำให้เปลี่ยนความหมายของพื้นที่ร้านโกปีที่เป็นแหล่งค้าขาย แหล่งวัฒนธรรมการกินและการดำรงชีวิตของคนในชุมชน ให้เป็นพื้นที่การต่อรองความหมายทางการเมืองของคนในชุมชนโดยเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสถานการณ์ในร้านโกปี

อย่างไรก็ดีจากการศึกษาพบว่าการปฏิสัมพันธ์ทางการเมืองของกลุ่มคนในร้านโกปีนั้นจำเป็นจะต้องมีความเชื่อหรือความคิดที่เหมือนกันเสมอไป เนื่องจากหวัชระแนนหรือคนในชุมชนย่อมมีตัวเลือกที่ตรงใจของแต่ละคน การที่จะมีสร้างปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่ร้านโกปีคนในชุมชนการมีความเห็นทางการเมืองที่ตรงกันจะทำให้บรรยากาศในการสร้างปฏิสัมพันธ์ไหลลื่นกระตุ้นการเข้าร่วมปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนที่มีความคิดเหมือนหรือใกล้เคียงกันมากกว่าขัดแย้งกัน ซึ่งประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์สุดา สุระสิทธิ์ (2553) ที่มองว่าการสร้างปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มในสังคมหากกลุ่มที่มีความเชื่อเหมือนกันก็จะมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ได้ง่ายกว่า แต่เมื่อถ้ากลุ่มได้ปฏิสัมพันธ์กันในส่วนที่เชื่อมโยงกันได้ก็จะทำให้เกิดความเข้าใจในส่วนที่เหมือนและแตกต่างกันซึ่งกันและกัน

พื้นที่ร้านโกปีเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ปรากฏกิจกรรมทางสังคมของกลุ่มคนในสังคม ซึ่งมีการเข้ามาพบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทักทาย และข้อมูลข่าวสารอันเอื้อประโยชน์ให้แก่กลุ่มคนในการดำเนินชีวิตทั้งมิติทางเศรษฐกิจและการค้า มิติทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่กลุ่มคนหลีกเลี่ยงไม่ได้ในการอยู่ร่วมกันในสังคม เมื่อมีการอยู่ร่วมกันของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทั้งแนวคิด การดำเนินชีวิตและภูมิหลัง ทำให้มีการนำวัฒนธรรมการรับประทานโกปีซึ่งเป็นสิ่งที่คนในสังคมเมื่อตรงยอมรับและให้ความหมายในเชิงคุณค่าร่วมกันมาเป็นตัวกลางในการสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์ จนในที่สุดโกปีจึงกลายเป็นตัวแทนของเครื่องมือในการสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์และประสานความแตกต่างของทั้งความคิด การดำเนินชีวิตและเงื่อนไขทางสังคมอื่นๆ ที่สร้างความแตกต่างและแบ่งแยกความเป็นเขาเป็นเราระหว่างกลุ่มคนในสังคม อันอาจก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำภายในสังคม กล่าวได้ว่าแม้ภายนอกวัฒนธรรมการรับประทานโกปีและพื้นที่ร้านโกปีจะเป็นเพียงแค่วัฒนธรรมในการดำเนินชีวิตหนึ่งของคนเมืองตรงที่ได้ถูกส่งผ่านและสืบทอดกันมาอย่างช้านาน แต่โกปีเป็นวัฒนธรรมในการช่วยเชื่อมประสานความแตกต่าง และหลากหลายของกลุ่มคนในสังคมเมืองตรงให้สามารถอยู่ร่วมกันในสังคมท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย และการเข้ามาของกระแสการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมการรับประทานโกปีในเชิงการค้าและการสร้างรายได้ให้แก่คนในสังคมเพียงอย่างเดียว

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะการวิจัยทางวิชาการ

ควรมีการทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการเน้นการจัดกิจกรรมทางสังคมท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมในปัจจุบันที่เน้นการใช้สื่อออนไลน์ต่างๆในการติดต่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ซึ่งลดความสำคัญของการพบปะสังสรรค์กันภายในสังคม การวิจัยเชิงปฏิบัติการนี้เน้นการนำวัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่งมีความหมายเชิงคุณค่าต่อคนในสังคมนำมาประยุกต์สร้างกิจกรรมของคนในชุมชนเพื่อสร้างโอกาสและกระตุ้นการใช้พื้นที่ร้านโกปี้เป็นสื่อกลางในการพัฒนาชุมชนของคนเมืองตรังโดยใช้วัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับในวิถีการดำเนินชีวิตกระตุ้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนผ่านการให้ความหมายเชิงคุณค่าของคนในท้องถิ่น

### ข้อเสนอแนะการวิจัยในการพัฒนาชุมชน

หน่วยงานในระดับนโยบาย ควรพิจารณาโยบายให้สอดคล้องการเปลี่ยนแปลงของสังคมเมือง โดยนำจุดแข็งของวัฒนธรรมการรับประทานโกปี้ที่เป็นพื้นที่ของการสื่อสารและการสร้างเครือข่ายทางสังคมมาออกแบบกิจกรรมทางสังคม หรือสนับสนุนให้เกิดความเข้มแข็งของประชาคมในท้องถิ่น นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น สามารถที่จะนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำไปต่อยอดการวิจัยวัฒนธรรมอาหารเพื่อรวบรวมข้อมูลอาหารพื้นถิ่นของเมืองตรัง

หน่วยงานส่งเสริมการพัฒนาในพื้นที่ ควรพิจารณาให้มีการพัฒนาบุคลากรอันเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังให้มีศักยภาพรองรับการเข้ามาของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด และพัฒนาบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้ในวัฒนธรรมของคนเมืองตรัง ซึ่งทั้งสองกลุ่มนี้จะช่วยเป็นสื่อกลางของการถ่ายทอดเสน่ห์ของวัฒนธรรมของคนเมืองตรังสู่สายตานักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจ และช่วยสนับสนุนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองตรัง

### ข้อเสนอแนะต่อชุมชน

ด้านการพัฒนาชุมชนและการบริหารจัดการของชุมชน สามารถนำข้อค้นพบเพื่อสร้างกิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการแก้ไขปัญหาของคนในชุมชน และพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนท่ามกลางการขยายตัวของชุมชนเมือง ผนวกกับคนรุ่นใหม่ที่มีมีการดำเนินชีวิตแบบเอกเทศมากขึ้น ซึ่งการจัดกิจกรรมเหล่านี้สามารถช่วยกระชับความสัมพันธ์ของคนในสังคมได้ดียิ่งขึ้น

ด้านการพัฒนาคุณภาพของกิจการ หากกระตุ้นให้กิจการร้านโกปี้มีการรักษาความสะอาด และสุขอนามัยของพนักงานภายในร้านโกปี้ เพื่อรักษาคุณภาพของเครื่องดื่มและอาหารในร้านโกปี้ ทั้งเพื่อรักษาโอกาสทางการค้าและการท่องเที่ยวของเมืองตรัง

### ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

สามารถนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อทำศึกษาต่อในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการกระตุ้นกิจกรรมทางสังคมในการสร้างความมีส่วนร่วมของคนในชุมชนผ่านโกปี้เมืองตรัง เพื่อมุ่งพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง และสามารถจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนความสามัคคีของคนในชุมชน

## บรรณานุกรม

- กระทรวงสาธารณสุข. (2557). *ยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัดและแนวทางการจัดเก็บข้อมูล กระทรวงสาธารณสุข ปีงบประมาณ พ.ศ. 2557*. กรุงเทพฯ: สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ธันวาคม, 2557). 12 เมืองต้องห้าม...พลาด: ตริ่งยุทธจักรความอร่อย. *อนุสาร อสท.*, ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 (ฉบับพิเศษ), 26.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). *ททท. แดงข่าวโครงการ “เมืองต้องห้าม...พลาด” จัดหลากหลายกิจกรรมความสุขในปีท่องเที่ยววิถีไทย ใน 3 จังหวัดภาคใต้ (ตรัง ชุมพร นครศรีธรรมราช) ตลอดเดือนกุมภาพันธ์และมีนาคมนี้. คั่นเมื่อ 14 มีนาคม 2558, จากข่าวสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เว็บไซต์: <http://www.tatnewsthai.org/>.*
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2551). *เศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2542). *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอดิชั่นเพรส โพรดักส์.
- เกียรติกร พันวา. (2557). รายงานการศึกษาอิสระเรื่อง *การศึกษารูปแบบวัฒนธรรมกาแฟในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบเมือง*. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- คำไพ ทาชาติ. (2552). *เรือนไทยพวน : การใช้ประโยชน์ในวิถีชีวิตของชาวอำเภอบ้านฝือ จังหวัดอุดรธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- จริยา วีระพันธ์เทพา. (2552). *ความกตัญญูทวดในวิถีชีวิตของชาวไทยพุทธในปัจจุบัน*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธศาสนาศึกษา ภาควิชาปรัชญา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- จุฬารณณ์ มาเสถียรวงศ์. (2552). สภาภาพของคนยาลอ: สภาภาพ วิถีคนใต้ ถุ พื้นที่สื่อสารและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ชีวิตและวัฒนธรรม. คั่นเมื่อ 4 มีนาคม 2559, จาก Mchula\_rj เว็บไซต์: <https://www.gotoknow.org/posts/270074>.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพรพีไล เลิศวิชา. (2541). *วัฒนธรรมหมู่บ้านไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และพูนศักดิ์ ชานิกรประดิษฐ์. (2540). *เศรษฐกิจหมู่บ้านภาคใต้ฝั่งตะวันออกในอดีต*. ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: กรุงเทพฯ.
- เนติฉาน สารวงษ์. (2551). *ภาพตัวแทนมายาคติของดาราในสื่อบันเทิงในสังคมหลังสมัยใหม่*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (บรรณาธิการ, 2548) *สังคมจีนในไทย: ประวัติศาสตร์เชิงวิเคราะห์ Chinese Society in Thailand : An Analytical History by G. William Skinner 1957.* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และสังคมศาสตร์.
- เชษฐา พวงหัตถ์. (2548). *โครงสร้าง-ผู้กระทำการ*. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2555). *สัญญาวิทยาโครงสร้างนิยม หลังโครงสร้างนิยมกับการศึกษารัฐศาสตร์.* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: วิชาษา.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2549). *วาทกรรมการพัฒนา : อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณะ และความเป็นอื่น.* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: วิชาษา.
- ณัฐพงศ์ จิตรนิรัตน์. (2550). *รหัสชุมชน พื้นที่ อัตลักษณ์ ภาพแทนความจริงและหลังสมัยใหม่.* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สงขลา: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ณัฐพงศ์ จิตรนิรัตน์. (2556). *รายงานวิจัยเรื่อง การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม ผ่านประวัติและประสบการณ์ชีวิตที่หลากหลายของผู้นำชุมชนในเขตชุมชนแออัด.* กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- ณรงค์ เส็งประชา. (2541). *มนุษย์กับสังคม.* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ณัฐกฤตา มงคล. (2554). *วิถีวัฒนธรรมของคนไทยเชื้อสายยองกับการส่งเสริมประชาธิปไตยในตำบลห้วยยาบ อำเภอบ้านธิ จังหวัดลำพูน.* การค้นคว้าแบบอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ณัฐวิภา สินสุวรรณ. (2553). *การวิเคราะห์ตัวบทและการถอดรหัสความหมายเชิงสัญลักษณ์ของโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคมไทย.* วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ตรังโซน. (2558). *แผนที่จังหวัดตรัง.* ค้นเมื่อ 28 กันยายน 2558, จาก: ตรังโซน ชุมชนคนตรังออนไลน์ เว็บไซต์: <http://www.trangzone.com/map.php>.
- ตรังโซน. (2558). *สัญลักษณ์ประจำจังหวัดตรัง.* ค้นเมื่อ 28 กันยายน 2558, จาก: ตรังโซน ชุมชนคนตรังออนไลน์ เว็บไซต์: <http://trangzone.com/province.php>.
- ทยากร แซ่เต้. (2551). *มายาคติทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในละครเกาหลีและการสร้างประโยชน์ทางธุรกิจ.* วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- ทรงยศ จิวัฒน์วงศ์. (2554). *การสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชามนุษย์ศาสตร์และสังคม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ทิพย์สุดา สุระสิทธิ์. (2553). *การดำรงอยู่และการปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนมุสลิม ภายใต้พหุสังคมเมืองสงขลา*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต. สาขาวิชามนุษย์ศาสตร์และสังคม. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- ธเนศ วงศ์ยานนาวา. (2557). การเดินทางของอาหาร. ใน หนังสือรวมบทความจากการสัมมนาวิชาการ เรื่องการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมบนเส้นทางการค้าทางทะเล วันที่ 8-9 พฤษภาคม 2557 ณ โรงแรมวินเซอร์สวิต (หน้า 217-242). กรุงเทพฯ: สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ.
- ธัญญา เทียนศิริกานนท์. (2550). *การรับรู้และแปลความเชิงสัญลักษณ์กับปัจจัยการเลือกของผู้ใช้สุดท้ายรถยนต์ (Supercar)*. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- นนทวรรณ แสนไพโร. (2554). *การเคลื่อนย้าย การตั้งถิ่นฐาน และการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตด้านเศรษฐกิจของชาวดาระงั้งในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- นนทิพัฒน์ ไชยโสภา. (2555). *คอสเพลย์และการสร้างอัตลักษณ์ภาพตัวแทนมายาคติผ่านสื่อศิลปะในสังคมร่วมสมัย*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2543). *ปากไก่และใบเรือ*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: แพรวสำนักพิมพ์.
- บุรีรัตน์ สามัตถิยะ. (2545). *ชุดรู้เรื่องเมืองไทย: ภาคใต้*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- ประทุม ชุ่มเพ็งพันธุ์. (2545). *ประวัติศาสตร์อารยธรรมภาคใต้ แหล่งประวัติศาสตร์และโบราณคดีที่สำคัญในประเทศ*. กรุงเทพฯ: ชมรมเด็ก.
- ประเวศ วะสี. (2541). *โครงการวิถึทรรศน์ ชุดโลกาภิวัตน์ ลำดับที่4: ไทยยุควัฒนธรรมทาส เรื่อง: วัฒนธรรมกับการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- บัณฑิตา มานิตย์. (2551). *การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตชุมชนและสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานตามโครงการสถานีสาธิตและถ่ายทอดการเกษตร ป่าไม้ สิ่งแวดล้อม อันเนื่องมาจากพระราชดำริ : กรณีบ้านแปกแซม ตำบลเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ปภัสรา ศิวะพิรุฬห์เทพ. (2548). *การถอดรหัสมายาคติ ของการข่มขืน : ศึกษาเปรียบเทียบผู้รับสารที่มีประสบการณ์ตรงกับผู้รับสารที่มีประสบการณ์ผ่านสื่อ*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ปรัชญา งามทวีรัตน์. (2553). *การสื่อสารความหมายผ่านตราสินค้าของร้านกาแฟแบล็คแคนยอน*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, กรุงเทพฯ.



### บรรณานุกรม (ต่อ)

- พรพล รมย์นุกูล สุกัญญา กล่อมจ่อหอ และวัฒนาภรณ์ โชครัตนชัย (2553) รายงานการวิจัยเรื่อง *การปรับปรุงและพัฒนาการแพ็โบราณ*. (2553) นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยราชภัฏ ราชสีมา.
- พรรณวิชา ใช้ไวยุทธ์. (2556). *เพลินวาน กับ การสะท้อนสัญญาในอดีตของนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงวัย*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ
- พัชรินทร์ สิริสุนทร. (2556). *แนวคิด ทฤษฎี เทคนิค และการประยุกต์เพื่อการพัฒนาสังคม*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สนอง ปัจโจปการี. (2553). *มนุษย์กับสังคม*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัทธา สายหู. (2540). *กลไกของสังคม*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิธวัสสิริ ธนศสกุลวัฒนา. (2552). *วัฒนธรรมกาแฟ ความหมายในสังคมบริโภคนิยมเวียดนาม*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- พีคุง PeeKung. (2558). *มรดกวัฒนธรรม ศาสนา พิธีกรรม ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น การกินอยู่*. ค้นเมื่อ 8 กันยายน 2558, จาก: <http://www.iamtrang.com/>.
- ภิญโญ ต้นพิทยคุปต์ สุดใจ จิโรจน์กุล บุญจิรา มากอ้น ธิดารัตน์ ศรีเมฆารัตน์ วิริณีย์ วัฒนะ และศักดิ์ยศ สังข์พันธ์. (2550). รายงานวิจัยเรื่อง *มีดพร้านาบ้อและวัวชนควนปริง กับ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดตรัง*. ตรัง: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ภูวดล ทรงประเสริฐ. (2546). โครงการวิจัยเรื่อง *ชาวจีนโพ้นทะเลในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ยุพินพรรณ ศิริวิธนนุกูล. (2541). *พฤติกรรมและแนวคิดทางสังคม*. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- เยาวลักษณ์ กล้ามาก. (2549). *การนำเสนอตัวตนของวัยรุ่นผ่านสัญญาของการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษา และการแนะแนว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- รัตนา โตสกุล. (2548). *มโนทัศน์เรื่องอำนาจ*. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- รพีพรรณ สุวรรณณัฐโชติ สุนันทา เชื้อชาติ เอมอร เจียรมาศ ศุภีมาน นฤมล วงศ์สุภาพ มาลี สบายยิ่ง และศิริรัตน์ ธานีรณานนท์. (2550). *มนุษย์กับสังคม*. สงขลา: ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- เลิศฤทธิ์ ใหม่ประเทศ. (2552). *การวิเคราะห์สัญญาของหมู่บ้านม้งคอยปุย เพื่อการออกแบบเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิทยาลัยภาษาจีนปักกิ่ง มหาวิทยาลัยครุหนานจิง และมหาวิทยาลัยครูอันฮุย, (2550). ความรู้ทั่วไปวัฒนธรรมประเทศจีน. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.
- วิรัตน์ ทะพิงค์แก. (2556). *มายาคติในภาพยนตร์โฆษณาผลิตภัณฑ์ความงามสำหรับวัยรุ่น*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- วิจิต นันทสุวรรณ จ่านงค์ แรกพินิจ. (2541). *โครงการวิถีทรรศน์ ชุดโลกาภิวัตน์ ลำดับที่ 4: ไทยยุควัฒนธรรมทาส เรื่อง: แนวพัฒนาสังคมชนบทใหม่ บนรากฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชน*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สุธิวรงค์ พงศ์ไพบูลย์. (2544). รายงานการวิจัยเรื่อง *โครงสร้างและพลวัตวัฒนธรรมภาคใต้กับการพัฒนา*. โครงการเมธีอาวุโสศาสตราจารย์สุธิวรงค์ พงศ์ไพบูลย์. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ศรินธร รัตน์เจริญจร. (2544). *ร้านกาแฟ ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม*. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศิขรา ศิริสาร. (กรกฎาคม-กันยายน, 2556). กระบวนการปฏิสัมพันธ์และการสร้างอัตลักษณ์ร่วมในแฟนเพจเฟซบุ๊ก: ศึกษากรณีแฟนเพจฮิปคิงดอม. วารสารวิทยบริการ, ปีที่ 24 (ฉบับที่ 3).
- ศิริรัตน์ แอดสกุล. (2557). *ความรู้เบื้องต้นสังคมวิทยา*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศักดิ์ชัย ไชยเนตร. (2555). *การสร้างพื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรมของเครือข่ายผู้รับฟังวิทยุชุมชน : กรณีศึกษาสถานีวิทยุชุมชน FM 107 MHz อำเภอมะนัง จังหวัดขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- ศุภิมา นฤมล วงศ์สุภาพ. (2547). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง *เมืองหาดใหญ่: คนจีนกับการสร้างเมืองการค้าในหัวเมืองภาคใต้*. สงขลา: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศุภย์มานุษยวิทยาสรีนธร. (2555). รายงานประจำปี 2555 เรื่อง *คมส. กับงานมานุษยวิทยาที่คน : โลกปี สายสัมพันธ์สีดำ*. กรุงเทพฯ: ศุภย์มานุษยวิทยาสรีนธร.
- สงบ ส่งเมือง. (2546) *เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านภาคใต้ในรอบห้าทศวรรษ*. สถาบันวิถีทรรศน์: กรุงเทพฯ.
- สมเกียรติ พวงใย. (2552). *วิถีชีวิตและการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมของนักมวยไทย*. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสารคาม, มหาสารคาม.
- สารสิน วีระผล. (2548). *จิมก๊องและกำไร: การค้าไทย-จีน 2195-2396*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และสังคมศาสตร์.
- สัญญา เผ่าพืชพันธุ์. (2552). *ดนตรีในวิถีชีวิตชาวอุรักลาโว้ย ตำบลเกาะลันตาใหญ่ อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่*. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ดนตรีชาติพันธุ์วิทยา) สาขาวิชาดนตรีชาติพันธุ์วิทยา ภาควิชาศิลปนิเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สัมภาษณ์ ไชยตะมาตย์. (2553). *กระบวนการสร้างพื้นที่ทางสังคมของผู้ถูกกล่าวหาว่าเป็นปอบ*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- สิทธิพงษ์ ทิปัญญา. (2549). *วิถีชีวิตและพฤติกรรมสุขภาพของชายชายบริการทางเพศในอำเภอเมืองเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการส่งเสริมสุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สิทธิพร พงษ์ทองดี. (2553). *การสร้างพื้นที่ทางสังคมของกลุ่มชายรักร่วมเพศภายใต้โครงการ Mplus ใส่ใจสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่*. ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สิริลักษณ์ หมั่นห่อ. (2556). *ผู้หญิงในสนามวู้วชน*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชามนุษย์ศาสตร์และสังคม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- สุทธิลักษณ์ สวรรยาวิสุทธิ. (2555). *การใช้สัญลักษณ์ในสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนัก*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- สุกัญญา บุรณเดชาชัย. (2549, มกราคม-เมษายน). *วิถีชีวิตและกระบวนการทำประมง กรณีศึกษาหมู่บ้านชาวประมงหาดวอนนภา ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี*. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, ปีที่ 14 (ฉบับที่20), 47-67.
- สุนทรี่ สังข์อุยทธ์. (2554). *ปกิณกวีวัฒนธรรม จังหวัดตรัง*. กรุงเทพฯ: สำนักหอจดหมายเหตุแห่งชาติ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม.
- สุนทร สุขสรานุจิต. (2551). *มายาคติและความรุนแรงของภาพแสดงแทน “ชาวเขา” ในแบบเรียนบทเพลง และภาพยนตร์*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สุรพงษ์ ยิ้มละมัย. (2550). *ชีวิตและอัตลักษณ์ของผู้หญิงชายบริการบริเวณชายแดนใต้*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาโทศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- สุรางค์ จันทวานิช. (2552). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่9). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภารีย์ เถาว์วงศ์ษา. (2555). *กรอบแนวคิดทางการออกแบบเครื่องประดับเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยผ่านการสื่อความหมายด้วยรูปสัญลักษณ์และความหมายสัญลักษณ์*. วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต สาขาศิลปะอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, กรุงเทพฯ.
- สุเปีย ทาปทา. (2552, มกราคม-มิถุนายน). *ไหว้ วิถีคิด วิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป*. *วัฒนธรรมสาร*, ปีที่4, (1), 1-30.
- สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. (2558). *จ.ตรัง เมืองต้องห้ามพลาต ยุทธจักรความอร่อยกับเทศกาลหมูย่าง และขนมเค้กเมืองตรัง ประจำปี 2558*. ค้นเมื่อ 8 กันยายน 2558, จาก: <http://nwnt.prd.go.th/centerweb/news/>.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานสถิติจังหวัดตรัง. (2557). *รายงานสถิติจังหวัดปี 57*. ค้นเมื่อ 28 กันยายน 2558, จาก <http://trang.nso.go.th/index.php>
- สำนักงานสถิติจังหวัดตรัง สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2558). *รายงานผลโครงการสำรวจครัวเรือนเกษตรผู้ปลูกยางพารา/ลูกจ้างกรีดยางพารา จังหวัดตรัง พ.ศ. 2558*. ตรัง: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักเทศบาลนครตรัง. (2557). *ข้อมูลพื้นฐาน: ประวัติความเป็นมาเทศบาลนครตรัง*. ค้นเมื่อ 18 กันยายน 2558, จาก: <http://www.trangcity.go.th/content/information>.
- หทัยรัตน์ ทองสกุล. (2555). *พื้นที่ร้านน้ำชา: พื้นที่ปฏิบัติการทางสังคมของชุมชน*. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชามนุษย์ศาสตร์และสังคม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- หนังสือเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเรื่อง “วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดตรัง”. (2544). กรุงเทพฯ: คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ มอบให้ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงศึกษาธิการ กรมศิลปากร เผยแพร่.
- เหล่าซือสุวรรณา. (2557). *บล็อกภาษาจีน วัฒนธรรมจีน ของเหล่าซือสุวรรณา: ตรัง ต้มข้าว หย่าฉ่า ร้านอร่อย ประวัติและวัฒนธรรมตรังที่เกี่ยวกับจีน*. ค้นเมื่อ 24 มกราคม 2559, จาก Ok Nation blog เว็บไซต์: <http://www.oknatio.net/blog/chineseclub/2014>.
- องอาจ นัยพัฒน์. (2554). *การออกแบบการวิจัย: วิธีการเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และผสมผสาน วิธีการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมรา พงศาพิชญ์. (2538). *วัฒนธรรม ศาสนา และชาติพันธุ์ : วิเคราะห์สังคมไทยแนวมานุษยวิทยา*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมรา ศรีสุชาติ. (2530, กรกฎาคม-สิงหาคม). *โบราณคดีฝั่งทะเลอันดามัน: ข้อมูลเก่า-ใหม่. ศิลปากร: นิตยสารของกรมศิลปากร กระทรวงศึกษาธิการ*. ปีที่ 31 (เล่มที่ 3)
- อรศรี งามวิทยาพงศ์. (2549). *กระบวนการเรียนรู้ในสังคมไทยและการเปลี่ยนแปลง : จากยุคชุมชน ถึงยุคพัฒนาความทันสมัย*. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยการจัดการทางสังคม.
- อวยพร ชิงามวิวัฒนะกุล. (2557). *การสร้างอัตลักษณ์หลวงปู่ทวดผ่าน “พื้นที่” วัดพะโคะ*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชามนุษย์ศาสตร์และสังคม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง และภาคเอกชน. (2539). *เอกสารการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง 2539*. ตรัง: ทันเวลา.
- อัจฉรา อาญาคำ. (2556). *รายงานการศึกษาอิสระเรื่อง ลักษณะของร้านกาแฟในสวน จังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- อัมพร จิรัฐติกร. (2557). ชุดความรู้อาเซียน “จากคนสู่ประชาคม เรียนรู้อาเซียนในมิติวัฒนธรรม ภาค 2 อาเซียนหลากมุมมอง: อาเซียนป๊อบคัลเจอร์ ทำไมต้องป๊อบ. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.อานันท์ กาญจนพันธุ์. (2553). *ทฤษฎีและวิธีวิทยาของการวิจัยวัฒนธรรม*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- อิงตะวัน. (2556). *คิดถึงจัง ตรังที่รัก: เรื่องเล่าจากความทรงจำ..และการเสวนาจากวงโกปี่ ที่เมืองตรัง*. ค้นเมื่อ 24 กันยายน 2558, จาก Ok Nation เว็บไซต์: [www.oknation.net/blog/ilovetr](http://www.oknation.net/blog/ilovetr).
- อุทิศ สังขรัตน์. (2557). รายงานวิจัยเรื่อง *ประเพณีการทำบุญสองศาสนา: ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของไทยพุทธ และชาวไทยมุสลิมในชุมชนตะโหนด อำเภอตะโหนด จังหวัดพัทลุง*. สงขลา: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- โอบอลล์ ประภาวดี. (2547). *ร้านน้ำชา พื้นที่มีความหมายของคนเมืองนครศรีธรรมราช กรณีศึกษาเขตเทศบาลเมืองนครศรีธรรมราช*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา. มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- เอกสารประกอบการจัดงาน 100 ปี เมืองทับเที่ยง. (2559, เมษายน). *ตรัง:ควนธานี ทับเที่ยงจากสวนพริกไทยสู่ชุมชนแห่งการทำมาค้าขาย ความเจริญรุ่งเรือง*. นำเสนอที่ งาน 100 ปีฉลองนคราเมืองทับเที่ยง (The Centenary of TUB-TIENG) 10-13 เมษายน 2558, สวนทับเที่ยง ตำบลทับเที่ยง อำเภอมือง จังหวัดตรัง.
- เอกสารประกอบการจัดงาน 100 ปี เมืองทับเที่ยง. (2559, เมษายน). *ทับเที่ยงโอชา เมืองตรัง เมืองคนช่างกิน : กลั่นกรอง สืบทอดภูมิปัญญา ความเป็นมาของอาหารเมืองแห่งความสุข*. นำเสนอที่ งาน 100 ปีฉลองนคราเมืองทับเที่ยง (The Centenary of TUB-TIENG) 10-13 เมษายน 2558, สวนทับเที่ยง ตำบลทับเที่ยง อำเภอมือง จังหวัดตรัง.
- Barthes Roland. (1957). *มายาคติของ Roland Barthes ; แปลจากภาษาฝรั่งเศสโดย วรณพิมล อังคศิริสรรพ ; บรรณาธิการ นพพร ประชากุล*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- Graham, A. (2003). *Rolands Bathes*. Routledge 1957, New York USA.
- Richard M. Emweson, Karen S. Cook, Mary R. Gillmore & Toshio Yamagishi. (Sep., 1983). *The Distribution of Power in Exchange Networks: Theory and Experimental Results*. The American Journal of Sociology, Vol. 89 (No. 2) pp. 275-305.: The University of Chicago Press.
- Saussure Ferdinand de. (1959). *Course in General Linguistics*. Edited by Charles Bally and Albert Sechehaye in Collaboration with the Albert Riedlinger. Translated, with an Introduction by Hazel F. Bames. London: Methuen.

## บุคลากรกรม

- กนกวรรณ บุญคง ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกโก้ C ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 16 มิถุนายน 2558.
- ก่อเกียรติ ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกโก้ A ถนนเพชรเกษม ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 19 มกราคม 2559.
- กานดา เลิศปิยะวรกุล ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกโก้ B ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 19 มกราคม 2559.
- ชาว เพชรสี ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกโก้ C ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 14 มิถุนายน 2558.
- จิ้ม วงศ์น้อย ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกโก้ B ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 5 ธันวาคม 2557.
- จอมภพ ช่างม่าน ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกโก้ D ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 4 พฤษภาคม 2558.
- จักรพงษ์ ประสิทธิ์ ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกโก้ C ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 16 มิถุนายน 2558.
- จันทร์ ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกโก้ B ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 19 มกราคม 2559.
- จินตนา พลรบ ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกโก้ A ถนนเพชรเกษม ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 19 มกราคม 2559.
- จิรศักดิ์ ทับเที่ยง ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ บ้านเลขที่ 9 ถนนห้วยยอด2 ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง เมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2559.
- เจียง ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกโก้ A ถนนเพชรเกษม ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 1 พฤษภาคม 2558.
- ฉៃ ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกโก้ C ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 14 มิถุนายน 2558.
- ชาย ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกโก้ C ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 15 มิถุนายน 2558.
- ชิต ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกโก้ B ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 19 มกราคม 2559.
- ชุตินา ไกรเทพ ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกโก้ A ถนนเพชรเกษม ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 19 มกราคม 2559.
- ดาบ ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรรยา ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกโก้ B ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 5 ธันวาคม 2557.

### บุคลากรกรม (ต่อ)

- คำ ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกปี้ C ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 6 ธันวาคม 2557.
- แดง ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกปี้ B ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 5 ธันวาคม 2557.
- เต็ง ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกปี้ D ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 5 พฤษภาคม 2558.
- ตุ๊กตา ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกปี้ A ถนนเพชรเกษม ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 1 พฤษภาคม 2558.
- ตุ้ ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกปี้ D ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2559.
- ท่ามเล้ง ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกปี้ A ถนนเพชรเกษม ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 1 พฤษภาคม 2558.
- ธีระ เหลืองอักษร ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกปี้ C ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 6 ธันวาคม 2557.
- นก ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกปี้ D ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 5 พฤษภาคม 2558.
- นาถ ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกปี้ B ถนนห้วยยอด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 19 มกราคม 2559.
- เนตรนภา กลัดถ์นาม ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกปี้ B... ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2559.
- ปี ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกปี้ A ถนนเพชรเกษม ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 4 ธันวาคม 2557.
- บุญเลิศ ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกปี้ D ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 4 พฤษภาคม 2558.
- ประยูร หนูสุก ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2559.
- ปัทมา ลายดี ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกปี้ C ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 14 มิถุนายน 2558.
- ผล จินดาพล ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกปี้ C ถนนตลาด ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 14 มิถุนายน 2558.
- ภาคภูมิ แก้วลาย ผู้ให้สัมภาษณ์, ภรณีย์ ยี่ถิ้น ผู้สัมภาษณ์, ณ ร้านโกปี้ A ถนนเพชรเกษม ตำบลทับเที่ยง อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เมื่อ 4 ธันวาคม 2557.





ภาคผนวก  
การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานและการประชุมวิชาการ

ภาคผนวก ก  
บทความในที่ประชุมวิชาการ

## สำเนาต้นฉบับที่ได้รับการยินยอมจากผู้พิมพ์ผลงาน

1.การประชุมวิชาการระดับนานาชาติ The 8th International Conference on Humanities and Social Sciences (ICHiSS) 2016 “Innovation in Humanities and Social Sciences: Opportunities and Challenges” ระหว่างวันที่ 27 – 29 พฤษภาคม 2559 ณ The Hotel Royale Chulan Damansara, Selangor, Malaysia เรื่อง Kopi coffee shops: Cultural relationships of Trang locals



ISBN 978-967-5985-41-6

**P13**

**Political Competitiveness and Voters Behavior:  
An Exploratory Study on the Ethnicity and Socioeconomic Issues**

Munira binti Abdul Razak; munira@ump.edu.my  
Muhammad Nubli Abdul Wahab;  
Universiti Malaysia Pahang

**Abstract**

The recent trends of the Malaysia 13<sup>th</sup> General Election voters behavior in choosing party or candidates or both and not to vote attract researchers to study the dynamism of this electoral phenomenon. This study examined the causal relationship of political competitiveness and voters' behavior in Malaysia. It also observes on the voters mobility in which the relationship between ethnicity and party choices. Questionnaires were developed and distributed to 14 panel groups which involved 740 respondents in the age of 21-60 years old. The data collected from a survey was analyzed using SPSS 22 with descriptive statistical analysis to analyze the theory. From the result it can be found that ethnicity have significant impact on the choices of political parties and both the political competitiveness and the voters' behavior are influenced by the parties and candidate capabilities to handle electoral issues. This study paved the way on empowering political parties and candidates as well as to enhance the political competitiveness quality in Malaysia.

**Keywords** - political competitiveness; voters' behavior; ethnicity and electoral issues

**FULL PAPER: P14**

**Kopi Coffee shops: Cultural relationships of Trang locals**

Poranee Yeetin; Jureerat Buakaew; poranee.y14@gmail.com  
Prince of Songkla University, Thailand

**Abstract**

The objective of this article is to reveal social relationships of Trang locals in relation to cultural communication among people through Kopi coffee shops in Mueang District of Trang Province. The data of this qualitative study were collected through in-depth interviews with employees and owners of Kopi coffee shops and non-participant observations. Critiques on phenomena taking place in the Kopi coffee shops were made. The results of the study revealed that Kopi coffee shops in the study area are important for existence of cultural relationships among people in the community through communication, socializing, and social and cultural





activities. People in the community use Kopi coffee shops to tighten their family relationships and relationships among locals. They use Kopi coffee shops as direct means through talking and interacting with people in the shops, and as indirect means through signs conveying meanings such as funeral announcement posters, and Kathin and Pha Pa (Buddhist robe-offering ceremonies) announcement posters and money trees. Kopi coffee shops also reflect culture, beliefs, the way of life, and character traits of Trang locals. Thus, the Kopi coffee shop is an important space that strengthens beautiful cultural relationships of Trang locals amidst dynamic social change happening continuously.

**Keywords** - Kopi; cultural communication space; food culture; belief; cultural relationship

## INTRODUCTION

Culture is part of an agreement between groups of society; it is an unofficial agreement but generally accepted in society (Amara Phongsapit, 1995). When humans live in an area, they have to communicate, design and create common values to make unity in the group (Raphiphon Suwannatthachot, Sunantha Chuechat, Em-on Chiaramat, Suliman Naruemon Wongsuphap, Malee Sabaiying, and Sirirat Thanirananon, 2007). Culture is, therefore, considered part of relationships in the community when they meet and interact in their everyday life or when there is a special purpose that brings about activities among groups of people in society. These are part of society where people with different sub-cultures group themselves and create relationships that incorporate in their way of life. Kopi coffee shops in Trang are small spaces that have been given importance as part of the way of life among Trang locals for a long time from the past until the present. It is said that Kopi coffee shops began to exist since the time when Trang was still located in Kantang District, and Thap Thiang or the site where Trang is now was still only an important town for migrants (Suntharee Sang-a-yut, 2011). Among the migrants, Chinese was an outstanding group (Culture: Historical development, identity and wisdom of Trang Province, 2001). Chinese immigrants brought with them food culture that they have passed down to their children and grandchildren, and the food culture has also influenced locals and has become an outstanding culture widely known and accepted as the “Kopi drinking culture of Trang locals”.

Kopi drinking culture is drinking coffee with local snacks. The word “Kopi” is perceived by Trang locals to mean local coffee that is made by using an ancient style of small cloth bag with a long handle as a filter; a needed amount of ground coffee is put in the bag and boiling hot water is poured into it. Tea and other types of coffee are also served in Kopi

ISBN 978-967-5985-41-6

coffee shops. Trang locals go to have coffee and snacks at the same time as to have interactions with other people. Thus, the outstanding part of having coffee in a Kopi coffee shop is to create and tighten relationships, to communicate, to spread news, and to ask about how the others and their families are. Nowadays, the Kopi drinking culture has been said to attract tourists to Trang to experience the eating culture of Trang locals that has been advertised by the Tourism Authority of Thailand as a “must visit” town because of its outstanding eating culture (Tourism Authority of Thailand, 2015). This is a style of eating culture that has connected society of Trang locals for a long time and has been passed down to the younger generations. Moreover, it has been a culture that Trang locals are proud of. This article focuses on showing phenomena in Kopi coffee shops through locals’ interactions that reflect their relationships and way of life, and on giving critical descriptions for readers to see the eating culture in Kopi coffee shops and Trang people’s beliefs through communication to create cultural relationships.

### **OBJECTIVE**

To examine Trang locals’ cultural relationships in the spaces of Kopi coffee shops

### **RESEARCH QUESTION**

What are Kopi coffee shops that are spaces where cultural relationships among Trang locals are created like?

### **RESEARCH METHOD**

#### **1. STUDY AREA SELECTION**

The area of this research is in Trang City Municipality, Mueang District, Trang Province which is outstanding in terms of social interactions among Trang locals, and it is a social space for people of all ages. Even though there are other types of shops or businesses in Trang amidst social change, Kopi coffee shops remain the spaces where relationships are created between social groups, families, communities, neighbors, etc. In selecting the Kopi coffee shops to be used as the study area, a questionnaire was distributed to Trang locals asking about popular Kopi coffee shops, and participant observation was conducted. Two specific criteria were used in selecting the target Kopi coffee shops. One was those Kopi coffee shops where local media signs and symbols were still posted such as announcement posters inviting the public to participate in celebrating the anniversary of shrines, and funeral announcement posters. The other criterion was those Kopi coffee shops where locals met and talked about various topics in their communication. Three Kopi coffee shops were selected. Kopi Coffee Shop A was selected because it was popular among locals who went there to



*Innovations in Humanities and Social Sciences: Opportunities and Challenges*

talk about politics, and where canvassers of different political parties came when elections approached. Kopi Coffee Shop B was selected because it was in the heart of the town and could be accessed by people of all ages and walks of life and; it was where Trang locals' way of life could be seen; it was a rest area and meeting point for travelers, and a place for interactions between people in the neighborhood. Kopi Coffee Shop C was selected because it was a popular meeting place for all people of all ages and walks of life, especially in the night which was different from the other two Kopi coffee shops.

## **2. INFORMANTS**

The study aimed to investigate people in Kopi coffee shops, and there were two groups of informants. The first group consisted of employees and owners of the selected Kopi coffee shops, and the second group consisted of customers who came to eat in the selected Kopi coffee shops. This is to obtain data from different viewpoints about relationships among Trang locals through the spaces of the Kopi coffee shops. Participant observation was also conducted. Requirements were set for the selection of informants as follows.

1. Nine customers who came to eat in the Kopi coffee shops in Trang City were to be selected. These customers needed to be participants in talking activities and had interactions with others in the shops regularly. They also had to be Trang natives or those who had lived in Trang for 10 years or more.
2. For the group of employees and owners of the Kopi coffee shops, two people were selected using purposive sampling from the three shops. The two informants inherited the business of the Kopi coffee shops from their parents and had been attached to the Kopi drinking culture in Trang for a long time. The age of the informants was taken into consideration to obtain data from the past to the present to see changes related to the Kopi drinking and eating culture among Trang locals which would help in data analysis and discussion.

## **3. DATA COLLECTION**

In order to obtain data and study results that cover the objective of the study, qualitative research was employed with the following data collecting instruments.

1. Firstly, data from different sources were collected such as from related documents, research reports and theories from the Provincial National Library of Thailand and Lady Long Atthakawisunthorn in addition to online sources. These secondary data were used to set the conceptual framework of the study.



2. Secondly, after the framework of thought for the study had been set, data from related documents and literature review were analyzed, synthesized and used to structure the interview carried out by the researcher who also conducted participant observations in all the three Kopi coffee shops. Before conducting participant observations, the researcher familiarized herself with employees starting from becoming a regular customer of the shops in order to have opportunities for in-depth interviews afterward. The researcher chose to be in the shops regularly at the same certain periods of time to look for customers who came to have Kopi in the shops and to talk to targeted customers regularly to get acquainted with them and to be able to collect data that covered the study objective.

Furthermore, the researcher observed behaviors of customers in the shops in the present period of time, and conducted in-depth interviews with the owners of the shops to obtain viewpoints related to creation of cultural interactions in the spaces of the Kopi coffee shops that would help her to see the entire image of Trang local culture in order to utilize in data analysis afterward.

#### **4. DATA ANALYSIS**

1. Data collected from related documents, interviews and observations were selected and classified according to study issues and the objective.
2. The data were processed and analyzed using the semiology theory (Saussure, 1959), modernization theory (Sirirat Adsakun, 2014), the concept of cultural mix (Sirirat Adsakun, 2014) and the theory of social evolution (Parsons, 1951) in data interpretation, drawing conclusions, making a descriptive explanation, and writing an article on the study.

### **STUDY RESULTS**

#### **1. FOOD CULTURE IN THE KOPI COFFEE SHOPS**

Trang is known as a town where people enjoy and give importance to eating (Documents for the Centennial Celebration of Thap Thiang, 2016). They choose what they think the best food for their consumption to meet their appreciation of food with excellent taste (Chirasak Thapthiang, interviewed on October 12, 2015). In addition to the strong taste of Southern food, Trang foods are strong and spicy as a result of its being a place where spices used to be grown. Spices that are popularly used in cooking are pepper and Krabuan (A book published to honor H.M. the King on *Culture: Historical development, identity and wisdom of Trang Province*, 2001) which give Trang food an outstanding taste that results

*Innovations in Humanities and Social Sciences: Opportunities and Challenges*

in its being well-known and widely talked about by many people. Some of the well-known dishes include Trang roast pork and Trang cake. Kopi drinking in Trang is also unique and widely talked about and it is said that if you go to Trang and have not had Kopi with Trang roast pork, then you have not really arrived Trang (Khao Petsi, interviewed on June 14, 2015). From asking Kopi coffee shop owners and customers who were over 40 years old, it was found that the reason why Trang roast pork is not sold in every Kopi coffee shop is that in the past this well-known Trang roast pork was special food of local Thai Chinese and usually cooked to be used in rituals or important traditions among Thai Chinese in Trang such as wedding ceremonies, funeral ceremonies, Ching Ming, Chinese New Year, etc. For these important events, Thai Chinese ordered roast pork directly from producers, and when the rituals were finished, they had a meal together and roast pork was distributed to relatives and neighbors. Even though Trang roast pork was eaten almost all year around, it can be said that Trang roast pork was eaten only when there were important social events. Thus, Trang roast pork was not sold for sale in Kopi coffee shops as it is nowadays.

In 1984, the government supported people to earn income from tourism (Chintana Ponrop, interviewed on January 19, 2016) which made Trang roast pork become a cultural product for Thais as well as tourists from other countries. Trang roast pork is also included in Trang provincial slogan for tourism, "A City of Praya Rasada, broad-minded people, delicious roast pork, origin of para rubber, splendid Sri Trang flowers, beautiful coral reefs, charming and sandy beautiful beaches, and spectacular waterfalls".

The Kopi drinking culture of Trang locals has always been popular and has never faded away from their way of life. There have increasingly been more Kopi coffee shops each year and thus a Kopi coffee shop can be found virtually in every lane and alley in Trang City. Some are open all day long while others are open only in the morning or only in the evening. Most Trang locals have Kopi before going to work in the morning, and for those who do rubber tapping, they have Kopi after rubber tapping is done in the early morning. They have Kopi with different kinds of their favorite food such as Jakoy (Chinese fried paired-stick bread), Khanom Kliew or Saikai (another kind of fried long and thin bread), Pathongko (sweet steamed rice flour), sticky rice cooked in different ways, Khanom Cheep, Salapao, and many other kinds of steamed dumplings with different fillings (A book published to honor H.M. the King on *Culture: Historical development, identity and wisdom of Trang Province*, 2001).

Nowadays, many shops sell many kinds of food for consumers to choose such as Trang roast pork which is a well-known dish, cake, soft-boiled rice, noodles, steamed chicken with rice, stewed pork leg with rice, and a la carte



dishes (Aunt Sao, interviewed on December 5, 2014). Social change has brought modernization to Trang and made changes to Kopi coffee shops; more varieties of food are available; the look of Kopi coffee shops has been changed; a la carte dishes are available as a result of the expansion of food industry to meet the needs in modernized society where more time is needed for occupations (Thanet Wongyannawa, 2014). Therefore, some Kopi coffee shops serve these kinds of food in addition to serving a variety of steamed dumplings that were not available in the shops because they used to be consumed in Chinese families and among large groups of their relatives (Lao Sue Suwanna, 2014). Nevertheless, when there are more Kopi coffee shops in Trang City as a result of city expansion, native local snacks and other kinds of food are now available in these Kopi coffee shops to attract more customers. Some of these are, for example, grilled sticky rice with different fillings such as steamed custard, coconut, shrimp, taro, etc., and other kinds of food such as Thai rice noodles. Nowadays, availability of sweets and various kinds of snacks and food has increased the popularity of going to Kopi coffee shops that seek and use strategies to attract customers because there are also increasingly more Kopi coffee shops in town. Some shops serve new types of food while other offer new tastes of food to make it outstanding and impressive to customers. Making a difference is therefore a strategy to encourage customers to tell their family and friends through words of mouth. Some Kopi coffee shops make it more convenient for customers by serving “Ahan Chan Diaw” or a single dish meal or Thai fast food dishes. These strategies are to increase the opportunities to their shops to be remembered and recommended by customers who would also return for more services.

Nonetheless, in addition to the strategies for attracting more customers by making the shop outstanding, another important feature of the Kopi coffee shops was found to be good relationships between the shop owners and their customers. Many old Kopi coffee shops are still popular because they have spaces for friends to meet, relax, talk, exchange information, and feeling comfortable doing it in the shops. The topics they talk about include general social topics and private matters. Therefore, even though old Kopi coffee shops do not serve many new kinds of food, they remain popular until nowadays (Khao Petsi, interviewed on June 14, 2015).

The above data indicate that in addition to food culture in Kopi coffee shops that has been inherited and changed according to social dynamics in Trang City, there are some relationships that help Kopi coffee shops to remain important to Trang locals. Besides being places where locals can have their favorite food, Kopi coffee shops are socially valuable to them because they can get together, express their identities, create social spaces, and reflect cultural relationships, all of which are somewhat



concealed in their way of life, through the spaces of the Kopi coffee shops that have always been popular from the past to the present.

## **2. CULTURAL COMMUNICATION THROUGH SPACES OF THE KOPI COFFEE SHOPS**

Besides food culture in Kopi coffee shops, there is culture related to the way of life among Trang locals concealed in Kopi coffee shops shown through communicative activities among customers. Such communicative activities shown through signs reflecting culture of the community are such as Phum Kathin and Kong Pha Pa (Buddhist robe-offering ceremonies) announcement posters and money trees, and funeral announcement posters generally seen in Kopi coffee shops. These objects and announcement posters indicate importance of Kopi coffee shops in terms of communicative space revealing the way of life that is tied up with Buddhism amidst city expansion. Moreover, one of the signs or symbols that show communication among Trang locals very well is funeral announcement posters. Even though what can be seen in each poster are only external features like a photo of the deceased with some personal information, and a name list of his or her relatives, it reveals close-knit social relationships of Trang locals. People go to the funeral even though they do not know the deceased but only his or her relative (Bee, interviewed on December 4, 2014). Furthermore, besides using signs in indirect communication, Trang locals have interactions through talking and discussing many different topics in Kopi coffee shops. This is a cultural charm of Trang Kopi coffee shops where in each one there is a space promoting communication in the society among customers themselves and between customers and employees and owners of the shops. Communication in Kopi coffee shops in Trang can be classified into four categories according to the opening time of the shops. Even though people can go to eat at Kopi shops any time of day, not all of them are open all day. They have different opening hours.

The four categories of communication are as follows. Morning is a joyful time and Kopi coffee shops are the places for people of all ages and all walks of life go to have breakfast including rubber tappers who also go to Kopi coffee shops for breakfast after they finish tapping rubber early in the morning. Some people go to Kopi coffee shops to buy food and drinks to eat at home with their families while others eat at the shops and talk to friends before buying something to take home to their families. Some vendors in the nearby morning fresh market go to buy food and drinks from Kopi coffee shops to eat before beginning selling their goods. There are also some people who go to have breakfast at the Kopi shop before beginning their daily life while others in the neighborhood go to Kopi shops and meet with neighbors and friends for a short while due to their



ISBN 978-967-5985-41-6

tight schedules. This is usually meeting without advanced arrangement and thus they talk to each other only for a short time.

It was also found that many times people meet each other shortly only to inform news which shows the type of relationship between them. For example, they go to the Kopi shop just to tell friends that their sons will be ordained; they will have a housewarming ceremony and party; and to tell them about a funeral. However, there are also people who meet for a long time to talk about their hobbies and favorite pastimes. This group of people is a middle-age group who has common interest and usually goes to Kopi coffee shops early in the morning to meet, eat and talk about their favorite things and interest such as health, games like chess, etc. For the older group of people, most of them live in the neighborhood near the Kopi coffee shops. Usually they are close friends or very well acquainted people or those who used to work in the same workplace and have been retired and are healthy and strong enough to walk to the Kopi coffee shops. This group of people uses the space of the shop to relax, have breakfast, talk, share ideas, opinions and news. Some elderly people say that they go to the Kopi shop quite often even though they can make a cup of coffee at home using instant coffee but it is not the same as having coffee at the Kopi shop because at home they sit and drink alone as all their children and grandchildren go to work and to school. Therefore, they prefer having breakfast with friends at the Kopi coffee shops (Uncle Chit, interviewed on January 19, 2016). This depicts the existence of social relationships in Trang amidst city expansion during the time of social change.

After the morning rush hours, the Kopi coffee shops return to peace leaving only middle-age people who come to drink Kopi, talk about different topics and exchange knowledge and information that are directly useful for life and that are general information. Thus, during this time of day, the Kopi coffee shops can be regarded as sources of local information because people come to communicate and talk about news related to economics, politics, society, religion and even personal news. This is why this group of people spends a longer time than other groups in the Kopi shops. Sometimes this group of people is the same group of the middle-age group that comes here in the early morning. They come back because they want more time to relax and talk without having to rush like in the early morning. This late morning time is suitable for communication and there is enough time to talk in a more relaxing and a more friendly way. Moreover, during this time of day, the way of life, values, and beliefs concealed in words and announcement posters can be better seen which help reveal local culture while locals are talking and discussing over a cup of coffee in the local atmosphere. As the sun moves towards the meridian, many Kopi coffee shops that do not serve a la carte dishes and Thai fast



*Innovations in Humanities and Social Sciences: Opportunities and Challenges*

food are closed and some will be open again in the evening while others will be open again the next morning. There are no rules for opening or closing time of Kopi coffee shops in Trang, and locals enjoys drinking Kopi and eating snacks at any time of day.

In the afternoon, characteristics of people who come in the Kopi coffee shops are similar to those who come in during the late morning period. However, in the late afternoon, students come to the Kopi shops. Some of them come with their parents while others come with their peers. Most of the students in this group come to spend time there waiting to be picked up by their parents and those who come to get something to eat before going to tutorial schools or have private lessons. However, some students come to meet and talk with friends after school. Therefore, the Kopi coffee shops at this time are bustling with schoolchildren and teenagers, especially the shops near schools, tutorial schools and bus stops. Some come in the Kopi shops to do homework or write report papers with friends while some to get something to eat and talk. They spend more time doing these activities during weekends because food and drinks are not expensive and students can come and eat together which is different from fast food restaurants where food and drinks are expensive and students cannot afford to go there often (Chitima Kraithep, interviewed on January 19, 2016). The coming of teenagers who are students in the Kopi coffee shops to do activities in the shops is another cultural dimension of the Kopi drinking culture of the new generation of Trang locals who have inherited the Kopi drinking culture from their society but have adapted it to suit relationships among their own group.

The time during the late afternoon to evening is a colorful time for Kopi coffee shops and a relaxing time for people of all ages and all walks of life. Different groups of people are seen in the Kopi coffee shops, especially a group of high school and university students who come in groups and talk about happenings in school, their study and future after they finish their education. Communication among this group of people, if looked at externally, it may be considered arguments or chatting among teenagers. However, for teenagers, peers and friends are important and their talking is one way of communication to create social self-identity, a space for mental therapy and problem-solving in their everyday life because teenage is the time of life when people begin to have a role to play in society, to be responsible for themselves and to face a world of being adults full of pressure. For the middle-age group, some come to the Kopi coffee shops with family while others come with friends. The working-age group who comes with family uses the space of the Kopi shop for enhancing family relationship because during the day, each of them has gone either to work or to school. Thus, when they come back home after work or school, they



ISBN 978-967-5985-41-6

come to the Kopi shop to eat, relax and talk about their day at work and at school (Thira Lueang-akson, interviewed on December 6, 2015). For people who want to know about situations in the province, organizations, or others in Trang, they can come to the Kopi coffee shops because Kopi shops are spaces that reflect social condition and the way of life. Kopi coffee shops can be compared to resort homes on the road where family members can sit together and talk intimately to each other. If they did not come to eat out at the Kopi shop, they probably would not have eaten or talked together like this.

### **3. KOPI COFFEE SHOPS, SPACES FOR LOCAL CULTURE RELATIONSHIP**

Kopi coffee shops in Trang are not only the space that is used for the existence of food culture but also culture related to religion, beliefs, customs and life of urbanists. When going in Kopi Coffee Shop A and Kopi Coffee Shop B which have been well-known for a long time among Trang locals, and which are located in the town center on a street where important government organizations are located, we can see not only menus and many pictures of dishes and of other things arranged on the wall according to the design of each shop but we can also see announcement posters inviting the public to make merit in Thot Kathin or Thot Pha Pa or to donate for construction of facilities to support Buddhist temples in Trang and its neighboring provinces. Customers who know the owners of the shops also place their Kathin trees in the shops inviting other customers to make merit by donating to the Kathin hanging banknotes on the Kathin tree. The shop owners and their employees sometimes invite customers to do so and mostly for temples in Trang City (Dap, interviewed on December 5, 2014). This indicates the use of the space of the Kopi coffee shop for cultural relationship of Trang locals which is mostly related to their way of life, especially in inviting others to jointly make merit to support religion and strengthening Buddhism, the religion of most people in Trang. In addition, they invite people to participate in celebrations of anniversaries of shrines or “Rong Phra” for which ritual details are given in announcement posters. This is another outstanding culture among Thai Chinese participated by a large number of people, especially large and old shrines like San Chao Kew Ong Ea and San Chao Pho Muen Ram. Announcement posters are posted where they are easily seen including in Kopi coffee shops to spread the news to followers who live near and far as well as anyone interested in it.

Furthermore, another interesting culture among Trang locals often talked about by outsiders and the media is funeral announcement posters. When someone in the community dies, his or her relatives make announcement posters with details and a photo of the deceased, a name list of his or her relatives, children and grandchildren, where the funeral is and when the



*Innovations in Humanities and Social Sciences: Opportunities and Challenges*

cremation will be. This is for people who know the deceased or his or her relatives to know and participate in the funeral, pay the last respects to the deceased and to express their condolences to the relatives. Thus, a funeral is also a place where people who have not met after they have gone to work in other places meet and they can also help spread the news to others who have not known about the death (Uncle Dam, interviewed on December 6, 2015). It is a culture that helps create community relationships through the spaces of Kopi coffee shops which spread news about a person in the community so that people can participate in paying their last respects to the dead person. It can be said that it is a social process in which people not only live together meet, contact, communicate, help, and depend on each other in one way of another but also express their attachments when one of them passes away. When people participate in a funeral, it is regarded by Trang locals that they not only morn over the person' death but also honor the dead person and express their sincerity to the dead person's relatives. These reflect the importance given to relationships among Trang locals.

Kopi coffee shops, therefore, have become an important space for Trang locals in creating relationships among people in the community and in tightening relationships, enhancing unity through various types of activities formally and informally incorporated with local culture, beliefs, communication and characters of Trang locals. It is not surprising why Kopi coffee shops have been popular and have existed in Trang for a long time.

### **Conclusion and discussion**

As a result of the research, findings can be concluded and discussed as follows.

#### **1. KOPI COFFEE SHOPS: RELATIONSHIPS THAT BRING ABOUT CULTURAL MIXTURE**

Culture is what society pays attention to through communication of people in the community who pass it down to the next generation. Kopi coffee shops in Trang City, even though from the outside, food culture of Chinese immigrants who settled in Trang in the past is seen to have been adopted and spread to many places, inside these Kopi coffee shops, local food culture is seen through many types of local food that are available for consumers to eat with coffee and other kinds of drink. In addition, with modernization, more types of fast food dishes and drinks have been served in Kopi coffee shops reflecting Western culture that comes along and has gradually mixed up with local culture. This corresponds with the concept of cultural mix in the age of communication when different cultures are rapidly adopted (Sirirat Adsakun, 2014). This reflects adaptation of people



in society when receiving data and information along with convenient traveling and communication among people of different cultures. They create relationships with data and information related to their ways of life which eventually mix and make it difficult to clearly identify between local and adopted cultures because they have become so similar.

## **2. KOPI COFFEE SHOPS: RELATIONSHIPS THAT BRING ABOUT CULTURAL COMMUNICATION**

Trang locals use the space of Kopi coffee shops for direct and indirect communication. Direct communication is communication in which verbal language is used in talking and conversations in Kopi coffee shops, and indirect communication is communication in which non-verbal language and things around the Kopi shops are used as well as body language such as manners, gestures, facial and eye expressions, announcement posters to which Trang locals have given meanings and perceived through signs and symbols for communication in the community. This corresponds with the semiology theory (Saussure, 1959) which states that everything in the environment can convey meanings including humans themselves (Chairat Charoensin-o-lan, 2002). Trang locals use these forms of communication to create relationships among people in society. Therefore, Kopi coffee shops are not only restaurants that are outstanding in terms of local foods but also important in terms of being the space supporting cultural communication for Trang locals in religion and belief, especially among Thai Chinese' funeral culture, for example. Even though importance of some forms of communication has been reduced by modern media, Kopi coffee shops are not forgotten that they are spaces for important communication among Trang locals.

## **3. KOPI COFFEE SHOPS: RELATIONSHIPS THAT BRING ABOUT COMMUNITY CULTURE**

Each Kopi coffee shop in Trang City is different in terms of environmental context, foods, drinks and services that its owner tries to offer with new exotic features to make it outstanding to attract customers. However, all of the Kopi coffee shops have one thing in common, that is a space for Trang locals to create or to enhance their relationships through communication in various forms that emphasize importance of Kopi coffee shops to people in Trang community that has never faded away from Trang Province. Besides outstanding food culture, Kopi coffee shops reflect community culture among Trang locals in their way of life, belief and character. Kopi coffee shops can, therefore, be regarded as the space for cultural community relationships. Even though Trang has been continuously urbanized and expanded, small spaces in Kopi coffee shops have tremendously empowered and strengthened the community.



*Innovations in Humanities and Social Sciences: Opportunities and Challenges*

Among adaptations in the way of life and occupation to modernization, the cultural space that helps connect relationships in the community remains intact which is in agreement with Parsons' social evolution (1951 in Phatcharin Sirasunthon, 2013). Culture is regarded as connecting people in society, and creating certain common attitudes, personalities and character traits among them. It can be said that Kopi coffee shops are means of communication and inheritance of cultural relationship of Trang locals amidst continuous social change. This corresponds with Sirirat Adsakun's modernization theory (2014) that even though culture can change through time influenced by external and internal social change, how much change takes place depends on the strength of that community. This is because even though modernization facilitates communication, and receiving of information causing behavioral adaptation to being individuality without interest in or adherence to surrounding society (Orasri Ngamwitthayaphong, 2006), strong relationships and cultural culture can help Trang locals to maintain their personalities and enhance participation in developing, solving problems, and seeking prevention for social problems in their community.

## **RECOMMENDATIONS**

### **RECOMMENDATIONS FOR RESEARCH IN COMMUNITY DEVELOPMENT**

For studies to promote community development, it is recommended as follows.

Policy making organizations should consider making policies that correspond with urban changes by using the strong points of the Kopi drinking culture which is the space of communication and creation of social networks in designing social activities or supporting strength of the local community. In addition, organizations related to local art and culture could utilize the research results in conducting studies in food culture to gather more data about Trang local foods.

Development promoting organizations in the area should consider development for personnel involved in tourism in Trang to enhance their potential to support cultural tourism, and to develop personnel involved in public relations to have more culture of Trang locals. These two groups of personnel can be means of transferring the cultural charm of Trang to tourists to bring in more revenue and to support Trang cultural tourism development.

### **RECOMMENDATIONS TO THE COMMUNITY**

Regarding community development and community management, community participation should be encouraged in solving problems for people in the community, and potential of people in the community

ISBN 978-967-5985-41-6

should be developed to prepare them for urban expansion, and activities should be organized for people in the new generation who have become more individualized to enhance their relationships with others in society.

Regarding business quality development, Kopi coffee shop business should be encouraged to keep up and improve quality in cleanliness and hygiene of employees for quality of foods and drinks in the shops.

#### **RECOMMENDATIONS FOR FURTHER RESEARCH**

Data and results found in this study can be used in studies related to food culture affecting relationships of people in society, to strengthening the community, and to organizing activities for community unity promotion.

#### **REFERENCES**

*\*References for this paper can be view in the compact disc provided with this book.*

ภาคผนวก ข  
บทความตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ

## สำเนาต้นฉบับที่ได้รับการยินยอมจากผู้ตีพิมพ์ผลงานวิชาการ

2. การตอบรับการได้รับบทความเพื่อเข้าสู่ขั้นตอนในการพิจารณาของกองบรรณาธิการเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร Kasetsart Journal of Social Sciences เรื่อง Kopi coffee shops: Political Interaction Spaces for Trang Locals

*The Kasetsart Journal of Social Sciences*  
*Kasetsart University Research and Development Institute,*  
*Kasetsart University, Bangkok 10900, Thailand.*  
*Tel. 662 5795548, Fax. 662 5611474*  
*E-mail: kjss@ku.ac.th*

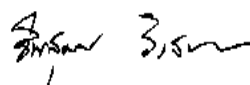
๔ มีนาคม ๒๕๕๙

เรื่อง การเสนอเรื่องลงใน Kasetsart Journal of Social Sciences  
 เรียน ภรณ์ชัย ชีกลิ่น

ตามที่ท่านได้ส่งบทความเรื่อง “Kopi Coffee Shops: Political Interaction Spaces for Trang Locals” เพื่อให้พิจารณาจัดพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร Kasetsart Journal of Social Sciences นั้น

บัดนี้ คณะกรรมการได้รับเรื่องของท่านแล้ว และอยู่ในระหว่างดำเนินการตามขั้นตอน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัยสุมน รังสยาธร)  
 บรรณาธิการ  
 Kasetsart Journal of Social Sciences

## **Kopi Coffee Shops: Political Interaction Spaces for Trang Locals**

**Poranee Yeetin<sup>1,\*</sup> and Jureerat Buakaew<sup>2</sup>**

---

### **Abstract**

The purpose of this article is to explore through Kopi coffee shops social interactions relating to political communication among urban residents of Trang Province. The data of this qualitative research were collected through in-depth interviews with patrons, employees and owners of Kopi coffee shops, and through non-participant observations.

The results of the study revealed that Kopi coffee shops are important communication spaces for people in the community. They support social activities to help people in the community by being the space for fighting with economic, political, and changing social powers, the space for political communication through social symbols, and the center for transferring news and information. In addition, during elections, they are not only campaigning centers for election candidates and canvassers but also spaces for local people involved in politics to build relationships even though political gatherings in public have not been allowed by the National Council for Peace and Order since 2014 until the present, 2015. Nevertheless, Kopi coffee shops are still involved in self-building in terms of thought and negotiations with other powers in society. Therefore, Kopi coffee shops can be claimed as part of community power that negotiates with powers around the community through communication and social networks of Trang locals.

**Keywords:** social interaction, political communication space, Kopi coffee shop, culture, power

---

<sup>1</sup>Department of Educational Foundation, Human and Social Development, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hatyai District, Songkhla Province 90110, Thailand.

<sup>2</sup>Department of Educational Foundation, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai Campus

\* Corresponding author, email: [poranee.y14@gmail.com](mailto:poranee.y14@gmail.com)

## **Introduction**

Human beings are social animals that live together and communicate using language, body movements and symbols. They also have interactions through language that is considered an outstanding feature of each society because each area is different physically or geographically and has different language, culture, tradition and living condition, and language is important for social interactions among humans which can be classified into many aspects such as economic and political aspects. In the political aspect, language enables humans to do many activities together as it is said “Politics is questioning about something which exists and makes it a problem or causes it to become a problem leading to an argument (Charoensin-olan, 2008)”. Thus, politics is around us. In Thai society, in addition to public or government places related to administration, Kopi coffee shops known among Southerners as “Ran Kopi” are another type of place where people in the community meet to exchange opinions, discuss, communicate or have interactions concerning politics.

“Ran Kopi” refers to any coffee shop with a local and traditional atmosphere where tea and coffee are sold. It is a place where people exchange opinions, information, and have social interactions. Particularly, in Trang, Kopi coffee shops originated since the time when Trang was an important trading town on the world sea routes map as a major seaport in this region (Ministry of Culture, 2011) connecting the west and the east peninsulas resulting in trade and exchanges of cultures, which have existed until nowadays. Even though physically the old wooden row houses have been replaced by concrete ones, mentally, the important features and atmosphere of interaction among people are still there. In the city of Mueang Trang itself, many Kopi coffee shops are still open because people in the community still give importance to this type of meeting place resulting in its popularity. When in Trang, in any street at all, visitors can always see Kopi coffee shops open with patrons of all ages and genders sitting at tables sipping tea or coffee and talking. The topics of their conversations or interactions are mostly related to politics from local to national politics. They use the spaces of Kopi coffee shops to have interactions directly and indirectly. Therefore, this article aims to depict interactions on politics in Kopi coffee shops among people in the community, especially politics where the country is democratic and constitutional monarchy.

### **Objective**

To investigate political interactions in spaces of Kopi coffee shops in Mueang District of Trang Province

### **Research question**



What are political interactions in Kopi coffee shops in Mueang District of Trang Province like?

## **Research method**

The study on Kopi Coffee Shops: Spaces for politic interactions among people of Trang Province in the local administrative area of Trang City Municipality, Mueang District, Trang Province is qualitative research which is designed as follows:

### ***Study area selection***

The study area is in Trang City Municipality, Mueang District, Trang Province where social interactions are outstanding and diverse; people are interested in and give importance to politics at the local and national levels. A primary survey was conducted using a questionnaire asking local people about Kopi coffee shops that they thought were popular in the Trang City Municipal area were. The target group was selected using purposive sampling criteria. The survey was conducted to select Kopi coffee shops that were outstanding in being a place where people had social interactions, in the commercial area of the city, in an important street where people passing through to other districts or to important places in Trang Province. Three Kopi coffee shops were selected: A Kopi Coffee Shop, B Kopi Coffee Shop, and C Kopi Coffee Shop. All of them are located in a commercial area which is also a residential area, and are conveniently accessible for people in the community. These three Kopi coffee shops with different ages were selected to obtain different viewpoints of political interactions of Trang locals from the past to the present.

### ***Informants***

Informants in the spaces of Kopi coffee shops in the Trang Municipality, Mueang District, Trang Province were divided into two groups. One was a group of patrons coming to have food in the shops, and the other was a group of employees and owners of the shops. The informants in the first group were for the researchers to explore their political interactions in the space of the shop which was the stage in the community they use for talking together. The informants in the second group were for the researchers to obtain further data and wider viewpoints related to political interactions in the Kopi coffee shop context.

### ***Data collection***

Data were collected through non-participant observations of patrons behaviors in the Kopi coffee shops during the current situation, and through in-depth interviews with employees and Kopi coffee shop owners to obtain viewpoints of political interactions in the space of the Kopi coffee shops before and during the period when political activities were restricted, to obtain the overall political viewpoints and to obtain complete data for further analysis.

In order to obtain data and study results to meet the objective of the study, qualitative research was employed and data were collected using different instruments as follows.

1. Data were collected from sources including related documents and study reports as well as related theories from the National Library of Thailand, Khunying Long Athakravisunthorn Learning Resources Center, and the Internet. The secondary data collected from these sources were used to determine the scope of the study.

2. Guidelines for interviews were drawn up from analysis, synthesis, and review of related literature.

3. Field data were collected through interviews with two groups of informants to cover the objective of the research.

Research instruments-Questions for interviews were written and divided into two sets as follows.

**Set 1** The contents of the questions for the two groups of informants are about their viewpoints on political activities in the spaces of the Kopi coffee shops before restrictions of political activities were imposed.

**Set 2** The contents of the questions for the two groups of informants are about their viewpoints on types of activities, and political symbols at the national and local levels in the spaces of the Kopi coffee shops during the time when restrictions of political activities are imposed.

#### ***Data analysis***

1. Data collected from documents, interviews, and non-participant observations were selected, categorized according to study issues, arranged according to their relationships, and classified according to the objective that had been set.

2. The data were processed, analyzed and classified according to the objective of the study which was investigation of social interactions particularly political interactions in the spaces of Kopi coffee shops in two periods. 1) The period before the restrictions of political activities were imposed when there was a change in government in 2014, and 2) the period during which the restrictions of political activities were imposed in 2014. Then all the data were interpreted and concluded using descriptive analysis, and written as a complete research report.

## **Study results**

### ***The context of the Kopi coffee shop***

It can be said that Kopi coffee shops can be found in every Soi or lane in Mueang District of Trang Province. Three Kopi coffee shops in Mueang District of Trang Province selected for the study were located in a commercial area along a street

conveniently accessed, similarly decorated, housed in a contemporary cement building, and with metal chairs easily moved and put away. This is because most Kopi coffee shops put this kind of chair next to the footpath in front of the shops. Two types of interior decoration are found inside these Kopi coffee shops: a retro Chinese coffee shop style, and a contemporary style with three main areas: product-display area for patrons to choose the products, food and drink making area, and waiting area where patrons have their food and drink or wait for their food to take away. These three areas are clearly separated but patrons can see the food production process or food preparation. Most patrons have interactions in the Kopi coffee shops in the area where they have food and where tables are set. Some shops also place coffee cups, small bowls for dumpling sauces, spoons, forks, other table utensils, and different kinds of drink together. Kopi coffee shops B and C have their shop signs for patrons to remember the name of the shops but Kopi coffee shop A does not. Nevertheless, most patrons assign it names or symbols that are understood and used for communication in their own groups. For example, it is called the Red Chairs Kopi Shop by students because all the chairs in this shop are red while it is called Ko A Kopi Shop by people in the neighborhood. “Ko” means brother, and the owner of the shop’s name is A, and thus Ko A or Brother A is used to represent the name of the shop, and for people in the group to remember and communicate among group members.

Kopi coffee shops in Mueang District of Trang Province can be divided into two groups according to their opening hours: morning and afternoon. There are only a few differences between these two groups such as Kopi coffee shops that are open in the afternoon do not sell Trang roasted pork like most of those open in the morning. Such a difference is one of the choices that Trang locals use to decide which Kopi coffee shop to go to.

### ***Kopi coffee shops and Trang society***

Kopi coffee shops in Mueang District of Trang Province not only sell local food and drink but also are places where different groups of people meet. This can be seen through patrons who mostly come in with another person or in groups with relatives and family or friends.

*“...I come for social reason mostly with friends or relatives...”*

(Phakphum Kaewlai, interviewed on December 4, 2014)

Additionally, it was found that people in the community give importance to socializing, and Kopi coffee shops are, thus, can be regarded as social spaces for interactions among group members, and different groups have different criteria for

choosing their Kopi coffee shops. For example, when they have relatives or friends from another province visiting them, Trang locals will take their visitors to a Kopi coffee shop, and if they want to have a Trang delicacy like roasted pork, they will go to a shop that sells it (Kaewlai, interviewed on December 4, 2014). Tourists who come with a tour company or by themselves can choose a Kopi coffee shop by asking around or reading a guidebook that recommends where to have Trang roasted pork, the Trang delicacy (B, not his real name, interviewed on December 4, 2014). For locals, their choices of Kopi shops are not specific but rather made based mostly on the locations, that is, whether they are near their homes or offices, and in a commercial area. (Thira Lueang-akson, December 6, 2014)

*“When we want to eat out, we just talk to each other to decide which shop to go on that day; we don’t have any one particular shop in mind...”*

(Phon Chindaphon, June 14, 2015)

Besides having food and drink, social interactions are made through the spaces of Kopi coffee shops. Patrons spend time eating and talking to exchange opinions on everyday life matters, news and information, and national and local politics.

### ***Kopi coffee shops, spaces for political interactions***

In the way of life among people in Trang Province, especially those in Trang City Municipality or the community called “Thapthiang”, Kopi or coffee has been sold for such a long time that Kopi coffee shops are a familiar sight for people in the community. Every morning, people take their family and friends to have food and drink in Kopi coffee shops.

*“In the past, there were only a few shops open in the morning, not like today. Mostly people came to eat and talk about news; some did not have a TV at home so they came to Kopi shops to listen.”*

(Khim Wongnoi, interviewed on December 5, 2014).

When people gather at the Kopi shop or coffee shop after they finish tapping rubber trees or before going to work in the morning, they have roasted pork, steamed dumplings, sipping tea or coffee and talk about various things in their daily life. They talk about the economy, society, and politics. They often have interesting interactions about social issues, particularly politics. Therefore, the gathering is simply called “the Coffee Council” where people talk, criticize and exchange opinions on national and local politics. During elections, there are campaign posters large and smalls posted inside and outside in front of Kopi coffee shops. Election candidates walk in to campaign and distribute leaflets in the shop. An employee of A Kopi Coffee Shop

said that when there are elections, canvassers come to the shop and ask for permission to post campaign posters for their parties, and all the parties running in the elections are allowed to do so; no one particular party is given special favor. This is to prevent patrons' feeling uneasy and misunderstanding that the shop owner is a canvasser for a particular party.

*“...Campaign posters of any party can be posted in our shop; when we allow one party, then we allow all parties...”*

(Bee (not his real name), interviewed on December 4, 2014).

In addition to posting campaign posters and distributing leaflets in Kopi coffee shops, canvassers introduce candidates and their policies. Most canvassers are well known in the community, and they come to eat and drink in the Kopi shop and speak to patrons in the shop about policy, and persuade them to decide and vote for the candidate of their party. (Dap (not his real name), interviewed on December 4, 2014).

It was also found that Kopi coffee shops are get-together places for people with local administrative power. They come to have meals with their colleagues or members or canvassers of their party; so they meet in a place which is open and can be seen by people in the community (Dap (not his real name), interviewed on December 4, 2014). This is to create an image that it is easy to access and to build relationships between people in the community and members of local political organizations.

As a result of the announcement of the National Council for Peace and Order on prohibition of political assembling, when asked about political activities in Kopi coffee shops, owners of the Kopi coffee shops and their employees said that patrons talk less about political issues, and when they do, they talk more about news and new information than criticize political administration of the government (Dap (not his real name), interviewed on December 4, 2014).

Nevertheless, it was found that there are still a few activities related to local politics. For example, there was a group of administrators coming to the Kopi shop in a van of a Tambon Administration Organization for dinner. It looked like they came to have dinner together after work; there were two to three subordinates choosing dishes from the menu and took care of everyone in the group during the meal. It can be seen that Kopi coffee shops are not only used as a place for criticizing politically and holding political related activities but also sometimes for political interactions among people with administrative power.

***Kopi coffee shops, spaces for power negotiations***

Kopi coffee shops or the “Coffee Council”, the space for political communications of Trang locals have existed for a long time, and they have changed over time according to the social context. However, relationships of people in the community through the use of Kopi coffee shops can still be seen just the same as it used to be in the past and in the history of Trang.

*“As I remember, there were Kopi coffee shops in Thapthiang since I was born and even when my father and grandfather were born. At that time there were no newspapers and no televisions to watch or listen to news. If we had questions and did not know whom to ask, we could just go to ask people at the Kopi shop.”*

(Khao Phetsi, interviewed on June 14, 2015)

Furthermore, documentary data on history revealed that Trang was an important seaport in the past, and many travelers came to this seaport including Chinese who brought with them a culture of drinking coffee which has been integrated with local culture and the space of Kopi coffee shop has been used for communications until Tambon Thapthiang or Thapthiang sub-district has grown into Trang town. The symbols appearing in the space of Kopi coffee shop have become clearer as can be seen from posters announcing funerals posted in the Kopi shop. Funeral posters are posted in Kopi coffee shops because the deceased’s relatives want to dispatch the news to relatives and friends who live far away so that they can attend the funeral at the place and on the date written on the posters. It can be said that this is a way Chinese, who have come to settle in Trang and have become Thai Chinese, express their identity through a sign that reflects relationships in the community, and express their power in the social space through the space of the Kopi coffee shop.

## **Conclusion and discussion**

### ***Kopi coffee shops, spaces for communication in the community***

The Kopi coffee shop has been a space in the way of life among Trang locals from the past to the present even though time has changed and along with it the Kopi coffee shop has changed to be in accordance with the situation and society. Nevertheless, culturally, the eating culture, especially that takes place in the Kopi coffee shop remains the space for communication, information, and relationships among relatives and people in the community. This can be seen from people's access to the Kopi coffee shop to talk and share information. Sometimes owners of Kopi coffee shops act as centers for information and communicate it directly and indirectly. For example, they introduce their patrons to each other, and they write news and information on bulletin boards in their shops so that patrons can read it. This corresponds with a study by Sangkharat (2014) that it is natural for humans who live together in society to be interdependent through doing various types of activity together even though they are different in their culture. Activities they do together stimulate their interactions leading to strengthening and development of the community.

Interactions using the space in the Kopi shop as a medium sending information to members in the society concerning daily living and relationships of people in the community suggest that Trang locals use the strength of the Kopi coffee shop in being the space of communication for members of society to strengthen their local community along with economic and social development conducted by the state sector. Such strengths can enhance relationships among people through development of and solving problems of the community together which provide them with opportunities to have participation in improving their community leading to the love for the community among new generations and the strength of local relationships with sustainability.

### ***Kopi coffee shop, a social space for urban residents***

Kopi coffee shops can be regarded as a culture of Chinese immigrants who settled in Trang and brought with them their eating culture which was popular among travelers and traders who stopped by in Trang. When more Chinese settled down in Thapthiang, Kopi coffee shops became their meeting places where they exchange news and information, communicate, and build relationships. Furthermore, Kopi coffee shops are used in social networking and negotiating such as gathering to jointly protest against work of state and private organizations, and gathering to campaign for social activities. According to Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Center (2012), relationships among people in the community through the space of Kopi



coffee shops in Khuan Don of Satun Province led to people getting together to do social activities to support Kopi in entering the economic system as household industry and it has changed the community culture. However, Kopi still ties relationships of people in the community through cooperation in bringing income to the community. This research looks at culture that provides trade opportunities which show sign value of Kopi, a Chinese culture through value that affects attitude of people in the community. The culture, moreover, makes Kopi shops social spaces for building negotiation power in the economic situation for living as time changes which, at the same time, affects the changing social context. Regarding Kopi coffee shops in Trang, they are located in an urban society that is historically with mixed Thai and Chinese social and cultural contexts. Personalities and characteristics of Trang locals stem from the past when they had to cope with poverty from the economic situation during the war that forced them to make a decision to migrate to Thailand where they had to cope with the Thai state power requiring them to change their nationality from Chinese to Thai when Field Marshall Plaek Phibunsongkram was prime minister. This resulted in overseas Chinese and Thai Chinese trying to maintain their culture and express their identity, and enabling them to be determined in negotiating with powers in society (Phongphaibun, Wutthiphanit, and Chinnakan, 1997). The Thai Chinese characteristics mixed with traditional characteristics of Trang natives who were interdependent together with their interactions with travelers have made Trang into a network community (Natsupha & Lertwicha, 1998) to do trading in agricultural produce and other trades. As a result, there have been receiving and transferring of cultures from outside since the past when Trang was open for information and interactions from outside and inside the community because one of outstanding characteristics of the community is “fear nothing” (Natsupha & Lertwicha, 1998; Chitnirat, 2007). Moreover, their other characteristics including loving group members, recognizing smart people, and being straight forward support their opportunities in having interactions with outsiders who come into contact with them, and to settle in Trang (Phongphaibun, 2001). These have given Trang locals attributes of never fear anything, determined to speak up and do things they are interested in and think that they are right which have made Trang an urban society that is open in terms of communication and is open for opinions. Therefore, the space of the Kopi coffee shop has played an important role as a communication space from the past to the present. Kopi coffee shops play an important role in the way of life and in how Trang locals’ characteristics have been formed through Kopi consuming culture from generation to generation. Thus, they support and give importance to communication from inside and outside the community that can still be seen through the eating culture in the space of the Kopi coffee shop, the social space and the culture transferring space of Trang locals.

***Kopi coffee shops, spaces for political interactions***

Political interactions use the space of the Kopi coffee shop not only for national and local political criticism but also for holding activities that support politics such as introducing political candidates, speaking about political parties, distributing news and information about elections by posting posters and distributing leaflets about election candidates. Employees of Kopi coffee shops said that during elections including national, provincial and local ones, the spaces of the shops are used as one of campaign sites by candidates, their parties or their canvassers directly and indirectly. Moreover, spaces of Kopi coffee shops are used for social interactions by people from all walks of life from locals of the community to people with political power. The results of this research, especially social issues are discussed as follows.

The study on political interactions in spaces of Kopi coffee shops found that Kopi coffee shops are spaces for political interactions among people in the community as can be seen through communication they make in their local dialect, election campaign posters posted by the public sector to invite people to cast their votes, and by candidates to persuade people to vote for them. Thus, these are ways that Kopi shop spaces are used in transferring national as well as local political information. The aforementioned findings show that Kopi coffee shops in Mueang District of Trang Province are one of the spaces for social interactions, particularly political interactions among people in the community. It can be said that Kopi coffee shops are places where people criticize politics and exchange political opinions and information. This is in agreement with what is usually seen in Kopi coffee shops where importance is given to important persons who come in to have their meals, particularly during elections when there are constantly political activities going on in the spaces of Kopi coffee shops concerning election campaign, criticisms of policy, and support for candidates. According to Muenho (2013), the spaces are the stage for showing social negotiation power because people can use the spaces in Kopi coffee shops as a medium for criticism and exchange of political opinions at the same time as for making their own space and power by making social interactions there. Thus, Kopi coffee shops can be compared to their political speakers speaking for those who have no administrative and political power in the community, and this changes the meaning of the Kopi coffee shop spaces from being a place for trading, eating culture, and a place representing a way of life to being a place for political negotiations. Hence, the meaning of the Kopi coffee shop has changed according to its context of situation.

Nonetheless, this study found that political interactions of people in Kopi coffee shops do not need to be with the same beliefs or opinions because canvassers or people in the community have their own preferences. Therefore, interactions in Kopi coffee shops do not have to always be in agreement, and this tends to be

contrary to Surasit (2010) who states that interactions of groups in society are easier made if they have similar beliefs, and when groups have interactions in matters that can be linked, they will understand the similar matters as well as different ones.

***Kopi coffee shops, spaces for social negotiation power***

Trang Kopi coffee shops are spaces for building social power base of Trang locals, especially Thai Chinese descendants who had settled down in the area of where Tambon Thapthiang is now located before native people who came here after Trang town was moved from Tambon Kantang. Trang Kopi coffee shops are important for communication among groups of people, especially Thai Chinese, in the beginning, who used the spaces for posting news and information for communication. People in society have jointly designed symbols for their communications to eventually have a type of funeral announcement poster informing their group members to know and attend the funeral according to the date and time appearing in the poster. This is one way of expressing self among Thai Chinese in Trang. In addition, it shows networks of the groups through posters showing the family tree of the deceased. It is also an invitation to network members to attend the funeral. The spaces where posters are posted become public spaces where the posters are easily seen by people who go there to eat almost every day. Thus, the spaces in Kopi coffee shops are seen more easily than those in temples and municipal bulletin boards. Therefore, the spaces of Trang Kopi coffee shops are power negotiation spaces of the community which corresponds with Foucault's concept that power is everywhere and everyone can build power depending on the context that supports the person or the group; power does not refer to oppression or obsession but to stimulation and creativeness (Foucault in Tosakun, 2005). Here, Kopi coffee shops are spaces where Trang locals build power, stimulate relationships, and create social networks to support the way of life in society. Thus, power is not only to identify and limit rights but also to create self or social groups in creating or strengthening the way of life through cooperation in solving problems in society (Phuanghat, 2005). Humans are social animals who want to be part of a group, member of society, to have ties and to be accepted through interactions with others. According to Maslow (1954), in addition to the need of being accepted, being in a group helps strengthening the group in operating the way it wants in order to achieve its objectives which is the space to build power, to create social networks, to build energy and to express self in society. It is power that reflects through behavior of members of society, opinions of people in the community in negotiating, building, and showing self socially; through negotiating in the economic system, political system, and through building community power and social networks of people in the community.

Therefore, Trang Kopi coffee shops are more than restaurants and coffee shops or places where people socialize with others because activities in the Kopi coffee shops, relationships of people, and the historical and cultural contexts in the community reveal networking of power in the community to show self and to find opportunity to negotiate power in society. Nowadays Trang Kopi coffee shops are made discourses of Trang food culture by groups of power through media in social communication. This phenomenon prompts Trang locals to realize and give value to Kopi coffee shops, and the meaning they give to Kopi coffee shop is spaces for political interactions and power negotiations.

### **Recommendations**

Studies should be conducted on social interactions in other aspects in Kopi coffee shops in order to provide understanding of social interactions in the spaces of Kopi coffee shops in all aspects, and better understanding of the Kopi drinking culture of people in the community.

## References

- Charoensin-olan, C. (2008). *Language and politics/Being politics*. Bangkok: Thammasat University Press.
- Chitnirat, N. (2007). *Community code, space, identity, representation, truth, and post-modernism*. (2<sup>nd</sup> Ed.). Songkhla: Book Center, Thaksin University.
- Kendra, C. (2015). *Hierarchy of needs: the five levels of Maslow's hierarchy of needs*. Retrieved December 19, 2015, from: <http://psychology.about.com/od/theoriesofpersonality/a/hierarchyneeds.htm>.
- Ministry of Culture. (2011). *Miscellaneous culture of Trang Province*. Bangkok: Rungsilp Press.
- Mueanho, S. (2013). *Women in the bullring*. Master of Arts thesis in Human and Social Development. Prince of Songkla University, Songkhla.
- Natsupha, C. and Lertwicha, P. (1998). *Thai village culture*. (2<sup>nd</sup> Ed.). Bangkok: Sangsan.
- Phongphaibun, S. (2001). *Research report on structure and dynamics of the Southern culture and development*. Prof. Suthiwong Phongphaibun senior researcher project. Bangkok: Thailand Research Fund.
- Phongphaibun, S., Wutthiphanit, D., and Chinakan, P. (1997). *Research report on Chinese in Southern Thailand: the way of life and power*. Bangkok: Thailand Research Fund.
- Phuanghat, C. (2005). *Structure—Agents*. Bangkok: National Research Council of Thailand, Sociology Branch, Office of the National Research Council of Thailand.
- Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Center. (2012). *2012 Annual report on Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Center and visual anthropology: Kopi, a black relationship*. Bangkok: Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Center.
- Sangkharat, U. (2014). *Research report on the tradition of joint merit-making of two religions: Social interaction of Thai Buddhists and Thai Muslims in Tamot*

*Community, Tamot District, Phatthalung Province.* Songkhla: Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University.

Sanyawiwat, S. (2007). *Sociology theories: contents and basic use.* (10<sup>th</sup> Ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press.

Surasit, T. (2010). *Existence and cultural interaction of Muslim community culture in plurality society of Muang Songkhla.* Master of Arts thesis in Human and Social Development. Prince of Songkla University, Songkhla.

Tosakun, R. (2005). *Concepts of power.* Bangkok: National Research Council of Thailand, Sociology Branch, Office of the National Research Council of Thailand.

### **Interviewees**

Bee (Not his real name). (2014, December 4). At A Kopi Shop, Phetkasem Road, Thapthiang Sub-district, Mueang District, Trang Province. (P. Yeetin, Interviewer).

Dap (Not his real name). (2014, December 5). At B Kopi Shop, Huai Yot Road, Thapthiang Sub-district, Mueang District, Trang Province. (P. Yeetin, Interviewer).

Kaewlai, P. (2014, December 4). At A Kopi Shop, Phetkasem Road, Thapthiang Sub-district, Mueang District, Trang Province. (P. Yeetin, Interviewer).

Lueang-akson, T. (2014, December 6). At C Kopi Shop, Talat Road, Thapthiang Sub-district, Mueang District, Trang Province. (P. Yeetin, Interviewer).

Phetsi, Khao. (2015, June 14). At B Kopi Shop, Huai Yot Road, Thapthiang Sub-district, Mueang District, Trang Province. (P. Yeetin, Interviewer).

Wongnoi, Khim. (2014, December 5). At B Kopi Shop, Huai Yot Road, Thapthiang Sub-district, Mueang District, Trang Province. (P. Yeetin, Interviewer).

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล นางสาวภรณี ยี่ถีน  
รหัสประจำตัวนักศึกษา 5711120014

วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
วุฒิ บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยว)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2553

## ทุนการศึกษา

- ทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อวิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- ทุนสนับสนุนการเผยแพร่งานวิจัยระดับนานาชาติ จากการเข้าร่วมงานประชุมการประชุมวิชาการระดับนานาชาติด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 8 ณ ประเทศมาเลเซีย ICHISS 2016 8TH International conference on Humanities and social sciences, Innovation Humanities and Social Sciences: Opportunities and challenges. ระหว่างวันที่ 27-29 พฤษภาคม 2559 ณ Hotel Royale Chulan, Oamansara, Selangor, Malaysia. ระหว่างวันที่ 27-29 พฤษภาคม 2559 ณ Hotel Royale Chulan, Oamansara, Selangor, Malaysia.

## การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน

Yeetin P. & Buakaew J. (2016). Kopi Coffee Shops: Political Interaction Spaces for Trang Locals. Kasetsart Journal SocialSciences. (อยู่ระหว่างขั้นตอนการคัดเลือกบทความจากผู้ทรงคุณวุฒิ)  
ภรณี ยี่ถีน และจวีร์รัตน์ บัวแก้ว. (2559). ร้านกาแฟสี่สายสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมของคนเมืองตรัง. ICHISS 2016 8TH International conference on Humanities and social sciences, Innovation Humanities and Social Sciences: Opportunities and challenges. ระหว่างวันที่ 27-29 พฤษภาคม 2559 ณ Hotel Royale Chulan, Oamansara, Selangor, Malaysia.