

ถอดใจเดีย “อัมพวา” – “เพลีนวาน” ปลุกชีพตลาด ขายเสน่ห์แห่งอดีต

ASTVผู้จัดการรายวัน - การพัฒนาพื้นที่ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวในสไตล์ตลาดย้อนยุคกำลังได้รับความนิยมอย่างยิ่ง ดูได้จากจำนวนตลาดแนวนี้ที่เปิดขึ้นใหม่หลายแห่งกระจายทั่วประเทศ รวมถึงความต้องการของผู้ประกอบการที่มองหาทำเลทองค้าขาย มักแห่จับจองอย่างล้นหลามแทบทุกโครงการ

สำหรับต้นแบบแห่งความสำเร็จของตลาดแนวย้อนยุคในลำดับต้นๆ คงต้องมีชื่อตลาดน้ำ “อัมพวา” จ.สมุทรสงคราม และ “เพลีนวาน” อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ รวมอยู่ด้วยแน่นอน เมื่อไม่นานมานี้ ผู้บุกเบิกทั้ง 2 สถานที่ได้เป็นวิทยากรบรรยายในงานสัมมนา หัวข้อ “คิดต่าง ทำต่าง อย่างสร้างสรรค์” เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ในการปลุกปั้นให้ตลาดย้อนยุคกลับมาเป็นที่นิยมอย่างสูง

“อัมพวา” พื้นมนต์ขลัง ดึงชุมชนมีส่วนร่วม

ตลาดน้ำอัมพวาเปิดตั้งแต่ปีพ.ศ.2547 บุกเบิกโดยร้อยโทพัชโรดม อนุสุวรรณ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ที่ดึงมนต์เสน่ห์ของท้องถิ่นที่มีอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชน สถาปัตยกรรม สิ่งแวดล้อม และประวัติศาสตร์ นำมาแต่งตัวให้เป็นสินค้าใหม่ ภายใต้รูปแบบตลาดยามเย็น เสริมกิจกรรมสร้างจุดขายทั้งขายอาหารพื้นบ้าน ล่องเรือชมทิวทัศน์ ห้อยพวงโยธยธัย ไหว้พระ เป็นต้น

“อัมพวามีข้อดีด้านต้นทุนวัฒนธรรมอยู่แล้ว มีคลองไม่ต้องขุดใหม่ ไม่ต้องสอนคนอัมพวาให้พายเรือ ฉะนั้น เราต้องดูว่า ตลาดน้ำดำเนินสะดวกยังขาดอะไร ทำให้พบว่าเป็นตลาดเช้า ลูกค้าหลักเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้น อัมพวามุ่งทำตลาดเย็น และตั้งกลุ่มเป้าหมายคนไทย ซึ่งเมืองไทยอากาศร้อน เหมาะจะเดินสบายๆ ตอนเย็นๆ อีกทั้งด้วยระยะทางที่ไม่ไกลเป็นอีกจุดแข็งทำให้นักท่องเที่ยวคนกรุงฯ อยากมาสัมผัส” ร้อยโทพัชโรดม อธิบาย การสร้างตลาดน้ำยามเย็นจนเป็นที่

รู้จัก เบื้องต้นใช้งบประมาณไม่ถึง 2 แสนบาท กับพลังชาวชุมชนท้องถิ่นที่มาร่วมกันประมาณ 5,000 คนเท่านั้น เริ่มด้วยการจัดกิจกรรมต่างๆ โดยใช้เงินส่วนหนึ่งเป็นค่ารางวัลและสร้างสีสันภายในท้องที่ เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสแล้วเกิดประทับใจไปบอกต่อ ช่วยขยายกระแสนิยมอย่างรวดเร็ว

ร้อยโทพัชโรดม ย้ำว่าหัวใจสำคัญมาจากให้คนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ผลประโยชน์สูงสุดต้องตกอยู่กับคนในชุมชน โดยกิจกรรมต่างๆ กวาร์้อยละ 80 ภายในตลาดอัมพวา เกิดขึ้นโดยฝีมือคนท้องถิ่น มีกติกาส่งคมที่ตกลงร่วมกันเอง เช่น สินค้าขายบนบกให้หลากหลาย

อย่าขายเหมือนกัน กระตุ้นให้แต่ละคนคิดสร้างสรรค์ขายสินค้าแปลกใหม่ ส่วนในน้ำให้มีความเป็นธรรมชาติ และสะอาด แม้ค่าที่จะล้างจานให้ขึ้นมาล้างข้างบน เป็นต้น

ที่สำคัญปลุกฝังความคิดให้ชาวอัมพวา และผู้ประกอบการค้าในอัมพวาเป็นเจ้าบ้านที่ดี สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวให้อยากกลับมาเยือนอีกเสมอๆ

“การมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวอยู่ที่อาศัยใจไมตรีมากกว่าตัวสินค้าหรือสถานที่ น้ำใจไมตรี เป็นเสน่ห์ของคนไทย ไม่ต้องปรุงแต่งแต่มาจากใจ และมักถูกบอกเล่าจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาแล้วพูดต่อๆ กันไปด้วยความประทับใจที่ดี เหมือน



ภัทรา สหวัฒน์



ร้อยโทพัชโรดม อุนสุวรรณ



การตลาดแบบขายตรง ซึ่งสามารถบรรยายรายละเอียดได้ดีกว่าที่เรานำเสนอผ่านสื่อซึ่งอาจจะได้ในแง่ของภาพรวม ซึ่งการนำข้อเท็จจริงออกไปจากปากคนที่เข้ามาสัมผัสจะนำไปสู่ความยั่งยืน ผู้นำชุมชน อัมพวา กล่าว

“เพลินวาน” ความประทับใจที่จับต้องได้ในขณะที่อัมพวาน่าของดีที่มีอยู่เดิม มาใส่ที่บ่อใหม่ แต่สำหรับ “เพลินวาน” คือการเนรมิตทุกสิ่งขึ้นมาใหม่ทั้งหมด โดยอาศัยความประทับใจในอดีตเป็นฐานที่ตั้ง เพื่อดึงอารมณ์ร่วมจากคนที่เคยมีช่วงเวลาดีๆ ในอดีตได้กลับมาย้อนคิดถึงวันวาน ภัทรา สหวัฒน์ ทายาทกิจการ “วันชัย

กรุ๊ป” ผู้ผลิตแผ่นไม้ทดแทนธรรมชาติรายใหญ่ของประเทศ เข้ามาพัฒนาที่ดินทรัพย์สินของครอบครัว เพื่อทำในสิ่งที่ตัวเองชื่นชอบและใฝ่ฝันมายาวนาน แม้นในเบื้องต้นผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน ล้วนไม่เห็นด้วย เพราะประเมินข้อจำกัดด้านเดินทางไกลเกินไป และทำเลที่ดินหน้าแคบ ยากที่คนทั่วไปจะมองเห็นและแวะเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ด้วยความมุ่งมั่นที่มีอยู่ในตัว ประกอบกับใช้การออกแบบทางสถาปัตยกรรมมาช่วยสร้างจุดเด่น ทำให้เพลินวานนึกซอซอทั้งดิ่ง สามารถประสบความสำเร็จอย่างสูง วันธรรมดาคนก็ท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 2,000 คน หากเป็นวันหยุดสุดสัปดาห์มากถึงหลักหมื่นคนทีเดียว

ภัทรา จำกัดความเพลินวานว่า เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต เป็นสถานที่บันทึกเรื่องราวหรือความประทับใจในอดีตที่สามารถให้ทุกคนจับต้องได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม ผู้ที่เข้ามาเที่ยวชมได้รู้เรื่องราวในอดีตโดยไม่รู้ตัว ถือเป็นความแตกต่างที่ไม่เคยมีสถานที่ใดทำมาก่อน

“ไอเดียมาจากการประจำของบริษัทที่ต้องเดินทางไปต่างประเทศบ่อยๆ โดยเฉพาะญี่ปุ่น มีโอกาสไป “ราเม็งมิวเซียม” ซึ่งทำให้เรารู้ว่า ราเม็งมีมาตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 ในนั้นทุกอย่างมีเรื่องราว และบุคลิกเฉพาะตัว ทำให้เกิดความประทับใจจนกระทั่งได้ที่ดินแห่งนี้ เห็นว่า ความเป็นไทยของเราก็มีจังหวะเวลาที่เท่าๆ เหมือนกัน รวมถึงตัวเองก็เติบโตมากับช่วงเวลานี้ และคุณแม่ก็เป็นชาวอัมพวา ทำให้เริ่มจับความประทับใจกับบรรยากาศเก่าๆ มาตลอด จึงนำหลายแนวคิดมาผสมผสานกันสร้างเป็น “เพลินวาน” ภัทรา เล่าถึงแรงบันดาลใจและเผยต่อว่า

กว่าจะเป็นเพลินวานที่ทุกคนเห็นในวันนี้ ใช้เวลาทำการบ้านถึง 2 ปีเต็มๆ เฉพาะแค่สร้างแบบ 1 ปี และเก็บข้อมูลอีก 1 ปี ขณะที่การก่อสร้างจริงกลับใช้เวลาเพียงไม่กี่เดือน โดยทุกส่วนล้วนแฝงความคิดและความหมายไว้ เช่น ประตูทางเข้าขนาดยักษ์เป็นต้นไม้สร้างจุดเด่นให้คนเห็นได้ง่าย ลดจุดอ่อนเรื่องทำเลหน้าแคบ อีกทั้งได้แรงบันดาลใจจาก “ประตูใบไผ่” ของวิเศษจากการตูนโดราเอมอน แทนความหมายให้คนที่ผ่านประตูนี้เข้าไปได้ย้อนทะลุมิติกลับไปยังอดีตอีกครั้ง

“เพลินวานไม่ได้เป็นสินค้า แต่เป็นตัวแทนทั้งความชอบ และความเชื่อส่วนตัว โดยรูปลักษณ์ภายนอกคือ ความชอบเกี่ยวกับยุคสมัย บรรยายภาพ และความ เป็นไทยที่ส่วนตัวประทับใจ และคิดว่า มีคนอีกจำนวนมากประทับใจในช่วงเวลานี้ เหมือนกัน ส่วนความเชื่อ คือ การทำธุรกิจอยู่บนหลักคิดดี ทำดี ก็สามารถเลี้ยงตัวเองให้อยู่รอดได้” ภัทรา กล่าว ■