การสร้างสรรค์เรื่องเล่าเพื่อสื่อสารอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง

Storytelling Creation to Communicate Identity of Chinese Ethnic Food to Promote the Community Economy and Tourism Links, Nakhon Si Thammarat Province and Trang Province

เมธาวี จำเนียร[1*] ตมิสา ทิพยะ[2] จุรีภรณ์ นวนมุสิก[3]

Methawee Chamnian[1*] Tamisa Tippaya[2] Jureeporn Nuanmusik[3]

Corresponding Author's Email: methawee_kae@nstru.a.c.th

(Received: March 3, 2025; Revised: September 25, 2025; Accepted: September 29, 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง และ 2) เพื่อสร้างสรรค์เรื่องเล่าอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ หน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนและปราชญ์ชุมชน จำนวน 20 คน และผู้ประกอบการร้านอาหารชนชาติจีนจำนวน 7 คน จาก 8 ร้านอาหารอัตลักษณ์ โดยจำแนกเป็นอาหารคาวและหวาน ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดตรัง อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง อำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราชและอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นร้านอาหารเดียวที่มีทั้งอาหารคาวและหวาน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบบันทึกผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และแบบบันทึกผลการสังเกตการณ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลรวบรวมจากการลงพื้นที่ภาคสนาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถอดรหัส (Coding analysis) จากประเด็นคำถามที่กำหนดไว้ แล้วพิจารณาความสอดคล้องและสรุปเป็นประเด็นตามวัตถุประสงค์ ผลการวิจัย พบว่า 1) ชาวจีนจำนวนมากเข้ามาเมืองไทยเพื่อการแสวงโชค โดยชาวจีนเข้ามา ณ จังหวัดตรังในสมัยรัชกาลที่ 3 และโดยเฉพาะในสมัยรัชกาลที่ 5 มาใช้แรงงานทำรางรถไฟสายตรังและตั้งรกรากอยู่ต่อ นอกจากนี้ ชาวจีนยังมาทำเหมืองดีบุก ณ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง และทำสวนยางพาราในอำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช ชาวจีนจึงตั้งรกรากตามพื้นที่ที่รถไฟแล่นผ่านเช่นเดียวกับที่อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทำให้มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมทั้งกับชาวจีนต่างชาติพันธุ์และกับคนไทยในท้องถิ่น รวมถึงบริบทที่มาอาหารชนชาติจีน ที่ชาวจีนนำมาผสมผสานกับวัฒนธรรมทางอาหารของประเทศไทยในแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีผลต่ออัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนทั้งที่มีความเหมือนและความต่างของเมนูและความเชื่อเกี่ยวกับอาหาร เช่น หมูย่างนิยมในจังหวัดตรัง และขาหมูต้มหรือตุ๋นนิยมในจังหวัดนครศรีธรรมราช หรือการรับประทานเส้นหมี่หน่ำเหลี่ยวในวันเผาศพ ในจังหวัดตรัง และการไม่นิยมรับประทานเมนูที่เป็นเส้นในวันเผาศพของจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้นอย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะมีการปรับเปลี่ยน ดัดแปลง และผสมกลมกลืนของอาหารชนชาติจีนแต่ละชนชาติและอาหารไทย หากแต่ยังสะท้อนชาติพันธุ์ ความเชื่อ ภูมิศาสตร์ที่มา ประเพณีและอาชีพของชาวจีนแต่ละชาติพันธุ์ 2) การสร้างสรรค์เรื่องเล่าอาหารชนชาติจีนภายใต้การวิจัย ทำให้ได้ชุดข้อมูลตั้งต้นของแต่ละร้านอาหารชนชาติจีน ซึ่งประกอบด้วย ระยะเวลาการเปิดร้าน เมนูที่เป็นอัตลักษณ์ กรรมวิธี วิธีการนำเสนออาหาร และประโยชน์ของอาหาร คณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์กลยุทธ์การสร้างสรรค์เนื้อหาโดยการเล่าเรื่องมุ่งเน้นอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละร้าน ภูมิปัญญาและคุณค่าจากอาหารชนชาติจีน กลยุทธ์การเล่าเรื่องด้วย อัตลักษณ์ความเป็นจีน และกลยุทธ์การเล่าเรื่องเชื่อมโยงกับเอกลักษณ์เชิงพื้นที่และการท่องเที่ยว

[1] อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

[2] อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

[3] อาจารย์ประจำสาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

[1] Lecturer, Department of Communication Arts, Faculty of Management Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

[2] Lecturer, Department of Visual Communication Design, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

[3] Lecturer, Department of Public Health, Faculty of Science, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

คำสำคัญ: เรื่องเล่า อาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีน เศรษฐกิจชุมชน การท่องเที่ยว

Abstract

This research aims: 1) to study the context, origin and identity of Chinese ethnic food along the link connecting Nakhon Si Thammarat and Trang provinces; and 2) to create a story of Chinese ethnic food identity to promote the community economy and tourism links, Nakhon Si Thammarat Province and Trang Province. This research is a qualitative research using interviews with key informants, namely 20 government/private sector agencies and community scholars, and 7 entrepreneurs of Chinese restaurants from 8 identity foods. It is divided into savory and sweet dishes in the areas of Mueang District, Trang Province, Huai Yot District, Trang Province, Na Bon District, Nakhon Si Thammarat Province, and Thung Song District, Nakhon Si Thammarat Province. In Thung Song District, Nakhon Si Thammarat Province, it is the only restaurant that has both savory and sweet dishes. Data collection tools included data recording forms, semi-structured interview forms, and observation recording forms. Data were collected from field visits. and analyze the data by decoding (coding analysis) from the specified questions which consider the consistency and summarizing the issues according to the objectives. The research results found that: 1) the context of the origin of Chinese food, many Chinese people came to Thailand to seek their fortune. It was found that the Chinese came to Trang Province during the reign of King Rama III and especially during the reign of King Rama V to work as laborers on the Trang railway line and then settled there. In addition, Chinese people also came to mine tin in Huai Yot District, Trang Province, and cultivate rubber plantations in Na Bon District, Nakhon Si Thammarat Province. Chinese people therefore settled along the railway's route as in Thung Song District, Nakhon Si Thammarat Province. There is a cultural fusion between ethnic Chinese and local Thai people, including the context of the origin of Chinese food. The Chinese have blended it with the food culture of Thailand in each region, which has affected the identity of Chinese food, both in terms of similarities and differences in menus and beliefs about food; for example, grilled pork is popular in Trang Province, and boiled or stewed pork legs are popular in Nakhon Si Thammarat Province. Alternatively, eating vermicelli noodles on cremation day in Trang Province, and not eating noodles on cremation day in Nakhon Si Thammarat Province, etc. However, there have been changes, adaptations and a blend of Chinese food from different ethnic groups and Thai food, but it also reflects ethnicity, beliefs, geography of origin, traditions and occupations of each ethnic Chinese people; 2) The creation of Chinese food stories under research resulted in the initial data set for each Chinese restaurant, which included the opening period, the signature menu, the methods, the presentation methods and the benefits of the food. The researchers synthesized content creation strategies by telling stories that focused on each restaurant's unique food, wisdom, and value from Chinese national cuisine, storytelling strategies with Chinese identity and storytelling strategies linked to spatial identity and tourism.

Keywords: story telling, Chinese identity food, community economy, tourism

ความเป็นมาของปัญหา

จากการศึกษายุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2561) ได้ให้ความสำคัญด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติบนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ การต่อยอด การปรับปัจจุบัน และการสร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต กล่าวคือ เป็นการ “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย ในการวิจัยครั้งนี้จึงได้นำประเด็นอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนที่มีอยู่เดิมในเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง มาศึกษาข้อมูลองค์ความรู้ สร้างสรรค์เรื่องเล่าสู่การสร้างคุณค่าใหม่ ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน การตลาดการท่องเที่ยว ตลอดจนเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการเพื่อยกระดับรายได้

ทั้งนี้ จากการศึกษาอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีน พบว่า อาหารชนชาติจีนเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า มีตำนานความเป็นมาและเกร็ดความรู้ต่างๆ ที่น่าสนใจ เพราะจีนถือว่าเรื่องกินเป็นเรื่องใหญ่และมีความพิถีพิถันในการทำอาหารมาก อาหารไม่เพียงมีความสำคัญแค่ความอิ่มอร่อยเท่านั้น ยังต้องให้คุณค่า เป็นยาบำรุงรักษาสุขภาพอนามัยอีกด้วย ดังนั้น เรื่องเกี่ยวกับอาหารการกินของจีนจึงเป็นเรื่องที่เล่าสู่กันได้เกือบทุกเรื่อง (รจรินทร์ สิมธาราแก้ว, 2550) สอดคล้องกับที่ Lan Long Jun (2559 อ้างถึงใน Zhao, 2021) ได้กล่าวถึงอาหารชนชาติจีนในสังคมไทยว่า ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน มีชาวจีนจำนวนมากอพยพมาตั้งถิ่นฐานทั่วทุกภาคของประเทศไทย ในขณะที่พวกชาวจีนอพยพมาก็นำวัฒนธรรมการกินอาหารของตนเข้ามาด้วย อาหารชนชาติจีนในสังคมไทยเป็นอาหารที่เน้นความสดใหม่ของวัตถุดิบในการปรุงอาหาร เป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ทำให้อาหารชนชาติจีนได้แทรกซึมในวิถีชีวิตของชาวไทยและแพร่หลายในไทยเป็นอย่างมาก สำหรับในพื้นที่จังหวัดรอยต่ออำเภอนาบอน อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช และอำเภอห้วยยอด และอำเภอเมือง จังหวัดตรัง มีการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานของคนจีนที่มีความผูกพันกับประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะในสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งเกี่ยวพันกับการคมนาคมที่สะดวกผ่านทางการรถไฟ นโยบายของชาติไทยที่เปิดโอกาสให้เข้ามาตั้งรกรากของคนจีน ซึ่งคนจีนที่อพยพเข้ามาก็ได้นำวัฒนธรรมอาหารชนชาติจีนเข้ามาเผยแพร่ด้วย

โดยทั่วไป อาหารชนชาติจีนของทั้งสองจังหวัดมีความคล้ายคลึงกัน หากแต่อาหารจีนของแต่ละชนชาติมีรายละเอียดของวัตถุดิบ กรรมวิธีการทำที่ส่งผลต่อรูปลักษณ์และรสชาติแตกต่างกัน อาหารชนชาติจีนจึงมีความสำคัญทั้งในชีวิตประจำวันที่มีการปรับประยุกต์ให้เข้ากับบริบทในแต่ละพื้นที่ และในโอกาสพิเศษในวันหรือเทศกาลที่เกี่ยวพันกับความเชื่อของชาวจีน ดังนั้นสถานการณ์ของร้านอาหารชนชาติจีนจะเชื่อมโยงกับเทศกาลความเชื่อของจีน โดยยอดจำหน่ายจะสูงในช่วงดังกล่าว และต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาวะเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญของการส่งเสริมอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนประเด็นหนึ่งคือ ผู้ประกอบการอาหารชนชาติจีน ไม่สามารถอธิบายที่มาและความหมายของอาหารชนชาติจีนได้ นั่นหมายถึง การขาดเรื่องราว (Story) ที่น่าสนใจ ที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับชนชาติจีนที่มีพื้นที่เชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง ซึ่งจากการค้นหาข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้านด้านอาหาร ผู้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว ทำให้ได้ข้อมูลว่า มีการเคลื่อนย้าย แลกเปลี่ยน และเชื่อมโยงวัฒนธรรมอาหารของชนชาติจีนกันในพื้นที่สองจังหวัดที่น่าสนใจ อาหารชนชาติจีนมีความคล้ายคลึงกัน แต่มีความแตกต่างกันตรงรายละเอียดวิธีทำซึ่งส่งผลต่อรูปลักษณ์และรสชาติที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ อาหารชนชาติจีน ซึ่งในที่นี้ หมายถึง อาหารของคนจีนในประเทศจีนที่อพยพเข้ามายังจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรังและยังคงรักษาอัตลักษณ์ชนชาติไว้ นับว่ามีความสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง โดยเฉพาะอำเภอเมืองและอำเภอห้วยยอด เชื่อมโยงเส้นทางมาจังหวัดนครศรีธรรมราช ในอำเภอนาบอนและอำเภอทุ่งสง เพราะในสองจังหวัดสี่อำเภอดังกล่าว มีแหล่งชุมชนคนชนชาติจีนอาศัยอยู่อย่างชัดเจน ดังนั้น จึงมีเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงกับอาหารชนชาติจีนเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคได้

เพื่อทำให้อาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนเป็นที่น่าสนใจมากขึ้น สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวในระดับมหภาค จึงควรมีการสร้างสรรค์เรื่องเล่า ดังที่ อรช กระแสอินทร์ นภาวดี โรจนธรรม และ พรปวีร์ ดิษฐคำเริง (2565) ได้ศึกษาพบว่า บทบาทของอาหารและขนมในกิจกรรมการท่องเที่ยว นั่นคือการเป็นของฝาก ควรให้ความสำคัญกับ

ผลิตภัณฑ์อาหารของฝาก (Food souvenirs) ที่สร้างความทรงจำให้ระลึกถึงและต้องการกลับมาอีก และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเพื่อเป็นของฝากของที่ระลึก

การวิจัยเรื่องสร้างสรรค์เรื่องเล่าเพื่อสื่อสารอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีน เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง จึงจะช่วยยกระดับอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนผ่านการเล่าเรื่องให้สามารถส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนและการท่องเที่ยวของทั้งสองจังหวัดได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดตรัง
2. เพื่อสร้างสรรค์เรื่องเล่าอาหารชนชาติจีนส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ประเภทของการวิจัย**

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ

2. **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรคือ หน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนและปราชญ์ชุมชน และผู้ประกอบการชุมชน/ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารชนชาติจีน ใน 4 พื้นที่ประกอบด้วย อำเภอเมือง จังหวัดตรัง อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง อำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช และอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้ให้ข้อมูลคือ หน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนและปราชญ์ชุมชน จำนวน 20 คน และผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารชนชาติจีนจำนวน 7 คน จากทั้งหมด 8 ชนิดอาหารอัตลักษณ์ แยกเป็นอาหารคาว 4 ชนิดอาหาร และอาหารหวาน 4 ชนิดอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดตรัง อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง อำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราชและอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยในอำเภอทุ่งสงเป็นร้านอาหารเดียวที่มีทั้งอาหารคาวและหวาน โดยใช้เกณฑ์การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยมีเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลร้านอาหารชนชาติจีนดังกล่าว ได้แก่ ร้านอาหารชนชาติจีนประจำถิ่นยังคงเปิดดำเนินกิจการอย่างต่อเนื่อง ร้านมีการปรับตัวเข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ ใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสาร และร้านมีความพร้อมและมีความเต็มใจเข้าร่วมการวิจัย

3. **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล**

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาบริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีน คณะผู้วิจัยใช้แบบบันทึกผลการวิเคราะห์ข้อมูล รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การใช้แบบสัมภาษณ์สัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนและปราชญ์ชุมชนที่มีความรู้บริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีน จำนวน 20 คน และการใช้แบบสัมภาษณ์สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารชนชาติจีน จำนวน 7 ผู้ประกอบการ โดยแบบสัมภาษณ์มีลักษณะเป็นแบบกึ่งโครงสร้าง จำแนกเป็น 3 ตอนได้แก่ ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป ตอนที่ 2 ข้อมูลบริบทที่มาเชิงประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีน ตอนที่ 3 ความคิดเห็นอื่นๆ รวมทั้งยังใช้แบบบันทึกข้อมูลการสังเกตการณ์พฤติกรรมการบริโภคอาหารชนชาติจีนของนักท่องเที่ยวร่วมด้วย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างสรรค์เรื่องเล่า คณะผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างผู้ประกอบการเพื่อสอบถามความต้องการเรื่องเล่าของผู้ประกอบการ จากนั้นจะร่วมกันสร้างสรรค์เรื่องเล่าร่วมกับผู้ประกอบการ โดยใช้แบบบันทึกผลการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เรื่องเล่าร่วมกับผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ ก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลจะมีการประเมินเครื่องมือวิจัยโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์/นิเทศศิลป์ การตลาด และการท่องเที่ยว และจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา พิจารณาความเชื่อมโยง สอดคล้อง ความเป็นเหตุเป็นผลกัน เพื่อตอบคำถามในแต่ละวัตถุประสงค์การวิจัย

4. **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

การรวบรวมข้อมูล ในแต่ละขั้นตอนการวิจัยมีวิธีการรวบรวมข้อมูลจากการใช้เครื่องมือการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาบริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีน คณะผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนและปราชญ์ชุมชน จำนวน 20 คน และผู้ประกอบการ จำนวน 7 ร้านอาหารอัตลักษณ์จีน รวมถึงรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตการณ์พฤติกรรมการบริโภคอาหารชนชาติจีนของนักท่องเที่ยวร่วมด้วย คณะผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลโดย ลงพื้นที่ 2 จังหวัด จังหวัดละ 5 ครั้ง นัดหมายผู้ให้ข้อมูลที่มีความรู้เกี่ยวกับบริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างสรรค์เรื่องเล่า คณะผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เรื่องเล่าร่วมกับผู้ประกอบการ คณะผู้วิจัยลงพื้นที่ ร้านละ 2 ครั้ง โดยทั้ง 7 ร้านจะมีผู้ประกอบการให้ข้อมูล 1 คน

5. **การวิเคราะห์ข้อมูล**

ข้อมูลในเชิงคุณภาพทั้ง 2 วัตถุประสงค์การวิจัย คณะผู้วิจัยจะวิเคราะห์เนื้อหาแบบ coding analysis ตามข้อคำถามที่กำหนดไว้ จากนั้น พิจารณา ความสอดคล้อง ความเหมือนและความแตกต่างของข้อมูลที่ได้ เพื่อเปรียบเทียบ สรุปผล และนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะการพรรณนาความ

ผลการวิจัย

1. **บริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง**

บริบทที่มาของอาหารชนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง

จากการเข้ามาของคนชนชาติจีน ณ จังหวัดตรัง ที่มีหลักฐานตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 และอาจมีการเดินทางต่อมายังจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเฉพาะในสมัยรัชกาลที่ 5 ที่มีการสร้างรางรถไฟ และเหมืองแร่ดีบุกกำลังเฟื่องฟู ประกอบกับการเดินทางของคนชนชาติจีนจากมาเลเซียมาจับจองที่ดินยังพื้นที่อำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช ทำให้มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมทั้งกับคนจีนต่างชาติพันธุ์ และกับคนไทยในท้องถิ่น ทำให้ใน 4 พื้นที่ ทั้งในอำเภอเมือง อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง และอำเภอนาบอน และอำเภอทุ่งสง จังหวดนครศรีธรรมราช มีวัฒนธรรมจีนปรากฏคล้ายคลึงกัน ทั้งประเพณี ความเชื่อ ภูมิปัญญา โดยเฉพาะภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ด้านอาหารชนชาติจีน

อัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง

จากการลงพื้นที่ของทั้ง 4 พื้นที่ พบว่า อัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนในแต่ละพื้นที่มีความคล้ายคลึงกัน โดยเมนูอาหารที่โดดเด่นในพื้นที่จังหวัดเดียวกันจะมีความคล้ายคลึงกัน โดยอาหารชนชาติจีนในอำเภอเมือง และอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรังจะมีความใกล้เคียงกัน ได้แก่ เกาหยุก และหมี่หน่ำเหลี่ยวหรือโหลวหมี่ ในขณะที่ในอำเภอนาบอนและอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีเมนูที่ใกล้เคียงกัน คือ ขาหมู ซึ่งในอำเภอเมืองและอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ขาหมูไม่ได้เป็นอาหารเด่น แต่กลับเป็นหมูย่างที่มีความโดดเด่นแทน

อย่างไรก็ตาม ในพื้นที่ที่เชื่อมโยงกันและตั้งอยู่คนละจังหวัด ก็มีความคล้ายคลึงกันเช่นกัน ชุมชนชาวจีนฮกจิว นาบอน กับชาวจีนฮกเกี้ยน จังหวัดตรัง มีวัฒนธรรมการไหว้หมูย่างในพิธีศพ ซึ่งอาจเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากตรังมาแก่ชุมชนชาวจีนฮกจิว นาบอน ในการประกอบพิธีไหว้หมูย่าง ลูกหลานและญาติใกล้ชิดของผู้ตายเป็นผู้นำหมูย่างมาเคารพศพ และเข้าไปไหว้เคารพผู้ตายเป็นครั้งสุดท้าย ตามลำดับใกล้ชิดของความสัมพันธ์เครือญาติ หมูย่างผ่านพิธีแล้ว จะส่งเข้าห้องครัวและผ่าส่วนกลางลำตัวออกมาเลี้ยงผู้มาร่วมงานร่วมกับอาหารโต๊ะจีน จัดเลี้ยงเป็นมื้อใหญ่ เนื่องจากเป็นงานวันสุดท้าย สำหรับหัวหมู

และบั้นท้ายหมู คืนให้เจ้าของหมูย่างนำกลับไป (ปิยชาติ สิงดี และสิรีธร ถาวรวงศา, 2561) ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจังหวัดตรัง จะพบว่า หมูย่างยังใช้ในงานมงคลต่างๆ เช่น งานแต่ง การไหว้บนบานศาลเจ้า ฯลฯ และในงานศพยังพบว่า จำนวนหมูย่างจะเป็นตัวบ่งบอกฐานะของเจ้าของงาน และในงานศพจะเอาหางหมูย่างออก เหมือนจะให้รู้ว่าทำแบบนี้เฉพาะงานศพ ซึ่งเป็นความเชื่อ หากเป็นงานแต่งงานมีทั้งหัวมีทั้งหาง คือต้องการจะสื่อความว่า จะทำการสิ่งใด จะทำให้ได้ครบตามความประสงค์

"หมูย่างในงานมงคลก็คืองานแต่งงาน ก็จะมีการไหว้หมูย่าง แล้วงานแต่งกับงานศพมันจะมีความเชื่อต่างกันอยู่นิดหนึ่ง ก็คือถ้าเป็นงานแต่งมีทั้งหัวมีทั้งหาง คือทำการสิ่งใดทำให้ครบอย่างนั้น แต่ถ้าเป็นงานศพจะเอาหางออก เหมือนจะให้รู้ว่านี่เฉพาะงานศพ ก็เป็นความเชื่อ" (ผู้ให้ข้อมูล 1)

นอกจากนี้ ในงานศพของจังหวัดตรัง ในวันเผาศพก็จะมีหมี่หนำเหลี่ยวแจกแขกที่มาร่วมงาน เช่นเดียวกับในอำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งจะมีหมี่เหลืองนาบอนซึ่งมีความเชื่อเกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเจ้าภาพและแขกที่มาร่วมงาน และเป็นการอวยพรให้ลูกหลานอายุยืนยาว ซึ่งจะมีความแตกต่างกับงานศพในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ไม่นิยมมีอาหารลักษณะเส้นในงานศพเพราะมีความเชื่อว่า เส้นหมี่ คือความผูกพันระหว่างญาติและผู้เสียชีวิต ทำให้ผู้เสียชีวิตไม่ไปสู่สุคติ

"งานศพก็จะมีหมี่หนำเหลี่ยว สูตรไม่แตกต่างกัน แต่ด้วยความเชื่อความเชื่อเดียว เส้นหมี่มันมีความยืดยาว มีความสัมพันธ์ที่ยืดยาวที่มีให้กันระหว่างเจ้าภาพและแขก เส้นหมี่ยังไม่ขาดตอน ไม่มีการสับเส้นหมี่นั่นแหละ ก็คือสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน" (ผู้ให้ข้อมูล 2)

ในส่วนของอาหารหวานประเภทขนม ในพื้นที่ 4 พื้นที่เชื่อมโยงจะมีขนมที่คล้ายคลึงกัน คือ ขนมจีบสังขยาหรือพัฟสังขยา เต้าส้อ ซาลาเปา เป็นต้น ในขณะที่ขนมเค้กจะนิยมจำหน่ายและได้รับความนิยมเฉพาะในจังหวัดตรังเท่านั้น

นอกจากนี้ จากการเข้ามาของคนชนชาติจีน ทำให้มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมทั้งกับคนจีนต่างชาติพันธุ์ และกับคนไทยในท้องถิ่น ทำให้ใน 4 พื้นที่ ทั้งในอำเภอเมือง อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง และอำเภอนาบอน และอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัฒนธรรมจีนปรากฏคล้ายคลึงกัน แต่ก็สามารถสะท้อนความเป็นชาติพันธุ์ผ่านรูปลักษณ์และการนำอาหารไปใช้ในโอกาสต่างๆ ดังนี้

1) สะท้อนชาติพันธุ์ สะท้อนความเชื่อ เช่น จีนไหหลำ มีเมนูแพะตุ๋น เพราะนับถือเจ้าแม่ทับทิม ต้องฆ่าแพะบูชายันวันเกิดเจ้าแม่ทับทิม เป็นต้น

2) สะท้อนจากประเพณี เช่น งานศพของจีนฮกเกี้ยน เวลาเผาศพจะเลี้ยงหมี่หนำเหลี่ยวแจกแขกในงาน ในขณะที่จีนแต้จิ๋วจะเลี้ยงหมี่เตี๊ยว เป็นต้น

3) สะท้อนภูมิศาสตร์ที่มา เช่น ไหหลำเป็นทะเล มีภัยธรรมชาติเป็นประจำ อาหารจึงไม่ค่อยประดิดประดอยสวยงามมากนัก ในขณะที่จีนกวางตุ้ง พื้นที่ไม่อยู่ท่ามกลางภัยธรรมชาติ จึงสามารถประดิษฐ์ประดอยอาหารได้

4) สะท้อนภาษา เช่น จีนกวางตุ้งเรียกหมี่หนำเหลี่ยว จีนฮกเกี้ยนเรียก หนำล่อ ในขณะที่จีนแต้จิ๋วเรียกโหลวหมี่ เป็นต้น

5) สะท้อนอาชีพ เช่น จีนไหหลำ มักจะประกอบอาชีพ ร้านทอง ร้านอาหาร มักไม่ค่อยมีเวลาทำอาหาร อาหารที่ทำไม่ค่อยประดิดประดอยมากนัก จีนกวางตุ้ง จะชอบประดิดประดอยอาหาร สามารถดัดแปลงอาหารมาเป็นของตนเอง จีนแต้จิ๋วทำมาค้าขายเป็นหลัก อาหารเลยทำง่ายๆ เช่น ข้าวต้ม โจ๊ก ฯลฯ เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้มีบทบาทสำคัญในการสืบทอดอาหารชนชาติจีนให้เป็นที่รู้จัก ได้แก่ ร้านอาหาร ซึ่งเป็นผู้ยังคงอนุรักษ์ สืบสาน ในขณะเดียวกันก็ปรับประยุกต์ให้อาหารจีนเข้ากับอาหารพื้นถิ่น เข้ากับรสชาติที่ถูกปากของคนในพื้นที่ โดยการใช้วัตถุดิบในพื้นที่เป็นหลัก แต่ยังคงอนุรักษ์สืบสานสูตรที่ได้รับการถ่ายทอดมา และศาลเจ้า โดยจะมีจุงเป๋าหรือพ่อครัวแม่ครัว มีส่วนสำคัญในการสืบสานอาหารจีน ร้านอาหารบางร้านจะมาจากจุงเป๋าของศาลเจ้า เช่น ที่ร้านสีฟ้าไลฟ์สไตล์ฟู้ด อำเภอเมือง จังหวัดตรัง เป็นต้น

2. **การสร้างสรรค์เรื่องเล่าอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยง จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดตรัง**

ในงานวิจัย มีการสร้างสรรค์เรื่องเล่าทั้งสิ้น 7 ผลงานร่วมกับผู้ประกอบการร้านอาหารชนชาติจีน โดยได้ดำเนินการวิจัยโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อให้ได้ข้อมูลนำมาสร้างสรรค์เรื่องเล่า ทั้งนี้ ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นข้อมูลสำคัญในการนำไปต่อยอดในการเล่าเรื่องผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 1 การสร้างสรรค์เรื่องเล่าโดยการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการอำเภอเมือง จังหวัดตรัง

ผู้ประกอบการ	ข้อมูลเรื่องเล่า
ร้านสีฟ้าไลฟ์สไตล์ฟู้ด	ปี 2544 -2545 สีฟ้าไลฟ์สไตล์ฟู้ดเกิดขึ้น นำเสนอเมนูอาหารพื้นบ้าน อาหารพื้นถิ่น ที่มาจากครอบครัว สมัยก๋ง ทำหมี่หน่ำเหลี่ยว เคาหยก แกงเครื่องรา นำเอามาผสมผสานให้เป็นสีฟ้าไลฟ์สไตล์ฟู้ด นอกจากนี้ ยังมีอาหารพื้นบ้านปักษ์ใต้ แกงเผ็ด แกงไตปลา ยำ สารพัดเมนู
ร้านย่งเซ้ง	สืบทอดสู่ทายาทรุ่นที่ 2 กับการรักษากรรมวิธีการผลิตดั้งเดิมกว่า 50 ปี ยังคงใช้วัตถุดิบและกระบวนการผลิตตามสูตรดั้งเดิม เต้าส้อเค็มพริกไทย ขนมเอกลักษณ์ทำจากพริกไทยปะเหลียน ขนมอื่นๆ ล้วนมีความหมายแฝงความเชื่อ ใช้ในงานมงคล งานเทศกาล ตรุษจีน ไหว้พระจันทร์

ภาพที่ 1 เกาหยุกของร้านสีฟ้าไลฟ์สไตล์ฟู้ด

ภาพที่ 2 ขนมเต้าส้อของร้านย่งเซ้ง

ตารางที่ 2 การสร้างสรรค์เรื่องเล่าโดยการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

ผู้ประกอบการ	ข้อมูลเรื่องเล่า
ร้านจีนดำ	“เป็นลักษณะของจีนเขา มาจีนทะเล ปรับประยุกต์ให้เข้ากับพื้นที่” หมี่หน่ำเหลี่ยว ประกอบด้วย เส้นเหลืองหมี่หมู กุ้งแห้ง กระหล่ำปลี ข้าวผัดสไตล์จีน หมูทอดจีนดำ หรือหมูทอดฮากกา หมักกับเต้าหู้ยี้ เคาหยก ใช้หมูสามชั้นมานึ่งกับเผือก พร้อมการเสิร์ฟแบบดั้งเดิมคือแบบ ใช้แบบคว่ำถ้วย
ร้านก๋งลุ้ง	ขนมพองเค็มตำนานกว่า 100 ปี ก๋งลุ้ง จีนแคะมาจากซัวเถา โฮมเมดทุกขั้นตอน ข้าวเหนียวตาก ทอดลอยพอง ไม่เหนียว ไม่แข็ง หอมหอมเจียว ทานเพลิน ไม่ติดฟัน กับ 4 รสชาติคุณค่าจากข้าว ข้าวเหนียว ข้าวเม่า ข้าวไรท์เบอร์รี่ และข้าวเบายอดม่วง

ภาพที่ 3 เมนูอาหารอัตลักษณ์ของร้านจีนดำ

ภาพที่ 4 ขนมพองเค็มของร้านก๋งลุ้ง

ตารางที่ 3 การสร้างสรรค์เรื่องเล่าโดยการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการอำเภอนาบอน จังหวัดตรัง

ผู้ประกอบการ	ข้อมูลเรื่องเล่า
ร้านอาหารบัวแก้ว	หมี่เหลืองนาบอน เส้นหมี่นุ่มเหลืองเป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งสารพัดเมนู ทั้งขาหมูนาบอน ไข่แปดเซียน บางเมนูใส่กากเหล้าจีนที่ไม่มีที่ใดเหมือน เช่น หมู่ยฉายผัดกากเหล้า หมี่ซั่วไก่กากเหล้า เมนูที่อุดมไปด้วยสมุนไพร ไม่ว่าจะเป็นเหล้าจีน กากเหล้าจีน ขิง เหมาะสำหรับการบำรุงน้ำนมคุณแม่ที่เพิ่งคลอดบุตร
ขนมจีบแม่เกสร	ขนมจีบแม่เกสร สูตรจากจีนไหหลำโกเฮง กว่า 100 ปี สูตรไข่ล้วน น้ำตาลล้วน แตกต่างมีเอกลักษณ์ตรงแป้งบาง ไส้หวานน้อย ไส้เหมาะเจาะพอดีกับเนื้อแป้ง

ภาพที่ 5 เมนูอาหารอัตลักษณ์ของร้านบัวแก้ว

ภาพที่ 6 ขนมจีบสังขยาของร้านแม่เกษร

ตารางที่ 4 การสร้างสรรค์เรื่องเล่าโดยการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้ประกอบการ	ข้อมูลเรื่องเล่า
ภัตตาคารบุญญา-ร้านสุขใจ	ร้านสุขใจ ภัตตาคารบุญญา อาหารชนชาติจีนสูตรไหหลำที่สืบทอดกันมากว่า 60 ปี เคี่ยวตุ๋นจนเครื่องเทศเข้าที่ตามสูตรโบราณดั้งเดิม ขาหมู สตูลิ้นหมู สเต็กหมูสับไหหลำ กระเพาะปลา แฮ่กึ๊น แกงกะหรี่ อนุรักษ์สืบทอดอาหารดั้งเดิม พื้นบ้าน อาหารชนชาติจีน มาประยุกต์ผสมผสานอาหารไทย อาหารฝรั่ง ครบถ้วน สังขยาสูตรจีน คาราเมลและน้ำตาลมะพร้าว เคี่ยวเนื้อเนียน หวานกำลังดี รับประทานกับขนมปัง โฮมเมดนุ่มเนียนที่มีมากว่า 10 ปี

ภาพที่ 7 ขาหมูของภัตตาคารบุญญา-ร้านสุขใจ

ภาพที่ 8 สังขยาของภัตตาคารบุญญา-ร้านสุขใจ

จะเห็นได้ว่า ในเรื่องเล่าที่ผู้ประกอบการร้านอาหารชนชาติจีนและคณะผู้วิจัยร่วมกันสร้างสรรค์ จะบ่งบอกความเป็นมา ระยะเวลาการก่อตั้งร้าน เมนูที่โดดเด่นของทางร้าน ที่ผ่านมาการเลือกสรรวัตถุดิบและกรรมวิธีการทำที่มีเทคนิค พิถีพิถัน เป็นเอกลักษณ์ วิธีการนำเสนออาหารสู่มือผู้บริโภค รวมถึงประโยชน์จากการรับประทานอาหาร ทั้งที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายและใช้ในเทศกาลต่างๆ ของชาวจีน

จากข้อมูลเรื่องเล่าในตารางที่ 1-4 คณะผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลเล่าเรื่องอาหาร โดยมีกลยุทธ์การเล่าเรื่อง ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยง จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดตรังในรูปแบบต่างๆ ซึ่งมาจากการสังเคราะห์ร่วมกับแนวคิดด้านการตลาด การสื่อสารและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้

1) กลยุทธ์การสร้างสรรค์เนื้อหาโดยการเล่าเรื่องมุ่งเน้นอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาและคุณค่าจากอาหารชนชาติจีนของแต่ละร้าน

คุณค่าที่นำเสนอ (Value propositions) ควรเป็นคุณค่าที่ธุรกิจอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนส่งมอบให้กับลูกค้า จะเน้นในเรื่องของการเป็นอาหารชนชาติจีนแบบดั้งเดิมที่ยังคงรักษารสชาติและวิธีการทำตามประเพณี และวัฒนธรรมจีน ผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง เป็นอาหารเพื่อบำรุงสุขภาพ และสูตรอาหารที่สืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่น มีการผสมผสานอาหารชนชาติจีนกับอาหารชาติอื่นเพื่อเพิ่มความหลากหลายและเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า การพัฒนาอาหารเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าแต่ละราย เช่น อาหารปิ่นโต อาหารกล่อง สำหรับผู้ที่ต้องการความสะดวก เป็นต้น รวมถึงการนำเสนออาหารแก่ลูกค้าที่มีคุณภาพได้รับการรับรองมาตรฐาน และเป็นอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของทางร้านที่ทางร้านอื่นๆ ไม่มี เช่น ร้านอาหารบัวแก้ว มีกากเหล้าแดงทำอาหาร เพื่อบำรุงน้ำนมให้แก่สตรีให้นมบุตร เป็นต้น

2) กลยุทธ์การเล่าเรื่องด้วยอัตลักษณ์ความเป็นจีน

ในการเล่าเรื่องผ่านสื่อ คณะผู้วิจัยจะนำเรื่องเล่าที่ได้ไปเล่าเรื่องทั้งผ่านบรรจุภัณฑ์อาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนและสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อคลิป วิดีโอ สื่อภาพนิ่ง สื่อกราฟิก ที่จะเกิดขึ้นต่อไป โดยจะออกแบบโดยเน้นการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นจีน ได้แก่ โทนสีแดง สีทอง และสีขาว กราฟิกที่ใช้เป็น สัญลักษณ์ของอาหารชนชาติจีน เช่น เส้นบะหมี่ ขนมจีบหรือพัฟ เป็นต้น

3) กลยุทธ์การเล่าเรื่องเชื่อมโยงกับเอกลักษณ์เชิงพื้นที่และการท่องเที่ยว

การเล่าเรื่องอาหารเอกลักษณ์ชนชาติจีนจากข้อมูลจากการวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจะได้นำไปเล่าเรื่องเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยในแต่ละพื้นที่จะมีเทศกาล งานประเพณีที่เกี่ยวกับชนชาติจีน เช่น ประเพณีตรุษจีน ประเพณีกินเจ เป็นต้น นอกจากนี้ จะมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับอาหารการกิน โดยเฉพาะที่จังหวัดตรัง เช่น งานยุทธจักรการกิน งานหอการค้าจังหวัดตรัง ฯลฯ ที่อำเภอห้วยยอด เป็นเมืองเหมืองแร่ดีบุกสำคัญของภาคใต้ในอดีต มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมไทย-จีน-ฝรั่ง ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้จัดให้มีกิจกรรมย้อนวันวานเมืองเก่า โดยมีเครือข่ายรักษ์เมืองเก่า เป็นผู้สนับสนุนหลัก ที่อำเภอนาบอน เล่าเรื่องโดยแสดงให้เห็นถึงคนจีนเชื้อสายฮกจิวที่มีมากที่สุดในประเทศ และอำเภอทุ่งสงเชื่อมโยงกับการเป็นเมืองชุมทาง และศาลเจ้าชำปอกง สถานที่สำคัญทางศาสนาและสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นของอำเภอทุ่งสง

อภิปรายผล

1. **การศึกษาบริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง**

ผลการวิจัยพบว่า จากหลักฐานพบว่า คนชนชาติจีนเดินทางมาตั้งถิ่นฐาน ณ จังหวัดตรัง ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 และอาจมีการเดินทางต่อมายังจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเฉพาะในสมัยรัชกาลที่ 5 ที่มีการสร้างรางรถไฟ และเหมืองแร่ดีบุกกำลังเฟื่องฟู โดยเฉพาะที่อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง นอกจากนี้ ในอำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่ามีคนชนชาติจีนจากมาเลเซียมาจับจองที่ดินยังพื้นที่ ทั้งนี้ จากการศึกษาของ Zhou (1997 อ้างถึงใน วรรษมน เสริมชูวิทย์กุล อรรฉรา ไชยอนันต์สิน และ สิริวรรณพิชา ธนจิราวัฒน์, 2567) พบว่า ชาวจีนที่อพยพมายังไทยในยุคสมัยแรกส่วนมากเป็นชาวจีนจากมณฑล กวางตุ้ง ฮกเกี้ยนและไหหลำ เพราะพื้นที่เหล่านี้เป็นพื้นที่ติดทะเล สามารถใช้การเดินทางด้วยเรือเดินสมุทร สอดคล้องกับข้อมูลจากงานวิจัยครั้งนี้ ที่พบว่า อาหารจีนในจังหวัดตรังและจังหวัดนครศรีธรรมราชสะท้อนชาติพันธุ์จีนที่เข้ามา ได้แก่ กวางตุ้ง ฮกเกี้ยน และไหหลำ และได้มีการปรับเปลี่ยน ดัดแปลงหรือผสมกลมกลืน ให้เข้ากับวัตถุดิบและสภาพแวดล้อมของพื้นที่ได้ และสอดคล้องกับที่ Wise & Velayutham (2009 อ้างถึงใน พนิดา จงสุขสมสกุล, 2566) ให้ข้อมูลไว้ว่า การเคลื่อนย้ายของวัฒนธรรมอาหารอาจผสมกลมกลืนและเป็นหนึ่งเดียวกัน ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นเป็นความคุ้นชินของการรับประทานอาหารที่เกิดจากการผสมผสานอย่าง

กลมกลืนในประสบการณ์ร่วมกัน และยังสอดคล้องกับที่ Zhao (2021) ให้ข้อมูลว่า อาหารชนชาติจีนกลมกลืนทางวัฒนธรรมและการยอมรับเชิงการบริโภคของคนไทยในด้านวัฒนธรรมอาหาร ตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ วิธีการปรุงประกอบการใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่มีการปรับเปลี่ยนวิธีการ รสชาติ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคพร้อมทั้งถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ส่งผลทำให้เกิดการยอมรับของวัฒนธรรมอาหารชนชาติจีนในไทย นอกจากนี้ Wang and Yarapirom (2024) ได้วิเคราะห์จุดแข็งของอาหารชนชาติจีนจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้ พบว่า อาหารชนชาติจีนมีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอันยาวนาน มีพื้นหลังซึ่งมีดึงดูดใจไม่ซ้ำใคร นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น อาหารมีความหลากหลายและมีสุขภาพดี ตลอดจนสามารถปรับตัวได้ เพื่อรสนิยมที่แตกต่างโดยเฉพาะเทรนด์การกินเพื่อสุขภาพ มีการปรับตัวอย่างรวดเร็ว อาหารชนชาติจีนสามารถใช้งานได้อย่างยืดหยุ่นส่วนผสมในท้องถิ่นผสมผสานกัน และยังมีอาหารฟิวชั่นที่ตอบสนอง ตามรสนิยมของท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ จากผลการวิจัยที่พบว่า เมนูอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนบางเมนูจะมีความคล้ายคลึงระหว่างพื้นที่เชื่อมโยง เช่น ขาหมู หมี่หน่ำเหลี่ยว ขนมจีบสังขยา ขนมเต้าส้อ เป็นต้น แม้ว่าจะมีความเชื่อแตกต่างกันในรายละเอียดกันไปบ้าง สอดคล้องกับที่ ลีโอ โฟรบีเนียส (Duangwises, 2023 อ้างใน อ้างใน วรรษมน เสริมชูวิทย์กุล และ คณะ, 2567) ได้อธิบายไว้ว่า ถือเป็นการแพร่กระจายวัฒนธรรมแบบเปลี่ยนพื้นที่ โดยกลุ่มคนในวัฒนธรรมหนึ่งย้ายถิ่นอาศัยไปอยู่ในที่ใหม่และเมื่อได้แพร่กระจายเข้ามาก็เกิดการรับและการแลกเปลี่ยนของสองวัฒนธรรมระหว่างไทย-จีน (Sangkapipattanakul, 2021 อ้างใน วรรษมน เสริมชูวิทย์กุล และ คณะ, 2567) ดังนั้น เมนูอาหารจึงอาจมีรูปลักษณ์คล้ายคลึงกันแต่ในขณะเดียวกันก็จะมีการนำเมนูไปใช้ในพิธีกรรมแตกต่างกันในรายละเอียดรวมถึงมีความเชื่อแตกต่างกันออกไปด้วย

2. การสร้างสรรค์เรื่องเล่าอาหารชนชาติจีนส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง

ผลการวิจัยพบว่า เรื่องเล่าที่ได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นอย่างมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการร้านอาหารชนชาติจีน สะท้อนให้เห็นที่มา เมนูอัตลักษณ์ วัตถุดิบ กรรมวิธีการทำอาหารที่พิถีพิถัน การนำเสนออาหารสู่มือผู้บริโภค รวมถึงประโยชน์จากการรับประทานอาหาร ทั้งที่เป็นอาหารเพื่อสุขภาพและใช้ในเทศกาลต่างๆ ของชาวจีน โดยข้อมูลเหล่านี้จะเป็นข้อมูลตั้งต้นนำไปขยายและสร้างสรรค์ต่อยอดในรูปแบบสื่อต่างๆ ต่อไป ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดการสร้างเรื่องเล่า (Storytelling) เป็นเทคนิคในการดึงความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวตน (Tacit knowledge) ซึ่งยากแก่การอธิบายถ่ายทอดให้กลายเป็นความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) ด้วยการเล่าเรื่องเกี่ยวกับความรู้และประสบการณ์หรือเรื่องราวความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่น่าภาคภูมิใจที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นบอกเล่าสู่คนต่างวัฒนธรรมในลักษณะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน (องค์ บรรจุน, 2567) และยังสอดคล้องกับที่ Czuczman (2024) เสนอแนะว่า ก่อนที่โปรโมตหรือสื่อสารแบรนด์ได้ จำเป็นต้องมีเรื่องราวของร้านเสียก่อนเพื่อให้เกิดความหลงใหลที่เป็นแก่นแท้ของร้านอาหารโดยสามารถสร้างเรื่องเล่าได้หลายวิธี หนึ่งในนั้นคือการสร้างเรื่องเล่าประเภทเรื่องเล่าจากต้นกำเนิดที่ต้องมาจากมุมมองของเจ้าของหรือผู้ประกอบการ โดยภายใต้การวิจัยชิ้นนี้ใช้การเล่าเรื่องจากผู้ประกอบการร้านอาหารเอง นอกจากนี้ ยังเล่าให้เห็นส่วนผสม วัตถุดิบ วิธีทำอาหารที่พิถีพิถัน รวมไปถึงการใช้ในวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ที่มีความหมาย

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่อง ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างสรรค์เนื้อหาโดยการเล่าเรื่องมุ่งเน้นอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละร้าน ภูมิปัญญาและคุณค่าจากอาหารชนชาติจีน โดยมีจุดสำคัญที่นำมาสร้างเรื่องเล่า คือ อัตลักษณ์อาหารชนชาติจีน ที่จะไปเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาของผู้ประกอบการอาหารชนชาติจีน สร้างความต่างจากอัตลักษณ์ภูมิปัญญา ซึ่งอัตลักษณ์ คือ ลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จัก จดจำได้ ส่วน “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” หมายถึง องค์ความรู้ ความเชื่อ ของคนในท้องถิ่น ที่ได้จากสั่งสมประสบการณ์ จากการทำงาน การประกอบอาชีพ และการเรียนรู้จากธรรมชาติแวดล้อมต่างๆ ที่มีการสืบทอดส่งต่อกันมาจากบรรพบุรุษ (สุวิทย์ วงศ์รุจิราวาณิชย์, 2564) การนำอัตลักษณ์และภูมิปัญญามาการถ่ายทอด “เรื่องราว” และที่มาว่าผลงานชิ้นนั้น เติบโตขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นใด ภายใต้วิถีชีวิตชุมชนแบบไหน มีกระบวนการพัฒนา

อย่างไร ฯลฯ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ได้ถึง “คุณค่า” ในทุกมิติของผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้น และสร้างความผูกพันผ่านประสบการณ์ที่ดีจากการรับประทานอาหารชนชาติจีน ให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจได้กลับมารับประทานอยู่เรื่อยๆ (สุวิทย์ วงศ์รุจิราวาณิชย์, 2564)

ในประเด็นการนำอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาและถ่ายทอดคุณค่าอาหารชนชาติจีนมาเล่าเรื่อง เป็นไปตาม ชัยณรงค์ ศรีรักษ์ (2565) ศึกษาแนวทางการจัดการคุณค่ามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความยั่งยืนพื้นที่ชุมชนลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรีเสนอแนวทางการจัดการคุณค่ามรดก ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยเริ่มจากการจัดการเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์ (Story creation management) เป็นคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ เรียบเรียงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในท้องถิ่น เพื่อนำมาเป็นข้อมูลสร้างความน่าสนใจให้กับแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ยังมีกลยุทธ์การเล่าเรื่องด้วยอัตลักษณ์ความเป็นจีน และกลยุทธ์การเล่าเรื่องเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ยังเป็นไปตามเทคนิคสร้างเรื่องราวของแบรนด์ (brand story) คือ การแสดงให้เห็น โดยทำให้ผู้บริโภครู้สึกหรือสัมผัส ได้โดยการใช้ถ้อยคำ ข้อความ และรูปภาพที่กระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกให้คล้อยตามได้ ในการสื่อสารดังกล่าว ทั้งข้อความ ภาพ และเสียง (ปองปรารถน์ สุนทรเภสัช, กิติวัฒน์ กิติบุตร และ กนกพร เอกกะสินสกุล, 2561)

ในการเล่าเรื่องในแต่ละประเด็น ยังใช้แนวทางของ จริยา สุพรรณ (2565) นั่นคือ ผู้เล่าเรื่องนำเสนอเรื่องเล่าโดยการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟังเพื่อให้ผู้ฟังตื่นตัวตลอดเวลาด้วยวิธีการต่างๆ ผู้เล่าเรื่องนำเสนอเรื่องเล่าต่างๆ ของท้องถิ่นที่สั้น กระชับน่าสนใจและไม่ใช้เวลานานมากเกินไปเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ชอบรับฟังเรื่องเล่าที่ใช้เวลานาน และผู้เล่าเรื่องนำเสนอเรื่องเล่าท้องถิ่นต่อนักท่องเที่ยวด้วยความภาคภูมิใจออกมาจากหัวใจ และผู้เล่าเรื่องควรต้องทราบว่ากลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสารนั้นเป็นใคร ดังนั้น ในการสื่อสารไปยังผู้บริโภคภายใต้การวิจัย ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถสื่อสารระหว่างบุคคล หรือสื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยวในประเด็นเล่าเรื่องเพื่อสื่อความหมายของอาหาร และการสื่อสารผ่านทางช่องทางสื่อสังคมออนไลน์สำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งโซเชียลมีเดียมีบทบาทในการขับเคลื่อนความสนใจและความกระตือรือร้นในอาหารประสบการณ์ แชร์โพสต์รูปภาพอาหารและเครื่องดื่มบนโซเชียลมีเดีย และส่งข้อความถึงประสบการณ์การรับประทานอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่คนรุ่นมิลเลนเนียลที่ต้องการลองสิ่งใหม่ๆ โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook Twitter Instagram และ YouTube เป็นเครื่องมือที่พวกเขาใช้เพื่อแบ่งปันประสบการณ์ด้านอาหาร (Satchapappichit, 2020) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีการเล่าเรื่องสื่อสารอาหารชนชาติจีนในมิติต่างๆ ทั้งการเล่าเรื่องจากบุคคลและผ่านโลกออนไลน์ การพัฒนาปรับปรุงเมนูอาหารให้มีความร่วมสมัยก็ไม่มีความสำคัญเช่นเดียวกัน ดังงานวิจัยของ ศิริเพ็ญ อึ้งสิทธิพูนพร (2557) ที่ศึกษาการฟื้นฟูอาหารพื้นบ้านจีนแคะ (ฮากกา) ห้วยกระบอก และให้ความเห็นว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์อาหารสมัยใหม่ อาหารที่มีรสชาติดีและรูปลักษณ์ ดึงดูดลูกค้า ทำให้คนหันไปรับประทานอาหารที่มีความแปลกใหม่ ทำให้อาหารพื้นบ้านดั้งเดิมหมดความสำคัญ ไม่เป็นที่สนใจของเจ้าของวัฒนธรรมเอง ดังนั้น การฟื้นฟูอาหารพื้นบ้านให้เป็นที่สนใจอาจจะต้องปรับปรุงเมนูอาหาร หรือปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ให้แปลกใหม่อยู่เสมอ จึงจะสามารถแข่งขันกับตลาดการค้าขายอาหารได้

สรุปผลการวิจัย

การดำเนินการวิจัยสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาบริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยง จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดตรัง

ชาวจีนจำนวนมากมักเข้ามาเมืองไทยเพื่อการแสวงโชค โดยทำการอพยพมาจากประเทศจีนแผ่นดินใหญ่ และเดินทางมาทางเรือ มาตั้งแต่สมัยสุโขทัย สำหรับในจังหวัดตรัง มีชาวจีนมาตั้งถิ่นฐานในสมัยรัชกาลที่ 3 ตามหลักฐานที่ปรากฏ และ โดยเฉพาะในสมัยรัชกาลที่ 5 ชาวจีนมาใช้แรงงานทำรางรถไฟสายใต้ และตั้งรกรากอยู่ต่อตามพื้นที่ที่รถไฟแล่นผ่าน รวมถึงจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเฉพาะที่อำเภอนาบอนที่มีการกำหนดนโยบายเพาะปลูกยางพาราใหม่ของประเทศไทย โดยเดินทางมา

จากมาเลเซีย มาทางเรือ เข้ามาทางอำเภอกันตัง จังหวัดตรัง จากนั้นเดินทางต่อโดยใช้ทางเส้นทางรถไฟ โดยผ่านอำเภอกันตัง อำภอเมือง อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง เข้ามาทางอำเภอทุ่งสงและอำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช

ในประเด็นอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีน สะท้อนจากเมนูต่างๆ ที่เหมือนและต่างในเชิงพื้นที่เชื่อมโยงจังหวัดตรังและจังหวัดนครศรีธรรมราช นอกจากนี้ อาหารชนชาติจีนในแต่ละชาติพันธุ์สามารถสะท้อนชาติพันธุ์ ความเชื่อ ภูมิศาสตร์ที่มา ประเพณี อาชีพ เพื่อแยกแยะชาติพันธ์แต่ละชาติพันธุ์ได้ และจากการลงพื้นที่ของทั้ง 4 พื้นที่ พบว่า อาหารในพื้นที่จังหวัดเดียวกันจะมีความคล้ายคลึงกัน แต่จะมีความแตกต่างกันในรายละเอียด เช่น วัตถุดิบ การเรียกชื่อ เป็นต้น โดยอาจจะมีความแตกต่างด้านความนิยมและความเชื่อกับอีกจังหวัด เช่น หมูย่าง นิยมในจังหวัดตรัง และขาหมูต้มหรือตุ๋น นิยมในจังหวัดนครศรีธรรมราช หรือการรับประทานเส้นหมี่หน่าเหลี่ยวในวันเผาศพ ในจังหวัดตรัง และการไม่นิยมรับประทานเมนูที่เป็นเส้นในวันเผาศพของจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น

2. เพื่อสร้างสรรค์เรื่องเล่า อัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยง จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดตรัง

การเล่าเรื่องอาหารชนชาติจีนภายใต้การวิจัย คณะผู้วิจัยใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่อง ได้แก่ 1) กลยุทธ์การสร้างสรรค์เนื้อหาโดยการเล่าเรื่องมุ่งเน้นอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละร้าน ภูมิปัญญาและคุณค่าจากอาหารชนชาติจีน 2) กลยุทธ์การเล่าเรื่องด้วยอัตลักษณ์ความเป็นจีน ในการเล่าเรื่อง ทั้งเล่าเรื่องผ่านบรรจุภัณฑ์และสื่อต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายใต้โครงการวิจัย จะพบว่าจะออกแบบโดยเน้นการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นจีน ได้แก่ โทนสีแดง สีทอง และสีขาว กราฟิกที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ของอาหารชนชาติจีน เช่น เส้นบะหมี่ ขนมจีนหรือพัฟ เป็นต้น และ 3) กลยุทธ์การเล่าเรื่องเชื่อมโยงกับเอกลักษณ์เชิงพื้นที่และการท่องเที่ยว การเล่าเรื่องอาหารเอกลักษณ์ชนชาติจีน จะเล่าเรื่องเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยในแต่ละพื้นที่จะมีเทศกาล งานประเพณีที่เกี่ยวกับกับชนชาติจีน เช่น ประเพณีตรุษจีน ประเพณีกินเจ เป็นต้น นอกจากนี้ จะมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับอาหารการกินที่จัดขึ้นในพื้นที่ต่างๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการควรนำเรื่องเล่าที่ได้สร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมไปพัฒนาเนื้อหาหรือคอนเทนต์ต่อยอดเพื่อเผยแพร่ผ่านทางสื่อสมัยใหม่ สร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภคอยู่เสมอ

2. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการส่งเสริมอาหารชนชาติจีนที่เป็นอัตลักษณ์ของทั้งสองจังหวัดร่วมกัน เพื่อให้เห็นการเชื่อมโยงกันของชนชาติจีนทั้งสองจังหวัด นำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการดำเนินการวิจัยที่ครอบคลุมผู้ประกอบการร้านอาหารชนชาติจีน การจำแนกประเภทหรือการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของทางร้านที่ชัดเจน เพื่อการสื่อสารแบรนด์หรือสื่อสารการตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมายของแต่ละประเภทร้านมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการวิจัยเรื่องการจัดการอัตลักษณ์อาหารจีนเพื่อสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งนี้ เพื่อหาแนวทางบริหารจัดการการอนุรักษ์และสืบสานอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนเพื่อใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้ ได้รับทุนอุดหนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ 2567

เอกสารอ้างอิง

จริยา สุพรรณ. (2565). แนวทางการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นสื่อความหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรีและจังหวัดลพบุรี. *วารสารอารยธรรมศึกษา โขง-สาละวิน, 13*(2), 251-279.

ชัยณรงค์ ศรีรักษ์. (2565). แนวทางการจัดการคุณค่ามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความยั่งยืน พื้นที่ชุมชนลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ประเทศไทย. *กระแสวัฒนธรรม, 23*(44), 3-17.

ปองปรารถน์ สุนทรเภสัช, กิติวัฒน์ กิติบุตร และ กนกพร เอกกะสินสกุล. (2561). *รายงานการวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์อาหารพื้นบ้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน: บ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน บ้านจำปุย อำเภอแม่เมาะ และบ้านโป่งน้ำร้อน อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง* (รายงานวิจัย). ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

ปิยชาติ สึงตี และ สิรีธร ถาวรวงศา. (2561). “ฮกจิวนาบอน”: ประวัติศาสตร์ชุมชนชาวจีนฮกจิวอำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 24*(3), 101-136.

พนิดา จงสุขสมสกุล. (2566). การเล่าเรื่องอาหารพื้นถิ่นอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการขับเคลื่อนเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดพิษณุโลก. *มนุษยศาสตร์สาร, 24*(1), 63-83.

รจรินทร์ สิมธาราแก้ว. (2550). *ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคอาหารจีนในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครของผู้บริโภค* (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

วรรษมน เสริมชูวิทย์กุล, อรรฉรา ไชยอนันต์สิน และ สิริวรรณพิชา ธนจิราวัฒน์. (2567). การปรับตัวทางวัฒนธรรมการบริโภคอาหารจีน ของคนไทยเชื้อสายจีนย่านเยาวราช. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย, 8*(1), 263-277.

ศิริเพ็ญ อึ้งสิทธิพูนพร. (2557). การฟื้นฟูอาหารพื้นบ้านจีนแคะ (ฮากกา) ห้วยกระบอก: สิ่งท้าทายในภาวการณ์ที่สวนกระแส. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย, 34*(3), 43-64.

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580. สืบค้นจาก https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF

สุวิทย์ วงศ์รุจิราวาณิชย์. (2564). *ท้องถิ่นอินเตอร์*. กรุงเทพฯ: ธนาคารกรุงเทพ.

องค์ บรรจุน. (2567). การสร้างเรื่องเล่าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนมอญทองผาภูมิ. *วารสารไทยคดีศึกษา, 21*(1), 247-291.

อรช กระแสอินทร์, นภาวดี โรจนธรรม และ พรปวีร์ ดิษฐคำเริง. (2565). การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์เมืองเก่าจังหวัดภูเก็ต. *วารสารปาริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ, 34*(3), 37-53.

Czuczman, R. (2024). The Impact of Storytelling on Your Food Brand. Retrieved from https://www.nutritics.com/en/blog/the-impact-of-storytelling-on-your-food-brand/

Satchapappichit, S. (2020). Factors influencing Chinese visitors’ dining experiences with Thai cuisine in Bangkok. *ABAC Journal, 40*(4), 58-77.

Wang, Z. and Yarapirom, P.S. (2024). Chinese restaurant: The adaptation of food style in Phuket. *Journal of Roi Kaensarn Academi, 9*(11), 993-1006.

Zhao, Y. (2021). *Chinese Food Culture in Thai Society: A Case Study of Mueang District in Chon Buri Province*. (Unpublished master’s thesis). Burapha University, Chonburi, Thailland.

ผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูล 1. (2567, 22 พฤษภาคม). อดีตหัวหน้าหอจดหมายเหตุแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติฯ ตรัง. [สัมภาษณ์].

ผู้ให้ข้อมูล 2. (2567, 19 เมษายน). รองประธานหอการค้าจังหวัดตรัง. [สัมภาษณ์].