

ศักยภาพอาหารท้องถิ่น ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่น กรณีศึกษาจังหวัดตรัง เมืองคนช่างกิน*

Potential of Local Foods for Tourism Promotion through Local Food : A Case Study of Trang Province Meuang Kon Chang Gin

ทิพวัลย์ รามรงค์**

Thipawan Ramrong

ชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง***

Chairat Wongkitrungruang

พรเทพ พัฒนานุรักษ์****

Porntep Patananurak

สมจิตต์ ปาละภาค*****

Somchit Palakas

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของอาหารท้องถิ่น จังหวัดตรัง ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรัง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักคือกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีประสบการณ์ มีความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับ

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งจากโครงการวิจัยเรื่องศักยภาพอาหารท้องถิ่น และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่น กรณีศึกษาจังหวัดตรัง เมืองคนช่างกิน ซึ่งได้รับการสนับสนุนทุนอุดหนุนวิจัยเพื่อเผยแพร่ คณะสังคมศาสตร์ ประจำปี พ.ศ. 2562
This article is part of "Potential of Local Food and Guidelines for Tourism Promotion through Local Food: A Case Study of Trang Province Meuang Kon Chang Gin supported by Faculty of Social Sciences", year 2019.

** สาขาพัฒนาสังคม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Major Field: Social Development, Faculty of Social Sciences, Kasetsart University, email: fsoctwr@ku.ac.th

** สาขาพัฒนาสังคม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Major Field: Social Development, Faculty of Social Sciences, Kasetsart University, email: wchairat@gmail.com

**** สาขาพัฒนาสังคม คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Major Field: Social Development, Faculty of Social Sciences, Kasetsart University, email: uppr@ku.ac.th

***** ภาควิชารังสีประยุกต์และไอโซโทป คณะวิทยาศาสตร์,

Department: Applied Radiation and Isotope, Faculty of Science, Kasetsart University, email: s_palakas@yahoo.com

Received: 14 September 2020, Revised: 23 December 2020, Accepted: 14 January 2021

การส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด และกลุ่มผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่น จำนวน 9 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง โดยผู้วิจัยได้แบ่งศักยภาพของอาหารท้องถิ่น ออกเป็น 5 ด้าน ผลวิจัยพบว่า 1. ด้านความยากง่ายในเข้าถึงอาหารท้องถิ่น สามารถเข้าถึงได้ง่ายเนื่องจากมีอาหารท้องถิ่นที่หลากหลาย และมีร้านอาหารเปิดให้บริการตลอดเวลาแทบจะ 24 ชั่วโมง 2. ด้านโอกาสในการใช้อาหารท้องถิ่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว มีโอกาสเป็นอย่างมาก เพราะจังหวัดตรังมีอาหารดั้งเดิมที่เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวมากมายหลายชนิด 3. ด้านการแสดงถึงวัฒนธรรมการกินของอาหารท้องถิ่น วัฒนธรรมการกินอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรังสืบทอดมาจากชาวจีนที่เห็นเด่นชัดคือการนั่งร้านกาแฟในตอนเช้า ร้านกาแฟจึงเป็นแหล่งรวมพลของคนในจังหวัดตรัง 4. ด้านการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น จังหวัดตรังมีการนำวัตถุดิบภายในท้องถิ่นมาใช้ในการประกอบอาหารในบางส่วน แต่วัตถุดิบของอาหารท้องถิ่นหลักอื่น ๆ จะซื้อมาจากจังหวัดอื่น หรือห้างสรรพสินค้าส่งขนาดใหญ่ เพราะมีความต้องการวัตถุดิบค่อนข้างมากกว่ากำลังผลิตในจังหวัด และ 5. เอกลักษณ์ของท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นทั้งความเป็นเมืองคนช่างกิน เป็นเมืองที่คนใจกว้าง มีน้ำใจ ชอบต้อนรับขับสู้แขกผู้มาเยือนด้วยอาหาร จึงให้ความสำคัญและพิถีพิถันในเรื่องอาหาร

คำสำคัญ: อาหารท้องถิ่น, การส่งเสริมท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่น, เมืองคนช่างกิน

Abstract

This research study is a qualitative research study. The purpose is to analyze the potentials of the local foods in Trang Province for promoting the culinary tourism in the province. There were nine main informants were including experts with knowledge and experiences about local foods from tourism business associations, provincial tourism promotion public organizations, and locally culinary entrepreneurs. The purposive sampling method was used. The potentials of the local foods were divided into five aspects. The findings were as follows. The first aspect was the accesses to the local foods. The foods could be accessed easily because there were various local foods and restaurants open almost 24 hours. The second aspect was the opportunities to attract tourists with the foods. There were many opportunities because the province had many original foods well known among tourists. The third aspect was the locally eating behaviors. The province's eating behaviors were originated from the Chinese eating behaviors. An outstanding behavior was spending times at coffee shops in the morning. Therefore, the coffee shops were where the people gathered. The fourth aspect was the local ingredients. The ingredients were partially in the province, but the main ingredients were from other provinces or department stores because the demands were higher than the local supplies. The fifth aspect was the local identities. The local foods reflected the local identities including food enthusiasm, kindness and welcoming tables. Thus, the foods were carefully prepared.

Keywords: Local Food, Promotion through Local Food, Meuang Kon Chang Gin

บทนำ

นิยามการท่องเที่ยวเปลี่ยนไป จากเดิมที่เน้นเพียงแค่ได้ไปสัมผัสบรรยากาศ เก็บความประทับใจ ภาพถ่าย และเรียกมันคือการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ซึ่งหมายถึงการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการท่องเที่ยวกับความต้องการอื่นเพิ่มเติม เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ หรือแม้กระทั่งการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น (Goeldner and Ritchie, 2006)

การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่อาหารถือเป็นสิ่งจำเป็น และผูกพันกับวัฒนธรรมการดำรงอยู่ จนอาจกล่าวได้ว่าในอาหารจานหนึ่ง ๆ มีการถ่ายทอดภูมิปัญญา วิถีชีวิตของท้องถิ่นไว้ แม้การท่องเที่ยวในอดีต อาหารจะถูกละเลยเมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบอื่น ๆ โดยมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเลือกที่จะกินอาหารที่คุ้นเคยและมั่นใจว่าปลอดภัย เช่น เลือกร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ยี่ห้อยี่จักษ์ เป็นต้น (ชญาธิ์น วังชัย, 2560) แต่ปัจจุบันเมื่อนักท่องเที่ยวสนใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากขึ้น ก็ทำให้มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ทั้งไทยและต่างชาติใช้ไปกับอาหารและเครื่องดื่มสูงเป็นลำดับที่ 3 รองจากที่พักและคมนาคมขนส่ง ประกอบกับการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารที่มีจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ อีกทั้งนโยบายการท่องเที่ยวที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรอง เส้นทางอาหารถิ่นดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้าเมืองรอง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) สอดคล้องกับที่องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้กล่าวถึงปรากฏการณ์เที่ยวเพื่อกิน หรือการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ว่าเป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวที่กำลังน่าจับตามอง เพราะพบว่านักท่องเที่ยวมีค่าอาหารคิดเป็น 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมักมองหาอาหารท้องถิ่นแปลกใหม่ เป็นประสบการณ์ในการท่องเที่ยว (World Tourism Organization, 2012) การเที่ยวเพื่อกินจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในทุกระดับ

จังหวัดตรังที่ถือเป็นจังหวัดที่เป็นเมืองท่าที่อุดมสมบูรณ์และรุ่งเรืองมากในอดีต ทำให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรม ชนชาติที่หลากหลายนำมาซึ่งความหลากหลายในเรื่องอาหารการกิน จนเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวในวลีที่ว่า ตรัง เมืองคนช่างกิน ประกอบกับการที่มีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เหมาะกับการทำการท่องเที่ยว เนื่องจากมีทั้งป่า ภูเขา ทะเล ฯลฯ รวมถึงความอุดมสมบูรณ์ในด้านทรัพยากรต่าง ๆ และปี พ.ศ. 2558 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดโครงการตามแนวคิดการท่องเที่ยววิถีไทย คัดเลือก 12 จังหวัดที่มีจุดเด่นภายใต้โครงการเมืองต้องห้ามพลาด จังหวัดตรังเป็น 1 ใน 3 จังหวัดภาคใต้ที่ได้รับการคัดเลือกในโครงการนี้โดยชูความเป็นเมืองแห่งยุทธจักรความอร่อย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองทั้ง 55 เมือง ในช่วงครึ่งปีหลัง โดยกระจายนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่าง ๆ จากอำเภอหลักไปอำเภอรองเพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพกระจายรายได้สู่ชุมชน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) และหลังจากประกาศใช้นโยบายการท่องเที่ยวเมืองรองนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวปี 2561 ขึ้น 3.4% จากปี พ.ศ. 2560 และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจาก 9.0 ล้านในปี พ.ศ. 2560 เป็น 9.7 ล้านในปี พ.ศ. 2561 (สำนักงานสถิติจังหวัดตรัง, 2562) ซึ่งจังหวัดก็ยังคงดำเนินการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับอาหารเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยการจัดโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมถึงมหกรรมอาหารที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม ตามการบอกเล่าของนายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดตรังการท่องเที่ยวจังหวัดตรังยังคงมีอุปสรรคหลายด้าน เช่น การกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวที่ยังคงกระจุกตัวอยู่เพียงสถานที่สำคัญ อาหารท้องถิ่นที่มีมากมายหลากหลายชนิด แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กลับรู้จักคุ้นเคยมีเพียงไม่กี่ชนิด ดังนั้นการศึกษาเรื่องศักยภาพอาหารท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว จะทำให้ได้แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดตรังที่ได้ชื่อว่าเป็นเมืองช่างกินที่มีอาหารท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อ และสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย การศึกษาเรื่องนี้จึงอาจจะทำให้ได้แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังโดยใช้อาหารท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรังในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรัง

ทบทวนวรรณกรรม

ความรู้ทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น

อาหารพื้นบ้าน หรืออาหารท้องถิ่น (Local food) หมายถึง อาหารที่มีลักษณะแตกต่างจากอาหารทั่วไป และมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นนั้น ๆ ลักษณะเฉพาะตัวของอาหารพื้นบ้านประกอบด้วย สี กลิ่น รส เนื้อสัมผัส วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร และวิธีการประกอบอาหาร ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลักษณะของอาหาร ได้แก่ อาชีพ ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม ความเชื่อ ประวัติศาสตร์และสภาพทางภูมิศาสตร์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้ลักษณะของอาหารในแต่ละท้องถิ่นแตกต่างกันหรือคล้ายคลึงกัน ลักษณะทั่วไปของอาหารพื้นบ้านท้องถิ่นเป็นอาหารที่ประกอบด้วยวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น (พัชริ ตั้งตระกูล และคณะ, 2561) สอดคล้องกับที่ สุณี ศักดาเดช (2549) ได้กล่าวว่าอาหารท้องถิ่นเป็นอาหารที่คนในท้องถิ่นนิยมรับประทานมาเป็นเวลานาน ด้วยวัตถุดิบที่หาง่ายในท้องถิ่น ดังนั้นอาหารท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่จึงแตกต่างกันไปตามลักษณะทางภูมิศาสตร์และสิ่งแวดล้อม สืบต่อกันมาจนกลายเป็นวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะของคนในท้องถิ่นนั้น

สุณี ศักดาเดช (2549) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น 9 ปัจจัย ได้แก่ 1) วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร เป็นวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น 2) วิธีการปรุง เป็นวิธีการที่ทำได้ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน 3) วิธีการรับประทานที่คล้ายคลึงกัน แต่หากท้องถิ่นหนึ่งมีวิธีการที่แตกต่างก็นับว่าเป็นอาหารเฉพาะท้องถิ่นนั้น 4) ลักษณะทางภูมิประเทศ 5) ลักษณะภูมิอากาศ 6) การย้ายถิ่น และนำเอาวัฒนธรรมตามไปใช้ในแหล่งที่อยู่อาศัยใหม่ 7) ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี 8) ความเปลี่ยนแปลงของครอบครัว และ 9) การเจริญสัมพันธไมตรีกับต่างประเทศ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การเปลี่ยนแปลงในอดีตจนถึงปัจจุบันเรื่องการท่องเที่ยวต่างยอมรับว่าปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว รวมถึงการเรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมของผู้บริโภคในท้องถิ่น ได้เริ่มต้น

เมื่อนักท่องเที่ยวมีการเดินทางบริโภค อาหารจึงมีส่วนเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Mennell, Murcott, and Otterloo, 1992)

Wolf (2002) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหารว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับค้นหาและชื่นชมอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับที่ วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ (2560) ได้ให้ความหมายว่าคือการเข้าไปเรียนรู้ประสบการณ์อาหารเฉพาะถิ่น เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่สืบสานตกทอดเป็นมรดกอาหารและ Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, & Cambourne (2003) ได้ให้คำนิยามการท่องเที่ยวเชิงอาหารว่าเป็นการเดินทางไปในพื้นที่เพื่อการพักผ่อน รวมถึงการไปชมอาหารงานเทศกาลอาหาร รวมถึงการชิมผลิตภัณฑ์อาหารในพื้นที่นั้น ๆ การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว เพื่อซื้อสินค้าและบริการซึ่งสอดคล้องกับองค์การท่องเที่ยวโลกได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและกำลังพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ โดยมากกว่า 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไปกับอาหาร ดังนั้น อาหารจึงเป็นจุดหมายปลายทาง และเป็นส่วนสำคัญของประสบการณ์ที่มีคุณภาพในการเดินทาง (WTO, 2012) เช่นเดียวกับที่กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร (2560) ได้กล่าวถึงแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้และมูลค่าเพิ่ม

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล และเลือกผู้ให้ข้อมูลที่สามารถเป็นตัวแทนและให้ข้อมูลได้แบบเฉพาะเจาะจง โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกไว้ 4 เกณฑ์ กล่าวคือ 1) เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นหรือการท่องเที่ยว หรืออยู่ในสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง หรือกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่น ในจังหวัดตรัง 2) มีประสบการณ์การทำงานด้านการท่องเที่ยวหรืออาหารท้องถิ่นไม่น้อยกว่า 10 ปี 3) อาศัยอยู่ในจังหวัดตรัง ไม่น้อยกว่า 5 ปี และเต็มใจในการเข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 9 คน โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ โดยใช้แนวทางการสัมภาษณ์

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องศักยภาพอาหารท้องถิ่น ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่น กรณีศึกษาจังหวัดตรัง เมืองคนช่างกิน ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ได้ทำการศึกษาในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยว และอาหารท้องถิ่นซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหารจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรัง ผู้บริหารจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง ผู้บริหารสมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง เชฟผู้เชี่ยวชาญอาหารของจังหวัดตรัง อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์นอกที่ตั้งตรัง นักวิชาการอิสระ ที่มีความรู้และความชำนาญด้านอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรัง เจ้าของร้านอาหาร โฮมสเตย์ หรือบริษัททัวร์ในจังหวัดตรัง ซึ่งถือว่าเป็นมีประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรังเป็นอย่างดี ผลวิจัยพบว่า

ศักยภาพของอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรัง

ศักยภาพของอาหาร หมายถึง ความสามารถ ความพร้อม หรือคุณสมบัติที่ดีของอาหาร โดยจากการทบทวนเอกสารผู้วิจัยพบประเด็นของศักยภาพของอาหาร 5 ด้าน คือ ความยากง่ายในการพบอาหารท้องถิ่น โอกาสในการใช้อาหารท้องถิ่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว การแสดงถึงวัฒนธรรมการกินของอาหารท้องถิ่น การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (อภิรมย์ พรหมจรรยา ชูติมา ต่อเจริญ และปทุมมาลัย พัฒโร, 2547) โดยประเด็นในการพิจารณาดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าจะครอบคลุมและสามารถที่จะตอบโจทย์งานวิจัยได้อย่างครบถ้วน จึงนำมาใช้เป็นประเด็นในการศึกษา และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นว่าจังหวัดตรังมีศักยภาพด้านอาหาร มีภาพลักษณ์ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะหากลองย้อนดูอดีตแล้ว จังหวัดตรังเคยเป็นเมืองท่าที่มีความเจริญรุ่งเรือง มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ วัฒนธรรม ทำให้ตรังมีชื่อเรื่องอาหารการกิน ด้วยวัฒนธรรมที่สืบเชื้อสายมาจากชาวจีน ที่ให้ความสำคัญพิถีพิถันเรื่องของอาหาร โต๊ะอาหารของคนตรังจึงดูยิ่งใหญ่ อลังการสำหรับคนทั่วไป อาหารของคนตรังแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) อาหารจีน 2) อาหารไทย (ภาคใต้) และ 3) อาหารมุสลิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารจีนเป็นประเภทอาหารที่เป็นที่รู้จักในหลาย ๆ เมนู นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวจังหวัดตรังมาเพื่อเสาะแสวงหาร้านอาหาร ร้านเด็ด เพราะตรังขึ้นชื่อเรื่องอาหารการกินที่หลากหลาย จนหลายคนเรียกเมืองตรังว่าเมืองซูซุก หรืออีกชื่อหนึ่งว่าเมืองคนช่างกิน โดยจากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดตามประเด็นของศักยภาพของอาหาร 5 ด้าน ดังนี้

1. ความยากง่ายในการพบหรือเข้าถึงอาหารท้องถิ่น

จังหวัดตรังมีอาหารท้องถิ่นหลายชนิดทั้งที่เป็นที่รู้จักกันดีและยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักในหมู่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ปากหม้อ-หัวหมู น้ำจิ้มไก่เจื่อง อาหารเฉพาะถิ่นที่มีขายเฉพาะในตลาดที่ยังไม่ได้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในร้านดัง เกาหยุก ที่มีร้านอาหารขายเพียงไม่กี่ร้าน และนิยมมีให้รับประทานในงานศพ เป็นต้น ร้านอาหารชื่อดังที่นักท่องเที่ยวนิยมในเรื่องอาหารเข้า ได้แก่ ร้านเล....ตรัง เรือนไทยติ่มซำ พงษ์โอชาสาขา 2 ตรัง หมูย่างชีวจิ๋ว เป็นต้น ส่วนอาหารกลางวันและอาหารเย็น ได้แก่ ร้านโกซ้อย ล่อคั้ง บ้านสวนสุตาพร ข้าวต้มปริญา เป็นต้น และยังมีร้านขายขนมชื่อดัง เช่น ร้ายขนมเปี๊ยะชอย 9 เค้กชุกมิ่ง เค้กทำบาป เค้กเบญจมิตร เป็นต้น จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลให้ความเห็นว่า การเข้าถึงร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดตรังสามารถเข้าถึงได้ง่าย เนื่องจากมีร้านอาหารเป็นจำนวนมากทั่วทั้งจังหวัด และเปิดให้บริการแทบจะ 24 ชั่วโมง จนได้รับการขนานนามว่า คนตรัง กิน 9 มื้อ ซึ่งหมายถึงการเข้าถึงอาหารจึงไม่ใช่เรื่องยาก เพราะความหลากหลายของแต่ละอาชีพที่จะมีช่วงเวลารับประทานอาหารแตกต่างกัน รวมไปถึงสังคมยุคปัจจุบันที่คนนิยมใช้อินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางในการสื่อสาร เป็นเครื่องมือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงเรื่องราวต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับที่สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (2562) หรือ ETDA ได้สำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของในปี พ.ศ. 2561 พบว่า คนไทยมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 5 นาที เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ถึง 3 ชั่วโมง 30 นาที โดยวันทำงานหรือวันเรียนหนังสือใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 9 ชั่วโมง 48 นาที และในวันหยุดใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 54 นาที ดังบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล ที่กล่าวว่า

“การเข้าอาหารไม่ยากเลย ร้านเปิดเกือบ 24 ชั่วโมง ร้านที่นี้เราก็คิด ๆ ชิว ๆ เรากินกันได้ทั้งวันทั้งคืน 9 มื้อ ที่ไหน ๆ ก็ไม่เหมือนเรา วันก่อนน้องมันเพจ I Rome Alone มาถ่ายลงในเพจ นักท่องเที่ยวก็อยากมากินตามมันกัน แบบนี้อะค่ะ ยิ่งทำให้คนอยากมา อยากลิ้มลองอาหารบ้านเรามากขึ้น”

(คุณ E นามสมมุติ, 10 เมษายน 2562)

“เข้าถึงได้อยู่แล้ว ก็แค่เดินแล้วทำความรู้จักว่าร้านเค้าเปิดกี่โมง ปิดวันไหนอะไรอย่างนี้ มันก็ไม่่น่ายากสำหรับนักท่องเที่ยว”

(เซฟ A นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 17 พฤษภาคม 2562)

“มันไม่ได้ยากเลย เพราะว่าสื่อเดี๋ยวนีมันมีหลายสื่อ มันต้องอาศัยสื่อโซเชียล และมันก็คืออยู่ที่การบอกปากต่อปาก”

(คุณ H นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2562)

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลบางส่วนที่เห็นว่า จังหวัดตรังยังด้อยในเรื่องการประชาสัมพันธ์ ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงอาหารได้เพียงร้านดัง และข้อจำกัดอีกประการคือมีอาหารหลายชนิด ใช้เวลาในการเตรียมวัตถุดิบอุปกรณ์และผลิตนาน ทำให้นักท่องเที่ยวที่ไม่รู้เวลาตลาดการรับประทานอาหารเหล่านี้ได้ ดังบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล ที่กล่าวว่า

“เข้าถึงได้ระดับหนึ่ง อาหารตรังมันกระจายตัว ไม่ได้เป็นสตรีทฟู้ด บนถนนเส้นเดียวเหมือนที่อื่น”

(คุณ G นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2562)

“เข้าถึงได้ แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ เพราะสื่อจะออกเฉพาะร้านดัง ร้านที่อยู่ตามต่างอำเภอไม่ถูกพูดถึง คนก็รู้จักน้อย”

(อาจารย์ B นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 18 พฤษภาคม 2562)

“เรายังด้อยการประชาสัมพันธ์ การจะทำให้คนรู้ว่าเรามีอะไรดี ต้องสื่อสาร ให้กว้างขวางออกไป”

(คุณ D นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 11 เมษายน 2562)

“อาหารดังมาก กระบวนการผลิตก็มาก ในตรังมีหลาย ๆ ร้านที่พอเที่ยงก็ปิด เพื่อไปผลิตเพราะฉะนั้นบางร้านค่อนข้างจะเข้าถึงยาก”

(คุณ D นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 20 กรกฎาคม 2562)

สรุปได้ว่าร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดตรังสามารถเข้าถึงได้ในระดับหนึ่ง เนื่องจากมีอาหารท้องถิ่นที่หลากหลาย และมีร้านอาหารเปิดให้บริการตลอดเวลา ทั้งยังมีสื่อโซเชียล และการบอกปากต่อปากกัน

แต่ยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงอาหารในหลายประการคือ การประชาสัมพันธ์ ที่อาจจะมีการสื่อสารเพียงแค่ว่าร้านดังที่อยู่ในเมือง ไม่ได้กระจายตัวไปในอำเภอต่าง ๆ อีกทั้งข้อจำกัดของอาหารบางประเภทที่ต้องใช้เวลาในการเตรียมอาหารหลายชั่วโมง ทำให้ร้านอาหารบางร้านเปิดขายเพียงบางช่วงเวลา ซึ่งหากนักท่องเที่ยวไม่รู้ข้อจำกัดดังกล่าวอาจจะพลาดอาหารที่ต้องการรับประทานได้

2. โอกาสในการใช้อาหารท้องถิ่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

จังหวัดตรังโดดเด่นในเรื่องความสงบเรียบง่ายของวิถีชีวิต มีเอกลักษณ์ดั้งเดิมที่ไม่ผันเปลี่ยนไปตามกาลเวลาและกระแสนิยม ดังจะเห็นได้จากตึกกรมบ้านช่อง ชีวิตความเป็นอยู่ รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ที่ยังคงความสมบูรณ์ไว้ได้อย่างดี และเป็นจังหวัดที่มีอาหารมากมาย จึงเป็นที่นิยมสำหรับผู้ที่หลงใหลอาหารการกินที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสความดั้งเดิมและอาหารประจำท้องถิ่น สอดคล้องกับที่เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา (2561) ได้กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นทางเลือกใหม่ที่มีบทบาทมากขึ้นในการกระตุ้นให้อาหารเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหลักที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวเชิงอาหารก็ยังเป็นมุมสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของไทยในแต่ละพื้นที่ อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนต่าง ๆ ในท้องถิ่น เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีศักยภาพในการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ให้ความเห็นว่าอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรังมีโอกาใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เพราะมีอาหารท้องถิ่นที่เป็นที่รู้จัก มีอาหารเข้าที่เป็นที่รู้จักที่มีความหลากหลายเป็นร้อย ๆ เมนู ดังบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล ที่กล่าวว่า

“ความเป็นเมืองตรังคือการมากินอาหาร เรามีอาหารดั้งเดิม ที่เป็นตัวชูอยู่ตอนนี้ก็คือหมูย่าง ต้มข้าวหมู่น้ำเลี้ยว เกาฮุก ขนมหั้ว ขนมหั้ว ขนมหั้ว ฯลฯ”

(เซฟ A นามสมมติ, สัมภาษณ์, 17 พฤษภาคม 2562)

“การใช้อาหารดึงดูดนักท่องเที่ยวถือเป็นเสน่ห์ของเมืองตรังเลย เพราะเราคือยุทธจักรความอร่อย สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของตรัง มีเมนูอาหารเข้าเป็นร้อยอย่าง”

(คุณ G นามสมมติ, สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2562)

“เรามี เมนูอาหารเป็นร้อย ๆ อย่าง มีหมูย่าง มีอาหารจีนขึ้นชื่อระดับฮ่องเต้ อาหารพวกนี้มันดึงดูดคนให้อยากเข้ามาเที่ยวมาลองชิมอาหาร”

(คุณ I นามสมมติ, สัมภาษณ์, 20 กรกฎาคม 2562)

สรุปได้ว่าจังหวัดตรังถือเป็นจังหวัดที่มีโอกาสเป็นอย่างมากในการใช้อาหารท้องถิ่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว เพราะจังหวัดตรังมีอาหารที่เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยว และมีอาหารท้องถิ่นที่หลากหลายที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้

3. การแสดงถึงวัฒนธรรมการกินของอาหารท้องถิ่น

อาหารจัดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีการแลกเปลี่ยนถ่ายทอดกันมาอย่างยาวนาน อย่างเช่น เคล็ดลับบางอย่างที่ถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น จากประเทศหนึ่งสู่อีกประเทศหนึ่ง เป็นการเลื่อนไหลทางวัฒนธรรม โดยการนำเอาวัฒนธรรมการกินอาหาร ระหว่างวัฒนธรรมโลก และวัฒนธรรมท้องถิ่นมาผสมผสาน จากเดิมเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นอาหารไทยที่ชัดเจนก็คือกลิ่นและรสชาติที่เผ็ดร้อน มีการนำสมุนไพร เครื่องเทศมาเป็นส่วนผสมในการปรุงอาหารไทย แต่เมื่อได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากชาติอื่น ๆ (สิรินาฏ ศิริสุนทร, 2556) พัฒนาการของอาหารไทยจึงมีมากขึ้นเรื่อย ๆ เช่น การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมการปรุงอาหารจากจีน ที่นำกระเพาะหมูมาใช้ ทำให้คนไทยรู้จักการทอด เป็นต้น วัฒนธรรมการกินจึงเป็นการแลกเปลี่ยนถ่ายทอดกันมาอย่างยาวนาน ดังเช่นจังหวัดตรังก็ได้สืบทอดมาจากชาวจีนที่อพยพเข้ามา แล้วนำเอาวัฒนธรรมในการดำเนินชีวิตและลักษณะนิสัยต่าง ๆ มาถ่ายทอด และมีบางส่วนที่ได้รับการผสมผสานให้เหมาะกับลักษณะนิสัยของคนปัจจุบัน คือ วัฒนธรรมการกินที่ไม่จำกัดอยู่เพียงแต่ในบ้านเช่นคนเมืองอื่น ชาวตรังจะนิยมรับประทานอาหารเช้านอกบ้าน จึงมีร้านอาหารเช้าไว้คอยบริการอยู่ทั่วทุกพื้นที่ โดยสมัยนั้น ตอนเช้าชาวสวนก็จะมาพักอาศัยพักทางสถานีวิทยุที่ร้านกาแฟ วัฒนธรรมการกินอาหารเช้าจึงเป็นสิ่งที่โดดเด่น ดังภาพ



ที่มา ร้านพงษ์โอชา 2 <https://reviewtrang.com>

อาหารเช้าส่วนใหญ่จะเป็นหมูย่างและต้มยำ เนื่องจากคนจีนมีเชื่อว่าหมูย่างและต้มยำนั้นทำมาจากหมูสั่กถึงการทำกิจการงานใด ๆ ก็จะมีหมูหรือย่างในทุกวัน จนกลายเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมการกินกาแฟกับหมูย่างในตอนเช้า ตามภาพและดังบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล ที่กล่าวว่า

“ที่นี่หลัก ๆ ก็จะเป็นคนกวางตุ้ง วัฒนธรรมการกินของคนกวางตุ้งก็จะหวานนำ ส่วนรองลงมาเป็นคนฮกเกี้ยนก็จะเน้นมัน ๆ หมูย่างตรังจึงหวาน ๆ มัน ๆ”

(คุณ I นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 20 กรกฎาคม 2562)

“เป็นวัฒนธรรมเลยที่เข้ามาต้องไปร้านกาแฟ ร้านกาแฟจะเป็นที่พบปะพูดคุย และแลกเปลี่ยนกัน เรากินอะไรก็ได้กับกาแฟ กินกับหมูย่าง ต้มช้ำได้หมด”

(คุณ F นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 16 กรกฎาคม 2562)

“วัฒนธรรมการกินของคนตรังหลัก ๆ เลยรับมาจากจีน อาหารจีนมีเยอะมากมายหลายเมนู ตั้งแต่เช้า เรามีอาหารเช้าตามแบบฉบับคนกวางตุ้ง บนโต๊ะอาหารจะมีต้มช้ำเป็นช่ง ๆ เล็ก ๆ หลาย ๆ แบบหลาย ๆ เมนู เรามีอาหารมื้ออื่น ๆ แล้วเรายังมีอาหารตามเทศกาล ประเพณี วัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นเทศกาลถือศีลกินเจ งานศพ งานแต่ง เรามีอาหารประจำของงานนั้น ๆ เพราะคนตรังเราพิถีพิถันเรื่องนี้”

(คุณ C นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 16 กรกฎาคม 2562)

สรุปได้ว่า วัฒนธรรมการกินของอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรังเป็นวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ชัดเจนที่สืบทอดมาจากชาวจีนที่อพยพเข้ามาและได้นำเอาวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตมาเผยแพร่ ที่เห็นเด่นชัดคือการนั่งร้านกาแฟในตอนเช้า โดยจะรับประทาน ชากาแฟ กับหมูย่าง และต้มช้ำ นอกจากนี้ยังมีการรับเอาอาหารตามเทศกาล ประเพณี วัฒนธรรม มาเป็นประเพณีวัฒนธรรมการกินของคนในจังหวัดด้วย

4. การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น

การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นอาจจะไม่โดดเด่นนัก เนื่องจากความต้องการวัตถุดิบจำนวนมากเกินกว่าที่จะผลิตวัตถุดิบได้อย่างเพียงพอในจังหวัด ผู้ให้ข้อมูลระบุสาเหตุที่ต้องใช้วัตถุดิบจำนวนมากในการผลิตอาหาร เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวจังหวัดตรังมาเพื่อกินอาหารเป็นวัตถุประสงค์อันดับต้น ๆ โดยเฉพาะอาหารเช้า ดังที่ ธนินทร์ สังขดวง และ จิระนาถ รุ่งช่วง (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าท้องถิ่นที่สืบทอดจากวัฒนธรรม เปอรานากันของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาการท่องเที่ยว 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 62.20 และบริโภคต้มช้ำเป็นอาหารเช้า อย่างน้อย 1 มื้อในการเดินทางแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 86.30 และสอดคล้องกับที่ผู้วิจัย (ทิพวัลย์ รามรณ, 2562) ได้ทำการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีระดับความต้องการบริโภคอาหารเช้าท้องถิ่น ในระดับมากทุกประเด็น ทั้งก่อนเดินทาง ระหว่างท่องเที่ยว และหลังการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.96 และรับประทานอาหารเช้าท้องถิ่นจังหวัดตรังช่วงเวลาเช้า คิดเป็นร้อยละ 58.1 ดังนั้นความต้องการบริโภคของนักท่องเที่ยวจึงส่งผลให้จังหวัดตรังมีความจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบจำนวนมากในการผลิตอาหาร โดยเฉพาะอาหารเช้ามากกว่าจะสามารถผลิตวัตถุดิบได้เพียงพอในจังหวัด ดังบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลที่กล่าวว่า

“นักท่องเที่ยวที่เลือกมาเที่ยวจังหวัดตรังส่วนใหญ่มาก็มาทะเล เพราะเรามีทะเลที่สวยงาม สงบ ความเป็นธรรมชาติ และกินอาหารเป็นหลัก โดยเฉพาะอาหารเช้าใครมาเที่ยวตรังก็อยากมากินอาหารเช้า บ้านเรา เราเลยต้องใช้วัตถุดิบในการทำอาหารท้องถิ่นแต่ละวันมากพอสมควร”

(คุณ F, นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 16 กรกฎาคม 2562)

“วัตถุดิบในท้องถิ่นอาจจะไม่เพียงพอ เราต้องใช้วัตถุดิบจำนวนมาก เราเลยต้องสั่งจากภายนอก”

(คุณ I นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 20 กรกฎาคม 2562)

“วัตถุดิบที่ตรงสำหรับทำอาหารโดยเฉพาะหมูย่าง เราใช้หมูตัวเป็น ๆ หมูมาจากพัทลุง เพราะคนตรังเลี้ยงหมูน้อย”

(คุณ D นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 11 เมษายน 2562)

ในส่วนของวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่นก็มีเช่นกัน แต่จะเป็นลักษณะของผักพื้นบ้านที่ใช้ในการรับประทานแนมกับอาหารใต้ วัตถุดิบจากทะเล จากแม่น้ำ และวัตถุดิบที่สำคัญที่ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า มีขายเฉพาะในจังหวัดตรัง คือ ส้มเจ็ญดิบ (กำเจ็ญ) หรือน้ำจิ้มกำเจ็ญ ที่ทำให้น้ำจิ้มเข้มข้น หรือขนมทอดอื่น ๆ ซาลาเปา ขนมปอเปี๊ยะ ขนมปากหม้อหัวหม้อไส้หมูเต้ากั่ว และหมูย่างเมืองตรัง มีความแตกต่างจากที่อื่น ๆ ดังบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล กล่าวว่า

“จริง ๆ วัตถุดิบ ในการที่จะนำมาทำเป็นอาหารตรังมีศักยภาพเยอะ ถ้าเป็นเรื่องอาหารทะเล ส่วนร้านขนมจีน ข้าวแกง เรามีพื้นบ้านหลายชนิด เป็นวัตถุดิบในบ้านเราทั้งหมด มีบ้างที่ต้องนำเข้า และซื้อห้างสรรพสินค้า ไม่สามารถผลิตได้เอง”

(เชฟ A นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 17 พฤษภาคม 2562)

“อาหารของจังหวัดตรังเน้นในเรื่องวัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่น เราเลี้ยงปลาในกระชัง เรามีปู มีหอย มีกุ้งแม่น้ำ มีพืชผัก การมากินอาหารตรังจะได้กินอาหารที่มีคุณภาพ ผมว่าร้อยละ 90 เคี้ยวประทับใจเรื่องอาหารมาเป็นอันดับต้น”

(คุณ G นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2562)

“เรามีวัตถุดิบพิเศษ คือส้มกำเจ็ญ น้ำจิ้มสีแดงส้ม ๆ ที่เราไว้จิ้มติ่มซำเป็นสูตรเฉพาะของจังหวัดตรัง ที่แตกต่างจากที่อื่น น้ำจิ้มกำเจ็ญเราเอามาจิ้มได้ทุกอย่างทั้งของแข็งของทอดของย่าง ที่ตรังมีคนทำขาย อยู่เพียง 2-3 เจ้า ถ้าหมดนี้ไปแล้วไม่มีการถ่ายทอดก็น่าเสียดายนะ”

(คุณ I นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 20 กรกฎาคม 2562)

สรุปได้ว่าอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรังมีการนำวัตถุดิบภายในท้องถิ่นมาใช้ในการประกอบอาหารในบางส่วน เช่น อาหารทะเลสด ผักพื้นบ้าน หรือเครื่องปรุงในลักษณะเฉพาะที่มีในจังหวัดตรัง ได้แก่ ส้มกำเจ็ญ เป็นต้น แต่วัตถุดิบของอาหารท้องถิ่นที่ต้องใช้วัตถุดิบเป็นจำนวนมาก จะซื้อมาจากจังหวัดอื่น ๆ หรือห้างสรรพสินค้าส่งขนาดใหญ่ เพราะความต้องการวัตถุดิบมีค่อนข้างมากกว่ากำลังการผลิตภายในจังหวัด

5. เอกลักษณ์ของท้องถิ่น

จังหวัดตรังมีเอกลักษณ์ในเรื่องอาหารการกินมากเป็นลำดับต้น ๆ ในประเทศไทย เพราะเมืองตรังมีอาหารประจำท้องถิ่นมากมายหลายชนิด และส่วนใหญ่เป็นอาหารที่ได้รับอิทธิพลมาจากจีน ซึ่งเป็นชนชาติที่มีความพิถีพิถันเรื่องอาหารการกิน และมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับที่ อุดลย์ รัตนมันเกษม (2557) กล่าวถึง อาหารจีนมีอิทธิพลต่อทั่วโลกอย่างมาก หากแผ่นดินใดมีคนจีนอยู่ที่นั่นก็จะต้องมีอาหารจีน วัฒนธรรมอาหารจีนได้ค่อย ๆ แทรกซึมไปสู่ประเทศต่าง ๆ ประเทศไทยกับประเทศจีนมีการติดต่อไปสู่กัน ตั้งแต่สมัยราชอาณาจักรถัง ซึ่งเริ่มมีคนจีนจากกลุ่มแต้จิ๋ว กวางตุ้ง ฮกเกี้ยน และยูนนานอพยพเข้ามาประเทศไทย อิทธิพลอาหารจีนในไทยปรากฏให้เห็นทั้งในรูปแบบของภาษาและวิถีการดำเนินชีวิต เช่น การดำรงชีพที่ผูกติดกับอาหาร การพัฒนารูปแบบของอาหารและการสืบทอดประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่คนตรังจะรับวัฒนธรรมการกินที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะอาหารเข้ามามีส่วนในการเริ่มต้นของวัน คนตรังถือว่าการกินอยู่เป็นเรื่องสำคัญ จนถูกขนานนามกันว่าเป็น “เมืองคนช่างกิน” เพราะกินกันทั้งวัน ในแต่ละช่วงเวลาก็จะมีเมนูอาหารการกินที่แตกต่างกันไป การส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด จึงมักหยิบยกเรื่องราวที่ขึ้นชื่อว่าเป็นเมืองแห่งอาหาร เมืองแห่งคนช่างกิน มาเป็นตัวชูโรงในกิจกรรมหรือกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ตรัง..ยุทธจักรความอร่อย มหกรรมซีฟู้ด จังหวัดตรัง มหกรรมอาหารตรังดังทั่วโลก โครงการเที่ยวอย่างฟิน กินอย่างสุนทรีย์ เทศกาลหมุย่าง เทศกาลขนมเค้ก เป็นต้น นักท่องเที่ยวที่ได้มีโอกาสมาจังหวัดตรังส่วนใหญ่ค่อนข้างจะตื่นตาตื่นใจกับอาหารการกิน ซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมการกินที่เป็นเอกลักษณ์โดยเฉพาะหมุย่าง เอกลักษณ์ที่โดดเด่นของหมุย่างคือเป็นอาหารดั้งเดิมที่ใช้หมูมาอย่างทั้งตัว หนังกรอบ เนื้อนุ่ม รสหวาน และใช้วิธีการทำอย่างพิถีพิถัน ถือเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดตรัง ที่คนต่างถิ่นมักรู้จักกันดีดังบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล ที่กล่าวว่า

“ถ้าถามนักท่องเที่ยวว่าอาหารอะไรที่อร่อยก็นึกถึงแต่หมุย่าง มันเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของตรัง เรามีอาหารหลายอย่าง แต่ว่าพระเอกคือหมุย่างจริง ๆ”

(คุณ D นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 20 กรกฎาคม 2562)

“เอกลักษณ์คือการพิถีพิถันทุกอย่าง เพราะฉะนั้นมันทำยากเพราะมันพิถีพิถัน เราพร้อมจะย่างหมุย่าง 1 ตัว ใช้เวลา 1 วันครึ่ง นั่นหมายความว่าความเข้มข้นยังน้อย บ่งบอกถึงความเป็นอยู่ของพวกเราแนว ๆ ประมาณคิลปิน...”

(คุณ I นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 20 กรกฎาคม 2562)

เอกลักษณ์ที่เป็นลักษณะนิสัยของคนตรัง คือการเป็นเมือง “คนช่างกิน” อาจจะเป็นเพราะคนตรังเป็นคนใจกว้าง มีน้ำใจ เห็นได้จากคำขวัญประจำเมืองที่ว่า “ชาวตรังใจกว้าง สร้างแต่ความดี” หากไปใครมาต้องดูแลอย่างดี สิ่งที่ทำให้รู้สึกว่าคุณดูแลอย่างดี นั่นคืออาหาร กอปรกับมีวัฒนธรรมผสมในเรื่องอาหารจีน ทำให้อาหารตรังมีเสน่ห์และดึงดูดผู้คน โดยคนตรังจะให้ความสำคัญกับการกินมาก ไม่ว่าจะเป็นมื้อไหนก็หาของกินได้อย่างสบายถือเป็นเอกลักษณ์เด่นที่สำคัญ ดังบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล ที่กล่าวว่า

“คนตรังนี่กินเป็นอันดับ 1 ไม่ว่างานอะไรสิ่งสำคัญคือการจัดอาหารให้กับแขก และเอกลักษณ์เด่น การกินของจังหวัดตรัง กิน 24 ชั่วโมง กินไม่หยุด...”

(จันทิมา มุณีกุล, สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2562)

สรุปได้ว่าอาหารท้องถิ่นแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นทั้งความเป็นเมืองคนช่างกินเป็นเมืองที่คนใจกว้าง มีน้ำใจ ชอบต้อนรับขับสู้แขกผู้มาเยือนด้วยอาหาร ให้ความสำคัญและพิถีพิถันในเรื่องอาหาร จนสะท้อนไปถึงประเพณีวัฒนธรรมที่โดดเด่น

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาสรุปได้ว่า ศักยภาพของอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรัง ตามศักยภาพ 5 ด้าน ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า 1) ด้านความยากง่ายในเข้าถึงอาหารท้องถิ่น สามารถเข้าถึงได้ง่ายเนื่องจากมีอาหารท้องถิ่นที่หลากหลาย และมีร้านอาหารเปิดให้บริการตลอดเวลา แทบจะ 24 ชั่วโมง 2) ด้านโอกาสในการใช้อาหารท้องถิ่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว มีโอกาสเป็นอย่างมาก เพราะมีอาหารดั้งเดิมที่เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวมากมายหลายชนิด 3) ด้านการแสดงถึงวัฒนธรรมการกินของอาหารท้องถิ่น เป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดมาจากชาวจีนที่เห็นเด่นชัดคือการนั่งร้านกาแป้ในตอนเช้า ร้านกาแป้จึงเป็นแหล่งรวมพลของคนในจังหวัดตรัง 4) ด้านการไว้วัตถุดิบในท้องถิ่น จังหวัดตรังมีการนำวัตถุดิบภายในท้องถิ่นมาใช้ในการประกอบอาหารในบางส่วน แต่วัตถุดิบของอาหารท้องถิ่นหลักอื่น ๆ จะซื้อมาจากจังหวัดอื่น หรือห้างสรรพสินค้าส่งขนาดใหญ่ และ 5) เอกลักษณ์ของท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นแสดงถึงเอกลักษณ์ทั้งความเป็นเมืองคนช่างกิน เป็นเมืองที่คนใจกว้าง มีน้ำใจ ชอบต้อนรับขับสู้แขกผู้มาเยือนด้วยอาหาร จึงให้ความสำคัญและพิถีพิถันในเรื่องอาหาร

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ศักยภาพของอาหารท้องถิ่นประเด็นที่ 1 คือ ความยากง่ายในการพบหรือเข้าถึงอาหารท้องถิ่นของจังหวัดตรังเข้าถึงได้โดยง่าย เนื่องจากความเป็นเมืองคนช่างกิน ที่มีวัฒนธรรมการกินถึง 9 มื้อ ทำให้ธุรกิจร้านอาหารเกิดขึ้นอย่างมากมายในจังหวัดตรัง การเข้าถึงร้านอาหารของนักท่องเที่ยวจึงไม่ใช่เรื่องยากมากนัก อาจจะเนื่องมาจากจังหวัดตรังเป็นจังหวัดเล็ก ๆ มีการท่องเที่ยวแบบเมืองรองไม่ได้มีการแข่งขันสูงมากนัก และประชากรที่อาศัยอยู่มีทั้งประชากรที่อาศัยอยู่เดิม และชาวจีนที่อพยพเข้ามา ซึ่งนอกจากจะนำวัฒนธรรมอาหารมาเผยแพร่แล้ว ยังมีการเผยแพร่ลักษณะนิสัยที่เห็นชัดเจนคือการชอบทำมาค้าขาย และมีความขยัน และมีลักษณะนิสัยที่ชอบพบปะพูดคุยกันตามร้านกาแป้ในช่วงเช้า จึงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย ศักยภาพของอาหารท้องถิ่นประเด็นที่ 2 คือ โอกาสในการใช้อาหารท้องถิ่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว มีโอกาสเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีอาหารดั้งเดิมที่เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวดังจะเห็นได้ว่าเมื่อมีการพูดถึงจังหวัดตรังคนส่วนใหญ่จะนึกถึงหมูย่างเมืองตรัง หรือเห็นหมูย่างทั้งตัวแบบหนังกรอบก็จะนึกถึงของดีประจำจังหวัดตรัง และการมีอาหารท้องถิ่นที่หลากหลายก็ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงอาหารท้องถิ่นได้มากขึ้น แม้อาหารบางอย่างอาจจะไม่ได้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากนัก แต่เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาลองชิมก็อาจจะทำให้เกิดการบอกต่อ หรือแบ่งปันประสบการณ์ผ่านทาง

ช่องทางออนไลน์ และในจังหวัดเองก็พยายามส่งเสริมให้จังหวัดตั้งเป็นจังหวัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยการนำอาหารและร้านอาหารที่มีอยู่ในจำนวนมาก มาเป็นจุดขายสำหรับการท่องเที่ยว โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ออกบูธหรือชิมอาหารภายในกิจกรรมต่าง ๆ สอดคล้องกับที่ Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, and Cambourne (2003) ได้ให้คำนิยามว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการเดินทางไปในพื้นที่เพื่อการพักผ่อน รวมถึงการไปชมอาหาร งานเทศกาลอาหาร การชิม ผลิตภัณฑ์อาหารในพื้นที่นั้น ๆ โดยนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แปลกใหม่ผ่านการชิมอาหาร สะท้อนถึงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในส่วนศักยภาพของอาหารท้องถิ่นประเด็นที่ 3 คือ การแสดงถึงวัฒนธรรมการกินของอาหารท้องถิ่น ถือเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างมากสำหรับจังหวัดตรัง เพราะเป็นจังหวัดที่มีวัฒนธรรมการกินที่มีความเป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่เป็นเมืองท่าในอดีต ยิ่งทำให้จังหวัดตรังเป็นเมืองที่มีความหลากหลายในด้านวัฒนธรรม ดังที่ สุนี ศักดาเดช (2549) ได้กล่าวถึง สภาพทางภูมิศาสตร์ของแต่ละท้องถิ่น เป็นปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดชนิด ลักษณะของอาหารท้องถิ่น ซึ่งจะก่อให้เกิดวัฒนธรรมเฉพาะท้องถิ่น ทั้งที่แตกต่างและคล้ายคลึงกัน อาหารท้องถิ่นมีความสำคัญที่แสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดและปฏิบัติสืบทอดกันมา ในส่วนของจังหวัดตรังเป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดมาจากชาวจีน ที่อพยพมาตั้งรกรากในจังหวัดตรัง และนำเอาวัฒนธรรม การดำเนินชีวิต และลักษณะนิสัยต่าง ๆ เข้ามาเผยแพร่โดยไม่รู้ตัว ที่เห็นเด่นชัดคือการนั่งร้านกาแฟในตอนเช้า ร้านกาแฟจึงเป็นแหล่งรวมพลของคนในจังหวัดตรัง ส่วนศักยภาพของอาหารท้องถิ่นประเด็นที่ 4 คือการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ในประเด็นนี้ของจังหวัดตรังอาจจะไม่โดดเด่นมากนัก เนื่องจากอาหารท้องถิ่นที่เป็นที่รู้จักส่วนใหญ่มีความต้องการวัตถุดิบจำนวนมากกว่ากำลังการผลิตที่ภายในจังหวัด จึงจำเป็นต้องสั่งมาจากจังหวัดอื่น อย่างไรก็ตาม ภายในจังหวัดมีห้างสรรพสินค้าส่งขนาดใหญ่ จึงทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถหาซื้อวัตถุดิบอาหารบางอย่างได้โดยง่าย และศักยภาพของอาหารท้องถิ่นประเด็นที่ 5 คือ เอกลักษณ์ของท้องถิ่น เอกลักษณ์ทั้งความเป็นเมืองคนช่างกิน ซึ่งจะเห็นได้จากคำนิยามต่าง ๆ เช่น เมืองซูชิ คนตรังกิน 9 มื้อ เป็นต้น และเอกลักษณ์ที่โดดเด่นอีกประการคือ เป็นเมืองที่คนใจกว้าง มีน้ำใจ เห็นได้จากคำขวัญประจำเมืองที่ว่าชาวตรังใจกว้างสร้างแต่ความดี ความใจกว้างมีน้ำใจนี้เองที่อาจจะเป็นคุณสมบัติที่เป็นเอกลักษณ์ของคนตรังที่ทำให้แขกไปใครมาจะชอบต้อนรับขับสู้ด้วยอาหารและความพิถีพิถันในการทำอาหารของคนใจกว้างดังที่โดดเด่น ตามแบบฉบับอาหารเข้าสู่ใจใหญ่ของชาวตรัง และความเป็นคนใจดีที่ต้องมีสำหรับชาวหวาน และผักเคียงนานาชนิดที่สดใหม่ ทำให้มีอาหารแต่ละมื้อของคนตรังเกิดขึ้นจากความใส่ใจและมีความพิถีพิถัน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาพบว่า จังหวัดตรังมีศักยภาพทางด้านอาหารท้องถิ่นเนื่องจากมีอาหารท้องถิ่นหลายชนิด และมีอาหารบางชนิดที่เป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยว แต่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของการกระจายตัวของอาหารท้องถิ่นในจังหวัด และประชาสัมพันธ์ที่อาจจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักอาหารท้องถิ่นเพียงบางชนิดเท่านั้น จึงควรดำเนินการดังนี้

1. พัฒนาการประชาสัมพันธ์โดยการใช้คนดัง ดารา นักร้อง และคนที่ได้รับความนิยมชื่นชมหรือคลั่งไคล้ (Net Idol) ที่มีคนติดตามจำนวนมากในสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ให้ แนะนำ หรือเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชน สถานที่ใหม่ ๆ และอาหารท้องถิ่นแปลกใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดกระแส เที่ยวตามกัน กินตามกัน แชรตามกันได้มากยิ่งขึ้น
2. รวบรวมเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนต่าง ๆ ภายในจังหวัด ควบคู่กับอาหารท้องถิ่นในชุมชนนั้น ๆ เพื่อยกระดับและสร้างคุณค่าให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงความเป็นมาและคุณค่าของอาหาร ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ในหมู่นักท่องเที่ยว
3. พัฒนาการท่องเที่ยวทางบก ให้เป็นจุดขายที่นักท่องเที่ยวสนใจ และสามารถท่องเที่ยวนอกฤดูการท่องเที่ยวทางทะเลได้ เช่น การนำรถไฟโบราณที่วิ่งอยู่ในจังหวัดมาเป็นขบวนรถไฟที่พาชมวิถีชีวิตสองข้างทาง และรับประทานอาหารท้องถิ่นบนรถไฟ

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). **ข่าวกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว**. สืบค้นจาก <https://www.tat.or.th/th/news>.
- กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร. (2560). **รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 4**. สืบค้นจาก <http://www.thansettakij.com/content/77043>.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). **บทวิเคราะห์ธุรกิจร้านอาหาร ประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2562**. กรุงเทพฯ: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.
- ชญาสินี วัชชัย. (2560). **Food will keep us alive**. สืบค้นจาก <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2017/menu-12017/281-1212017-food-alive>.
- ทิพวัลย์ รามรัง. (2562). **ศักยภาพอาหารท้องถิ่น และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่น กรณีศึกษาจังหวัดตรัง เมืองคนช่างกิน**. กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนิษฐ์ สังขตวง และ จิระนาถ รุ่งช่วง. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเข้าท้องถิ่นที่สืบทอดจากวัฒนธรรม เปอรานากันของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง. **วารสาร มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 4(1), 81-92.
- เบญจมาภรณ์ ชำนาญนา. (2561). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและรายได้เปรียบของประเทศไทย. **วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี**, 24(1).
- พัชรี ตั้งตระกูล และคณะ. (2561). **การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารท้องถิ่นของ จังหวัดภูเก็ต**. กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สิริญา ศิริสุนทร. (2556). **วัฒนธรรมอาหารไทย...จากอดีตสู่ปัจจุบัน**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- สุนิ คักดาเดช. (2549). **อาหารท้องถิ่น**. จันทบุรี: คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2562). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทย 2561**. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.
- สำนักงานสถิติจังหวัดตรัง. (2562). **รายงานสถิติจังหวัด ประจำปี 2562**. สืบค้นจาก http://trang.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=category&id=102&Itemid=507.
- วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ. (2560). **Foodie food tourism trend 2017**. สืบค้นจาก <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-tat/menu-2017/menu-12017/756-12017-foodie>.
- อดุลย์ รัตนมโนเกษม. (2557). **กำเนิดคนแต่จิว วัฒนธรรมจากอดีตถึงปัจจุบัน**. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- อภิรมย์ พรหมจรรยา ชูติมา ต่อเจริญ และปทุมมาลัย พัฒโร. (2547). **รายงานการวิจัยเรื่องศักยภาพอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พังงา และภูเก็ต**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Goeldner, C., & Ritchie, J. R. B. (2006). **Tourism: principles, practices, Philosophies**. (10th ed.). Hoboken: Wiley.
- Hall, CM, Sharples, E. , Mitchell, R. , Cambourne, B. , & Macionis, N. (eds.). (2003). **Food tourism around the world: Development, management and markets Book**. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Mennell, S., Murcott, A., Otterloo, V. (1992). **The sociology of food: Eating, diet and culture**. London, United Kingdom: Sage.
- Wolf, E. (2002). **Culinary tourism. A tasty economic proposition**. International Culinary Tourism Task Force.
- World Tourism Organization. (2012). **Global report on food tourism**. Madrid: The World Tourism Organization.

ผู้ให้สัมภาษณ์

- คุณ A นามสมมุติ, เชฟผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารของจังหวัดตรัง. 17 พฤษภาคม 2562. **สัมภาษณ์**.
- คุณ B นามสมมุติ, อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์นอกที่ตั้งตรัง, 18 พฤษภาคม 2562. **สัมภาษณ์**.
- คุณ C นามสมมุติ, นักวิชาการอิสระที่เชี่ยวชาญเรื่องอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรังและรองเลขาธิการค้า 16 กรกฎาคม 2562. **สัมภาษณ์**.
- คุณ D นามสมมุติ, ผู้บริหารสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง. 11 เมษายน 2562. **สัมภาษณ์**.
- คุณ E นามสมมุติ, ผู้บริหารสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรัง. 10 เมษายน 2562. **สัมภาษณ์**.
- คุณ F นามสมมุติ, ผู้บริหารสมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง. 16 กรกฎาคม 2562. **สัมภาษณ์**.
- คุณ G นามสมมุติ, เจ้าของบ่อหินฟาร์มสเตย์. 20 พฤษภาคม 2562. **สัมภาษณ์**.
- คุณ H นามสมมุติ, เจ้าของร้านสี่ฟ้า ร้านอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรัง. 20 พฤษภาคม 2562. **สัมภาษณ์**.
- คุณ I นามสมมุติ, เจ้าของร้านอาหารเข้าพงษ์โอชา2 ตู๊ดตู๋ทัวร์ และสิริสินทัวร์. 20 กรกฎาคม 2562. **สัมภาษณ์**.