

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรส Exploratory Factor Analysis through Phetchaburi Food Storytelling: a City of 3 Flavors

ภณพรรณ ธนภูวนัตถ์ภาคิน (PONNAPHAT TANAPOOWANUTPARKIN) ^{1*}

ระชานนท์ ทวีผล (RACHANON TAWEEPOL) ²

จุฑามาศ พีรพัชระ (CHUTAMAS PEERAPHATCHARA) ³

ณนนต์ แดงสังวาลย์ (NANOLN DANGSUNGWAL) ⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเพชรบุรีและวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรส กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 320 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ผลโดยใช้วิธีหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผลวิจัยพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเคยเดินทางไปทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเพชรบุรีครั้งล่าสุดเดินทางไปไม่เกิน 1 ปี มีการเดินทางเพื่อตามรอยการรับประทานอาหารท้องถิ่น มีค่าใช้จ่ายต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารหรือเป็นของฝาก ต่ำกว่า 5,000 บาท และมีประสบการณ์ความทรงจำนึกถึงอาหารของจังหวัดเพชรบุรี คือ ด้านรสชาติของอาหารท้องถิ่น ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรส พบว่า มี 5 องค์ประกอบเรื่องเล่า ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 เรื่องเล่ารู้แหล่งที่มาของอาหาร ประกอบด้วย 9 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 2 เรื่องเล่าวัตถุดิบของอาหาร ประกอบด้วย 9 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 3 เรื่องเล่ามรดกของอาหาร ประกอบด้วย 8 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 4 เรื่องเล่ากรรมวิธีการทำอาหารในท้องถิ่น ประกอบด้วย 3 ตัวแปร องค์ประกอบที่ 5 เรื่องเล่าภูมิปัญญาและความปลอดภัยของอาหาร ประกอบด้วย 3 ตัวแปร

คำสำคัญ: เรื่องเล่า เรื่องเล่าอาหาร เมืองเพชร เมืองสามรส การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

Abstract

This research aimed to examine the culinary tourism behaviors in Phetchaburi province and analyze the storytelling components of Phetchaburi city's culinary stories as the city of three flavors. The

¹ หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (Master of Home Economics. Faculty of Home Economics Technology. Rajamangala University of Technology Phra Nakhon) E-mail: PONNAPHAT-T@rmutp.ac.th

² สาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร (Hotel Management. Faculty of Management Science. Silpakorn University) E-mail: rachanon@ms.su.ac.th

³ สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (Master of Home Economics. Faculty of Home Economics Technology. Rajamangala University of Technology Phra Nakhon) E-mail: chutamas.p@rmutp.ac.th

⁴ สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการอาหาร คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (Food Service Industry, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon) E-mail: nanoln.d@rmutp.ac.th

*Corresponding author, e-mail: PONNAPHAT-T@rmutp.ac.th

sample consisted of 320 Thai tourists who had previously engaged in culinary tourism activities in Phetchaburi province. Data were collected using questionnaires and analyzed using frequency, mean, percentage, and exploratory factor analysis. The research findings revealed the recent culinary tourism behaviors of the tourists involved in activities related to Phetchaburi's culinary tourism within the past year. Their travels were primarily motivated by exploring local cuisine, with an average expenditure of less than 5,000 baht per purchase of food products or souvenirs. Additionally, the tourists had memorable experiences related to Phetchaburi's cuisine, particularly concerning the taste of local food. Regarding the analysis of storytelling components of Phetchaburi city's culinary stories, five storytelling components were identified: 1) Origins of Culinary Knowledge, consisting of 9 variables, 2) Ingredients of Culinary Creations, consisting of 9 variables, 3) Culinary Heritage storytelling, consisting of 8 variables, 4) Local Culinary Techniques storytelling, consisting of 3 variables, and 5) Culinary Wisdom and Food Safety storytelling, consisting of 3 variables.

Keywords: Storytelling, Food Storytelling, Phetchaburi, City of Three Flavors, Analyzing Exploratory Factor Analysis

วันที่รับบทความ: 12 กุมภาพันธ์ 2567 วันที่แก้ไขบทความ: 21 เมษายน 2567 วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 23 เมษายน 2567

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ตามรายงานแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมากก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการสร้างงานและเงินรายได้เข้ามาหมุนเวียนและมีการกระจายความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและสังคมไปสู่ชุมชนและภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทยจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) ที่ผ่านมาได้ประสบผลสำเร็จในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและเงินรายได้จากการท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 7 ของโลกโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 3.92 ในปี พ.ศ. 2562 และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงถึงเกือบ 2 ล้านล้านบาท สูงเป็นอันดับที่ 4 ของโลก (Ministry of Tourism and Sports, 2023) ความสำคัญในอนาคตต้องการมุ่งเน้นดำเนินการเพื่อพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็งเพื่อให้เกิดการเติบโตมากยิ่งขึ้นมีเป้าหมายเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวมุ่งเน้นพัฒนาจังหวัดและภูมิภาคต่าง ๆ สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน กำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่การท่องเที่ยวยุคใหม่ โดยนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมต้องการความท้าทายประสบการณ์ใหม่จากการเดินทางตลอดจนเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมและร่วมเรียนรู้ในคุณค่าของสิ่งนั้นอย่างจริงจัง มีความสอดคล้องกับลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในยุคสมัยนี้ Juttamas, et al. (2022) อธิบายไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารเริ่มมีบทบาทขึ้นมาในฐานะตัวเลือกของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่สำหรับผู้ที่ไม่ได้มองเห็นคุณค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารการท่องเที่ยวลักษณะนี้ไม่ได้เน้นเพียงไปบริโภคอาหารเพียงอย่างเดียวแต่เป็นการเสพวรรณรสของประสบการณ์จากการสัมผัสที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมอาหารในท้องถิ่นนั้น ๆ ในขณะเดียวกันรูปแบบการท่องเที่ยวก็มีความหลากหลายมากขึ้น

จังหวัดเพชรบุรีมีอัตลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น โดยรายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี เดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน ปี พ.ศ. 2566 มีผู้เยี่ยมชมในจังหวัดเพชรบุรีเป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 5,418,020 คน (Phetchaburi Provincial Office of Tourism and Sports, 2023) ทางหน่วยงานด้าน

การท่องเที่ยวของภาครัฐเล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาและมีเป้าหมายเพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวมุ่งเน้นพัฒนาการวางยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทย โดยจังหวัดเพชรบุรีมีความน่าสนใจอย่างมากในเรื่องการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากแผนงานโครงการในอนาคตเป็นกระบวนการขับเคลื่อนดำเนินงานการสร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบุรีให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของยูเนสโก UNESCO แผนงานการสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ประชาชนเป็นการให้ความรู้เน้นการสื่อสารเชิงรุกตรงไปตรงมา กับชุมชนผ่านการสื่อสารและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้จังหวัดเพชรบุรีจำเป็นต้องพัฒนาต่อยอดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ โดยมีความสอดคล้องกับการกระจายความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและสังคมเพื่อพัฒนาระดับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวขับเคลื่อนเมืองเพชรบุรีสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ ในระดับท้องถิ่น (Wanphen, 2022) การจัดทำแผนที่นำทาง (Roadmap) ในระยะ 5 ปี นำเสนออัตลักษณ์ทางด้านอาหาร วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม สังคม และภูมิปัญญา ที่ได้ชื่อว่าเป็นเมือง “น่าอยู่ น่ากิน น่าเที่ยว” และมีทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์มีบทบาทสำคัญในด้านอาหารที่โดดเด่น โดยเฉพาะอาหารไทยและขนมไทยให้เป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบสำคัญของประเทศสร้างความเป็นเอกลักษณ์ด้านรสชาติอาหารคือรสเค็มของเกลือสมุทร รสเปรี้ยวของมะนาว รสหวานของตาลโตนด จึงได้ชื่อว่าเป็น เมืองสามรส

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารเป็นการได้สัมผัสประสบการณ์ในวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น Juttamas, et al. (2022) ได้กล่าวถึง วิสัยแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของอาเซียน ASEAN Gastronomy Master Plan อธิบายประเด็นด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบองค์รวมไว้ดังนี้ 1) การทำฟาร์มและวัตถุดิบออร์แกนิกสร้างความตระหนักถึงความสำคัญต่อสุขภาพ 2) เรื่องราวของอาหารทำให้เห็นคุณค่าของอาหารที่โดดเด่นรวบรวมเรื่องราว มรดกภูมิปัญญา วัฒนธรรมการกินและวิธีการนำเสนออาหาร 3) อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ด้วยการใช้ต้นทุนในการทำอาหารรวมถึงการนำเสนออาหารที่สะท้อนวิถีชีวิตธรรมเนียม และทิศทางของอาหารตามยุคสมัย 4) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผลักดันการอนุรักษ์และส่งเสริมเรื่องราวท้องถิ่น ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น ตลอดจนคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมด้วยจุดเด่นนี้ทำให้เกิดแผนงานด้านการขับเคลื่อนเป็นเมืองสร้างสรรค์เพื่อแสดงให้เห็นถึงการส่งเสริมศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวอาหารให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น จึงนำไปสู่คำถามของการวิจัยที่ว่า องค์ประกอบใดบ้างส่งผลต่อรับรู้และความเข้าใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารสร้างสรรค์ โดยมีเรื่องเล่าอาหาร (Storytelling Through Food) ที่เกี่ยวข้องกับอาหารเป็นการเล่าเรื่องเพื่อสะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ (Peerawat, 2021) การเรื่องเล่าถูกจัดเป็นการตลาดเชิงเนื้อหาที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้บริโภคจดจำข้อมูลประเด็นสำคัญนำไปสู่กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing) สามารถสร้างการจดจำได้

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรส ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ของเรื่องเล่าอาหารที่สมบูรณ์ โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาจะก่อให้เกิดองค์ความรู้เชิงทฤษฎีและความเป็นตัวตนของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารจากด้วยองค์ประกอบที่ค้นพบซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นของสถานที่นั้น ๆ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของวัตถุดิบอาหาร เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ก่อให้เกิดประโยชน์ของจังหวัดเพชรบุรีและประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเพชรบุรี

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรส

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

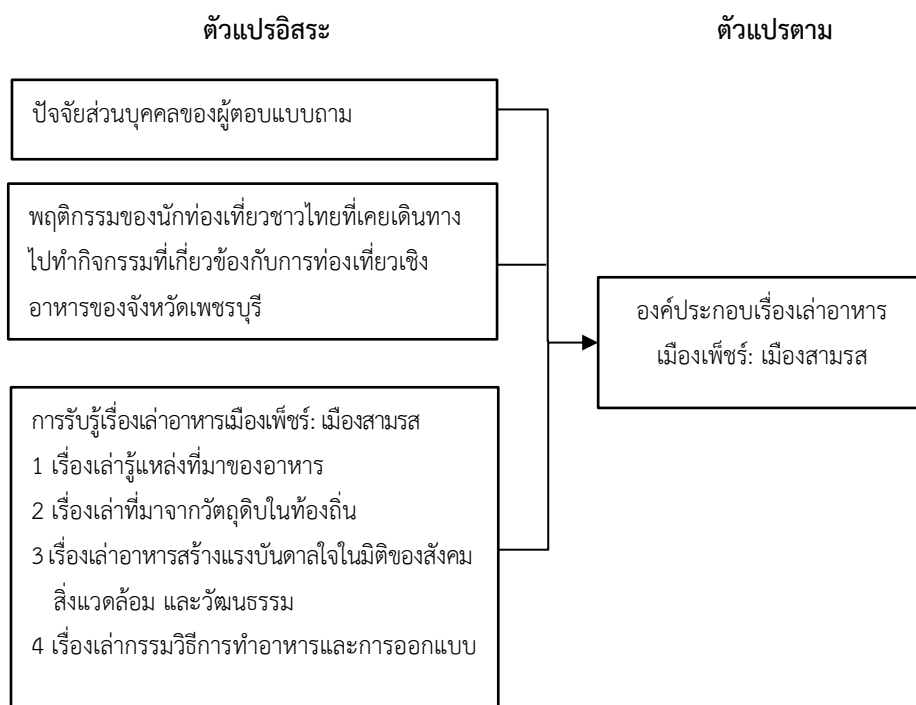
1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาองค์ประกอบเชิงสำรวจเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรส โดยดัดแปลงข้อมูลจาก Kittiphong et al. (2023) และการทบทวนวรรณกรรม

1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ทำการศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเพชรบุรี โดยเก็บแบบสอบถามในกรุงเทพและปริมณฑล และลงพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี อาทิเช่น สถานีรถไฟ แหล่งท่องเที่ยว และอื่น ๆ

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา กันยายน พ.ศ. 2566 ถึง มีนาคม พ.ศ. 2567

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวความคิดของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษามาจากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อกำหนดการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรส กับผลลัพธ์ของการวิจัยที่ศึกษาในครั้งนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 การรับรู้ (Perception)

การรับรู้ของมนุษย์เมื่อรับสารแล้วมีการรับรู้ที่แตกต่างกันด้วยองค์ประกอบสำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสารของมนุษย์เพราะในชีวิตประจำวันของมนุษย์มีกระบวนการรับรู้เกิดขึ้นตลอดเวลาเป็นกระบวนการของการเลือกรับรู้ (Selection) และการรวบรวมจัดระเบียบข้อมูล (Organization) การตีความหรือการแปลความจากการสัมผัสของมนุษย์ สิ่งเราเป็นการสร้างการรับรู้ที่สำคัญของมนุษย์ด้วยการสัมผัสสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ทศนคติ Mallika, J., (2003).การรับรู้ยังเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจรับรู้เกิดขึ้นตามประสบการณ์ของมนุษย์ มีความสอดคล้องกับ Phatchani et al. (n.d.) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการสร้างการรับรู้ไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งรอบตัวได้ทั้งหมด เมื่อมีสารข้อมูลจะใช้ประสบการณ์ในการคัดเลือกสารให้ตรงกับความต้องการรับรู้ และตอบสนองต่อความรู้สึก โดยการรับรู้ที่ต่างกัน องค์ประกอบการเลือกรับสารหรือการรับรู้ของมนุษย์ต้องอาศัยวัยเป็นเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อเกิดกระบวนการรับรู้ จึงมีความจำเป็นศึกษาการทำงานของวัยจะร่างการที่ส่งผลต่อการรับรู้ในขณะที่ Wilaiwan et al. (2006) กล่าวไว้ว่า การรับรู้สามารถนำไปสู่กระบวนการ

เรียนรู้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรม ที่มีผลมาจากการมีประสบการณ์และสมรรถภาพทางสมอง มีลำดับขั้นตอน เป็นกระบวนการ มีความพร้อม และมีเงื่อนไขอื่น ๆ ผ่านทางอวัยวะร่างกายและนำไปสู่ระบบประสาทของร่างกายเพื่อให้เกิดการตื่นตัวต่อพฤติกรรมตอบสนองแล้วแสดงออกมาจะเกี่ยวข้องกับอวัยวะร่างกายที่รับการสัมผัส (Sense organs) โดยสิ่งเร้าที่สัมผัสระบบประสาทสัมผัสของมนุษย์มีความหมายเป็นอย่างไร การแปลความหมายจากความรู้สึกจากการสัมผัส เรียกว่า การรับรู้ (Perception) โดยกระบวนการที่เกิดขึ้น ดังนี้ 1) สิ่งเร้า (Stimulus) เข้ามากระทบอวัยวะที่รับสัมผัสของมนุษย์ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง กล้ามเนื้อสัมผัสที่เคลื่อนไหวและการทรงตัวพร้อมกันหรืออย่างใดอย่างหนึ่ง 2) การรับรู้ (Perception) หรือกระแสประสาทสัมผัสวิ่งไปยังระบบประสาทส่วนกลาง ซึ่งมีศูนย์กลางอยู่ที่สมองของมนุษย์ และ 3) การตอบสนอง (Response) มีการแปลความหมายออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ โดยอาศัยความจำความรู้เดิม (Past knowledge) ประสบการณ์เดิม (Past experiences) ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลที่ว่ามีมากน้อยเพียงใดการเร้าใหม่ทำให้รับรู้ได้เร็วและชัดเจนขึ้น นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับ ค่านิยม ทักษะคติ และบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันไปโดยอวัยวะที่รับรู้ความรู้สึกและรับสัมผัส ทางด้านจิตวิทยาได้แบ่งแยกระบบรับสัมผัสหรือความรู้สึก (Sensory System) ออกเป็น 3 ระบบ โดยแบ่งแยกเครื่องรับสัมผัสหรืออวัยวะรับรู้ความรู้สึกของร่างกายมนุษย์มีทั้งหมด 7 ประเภท ทำหน้าที่รับรู้ความรู้สึกต่างกันตามลักษณะของสิ่งเร้าที่กระทบอวัยวะที่รับรู้ความรู้สึก โดยมี ตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง กล้ามเนื้อสัมผัสที่เคลื่อนไหว และการทรงตัว

2.1 การเล่าเรื่อง (Storytelling)

การใช้ภาษาและตัวอักษรเขียน หรืออักษรภาพเป็นเครื่องมือการสื่อสารของมนุษย์และเป็นหลักฐานการบันทึกข้อมูลทางประวัติศาสตร์ที่มนุษย์คิดค้นขึ้นมา เพื่อถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก อารมณ์ ความจำ ความรู้ และประสบการณ์ที่ได้สัมผัสไปสู่ผู้คนหนึ่งแล้วมีพัฒนาการด้านภาษาขึ้นมาเป็นของแต่ละชนชาติ (Ubolwan, 2015) การเล่าเรื่องเป็นเครื่องมือการสื่อสารของมนุษย์ ใช้เป็นการบอกเล่าข้อมูลข่าวสารและถ่ายทอดเผยแพร่ส่งออกไปด้วยวิธีการกระทำต่าง ๆ พูด อ่าน เขียน ให้บุคคลอื่นได้รับรู้เข้าใจในสิ่งที่ต้องการสื่อสารหรืออธิบาย โดยมีแนวความคิดมาจากมุมมองของผู้เล่าที่หลากหลายไปตามเหตุการณ์และประสบการณ์

2.1.1 องค์ประกอบในการเล่าเรื่อง Khajitkwan, (2021) ได้ศึกษาการเล่าเรื่องในศาสตร์ด้านการสื่อสารนำแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านมาประกอบการวิเคราะห์ โดยมีการอธิบายแต่ละองค์ประกอบเพื่อเชื่อมโยงกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งในการเล่าเรื่อง และการสร้างความหมายผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ มายาคติ อุดมการณ์ และตัวแทนภาพ ทำให้เกิดการเล่าเรื่องที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2.1.2 ปัจจัยการเล่าเรื่อง การเล่าเรื่องมีทั้งประโยชน์สาระ ความน่าสนใจ และความน่าเชื่อถือซึ่งผลลัพธ์ก็คือ สามารถสร้างความเชื่อมโยงต่อทางอารมณ์ให้เป็นที่จดจำการสื่อสารซึ่งความสามารถพยายามเรียงร้อยข้อมูลซับซ้อน ที่ให้ออกมาเป็นประโยค หรือเรื่องราวให้เรียบง่ายเพราะการเล่าเรื่องเป็นการสื่อสารให้รับรู้ถึงข้อมูลเนื้อหาสร้างเอกลักษณ์ให้ประทับใจโดยมีปัจจัยที่สำคัญของการเล่าเรื่องอย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.3 ความสำคัญในการตลาดของการเล่าเรื่อง การเล่าเรื่องเป็นการตลาดเชิงเนื้อหาที่นำเสนอผ่านเรื่องเล่าที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้บริโภคจดจำข้อมูลประเด็นสำคัญได้ง่ายขึ้น โดยมีข้อมูลสั้น ๆ ที่สร้างการรับรู้จากความโดดเด่นและดึงดูดความสนใจจากการใช้เรื่องเล่าในการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดของข้อมูลกลยุทธ์การเล่าเรื่องนี้ต้องมีความสำคัญในการเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน นำไปสู่กลยุทธ์ทางการตลาดที่เรียกว่า Storytelling Marketing หรือการตลาดด้วยเรื่องเล่า (Peerawat, 2021)

2.2 เรื่องเล่าอาหาร

เรื่องเล่าอาหาร (Storytelling Through Food) หมายถึง การเล่าเรื่องเกี่ยวกับอาหาร โดยมีลักษณะการเล่าเรื่องแสดงให้เห็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการผลิตอาหาร การรับประทานอาหาร สูตรอาหาร รสชาติอาหาร การปรุงอาหาร วัตถุดิบอาหาร เช่น ความอุดมสมบูรณ์ ด้านเกษตรกรรม ความเชื่อและตำนานเรื่องเล่าทางวัฒนธรรม ในชุมชน สภาพสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงและความหลากหลายทางชีวภาพ หรือปัญหาที่เกิดขึ้นทางสิ่งแวดล้อมโดยมีอาหาร

เป็นสื่อกลางสะท้อนเรื่องราวต่าง ๆ ให้ความสนใจอัตลักษณ์ของวัตถุดิบอาหารด้วยเสน่ห์และจุดเด่น คือ การนำอาหารเล่าเรื่องผ่านอัตลักษณ์ และวัฒนธรรม (Juttamas, et al. 2022) โดยกรอบการเล่าเรื่องอาหารมีวัตถุประสงค์สร้างเป้าหมายการรับรู้เพื่อเป็นการกระตุ้นให้คนมาสนใจที่มาของอาหาร โดยการเล่าเรื่องผ่านอาหารเป็นการนำทรัพยากรที่มีเฉพาะของแต่ละท้องถิ่นมาเล่าจึงต้องกำหนดกรอบการเล่าเรื่องว่า จะเล่าเรื่องอะไร เล่าให้ใครฟัง และเพื่อสร้างปฏิกิริยาการเปลี่ยนแปลงอย่างไร จากเรื่องที่เล่า โดยมีมิติการจัดการเรื่องเล่าที่สามารถส่งผลต่อความเข้าใจทำให้เกิดการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าจากเรื่องเล่า ผ่านสื่อหรือช่องทางนำเสนอจึงมีกรอบการเล่าเรื่องอาหาร

ทั้งนี้ที่ผ่านมา Kittiphong et al. (2023) ได้ชี้ถึงผลการศึกษาองค์ประกอบเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามมรส ด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพว่าประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) องค์ประกอบที่ 1 เรื่องเล่ารู้แหล่งที่มาของอาหารประกอบด้วยความปลอดภัยของอาหารระบบนิเวศของอาหาร และเส้นทางการกิน เป็นเรื่องเล่าที่สามารถสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการบริโภควัตถุดิบที่มีความปลอดภัย 2) องค์ประกอบที่ 2 เรื่องเล่าที่มาจากวัตถุดิบในท้องถิ่นประกอบด้วยตลาดเกษตรกรเป็นเรื่องเล่าที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความเป็นเอกลักษณ์และการยอมรับการใช้มะนาวแป้น เกลือ น้ำตาลโตนด ของจังหวัดเพชรบุรีในระดับครัวเรือนและอุตสาหกรรมทั่วประเทศ 3) องค์ประกอบที่ 3 เรื่องเล่าอาหารสร้างแรงบันดาลใจในมิติของสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมประกอบด้วย มรดกทางอาหาร และภูมิทัศน์อาหารเป็นเรื่องเล่าที่ส่งผลต่อการรับรู้เรื่องมรดกทางอาหารและภูมิทัศน์อาหาร และ 4) องค์ประกอบที่ 4 เรื่องเล่ากรรมวิธีการทำอาหารและการออกแบบประกอบด้วยโภชนาการที่กล่าวถึงคุณค่าทางโภชนาการของวัตถุดิบพื้นถิ่นและอาหารสุขภาพ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมจากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างกรอบแนวคิดที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และการสร้างเป็นข้อคำถามเพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ การตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ จำนวน 3 ท่าน และพิจารณาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามจากค่า (Index of Item Objective Congruence) พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 0.91 จากนั้นนำไปทำการตรวจสอบหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach) พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97 แสดงว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่น การวิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Random Sampling) และใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเพชรบุรี โดยจำนวนของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในจังหวัดเพชรบุรีในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายน ปี พ.ศ. 2566 ที่ผ่านมามีจำนวน 5,418,020 คน (Ministry of Tourism and Sports, 2023) การคำนวณจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้เลือก 10 เท่า ของจำนวนตัวแปรตามแนวทางของ Theerada, (2018) ที่กล่าวว่า จำนวนตัวแปรที่คัดเลือกมาวิเคราะห์องค์ประกอบควรมีจำนวนมากกว่า 30 ตัวแปร (ข้อคำถาม) และกลุ่มตัวอย่างควรมีมากกว่าจำนวนตัวแปรอย่างน้อย 5 - 10 เท่า ทั้งนี้ มีจำนวนข้อคำถามรวม 32 ข้อ ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 320 คน

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเพชรบุรี ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยผู้วิจัยลงพื้นที่ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มที่ศึกษาด้วยตนเองใช้การแจกกระดาษให้ตอบแล้วเก็บรวบรวม และเก็บข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ส่งแบบสอบถาม

ออนไลน์เป็นลิงค์ (Link) หรือสแกนคิวอาร์โค้ด (QR Code) กระทำที่อุปกรณ์เครื่องมือสื่อสารหรือโทรศัพท์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งออกเป็น ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรม การท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เทคนิควิเคราะห์ปัจจัย Bartlett's Test ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติที่มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-square ถ้าค่าไคสแควร์ มีค่ามากหรือค่า sig ทดสอบความเหมาะสมของข้อมูลด้วยดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy: KMO มีค่าน้อยกว่า 0.5 และวิเคราะห์หมุนแกนแบบตั้งฉาก (Orthogonal rotation) ด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax)

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.9 มีช่วงอายุ 21-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 72.2 โดยมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 80.6 และมีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.9 โดยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.6 และมีรายได้โดยรวมเฉลี่ยอยู่ที่ 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.1

4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เคยเดินทางไปเยือนจังหวัดเพชรบุรี

ผลการศึกษา พบว่า ครึ่งล่าสุดท่านเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงอาหารหรือทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเพชรบุรี คือ ไม่เกิน 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.5 โดยรู้จักหรือได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเพชรบุรีผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook / Instagram / TikTok) คิดเป็นร้อยละ 42.7 และจำนวนครั้งที่เคยเดินทางไป คือ มากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.8 ประเภทของกิจกรรมที่ไปท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเพชรบุรี มากที่สุด คือ การเดินทางเพื่อตามรอยการรับประทานอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 35.0 สาเหตุของการเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี คือ การซื้อผลิตภัณฑ์อาหารไปรับประทานหรือเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 25.2 ค่าใช้จ่ายต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี คือ ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.3 ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกิดความทรงจำให้นึกถึงอาหารของจังหวัดเพชรบุรี คือ ด้านรสชาติอาหารท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 38.6

4.3 ผลการศึกษการรับรู้องค์ประกอบเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรส โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรส มีจำนวนทั้งหมด 32 ตัวแปร นำมาหาค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรทั้ง 32 ตัวแปร

รายการข้อความคำถาม		$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
FO1	การใช้ชี้แตงนาเกลือในการปลูกมะนาวบนทำให้ปลอดภัยจากการใช้สารเคมี	3.72	1.05	มาก
FO2	การใช้ไม้พะยอมและการรมควันกระบอกไม้ไผ่ที่เก็บน้ำตาลสด เพื่อป้องกันการบูดทำให้เกิดความปลอดภัย	3.88	0.93	มาก
FO3	การกักขังน้ำทะเลให้โคลนตกตะกอนและตะไคร่น้ำแห้งเป็นแผ่นทำให้ความปลอดภัยจากสิ่งเจือปน	3.92	0.88	มาก
FO4	น้ำทะเลที่ใช้ทำนาเกลือมีสิ่งเจือปนน้อยวัตถุดิบจึงมีความปลอดภัย	3.88	0.89	มาก

2) นำข้อมูลมาทำการตรวจสอบความเหมาะสมของการใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบว่าข้อมูลที่ได้มานั้น มีความสัมพันธ์อย่างเพียงพอต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยพิจารณาค่าความเหมาะสมของข้อมูล คือ ค่า Bartlett's test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติและค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy: KMO ถ้ามีค่าน้อยกว่า .5 ถือว่าตัวแปรที่มีอยู่ไม่เหมาะสม การพิจารณาตัวแปรแต่ละตัวต้องมีค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ตั้งแต่ .5 ขึ้นไป

ตารางที่ 2 แสดงค่า KMO และ Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.948
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	10654.822
df	496
Sig.	.000

จากตาราง พบว่ามีค่า Kaiser-Meyer-Olkin = 0.948 ซึ่งมากกว่า .5 สามารถสรุปได้ว่าข้อมูลการรับรู้ องค์ประกอบเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรศ ว่ามีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ และมีค่าประมาณการทางสถิติ Chi-Square = 10654.822 และค่า Sig. = .000 น้อยกว่า .5 สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้ง 32 ตัวแปรนี้มีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบเชิงสำรวจได้

ตารางที่ 3 แสดงค่า Analysis Rotation Method Varimax โดยกำหนดให้แสดงค่าเฉพาะค่าน้ำหนักที่มีค่ามากกว่า .5 ขึ้นไป

Component					
รหัส	1	2	3	4	5
FO8	.773				
FO13	.742				
FO9	.737				
FO10	.735				
FO12	.699				
FO7	.660				
FO14	.646				
FO6	.592				
FO11	.510				
LFRI3		.751			
LFRI4		.682			
ISEC8		.661			
ISEC6		.640			
LFRI2		.564			
ISEC3		.545			
CMD3		.543			
ISEC2		.521			

ตารางที่ 3 แสดงค่า Analysis Rotation Method Varimax โดยกำหนดให้แสดงค่าเฉพาะค่าน้ำหนักที่มีค่ามากกว่า .5 ขึ้นไป (ต่อ)

รหัส	Component				
	1	2	3	4	5
ISEC10		.520			
ISEC1			.782		
FO5			.650		
ISEC5			.636		
FO1			.633		
ISEC1			.611		
ISEC9			.554		
ISEC4			.554		
CMD2				.731	
CMD1				.693	
CMD4				.603	
ISEC7			.516		
FO3					.783
FO4					.711
FO2					.561

จากตารางที่ 3 พบว่า การวิเคราะห์หมุนแกนแบบตั้งฉาก (Orthogonal rotation) ด้วยวิธีแวนแมกซ์ (Varimax) ได้ค่า Total Variance Explained โดย Factor ทั้ง 5 อธิบายความแปรปรวนของทั้งหมด 32 ตัวแปร ได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบแสดงให้เห็นว่ารูปแบบองค์ประกอบเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรส โดยมีด้วยกัน 5 องค์ประกอบ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการตั้งชื่อให้สื่อความหมายที่สอดคล้องและครอบคลุมรายการตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 มี 9 ตัวแปร มีค่าพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .510 - .773 ทั้งนี้หากพิจารณาความแตกต่างของค่าพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ระดับ .5 พบว่า มีการจัดกลุ่มใหม่ระหว่างองค์ประกอบจากข้อมูลก่อนหน้า จากผลวิเคราะห์ทำให้ได้ องค์ประกอบที่ 1 ได้แก่ FO8 , FO13 , FO9 , FO10 , FO12 , FO7 , FO14 , FO6 , FO11 และเมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วพบว่าข้อดังกล่าวจะเน้นในเรื่องระบบนิเวศของอาหาร และเส้นทางการกินของอาหาร จึงเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า เรื่องเล่ารู้แหล่งที่มาของอาหาร (Food originated)

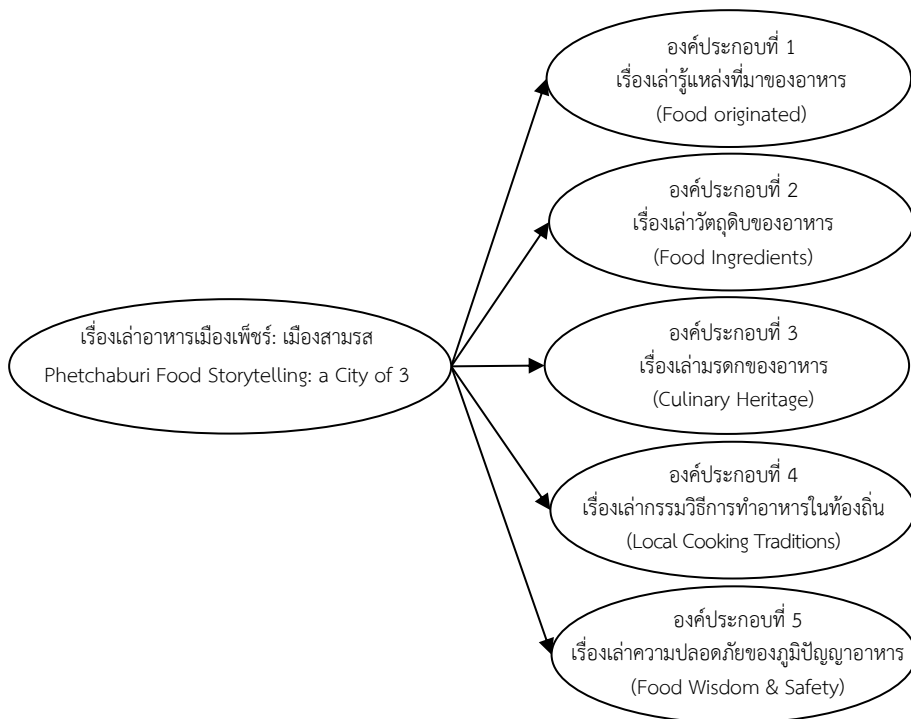
องค์ประกอบที่ 2 มี 9 ตัวแปร ค่าพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .520 - .751 ทั้งนี้หากพิจารณาความแตกต่างของค่าพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ระดับ .5 พบว่า มีการจัดกลุ่มใหม่ระหว่างองค์ประกอบจากข้อมูลก่อนหน้า จากผลวิเคราะห์ทำให้ได้ องค์ประกอบที่ 2 ได้แก่ LFRI3 , ISEC8 , ISEC6 , ISEC3 , CMD3 , ISEC2 , LFRI4 , ISEC10 , LFRI2 และเมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วพบว่าข้อดังกล่าวจะเน้นในเรื่องของการยอมรับการใช้เกลือมะนาวแป้น น้ำตาลโตนด และการเป็นสินค้าเศรษฐกิจทำรายได้ให้กับเมืองเพชร จึงเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า เรื่องเล่าวัตถุดิบของอาหาร (Food Ingredients)

องค์ประกอบที่ 3 มี 8 ตัวแปร ค่าพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .516 - .782 ทั้งนี้หากพิจารณาความแตกต่างของค่าพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ระดับ .5 พบว่า มีการจัดกลุ่มใหม่ระหว่างองค์ประกอบจากข้อมูลก่อนหน้าและจากผลวิเคราะห์ทำให้ได้องค์ประกอบที่ 3 ได้แก่ ISEC1 , FO5 , ISEC5 , FO1 , ISEC4 , ISEC9 , LFRI1 ,

ISEC7 และเมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วพบว่าข้อดังกล่าวจะเน้นในเรื่องมรดกทางอาหารและภูมิทัศน์ของอาหารเมืองเพชรอดีตจนถึงปัจจุบัน จึงเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า เรื่องเล่ามรดกของอาหาร (Culinary Heritage)

องค์ประกอบที่ 4 มี 3 ตัวแปร ค่าพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .603 – .731 ทั้งนี้หากพิจารณาความแตกต่างของค่าพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ระดับ .5 พบว่า มีการจัดกลุ่มใหม่ระหว่างองค์ประกอบจากข้อมูลก่อนหน้าและจากผลวิเคราะห์ทำให้ได้องค์ประกอบที่ 4 ได้แก่ CMD2 , CMD1 , CMD4 และเมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้วพบว่าข้อดังกล่าวจะเน้นในเรื่องของโภชนาการของวัตถุดิบ/อาหารพื้นถิ่น จึงเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า เรื่องเล่ากรรมวิธีการทำอาหารในท้องถิ่น (Local Cooking Traditions)

องค์ประกอบที่ 5 มี 3 ตัวแปร ค่าพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .561 - .783 ทั้งนี้หากพิจารณาความแตกต่างของค่าพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ระดับ .5 พบว่า มีการจัดกลุ่มใหม่ระหว่างองค์ประกอบจากข้อมูลก่อนหน้าและจากผลวิเคราะห์ทำให้ได้องค์ประกอบที่ 5 FO3 , FO4 , FO2 และเมื่อพิจารณาข้อความโดยรวมแล้ว พบว่าข้อดังกล่าวจะเน้นในเรื่องของภูมิปัญญาอาหารและวัตถุดิบที่นำมาใช้มีความปลอดภัย จึงเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า เรื่องเล่าภูมิปัญญาและความปลอดภัยของอาหาร (Food Wisdom & Safety)



ภาพที่ 2 องค์ประกอบเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามมรส
ที่มา สังเคราะห์โดยผู้วิจัย

5. อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรสที่ค้นพบ สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

5.1 ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเพชรบุรี

ครั้งล่าสุดเดินทางไป พบว่า ไม่เกิน 1 ปี เคยเดินทางไปมากกว่า 3 ครั้ง โดยรู้จักหรือได้รับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นแรงผลักดันหรือแรงจูงใจให้อยากทำกิจกรรมที่ไปท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวเลือกชื่นชอบการเดินทางเพื่อตามรอยการรับประทานอาหารท้องถิ่นและสาเหตุของการเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารไปรับประทานหรือเป็นของฝาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kokkorn, (2018) พบว่า การจัดการกลยุทธ์การตลาดด้านอาหารท้องถิ่นสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ต้องการมารับประทานอาหารท้องถิ่นของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์การใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นเพื่อลิ้มลองรสชาติอาหารท้องถิ่นและสัมผัสบรรยากาศ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักร้านอาหารท้องถิ่นได้จากทางสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด นอกจากนี้ ผลการศึกษาในครั้งนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการประสบการณ์ด้านรสชาติของอาหารเมืองเพชรบุรีมากที่สุด รวมถึงมีความต้องการเรียนรู้อาหารท้องถิ่นด้านวัฒนธรรมอาหาร Cohen (1979) อธิบายไว้ว่า นักท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เน้นประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบแปลกใหม่ต้องการที่จะใช้ชีวิตเสมือนคนในท้องถิ่น ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม อาหารการกิน และวิถีชีวิตเช่นเดียวกับที่คนในท้องถิ่น

5.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรส

เรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรส พบว่ามี 5 องค์ประกอบ สามารถอภิปรายแต่ละองค์ประกอบได้ ดังนี้

1. องค์ประกอบที่ 1 เรื่องเล่ารู้แหล่งที่มาของอาหาร ส่งผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศที่มีความสมบูรณ์ของอาหารและเส้นทางการกินของอาหารที่สามารถสร้างความมั่นใจการบริโภควัตถุดิบและสามารถบอกตำแหน่งแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดเพชรบุรีและเรื่องเล่าที่น่าสนใจ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่บอกถึงแหล่งที่มาของอาหารซึ่งมาจากเกิดการความพึงพอใจและจดจำ สอดคล้องกับ Kittiyaa & Warasida (2022) ที่พัฒนาตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยพื้นฐานการรับรู้คุณค่าและประสบการณ์ทางเศรษฐกิจและพบว่า ปัจจัยการรับรู้จะเป็นแรงผลักดันการท่องเที่ยวเชิงอาหารและได้เน้นย้ำถึงประเด็นที่หลากหลายเพื่อให้เกิดการทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจที่สามารถรับรู้ถึงมุมมองที่สมบูรณ์ต่อด้านประสบการณ์ทางเศรษฐกิจทำให้ท่องเที่ยวมีการรับรู้ทางคุณค่าด้านอารมณ์

2. องค์ประกอบที่ 2 เรื่องเล่าวัตถุดิบของอาหาร ส่งผลต่อการรับรู้และการยอมรับการใช้เกลือ มะนาวเป็นน้ำตาลโดนดัวเป็นสินค้าเศรษฐกิจทำรายได้ให้กับเมืองเพชร พบว่า นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงด้านเกษตรกรรมและอาหารในท้องถิ่น รับรู้ถึงการ ใช้ เกลือมะนาวแป้น และน้ำตาลโดนดัวของจังหวัดเพชรบุรีจากการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค โดยวัตถุดิบท้องถิ่นที่นำมาประกอบอาหารมีความหลากหลาย รวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์ส่งผลทำให้อาหารมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมตามไปด้วยแต่ก็ยังคงมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับ Punyawee, et al. (2022) พบว่า เป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร คือ ด้านวิถีอาหาร ด้านวิถีตามรอยในอดีต และวิถีความเชื่อ เพื่อมีประสบการณ์จากเรื่องเล่าและความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นจากความหลากหลายผสมผสานกับวัฒนธรรมอาหาร สินค้าและบริการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Vikneswan, et al. (2023) ที่กล่าวว่า ภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นมีมิติที่เกี่ยวกับความหมายของอาหาร โดยเฉพาะมิติด้านสังคม คือ มีการแสดงให้เห็นถึงตัวตนและสถานะของผู้บริโภคและสะท้อนภาพวิถีชีวิตที่อุดมสมบูรณ์ของอาหาร โดยภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นจากชุมชนท่องเที่ยวอาหารท้องถิ่นส่วนใหญ่มีการใช้วัตถุดิบและส่วนผสมที่เป็นเครื่องเทศ สมุนไพรเป็นส่วนประกอบ

3. องค์ประกอบที่ 3 เรื่องเล่ามรดกของอาหาร ส่งผลต่อการรับรู้ความสมบูรณ์ และภูมิทัศน์ของอาหารเมืองเพชรจากอดีตจนถึงปัจจุบัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของผู้บริโภค เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้พบ

ประสบการณ์ความแปลกใหม่และด้านประวัติศาสตร์ รวมถึงทำให้เข้าใจชีวิตความเป็นอยู่ของสังคม ดังนั้นการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงมีความต้องการเรียนรู้ถึงความแตกต่างทางด้านและวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับอาหารในแต่ละท้องถิ่น สอดคล้องกับ Supraween, et al. (2021) ที่สังเคราะห์ลักษณะร่วมของอัตลักษณ์เป็นเรื่องราวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า มีทรัพยากรและวัฒนธรรมของพื้นที่เป็นเรื่องราว ด้วยการบันทึกองค์ความรู้พื้นฟู รักษา สืบสาน ประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา และสืบทอดประเพณีวัฒนธรรม ของท้องถิ่น ที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเกี่ยวกับทรัพยากรและวัฒนธรรม

4. องค์ประกอบที่ 4 เรื่องเล่ากรรมวิธีการทำอาหารในท้องถิ่น ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลทางโภชนาการของวัตถุดิบและอาหารพื้นถิ่นจนทำให้มีเอกลักษณ์ของรสชาติในอาหารท้องถิ่น คุณภาพอาหาร การใช้วัตถุดิบตามฤดูกาล รวมถึงภาพลักษณ์อาหารและนวัตกรรมการจัดการ สอดคล้องกับ Pongparat, et al. (2018) เทคนิคการถ่ายภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อนำมาใช้ประกอบการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การเล่าเรื่องเกี่ยวกับสถานที่สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ในมิติทางวัฒนธรรมให้เห็นถึงวัฒนธรรมการกิน การประกอบอาหาร มิติสุขภาพที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร จึงส่งเสริมภาวะโภชนาการและมีภูมิปัญญา

5. องค์ประกอบที่ 5 เรื่องเล่าภูมิปัญญาและความปลอดภัยของอาหาร ส่งผลต่อการรับรู้ภูมิปัญญาและวัตถุดิบที่นำมาใช้ประกอบอาหารมีความปลอดภัย ทำให้เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่มีความน่าสนใจ ศึกษาเรียนรู้ และเป็นข้อมูลความปลอดภัยของอาหารในเชิงสุขภาพ จึงเกิดความรู้กับผู้บริโภคอาหารที่จะช่วยลดความเสี่ยงความไม่ปลอดภัยทางอาหารที่เป็นความกังวลในการรับประทานอาหารที่ไม่รู้จักถ่วง และเกิดความมั่นใจในอาหารหรือวัตถุดิบนั้นมากขึ้น สอดคล้องกับ Khwanchanok, et al. (2022) ศึกษาเรื่องเล่าภูมิปัญญาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของการทำน้ำตาลโตนดเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่นที่ว่า การอธิบายเรื่องเล่าและภูมิปัญญามาบนบรรจุภัณฑ์สามารถยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจ และแสดงถึงมิติเรื่องเล่าและกรรมวิธีการทำอาหารและการออกแบบ จะเห็นได้ว่าเรื่องเล่าและภูมิปัญญาสามารถนำมาใช้ประกอบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากวัสดุในท้องถิ่นที่แสดงเอกลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างน่าสนใจ นอกจากนี้ยังสอดคล้อง Vikneswan, et al. (2023) พบว่าภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นส่วนใหญ่มีการใช้วัตถุดิบและส่วนผสมที่เป็นเครื่องเทศ สมุนไพรเป็นส่วนประกอบและมีการนำไปทำเป็นยารักษาโรคหรือแก้บรรเทาอาการจนกลายเป็นอัตลักษณ์อาหารที่สำคัญของจังหวัด

จากข้อมูลทั้ง 5 องค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชรเมืองสามรส สามารถส่งผลต่อนักท่องเที่ยวได้ โดยสามารถเป็นประโยชน์เชิงการจัดการให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง เป็นการสร้างโอกาสและแนวทางพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมอาหารให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมถึงนำข้อมูลที่พบใช้เป็นแนวทางกำหนดเป้าหมายในการสร้างการรับรู้อย่างสร้างสรรค์ให้เป็นอัตลักษณ์ที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลได้ดี ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจในอนาคตอยู่ในส่วนของ Content Marketing เพื่อสร้างความโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ สอดคล้องกับ Umarrin (2019) การตลาดท่องเที่ยวมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ การจดจำ และความเข้าใจ เป็นประสบการณ์ที่ดีเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาเที่ยวซ้ำ นอกจากนี้ Peerawat (2021) ได้กล่าวว่า การเล่าเรื่องเป็นการตลาดเชิงเนื้อหาที่น่าสนใจผ่านเรื่องเล่าที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้บริโภคจดจำข้อมูลประเด็นสำคัญได้ง่ายขึ้น โดยมีข้อมูลที่สร้างการรับรู้จากความโดดเด่น และดึงดูดความสนใจนำไปสู่กลยุทธ์ทางการตลาดด้วยเรื่องเล่า

6. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัย เรื่องการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรส ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

6.1 ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

องค์ประกอบเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรศ เป็นข้อมูลเชิงความรู้ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี ด้วยเหตุนี้องค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการศึกษาสามารถใช้เป็นกรอบในการสร้างความชัดเจนเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติเป็นแนวทางการสร้างการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารเชิงบวกเพื่อเป็นตัวกระตุ้นหรือผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ด้วยการพัฒนาและสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหารพื้นถิ่น กลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในระบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารหรือที่เกี่ยวข้องในระดับท้องถิ่น รวมถึงหน่วยงานระดับจังหวัดและองค์กรสนับสนุนการท่องเที่ยวระดับประเทศ

6.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาองค์ประกอบเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรศ แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์เชิงความรู้ของอาหารเพื่อสร้างเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การศึกษาครั้งต่อไปจึงควรมีการขยายผลการศึกษาถึงอิทธิพลขององค์ประกอบดังกล่าวไปนำเสนอในรูปแบบใหม่โดยใช้การเรื่องเล่าเป็นเครื่องมือในการสร้างการรับรู้และสร้างแรงดึงดูดแก่นักท่องเที่ยวหรือภาพจำที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อทำให้เกิดความสนใจมาท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควบคู่กับการได้เรียนรู้ และนำไปทดลองใช้หรือผลิตเป็นสื่อชนิดอื่น ๆ อย่างเช่น ภาพเล่าเรื่อง วิดีโอเล่าเรื่อง สื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงการนำองค์ประกอบดังกล่าวไปออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เชื่อมโยงกับองค์ประกอบเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรศ

7. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การศึกษาแนวความคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์จนได้ค้นพบองค์ประกอบเรื่องเล่าอาหารเมืองเพชร: เมืองสามรศ จึงเกิดเป็นความรู้ใหม่ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารและด้านคหกรรมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาหาร สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดเพชรบุรี ส่งผลต่อการรับรู้และความประทับใจของนักท่องเที่ยวนำไปพัฒนาต่อยอดให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม

8. เอกสารอ้างอิง

- Cohen, E., (1979). *A Phenomenology of Tourist Experiences*. *Sociology*, 13(2), 179-201.
<https://doi.org/10.1177/003803857901300203>
- Juttamas, W., Sutthima, S., & Krissadakorn, S. (2022.). *Storytelling Through Food*. Nonthaburi: Perfect Link Consulting Group.
- Khajitkwan, K. (2021). The Science of Storytelling in Educational Communication. *Science Journal*, 8-71.
- Khwanchanok, N., Wasinee, M., & Attaphon, R. (2022). Utilization of Storytelling and Local Wisdom in Developing Packaging for Toddy Palm Sugar in Bang Yang Subdistrict Wat Bot District Phitsanulok Province. *Journal of Innovation Scholarship*, 139-154.
- Kittiphong, M., Rampung, Y., Intheema, H., Sansanee, T., Supuksorn.M., & Nanoln, D. (2023). The Elements of Phetchaburi Food Storytelling: The City of 3 Flavors. *Kasalongkham Research Journal*, 17(2).
- Kittiyaa, K., & Warasida, B. (2022). The Model of Perceived Value Factors and Economic Experience Of Tourists towards Local Food Festivals in Phuket Province. *Rachapark Journal*, 297-320.
- Kokkorn, S. (2018). *Marketing Strategies to Promote Culinary Tourism among Thai Tourists in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province*. Retrieved from: <http://repository.nida.ac.th/handle/662723737/4498>.

- Mallika, J. (2003). **Human Communication Psychology**. Bangkok: OS Printing.
- Ministry of Tourism & Sports. (2023). **National Tourism Development Plan Version 3 (AD 2023 – 2027)**. Retrieved from https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/phetchaburi/more_news.php?page=4&cid=4
- Peerawat, U. (2021). **Story Marketing: Smart Storytelling for Marketing Success**. Bangkok: IDCEE Premier.
- Phatchani, C., Metta, W., & Thiranan, A. (n.d.). **Fundamental Concepts of Communication Studies**. Bangkok: Yellow Printing (1988).
- Phetchaburi Provincial Office of Tourism and Sports. (2023). **Tourism Situation in Phetchaburi**. Retrieved from https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/phetchaburi/more_news.php?page=4&cid=4
- Pongparat, S., Kittiwat, K., & Kanokporn, E. (2018). Local Food Storytelling to Promote Cultural Tourism: A Case Study of Naa Pujae Hom. **Journal of Modern Management Science**, 192-213.
- Punyawee, S., Prutsasorn, R., & Thawiporn, N. (2022). Market Segmentation and Positioning of Cultural Tourism Products in the Pak Phanang River Basin. **Narkbhutparitat Journal Nakhon Si Thammarat Rajabhat University**, 76-77.
- Supraween, S., Euaumpon, F., Phatcharawalee, K., & Chadnari, M. (2021). National Identity through Community Storytelling to Promote Tourism. **Journal of Humanities and Social Sciences**, 53-64.
- Theerada, P. (2018). Techniques for interpreting analysis components in research work. **Intellectual Development Journal**, 292-305.
- Ubolwan, P. (2015). Narrative Communication: Lessons from Research. **Nida Communication and Innovation Journal**, 31-58.
- Umarrin, R. (2019). Development of Experiential Tourism Marketing Strategies: A Case Study of the Old Town Area in Ubon Ratchathani Province. **Journal of Mahasarakham Rajabhat University**, 93-106.
- Vikneswan, T., Sutthinant, S., & Pissit, C. (2023). Indigenous Food Wisdom of Chanthaburi: Digital Photography Creation. **Journal of Social Sciences and Communication**, 92-102.
- Wanphen, M. (2022). Phetchaburi Creative City Network. **Rattaphirak Journal**, 64(1), 84-99.
- Wilaiwan, S., Suchanya, R., Rojroj, P. & Peerapol, T. (2006). **General Psychology**. Bangkok: Triple Education.