



การวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์กระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยว  
ของอาหารบาบ๋า วัฒนธรรมร่วมสมัยเพอรานากันในจังหวัดภูเก็ต  
THE STRATEGY OF COMMODITIZATION CULTURE TOURISM:  
BABA FOOD PERANAKAN IN PHUKET PROVINCE

วันที่รับต้นฉบับบทความ: 2 กุมภาพันธ์ 2564  
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 20 เมษายน 2564  
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 28 เมษายน 2564

ชลิดา แยมศรีสุข\*  
Chalida Yamsrisuk

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวของอาหารบาบ๋า วัฒนธรรมร่วมสมัยเพอรานากันในจังหวัดภูเก็ต และเพื่อวิเคราะห์ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์กระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวของอาหารบาบ๋า วัฒนธรรมร่วมสมัยเพอรานากันในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่าความคิดเห็นของประชาชนต่อกระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวของอาหารบาบ๋า วัฒนธรรมร่วมสมัยเพอรานากันในจังหวัดภูเก็ต มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดในด้านสภาพแวดล้อมจังหวัดภูเก็ต มีค่าเฉลี่ย 4.01 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวของอาหารบาบ๋า มีค่าเฉลี่ย 3.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 สำหรับการวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์กระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวของอาหารบาบ๋า วัฒนธรรมร่วมสมัยเพอรานากันในจังหวัดภูเก็ตในเชิงคุณภาพพบว่า ควรมีการบริหารแบบมีส่วนร่วมจากชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการสร้างความตระหนักรู้ และให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจ ความสะอาด ความมีคุณค่าทางโภชนาการของอาหารพื้นถิ่นให้กับประชาชน

**คำสำคัญ:** กระบวนการกลายเป็นสินค้า, อาหารบาบ๋า, วัฒนธรรมร่วมสมัย, เพอรานากัน

### ABSTRACT

The purposes of this research were to study the process and explore strategic of commoditization culture tourism (Baba food-Peranakan) in Phuket province. A mixed method, quantitative, and qualitative were used

\* อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต e-Mail: yahalida@gmail.com



in this study. The result indicated the level of public opinion for Baba food-Peranakan as followed; the environment in Phuket is the most significant. The average 4.01 is a standard deviation of 0.55 and a standard deviation of 0.66 for strategic analysis. The qualitative research result was a contribution from the community. Local government and awareness, and are committed to ensuring the cleanliness, nutritional value of local food to the people.

**Keywords:** commodification, baba food, modernization, Peranakan.

## บทนำ

เพอรานากันในจังหวัดภูเก็ตเป็นกลุ่มชนที่มีเชื้อสายจีนและมลายู มีวัฒนธรรมที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมของจีนและมลายู ซึ่งชาวบ่าบ่าในจังหวัดภูเก็ตมีที่มาจากกลุ่มพ่อค้าชาวจีน โดยเฉพาะกลุ่มจีนฮกเกี้ยนที่ค้าขายในคาบสมุทรมลายูในมณฑลภูเก็ตเมื่อสมัยรัชกาลที่ 3 ถึงรัชกาลที่ 5 แห่งพระบรมราชจักรีวงศ์ เพื่อมาทำเหมืองแร่ดีบุก ได้กระจายตัวอยู่ในพื้นที่บ้านทุ่งคา บ้านบางเหนียว บ้านสามกอง และบ้านแหลมชั้น ในอำเภอเมืองบ้านเก็ตโฮ่ และบ้านกะทู้ ในอำเภอกะทู้ บ้านเคียน และบ้านตินเล (เชิงทะเล) ในอำเภอถลาง พบว่าจุดกำเนิดอาหารหลายอย่างในภูเก็ตอยู่ที่บ้านบางเหนียวเป็นส่วนใหญ่ แล้วกระจายตัวไปยังพื้นที่ส่วนอื่นของเกาะภูเก็ต ซึ่งบ้านบางเหนียวเป็นชุมชนที่อยู่ใกล้ท่าเรือสะพานหินที่จะเดินทางไปเมืองป็นังที่เป็นศูนย์กลางความเจริญด้านการค้าและวัฒนธรรม บ่าบ่า-เพอรานากันนานาชาติในอดีต และในปัจจุบันยังมีผู้สืบทอดประกอบการขายอาหารท้องถิ่นอยู่จำนวนมาก มรดกทางภูมิปัญญาหลายอย่างได้สูญหายไปจากสังคมไทยแล้ว แต่อาหารบ่าบ่า-เพอรานากันนั้นยังคงพบเห็นได้เสมอ โดยเฉพาะในท้องถิ่นยังคงดำรงสถานภาพทั่วไป เพียงแต่ควรแยกแยะให้เห็นเด่นชัดจากอาหารท้องถิ่นและอาหารชนิดอื่นด้วยชื่ออาหาร คุณสมบัติเฉพาะผู้ปรุง และภูมิหลังที่มา เพื่อความรู้และเข้าใจที่ถูกต้อง

อาหารบ่าบ่า-เพอรานากันพบเห็นได้ทั่วไปในจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน นับแต่จังหวัดภูเก็ต พังงา ระนอง กระบี่ ตรังไปถึงสตูล ยังสามารถพบเห็นในร้านอาหารปักษ์ใต้ที่กระจายตัวไปทั่วประเทศในร้านอาหารตามสั่ง ร้านข้าวแกง รถเข็นขายอาหารเครื่องดื่มข้างถนน ร้านขายอาหารแปรรูปเป็นของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ตั้งแต่ตรุษจีนจนถึงเทศกาลปลายปีของแต่ละท้องถิ่น งานแต่งงาน งานศพ ไหว้พระ ทำบุญ อ๋าม (ศาลเจ้าจีน) จะมีอาหารบ่าบ่า-เพอรานากันจัดร่วมอยู่เสมอ นับว่าสถานภาพโดยทั่วไปยังเป็นที่ยอมรับมากในพื้นที่ดั้งเดิม ปัจจุบันอาหารบ่าบ่า-เพอรานากันหลายชนิดได้เป็นอาหารจานเด่นในภัตตาคารหรูหรือโรงแรมมีชื่อเสียงหลายแห่ง ซึ่งอาหารบ่าบ่า-เพอรานากัน



มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว มีชื่อท้องถิ่น สีสันสวยงาม มีรสชาติกลมกล่อมไม่จัดจ้านเท่าอาหาร ปักษ์ใต้ทั่วไป อุดมด้วยคุณค่าทางโภชนาการจากวัตถุดิบท้องถิ่น เครื่องปรุงที่หลากหลาย เกิดเป็นอาหารคาวหวานจำนวนมาก ทั้งประเภทจานเดียว อาทิ “หมี่ผัดฮกเกี้ยน” ที่มีส่วนผสมของอาหารทะเล (ชาวประมงพื้นเมืองดั้งเดิม) กับเส้นหมี่ (ผลิตในท้องถิ่น) และหมู (วัฒนธรรมจีน) “หมี่ไทย” (จากหมี่กะทิชาวสยามเป็นหมี่คลุกซีอิ๊ว) “โอต้าว” เป็นหอยทอด ผสมเผือกสูตรมลายู – จีน น้ำซุบ (น้ำพริก) หย่าที่ปรุงจากกุ้งสด กุ้งเคย (กะปิพื้นเมือง) พริกชี้หนู มะนาว ข้าวย่ำใบพญาโหม เป็นต้น อาหารชนิดอื่นที่เป็นสำหรับ ได้แก่ หมูฮ้อง ออจาด เปื่อทอด คั้งบังก๊วน เป็นต้น ประเภทของหวาน เช่น เหนียวหีบ ปักถ่องไก่ หนมห่อ เป็นต้น และประเภทของหวานเครื่องดื่ม เช่น ตูโบ้ โอวเฮว โกปี้ภูเก็ต เป็นต้น

จังหวัดภูเก็ตได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารขององค์การยูเนสโก (Phuket city of gastronomy) ภูเก็ตมีจุดเด่นสำคัญด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม อาหาร เช่น อาหารบาบ๋าท้องถิ่น และอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป อาหารท้องถิ่นภูเก็ต มีอัตลักษณ์ มีสูตรลับเฉพาะที่ถ่ายทอดผ่านคนในครอบครัวและใช้วัตถุดิบที่มีเฉพาะในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งการอนุรักษ์อาหารบาบ๋าเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม และรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมดั้งเดิม เป็นการสานสายใยเชื่อมความสัมพันธ์จากสมาชิกในครอบครัวสู่ชุมชนผ่านงานเทศกาลในแต่ละปี จึงทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาวิเคราะห์ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์กระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวของอาหารบาบ๋า วัฒนธรรมร่วมสมัยเพอรานากันในจังหวัดภูเก็ต ที่ควรคู่ต่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมให้ยั่งยืนให้กับชนรุ่นหลังในเรื่องการรักษาประเพณี ส่งเสริมวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่สืบไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวของอาหารบาบ๋า วัฒนธรรมร่วมสมัยเพอรานากันในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อวิเคราะห์ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์กระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวของอาหารบาบ๋า วัฒนธรรมร่วมสมัยเพอรานากันในจังหวัดภูเก็ต

### ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาแนวทางในการกำหนดทิศทางเชิงยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของกระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวของอาหารบาบ๋า วัฒนธรรมร่วมสมัยเพอรานากันในจังหวัดภูเก็ต ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ



1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม
2. ขั้นตอนการสร้างทิศทาง
3. ขั้นตอนการกำหนดยุทธศาสตร์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์สถานการณ์ SWOT

ของอาหารบาบ๋า

ในการวิจัยนี้ จะวิเคราะห์กระบวนการที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า กรณีศึกษาอาหารเพอรานากันในจังหวัดภูเก็ต โดยจะใช้ทฤษฎีของสำนักมาร์กซิสต์เป็นหลักในการวิเคราะห์ เพื่อนำไปสู่การศึกษากระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวของอาหารบาบ๋า วัฒนธรรมร่วมสมัยเพอรานากันในจังหวัดภูเก็ต

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**การวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์** หมายถึง กลวิธีในการวางแผนการดำเนินงานโดยมีการศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก เพื่อสร้างทิศทางกำหนดยุทธศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ตด้านอาหาร

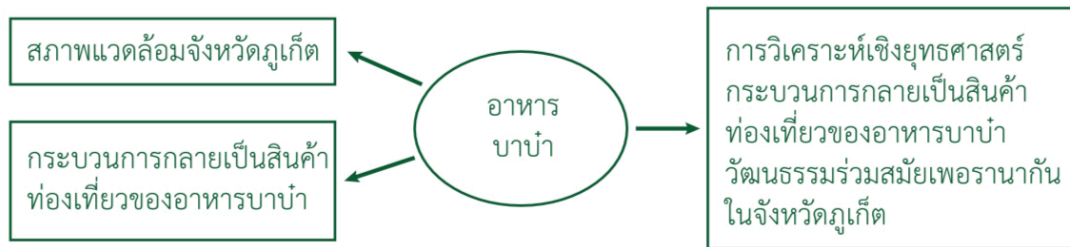
**กระบวนการกลายเป็นสินค้า (commodification)** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงหรือเปลี่ยนผ่านความสัมพันธ์ไปสู่ความสัมพันธ์เชิงพาณิชย์ ความสัมพันธ์ที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้นในระบบตลาด สังคม เป็นการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ทางสังคมให้กลายเป็นความสัมพันธ์ทางการค้าที่ถูกกำหนดโดยระบบเงินตราและระบบตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (ผู้ซื้อ) โดยมีผู้ขายซึ่งเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต เป็นการแสวงหาผลกำไรและการสะสมทุน

**เพอรานากัน (Peranakan)** เป็นภาษามลายู แปลว่า ผู้ที่เกิดในท้องถิ่น หมายความว่า ลูกผสมที่เกิดจากแม่ที่เป็นคนท้องถิ่นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และพ่อที่เป็นต่างชาติ อาจเป็นจีน แขก ฝรั่งเศส หรือชาติอื่น ๆ ด้วย เพอรานากันจีนมีจำนวนมากและรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่น และยังรวมถึงลูกหลานรุ่นต่อมาด้วย ซึ่งเพศชาย เรียกว่า บาบ๋า (Baba) ส่วนเพศหญิงเรียกว่า ยองย่า (Nyonya)

**อาหารบาบ๋า (Baba)** อาหารเพอรานากันมีลักษณะผสมระหว่างสองวัฒนธรรมซึ่งหารับประทานได้ในประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ ซึ่งเป็นผลพวงจากการแต่งงานข้ามเชื้อชาติ เหล่าสาวย่าหย่าจึงนำส่วนดีที่สุดของอาหารทั้งสองชาติมารวมกัน อาหารเพอรานากันนำส่วนประกอบของอาหารจีน เช่น หมู ซีอิ๊ว เต้าหู้ยี้ มาปรุงกับริมปะห์ (Rempah) เครื่องผัดของชาวมลายู กะทิ และอาจใส่น้ำมะขาม ด้วยความที่ชาวเพอรานากันไม่ใช่มุสลิมจึงมีหมูเป็นส่วนประกอบของอาหารด้วย อาหารที่นิยม ได้แก่ แกงหมูน้ำมะขาม (บาป้อซัม) และหมูสะเต๊ะ



## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** การเก็บข้อมูลจะมีทั้งการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เน้นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ได้แก่

1. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 6 คน ดังนี้

1.1 หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 4 คน ได้แก่ 1) ตัวแทนผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2) ผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต 3) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ สำนักงานเทศบาลนครภูเก็ต 4) องค์กรบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต

1.2 หน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 2 คน ได้แก่ 1) นายกสมาคมเพอรานากัน 2) ตัวแทนร้านแม่บุญธรรม

2. กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ประชาชนทั่วไป และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง จำนวน 426 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยการคำนวณตามสูตรของยามาเน่ (ปัญญา ธีระวิทย์เลิศ, 2545) ดังนี้

2.1 หน่วยงานภาครัฐส่วนภูมิภาค ได้แก่ ผู้แทน/เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานฝ่ายที่รับผิดชอบงานด้านการจัดการยุทธศาสตร์ของสำนักงานจังหวัด กรมศุลกากร สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการ

2.2 หน่วยงานภาครัฐส่วนท้องถิ่น ได้แก่ ผู้แทน/ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานองค์กรบริหารส่วนจังหวัด สำนักงานเทศบาล และผู้แทนในพื้นที่เป้าหมาย

2.3 หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ผู้แทน/เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจการบิน ธุรกิจนำเที่ยว



2.4 ประชาชนทั่วไป ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) โดยสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

2.5 หน่วยงานอื่นที่สนับสนุนงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หน่วยงานที่ไม่แสวงหากำไร

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ได้แก่ แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์

## ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	231	54.20
หญิง	195	45.80
รวม	426	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 54.20 และเพศหญิง จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	$\bar{x}$	SD
<b>สภาพแวดล้อมจังหวัดภูเก็ต</b>		
1. จังหวัดภูเก็ตมีพื้นที่ ที่ตั้งเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร	4.06	0.83
2. จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมในการรองรับการคมนาคม ท่าอากาศยาน นานาชาติ ท่าเรือท่าลิถ ถนน	3.97	0.75
3. ระบบโครงสร้างพื้นฐานอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว	3.85	0.77
4. จำนวนนักท่องเที่ยวมีผลต่อเศรษฐกิจในจังหวัดภูเก็ต	4.11	0.77
5. นักท่องเที่ยวนิยมเลือกสถานที่ในจังหวัดภูเก็ตที่ได้รับความนิยม และมีความปลอดภัยระหว่างท่องเที่ยว	4.02	0.83
6. การขยายตัวของสังคมผู้สูงอายุมีผลต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต	3.75	0.81
7. คนในพื้นที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการส่งเสริม พัฒนาต้อนรับนักท่องเที่ยว	3.69	0.63
รวม	4.01	0.55



## ตารางที่ 2 (ต่อ)

รายการ	$\bar{X}$	SD
กระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวของอาหารบ่าบ่า		
8. นักท่องเที่ยวเลือกทานอาหารตามคำบอกเล่าในสื่อออนไลน์	3.89	0.72
9. นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาร้านอาหารท้องถิ่นภูเก็ตได้สะดวกจากสื่อออนไลน์	3.98	0.85
10. อาหารบ่าบ่าได้รับความนิยมจากรสชาติอาหารและความสวยงาม	3.96	0.85
11. วัฒนธรรมการกินของนักท่องเที่ยวส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าประเภทอาหารเป็นของที่ระลึก	3.98	0.90
12. คนในพื้นที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารบ่าบ่าเป็นอย่างดี	3.92	0.93
รวม	3.94	0.66
รวมทุกด้าน	3.98	0.73

จากตารางที่ 2 พบว่าระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์กระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวของอาหารบ่าบ่า วัฒนธรรมร่วมสมัยเพอรานากัน ในจังหวัดภูเก็ต พบว่าด้านสภาพแวดล้อมจังหวัดภูเก็ต มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.01 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 รองลงมาคือ กระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวของอาหารบ่าบ่า มีค่าเฉลี่ย 3.94 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66

**ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประชุมกลุ่มย่อย (focus group) และสัมภาษณ์เชิงลึก (indepth-interview)** ในกระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวของอาหารบ่าบ่า วัฒนธรรมร่วมสมัยเพอรานากันในจังหวัดภูเก็ต พบว่าจังหวัดภูเก็ตได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ทางด้านอาหาร โดยเทศบาลนครภูเก็ตได้เสนอต่อองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ในการขึ้นทะเบียนเมืองสร้างสรรค์ทางอาหาร ทำให้อาหารเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว ด้วยความที่อาหารพื้นเมืองภูเก็ต หรืออาหารบ่าบ่าได้รับความนิยมจากรสชาติ สี สัน การโฆษณา การตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม

การบริโภคอาหารของชาวจีนบ่าบ่ามีวิวัฒนาการของการสร้างสรรค์วัฒนธรรม มีกระบวนการถ่ายทอดสูตรอาหารจากรุ่นสู่รุ่น เกิดการปรับตัวในการสร้างสรรค์อาหารใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของทุกช่วงวัย ทำให้วัตถุดิบดั้งเดิมเปลี่ยนไป สามารถหาซื้ออาหารได้สะดวกยิ่งขึ้น ผู้บริโภคจึงละเลยความดั้งเดิมของอาหาร หันมาสนใจเพียงรูปลักษณ์ของอาหารที่ปรากฏในสื่อต่าง ๆ แทน



## อภิปรายผล

การวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์กระบวนการกลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวของอาหารبابา วัฒนธรรมร่วมสมัยเพอรานากันในจังหวัดภูเก็ต พบว่าผู้บริโภคควรรู้จักรากเหง้าของอาหาร คือ แหล่งที่มาของวัตถุดิบ คุณค่าทางโภชนาการที่ผู้บริโภคได้รับตามความเหมาะสมของ ช่วงวัยคือ อาหารควรเป็นอาหารปลอดภัย ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรสชาติของอาหาร การบริการที่มีคุณภาพ และก่อให้เกิดความยั่งยืน สร้างรายได้ให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเอง และรักษาความเป็นอัตลักษณ์ของตน ซึ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในสังคม มีหลายประการ โดย Ogburn and Thomas (1922) กล่าวว่า การนำวัฒนธรรมอื่นมาปรับใช้ (borrowing from other culture) เช่น วิถีชีวิต แบบแผนการดำเนินชีวิต จะนำไปสู่ความ เปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย อีกทั้งการค้นพบและการประดิษฐ์คิดค้นของ มนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม เกิดการผสมผสานและการปรับปรุง ที่ต่อเนื่อง เช่น การที่อาหารพื้นเมืองปรับตามยุคสมัยด้วยการประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก นำมาซึ่งการกระจายทางวัฒนธรรม (cultural diffusion) ดังเช่นอาหารการกินแบบปิ้งย่าง เผยแพร่เข้าสู่ภูเก็ต ซึ่งมีการรับและถ่ายทอดทางวัฒนธรรมกันเพราะสังคมอยู่ใกล้กัน

การรักษาวัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองผ่านกระบวนการกลายเป็นสินค้า เป็นอีกวิธีหนึ่ง ในการอนุรักษ์อาหาร การจัดกิจกรรมเทศกาลอาหารและการจัดประกวดอาหาร เป็น กิจกรรมที่จะทำให้คนพื้นถิ่นมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองภูเก็ตให้ ยั่งยืนขึ้น

## ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่เป็นนัยยะในเชิงนโยบายที่สำคัญคือ การจัดทำโครงการอบรม ให้ความรู้ เวทีคืนความรู้สู่ชุมชน: การวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์ กระบวนการกลายเป็นสินค้า ท่องเที่ยวของอาหารبابา วัฒนธรรมร่วมสมัยเพอรานากันในจังหวัดภูเก็ต

## บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (ม.ป.ป.). *เศรษฐศาสตร์การเมืองกับการสื่อสาร ศึกษ*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- งามพิศ สัตย์สงวน. (2534). *หลักมานุษยวิทยา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการพิมพ์.
- จันทร์เพ็ญ อมรเลิศวิทย์. (2543). *การจัดองค์การทางสังคม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย รามคำแหง.





- ดาร์รัตน์ เมตตาริกานนท์. (2543). *การรวมกลุ่มทางการเมืองของ ส.ส.อีสาน พ.ศ. 2476-2494*. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์, คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปัญญา ธีระวิทย์เลิศ. (2545). *การวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏ จันทราเกษม.
- ฟ้าพิไล ทวีสินโสภา และกิตติศักดิ์ ทวีสินโสภา. (2561). *รายงานการวิจัย แนวทางการอนุรักษ์วัฒนธรรมโบราณากันเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดตรังและภูเก็ต*. ตรัง: วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง.
- สำนักศิลปะและวัฒนธรรม. (2562). *โครงการรวบรวมองค์ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นอันดามัน*. ภูเก็ต: สำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- Adomo, Theodor W. (n.d.). *Veblen's attack on culture* (Online). Available: [https://www.pdcnet.org/scholarpdf/show?id=zfs\\_1941\\_0009\\_0003\\_0389\\_0413&pdfname=zfs\\_1941\\_0009\\_0003\\_0389\\_0413.pdf&file\\_type=pdf](https://www.pdcnet.org/scholarpdf/show?id=zfs_1941_0009_0003_0389_0413&pdfname=zfs_1941_0009_0003_0389_0413.pdf&file_type=pdf) [2020, October 1].
- Appadurai, Arjun. (1986). *The social life of thing: Commodities in culture perspective*. New York, NY: University of Cambridge.
- Ogburn, William F., & Thomas, Dorothy. (1922). Are inventions inevitable? A note on social evolution. *Political Science Quarterly*, 37(1), pp. 83-98.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York, NY: Harper and Row.