



การปรับตัวด้านอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นจันทบุรีในบริบทการท่องเที่ยว *

ADAPTION OF CHANTABURI LOCAL FOOD IDENTITY IN TOURISM CONTEXT

วิษเณศวร ทะกอง

Wikhanesuan Tagong

อรวรรณ ศิริสวัสดิ์ อภิขยกุล

Orawan Sirisawat Apichayakul

คณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

Faculty Of Business, Economics and Communications Naresuan University, Thailand

E-mail: wikhanesuant61@nu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การปรับตัวด้านอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่น จันทบุรีในบริบทการท่องเที่ยว ใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารและสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) ประกอบด้วย กลุ่มชุมชนท้องถิ่นผู้ประกอบการร้านอาหาร องค์กรภาครัฐ สถาบันการศึกษาและนักท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 47 คน ใช้แนวคิดการปรับตัวทางวัฒนธรรมในการวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า อาหารท้องถิ่นจันทบุรีแบ่งออกเป็น 5 ยุค ได้แก่ ยุคอาหารในครัวเรือน ยุคอาหารในงานบุญ ยุคอาหารแปรรูปเพื่อเป็นของฝาก ยุครื้อฟื้นอาหารเก่ามาเล่าใหม่ และยุคกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยแต่เดิมเป็นการปรับตัวตามธรรมชาติทำกินกันในครอบครัวรวมถึงขยายสู่สังคมที่มีการทำกิจกรรมร่วมกัน ตั้งแต่ยุคอาหารแปรรูปเพื่อเป็นของฝากเป็นต้นมา อาหารท้องถิ่นจันทบุรีได้ปรับตัวตามนโยบาย มีการเปลี่ยนรูปแบบเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวและปรับประสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นกับวัฒนธรรมตะวันตกออกมาเป็นลูกผสม การปรับตัวของอาหารท้องถิ่นตามยุคของการท่องเที่ยว แม้ไม่มีการอิงตำราอาหารแบบดั้งเดิมแต่ยังคงไว้ซึ่งคุณค่า ความหมาย และวัตถุดิบท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรีเช่น ใบชะมวง เร่วหอม กระวาน มะปืด อาหารท้องถิ่นจันทบุรีนอกจากมีบทบาทในการท่องเที่ยวแล้ว ยังทำหน้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ตัวตนของคนเมืองจันท สืบสานอนุรักษ์ภูมิปัญญาที่มีคุณค่าของท้องถิ่น สร้างอาชีพรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น และปัจจุบันมีการขับเคลื่อนสู่เมืองอาหารเป็นยา และเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของยูเนสโก ทำให้อาหารท้องถิ่นจันทมีการเพิ่มบทบาทหน้าที่ด้าน

* Received 2 February 2023; Revised 19 February 2023; Accepted 23 February 2023



สุขภาพ เกิดการอบรมเพาะให้คนทั่วไปตระหนักถึงสิ่งที่จะนำเข้าสู่ร่างกาย และสร้างเสริมสุขภาพด้วยการบริโภคอาหารให้เป็นยาตามวิถีธรรมชาติที่เหมาะสม

คำสำคัญ: การปรับตัว, อาหารท้องถิ่นท้องถิ่นจันทบุรี, บริบทการท่องเที่ยว

Abstract

The objectives of this research article were to study Adaption of Chanthaburi Local Food in Tourism Context. Research methods through document analysis and in-depth interviews. Population groups that are key informants consisting local community groups, restaurant entrepreneurs, government organizations, Educational Institutions and Tourist Groups totaling 47 people. The research was used the concept of cultural adaptation to analysis. The results Chanthaburi Local Food divided into 5 eras which consists of Food for family era, Food for tradition era, Food for souvenir, Food revives era and Food for festival era. Originally, it was a natural adaptation to cook in the family and was expanded to a society were activities. Since the after economic crisis has adapted according to the policy. It has been transformed into a tourism product. Foods are hybrids between local culture and west cultures. Although there is no reference to traditional. But maintain value, meaning and local ingredients that indicate the identity of Chanthaburi for example *Garcinia cowa*, *Amomum xanthioides* Wall, Cardamom Chanthaburi local food, besides that role of tourism product. It also serves to indicate Chanthaburi Identity, serves to conserve local wisdom, serves to jobs and benefit for people. And Food for festival era have a driving towards Food for medication Campaign and UNESCO's Creative Food City. It makes Chanthaburi local food adjust the new role including the roles of health to realize of eating and build confidence in the consumption of food for medication in a suitable way.

Keywords: Adaptation, Chantaburi Local food, Tourism Context

บทนำ

มนุษย์ใช้อาหารบริโภคเพื่อหล่อเลี้ยงชีวิตให้ดำรงอยู่ด้วยการอาศัยธรรมชาติรอบตัวมาเป็นวัตถุดิบในการประกอบให้เป็นของกินเพื่อการบำรุงรักษาซ่อมแซมร่างกายให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ นอกจากการกินอาหารเพื่อความอิ่มท้องแล้ว มนุษย์ยังสื่อสารความหมายระหว่างกัน



ผ่านพื้นที่ของอาหาร การกินอาหารทุกชนิดของเรานั้นจะมีความหมายโดยนัย (Connotative meaning) ติดมาด้วยเสมอเช่น ชนชั้น เพศสภาพ ชาติพันธุ์ อัตลักษณ์ทางศาสนาและประวัติศาสตร์ของอาหาร เป็นต้น (Ashley, B. et al, 2004) อาหารการกินจึงเป็นเครื่องหมายที่บ่งชี้อัตลักษณ์ความแตกต่างทางสังคมและถูกใช้เพื่อสื่อสารว่าแต่ละคนนั้น สังกัดอยู่กลุ่มใด สังคมแบบใด สร้างอัตลักษณ์ของตนเองอย่างไร (รัตติกาล เจนจิต, 2556) อาหารยังเป็นสื่อวัตถุที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวทางภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต วัฒนธรรมการกิน และศิลปะต่าง ๆ ที่สามารถรังสรรค์ให้ผู้กิน อิ่มสมอง อิ่มตาและอิ่มใจได้อีกด้วย ดังนั้น อาหารจึงเป็นสื่อกลางสำคัญที่จะนำพาสารต่าง ๆ จากผู้ปรุงไปสู่ผู้บริโภคและเป็นส่วนสำคัญในบรรยากาศการท่องเที่ยว หลายแห่งทั่วโลกได้ใช้อาหารและเครื่องดื่มในท้องถิ่นเป็นสิ่งกระตุ้นความสนใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากจะกลับมาเยือนในครั้งต่อ ๆ ไป ส่งผลต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น เมื่อวัฒนธรรมอาหารได้มาโลดแล่นอยู่ในพื้นที่ทางการท่องเที่ยวแล้ว สิ่งสำคัญคือการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพของบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งการประยุกต์หรือพลิกผันคุณลักษณะเก่าบางประการให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ใหม่ที่เปลี่ยนไปของบริบทใหม่ที่รองรับวัฒนธรรม ขณะเดียวกันก็ต้องสามารถดำรงอัตลักษณ์เดิมไว้ได้เป็นส่วนใหญ่แต่อาจยอมลดทอนหรือถอดรื้อ ตลอดจนสร้างสรรค์องค์ประกอบบางประการในวัฒนธรรมนั้นเพื่อให้อยู่รอดต่อไป (เจียรชัย อิศรเดชและคณะ, 2547) โดยจะต้องอาศัยหลักการสิทธิเจ้าของวัฒนธรรมที่จะตัดสินใจร่วมกัน เนื่องจากเป็นสมบัติของชุมชนที่บรรพบุรุษได้สร้างมา ดังนั้น การผลิตและการปรับตัวจึงควรเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของคนในชุมชนเป็นหลัก

จันทบุรี จังหวัดชายฝั่งทะเลตะวันออกที่เป็นจังหวัดต้นแบบนำร่องเมืองรองทางการท่องเที่ยว (ผู้จัดการออนไลน์, 2561) นอกจากความเป็นเมืองผลไม้และสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติแล้ว อาหารท้องถิ่นจันทบุรี เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมักจะหาโอกาสลิ้มลองและยังสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของจันทบุรีได้อีกด้วย อาหารที่ได้รับความนิยม เช่น หมูชะมวงที่มีรสชาติเข้มข้นทั้งเปรี้ยว หวาน เค็ม กวายเป็นผัดปู กวายเป็นเลียง ที่ใช้เส้นจันทที่มีคุณสมบัติที่เหนียวนุ่ม ไม่เปื่อยยุ่ยเหมือนกวยเตี๋ยวเส้นเล็กอื่น ๆ น้ำพริกปูไข่ที่ใส่ปูทะเลไข่ที่ เนื้อไข่มิรสชาตหวานปนมันที่เกิดจากความสมบูรณ์ทางธรรมชาติแถบชายฝั่งทะเลตะวันออก อาหารท้องถิ่นจันทบุรีมีรสชาติเฉพาะที่เข้มข้น กลมกล่อม เผ็ดร้อนด้วยเครื่องปรุงและเครื่องเทศ ครบรส นิยมใส่น้ำตาลในอาหารคาว (โสรัจจ์ วิสุทธิ์แพทย์, 2557) โดยเฉพาะน้ำตาลอ้อยจากหนองบัวที่มีความหอมเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งใช้วัตถุดิบต้นอ้อยที่มีการเพาะปลูกในท้องถิ่นหนองบัวและเป็นที่ตั้งของโรงหีบอ้อยซึ่งในอดีตเคยเฟื่องฟู อาหารท้องถิ่นจันทบุรีบางชนิดมีลักษณะคล้ายกับอาหารท้องถิ่นภาคกลางและภาคใต้ผสมกันทั้งวัตถุดิบและกรรมวิธีการปรุงแต่จะไม่นิยมใส่ขมิ้นเหมือน



ภาคใต้ (สุนี คักดาเดช, 2549) มีความคล้ายคลึงกันในการนำเอาวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่นมาปรุงแต่งด้วยวิธีที่เรียบง่าย

ปี พ.ศ. 2561 จันทบุรีมีรายได้จากการท่องเที่ยวในส่วนของโรงแรมและร้านอาหารมูลค่าสูงถึง 1,156 ล้านบาท (สำนักงานจังหวัดจันทบุรี, 2564) ด้วยนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง รวมไปถึงกระแสนิยมการท่องเที่ยวตามชุมชนท้องถิ่น ทำให้แต่ละชุมชนมีการนำอาหารท้องถิ่นมาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดมาอย่างต่อเนื่อง เมื่ออาหารท้องถิ่นจันทบุรีได้ถูกแขวนอยู่ในบริบททางการท่องเที่ยวแล้วจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลง จากอาหารที่ทำกินกันในครัวเรือนถูกนำมาขึ้นโต๊ะตามร้านอาหาร ตามแหล่งที่พักโรงแรมรีสอร์ทที่จะต้องมีการปรับรูปแบบ รูปร่างลักษณะ รสชาติ ให้ถูกปากนักท่องเที่ยวต่างถิ่น หรือการนำอาหารท้องถิ่นให้เป็นสินค้าของฝากซึ่งจะต้องทำการแปรรูปอาหารเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์หรือความคิดสร้างสรรค์ในการผสมผสานอาหารท้องถิ่นให้ร่วมสมัยเพื่อสร้างแรงจูงใจในการเดินทางค้นหาประสบการณ์ท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวสายกิน และกระแสการท่องเที่ยวชุมชนที่เกิดขึ้นทำให้แต่ละพื้นที่มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นมากขึ้น มีแหล่งท่องเที่ยวด้านอาหารท้องถิ่นโดยเฉพาะ ร้านอาหารเครื่องดีมีเกิดขึ้นจำนวนมาก และมีการนำเสนออาหารท้องถิ่นที่แปลกและสร้างสรรค์มากขึ้น

อย่างไรก็ดีในการปรับตัวเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่มีการเปิดรับเอาสิ่งใหม่ ๆ จากภายนอกเข้ามาเช่น การผสมผสานของอาหารท้องถิ่นกับอาหารตะวันตกเข้าด้วยกันทำให้วัฒนธรรมความเป็นท้องถิ่นเกิดการกลายพันธุ์ การปรับตัวของวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นที่เกิดขึ้น จึงมีการเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบเชิงพาณิชย์ที่ช่วยยกระดับเศรษฐกิจและรายได้ให้กับคนในชุมชนท้องถิ่นรวมถึงสร้างการยอมรับในระดับมวลชน การปรับตัวที่เป็นไปอย่างต่อเนื่องอาจทำให้อัตลักษณ์เดิมที่มีอยู่เริ่มหายไป ขณะเดียวกันชุมชนท้องถิ่นต่างก็พยายามสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้โดดเด่นเพื่อสร้างจุดขายและช่วงชิงพื้นที่ทางการท่องเที่ยวซึ่งอาจทำให้บทบาทของอาหารท้องถิ่นมีการเปลี่ยนแปลงไปได้อีกหลายมิติ

ด้วยกระแสการท่องเที่ยวปัจจุบันที่นักท่องเที่ยวมีพลังอำนาจทางการเงิน รวมถึงหน่วยงานภาครัฐเอกชนที่มีบทบาทในการกำหนดทิศทางในการปรับตัว จึงเป็นที่น่าสนใจว่าในมิติการปรับตัวของอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นจันทบุรี จากอาหารที่ทำกินกันอยู่ในครัวเรือนเมื่อถูกนำมาวางอยู่ในมิติของอาหารเพื่อการท่องเที่ยวแล้ว ท่ามกลางกระแสนิยมการท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละยุคสมัย รวมถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์และให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวยั่งยืน ไปจนถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นอันล้ำค่ามากขึ้น หรือแม้แต่พลังของผู้มีอำนาจในการนำวัฒนธรรมด้านอาหารท้องถิ่นมาสร้างเป็นมูลค่าเพิ่มและ



ภายใต้อัตลักษณ์ที่ไม่มีความหยุดนิ่งนั้น อาหารท้องถิ่นจันทบุรีมีการปรับตัวอย่างไร มีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนและคงอยู่ของอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นจันทบุรี รวมถึงชาวจันทบุรีเองมีการใช้ความเป็นพลังชุมชนท้องถิ่นในการร่วมกันธำรงรักษาให้อาหารท้องถิ่นคงอยู่ต่อเนืองอย่างยั่งยืนอย่างไร ตลอดจนมีข้อเสนอแนะในการใช้กระบวนการทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมเพื่อเป้าหมายปลายทางในการยกระดับอาหารท้องถิ่นให้เกิดการเติบโตในพื้นที่ทางการท่องเที่ยวและดำรงอยู่ได้ภายใต้การยอมรับร่วมกันของเจ้าของวัฒนธรรมเอง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาวิเคราะห์การปรับตัวของอาหารท้องถิ่นจันทบุรีในบริบทการท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิเคราะห์การปรับตัวของอาหารท้องถิ่นจังหวัดจันทบุรีในบริบทการท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการดังต่อไปนี้

1. การศึกษาวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) โดยสำรวจจากหนังสือ ตำรา ข้อมูลทางประวัติศาสตร์ จดหมายเหตุ วารสารวิชาการ วิทยานิพนธ์ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เว็บไซต์ที่เป็นทางการ

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปรับตัวอาหารท้องถิ่นจันทบุรี การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1.กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 2. กลุ่มนักท่องเที่ยว ดังนี้

2.1 กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholder) จำนวน 17 คน แบ่งออกเป็นกลุ่มชุมชนท้องถิ่น จำนวน 5 คน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน โดยใช้เกณฑ์ มีความรู้ในประวัติศาสตร์ท้องถิ่น มีความโดดเด่นและมีทักษะด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร มีการนำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ และความภาคภูมิใจในชุมชน รวมไปถึงการมีบทบาทในการบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับศาสตร์ต่างๆ เชื่อมโยงคุณค่าภูมิปัญญาของอดีตกับปัจจุบันได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับการดำรงชีพในปัจจุบัน กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารและการท่องเที่ยว จำนวน 5 คนที่ดำเนินธุรกิจอาหารท้องถิ่นในจังหวัดจันทบุรีและธุรกิจท่องเที่ยวบริการ ใช้เกณฑ์มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นจันทบุรีที่มากกว่า 5 ปี กิจการมีการจดทะเบียนจัดตั้งร้านค้าจากสำนักงานพาณิชย์จังหวัด เป็นมีความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น และความมีชื่อเสียงของสถานประกอบการที่มีการกล่าวถึงในสื่อต่างๆ กลุ่มองค์กรภาครัฐ จำนวน 4 คน ประกอบด้วย สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดจันทบุรี สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดจันทบุรีและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดจันทบุรี กลุ่มสถาบันการศึกษา จำนวน 3 คน ที่มีความรู้ความ



เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นจังหวัดจันทบุรีและมีการศึกษาวิจัยในด้านอาหารท้องถิ่น

2.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดจันทบุรี ช่วงเดือน มีนาคม – มิถุนายน 2565 ที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นและร้านขายของฝากในจังหวัดจันทบุรี จำนวนทั้งสิ้น 30 คน

3. การวิเคราะห์การปรับตัวอาหารท้องถิ่น ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ด้วยแนวทางวัฒนธรรมศึกษา มีแนวคิดเรื่องการปรับตัวทางวัฒนธรรมเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2553)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิเคราะห์เอกสารผู้วิจัยใช้วิธีการแยกแยะองค์ประกอบและจัดหมวดหมู่ เพื่อนำมาประมวลผลโดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในแง่ต่าง ๆ ตามข้อเท็จจริงในเชิงเหตุผล ส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึกใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ชนิดคำถามปลายเปิด (Open-end Question) รวมถึงการสังเกต (Observation) โดยผู้วิจัยกำหนดแนวคำถามจากการทบทวนความรู้ผ่านแนวคิด ทฤษฎีที่ผ่านการกลั่นกรองและพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวนทั้งสิ้น 47 คน ประกอบด้วย กลุ่มชุมชนท้องถิ่น กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารและการท่องเที่ยว กลุ่มองค์กรภาครัฐ กลุ่มสถาบันการศึกษาและกลุ่มนักท่องเที่ยว มาประมวลผลโดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อมูลในแง่มุมต่าง ๆ ตามข้อเท็จจริงในเชิงเหตุผลเพื่อให้สามารถนำไปสู่ความเข้าใจต่อการปรับตัวของอาหารท้องถิ่นจันทบุรีในบริบททางการท่องเที่ยว ผนวกกับแนวคิดทฤษฎีการปรับตัวทางวัฒนธรรม และวิเคราะห์ออกมาในลักษณะการพรรณนาเพื่อนำไปสู่คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ผลการวิจัย

1. การปรับตัวของอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นจันทบุรีในบริบทการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งการศึกษาลักษณะการปรับตัวของอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นจันทบุรีในแต่ละยุคออกเป็น 5 ยุค โดยสามารถอธิบายการปรับตัวในแต่ละยุคได้ ดังนี้

ยุคที่ 1 ยุคอาหารในครัวเรือน (ก่อน พ.ศ.2520) เป็นยุคดั้งเดิมที่ชาวจันทบุรีบริโภคอาหารเพื่อการดำรงชีวิตโดยอาศัยธรรมชาติรอบตัวเป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ผสานกับภูมิปัญญาและประสบการณ์ถ่ายทอดสู่ลูกหลานจนกลายเป็นวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะ อาหารยุคนี้เป็นไปตามตำรับดั้งเดิมที่ถูกสืบทอดจากบรรพบุรุษทั้งวิธีการประกอบ การปรุง รสชาติ สี กลิ่น ถือเป็นยุคที่มีความเป็นเดิมแท้ (Authenticity) และทำให้เห็นอัตลักษณ์



อาหารที่มีองค์ประกอบตามธรรมชาติพื้นถิ่นและมีวิธีการบริโภคที่สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมบวกกับความหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรมและกลุ่มชาติพันธุ์ในท้องถิ่น ดังนี้

“...สมัยนั้น กับข้าวกับปลาก็จะทำกินกันเอง มีอะไรก็กินอันนั้น ทำกินกันง่าย ๆ ไม่มีสูตรตายตัวหรอก บ้านเรานี้ก็ทำอาชีพเกษตรอยู่แล้ว พี่ซผักก็ปลูกเองมาแต่ไหนแต่ไร ส่วนคนที่อยู่แถวติดทะเล เขาหาปลามาได้ก็ทำพอกิน ถ้าได้เยอะก็มาตากแห้งบ้าง เอาทำปลาทุ้มต้มเค็มบ้าง เก็บไว้กินได้นานหน่อย...” (กาญจน์ กรณีย์, 2564)

“...อาหารดั้งเดิมตามแบบฉบับของคนจังหวัดแท้ ๆ นี้จะมีรสหวานนำก่อนเลย ตามด้วยเค็ม เปรี้ยว ส่วนอาหารที่มีส่วนผสมวัตถุดิบจากป่า นี้ก็จะมีรสชาติเผ็ดเข้มข้นด้วยเครื่องเทศสมุนไพรที่หาได้ทั่วไปเลย ไปที่ไหนก็เจอ บางบ้านก็จะปลูกเอาไว้กินเอง ดินที่เมืองจังหวัดปลูกอะไรก็ขึ้นหมด...” (ประภาพรรณ ฉัตรมาลัย, 2564)

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า ในยุคอาหารในครัวเรือนเป็นยุคที่ชาวจันทบุรีมีวิธีการบริโภควิธีการประกอบอาหาร และรสชาติอาหารท้องถิ่นตามรสนิยมเฉพาะของแต่ละครอบครัว มีการใช้เครื่องเทศ พืชสมุนไพร เนื้อสัตว์ป่า เป็นวัตถุดิบที่ได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่มชาติพันธุ์ของ จึงทำให้พบอาหารจำพวกแกงป่าอยู่เป็นจำนวนมากเช่น แกงป่าไก่ แกงเปิด ผัดเผ็ดหมูป่า กวางนก อาหารป่าจะใส่สมุนไพรหลายชนิดและใส่ในปริมาณมากกว่าแกงของภาคกลาง นิยมใส่พืชผักที่ใช้แต่งกลิ่นเช่น ใบมะกรูด ใบกะเพรา ใบยี่หระ หน่อกระวาน ตำรับอาหารจังหวัดดั้งเดิมจะใส่ผักชีฝรั่งแทนผักชีไทย เป็นการเพิ่มความเผ็ดร้อนและกลิ่นหอมอันเป็นเอกลักษณ์ ยุคนี้จึงถือเป็นอาหารเพื่อการดำรงชีวิตทำกินกันในครอบครัวที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษผสมผสานกับภูมิปัญญาและประสบการณ์ต่าง ๆ ลักษณะอาหารประกอบด้วยวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น

ยุคที่ 2 ยุคอาหารในงานบุญ (พ.ศ.2520- 2540) จากอาหารที่ทำกินกันในครัวเรือนเริ่มมีการขยายแพร่กระจายออกสู่วิถีชีวิตของคนจันทบุรีในรูปแบบกลุ่ม ชุมชน สังคมที่มีการติดต่อสื่อสารไปมาหาสู่และทำกิจกรรมร่วมกัน อาหารท้องถิ่นจึงถูกพบเห็นในงานประเพณี พิธีกรรมต่าง ๆ เช่น งานบวช งานแต่งงาน งานศพ ยุคนี้แทบทุกงานต้องมี ‘แกงหมูชะมวง’ เป็นกับข้าวจานหลัก แยกที่มาร่วมงานและญาติจากต่างจังหวัดเมื่อได้ชิมก็ถูกปากกับรสชาติทำให้เกิดการบอกต่อและมีการนำไปเป็นของฝาก

“แกงหมูชะมวง มาจากชุมชนคนญวน ดั้งเดิมมาจากชุมชนคนคลองนารายณ์ แล้วแพร่ขยายไปตามพื้นที่ในจังหวัด ระยอง ตราด รสชาติแบบคนจังหวัดนี้ต้องเข้มข้น มีเปรี้ยว เค็มหวาน ส่วนระยองกับตราดจะคล้ายกัน แต่รสชาติจะเน้นเผ็ด ยุคก่อนจะมีตามงานบุญต่าง ๆ



เนื่องจากเป็นเมนูที่ต้องใช้กระบวนการทำที่หลายขั้นตอน ต้องใช้กำลังคนช่วยกันทำเช่น เครื่องแกงต้องเผา ข่า ตะไคร้ หอม กระเทียม เอามาซูด หั่น ก่อนนำมาโขลกตำ คนต่างจังหวัดที่มาช่วยงานก็มักจะนำแกงหมูชะมวงติดไม้ติดมือกลับไปฝากญาติที่บ้าน คนต่างจังหวัดก็เลยรู้จักแกงหมูชะมวงเมืองจันทน์กันมากขึ้นเรื่อย ๆ ...” (อร่าม อรรถเจติย์, 2565)

และนอกจากแกงหมูชะมวงแล้ว “ก้วยเตี่ยวเส้นจันทน์ผัดปู” ก็เป็นที่นิยมทำเพื่อเลี้ยงแขกผู้มาร่วมงานและเป็นเมนูที่บ่งบอกได้ถึงฐานะ (Class) ของเจ้าภาพผู้จัดงาน เนื่องจากใช้ปูเป็นวัตถุดิบซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง สันนิษฐานว่าเป็นอาหารของคนไทยเชื้อสายญวน นิยมทำกินกันในงานบุญสืบต่อกันถึงปัจจุบัน อาหารในยุคนี้ยังมีการแลกเปลี่ยนซื้อขายตามร้านข้าวแกงหรือขายในย่านตลาดชุมชนทั่วไป แกงป่าที่มีการนำสมุนไพรหลายชนิดมาเป็นวัตถุดิบก็มีการนำมาปรับประยุกต์เช่น กระวาน พืชสมุนไพรจากที่เคยเป็นแค่ผักจิ้มน้ำพริกก็ถูกนำมาเป็นวัตถุดิบแต่งกลิ่นในอาหารทำให้เกิดเมนูอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของจันทบุรี

“..กระวาน ในยุคเริ่มต้น เขาปลูกเพื่อนำเมล็ดมาขายเป็นเครื่องเทศ ไม่ได้เป็นเครื่องปรุงแต่งกลิ่น แต่เป็นผักในตำรับอาหารดั้งเดิมของคนจันทน์ เขาจะเอาหน่ออ่อนกระวานมาจิ้มกับน้ำพริก ส่วนเมนูไก่บ้านผัดกระวาน ไก่บ้านต้มกระวานใส่ระกำ ไม่ใช่อาหารดั้งเดิมของเมืองจันทน์นะ เพิ่งมามีในยุคหลังนี้เอง มีคนเอาไปใส่ในต้มบัว ในผัดเผ็ดบัว กลิ่นมันจะหอมคนทั่วไปก็เลยชอบกัน..” (อร่าม อรรถเจติย์, 2565)

นอกจากนั้น ก้วยเตี่ยวเลี้ยง เมนูที่หาทานได้ง่ายจากที่เคยพบตามงานบุญต่าง ๆ ได้ถูกนำมาเป็นเมนูรับรองแขกบ้านแขกเมืองจนได้รับความนิยม มีลักษณะเฉพาะตัวที่น้ำก้วยเตี่ยวมีรสหวานและหอมสมุนไพร ตำรับดั้งเดิมมีการใช้สมุนไพรชุกกลิ่นคือ เร่วหอม เป็นหลักแต่ในระยะหลังมีการใส่วัตถุดิบแต่งกลิ่นเพิ่มเติมลงไปในน้ำซุ้เพื่อให้ครบเครื่องยิ่งขึ้นเช่น ดอกผักชีฝรั่ง กระเทียมดอง สับปะรด ใบเตยหอม มักจะใส่เพื่อเรียกลูกค้าขณะเดินเข้าร้าน กลิ่นของเร่วหอมจึงไม่โดดเด่นเหมือนแต่ก่อน

อาหารท้องถิ่นตามงานบุญส่วนใหญ่จะมีกระบวนการทำที่พิถีพิถันหลายขั้นตอน ต้องลงแรงช่วยกันทำ ใช้ส่วนประกอบหลายชนิด ระยะเวลาในการทำที่นาน นอกจากแกงหมูชะมวงแล้ว หมูหอมและหมูต้มถั่วก็ต้องใช้เวลาดำนานจึงจะออกรสเข้มข้น หมูหอมใช้เวลาดำนานกว่าแกงหมูชะมวง มักเป็นอาหารทำเลี้ยงในงาน อย่างกรณีงานศพซึ่งกินเวลาหลายวัน บางครั้งต้มหมูหอมวันแรกแล้วไปกินเอาในวันสุดท้ายของงานก็มี อาหารงานบุญบางชนิดแทบจะไม่ได้พบเห็นอย่าง แกงบวน แกงพื้นเมืองโบราณของคนจันทบุรีทำกินกันแทบทุกงานทำจากน้ำมะตูมคั้น ปลาทุเลาเค็มต้มน้ำกะทิและส่วนผสมอื่น แกงมีกลิ่นมะตูมและปลาเค็มค่อนข้างแรง จึงไม่ค่อยนิยมทำเนื่องจากวิธีการปรุงที่ยุ่งยากและคนรุ่นหลังรับประทานกันไม่เป็น



หากเปรียบเทียบกระบวนการปรับเปลี่ยนอาหารท้องถิ่นเป็นดั่งต้นไม้ตามแนวคิดต้นไม้แห่งคุณค่า สามารถแบ่งวัฒนธรรมตามชั้นของต้นไม้เป็น 3 ชั้น คือ เปลือก หมายถึงสิ่งที่ปรับได้และเปลี่ยนอยู่เสมอ กระพี้ จะปรับได้บางส่วน และแก่นคือส่วนในสุดที่ต้องรักษาสวนนี้เอาไว้ ดังนั้นในยุคนี้การปรับเปลี่ยนในชั้นเปลือกคือพื้นที่การบริโภคที่ถูกขยายออกสู่ชุมชนสังคมรวมถึงกระบวนการผลิตที่อาศัยการร่วมกันทำมากขึ้น ส่วนกระพี้ อาหารในยุคนี้มีการปรับประยุกต์ของส่วนประกอบอย่างการนำกระวานมาเป็นวัตถุแต่งกลิ่นหรือการนำใบเตยมาใส่ในน้ำซุปรักษาภัยไข้เจ็บให้มีความหอมขึ้นเพื่อเรียกลูกค้า แต่ส่วนที่เป็นแก่น คือการคงไว้ซึ่งวัตถุดิบหลักที่เป็นเอกลักษณ์เช่น ใบชะมวง สมุนไพร เหว่ กระวาน พริกไทย มะปี้ด รวมถึงรสชาติหวานนำตามต้นตำรับดั้งเดิมของคนจีน

ยุคที่ 3 ยุคอาหารแปรรูปเพื่อเป็นของฝาก (พ.ศ.2541 – 2550) ในช่วงปลายยุคอาหารในงานบุญเป็นต้นมา นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจันทบุรีมีความโดดเด่นยิ่งขึ้น มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ ผลไม้ เป็นตัวนำหลัก อาหารท้องถิ่นได้ถูกหยิบยกมาเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้วยเช่น การประกวดแข่งขันทำแกงหมูชะมวงทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น นักท่องเที่ยวมีการซื้อวัตถุดิบไปทำเองที่บ้านเช่น ซื้อกระวานไปใส่ในแกงตามสูตรของภาคกลาง ของฝากที่ได้รับความนิยมมีทั้ง เส้นก๋วยเตี๋ยวจันทร์ ผลไม้ทุเรียนเงาะ มังคุด ทุเรียนกวน ทุเรียนทอดกรอบ พริกไทย กุ้งแห้ง ปลาเค็ม กะปิ น้ำปลา และผลไม้ถูกนำมาประยุกต์เป็นอาหารเช่น ส้มตำทุเรียน ทุเรียนผัด ยำมังคุด เป็นต้น

หลังจากวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 ประเทศไทยมีการปรับตัวเพื่อให้เศรษฐกิจและสังคมสามารถยืนหยัดได้ท่ามกลางวิกฤตเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ถือกำเนิดขึ้นเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ ภาครัฐเข้ามามีบทบาทในการนำภูมิปัญญาของชาวบ้านที่มีเอกลักษณ์มาเป็นสินค้า อาหารท้องถิ่นจึงถูกนำมาแปรรูปอย่างหลากหลายเช่น หมูชะมวงกระป๋อง เส้นจันทร์อบแห้งหลากสี สัน ก๋วยเตี๋ยวเส้นจันทร์พร้อมน้ำปรุงแบบกึ่งสำเร็จรูป เครื่องปรุงน้ำก๋วยเตี๋ยวเลี้ยงแบบบรรจุซอง เป็นต้น

“...อาหารท้องถิ่นของเมืองจันทร์ได้ถูกนำมาแปรรูปหลายอย่าง ทั้งแกงหมูชะมวงกระป๋อง แบบแช่แข็งก็มี เส้นจันทร์อบแห้ง ชุดก๋วยเตี๋ยวผัดเส้นจันทร์ น้ำปรุงก๋วยเตี๋ยวผัด เครื่องทำก๋วยเตี๋ยวหมูเลี้ยง ยกกระดับให้มาเป็นของฝากให้กับนักท่องเที่ยว แต่ช่วงนั้นจันทบุรี เรื่องผลไม้ จะเด่นกว่าเรื่องอาหารท้องถิ่นนะ ดังนั้น อาหารที่เป็นผลไม้แปรรูปก็จะเยอะหน่อย จากเดิมบางชุมชนเขาก็ทำกันอยู่แล้วทางเราก็ไปส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งเรื่องการผลิต บรรจุภัณฑ์และการขาย ให้เขาสามารถมีช่องทางที่หลากหลายขึ้น นอกจากขายหน้าร้านก็จะขายไปตามร้านขายของฝากและสอนให้เขาขายออนไลน์ด้วย..” (ธนุ อนุญญพร, 2564)



ในยุคนี้ หน่วยงานภาครัฐมีบทบาทในการยกระดับนำภูมิปัญญาอาหารในท้องถิ่นมาแปรรูปให้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวถูกนำมาวางจำหน่ายในลักษณะเป็นของฝาก (Souvenir) จึงเป็นจุดผลักดันให้อาหารท้องถิ่นจันทบุรีมีการปรับตัวไปตามระบบเชิงพาณิชย์ มีการยกระดับผลิตภัณฑ์และมุ่งปรับตัวสู่การค้าแบบสากล มีการใช้สื่อหลากหลายช่องทางเช่น ร้านขายสินค้า วิสาหกิจชุมชน การออกร้านของดีประจำจังหวัด การร่วมกิจกรรมแสดงสินค้าทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค สื่อออนไลน์อย่างเว็บไซต์ otoptoday.com เป็นต้น

การปรับเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในยุคนี้ จะพบว่าในชั้นเปลือกมีทั้งการปรับประยุกต์นำผลไม้ในท้องถิ่นมาทำเป็นอาหาร เช่น ส้มตำทุเรียน ทุเรียนผัด ยำทุเรียน ยำมังคุด เป็นต้น การเปลี่ยนรูปลักษณะอาหารจากของสดมาเป็นสินค้าแปรรูปรวมถึงบรรจุภัณฑ์เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา เช่น หมูชะมวงกระป๋อง หมูชะมวงแช่แข็ง เส้นจันทอบแห้ง เป็นต้น แม้ว่าอาหารท้องถิ่นข้างต้นจะไม่ได้สื่อออกมาถึงความสดใหม่ของอาหาร แต่เป็นการสื่อสารให้เห็นถึงการคงอยู่ไว้ซึ่งความเป็นท้องถิ่นจันทหรือบ่งบอกได้ว่า วัตถุดิบนั้นยังคงเดิมแต่รูปลักษณ์เปลี่ยนไป สิ่งที่เพิ่มเข้ามาคือการมีช่องทางการเผยแพร่จำหน่ายสินค้าในระบบออนไลน์ แต่สิ่งที่ชาวจันทบุรียังคงรักษาแก่นเอาไว้คือ วัตถุดิบท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ สูตรอาหารและรสชาติที่ยังคงแบบเดิมแท้เอาไว้

ยุคที่ 4 ยุคหรือฟื้นอาหารเก่ามาเล่าใหม่ (พ.ศ.2551 – 2561) เป็นยุคที่มีการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนโดยใช้หลักชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจจึงเกิดชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ด้วยนโยบายการขายสินค้าอยู่ในชุมชน ใช้เสน่ห์ภูมิปัญญา วิถีชีวิตวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์แปลงเป็นรายได้ จึงทำให้ค้นพบอัตลักษณ์อาหารในท้องถิ่นถูกนำมาหรือฟื้นและนำเสนอให้เห็นตามตลาดโบราณ งานเทศกาลอาหารที่มีการจัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

“...ตอนนั้น ชุมชนท่องเที่ยว โอท็อป นวัตวิถีของจันทบุรี มีทั้งหมด 10 อำเภอ 41 หมู่บ้าน ครอบคลุมทั้งโซนทะเลและโซนภูเขา เราก็ให้ชุมชนได้นำของดีที่เป็นอัตลักษณ์ในชุมชนหมู่บ้านมาเป็นจุดขายให้กับนักท่องเที่ยว ก็ทำให้อาหารพื้นบ้านหลายอย่างถูกรื้อฟื้นขึ้นมาอย่าง บ้านลีลาเทียน ตำบลบางชัน มีแกงรัฐจวนตะลุมบอน น้ำพริกสลัดขน ส่วนก้วยเตี่ยวผัดยายลั้งที่บางกะจะ นีก็ขายมากกว่า 80 ปีแล้ว กุ้งฮีบ ขนบ่าวสาวแถวหนองบัวที่ผูกพันกับพิธีแต่งงานของคนจันทบุรี หมู่บ้านที่ติดทะเลก็มีอาหารทะเลสด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะชอบกันมาก...” (ธนู อนุรักษ์พร, 2564)

ในยุคนี้จันทบุรีได้รับการคัดเลือกเป็นเมืองรองต้นแบบในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง ภายใต้โครงการ 12 เมืองต้องห้ามพลาด พ.ศ.2559 และโครงการ 12 เมือง



ต้องห้ามพลาด พลัส พ.ศ.2560 ตามนโยบายการลดภาระเมืองท่องเที่ยวหลักไปยังเมืองรอง ภายใต้การขับเคลื่อนของ นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในขณะนั้น และความร่วมมือระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี รวมทั้งชุมชนท้องถิ่น เกิดภาพลักษณ์ใหม่ภายใต้สโลแกน “สุขทุกวันที่จันทบุรี” ยกระดับสู่การเป็นแหล่งเก็บเกี่ยวประสบการณ์ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนอาหารการกินที่ทำให้สัมผัสได้ถึงความสุขในทุก ๆ วันที่มาเยือนจันทบุรี ยุคนี้อาจเกิดแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมรูปแบบใหม่ขึ้นเช่น ชุมชนขนมแปลกริมคลองหนองบัว ที่คนในชุมชนรวมตัวกันทำตลาดขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และนำเสนออาหารพื้นบ้านและขนมโบราณหลายชนิด การนำเสนออาหารท้องถิ่นส่วนใหญ่ยังคงความเดิมแท้ของอาหารท้องถิ่นแต่จะมีร้านอาหารส่วนน้อยที่มีการปรับรสชาติให้ถูกปากกับนักท่องเที่ยวด้วย

“...ในเรื่องการปรับเปลี่ยนรสชาติอาหาร มีมุมมองว่า ไม่ผิดไม่ถูก แต่อยากให้มีความเป็น Classic Chanthaboon มากกว่า คือ ถ้านักท่องเที่ยวมาเมืองจันท ก็อยากให้ลิ้มรสความเป็นดั้งเดิม แต่ถ้าเราไปเปิดร้านอาหารจันทในต่างประเทศ กรณีนี้ก็สามารถปรับรสชาตินิดหน่อยได้ การปรับเปลี่ยนอะไรก็แล้วแต่ เจ้าของวัฒนธรรมควรมีวิจัยญาณในการปรับ อย่างเรื่องรสชาติ คนที่ไม่เคยกินหวานมาทั้งชีวิต แล้วมากินอาหารดั้งเดิมเมืองจันท ก็จะมีบ่นว่าไม่ถูกปาก เจ้าของร้านก็ควรมีจุดยืน...” (อุกฤษณ์ วงศ์ทองสาลี, 2565)

การปรับตัวอาหารท้องถิ่นในยุคนี้พบว่า ในระดับเปลือกมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการประยุกต์ให้อาหารท้องถิ่นมีความน่าสนใจและทันสมัยเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเช่น แกงหมูชะมวง เมนูที่มีชื่อเสียงของจังหวัดจันทบุรีที่เคยเป็นกับข้าวก็ถูกนำมาสร้างสรรค์เป็นเมนูอาหารว่างอย่าง ปอเปี๊ยะไส้หมูชะมวง กะหรี่ปั๊ปปอเปี๊ยะหมูชะมวง พายไส้หมูชะมวง หรือกระวาน สมุนไพรท้องถิ่นที่มีกลิ่นเป็นเอกลักษณ์และเป็นส่วนประกอบในอาหารคาวทั้ง ไก่ต้มกระวาน ผัดเผ็ดกระวาน ก็ถูกนำมาประยุกต์อยู่ในส่วนผสมของอาหารทานเล่นอย่างทอดมันกระวาน เป็นต้น ซึ่งเป็นการนำวัตถุดิบที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาเสนอในเมนูใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม แต่ในขณะเดียวกันก็มีการรื้อฟื้นอาหารท้องถิ่นตามตำรับดั้งเดิมหรือสูตรโบราณที่หาทานได้ยากมานำเสนอควบคู่กันไป ส่วนการปรับในระดับกระทู้ ในยุคนี้มีการปรับรสชาติตามรสนิยมการบริโภคของนักท่องเที่ยวเช่น ลดความหวานลงบ้าง อาหารที่รสจัดก็ลดความเผ็ดลงแต่สิ่งที่ยังคงไว้นั้นแก่นคือการคงไว้ซึ่งวัตถุดิบที่เป็นเอกลักษณ์

ยุคที่ 5 ยุคกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา) ด้วยนโยบายรัฐในการรณรงค์ให้คนไทยหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศตั้งแต่ยุคที่ฟื้นอาหารเก่ามาเล่าใหม่



อาหารท้องถิ่นมีการปรับตัวตามยุคสมัยและรสนิยมของนักท่องเที่ยว อาหารท้องถิ่นมีทั้งสูตรดั้งเดิมที่ยังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ร้านอาหารบางแห่งชูจุดขายด้วยความแปลกใหม่ เช่น ก๋วยเตี๋ยวหมูเสียบในภาชนะขามไผ่ยักษ์หรือการปรับวัตถุดิบให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจเช่น แกงไก่ชะมวงแทนเนื้อหมูที่มีราคาแพง สินค้าแปรรูปที่เป็นของฝากมีทั้งแบบดั้งเดิมและแบบร่วมสมัยเช่น หมูชะมวงบรรจุกระป๋องรสชาติดั้งเดิมที่บรรจุภัณฑ์มีการสื่อสารเรื่องเล่า ที่มาของอาหาร สูตรโบราณเก่าแก่ กระบวนการผลิตที่ทันสมัย คุณประโยชน์จากการบริโภค เป็นต้น

นอกจากนั้น มีการประยุกต์อาหารในลักษณะการพบกันระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นกับวัฒนธรรมตะวันตกเพื่อนำเสนอความแปลกใหม่เช่น ขนมปังใส่หมูชะมวง ชะมวงชีสโทสต์ Sourdough Focaccia Chamuang Quesadilla กระจวาน สลัดผลไม้ น้ำพริกเกลือ เป็นต้น และเกิดพื้นที่ใหม่ ๆ ในการเสนออัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นจับตามร้านกาแฟอีกด้วย ในยุคนี้พบกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านอาหารโดยเฉพาะ เช่น เทศกาลออกไปกิน เทศกาลกินปูจับที่ เทศกาลของดีเมืองจันทร์ Chan Fun Fresh 2022 งาน Food Fair ถนนคนเดิน กิจกรรมวิ่งเข้าสวนชวนกินผลไม้และอาหารท้องถิ่น งานขนมพื้นบ้านอาหารพื้นถิ่นสืบสานศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น ทำให้อาหารท้องถิ่นจับทุรีเป็นที่รู้จักและต่อยอดสิ่งที่กำลังจะสูญหายให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

การปรับตัวของอาหารท้องถิ่นในยุคนี้พบว่าในระดับเปลือก อาหารยังคงมีปรับประยุกต์ผสมผสานเมนูใหม่ขึ้นมาให้ดูร่วมสมัยเป็นการทลายเส้นแบ่งระหว่างความเป็นท้องถิ่นกับความเป็นตะวันตก เป็นการแสดงให้เห็นถึงการปรับตัวของอาหารท้องถิ่นจับทุรีตามทิศทางของอัตลักษณ์ในลักษณะการรักษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมของตนเองและปรับวัฒนธรรมใหม่เข้ามาด้วย (Bicultural Identity) นอกจากนี้พื้นที่การบริโภคก็ถูกขยายออกมายุ่งตามร้านกาแฟ ตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ส่วนการปรับตัวในระดับกระพี้ มีการปรับวัตถุดิบบางอย่างที่ไม่ใช่วัตถุดิบหลักเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจอย่างเมนูไก่ชะมวง และการปรับรูปลักษณะบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างจุดขายอย่างก๋วยเตี๋ยวเสียบในภาชนะแบบใหม่ การปรับตัวในยุคนี้ แม้ไม่มีการอิงตำราอาหารแบบดั้งเดิมแต่มีการปรับประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัยแต่สิ่งที่ยังคงไว้ในขั้นแก่น คือวัตถุดิบท้องถิ่นส่วนประกอบที่บ่งบอกได้ถึงความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดจับทุรีทั้ง เร็ว กระจวาน ใบชะมวง นอกจากนี้ วิธีการผลิตและรสชาติดั้งเดิม ชาวจับทุรีก็ยังคงไว้ควบคู่กันไปเพื่อรักษาอัตลักษณ์ตัวตนของคนจับทุรี แม้จะมีการปรับประยุกต์ให้สอดคล้องกับบริบททางการท่องเที่ยวและวิถีชีวิตที่ร่วมสมัยก็ตาม



ภาพที่ 1 แผนภาพแสดงการปรับตัวอาหารท้องถิ่นจันทบุรี



จากแผนภาพแสดงการปรับตัวของอาหารท้องถิ่นจันทบุรีข้างต้น หากเชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องการปรับตัวโดยแบ่งตามทิศทางของอัตลักษณ์พบว่า กระบวนการปรับตัวทางวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของชาวจันทบุรี มีการรักษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมของตนเองและปรับรับวัฒนธรรมใหม่มาด้วย (Bicultural Identity) คือ ตั้งแต่ยุคอาหารแปรรูปเพื่อเป็นของฝาก (พ.ศ.2541– 2550) เป็นต้นมา อาหารท้องถิ่นจันทบุรีได้ปรับตัวมาเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ มีการสร้างสรรค์ปรับประยุกต์เมนูอาหารที่ผสมผสานระหว่างท้องถิ่นกับอาหารตะวันตกหลากหลายชนิด แต่สิ่งที่ยังคงรักษาอัตลักษณ์ไว้คือการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ มีการผลิตโดยใช้สูตรอาหารตามต้นตำรับและยังรักษาอัตลักษณ์รสชาติอาหารแบบดั้งเดิมให้คงอยู่ไว้ และหากเชื่อมโยงกับองค์ประกอบด้านการสื่อสารพบว่า ด้านตัวผู้ส่งสาร (Sender) ในยุคอาหารในครัวเรือนคือ แม่ ปู่ย่า ตายาย ซึ่งมีบทบาทในการถ่ายทอด ประกอบปรุงอาหารให้กับคนในครอบครัว เมื่อเข้าสู่ยุคอาหารในงานบุญ ผู้ส่งสารเปลี่ยนผ่านเป็นชาวบ้านในชุมชน เจ้าของงานบุญหรือเพื่อนบ้านที่มาช่วยกันทำอาหาร เมื่อเข้าสู่ยุคอาหารเพื่อเป็นของฝากเป็นต้นมา รัฐเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ทำให้บทบาทของผู้ส่งสารมาอยู่ที่หน่วยงานรัฐเป็นหลัก แต่กระนั้นผู้ส่งสารที่อยู่ในครัวเรือนและในชุมชนท้องถิ่นก็ยังมีบทบาทอยู่ในครอบครัวและชุมชนท้องถิ่นควบคู่กันไปด้วย ส่วนด้านสาร (Message) ในยุคอาหารในครัวเรือนมีรูปแบบตามต้นตำรับดั้งเดิมที่ได้ถูกสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ถือเป็นยุคที่อาหารท้องถิ่นจันทบุรีมีความเป็นเดิมแท้ (Authenticity) เมื่อยุคอาหารแปรรูปเพื่อเป็นของฝาก อาหารถูกนำมาแปรรูปเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเมื่อเข้าสู่ยุคอาหารหรือฟู้ดอาหารเก่ามาเล่าใหม่เป็นต้นมา มีการประยุกต์แบบร่วมสมัยทั้งการนำผลไม้มาทำเป็นอาหารคาว การผสมผสานอาหารท้องถิ่นเข้ากับอาหารตะวันตก แต่ยังคงร่องรอยของวัตถุดิบส่วนประกอบที่บ่งบอกได้ถึงความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรี ส่วนด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) จากพื้นที่การสื่อสารอาหารในครัวเรือน กระจายออกสู่พื้นที่ทางพิธีกรรมในยุคอาหารในงานบุญ และตั้งแต่ยุคอาหารแปรรูปเพื่อเป็นของฝากเป็นต้นมา ช่องทางการสื่อสารมีเพิ่มมากขึ้นทั้งสื่อกิจกรรม เทศกาลอาหาร สื่อออนไลน์ สื่อบรรจุภัณฑ์ ตามร้านอาหาร ร้านกาแฟ ส่วนด้านผู้รับสาร (Receiver) จากคนกินอาหารภายในครัวเรือน ขยายสู่ผู้รับสารในชุมชนที่มาร่วมงานบุญงานพิธี เมื่อเข้าสู่ยุคอาหารแปรรูปเพื่อเป็นของฝากเป็นต้นมา ผู้รับสารขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเป็นกลุ่มคนนอกและนักท่องเที่ยว โดยมีภาพจำในเรื่อง เมืองผลไม้ และอาหารทะเลสดเป็นตัวนำให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยว

การปรับตัวในแต่ละยุคสมัยของอาหารท้องถิ่นจันทบุรีในบริบทของการท่องเที่ยวทำให้พบคุณลักษณะการปรับตัวด้านบทบาทหน้าที่ของอาหาร จากยุคอาหารในครัวเรือน อาหารทำหน้าที่เพื่อการดำรงชีวิต เมื่อเข้าสู่ยุคอาหารแปรรูปเพื่อเป็นของฝากเป็นต้นมา ถูกยกระดับเป็นสินค้าในเชิงพาณิชย์ทำให้มีบทบาทการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น นอกจากทำหน้าที่สะท้อนอัต



ลักษณะตัวตนของคนเมืองจันทแล้ว หลังจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 เริ่มคลี่คลายลง กิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเริ่มกลับมาคึกคักอีกครั้ง อาหารท้องถิ่นจันทจึงมีบทบาทที่ด้านการท่องเที่ยวที่เด่นชัดขึ้นทั้งด้านการสืบสานอนุรักษ์ภูมิปัญญาที่มีคุณค่าของท้องถิ่นจากการรื้อฟื้นอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นที่สูญหายถูกนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวอีกครั้งในยุคที่รื้อฟื้นอาหารเก่ามาเล่าใหม่ เกิดแหล่งท่องเที่ยวตามชุมชนหมู่บ้านที่มีการนำภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นมาเป็นจุดขาย จึงทำให้เกิดการสร้างอาชีพให้กับคนในท้องถิ่นสามารถพึ่งพาตนเองได้ อาหารท้องถิ่นถูกขึ้นโต๊ะตามร้านและแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ และปัจจุบันจันทบุรีอยู่ในช่วงการขับเคลื่อนสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของ UNESCO (City of Creative Gastronomy) เป็นการยกระดับให้อาหารท้องถิ่นสู่สากลและต่อยอดเชิงธุรกิจในอนาคต พบว่ามีการจัดกิจกรรมสะท้อนอัตลักษณ์อาหารเมืองจันทภายใต้แนวคิด “จากภูผา สู่มหานครที่ประเพณีวิถีจันท” โดยนำเสนอสมุนไพรถิ่นจันทที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย เป็นการนำอาหารเพื่อการท่องเที่ยวมาเชื่อมโยงกับเรื่องสุขภาพ และในปีพ.ศ. 2565 จันทบุรีเป็นจังหวัดนำร่องแห่งแรกในโครงการ อาหารเป็นยาของกระทรวงสาธารณสุขเพื่อส่งเสริมอาหารสมุนไพรมีคุณค่าและเป็นอัตลักษณ์และสร้างการตระหนักรู้ในสรรพคุณของสมุนไพรมักผลไม้มือเมืองจันท มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ให้ประชาชนเริ่มปลูกเริ่มรับประทาน กินอาหารตามธาตุปรับสมดุลให้ร่างกาย ดังนั้น อาหารท้องถิ่นจันทบุรี จึงมีบทบาทในมิติด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น เกิดการอบรมบ่มเพาะให้คนได้ตระหนักถึงสิ่งที่จะนำเข้าสู่ร่างกาย โดยในอนาคตอันใกล้ร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการอาหารเป็นยา จะมีสื่อเมนูสำหรับจันทเพื่อสุขภาพ พร้อมข้อมูลทางโภชนาการให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงอัตลักษณ์และคุณค่าของอาหารท้องถิ่นจันทในมิติด้านสุขภาพอีกด้วย

อภิปรายผล

การปรับตัวด้านอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นจันทบุรี เมื่อได้ถูกนำมาแขวนอยู่ในบริบททางการท่องเที่ยวจะพบว่าการปรับตัวปรับตัวเองอยู่เรื่อย ๆ ตามกระแสการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปด้วยปัจจัยทั้งพลังอำนาจของนักท่องเที่ยว องค์กรหน่วยงานที่เข้ามาส่งเสริมสนับสนุน ทำให้คนในท้องถิ่นจันทบุรีสร้างอัตลักษณ์ด้านอาหารท้องถิ่นที่โดดเด่นชัดเจนขึ้นมาเพื่อทำให้น่าสนใจและสามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว การปรับตัวดังกล่าวสอดคล้องกับ Berry และคณะ ที่ได้อธิบายถึงวัฒนธรรมทุกชนิดเมื่อสร้างสรรค์ตัวเองขึ้นมาแล้วก็จำเป็นต้องมีการปรับตัวหรือปรับประยุกต์ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปและมีแต่วัฒนธรรมที่สามารถปรับตัวให้สำเร็จเท่านั้นจึงจะดำรงอยู่ต่อไปได้ส่วนวัฒนธรรมที่ปรับตัวไม่ได้หรือปรับประยุกต์ไม่ไหวก็ต้องสูญสลายไป (Berry, J. W. et al, 1987) และสอดคล้องกับแนวคิดของกาญจนา แก้วเทพ ที่ได้อธิบายถึงธรรมชาติของวัฒนธรรมจะมีลักษณะแบบทวิลักษณ์ (dualism) เปรียบเสมือนเหรียญสองด้าน โดยที่ด้านหนึ่งนั้นทำหน้าที่



อนุรักษ์เพื่อรักษาความคงตัวต่อต้านความเปลี่ยนแปลงและเป็นต้นแบบดั้งเดิมได้รู้รูปแบบที่ถูกต้องนั้นเป็นอย่างไร ในขณะที่อีกด้านหนึ่งนั้นวัฒนธรรมก็ทำหน้าที่ในการปรับประยุกต์เพื่อความต่อเนื่องและความอยู่รอด ซึ่งอาจจะมีรูปแบบที่ผิดเพี้ยนไปจากของเดิมบ้าง (กาญจนา แก้วเทพ, 2553) ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ แกงหมูชะมวง ซึ่งตามต้นตำรับดั้งเดิมต้องใช้วัตถุดิบเนื้อสัตว์ที่เป็นเนื้อหมูแต่ช่วงที่เนื้อหมูมีราคาสูง พบว่าร้านอาหารบางแห่งมีการนำเนื้อไก่มาเป็นวัตถุดิบแทน เป็นแกงไก่ชะมวง แต่ยังคงใช้สูตรเดิมและวัตถุดิบที่ขาดไม่ได้คือใบชะมวง แม้จะเป็นพืชที่พบได้ทุกภาคในประเทศไทยแต่เมนูดังกล่าวเป็นอาหารท้องถิ่นที่ตั้งเดิมที่อยู่คู่กับชาวจันทบุรีมาอย่างยาวนานจนเป็นที่รู้จักและมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ นอกจากนี้ยังมีการปรับแบบผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นบวกความเป็นตะวันตกอย่างเมนู ชนมปังหมูชะมวง เครปค์กกระวาน ชะมวงชีสโฮสต์ Sourdough Focaccia Chamuang Quesadilla กระวาน สลัดผลไม้ น้ำพริกเกลือ เป็นต้น รวมถึงการปรับตัวเพื่อรองรับด้านรสชาติอาหารให้ถูกปากนักท่องเที่ยว แต่เจ้าของวัฒนธรรมเองยังต้องใช้วิจารณญาณในการปรับเพื่อไม่ให้สูญเสียอัตลักษณ์เดิมโดยให้พบเจอกันตรงกลางทั้งสองฝ่าย ดังนั้น การปรับตัวของวัฒนธรรมจึงควรมีทั้งด้านที่อนุรักษ์และด้านที่ปรับประยุกต์ไว้ทดทานอำนาจซึ่งกันและกันเพื่อก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างวัฒนธรรมตามข้อเสนอของทิพย์พู่ กฤตสุนทร ที่กล่าวถึงวัฒนธรรมแต่ละชนิดไม่น่าจะต้องมีลักษณะเหมือนกันทั้งหมดแต่ควรมีความหลากหลายไว้ช่วยเกื้อกูลกันเพื่อให้ยังคงทำหน้าที่ตอบสนองภารกิจของชุมชนและนำมาซึ่งความยั่งยืนของวัฒนธรรมในอนาคต (ทิพย์พู่ กฤตสุนทร, 2554) สอดคล้องกับแนวคิดการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมของ Raymond Williams ที่ได้อธิบายว่าวัฒนธรรมต่าง ๆ ล้วนถูกผลิตปรากฏให้เห็นอยู่เสมอ หากวัฒนธรรมที่ถือกำเนิดขึ้นมาใหม่ไม่ได้รับการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดในครั้งต่อไป วัฒนธรรมใหม่นั้นก็จะมีอายุเพียงสั้น ๆ แล้วสูญหายไป ดังนั้นกระบวนการผลิตทางวัฒนธรรมจึงนับว่าเป็นกระบวนการที่รองรับความยั่งยืนของวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ (Williams, R, 1981)

ตั้งแต่ยุคอาหารแปรรูปเพื่อเป็นของฝากเป็นต้นมา อาหารท้องถิ่นจันทบุรีได้ถูกประกอบสร้างขึ้นมาจากกระบวนการทางสังคมด้วยอิทธิพลจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รูปแบบใหม่ที่เข้ามาแทนที่แบบเดิม รวมไปถึงระบบเศรษฐกิจ นโยบายจากภาครัฐ เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเลื่อนไหลไปตามบริบท ตามแนวคิดของ Berger & Luckman ที่ได้ อธิบายว่า อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นโดยกระบวนการทางสังคมซึ่งเมื่อตกผลึกแล้วอาจมีความคงที่ปรับเปลี่ยนหรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นหลัก (Berger, P. & Luckmann, T, 1967) อาหารท้องถิ่นจันทบุรีจึงมีการเปลี่ยนแปลงตัวเอง เพื่อให้ดำรงอยู่ได้ตามแนวทางการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Cultural reproduction) ที่เป็นกระบวนการสำคัญที่รองรับความยั่งยืนของวัฒนธรรม (Williams, R, 1981) การผลิตซ้ำของอาหารท้องถิ่นจันทบุรีปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยนั้น ผู้ประกอบการในท้องถิ่น (Sender) และ



นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว (Receiver) ส่วนใหญ่ก็ยังมีความต้องการให้รสนิยม (Taste) ในการบริโภคอาหารท้องถิ่นจันทบุรีเป็นรสนิยมที่ก้าวกระหว่างการได้รับความชอบธรรม ยกย่องและรสนิยมที่แพร่หลาย (middle brow taste) ตามแนวคิดของ Bourdieu (อ้างถึงใน (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานนท์, 2544) ที่หมายถึงรสนิยมของกลุ่มกระแสป็อนซ์ที่ยอมรับและพยายามที่จะเรียนรู้และเข้าใจสิ่งที่สังคมยอมรับว่าดี โดยจะไม่ทำตามบางอย่างเนื่องจากเห็นว่าไม่เหมาะสมกับสภาพของตนเองเป็นอยู่ ซึ่งเป็นรสนิยมของชนชั้นกลางที่นิยมชมชอบความเป็นดั้งเดิมแต่มีคุณค่า (tradition) (สมสุข หินวิมาน, 2558) เพราะส่วนใหญ่แล้วจุดประสงค์ของนักท่องเที่ยวยอมรับต้องการประสบการณ์จากการบริโภคอาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบในท้องถิ่น ขณะเดียวกันก็ยังได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากเดิม แม้บรรยากาศการท่องเที่ยวจะมีการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย แต่ความเป็นพลังท้องถิ่นของคนจันทบุรีก็เรียนรู้ที่จะปรับตัวให้เข้ากับบริบทที่เปลี่ยนไปโดยยึดหลักในการรักษาแก่นแท้เอาไว้ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ ได้ให้ข้อเสนอในการปรับเปลี่ยนที่เป็นคุณค่าต่อชุมชนคือ การเปลี่ยนแปลง ปรับกระพุ่มและรักษาแก่นเอาไว้และจะต้องกำกับด้วยหลักสิทธิเจ้าของวัฒนธรรมในการตัดสินใจและตกลงร่วมกัน โดยมองที่ตัวเองซึ่งเป็นเจ้าของวัฒนธรรมและมองคนอื่นและหาจุดยืนร่วมกันตรงกลาง (กาญจนา แก้วเทพและคณะ, 2554) เนื่องจาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องไปทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่นเสมอไป ถ้าเจ้าของวัฒนธรรมตกลงกันได้เพราะทุกวันนี้เราเอาความเป็นท้องถิ่นมาขาย แต่จะขายอย่างไรโดยให้มีศักดิ์ศรีของตัวเองอยู่ด้วย การปรับเปลี่ยนก็ต้องปรับในสิ่งที่ยอมรับร่วมกันได้เพราะวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ต้องปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาเช่นกัน

องค์ความรู้ใหม่

ในการปรับตัวของอาหารท้องถิ่นจันทบุรีท่ามกลางกระแสการท่องเที่ยวที่เป็นนโยบายหลักของประเทศ แม้จะเป็นการปรับตัวไปตามนโยบายจากอำนาจของหน่วยงานภาครัฐเพื่อการยกระดับเศรษฐกิจความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนจันทบุรี รวมถึงเป็นการปรับให้ทันยุคทันสมัยในบริบทการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปตามพลวัต แต่เป็นการปรับตัวที่เจ้าของวัฒนธรรมหรือคนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการปรับประยุกต์และตกลงเห็นชอบร่วมกัน สิ่งที่ยังดำรงอยู่ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงของอาหารท้องถิ่นจันทบุรีคือ คุณค่า ความหมายที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตวัฒนธรรมที่สะท้อนความเป็นตัวตนคนจันทบุรีรวมไปถึงรสชาติดั้งเดิมและวัตถุดิบหลักในท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็น “แก่นแท้” ที่ชาวจันทบุรียังรักษาเอาไว้เพื่อความยั่งยืนและคงอยู่ไม่สูญสลายไปของวัฒนธรรมด้านอาหารท้องถิ่นที่สืบทอดต่อกันมาดังแผนภาพการเปรียบเทียบที่แสดง ดังนี้



	ยุคอาหารในครัวเรือน	ยุคอาหารในงานบุญ	ยุคอาหารแปรรูปเพื่อเป็นของฝาก	ยุคหรือพื้นอาหารเก่ามาเล่าใหม่	ยุคกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว
เลือก		-พื้นที่การประกอบ -พื้นที่การบริโภค	-ส่วนประกอบ -รูปลักษณ์/บรรจุภัณฑ์ -ช่องทางเผยแพร่/จำหน่าย	-ประยุกต์ส่วนประกอบ -รื้อฟื้นอาหารดั้งเดิม -ช่องทางเผยแพร่/จำหน่าย	-ส่วนประกอบ -พื้นที่การบริโภค -ช่องทางเผยแพร่/จำหน่าย
กะพี้	-รสชาติ กลิ่น สี สัน รูปลักษณ์ วิธีการประกอบ วิธีการบริโภคตามธรรมเนียมในครอบครัว	-กระบวนการผลิต -วัตถุดิบหลัก	-รูปลักษณ์เปลี่ยนตามลักษณะการแปรรูป	-รูปลักษณ์เปลี่ยนตามลักษณะการแปรรูป -ปรับรสชาติ ลดหวาน ลดเค็ม	-รูปลักษณ์เปลี่ยนตามลักษณะการแปรรูป -ผสมผสานใหม่ ความร่วมมือ
แก่น	- วัตถุดิบหลัก เร็ว กระวาน ชะมวง สมุนไพร - รสชาติดั้งเดิม -สูตรอาหาร -คุณค่า/ความหมาย				

ภาพที่ 2 แผนภาพเปรียบเทียบการปรับตัวอาหารท้องถิ่นจันทบุรีตามแนวคิดต้นไม้แห่งคุณค่า

หลังวิกฤตโรคระบาด Covid-19 การท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีค่อย ๆ ฟื้นตัวขึ้นมาอีกครั้ง อาหารท้องถิ่นจันทบุรีได้ถูกปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ด้านสุขภาพขึ้นมาอีกบทบาทหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการใช้พลังความเป็นท้องถิ่นในการขับเคลื่อนบทบาทดังกล่าวและดำเนินการโดยเจ้าของวัฒนธรรมเอง มีการสร้างความตระหนักรู้ให้คนจันทบุรีหันมาเริ่มปลูก และหันมาบริโภคอาหารพื้นบ้านที่ทำจากวัตถุดิบที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น มีการจัดเป็น สำหรับจันทบุรีภายใต้แนวคิด “อาหารเป็นยารักษาคนจันทบุรี” ซึ่งเริ่มทำการขับเคลื่อนตั้งแต่กลางปี พ.ศ.2565 เป็นต้นมา มีการณรงค์ให้รับประทานอาหารตามธาตุเพื่อปรับสมดุลให้ร่างกาย ซึ่งกระบวนการปรับตัวด้านบทบาทหน้าที่ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการใช้หลักการระเบิดจากข้างในที่มีการสร้างความเข้มแข็งให้คนในชุมชนมีสภาพพร้อมที่จะรับการปรับตัวและพัฒนาเสียก่อนแล้วจึงค่อยขยายผลในวงกว้างออกไปสู่คนภายนอกหรือนักท่องเที่ยวให้เกิดภาพจำว่าจันทบุรีคือ เมืองอาหารเป็นยา และพัฒนาต่อเพื่อขับเคลื่อนให้จันทบุรีเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (City of Creative Gastronomy) ต่อไปในอนาคต

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ปัจจุบันอาหารท้องถิ่นจันทบุรีมีการปรับตัวไปตามบริบททางการท่องเที่ยว ธรรมเนียม และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ เอกชน



ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีส่วนในการขับเคลื่อนและยกระดับอาหารท้องถิ่นให้เป็นสากลนั้น ในการปรับตัวด้านบทบาทหน้าที่ที่ต้องรักษาหน้าที่เดิมอย่างต่อเนื่องและสร้างบทบาทหน้าที่ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และในการปรับตัวของอาหารท้องถิ่นจันทน์ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยวแม้จะใช้หลักการประยุกต์หรือพลิกผันคุณลักษณะบางประการเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ใหม่ ลดทอนหรือถอดรื้อสิ่งเก่าออกไปบ้าง ก็ควรรักษาแก่นแท้คือวัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อให้คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์เดิมและความเป็นตัวตนของคนจันทบุรี สิ่งที่สำคัญในการปรับประยุกต์อาหารท้องถิ่นตามนโยบายของภาครัฐและเอกชนควรคำนึงถึง สิทธิเจ้าของวัฒนธรรม ในการนำไปเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมภาพลักษณ์และยกระดับการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ยังคงอัตลักษณ์ ความหมาย คุณค่าและรักษาความเป็นวัฒนธรรมร่วมของชุมชนท้องถิ่นและเพื่อเป็นการต่อยอดอัตลักษณ์ของจันทบุรีที่เป็นเมืองแห่งอาหารเพื่อสุขภาพให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรม ผู้ประกอบการร้านอาหาร ควรมีการจัดทำสื่อเพื่อสร้างการรับรู้เช่น ป้าย ตามโต๊ะอาหารให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบเรื่องราวที่มาของอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นและคุณประโยชน์จากเมนูที่ได้เลือกรับประทาน รวมถึงการกระจายช่องทางการสื่อสารในลักษณะอื่นเช่น QR Code หรือ Platform ออนไลน์ที่คนทั่วไปและนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ รวมไปถึงการรวบรวมจัดการข้อมูลเกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นตั้งแต่ในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ อย่างเป็นระบบระเบียบจะช่วยให้องค์ความรู้คงอยู่ไว้ให้คนรุ่นหลังได้ศึกษาค้นคว้าและนำมาต่อยอดอย่างสร้างสรรค์ต่อไปในอนาคต และผลจากการศึกษาครั้งนี้สามารถขยายการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นที่ว่า เมื่ออาหารท้องถิ่นจันทบุรีมีการปรับตัวในพื้นที่ทางการท่องเที่ยวแล้วมีการสื่อสารอัตลักษณ์ออกมาอย่างไร หรือความยั่งยืนของอาหารท้องถิ่นจันทบุรีในพื้นที่การท่องเที่ยว เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความเรื่องการปรับตัวด้านอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นจันทบุรีในบริบทการท่องเที่ยว จากเนื้อหาที่นำเขียนในบทความฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง การสื่อสารอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นจันทบุรีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผู้วิจัยได้นำมาปรับเนื้อหาให้เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบททางการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- กาญจน์ กรณีย์. (24 สิงหาคม 2564). อาหารท้องถิ่นจันทน์ในอดีต. (นายวิษณุเนศวร ทะกอง, ผู้สัมภาษณ์)
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). การบริหารจัดการวัฒนธรรมพื้นบ้านแบบมีส่วนร่วมด้วยนวัตกรรม การวิจัย. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.



- กาญจนา แก้วเทพและคณะ. (2554). สื่อพื้นบ้านศึกษาในสายตานิติศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ทิพย์พชร กฤตสุนทร. (2554). สายธารแห่งการศึกษาการปรับตัวทางวัฒนธรรม. ใน สื่อพื้นบ้านศึกษาในสายตานิติศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ธนู อนุรักษ์พร. (7 ตุลาคม 2564). บทบาทของกรมพัฒนาชุมชนในการส่งเสริมด้านอาหารท้องถิ่น. (นายวิชนเศวร ทะกอง, ผู้สัมภาษณ์)
- เชียรชัย อิศรเดชและคณะ. (2547). สื่อพื้นบ้านกับการพัฒนาท้องถิ่น: กรณีโนราของภาคใต้. วารสารนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 22(3), 30-44.
- ประภาพรพรณ ฉัตรมาลัย. (22 สิงหาคม 2564). อาหารท้องถิ่นจันทน์ในยุคครัวเรือน. (นายวิชนเศวร ทะกอง, ผู้สัมภาษณ์)
- ผู้จัดการออนไลน์. (2561). เปิดวิสัยทัศน์ รัฐมนตรีเมืองรอง วีระศักดิ์ โควสุรัตน์ ชู จันทบุรี ขึ้นแท่น ต้นแบบ เมืองรอง”. เรียกใช้เมื่อ 23 สิงหาคม 2563 จาก https://mgronline.com/travel/detail/961000_0094802
- รัตติกาล เจนจัด. (2556). สื่อสาร อาหาร สุขภาพ. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- สมรักษ์ ชัยสิงห์กานนท์. (2544). รสนิยม: ภาษาในสังคมไทยยุคบริโภคนิยม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมสุข หินวิมาน. (2558). ได้กินไข่ดาวสดๆ คาวๆ หอมๆ ฟุ้งๆ อย่าลืมบ้านทุ่งที่กินผักบุ้งแกงคั่ว: การสื่อสารอาหารข้ามชาติในกระแสโลกาภิวัตน์. วารสารศาสตร์, 8(1), 81-120.
- สำนักงานจังหวัดจันทบุรี. (2564). แผนพัฒนาจังหวัดจันทบุรี พ.ศ.2566-2570. จันทบุรี: กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดจันทบุรี.
- สุนี ศักดาเดช. (2549). อาหารท้องถิ่น เอกสารคำสอน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. จันทบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- โสรัจจ์ วิสุทธิ์แพทย์. (2557). ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น: การจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อร่าม อรรถเจตีย์. (8 มีนาคม 2565). ความหลากหลายของอาหารจันทน์. (นายวิชนเศวร ทะกอง, ผู้สัมภาษณ์)
- อุกฤษณ์ วงศ์ทองสาลี. (5 กุมภาพันธ์ 2565). รสชาติอาหารท้องถิ่นจันทน์. (นายวิชนเศวร ทะกอง, ผู้สัมภาษณ์)
- Ashley, B. et al. (2004). Food and Cultural Studies. London: Routledge.



- Berger, P. & Luckmann, T. (1967). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Great Britain: Penguin Book.
- Berry, J. W. et al. (1987). Comparative Studies of Acculturative Stress. *The International Migration Review*, 21(3), 491-511.
- Williams, R. (1981). *Culture*. London: Fontant Press.