

การส่งเสริมอาหารไทย 4 ภาค ตามแนวคิดการตลาดเล่าเรื่อง

Using Storytelling Marketing Concepts to Promote Thai Cuisine in 4 Regions

◆ ศรัญญา เนียมฉาย

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการโรงแรม ภาควิชาอุตสาหกรรมบริการ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Saranyaa Niemchai

Lecturer of Services Business Management (Major in Hotel), Faculty of Business

Administration, Ramkhamhaeng University, E-mail : Saranyaa.niemchai@gmail.com

◆ โกสินทร์ ปานแย้ม

อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการโรงแรมและรีสอร์ท คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี

Kosin Panyaem

Lecturer, Department of Hotel and Resort Management, Faculty of Hospitality Industry,

Dusit Thani College, E-mail : Kosin.pa@dtc.ac.th

◆ นราธิป วัฒนภาพ

อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการโรงแรมและรีสอร์ท คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี

Narathip Wattanaparb

Lecturer, Department of Hotel and Resort Management, Faculty of Hospitality Industry,

Dusit Thani College, E-mail : Narathip.wa@dtc.ac.th

◆ ทวีเดช วัฒนกุล

อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการโรงแรมและรีสอร์ท คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี

Thaweedej Tawatnagul

Lecturer, Department of Hotel and Resort Management, Faculty of Hospitality Industry,

Dusit Thani College, E-mail: Thaweedej.ta@dtc.ac.th

Abstract

It is undeniable that Thai cuisine is one of the most popular and favorite food of people all over the world. Using storytelling to strengthen in Thai dishes will allow foreigner or travelers to experiences of authenticity, inspirational and creativity in each individual dish. As a consequent, storytelling is one of the most powerful marketing tools that can help to reflect the individuality of Authentic Thai cuisine. Therefore, apply a content marketing approach will add value to a brand amazingly and create the uniqueness story to dishes.

Especially, in different part of regional cuisine has its own characteristic identity. According to the cultural and traditional way of life. Moreover, the different food sources and materials from different part of four regions that blended in Thai cuisine. For example, it can be the variety of ingredients, herbs or special unique blend of tastes. In doing so, it is highly recommended for entrepreneurs to apply the storytelling concept to the principle of Menu Engineering. This will allow the opportunity to integrate the background story of each dishes into menu for add up the value to provide the best service experience to your customer.

Keywords: Local Food, Storytelling, Revenues increase, Menu Engineering, Food tourism

บทคัดย่อ

ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าอาหารไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทั้งในด้านความมีชื่อเสียงและเป็นที่โปรดปรานของคนทั่วโลก การทำการตลาดแบบเล่าเรื่องกับอาหารไทยที่สะท้อนถึงวิถีถิ่นนั้นเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างน่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเอกลักษณ์ของอาหารไทยทั้ง 4 ภาคที่มีความแตกต่างกันแต่เป็นที่ชื่นชอบในการรับประทานและได้รับการยอมรับในเรื่องของเอกลักษณ์ด้านรสชาติและความหลากหลายของอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถนำแนวคิดดังกล่าวไปปรับใช้กับหลักการของ Menu Engineering ที่อาจจะใส่เรื่องราวความเป็นมาของอาหารแต่ละจานลงไปในตัวเมนูอาหารเพื่อเพิ่มมูลค่าในการให้บริการแก่ลูกค้าได้เช่นกัน บทความนี้จะได้นำเสนอแนวคิดในการทำการตลาดแบบเล่าเรื่องจากอาหารทั้ง 4 ภาคโดยนำความโดดเด่นของงานอาหารมาสร้างเป็นเรื่องราว เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารในการเพิ่มมูลค่าและสร้างเรื่องราวให้กับงานอาหารเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับอาหารแต่ละจานได้อย่างน่าสนใจ

คำสำคัญ : อาหารพื้นถิ่น การตลาดเล่าเรื่อง การเพิ่มยอดขาย Menu Engineering การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

บทนำ

ในการดำรงชีวิตของมนุษย์นั้น อาหารถูกจัดเป็น 1 ใน 4 ปัจจัยที่มนุษย์จำเป็นต้องพึ่งพา จึงได้เกิดสำนวนที่ว่า ‘กินเพื่ออยู่’ ซึ่งหมายถึง คนที่ไม่เรื่องมากในการกิน มีอะไรก็กินเพื่อที่จะมีแรงต่อสู้กับการงานต่อไป แต่ดูจะไม่ตรงกับกรกินของมนุษย์ในปัจจุบันเพราะมนุษย์ต้องการได้รับประสบการณ์ในการกินอาหารแต่ละมือนั้นคงเป็นเพราะว่าการผลิต ประมง และกินอาหารเป็นกิจกรรมที่ผูกพันกับวัฒนธรรมการดำรงอยู่ของมนุษย์มาอย่างยาวนาน นับตั้งแต่แรกเริ่ม การทำเกษตรกรรมเพื่อผลิตวัตถุดิบ การปรุงอาหารซึ่งพัฒนาเรื่อย ๆ จนสามารถนับได้ว่าเป็นศิลปะแขนงหนึ่ง ที่สามารถถ่ายทอดภูมิปัญญาและวิถีชีวิต ของแต่ละท้องถิ่นอย่างประมาณค่าไม่ได้ (Pongwiritthon, Pakvipak, & Kantawongwan, 2016)

จากข้อมูล National Restaurant Association และ Food Ingredients Asia ปี 2561 ได้พยากรณ์ว่าอาหารที่มีส่วนประกอบวัตถุดิบในท้องถิ่นกำลังเป็นกระแสที่น่าจับตามองในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

จึงมีการพูดถึงเมนูในร้านอาหารที่เรียกกันว่า Farm to table อยู่แพร่หลาย แนวโน้มร้านอาหารประเภทนี้จะมีมากขึ้นและหลายร้านอาหารกำลังหาช่องทางหาประโยชน์กับสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นเหล่านี้ (Pragattakomol & Taylor, 2018)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์ เต็มไปด้วยพืชพันธุ์ธัญญาหารครบถ้วนบริบูรณ์ ทำให้ประเทศไทยมีวัตถุดิบในการทำอาหารมากมายจนเรียกได้ว่าเป็นครัวของโลก ภายใต้แนวทางการพัฒนาแบบ Thailand 4.0 มีการกล่าวถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมไปกับการพัฒนา กระบวนการผลิตของภาคเกษตร (Food Innopolis) โดยจะมุ่งเน้นประสบการณ์สัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ฟาร์มข้าวและ ไร่ผลไม้อร์แกนิก รวมทั้งการส่งเสริมอาหารเพื่อสุขภาพ (Jones & Pimdee, 2017) ซึ่งสอดคล้องกับองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ที่ได้ทำการตีพิมพ์รายงาน Global Report on Food Tourism ซึ่งได้กล่าวถึง แนวโน้มการท่องเที่ยวที่กำลังมาแรงและน่าจับตามอง คือ ‘เที่ยวเพื่อกิน’ หรือ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) ซึ่งมีการวิจัยที่ค้นพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง จะมีการใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มคิดเป็น 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่าย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวมักจะมองหาอาหารท้องถิ่นที่มีความแปลกใหม่ในแต่ละที่ที่เดินทางไปเพราะถือว่าอาหารมีความผูกพันกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น (Pruksorranan, Wisansing, & Vongvisitsin, 2017) เช่น ข้าวหอมมะลิจากภาคอีสานของไทย อกุ่นจากไร่ในแคว้นทางใต้ของฝรั่งเศส ประเพณีการดื่มชาแบบอังกฤษ หรืออาหาร Washoku ของญี่ปุ่น การสร้างเรื่องราวให้อาหารพื้นถิ่นเป็นหนึ่งในวิธีการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการสร้างเรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าให้กับอาหารจานนั้น ๆ ให้ดูมีความน่าสนใจ แปลกใหม่และน่าค้นหา (Roy, Hall, & Ballantine, 2017) ผลที่ตามมาทำให้อาหารจานนั้น ๆ ขายได้ และถือเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต้องลงทุนสูงเหมือนการโฆษณา โดยมีเทคนิคในการสร้างเรื่องราวของแบรนด์ (Brand Story) คือ การแสดงให้เห็น โดยทำให้ผู้บริโภครู้สึกหรือสัมผัสได้ โดยการใช้ถ้อยคำ ข้อความ และรูปภาพที่กระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกให้คล้อยตามได้

อาหารไทยกลายเป็นอาหารที่นิยมทั่วโลกเนื่องจากรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งเกิดจากการผสมผสานอย่างกลมกล่อมของรสหวาน รสเปรี้ยว และรสเค็ม นอกจากนั้นยังมีรสเผ็ดร้อนของพริกที่เพิ่มรสชาติอาหารไทยให้เป็นที่ยอมรับของชนทุกชั้นทั้งคนไทยและชาวต่างชาติทั่วโลก อาหารไทยเป็นการรวบรวมสุดยอดศิลปะการปรุงอาหารของชาวเอเชียตะวันออก ไม่ว่าจะเป็นการปรุงอาหารแบบซีฉวนของจีนหรือของชาวมาเลย์ การปรุงอาหารด้วยกะทิที่มีต้นกำเนิดจากอินเดียตอนใต้ และการใช้เครื่องเทศในการปรุงอาหารของชาวอาราเบีย ศิลปะการปรุงอาหารไทยที่มีต้นกำเนิดจากการผสมผสานของอาหารที่หลากหลายที่ได้รับการประยุกต์โดยใช้สมุนไพรพื้นบ้านที่มีอยู่ภายในประเทศ ไม่ว่าจะเป็น ผักชี พริก พริกไทย เครื่องเทศอื่น ๆ ด้วยความหลากหลายของวัตถุดิบจึงทำให้รูปลักษณ์อาหารมีหน้าตาที่ชวนให้น่ารับประทาน ขณะที่ใช้เนื้อสัตว์ปรุงอาหารและเน้นคุณค่าของสมุนไพรและผักสดต่าง ๆ ทำให้อาหารไทยอร่อยทั้งรสชาติ สารอาหารครบถ้วนและดีต่อสุขภาพของผู้บริโภค (Nanasombat & Teckchuen, 2009)

ดังนั้นจากประวัติศาสตร์อาหารพบว่ามีความน่าสนใจที่สะท้อนให้เห็นถึงชีวิตความเป็นอยู่ แต่ในปัจจุบันนี้การนำเอาเรื่องราวมาร้อยเรียงให้เป็นเรื่องเล่านั้นยังไม่ได้ได้รับความนิยมมากเท่าที่ควร อาหารไทยมีความหลากหลายทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน ซึ่งในแต่ละภาคของประเทศไทยนั้นจะมีความแตกต่างของอาหาร กระบวนการปรุงอาหาร วัฒนธรรมการกินภูมิปัญญาด้านอาหาร ที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง แตกต่างกันไปตามภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และแหล่งอาหารของแต่ละภูมิภาค โดยส่วนใหญ่แล้วจะแบ่งเป็น อาหารภาคเหนือ อาหารภาคกลาง อาหารภาคอีสานและอาหารภาคใต้

วัตถุประสงค์

บทความนี้ต้องการส่งเสริมอาหารไทย 4 ภาค โดยการอธิบายความสำคัญของประวัติความเป็นมา กรรมวิธีในการทำอาหารและวัตถุดิบที่ใช้ เพื่อเพิ่มความประทับใจให้แก่ลูกค้าผ่านการเล่าเรื่องอาหารโดยนำเสนอถึงความโดดเด่นของอาหารทั้ง 4 ภาคตามแนวคิดการตลาดเล่าเรื่อง

แนวคิดเกี่ยวกับ Content Marketing

ในปัจจุบันนี้ Content Marketing ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตของผู้คนมากขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างเนื้อหา เรื่องราวและแบ่งปันข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ให้ประทับใจและจดจำสินค้าได้ สามารถทำได้อย่างหลากหลายวิธีทั้งบทความรูปภาพ วิดีโอ ไปจนถึงสื่อ อื่น ๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ โดยการสร้างเรื่องราวนั้นสามารถสร้างคุณค่า (Value) หรือความรู้สึกเชิงบวกให้กับผู้อ่าน ทำให้ผู้อ่านหรือผู้บริโภครู้สึกว่าคุณค่าหรือได้ประโยชน์จากการเข้ามาดู สร้างเนื้อหา(Content) ให้ตรงกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจเพื่อเพิ่มลูกค้าโดยเรียนรู้และทำความเข้าใจว่าลูกค้าชอบอะไร อยากเห็นและอยากได้อะไร เพื่อสร้าง Content ได้อย่างเหมาะสม (Holliman & Rowley, 2014) ช่องทางที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวสู่ผู้บริโภคผ่าน Content Marketing สามารถทำได้หลากหลายวิธีเช่น การสร้างเรื่องราวผ่านภาพ Info graphics การใช้ Webpage, Website การสร้างเนื้อหาเล่าเรื่องราวผ่าน Videos ใน Youtube หรืออีกช่องทางหนึ่งที่มีผู้คนจำนวนไม่น้อยที่ให้ความสนใจคือการเล่าเรื่องราวผ่านตัวหนังสือ (Koiso-Kanttila, 2004)

การเล่าเรื่องราวลือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่น่าสนใจจากการสร้างการจดจำแบรนด์ อีกทั้งยังเป็นการสร้างคุณค่าและเกิดความผูกพันระหว่างผู้ค้าและผู้บริโภคได้อีกด้วย ในปัจจุบันมีร้านอาหารจำนวนมากที่ให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่องราว และประสบความสำเร็จมาแล้วมากมาย (Pulizzi, 2012) เช่น ร้านอาหารญี่ปุ่น จะเล่าเรื่องที่มาจากวัตถุดิบ ความประณีตในการทำน้ำซุชิ ร้านเนื้อย่างเล่าถึงกรรมวิธีในการทำ ความเป็นมาของชิ้นเนื้อว่าเป็นส่วนที่สำคัญของวัวที่หาได้ยากจะทำให้ลูกค้าจะสัมผัสได้ว่ากำลังจะได้ทานเนื้อส่วนที่หายากที่สุดส่วนที่สำคัญที่สุด หรือ มีกรรมวิธีที่สามารถรับประทานได้แค่ในร้านนี้เท่านั้น Chipotle ซึ่งเป็นร้านอาหารเม็กซิกันหนึ่งในแบรนด์ที่คนไทยอาจจะไม่ค่อยรู้จัก ซึ่งเป็นร้านอาหารที่เน้นการใช้วัตถุดิบอย่างดี และมีการเพิ่มมูลค่าโดยการทำคอนเทนต์ออกมาอย่างต่อเนื่องและได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ซึ่งมี ยอดเข้าชมในระดับที่สูง ซึ่งจะเน้นการเล่าเรื่องเกี่ยวกับความสำคัญของการเกษตรแบบดั้งเดิม การเลี้ยงดูสัตว์

ด้วยวิถีธรรมชาติทำให้คนตระหนักถึงความสำคัญในตัวที่มาของวัตถุดิบแต่ละอย่างในงานอาหาร ยิ่งสินค้าหรืออาหารที่ขายในราคาสูง การเล่าเรื่องจะถือเป็นอีกเทคนิคที่สำคัญและจำเป็นอย่างมากในการทำการตลาด

ความโดดเด่นของอาหารไทยทั้ง 4 ภาค

เอกลักษณ์ของอาหารไทยเป็นอาหารที่มีเสน่ห์ ทั้ง รส กลิ่นและประโยชน์ทางสุขภาพ อาหารไทยสามารถจัดเป็นอาหารเพื่อสุขภาพได้ เนื่องจากในแต่ละเมนูจะมีการใช้ประโยชน์จากสมุนไพรต่าง ๆ มาปรุงอาหารพร้อมทั้งมีเนื้อสัตว์ ผัก และการปรุงรสที่มีครบทุกรสชาติ ไม่ว่าจะเป็น เปรี้ยว หวาน มัน เค็ม และเผ็ด และยังคงไว้ซึ่งคุณค่าของอาหารไทยที่มีประโยชน์ในหลาย ๆ ด้าน (Chaisawadi, Thongbute, & Methawiriyasilp, 2005) โดยสามารถจำแนกได้เป็น 3 ด้าน คือ 1) คุณค่าด้านโภชนาการ เนื่องจากอาหารไทยเป็นอาหารที่ใช้พืชผัก ตามครัวเรือนซึ่งนำมาปรุงอาหารต่าง ๆ ให้สารอาหารต่าง ๆ ครบทั้งโปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมัน วิตามินต่าง ๆ มีประโยชน์ต่อร่างกาย 2) คุณค่าทางยา เนื่องจากอาหารไทยจะมีส่วนผสมของสมุนไพรที่มีประโยชน์ เป็นยารักษาโรค ไม่ว่าจะเป็น หอมแดง กระเทียม ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด เป็นอาหารที่ใช้รักษาโรคต่าง ๆ ได้ เป็นอาหารและยารักษาโรคในครั้งเดียวกัน และ 3) คุณค่าด้านภูมิปัญญาและวัฒนธรรม วัฒนธรรมด้านอาหารเป็นสิ่งบ่งบอกถึงความรู้ ภูมิปัญญาของคนในชาติ (Puwastien, Raroengwichit, Sungpuag, & Judprasong, 1999)

1. อาหารภาคเหนือ

โดยประวัติของภาคเหนือถือเป็นภาคที่มีความเจริญรุ่งเรือง มีภูมิประเทศที่เป็นธรรมชาติล้อมรอบด้วยภูเขาป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ อากาศส่วนใหญ่จะหนาวเย็น อีกทั้งมีวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่หลากหลายและยังสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากภูมิประเทศที่มีเขตแดนบางส่วนติดกับประเทศเมียนมาทำให้เกิดการถ่ายทอดวัฒนธรรมทางด้านอาหาร เช่น แกงฮังเล ขนมจีนน้ำเงี้ยว ในด้านกรรมวิธีอาหารของภาคเหนือส่วนใหญ่เป็นอาหารที่มีรสชาติแบบกลาง ๆ รสชาติไม่จัดมาก มีรสเค็มนำเล็กน้อย รสเปรี้ยว และหวาน มีน้อยมากหรือแทบไม่ใส่น้ำตาลเพราะคนเหนือส่วนใหญ่จะไม่นิยมรับประทานหวานเลย รสชาติส่วนใหญ่จะได้รับการผสมวัตถุดิบที่มีความหลากหลายของอาหารนั้น ๆ เช่น ความหวานจากผัก จากปลา ไขมันจะได้จากน้ำมันของสัตว์ ผักที่ใช้คือผักที่หาได้ตามป่า เขา และพืชที่เกิดขึ้นเองมาประกอบอาหารเป็นส่วนใหญ่ อีกทั้งยังมีการรวมวิธีการถนอมอาหารในรูปแบบของเหนม แคบหมู เพื่อให้สามารถเก็บไว้รับประทานได้ อาหารบางประเภทก็สามารถที่จะทานตอนสุก และยังมีอาหารบางประเภทที่นิยมทานตอนสด เช่น ลาบสด ลาบคั่ว ซึ่งจะนิยมทำในงานต่าง ๆ อาหารที่เป็นที่นิยมคือ ข้าวซอย ใส่อั่ว และน้ำพริกอ่อง (Jitnarin, 2011)

2. อาหารภาคกลาง

โดยลักษณะของภาคกลาง ถือเป็นภาคที่ขึ้นชื่อว่าเป็นอู่ข้าว อู่น้ำของประเทศเพราะมีความอุดมสมบูรณ์ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำลำคลองมีแม่น้ำหลายสายไหลผ่าน ที่สำคัญ ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำแม่กลอง ภาคกลางถือเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญอีกทั้งยังมีพื้นที่ในการทำปศุสัตว์อีกด้วย ด้วยภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม เป็นภูเขาเตี้ยๆ บางส่วนติดกับทะเลจึงเป็นแหล่งหาวัตถุดิบอีก

ทางหนึ่ง ถือว่าเป็นภาคที่มีความอุดมสมบูรณ์ทั้งการดำรงชีวิต และการทำมาหากิน ในทางวัฒนธรรมจะพบว่า ในสมัยก่อนนั้นภาคกลางเป็นภาคที่เป็นศูนย์กลางการค้าที่จะมีชาวต่างชาติเข้ามาหลากหลายเชื้อชาติ จวบจนปัจจุบัน จึงทำให้อาหารมีความหลากหลาย ดังเช่น เครื่องแกงที่มาจากชาวฮินดู การผัดที่ใช้น้ำมันและกระเทียมจากจีน เป็นต้น อาหารที่มีความหลากหลายทางด้านรสชาติ และมีการใช้กะทิและเครื่องแกงมากที่สุด คนไทยในภาคกลางส่วนใหญ่จะกินข้าวเจ้าเป็นหลัก ในแต่ละมื้ออาหารจะมีกับข้าวที่หลากหลาย ลักษณะเด่นของอาหารภาคกลาง จะมีรสชาติครบ เปรี้ยว หวาน มัน เค็ม เผ็ด มีความประณีต ตกแต่งจานอาหารสวยงาม และอุดมไปด้วยเครื่องแกงต่าง ๆ (Yasmeen, 2000) ในการรับประทานอาหารแต่ละมื้อนั้น จะมีอาหารอยู่ 4 ประเภท ได้แก่ แกงเผ็ด แกงจืด ผัดหรือทอดและน้ำพริก เนื่องจากน้ำพริกจะมีรสชาติที่เผ็ด จึงต้องมีอาหารประเภทอื่น ๆ มาทานด้วยเพื่อลดความเผ็ดลง อาหารที่เป็นที่นิยมคือต้มยำกุ้ง ผัดไทย แกงเขียวหวานโดยรสชาติต่าง ๆ นั้นจะมาจากวัตถุดิบที่แตกต่างกันไป ดังเช่น ความเปรี้ยวที่ได้จากมะนาว มะม่วง เป็นต้น

3. อาหารภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือที่คนไทยเรียกติดปากกันว่าภาคอีสานนั้น ถือเป็นภาคที่มีอารยธรรม และวัฒนธรรมโบราณตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ที่เด่นชัดที่สุดคือด้านอาหาร ด้วยภูมิประเทศของภาคอีสานนั้น มีความแห้งแล้ง ประชาชนส่วนใหญ่จึงต้องเรียนรู้และปรับตัวให้สามารถที่จะดำรงชีวิตอยู่ได้ ดังจะเห็นได้ว่า วัตถุดิบในการทำอาหารอีสานส่วนใหญ่จะมาจากการแสวงหาตามธรรมชาติ ดังเช่น ปลา กบ หู แมลงและผักพื้นบ้านต่างๆ อีกทั้งยังมีการเรียนรู้ที่จะถนอมอาหารไว้เพื่อที่จะได้เก็บไว้กินนาน ๆ โดยคนอีสานส่วนใหญ่จะกินข้าวเหนียวเป็นอาหารหลัก อาหารอีสานส่วนใหญ่แล้วจะมีรสชาติเผ็ด เค็ม เปรี้ยวแต่ไม่ถึงกับเปรี้ยวมาก โดยส่วนใหญ่แล้วรสเค็มจะได้จากปลาร้า รสเผ็ดจากพริกสดและพริกแห้ง รสเปรี้ยวได้มาจากผักพื้นบ้าน เช่น มะกอก ส้มมะขาม เป็นต้น อาหารอีสานจะไม่นิยมใส่เครื่องเทศแต่จะใช้กลิ่นที่ได้จากพืชผักในการแต่งกลิ่น เช่น ผักชีลาว ใบมะกรูด ตะไคร้ ไม่นิยมใช้น้ำมันหรือกะทิในการปรุงอาหาร อาหารที่เป็นที่นิยมเช่น ลาบ ส้มตำที่จะมีรสเผ็ด เค็ม มีน้ำขลุกขลิกให้สามารถใช้ข้าวเหนียวในการจิ้มได้ และอีกวัตถุดิบที่สำคัญคือ ปลาร้า ถือเป็นเครื่องปรุงอาหารของภาคอีสาน ซึ่งในทุก ๆครัวเรือนของภาคอีสานส่วนใหญ่จะมีการหมักปลาร้าไว้ โดยการนำปลาที่เหลือจากการทานมาทำเป็นปลาร้าเพื่อใช้ปรุงรสแทนน้ำปลาและยังนำไปปรุงรสในอาหารอีสานแทบทุกชนิด อาหารอีสานมักเป็นอาหารที่คนไทยและชาวต่างชาติติดปากและนิยมเป็นอย่างมาก เช่น ส้มตำ ลาบ ซุปหน่อไม้ ต้มแซบ เป็นต้น (Sriboonruang, 2014) ในความหลากหลายของอาหารอีสานนั้น ซึ่งมีเมนูที่ได้รับความนิยมอย่างมากคือ ส้มตำ ลาบ ไส้กรอกอีสาน

4. อาหารภาคใต้

ภาคใต้ เป็นภูมิภาคที่ติดชายฝั่งทะเลทั้ง 2 ฝั่งคือ ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน ประชาชนส่วนใหญ่จึงมีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการทำประมงและออกทะเล อาหารส่วนใหญ่จึงมีวัตถุดิบที่มาจากทะเล ในสมัยก่อนนั้น ภาคใต้ถือเป็นศูนย์กลางการเดินเรือของชาวอินเดีย จีนและชาว จึงทำให้ได้รับอิทธิพลส่งผลถึงวัฒนธรรมการกินที่มีเครื่องเทศมาเป็นส่วนที่ใช้ในการปรุงอาหาร ซึ่งเป็นการผสมผสานวัฒนธรรมการปรุงอาหาร จากการผสมผสานดังกล่าวทำให้อาหารของภาคใต้นั้นมีรสชาติที่เข้มข้น มีรสเผ็ดร้อนกว่าภาคอื่น ๆ ทั้งภาคใต้ยังมี

ฤดูกาลที่ต่างจากภาคอื่น ๆ คือ มีฝนตกชุกจนตลอดทั้งปีได้ชื่อว่า “ฝน 8 แดด 4” อาหารที่เผ็ดร้อนก็จะสามารถช่วยให้ร่างกายอบอุ่น ป้องกันการเจ็บป่วยได้อีกด้วย คนภาคใต้ส่วนใหญ่จะรับประทานข้าวเจ้าเป็นหลัก ในส่วนของเครื่องเทศนั้นจะมีรสชาติที่แตกต่างกันออกไป เช่น รสเผ็ดร้อนจะได้จากพริกขี้หนูสดหรือแห้ง พริกไทย รสเค็มได้จากกะปิ เกลือ รสเปรี้ยวได้จาก ตะลิงปลิง มะขามเปียก เป็นต้น วัตถุดิบหลักสำคัญส่วนใหญ่ของอาหารใต้จะเป็นปลาและอาหารทะเล ดังนั้นแต่ละบ้านจึงจำเป็นต้องมีเครื่องเทศที่ไว้สำหรับดับกลิ่นคาว คือ ขมิ้นกับเม็ดเกลือ ซึ่งจะเป็นที่สังเกตได้ว่าอาหารใต้ส่วนใหญ่จะมีสีออกเหลือง ๆ เช่น คั่วกลิ้ง แกงไตปลา แกงเหลือง ปลาทอดขมิ้น เป็นต้น ในการรับประทานอาหารใต้จะมีเครื่องเคียงที่เรียกว่า ผักเหนาะซึ่งคือ ผักสดกระเจาใหญ่เพื่อไว้ทานคู่กัน ซึ่งสามารถลดความเผ็ดร้อนได้ดี อีกทั้งยังมีสมุนไพรหลากหลายชนิดที่เป็นที่นิยมนำมาเพื่อเป็นการรักษาโรค บำรุงร่างกายได้ดี เช่น สะตอ ใบเหลียง ลูกเนียง ยอดจิก เป็นต้น แต่ละจังหวัดของภาคใต้ก็จะมีวัฒนธรรมการกินที่แตกต่างกันออกไป ดังเช่น จังหวัดแถบระนอง ภูเก็ต นครศรีธรรมราชจะนิยมรับประทานขนมจีนน้ำยาเป็นอาหารเข้าโดยมีการแนมกับผักเหนาะ แต่ถ้าเป็นจังหวัดแถบยะลาและปัตตานีจะนิยมนำข้าวย่ำที่ราดด้วยน้ำบูดู แต่ถ้าภูเก็ตจะเป็นข้าวย่ำแบบคลุกไม้น้ำบูดู การทำน้ำบูดูนั้นถือเป็นการถนอมอาหารอย่างหนึ่งเพราะเป็นการใช้ปลาตัวเล็ก ๆ ที่ได้จากการหาปลาแล้วนำมาหมัก เคี้ยวปรุงรสให้มีรสชาติเค็ม หวาน ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งเมนูที่ได้รับความนิยม เมนูอาหารของภาคใต้ที่เป็นที่นิยมมีความหลากหลายอย่างมากแต่ที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือแกงไตปลา ต้มส้ม คั่วกลิ้ง (Piammongkol, Marks, Williams, & Chongsuvivatwong, 2004)

จากการทำการสังเคราะห์รายการอาหารยอดนิยมจาก Website ยอดนิยมในด้านการแนะนำอาหาร ทำให้ได้รายการอาหารที่โดดเด่นของแต่ละภาค รวมไปถึงวัตถุดิบหลัก จึงนำไปสู่การสร้างตารางสังเคราะห์และนำมาซึ่งการเล่าเรื่องราวที่แสดงออกถึงแนวทางวิถีชีวิตของแต่ละภาค

ตารางสังเคราะห์การเล่าเรื่องราวตามแนวทางนวัตวิถี

ตารางที่ 1 ตารางสังเคราะห์การเล่าเรื่องราวตามแนวทางนวัตวิถีของภาคเหนือ

ภาค	อาหารเด่น	วัตถุดิบหลัก	เรื่องราวตามแนวทางนวัตวิถี
ภาคเหนือ	ข้าวซอย	- เส้นข้าวซอย - เนื้ออกไก่ - พริกแกงเผ็ด - กะทิ - ผงกะหรี่	ตามประวัติของภาคเหนือ อาหารเหนือที่ถือเป็นหนึ่งสิ่งที่สามารถถ่ายทอดและเล่าเรื่องราวความเป็นมาของอาหารเหนือได้เป็นอย่างดี ต้นกำเนิดของ "ข้าวซอย" มาจากชาวจีนฮ่อซึ่งเป็นชาวมุสลิม ลูกหลานของชาวจีนยูนนานที่เคยสัญจรค้าขายบริเวณภาคใต้ของจีน เข้ามาในลาว พม่า และไทย และเลยลงไปทางใต้ถึงรัฐมอญของพม่า กรรมวิธีในการทำข้าวซอยในยุคนั้นเป็นเส้นหมี่ที่ทำจากข้าว รัดด้วยเนื้อวัวบดที่ผัดกับผักตองต่าง ๆ ไม่ปรุงด้วยน้ำกะทิแบบที่เราคุ้นเคยในปัจจุบัน เนื่องจากการแสดงถึงการเป็นวัฒนธรรมนำเข้า เพราะมะพร้าวไม่สามารถเจริญงอกงามได้ในภูมิอากาศของภูมิภาคนี้ ด้วยการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมการกินที่ต้องการให้ถูกปากคนไทยมากขึ้นจึงมีการปรับสูตรกันมาจนได้เส้นข้าวซอยที่ทำจากข้าวสาลีและไข่ จากเนื้อวัวได้เปลี่ยนเป็นเนื้ออกไก่ที่ราดน้ำที่เกิดจากการผสมกันของพริกแกง ผงกะหรี่และกะทิ สามารถทานคู่กับพริกแห้งคั่วน้ำมันได้เป็นอย่างดี “ขันโตก” สำหรับอาหารสำคัญที่ใช้ในการรับรองแขกเมื่อมาเยี่ยมเยือน โดยในขันโตกนั้นจะมีรายการอาหารเหนือซึ่งส่วนใหญ่ประกอบไปด้วยน้ำพริกที่เป็นที่นิยมของภาคเหนือ น้ำพริกอ่อง ที่มีสีส้มจากมะเขือเทศและพริกแห้ง คลุกเคล้า เครื่องเทศทำให้ได้รสชาติ มีกลิ่นของถั่วเน่า นิยมทานพร้อมกับเครื่องจิ้มผักเคียงทั้งผักนึ่งชนิดต่าง ๆ ผักสดพื้นบ้าน แคบหมู และที่ขาดไม่ได้เลยคือ ใส่อั่ว ใส่อั่วเป็นอาหารที่แสดงออกถึงการถนอมอาหารของคนภาคเหนือที่มีการผสมกันของเนื้อสัตว์และสมุนไพรต่าง ๆ ใส่อั่วกับน้ำพริกอ่องถือเป็นของคู่กันเป็นอาหารหลัก จานที่หนึ่ง เรียกน้ำย่อยได้เป็นอย่างดีทั้งหมดเป็นเสน่ห์ที่ฝังแน่นในวัฒนธรรม อร่อย เรียกสำนึกบ้านเกิด และขณะเดียวกันก็เห็นการผสมผสานการกินของผู้คนรอบตัวไม่ว่าจะอยู่ที่ใด
	ใส่อั่ว	- เนื้อหมู (เนื้อแดง, หมูสามชั้น) - ใส้หมู - ใบมะกรูดหั่นฝอย - ตะไคร้หั่นฝอย - สับหยาบ	
	น้ำพริกอ่อง	- พริกแห้งเม็ดใหญ่ - หอม กระเทียม - เกลือ - ถั่วเน่า - มะเขือเทศ - หมูสับ	

ตารางที่ 2 ตารางสังเคราะห์การเล่าเรื่องราวตามแนวทางนวัตวิถีของภาคกลาง

ภาค	อาหารเด่น	วัตถุดิบหลัก	เรื่องราวตามแนวทางนวัตวิถี
ภาคกลาง	ต้มยำกุ้ง	- กุ้ง - ตะไคร้ - ใบมะกรูด	ภูมิปัญญาอาหารของคนไทยในสมัยก่อนเริ่มต้นจากแกงเลียงและแกงป่าเป็นส่วนใหญ่ และเริ่มมีการใส่กะทิลงไป ในแกงต่าง ๆ แกงเขียวหวาน ถือเป็นอาหารไทยแท้ ๆ ที่มีมาตั้งแต่สมัยอยุธยา และเริ่มมีการใส่กะทิลงไป ในแกงจึงทำให้เกิดแกงเผ็ดขึ้นซึ่งแกงเผ็ดนั้นจะใส่พริกแกงสีแดง จนเรียกว่าแกงแดง ต่อมา มีการปรับใช้พริกที่มีสีเขียวและเรียกว่า แกงเขียวหวาน แกงเขียวหวานจะต้องมีกลิ่นของเครื่องแกงที่หอมใช้สมุนไพรสดมาโขลกร่วมกันกับพริกชี้ฟ้าเขียวหรือพริกชี้ฟ้าเขียว ในการรับประทานสามารถรับประทานคู่กับข้าวสวยร้อน ๆ หรือขนมจีนก็สามารถเข้ากันได้เป็นอย่างดี ในยุคสมัยของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ผัดไทยเป็นหนึ่งในเมนูอาหารที่ได้รับอิทธิพลจากการใช้เส้นก๋วยเตี๋ยวของจีนมาประกอบอาหารซึ่งเป็นที่แพร่หลายในสมัยนั้น อีกทั้งได้มีการรณรงค์ให้คนไทยรับประทานผัดไทยเพื่อลดการบริโภคข้าวในช่วงที่เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำเนื่องจากภาวะสงคราม ผัดไทยในปัจจุบันนิยมปรุงรสด้วยพริกป่น น้ำตาลและมะนาว เพื่อให้ได้รสชาติมากยิ่งขึ้น อีกหนึ่งเมนูที่ได้รับความนิยมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติคือต้มยำกุ้ง ที่ประกอบด้วยสมุนไพรที่ให้คุณค่าทางอาหารสูง และมีกลิ่นหอมของสมุนไพรทั้งตะไคร้ ใบมะกรูด ที่ช่วยในการขับลม พร้อมทั้งลดกลิ่นคาวของกุ้งหรือเนื้อสัตว์ที่ใช้ในการทำต้มยำ ต้มยำกุ้งนิยมใช้กุ้งแม่น้ำเนื่องจากภูมิประเทศของภาคกลางที่มีแม่น้ำหลายสายไหลผ่าน อีกทั้งมีการปรุงรสให้ครบรส โดยมีทั้งรสเปรี้ยวที่เกิดจากมะนาว รสเค็มที่เกิดจากน้ำปลา รสเผ็ดเล็กน้อยที่เกิดจากพริกชี้ฟ้าสด ในปัจจุบันมีการใส่นมหรือกะทิลงไปเพื่อเพิ่มความมันให้ถูกปากมากยิ่งขึ้น เหล่านี้คือร่องรอยของวัฒนธรรมที่หลากหลายที่แสดงออกผ่านทางอาหารหลาย ๆ เมนู
	ผัดไทย	- เส้นก๋วยเตี๋ยวชนิดแบน - กุ้ง - น้ำมะขามเปียก	
	แกงเขียวหวาน	- เนื้อไก่ - มะพร้าวขูด - พริกแกง	

ตารางที่ 3 ตารางสังเคราะห์การเล่าเรื่องราวตามแนวทางนวัตวิถีของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาค	อาหารเด่น	วัตถุดิบหลัก	เรื่องราวตามแนวทางนวัตวิถี
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ส้มตำ	- มะละกอ - มะเขือ (มะเขือเหลือง มะเขือเปราะ) - ปลาร้า	ถ้าพูดถึงอาหารอีสานแล้วไม่มีส้มตำก็จะเป็นไปไม่ได้ เพราะถือเป็นอาหารพื้นถิ่นของภาคอีสาน ส้มตำมีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น ตำแดง ตำถั่ว ตำมะละกอ เป็นต้น ในส่วนของส้มตำที่นิยม ได้แก่ ส้มตำปลาร้า โดยมีวัตถุดิบสำคัญคือ ปลาร้า ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตในการถนอมอาหาร โดยจะเห็นได้จากในทุก ๆ บ้านเรือนจะมีการหมักปลาร้าไว้แทบทุกบ้าน ส้มตำยังคงเป็นอาหารที่นิยมกันมากในทุก ๆ ภาครวมไปถึงนักท่องเที่ยวด้วย แต่มีการปรับเปลี่ยนกรรมวิธี เช่นการนำปลาร้าไปต้มกับสมุนไพรเพื่อเพิ่มความหอมและลดกลิ่นของปลาร้าก่อนที่จะนำมาใช้ผสมในส้มตำ อาหารอีสานอีกเมนูหนึ่งคือ ลาบ ลาบ คือ อาหารจานหลักแทบทุกมือของชาวอีสาน ซึ่งแสดงออกถึงวิถีชีวิตของคนอีสานโดยเฉพาะเมื่อเทศกาลหรืองานบุญที่ลาบจะเป็นดาวเด่นของอาหารในชุมชน ที่ช่วยกันตั้งแต่เริ่มล้มสัตว์ใหญ่ แล้วเนื้อ สับเนื้อ และปรุงจนได้ลาบแล้วไว้ลอมวงกินกัน ลาบอีสานสามารถแบ่งเป็นลาบขาวกับลาบแดง ลาบขาวคือลาบสุก ส่วนลาบแดงคือลาบดิบ ใช้เนื้อสด ๆ สับผสมกับเครื่องลาบ ใส่ข้าวคั่ว ผักชีฝรั่ง น้ำปลา พริกป่น คนอีสานปรุงลาบแบบธรรมชาติมาก ๆ ใส่แค่ข้าวคั่ว น้ำปลา พริกป่น ผักชีฝรั่ง สิ่งที่ทำให้ครบรสคือผักเคียง เป็นผักพื้นบ้านที่หาได้ในท้องถิ่น โดยสามารถแนมกับไส้กรอกอีสานได้ สำหรับคนอีสานสมัยก่อนถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการถนอมอาหาร สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาชาวบ้านในการใช้ประโยชน์จากเนื้อสัตว์ให้คุ้มค่ามากที่สุด โดยส่วนใหญ่จะทำกันเฉพาะเวลามีงานบุญเท่านั้นเพราะการล้มวัว ล้มหมูจะได้ใช้ประโยชน์จากทุก ๆ ส่วนของเนื้อสัตว์ แล้วนำมาผสมเข้ากับข้าวเจ้าหุงสุก กระเทียม พริกไทย นวดให้เหนียวแล้วยัดใส่ไส้หมูมัดด้วยเชือกเป็นข้อ ๆ ปล่อยให้แห้งเกิดการหมักแล้วนำมาทอดหรือย่าง แบนกับ ขิงดอง พริกขี้หนู เป็นต้น
	ลาบ	- ส่วนประกอบของหมู (หมูสันนอก ตับ ไส้ตัน หนังหมู) - ข้าวคั่ว	
	ไส้กรอกอีสาน	- เนื้อหมูติดมัน - ไส้อ่อน - ข้าวเจ้า	

ตารางที่ 4 ตารางสังเคราะห์การเล่าเรื่องราวตามแนวทางนวัตวิถีของภาคใต้

ภาค	อาหารเด่น	วัตถุดิบหลัก	เรื่องราวตามแนวทางนวัตวิถี
ภาคใต้	แกงไตปลา	- ปลาทุ - ไตปลา - พริกแกงไตปลา	ด้วยภูมิประเทศของภาคใต้ที่มีชายฝั่งทะเลทอดยาวทั้ง 2 ฝั่งทำให้อาชีพส่วนใหญ่ของคนใต้คือชาวประมง และอาหารใต้ส่วนใหญ่ก็จะมีอาหารทะเลเป็นส่วนประกอบ ไม่ว่าจะเป็น กุ้ง หอย ปูและปลา และด้วยความที่มีอาหารทะเลมากจึงเกิดการนำมาถนอมอาหารขึ้น เช่น ไตปลา ที่เกิดจากการนำพุงปลาไปหมักกับเกลือ จึงมีรสเค็ม เพราะฉะนั้นรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของแกงไตปลาก็คือ เผ็ด ร้อน และเค็ม เวลาที่นำมาปรุงก็จะปรุงได้ 2 แบบคือ แบบใส่กะทิ กับไม่ใส่กะทิ ในพริกแกงไตปลาจะประกอบด้วยสมุนไพรที่หลากหลายสามารถให้คุณค่าทางอาหารได้อย่างหลากหลาย เช่น ข่า รสเผ็ดปร่าและร้อน ช่วยขับลม ขับพิษร้ายในมดลูก ขับลมในลำไส้ ขมิ้นชัน รักษาแผลในกระเพาะอาหาร เจริญอาหาร ตะไคร้ แก้วปวดท้อง ขับปัสสาวะ บำรุงธาตุ ช่วยเจริญอาหารและขับเหงื่อ เป็นต้น ต้มส้มหรือปลาต้มขมิ้นนั้น เป็นอาหารประเภทต้ม ที่ได้รับความนิยมมีรสเค็มเล็กน้อย เปรี้ยวอ่อนและมีรสอ่อน บางครั้งสามารถนำไก่มาใช้แทนปลาได้ ในส่วนของน้ำแกง กับการใส่ขมิ้นชันเป็นท่อนๆ จึงอาจเป็นที่มาของต้มขมิ้น ซึ่งจะให้กลิ่นหอมอ่อน ๆ คั่วกลิ้งซึ่งมีการสันนิษฐานว่ามีจุดเริ่มต้นมาจากจังหวัดกระบี่ ด้วยความที่จังหวัดกระบี่เป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ จึงมักมีการล่าสัตว์เพื่อนำมาประกอบอาหารโดยการนำเอาเนื้อสัตว์กลับมานั้นจะทำการยัดใส่กระบอกไม้ไผ่ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านที่จะรักษาเนื้อสัตว์ไม่ให้เน่าเสีย และเมื่อนำมาปรุงอาหารด้วยการใส่เครื่องแกงเพื่อให้มีรสชาติอร่อยโดยการคั่วจนสุกไม่ใส่น้ำมัน จึงเรียกว่า “คั่วกลิ้ง” ในปัจจุบันนี้เนื้อสัตว์ที่นิยมนำมาทำคั่วกลิ้งคือเนื้อหมูและเนื้อวัว ลักษณะเด่นของคั่วกลิ้งจะมีสีเหลืองออกคล้ำ เนื่องจากมีการผสมขมิ้นลงไป ซึ่งแสดงออกถึงภูมิปัญญาชาวบ้านในการนำสมุนไพรมาประกอบอาหาร
	ต้มส้ม/ปลาต้มขมิ้น	- ปลาทุสด - ขมิ้นชัน	
	คั่วกลิ้ง	- เนื้อหมูส่วนสะโพก - ใบมะกรูด - พริกขี้หนูแห้ง	

ข้อเสนอแนะ

- การทำอาหารไทยในปัจจุบันควรมีการพัฒนาต่อยอดอาหารเมนูต่าง ๆ ตามแต่แนวทางและความคิดของเจ้าของร้านอาหารที่มีการพัฒนาและรังสรรค์เมนูอาหารใหม่ ๆ ที่จะสามารถดึงดูดลูกค้าได้แต่ยังคงต้องให้ความรับรู้ถึงกลิ่นอายของความเป็นอดีตที่บ่งให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงแก่นของอาหาร เข้าใจในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ภูมิประเทศของแต่ละภูมิภาค

- การทำการตลาดในปัจจุบันควรเน้นที่การสร้างเรื่องราวถือเป็นวิธีที่สร้างความน่าสนใจให้กับงานอาหารได้เพราะสามารถบอกได้ถึงอาหารท้องถิ่นสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ทำให้เจ้าของร้านอาหารสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจง ไม่เน้นทำตลาดแบบหว่าน (Printezis & Grebitus, 2018) การตลาดแบบเล่าเรื่องจะเป็นตัวช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้มากขึ้นไม่เพียงแต่ที่มาหรือถิ่นที่ผลิตของวัตถุดิบเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ประวัติผู้ประกอบการ รางวัลหรือการแข่งขันที่เคยได้รับการเข้ามาใช้บริการของบุคคลมีชื่อเสียง การช่วยเหลือสังคมหรือสิ่งแวดล้อม การใช้เรื่องราวเป็นสื่อในการบอกถึงรากเหง้าของอาหารพื้นเมืองที่โดดเด่นในแต่ละภาค เพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไปซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกหนึ่งสำหรับการสร้างความแตกต่าง (Sharma, Moon, & Strohbahn, 2014)

- ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถหยิบยกใช้การทำการตลาดแบบเล่าเรื่องได้ทั้งสิ้นซึ่ง ณ วันนีการตลาดที่ใช้จายน้อยที่สุดและมีประสิทธิภาพสูงสุดคงหลีกเลี่ยงไม่พ้นการตลาดออนไลน์ในโลกสังคมเสมือน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านทางสังคมเสมือนหรือที่เรียกว่า Electronic word of mouth (EWOM) และมีความสอดคล้องกับการทำงานของ Menu Engineering การใส่เรื่องราวความเป็นมา เกี่ยวกับที่มาของอาหารหรือความมีชื่อเสียงของเชฟผู้ประกอบการ แต่ละจานลงไปในรูปเล่มเมนูหรือเมนูอิเล็กทรอนิกส์ ย่อมสามารถเพิ่มยอดขายอีกด้านหนึ่ง ให้กับรายการอาหารตามหลักการวิเคราะห์ Menu Engineering (Panyaem, Niemchai, & Tawatnagu, 2018)

- ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถใช้หลักการวิเคราะห์จัดการ Menu engineering มาประยุกต์ใช้รวมกันได้ เพราะถือว่าในยุคที่แนวโน้มของอาหารท้องถิ่นกำลังเป็นกระแสจากคนทั่วไป เมื่อมาผสมผสานกับการตลาดสร้างเรื่องราวในยุคของสังคมดิจิทัล แน่แน่นอนว่าจะเป็นตัวช่วยสำคัญในการเพิ่มยอดขายให้กับเมนูที่มีต้นทุนต่ำและยอดขายต่ำได้อย่างแน่นอน เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

สรุป

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงทางด้านอาหาร ด้วยลักษณะภูมิประเทศที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ มีผลผลิตทางการเกษตรที่สมบูรณ์แห่งหนึ่งของโลกและอาหารยังเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่สำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ อีกทั้งประเทศไทยมีการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากยิ่งขึ้นอีกด้วย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะสามารถช่วยเหลือและปรับตัวตามเทรนด์ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนสินค้าพื้นเมือง OTOP ที่จะช่วยเหลือชาวบ้าน ในขณะเดียวกันก็ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นได้

การทำตลาดแบบเล่าเรื่องกับอาหารไทยนั้นเป็นสิ่งที่สามารถสร้างได้อย่างน่าสนใจ เพราะวิถีชีวิตของคนไทยและอาหารไทยเป็นสิ่งที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว อีกทั้งวัตถุดิบแต่ละประเภทของไทยไม่ว่าจะเป็นสมุนไพร เครื่องเทศหรือเนื้อสัตว์ล้วนแล้วแต่มีความเป็นมาที่น่าสนใจ โดดเด่น พร้อมให้คุณค่าทางโภชนาการอย่างหลากหลายวิธีการปรุงอาหารที่ใช้ระยะเวลาสั้นและรวดเร็วแต่มีความพิถีพิถันอย่างมากทำให้พืชผักและสมุนไพรที่ใช้ประกอบอาหารยังคงมีสี สันสวยงาม กรอบ และไม่เสียรสชาติดั้งเดิม รวมถึงสิ่งที่สำคัญคือคุณค่าทางโภชนาการของอาหารที่ยังคงครบถ้วน ส่วนประกอบหลักของการปรุงอาหารไทยได้แก่ พืชผัก สมุนไพร พื้นเมืองต่าง ๆ ซึ่งนอกจากจะช่วยให้อาหารมีกลิ่นหอมต่างจากอาหารของชนชาติอื่น ๆ เหล่านี้ ซึ่งส่งผลให้ชาวต่างชาติรู้จักประโยชน์ และกล่าวขานถึงอาหารไทยที่เป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพของผู้บริโภคอีกด้วย

จึงสามารถกล่าวได้ว่าเอกลักษณ์ของอาหารไทยทั้ง 4 ภาคที่มีความแตกต่างกัน แต่เป็นที่ถูกปากและได้รับการยอมรับมีดังนี้

1. เกล็ดขนด้านรสชาติ ซึ่งจะเห็นได้ว่าอาหารแต่ละภาคของไทยจะมีรสชาติที่โดดเด่นต่างกันไป เช่น อาหารเหนือรสชาติกลาง ๆ ไม่เผ็ดมากจนเกินไปส่วนใหญ่รสชาติได้จากพืชผักในท้องถิ่น อาหารใต้จะมีรสชาติเผ็ดร้อนเนื่องจากภูมิอากาศที่ขึ้นจากปริมาณฝนที่ตกชุก ความร้อนจากอาหารก็ทำให้ร่างกายอบอุ่นขึ้นได้และมีความเค็มที่เกิดจากการถนอมอาหารเพื่อให้เก็บไว้ใช้ได้นานขึ้น ความกลมกล่อมของอาหารจะมีความ 3 รส คือ เปรี้ยว หวาน เผ็ด ได้ผสมกันอย่างลงตัว อีกทั้งยังรวมไปถึงกลิ่นของสมุนไพร และเครื่องเทศต่าง ๆ ของอาหารไทย ถือว่าโดดเด่นมาก ตรงที่ไม่ฉุนเกินไป แต่มีกลิ่นหอมอ่อนๆ ของเครื่องเทศที่สอดแทรก อยู่ในทุกอณูของอาหารและทั้งความหอมละมุนของกลิ่นรสไว้ในปาก เมื่อได้รับรสชาติที่สัมผัสแล้วนั้นสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคทุกคน ถือเป็นประสบการณ์ทางด้านการรับประทานเป็นอย่างมาก

2. ความหลากหลายของอาหารไทย ซึ่งมีทั้งอาหารคาว อาหารหวาน อีกทั้งร้านอาหารไทย บางร้านก็พยายามทดลองเพิ่มและเปลี่ยน เมนูของตัวเองเป็นครั้งคราว เพื่อให้ลูกค้าได้ลองรายการใหม่ ๆ เช่น เพิ่มรายการอาหารประจำร้าน อาหารเด่นประจำเดือน จะพบว่าอาหารไทยนั้นจะมีรูปแบบการปรุงอาหารที่หลากหลายดังเช่น ผัด แกง ทอด ต้ม นึ่ง ยำ เป็นต้น ซึ่งการปรุงอาหารที่หลากหลายนั้นนำมาซึ่งรูปแบบอาหารที่แตกต่างกันออกไป และสิ่งที่สำคัญคือต้องมีการให้ความสำคัญของวัตถุดิบที่ต้องมีคุณภาพ สด ใหม่ เพื่อให้ทำให้อาหารจานนั้นมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น เช่น ผัดไทย ต้มยำกุ้งที่เป็นอาหารเด่นของภาคกลาง ลาบ ส้มตำที่เป็นอาหารเด่นของภาคอีสาน เป็นต้น

การปรุงอาหารไทยนั้น ไม่ใช่สิ่งที่ยากเกินความสามารถของทุกคน ถ้าได้คุ้นเคยกับวัตถุดิบ ส่วนผสม และ เครื่องปรุงต่าง ๆ แล้ว วิธีการปรุงอาหารไทยได้แสดงออกถึงการดำรงชีวิตของคนไทย ที่จะไม่เร่งรัด ไม่รีบร้อน ปล่อยตัวตามสบาย ซึ่งส่งผลไปยังวิธีการปรุงอาหารของคนไทยที่ไม่เร่งรัด ง่าย ๆ แต่พิถีพิถัน พร้อมทั้งสร้างเรื่องราวของอาหารแต่ละจานให้ดูมีความน่าสนใจ ผสมผสานกับวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ใช้ เพื่อเพิ่มมูลค่าแก่อาหารจานนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี

References

- Chaisawadi, Suchada, Thongbute, Darawan, & Methawiriyasilp, Waraporn. (2005). *Preliminary study of antimicrobial activities on medicinal herbs of Thai food ingredients*. Paper presented at the Proceedings of the III WOCMAP congress on medicinal and aromatic plants: Bioprospecting and Ethnopharmacology, Chiang Mai, Thailand.
- Holliman, Geraint, & Rowley, Jennifer. (2014). Business to business digital content marketing: marketers' perceptions of best practice. *Journal of research in interactive marketing*, 8(4), 269-293.
- Jitnarin, Nattinee. (2011). Prevalence of overweight and obesity in Thai population: results of the National Thai Food Consumption Survey. *Eating and Weight Disorders*, 16(4), e242-e249.
- Jones, Charlie, & Pimdee, Paitoon. (2017). Innovative ideas: Thailand 4.0 and the fourth industrial revolution. *Asian International Journal of Social Sciences*, 17(1), 4-35.
- Koiso-Kanttila, Nina. (2004). Digital content marketing: a literature synthesis. *Journal of Marketing Management*, 20(1-2), 45-65.
- Nanasombat, Suree, & Teckchuen. (2009). Antimicrobial, antioxidant and anticancer activities of Thai local vegetables. *Journal of Medicinal Plants Research*, 3(5), 443-449.
- Panyaem, Kosin, Niemchai, Saranyaa, & Tawatnagu, Thaweedej (2018). Integrating of Menu Engineering and Electronic Word of Mouth Towards Restaurant Business. *Dusit Thani College Journal*, 12(Special), 405-418.
- Piammongkol, Sumalika, Marks, Geoffrey, Williams, Gail, & Chongsuvivatwong, Virasakdi. (2004). Food and nutrient consumption patterns in third trimester Thai-Muslim pregnant women in rural southern Thailand. *Asia Pacific journal of clinical nutrition*, 13(3), 236-242.
- Pongwiritthon, Ratthanan, Pakvipak, Pakphum, & Kantawongwan, Benyapa. (2016). Foreign Tourists' Behaviors and Marketing Mix towards "Discover Thainess" for Tourism Development Guidelines in the Northern Region of Thailand. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 9(3), 127-139.

- Pragattakomol, Ploycharas, & Taylor, Ken. (2018). The Evolution of Cultural Landscape and Built Environment Through Thai Food and Way of Living: The Case Study of Central Region of Thailand. *Dusit Thani College Journal*, 12(1), 124-149.
- Printezis, Iryna, & Grebitus, Carola. (2018). Marketing Channels for Local Food. *Ecological Economics*, 152, 161-171.
- Pruksorranan, Natthakan, Wisansing, Jutamas, & Vongvisitsin, Thanakarn (2017). Thainess and Local Wisdoms Integration through Food Supply Chain for Tourism Adding Value and Value Creation Approach. *Journal of the faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University*, 10(2), 169-182.
- Pulizzi, Joe. (2012). The rise of storytelling as the new marketing. *Publishing research quarterly*, 28(2), 116-123.
- Puwastien, P, Raroengwichit, Monthip, Sungpuag, P, & Judprasong, K. (1999). Thai food composition tables. *Salaya, Phutthamonthon: Institute of Nutrition, Mahidol University*.
- Roy, Hiran, Hall, C Michael, & Ballantine, Paul W. (2017). Trust in local food networks: The role of trust among tourism stakeholders and their impacts in purchasing decisions. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), 309-317.
- Sharma, Amit, Moon, Joonho, & Strohbehn, Catherine. (2014). Restaurant's decision to purchase local foods: Influence of value chain activities. *International Journal of Hospitality Management*, 39, 130-143.
- Sriboonruang, Komsun. (2014). Livelihood Strategies of Esan Farmers in Agri-food and Agro-fuel Business Context (in Thai). *Walailak Journal of Social Sciences*, 7(1), 51-93.
- Yasmeen, Gisele. (2000). Not 'From Scratch': Thai food systems and 'public eating'. *Journal of Intercultural Studies*, 21(3), 341-352.



Saranyaa Niemchai Master of Business Administration Program in Tourism and Hotel Management (MBA) , Silpakorn University (2016)
Lecturer of Services Business Management (Major in Hotel), Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University.



Kosin Panyaem Master of Arts in Hospitality Management (MA) , University College of Birmingham (2008) Lecturer of Department of Hotel and Resort Management, Dusit Thani College, Bangkok.



Narathip Wattanaparb, Bachelor's Degree in Hotel Management (MBA), Kasem Bundit University (2010), Lecturer of Department of Hotel and Resort Management, Dusit Thani College, Bangkok.



Thaweedej Tawatnagul, Master of Arts in Hotel and Tourism Management (MA), Naresuan University (2010), Lecturer of Department of Hotel and Resort Management, Dusit Thani College, Bangkok