

การยกระดับภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดลำปาง

The Upgrading Local Food Wisdom through a Participatory Process to Promote Community Tourism in Lampang Province

อรรถ ชันสี¹, คงศักดิ์ ศรีแก้ว², กীরติญา สอนเนย์³ และ จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง^{4*}

Att Khunsee¹, Khongsak Srikaeo², Keeratiya Sornnoey³, and Jiraphat Kaewsritong^{4*}

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Doctor of Philosophy Program in Home Economics, Pibulsongkram Rajabhat University

*Corresponding Author, E-mail: jiraphat@psru.ac.th

Received May 14, 2024; Revised June 21, 2024; Accepted July 20, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทและคัดเลือกภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านของจังหวัดลำปาง 2) ยกระดับภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และ 3) ถ่ายทอดเผยแพร่ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้าน เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ 1) กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง คือ ครูภูมิปัญญาอาหาร ตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหาร เลือกแบบเจาะจงแล้วบอกต่อด้วยเทคนิคสโนว์บอล 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกสนทนากลุ่ม แบบสอบถามความพึงพอใจ แบบประเมินคุณภาพอาหาร มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80–1.00 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติพรรณนา ผลการวิจัย พบว่า 1) ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านของจังหวัดลำปางเกิดจากการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน มีการถ่ายทอดปฏิบัติสืบต่อกันมา อาหารมีทั้งประเภทแกง ต้ม เจียว จอ น้ำพริก ตำ ยำ ลาบ ส้า ปิ้ง แหนบ จี่ หมก นึ่ง หลาม 2) ผลจากการยกระดับภูมิปัญญาทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ซอสแกงเหินือ และพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ซอสแกงเหินือด้านลักษณะผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$) และมีความพึงพอใจต่อแกงเหินือ 10 ชนิดที่ปรุงจากซอสแกงเหินืออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) และ 3) ผลการถ่ายทอดเผยแพร่ภูมิปัญญาด้วยการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ พบว่า ผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$)

คำสำคัญ: กระบวนการมีส่วนร่วม; การท่องเที่ยวชุมชน; ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้าน

Abstract

This article aims to 1) study the context and select local food wisdom of Lampang Province, 2) raise the level of local food wisdom through a participatory process to promote community tourism, and 3) transmit and disseminate local food wisdom. It is participatory research. Target groups include: 1) The group involved is food wisdom teachers. Travel business agent Entrepreneur and food expert Choose specific ones and spread the word using the snowball technique. 2) Groups of tourists use a random sampling method. Tools used include an interview form and a focus group recording form. Satisfaction questionnaire Food quality assessment form It has a consistency index between 0.80 and 1.00. Data were collected by studying documents, interviews, and focus groups. Qualitative data were content analyzed. Quantitative data used descriptive statistics. The research results found that 1) local food wisdom of Lampang Province was created by using ingredients available in the community. The practice has been passed on from one generation to the next. The food includes curry, boiled, stir-fried, fried, chili paste, tam, salad, larb, sa, grilled, tongs, seared, steamed, and python. 2) As a result of raising the level of wisdom, northern curry sauce products are produced. It was found that tourists were satisfied with the northern curry sauce product in terms of product characteristics at the highest level ($\bar{X} = 4.64$) and were satisfied with the 10 types of northern curry prepared from northern curry sauce at a high level ($\bar{X} = 4.26$) and 3) The results of transferring and disseminating wisdom through training workshops found that participants were overall satisfied with the activity at the highest level ($\bar{X} = 4.73$)

Keywords: Community Tourism; Participatory Process; Local Food Wisdom

บทนำ

การเพิ่มคุณค่าและมูลค่าภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่จะหนุนเสริมให้ชุมชนได้ใช้ศักยภาพที่มีมาต่อยอดการใช้ประโยชน์ทั้งมิติทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561–2580 ที่มุ่งเน้นให้ประชากรในประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สามารถสร้างรายได้ สร้างความเจริญและคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชนสังคม ด้วยทุนทรัพยากรมนุษย์ ทุนภูมิปัญญา ทุนทรัพยากรธรรมชาติ ทุนสิ่งแวดล้อม (Office of the National Economic and Social Development Board, 2018) โดยเฉพาะทุนภูมิปัญญาทางด้านอาหารพื้นบ้านที่มีการอนุรักษ์และสืบทอดกันมาเปรียบเสมือนมรดกทางวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตสามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์อันดีงามของชุมชนได้ เพราะ

อาหารพื้นบ้านต้องอาศัยเครื่องปรุงและวัตถุดิบจากแหล่งต่าง ๆ ในพื้นที่ชุมชน มีกรรมวิธีการปรุงที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงมีเรื่องราวเรื่องเล่าของอาหารเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตขนบธรรมเนียมประเพณี เช่น การบริโภคแกงมะหนูน ลาบจิ้น ในเทศกาลปีใหม่เมืองของชาวเหนือ เพราะมีความเชื่อว่าจะมีความโชคดีตลอดปี จากความสำคัญของทุนภูมิปัญญาอาหารเหล่านี้จะเห็นว่าสามารถนำมาต่อยอดโดยใช้กระบวนการยกระดับภูมิปัญญาได้ สอดคล้องกับรัฐบาลที่ได้กำหนดนโยบายสนับสนุนซอฟต์ พาวเวอร์ (Soft Power) และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยเพื่อการยกระดับงานวัฒนธรรม มุ่งเน้นการนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นเข้ามาใช้ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยเฉพาะในขอบข่ายของงาน 5F ได้แก่ อาหาร (Food) ผ้าไทยและการออกแบบแฟชั่น (Fashion) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) มวยไทย และศิลปะการป้องกันตัว (Fighting) เทศกาลประเพณี (Festival) (Public Relations Department, 2023) สอดคล้องกับ Kaewsiya (2023) กล่าวว่า ซอฟต์ พาวเวอร์ มีความสำคัญต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจและเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด จะเห็นว่าภูมิปัญญาอาหารเป็นสิ่งที่ถูกหยิบยกมาเป็นอันดับแรก ๆ ของนโยบายขับเคลื่อนซอฟต์ พาวเวอร์ ของไทย ซึ่งแนวทางการส่งเสริมซอฟต์ พาวเวอร์กับการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ นำเสนออาหารไทยที่มีชื่อเสียงอาหารไทยประจำท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับรู้

จังหวัดลำปาง เป็นเมืองที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ส่งผลให้อาหารพื้นถิ่นมีความหลากหลายเกิดเป็นการผสมผสานวัฒนธรรมทางอาหารเป็นจุดเด่นและเป็นข้อดีของจังหวัดลำปาง มีความงดงามทั้งในด้านรสสัมผัส สีสันและรสชาติ รวมถึงมีองค์ความรู้ในการประกอบอาหาร ที่เกิดการคิดค้น สืบทอด ปรุงแต่งและผสมผสานเป็นอาหารพื้นบ้านโดยในหลายชุมชนมีภูมิปัญญาชาวบ้านที่ผลิตอาหารเป็นที่ขึ้นชื่อทั้งด้านรสชาติ คุณค่าทางโภชนาการ (Lampang Provincial Cultural Office, 2016) นอกจากนี้ทางสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดลำปางได้มีแนวทางในการจัดการความรู้อาหารพื้นบ้านลำปางเพื่อให้คนรุ่นหลังได้ศึกษาและได้เห็นคุณค่าของวัฒนธรรมอาหาร สามารถเชื่อมโยงอัตลักษณ์อาหารพื้นบ้านลำปางกับการสร้างมูลค่าเพิ่มและเส้นทางทางการท่องเที่ยว (Lampang Provincial Cultural Office, 2022) เนื่องจากการท่องเที่ยวชุมชนเป็นกระบวนการใช้ทรัพยากรของชุมชนทั้งทางธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเป็นกลไกในการจัดการท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ Bunkham (2022) ผู้บริหารบริษัทโลเคิล อโลค จำกัด ซึ่งเป็นกิจการเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยวชุมชนได้ให้แนวคิดการสร้างมูลค่าและคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวชุมชนว่าควรประกอบไปด้วยมาตรฐานและอัตลักษณ์ เพราะการสร้างและการดำเนินถึงอัตลักษณ์ชุมชนเป็นการกำหนดให้เห็นถึงความโดดเด่นและความแตกต่างเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความชื่นชอบ และจากการศึกษาข้อมูลในเบื้องต้นพบว่าปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดลำปางมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี (Lampang Provincial Office, 2023) นอกจากนี้การลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลในเบื้องต้นและจากการสัมภาษณ์ Kheawsanook (personal interview, August 8, 2023) สมาชิกชมรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดลำปาง พบว่า ทางกลุ่มผู้ประกอบการมีแนวคิดและความต้องการยกระดับอาหารพื้นบ้านเมือง

ลำปางเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และในรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเหนือเชิงวัฒนธรรมให้มีความร่วมสมัย เนื่องจากอาหารสดมีข้อจำกัดของอายุการเก็บรักษาและเรื่องความสะดวกของการขนส่งเมื่อต้องนำกลับเพื่อเป็นของฝากของที่ระลึกจากการท่องเที่ยว รวมถึงคนรุ่นใหม่เริ่มไม่ให้ความสนใจในการทำอาหารเหนือเพราะมีขั้นตอนและเครื่องปรุงที่มีเฉพาะถิ่น ส่งผลให้อาหารพื้นบ้านบางรายการเริ่มไม่เป็นที่รู้จัก ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคหรือกลุ่มนักท่องเที่ยว แต่ยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของอาหารเหนือเพื่อเป็นทางเลือกในการประกอบธุรกิจ

ดังนั้นบทความวิจัยนี้จะนำเสนอผลการศึกษาศึกษาการยกระดับภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดลำปาง เนื่องจากจะเป็นกระบวนการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมด้านอาหารและตอบสนองความต้องการเชิงพื้นที่ โดยการดำเนินงานวิจัยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อให้เกิดเครือข่ายทางสังคมและใช้ศักยภาพของแต่ละภาคส่วนในการขับเคลื่อนนโยบายของประเทศและหน่วยงานระดับพื้นที่ กำหนดการมีส่วนร่วมตั้งแต่การสืบค้น สืบหา การวิเคราะห์ การร่วมปฏิบัติ ประเมินผล รวมถึงการถ่ายทอดและเผยแพร่ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านของจังหวัดลำปาง นำมาซึ่งการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนในพื้นที่ผ่านกระบวนการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดการขับเคลื่อนงานวัฒนธรรมปี พ.ศ. 2566–2570 ของกระทรวงวัฒนธรรม คือ เศรษฐกิจวัฒนธรรมใหม่ สร้างรายได้ เสริมคุณค่า พัฒนาสังคม โดยผ่านกระบวนการศึกษา วิจัย บริหารจัดการองค์ความรู้ และสร้างนวัตกรรมด้านศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม (Department of Cultural Promotion, 2023) คาดว่างานวิจัยนี้แล้วเสร็จจะเกิดประโยชน์ทั้งเชิงวิชาการ เศรษฐกิจ และเชิงพาณิชย์ได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทและคัดเลือกภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านของจังหวัดลำปาง
2. เพื่อยกระดับภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านด้วยการกระบวนการมีส่วนร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดลำปาง
3. เพื่อถ่ายทอดและเผยแพร่ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านของจังหวัดลำปาง

การทบทวนวรรณกรรม

การยกระดับภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้าน

ภูมิปัญญาด้านอาหารเปรียบเสมือนมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและมูลค่าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตสามารถสะท้อนถึงเอกลักษณ์อันดีงามของชุมชนได้ เนื่องจากอาหาร

พื้นบ้านหรืออาหารท้องถิ่นหรือบางครั้งเรียกว่าอาหารพื้นถิ่น (Local Food) ก็คืออาหารที่บริโภคอยู่ในชีวิตประจำวันและบริโภคในโอกาสต่าง ๆ อาทิ เครื่องปรุง และวัตถุดิบจากแหล่งต่าง ๆ ในพื้นที่ชุมชน ทั้งจากแหล่งธรรมชาติและจากการผลิตขึ้นมาเอง เช่น การเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ โดยมีกรรมวิธีการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์รสชาติเฉพาะถิ่น (Suwanapha et al., 2017) ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดผ่านการยกระดับภูมิปัญญาได้ เพราะการยกระดับภูมิปัญญาหมายถึงกระบวนการที่นำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่แล้วหรืออาจสูญหายไปแล้วให้ฟื้นคืนชีพสู่การสร้างคุณค่า (Kankaw, 2021) และแนวทางในการดำเนินงานสามารถกระทำได้ 4 วิธี ได้แก่ 1) การอนุรักษ์ คือ การบำรุงรักษา 2) การฟื้นฟู คือ การรื้อฟื้นสิ่งดีงามที่กำลังจะหายไปหรือกำลังจะเล็กลงให้กลับมาใช้ประโยชน์ได้ อย่างการนำอาหารพื้นถิ่นที่ทำทานยากมาทำเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร หรือการนำอาหารไทยที่มีความสำคัญเชิงประวัติศาสตร์มานำเสนอเผยแพร่ 3) การประยุกต์ คือ การนำอัตลักษณ์ของภูมิปัญญามาประยุกต์หรือผสมผสานเข้ากับองค์ความรู้ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น มัฟฟินรังทอดกรอบรสเผิงคำ รสต้มยำกุ้ง และ 4) การสร้างใหม่ คือ การค้นคิดใหม่หรือพัฒนาขึ้นมาใหม่แต่มีพื้นฐานองค์ความรู้จากภูมิปัญญาแล้ว นำเสนอในรูปแบบใหม่ (Kaewsritong, 2022) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทของชุมชนและเป้าหมายของการยกระดับที่จะมุ่งสร้างประโยชน์ในมิติใด

กระบวนการมีส่วนร่วม

กระบวนการมีส่วนร่วมเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาหรือสร้างสรรค์งานที่ต้องอาศัยองค์ประกอบของกลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยเฉพาะการพัฒนาเชิงพื้นที่ ตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ ร่วมติดตามและประเมินผล รวมถึงการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Puangsan et al., 2021) ซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนมีความสำคัญต่อการพัฒนาท้องถิ่น (Hofer et al., 2024) 1) การสืบค้น สืบหา ค้นคว้า 2) การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล 3) การทดลองและพัฒนาอาหารพื้นถิ่น 4) ประเมินผล 5) การถ่ายทอดและเผยแพร่ (Kaewsritong, 2022) เพราะการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนควรทำให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและสามารถสร้างเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ให้กับชุมชนเพราะเป็นสิ่งสำคัญต่อการเลือกซื้อ จึงจะสามารถดึงดูดใจลูกค้าทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวและลูกค้าทั่วไปเพื่อเป็นการสร้างความยั่งยืนให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน (Chaemchamrus et al., 2022)

การท่องเที่ยวชุมชน

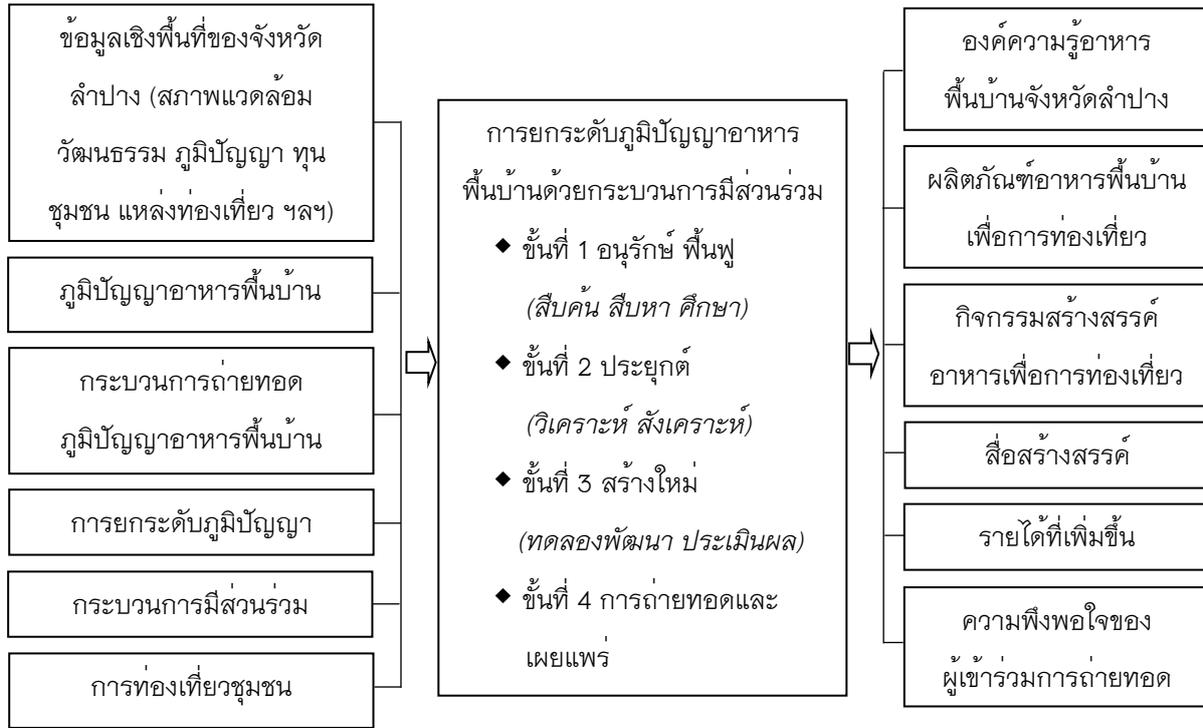
การท่องเที่ยวชุมชนเป็นกระบวนการใช้ทรัพยากรของชุมชนทั้งทางธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต การอนุรักษ์ มาเป็นกลไกในการจัดการท่องเที่ยวและอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการขับเคลื่อน เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และเป็นการสร้างรายได้มาสู่ประเทศ (Kaewsritong, 2022) การท่องเที่ยวโดยชุมชนทำหน้าที 2 อย่าง อย่างแรก คือ เป็นกลไกการจัดการการท่องเที่ยว นั่นคือเมื่อชุมชนบริหารจัดการแหล่ง

ท่องเที่ยวของตนเองได้สำเร็จเป็นต้นแบบให้คนจากพื้นที่อื่น ๆ ก็จะเข้ามาศึกษาเพื่อนำไปปฏิบัติตามให้เห็นผล และอย่างที่สอง คือ เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจและอยากเดินทางมาสัมผัสวิถีชีวิตที่เต็มไปด้วยเอกลักษณ์ (Choibamroong, 2015) เป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมุ่งเน้น การเสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนสามารถเชื่อมโยงรับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ชุมชนสามารถบริหารจัดการและเชื่อมโยงผลประโยชน์ต่าง ๆ จากการท่องเที่ยวได้ นำมาซึ่งรายได้เสริมในชุมชนและสิ่งแวดล้อมที่ดีน่าอยู่และวิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และเพิ่มมูลค่า ช่วยให้การพัฒนาท้องถิ่นเป็นไปอย่างสมดุลและยั่งยืน ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนในชุมชนท้องถิ่น (Development of special areas for sustainable tourism, 2015) และจากการศึกษาผลกระทบของการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวในประเทศต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่าอาหารท้องถิ่นมีผลเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม) (Apak & Gurbuz, 2024)

สรุปจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การยกระดับภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านเป็นกลยุทธ์หนึ่งของการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับอาหารพื้นบ้าน ซึ่งสามารถดำเนินการผ่านการอนุรักษ์ การฟื้นฟูที่เริ่มตั้งแต่การสืบค้น ศึกษา ค้นหา หรือการประยุกต์ใช้ รวมถึงการสร้างใหม่ที่ต้องใช้การพัฒนาทดลองเพื่อการต่อยอดของภูมิปัญญาด้านอาหาร ขึ้นอยู่กับบริบทและวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน และกลไกที่จะช่วยส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จได้นั้นต้องใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนร่วมขับเคลื่อนตั้งแต่ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ จนถึงการร่วมประเมินผล เพื่อเป็นการใช้ศักยภาพตามความสามารถ ความรู้ ความเชี่ยวชาญที่มีของแต่ละภาคส่วนทั้งในมิติขององค์ความรู้ภูมิปัญญาที่มีนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่จะนำมาประยุกต์เพื่อมารวมยกระดับ และควรให้ความสำคัญของการใช้ศักยภาพของชุมชนที่มีเป็นจุดเริ่มต้น เพราะเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชน เนื่องจากเสน่ห์ของการท่องเที่ยวชุมชน คือ นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้รับประสบการณ์และการได้สัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนตลอดจนการได้ซื้อของฝากของที่ระลึกจากการท่องเที่ยว ดังนั้นการยกระดับภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนจะนำมาซึ่งประโยชน์ในหลายมิติทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจากบริบทชุมชน ประชาชนในพื้นที่ ผู้ประกอบการ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในชุมชนและภายนอกชุมชน รวมถึงทฤษฎีต่าง ๆ และได้ประยุกต์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านของ Chantuk et al. (2021) และแนวทางการยกระดับภูมิปัญญาของ Kaewsritong (2022) มากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยโดยมีรายละเอียด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบมีส่วนร่วม พื้นที่วิจัย คือ จังหวัดลำปาง โดยมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มเป้าหมาย

1) กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง คือ ครูภูมิปัญญาอาหาร ตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดลำปาง จำนวน 20 คน ได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แล้วบอกต่อด้วยเทคนิคสโนว์บอล (Snow ball)

2) กลุ่มผู้ทรงวุฒิทางด้านอาหาร คือ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหารพื้นบ้านภาคเหนือ ได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 5 คน โดยพิจารณาจากเกณฑ์ คือ เป็นนักวิชาการที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับอาหารพื้นบ้านภาคเหนือ และมีประสบการณ์เกี่ยวกับอาหารพื้นบ้านภาคเหนือไม่น้อยกว่า 10 ปี รวมถึงมีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาหารพื้นบ้าน ได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แล้วบอกต่อด้วยเทคนิคสโนว์บอล (Snow ball)

3) กลุ่มนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในภาคนี้จำนวน 100 คน ได้จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (เมื่อความคาดเคลื่อน $\pm 10\%$) (Yamane, 1970 as cited in Yuktirat, 2020) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บข้อมูลผ่าน Google Form กับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในภาคนี้จำนวนที่มมีความสนใจในการตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด ประเด็นคำถามเกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านในจังหวัดลำปาง การถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านอาหาร ชนิดของอาหารที่พบมากในจังหวัด

2) แบบสนทนากลุ่ม เป็นประเด็นสนทนาเกี่ยวกับการคัดเลือกภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านที่สะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปางเพื่อนำมายกระดับให้สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้

3) แบบประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหารในประเด็นด้านกายภาพลักษณะที่ปรากฏ รสชาติ กลิ่น สี เนื้อสัมผัส และความเหมาะสมในภาพรวมของผลิตภัณฑ์

4) แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์อาหารที่พัฒนาขึ้น มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การหาคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่ การตรวจความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content of validity) ของแบบสัมภาษณ์ แบบสนทนากลุ่ม แบบสอบถามและแบบประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหาร ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item–Objective Congruence :IOC) 0.8–1 ส่วนการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) จากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s alpha coefficient) ของแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.72

ขั้นตอนดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1) ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาบริบทและคัดเลือกภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านของจังหวัดลำปาง โดยเริ่มจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์และการจัดสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมตั้งแต่การสืบค้น สืบหา การวิเคราะห์ จนนำไปสู่การร่วมปฏิบัติ และประเมินผล

2) ขั้นตอนที่ 2 การยกระดับภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดลำปาง เริ่มจากนำภูมิปัญญาอาหารที่ผ่านการคัดเลือกในขั้นตอนที่ 1 มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารด้วยกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่การพัฒนาตำรับพื้นฐาน การยืนยันโดยผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกี่ยวข้อง จากนั้นสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารเชิงนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น

3) ขั้นตอนที่ 3 ถ่ายทอดและเผยแพร่ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านของจังหวัดลำปาง ดำเนินการใน 2 ลักษณะ คือ การจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจสมัครใจเข้าร่วมการฝึกอบรมเพื่อนำไปต่อยอดในการส่งเสริมธุรกิจชุมชน และการจัดทำสื่อสร้างสรรค์เพื่อเผยแพร่ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านเมืองเหนือของจังหวัดลำปางผ่านช่องทางออนไลน์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในเชิงเอกสารเพื่อให้ทราบถึงภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านในจังหวัดลำปาง การถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านอาหาร อาหารที่แสดงอัตลักษณ์ และการศึกษาภาคสนามในจังหวัดลำปาง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกต การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) เพื่อให้ได้ความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของข้อมูลได้แก่ 1) สามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Method triangulation) ตรวจสอบจากการใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกันเพื่อศึกษาข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้สัมภาษณ์ ใช้เอกสาร 2) สามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator triangulation) ตรวจสอบโดยการเปลี่ยนตัวผู้สัมภาษณ์ว่าถ้าผู้สัมภาษณ์เปลี่ยนไปแล้วข้อมูลจะเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ 3) สามเส้าด้านข้อมูล (Data source triangulation) ตรวจสอบจากแหล่งเวลา สถานที่ บุคคลที่แตกต่างกันว่าถ้าเก็บข้อมูลต่างกันจะได้ข้อมูลเดิมหรือเปลี่ยนไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics)

โครงการวิจัยนี้ได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม โครงการวิจัยเลขที่ PSRU-EC2023/027

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การยกระดับภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดลำปาง สามารถนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาบริบทและคัดเลือกภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านของจังหวัดลำปาง พบว่า วัฒนธรรมและภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านของจังหวัดลำปางเกิดจากการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ตามบ้านเรือน ทุ่งนา ป่าชุมชน เช่น ผักกิมร้ว เนื้อสัตว์ต่าง ๆ รวมถึงเครื่องปรุง เครื่องแกง และมีวิธีการปรุงที่มีการถ่ายทอดปฏิบัติสืบทอดกันมาอย่างไม่เป็นทางการกันภายในครัวเรือนและรูปแบบทางการผ่านการเรียนการสอนและการฝึกอบรมจากหน่วยงานต่าง ๆ นอกจากนี้ยังพบว่าชนิดของอาหารพื้นบ้านในจังหวัดลำปางมีทั้งประเภทแกง เช่น แกงผักอะเยาะอะเยาะ แกงบอน แกงผักเขียวใส่ไก่ ประเภทต้ม เจี้ยว จอ เป็นการต้มผักแบบใส่ส้มมีทั้งแบบใสเนื้อและไม่ใสเนื้อ เช่น จอผักกาด ต้มขมปลาสร้อย ประเภทน้ำพริกและผักเคี้ยว เช่น น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกอ่อน น้ำพริกข่า ประเภทตำ ยำ ลาบ ส้า (คล้ายยำหรือพลาของภาคกลาง) เช่น ตำจิ้น ตำบะหนูน ยำจิ้นไก่ ลาบปลา ส้ามะเขือแจ้ ประเภทปิ้ง แหนบ จี๋ หมก นึ่ง หลาม เช่น ปิ้งจิ้น แหนบปลา หลามปลา เป็นต้น และจากการสนทนา

กลุ่มกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการคัดเลือกภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านของจังหวัดลำปางที่จะสามารถนำมายกระดับสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม รวมถึงสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้นั้น ที่ประชุมเห็นว่าสิ่งที่จะสะท้อนความเป็นอาหารพื้นบ้านของเมืองลำปาง คือ พริกแกงเหนือที่มีส่วนผสมเพียงไม่กี่ชนิด ได้แก่ พริก ปลาร้า เกลือ และหอมแดง มีรสชาติ กลิ่นที่มีเอกลักษณ์เป็นเครื่องแกงที่ใช้ปรุงอาหารเหนือประเภทแกงได้หลากหลายทั้งแกงเนื้อและแกงผัก แต่ปัจจุบันพริกแกงเหนือส่วนใหญ่จะมีจำหน่ายในลักษณะเป็นพริกแกงสด ซึ่งต้องมีการนำไปปรุงรสเพื่อทำเป็นแกงชนิดต่าง ๆ จึงส่งผลให้การนำเป็นของฝากเพื่อการท่องเที่ยวยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก เพราะนักท่องเที่ยวมีความกังวลว่าเมื่อซื้อพริกแกงกลับไปแล้วจะไม่สามารถทำเป็นอาหารเหนือได้ นอกจากนี้ยังพบว่าลูกหลานของชาวเหนือที่ต้องไปทำงานต่างถิ่นโดยเฉพาะในเมืองหลวงที่มีข้อจำกัดของเวลาและสถานที่ในการปรุงอาหารจึงไม่ได้ทำอาหารเหนือบริโภค เหล่านี้เริ่มส่งผลให้ภูมิปัญญาด้านอาหารพื้นบ้านไม่ได้รับความนิยมจากคนรุ่นใหม่ และจากการสนทนากลุ่มยังพบว่าตัวแทนของกลุ่มสมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องการมีกิจกรรมที่เกี่ยวกับทางด้านอาหารเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น การทำอาหารเหนืออย่างง่ายจากวัตถุดิบที่มีในชุมชนเนื่องด้วยข้อจำกัดของระยะเวลาที่มีเพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวสามารถบรรลุไว้ในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนได้

สรุปจากผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในการคัดเลือกภูมิปัญญาด้านอาหารควรนำพริกแกงเหนือมาต่อยอดและยกระดับเนื่องจากมีความชัดเจนของอัตลักษณ์และสามารถนำไปประกอบอาหารประเภทแกงเหนือได้หลายชนิดสอดคล้องกับชนิดของอาหารเหนือที่พบมากในจังหวัดลำปางคืออาหารประเภทแกง รวมถึงการทำแกงมีวิธีการที่ไม่ซับซ้อนเพียงแค่ใส่น้ำใส่เครื่องแกง เนื้อสัตว์และผัก ซึ่งถ้าเปรียบเทียบกับอาหารประเภทบึง นึ่ง หลาม เป็นต้น แต่ต้องให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคหรือกลุ่มนักท่องเที่ยว แต่ยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของอาหารเหนือเพื่อเป็นทางเลือกในการประกอบธุรกิจและยังคงไว้ซึ่งการบริโภคอาหารเหนือได้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การยกระดับภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดลำปาง มีผลวิจัยดังนี้

1) การนำภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านของจังหวัดลำปางที่ผ่านการคัดเลือก คือ พริกแกงเหนือมาดำเนินการยกระดับให้เป็นผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านเชิงสร้างสรรค์เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม สามารถรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ เช่น กิจกรรมการทำอาหารพื้นบ้านที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติ โดยเฉพาะในการเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อกลับไปเพื่อเป็นของฝากหรือเพื่อบริโภคที่บ้านได้สะดวกยิ่งขึ้น รวมถึงจากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการผลิตและโอกาสทางการตลาด ซึ่งผลของการยกระดับทำให้ได้ “ผลิตภัณฑ์ซอสแกงเหนือ” (ดังภาพที่ 2) เพราะสามารถทำเป็นผลิตภัณฑ์ซอสสำเร็จรูป ที่อำนวยความสะดวกในการทำเพียงแค่เติมน้ำเปล่า ใส่เนื้อ ใส่ผัก และข้อมูลการทำเหล่านี้สามารถอธิบายรายละเอียดในบรรจุภัณฑ์ได้ส่งผลให้มีโอกาสทางการตลาด รวมถึงสามารถตอบเจตนาในกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์ซอสแกง

เนื้อได้ผ่านกระบวนการพัฒนาตำรับพื้นฐานเพื่อให้สามารถนำไปทำแกงได้หลากหลายชนิดและผ่านการประเมินคุณภาพของอาหารจากผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านอาหารเนื้อในด้านรสชาติ ภายนอก สี เนื้อสัมผัส และความคิดเห็นในภาพรวม พบว่า มีคุณภาพเป็นไปตามลักษณะของพริกแกงเนื้อ และผลจากการตรวจวิเคราะห์คุณภาพผลิตภัณฑ์ตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่นำมาประยุกต์ใช้ในเบื้องต้น พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพด้านจุลินทรีย์เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ไม่เกินค่ามาตรฐานที่กำหนดไว้



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์ซอสแกงเนื้อและแกงผักเชียงดาปลาอย่างที่ปรุงจากซอสที่พัฒนาขึ้น

2) ผลสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ซอสแกงเนื้อที่พัฒนาขึ้นรวมถึงประเมินการใช้ซอสแกงเนื้อปรุงอาหารที่บ้าน 10 ชนิด ที่ได้จากการคัดเลือกและตามความนิยมที่พบมากในจังหวัดลำปาง โดยพิจารณาจากรสชาติ กลิ่น รูปร่างหน้าตาอาหาร ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจาก “กาดนั้งก้อม” เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง จากนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน ได้ผลการวิจัยดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่หวัดต่อผลิตภัณฑ์ซอสแกงเหนียว (n=100)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D	ความพึงพอใจ
ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์			
1. สะท้อนถึงความเป็นเครื่องปรุงอาหารพื้นบ้าน	4.73	0.45	มากที่สุด
2. สีสันแสดงถึงความสดใหม่ของซอสพริกแกงเหนียว	4.56	0.59	มากที่สุด
3. เนื้อสัมผัสที่ปรากฏเหมาะสมกับการนำไปปรุงอาหารพื้นบ้าน	4.60	0.49	มากที่สุด
4. มีความสร้างสรรค์แปลกใหม่น่าสนใจ	4.31	0.74	มาก
5. สามารถผลิตเพื่อจำหน่ายได้จริง	4.72	0.47	มากที่สุด
6. สามารถเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากอาหารพื้นบ้านได้	4.76	0.42	มากที่สุด
7. มีความสะดวกในการนำไปทำอาหารพื้นบ้าน	4.85	0.35	มากที่สุด
รวม	4.64	0.50	มากที่สุด
ด้านการใช้ผลิตภัณฑ์ซอสแกงเหนียวปรุงอาหารพื้นบ้าน 10 ชนิด			
1. แกงแค	4.25	0.23	มาก
2. แกงผักเชียงดาใส่ปลาแห้ง	4.26	0.21	มาก
3. แกงกะหล่ำปลีใส่หมูสามชั้น	4.28	0.23	มาก
4. แกงผักกาดใส่ไก่	4.26	0.23	มาก
5. แกงผักใส่ไก่	4.25	0.22	มาก
6. แกงหยวกกล้วยใส่ไก่	4.29	0.23	มาก
7. แกงเห็ด	4.28	0.23	มาก
8. แกงยอดมะพร้าวใส่ไก่	4.23	0.22	มาก
9. แกงอ่อมหมู	4.22	0.25	มาก
10. แกงผักทะเลผักเสี้ยว	4.29	0.23	มาก
รวม	4.26	0.21	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ซอสแกงเหนียวที่พัฒนาขึ้นในมิติของลักษณะผลิตภัณฑ์ทั่วไปในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, S.D = 0.50) ส่วนด้านการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ซอสแกงเหนียวไปใช้ทำอาหารเหนียว 10 ชนิดแล้วให้นักท่องเที่ยวชิม พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D = 0.21)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การถ่ายทอดและเผยแพร่ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านของจังหวัดลำปาง โดยการจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการทำอาหารพื้นบ้านที่ใช้ผลิตภัณฑ์ซอสแกงเหนียวให้กับกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจสมัครใจเข้าร่วมการฝึกอบรมเพื่อนำไปต่อยอด และการจัดทำสื่อสร้างสรรค์เพื่อเผยแพร่ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านเมืองของจังหวัดลำปางผ่านช่องทางออนไลน์ มีผลการวิจัยดังนี้

1) การจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจสมัครใจเข้าร่วมการฝึกอบรมพบว่า ผู้เข้าร่วมฝึกอบรม มีจำนวน 16 คน ประกอบด้วย ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจอาหารของชุมชน ตัวแทนจากชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงนักศึกษาในพื้นที่ ซึ่งมีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, S.D = 0.12) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (N=16)

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความพึงพอใจ
1. การได้รับประโยชน์และได้มีส่วนร่วมในการฝึกอบรม	4.75	0.44	มากที่สุด
2. รูปแบบและบรรยากาศการฝึกอบรม	4.68	0.47	มากที่สุด
3. ความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ของวิทยากร	4.75	0.44	มากที่สุด
4. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของวิทยากรและผู้ช่วยวิทยากร	4.75	0.44	มากที่สุด
5. ความพร้อมของห้องปฏิบัติการ	4.87	0.34	มากที่สุด
6. วัสดุ อุปกรณ์ เพียงพอและเหมาะสมต่อการใช้งาน	4.68	0.47	มากที่สุด
7. วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการฝึกอบรม	4.81	0.40	มากที่สุด
8. ระยะเวลาในการจัดฝึกอบรม	4.62	0.50	มากที่สุด
9. หัวข้อการฝึกอบรมสอดคล้องกับความต้องการ	4.75	0.44	มากที่สุด
10. การได้นำองค์ความรู้และทักษะจากการฝึกอบรมไปต่อยอด	4.68	0.47	มากที่สุด
รวม	4.73	0.12	มากที่สุด

2) การจัดทำสื่อสร้างสรรค์เพื่อเผยแพร่ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านเมืองของจังหวัดลำปาง โดยผู้วิจัยได้จัดทำเป็นสื่อวีดิทัศน์การทำอาหารเหนือที่ใช้ผลิตภัณฑ์ซอสแกงเหนือในการทำ รวมถึงมีการให้องค์ความรู้ เทคนิค จากนั้นนำไปเผยแพร่ทางออนไลน์ในช่องยูทูป (YouTube) เพื่อเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านเมืองเหนือให้สอดคล้องกับยุคสมัยในปัจจุบันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า อาหารพื้นบ้านของจังหวัดลำปางเกิดจากการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนและมีการถ่ายทอดปฏิบัติสืบต่อกันมา อาหารมีทั้งประเภทแกง ต้ม เจี้ยว จอ น้ำพริก ตำ ยำ ลาบ ส้า ปิ้ง แหนบ จี่ หมก นึ่ง หลาม ซึ่งจะเห็นว่าประเภทของอาหารนั้นถูกแบ่งตามกรรมวิธีการทำที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาจนเป็นวัฒนธรรมสอดคล้องกับ Sepha et al. (2024) กล่าวว่า ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านเกี่ยวข้องกับประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นสิ่งที่สร้างความแตกต่าง เป็นสิ่งที่สะท้อนแนวคิดวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี และในขณะเดียวกันก็สร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น และจากการใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการคัดเลือกภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านเพื่อนำมายกกระดับและต่อยอดพบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับพริกแกงหรือเครื่องแกงเหนือเพราะเห็นว่าเป็นส่วนผสมตั้งต้นของการนำไปทำอาหารเหนือได้หลากหลายประเภท ส่วนผสมใช้วัตถุดิบเพียงไม่กี่ชนิดที่มีในท้องถิ่นซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาชนิดของอาหารในพื้นที่ลำปางจะพบอาหารประเภทแกงเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะถ้า

มองในมิติของการนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวจะมีความเป็นไปได้ของการผลิต รวมถึงการสร้างเรื่องราวเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาอาหารได้ สอดคล้องกับ Chantuk et al. (2021) กล่าวว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่นสำหรับยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนควรพิจารณาถึงวัตถุดิบและเอกลักษณ์ของอาหารที่มีแหล่งผลิตมาจากชุมชน รวมถึงต้องอนุรักษ์ความโดดเด่นของเครื่องเทศเอาไว้ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงรสชาติอาหารพื้นบ้านได้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การยกระดับภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดลำปาง พบว่า การนำภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านที่ผ่านการคัดเลือก คือ พริกแกงเหนือ มาดำเนินการยกระดับ ทำให้ได้ “ผลิตภัณฑ์ซอสแกงเหนือ” ที่เปรียบเสมือนเป็นซอสสำหรับทำแกงเหนือถึงสำเร็จรูป เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำเพียงแค่นำน้ำเปล่า ใส่เนื้อ ใส่ผัก รอจนสุก ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีความเหมาะสมในการจัดทำเป็นของฝากสำหรับการท่องเที่ยว รวมถึงมีโอกาสในการพัฒนาต่อยอดบรรจุภัณฑ์ให้รองรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคของฝากของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวได้ส่งผลให้มีโอกาสทางการตลาด รวมถึงสามารถตอบโจทย์ในกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับ Apak and Gurbuz (2024) ที่ได้ศึกษาผลกระทบของการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยว พบว่า อาหารท้องถิ่นมีผลเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และจากการตรวจวิเคราะห์คุณภาพผลิตภัณฑ์ตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเบื้องต้น พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพด้านจุลินทรีย์เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ไม่เกินค่ามาตรฐานที่กำหนดไว้ จะเห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้มีโอกาสผลิตจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ได้จริง แต่ต้องมีการพัฒนาในเรื่องของบรรจุภัณฑ์และการตรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ในมิติอื่น ๆ ตามข้อบังคับของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และผลจากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ซอสแกงเหนือที่พัฒนาขึ้นพบว่าในมิติของลักษณะผลิตภัณฑ์ทั่วไป ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการได้มาของผลิตภัณฑ์ซอสแกงเหนือใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจอาหารพื้นบ้านและกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปางที่ร่วมกันแสดงความคิดเห็นสะท้อนปัญหาและความต้องการในประเด็นต่าง ๆ จึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความพึงพอใจสอดคล้องกับ Hofer et al. (2024) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนมีความสำคัญต่อการพัฒนาท้องถิ่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kanbute et al. (2022) ที่ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อหาแนวทางอนุรักษ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ส่งผลให้ชุมชนที่เข้าร่วมมีศักยภาพในการผลิตสินค้าอาหารท้องถิ่นและมีทักษะในการพัฒนามาตรฐานของผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นของชุมชนได้ แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะพบว่า หัวข้อความสร้างสรรค์แปลกใหม่น่าสนใจ ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในตลาดปัจจุบันมีการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ซอสแกงถึงสำเร็จรูปทั่วไปอยู่บ้างแล้วจึงไม่ได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด แต่จะพบว่าในส่วนของผู้ผลิตซอสแกงเหนือสำหรับการทำอาหารพื้นบ้านภาคเหนือจะยังไม่มีในท้องตลาด ส่วนด้านการทดลองใช้ซอสแกงเหนือที่

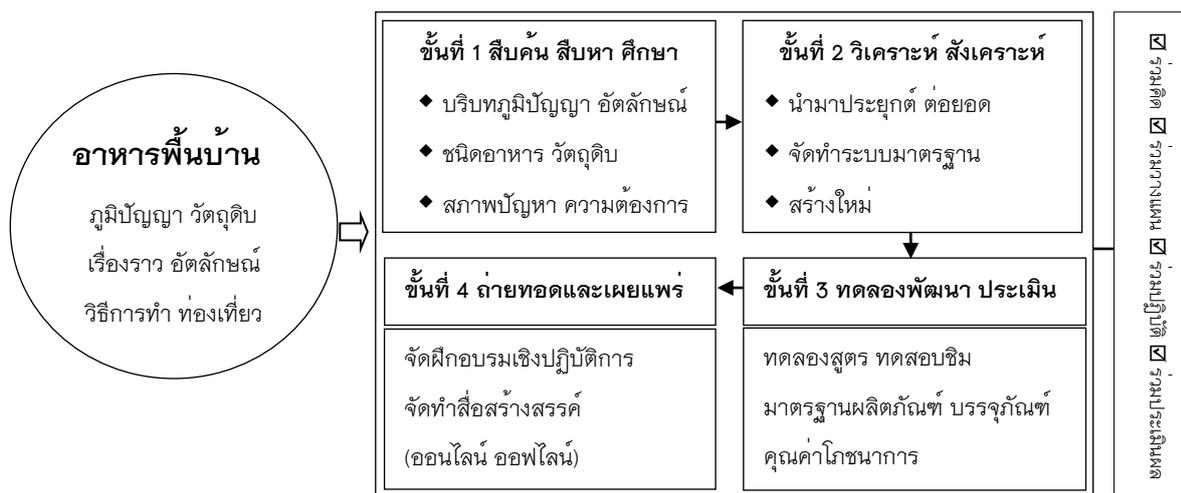
พัฒนาขึ้นไปใช้ทำอาหารเหนือ 10 ชนิด แล้วให้นักท่องเที่ยวชิม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในแต่ละชนิดอาหารอยู่ในระดับมาก ซึ่งจะเห็นว่าไม่แตกต่างกันทั้งนี้อาจเป็นเพราะผลิตภัณฑ์ซอสแกงเหนือสามารถนำไปทำแกงเหนือได้หลากหลายชนิดและมีรสชาติเป็นไปตามลักษณะของแกงชนิดนั้น ๆ ได้ แต่จากข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่ได้ทดลองชิมแกง พบว่า รสชาติมีความเข้มข้นและมีความเผ็ดร้อน อาจเป็นเพราะปริมาณของซอสแกงเหนือที่ใช้ต่อปริมาณของน้ำเปล่า ดังนั้นในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายจริงต้องมีการระบุปริมาณสัดส่วนของซอสแกงกับน้ำเปล่าให้ชัดเจน

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การถ่ายทอดและเผยแพร่ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านของจังหวัดลำปาง โดยการจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการทำอาหารพื้นบ้านที่ใช้ผลิตภัณฑ์ซอสแกงเหนือ พบว่า ผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะหัวข้อการฝึกอบรมเป็นสิ่งที่ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมสนใจและสามารถนำไปต่อยอดในการทำธุรกิจหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้ รวมถึงรูปแบบและบรรยากาศของการฝึกอบรมมีความพร้อมทั้งห้องปฏิบัติการ วัสดุ อุปกรณ์ วัสดุที่ใช้ วิทยากรมีองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญในการถ่ายทอดการทำอาหารพื้นบ้าน และอาจเป็นเพราะมีสื่อที่เป็นวีดิทัศน์ของการทำอาหารพื้นบ้านประกอบการฝึกอบรม เหล่านี้ยิ่งส่งผลให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ Tuekkhaow et al. (2021) ได้ผลวิจัยพบว่าการลงมือปฏิบัติจริงและได้เรียนรู้จากสถานการณ์จริงและมีความร่วมมือในการมีส่วนร่วมทุกกระบวนการส่งผลให้เกิดความสำเร็จ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ คือ กระบวนการยกระดับภูมิปัญญาด้านอาหารพื้นบ้านด้วยการมีส่วนร่วม ซึ่งการมีส่วนร่วมในที่นี้หมายถึงกลุ่มบุคคลหรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้นจนถึงการได้รับผลประโยชน์ โดยเริ่มจากขั้นตอนที่ 1 สืบค้น สืบหา ศึกษาภูมิปัญญาขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ สังเคราะห์เพื่อหาแนวทางการยกระดับให้เกิดคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่ม และขั้นตอนที่ 3 การทดลองพัฒนา แล้วประเมินผลของสิ่งที่ได้พัฒนา จากนั้นขั้นตอนที่ 4 ใช้การถ่ายทอดและเผยแพร่ผลลัพธ์เปรียบเสมือนเป็นการถอดบทเรียนและคืนภูมิปัญญาให้กับชุมชนหรือเพื่อให้เกิดการรับรู้ในวงกว้างและเกิดการใช้ประโยชน์ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและอยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืน (Sustainability) ที่เป็นหัวใจสำคัญของการยกระดับภูมิปัญญาสามารถแสดงความเชื่อมโยงของแต่ละองค์ประกอบดังภาพที่ 3

กระบวนการยกระดับภูมิปัญญาด้านอาหารพื้นบ้านด้วยการมีส่วนร่วม



ภาพที่ 3 การยกระดับภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม

สรุป

วัฒนธรรมและภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านของจังหวัดลำปางเกิดจากการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ตามบ้านเรือนทุ่งนาป่าชุมชน เช่น ผักริมน้ำ เนื้อสัตว์ต่าง ๆ รวมถึงเครื่องปรุง เครื่องแกง และมีวิธีการปรุงที่มีการถ่ายทอดปฏิบัติสืบต่อกันมาอย่างไม่เป็นทางการกันภายในครัวเรือนและรูปแบบทางการผ่านการเรียนการสอนและการฝึกอบรมจากหน่วยงานต่าง ๆ ชนิดของอาหารพื้นบ้านในจังหวัดลำปางมีทั้งประเภทแกง ต้ม น้ำพริกและผักเคี้ยว ตำ ยำ ลาบ ส้า บั้ง แหนบ จี่ หมก นึ่ง หลาม และภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านที่ได้รับการคัดเลือกให้นำมายกระดับคือ พริกแกงเหนือ จึงทำให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านเชิงสร้างสรรค์ “ผลิตภัณฑ์ซอสแกงเหนือ” เป็นซอสแกงเหนือสำเร็จรูปที่สามารถนำมาทำเป็นอาหารแกงเหนือได้หลากหลายชนิด และมีผลตรวจวิเคราะห์คุณภาพผลิตภัณฑ์ตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และผลิตภัณฑ์ได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด และจากการทดลองใช้ซอสแกงเหนือทำแกงเหนือ 10 ชนิด ได้แก่ แกงแค แกงผักเชียงดาใส่ปลาแห้ง แกงกะหล่ำปลีใส่หมูสามชั้น แกงผักกาดใส่ไก่ แกงผักใส่ไก่ แกงหยวกกล้วยใส่ไก่ แกงเห็ด แกงยอดมะพร้าวใส่ไก่ แกงอ่อมหมู แกงผักหล่ผักเสี้ยว แล้วให้นักท่องเที่ยวชิมพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด รวมถึงผลจากการถ่ายทอดองค์ความรู้พบว่าผู้เข้าร่วมฝึกอบรมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นสรุปได้ว่าการยกระดับภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมนี้มีประสิทธิภาพและสามารถนำไปใช้สู่การขยายผลในวงกว้างได้หรือนำไปประยุกต์ใช้กับภูมิปัญญาในด้านอื่น ๆ ได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1) ผลจากการวิจัยพบว่าภูมิปัญญาด้านอาหารพื้นบ้านสามารถนำมายกระดับเป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ได้ ดังนั้นควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น
- 2) ผลจากการวิจัยพบว่าผู้เข้าร่วมฝึกอบรมมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นควรมีการประเมินผลในเรื่องของความรู้ความเข้าใจ หรือศักยภาพที่เพิ่มขึ้นเมื่อผ่านการเข้าร่วม รวมถึงควรมีการติดตามและประเมินผลการนำไปใช้ เช่น รายได้ที่เพิ่มขึ้น ประสิทธิภาพของกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 1) งานวิจัยนี้ได้ค้นพบกระบวนการยกระดับภูมิปัญญาด้านอาหารพื้นบ้านด้วยการมีส่วนร่วมที่ ดังนั้นควรมีการประยุกต์ใช้กระบวนการดังกล่าวไปยังระดับภูมิปัญญาในด้านอื่น ๆ เช่น ภูมิปัญญาด้านผ้าเครื่องแต่งกาย ด้านศิลปะการแสดง ภูมิปัญญาด้านงานศิลปหัตถกรรม
- 2) ควรมีการศึกษาและวิเคราะห์ตัวแปรต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อกระบวนการยกระดับภูมิปัญญา

References

- Apak, O. C., & Gurbuz, A. (2024). The effect of local food consumption of domestic tourists on sustainable tourism. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71, 1–13.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103192>.
- Chaemchamrus, K., Erb-im, N., Phuanpoh., Y., & Sermchayut, R. (2022). Upgrading and increasing value of souvenir products of tourist attractions; Experience the charm of the old city life style, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Arts Management*, 6(3), 1585–1603.
- Chantuk, T., Chumkate, J., Sirichotnisakon, C., Taweephol, R., & Intawee, T. (2021). Development of Unique Community Food Products for Improving Potential of Community Tourism of Thai-Muslim Community. *Dusit Thani College Journal*, 15(1), 454–475.
- Choibamroong, T. (2015). *Join forces to move towards sustainability*. Community tourism. pp.61–62. Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization).
- Department of Cultural Promotion. (2023). *Government operational plan for a period of 5 years (2023 – 2027)*. Ministry of Culture. <https://www.oic.go.th/FILEWEB>.

- Development of Special Areas for Sustainable Tourism, Administrative Organization. (2015).
Community tourism. Cocoon and Co., Ltd.
- Hofer, K., Wicki, M., & Kaufmann, D. (2024). Public support for participation in local development.
World Development, 178, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2024.106569>.
- Kankaw, K. (2021). *The Approach of Improving Local Wisdom of People Living in Yaicha Village Samphran District Nakhonpathom Province*[Master's Thesis, Mahachulalongkornrajavidyalaya University].
- Kaewsritong, J. (2022). *Community product development*. Pibulsongkram Rajabhat University.
- Kaewsiya, P. (2023). Soft Power (5F) Type for Various Apply Affecting Decision Making to Travel to Nakhon Si Thammarat Province. *Thai Media Fund Journal*, 2(2), 54–82.
- Kanbute, S., Rukprayoon, N., Pokkaew, R., & Umnat, S. (2022). Creative development of local food products by participating in the Nakhon Chum Community Historical Park Special Area Kamphaeng Phet Province. *Lampang Rajabhat University Journal*, 11(1), 112–122.
- Lampang Provincial Cultural Office. (2016). *Lampang local food*. Ministry of Culture. Department of Cultural Promotion.
- Lampang Provincial Cultural Office. (2022). *Action plan Lampang Provincial Cultural Office Fiscal year 2022*. Department of Cultural Promotion.
- Lampang Provincial Office. (2023). *Lampang Province development goals for 20 years (2023 – 2042)*. Provincial Strategy and Information for Development Group.
<https://www.lampang.go.th/strategy/2566/plan20year-66.pdf>
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2018). *National Strategy 20 Year (2018–2037)*. Office of the Secretary of the National Strategy Committee.
https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF
- Puangsan, M., Wannahuay, C., Muttanang, M., & Chaunraktham, P. (2021). Public Participation in Community Development of Ban Bueng Subdistrict, Bankha District, Ratchaburi Province. *Journal of Liberal Arts, RMUTT*, 2(1), 77–93.
- Public Relations Department. (2023, August 12). *Driving the 5F project to push Thai products and culture into export products to be known around the world. Create opportunities from soft power*. <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/39/iid/177728>

- Sepha, T., Manowang, J., & Phaphothirat, K. (2024). The Development of Local Food Wisdom for the Elderly of Wiang Nuea Sub-district, Wiang Chai District, Chiang Rai Province. *Humanities and Social Sciences Journal of Pibulsongkram Rajabhat University*, 18(1), 189–201.
- Suwanapha, C., Woowong, O., & Suphamentheesakul, S. (2017). *Local Food: The Management Process for the Quality of Life and Social Ethics In northern communities*. (research report). Mahachulalongkornrajavidyalaya University.
- Tuekkhaow, P., Jamjuree, D., & Poonswan, S. (2021). Development of community-based learning model for promoting secondary school students' capability of creative use of cultural capital. *Journal of Arts Management*, 5(3), 718–732.
- Yuktirat, C. (2020). *Research and Development (R&D) in product design*. Trimuk.