

วัฒนธรรมอาหารล้านนา : การพัฒนาเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์

The Cultural of Lanna Food : The Develop to Creative Economy

ดร.อรอนงค์ ทองมี

หลักสูตรเทคโนโลยีการประกอบอาหารและการบริการ โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

Dr.Onanong Thongmee

Culinary Technology and Service Curriculum School of Culinary Arts. Suan Dusit Rajabhat University

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องภูมิปัญญาในการผลิตและพัฒนาอาหารล้านนา ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นธุรกิจที่ยั่งยืน และเป็นการอนุรักษ์อาหารล้านนา งานวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาประวัติความเป็นมา และวัฒนธรรมด้านอาหารของล้านนา 2) ศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาอาหารล้านนา และ 3) ศึกษาการจัดการเชิงวัฒนธรรมของอาหารล้านนาเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ พื้นที่วิจัยได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ในเขตอำเภอเมือง อำเภอฝาง อำเภอเชียงดาว อำเภอสันป่าตอง อำเภอหางดง อำเภอแม่แตง อำเภอดอยหล่อ อำเภอพร้าว อำเภอดอยสะเก็ด อำเภอแม่วาง อำเภอเวียงแหง และอำเภอสันทราย เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต แบบสนทนา

กลุ่ม และแบบประชุมเชิงปฏิบัติการ มีการเก็บข้อมูลทั้งจากเอกสารและการปฏิบัติภาคสนาม ข้อมูลภาคสนามได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต การสนทนากลุ่ม และการประชุมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติ และกลุ่มทั่วไป ตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีการแบบสามเส้า และนำเสนอผลการวิจัยด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า อาหารล้านนา หรืออาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ตอนบน ถือได้ว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นซึ่งมีการสะสมองค์ความรู้ และถ่ายทอดมาอย่างต่อเนื่อง จากอดีตจนถึงปัจจุบัน อาหารการกินของคนเมืองโดยทั่วไปมักเป็นไปตามธรรมชาติ มีส่วนปรุงแต่งน้อย อาหารที่รับประทานส่วนใหญ่มักจะเป็นไปตามฤดูกาลซึ่งหาได้ง่ายในท้องถิ่นนั้น ๆ ทำให้อาหารพื้นเมืองของแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกันบ้างตามสภาพพื้นที่

สภาพปัญหาของอาหารล้านนาและแนวทางการแก้ปัญหา พบว่าด้านบุคลากรยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณลักษณะ การแก้ปัญหา คือ ในส่วนภาครัฐ ควรจัดสรรเจ้าหน้าที่ดูแลโครงการอย่างชัดเจน เช่น การให้คำปรึกษา การจัดอบรมต่างๆ เพื่อเพิ่มทักษะความรู้ให้กับบุคลากรด้านเครื่องมือและเทคโนโลยี ขาดเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพราะขาดงบประมาณ การแก้ปัญหา คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐควรหาแนวทางช่วยจัดหางบประมาณ เพื่อจัดทำให้มีความทันสมัย ในด้านคุณภาพอาหารล้านนาพบว่า คุณภาพอาหารล้านนาไม่คงที่ โดยเฉพาะช่วงที่โครงการสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ชบเซา ขาดการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ ทำให้คุณภาพอาหารลดลง การแก้ปัญหา คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐควรมาตรวจสอบคุณภาพของอาหารล้านนาอย่างสม่ำเสมอหลังจากการได้รับคัดสรร ด้านมาตรฐานอาหารล้านนา พบว่า บรรจุภัณฑ์อาหารล้านนา ยังไม่ได้พัฒนาให้เป็นที่ถูกใจผู้บริโภค รวมถึงการปรับปรุงระดับดาวในผลิตภัณฑ์อาหารล้านนา เพราะมีทุนในการ

ผลิตน้อย การแก้ปัญหา คือ ควรออกแบบให้ดึงดูดใจผู้บริโภค มีหลากหลายต้อง และอาหารล้าหน้าต้องสะอาดถูกสุขลักษณะ คำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการ รวมถึงเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านการตลาด พบว่า บางครั้งไม่มีการหาตลาดรองรับสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารล้าหน้า การแก้ปัญหา คือ ควรมีการจัดหาตลาดสำหรับรองรับสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารล้าหน้า ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ยังขาดการพัฒนาและการทำวิจัยกรรมวิธีการผลิตให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภค การแก้ปัญหา คือ มีการรวมกลุ่มกัน เพื่อพัฒนาอาหารล้าหน้า ให้เป็นอาชีพหลัก และอาชีพเสริม รวมถึงมีการออกแบบผลิตภัณฑ์อาหารล้าหน้าเป็นนวัตกรรมของตนเองโดยการใช้ความรู้แบบภูมิปัญญาดั้งเดิม

แนวทางการจัดการเชิงวัฒนธรรมของอาหารล้าหน้าเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ผู้ผลิตมีการจัดการเชิงวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารล้าหน้าดังนี้ ผู้ผลิตควรส่งอาหารล้าหน้าคัดสรรสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OPC ตามระยะเวลาที่มีการคัดเลือกทุก 2 ปี เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพของสินค้า ผู้ผลิตมีความชำนาญในการผลิต ทำให้อาหารล้านามีคุณภาพได้มาตรฐาน ผู้ผลิตควรจะใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียง ผู้ผลิตมีกระบวนการผลิตที่ทันสมัยและถูกหลักอนามัย ตลอดจนผู้ผลิตมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ทันสมัย เป็นต้น

นอกจากนี้มีการนำกรอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้กับอาหารล้าหน้า เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น เอกลักษณ์ของอาหารล้าหน้า เทคโนโลยีเหมาะสมมีเอกลักษณ์เฉพาะตน บริการที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัว มีการออกแบบ เพิ่มคุณค่า เพิ่มมูลค่า สร้างงาน ความสามารถแข่งขัน และดีต่อสุขภาพ เพื่อให้อาหารล้าหน้าสามารถสร้างงานและสร้างรายได้ที่มั่นคงต่อผู้ผลิต ตลอดจนเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชนอีกด้วย

โดยสรุป อาหารล้านนาเป็นภูมิปัญญาที่มีคุณค่าทางความสวยงาม รสชาติ และเอกลักษณ์ความเป็นไทย รวมถึงเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนและประเทศชาติ ดังนั้นหน่วยงานของรัฐและองค์กรเอกชน ที่เกี่ยวข้อง ควรตระหนักถึงความสำคัญ และให้การสนับสนุนทั้งในด้านการเงินและด้านวิชาการ เพื่อเป็นการอนุรักษ์และการจัดการเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้อาหารล้านนามีความยั่งยืนอยู่กับชุมชนต่อไป

คำสำคัญ : การจัดการเชิงวัฒนธรรม, อาหารล้านนา, เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ABSTRACT

The study of Lanna food folk wisdom in making and developing causes a creative economy and sustainable economic system as well as Lanna food preservation. This research aims to 1) study the background information and Lanna food culture 2) understand problems and seek solutions for Lanna food production 3) study the cultural management to create a creative economy. This is a qualitative research. Sample areas are Muang district, Phang, Chiangdao, Sunpatong, Hangdong, Maetaeng, Doylor, Prao, Doysaked, Maewaang, Wienghaeng, and Sunsai district of Province Chiang Mai. Research tools include questionnaire, observation, group discussion, and interview workshops. Information was collected through prior studied documents and field data which

were acquired from interviewing, observing, group discussing and attending a workshop of the 48 experts, 36 practitioners and 36 participants. The data then was analyzed in triangulation fashion and presented as a descriptive analysis.

The research result found that Lanna food or the upper northern people's food is regarded as a cultural endeavour that has been collected and handed down to the descendants. Lanna food or Khon Muang food often gets along with nature, and the seasonal variations in the area when certain kinds of food and vegetables are more plentiful than the other area; therefore the local food in some place may be slightly different from the others.

The problems and the solutions of Lanna food are described through the following results. The workers have not realized the production hygiene so the government sector should help to give advice or training to gain knowledge and skill. The workers also lack tools and modern technology because of insufficient budget therefore the officers should give them increased funds. The quality of Lanna food product is not stable, especially during the period where One Tambon One Product is decreased, Lanna food product did not examine the quality so the food grade became lower. The officers should check the food quality regularly. The food package is not designed to meet the consumers' satisfaction because of lack of funding. The star

level telling food quality should be improved. The solution is creating attractive packaging with correct nutrition value labels, clean food and good taste. Lanna food marketing cannot afford the food itself. The government agents should help provide markets for a creative economy, to develop research productive methods to satisfy the consumers. So the food producers could join into groups to make Lanna food product as a main career and part-time career, and make this kind of food unique from their own folk wisdom innovation.

The method of cultural management of Lanna food for developing the creative economy found that the manufacturers have their own methods of cultural management of Lanna food. At this point, the manufacturers should deliver Lanna food that is a well- selected OTOP product to be selected every 2 years. This process is to keep the quality of product. The manufacturers are proficient in the production which helps Lanna food remains quality and standards. The manufacturers should use the materials that are easy to find in local areas and the neighbourhoods. Moreover, the manufacturing process should be modern and with proper sanitation. However, the manufacturers also need to have modern processes to promote their product. The manufacturing process includes applying creative economy ideas with Lanna food for the development of creative economy

such as local intellectual knowledge , identity of Lanna food, using suitable technologies in production and service. The creative economy aims to encourage the manufacturers to earn higher income and provide job opportunities to develop creative economy in local communities.

In conclusion, Lanna food is not only folk wisdom with beauty, taste, and Thai identity but also creative economy of the community and the country therefore government sectors and private sectors connected to it should realize its importance, give it both money and academic support in order to preserve it through cultural management as sustainable food folk wisdom of the community forever.

Keyword The Cultural Management, Lanna Food, Creative Economy

บทนำ

อาหารไทยประเภทอาหารพื้นบ้านภาคเหนือหรืออาหารล้านนา เป็นวัฒนธรรมอาหารที่ควรอนุรักษ์ เนื่องจากอาหารพื้นบ้านของแต่ละท้องถิ่น จะมีเอกลักษณ์ตามแบบฉบับของแต่ละวัฒนธรรม อาหารเหล่านี้ได้รับการถูกปรุงแต่งและถ่ายทอดสูตรอาหารแบบรุ่นต่อรุ่น ตำรับอาหารพื้นบ้านจึงเป็น ความผสมผสานที่ลงตัวระหว่างชนิดของอาหาร ปริมาณของผัก เนื้อสัตว์ และ เครื่องปรุง มีเสน่ห์ของความเป็นไทยในตัวของมันเอง มีรสชาติกลมกล่อม และ หลากหลายรสชาติในอาหารชนิดเดียวกัน นอกจากนี้อาหารพื้นบ้านไทยยัง

แสดงออกถึงภูมิปัญญาหลักแหลมของบรรพบุรุษไทย ที่คิดค้นปรุงแต่งให้เป็นอาหารแห่งความมีคุณค่าทางโภชนาการ เป็นอาหารแห่งสุขภาพโดยแท้จริง

นอกจากนี้อาหารล้านนา ยังเป็นการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งนโยบาย ภายใต้โครงการไทยเข้มแข็งของรัฐบาล ที่มีเป้าหมาย เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภูมิภาคอาเซียน (Creative Industrial Hub Of ASEAN) และเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย เน้นการปรับประยุกต์วัฒนธรรมภูมิปัญญาดั้งเดิม ผสมผสานเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งทำให้ก้าวสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ดังนี้ คือ มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา มีความประณีต ละเอียดอ่อนในการสร้างสรรค์ผลงานที่ดี มีฝีมือสามารถแข่งขันในระดับโลก มีภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่เป็นจำนวนมาก กระจายอยู่ทั่วประเทศ พร้อมทั้งจะได้รับการรักษา สืบทอด และพัฒนาอาหารล้านนาส่วนใหญ่มีปัญหา คือ มีความนิยมลดลง เนื่องจากมีวัฒนธรรมอาหารต่างชาติเข้ามาในสังคมไทย รวมถึงพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดจนการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคให้เข้ากับสังคมปัจจุบัน และมีจุดอ่อนที่จะต้องปรับปรุง คือด้านคุณภาพให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับและตอบสนองความต้องการของตลาด ควรมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ กระบวนการผลิตให้ถูกสุขลักษณะ เพื่อความปลอดภัยต่อสุขภาพ และชีวิตของผู้บริโภคทุกคน และยังพบปัญหาเพิ่มเติมอีกคือ ตลาดในการจำหน่ายมีจำกัดและมีผู้ซื้อจำกัด ขาดความรู้ด้านการตลาด หุ่นไม่พอ ไม่ได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขาดความรู้ในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบราคาสูง ชุมชนไม่สามารถผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์และมาจากภูมิปัญญาของ

ตนเอง นอกจากนี้ชุมชนยังต้องการความช่วยเหลือในการจัดตลาดในการจัดจำหน่าย ด้านเงินทุน และการสนับสนุนความรู้จากหน่วยงาน ตลอดจนการสนับสนุนเครื่องมือและเทคโนโลยีการผลิต รวมถึงปัญหานโยบายจากการได้รับความสนใจและได้รับการยอมรับในเบื้องต้นรวมทั้งความคาดหวังว่าโครงการนั้นๆ สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา และวัฒนธรรมด้านอาหารของล้านนา
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาอาหารล้านนา
3. เพื่อศึกษาการจัดการเชิงวัฒนธรรมของอาหารล้านนาเพื่อพัฒนา

เศรษฐกิจสร้างสรรค์

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัย ครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลด้วยการใช้ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต รวมทั้งการสนทนากลุ่ม และการประชุมเชิงปฏิบัติการ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อให้ได้คำตอบตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่กำหนดไว้

พื้นที่ในการศึกษาวิจัย

ประชาชนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และนักท่องเที่ยว เป็นพื้นที่กรณีศึกษา ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ในเขตอำเภอเมือง อำเภอฝาง อำเภอเชียงดาว อำเภอสันป่าตอง อำเภอหางดง อำเภอแม่แตง อำเภอดอยหล่อ อำเภอพร้าว อำเภอดอยสะเก็ด อำเภอแม่วาจ อำเภอเวียงแหง และอำเภอสันทราย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติ และกลุ่มทั่วไป ซึ่งเป็นประชาชน และนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้รวมทั้งสิ้น 120 คน แบ่งออกได้ดังนี้

1. กลุ่มผู้รู้ (key Informants) รวมจำนวน 48 คน ได้แก่ ภาครัฐ ได้แก่ อาจารย์มหาวิทยาลัย จำนวน 6 คน เจ้าพนักงานพัฒนาชุมชนสำนักงานพัฒนาชุมชน จำนวน 2 คน เจ้าพนักงานสำนักงานพาณิชย์เชียงใหม่ จำนวน 2 คน ประชาชนชาวบ้าน จำนวน 14 คน ภาคเอกชน จำนวน 24 คน

2. กลุ่มผู้ปฏิบัติ (casual informants) จำนวน 36 คน ผู้ผลิตอาหารล้านนา จำนวน 20 คน โอท็อปแชมป์เปียนจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 16 คน

3. กลุ่มทั่วไป (general informants) จำนวน 36 คน ได้แก่ ประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำการคัดเลือกแบบเจาะจง (purposive samplings) รวมทั้ง 3 กลุ่ม จำนวน 120 คน

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ประวัติความเป็นมา และวัฒนธรรมด้านอาหารของล้านนา

วัฒนธรรมอาหาร ประกอบด้วย ธรรมเนียม วิธีการและประเพณีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่คนในชุมชนหนึ่ง หรือ สังคมหนึ่ง ยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมาในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาหารทุกขั้นตอน คือ มีการกำหนด มีการเสริมสร้างให้มากกว่าสภาพจากธรรมชาติ ตามปกติของวัตถุดิบนั้น ๆ ที่คนนำมาใช้เป็นอาหารซึ่งไม่มีใครคนใดจะกินอาหารในสภาพธรรมชาติแท้ๆ ของวัตถุดิบนั้นๆ โดยกินตามความรู้สึกที่ต้องการทางชีววิทยา เช่น คนไทย ถ้าหิวจะ

หากับข้าวที่ปรุงแต่งรสชาติตนเองชอบก่อน หรือ อาหารประจำพื้นถิ่นนั้นๆ

วัฒนธรรมอาหารล้านนา เกิดจากการผสมผสานวัฒนธรรมเดิม กับวัฒนธรรมของกลุ่มคนหลากหลาย ซึ่งอาหารแถบจังหวัดชายแดน ไทย-พม่า เช่น แกงฮังเลจากพม่า ขนมจีนน้ำเงี้ยวจากไทยใหญ่ รวมถึงการตีมั น้ำชา อาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว และอาหารที่ทำจากหมู ซึ่งมาจากวัฒนธรรม อาหารจีน อาหารเหล่านี้มีรสชาติแตกต่างไปจาก “อาหารคนเมือง” หรือ อาหารล้านนาทั่วไป ตลอดจนอาหารล้านนา หรือ อาหารพื้นเมืองภาคเหนือ ตอนบนของไทย ซึ่งนิยมเรียกว่า “ล้านนา” นิยมเรียกกลุ่มชาติพันธุ์ตนเองว่า “คนเมือง” มีวัฒนธรรมภาษา ชีวิตความเป็นอยู่ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองทั้ง ด้านวัฒนธรรม ภาษา ความเชื่อ ประเพณี และอาหารการกินของท้องถิ่น โดย อาหารพื้นเมืองถือว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นซึ่งมีการสะสมองค์ความ รู้ ภูมิปัญญา และถ่ายทอดมาอย่างต่อเนื่อง จากอดีตจนถึงปัจจุบัน อาหารการ กินของคนเมืองโดยทั่วไปมักเป็นไปตามธรรมชาติมีส่วนปรุงแต่น้อย อาหารที่ ทำรับประทานส่วนใหญ่มักจะเป็นไปตามฤดูกาลซึ่งหาได้ง่ายในท้องถิ่นนั้นๆ ทำให้อาหารพื้นเมืองของแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกันบ้าง ตามสภาพพื้นที่ นอกจากนี้อาหารล้านนา หรืออาหารภาคเหนือแต่ดั้งเดิม ใช้พืชผักขึ้นอยู่ตาม ป่าตามเขานำมาผสมกับเครื่องปรุงต่าง ๆ โดยอาหารทำจากเนื้อสัตว์ที่ได้จาก ธรรมชาติและป่า เช่น ปลา กบ และสัตว์ป่า เป็นต้น ส่วนในปัจจุบันเนื้อสัตว์ที่ นิยมรับประทานเป็น หมู ไก่ เนื้อ และปลา ตามลำดับ นอกจากนี้อาหารบาง ชนิดยังได้อิทธิพลมาจากเพื่อนบ้าน คือ พม่า จีนฮ่อ เช่น แกงฮังเล ข้างฮอย ขนมจีนน้ำเงี้ยว เป็นของพม่าหรือที่เราเรียกว่า ไทยใหญ่กัน อาหารล้านนา ไม่นิยมใส่น้ำตาล โดยความหวานอาหารได้มาจากส่วนผสมอาหารที่ใช้ในการ ประกอบอาหาร (ภาพที่ 1-3)



ภาพที่ 1 อาหารล้านนาประเภทแกง
 แกงกระด้าง แกงแคไก่ แกงบอน แกงผักกาด แกงโห้ แกงฮังเล



ภาพที่ 1 อาหารล้านนาประเภทน้ำพริก ทอด นึ่ง แอ็บ
 ที่มา : piknikkannika.(2555). อาหารพื้นเมืองทางภาคเหนือ.วันที่สืบค้น 11 ธันวาคม 2557.
 จาก <http://piknikkannika.blogspot.com/>

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาอาหารล้านนา

2.1 สภาพปัญหา

ด้านบุคคลากร ผลการวิจัยพบว่า บางคนยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร เช่น บางคนแต่งกายไม่ถูกต้องโดยไม่สวมหมวก ไม่ล้างมือ โดยบางคนยังปฏิบัติตนไม่ถูกสุขลักษณะก่อให้เกิดการปนเปื้อนในอาหาร เป็นต้น

ด้านเครื่องมือในด้านเทคโนโลยี ผลการวิจัยพบว่า ขาดงบประมาณในการจัดซื้อเครื่องมือในด้าน เทคโนโลยีที่ทันสมัย หรือ รุ่นใหม่ ที่ทำให้ประหยัดแรงงานและเวลาในการผลิต เพราะนโยบายที่ไม่ต่อเนื่องของรัฐบาลในแต่ละยุคหรือ แต่ละสมัย ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนการซื้อเครื่องมือและเทคโนโลยี เป็นต้น

ด้านคุณภาพอาหารล้านนา ได้พบปัญหาเรื่องการปรับสูตรอาหาร หรือ วิธีการ ผลิตอาหารล้านนาให้ได้ตามความต้องการของผู้บริโภคและคงรสชาติความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง หรือ ปัญหาเรื่องฤดูกาลของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหารล้านนานอกจากนี้เรื่องระยะเวลาการเก็บและอายุของผลิตภัณฑ์อาหารล้านนา รวมถึงปัญหาต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นเพราะวัตถุดิบมีราคาแพงขึ้น

ด้านมาตรฐานของอาหารล้านนา ผลการวิจัยพบว่า ในเรื่องบรรจุภัณฑ์ ยังไม่ได้พัฒนาให้เป็นที่ถูกใจผู้บริโภค ยังคงเป็นเรื่องของการที่มีทุนในการผลิตน้อยจึงใช้พวกถุงพลาสติก กล่อง และโฟม เป็นต้น รวมถึงการปรับปรุงระดับดาว ในผลิตภัณฑ์อาหารล้านนา มักไม่ค่อยทำเพราะมีทุนในการผลิตน้อย จึงยังไม่ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อจะนำไปเตรียมส่งคัดสรรสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ด้านการตลาดและการจัดการ ผลการวิจัยพบว่า บางครั้งทำผลิตภัณฑ์มาไม่มีการหาตลาดรองรับสินค้าอาหารล้านนา และขาดความรู้ความเข้าใจในการหาตลาดสำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์ ขาดการประสานงานกับเครือข่ายของอำเภอ จังหวัด ร้านค้า หรือเอกชนต่างๆ รวมถึงการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย ยังขาดการครอบคลุม เช่น ทางอินเทอร์เน็ต ทางออนไลน์ การขายแบบตรงๆ เป็นต้น ควรหาช่องทางไปสู่ผู้บริโภคให้ได้ รวมถึงการจัดบริการหลังการขายมีบางกลุ่ม หรือ บางผลิตภัณฑ์อาหารล้านนาที่ไม่รับเปลี่ยนสินค้า ถ้าเกิด ขำรด หรือ แตกหัก เป็นต้น

ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตอาหารล้านนา ยังขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภค และปัญหาการขาดเงินทุนหมุนเวียน ปัญหาการขาดผู้มีความรู้ด้านการบริหารจัดการเข้ามาช่วย เพราะปัจจุบันคู่แข่งมาก ผลิตภัณฑ์มีความคล้ายคลึงกันมาก ทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างทำได้ยากมาก นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องการจดลิขสิทธิ์คุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงผู้ผลิตอาหารล้านนาไม่มีความรู้ความเข้าใจในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงสื่อไม่ให้ความสนใจเท่าที่ควร ตลอดจนระบบการศึกษายังล้าสมัย ไม่เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์ ทำให้คนไทยไม่คิดนอกกรอบ รวมถึงขาดการวิจัยพัฒนา หรือ การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา

2.2 แนวทางการแก้ปัญหาอาหารล้านนา

ด้านบุคลากรผู้ผลิตและผู้บริหารอาหารล้านนาควรให้ความสำคัญจัดการอบรมการให้ความรู้ ทักษะ มุ่งเน้นการสุขลักษณะขั้นพื้นฐานในขั้นตอนของการผลิตอาหารล้านนาและในส่วนภาครัฐควรให้ความสำคัญกับโครงการสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ด้านเครื่องมือในเรื่องเทคโนโลยี ผู้ผลิตและผู้บริหารอาหารล้านนา ส่วนใหญ่แล้วจะขาดงบประมาณในการจัดซื้อด้านเครื่องมือในเทคโนโลยี เจ้าหน้าที่ของรัฐควรหาแนวทางช่วยจัดหางบประมาณซึ่งอาจจะเป็นโครงการร่วมกับธนาคารในการกู้ยืมเพื่อจัดหาเครื่องมือเทคโนโลยีการผลิตอาหารล้านนาให้มีความทันสมัย

ด้านคุณภาพอาหารล้านนา ผู้ผลิตและผู้บริหารการผลิตอาหารล้านนา ส่วนใหญ่ ควรใช้การชั่งตวงวัดให้ได้สูตรมาตรฐานในการผลิต ตลอดจนถึงต้องมี การใส่หมวกและถุงมือในการผลิต ควรมีเจ้าหน้าที่ของรัฐมาตรวจสอบคุณภาพ ของอาหารล้านนาสม่ำเสมอหลังจากการได้รับคัดสรร

ด้านมาตรฐานของอาหารล้านนา ควรสร้างโรงเรียนที่ถาวรและได้ มาตรฐานตามระเบียบข้อบังคับ ส่วนบรรจุภัณฑ์ควรออกแบบให้ดึงดูดใจ ผู้บริโภค และมีฉลากถูกต้อง และหาแหล่งเงินทุน เพื่อนำมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อเตรียมส่งคัดสรรครั้งต่อไป รวมถึงการหาที่อบรมหรือหน่วยงานมาอบรม ในเรื่องขั้นตอนการคัดสรรผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ต้องผลิตอาหารล้านนาให้ สะอาดถูกสุขลักษณะ คำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการ และอาหารล้านนาเป็น อาหารเพื่อสุขภาพ

ด้านการตลาดและการจัดการ โดยผู้ผลิตอาหารล้านนา ควรมีการ จัดหาตลาดสำหรับรองรับสินค้าอาหารล้านนา และส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ ในการจัดหาตลาดสำหรับสินค้าผลิตภัณฑ์ การประสานงานกับเครือข่ายของ อำเภอ จังหวัด ร้านค้า หรือเอกชนต่างๆ เพื่อทำการติดต่อขายผลิตภัณฑ์ และ ผู้ผลิตควรที่จะให้ความสำคัญของคุณภาพอาหารล้านนาให้ได้มาตรฐาน และ การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย ยังขาดการครอบคลุม เช่น ทางอินเทอร์เน็ต ทางออนไลน์ การขายแบบตรงๆ เป็นต้น ควรหาช่องทางไปสู่ผู้บริโภคให้ได้ รวมถึงการจัดบริการหลังการขายมีบางกลุ่ม หรือ บางผลิตภัณฑ์อาหารล้านนา

ที่ไม่ปรับเปลี่ยน ควรปรับเปลี่ยนสินค้าผลิตภัณฑ์

ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยที่ผู้ผลิตอาหารล้านนา ควรมีการจัดการเชิงวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในแบบที่ชุมชนเข้าใจ โดยการมีการจัดอบรมจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง และมีการรวมกลุ่มกันทำการผลิตอาหารล้านนา เพื่อพัฒนาเป็นอาชีพหลัก และอาชีพเสริม รวมถึงมีการออกแบบผลิตภัณฑ์อาหารล้านนาเป็นนวัตกรรมของตนเองโดยการใช้ความรู้แบบภูมิปัญญาดั้งเดิม มาปรับพัฒนารูปแบบให้หลากหลาย โดยการประยุกต์ และมีการวิจัยพัฒนาต่อไป

ตอนที่ 3 แนวทางการจัดการเชิงวัฒนธรรมของอาหารล้านนาเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3.1 แนวทางการจัดการเชิงวัฒนธรรมของอาหารล้านนาเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า มีการใช้ทรัพยากรในการจัดการ คือ การบริหารงานบุคลากร ควรควรให้พวกเขาช่วยชาวบ้าน มีการช่วยถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาแก่กลุ่มผู้ผลิต และทางโรงเรียนประจำอำเภอหรือใกล้เคียง ตลอดจนมหาวิทยาลัยใกล้เคียง ให้มาถ่ายทอดความรู้ให้กับนักเรียน นิสิต นักศึกษา และบุคคลทั่วไปที่สนใจ เพื่อเป็นการอนุรักษ์อาหารล้านนา และการสร้างงาน สร้างรายได้ ตลอดจนชุมชนมีส่วนร่วม เป็นเพิ่มความสามัคคีแก่คนในชุมชน ส่วนการบริหารเงินทุน ควรมีจัดสรรเงินให้ใช้จ่ายต้นทุนน้อยที่สุด และให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลอย่างสูงสุด ใช้เป็นทรัพย์สินถาวรที่ใช้หมุนเวียนในการผลิตสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ อาหารล้านนา ตลอดจนการบริหารวัสดุและวัตถุดิบในการดำเนินงาน จะทำให้สิ้นเปลืองน้อยที่สุด โดยเลือกซื้อจากวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น หรือพื้นที่ใกล้เคียง เพราะช่วยลดต้นทุนในการผลิต รวมถึง การวางแผน มีการประเมินสถานการณ์

ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างมีหลักเกณฑ์

3.2 แนวทางการจัดการเชิงวัฒนธรรมของอาหารล้านนา มีดังนี้

ผู้ผลิตมีการจัดการเชิงวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารล้านนาดังนี้ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรส่งอาหารล้านนาคัดสรรสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OPC ตามระยะเวลาที่มีการคัดเลือกทุก 2 ปี เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพของสินค้า ผู้ผลิตมีความชำนาญในการผลิต ทำให้อาหารล้านนามีคุณภาพได้มาตรฐาน ผู้ผลิตควรจะใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่น และพื้นที่ใกล้เคียง ผู้ผลิตมีกระบวนการผลิตที่ทันสมัยและถูกหลักอนามัย ผู้ผลิตมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ทันสมัย เช่น มีเว็บเพจของธุรกิจ ผู้ผลิตอาหารล้านนาควรมีการแบ่งหน้าที่ให้ชัดเจนและตรงตามทักษะในการปฏิบัติของแต่ละบุคคล ผู้ผลิตมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่สะดุดตา และดึงดูดใจ ผู้ผลิตมีการดึงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น กลุ่มเป็นผู้คิดค้นสูตรการผลิตเอง ผู้ผลิตมีการให้โอกาสลูกจ้างในการเรียนรู้งาน และหาความรู้เพิ่มเติม สมาชิกใหม่ในกลุ่มควรจัดสรรเวลาเพื่อการผลิตอาหารล้านนาได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้สมาชิกกลุ่มมีอาชีพหลักอย่างอื่นอยู่แล้ว ควรหาเวลามาช่วยผลิตและการพัฒนาให้กับกลุ่มธุรกิจซึ่งสมาชิกถือเป็นอาชีพเสริม รวมถึงผู้ผลิตพยายามช่วยกันหาตลาดของกลุ่ม อาจหาจากเครือข่าย หรือให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องช่วยเหลือ

3.3 การนำกรอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้กับอาหารล้านนา มีดังนี้

1) ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรมีการแสวงหาองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารล้านนาของชุมชนในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งผู้ผลิตส่วนใหญ่มีประสบการณ์ จึงควรช่วยกันสืบทอดความรู้ เรื่องอาหารล้านนา รวมถึงวัฒนธรรมชุมชน เศรษฐกิจ เทคโนโลยีการผลิต และการพึ่งพาตนเอง

2) เอกลักษณะของอาหารล้านนา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารล้านนา เช่น รสชาติ กระบวนการผลิต วัตถุดิบ ให้คงอยู่ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ และเป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคอยากซื้อ มีการจัดตั้งศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้า ควรจัดตั้งศูนย์แสดงผลิตภัณฑ์อาหารล้านนาภายในชุมชน เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่เป็นของชุมชน

3) การมีเทคโนโลยีเหมาะสม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรจัดหาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับงบประมาณที่มีอยู่ ควรหาเทคโนโลยีที่ทันสมัย และเป็นการลดกระบวนการผลิต เช่น เครื่องบดอาหาร เครื่องผสมอาหาร เตอบอลมร้อน ไมโครเวฟ ตู้เย็น และ เครื่องวัดอุณหภูมิ เป็นต้น

4) การบริการที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัว ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรคำนึงบริการที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัวของอาหารล้านนา คือ มีรสชาติดั้งเดิมที่อร่อย มีความประณีต สวยงาม และน่ารับประทาน ตลอดจนการจัดเสิร์ฟที่ถูกต้องตามวัฒนธรรมอาหารล้านนา รวมถึงมีอาหารหลากหลายชนิด

5) การออกแบบที่ทันสมัย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรทำการติดต่อศูนย์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จากหน่วยงานรัฐ เอกชน และสถานศึกษา เพื่อขอความร่วมมือสำหรับจัดตั้งศูนย์การออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารล้านนา เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน

6) การเพิ่มคุณค่า ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรทำการผลิตอาหารล้านนาโดยการเพิ่มคุณค่าเน้นการปรับปรุงยุคตัววัฒนธรรมภูมิปัญญาดั้งเดิม ผสมผสานเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ซึ่งทำให้ก้าวสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงควรรักษารสชาติ และการผลิตแบบดั้งเดิม ซึ่งมีคุณค่าทางวัฒนธรรมทางด้านอาหารล้านนา โดยมีการจัดทำการผลิตโดยตั้งชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน เข้ามาช่วยกันทำให้ชุมชนและสังคมเห็นคุณค่าของอาหารล้านนา

7) การเพิ่มมูลค่า ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรทำสร้างมูลค่าเพิ่มของภาคการผลิตและบริการ โดยใช้ฐานความคิดสร้างสรรค์ผสมผสานกับคุณค่าของธรรมชาติ สังคม และศิลปวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของอาหารล้านนา ตลอดจนการสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้แก่ ธุรกิจ

8) การสร้างงาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรที่จะสนใจและให้ความสำคัญกับอาหารล้านนา โดยมีการจัดทำโครงการอบรมต่างๆ ในการผลิตอาหารล้านนาสำหรับผู้ผลิตและผู้สนใจ โดยเชิญวิทยากรจากภาครัฐและเอกชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

9) ความสามารถแข่งขัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรที่จะสนใจและให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ มีการจัดการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ ทำการเปิดเว็บเพจของผลิตภัณฑ์ หรือ ร้านอาหาร อำเภอต่างๆ มีการจัดทำโครงการเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการทำการวิจัยร่วมกับมหาวิทยาลัยต่างๆ หรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

10) การมีผลดีต่อสุขภาพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิต หรือ ผู้บริหาร เช่น โรงแรมและห้างสรรพสินค้าต่างๆ ในตัวเมืองเชียงใหม่ได้ให้ความสนใจและส่งเสริมอาหารล้านนา รวมถึงรณรงค์ให้นักท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไป และผู้บริโภคร โดยการช่วยกันซื้อผลิตภัณฑ์อาหารล้านนา หรือเพื่อนำอาหารล้านนาไปจำหน่ายต่อไป

จากการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการจัดการเชิงวัฒนธรรมของอาหารล้านนาเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องอาศัยความร่วมมือจากชุมชน หน่วยงานรัฐ หน่วยงานเอกชน และสถาบันการศึกษา

อภิปรายผล

1. ประวัติความเป็นมา และวัฒนธรรมด้านอาหารของล้านนา

อาหารพื้นบ้านภาคเหนือตอนบนหรืออาหารล้านนาที่นิยมรับประทาน มีอยู่มากมายหลายชนิด และจำนวนไม่น้อยที่ได้รับอิทธิพลจากเพื่อนบ้าน หรือกลุ่มคนที่เคยอาศัยอยู่ในเขตภาคเหนือตอนบน เช่นไทยใหญ่ (เงี้ยว) จีน อิสลาม (จีนฮ่อ) และคนพื้นเมืองหรือคนเมือง รวมถึง อาหารที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศเพื่อนบ้านก็เช่นกัน แกงฮังเล ขนมจีนน้ำเงี้ยว เป็นต้น อาหารและกับข้าวของชาวเหนือมักจะได้มาจากสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ไก่ หมู เนื้อ ปลา และที่สำคัญคือ ผักพื้นบ้าน อันเป็นส่วนประกอบที่ขาดไม่ได้ แม้ว่าปัจจุบันภาคเหนือจะมีการปลูกผักเมืองหนาวได้หลายชนิด แต่คนส่วนใหญ่ก็ยังนิยมใช้ผักพื้นบ้านทำอาหารอยู่ ผักและเครื่องเทศทางภาคเหนือ จะเป็นผักเฉพาะถิ่น ผักบางชนิดจะคล้ายกับผักทางภาคอีสาน แต่เรียกชื่อต่างกันทางภาคเหนือ จะเรียกชื่อเฉพาะ เช่น มะแขว่น กับมะแหลบ เป็นต้น สอดคล้องกับแนวคิดของ ประหยัด สายวิเชียร (2547 : 84-91) ได้อธิบายถึง การดำเนินวัฒนธรรมท้องถิ่น มีความหมายว่า ชีวิตของผู้คนในแต่ละพื้นที่แต่ละถิ่นจะมีความสอดคล้อง และเอื้อกับธรรมชาติแวดล้อม ของท้องถิ่นนั้น ๆ การปฏิบัติในชีวิตประจำวันตั้งแต่ตื่นนอน จนกระทั่งถึงเวลาเข้านอนอีกครั้งหนึ่งจะมีกฎกติกาในการปฏิบัติของคน การหาอาหาร การปรุงอาหาร การใช้เครื่องปรุงรสจะคล้ายๆ กัน แต่อาจจะแตกต่างจากผู้คนในพื้นที่อื่น การแต่งกาย การละเล่น การปฏิบัติต่อธรรมชาติหรือพิธีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับศาสนาจะได้รับความร่วมมือหรือการยึดถือปฏิบัติจากสมาชิกในสังคมเดียวกัน ไม่แตกต่างกัน แต่อาจจะแตกต่างจากพื้นที่อื่น ทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น คือวิถีชีวิตของคน ซึ่งวิถีชีวิตและการปฏิบัติหลายอย่าง ส่งผลต่อสุขภาพ คุณภาพ

ชีวิต รวมถึงคุณธรรมและจริยธรรมของคนในสังคมด้วย วิถีชีวิตเป็นการปฏิบัติที่สั่งสมกันมาเป็นเวลานานจนกลายเป็นประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่น

2. สภาพปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาอาหารล้านนา

ด้านบุคคลากร พบว่า บางคนยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร เช่น บางคนแต่งกายไม่ถูกต้องโดยไม่สวมหมวก ไม่ล้างมือ โดยบางคนยังปฏิบัติตนไม่ถูกสุขลักษณะก่อให้เกิดการปนเปื้อนในอาหาร

ด้านเครื่องมือและเทคโนโลยี พบว่า ผู้ผลิตอาหาร คือ ชาตเงินทุนที่จะใช้สำหรับลงทุนเพื่อซื้อเครื่องมือที่เป็นปัจจุบันและทันสมัยที่จะทำให้ลดเวลาและแรงงานในการผลิตอาหารล้านนา

ด้านผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพอาหารล้านนา พบว่า ผู้ผลิตอาหารยังขาดความรู้ด้านคุณภาพอาหารล้านนา เช่น อาหารเสียบูดเน่าก่อนวันหมดอายุ และ คุณค่าทางโภชนาการลดลง เป็นต้น

ด้านมาตรฐานของอาหารล้านนา พบว่า ผู้ผลิตอาหารล้านนา ซึ่งยังไม่ได้มาตรฐานในการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารล้านนา เช่น บรรจุภัณฑ์ชำรุดแตกหัก ฉลากวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุไม่มีหรือมีของปนเปื้อน เป็นต้น รวมถึงบางส่วนผลิตภัณฑ์ไม่ได้ทำผลิตภัณฑ์อาหารล้านนาให้ได้ไว้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และที่ยังไม่มีความรู้เรื่องการเกณฑ์ร้านอาหารมาตรฐาน “อาหารสด รสชาติอร่อย” (Clean Food Good Taste) ร้านอาหารยังไม่ได้มาตรฐานตามเกณฑ์เรื่องของสถานที่ และอาหารไม่ตามเกณฑ์ที่กำหนด

ด้านการตลาด และการจัดการ ผลการวิจัยพบว่า

1) การตลาด สินค้า หรือ บริการ (Product) ที่จะนำเสนอให้กับตลาด โดยที่ ผู้ผลิตอาหารล้านนา ต้องควบคุมผลิตภัณฑ์ รวมถึงอาหารล้านนา

ให้มีคุณภาพ โดยใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ และมีในท้องถิ่น มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจ ราคาสินค้า/บริการ (Price) ที่ต้องการตั้ง ซึ่งในการตั้งราคาสินค้านั้นมีความสัมพันธ์กับการวางตำแหน่งสินค้า (Position) โดยที่ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารล้านนา หรือ ผู้ผลิตอาหารล้านนา ควรมีการกำหนดราคาให้ชัดเจนและคำนึงถึงต้นทุนการผลิต สถานที่ (Place) ผู้ผลิตอาหารล้านนา อาจหาเครือข่าย ในการจัดวางสินค้าเพื่อจัดหน่วย เช่น การออกงานแสดงสินค้า ตลาดนัด และตามร้านขายของฝาก รวมถึงการหาตลาดรองรับสินค้าที่ถาวร และมีรายได้เข้ากลุ่มทำให้กลุ่มมีรายได้ รวมถึงมีเงินทุนหมุนเวียน การสนับสนุนการขาย (Promotion) ผู้ผลิตอาหารล้านนาอาจใช้วิธีการ เช่น ลด แลก แจก แถม หรือออก Event ต่างๆ เพื่อให้ดึงดูดลูกค้ามาซื้อสินค้าเรามากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสนใจอยากที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับกรมการพัฒนา (2555) ได้อธิบายถึง การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) เพื่อให้แต่ละชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยรัฐพร้อมที่จะสนับสนุน เพื่อจัดระบบผลิตภัณฑ์ เพื่อจัดระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จะใช้ในการทำงานเชิงบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และเพื่อกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต หรือ ผู้ประกอบการ OTOPT ตลอดจนชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการเสริมสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป ทำให้เป็นแหล่งรายได้และความเข้มแข็งให้กับชุมชน

2) การจัดการ แนวทางทางการจัดการเชิงวัฒนธรรมของอาหารล้านนาเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีดังนี้ (1) **การวางแผน** ผู้ผลิตอาหารล้านนา มีการประเมินสถานการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างมีหลักเกณฑ์ และดำเนินการตามแผนที่วางไว้ โดยการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิด

ประโยชน์สูงสุดมีการวัดผลและประเมินผล เพื่อหาปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ มาแก้ไขต่อไป (2) **การจัดองค์กร** ผู้ผลิตอาหารล้านนา โดยถ้าหน่วยงานภายในองค์กรหรือบริษัทมีน้อย เพราะเงินทุนในการดำเนินการ ดังนั้นฝ่ายบัญชี และ ฝ่ายบุคลากรโดยมี ผู้ผลิตอาหารล้านนา เป็นผู้จัดการโดยตรง หรือสมาชิกกลุ่ม อาจช่วยกันทำในหลายตำแหน่งหน้าที่ (3) **การบริหารพนักงาน** หรือสมาชิกของกลุ่ม โดยที่ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารล้านนา หรือ ผู้ผลิตอาหารล้านนา จะใช้การบริหารบางครั้งก็ไม่ตรงตามหลักวิชาการมากนัก เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มมีจำนวนน้อย อาจมีการบริหารแบบครัวเรือนด้วย (4) **การอำนวยความสะดวก** โดยที่ผู้ผลิตอาหารล้านนา ส่วนมากแล้วเป็นเจ้าของ ผู้ประกอบการ หรือผู้จัดการจะประสานกับพนักงานเองสั่งการเอง ไม่ได้แยกออกเป็นแผนก หรือสายงาน นอกจากนี้สมาชิกอาจมีจำนวนไม่มาก จึงง่ายต่อการสั่งงาน (5) **การควบคุมงาน** โดยที่ผู้ผลิตอาหารล้านนาจากการที่เป็น การควบคุมงานการดำเนินการไปอย่างหยาบ ๆ การควบคุมส่วนมากจะเป็นการควบคุมโดยใช้สายตา เพราะสมาชิกในกลุ่มมีจำนวนไม่มาก ยกเว้นร้านอาหารล้านนาที่ควรมีการควบคุมอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เวสาร์ช สรรพอาษา (2548 : 81-84) ได้ศึกษา แนวทางการเตรียมความพร้อมและการติดตามผลการดำเนินงานของผู้ที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (ประเภทสุราแช่) ผลการวิจัยพบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีกลิ่น สี รสคงที่ได้มาตรฐานยิ่งขึ้น เพิ่มยอดขายมากขึ้น การจัดการมีระบบมากขึ้น ได้รับการส่งเสริมจากรัฐในการให้ความรู้พัฒนาบุคลากรมากขึ้น ความต้องการการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากการประชุมเชิงปฏิบัติการ “เรื่องอาหารล้านนา : การจัดการเชิงวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ในวันที่ 2 กรกฎาคม 2556

ห้องประชุมที่ว่า การอำเภอ อำเภอสารภี ตำบลยางเนิ้ง อำเภอสารภี จังหวัด เชียงใหม่ โดยมีกลุ่มผู้รู้ ผู้ปฏิบัติ และกลุ่มทั่วไป เข้าร่วมประชุมได้ทำให้ได้ แนวทางทางการจัดการเชิงวัฒนธรรมของอาหารล้านนาเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ดังนี้

3.1 แนวทางการจัดการเชิงวัฒนธรรมของอาหารล้านนาเพื่อพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผู้ผลิตอาหารล้านนา ความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์และ กระบวนการผลิตให้มีคุณภาพ สะอาดและทันสมัยขึ้น ควรคำนึงถึงการควบคุม คุณภาพการผลิต โดยการเลือกสรรวัตถุดิบที่คุณภาพดี และสดใหม่ ควรมี การส่งเสริมการขายผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดโดยภาครัฐและภาคเอกชน โดยหน่วยงานภาครัฐทั้งในระดับกรมและระดับจังหวัดได้เข้ามามีส่วนร่วมใน การสนับสนุนสินค้าชุมชนในเรื่องของการส่งเสริมการขาย เช่น งานประจำ ปีของจังหวัด การจัดงานออกร้านเป็นการเฉพาะ งานประเพณีท้องถิ่น การออกร้านตามงานเทศกาล เป็นต้น บรรลุจุดมุ่งหมายที่ต้องมีวันหมดอายุกำกับ มีความทันสมัย สวยงาม วัตถุดิบที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ต้องปลอดภัย และแข็งแรง ทนทาน ปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้อาหารล้านนาของตนเองเป็นที่ยอมรับของ ลูกค้ามาอย่างมั่นคงต่อเนื่อง ใช้กระบวนการผลิตที่มีความประณีตทุกขั้นตอน ทั้งในการเลือกใช้วัตถุดิบ และการทำงานในแต่ละขั้นตอน มีจุดเน้นของตนเอง ในการรักษาคุณภาพความอร่อย รวมถึงการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี เทคนิคใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต องค์ความรู้และภูมิปัญญาที่สั่งสม จากประสบการณ์ เป็นเคล็ดลับสำคัญที่ทำให้ อาหารล้านนานั้นๆมีความอร่อย อย่างคงที่และยากแก่การเลียนแบบหรือถ่ายทอดกันได้ง่ายๆ จึงกลายเป็นตัว กำหนดสำคัญอันดับแรกที่ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้ผลิตร่วมกัน จัดทำตำราอาหารล้านนา หรือ ฐานข้อมูลอาหาร เป็นการป้องกันการสูญหาย

อาหารล้านนาจากท้องถิ่นและชุมชน

ควรมีการสร้างเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อาหารล้านนาในแต่ละท้องถิ่น เพื่อเชื่อมโยงวัฒนธรรมอาหารล้านนาให้ยั่งยืน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วนิภา ทองก้อน (2548 : 60-66) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จตามเป้าหมายของการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการสำเร็จตามเป้าหมายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์และมีความเกี่ยวเนื่องถึงการประชาสัมพันธ์ และการได้รับการฝึกอบรม คือ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเครือข่ายทำให้ผู้ผลิตสินค้า มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ เกี่ยวกับ การผลิต การตลาด ปัญหาต่างๆ มีโอกาสได้ร่วมคิด หาแนวทางแก้ไขปัญหาต่างๆ ร่วมกัน

3.2 การจัดการเชิงวัฒนธรรมของอาหารล้านนา มีดังนี้

ผู้ผลิตมีการจัดการเชิงวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารล้านนาดังนี้ ผลการวิจัยพบว่า ควรส่งอาหารล้านนาคัดสรรสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OPC ตามระยะเวลาที่มีการคัดเลือกทุก 2 ปี เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพของสินค้า ควรทำให้อาหารล้านนามีคุณภาพได้มาตรฐาน ควรจะใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียง มีกระบวนการผลิตที่ทันสมัยตลอดจนถูกหลักอนามัย นอกจากนี้ ผู้ผลิตมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ทันสมัย เช่น มีเว็บเพจของธุรกิจ เป็นต้น รวมถึง ควรแบ่งหน้าที่ให้ชัดเจนและตรงตามทักษะในการปฏิบัติของแต่ละบุคคล ควรมีการติดต่อกับ ททท.ให้บริษัททัวร์มาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และทัวร์วัฒนธรรมการรับประทานอาหารล้านนา สอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2545 : 7) ได้อธิบายถึง “ภูมิปัญญาไทย” หมายถึง องค์ความรู้ ความสามารถ และทักษะอันเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ที่ผ่านกระบวนการ

เรียนรู้เลือกสรร ประยุกต์ พัฒนา และถ่ายทอดสืบทอดกันมาก เพื่อใช้แก้ปัญหาและพัฒนาวิถีชีวิตให้สมดุลกับสภาพแวดล้อม และเหมาะสมกับยุคสมัย มีลักษณะเป็นองค์รวม มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและยังได้กล่าวถึง ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านโภชนาการไว้ด้วยว่า ได้แก่ ความสามารถในการเลือกสรร ประดิษฐ์ และปรุงแต่งอาหาร และยาได้เหมาะสมกับความต้องการของร่างกายในสภาวะการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนผลิตเป็นสินค้าและบริการส่งออกที่ได้รับความนิยมแพร่หลาย รวมถึงการขยายคุณค่าเพิ่มของทรัพยากรด้วย รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิดของเสาวภา ศักยพันธ์ และ ยุพยง วิจิตรศิลป์ (2538 : ก-ข) ได้กล่าวถึงอาหารพื้นบ้านเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่ต้องเข้าไปเกี่ยวข้องถึงอาชีพ การค้าขาย วัตถุประสงค์ในการนำมาประกอบอาหาร ตลอดจนก่อให้เกิดแหล่งพลังงานอาชีพที่หลากหลาย ทั้งที่เกี่ยวกับการผลิต และการค้าขาย อาหารท้องถิ่นบางชนิดยังสามารถทำเป็นอุตสาหกรรมส่งออกได้อย่างกว้างขวาง

3.3 การนำกรอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้กับอาหารล้านนา มีดังนี้

1) ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรมีการแสวงหาองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารล้านนาของชุมชนในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งผู้ผลิตส่วนใหญ่มีประสบการณ์ จึงควรช่วยกันสืบทอดความรู้ เรื่องอาหารล้านนา รวมถึงวัฒนธรรมชุมชน เศรษฐกิจ เทคโนโลยีการผลิต และการพึ่งพาตนเอง

2) เอกลักษณะของอาหารล้านนา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารล้านนา เช่น รสชาติ กระบวนการผลิต วัตถุประสงค์ให้คงอยู่ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ และเป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคอยากซื้อ

3) การมีเทคโนโลยีเหมาะสม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรจัดหาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับงบประมาณที่มีอยู่ ควรหาเทคโนโลยีที่ทันสมัย และเป็นการลดกระบวนการผลิต

4) การบริการที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัว ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรคำนึงบริการที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัวของอาหารล้านนา คือ มีรสชาติดั้งเดิมที่อร่อย มีความประณีต สวยงาม และน่ารับประทาน ตลอดจนการจัดเสิร์ฟที่ถูกต้องตามวัฒนธรรมอาหารล้านนา รวมถึงมีอาหารหลากหลายชนิด

5) การออกแบบที่ทันสมัย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรทำการติดต่อศูนย์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จากหน่วยงานรัฐ เอกชน และสถานศึกษา เพื่อขอความร่วมมือสำหรับจัดตั้งศูนย์การออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารล้านนา เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน

6) การเพิ่มคุณค่า ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรทำการผลิตอาหารล้านนาโดยการเพิ่มคุณค่าเน้นการปรับปรุงประยุกต์วัฒนธรรมภูมิปัญญาดั้งเดิมผสมผสานเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ซึ่งทำให้ก้าวสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงควรรักษารสชาติ และการผลิตแบบดั้งเดิม ซึ่งมีคุณค่าทางวัฒนธรรมทางด้านอาหารล้านนา โดยมีการจัดทำการผลิตโดยดึงชุมชน ภาครัฐ และ ภาคเอกชน เข้ามาช่วยกันทำให้ชุมชนและสังคมเห็นคุณค่าของอาหารล้านนา

7) การเพิ่มมูลค่า ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรทำสร้างมูลค่าเพิ่มของภาคการผลิตและบริการ โดยใช้ฐานความคิดสร้างสรรค์ผสมผสานกับคุณค่าของธรรมชาติ สังคม และศิลปวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของอาหารล้านนา ตลอดจนการสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้แก่ธุรกิจ

8) การสร้างงาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรที่จะสนใจและให้ความสำคัญกับอาหารล้านนา โดยมีการจัดทำโครงการอบรมต่างๆในการผลิตอาหารล้านนาสำหรับผู้ผลิตและผู้สนใจ โดยเชิญวิทยากรจากภาครัฐและเอกชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

9) ความสามารถแข่งขัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตควรที่จะสนใจ

และให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ มีการจัดการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ ทำการเปิดเว็บเพจของผลิตภัณฑ์ หรือ ร้านอาหาร อำเภอต่างๆ มีการจัดทำโครงการเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการทำการวิจัยร่วมกับมหาวิทยาลัยต่างๆ หรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

10) การมีผลดีต่อสุขภาพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิต หรือ ผู้บริหาร เช่น โรงแรมและห้างสรรพสินค้าต่างๆ ในตัวเมืองเชียงใหม่ได้ให้ความสนใจและส่งเสริมอาหารล้านนา รวมถึงรณรงค์ให้นักท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไป และผู้บริโภคร่วมกันซื้อผลิตภัณฑ์อาหารล้านนา หรือ เพื่อนำอาหารล้านนาไปจำหน่ายต่อไป เป็นจำนวนมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ดังนั้นการนำกรอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้กับอาหารล้านนา สอดคล้องกับแนวคิดของสำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 เชียงใหม่ ลำปาง ลำพูน แม่ฮ่องสอน (2557 : 61-63) ได้กล่าวถึง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และแรงงาน เน้นการพัฒนาบุคลากรและแรงงานทักษะในสาขาที่ตอบสนองต่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ โดยเฉพาะบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information and Communication Technology, ICT) การท่องเที่ยว การโรงแรมและสปา รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรภาครัฐให้มีความรู้ทันการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises, SMEs) ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันให้แก่ธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับการจัดกลุ่มธุรกิจ (Clustering approach) โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจหรืออุตสาหกรรมหลัก ได้แก่ กลุ่มการท่องเที่ยว/ที่พัก ทดถกรรมสร้างสรรค์ และกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูป เป็นต้น รวมทั้งการสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อรองรับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปิดเสรีการค้าในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ประวัติความเป็นมา และวัฒนธรรมด้านอาหารของล้านนา มีเอกลักษณ์ของตนเองทั้งด้านวัฒนธรรม ภาษา ความเชื่อ ประเพณี และอาหาร การกินของท้องถิ่น โดยอาหารพื้นเมืองถือว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น ซึ่งมีการสะสมองค์ความรู้ ภูมิปัญญา และถ่ายทอดมาอย่างต่อเนื่อง จากอดีต จนถึงปัจจุบัน

1.2 สภาพปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาอาหารล้านนา ซึ่งเจ้าหน้าที่ของรัฐ คือ ยังมีการซ้ำซ้อนในการทำงานในแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กับโครงการสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยยังขาดความชัดเจน ในหน้าที่

1.3 สถาบันการศึกษาควรให้ความช่วยเหลือในการศึกษาวิจัย และพัฒนา ผู้ผลิตอาหารล้านนา ให้มีความรู้ การประยุกต์ การดัดแปลง ให้ทันสถานการณ์และเป็นปัจจุบัน ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาวิจัยและพัฒนาให้สอดคล้องกับทางการจัดการเชิง วัฒนธรรมของอาหารล้านนาเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ให้สอดคล้องกับ ความต้องการของชุมชน รวมถึงผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

2.2 ควรมีการวิจัยคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาหาร ล้านนา หรืออาหารล้านนามากกว่าที่เป็นอยู่ โดยใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น และ การแปรรูป เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนเป็นการสร้างอาชีพเกิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- ประหยัด สายวิเชียร. (2547) **อาหาร วัฒนธรรม และสุขภาพ**. สาขาวิชา
 คหกรรมศาสตร์
 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่ : บริษัท
 นนบุรีการพิมพ์ จำกัด.
- กรมการพัฒนา. **การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย**. (2556).
 สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2556. จาก : [http://www.cdd.go.th/
 download/551107_3.pdf](http://www.cdd.go.th/download/551107_3.pdf)
- เวสารัช สรรพอาษา. (2548). **แนวทางการเตรียมความพร้อมและ
 การติดตามผลการดำเนินงานของผู้ที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์
 ชุมชน (ประเภทสุราแช่)**. กรุงเทพมหานคร : สถาบันเทคโนโลยี
 พระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- วนิภา ทองก้อน. (2548). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จตามเป้าหมายของ
 โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ผลิต OTOP ในเขต
 พื้นที่จังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
 สาขาสังคมเพื่อการพัฒนา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.(2550). **ครูภูมิปัญญาไทย รุ่นที่ 2
 ภาคเหนือ**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- เสวภา ศักยพันธ์ และยุพยง วิจิตรศิลป์. (2538). **อาหารพื้นบ้านภาคเหนือ**.
 พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่ : โรงพิมพ์ดาว.