

## อาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ในมิติประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยว The Chiang Mai Local Food In History and Tourism

ทรงสุข บุญทาวงค์<sup>1</sup>, นรพรรณ โพธิพิฤกษ์<sup>2</sup>, รุ่งรติศ เมืองลือ<sup>3</sup>, อิศรีย์ ตียะพิพัฒน์<sup>4</sup>, และ  
สลลธิพิย ตียาภรณ์<sup>5</sup>

Songsuk Boonthawong<sup>1</sup>, Naraphan Potipruek<sup>2</sup>, rungradith muanglue<sup>3</sup>,  
Itsaree Tiyapiphat<sup>4</sup>, and Slinthip Tiyaporn<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยฟาอีสเทิร์น

<sup>1, 2, 3,4,5</sup> Lecturer in Tourism Business and Services, The Far Eastern University

อีเมล: songsuk.boontawong@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received)      วันที่แก้ไขบทความ (Revised)      วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

20 เมษายน 2565

17 พฤศจิกายน 2565

23 ธันวาคม 2565

### บทคัดย่อ

วัฒนธรรมอาหาร คือ การประดิษฐ์จากความตั้งใจของมนุษย์เพื่อเป็นเครื่องแสดงถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมที่เน้นย้ำความแตกต่างจากสังคมอื่น ทั้งรูปลักษณ์อาหาร รูปแบบการรับประทาน ค่านิยมในรสชาติ หรืออื่นใดที่มีรูปแบบเฉพาะของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งวัฒนธรรมอาหารยังมีความสัมพันธ์ต่อระบบสังคมที่สะท้อนผ่านการกำหนดรูปแบบอาหาร การจัดสำรับอาหาร และวิสัยการรับประทาน ตลอดจนการถูกใช้เป็นเครื่องมือเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ทางสังคมมาทุกยุคสมัย ดังเห็นได้ว่าอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่เป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์ที่ยังคงดำรงอยู่ในชีวิตประจำวันของชาวเชียงใหม่และลื่นไหลไปตามพลวัตหรือกระแสนิยมทางสังคมมาอย่างต่อเนื่อง และปัจจุบันวัฒนธรรมอาหารยังถูกใช้เป็นเครื่องมือสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ อาหารพื้นเมืองเชียงใหม่จึงมีบทบาทต่อสังคมในมิติประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยว

บทความนี้จึงเป็นการนำเสนอการศึกษาวเคราะห์บทบาทอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ในการตอบสนองต่อระบบสังคมทั้งในประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กระบวนการทางสังคมศาสตร์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ประกอบด้วยเนื้อหา 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) พื้นฐานวัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ 2) บทบาทอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ 3) อาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ในยุคการท่องเที่ยว และ 4) อาหารพื้นเมืองกับประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิเคราะห์เป็นการตอกย้ำถึงการปรับเปลี่ยนบทบาทของอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ โดยเฉพาะวัฒนธรรมอาหารในรูปแบบขันโตกที่ได้สะท้อนถึงอำนาจทางสุนทรียศาสตร์มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว ขณะที่วัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองในคัมเจ้านายฝ่ายเหนือยังไม่เป็นที่

รับรู้มากนัก จึงควรนำมาส่งเสริมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่เพื่อสร้างประสบการณ์อาหารอาหารพื้นเมืองที่หลากหลายเพิ่มขึ้น

**คำสำคัญ:** อาหารพื้นเมือง, ขันโตก, อาหารพื้นเมืองในคุ้มเจ้านายฝ่ายเหนือ, การท่องเที่ยว, เชียงใหม่

## ABSTRACT

Food culture is the product of human will which is invented for a living or to represent a cultural identity that emphasizes its distinction from other societies. In addition, food culture is related to food formulation, food preparation and eating habits as well as being used as a tool to respond to social situations for all periods. It can be seen that Chiang Mai local food is the part of the history that still exists in daily life of Chiang Mai people and it has been flowing with social dynamics or trends which is used to create tourism activities. Chiang Mai local food, therefore plays a role in society in the historical and tourism dimensions.

This article aims to present an analytical study of the Chiang Mai local food role for responding to social systems in both history and tourism of Chiang Mai Province. The content analysis method in terms of social science process, consists of 4 main areas; 1) Fundamental of Chiang Mai food culture, 2) Roles of Chiang Mai food, 3) Chiang Mai's food in tourism period, and 4) Local food and tourism experience in Chiang Mai. The results emphasize on the role of the local food as the food culture in terms of Khantok which reflects to the aesthetic power of creating the tourism experience. Since the local food culture has not been prosperous, this culture should be promoted for Chiang Mai tourism in order to create various kinds of local food.

**Keywords:** Local Food, Khantok, Chiang Mai Royal Cuisine, Tourism, Chiang Mai

## บทนำ

“อาหารและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร” ได้ถูกบันทึกไว้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การเดินทาง ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 น้ำพริกลงเรือที่ถูกคิดค้นขึ้นในลักษณะการเป็นรูปแบบหนึ่งของการถนอมอาหาร เพื่อให้การเดินทางไกลยังคงไว้ซึ่งประสบการณ์ที่มีคุณภาพ

บันทึกตอนหนึ่งของนายฮัลเลตต์ (Holt Samuel Hallett อ้างใน กรมศิลปากร, 2561) ที่มาเยือนเชียงใหม่ในปี พ.ศ.2422 ได้บรรยายถึงสภาพร้านค้าและเพิงขายของสองข้างทางถนนจากกำแพงเมืองไปยังคุ้มหลวงกลางเวียงของพระเจ้าอินทวิชยานนท์ไว้ว่า

“พืชผักนานาชนิดที่นำมาวางขายในตลาดส่วนใหญ่เป็นผักพื้นบ้านจำพวก มันเทศ มันแกว หัวหอม เห็ด แดงกวา พักทอง พักเขียว ถั่วลิสงเตา กระเทียม ข้าวโพด หน่อไม้ พริก และใบพลูสำหรับเคี้ยวกับยาเส้น หมากและปูน แม่ค้าบางคนนำเปิด ไก่ ยาสูบชนิดต่างๆ หมาก ลูกอมพื้นเมือง น้ำตาลโตนด ข้าว ขี้ผึ้ง และดอกไม้ รวมทั้งส้ม มะนาวส้มโอ มะม่วง มะขาม กัลยัม มะพร้าว แดงโม และผลไม้ชนิดอื่นๆ ตามฤดูกาลมาวางจำหน่ายที่ตลาดขายเนื้อคนขายส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย สินค้าที่นำมาวางจำหน่ายมีทั้งหมู ปลา กบ และบางครั้งมีกวาง รวมถึงเนื้อวัวบ้าง...ส่วนร้านค้าที่ตั้งติดกับตลาดเจ้าของร้านมีทั้งชาวจีนและชาวพม่า ภายในร้านมีสินค้าจำพวก ปลาแผลมอนและปลาซาดีลกระป๋อง นม เนย แยม ดาบ มีด ตะปู ฆ้อง จอบ กระทะเหล็กใบใหญ่ทรงตื้น ที่ตั้งเหล็กสามขาสำหรับตั้งบนเตาไฟ กำมะถัน บลูสโตน สารหนู ยารักษาโรคทั้งยาแผนปัจจุบันและยาพื้นบ้าน ครกและตะบันสำหรับผู้สูงอายุไว้ใช้ตำหมาก ชามอ่างแก้ว คนโทน้ำ แจกันแบบมีขา โอ่งดินเผาที่คัดสรรมาโดยเฉพาะ หม้อ กระทะ จริง ๆ แล้วสินค้าทั้งหมดที่จำหน่ายก็ล้วนแต่เป็นที่ต้องการของผู้ซื้อชาวพื้นเมืองทั้งสิ้น”

จากข้อมูลบันทึกชุดนี้ นอกจากเป็นการอธิบายให้ผู้อ่านเข้าใจถึงอาหารและวัตถุดิบในการประกอบอาหาร วัฒนธรรมการปรุงอาหาร จนถึงอุปกรณ์เครื่องครัวที่เป็นตัวแปรสำคัญในการรังสรรค์รายการอาหารต่าง ๆ ของชาวเชียงใหม่ในยุคสมัยนั้นแล้ว ยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของอาหารและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับบริบทของการเดินทาง

เมื่อเข้าสู่ยุคแห่งการท่องเที่ยว (Chatkaewnapanon Yuthasak, 2012) อาหาร ได้กลายมาเป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ที่เราเดินทางท่องเที่ยวและเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในพื้นที่จุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงการเป็นส่วนสำคัญของประสบการณ์ที่มีคุณภาพในการเดินทางท่องเที่ยวหรือเป็นเครื่องมือที่ช่วยเปิดประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้งขึ้น (World Tourism Organization, 2012)

การเกิดขึ้นของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macdonis, N., & Cambourne, B. (Eds.). 2003) เป็นการสะท้อนการท่องเที่ยวในลักษณะของการเดินทางไปในพื้นที่แห่งหนึ่ง นอกจากมีวัตถุประสงค์โดยรวมเพื่อการพักผ่อนแล้ว ยังมีวัตถุประสงค์รองอื่น ๆ อาทิ การไปชมและชิมอาหาร, เข้าร่วมงานเทศกาลอาหารหรืองานแสดงสินค้าด้านอาหาร, การเข้าร่วมกิจกรรมสาธิตการทำอาหาร ตลอดจนการชิมผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพในพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวถือเป็นตัวช่วยสะท้อนข้อเท็จจริงที่น่าสนใจเกี่ยวกับบริบทของ “อาหารและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร” กับ “การท่องเที่ยว” ในพื้นที่นั้นด้วย

เมื่อเข้าสู่ยุคการท่องเที่ยวที่มีความเฟื่องฟูอย่างมากขึ้น นักท่องเที่ยวเริ่มหันมาสนใจ “เรื่องราวของอาหาร” มากขึ้น กิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นอย่างหลากหลายและกิจกรรมต่าง ๆ ล้วนมีความเชื่อมโยงกับบริบทของพื้นที่ในระบบอาหาร (Food System) อาทิ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์ของการรับประทานอาหารท้องถิ่น ร่วมกับการประกอบกิจกรรมในพื้นที่แหล่งเพาะปลูกวัตถุดิบ หรือ การท่องเที่ยวแบบเดินชิมในตลาดสดที่มีอยู่ในประเทศไทย หรือเดินชิมบนถนนคนเดินที่เป็นสถานที่นิยมอย่างแพร่หลาย (Food Tourism) รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ในการประกอบอาหารพื้นเมือง (Culinary Tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะพิเศษโดยมีอาหารเป็นปัจจัยหลักในการเสริมสร้างประสบการณ์ท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับบริบทวัฒนธรรมอาหารดังข้างต้นมีกระแสเป็นที่นิยมอย่างมากในช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ทรงสุข บุญทาวงค์ และ นครศ อุดชะยา, 2565)

ผู้เขียนได้ตั้งประเด็นคำถามถึง บทบาทของอาหารท้องถิ่นต่อการสร้างประสบการณ์ในยุคการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร ซึ่งบทความนี้คณะผู้เขียนได้ทำการนำเสนอประเด็นหลักด้านอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่กับการให้ประสบการณ์ในยุคการท่องเที่ยว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

## 1. พื้นฐานวัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่

วัฒนธรรมอาหารของเชียงใหม่ในปัจจุบัน เริ่มต้นขึ้นจากวัฒนธรรมของหลายกลุ่มชนที่มาจากที่ต่าง ๆ กัน ตั้งแต่ช่วงยุคฟื้นฟูเชียงใหม่หรือราวพุทธศตวรรษที่ 24 – 25 (สร้อยดี อ่องสกุล, 2554) และมีการผสมผสานทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนต่างๆ จนหลอมรวมเป็นภาพของอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ที่อยู่ในการรับรู้ของผู้มาเยือน ขณะเดียวกันก็มีพัฒนาการด้านรูปแบบเพื่อใช้ในการต้อนรับผู้มาเยือน โดยสามารถจัดแบ่งอาหารพื้นเมืองรูปแบบ “สำรับ” (Set Menu) ได้เป็นสองรูปแบบหลัก คือ อาหารพื้นเมืองแบบขันโตก (khantok Traditional Food) และอาหารพื้นเมืองในคุ้มเจ้านายฝ่ายเหนือ (Chiangmai Royal Cuisine)

### 1.1. อาหารพื้นเมืองแบบขันโตก (khantok Traditional Food)

ขันโตก เป็นวัฒนธรรมอาหารที่รับรู้กันดีในกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน แม้ไม่มีหลักฐานปรากฏแน่ชัดว่าขันโตกเป็นอิทธิพลจากวัฒนธรรมใด แต่ก็มีนักวิชาการท้องถิ่นที่ตั้งข้อสังเกตว่าอาจเป็นอิทธิพลจากเตียบ (ลักษณะคล้ายพานสำหรับใส่สำหรับอาหารถวายพระ) ของวัฒนธรรมสยามที่อาจรับเข้ามาในยุคฟื้นฟูตั้งแต่รัชสมัยพระเจ้ากาวิละ (พ.ศ.2339) แต่ขณะเดียวกันก็มีข้อสังเกตว่าคล้ายกับขันโตกในวัฒนธรรมพม่าที่ใช้สำหรับใส่เครื่องถ้วยอาหารเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตามหลักฐานการใช้ขันโตกเพื่อการต้อนรับแขกได้ปรากฏในภาพจิตรกรรมฝาผนังของวิหารวัดป่าแดด อ.แม่แจ่ม ที่วาดขึ้นโดยสกุลช่างไทใหญ่ในช่วงที่มีการสร้างวิหาร (ดังภาพที่ 1) ตามประวัติของวัดได้กล่าวถึงวิหารหลังนี้โดย

สมโภชในปี พ.ศ.2428 (มหาวิทยาลัยฟาอีสเทิร์น, 2564) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอาหารพื้นเมืองแบบขันโตกเพื่อการต้อนรับมีมาอย่างน้อยตั้งแต่ปี พ.ศ.2428 มาแล้ว

วัฒนธรรมขันโตก ถูกจัดขึ้นในลักษณะการเลี้ยงรับรองอย่างเป็นทางการในเหตุการณ์สำคัญ โดยมีการเผยแพร่ภาพงานดังกล่าวผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศจนวัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองแบบขันโตกเป็นที่รับรู้ทั่วไป ก่อนนำมาสู่ธุรกิจร้านอาหารขันโตกในเวลาต่อมา (มูลนิธินรราชดำริอนุรักษฝ่ายเหนือ, 2550 และ นันทิยา ตันตราสืบ, 2561) อาทิ

พ.ศ. 2489 งานเลี้ยงต้อนรับนายแพทย์เอ็ดวิน นายแพทย์ใหญ่โรงพยาบาลแมคคอร์มิค และการจัดเลี้ยงในสมาคมชาวเหนือ

พ.ศ.2496 งานเลี้ยงส่งนายสัญญา ธรรมศักดิ์ อดีตข้าหลวงยุติธรรมภาคสี่ที่ย้ายไปประจำการเป็นปลัดกระทรวงยุติธรรม

พ.ศ.2507 งานถวายการต้อนรับพระเจ้าโบดวง ณ พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศ

พ.ศ.2508 งานถวายการต้อนรับพระเจ้าโอลาฟที่ 5 ณ พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศ

พ.ศ.2513 เปิดศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ ถ.วัวลาย เป็นธุรกิจร้านอาหารขันโตกแห่งแรกของเชียงใหม่



**ภาพที่ 1** ขันโตกในภาพจิตรกรรมฝาผนังวิหารวัดป่าแดด อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่  
(ที่มา: ผู้เขียน)

## 1.2.อาหารพื้นเมืองในคัมเจ้านายฝ่ายเหนือ (Chiangmai Royal Cuisine)

วัฒนธรรมอาหารในคัมเจ้านายฝ่ายเหนือ เป็นการสืบทอดวัฒนธรรมอาหารในคัมหลวง โดยทายาทเจ้าผู้ครองนครองค์สุดท้าย (เจ้าแก้วนรวิชัย) จากข้อมูลเอกสารชิ้นต้นฉบับบันทึกของชาวตะวันตกที่เดินทางเข้ามาในเชียงใหม่และข้อมูลสัมภาษณ์ทายาทเจ้าแก้วนรวิชัย สามารถสันนิษฐานได้ว่า วัฒนธรรม

อาหารในคัมเจ้านายฝ่ายเหนือ มีพื้นฐานจากวัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองดั้งเดิมที่ปรับเป็นแบบราชสำนัก (Royal Cuisine) คือ อนุรักษ์สรรค์ให้มีความประณีต และมีวิสัยของการรับประทานอย่างมีระเบียบแบบแผนด้วยการเลือกรับวัฒนธรรมบางประการจากวัฒนธรรมอื่น แล้วสั่งสมต่อเนื่องกันมาอย่างเป็นพลวัต (ทรงสุข บุญทาวงค์, 2563) ดังนี้

ช่วงประมาณ พ.ศ. 2379 – 2387 วัฒนธรรมการต้อนรับและอาหารเป็นแบบเรียบง่าย ด้วยบรรยากาศห้องถิ่นผสมอิทธิพลเครื่องใช้อย่างจีน (David Richardson อ้างใน กรมศิลปากร, 2561)

ช่วงประมาณ พ.ศ. 2422 – 2424 วัฒนธรรมอาหารมีการผสมความเป็นท้องถิ่นที่เน้นเครื่องใช้เป็นโลหะมีค่า (เครื่องเงินและทองคำ) กับอุปกรณ์แบบสากลนิยม (เครื่องถ้วย เครื่องแก้ว ช้อน ส้อม มีด ดังภาพที่ 3) (Holt Samuel Hallett อ้างใน กรมศิลปากร, 2561)

ช่วงประมาณ พ.ศ. 2457 – 2476 มีการพัฒนานาฏศิลป์ประกอบการรับประทานอาหาร ในลักษณะการต้อนรับอย่างเป็นทางการ ประกอบด้วยอาหารพื้นเมืองที่รับอิทธิพลจากจีน ยุโรป และราชสำนักสยามในรูปแบบสำหรับ (Set Menu) ซึ่งนิยมใช้รับรองอาคันตุกะในระดับชนชั้นปกครองและการทูต ดังมีบันทึกกล่าวถึงพระราชชายาเจ้าดารารัศมีทรงดำริให้พัฒนาแบบแผนวัฒนธรรมดังกล่าวขึ้น เพื่อจัดเลี้ยงรับรองอาคันตุกะระดับพระราชวงศ์ทุกพระองค์ที่เสด็จเยือนเชียงใหม่ (แก้วนวรรฐ, 2476) วัฒนธรรมอาหารในคัมเจ้านายฝ่ายเหนือจึงมีบทบาทในการตอบสนองต่อความสุนทรีย์ะ ทั้งภาพลักษณ์, รสชาติ และความหมายแฝง ที่สะท้อนถึงความมั่งคั่ง ความสัมพันธ์ทางสังคม และเป็นตัวแทนแห่งวัฒนธรรมท้องถิ่น

เมื่อมีการยกเลิกการปกครองระบอบมณฑลเทศาภิบาลที่มีเจ้าผู้ครองนคร (เจ้าหลวง) เป็นผู้ปกครอง ไปสู่การเป็นจังหวัด และการจัดเลี้ยงรับรองอาคันตุกะระดับพระราชวงศ์ทุกพระองค์ที่เสด็จเยือนเชียงใหม่ได้ถูกยกเลิกไปด้วยแล้ว แต่ทายาทเจ้าแก้วนวรรฐ ยังคงสืบทอดระเบียบแบบแผนวัฒนธรรมราชสำนักผสมผสานกับความนิยมส่วนตัว และมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบตามยุคสมัย โดยมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหารที่ปรากฏในปัจจุบัน เช่น รายการอาหารที่สามารถพบได้เฉพาะในคัมเจ้านายฝ่ายเหนือ ได้แก่ หูหมูน้ำพริกดำ บุหลั่นลอยเลื่อน แคบหมูน้ำพริกเผา จิ้นส้มกับเครื่องเคียง น้ำหนังยำเต้าเจี้ยว และน้ำหนังยำน้ำเมียง หรือ รายการอาหารที่มีลักษณะผสมผสานความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีการจัดแบ่งสำหรับเป็นประเภทเครื่องคาว เครื่องหวานและเครื่องว่าง เป็นต้น



ภาพที่ 2 “น้ำหนังยำเต้าเจี้ยว” รายการอาหารในคัมเจ้านายฝ่ายเหนือ  
(ที่มา: ผู้เขียน)



ภาพที่ 3 ชุดเครื่องช้อนเงินประทับตรา พ อ (เจ้าพงษ์อินทร์) สร้างจากประเทศอังกฤษ  
(ที่มา: ผู้เขียน)

### 1.3.แบบแผนอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่

อาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ แม้จะเป็นวัฒนธรรมการบริโภคอาหารที่สันนิษฐานว่าคงมีความคู่กับประวัติศาสตร์ของเมืองเชียงใหม่ แต่กลับไม่ได้รับการจารึกไว้เท่าที่ควร หลักฐานบันทึกเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองและวัตถุดิบการประกอบอาหาร กลับพบมากในเอกสารบันทึกของชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาจังหวัดเชียงใหม่ในราวพุทธศตวรรษที่ 25 และมีบริบทส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองในคัมเจ้านายฝ่ายเหนือ แต่กระนั้นวัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ ในประวัติศาสตร์ยังคงเร้นร้อย

อาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ ทั้งในรูปแบบวัฒนธรรมขันโตกและรูปแบบวัฒนธรรมอาหารในคัมเจ้านายฝ่ายเหนือ ล้วนเป็นผลผลิตที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ทางสังคมที่ไม่ได้มีการพูดหรือเขียนกำกับไว้ในลักษณะแสดงถึงการกำเนิดต้นตำรับ หากแต่เป็นระเบียบแบบแผนที่คนในวัฒนธรรม (เชียงใหม่) หรือคนท้องถิ่นเป็นผู้กำหนดหรือจัดระเบียบแบบแผนด้านอาหารของตนเอง บนพื้นฐานของ

ทักษะค่านิยมและทักษะการอนุรักษ์หรือสืบทอดวัฒนธรรมอาหารในครอบครัว เกิดเป็นวัฒนธรรมในแบบ “ของกินเมือง” (อาหารพื้นเมืองของคนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่) อันเป็นอาหารที่สะท้อนให้เห็นถึงสภาพบริบทสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่ทั้งมิติสังคมการเมือง เศรษฐกิจและวัฒนธรรม (ธเนศวร์ เจริญเมือง, 2559)

ทั้งนี้วัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองในรูปแบบขันโตกและรูปแบบวัฒนธรรมอาหารในคุ้มเจ้านาย ฝ้ายเหนือ ต่างแสดงถึงการจัดการรายการอาหารที่หลากหลายโดยประกอบขึ้นเป็นรูปแบบสำหรับ (Set Menu) อย่างไม่มีกฎเกณฑ์แน่ชัดหรือตายตัว แต่ในทักษะของผู้เขียนตั้งข้อสังเกตคือ รายการอาหารที่ประกอบขึ้นเป็นสำหรับ (Set Menu) ส่วนใหญ่เป็นแบบแผนรายการอาหารที่ถูกคัดเลือกจากรสชาติเป็นหลัก กล่าวคือ หนึ่งสำหรับประกอบด้วยอาหารที่ให้รสเผ็ดจากพริกโดยเฉพาะน้ำพริกพร้อมผักตามฤดูกาลเป็นเครื่องเคียง และรายการอาหารที่ให้รสไม่เผ็ดโดยเฉพาะแคบหมู ซึ่งคนท้องถิ่นได้จัดแบบแผนการรับประทานคู่กันนี้ในทักษะของรสชาติที่เข้ากัน

แบบแผนอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ เมื่อนำมาสู่การจัดการในเชิงสร้างสรรค์ทุกกระบวนการของระบบอาหารในท้องถิ่น ส่งผลให้วัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ มีบทบาทของการเป็น “ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital)” โดยเฉพาะการเป็นทุนวัฒนธรรมสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยว



ภาพที่ 4 ตัวอย่าง “ของกินเมือง” ที่จำหน่ายในตลาดประตูเชียงใหม่ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ (ที่มา: ผู้เขียน)

## 2. บทบาทของอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่

พัฒนาการทางวัฒนธรรมของอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ สะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวตามสถานการณ์ทางสังคมในแต่ละยุคสมัย โดยเมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าทางใดทางหนึ่ง ย่อมส่งผลต่อวัฒนธรรมอันเป็นตัวกำหนดรูปแบบอาหารและวิถีการรับประทานอาหาร ก่อให้นำไปสู่การปรับตัววัฒนธรรมอาหารทั้งระบบ

แนวคิดของ Talcott Parson อธิบายถึงสังคมมีความเป็นระบบตามโครงสร้างที่สามารถเปรียบได้กับอวัยวะร่างกายของมนุษย์ และทุกกลุ่มคนในสังคมเปรียบเสมือนอวัยวะต่างๆ ที่มีหน้าที่ในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อระบบสังคมที่ตนดำรงอยู่ (สุภางค์ จันทวานิช, 2554) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงบทบาทของกลุ่มคนใดๆ เพื่อตอบสนองต่อระบบสังคม ย่อมส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงต่อระบบวัฒนธรรมในสังคมนั้นๆ ด้วย และนั่นย่อมหมายถึงการส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับอาหารที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือตอบสนองหน้าที่ของกลุ่มคนในระบบสังคม กล่าวคือ

การปรับตัว (Adaptation) เป็นการดำเนินกิจกรรมให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทั้งเชิงนามธรรมและรูปธรรม โดยการปรับตัววัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ จากอาหารพื้นเมืองเพื่อการดำรงชีพสู่การเป็นอาหารเพื่อเลี้ยงรับรองอาคันตุกะ ซึ่งเป็นการปรับตัววัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองในเชิงนามธรรม ให้เข้ากับบริบทสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในช่วงเวลานั้น รวมถึงการจัดสิ่งแวดล้อมทางกายภาพให้สอดคล้องกับความเชื่อของท้องถิ่น แต่อยู่ในรูปลักษณะที่ทันสมัยขึ้น ซึ่งการจัดสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจึงเป็นการสร้างบรรยากาศการรับประทานอาหาร ที่สามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ตัวตนของตนเอง ที่ทำให้ผู้มาเยือนสัมผัสได้ถึงประสบการณ์ทางวัฒนธรรมแบบท้องถิ่นเชียงใหม่

การบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) เป็นการใช่วัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ในการสร้างบรรยากาศของความเป็นมิตร และสร้างกระบวนการทางวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดการยอมรับในการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมท้องถิ่น ท่ามกลางสถานการณ์การถูกกลืนไปกับกระแสวัฒนธรรมหลัก (วัฒนธรรมไทย) ที่ถูกเชิดชูให้เป็นเอกลักษณ์ของชาติ โดยการเลี้ยงรับรองผู้มาเยือนด้วยวัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองจึงเป็นการส่งออกวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านบรรยากาศการจัดเลี้ยงอันเป็นสถานการณ์ที่ถูกสร้างขึ้นอย่างจงใจ อันมีนัยยะบางประการที่แฝงไว้

การบูรณาการ (Integration) ตามประวัติศาสตร์อาหารพื้นเมืองในคุ้มเจ้านายฝ่ายเหนือ ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นตัวแทนท้องถิ่นกับความเป็นรัฐไทยสมัยใหม่ โดยบูรณาการด้านบทบาทตามโครงสร้างทางสังคมเดิม (เจ้าหลวงกับชาวเมือง) กับบทบาทใหม่ในโครงสร้างทางสังคมสมัยใหม่ (การเป็นตัวแทนท้องถิ่นกับรัฐบาลกลาง) ท่ามกลางการจัดระเบียบโครงสร้างทางสังคมแบบรัฐสมัยใหม่ กระทั่งเข้าสู่ยุคแห่งการท่องเที่ยววัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองยังคงถูกใช้รับรองผู้มาเยือนในฐานะนักท่องเที่ยว อาหารพื้นเมืองเชียงใหม่จึงเป็นตัวแทนของการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างคนท้องถิ่นกับคนต่างถิ่นที่มาเยือน

การดำรงรักษาแบบแผน (Latency หรือ Pattern Maintenance) เป็นการรักษาดัตถทางวัฒนธรรมดั้งเดิมเพื่อแสดงถึงการมีรากเหง้าและรักษาความมีตัวตนในโครงสร้างทางสังคมสมัยใหม่ โดยถึงแม้จะมีการปรับตัววัฒนธรรมอื่นแต่ขณะเดียวกันก็เป็นลักษณะการเลือกรับเพียงบางประการมาสู่การปรับรูปแบบวัฒนธรรมอาหารที่เน้นความสุนทรีย์ตามสมัยนิยม

แม้บริบทสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปตามโครงสร้างทางสังคมสมัยใหม่แล้ว วัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ยังคงมีบทบาทการเป็นตัวแทนท้องถิ่นที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์วิถีชีวิตที่ยังคงอยู่ในชีวิตประจำวันตามวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่และเป็นทุนวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายในพื้นที่วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารพื้นเมือง

### 3.อาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ในยุคการท่องเที่ยว

อาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ ถือเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่เริ่มต้นจากชนชั้นนำในจังหวัดเชียงใหม่ได้จัดเลี้ยงต้อนรับอาคันตุกะที่มาเยือน โดยมีการปรับแบบแผนจากวัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่แบบดั้งเดิมมาสู่ความเป็นวัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองร่วมสมัยแห่งยุค กระทั่งภายหลังเมื่อเข้าถึงแนวคิดหลักโภชนาการอาหารแบบสากลช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 (ราว พ.ศ.2486 – 2500) วัฒนธรรมอาหารพื้นเมืองของกลุ่มชนชั้นนำในจังหวัดเชียงใหม่ ได้นำมาสู่การประกอบสร้างรูปแบบอาหารเป็นแบบสำหรับ (Set Menu) ที่เน้นหลักโภชนาการและสุขอนามัย (ทรงสุข บุญทาวงค์, 2563) อันนำมาสู่อาหารพื้นเมืองเพื่อสุขภาพและอาหารพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยว

อาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่เริ่มเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ผ่านบทเพลง “ของกินคนเมือง” โดย จรัส มโนเพชร ประพันธ์ขึ้นครั้งแรก ปี พ.ศ. 2519 ในบทเพลงมีการระบุชื่อรายการอาหารซึ่งจากบทเพลงนี้ทำให้คนไทยทั่วประเทศได้รู้จักรายการอาหารพื้นเมืองต่าง ๆ จำนวน 33 ชนิด ต่อมาปีพ.ศ. 2544 มีการผลิตซ้ำ โดยทำการเปลี่ยนรายการอาหารในเนื้อเพลง จำนวน 32 ชนิด คงมีเพียงรายการอาหารพื้นเมือง 1 ชนิดที่ซ้ำกับครั้งแรก นั่นคือแกงโฮะ จากบทเพลง “ของกินคนเมือง” ทำให้รายการอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 64 ชนิด เป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้นในกลุ่มคนไทยภาคอื่น ๆ (ธเนศวร์ เจริญเมือง, 2559)

เมื่อสังคมเข้าสู่ยุคแห่งการท่องเที่ยว (Chatkaewnapanon Yuthasak, 2012) อาหารถูกยกขึ้นมานำเสนออีกครั้ง ผ่านวาทกรรมที่ว่า “แอ่วกำแพงดิน กินข้าวซอย ขึ้นดอยสุเทพ” (อนุ เนินหาด, 2543) จากข้อสังเกตที่ว่าอาหารเริ่มมีบทบาทร่วมกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ สะท้อนข้อเท็จจริงจากการศึกษาของ สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อประเทศไทยปี 2561 และผลการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีทัศนคติเชิงบวกต่ออาหารไทยด้วยรายการอาหาร “ข้าวซอย” ซึ่งเป็นตำรับจากจังหวัดเชียงใหม่ (สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561)

ความสนใจในการชื้ออาหารพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อคาดหวังให้อาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นอีกหนึ่งตัวช่วยกระตุ้น

การท่องเที่ยวในพื้นที่ และยังสอดคล้องกับกระแสนิยมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่กำลังได้รับความนิยมก่อนหน้าการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เปิดแคมเปญรณรงค์ กินเที่ยวกระตุ้นเศรษฐกิจ ผ่านการสำรวจร้านอาหารและการรับรองความอร่อยเผยแพร่ไปทั่วโลก ซึ่งสามารถตอบสนองต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Shalini & Duggle (2015) ที่ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นปรากฏการณ์ในระดับสากล ที่อยู่ในระดับการพัฒนาที่ชัดเจน และมีผลทางบวกต่อเศรษฐกิจในระดับประเทศ และส่งผลดีต่อมรดกทางวัฒนธรรม เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถที่จะสร้างประสบการณ์ทางด้านอาหาร ผ่านการสัมผัสโดยตรง ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้าและบริการได้อีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้อาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ ยังอยู่ในรูปแบบของฝากที่สามารถพกพาไปกลับไปยังภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว ในฐานะตัวแทนที่ระลึกถึงท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ได้มาเยือน ซึ่งการนำอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่เป็นของฝากไม่ได้ปรากฏแน่ชัดว่าเริ่มมีมาสมัยใด แต่พบในบันทึกของเนื่อง นิรัตน์ (2539) ที่กล่าวถึงพระราชชายาเจ้าดารารัศมีได้ส่งแคบหมูไปถวายพระวิมาดาเธอ กรมพระสุทธาสินีนาถฯ ซึ่งเป็นแคบหมูที่ผ่านการทอดแล้วบรรจุไปพร้อมน้ำมันปิดฝาสนิท สามารถเก็บไว้ทานได้ตลอดปี เหตุที่ต้องบรรจุพร้อมน้ำมันเพื่อเป็นการถนอมอาหาร เนื่องจากการเดินทางที่ใช้เวลานาน แต่เมื่อการเดินทางที่รวดเร็วขึ้น แคบหมูในรูปแบบของฝากจึงเป็นแคบหมูสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน รวมถึงรายการอาหารอื่น ๆ โดยเฉพาะประเภทน้ำพริกเป็นแบบสำเร็จรูปพร้อมรับประทานด้วยเช่นกัน

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่อกระบวนการผลิตอาหาร โดยเฉพาะอาหารในบรรจุภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายแบบสำเร็จรูปในร้านสะดวกซื้อ เพื่อตอบสนองต่อนักเดินทางหรือผู้บริโภคที่ต้องการรับประทานแบบสำเร็จรูป เช่น อาหาร ประเภท น้ำพริกตาแดง น้ำพริกหนุ่ม แคบหมู แม้รายการอาหารพื้นเมือง จะมีการกำกับมาตรฐานความปลอดภัยต่อสุขภาพร่างกาย แต่ก็มีข้อจำกัด คือ อัตลักษณ์ทางรสชาติที่อาจถูกดัดแปลง ที่อาจส่งผลต่อการกำหนดบทบาทของอาหารพื้นเมือง ในเมื่อบทบาทของอาหารพื้นเมืองที่เป็นมากกว่าอาหารเพื่อความอร่อย แต่เป็นอาหารที่ตอบสนองต่อความสุนทรีย์ของการท่องเที่ยว และมีบทบาทที่สะท้อน “อัตลักษณ์ท้องถิ่น” ด้วย ฉะนั้นการที่อาหารในรูปแบบของฝากของที่ระลึก ไม่ได้สร้างประสบการณ์ตรงกับการบริโภคอาหารในพื้นที่ท่องเที่ยวแล้ว การไม่ตอบสนองต่อความจริงแท้ด้านรสชาติของอาหารแบบดั้งเดิม ก็มีความเสี่ยงต่อทั้ง “ภาพลักษณ์” และ “อัตลักษณ์” และอาจสร้างความเข้าใจผิดในกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่มีประสบการณ์การรับประทานอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่มาก่อน

การพัฒนาต่อยอดทุนวัฒนธรรมอาหารที่มีการคำนึงถึง “ภาพลักษณ์” และ “อัตลักษณ์” ของท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นการต่อยอดการรับรู้ถึงตัวตนที่เด่นชัดของอาหารพื้นเมืองในจังหวัด

เชียงใหม่ เพราะภาพลักษณ์มีความสำคัญต่อการสร้างความจดจำหรือการรับรู้ของลูกค้า (ผู้รับประสบการณ์) ที่มีต่อสินค้าและพื้นที่ของสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ (มนจิรดา ทองเกิด, 2564)

#### 4.อาหารพื้นเมืองกับประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

อาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่เข้าสู่ยุคแห่งการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมและนำเสนอประสบการณ์ทั้งการรับประทานอาหารรูปแบบ “สำหรับ” (Set Menu) และรสชาติความเป็นอาหารพื้นเมืองจากการเปิดธุรกิจร้านอาหารชั้นโตกแห่งแรก ของศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2513 ซึ่งเป็นการนำเสนอประสบการณ์ของงานเลี้ยงต้อนรับอาคันตุกะที่มาเยือนของชนชั้นนำในจังหวัดเชียงใหม่ ก่อนปี พ.ศ. 2500 ให้แก่นักท่องเที่ยวในปัจจุบัน เป็นการตอกย้ำถึงบทบาทอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ และวัฒนธรรมการรับประทานอาหารพื้นเมืองในรูปแบบสำหรับ ที่เรียกว่าชั้นโตก ในฐานะการเป็น “ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital)” ที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว

การเกิดกระแสนิยมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการเพิ่มบทบาทของอาหารพื้นเมือง ในฐานะการเป็นสินค้าประเภทหนึ่งทางการท่องเที่ยวทั้งที่จับต้องได้ คือ การรับประทานอาหารชั้นโตกถูกบรรจุอยู่ในรายการนำเที่ยว หรือการได้รับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการขณะท่องเที่ยว และที่จับต้องไม่ได้ คือการได้รับรู้ถึงประสบการณ์ด้านอาหารในรูปแบบสำหรับ และการจัดเลี้ยงรับรองอาคันตุกะ ซึ่งการบูรณาการอาหารร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ช่วยในการขับเคลื่อนงานพัฒนาทางเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนการเป็นอาหารที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้คนที่มาเยือนที่จังหวัดเชียงใหม่

ที่ผ่านมาการนำเสนออาหารพื้นเมืองของจังหวัดเชียงใหม่ ถูกจำกัดอยู่แค่การนำเสนอวัฒนธรรมการรับประทานแบบชั้นโตก ซึ่งอาหารพื้นเมืองในคัมเจ้านายฝ่ายเหนือ ที่มีประวัติ เรื่องราว และรูปแบบการนำเสนอที่ประณีต รวมถึงรายการอาหารที่มีความเฉพาะตัว ยังไม่ได้ถูกพัฒนาไปสู่การเป็นทุนทางวัฒนธรรมด้านอาหารอีกประเภทหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ อันมีความน่าสนใจที่สามารถพัฒนาและนำเสนอให้เหมาะสมเพื่อสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวได้อีกรูปแบบหนึ่ง

#### สรุปการวิจัย

อาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ ถูกขับให้เด่นชัดขึ้นในหลายบทบาทจากหลายกลุ่มคนที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้วัฒนธรรมอาหารที่แตกต่างกันไปตามหน้าที่ของกลุ่มคนในโครงสร้างทางสังคม บทบาทของอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ จึงขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทางสังคมและกลุ่มคน เป็นผู้กำหนดตามวิสัยการบริโภคที่เกิดจากการรับรู้อย่างเข้าใจ ก่อนนำมาสู่การกำหนดรูปแบบทางวัฒนธรรมอาหาร อันประกอบด้วย การปรับใช้ (Adaptation) การบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) การบูรณาการ

(Integration) และการดำรงรักษาแบบแผน (Latency หรือ Pattern Maintenance) อันเป็นกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ตัวตน

การดำเนินบทบาทของอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่สู่ยุคแห่งการท่องเที่ยว เป็นการดำเนินบทบาทที่สะท้อนถึงสภาพท้องถิ่นหรือความเป็นพื้นเมืองผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังประกอบด้วยบทบาทการตอบสนองต่อความสุนทรีย์ที่แฝงความหมาย บทบาทการเป็นตัวแทนของความเป็นพื้นเมือง บทบาทของการเป็นตัวแทนแห่งประจักษ์พยานของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม บทบาทการเป็นทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital), บทบาทการสะท้อนอัตลักษณ์วิถีชีวิตท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ปัจจุบัน และบทบาทการเป็นสินค้าประเภทหนึ่งทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

บทบาทข้างต้นส่งผลให้อาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่โดยเฉพาะรูปแบบการจัดขันโตกยังคงมีอิทธิพลต่อการให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และเป็นเครื่องมือตอบสนองรับใช้สังคมเชียงใหม่ที่มีมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งยังขาดแต่การนำเสนออาหารพื้นเมืองในคัมเจ้านายฝ่ายเหนือที่ยังไม่ถูกนำเสนอเพื่อสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวให้กับผู้มาเยือนจังหวัดเชียงใหม่ และทั้งหมดนี้เป็นการแสดงถึงเส้นทางการเดินทางของอาหารพื้นเมืองสู่ยุคแห่งการท่องเที่ยว อันเป็นมรดกวัฒนธรรมที่ยังสามารถพบได้ในวิถีชีวิตประจำวันของคนท้องถิ่นทุกระดับชั้นในสังคมเชียงใหม่ปัจจุบัน

## เอกสารอ้างอิง

- กรมศิลปากร. (2561). *ฝรั่งในล้านนา*. แปลโดย ศุภรัตน์ ธาราศักดิ์. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.
- แก้วนวรรฐ, เจ้าหลวง. (2476). *พระราชชายาเจ้าดารารัศมี*. เชียงใหม่: ม.ป.ท.
- ทรงสุข บุญทาวงค์. (2563). *การปรับใช้ทุนทางวัฒนธรรมสำหรับอาหารคัมเจ้านายเชียงใหม่สู่มิติการท่องเที่ยวเชิงอาหาร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยแม่โจ้).
- ทรงสุข บุญทาวงค์ และ นครศ อุดชะยา. (2565). *โภชนาการนิยามอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีปฏิบัติใหม่*. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 32(1), 120 -133.
- ธเนศวร์ เจริญเมือง. (2559). *สี่ทศวรรษประวัติศาสตร์ล้านนา, วารสารศิลปะและวัฒนธรรมฉบับเชิดชูเกียรติศาสตราจารย์อรุณรัตน์ วิเชียรเขียว*. *มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 1(1), 255-275.
- นันทิยา ตันตราสืบ. (2561). *รูปแบบการท่องเที่ยวอาหารพื้นถิ่นเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยพะเยา).
- เนื่อง นิลรัตน์, หม่อมหลวง. (2539). *ชีวิตในวัง*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรุงเทพ.
- มนชิตา ทองเกิด. (2564). *นวัตกรรมบริการ: กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของธุรกิจบริการ*. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 12(1), 114 -129.

มหาวิทยาลัยฟาอีสเทิร์น.(2564). วัดป่าแดด. ระบุฐานข้อมูลวัด. สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2564, จาก

<http://www.templethailand.org>

มูลนิธินรนาถไตรภพ.(2550). บายศรีทูลพระขวัญ. เชียงใหม่: เวียงบัวการพิมพ์.

สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยว.

กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

สร้อยดี อ่องสกุล. (2554). ประวัติศาสตร์ล้านนา. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.

สุภาวดี จันทวานิช. (2554). ทฤษฎีสังคมวิทยา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

อนุ เนินหาด. (2543). เชียงใหม่สะปะเรื่องตะวา. เชียงใหม่: นพบุรีการพิมพ์.

Chatkaewnapanon Yuthasak. (2012). *A Tourism History of Koh Samui, Thailand: Change and Adaptation in the Tourism Period*. LAP LAMBERT Academic Publishing.

Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macdonald, N., and Cambourne, B. (Eds.). (2003).

*Food tourism around the world: Development, management and markets*

Book. Oxford: Butterworth- Heinemann.

Shalini, D. and Duggal, S. (2015). A review on food tourism quality and its associated forms around the world. *African Journal of Hospitality, Tourism and leisure*, 4 (2) Special edition - (2015).

World Tourism Organization. (2012). *Affiliate members global report, volume 4 - global report on food tourism*. Madrid, Spain: UNWTO.