

# ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษาอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ประเภทน้ำพริก

The Attitude towards Traditional Food: A Case Study of Chiang Mai Chili Pastes

เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์สุข\*

Petcharat Meesomboonpoonsuk

## บทคัดย่อ

รายงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริกของผู้คนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีเก็บแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้คนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุมากกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยจะทำการแจกแบบสอบถามชนิดตอบด้วยตนเอง แก่กลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีแบบสะดวก

ผลการวิจัยด้านทัศนคติ เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ทั่วไปนั้น พบว่า ผู้คนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความรู้ในประเด็นเกี่ยวกับแหล่งจำหน่ายมากที่สุด และมีความรู้ความเข้าใจทั้งในส่วนประกอบและวิธีทำของน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ ประเภทน้ำพริกอ่องมากที่สุด รองลงมาคือน้ำพริกหนุ่ม และน้ำพริกปลา

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในด้านความชอบต่อน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่แต่ละประเภท โดยรวมอยู่ในระดับชอบปานกลาง น้ำพริกที่เคยบริโภค ซื้อและประกอบบ่อยที่สุด อันดับที่หนึ่ง คือน้ำพริกหนุ่ม อันดับที่สอง คือน้ำพริกอ่อง และอันดับที่สาม คือน้ำพริกตาแดง

ในการทดสอบสมมติฐาน พบว่าทัศนคติในหลายๆ ด้านที่เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจและความชอบในน้ำพริกพื้นเมืองของผู้คนฯ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทั้งในด้านความถี่ในการบริโภคหรือชื้อน้ำพริกและความถี่ในการประกอบน้ำพริก

คำสำคัญ: ทัศนคติ อาหารภูมิปัญญาท้องถิ่น น้ำพริก

## Abstract

This research was aimed mainly to study the attitude and behavior of Mueang Amphoe, Chiang Mai Residents toward Chiang Mai chili paste. The research result illustrated that knowledge about place of purchase was recognized at the highest percentage of the respondents. As for the attitude toward specific knowledge of individual Chiang Mai chili paste, it was found that tomato chili paste was recognized in both ingredient and cooking method at the highest percentage of the respondents, followed by green and fish chili pastes.

Overall, the respondents rated attitude toward Chiang Mai chili paste at moderate degree of preference. When ranking Chiang Mai chili paste according to frequency of consumption, purchase and

\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

preparation, it was found that first ranking was green chili, followed by tomato chili and red chili as second and third ranking.

Finally, in testing hypothesis, it was found that attitude toward several sub-items of knowledge as well as preference in Chiang Mai chili paste are associated with frequency of behavior in consumption, purchase and preparation.

Keywords: Attitude, Traditional Food, Chili Paste

## บทนำ

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือภูมิปัญญาชาวบ้าน คือความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ชีวิตของคนเราผ่านกระบวนการศึกษา สังเกต วิเคราะห์จนเกิดปัญญา และตกผลึกมาเป็นองค์ความรู้ที่ประกอบกันขึ้น มาจากความรู้เฉพาะหลาย ๆ เรื่อง (สงคราม วงศ์ใหญ่, 2546) ภูมิปัญญาดังกล่าวเป็นความรู้ของชาวบ้าน ซึ่งเรียนรู้มาจากปู่ ย่า ตา ยาย ญาติพี่น้อง และความเฉลียวฉลาดของแต่ละคน หรือผู้มีความรู้ในหมู่บ้านในท้องถิ่นต่าง ๆ ภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นเรื่องการทำมาหากิน เช่น การจับปลา การจับสัตว์ การปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ การทอผ้า และการทำเครื่องมือการเกษตร เป็นต้น (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว, 2551) ภูมิปัญญาเหล่านี้ จึงเป็นความรู้ความสามารถที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์และถ่ายทอดมาให้เรา

ภูมิปัญญาจึงมีความสำคัญยิ่งที่จะต้องได้รับการค้นหาเพราะมีอยู่กระจัดกระจายในวัฒนธรรมแทบทุกส่วน ด้วยการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ วิจัย และแบ่งออกเป็นหมวดหมู่เพื่อสร้างเป็นองค์ความรู้ ให้ผู้คนในยุคปัจจุบันได้ศึกษาและนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน อีกทั้งเพื่อถ่ายทอดให้กับอนุชนรุ่นหลังได้เห็นคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและจะได้ร่วมกันอนุรักษ์ สืบสาน นำไปใช้และถ่ายทอดต่อไปชั่วกาลนาน (สงคราม วงศ์ใหญ่, 2546)

อาหารพื้นเมืองจัดเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะในภาคเหนือ อาหารพื้นเมืองเป็นอาหารที่นิยมรับประทานกันในพื้นที่ เนื่องจากเป็นอาหารที่ทำขึ้นได้ง่าย โดยอาศัยพืชผักหรือส่วนประกอบอาหารที่มีอยู่ในท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังสืบทอดวิธีการปรับปรุงและการรับประทานต่อ ๆ กันมาเป็นเวลาอันยาวนาน (ยุพียง วิจิตรศิลป์ และเสาวภา ศักยพันธ์, 2538) เช่นเดียวกับจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือของประเทศไทย มีอาหารพื้นเมืองที่ได้รับการถ่ายทอดวิธีการทำมาหลายยุคหลายสมัย และมีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำแบบใคร อาหารพื้นเมืองเชียงใหม่มีความเกี่ยวข้องกับทรัพยากร ธรรมชาติในท้องถิ่นและสภาพภูมิศาสตร์ มีลักษณะเด่นด้านเครื่องปรุงหรือส่วนผสมอาหาร เนื่องจากอาศัยพืชผักที่ขึ้นเองตามธรรมชาติเป็นส่วนผสมในการปรุงอาหาร ซึ่งล้วนเป็นสมุนไพรที่ได้รับการยอมรับจากวงวิชาการด้านโภชนาการว่ามีประโยชน์ต่อร่างกาย (สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551)

อาหารพื้นเมืองประเภทหนึ่งที่ได้รับการนิยมอย่างแพร่หลายในท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ คือน้ำพริก ซึ่งเป็นอาหารที่มีส่วนประกอบหลัก คือ พริก เกลือ หอม กระเทียม เป็นต้น หรืออาจมีส่วนผสมอื่น ๆ เช่น กะปิ ถั่วเน่าเขียบ ปลาร้า มะเขือเทศ ข่า ตะไคร้ เพิ่มเข้าไป แล้วแต่จะปรุงเป็นน้ำพริกแต่ละชนิด โดยวิธีการปรุง จะนำส่วนผสมทั้งหมดมาโขลกรวมกันในครก (คณะกรรมการจัดงานนิทรรศการอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ 700 ปี, 2539) อาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริกของจังหวัดเชียงใหม่มีหลากหลายชนิด โดยจากการรวบรวมของสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่พบว่า มีจำนวนถึง 24 รายการ แต่ละรายการมีส่วนประกอบ รวมทั้งวิธีการปรุงที่แตกต่างกัน น้ำพริกที่เป็นที่รู้จัก

โดยทั่วไป อาทิเช่น น้ำพริกตาแดง น้ำพริกปู น้ำพริกน้ำผัก น้ำพริกมะเขือเทศ น้ำพริกหน่อไม้ดอง น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกเห็ดหล่ม และน้ำพริกอ่อน เป็นต้น (สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551: ออนไลน์)

ภูมิปัญญาอาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริก จึงจัดเป็นภูมิปัญญาด้านปัจจัยพื้นฐานแห่งการดำรงชีพที่เกี่ยวกับความสามารถในการประกอบอาหารของผู้คนในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจ ภูมิปัญญาเหล่านี้เป็นภูมิปัญญาในการประดิษฐ์คิดค้น เพื่อใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อม แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น เพื่อการดำรงชีวิตอย่างสุขกายสบายใจ เป็นสิ่งที่จะช่วยเสริมสร้างคุณลักษณะแก่สังคมไทย ให้มีความมั่งคั่งอุดมสมบูรณ์ จนเกิดเป็นความมั่นคงในทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ แบบพึ่งพาตนเอง ได้ในลักษณะแบบพหุมีพอกิน สามารถนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้เพื่อการพัฒนาประเทศได้อย่างคุ้มค่าที่สุด (จังหวัดชลบุรี, 2544)

จากความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการวิจัยในหัวข้อเรื่องทัศนคติของผู้คนในจังหวัดเชียงใหม่เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริก ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ในการสืบทอดภูมิปัญญาอาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริกให้แก่อนุชนรุ่นหลัง และจะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน สถาบันศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน ในการส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และฟื้นฟูภูมิปัญญาอาหารพื้นเมืองของจังหวัดเชียงใหม่ให้คงอยู่กับท้องถิ่น และสังคมไทยสืบต่อไป

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีขอบเขตที่จะศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้คนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งทัศนคติเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริก ในด้านความรู้ความเข้าใจ ความชอบ และพฤติกรรมเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริก ในด้านการบริโภค การซื้อ และการประกอบอาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริก ของผู้คนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประชากรในการเก็บข้อมูล คือผู้คนที่มิมีภูมิลำเนาในจังหวัดเชียงใหม่ ที่เคยรับประทานน้ำพริกพื้นเมืองของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน (Cochran, 1953) ทั้งนี้การเก็บตัวอย่างจะเก็บกระจายทุกช่วงอายุ โดยใช้วิธีเก็บแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะผู้ที่มีอายุมากกว่า 15 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นผู้ที่มีกำลังแรงงาน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2552) ซึ่งจะมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ และจะดำเนินการเก็บตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ตามสถานที่ชุมชน และสถานที่สำคัญต่างๆในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อาทิเช่น ตลาดวโรรส ตลาดต้นพะยอม ห้างเซนทรัล ห้างโรบินสัน ห้างโลตัส ห้างคาร์ฟู มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยพายัพ เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามชนิดตอบด้วยตนเอง การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Sciences - SPSS) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติเชิงอนุมาน Chi-square test ( $\chi^2$ )

### ผลการวิจัย

ผู้คนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.00 มีอายุ 30 ปี หรือต่ำกว่า ร้อยละ 40.70 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 46.20 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 22.50 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 31.50

ผู้คนส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจในน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ทั่วไป ในประเด็นเกี่ยวกับแหล่งจำหน่ายมากที่สุด ร้อยละ 86.50 รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องเคียงที่รับประทานร่วมกับน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ ร้อยละ 78.00 และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ ร้อยละ 69.50

สำหรับความรู้ความเข้าใจในส่วประกอบของน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ นั้น ผู้คน ๆ ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจในส่วประกอบของน้ำพริกอ่องมากที่สุด ร้อยละ 88.50 รองลงมาคือน้ำพริกหนุ่ม ร้อยละ 85.00 และน้ำพริกปลา ร้อยละ 75.00

ในส่วนความรู้ความเข้าใจในวิธีทำน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ นั้น พบว่าผู้คน ๆ มีความรู้ความเข้าใจในวิธีทำน้ำพริกอ่องมากที่สุด ร้อยละ 75.50 รองลงมาคือน้ำพริกหนุ่ม ร้อยละ 74.00 และน้ำพริกปลา ร้อยละ 63.50

ผู้คน ๆ ที่ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในด้านความชอบต่อน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่แต่ละประเภท โดยรวมอยู่ในระดับชอบปานกลาง

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ ที่ผู้คน ๆ มีทัศนคติในด้านความชอบอยู่ในระดับชอบมากที่สุด ได้แก่ น้ำพริกอ่อง และน้ำพริกหนุ่ม ระดับชอบมาก ได้แก่ น้ำพริกปลา น้ำพริกตาแดง น้ำพริกแคบหมู และน้ำพริกข่า และระดับชอบปานกลาง ได้แก่ น้ำพริกมะเขือเทศ น้ำพริกน้ำหน่อ น้ำพริกจันทน์หมู น้ำพริกเห็ดลม น้ำพริกน้ำปู น้ำพริกหน่อไม้ดอง น้ำพริก

อีก น้ำพริกขิง น้ำพริกจี่งู น้ำพริกถั่วเน่าเมอะ น้ำพริกน้ำผัก น้ำพริกถั่วเน่าแซบ น้ำพริกน้ำอ้อย น้ำพริกต่อ น้ำพริกขย น้ำพริกแมงดา น้ำพริกแมงจอน และน้ำพริกฮือวก

น้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ที่ผู้คน ๆ เคยบริโภคหรือซื้อมากที่สุดร้อยละ 96.00 คือ น้ำพริกอ่อง รองลงมาคือน้ำพริกหนุ่ม ร้อยละ 94.50 และน้ำพริกตาแดง ร้อยละ 81.50

เหตุผลในการบริโภคหรือซื้ออาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ประเภทน้ำพริก คือ รสชาติดี ร้อยละ 66.00 รองลงมาคือ ราคาไม่แพง ร้อยละ 46.50 และหาซื้อได้ง่าย ร้อยละ 38.50

ความถี่ในการบริโภคหรือซื้อน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ คือ แล้วยแต่โอกาสไม่แน่นอน ร้อยละ 21.50 รองลงมาคือ 4-5 วันครั้ง ร้อยละ 19.50 และนานกว่าสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 17.50

สถานที่ที่นิยมหรือมีโอกาสบริโภคอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ประเภทน้ำพริก คือ ที่บ้าน ร้อยละ 64.00 รองลงมาคือ ที่ร้านอาหาร ร้อยละ 31.50 และที่บ้านญาติ/เพื่อน ร้อยละ 23.00

แหล่งที่นิยมซื้ออาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ประเภทน้ำพริก คือ ตลาดสด ร้อยละ 68.00 รองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 5.50 และซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 5.00

บรรจุภัณฑ์ของอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ประเภทน้ำพริกที่นิยมบริโภคหรือซื้อ คือ ถุงพลาสติก ร้อยละ 64.00 รองลงมาคือ ไก่ตอง ร้อยละ 20.00 และขวดแก้ว ร้อยละ 11.00

ขนาดบรรจุภัณฑ์ ของอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ประเภทน้ำพริกที่นิยมบริโภคหรือซื้อ คือ ขนาด 1 ซีด ร้อยละ 57.00 รองลงมาคือ ขนาดน้อยกว่า 1 ซีด ร้อยละ 24.50 และขนาด 5 ซีด ร้อยละ 10.00

นอกจากนี้พบว่า น้ำพริกที่ผู้คนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบบ่อยที่สุดอันดับที่หนึ่ง คือ น้ำพริกหนุ่ม อันดับที่สอง คือ น้ำพริกอ่อง และอันดับที่สาม คือ น้ำพริกตาแดง

ความถี่ในการประกอบน้ำพริก คือแล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน ร้อยละ 23.26 รองลงมา คือ 4-5 วันต่อครั้ง ร้อยละ 20.15 และ สัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 19.38

สำหรับเหตุผลในการประกอบน้ำพริก คือ ชอบรับประทานน้ำพริก ร้อยละ 59.69 รองลงมาคือ คนในครอบครัวชอบรับประทานน้ำพริก ร้อยละ 51.94 และชอบการทำอาหาร และประหยัดกว่าการซื้อ ร้อยละ 34.11 เท่ากัน

ในส่วนของผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริกด้านความถี่ในการบริโภคหรือซื้อน้ำพริก และด้านความถี่ในการประกอบน้ำพริก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ (Cramer's) เท่ากับ 0.179 และ 0.248 ตามลำดับ

ทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาของน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริกด้านความถี่ในการบริโภคหรือซื้อน้ำพริก และด้านความถี่ในการประกอบน้ำพริก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ (Cramer's) เท่ากับ 0.350 และ 0.287 ตามลำดับ

ทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับลักษณะของน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริกด้านความถี่ในการบริโภคหรือซื้อน้ำพริก และด้านความถี่ในการประกอบน้ำพริก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ (Cramer's) เท่ากับ 0.368 และ 0.271 ตามลำดับ

ทัศนคติด้านความรู้เกี่ยวกับแหล่งจำหน่ายน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ทั่วไปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริกด้านความถี่ในการบริโภคหรือซื้อน้ำพริก และด้านความถี่ในการประกอบน้ำพริก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ (Cramer's) เท่ากับ 0.340 และ 0.242 ตามลำดับ

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลของการวิจัยพบว่าผู้คนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจ ในน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ทั่วไปในประเด็นเกี่ยวกับแหล่งจำหน่ายน้ำพริกพื้นเมืองมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากในจังหวัดเชียงใหม่จะมีน้ำพริกพื้นเมืองจำหน่ายทั่วไปในตลาดสดซึ่งมีหลายแห่งกระจายอยู่ทั่วจังหวัด จึงทำให้ผู้คนฯ ส่วนใหญ่จะรู้จักและเข้าถึงแหล่งจำหน่ายน้ำพริกได้ง่าย นอกจากนี้ผู้คนฯ ส่วนใหญ่ยังมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องเคียงที่รับประทานที่เป็นเช่นนั้นเพราะน้ำพริกส่วนใหญ่ที่วางจำหน่ายจะมีเครื่องเคียงจำหน่ายด้วยเสมอ โดยผู้ขายน้ำพริกบางรายจะจำหน่ายน้ำพริกเป็นชุดรวมเครื่องเคียง หากเป็นร้านอาหารหรือภัตตาคาร เมนูน้ำพริกมักจะถูกจัดเป็นสำหรับรวมเครื่องเคียงเสมอ ดังนั้นผู้คนฯ จึงมีความคุ้นเคยและรู้จักเครื่องเคียงทั้งหลายที่รับประทานกับน้ำพริก

สำหรับความรู้ เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของน้ำพริกพื้นเมืองนั้น ผู้คนฯ ส่วนใหญ่มีความรู้ ในคุณประโยชน์ที่ดีของน้ำพริกพื้นเมือง เนื่องจากผู้คนฯ ส่วนใหญ่มีความรู้ในการทำอาหารพื้นเมืองมาจากบิดา มารดา ตั้งแต่ยังเป็นเด็ก (เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์พูนสุข และคณะ. 2553) ดังนั้นจึงทราบถึงคุณประโยชน์ของการบริโภคน้ำพริก ที่เป็นอาหารพื้นเมืองหลักในครัวเรือน ซึ่งสอดคล้องกับทองปลิว ปลื้มปัญญา (2549) ซึ่งได้อธิบายถึงข้อดีของการรับประทานน้ำพริกไว้ว่าทำให้มีโอกาสดีได้รับประทานอาหารประเภทผักมาก อีกทั้งยังได้รับสารอาหารประเภทวิตามิน และเกลือแร่ ได้สารอาหารโปรตีนจากเนื้อสัตว์ที่ใช้ในส่วนประกอบของน้ำพริกและเนื้อสัตว์ที่รับประทานเป็นเครื่องเคียง รวมทั้งได้

แคลเซียมจากกะปิและกุ้งแห้งที่เป็นส่วนประกอบ อย่างไรก็ตาม ในด้านความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาของน้ำพริกพื้นเมืองนั้น มีผู้คนบางส่วนของพื้นที่ไม่ทราบถึงความเป็นมาของน้ำพริกพื้นเมือง ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากขาดการถ่ายทอดความรู้ของบรรพบุรุษในเรื่องวัฒนธรรมความเป็นมาของการทำอาหาร มาสู่ผู้คนในยุคปัจจุบัน อีกทั้งปัจจุบันมีอาหารของท้องถิ่นอื่นและอาหารนานาชาติเข้ามาจำหน่ายมากมาย ซึ่งสอดคล้องกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (จอห์นสัน : 2545) ที่ให้ข้อมูลว่าคนรุ่นปัจจุบันกินอาหารฝรั่ง เอง่ายเข้าว่า ผู้คนบางส่วนจึงไม่มีโอกาสได้รับประทานน้ำพริกพื้นเมืองมากนัก และขาดความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับน้ำพริกพื้นเมือง

ในส่วนของความรู้ ความเข้าใจในส่วนประกอบและวิธีการทำน้ำพริกพื้นเมืองนั้นพบว่า ผู้คนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในส่วนประกอบ และวิธีการทำน้ำพริกพื้นเมืองประเภทน้ำพริกอ่องมากที่สุด รองลงมาคือน้ำพริกหนุ่ม และน้ำพริกปลา ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากแหล่งจำหน่ายน้ำพริกพื้นเมืองต่างๆทั้งในตลาดสด ร้านค้าของฝาก รวมทั้งร้านอาหาร ภัตตาคารต่าง ๆ ล้วนมีเมนูน้ำพริกพื้นเมือง ซึ่งประกอบด้วย น้ำพริกอ่อง น้ำพริกหนุ่ม และน้ำพริกปลา เกือบทั้งสิ้น อีกทั้งในครัวเรือนต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่จะประกอบน้ำพริกอ่องและน้ำพริกหนุ่มเป็นประจำ ซึ่งสอดคล้องกับสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2551) ที่ได้รวบรวมตัวอย่างอาหารประเภทน้ำพริกต่างๆว่าประกอบด้วส่วนประกอบหลัก คือ พริก เกลือ หอม กระเทียม เป็นต้น หรืออาจมีส่วนผสมอื่น ๆ เช่น กะปิ ถั่วเน่าแชบ ปลา ร้า มะเขือเทศ ข่า ตะไคร้ เพิ่มเข้าไป แล้วแต่จะปรุงเป็นน้ำพริกแต่ละชนิด วิธีการปรุง จะนำส่วนผสมทั้งหมดมาโขลกรวมกันในครก เช่น น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกปลา น้ำพริกปลา เป็นต้น

ในรายละเอียดภาพรวมความรู้ ความเข้าใจในวิธีการทำน้ำพริกพื้นเมืองนั้น พบว่าจำนวนผู้คน มีความรู้ในวิธีการทำน้ำพริกน้อยกว่าจำนวนผู้คนที่มีความรู้ความเข้าใจในส่วนประกอบของน้ำพริกพื้นเมือง ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้คนส่วนใหญ่จะเคยรับประทานน้ำพริก โดยบางส่วนประกอบทานเอง บางส่วนซื้อมารับประทาน ซึ่งกลุ่มหลังจะไม่ทราบวิธีการทำ แต่เนื่องจากเคยรับประทานจึงจะทราบว่าจะประกอบด้วยอะไรบ้าง

ผลการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติของผู้คน ในด้านความชอบต่อน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ แต่ละประเภทนั้นพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับชอบปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากน้ำพริกพื้นเมืองมีหลากหลายประเภท มีเพียงบางประเภท เช่นน้ำพริกอ่อง น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกปลา น้ำพริกแคบหมู น้ำพริกตาแดง และน้ำพริกข่าเท่านั้น ที่นิยมรับประทานมากในครัวเรือน รวมทั้งมีจำหน่ายอย่างแพร่หลายทั่วไปและหาซื้อได้ง่าย ผู้คนจึงคุ้นเคยและรับประทานบ่อยจนชอบในรสชาติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของจตุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ที่ว่าทัศนคติที่ดีมักเกิดจากความพอใจครั้งแล้วครั้งเล่า บางครั้งทัศนคติอาจเกิดภายหลังการซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์ เมื่อเกิดความพอใจ จะสร้างทัศนคติที่ดีขึ้นมา ส่วนน้ำพริกประเภทอื่น ๆ หาซื้อได้ค่อนข้างยาก เพราะใช้วัตถุดิบธรรมชาติ นอกเหนือจากผัก เช่น แผลงหรือสัตว์เล็ก ๆ น้ำพริกเหล่านั้น ได้แก่ น้ำพริกจิ้งกั น้ำพริกกรง น้ำพริกต่อ น้ำพริกแมงดา น้ำพริกฮียวก และน้ำพริกแมงจอน เป็นต้น น้ำพริกเหล่านี้ผู้คนไม่ค่อยเคย และหาซื้อได้ยากกว่าน้ำพริกอื่น ๆ จึงอาจส่งผลให้ผู้คนมีความชอบไม่มากนักคิดเพียงในระดับปานกลาง

ในสวนพฤกษศาสตร์พบว่า ผู้คนเคยบริโภคหรือซื้อน้ำพริกอ่อง น้ำพริกหนุ่ม และน้ำพริกตาแดงมากที่สุด ทั้งนี้ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น น้ำพริกเหล่านี้มีจำหน่ายอย่างแพร่หลายและนิยมทำรับประทานในครัวเรือนบ่อย ๆ และเมื่อจัดอันดับการเคยบริโภคหรือซื้อ ก็พบว่าน้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกอ่อง และน้ำพริกตาแดงได้รับความนิยมในการบริโภคและซื้อ เวียงคามลำดับ ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง แนวทางในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาอาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริกของจังหวัดเชียงใหม่ของเพชรรัตน์ มีสมบุญนพูนสุข และคณะ (2553) ซึ่งได้ทำการสอบถามตัวแทนครัวเรือนพบว่า น้ำพริกที่นิยมทำ ได้แก่ น้ำพริกอ่อง น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกปลา และน้ำพริกแคบหมู มากที่สุด รวมทั้งเมื่อทำการ

สอบถามผู้ประกอบการ พบว่าน้ำพริกส่วนใหญ่ที่จำหน่าย ได้แก่ น้ำพริกอ่อน น้ำพริกแดง และน้ำพริกปลา เป็นต้น โดยน้ำพริกที่ขายดีที่สุดคือน้ำพริกหนุ่ม

เมื่อพิจารณาเหตุผลในการบริโภคหรือซื้อ พบว่าส่วนใหญ่จะเห็นเหตุผลเนื่องจากชอบรสชาติที่ดีและอร่อย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ทองปลิว ปลื้มปัญญา (2549) ที่ได้อธิบายถึงข้อดีของการรับประทานน้ำพริกไว้ข้อหนึ่งว่า น้ำพริกจะให้ความสุขในการรับประทาน เนื่องจากน้ำพริกให้ความอร่อย ไม่เลี่ยน และในการรับประทานแต่ละคำ มีกิจกรรมที่ต้องหยิบ ต้องตัก บางครั้งต้องเคี้ยว ต้องมันววน ทำให้เกิดความเพลิดเพลินผสมผสานกับความพอใจ ไม่เคียด มีผลต่อสุขภาพทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ นอกจากนี้ผู้คนส่วนใหญ่นิยมบริโภคหรือซื้อน้ำพริกที่บรรจุในถุงพลาสติกขนาด 1 ซีดมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากถุงพลาสติกมีความสะดวกและครบครัน มีหมี่ขนาดเล็ก จึงนิยมซื้อครั้งละน้อย ๆ เมื่อหมดก็สามารถหาซื้อใหม่ได้ง่าย เพราะสถานที่จำหน่ายน้ำพริกมีหลายแห่ง หาซื้อได้ง่าย

ในการทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศของผู้คนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทั้งด้านความถี่ในการบริโภคหรือซื้อน้ำพริกและความถี่ในการประกอบน้ำพริก ทั้งนี้เนื่องจากโดยทั่วไป ผู้คนที่เป็นเพศหญิงจะเป็นผู้ประกอบอาหารในครัวเรือนมากกว่า

นอกจากนี้ เมื่อทดสอบทัศนคติเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริกกับพฤติกรรมของผู้คน พบว่าทัศนคติในหลายๆด้านที่เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในน้ำพริกพื้นเมืองเชียงใหม่ทั่วไป และทัศนคติด้านความชอบส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทั้งด้านความถี่ในการบริโภคหรือซื้อน้ำพริกและความถี่ในการประกอบน้ำพริก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้คนที่มีความรู้และความชอบในน้ำพริกจะมีความถี่ในการบริโภคหรือซื้อและประกอบน้ำพริกมากกว่าผู้ที่ไม่มีความรู้

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผลข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่าการพัฒนาแนวทางเพื่อส่งเสริมให้ผู้คนในชุมชนมีทัศนคติที่ดีต่ออาหารพื้นเมืองของจังหวัดเชียงใหม่ นั้น หน่วยงานของรัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้จำหน่ายน้ำพริก ควรจะร่วมมือกันอย่างจริงจัง อันจะนำไปสู่การอนุรักษ์ภูมิปัญญาอาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริก ให้คงอยู่ต่อไปในรุ่นลูกหลาน ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานของรัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

1.1 ควรจัดตั้งหน่วยงานทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ เพื่อดูแลรับผิดชอบและส่งเสริมการอนุรักษ์ภูมิปัญญาอาหารพื้นเมือง โดยเฉพาะอาหารพื้นเมืองประเภทน้ำพริก

1.2 ควรมีการจัดเก็บข้อมูลภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับน้ำพริกพื้นเมือง รวมทั้งจัดทำฐานข้อมูลและเว็บไซต์ เพื่อให้เป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้คนในชุมชนและผู้สนใจอื่นๆ ทั้งนี้ควรมีการเผยแพร่ให้มีการทราบชื่อเว็บไซต์ ผ่านสื่อโฆษณา และการจัดกิจกรรมและโครงการต่างๆ ที่ภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาจัดขึ้น

1.3 ควรมีการส่งเสริมการให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำพริกพื้นเมือง ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือแผ่นพับ โดยควรเน้นให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของน้ำพริกพื้นเมือง เพื่อให้ผู้คนในชุมชนมีความรู้และเข้าใจในพัฒนาการความเป็นมาของภูมิปัญญาที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ และเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมในการที่จะอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาต่อไป

นอกจากนี้ยังควรเน้นให้ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ในการบริโภคน้ำพริกพื้นเมือง ซึ่งเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ มีความอร่อย อีกทั้งยังมีราคาประหยัด เพื่อให้ผู้คนในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในคุณค่าของอาหารพื้นเมือง ซึ่งจะเป็นการดึงดูดให้ผู้คนในชุมชนหันมารับประทานอาหารพื้นเมืองเพิ่มมากยิ่งขึ้น

1.4 ควรมีการจัดทำหนังสือแนะนำร้านอาหารจำหน่ายน้ำพริกพื้นเมืองและวิธีการประกอบน้ำพริกพื้นเมือง เผยแพร่แก่ผู้คนในชุมชน

1.5 ควรจัดให้มีโครงการหรือกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวกับการจำหน่ายและการแสดงการประกอบอาหารพื้นเมือง เป็นประจำอย่างต่อเนื่องทุกระยะ เช่น เทศกาลอาหารพื้นเมืองประจำปี การแข่งขัน/การประกวดการทำน้ำพริกพื้นเมือง เป็นต้น โดยจัดให้มีส่วนเฉพาะของน้ำพริกพื้นเมืองเพื่อให้ผู้คนในชุมชน รวมทั้งผู้สนใจอื่น ๆ ได้มีโอกาสซื้อและบริโภคน้ำพริกพื้นเมืองจากผู้จัดจำหน่ายหลายๆราย ซึ่งจะทำให้มีโอกาสได้รู้จักน้ำพริกพื้นเมืองหลากหลายประเภท รวมทั้งได้เห็นและสัมผัสวิธีการประกอบน้ำพริก อันเป็นการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคน้ำพริกพื้นเมืองและก่อให้เกิดความต้องการในการอนุรักษ์น้ำพริกพื้นเมืองต่อไป

1.6 ควรจัดให้มีหลักสูตรที่เปิดสอนวิชาหรือการอบรมที่เกี่ยวกับภูมิปัญญาน้ำพริกพื้นเมือง โดยนำนวัตกรรม สื่อและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการสอนและการอบรม เพื่อให้ผู้คนในชุมชนมีความรู้ และสามารถประกอบน้ำพริกพื้นเมืองเพื่อบริโภคหรือจำหน่ายต่อไป

1.7 ควรส่งเสริมให้มีการทำวิจัยเกี่ยวกับภูมิปัญญาน้ำพริกพื้นเมืองและจัดให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างนักวิจัย นักวิชาการ ผู้ที่สนใจ และผู้ที่เกี่ยวข้อง และนำผลการวิจัยไปใช้ในอนุรักษ์ภูมิปัญญาดังกล่าว

1.8 ควรจัดอบรมครู/อาจารย์ให้มีความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาน้ำพริกพื้นเมืองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความรู้ที่ถูกต้องและสามารถถ่ายทอดได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากครู จะเป็นผู้ที่ถ่ายทอดความรู้ และปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาให้แก่ผู้คนในชุมชน

1.9 ควรจัดอบรม สัมมนา ผู้จำหน่ายน้ำพริกพื้นเมืองให้มีความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ เพื่อให้สามารถผลิตน้ำพริกพื้นเมืองที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน รสชาติดี และมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

1.10 ควรอบรมความรู้เกี่ยวกับการวางแผนและทำธุรกิจให้แก่ผู้จำหน่ายน้ำพริกพื้นเมืองรวมทั้งส่งเสริมให้ผู้จำหน่ายมีการขยายธุรกิจหรือแปรรูปน้ำพริกพื้นเมือง ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้มีการทำธุรกิจอย่างเป็นระบบและมีการเติบโต รวมทั้งสามารถผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกพื้นเมืองที่หลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการบริโภคและเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาให้คงอยู่ต่อไป

1.11 ควรร่วมมือกับสถาบันการเงินในการเป็นแหล่งเงินทุน ดอกเบี้ยต่ำสำหรับผู้สนใจประกอบธุรกิจน้ำพริกพื้นเมือง เพื่อเป็นการส่งเสริมให้มีการจำหน่ายน้ำพริกพื้นเมืองเพิ่มมากขึ้น

1.12 ควรจัดให้มีโครงการเก็บรวบรวมรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิและผู้จำหน่ายน้ำพริกพื้นเมืองที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมภูมิปัญญาน้ำพริกพื้นเมือง รวมทั้งมีการมอบรางวัลแก่บุคคลดังกล่าว เพื่อเป็นการให้เกียรติและเชิดชูคุณงามความดีในการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ภูมิปัญญาของไทย

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้จำหน่ายน้ำพริกพื้นเมือง

2.1 ควรผลิตน้ำพริกพื้นเมืองให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐานความสะอาดและปลอดภัย โดยเลือกใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่ดี และปลอดสารพิษ เพื่อให้มีน้ำพริกมีรสชาติดี คงคุณค่าทางอาหาร และปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค

2.2 ควรใช้บรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้มน้ำพริกพื้นเมือง ด้วยใบตองเพื่อเป็นการอนุรักษ์วิธีการห่อผลิตภัณฑ์แบบโบราณที่สืบเนื่องมาจากบรรพบุรุษ และไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย อย่างไรก็ตาม หากเป็นน้ำพริกพื้นเมืองแปรรูปควรมีการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย ไม่เป็นพิษต่อร่างกาย เช่น ขวดแก้ว นอกจากนี้ ควรมีการระบุวิธีการ



รับประทาน วันหมดอายุ การรับรองโดยคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือ และตัดสินใจซื้อได้ดีขึ้น

2.3 ควรผลิตหรือจำหน่ายน้ำพริกพื้นเมือง ที่มีปริมาณบรรจุที่หลากหลายขนาด แต่เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อในปริมาณค่อนข้างน้อย คือประมาณ 1 ซีด ดังนั้นผู้จำหน่ายจึงควรเน้นการผลิตในขนาดดังกล่าว

2.4 ควรมีการสร้างยี่ห้อน้ำพริกพื้นเมือง เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำและง่ายต่อการมาซื้อซ้ำ โดยอาจจัดพิมพ์เป็นสติ๊กเกอร์ติดที่บรรจุภัณฑ์ หรือพิมพ์ติดบรรจุภัณฑ์

2.5 ควรมีการตั้งราคาน้ำพริกพื้นเมืองที่จำหน่ายให้เหมาะสมกับปริมาณและบรรจุภัณฑ์ และราคาไม่แตกต่างจากผู้จำหน่ายรายอื่นๆ และควรมีการให้ส่วนลดแก่ผู้บริโภคเมื่อผู้บริโภคซื้อในปริมาณมากๆ ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดผู้บริโภค และส่งเสริมให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อซ้ำ

2.6 ควรมีการจัดหาแหล่งจำหน่ายที่สะดวกและเข้าถึงง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดให้มีร้านจำหน่ายในตลาดสด ซึ่งเป็นแหล่งชุมชนและเป็นแหล่งที่ผู้บริโภคนิยมมาซื้อน้ำพริกพื้นเมือง รวมทั้งอาจเพิ่มแหล่งจำหน่ายไปยังร้านสะดวกซื้อและตลาดนัด ซึ่งมีหลายแห่ง และตั้งอยู่ในแหล่งใกล้ผู้บริโภค เนื่องจากปัจจุบัน ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่จะหาซื้อสินค้าอุปโภคตามแหล่งที่สะดวกมากที่สุด

2.7 ควรมีการชักจูงให้ผู้บริโภคซื้อน้ำพริกพื้นเมือง โดยการจัดให้มีมุมชิมน้ำพริก พร้อมเครื่องเคียง เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทดลองชิม และรู้สึกชาติน้ำพริกพื้นเมืองแต่ละประเภท ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่าย

2.8 ควรมีการแจกหรือแถมน้ำพริกพื้นเมืองประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากที่ผู้บริโภคซื้อ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสชิมน้ำพริกรสชาติที่แตกต่างไปจากรสชาติเดิมๆ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคไม่จำเจในการซื้อ และตัดสินใจซื้อน้ำพริกพื้นเมืองประเภทอื่นๆ เพิ่มขึ้น

2.9 ควรมีการจัดจำหน่ายน้ำพริกพื้นเมือง พร้อมแถมเครื่องเคียงในปริมาณที่เหมาะสมกับราคา เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประทานคู่กับน้ำพริก และมีความสะดวก โดยไม่ต้องเสียเวลาในการไปจัดหาซื้อเพิ่มเติม และอาจมีการจัดวางเครื่องเคียงเพื่อจำหน่าย เมื่อผู้บริโภคต้องการซื้อเพิ่มเติมจากปริมาณที่ได้รับแถม

2.10 ควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค ด้วยการยิ้มแย้ม ใช้ถ้อยคำที่ไพเราะสุภาพ และมีอัธยาศัยดี เพื่อเป็นการเชิญชวนให้ผู้บริโภคซื้อน้ำพริกพื้นเมืองและกลับมาซื้อซ้ำในครั้งต่อไป

2.11 ควรมีการแต่งกายให้สะอาด สวยงามและเหมาะสมกับเป็นผู้จำหน่ายสินค้าอุปโภค ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกเกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพ ความสะอาดของน้ำพริกพื้นเมือง และเป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อน้ำพริกพื้นเมืองได้

2.12 ควรให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค โดยการบอกกล่าวหรือเล่าในระหว่างที่จำหน่าย อาทิเช่น ประโยชน์ของน้ำพริกพื้นเมือง เครื่องเคียงที่เหมาะสมในการรับประทานน้ำพริกพื้นเมือง และวิธีการเก็บรักษาน้ำพริกพื้นเมืองแต่ละประเภท เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีข้อมูลเพิ่มเติม และเกิดความรู้สึกประทับใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการมาซื้อซ้ำในครั้งต่อไป

2.13 ควรเข้าร่วมการอบรมสัมมนาที่จัดโดยหน่วยงานของรัฐ เอกชน หรือสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารหรือน้ำพริกพื้นเมือง เพื่อให้มีการพัฒนาน้ำพริกพื้นเมืองให้มีมาตรฐาน ได้คุณภาพ และตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

2.14 ควรเข้าร่วมโครงการหรือกิจกรรมส่งเสริมและอนุรักษ์อาหารพื้นเมืองต่างๆที่จัดโดยหน่วยงานของรัฐ เอกชน หรือสถาบันการศึกษา อาทิเช่น โครงการเทศกาลอาหารพื้นเมืองประจำปีโครงการประกวดการทำน้ำพริก

พื้นเมือง โครงการงานมหกรรมอาหารพื้นเมือง เป็นต้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์น้ำพริกที่ผลิตจำหน่ายและเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับน้ำพริกพื้นเมืองให้แก่ผู้บริโภคและผู้สนใจ

### เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการจัดงานนิทรรศการอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ 700 ปี. (2539). **นิทรรศการอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ และพิธีดำหัวอภิศารบดี คณาจารย์อาวุโส มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.**

จังหวัดชลบุรี. (2544). **วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์ และภูมิปัญญา.** กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2545). **จุฬาฯ เตือนเร่งอนุรักษ์ ภูมิปัญญาอาหารไทย ก่อนจะสูญพันธุ์.** สืบค้นเมื่อ

15 มกราคม 2552, จาก <http://board.dserver.org/m/marine/00000199.html>.

ทองปลิว ปลื้มปัญญา. (2549). **แม่บ้าน.** กรุงเทพฯ: บริษัท เซเวนพีริ้นติ้ง จำกัด.

เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์สุข และกัลยศักดิ์ กิรติอังกู. (2553). **แนวทางการอนุรักษ์ภูมิปัญญาอาหารไทย**

**กรณีศึกษาอาหารพื้นเมืองเชียงใหม่ประเภทน้ำพริก.** มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ยุพียง วิจิตรศิลป์ และเสาวภา ศักยพันธ์. (2538). **อาหารพื้นเมืองภาคเหนือ.** เชียงใหม่: โรงพิมพ์ดาว.

สงคราม วงศ์ใหญ่. (2546). **ความหมายภูมิปัญญา.** โรงเรียนแม่สรวยวิทยาคม อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. (2551). **ความหมายภูมิ**

**ปัญญาไทย.** สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2552, จาก

<http://www.school.net.th/library/snet6/envi5/panya/panyan.htm>

สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัย เชียงใหม่. (2551). **อาหารพื้นบ้านล้านนา.** สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2552, จาก

<http://www.library.cmu.ac.th>

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). **การบริหารการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Cochran, G. W. (1953). **Sampling Techniques.** New York: John Wiley & Sons Inc.