

# นโยบายของรัฐไทยที่ส่งผลต่อการสร้างตัวตน ให้แก่อาหารท้องถิ่นในทศวรรษ 2500-2540

ศรสวรรค์ วิศุนย์\*

## บทคัดย่อ

บทความนี้ต้องการศึกษาผลกระทบนโยบายของรัฐที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในการสร้างตัวตน โดยจะศึกษาผ่านมุมมองทางประวัติศาสตร์ในช่วงเวลาตั้งแต่ทศวรรษ 2500-2540 ผลการศึกษาพบว่า นโยบายรัฐช่วงก่อนทศวรรษ 2500 ได้ปรับเปลี่ยนอาหารการกินตามหลักสาธารณสุขสมัยใหม่ ซึ่งนำไปสู่การลดความสำคัญของภูมิปัญญาของอาหารท้องถิ่น ต่อมาหลังทศวรรษ 2500 แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติและการขยายตัวของการคมนาคมได้ช่วยให้การท่องเที่ยวเติบโต อันนำไปสู่ทำให้ตระหนักถึงตัวตนของอาหารท้องถิ่น พอเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ 2540 กระแสการโหยหาอดีตและการรื้อฟื้นภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความเข้มข้นยิ่งขึ้น นโยบายรัฐได้สนับสนุนให้อาหารท้องถิ่นได้กลายเป็นสินค้าและเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น

คำสำคัญ: อาหารท้องถิ่น, อัตลักษณ์, นโยบายรัฐไทย

---

\* สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีจากภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
ในพ.ศ.2566

## บทนำ

หากพิจารณา “อาหาร” ผ่านมุมมองประวัติศาสตร์ จะพบว่าอาหารนั้นเชื่อมโยงกับ ผู้คนที่แตกต่างกันหลายไปตามพื้นที่และเวลา ดังนั้นวัฒนธรรมการกินจึงสามารถเลื่อนไหล และสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของผู้คนในสังคม และเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทหนึ่งๆ ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อนึ่งกล่าวได้ว่าการศึกษาความเปลี่ยนแปลงในประวัติศาสตร์ ผ่านมุมมองของ “อาหาร” นั้นจะทำให้เห็นถึงวิถีชีวิตและการบริโภค และนโยบายรัฐเองก็มีส่วน ไม่น้อยในการกำหนดนโยบายอาหารการกินของสังคม ผลกระทบทางนโยบายนั้นอาจกว้างไปถึง ระดับท้องถิ่น ที่ได้สร้างตัวตนหรืออัตลักษณ์ของท้องถิ่นผ่านอาหารขึ้นมาด้วย

บทความชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาเหตุปัจจัยในการสร้างตัวตนของอาหาร ท้องถิ่น โดยพิจารณาจากนโยบายของรัฐในช่วงทศวรรษ 2500-2540 ที่ส่งผลให้เกิดความ เปลี่ยนแปลงอย่างกว้างขวางในสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม พร้อมทั้งเชื่อมโยงถึงผลกระทบ ต่างๆ ที่เกิดจากความเปลี่ยนแปลงในสังคมจนนำไปสู่การสร้างตัวตนให้แก่อาหารท้องถิ่น โดย จะนำประเด็นที่เป็นผลมาจากนโยบายของรัฐในทศวรรษ 2500-2540 เช่น นโยบายแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โครงสร้างสาธารณูปโภค การขยายตัวของอุตสาหกรรม การศึกษา การท่องเที่ยว ทั้งนี้ยังรวมถึงผลกระทบทางอ้อมด้วย เช่น ผู้คน (แรงงานและชนชั้นกลาง) และ การปรับตัวของท้องถิ่นโดยการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น

เรื่องราวเกี่ยวกับอาหารอาจถูกหยิบยกขึ้นมาศึกษาผ่านความเปลี่ยนแปลงหรือผ่าน แขนงอื่นที่ต่างกันอย่างออกไป แต่ในเชิงของการศึกษาผ่านนโยบายรัฐที่ส่งผลต่อการพัฒนาอาหาร นั้นเห็นจากงานศึกษาของชาติชาย มุกสง เรื่อง *การปฏิวัติที่ปลายล้น* ซึ่งเป็นการศึกษาในเชิง ประวัติศาสตร์อาหารอันเกี่ยวข้องกับการแพทย์สมัยใหม่และสาธารณสุขที่ถูกทำให้กลายเป็น เครื่องมือของรัฐผ่านการสร้างนโยบายให้รัฐไทยกลายเป็น “รัฐเวชกรรม” ในพ.ศ.2477 โดย มุ่งหวังให้ประชาชนมีสุขภาพแข็งแรงเพื่อเป็นกำลังในการพัฒนาประเทศ ส่งผลให้ความรู้ เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพขยายตัว คนไทยตื่นตัวและสนใจเรื่องการบริโภคอาหาร และเกิดการวาง นโยบายโภชนาการอื่นๆ ตามมาซึ่งส่งผลต่อการเลือกกินอาหารในชีวิตประจำวันแก่คนไทย<sup>1</sup>

งานศึกษาอีกชิ้นที่ต่อยอดเรื่องนโยบายของรัฐต่ออาหารคืองานศึกษาเรื่อง “การ วิวัฒนาการงานโภชนาการ” งานชิ้นนี้พูดถึงความเป็นมาของงานโภชนาการในช่วงพ.ศ.2469- 2545 และปัญหาภาวะโภชนาการ เช่น โรคขาดสารอาหาร โรคขาดโปรตีน โรคขาดวิตามิน

<sup>1</sup> ชาติชาย มุกสง, *ปฏิวัติที่ปลายล้น* (กรุงเทพฯ: มติชน, 2565).

และอื่นๆ ทำให้ต้องมีการวางแผนโครงสร้างงานโภชนาการแห่งชาติเพื่อแก้ไขปัญหาด้านสุขภาพของประชาชน จึงได้จัดให้มีระบบควบคุมอาหาร รวมไปถึงการวิจัยและศึกษาเรื่องอาหาร<sup>2</sup> นอกจากนี้ ยังมีงานศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับนโยบายอาหาร งานศึกษาของ ปิ่นเพชร จำปา เกี่ยวกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยวไทยที่สะท้อนให้เห็นความเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการพัฒนาประเทศสู่สังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่หลังช่วงพ.ศ.2500 และในพ.ศ. 2503 รัฐบาลได้มีนโยบายเข้ามาสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยว<sup>3</sup> สำหรับงานในกลุ่มแรกนี้เกี่ยวข้องกับความสำคัญของนโยบายรัฐที่ส่งผลต่ออาหาร แม้จะไม่ได้เกิดจากนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอาหารอย่างโดยตรงชัดเจน แต่สิ่งเหล่านั้นส่งผลต่อการพัฒนาอาหารในสังคม

การศึกษาเรื่องราวของอาหารในเชิงนโยบายรัฐนั้นยังสามารถศึกษาการพัฒนาอาหารจากการศึกษากลุ่มอื่นด้วย คือ การศึกษาความเปลี่ยนแปลงในสังคมที่ส่งผลต่อการพัฒนาอาหาร (ทั้งนี้ความเปลี่ยนแปลงนั้นอาจมาจากรัฐด้วยเช่นกัน) ซึ่งจะเห็นจากการศึกษาเรื่อง “ความหลากหลายของกลุ่มผู้ย้ายถิ่นในประเทศไทย: มุมมองทางประชากรและสังคม” โดย ปิงปอนด์ รักอำนวยกิจ และศิริพงศ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา บทความนี้เป็นการศึกษาที่เกี่ยวกับปรากฏการณ์การย้ายถิ่นที่มีความเกี่ยวข้องกับความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ผู้คนที่ย้ายถิ่นต้องการหาโอกาสในเมืองใหญ่ หรือเพื่อการเลื่อนชนชั้นทางสถานะและมุ่งหาความก้าวหน้าในชีวิต<sup>4</sup> การย้ายถิ่นของผู้คนนั้นมักจะนำวัฒนธรรมหนึ่งๆ จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งด้วย อาหารก็เป็นวัฒนธรรมที่ติดไปกับผู้คนที่ย้ายถิ่น อาหารจึงเคลื่อนย้ายไปยังที่ต่างๆ ตามการอพยพของผู้คน

อาหารอีสานที่ถูกเคลื่อนย้ายตามผู้คนจนกระทั่งเกิดเป็นร้านอาหารอีสานขึ้นในเมืองใหญ่ ในช่วงทศวรรษ 2490-2500 ร้านอาหารอีสานที่เกิดขึ้นหลายแห่งในกรุงเทพฯ เพื่อ

---

<sup>2</sup> วิณะ วีระไวทยะ และสง่า ดามาพงษ์, *วิวัฒนาการงานโภชนาการ* (กรุงเทพฯ: กองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2545), <https://anyflip.com/rxocc/lpdl/basic> (สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566)

<sup>3</sup> ปิ่นเพชร จำปา, “วัฒนธรรมการท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2393-2544” (วิทยานิพนธ์ สาขาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545).

<sup>4</sup> ปิงปอนด์ รักอำนวยกิจ และ ศิริพงศ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา, “ความหลากหลายของกลุ่มผู้ย้ายถิ่นในประเทศไทย: มุมมองทางประชากรและสังคม,” *พัฒนาการเศรษฐกิจปริทรรศน์* 13, ฉ.2 (กรกฎาคม 2562), <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/NER/article/view/213524/148547>

ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ย้ายถิ่นที่เข้าสู่เมืองใหญ่ แต่กระนั้นอาหารเหล่านี้ก็ยังคงแพร่กระจายอย่างจำกัด ดังจะเห็นได้จากงานศึกษาเรื่อง “อุดมการณ์ชาติพันธุ์ไทย: ความเป็นไทยที่ (เคย) กดทับ อาหารเจ๊ก อาหารลาว” โดยอาสา คำภา ที่ใช้กรอบความคิดการเมืองวัฒนธรรมในการวิเคราะห์มิติอาหารไทยร่วมสมัยโดยที่พิจารณาและเชื่อมโยงกับอุดมการณ์ชาติพันธุ์ไทย<sup>5</sup> งานศึกษานี้ได้ยกตัวอย่างอาหารจีน อาหารลาว และอาหารอีสานที่ไม่ถูกยอมรับและไว้ตัวตน แต่ต่อมาเมื่อถูกยอมรับและมีตัวตนแล้วนั้นก็กลับมีสถานะที่ต่างกัน นั่นคือ อาหารจีนที่เคยถูกมองว่าไม่ไทยและถูกกดทับ เมื่อได้รับการผสมผสานเข้ามาในสังคมไทยแล้วได้ถูกยกให้เป็นอาหารของชนชั้นสูง ซึ่งมีภาพลักษณ์ความหรูหราและมีราคาแพง แต่ในทางกลับกัน อาหารอีสานเป็นอาหารที่ถูกทำให้ด้อยค่ากว่าอาหารจีน เนื่องจากอาหารอีสานถูกมองว่าเป็นอาหารชนชั้นล่างและไม่น่ารับประทานในช่วงเวลานั้น อันเนื่องมาจากภาพลักษณ์เรื่องความสะอาด แต่ต่อมาภาพลักษณ์อันต่ำต้อยของอาหารอีสานก็ได้เบาบางลง เนื่องจากการถูกยอมรับในระดับหนึ่งจากกลุ่มชนชั้นนำ เช่น การมีพื้นที่ในบทเพลงพระราชนิพนธ์ “ส้มตำ” ของกรมสมเด็จพระเทพฯ<sup>6</sup> ด้วยอำนาจของชนชั้นนำ อาหารที่เคยอยู่ชายขอบ จึงเริ่มถูกยอมรับเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางมากขึ้น

กระแสรื้อฟื้นภูมิปัญญาท้องถิ่นในช่วงพ.ศ.2540 ทำให้อาหารอีสานนั้นค่อยๆ เปลี่ยนแปลงเป็นส่วนหนึ่งของการกินและรสนิยมของผู้คน งานศึกษาของพจนมาลย์ พุดมี ว่าด้วยเรื่องชนชั้นกลางกับการสื่อสารรสนิยมในการบริโภคส้มตำ ซึ่งการบริโภคได้รับการปรับเปลี่ยนให้มีรสนิยมชนชั้นกลางเพิ่มเข้าไป เช่น รสนิยมความมีสุขอนามัย รสนิยมความสะอาดสบาย รสนิยมความหรูหรา รสนิยมความแปลกใหม่ แต่สุดท้ายนั้นก็ยังคงเก็บอัตลักษณ์ความเป็นอาหารท้องถิ่นของอีสานไว้ เช่น การใช้เครื่องมือในการทำส้มตำ ชื่อของส้มตำ รสชาติเครื่องปรุง แต่กระนั้นก็ไม่ลืมที่จะแสดงความแตกต่างรสนิยมชนชั้นกลางไว้ด้วย ดังเช่น ปลาแร่ที่ต้องต้มสุก<sup>7</sup> กล่าวคือ อาหารท้องถิ่นได้ถูกยอมรับพร้อมทั้งถูกปรับให้เข้ากับรสนิยมในพื้นที่นั้นๆ

---

<sup>5</sup> อาสา คำภา, “การเมืองวัฒนธรรม “อุดมการณ์ชาติพันธุ์ไทย”: ความเป็นไทยที่ (เคย) กดทับ อาหารเจ๊ก อาหารลาว,” *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์* 21 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2564), <https://doi.org/10.14456/lartstu.2021.34>

<sup>6</sup> เรื่องเดียวกัน.

<sup>7</sup> พจนมาลย์ พุดมี, “ชนชั้นกลางกับการสื่อสารรสนิยมในการบริโภคส้มตำ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558), [http://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Info/item/dc:93558](http://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:93558)

แต่ก็ยังคงความเป็นอาหารท้องถิ่นไว้ อันที่จริง เป็นเรื่องค่อนข้างน่าประหลาดใจที่อาหารท้องถิ่น ถูกยอมรับและมีผู้คนเข้าไปลิ้มลองมากขึ้นเพียงเพราะถูกปรับให้เข้ากับบรรณนิยมของชนชั้น นาคิดต่อไปอีกเช่นกันว่าอาหารท้องถิ่นบางชนิดที่ถูกผูกโยงเข้ากับความเป็นไทยนั้นมักที่ถูกหยิบมาเพียงแค่ว่าอย่าง เช่น ชื่อ วิธีการทำ วัตถุดิบ แต่สิ่งเหล่านั้นต้องถูกปรับเพื่อไปเข้ากับแต่ละชนชั้น

นอกจากนี้ ยังมีงานศึกษาเรื่อง “ผู้ประกอบการอาชีพทำอาหารในสังคมไทย ช่วงทศวรรษ 2490-2550” โดย ญาณทวี เสือสืบพันธุ์ ซึ่งได้กล่าวถึงการตั้งกองทัพอพยพในประเทศไทยซึ่งถือเป็นการอพยพคนต่างวัฒนธรรมจำนวนมาก เสมือนเป็นการเปิดประเทศไทยให้เป็นที่รู้จัก ทั้งภาครัฐและเอกชนได้เล็งเห็นช่องทางการสร้างเม็ดเงินจากการท่องเที่ยว อีกทั้งในช่วงนั้นยังเป็นช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่เน้นพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนการนำเข้า จึงเป็นผลให้ระบบเศรษฐกิจไทยขยายตัวรวดเร็วและเป็นจุดเริ่มต้นของการอพยพแรงงานจำนวนมากจากต่างจังหวัดเข้ามาทำงานในกรุงเทพเพื่อหางานทำในโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งเป็นแรงงานไร้ฝีมือและทำให้แรงงานไทยเข้าสู่อาชีพเชฟ พ่อครัว แต่เมื่อเข้าสู่พ.ศ.2540 กระแสนิยมการกินอาหารไทยได้สร้างมาตรฐานและเพิ่มทักษะฝีมือพ่อครัว ในขณะที่ภาครัฐเองก็ใช้กระแสนิยมการกินอาหารไทยผลักดันนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก<sup>8</sup> ดังนั้น สิ่งที่น่าสนใจคือการทำอาหารในทศวรรษ 2540 ได้เปลี่ยนแปลงไปจากทศวรรษ 2500 เป็นอย่างมาก

ในช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจพ.ศ.2540 ได้เกิดกระแสการโยกย้ายถิ่น งานศึกษาของ นิพัทธ์พงษ์ พุ่มมา และณรงค์กรรณ รอดทรัพย์ อภิปรายถึงการโยกย้ายถิ่นกับกระแสการท่องเที่ยวไทย ผ่านการสร้างความทรงจำในอดีตที่ถูกประกอบสร้างทางสังคมโดยเชื่อมโยงกับความต้องการของปัจจุบันและเกิดการผลิตซ้ำ ถูกสร้างให้เป็นความทรงจำร่วมกับอัตลักษณ์ของชาติและท้องถิ่น เช่น การเสนอภาพลักษณ์ท้องถิ่น การพยายามสร้างจุดขายทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว การสร้างภาพลักษณ์ของท้องถิ่นให้เป็นสินค้าในการท่องเที่ยว และการเสนอภาพลักษณ์ของประเทศเช่นการเสนอเอกลักษณ์ไทย

อาหารไทยได้แทรกตัวเข้าไปในการท่องเที่ยวระดับชุมชนเพื่อสร้างการเรียนรู้อาหาร การกินของท้องถิ่น และการเสนออัตลักษณ์ไทยก็คือการสร้างความเป็นตัวตนที่เป็นไทยให้เด่นชัด (นั่นคือ การสร้างความเป็นตัวตนของท้องถิ่น) เพื่อที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว การโยกย้าย

---

<sup>8</sup> ญาณทวี เสือสืบพันธุ์, “ผู้ประกอบการอาชีพทำอาหารในสังคมไทยช่วงทศวรรษ 2490 ถึง 2550,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต,สาขาวิชาประวัติศาสตร์ ภาควิชาประวัติศาสตร์ ปรัชญา และวรรณคดีอังกฤษ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2561), [http://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Search](http://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Search)

อดีตก็พยายามที่จะดึงสิ่งที่เคยมีนั้นกลับมา อย่างเช่น ตำรับอาหารชาววัง ดังนั้นการท่องเที่ยวแบบโยธยาอดีตจึงเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการรักษาคุณค่าและเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น<sup>9</sup> จากงานศึกษาชิ้นนี้ได้ทำให้เห็นถึงการท่องเที่ยวไทยที่โอบรับปรากฏการณ์โยธยาอดีต เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเองด้วยเช่นกัน ดังเห็นได้จากการทำให้ท้องถิ่นเป็นสินค้าในเชิงวัฒนธรรม

จากงานศึกษาทั้งสองกลุ่มที่กล่าวมานั้นช่วยทำให้เห็นถึงการศึกษาศาสตร์ประวัติศาสตร์อาหารที่หลากหลายแง่มุม ตั้งแต่ต้นนโยบายของรัฐที่ให้ความสำคัญต่อการโภชนาการเพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดี หรือจะเป็นการที่เกิดนโยบายต่างๆ จนส่งผลกระทบต่อโภชนาการได้ เช่น นโยบายท่องเที่ยวที่ช่วยขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยผ่านท้องถิ่นที่มีความเป็นอันอย่างไรหลากหลาย ทั้งประวัติศาสตร์จังหวัด สภาพภูมิประเทศ รวมถึงอาหารด้วยเช่นกัน และการเกิดนโยบายรัฐที่หลากหลายในช่วงเวลานั้นเองก็ได้ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคม เช่น การเคลื่อนย้ายผู้คนจากต่างจังหวัดเข้ามาสู่เมืองเนื่องจากเป็นช่วงเวลาของการพัฒนาอุตสาหกรรม ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายทางวัฒนธรรมเข้าไปสู่เมืองและนำไปสู่การเกิดตรึงนิยมทางชนชั้นผ่านอาหารการกิน แต่เมื่อเข้าสู่ช่วงเวลาหนึ่ง ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและภาครัฐได้ส่งผลกระทบต่อกระแสใหม่ๆ อาทิ กระแสนิยมกินอาหารไทย และกระแสรีอ์ฟื้นภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งก็ส่งผลกระทบต่อพัฒนาอาหารท้องถิ่น เช่น การสนับสนุนให้อาหารท้องถิ่นกลายเป็นสินค้าจากการท่องเที่ยว หรืออาหารท้องถิ่นถูกกล่าวถึงมากขึ้นเพื่อคอยดึงดูดให้นักท่องเที่ยว เช่น ในเพลง “ของกินคนเมือง” (จรัส มโนเพ็ชร) ประเด็นในงานศึกษาที่กล่าวมาข้างต้นนี้ช่วยให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ จากนโยบายรัฐและผลต่อชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คน รวมไปถึงวัฒนธรรมอาหารการกิน ที่อาหารถูกสร้างตัวตนในระดับท้องถิ่นขึ้นมา และการมีตัวตนของท้องถิ่นนี้ก็ได้รับการถูกจัดวางตำแหน่งที่และให้ความหมายจากรัฐผ่านงานอาหารท้องถิ่นที่ไม่ขัดแย้งกับความหมายของความเป็นไทยที่รัฐมุ่งหวัง

### การสร้างอัตลักษณ์: นัยความหมายของอาหารไทย

อาหารการกินในไทยนั้นเดิมถูกให้ความสำคัญและเข้าถึงได้เพียงแค่มนุษย์บางกลุ่มและจำกัดอยู่เพียงแค่มนุษย์ชนชั้นเท่านั้น จนมาถึงจุดเปลี่ยนในเรื่องราวของอาหารและการกินในสมัย

---

<sup>9</sup> นิพัทธ์พงศ์ พุ่มมา และณรงค์กร รอดทรัพย์, “การโยธยาอดีตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย,” *วารสารอารยธรรมศึกษาโขง-สาละวิน*, ฉ. 3 (มกราคม-ธันวาคม 2555), <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jnuks/article/view/55798>

รัชกาลที่ 5 ผ่านการถ่ายทอดเกี่ยวกับความรู้กับข้าวชาววังไปสู่คนนอกวังโดยผ่านการใช้ตำราอาหารซึ่งถูกตีพิมพ์เผยแพร่เป็นจำนวนมากในสมัยดังกล่าว เช่น คอลัมน์ “ปากะวิชา คือตำราหุงกับเข้าของกินอย่างไทย” เขียนโดยท่านผู้หญิงเป็ลียน ภาสกรวงศ์ ในวารสารประติทินบัตร แลจดหมายเหตุ ในพ.ศ.2431 และได้รับรวบรวมคอลัมน์ต่างๆ เข้าด้วยกันจนเป็นตำรากับข้าว *แม่ครัวหัวป่าก์*<sup>10</sup> ตำราอาหารนั้นไม่เพียงแต่เป็นการเผยแพร่ความรู้ หากแต่ยังเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของชาติด้วย ดังเช่นในงานศึกษาเรื่อง *How to Make a National Cuisine: Cookbooks in contemporary India* โดย Arjun Appadurai ที่ชี้ให้เห็นว่าการสร้างอัตลักษณ์ของชาตินั้นอาจทำผ่านตำราอาหารที่บอกเล่าเรื่องราวของอาหารในชาติเพราะความรู้ด้านอาหารนั้นผูกติดอยู่กับความรู้ของคนกลุ่มหนึ่ง<sup>11</sup> และตำราอาหารนั้นยังทำหน้าที่ให้คนในชาติเกิดความรู้สึก ร่วมกับการสร้างอัตลักษณ์และยอมรับถึงการสร้างอัตลักษณ์นั้น ดังนั้นแล้ว การเกิดตำราอาหารนั้นคือการถ่ายทอดความรู้เรื่องราวของอาหารจากวังสู่สังคม แต่ขณะเดียวกันก็สร้างอัตลักษณ์และพื้นที่แก่อาหารไทยในช่วงก่อนพ.ศ. 2475

การเกิดขึ้นของตำราอาหารชาววังนั้นไม่เพียงแต่เป็นการถ่ายทอดความรู้ทางด้านอาหารและการสร้างอัตลักษณ์ของชาติเท่านั้น แต่ยังถูกผูกโยงกับการสร้างความเป็นศิวิไลซ์ เนื่องจากการที่มีตำราอาหารในชาตินั้นคือการยกระดับอาหารในชาติเนื่องจากเป็นตัวสะท้อนถึงความรู้อาหารไทยพร้อมทั้งใช้แบบมาตรฐานตะวันตก เช่น การใช้วิธีการชั่ง ตวง ทั้งยังเป็นการกำหนด และนิยามความเป็นอาหารไทยจากตำรากับข้าวชาววัง การสร้างความเป็นศิวิไลซ์นั้นได้เชื่อมโยงกับเงื่อนไขของความสัมพันธ์เชิงอำนาจของชนชั้น เนื่องจากการทำอาหารชาววังนั้นต้องมีรสชาติที่กลมกล่อม ไม่มีรสโหด ประณีตซับซ้อน ใช้เวลา ใช้แรงคนเป็นจำนวนมากในการทำ และวัตถุดิบที่หลากหลายสดใหม่ แน่แน่นอนว่าสิ่งเหล่านี้ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในห้องครัวของประชาชนทั่วไปเนื่องจากไม่มีเวลา ไม่มีกำลังคน และไม่มีเงินมากพอที่จะซื้อวัตถุดิบที่หลากหลายจำนวนมาก สดใหม่ และแปลกตา ดังที่ปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) ได้กล่าวถึงแนวคิดรสนิยมและทุนทางวัฒนธรรมรวมถึงพฤติกรรมทางสังคมในการเลือกชนชั้น โดย

---

<sup>10</sup> อภิลักษณ์ เกษมผลกุล, “‘ตำรากับข้าวชาววัง’ ออกสู่โลกกว้าง:กำเนิดและพัฒนาการของ ‘ตำรากับข้าวชาววัง’ ในสมัยรัชกาลที่ 5 จนถึงการจัดตั้งโรงเรียนสตรี” (2560), <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/VANNAVIDAS/article/view/107539/85093>.

<sup>11</sup> เนตรดาว เถาถวิล, “การสำรวจแนวคิดและทฤษฎีทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาเบื้องต้นว่าด้วยการบริโภคอาหารและการสร้างอัตลักษณ์,” ใน *อยู่ดี กินดี มีสุข มิติทางสังคมและวัฒนธรรมของสุขภาพ*, บก. ปณิตา สระวาสี, พิมพ์ครั้งที่ 1 (กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2562), 307-308.

ได้อธิบายถึงความแตกต่างในการบริโภคอาหารของชนชั้นสูงกับชนชั้นแรงงาน ดังนี้คือ (1) ชนชั้นสูงให้คุณค่ากับความรื่นรมย์ ส่วนชนชั้นแรงงานบริโภคเพื่อความพอใจ (2) อาหารของชนชั้นสูงยุ่งยากและใช้เวลานานในการปรุง ส่วนอาหารของชนชั้นแรงงานนั้นง่ายและรวดเร็ว และ (3) วัฒนธรรมของชนชั้นสูงนั้นให้ความสำคัญกับรูปแบบ ส่วนวัฒนธรรมของชนชั้นแรงงานนั้นเน้นการใช้สอย<sup>12</sup> จะเห็นได้ว่าชนชั้นทางสังคมนั้นมีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหาร เนื่องจากฐานะของผู้คนที่ต่างกันนั้นได้แบ่งกลุ่มผู้คนที่ออกจากกันและกำหนดการเข้าถึงอาหารแบบต่างๆ

ตำราอาหารส่วนใหญ่ล้วนถูกเขียนและอ่านโดยชนชั้นสูง ผู้มีฐานะ เจ้าขุนมูลนาย ชนชั้นกลาง ซึ่งผู้คนเหล่านั้นมักเชื่อมกันโยงผ่านฐานะ ผ่านสังคมที่อยู่ร่วมกัน ดังนั้นอาจสรุปได้ว่าการเกิดตำราอาหารของไทยโดยมีรากฐานมาจากอาหารชาววังนั้นคือองค์ความรู้หนึ่งๆ ที่มีบทบาทสำคัญไม่เพียงแต่เป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านอาหารเท่านั้น แต่ยังคงเป็นภาพสะท้อนของการสร้างความเป็นชาติไทยแบบใหม่ หรือแบบสมัยใหม่ (ศิวิไลซ์) ขึ้นมา โดยอิงตามแบบตะวันตกซึ่งเชื่อมโยงไปกับการที่ชนชั้นสูงต้องการบริโภคความเป็นไทยสมัยใหม่ ตำราอาหารจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นสมัยใหม่และชนชั้นได้ในเวลาเดียวกัน และเป็นจุดที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของความเป็นไทยแบบศิวิไลซ์ นับว่าในช่วงก่อนพ.ศ.2475 ความหมายของอาหารและความสำคัญของอาหารนั้นถูกหยิบยกขึ้นมาเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของความเป็นไทย และถือว่าเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของความเป็นไทยผ่านเรื่องราวของอาหารในทศวรรษแรกของประเทศไทย

ความเป็นสมัยใหม่ (ศิวิไลซ์) ขณะนั้นไม่ได้เกิดความเปลี่ยนแปลงเพียงเรื่องวัฒนธรรมอาหารเท่านั้น แต่ยังคงมีรูปแบบของตะวันตกเข้ามาในด้านอื่นๆ เช่น การปรับปรุงทางการแพทย์ทั้งเรื่องขององค์ความรู้ การจัดการ และโภชนาการ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของประชาชน เห็นได้จากการสร้างโรงพยาบาลศิริราชในพ.ศ.2431 ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ได้ว่าความรู้ทางการแพทย์นั้นได้เริ่มเข้าสู่สังคมไทยรวมถึงความรู้เรื่องโภชนาการเช่นกัน แต่เมื่อเป็นความรู้ใหม่และเพิ่งเริ่มเข้าสู่สังคมไทยย่อมเป็นเรื่องไม่ง่ายที่ผู้คนจะยอมรับโดยทันที จนกระทั่งในช่วงทศวรรษ 2475-2500 รัฐได้ให้ความสำคัญในเรื่องโภชนาการซึ่งแสดงให้เห็นผ่านทางนโยบายที่เกิดขึ้นในพ.ศ.2477 โดยมี นโยบายสร้างให้รัฐไทยกลายเป็น “รัฐเวชกรรม” โดยได้นำองค์ความรู้ของการแพทย์สมัยใหม่มาพัฒนาและสนับสนุนงานของรัฐและเข้ามาช่วยเหลือด้านสุขภาพของประชาชนซึ่งก็ได้มีการจัดตั้งโรงพยาบาล สุขศาลา และสถานีบำบัดโรค ทั่ว

<sup>12</sup> เรื่องเดียวกัน, 316-317.



ประเทศ<sup>13</sup> จึงส่งผลให้การแพทย์และการสาธารณสุขขยายตัวและประชาชนเกิดความตื่นตัว เมื่อ งานด้านโภชนาการเริ่มแพร่หลายมากขึ้นทางรัฐเองก็ได้มีการจัดตั้งองค์การส่งเสริมอาหารขึ้นใน พ.ศ.2481 และได้ใช้สื่อเข้ามามีส่วนช่วยเพื่อให้ประชาชนสนใจในเรื่องการกินมากขึ้น เช่น การ รมรงค์ทางวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์<sup>14</sup>

ในช่วงทศวรรษ 2480 ปัญหาด้านสุขภาพของคนไทยคือขาดโปรตีน ขาดวิตามินและ เกลือแร่บ้างเล็กน้อย ส่วนใหญ่มักเกิดที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้เกิดการ เยี่ยมเยียนชาวบ้านเพื่อให้ความรู้ในการบริโภคแก่ประชาชนต่างจังหวัด และส่งเสริมให้กิน โปรตีน ผัก และผลไม้มากยิ่งขึ้นรวมทั้งยังให้ระมัดระวังในเรื่องของความสะอาดทั้งจากภาชนะ และอาหาร เช่นอาหารบูดเน่า สกปรก รวมถึงอาหารอูตริ เช่น งู หนู สัตว์เลื้อยคลาน<sup>15</sup> ขณะเดียวกันนั้นในพ.ศ.2482 ที่อยู่ในภาวะสงคราม รัฐได้มีนโยบายส่งเสริมการทำสวนครัวและ เลี้ยงสัตว์ขึ้นเพื่อให้ประชาชนสามารถช่วยเหลือตนเองได้<sup>16</sup> และในพ.ศ.2485 รัฐได้ชักชวนให้คน ไทยกินกล้วยเดี่ยวที่ใช้ผลผลิตในประเทศเพื่อความเจริญก้าวหน้าของชาติ โดยประชาสัมพันธ์ผ่าน คำปราศรัยทางวิทยุ เนื่องจากการส่งเสริมให้คนไทยกินกล้วยเดี่ยวนั้นมีความเชื่อมโยงกับ ประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยถือเป็นการสร้างอาชีพให้แก่คนในชาติ

อาหารสามารถเชื่อมโยงไปถึงการบูรณาการงานต่างๆ ที่รัฐดำเนินการ เช่น การปลูก ผัก เลี้ยงสัตว์ รวมถึงสร้างอาชีพค้าขายให้ประชาชน รัฐณรงค์ให้คนไทยหันมากินกล้วยเดี่ยว ทั้ง การประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุ เพลง และการแนะนำวิธีการทำกล้วยเดี่ยวในหนังสือพิมพ์ การตั้ง คณะกรรมการเรื่องกล้วยเดี่ยว และสนับสนุนให้คนไทยขายกล้วยเดี่ยว โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สนับสนุนเรื่องของวัตถุดิบ และการให้ทุนกู้ยืมแก่ผู้ที่จะขาย<sup>17</sup> ทั้งนี้การสนับสนุนให้คนไทยกิน กล้วยเดี่ยวนั้นยังสอดคล้องกับการที่รัฐส่งเสริมให้คนไทยมีงานทำ โดยมีนโยบายสนับสนุนให้คน

---

<sup>13</sup> กลับบางแสน (นามแฝง), “นโยบายสร้าง “รัฐเวชกรรม”ของคณะราษฎรสู่การกำเนิด “โรงพยาบาล” ทั่วประเทศ,” *ศิลปวัฒนธรรม*, สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2566, [https://www.silpa-mag.com/history/article\\_88821](https://www.silpa-mag.com/history/article_88821).

<sup>14</sup> ขาดิชาชย มุกสง, *ปฏิวัติที่ปลายลัน* (กรุงเทพฯ: มติชน, 2565), 46-49.

<sup>15</sup> วิณะ วีระไวทยะ และ สง่า ตามาพงษ์, *วิวัฒนาการงานโภชนาการ* (กรุงเทพฯ: กองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2545), <https://anyflip.com/rxocc/lpdl/basic> (สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566)

<sup>16</sup> ขาดิชาชย มุกสง, *ปฏิวัติที่ปลายลัน* (กรุงเทพฯ: มติชน, 2565), 56-60.

<sup>17</sup> *เรื่องเดียวกัน*, 70-88.

ไทยขยันทำมาหากินพร้อมทั้งสงวนอาชีพสำหรับคนไทย 27 ชนิด ซึ่งอาชีพขายก๋วยเตี๋ยวคือหนึ่งในนั้น อาชีพนี้ถือเป็นหนึ่งในแนวทางการร่วมกันสร้างชาติของประชาชนในทัศนะของรัฐบาลสังเกตได้จากการส่งเสริมให้คนไทยพยายามใช้สิ่งต่างๆ ที่ผลิตขึ้นในประเทศ เช่น การบริโภคแต่อาหารที่ปรุงจากสิ่งที่ทำขึ้นในประเทศ<sup>18</sup> ดังนั้นจึงเป็นภาพสะท้อนของอาหารกับความเป็นชาตินิยม เนื่องจากการสนับสนุนให้กินและขาย รวมถึงการสงวนอาชีพบางอย่างไว้เฉพาะคนไทย อาหารจึงเป็นส่วนหนึ่งในการประกอบสร้างความรู้สึกร่วมของความเป็นชาตินิยม และการพยายามสร้างชาตินิยมนั้นไปกระตุ้นสำนึกความเป็นไทยอย่างมาก ทำให้คนไทยในภูมิภาคอื่นนั้นเริ่มมีความรู้สึกร่วม เช่น คนไทยในภาคเหนือพยายามกลืนตัวเองให้เป็นคนไทยขณะเดียวกันก็ยังคงอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นนั้นๆ ของตนไว้ด้วย<sup>19</sup>

จะเห็นได้ว่านโยบายรัฐต่างๆ ในช่วงทศวรรษ 2475-2500 ที่กล่าวไปข้างต้นนั้นสะท้อนให้เห็นว่านโยบายรัฐได้เริ่มเข้ามากำกับในเรื่องอาหารการกินของประชาชนอย่างมาก และนโยบายทั้งหลายนั้นล้วนมีจุดมุ่งหมายในการสร้างชาติ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับสาธารณสุข เช่น นโยบายสร้างรัฐไทยให้เป็นรัฐเวชกรรม โดยผ่านการใช้อำนาจความรู้เรื่องโภชนาการที่มีจุดมุ่งหมายในการกระจายความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ ส่งผลให้มีการจัดตั้งโรงพยาบาล สุขศาลา และสถานีบำบัดโรคทั่วประเทศ ถือว่าเป็นการกระจายความรู้ด้านสาธารณสุขให้แก่คนท้องถิ่นและยอมเข้าไปเปลี่ยนแปลงการกินซึ่งเป็นสิ่งที่รัฐต้องการให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดี คนในท้องถิ่นจึงถูกปรับเปลี่ยนวิถีการกิน เพื่อที่จะให้มีสุขภาพที่ดีและเป็นกำลังในการสร้างชาติ เมื่อพูดถึงการสร้างชาตินั้นนโยบายส่งเสริมการทำสวนครัวและเลี้ยงสัตว์ที่ในช่วงสงครามโลกก็เพื่อจะให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ได้โดยตนเองและไม่เป็นภาระต่อชาติ รวมทั้งยังเป็นการช่วยสร้างอาชีพแก่คนในชาติด้วย

นโยบายรัฐด้านอาหารยังเกี่ยวข้องกับการกระจายองค์ความรู้ด้านโภชนาการให้แก่ประชาชน ซึ่งหนึ่งในนั้นคือการศึกษาอาหารประจำท้องถิ่น วิธีการประกอบอาหารท้องถิ่น ตลอดจนการวิเคราะห์คุณค่าอาหารท้องถิ่น ดังนั้นอาจมองได้ว่าการที่รัฐนำความเป็นสมัยใหม่ ความรู้ใหม่ๆ ที่มาจากนโยบายของรัฐเข้าสู่ท้องถิ่นทำให้ความรู้ในเรื่องของอาหารถูกทำให้เปลี่ยนไปจากเดิม จากที่อาหารเป็นเรื่องของชนชั้นสูง อาหารในวัง การกินแบบมีอารยะ แต่ความรู้แบบใหม่ที่รัฐพยายามผลักดันเข้าสู่ท้องถิ่นนั้นมาพร้อมกับวิทยาศาสตร์ สุขอนามัย และ

<sup>18</sup> สรัสวดี อ๋องสกุล, *ประวัติศาสตร์ล้านนา*, พิมพ์ครั้งที่ 12 (กรุงเทพฯ: อมรินทร์, 2561), 430-432

<sup>19</sup> ชาตชาย มุกสง, *ปฏิวัติที่ปลายลัน* (กรุงเทพฯ: มติชน, 2565).

โภชนาการแบบตะวันตก ซึ่งทำให้ภูมิปัญญาเดิมที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นถูกมองว่าไม่ถูกต้องและทำให้ภูมิปัญญาเรื่องอาหารของท้องถิ่นหมดความสำคัญลง การที่รัฐนำนโยบายหรือความรู้ชุดหนึ่งๆ ที่รัฐมีเข้าสู่ท้องถิ่นนั้นจึงอาจเท่ากับการกลืนความเป็นท้องถิ่นเข้าสู่ความเป็นเมือง

จะเห็นได้ว่าการเกิดนโยบายรัฐในช่วงทศวรรษ 2475-2500 นั้นทำให้ความพยายามในการสร้างอัตลักษณ์ผ่านอาหารถูกลดทอนความสำคัญลง เนื่องมาจากอาหารถูกตีความให้ความหมายและให้ความสำคัญต่างไปจากเดิม จากที่เป็นตัวถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชาติก็ได้กลายเป็นเรื่องราวของวิทยาศาสตร์ การแพทย์-สาธารณสุข และงานโภชนาการ แต่อาหารก็ยังคงถูกให้ความสำคัญในเรื่องของการเป็นองค์ความรู้เช่นเดิม เพียงแต่เป็นองค์ความรู้มิติใหม่นั้นคือ เรื่องของสาธารณสุขและงานโภชนาการ จึงทำให้องค์ความรู้ใหม่นี้เข้าสู่ท้องถิ่นและเข้าไปแทนที่องค์ความรู้เดิม นั่นคือภูมิปัญญาของท้องถิ่น จึงทำให้อาหารที่เป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นถูกลดความสำคัญลงโดยผ่านนโยบายรัฐ

นโยบายของรัฐในงานโภชนาการก่อนช่วงทศวรรษ 2500 ได้ส่งผลอย่างต่อเนื่อง แม้ก้าวเข้าสู่ทศวรรษ 2500 งานโภชนาการก็ยังคงมีผลต่อการบริโภคของผู้คนในสังคม เช่น เรื่องโรคขาดโปรตีนก็ยังคงได้รับความสำคัญเรื่อยมา เห็นได้จากการที่อุตสาหกรรมผลิตนมในประเทศเริ่มสามารถผลิตนมเองได้แล้ว โดยในพ.ศ.2503 คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติโครงการผลิตนมและรับผู้เชี่ยวชาญชาวเดนมาร์กเข้ามาช่วยศึกษาในเรื่องโคนม จนในพ.ศ.2505 ได้เกิดการจัดตั้งฟาร์มโคนม-ไทยเดนมาร์ก ในช่วงปีนี้เองยังได้เกิดนโยบายโภชนาการการรับประทานอาหาร 5 หมู่ที่ควรได้รับในแต่ละวันจนถึงการมีตารางแสดงคุณค่าทางโภชนาการของอาหารจนทำให้เกิดการเลือกรับประทานอาหารโดยคำนึงถึงปริมาณสารอาหาร และรณรงค์ให้คนไทยหันมากินอาหารจำพวกหมูโปรตีนมากขึ้น ทั้งยังให้ความสำคัญกับคุณประโยชน์ของสารอาหารตามหลักการรับประทานอาหาร 5 หมู่ และส่งเสริมการบริโภคนมสดเพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดี<sup>20</sup>

นโยบายรัฐเกี่ยวกับการโภชนาการที่ดำเนินการมาถึงทศวรรษ 2500 ทำให้เห็นถึงความรู้ชุดหนึ่งของรัฐที่เข้ามาสู่สังคมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นจุดหนึ่งที่สร้างความตระหนักรู้ถึงการรับประทานอาหารที่คำนึงถึงเรื่องสุขภาพมากยิ่งขึ้น จนกระทั่งเมื่อเข้าสู่ยุคสมัยที่มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติในช่วงทศวรรษ 2500 ซึ่งส่งผลต่อวิถีชีวิตของผู้คนทั้งในเมืองและชนบทอย่างมหาศาล เนื่องจากรัฐขยายอำนาจเข้าสู่ชนบทอย่างเข้มข้นและรวดเร็ว เศรษฐกิจ

<sup>20</sup> เรื่องเดียวกัน, 178-188.

เกิดการขยายตัวอย่างมากซึ่งอุตสาหกรรมก็ขยายตัวอันเนื่องมาจากการนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า อีกทั้งยังชักชวนและสนับสนุนให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุน เช่น ทุนจากสหรัฐอเมริกา ทุนจากญี่ปุ่น ในขณะที่เดียวกันการพัฒนาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นนั้นได้เกิดขึ้นพร้อมๆ กับการขยายตัวของระบบราชการอย่างรวดเร็วเพื่อดำเนินงานตามแผนพัฒนาที่วางเอาไว้ จึงทำให้รัฐขยายอำนาจเข้าสู่ชนบท ดังนั้นการเติบโตของเศรษฐกิจและการขยายอำนาจของรัฐนั้นสัมพันธ์กับการเกิดความเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ชนบทอย่างมาก และเกิดการปรับปรุงโครงสร้างสาธารณูปพื้นฐาน<sup>21</sup>

การเกิดแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติไม่เพียงแต่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมเท่านั้นแต่ยังส่งผลต่อผู้คนในชนบทและในเมืองซึ่งได้สร้างการขยายตัวของชนชั้นกลาง การเกิดแผนพัฒนาเศรษฐกิจนี้ยังได้ขยายระบบการศึกษาโดยมุ่งหวังเพื่อสร้างคนให้เข้าสู่ระบบแรงงานในอนาคต ให้ผู้คนสามารถเข้าถึงความรู้และนำความรู้เหล่านั้นไปใช้ในการทำงานทั้งภาคอุตสาหกรรม ภาคบริการ รวมไปถึงความรู้เฉพาะทาง นอกจากนี้ ชนชั้นกลางเหล่านั้นยังได้สร้างวัฒนธรรมของชนชั้นกลาง เช่น การแสวงหาความบันเทิง การสนใจรับรู้ข่าวสาร เทคโนโลยี หรือความเจริญที่แปลกใหม่มากขึ้น สถานที่ท่องเที่ยวในและต่างประเทศ ร้านอาหารที่รับประกันความอร่อย ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวของสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ รายการโทรทัศน์<sup>22</sup> อาจมองได้ว่าชนชั้นกลางนั้นมีการงานที่ดีขึ้น มีเงินในการหาความสุขใส่ตัวและมีเวลาในการใช้เงินมากยิ่งขึ้น ชนชั้นกลางจึงเป็นตัวแปรสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจอีกด้วย จึงทำให้ทศวรรษ 2500 เป็นช่วงของความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของประเทศไทยและทำให้การตีความ ความหมาย และการให้ความสำคัญต่ออาหารนั้นเปลี่ยนแปลงไปอีกครั้ง

### การท่องเที่ยวและการสร้างอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติที่เกิดขึ้นในทศวรรษ 2500 เป็นนโยบายรัฐที่สร้างกระทบต่อสภาพสังคมและวิถีชีวิตผู้คนในระดับท้องถิ่น นโยบายหลักของแผนพัฒนาเศรษฐกิจคือการผลิตเพื่อส่งออกและผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า โดยส่งเสริมให้เกษตรกรเปลี่ยนแปลงวิถีการผลิตที่จากเดิมผลิตเพื่อพอยังชีพเปลี่ยนมาเป็นการผลิตเพื่อส่งออก ทั้งยังได้รับการช่วยเหลือจากทุนต่างชาติรวมถึงผู้ที่เข้ามาลงทุน จนเกิดการเติบโตด้านเศรษฐกิจและส่งผลถึงความ

---

<sup>21</sup> สายชล สัตยานุรักษ์, *ประวัติศาสตร์สังคมไทย* (เชียงใหม่: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2558).

<sup>22</sup> *เรื่องเดียวกัน*.

เปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของผู้คนมากขึ้น แผนพัฒนาเศรษฐกิจนั้นได้ให้ความสำคัญต่อการสร้างและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเพื่อรองรับนโยบายของรัฐ ตลอดจนรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว การพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐาน อย่างการสร้างถนนส่งผลต่อการคมนาคมอย่างมาก แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 1 และฉบับที่ 2 รัฐมีนโยบายบูรณะทางหลวง โดยดำเนินการก่อสร้างทางหลวงสายหลักให้เชื่อมโยงท้องถิ่นเข้าสู่เมืองและต่อมาภายหลังจึงก่อสร้างถนนทางหลวงสายรอง เช่น การสร้างทางหลวงหมายเลข 11 หรือถนนชูปเปอร์ไฮเวย์ ลำปาง-เชียงใหม่ จึงทำให้การขนส่งสินค้าสะดวกรวดเร็วโดยเฉพาะอาหารสดจากกรุงเทพฯ ถนนจึงมีความสำคัญที่ทำให้ธุรกิจขนส่งเติบโตอย่างรวดเร็ว อาทิ การเกิดบริษัท*นิ่มซีเส็ง* ในเชียงใหม่<sup>23</sup> ถนนได้กลายเป็นส่วนสำคัญในการค้าขายและขนส่งรวมทั้งขนส่งผลผลิตจากท้องถิ่นไปสู่เมืองและยังขนส่งความเจริญจากเมืองสู่ท้องถิ่นด้วยเช่นกัน อาจกล่าวได้ว่า ถนนเป็นคั้งท่อที่คอยลำเลียงความเจริญเข้าสู่ท้องถิ่น และการสร้างถนนไม่ได้หวังเพียงแค่การกระจายความเจริญสู่ท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นฐานของการสร้างความเจริญเติบโตและตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจในระยะยาว

การสร้างและพัฒนาถนนนั้นมีประโยชน์อย่างมากต่อการพัฒนาประเทศเนื่องจากคอยตอบสนองต่อนโยบายของรัฐจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจ เช่น รัฐมีนโยบายในการส่งเสริมให้เอกชนลงทุนในกิจการอุตสาหกรรม อย่างกรณีบริษัทเซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ซึ่งได้เข้ามาลงทุนกิจการในไทยเป็นระยะเวลายาวนานแล้ว แต่ในช่วงทศวรรษ 2500 นั้น เซลล์ได้นำผลิตภัณฑ์ใหม่คือแก๊สหุงต้ม “บิวทาแก๊ส” เข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย ซึ่งเป็นการลงทุนในกิจการอุตสาหกรรมของเอกชนเช่นกัน ทั้งนี้การเข้ามาลงทุนของบริษัทเซลล์ยังส่งผลต่อวัฒนธรรมการกินข้าวนอกบ้านในภายหลังอีกด้วย เนื่องจากเกิดคอลัมน์เซลล์ชวนชิมในนิตยสาร*สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์*<sup>24</sup> การคมนาคมทางบกก็รองรับต่อวัฒนธรรมการกินข้าวนอกบ้านเช่นกัน

การเกิดถนนทำให้ผู้คนรู้จักกับประเทศไทยในแบบที่ไม่เคยเห็น การคมนาคมที่เชื่อมโยงกันได้ทั่วประเทศทำให้เห็นพื้นที่ประเทศไทยได้อย่างชัดเจนขึ้น ทำให้รู้ว่าพื้นที่ส่วนใด

<sup>23</sup> สรัสวดี อ๋องสกุล, *ประวัติศาสตร์ล้านนา*, พิมพ์ครั้งที่ 12 (กรุงเทพฯ: อมรินทร์, 2561), 454

<sup>24</sup> อาสา คำภา, *รสไทย(ไม่)แท้* (กรุงเทพฯ: มติชน, 2565), 150

เป็นอะไร ส่วนไหนคือศูนย์กลาง ดังนั้นการสร้างถนนซึ่งทำให้เห็นถึงพื้นที่ของประเทศไทยชัดเจนมากขึ้นได้บอกถึงอำนาจรัฐที่เข้าไปควบคุมท้องถิ่นนั่นเอง<sup>25</sup>

รัฐนำรูปแบบความเจริญ นโยบาย ความรู้ชุดหนึ่งของรัฐเข้าไปสู่ท้องถิ่น และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ดังเช่นการนำแผนพัฒนาเศรษฐกิจเข้าสู่ท้องถิ่นในรูปแบบกระบวนการที่รวดเร็วอย่างมาก จนผู้คนในท้องถิ่นไม่มีความพร้อมมากพอที่จะปรับตัวได้ทัน จึงเกิดภาวะที่พวกเขาต้องดิ้นรนให้อยู่รอดได้ ไม่ว่าจะเป็นการขายที่ดิน การเคลื่อนย้ายเข้าเมืองโดยมีถนนเป็นตัวเอื้ออำนวยเพื่อเข้าไปขายแรงงานในเมือง อาจมองได้ว่าการเคลื่อนย้ายผู้คนเข้าเมืองส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความพยายามที่ต้องการเคลื่อนสถานะทางสังคมเพื่อให้ครอบครัวของพวกเขาเองมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การที่ผู้คนเคลื่อนย้ายเข้าเมืองย่อมพกพาวัฒนธรรมของตนไปด้วย และอาหารท้องถิ่นก็เป็นหนึ่งในวัฒนธรรมการกิน ดังนั้นอาหารท้องถิ่นจึงถูกเคลื่อนย้ายไปกับผู้คนด้วย

การเกิดแผนพัฒนาเศรษฐกิจยังส่งผลต่อการขยายตัวของชนชั้นกลาง ซึ่งเกิดขึ้นจากการเคลื่อนย้ายผู้คนเข้าสู่เมือง การเติบโตของอุตสาหกรรมนำไปสู่การขยายตัวของตัวชนชั้นกลางระดับล่างซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกหลานชาวไร่ชาวนาที่ได้เข้าสู่ระบบการศึกษา รัฐได้ส่งเสริมให้คนทั่วไปเข้าสู่ระบบการศึกษาเพื่อให้สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจ เนื่องจากระบบการศึกษาสามารถผลิตคนเข้าสู่ตลาดแรงงาน นอกจากนี้ กลุ่มคนบางส่วนใช้วิธีการขายที่ดินและนำเงินที่ได้มาสร้างเนื้อสร้างตัวใหม่ บ้างก็เข้าไปทำงานในเมืองเพื่อเลื่อนฐานะ บางส่วนเก็บเงินส่วนกลับไปให้ครอบครัว จนสามารถประกอบธุรกิจที่นอกเหนือจากเกษตรกรรมได้

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังเป็นอีกนโยบายหนึ่งที่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐอย่างมาก เพราะรัฐบาลได้เล็งเห็นเม็ดเงินมหาศาลที่จะได้จากอุตสาหกรรมนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับการสนับสนุนจากรัฐผ่านการจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว (อ.ส.ท.) ใน พ.ศ.2502 เพื่อที่จะส่งเสริมให้กิจการท่องเที่ยวให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 1 นั้นรัฐมีนโยบายจัดสรรเงินให้แก่ อ.ส.ท. เป็นจำนวนเงินประมาณ 21.5 ล้านบาท และยังสนับสนุนผ่านการส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยอนุญาตให้สร้างโรงแรมเพิ่มขึ้น

---

<sup>25</sup> ภิญญพันธ์ พจนะลาวัฒน์, “การผลิตความหมาย พื้นที่ประเทศไทย ในยุคพัฒนา (พ.ศ.2500-2509),” (ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2552), <https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:112581>

เพื่อตอบสนองความต้องการด้านท่องเที่ยวที่กำลังขยายตัวในขณะนั้น<sup>26</sup> ท้องถิ่นเองก็ได้ตอบสนองต่อการขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยจัดพิมพ์หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ เผยแพร่ เช่น หนังสือ*เชียงใหม่และภาคเหนือ* เขียนโดย บุญช่วย ศรีสวัสดิ์ ในพ.ศ. 2504 หรือจะเป็นหนังสือ*เรื่องประเพณีและวัฒนธรรมเมืองเหนือ (เที่ยวเมืองเหนือ)* โดย สงวน โชติสุขรัตน์ ในพ.ศ.2505 เนื้อหาในหนังสือเป็นการแนะนำภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิต<sup>27</sup> เพื่อนำเสนอสิ่งที่คาดว่าจะจะเป็นสิ่งที่ต้องตาสำหรับนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวจากรัฐไทยถือเป็นการบริการอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญและมีส่วนต่อกิจการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก จึงทำให้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจ ฉบับที่ 2 รัฐออกแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวผ่านการโฆษณาให้กว้างขวางยิ่งขึ้น และยังรวมไปถึงการเอื้ออำนวยความสะดวกในหลายด้าน หนึ่งในนั้นก็คือการคมนาคม ดังเช่น การสร้างถนนทางหลวงหมายเลข 11 (ลำปาง-กรุงเทพฯ) ซึ่งเสร็จในพ.ศ.2511 ได้ช่วยให้การคมนาคมจากกรุงเทพฯ สู่มเชียงใหม่สะดวกมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งการขยายตัวของรถโดยสารและกิจการท่องเที่ยว ณ ขณะนั้น<sup>28</sup>

นอกเหนือจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีแรงกระตุ้นจากการประชุมสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (PATA) ในพ.ศ.2512 การประชุมครั้งนี้ได้เสนอถึงการท่องเที่ยวของท้องถิ่นด้วย เช่น เสนอให้จังหวัดเชียงใหม่เน้นความสำคัญด้านการท่องเที่ยวยกระดับให้สนามบินเชียงใหม่เป็นสนามบินนานาชาติ พร้อมทั้งเสนอให้จัดตั้งสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคเหนือ การขยายตัวด้านการท่องเที่ยวในเชียงใหม่ส่งผลให้ภาครัฐกิจท้องถิ่นร่วมจัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ในพ.ศ.2514 เพื่อนำเสนอรูปแบบศิลปวัฒนธรรมล้านนา โดยมี

---

<sup>26</sup> ปิ่นเพชร จำปา, “วัฒนธรรมการท่องเที่ยวของคนไทย พ.ศ.2364-2544,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), [https://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Info/item/dc:116431#](https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:116431#)

<sup>27</sup> ศรีสวัสดิ์ อ่องสกุล, *ประวัติศาสตร์ล้านนา*, พิมพ์ครั้งที่ 11 (กรุงเทพฯ: อมรินทร์, 2558), 598

<sup>28</sup> อนึ่ง การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นผลมาจากการขยายตัวด้านคมนาคม จึงทำให้ผู้คนสามารถพบปะกันในพื้นที่ต่างๆ ของพื้นที่ประเทศไทยได้อย่างง่ายดายมากยิ่งขึ้น และในขณะเดียวกัน รัฐก็สนับสนุนให้ผู้คนออกไปท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยที่กลุ่มชนชั้นกลางที่เกิดจากการขยายตัวของระบบการศึกษาก็ได้ตอบรับนโยบายนี้ด้วย เนื่องจากชนชั้นกลางเหล่านี้ต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากการทำงาน ด้วยฐานะทางการเงินที่ดีผนวกกับมีเวลาเพียงพอ คนกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มคนที่มีบทบาทต่อการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวอย่างยิ่ง

การจัดเลี้ยงแบบขันโตก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าท้องถิ่นเองก็ต้อนรับนโยบายรัฐเช่นกัน ไม่เพียงแต่รัฐที่มองเห็นถึงเม็ดเงินจากการท่องเที่ยวเพียงฝั่งเดียวเท่านั้น แต่ท้องถิ่นเองก็เล็งเห็นถึงรายได้จากการที่ผู้คนเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ด้วยเช่นกัน ท้องถิ่นเองก็มักจะนำเอาวัฒนธรรม วิถีชีวิต และอาหารท้องถิ่น มาขายให้นักท่องเที่ยวในฐานะสินค้าทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบศิลปะและวัฒนธรรมล้านนา อย่างกรณีการฟื้นฟูพื้นที่บนถนนช้างคลานที่ไม่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจให้กลายเป็นตลาดที่จำหน่ายสินค้าพื้นเมืองในตอนกลางคืน ในพ.ศ.2515 การจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองขยายตัวอย่างมาก มีนักท่องเที่ยวจำนวน 106,054 คน พอพ.ศ.2518 ก็เพิ่มขึ้นอีกเป็น 201,996 คน<sup>29</sup>

การขยายตัวของการท่องเที่ยวยังเห็นได้จากบทเพลงที่มีการนำเสนอถึงความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวในต่างจังหวัดเพื่อให้ผู้คนในสังคมเกิดการจินตนาการและความรู้สึกที่อยากจะไปสัมผัสกับสถานที่นั้นๆ อย่างเช่นเพลง *เชียงใหม่ในฝัน*

ไอ้เวียงพิงค์ แคว้นแห่งเมืองเหนือ  
มีธรรมชาติงามเหลือ กว่าที่ได้เห็นๆ มา  
ถึงเป็นเมืองเหนือ มีใจจะดูเหมือนป่า  
กลับดูคล้ายดั่งว่า วิมานสวยเลิศเพริดแพรว  
เท่ากับพบ ช้างเผือกในดอย  
ที่มีความงามเลิศลอย ประดับเวียงฟ้าเวียงแก้ว  
ไม่เคยนึกฝัน ว่าใจจะมาฝั่งแนว  
ยิ่งมาเห็นห้วยแก้ว แล้วพาดตันตันใจ  
ดอยสุเทพ เห็นคุ่มเป็นทาง  
อีกทั้งน้ำตกแม่กลาง กังม่น้อยเสียเมื่อไหร่  
เห็นแม่ปิง แล้วยิ่งสุขใจ  
งามแต่หนอเชียงใหม่ ไฉ้แดนนิยายในฝัน  
(*เชียงใหม่ในฝัน* ขับร้องโดย สุรพล สมบัติเจริญ)

การขยายตัวของการท่องเที่ยวได้รับความสำคัญจากรัฐมากยิ่งขึ้น ดังเห็นได้จากนโยบายการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ 4 ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อกระจายความเจริญสู่ท้องถิ่น แผนได้กำหนดศูนย์กลางการ

<sup>29</sup> *เรื่องเดียวกัน*, 460.



ท่องเที่ยวขึ้นเป็นระดับภาค ระดับจังหวัด ระดับบริวาร กรณีศูนย์กลางระดับภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ สงขลา ส่วนระดับจังหวัด ได้แก่ ชลบุรี กาญจนบุรี จันทบุรี และระดับบริวาร ได้แก่ เชียงราย พังงา อุดรธานี นอกจากนี้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ 5 ก็ยังคงให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน แต่มีการเพิ่มเติมการจัดการ การสำรวจศึกษาและดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ไปในทิศทางเดียวกัน เช่น วางแผนกำหนดแนวทางการรูปแบบของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละภาคของไทยเพื่อให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งใช้สื่อมาช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวในรูปแบบแผ่นพับ ภาพโฆษณา โทรทัศน์ และนิตยสาร<sup>30</sup>

ในช่วงทศวรรษ 2520-2530 นั้น รัฐยังได้สนับสนุนการท่องเที่ยวโดยใช้ท้องถิ่นเป็นสถานที่จัดประชุมและหารือในระดับระหว่างประเทศอยู่บ่อยครั้ง เช่น พื้นที่ภาคเหนือได้ถูกใช้ในการต้อนรับและจัดเลี้ยงแขกด้วยอาหารล้านนาที่เรียกว่า “ขันโตก” เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ทางการทูต จนมีสื่อต่างชาติตั้งชื่อไว้ว่า “การทูตขันโตก (khan-tok Diplomacy)” ซึ่งผู้เข้าร่วมทุกคนต้องใส่เสื้อหม้อฮ่อมร่วมงานเลี้ยง<sup>31</sup> ดังนั้น การให้ความสำคัญแก่ท้องถิ่นในแง่ท่องเที่ยวพร้อมทั้งการหยิบยกเอาอาหารท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักผ่านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ท้องถิ่นทำให้เกิดรายได้เข้าสู่ชุมชนท้องถิ่น เป็นผลประโยชน์ร่วมกันทั้งรัฐและท้องถิ่น และอาหารท้องถิ่นก็กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น

ในแง่หนึ่ง การนำเอาอาหารท้องถิ่นมานำเสนอในรูปแบบของสินค้าทางวัฒนธรรมก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการสร้างตัวตนของอาหารด้วยเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากเพลงของจรัส มโนเพชร ซึ่งเป็นการนำเสนออาหารในรูปแบบของวัฒนธรรมเพลง อาทิ เพลงของกินคนเมือง (2519-2520), ผักกาดจอบ (2520), ก๋วยจั้ว (2521)

---

<sup>30</sup> ปิ่นเพชร จำปา, “วัฒนธรรมการท่องเที่ยวของคนไทย พ.ศ.2364-2544,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), [https://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Info/item/dc:116431#](https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:116431#)

<sup>31</sup> ศราวุฒิ วิสาพรหม, “ประวัติศาสตร์การกลายเป็นสินค้าของวัฒนธรรมล้านนาภายใต้บริบทโลกาภิวัตน์ ประเทศไทย และท้องถิ่นนิยม,” *วารสารการเมืองการปกครอง* 11, ฉ.1 (มกราคม-เมษายน 2564), <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jopag/article/view/251699>

**เพลงของกินคนเมือง**

ของกินบ้านเฮา เลือกเอาเตอะนาย  
เป็นของปิ่นเมือง เป็นเรื่องสบาย  
ล้วนชะปะมากมี ฟังฮื้อดีเนื้อ  
ฟังไค้อยากจนเปลอ มาบสิ้นน้ำลาย  
แก่งแคจิ้นงัว ใส่อั่วจิ้นหมู  
แก่งหน่อไม้ซาง คั่วบ่าถั่วปู  
น้ำพริกแมงดา กับน้ำพริกอ่อง  
คั่วผักกุ่มตอง หนังกุ้งน้ำปู

(ของกินคนเมือง ขับร้องโดย จรัส มโนเพชร, 2520)

ทั้งสามเพลงนี้เกิดขึ้นในช่วงเวลาไล่เลี่ยกันในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ 3 ช่วงปลายและฉบับที่ 4 ช่วงต้น ซึ่งเป็นช่วงที่รัฐได้สนับสนุนการท่องเที่ยว โดยมีนโยบายทั้งการกำหนดแนวทางการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การคมนาคมเพื่อการทัศนจรรวมถึงการส่งเสริมผ่านการจัดตั้งสถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยวขึ้นในพ.ศ. 2522<sup>32</sup> เพื่อผลิตอาชีพที่ตอบรับกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ขยายตัว

เมื่อการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องก็ย่อมขยายตัวตามไปด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจอาหารที่เติบโตขึ้นตามการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มาพร้อมกับกระแสการกินข้าวนอกบ้านซึ่งเกิดขึ้นราวช่วงต้นทศวรรษ 2500 โดยอาจนับจากการเกิดคอลัมน์ “เซลล์ชวนชิม” โดย ม.ร.ว.ถนัดศรี สวัสดิวัตน์ ในนิตยสารสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ หรือการเกิดคอลัมน์ “เปิบพิสดาร” โดยสันติ เศรษฐวิมล ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐรวมไปถึงในรายการทีวี<sup>33</sup> เรื่องราวของการชิมอาหารตามร้านอาหารต่างๆ ของเซลล์ชวนชิมและเปิบพิสดารนั้นถือเป็นการนำเสนอความน่าสนใจของการรับประทานอาหารนอกบ้าน และถือเป็นการเชิญชวนผู้คนให้ออกไปท่องเที่ยวด้วยอีกทางหนึ่งเช่นกัน ในทางกลับกันก็อาจจะเป็นการนำเสนออาหาร

<sup>32</sup> ญาณทวี เสือสืบพันธุ์, “ผู้ประกอบการอาชีพทำอาหารในสังคมไทยช่วงทศวรรษ 2490 ถึง 2550,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาประวัติศาสตร์ ภาควิชาประวัติศาสตร์ ปรัชญา และวรรณคดีอังกฤษ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2561), [http://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Search](http://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Search)

<sup>33</sup> อาสา คำภา, *รสไทย(ไม่)แท้*, (กรุงเทพฯ: มติชน, 2565), 149-157.

ท้องถิ่นออกสู่สาธารณชน ซึ่งประจวบเหมาะกับการที่ท้องถิ่นเองก็ต้องการมีตัวตนทางวัฒนธรรมภายใต้พื้นที่ของไทย<sup>34</sup>

ดังนั้น อาหารท้องถิ่นจึงเป็นการตอบสนองต่อนโยบายของรัฐ อาหารท้องถิ่นที่ถูกเลือกให้เป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอทางวัฒนธรรมนั้นได้มีพื้นที่ตัวตนและได้กลายเป็นสินค้าการฟื้นฟูวัฒนธรรมหรือการนำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอยู่มาใช้ในฐานะที่เป็นทุนทางวัฒนธรรม ได้สร้างอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนขึ้นมา และจะเปลี่ยนแปลงไปอีกครั้งในช่วงกระแสไฮโซฮิตช่วงทศวรรษ 2540

### วิกฤติเศรษฐกิจ 2540: กระแสไฮโซฮิตกับตัวตนของอาหารท้องถิ่น

วิกฤติเศรษฐกิจด้านการเงินหรือที่เรียกกันว่าวิกฤติต้มยำกุ้งในทศวรรษ 2540 ได้ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนโครงสร้างทุนในระบบเศรษฐกิจไทย กลุ่มทุนเดิมได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจและบริษัทจำนวนมากประสบกับสภาพล้มละลาย ผลกระทบอย่างต่อเนื่องก็คือผู้คนตกงาน คนบางส่วนจำต้องกลับคืนสู่ชนบท อย่างไรก็ตาม วิกฤติเศรษฐกิจนี้กลับได้สร้างโอกาสให้แก่ชาวชนบทบางกลุ่ม เกิดการปรับตัวในการสร้างทางเลือกใหม่ๆ ในการประกอบอาชีพ คนชนบทที่กลับมาบ้านนั้นเรียนรู้ที่จะขยายแหล่งรายได้ออกไปมากกว่าการทำงานในภาคเกษตรกรรม จึงทำให้เกิดแหล่งรายได้ที่กว้างขวางออกไป อีกทั้ง สถาบันทางการเงินก็หันมาสนใจลูกค้ารายย่อยมากยิ่งขึ้นและเริ่มกระจายสินเชื่อให้กับคนระดับล่าง คนในชนบทก็สามารถเข้าถึงสินเชื่อมากขึ้น จึงมีเงินทุนพอที่จะสร้างโอกาสให้แก่ตนเอง

กระนั้น วิกฤติเศรษฐกิจต้มยำกุ้งนี้ที่ส่งผลกระทบต่ออัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจได้สร้างความกังวลใจ ผู้คนส่วนหนึ่งมองว่าวิกฤติเศรษฐกิจเป็นผลพวงมาจากนโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ และผลจากความวิตกกังวลจากพิษเศรษฐกิจก็ได้สร้างกระแสไฮโซฮิตที่ต้องการรื้อฟื้นภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อปกป้องความเปลี่ยนแปลงอันมาจากเศรษฐกิจโลกาภิวัตน์ ผู้คนเริ่มเกิดความรู้สึกที่อยากย้อนกลับไปในสังคมแบบเก่า ปัจจัยสำคัญหนึ่งมาจากพระราชดำรัสของรัชกาลที่ 9 ที่ได้เพิ่มพูนความรู้สึกถวิลหาอดีตอันสวยงามเพิ่มมากขึ้น โดยมีความว่า

---

<sup>34</sup> สุนทร คำยอด, “อุดมการณ์ล้านนานิยมในบทเพลงของจรัส มโนเพชร,” *วารสารช่วงฝน* 11 (มกราคม-กันยายน) 2559: 21-29.

การจะเป็นเช่นนั้นไม่สำคัญ สำคัญอยู่ที่เรามีเศรษฐกิจแบบพอมีพอกิน แบบพอมีพอกินนั้น หมายความว่า อุ่มชูตัวเองได้ ให้มีพอเพียงกับตนเอง ความพอเพียงนี้ไม่ได้หมายความว่าทุกครอบครัวจะต้องผลิตอาหารของตัวเอง จะต้องทอผ้าใส่เอง อย่างนั้นมันเกินไป แต่ว่าในหมู่บ้านหรือในอำเภอ จะต้องมีความพอเพียงพอสมควร บางสิ่งบางอย่างผลิตได้มากกว่าความต้องการก็ขายได้ แต่ขายในที่ไหนไกลเท่าไร ไม่ต้องเสียค่าขนส่งมากนัก

พระราชดำรัสของรัชกาลที่ 9 เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา  
ณ ศาลาดุสิดาลัย วันที่ 4 ธันวาคม 2539

การย้อนนึกถึงอดีตถือเป็นสิ่งที่ทำให้ท้องถิ่นถูกนำกลับมาผลิตอัตลักษณ์และสร้างตัวตนอีกครั้ง ทั้งเพื่อตอบสนองต่อความรู้สึกลึกลับในอดีตและยังสร้างรายได้หมุนเวียนในประเทศได้อีกด้วย เฉพาะอย่างยิ่งในแง่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ รัฐได้พยายามจูงใจให้คนไทยไปท่องเที่ยวภายในประเทศกันมากขึ้น เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจที่ค่าเงินบาทตกต่ำ การที่มีคมนาคมที่สะดวกสบายและไม่แพง ซึ่งสายการบินต้นทุนต่ำก็ได้เกิดขึ้นในช่วงกลางทศวรรษ 2540 ได้ช่วยให้ผู้คนสามารถเดินทางท่องเที่ยวไปยังภูมิภาคต่างๆ ของไทยได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย การท่องเที่ยวภายในประเทศได้ขยายตัวและเป็นที่ยอมรับอย่างมากในช่วงเวลานั้น

ด้วยเหตุนี้ การมีตัวตนของท้องถิ่นในช่วงทศวรรษ 2540 จึงไม่เพียงแต่มาจากการสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเท่านั้น แต่ยังมีเรื่องของการท่องเที่ยวแบบโหยหาอดีตในสังคมไทยด้วย ท้องถิ่นพยายามขายแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เสพวัฒนธรรมเฉพาะนั้นๆ นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้รับคุณค่าจากการท่องเที่ยว เพราะพวกเขาให้ความสำคัญกับการสัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้านที่มีความแตกต่างอย่างมากมายกับวิถีชีวิตในเมือง ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมหรือประเพณีก็ล้วนเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจอย่างยิ่ง อาหารท้องถิ่นก็เป็นกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชนได้ ซึ่งแน่นอนว่านักท่องเที่ยวเหล่านั้นมีความคาดหวังกับอาหารที่ตนได้กินว่าจะมีรสชาติแบบดั้งเดิมหรืออย่างที่ชาวบ้านกิน<sup>35</sup> กรณีตัวอย่างเช่น ชุมชนชาวมอญเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรีที่นำเสนอภาพลักษณ์ผ่านวัฒนธรรมมอญผ่านการล่องเรือชมวิถีชีวิตชุมชนชาวมอญเกาะเกร็ด โดยเลือกที่จะนำเสนอสถานที่และอาหารวัฒนธรรม เช่นการบอกว่า ถ้าหากมาที่เกาะเกร็ดแล้วต้องลองชิมอาหารมอญ โดยเฉพาะที่ทำจากนอกกะลา เช่น ทอดมัน แกงส้ม ข้าวแช่ กะละแม อาหารมอญ

<sup>35</sup> ปราการ กลิ่นฟุ้ง, “บทบันทึกว่าด้วยการพึ่งพิงตนเองของชนชั้นกลางไทย ทศวรรษ 2540-2550,” *วารสารมนุษยศาสตร์* ปีที่ 22, ฉบับเพิ่มเติม (2564): 156-74, <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JHUMANS/article/view/256075/170671>

โบราณ<sup>36</sup> สิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างภาพลักษณ์และนำเสนอผ่านความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นผ่านกระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ผูกโยงกับอารมณความรู้สึกลือลือในอดีต ซึ่งเป็นการสร้างความรู้สึกร่วมให้แก่นักท่องเที่ยว

การที่ท้องถิ่นผลักดันตัวเองให้เป็นสินค้าผ่านทางวัฒนธรรมและอาหารส่งผลให้นักท่องเที่ยวให้คุณค่ากับสินค้าของท้องถิ่นที่นำมาจำหน่ายมากขึ้น เนื่องจากสินค้าวัฒนธรรมและอาหารเหล่านั้นถูกบรรจุเรื่องราวของท้องถิ่นต่างๆ เอาไว้ อย่างเช่นเรื่องราวที่มาของน้ำตาลมะพร้าวจากสวนอัมพวา ซึ่งอธิบายเรื่องราวตั้งแต่การเตรียมพื้นที่เพาะปลูก การคัดเลือกพันธุ์มะพร้าว การเก็บเกี่ยวและผลิตจนเป็นน้ำตาล<sup>37</sup> เรื่องราวเหล่านี้ก็นับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างให้วัฒนธรรมเป็นสินค้าเช่นกัน ดังนั้นอาจมองได้ว่าการโยกย้ายอดีตส่งผลต่อการพัฒนาอาหาร เพราะช่วยให้ให้อาหารได้รับการสนับสนุนให้กลายเป็นสินค้าจากการท่องเที่ยว หรืออาหารท้องถิ่นถูกหยิบยกมาพูดถึงเพื่อคอยดึงดูดให้น่าสนใจ และสร้างความประทับใจผ่านเรื่องราวของอาหาร กระแสสื่อพื้นภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือกระแสโยกย้ายอดีตนั้นไม่เพียงแต่ส่งผลแก่นักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ยังส่งผลถึงผู้คนในท้องถิ่นที่ต้องการที่จะอนุรักษ์อัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ ไปพร้อมกับ การแอบอิงความเป็นสินค้าด้วยเช่นกัน เห็นได้จากการที่จังหวัดเชียงใหม่จัดงานสืบสานล้านนาในช่วงต้นเดือนเมษายนของทุกปีตั้งแต่พ.ศ.2540 เป็นต้นมา จนกระทั่งพ.ศ.2543 จึงได้มีการจัดตั้งโฮงเฮียนสืบสานภูมิปัญญาล้านนา<sup>38</sup> ไม่เพียงแต่หน่วยงานทางภาครัฐเท่านั้นที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจผ่านการเป็นสินค้าของท้องถิ่น ทางเอกชนเองก็มองเห็นความเป็นสินค้าจากท้องถิ่นเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการขยายตัวของธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท ร้านค้า กิจกรรมนำเที่ยว หัตถกรรมพื้นเมือง รวมไปถึงร้านอาหารซึ่งได้นำเสนออาหารการกินของคนในท้องถิ่นมาเป็นจุดขายทางวัฒนธรรม เช่น ชันโตก ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาเป็นธุรกิจจัดเลี้ยง ชันโตก ตัวอย่างเช่น ร้านคุ้มชันโตก ร้านสิบสองปันนา ร้านเบญจรงค์ชันโตก<sup>39</sup>

<sup>36</sup> นิพัทธ์พงศ์ พุมมา, “การโยกย้ายอดีตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย,” *วารสารอารยธรรมศึกษา โขง-สาละวิน*, ฉ.3 (มกราคม-ธันวาคม 2555), <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jnuks/article/view/55798>

<sup>37</sup> ปราการ กลิ่นฟุ้ง, “บทบันทึกว่าด้วยการพึ่งพิงตนเองของชนชั้นกลางไทย ทศวรรษ 2540-2550,” *วารสารมนุษยศาสตร์* ปีที่ 22, ฉบับเพิ่มเติม (2564).

<sup>38</sup> ศราวุฒิ วิสาพรหม, “ประวัติศาสตร์การกลายเป็นสินค้าของวัฒนธรรมล้านนาภายใต้บริบทโลกาภิวัตน์ ประเทศไทย และท้องถิ่นนิยม,” *วารสารการเมืองการปกครอง* 11, ฉ.1 (มกราคม-เมษายน 2564).

<sup>39</sup> เรื่องเดียวกัน.

การที่ท้องถิ่นถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นสินค้านั้นไม่เพียงแต่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แต่ยังรวมถึงสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเองด้วย ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้รัฐบาลในช่วงทศวรรษ 2540 ได้ริเริ่มโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือโอท็อป (OTOP) ในพ.ศ. 2544 โดยนำเอาภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น วัฒนธรรมชุมชน และนำเอาเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นไม่ว่าจะเป็น หัตถกรรม ฝ้ายและผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผา เครื่องประดับแฟชั่น รวมไปถึงอาหาร และนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ โดยรัฐคอยให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนทางด้านความรู้เทคโนโลยี การบริหารจัดการ การตลาดและโฆษณา โดยมุ่งหวังให้ชุมชนนั้นสามารถพึ่งพาตนเองได้<sup>40</sup> และท้องถิ่นเองก็ยังคงหาจุดขายให้แก่ท้องถิ่นเพื่อตอบรับการพัฒนาจากรัฐ โดยการนำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นมารวมไว้ทีเดียว ทั้งประเพณี ศิลปะ สินค้า สินค้าโอท็อป และอาหาร จนเกิดเป็นถนนคนเดินเชียงใหม่ ที่เริ่มจัดมาตั้งแต่พ.ศ.2545 ดังนั้น จึงสะท้อนเห็นถึงการที่รัฐนำโครงการหรือนโยบายของรัฐเข้ามาสู่ท้องถิ่นและพยายามที่จะนำเสนออัตลักษณ์ของท้องถิ่นให้มีตัวตนขึ้นมาในรูปแบบของสินค้า รัฐกับท้องถิ่นจึงถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันในหลายมิติผ่านนโยบายรัฐจากทั้งทางตรงและทางอ้อม

## สรุป

นโยบายของรัฐที่ส่งผลต่อการสร้างตัวตนให้แก่อาหารท้องถิ่นในทศวรรษ 2500-2540 นั้นจะเห็นได้ว่านโยบายของรัฐได้ส่งผลต่ออาหารวิถีชีวิตและการรับประทานอาหารของผู้คนในสังคมมาตั้งแต่ก่อนทศวรรษ 2500 ซึ่งในช่วงเวลานั้น นโยบายของรัฐมาในรูปแบบของความรู้สมัยใหม่ การแพทย์และสาธารณสุข การโภชนา ที่เข้าสู่ชนบทเพื่อมุ่งหวังให้สุขภาพของประชาชนดีมากขึ้น แต่กลับไม่ได้ส่งเสริมภูมิปัญญาอาหารของท้องถิ่น เพราะรัฐเข้าไปปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตจากเดิมเป็นอย่างมาก เช่น การรับประทานอาหารให้ครบห้าหมู่ การดื่มนม การกินโปรตีนให้มากขึ้น

พอช่วงทศวรรษ 2500 นโยบายของรัฐก็ได้เข้ามาส่งผลต่อการสร้างตัวตนของอาหารท้องถิ่นโดยผ่านทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติซึ่งส่งผลต่อกันไปอย่างเป็นทอดๆ แผนพัฒนาเศรษฐกิจได้สร้างการขยายตัวของอุตสาหกรรมและการคมนาคม การขยายตัวของคมนาคมได้ช่วยให้ผู้คนสามารถโยกย้ายกันได้ทั่วประเทศ ซึ่งก็ส่งผลต่อการท่องเที่ยวอีกด้วย และการท่องเที่ยวนี้ก็เป็นส่วนสำคัญยิ่งในการสร้างตัวตนให้แก่อาหารท้องถิ่น เพราะรัฐได้มีนโยบาย

สนับสนุนการท่องเที่ยวโดยกระจายแหล่งท่องเที่ยวไปยังท้องถิ่นต่างๆ แม้ว่ารัฐได้เข้ามาสนับสนุนการท่องเที่ยวก็จริง แต่ตัวของท้องถิ่นเองนั้นก็กลับเป็นผู้ผลิตเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ออกมาขายเพื่อเป็นสินค้าเอง อย่างกรณีเช่น จังหวัดเชียงใหม่ได้จัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ในพ.ศ.2514 เอง หรือในกรณีที่ศิลปินท้องถิ่นได้ออกมาเล่าเรื่องราวและสร้างตัวตนให้แก่ท้องถิ่นด้วย ในทางกลับกัน ทศวรรษ 2540 รัฐได้เข้ามาสนับสนุนพร้อมทั้งเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างตัวตนของท้องถิ่น ซึ่งในขณะเดียวกันท้องถิ่นเองก็สอดผสานเข้ากับส่วนของรัฐเช่นกัน เห็นได้จากโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ ท่องเที่ยวแบบไทยหาอดีตผ่านการสร้างภาพลักษณ์ สร้างอัตลักษณ์ และอนุรักษ์วัฒนธรรมของท้องถิ่น ดังนั้นผู้เขียนจึงมองว่าอาหารท้องถิ่นมักถูกนำเสนอให้มีตัวตนไปพร้อมกับวัฒนธรรมที่ท้องถิ่นเลือกใช้ หากเราลองสังเกตดูจะเห็นได้ว่าท้องถิ่นเองก็มักจะนำเสนออาหารที่แปลกตาแต่เข้าถึงง่ายให้กับนักท่องเที่ยวเสียมากกว่าที่จะเป็นอาหารที่ท้องถิ่นกินจริงๆ เพราะการมีตัวตนของอาหารท้องถิ่นนั้นมักถูกสร้างขึ้นควบคู่ไปกับวัฒนธรรมท้องถิ่นเสมอ

### รายการอ้างอิง

- กลับบางแสน (นามแฝง). “นโยบายสร้าง “รัฐเวชกรรม” ของคณะราษฎรสู่การกำเนิด “โรงพยาบาล” ทั่วประเทศ.” *ศิลปวัฒนธรรม* สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2566, [https://www.silpa-mag.com/history/article\\_88821](https://www.silpa-mag.com/history/article_88821).
- ชาติชาย มุกสง. “รัฐ โภชนาการใหม่การเปลี่ยนแปลงวิถีการกินสังคมไทย พ.ศ.2482-2517.” *วิทยานิพนธ์ดุสิตบัณฑิต, ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 2556. <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/42833>
- ชาติชาย มุกสง. *ปฏิวัติที่ปลายลิ้น*. กรุงเทพฯ: มติชน, 2565.
- ญาณทวี เสือสีพันธุ. “ผู้ประกอบการอาชีพทำอาหารในสังคมไทยช่วงทศวรรษ 2490 ถึง 2550.” *วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาประวัติศาสตร์ ภาควิชาประวัติศาสตร์ ปรัชญา และวรรณคดีอังกฤษ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 2561. [http://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Search](http://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Search)
- นิพัทธ์พงศ์ พุมมา และณรงค์กรณ รอดทรัพย์. “การโยกหาอดีตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย.” *วารสารอารยธรรมศึกษาโขง-สาละวิน*, ฉ.3 (มกราคม-ธันวาคม 2555). <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jnuks/article/view/55798>

เนตรดาว เกาถวิล. “การสำรวจแนวคิดและทฤษฎีทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาเบื้องต้นว่าด้วยการบริโภคอาหารและการสร้างอัตลักษณ์.” ใน *อยู่ดี กินดี มีสุข มิติทางสังคมและวัฒนธรรมของสุขภาพ*, บรรณาธิการโดย ปณิศา สระวาสี, พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2562.

ปราการ กลิ่นฟุ้ง. “บทบันทึกว่าด้วยการพึ่งพิงตนเองของชนชั้นกลางไทย ทศวรรษ 2540-2550,” *วารสารมนุษยศาสตร์* 22, ฉบับเพิ่มเติม (2564) <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JHUMANS/article/view/256075/170671>

ปังปอนด์ รักอำนวยกิจ และศิริพงศ์ ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา. “ความหลากหลายของกลุ่มผู้ย้ายถิ่นในประเทศไทย: มุมมองทางประชากรและสังคม.” *พัฒนาการเศรษฐกิจปริทรรศน์* 13, ฉ.2 (กรกฎาคม 2562).

ปิ่นเพชร จำปา. “วัฒนธรรมการท่องเที่ยวของคนไทย พ.ศ.2364-2544,” *วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 2545. [https://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Info/item/dc:116431](https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:116431)

พจมาลย์ พุดมี. “ชนชั้นกลางกับการสื่อสารสนิยมในการบริโภคสินค้า.” *วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 2558. [http://digital.library.tu.ac.th/tu\\_dc/frontend/Info/item/dc:93558](http://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:93558)

ภิญญพันธ์ พจนะลาวิญญ์. “การผลิตความหมาย พื้นที่ประเทศไทย ในยุคพัฒนา (พ.ศ.2500-2509).” *วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 2552. <https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:112581>

วีณะ วีระไวทยะ และสง่า ดามาพงษ์. *วิวัฒนาการงานโภชนาการ*. กรุงเทพฯ: กองโภชนาการกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2545. <https://anyflip.com/rxocc/lpdl/basic>

ศราวภูมิ วิสาพรม. “ประวัติศาสตร์การกลายเป็นสินค้าของวัฒนธรรมล้านนาภายใต้บริบทโลกาภิวัตน์ ประเทศไทย และท้องถิ่นนิยม.” *วารสารการเมืองการปกครอง*. 11, ฉ.1 (มกราคม-เมษายน 2564), <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jopag/article/view/251699>

สร้อยดี อ่องสกุล. *ประวัติศาสตร์ล้านนา*. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: อมรินทร์, 2561.



สุนทร ค่ายอด. “อุดมการณ์ล้านนานิยมในบทเพลงของจรัส มโนเพชร.” *วารสารช่วงมยุรา* 11, (มกราคม-กันยายน) 2559: 21-29.

อภิสิทธิ์ เกษมผลกุล. “‘ตำรากับข้าวขาววัง’ ออกสู่โลกกว้าง: กำเนิดและพัฒนาการของ ‘ตำรากับข้าวขาววัง’ ในสมัยรัชกาลที่ 5 จนถึงการจัดตั้งโรงเรียนสตรี.” *วรรณวิทัศน์* 17 (พฤศจิกายน 2560): 353-85. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/VANNAVIVAS/article/view/107539/85093>

อาสา คำภา. “การเมืองวัฒนธรรม “อุดมการณ์ชาติพันธุ์ไทย”: ความเป็นไทยที่(เคย)กดทับ อาหารเจ๊ก อาหารลาว.” *วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์* 21, ฉ.2, (กรกฎาคม-ธันวาคม 2564). <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalarts/issue/view/16827>

\_\_\_\_\_. *รสไทย(ไม่)แท้*. กรุงเทพฯ: มติชน, 2565.