

วัฒนธรรมสุราพื้นบ้านลำปาง: การสร้างสรรค์ประสบการณ์เครื่องดื่มต้อนรับในธุรกิจร้านอาหาร

LAMPANG LOCAL LIQUOR CULTURE: CREATING WELCOME DRINK EXPERIENCES FOR THE RESTAURANT INDUSTRY

ปณณทัต กัลยา¹ กนกอร ศิริฐิติ² และสรวิศ มุลอินตะ³
Pannathat Kalaya¹ Kanok-orn Sirithiti² and Soravich Mulinta³

^{1,2} หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

³ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

^{1,2} Bachelor of Arts in Tourism and Service Business Innovation, Lampang Rajabhat University

³ Master of Science in Industrial Technology and Innovation Management, Lampang Rajabhat University

E-mail ¹amnat_gulaya@hotmail.com ²om_siri@yahoo.com ³Soravich@lpru.ac.th

Received March 01,2026

Revised April 16,2026

Accepted April 21,2026

บทคัดย่อ

สุราพื้นบ้านลำปางเป็นภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่สั่งสมมาหลายศตวรรษ แต่ยังไม่ได้รับการนำมาใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัด งานวิจัยนี้จึงมุ่งแก้ไขช่องว่างดังกล่าวผ่านวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อถอดรหัสภูมิปัญญาวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ในสุราพื้นบ้านลำปางเพื่อสร้างองค์ความรู้สำหรับเผยแพร่ในธุรกิจอาหาร 2) เพื่อนำเสนอสูตรเครื่องดื่มผสมจากสุราพื้นบ้านที่ผ่านการรับรองตามศาสตร์การผสมเครื่องดื่ม และ 3) เพื่อเชื่อมโยงสูตรเครื่องดื่มดังกล่าวสู่ผู้ประกอบการร้านอาหารน่านองที่ให้บริการนักท่องเที่ยว การวิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) โดยใช้เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง การสนทนากลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการวิเคราะห์เอกสาร คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 100 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วยผู้ผลิตสุราพื้นบ้านที่ได้รับอนุญาตผู้ประกอบการร้านอาหาร นักผสมเครื่องดื่มมืออาชีพ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม และผู้ร่วมทดสอบผลิตภัณฑ์ในจังหวัดลำปาง

ผลการวิจัยพบว่า สุราพื้นบ้านลำปางมีความสำคัญอย่างลึกซึ้งในมิติทางสังคม พิธีกรรม และวัฒนธรรม สะท้อนภูมิปัญญาช่างฝีมือที่สืบทอดข้ามรุ่น คณะผู้วิจัยได้พัฒนา "Lampang Series" ซึ่งเป็นชุดค็อกเทล 10 สูตร ได้แก่ หอมแดง หงส์ฟ้า นางพญาเสือโคร่ง เมืองรถม้า สับปะรดสีเวียงเวียงละกอน พญาลอ ถิ่นสล่า ช้างเผือก และถ้วยตราไก่ โดยแต่ละสูตรบอกเล่าเรื่องราวอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเฉพาะของลำปางผ่านวัตถุดิบท้องถิ่น นอกจากนี้ งานวิจัยยังนำเสนอกรอบการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตสุราพื้นบ้านกับผู้ประกอบการร้านอาหาร และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับสุราพื้นบ้านให้เป็นองค์ประกอบโดดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมลำปาง ผลลัพธ์เหล่านี้มีส่วนสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน และเป็นต้นแบบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเครื่องดื่มจากมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่อื่น ๆ ได้

คำสำคัญ

สุราพื้นบ้านลำปาง การถอดรหัสวัฒนธรรม เครื่องดื่มผสม การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

ABSTRACT

Lampang's local liquor embodies centuries of cultural wisdom, yet remains largely absent from the province's tourism experiential integration. This study addresses that gap through three objectives: (1) to decode the cultural knowledge embedded in Lampang's local liquor traditions; (2) to develop professionally validated cocktail recipes using local spirits and (3) to integrate these recipes into pilot restaurant businesses serving tourists. A Participatory Action Research (PAR) design was adopted, employing semi-structured in-depth interviews, focus group discussions, participant observation, and document analysis. One hundred key informants were selected through purposive sampling, comprising licensed local liquor producers, restaurant entrepreneurs, professional mixologists, hospitality academics, and product testers in Lampang Province. Findings reveal that Lampang's local liquor carries profound social, ritual, and cultural significance, reflecting artisanal knowledge transmitted across generations. Drawing on these insights, the research team developed the "Lampang Series" — a collection of ten cocktails: Hom Daeng, Hong Fa, Nang Phaya Suea Khong, Mueang Rot Ma, Sapparot Si Wiang, Wiang Lakon, Phaya Lo, Thin Sala, Chang Phueak, and Thuay Tra Kai — each narrating a distinct facet of Lampang's cultural identity through locally sourced ingredients. The study further proposes a linkage framework connecting local producers with restaurant operators and a promotional strategy to position local liquor as a distinctive element of Lampang's cultural tourism. These outcomes contribute to sustainable cultural tourism development and offer a replicable model for heritage-based beverage innovation in other localities.

Keywords

Lampang Local Liquor, Cultural Deciphering, Cocktails, Experiential Tourism

ความสำคัญของปัญหา

จังหวัดลำปางเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้านมรดกทางวัฒนธรรมและประเพณีอันเป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะภูมิปัญญาด้านเครื่องดื่มสุราพื้นบ้านซึ่งมีประวัติศาสตร์ยาวนานนับศตวรรษ ภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมในการทำสุราพื้นบ้านของจังหวัดลำปางได้ผูกพันอยู่กับจารีตประเพณีและธรรมเนียมในการต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองหรือผู้มาเยือน รวมถึงการให้ความเคารพและยังเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับเอกลักษณ์ของชุมชนลำปางอย่างลึกซึ้ง (Anholt, 2002) แม้จังหวัดลำปางจะมีมรดกทางวัฒนธรรมที่อุดมสมบูรณ์ แต่ยังไม่มีการวิจัยใดในประเทศไทยที่

บูรณาการการถอดรหัสภูมิปัญญาสุราพื้นบ้านเข้ากับศาสตร์การผสมเครื่องดื่มเพื่อสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นทั่วโลก โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์เชิงลึกที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านประสาทสัมผัสต่างๆ รวมถึงรสชาติและกลิ่น ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างความทรงจำและประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Pine, and Gilmore, 1998) นักท่องเที่ยวยุคใหม่มุ่งแสวงหาความแท้ (Authenticity) ของวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อสัมผัสถึงประสบการณ์ที่แท้จริงและเข้าใจรากเหง้าของพื้นที่ที่ได้ไปเยือน

อย่างไรก็ตาม ในบริบทของการท่องเที่ยวปัจจุบัน สุราพื้นบ้านของจังหวัดลำปางซึ่งมีความสำคัญและมีรากฐานสืบต่อกันมาตั้งแต่โบราณ กลับถูกนำไปใช้น้อยเกินไปในบริบทของการยกระดับประสบการณ์การรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยว ประเด็นสำคัญและความท้าทายที่พบได้แก่ 1) การสร้างความตระหนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่ทราบถึงการมีอยู่และความสำคัญทางวัฒนธรรมของสุราพื้นบ้านลำปาง 2) สุราพื้นบ้านขาดการผสมองค์ความรู้ในด้านการผสมเครื่องดื่ม (Mixology) และ 3) ขาดจำกัดด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมให้ใช้สุราพื้นบ้านเพื่อการท่องเที่ยว โดยช่องว่างทางความรู้จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้งานวิจัยนี้มีความจำเป็นเร่งด่วน โดยเฉพาะในบริบทที่ภูมิปัญญาการผลิตสุราพื้นบ้านกำลังสูญหายไปพร้อมกับผู้ผลิตรุ่นเก่า หากไม่มีการถอดรหัสและบันทึกองค์ความรู้อย่างเป็นระบบในเวลานี้ มรดกทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่านี้อาจสูญสิ้นไปอย่างถาวร

งานวิจัยนี้จึงมุ่งที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าวมาด้วยวิธีการทางการผสมเครื่องดื่มในรูปแบบใหม่ ประกอบด้วยการถอดรหัสองค์ความรู้ทั้งในทางสังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์ ผสานกับศาสตร์การเตรียมเครื่องดื่มผสมเป็นสื่อกลางในการยกระดับและผลักดันเชื่อมโยงให้เกิดการใช้ในธุรกิจร้านอาหารที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง โดยความเชี่ยวชาญของคณะนักวิจัยที่บูรณาการหลายศาสตร์ เช่น การท่องเที่ยวการโรงแรม วิทยาศาสตร์ เกษตรศาสตร์ และวัสดุศาสตร์ ทำการถอดรหัสทางมรดกทางวัฒนธรรมสุราพื้นบ้านในด้านสังคม พร้อมกับการวิเคราะห์องค์ประกอบทางเคมี ปริมาณแอลกอฮอล์ รสชาติ สี จากกระบวนการทางวิทยาศาสตร์

โดยสรุป การนำสุราพื้นบ้านลำปางมาพัฒนาเป็นเครื่องดื่มต้อนรับในธุรกิจร้านอาหารถือเป็นการเชื่อมโยงมรดกทางวัฒนธรรมเข้ากับระบบเศรษฐกิจการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ เพราะอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นนอกเหนือจากการเป็นสินค้าบริโภคแล้วยังสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสื่อสารอัตลักษณ์ของพื้นที่สู่นักท่องเที่ยว การยกระดับสุราพื้นบ้านผ่านศาสตร์การผสมเครื่องดื่มจึงเป็นกลไกที่สามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความหมาย สร้างรายได้ให้ชุมชน และอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นไปพร้อมกันอย่างยิ่ง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อถอดรหัสภูมิปัญญาวัฒนธรรมสุราพื้นบ้านลำปางสู่การสร้างองค์ความรู้สำหรับเผยแพร่ในธุรกิจอาหารเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง
2. เพื่อนำเสนอสูตรเครื่องดื่มผสมจากสุราพื้นบ้านลำปางที่ได้รับการยอมรับตามศาสตร์การผสมเครื่องดื่ม
3. เพื่อเชื่อมโยงและผลักดันผู้ประกอบการอาหารนำร่องในการบรรจุเมนูเครื่องดื่มผสมจากสุราพื้นบ้านลำปางสำหรับบริการนักท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เป็นการพัฒนาต่อยอดจากทฤษฎีเศรษฐกิจแห่งประสบการณ์ (Experience Economy) ของ Pine & Gilmore (1998) ที่เสนอว่าประสบการณ์เป็นคุณค่าทางเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ที่เกินกว่าการให้บริการทั่วไป โดยเน้นการสร้างความประทับใจและความทรงจำที่มีความหมายแก่ผู้บริโภค ในบริบทของการท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่จะเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม มีปฏิสัมพันธ์กับวัฒนธรรมท้องถิ่น และได้รับการกระตุ้นประสาทสัมผัสหลายด้าน รวมถึงการมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส กลิ่น และรสชาติ และแนวคิดดังกล่าวได้รับการพัฒนาต่อเนื่องในงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยเฉพาะในประเด็นความแท้ (Authenticity) และการกระตุ้นประสาทสัมผัสที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Li et al., 2023; Moreno-Lobato et al., 2025)

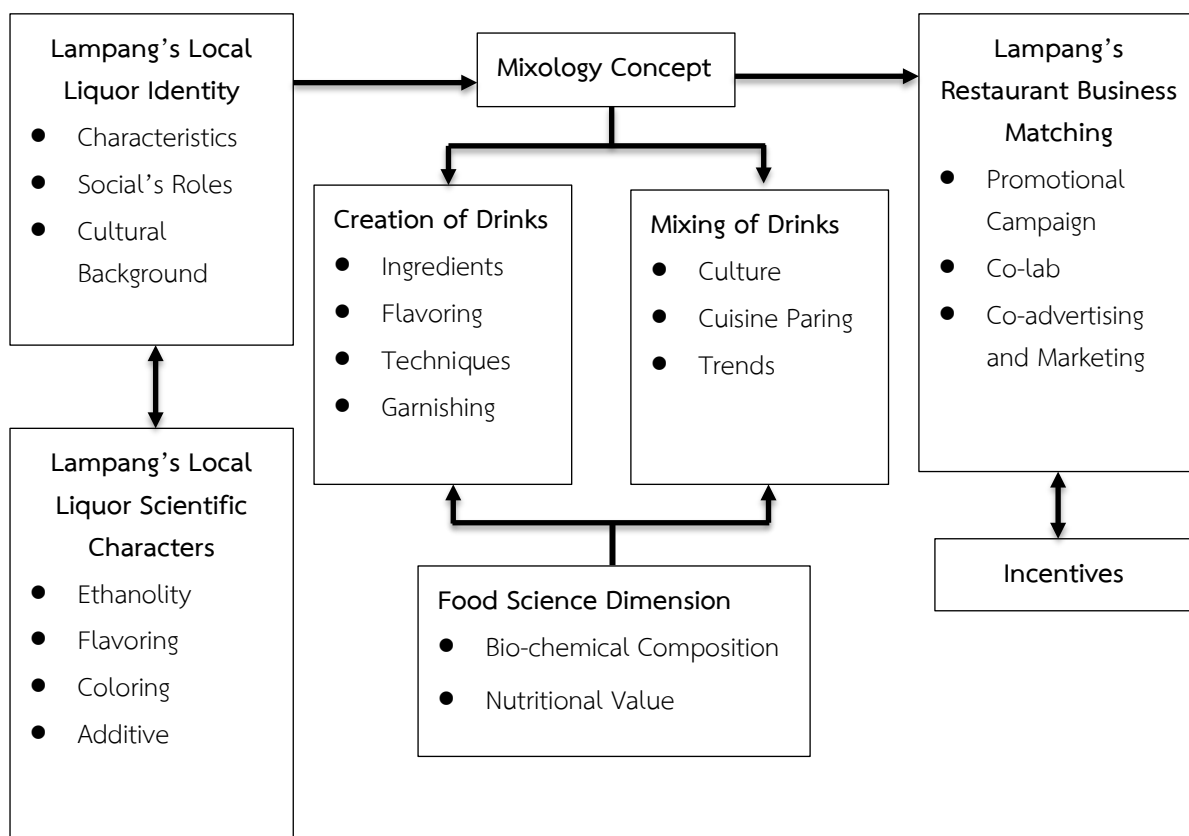
ส่วนแนวคิดการผสมเครื่องดื่ม (Mixology) หมายถึงศิลปะและวิทยาศาสตร์ของการผสมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดย Regan (2003) อธิบายว่า Mixology เป็นการผสมผสานองค์ประกอบของบาร์เทนเดอร์ ศิลปะการทำอาหาร และเคมีเข้าด้วยกัน เพื่อผลิตเครื่องดื่มที่มีความสมดุลและดึงดูดความสนใจ การนำศาสตร์นี้มาประยุกต์ใช้กับสุราพื้นบ้านท้องถิ่นช่วยยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านมิติต่าง ๆ เช่น การเรียนรู้วัฒนธรรม ประสบการณ์ด้านรสชาติและประสาทสัมผัส ความหลากหลายและความคิดสร้างสรรค์ การสร้างสรรค์เฉพาะบุคคล และการส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น

การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทาง (Destination Branding) เป็นกระบวนการสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (Anholt, 2002) ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ เช่น การระบุอัตลักษณ์เฉพาะของจุดหมายปลายทาง การพัฒนาเนื้อหาและการเล่าเรื่อง การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย และการลงทุนระยะยาว สุราพื้นบ้านลำปางสามารถเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ของจังหวัดลำปางในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงสร้างสรรค์

นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ยังบูรณาการมิติทางวิทยาศาสตร์การอาหาร (Food Science) เข้าสู่กระบวนการพัฒนาเครื่องดื่ม โดยเฉพาะในประเด็นองค์ประกอบทางชีวเคมีและคุณค่าทางโภชนาการของสุราพื้นบ้านและวัตถุดิบท้องถิ่นที่นำมาใช้ผสม เช่น กระบวนการหมักแบบดั้งเดิม (Traditional Fermentation) ก่อให้เกิดสารประกอบฟีนอลิก (Phenolic Compounds) และสารต้านอนุมูลอิสระ (Antioxidant Compounds) ที่มีคุณค่าทางชีวภาพ เป็นต้น ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลเชิง

วิทยาศาสตร์ในการสนับสนุนเรื่องเล่า (Storytelling) ทางวัฒนธรรมให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น (Chay et al., 2020; Buathong & Duangsrisai, 2023)

แนวคิดทั้งสามมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบในงานวิจัยนี้ โดยอัตลักษณ์สุราพื้นบ้านลำปาง ทำหน้าที่เป็นวัตถุดิบทางวัฒนธรรม ซึ่งถูกแปลงรูปผ่านศาสตร์ Mixology ให้กลายเป็นประสบการณ์ที่จับต้องได้ จากนั้นทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ทำหน้าที่เป็นกรอบในการออกแบบและประเมินคุณค่าของประสบการณ์นั้น และผลลัพธ์สุดท้ายเชื่อมกลับสู่การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางของจังหวัดลำปาง ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

นิยามศัพท์

การถอดรหัส (Deciphering) หมายถึง กระบวนการวิเคราะห์ ทำความเข้าใจ และตีความองค์ความรู้ ภูมิปัญญา และคุณค่าทางวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ในสุราพื้นบ้านลำปาง ทั้งในมิติประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม ความเชื่อ พิธีกรรม กระบวนการผลิต และคุณสมบัติทางกายภาพและเคมี เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ที่เป็นระบบและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสูตรเครื่องดื่มผสมได้อย่างสร้างสรรค์

สุราพื้นบ้านลำปาง (Lamphang Local Liquor) หมายถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผลิตในจังหวัดลำปางโดยใช้วิธีการแบบดั้งเดิมและวัตถุดิบจากท้องถิ่น แบ่งออกเป็นสุรากลั่น (Distilled Liquor) และสุราหมัก (Fermented Liquor) ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ในด้านกรรมวิธีการผลิต

วัตถุดิบ รสชาติ กลิ่น และคุณสมบัติเฉพาะตัว ซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น และได้รับอนุญาตผลิตตามกฎหมายกระทรวงการอนุญาตผลิตสุรา พ.ศ. 2565 หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

การสร้างประสบการณ์ (Creation of Experience) หมายถึง การออกแบบและพัฒนากระบวนการนำเสนอเครื่องดื่มผสมจากสุราพื้นบ้านลำปางในรูปแบบที่กระตุ้นประสาทสัมผัสความรู้สึก และอารมณ์ของนักท่องเที่ยว ผ่านองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ รสชาติ กลิ่น ภาชนะ การตกแต่ง บรรยากาศ การเล่าเรื่อง และการสื่อความหมายทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างความประทับใจและความทรงจำที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดลำปางผ่านการบริโภคเครื่องดื่ม

การผสมเครื่องดื่ม (Mixology) หมายถึง ศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์เครื่องดื่มผสมที่ผสมผสานองค์ประกอบของการเป็นบาร์เทนเดอร์ ศิลปะการทำอาหาร และความรู้ทางเคมี เพื่อผลิตเครื่องดื่มที่มีความสมดุลของรสชาติ กลิ่น สี และการนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจ ในงานวิจัยนี้หมายถึงการนำสุราพื้นบ้านลำปางมาเป็นฐานหรือส่วนผสมหลักในการพัฒนาเครื่องดื่มผสมที่มีเอกลักษณ์ โดยคำนึงถึงการรักษาอัตลักษณ์ของสุราพื้นบ้านและการสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรม

เครื่องดื่มต้อนรับ (Welcome Drink) หมายถึง เครื่องดื่มที่ร้านอาหารหรือสถานบริการจัดเตรียมไว้เพื่อมอบให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาถึง เพื่อแสดงน้ำใจ การต้อนรับ และสร้างความประทับใจในเบื้องต้น ในงานวิจัยนี้เครื่องดื่มต้อนรับหมายถึงเครื่องดื่มผสมที่พัฒนาจากสุราพื้นบ้านลำปาง ซึ่งมีระดับแอลกอฮอล์ที่เหมาะสม มีการนำเสนอที่สวยงาม และมีการสื่อความหมายทางวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์การท่องเที่ยว

การทบทวนวรรณกรรม

1. บริบทของสุราพื้นบ้าน

สุราพื้นบ้านมีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความคิด ความเชื่อ และวิถีชีวิตของชุมชน อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการแสดงออกทางวัฒนธรรม และเป็นรูปแบบหนึ่งของการต่อต้านอิทธิพลจากภายนอก ไม่ว่าจะเป็นรัฐหรือกระแสโลกาภิวัตน์สะท้อนให้เห็นถึงชนบทนิยมท้องถิ่นที่มีความเฉพาะตัว นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการรักษา อัตลักษณ์ของชุมชนโดยไม่ยอมจำนนต่อการควบคุมของรัฐ (Peine, 2023) และในด้านองค์ประกอบทางเคมีของสุราพื้นบ้าน ยังสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดความหลากหลายทางวัฒนธรรมของภูมิภาคต่าง ๆ ได้อีกด้วย โดยสะท้อนผ่านสูตรและกระบวนการผลิตที่แตกต่างกันไปตามแต่ละท้องถิ่น โดยอิงจากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่มีอยู่และความรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน ส่งผลให้สุราที่ได้มีคุณลักษณะเฉพาะที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของภูมินาคนั้น ๆ

การผลิตสุราพื้นบ้านมีส่วนช่วยในการธำรงรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น และเป็นเครื่องมือในการสืบทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น โดยผ่านกระบวนการผลิตที่ใช้ทักษะ ประสบการณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมของชุมชน รวมถึงเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมความสัมพันธ์และความสามัคคีภายในกลุ่มคนในชุมชน นอกจากนี้ กระบวนการผลิตสุราที่ไม่ได้อยู่ภายใต้กรอบการควบคุมของรัฐ ยังสะท้อนให้เห็นถึงการต่อต้านอำนาจรัฐหรือระบบราชการที่พยายามควบคุมวัฒนธรรมของประชาชน (Peine, 2023)

การบริโภคสุราพื้นบ้านมีนัยสำคัญทางวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง การมีส่วนร่วมในประเพณีหรือเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับสุราพื้นบ้าน จึงช่วยเสริมสร้างความรู้สึกร่วมกันและความมั่นใจในอัตลักษณ์ของตน (He et al., 2024) และยังมีส่วนในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นของแท้หรือ “Authenticity” ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มคุณค่าให้กับวัฒนธรรมพื้นบ้านในสายตาของผู้เข้าร่วมและผู้สังเกตการณ์ (He et al., 2024)

แม้ว่าสุราพื้นบ้านจะมีศักยภาพในการเชื่อมโยงชุมชนและสร้างอัตลักษณ์ร่วมทางวัฒนธรรม แต่ในอีกมุมหนึ่ง การส่งเสริมหรือเผยแพร่สุราพื้นบ้านในวงกว้างอาจนำไปสู่การเหมารวมทางวัฒนธรรม (Cultural Stereotyping) หรือการลอกเลียนและนำไปใช้โดยขาดบริบทของวัฒนธรรมเดิม (Cultural Appropriation) อันนำไปสู่การตั้งคำถามเกี่ยวกับความแท้จริงและสิทธิในการเป็นเจ้าของทางวัฒนธรรม การตั้งประเด็นเหล่านี้จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนานโยบายที่เคารพในรากฐานทางวัฒนธรรมของชุมชน พร้อมทั้งคำนึงถึงจริยธรรมในการนำวัฒนธรรมพื้นบ้านเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจหรือเวทีโลก

โดยสรุป สุราพื้นบ้านเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นในหลากหลายมิติ ความเข้าใจในบริบทดังกล่าวเป็นรากฐานสำคัญที่นำไปสู่การออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความแท้และมีคุณค่า ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวยุคใหม่ให้ความสำคัญมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และการสร้างแบรนด์ของจุดหมายปลายทาง

การถอดรหัสและสร้างสรรค์วัฒนธรรมสุราพื้นบ้านสู่การสร้างประสบการณ์ในฐานะเครื่องดึงดูดนักท่องเที่ยวในธุรกิจร้านอาหารของจังหวัดลำปาง นอกจากการยกระดับประสบการณ์การรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวผ่านการผสมเครื่องดื่มแล้ว หลักการของทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในการออกแบบและประเมินประสบการณ์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับอารมณ์และประสาทสัมผัส ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวแสวงหาประสบการณ์ที่นอกเหนือไปจากการบริโภคสินค้าและบริการ โดยมีเป้าหมายเพื่อเชื่อมโยงกับจุดหมายปลายทางและวัฒนธรรมที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น จะสร้างความทรงจำที่ยั่งยืนและความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งกับเครื่องดื่มอัตลักษณ์ลำปาง ซึ่งแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์มุ่งเน้นในการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรดังต่อไปนี้ (Pine, and Gilmore, 1998)

1. การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวผ่านการสร้างอารมณ์และประสาทสัมผัส การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับแรงบันดาลใจจากอารมณ์และประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส เช่น รส กลิ่น สัมผัส และการมองเห็น รวมถึงอารมณ์ในระหว่างการเดินทาง
2. ประสบการณ์จากการเปลี่ยนแปลง ซึ่งนักท่องเที่ยวกำลังมองหาประสบการณ์ที่มีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงพวกเขาในทางใดทางหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการได้รับมุมมองใหม่ การเรียนรู้สิ่งใหม่ หรือการสร้าง ความทรงจำที่ยั่งยืน

3. ความแท้จริงและการซึ่บซึ่บวัฒนธรรม ความแท้จริงมีบทบาทสำคัญในการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับประสบการณ์ท้องถิ่นที่แท้จริงที่ช่วยให้พวกเขาเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ประเพณี และผู้คนในจุดหมายปลายทางได้

4. ประสบการณ์จากหลากหลายประสาทสัมผัส การมีส่วนร่วมจากหลายประสาทสัมผัสเป็นแนวคิดหลักในการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ นักท่องเที่ยวจะถูกดึงดูดไปยังประสบการณ์ที่กระตุ้นประสาทสัมผัสหลายอย่างไปพร้อมๆ กัน เช่น การชิมอาหารท้องถิ่น การฟังเพลงแบบดั้งเดิม และการชมการแสดงทางวัฒนธรรม

5. การเล่าเรื่อง เป็นเครื่องมืออันทรงพลังในการสร้างการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เรื่องเล่าและเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณีของจุดหมายปลายทาง โดยสามารถส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยวได้

6. การร่วมสร้างประสบการณ์ มักเกี่ยวข้องกับการร่วมสร้างประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการกำหนดประสบการณ์ของตนเอง ทำให้เป็นส่วนตัวและมีความหมายมากขึ้น

งานวิจัยร่วมสมัยได้ขยายกรอบแนวคิดของ Pine and Gilmore (1998) โดยเน้นว่าในบริบทการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสจากรสชาติและกลิ่นมีบทบาทนำเหนือมิติอื่นๆ ในการสร้างความประทับใจที่ยั่งยืน (Moreno-Lobato et al., 2025) และความแท้จริงของอาหารท้องถิ่น (Food Authenticity) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Li et al., 2023) นอกจากนี้ ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีคุณภาพยังส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางและความภักดีของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

ส่วนการสร้างแบรนด์ สำหรับจุดหมายปลายทาง (Destination Branding) เป็นแนวคิดทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและน่าดึงดูดสำหรับสถานที่หรือจุดหมายปลายทางเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ธุรกิจ และนักลงทุน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับจุดหมายปลายทางจากคู่แข่ง ถ่ายทอดคุณลักษณะอันเป็นเอกลักษณ์ และมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้คน ซึ่งมีข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวคิดการสร้างแบรนด์ของจุดหมายปลายทางดังนี้ (Anholt, 2002)

1. การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว การสร้างแบรนด์ของจุดหมายปลายทางเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ เอกลักษณ์นี้รวบรวมความหมายและสัญญาณทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ความงามทางธรรมชาติ และสถานที่ท่องเที่ยวของจุดหมายปลายทาง

2. การเชื่อมต่อทางอารมณ์ การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางที่มีประสิทธิภาพ โดยการพยายามสร้างการเชื่อมต่อทางอารมณ์กับผู้มีโอกาสเป็นผู้เข้าชม มีจุดมุ่งหมายเพื่อกระตุ้นอารมณ์เชิงบวกและความเชื่อมโยงที่ทำให้จุดหมายปลายทางน่าจดจำและเป็นที่น่าสนใจ

3. การเชื่อมโยง การเชื่อมโยงในข้อความของแบรนด์เป็นสิ่งสำคัญ ทุกแง่มุมของการตลาดของจุดหมายปลายทาง รวมถึงการโฆษณา การส่งเสริมการขาย และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ควรสอดคล้องกับเอกลักษณ์ของแบรนด์

4. การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางมักจะเกี่ยวข้องกับการร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจท้องถิ่น รัฐบาล และองค์กรชุมชน เพื่อให้แน่ใจว่ามีการนำเสนอจุดหมายปลายทางที่เป็นหนึ่งเดียวและแท้จริง

5. การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยเน้นจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์และความได้เปรียบในการแข่งขันที่ทำให้จุดหมายปลายทางนี้เป็นตัวเลือกที่น่าดึงดูดสำหรับผู้มาเยือน

6. การรับรู้และการจัดการภาพลักษณ์ การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางเกี่ยวข้องกับการจัดการการรับรู้และภาพลักษณ์ของสถานที่อย่างจริงจัง ซึ่งรวมถึงการตรวจสอบสื่อออนไลน์และออฟไลน์เพื่อรับคำติชมและบทวิจารณ์ และจัดการกับการรับรู้เชิงลบ

7. การลงทุนระยะยาว การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางที่ประสบความสำเร็จคือการลงทุนระยะยาวที่สามารถนำไปสู่การท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น การเติบโตทางเศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้อยู่อาศัย

8. การสร้างแบรนด์ที่ยั่งยืน ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ความยั่งยืนได้กลายเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทาง จุดหมายปลายทางต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนมากขึ้นเรื่อย ๆ และใช้สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ของแบรนด์

โดยสรุป ทั้งแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางต่างมุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างและความประทับใจที่ยั่งยืนให้กับนักท่องเที่ยว สุราพื้นบ้านลำปาง ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งในมิติประวัติศาสตร์ รสชาติ และเรื่องเล่า จึงเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพสูงในการขับเคลื่อนทั้งสองแนวคิดนี้ให้เกิดผล โดยเฉพาะผ่านการนำเสนอในรูปแบบเครื่องดื่มต้อนรับที่ออกแบบอย่างสร้างสรรค์

3. การหลอมรวมวัฒนธรรมลงในเครื่องดื่ม

การหลอมรวมวัฒนธรรมลงในเครื่องดื่ม (Infusion Of Culture In Drinks) เป็นกระบวนการที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างองค์ความรู้พื้นบ้าน พิษพรรณท้องถิ่น และภูมิปัญญาการบริโภคของชุมชน โดยเฉพาะผ่านการนำพืช สมุนไพร ผลไม้ และวัสดุธรรมชาติมาแช่หรือผสมในเครื่องดื่มทั้งชนิดไม่มีแอลกอฮอล์และชนิดที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งไม่เพียงมีบทบาทในการปรุงแต่งรสชาติและสีสันท่านั้น หากยังแฝงด้วยประโยชน์ด้านสุขภาพ และทำหน้าที่เป็นสื่อกลางของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

โดยเครื่องดื่มที่ได้จากการแช่พืชหรือผลไม้ เช่น น้ำผลไม้ผสมสมุนไพร (Herb-Infused Waters) หรือน้ำหมักผลไม้ มีคุณสมบัติเด่นในด้านการส่งเสริมสุขภาพ เนื่องจากอุดมไปด้วยสารไฟโตเคมีคอล เช่น ฟลาโวนอยด์ (Flavonoids) และสารประกอบฟีนอลิก (Phenolic Compounds) ซึ่งมีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระและลดการอักเสบ (Thiagarajah et al., 2019) เครื่องดื่มเหล่านี้จึงได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ และมักปรากฏในบริบทของการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมตามแนวทางธรรมชาติบำบัด

ในหลายประเทศ การแช่วัตถุดิบท้องถิ่นในเครื่องดื่มยังสะท้อนถึงวิถีการดำรงชีวิตและความรู้ด้านโภชนาการพื้นบ้าน โดยตัวอย่างที่น่าสนใจคือการนำแป้งจากลำต้นของพืช (Sorghum Bicolor) มาใช้ในเครื่องดื่มของชาวไนจีเรีย ซึ่งช่วยแต่งสีให้เครื่องดื่มดูน่าดื่มและเพิ่มแร่ธาตุจำเป็น เช่น แมกนีเซียมและธาตุเหล็ก (Adetuyi & Akpambang, 2006) แสดงให้เห็นถึงการบูรณาการระหว่างวัตถุดิบพื้นบ้านกับแนวคิดด้านโภชนาการในระดับชุมชน

การนำสมุนไพรหรือพืชพื้นบ้านมาแช่ในสุราเป็นแนวทางที่มีมาแต่โบราณ และพบในหลายวัฒนธรรมทั่วโลก เช่น การผสมเครื่องดื่มชาแบบหมักเข้ากับสุราแบบพื้นบ้านของอินเดียที่เรียกว่า “ฮาเรีย” (Haria) ซึ่งนอกจากจะเพิ่มรสชาติและกลิ่นหอม ยังมีสารประกอบต้านอนุมูลอิสระที่อาจมีผลดีต่อสุขภาพ (Majumder & Bhattacharya, 2024) โดยกระบวนการดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างการหมักแบบดั้งเดิมกับองค์ความรู้ทางสมุนไพรในบริบทท้องถิ่น

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติหลายชนิด เช่น ดอกไม้ รากไม้ ผลไม้ และเปลือกไม้ บ่งบอกถึงความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่หนึ่ง ๆ และสะท้อนถึงความเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมการดื่มกับระบบนิเวศ เช่น งานวิจัยของ Juárez-Aragón et al. (2024) ที่ศึกษาการใช้วัสดุชีวภาพหลากหลายในการผลิตเครื่องดื่มในชุมชนละตินอเมริกา ชี้ให้เห็นว่า วิธีการดังกล่าวมีความสำคัญทั้งในเชิงวัฒนธรรมและด้านความยั่งยืน เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์พันธุ์พืชท้องถิ่นและการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า

ในบริบทของประเทศไทย การหลอมรวมวัฒนธรรมในเครื่องดื่มปรากฏชัดในหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะการนำสมุนไพรพื้นบ้านมาใช้ทั้งในเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ เช่น น้ำสมุนไพร และในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น เหล้าดองสมุนไพร ซึ่งสะท้อนความสัมพันธ์อันลึกซึ้งระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่น พฤติกรรมการบริโภค และความเชื่อด้านสุขภาพ ซึ่งเครื่องดื่มสมุนไพรในประเทศไทย เช่น น้ำกระเจียว น้ำตะไคร้ น้ำใบเตย หรือน้ำเก็กฮวย ล้วนเป็นผลผลิตของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสมมายาวนาน วัตถุดิบเหล่านี้มักมีสรรพคุณทางยา เช่น ช่วยลดความดันโลหิต บรรเทาอาการอักเสบ หรือเสริมภูมิคุ้มกัน และมีการใช้อย่างแพร่หลายในระดับครัวเรือนและชุมชน น้ำสมุนไพรจึงไม่ได้เป็นเพียงเครื่องดื่มเพื่อดับกระหายเท่านั้น แต่ยังเป็นองค์ประกอบของวิถีชีวิตแบบไทยที่เน้นการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า

เหล้าดองสมุนไพรเป็นอีกหนึ่งตัวอย่างสำคัญของการหลอมรวมวัฒนธรรมในเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของไทย โดยเฉพาะในภาคเหนือและภาคอีสาน เช่น จังหวัดลำปาง น่าน หรือสุรินทร์ ที่นิยมใช้สมุนไพรพื้นบ้านหลายชนิด เช่น กำลังเสือโคร่ง เถาวัลย์เปรียง ดีปลี หญ้าหนวดแมว หรือเขากวางอ่อน นำมาหมักกับสุรากลั่นพื้นบ้าน (เหล้าขาว) โดยกระบวนการดองเหล้าเหล่านี้มักเกี่ยวพันกับความเชื่อเรื่องการบำรุงร่างกาย เสริมสมรรถภาพ หรือฟื้นฟูพลังชีวิต โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงวัยหรือผู้ที่วิถีชีวิตแบบแรงงาน อีกทั้งยังมีบทบาทในพิธีกรรมและประเพณี เช่น งานขึ้นบ้านใหม่ งานทำบุญ หรือการต้อนรับแขก

ในมิติทางวิทยาศาสตร์การอาหาร สุราหมักจากข้าวซึ่งเป็นฐานของสุราพื้นบ้านลำปางนั้น มีองค์ประกอบทางชีวเคมีที่น่าสนใจ งานวิจัยพบว่า กระบวนการหมักแบบดั้งเดิมก่อให้เกิดสารประกอบฟีนอลิก (Phenolic Compounds) และฟลาโวนอยด์ (Flavonoids) ในปริมาณที่มีนัยสำคัญ ซึ่งสารเหล่านี้มีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระและช่วยลดความเสี่ยงของโรคเรื้อรัง (Chay et al., 2020) นอกจากนี้ เครื่องดื่มหมักจากข้าวยังประกอบด้วยกรดอะมิโนอิสระ (Free Amino Acids) และเปปไทด์ที่มีฤทธิ์ทางชีวภาพ (Bioactive Peptides) ที่เกิดจากการย่อยสลายโปรตีนในกระบวนการหมัก (Cai et al., 2019) เมื่อนำสมุนไพรท้องถิ่น เช่น ขิง ตะไคร้ หรืออบเชย มาผสมในกระบวนการ Infusion ร่วมกับสุราพื้นบ้าน จะยิ่งเพิ่มความหลากหลายของสารไฟโตเคมีคอล (Phytochemicals) รวมถึงสารต้านการอักเสบ (Anti-Inflammatory Compounds) และสาร

ปฏิชีวนะจากธรรมชาติ (Antimicrobial Compounds) อีกด้วย (Buathong and Duangsrissai, 2023) ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์เหล่านี้ไม่เพียงสนับสนุนการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นในการพัฒนาสูตรเครื่องดื่ม แต่ยังช่วยยกระดับคุณค่าของสุราพื้นบ้านในฐานะ "เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเชิงวัฒนธรรม" (Cultural Functional Beverage) ที่สามารถสื่อสารต่อนักท่องเที่ยวได้

อย่างไรก็ตาม การใช้วัตถุดิบบางชนิด เช่น สัตว์ป่า หรือพืชที่ใกล้สูญพันธุ์ อาจส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพ หากไม่มีการควบคุมหรือแนวทางการจัดการอย่างยั่งยืน จึงมีความจำเป็นที่ต้องมีการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ควบคู่กับการอนุรักษ์ภูมิปัญญา เพื่อให้การผลิตเหล้าดองพื้นบ้านดำเนินต่อไปได้อย่างปลอดภัยและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

ทั้งน้ำสมุนไพรและเหล้าดองพื้นบ้านยังเป็น “ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม” (Cultural Product) ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และมีศักยภาพในการต่อยอดเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น กรณีของหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่ส่งเสริมการผลิตเครื่องดื่มสมุนไพรในรูปแบบบรรจุขวด หรือกิจกรรม “ดองเหล้าสมุนไพร DIY” ที่เปิดให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเรียนรู้วิธีการดองเหล้าในแบบพื้นถิ่น เป็นทั้งเครื่องมือในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และช่องทางสร้างรายได้ให้กับชุมชนผ่านแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

โดยสรุป การหลอมรวมวัฒนธรรมลงในเครื่องดื่มเป็นกระบวนการที่ผสมผสานมิติทางสังคม สุขภาพ และอัตลักษณ์เข้าด้วยกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาสุราพื้นบ้านลำปางในงานวิจัยนี้ ทั้งนี้ กระบวนการดังกล่าวต้องอาศัยความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของผู้บริโภคและความยั่งยืนทางนิเวศวิทยาควบคู่กันไปด้วย

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างสรรค์เครื่องดื่ม

การสร้างเครื่องดื่มเป็นการผสมผสานกันระหว่างศิลปะและวิทยาศาสตร์ ที่ต้องอาศัยความเข้าใจในองค์ประกอบของรสชาติ การเลือกสรรวัตถุดิบ และเทคนิคการเตรียมที่เหมาะสม การพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ ด้านเครื่องดื่มสามารถต่อยอดได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านโภชนาการ วิศวกรรมอาหาร และพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งสามารถนำไปสู่การสร้างสรรค์เครื่องดื่มที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

หนึ่งในหัวใจสำคัญของการสร้างเครื่องดื่ม คือการควบคุมสัดส่วนของกรด น้ำตาล และแอลกอฮอล์ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความรู้สึกขณะดื่ม การใช้กรดจากผลไม้ เช่น น้ำมะนาว นอกจากเพิ่มความเปรี้ยวแล้วยังช่วยเสริมโครงสร้างของรสชาติและเนื้อสัมผัสในปากให้ซับซ้อนยิ่งขึ้น ซึ่งเห็นว่าการผสมผสานขององค์ประกอบเหล่านี้มีผลต่อการรับรู้รสชาติและความพึงพอใจของผู้บริโภคในเครื่องดื่มประเภทค็อกเทลอย่างชัดเจน

นอกจากนี้ หลักการเลือกวัตถุดิบที่มีความเข้ากันได้หรือ “Ingredient Compatibility” ก็เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาเครื่องดื่มให้รสชาติกลมกลืน โดยอาศัยการจับคู่ของกลิ่นและรสที่เสริมกัน เช่น การใช้ผลไม้ร่วมกับสมุนไพรบางชนิด อาจสร้างเครื่องดื่มรสชาติที่แปลกใหม่

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้เปิดโอกาสใหม่ให้กับการผลิตเครื่องดื่ม ไม่ว่าจะเป็นเชิงพาณิชย์ หรือการสร้างสรรค์ด้วยตัวเอง เช่นระบบผสมเครื่องดื่มอัตโนมัติที่ใช้ไมโครคอนโทรลเลอร์ มีศักยภาพในการปรับปรุงกระบวนการผสมและทำความสะอาดอุปกรณ์ โดยสามารถตั้งโปรแกรมให้ควบคุม

สัดส่วนการผสมได้อย่างแม่นยำ ซึ่งช่วยลดความผิดพลาดที่เกิดจากมนุษย์ และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ

ในขณะเดียวกัน แนวคิดของการออกแบบฐานเครื่องดื่มที่ปรับแต่งได้ (Customizable Drink Bases) ก็กำลังเป็นที่นิยม โดยอาศัยน้ำบริสุทธิ์ระดับสูงเป็นตัวกลาง และเสริมด้วยแร่ธาตุหรือชุดรสชาติในรูปแบบผงหรือของเหลว เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถสร้างเครื่องดื่มตามความชอบเฉพาะบุคคลได้ งานวิจัยของ Hughes et al. (1997) ระบุว่าแนวทางนี้ตอบสนองแนวโน้มของการบริโภคที่เน้นสุขภาพ และสามารถสร้างความหลากหลายในการสร้างสรรค์รสชาติใหม่ให้กับเครื่องดื่ม อีกแง่หนึ่ง การออกแบบภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์ที่เอื้อต่อการผสมเครื่องดื่มก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งซึ่งช่วยพัฒนาประสบการณ์ของผู้บริโภค เช่น ภาชนะที่สามารถปิดผนึกได้อย่างมิดชิด และมีระบบแยกส่วนประกอบของเครื่องดื่ม จนกว่าจะถึงเวลาผสมใช้งานจริง วิธีการเช่นนี้มีข้อดีทั้งในแง่การรักษาความสดใหม่ของวัตถุดิบ และการเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน

โดยสรุป แนวคิดทางวิทยาศาสตร์การอาหารและการสร้างสรรค์เครื่องดื่มเป็นกรอบสำคัญที่ช่วยให้การพัฒนาสูตรค็อกเทลจากสุราพื้นบ้านลำปางในงานวิจัยนี้มีความน่าเชื่อถือทั้งในเชิงศิลปะและวิทยาศาสตร์ การบูรณาการความรู้จากทั้ง 4 หัวข้อข้างต้นจึงเป็นพื้นฐานที่นำไปสู่กระบวนการวิจัยและพัฒนาสูตรเครื่องดื่มในลำดับต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ให้เป็นรูปแบบหลักเนื่องจากเป็นแนวทางที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการศึกษาที่มุ่งสร้างการเปลี่ยนแปลงในชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนตั้งแต่การถอดรหัสภูมิปัญญาจนถึงการพัฒนาสูตรเครื่องดื่ม ซึ่งวิธีนี้ตอบโจทย์วัตถุประสงค์ได้ดีกว่าการวิจัยเชิงสำรวจที่ผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูลแยกจากกันอย่างชัดเจนใช้วิธีการผนวกกับการวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) เพื่อถอดบทเรียนและองค์ความรู้ นำมาวิเคราะห์สรุปและบรรยายเชิงพรรณนา

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 100 คน ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งการกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลในแต่ละกลุ่มอิงหลักความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ดังต่อไปนี้

- (1) ตัวแทนชุมชนผู้ผลิตสุรา 30 คน เพื่อให้ครอบคลุมผู้ผลิตสุราทุกประเภทในจังหวัดลำปาง (สาโท เหล้าข้าวโพด เหล้าขาว และเหล้าดองสมุนไพร) และมีความหลากหลายทางพื้นที่
- (2) ผู้ประกอบการร้านอาหาร 20 คน คัดเลือกร้านอาหารที่ให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นหลัก (Destination Restaurant)

- (3) นักผสมเครื่องดื่ม 10 คน คัดเลือกจากการเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในงานผสมเครื่องดื่ม
- (4) ผู้บริหารและหัวหน้าส่วนงานขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย 10 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงนโยบายและกฎหมาย
- (5) นักท่องเที่ยวผู้ร่วมทดสอบผลิตภัณฑ์ 25 คน เพื่อสะท้อนศักยภาพในการเป็นเครื่องดื่มที่ใช้ต้อนรับนักท่องเที่ยว
- (6) นักวิชาการ 5 คน ทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องของการตีความทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) 2) แนวทางการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion Guide) 3) แบบบันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation Form) และ 4) แบบบันทึกการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis Form) โดยร่างเนื้อหาจากกรอบแนวคิดทฤษฎีการถอดรหัสวัฒนธรรมและการสร้างประสบการณ์ลูกค้า

ภายหลังจึงการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำร่างเครื่องมือทั้งหมดเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญ เช่น ด้านคติชนวิทยา ด้านการท่องเที่ยว และด้านการตลาด เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อความถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) และทำการปรับปรุงเครื่องมือตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้มีความชัดเจน สื่อความหมายได้ตรงประเด็น และครอบคลุมมิติของวัฒนธรรมสุราพื้นบ้านและการประยุกต์ใช้ในธุรกิจร้านอาหาร ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis) อย่างเป็นระบบตามขั้นตอนคือการจัดกระทำข้อมูล (Data Preparation) โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และบันทึกการสังเกต มาถอดเทปแบบคำต่อคำ (Verbatim Transcription) และจัดหมวดหมู่ข้อมูลเบื้องต้น ภายหลังจึงลงรหัสและสร้างหมวดหมู่ (Coding and Categorizing) ด้วยการใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยเริ่มจากการลงรหัสสรวบยอด (Open Coding) เพื่อสกัดประเด็นสำคัญจากข้อความ แล้วจึงนำรหัสเหล่านั้นมาจัดกลุ่มเป็น หมวดหมู่หลัก (Themes) ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมสุราพื้นบ้านและองค์ประกอบของเครื่องดื่มต้อนรับ

หลังจากนั้นจึงการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยนำข้อมูลที่ได้ผ่านการสังเคราะห์มาเรียบเรียงและอธิบายความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล โดยใช้การพรรณนาวิเคราะห์ เพื่อให้เห็นภาพรวมของปรากฏการณ์ในพื้นที่ศึกษา และท้ายที่สุดคณะผู้วิจัยได้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation Check) เพื่อสร้างความเชื่อมั่น (Trustworthiness) โดยตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลจากแหล่งที่มาต่างกัน เช่น ข้อมูลจากผู้ผลิตสุราพื้นบ้าน

ผู้ประกอบการร้านอาหาร และนักท่องเที่ยวและเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากวิธีการที่ต่างกัน ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอตามวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ได้แก่ การถอดรหัสภูมิปัญญาวัฒนธรรมสุราพื้นบ้านลำปาง การพัฒนาสูตรเครื่องดื่มผสม และการเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการ โดยมีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การถอดรหัสภูมิปัญญาวัฒนธรรมสุราพื้นบ้านลำปาง

จากการศึกษาพบว่า สุราพื้นบ้านลำปางมีบทบาทสำคัญในหลายมิติที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสังคม วัฒนธรรม ความเชื่อ และเศรษฐกิจ โดยมีความหมายทางสัญลักษณ์และหน้าที่ทางสังคมอย่างลึกซึ้ง

1.1 มิติทางสังคม สุราพื้นบ้านทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ทางสังคม โดยเฉพาะในบริบทของการพบปะ การต้อนรับ และการเฉลิมฉลองในชุมชน การดื่มสุราร่วมกันเปรียบเสมือนการยืนยันสถานภาพของความเป็นมิตร ความไว้วางใจ และการเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายทางสังคมในชุมชน

1.2 มิติทางพิธีกรรม สุราถูกนำมาใช้ในพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อพื้นบ้านเป็นประจำ เช่น พิธีเลี้ยงผีปู่ย่า พิธีพ่อนผี และพิธีบายศรีสู่ขวัญ สุราถือเป็นของสังเวทียสำคัญที่แสดงถึงความเคารพต่อดวงวิญญาณบรรพชน โดยเชื่อกันว่าสุรามีพลังในการเชื่อมต่อระหว่างโลกมนุษย์กับโลกวิญญาณ



ภาพที่ 2 การใช้สุราพื้นบ้านร่วมกับอาหารในการประกอบเลี้ยงผีเจ้านาย
ที่มา: คณะผู้วิจัย

1.3 ภูมิปัญญาการผลิต การผลิตสุราพื้นบ้านในลำปางมีกระบวนการที่สั่งสมมาหลายชั่วอายุคน โดยพบสุราหลักประเภท ได้แก่ สาโท (สุราหมัก) เหล้าข้าวโพด เหล้าข้าว (สุรากลั่น) และเหล้าดอกสมุนไพร์ แต่ละประเภทมีกระบวนการผลิตและคุณลักษณะเฉพาะที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นและการปรับตัวตามสภาพภูมิศาสตร์และสภาพภูมิอากาศของจังหวัดลำปาง จากมุมมองทางวิทยาศาสตร์การอาหาร สุราแต่ละประเภทที่พบในลำปางมีคุณลักษณะทางเคมีที่แตกต่างกัน โดยสาโท (สุราหมัก

จากข้าว) มีปริมาณสารฟีนอลิก (Total Phenolic Content) และสารต้านอนุมูลอิสระในระดับที่วัดได้ ในขณะที่เหล้าดองสมุนไพรซึ่งใช้สมุนไพรพื้นบ้านเป็นส่วนผสม เช่น กำลังเสือโคร่ง หรือเถาว์ลยเปรียง มีสารไฟโตเคมีคอลจากพืชที่ละลายออกมาในกระบวนการแช่ดอง ข้อมูลเหล่านี้ช่วยสนับสนุนให้การเล่าเรื่อง (Storytelling) ของสุราพื้นบ้านลำปางในบริบทของธุรกิจร้านอาหารมีความน่าเชื่อถือทั้งในเชิงวัฒนธรรมและเชิงวิทยาศาสตร์ (Chay et al., 2020; Buathong & Duangsrisai, 2023)



ภาพที่ 3 โรงผลิตสถานประกอบการสุรากลั่นชุมชนเรือใบเงิน
ที่มา: คณะผู้วิจัย

2. สูตรเครื่องดื่มผสมจากสุราพื้นบ้านลำปาง (Lampang Series)

จากผลการถอดรหัสภูมิปัญญาวัฒนธรรมสุราพื้นบ้านลำปางในวัตถุประสงค์ที่ 1 คณะผู้วิจัยได้นำองค์ความรู้ที่ได้รับมาเป็นฐานในการพัฒนาสูตรเครื่องดื่มผสมในวัตถุประสงค์ที่ 2 โดยมีการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบใน 3 มิติ ดังนี้

มิติแรก คือ มิติทางสังคมและพิธีกรรมจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับบทบาทของสุราพื้นบ้านในพิธีกรรม เช่น พิธีเลี้ยงผีปู่ย่า และการต้อนรับแขก ถูกนำมาสร้างเป็นเรื่องราว (Storytelling) ประจำแต่ละสูตร เพื่อให้เครื่องดื่มสื่อความหมายทางวัฒนธรรมได้อย่างแท้จริง เช่น สูตร "พญาลอ" ที่ดึงเอาตำนานความรักอันโด่งดังของลำปางมาเป็นแนวคิดหลัก และสูตร "หงส์ฟ้า" ที่สื่อถึงสัญลักษณ์ความศักดิ์สิทธิ์ในวัฒนธรรมพื้นบ้าน

มิติที่สอง คือ มิติทางภูมิปัญญาการผลิต โดยความรู้เรื่องคุณลักษณะเฉพาะของสุราพื้นบ้านแต่ละประเภท ได้แก่ สาโท เหล้าข้าวโพด เหล้าขาว และเหล้าดองสมุนไพร ในด้านระดับแอลกอฮอล์รสชาติ และกลิ่น ถูกนำมาเป็นเกณฑ์ในการ เลือกสุราพื้นฐานของเครื่องดื่มผสม (Base Spirit) ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละสูตร และกำหนดส่วนผสมที่จะเสริมหรือสมดุลรสชาติตามหลักการ Mixology

มิติที่สาม คือ มิติทางอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยชุดข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบท้องถิ่นที่ผูกพันกับวิถีชีวิตชุมชนลำปาง เช่น หอมแดง สับปะรด เป็นต้น ถูกนำมากำหนดเป็น ส่วนผสมสำคัญ (Key Ingredients) ในแต่ละสูตร เพื่อให้เครื่องดื่มสะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะของจังหวัดได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังสรุปในตารางที่ด้านล่าง

ตารางที่ 1 สรุปสูตรค็อกเทล “Lampang Series”

ชื่อเครื่องดื่ม	เรื่องเล่า/แนวคิดส่วนผสมหลัก	ลักษณะเด่น
หอมแดง (Hom Daeng)	แรงบันดาลใจจากหอมแดงลำปาง พืชเศรษฐกิจสำคัญ ประกอบด้วย สุราพื้นบ้าน น้ำมะเขือเทศ หอมแดงและการปรุงรส	รสเผ็ดเค็มคาว แนว Bloody Mary
หงส์ฟ้า (Hong Fa)	สัญลักษณ์ของความงดงามและ ความศักดิ์สิทธิ์ ประกอบด้วยสุรา พื้นบ้าน น้ำผึ้งลำไย น้ำดอกไม้ ไข่ ขาว	สีม่วงอ่อน กลิ่นดอกไม้หวาน
นางพญาเสือโคร่ง	สมุนไพรเสือโคร่งที่มีชื่อเสียง ความ เข้มแข็ง ประกอบด้วยสุราพื้นบ้าน ชากระไชรีป น้ำแอปเปิ้ล สาเก	สีชมพูอ่อน ผสมไทย-ญี่ปุ่น
เมืองรถม้า	เอกลักษณ์เมืองลำปาง เมืองรถม้า แห่งเดียวในไทย ประกอบด้วยสุรา พื้นบ้าน วิสกี้ น้ำส้ม เมเปิ้ลไชรีป	แนว Old Fashioned เข้มข้น
พญาลอ (Phaya Lo)	ตำนานความรักพญาลอและนางผม หอม ประกอบด้วยสุราพื้นบ้าน น้ำ เบอร์รี่ น้ำส้ม น้ำมะนาว	หลายชั้นสี ชมพูถึงแดงเข้ม
ถ้วยตราไก่	เชรามิกถ้วยไก่ ผลิตภัณฑ์โด่งดัง ของลำปาง ประกอบด้วยสุรา พื้นบ้าน น้ำส้มเกลี้ยง น้ำผึ้ง อบเชย	สีส้มแดง เสิร์ฟในถ้วยไก่
สับปะรดสีเวียง	เผ็ดร้อนของซิงที่หมักในสุรา พื้นบ้าน สร้างความสมดุลระหว่าง ความหวาน เปรี้ยว และเผ็ด	ดื่มในยามบ่ายหรือช่วงเย็นเพื่อ คลายร้อนและเพิ่มพลังงาน
เวียงละกอน	มีรสขมจากบรเพ็ด ผสมความ หวานสับปะรดลำปาง	ขมหวาน
ถิ่นสล่า	หอมอบอุ่นของอบเชย ตามด้วย ความหวานละมุนของน้ำผึ้งและ น้ำตาลทรายแดง ความสดชื่นจาก มะนาว	ความเผ็ดร้อนเล็กน้อยจากบิท เทอร์หรือซิง
ช้างเผือก	ความหวานมันของกะทิและน้ำ มะพร้าว กับความเผ็ดร้อนของซิง และความสดชื่นจากมะนาว	ความนุ่มนวลครีมมี่และหนัก แน่น

แต่ละสูตรได้รับการออกแบบโดยคำนึงถึงหลักการสำคัญของ Mixology ได้แก่ ความสมดุล
ของรสชาติ (Balance) การใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบ (Local Ingredients) การเล่าเรื่อง

ผ่านเรื่องตลก (Storytelling) และการนำเสนอที่สวยงาม (Presentation) โดยใช้ภาษาเฉพาะของลำปาง เช่น ถ้วยเซรามิก ถ้วยดินเผา และแก้วที่ออกแบบเฉพาะ

3. การเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาแผนการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตสุราพื้นบ้านกับผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดลำปาง โดยมีกลยุทธ์หลัก ดังนี้

(1) การจัดเวิร์กช็อปถ่ายทอดความรู้ด้านการผสมเครื่องดื่มจากสุราพื้นบ้านให้แก่พนักงานบาร์เทนเดอร์และเจ้าของร้านอาหาร

(2) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ สมาคมร้านอาหารลำปาง สมาคมนักผสมเครื่องดื่มภาคเหนือ และวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตสุราพื้นบ้าน

(3) การทำแผนการประชาสัมพันธ์และแผนพับเมนูเครื่องดื่มที่บอกเล่าเรื่องราวทางวัฒนธรรมของสุราพื้นบ้านลำปางให้กับนักท่องเที่ยว

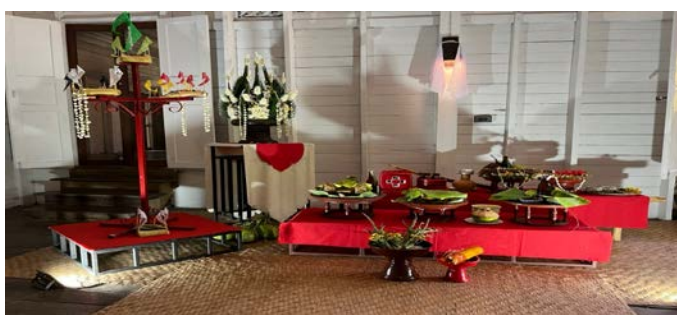
ผลการวิจัยนำเสนอตามวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ได้แก่ การถอดรหัสภูมิปัญญาวัฒนธรรมสุราพื้นบ้านลำปาง การพัฒนาสูตรเครื่องดื่มผสม และการเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการ โดยมีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การถอดรหัสภูมิปัญญาวัฒนธรรมสุราพื้นบ้านลำปาง

จากการศึกษาพบว่า สุราพื้นบ้านลำปางมีบทบาทสำคัญในหลายมิติที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสังคม วัฒนธรรม ความเชื่อ และเศรษฐกิจ โดยมีความหมายทางสัญลักษณ์และหน้าที่ทางสังคมอย่างลึกซึ้ง

1.1 มิติทางสังคม สุราพื้นบ้านทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ทางสังคม โดยเฉพาะในบริบทของการพบปะ การต้อนรับ และการเฉลิมฉลองในชุมชน การดื่มสุราด้วยกันเปรียบเสมือนการยืนยันสถานภาพของความเป็นมิตร ความไว้วางใจ และการเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายทางสังคมในชุมชน

1.2 มิติทางพิธีกรรม สุราถูกนำมาใช้ในพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อพื้นบ้านเป็นประจำ เช่น พิธีเลี้ยงผีปู่ย่า พิธีพ่อนผี และพิธีบายศรีสู่ขวัญ สุราถือเป็นของสังเวียสำคัญที่แสดงถึงความเคารพต่อดวงวิญญาณบรรพชน โดยเชื่อกันว่าสุรามีพลังในการเชื่อมต่อระหว่างโลกมนุษย์กับโลกวิญญาณ



ภาพที่ 2 การใช้สุราพื้นบ้านร่วมกับอาหารในการประกอบเลี้ยงผีเจ้านาย
ที่มา: คณะผู้วิจัย

1.3 ภูมิปัญญาการผลิต การผลิตสุราพื้นบ้านในลำปางมีกระบวนการที่สั่งสมมาหลายชั่วอายุคน โดยพบสุราหลักประเภท ได้แก่ สาโท (สุราหมัก) เหล้าข้าวโพด เหล้าข้าว (สุรากลั่น) และเหล้าดองสมุนไพร แต่ละประเภทมีกระบวนการผลิตและคุณลักษณะเฉพาะที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นและการปรับตัวตามสภาพภูมิศาสตร์และสภาพภูมิอากาศของจังหวัดลำปาง จากมุมมองทางวิทยาศาสตร์การอาหาร สุราแต่ละประเภทที่พบในลำปางมีคุณลักษณะทางเคมีที่แตกต่างกัน โดยสาโท (สุราหมักจากข้าว) มีปริมาณสารฟีนอลิก (Total Phenolic Content) และสารต้านอนุมูลอิสระในระดับที่วัดได้ในขณะที่เหล้าดองสมุนไพรซึ่งใช้สมุนไพรพื้นบ้านเป็นส่วนผสม เช่น กำลังเสือโคร่ง หรือเถาวัลย์เปรียง มีสารไฟโตเคมีคอลจากพืชที่ละลายออกมาในกระบวนการแช่ดอง ข้อมูลเหล่านี้ช่วยสนับสนุนให้การเล่าเรื่อง (Storytelling) ของสุราพื้นบ้านลำปางในบริบทของธุรกิจร้านอาหารมีความน่าเชื่อถือทั้งในเชิงวัฒนธรรมและเชิงวิทยาศาสตร์ (Chay et al., 2020; Buathong & Duangsrisai, 2023)



ภาพที่ 3 โรงผลิตสถานประกอบการสุรากลั่นชุมชนเรือใบเงิน
ที่มา: คณะผู้วิจัย

2. สูตรเครื่องดื่มผสมจากสุราพื้นบ้านลำปาง (Lampang Series)

จากผลการถอดรหัสภูมิปัญญาวัฒนธรรมสุราพื้นบ้านลำปางในวัตถุประสงค์ที่ 1 คณะผู้วิจัยได้นำองค์ความรู้ที่ได้รับมาเป็นฐานในการพัฒนาสูตรเครื่องดื่มผสมในวัตถุประสงค์ที่ 2 โดยมีการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบใน 3 มิติ ดังนี้

มิติแรก คือ มิติทางสังคมและพิธีกรรมจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับบทบาทของสุราพื้นบ้านในพิธีกรรม เช่น พิธีเลี้ยงผีปู่ย่า และการต้อนรับแขก ถูกนำมาสร้างเป็นเรื่องราว (Storytelling) ประจำแต่ละสูตร เพื่อให้เครื่องดื่มสื่อความหมายทางวัฒนธรรมได้อย่างแท้จริง เช่น สูตร "พญาลอ" ที่ดึงเอาตำนานความรักอันโด่งดังของลำปางมาเป็นแนวคิดหลัก และสูตร "หงส์ฟ้า" ที่สื่อถึงสัญลักษณ์ความศักดิ์สิทธิ์ในวัฒนธรรมพื้นบ้าน

มิติที่สอง คือ มิติทางภูมิปัญญาการผลิต โดยความรู้เรื่องคุณลักษณะเฉพาะของสุราพื้นบ้านแต่ละประเภท ได้แก่ สาโท เหล้าข้าวโพด เหล้าข้าว และเหล้าดองสมุนไพร ในด้านระดับแอลกอฮอล์ รสชาติ และกลิ่น ถูกนำมาเป็นเกณฑ์ในการ เลือกสุราพื้นฐานของเครื่องดื่มผสม (Base Spirit) ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละสูตร และกำหนดส่วนผสมที่จะเสริมหรือสมดุลรสชาติตามหลักการ Mixology

มิติที่สาม คือ มิติทางอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยชุดข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบท้องถิ่นที่ผูกพันกับวิถีชีวิตชุมชนลำปาง เช่น หอมแดง สับปะรด เป็นต้น ถูกนำมากำหนดเป็น ส่วนผสมสำคัญ (Key Ingredients) ในแต่ละสูตร เพื่อให้เครื่องดื่มสะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะของจังหวัดได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังสรุปในตารางที่ด้านล่าง

ตารางที่ 1 สรุปสูตรค็อกเทล “Lampang Series”

ชื่อเครื่องดื่ม	เรื่องเล่า/แนวคิด	ส่วนผสมหลัก	ลักษณะเด่น
หอมแดง (Hom Daeng)	แรงบันดาลใจจากหอมแดงลำปาง พืชเศรษฐกิจสำคัญ ประกอบด้วยสุราพื้นบ้าน น้ำมะเขือเทศ หอมแดงและการปรุงรส		รสเผ็ดเค็มควาว แนว Bloody Mary
หงส์ฟ้า (Hong Fa)	สัญลักษณ์ของความงดงามและความศักดิ์สิทธิ์ ประกอบด้วยสุราพื้นบ้าน น้ำผึ้งลำไย น้ำดอกไม้ ไข่ขาว		สีม่วงอ่อน กลิ่นดอกไม้หวาน
นางพญาเสือโคร่ง	สมุนไพรเสือโคร่งที่มีชื่อเสียง ความเข้มข้น ประกอบด้วยสุราพื้นบ้าน ชากระไชรีป น้ำแอปเปิ้ล สาเก		สีชมพูอ่อน ผสมไทย-ญี่ปุ่น
เมืองรถม้า	เอกลักษณ์เมืองลำปาง เมืองรถม้าแห่งเดียวในไทย ประกอบด้วยสุราพื้นบ้าน วิสกี้ น้ำส้ม เมเปิ้ลไชรีป		แนว Old Fashioned เข้มข้น
พญาลอ (Phaya Lo)	ตำนานความรักพญาลอและนางผมหอม ประกอบด้วยสุราพื้นบ้าน น้ำเบอร์รี่ น้ำส้ม น้ำมะนาว		หลายชั้นสี ชมพูถึงแดงเข้ม
ถ้วยตราไก่	เชรามิกถ้วยไก่ ผลิตภัณฑ์โด่งดังของลำปาง ประกอบด้วยสุราพื้นบ้าน น้ำส้มเกลี้ยง น้ำผึ้ง อบเชย		สีส้มแดง เสิร์ฟในถ้วยไก่
สับปะรดสีเวียง	เผ็ดร้อนของขิงที่หมักในสุราพื้นบ้าน สร้างความสมดุลระหว่างความหวานเปรี้ยว และเผ็ด		ดื่มในยามบ่ายหรือช่วงเย็นเพื่อคลายร้อนและเพิ่มพลังงาน
เวียงละกอน	มีรสขมจากบรเพ็ด ผสมความหวาน สับปะรดลำปาง		ขมหวาน
ถิ่นสล่า	หอมอบอุ่นของอบเชย ตามด้วยความหวานละมุนของน้ำผึ้งและน้ำตาลทรายแดง ความสดชื่นจากมะนาว		ความเผ็ดร้อนเล็กน้อยจากบิทเทอร์ สหรือขิง
ช้างเผือก	ความหวานมันของกะทิและน้ำมะพร้าวกับความเผ็ดร้อนของขิงและความสดชื่นจากมะนาว		ความนุ่มนวลครีมมี่และหนักแน่น

แต่ละสูตรได้รับการออกแบบโดยคำนึงถึงหลักการสำคัญของ Mixology ได้แก่ ความสมดุลของรสชาติ (Balance) การใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบ (Local Ingredients) การเล่าเรื่องผ่านเครื่องดื่ม (Storytelling) และการนำเสนอที่สวยงาม (Presentation) โดยใช้ภาษาเฉพาะของลำปาง เช่น ถ้วยเซรามิก ถ้วยดินเผา และแก้วที่ออกแบบเฉพาะ

3. การเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

คณะผู้วิจัยได้พัฒนาแผนการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตสุราพื้นบ้านกับผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดลำปาง โดยมีกลยุทธ์หลัก ดังนี้

(1) การจัดเวิร์กช็อปถ่ายทอดความรู้ด้านการผสมเครื่องดื่มจากสุราพื้นบ้านให้แก่พนักงานบาร์เทนเดอร์และเจ้าของร้านอาหาร

(2) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ สมาคมร้านอาหารลำปาง สมาคมนักผสมเครื่องดื่มภาคเหนือ และวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตสุราพื้นบ้าน

(3) การทำแผนการประชาสัมพันธ์และแผนพับเมนูเครื่องดื่มที่บอกเล่าเรื่องราวทางวัฒนธรรมของสุราพื้นบ้านลำปางให้กับนักท่องเที่ยว

อภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของสุราพื้นบ้านลำปางในการเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของ Pine and Gilmore (1998) ที่เน้นการสร้างความประทับใจและความทรงจำที่มีความหมายแก่นักท่องเที่ยวผ่านการมีส่วนร่วมและการกระตุ้นประสาทสัมผัสหลายด้าน

การถอดรหัสภูมิปัญญาวัฒนธรรมสุราพื้นบ้านในมิติต่าง ๆ ทั้งมิติทางสังคม พิธีกรรม และกระบวนการผลิต ผลการวิจัยยืนยันว่าสุราพื้นบ้านลำปางทำหน้าที่เป็นสื่อกลางทางวัฒนธรรมในลักษณะเดียวกับที่ Peine (2023) พบในบริบทของ Appalachian และ Carpathian Mountains อย่างไรก็ตาม งานของ Peine มุ่งเน้นมิติการต่อต้านอำนาจรัฐ ในขณะที่งานวิจัยนี้เผยให้เห็นมิติใหม่ที่แตกต่างออกไป กล่าวคือ การแสดงบทบาทในการสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนและภาคธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งเป็นข้อค้นพบที่สำคัญและยังไม่ปรากฏในงานวิจัยระดับนานาชาติก่อนหน้านี้

การพัฒนาสูตรเครื่องดื่มผสม Lampang Series ที่บูรณาการศาสตร์การผสมเครื่องดื่ม (Mixology) เข้ากับองค์ความรู้ท้องถิ่น เป็นนวัตกรรมที่สามารถยกระดับสุราพื้นบ้านให้เป็นที่ยอมรับในวงการเครื่องดื่มระดับสากล โดยยังคงรักษาเอกลักษณ์และความแท้ของวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่ง Garcès (2024) เสนอว่า Storytelling เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งงานวิจัยยืนยันข้อเสนอดังกล่าวมา แต่ยังคงพัฒนาต่อยอดด้วยการแสดงให้เห็นว่า Storytelling ที่มีพลังที่สุดในบริบทสุราพื้นบ้านลำปางมาจากการบูรณาการ 3 ชั้น ได้แก่ ชั้นประวัติศาสตร์ ชั้นพิธีกรรม และชั้นวิทยาศาสตร์ (องค์ประกอบทางเคมีและโภชนาการ) ซึ่งการผสมผสานชั้นนี้ทำให้เรื่องเล่ามีความน่าเชื่อถือมากกว่าการใช้ Storytelling เชิงวัฒนธรรมอย่างเดียว

การเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเป็นกลไกสำคัญในการนำสุราพื้นบ้านสู่นักท่องเที่ยว โดยการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียช่วยให้เกิดระบบนิเวศทางธุรกิจที่

ยั่งยืนและสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น แม้ Anholt (2002) จะเน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทาง แต่กรอบแนวคิดของนั้นถูกพัฒนาขึ้นในบริบทของแบรนด์ระดับชาติ (Nation Branding) ซึ่งเป็นระดับระดับมหภาค งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าหลักการเดียวกันสามารถประยุกต์ใช้ได้ในระดับจุลภาคคือระดับชุมชนผู้ผลิต และพิสูจน์ว่าการสร้างระบบนิเวทางธุรกิจที่เชื่อมผู้ผลิตสุราพื้นบ้านกับธุรกิจร้านอาหารสามารถเกิดขึ้นได้จริงในบริบทไทย ซึ่งเป็นสิ่งที่งานวิจัยในประเทศไทยก่อนหน้านี้ยังไม่ได้พิสูจน์อย่างเป็นรูปธรรม (Vorakhuttanon et al., 2023; Chirakranont & Sunanta, 2021)

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานยังมีข้อจำกัดบางประการ เช่น ข้อกำหนดทางกฎหมายเกี่ยวกับการผลิตและจำหน่ายสุราพื้นบ้าน ความพร้อมของวัตถุดิบท้องถิ่นบางชนิด และการยอมรับของผู้บริโภคที่อาจต้องใช้เวลาในการสร้างความเข้าใจและความนิยม ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการแก้ไขและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณางานวิจัยที่ผ่านมาในบริบทประเทศไทย พบว่ามีความพยายามในการนำสุราท้องถิ่นมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ โดย Vorakhuttanon et al. (2023) ศึกษาศักยภาพของสุรากลั่นชุมชนในไทยในฐานะผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่น และเสนอแนะให้มีการปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อเปิดพื้นที่ให้ผู้ผลิตรายย่อยสามารถเข้าสู่ห่วงโซ่การท่องเที่ยวได้มากขึ้น ในขณะที่ Chirakranont & Sunanta (2021) ศึกษาการประยุกต์ใช้ทฤษฎีเศรษฐกิจแห่งประสบการณ์กับการท่องเที่ยวเชิงเครื่องดื่มในประเทศไทย และพบว่าการสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายผ่านกระบวนการผลิตและเรื่องเล่าของเครื่องดื่มท้องถิ่นมีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยเหล่านี้มีความสอดคล้องกับข้อค้นพบของงานวิจัยนี้ และยืนยันว่าการพัฒนาเครื่องดื่มท้องถิ่นให้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีศักยภาพสูงในการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับพื้นที่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้งาน

1.1) หน่วยงานภาครัฐและส่วนปกครองท้องถิ่น เช่น จังหวัดลำปาง, สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด, สรรพสามิตพื้นที่ ควรบูรณาการนโยบายส่งเสริม "Soft Power" ด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยผลักดันให้สุราพื้นบ้านที่ผ่านการถอดรหัสวัฒนธรรมแล้ว เป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง โดยการสนับสนุนการขึ้นทะเบียนมาตรฐานผลิตภัณฑ์และปรับปรุงระเบียบข้อบังคับท้องถิ่น เพื่อเปิดพื้นที่ให้ผู้ผลิตรายย่อยสามารถเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจท่องเที่ยวและบริการได้อย่างยั่งยืน

1.2) สถาบันการศึกษาและหน่วยงานพัฒนาฝีมือแรงงาน ควรนำองค์ความรู้เรื่อง "สูตรเครื่องดื่มต้อนรับ (Welcome Drink)" จากงานวิจัยไปพัฒนาเป็นหลักสูตรระยะสั้น (Non-degree) หรือเวิร์กช็อป โดยมุ่งเน้นการฝึกทักษะการผสมเครื่องดื่ม (Mixology) ที่ผสมเรื่องเล่าทางวัฒนธรรม (Storytelling) ให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารและบุคลากรบริการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบในท้องถิ่นและยกระดับประสบการณ์การต้อนรับ

1.3) ภาคเอกชนและสมาคมด้านการท่องเที่ยว เช่น สมาคมร้านอาหาร ททท. สำนักงานลำปาง ควรจัดทำแผนการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experience Marketing) โดยใช้ "สุราพื้นบ้านลำปาง" เป็นจุดขายในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยพัฒนาแคมเปญประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (เช่น Facebook, TikTok) โดยชูจุดเด่นของเครื่องดื่มต้อนรับที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตดั้งเดิมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่สนใจการบริโภคเชิงวัฒนธรรม (Cultural Consumption)

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1) ควรมีการศึกษาเชิงปริมาณเกี่ยวกับความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มผสมจากสุราพื้นบ้านของนักท่องเที่ยว

2.2) ควรมีการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการส่งเสริมสุราพื้นบ้านเพื่อการท่องเที่ยวในระยะยาว

2.3) ควรมีการพัฒนาโมเดลธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับการจำหน่ายเครื่องดื่มผสมจากสุราพื้นบ้านในบริบทต่างๆ

2.4) ควรขยายการศึกษาไปยังสุราพื้นบ้านของจังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับภูมิภาค

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง “งบประมาณเงินอุดหนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกว.) ประเภท Fundamental Fund ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568” คำรับรองเลขที่ ววน. 007/2568

เอกสารอ้างอิง

- Adetuyi, A. O. and Akpambang, V. O. E. (2006). The nutritional value of Sorghum bicolor stem flour used for infusion drinks in Nigeria. **Biological Sciences-PJSIR**, 49(4), 276–280.
- Anholt, S. (2002). Nation branding: A continuing theme. **Journal of Brand Management**, 10(1), 59–60.
- Buathong, R. and Duangsrirai, S. (2023). Plant ingredients in Thai food: A well-rounded diet for natural bioactive associated with medicinal properties. **PeerJ**, 11, e14568.
- Cai, H., Zhang, Q., Shen, L., Luo, J., Zhu, R., Mao, J., Zhao, M. and Cai, C. (2019). Phenolic profile and antioxidant activity of Chinese rice wine fermented with different rice materials and starters. **LWT - Food Science and Technology**, 111, 226–234.
- Chay, C., Dizon, E. I., Hurtada, W. A., Elegado, F. B., Norng, C. and Raymundo, L. C. (2020). Total phenolic content and antioxidant activity of rice wine from

- waxy pigmented and non-pigmented rice varieties produced by traditional and multi-parallel fermentation. **Food Research**, 4(1), 199–206.
- Chirakranont, R. and Sunanta, S. (2021). Applications of experience economy in craft beer tourism: A case study in Thailand's context. **Sustainability**, 13(18), 10448.
- Garcês, S. (2024). Gastronomy experiences, authenticity, and storytelling in tourism destinations: A conceptual paper. **Cultural, gastronomy, and adventure tourism development**. 191–206.
- He, Q., Lin, S., Wu, Y. and Ding, R. (2024). Cultural identity, cultural confidence, and folk activities: An empirical study of the folk culture of Moon-cake Gambling at the Mid-Autumn Festival in Xiamen, China. **Journal of Psychology in Africa**, 34(1), 80–87.
- Hughes, K., MacKintosh, A. M., Hastings, G., Wheeler, C., Watson, J. and Inglis, J. (1997). Young people, alcohol, and designer drinks: Quantitative and qualitative study. **BMJ**, 314(7078), 414–418.
- Juárez-Aragón, M. C., Moreno-Ramírez, Y. D. R., Torres-Acosta, R. I. and Torres-Castillo, J. A. (2024). Article biodiversity inside bottles: Animals, fungi, and plants in traditional alcoholic drinks. **Frontiers in Nutrition**, 11, 1368110.
- Li, F. (S.), Su, Q., and Ma, J. (2023). How do food authenticity and sensory appeal influence tourist experience? The moderating role of food involvement. **International Journal of Tourism Research**, 25(1), 109–122.
- Majumder, S. and Bhattacharya, M. (2024). Himalayan fermented beverages and their therapeutic properties with scientific validations: a comprehensive review. **Journal of Ethnic Foods**, 11(1), 44.
- Moreno-Lobato, A., Di-Clemente, E., Campón-Cerro, A.-M., and Pasaco-González, B.-S. (2025). Exploring gastronomic experiences: Tourists' emotions, quality of life and behavioural intentions. **Tourism and Hospitality Research**, 25(4), 607–620.
- Peine, E. (2023). Trans-mountain Moonshine: Liquor, identity, and resistance in the Appalachian and Carpathian Mountains. **Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series IV: Philology and Cultural Studies**, 65–74.
- Pine, B. J. and Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. **Harvard Business Review**, 76(4), 97–105.
- Regan, G. (2003). **The joy of mixology: The consummate guide to the bartender's craft**. Clarkson Potter.

Thiagarajah, K., Ong, M. K., Teh, L. K. and Lye, H.-S. (2019). Plants infused water as preferred healthy drinks. **Non-alcoholic beverages**. 367–402. Woodhead Publishing.

Vorakhuttanon, K., Widtayakornbundit, S. and Sawangwong, S. (2023). Thai distilled spirit as cultural product for local tourism development in Thailand. **Academic Journal Phranakhon Rajabhat University**, 14(2), 225–239.

ประวัติแนบท้ายบทความ

	Name and Surname: Pannathat Kalaya Highest Education: Ph.D. (Tourism Development), Maejo University University or Agency: Lampang Rajabhat University Field of Expertise: Creative Tourism, Cultural Management, Cultural Tourism Address: 119 M.9 T.Chomphu, Muang Lampang, Lampang Province
	Name and Surname: Kanok-orn Sirithiti Highest Education: M.A. (Tourism Business Management), Chiangmai University University or Agency: Lampang Rajabhat University Field of Expertise: Tourism Business, Hospitality Business Address: 119 M.9 T.Chomphu, Muang Lampang, Lampang Province
	Name and Surname: Soravich Mulinta Highest Education: Ph.D. (Industrial Chemistry), Chiangmai University University or Agency: Lampang Rajabhat University Field of Expertise: Ceramics Technology, Industrial Chemistry Address: 119 M.9 T.Chomphu, Muang Lampang, Lampang Province