

วัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ สู่กระบวนการถอดนัยยะการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก Food Culture in the Tradition of the Tenth Month (Sart Day) to the Implication Process Design of Souvenir Product Design

งามเพชร อัมพรวัฒนพงศ์* และ พิษณุ อนุชาญ**
Ngampetch Ampornwattanapong* and Phitsanu anucharn**

Received : December 26, 2022 Revised : September 25, 2023 Accepted : October 9, 2023

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา และ 2) สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากรูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ ผู้วิจัยมีวิธีการศึกษาและสร้างเครื่องมือในการทดลอง เพื่อการสร้างแนวความคิดในการออกแบบดังนี้ 1) ทบทวนรูปแบบแนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ ด้วยวิธีการสำรวจ 2) แบบสอบถามความเข้าใจประเพณีวันสารทเดือนสิบ และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก จากกลุ่มผู้บริโภคและกลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 3) การสัมภาษณ์คนในชุมชน และผู้มีความรู้ในท้องถิ่น เรื่องแนวคิด นัยยะ ความหมาย และภูมิปัญญาที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ เพื่อนำไปสู่กระบวนการสร้างแนวความคิดในการออกแบบ โดยการค้นหาอัตลักษณ์ และถอดความหมาย นัยยะของวัฒนธรรมอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ สู่การสรุปแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สามารถสื่อสารถึงวัฒนธรรมอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ นอกจากนี้ยังพิจารณาถึงศักยภาพ ความสามารถ และข้อจำกัดด้านวัสดุของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นหลัก โดยสรุปความต้องการและทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ ของใช้ส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.70 สินค้าเก็บสะสม มีค่าเฉลี่ย 4.34 และของประดับตกแต่ง มีค่าเฉลี่ย 4.46 ตามลำดับ ออกแบบร่วมกับการใช้วัสดุหลักและภูมิปัญญาที่พบในพื้นที่ ได้แก่ วัสดุพื้นถิ่น (เส้นใยตาลโตนด) ภูมิปัญญาเชิงช่าง (งานไม้) การถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านลวดลายบนผ้าบาติก และการวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มโหนดทั้ง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนา และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโกเมนทร์บาติก

* สาขาวิชาสถาปัตยกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, เมืองสงขลา 90000

* Lecturer, Department of Architecture Faculty of Architecture

** Lecturer, Department of Architecture Faculty of Architecture

E-mail: Ngampetch.a@rmutsv.ac.th*, phitsanu.a@rmutsv.ac.th**

Abstract

This research aims to 1) to study the conceptual implication model and the story of food's culture in the tradition of the tenth month (Sart Day) in the South of Thailand at Songkhla Lake watershed area. 2) To create a product prototype souvenirs from forms, concepts, implications and wisdom of food culture in the tradition of the tenth month (Sart Day) .The researcher had the methods' study and create experimental tools for the creation of concepts in the design as follows 1) Review the concepts, implications and wisdom of food in the tradition in the tradition of the tenth month (Sart Day) by survey. 2) The questionnaire on the understanding of the traditions in the tradition in the tradition of the tenth month (Sart Day) and souvenir products from consumer groups and the entrepreneurs group of souvenir products. 3) Community interviews and local scholars on concepts, implications, meanings and wisdom related to food culture in the tradition in the tradition of the tenth month (Sart Day). That led to the process of conceptualizing the design by searching for identity and decipher Implications of Food Culture in the tradition of the tenth month (Sart Day) to summarize the concept of designing souvenir products that can communicate the food culture in the tradition of the tenth month (Sart Day) by taking into account the importance and potential, capabilities and material limitations of the community enterprise group. In summary, the needs and directions for designing souvenir products for tourism from a questionnaire of a sample of 100 people. It was found that the sample group had the highest demand for souvenir products in the top 3, namely personal items. have the highest average of 4.70, collectibles have an average of 4.34 and decorations have an average of 4.46 respectively. The design is combined with the use of main materials and wisdom found in the area, including vernacular materials. (Palm palm fiber) Craftsmanship wisdom (woodwork). Transferring culture through patterns on batik fabric and the analysis of the potential of the community enterprise group, namely, the Node Thing Community Enterprise, Suan Petch Plai Na Mushroom House Community Enterprise and the community enterprise of the Garment Batik Group.

คำสำคัญ: แนวความคิด วัฒนธรรมอาหาร ประเพณีวันสารทเดือนสิบ นัยยะ

Keywords: concept, food culture, tradition of the tenth month (Sart Day), implication

บทนำ

ประเพณีวันสารทเดือนสิบเป็นประเพณีพื้นถิ่นของภาคใต้ ที่สืบทอดกันมาอย่างช้านาน สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างพระพุทธศาสนากับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ภาคใต้ อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความกตัญญู กตเวทิต่อบรรพบุรุษ ความรักความสามัคคีของครอบครัวและคนในชุมชน โดยเชื่อกันว่าบรรพบุรุษที่เสียชีวิตไปแล้ว จะตกนรกกลายเป็นเปรตลูกหลานจึงต้องทำบุญอุทิศส่วนกุศลไปให้ ซึ่งจะมีการเปิดประตูนรกเพื่อให้บรรพบุรุษกลับมา และทำบุญในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 10 และจะกลับไปยังนรกภูมิในวันแรม 15 ค่ำ เดือน 10 ช่วงเวลาดังกล่าวจึงเป็นช่วงที่ลูกหลานจะได้มีโอกาสทำบุญให้กับบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว (ชาญกิจ ขอบท่ากิจ, 2523)

การจัดหมักรับ เป็นภาษาใต้หมายถึงการจัดสำหรับ ประเพณีหมักรับเป็นประเพณีที่พำขึ้นในเทศกาลวันสารทเดือนสิบของชาวปักษ์ใต้ นับเป็นกิจกรรมสำคัญอย่างหนึ่งที่แฝงนัยยะ ความเชื่อและภูมิปัญญาของคนในอดีตที่สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน (ผจญ มีจิตต์, 2558) โดยสิ่งที่เป็นหัวใจสำคัญในการจัดหมักรับ คือ ขนม 5 อย่าง ได้แก่ 1.) ขนมพอง เป็นสัญลักษณ์แทนแพสำหรับญาติผู้ล่วงลับใช้ล่องข้ามห้วงมหรณพ 2.) ขนมลา เป็นสัญลักษณ์แทนแพพรพรรณเครื่องนุ่งห่ม บางท้องถิ่นเชื่อว่าทำขึ้นสำหรับเปรตจำพวกที่มีปากเล็กเท่ารูเข็ม เพื่อจะได้ดึงมารับประทานที่ละเอียดเพราะปากเล็กรับประทานอาหารชิ้นใหญ่ๆ เป็นคำๆ ไม่ได้ 3.) ขนมกง (ไข่ปลา) เป็นสัญลักษณ์แทนเครื่องประดับ 4.) ขนมเมฆาหรือดีซ่า บางถิ่นเรียกว่า “เบซ่า” หรือบางที่เรียกว่าขนม “เงาะหู” หรือขนม “เงาะรู” เป็นสัญลักษณ์แทนเงินเบี้ยสำหรับใช้สอยบางท้องถิ่นเชื่อว่าเพื่อใช้เป็นตุ้มหู และ 5.) ขนมบ้า เป็นสัญลักษณ์แทนลูกสะบ้าสำหรับญาติผู้ตายจะได้ใช้เล่นลูกสะบ้าในวันสงกรานต์ (ดิเรก พรตตะเสน, 2519) อีกทั้งยังมีขนมอื่นๆ ที่นิยมใช้ในประเพณีวันสารทเดือนสิบ อาทิ ขนมต้ม ขนมปัด ขนมเทียน ฯลฯ ซึ่งขนมเหล่านี้เป็นเอกลักษณ์ของประเพณีวันสารทเดือนสิบ นับเป็นภูมิปัญญาทางด้านอาหารของภาคใต้ที่ถูกสอดแทรกนัยยะ ความเชื่อของประเพณีวันสารทเดือนสิบ รวมทั้งสอดแทรกความเป็นวิถีชีวิตของคนพื้นถิ่นภาคใต้ในอดีตที่มีความสัมพันธ์กับการระลึกถึงบรรพบุรุษผู้ล่วงลับเป็นการหลอมรวมความผูกพันของคนในครอบครัว

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ เพื่อใช้ในการสร้างแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่มีความเฉพาะและโดดเด่น สามารถสื่อสารความเป็นประเพณีวันสารทเดือนสิบพื้นถิ่น ผ่านรูปแบบ นัยยะ ความเชื่อ และภูมิปัญญาด้านอาหารของคนในอดีตที่สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
- 2) สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากรูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้

วิธีการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม

- 1) ประชากรกลุ่มที่ 1 คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือมีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารที่พบในประเพณีวันสารทเดือนสิบในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พื้นที่จังหวัดสงขลาจำนวน 10 คน
- 2) ประชากรกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา จำนวน 18 กลุ่ม
- 3) ประชากรกลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมงานประเพณีวันสารทเดือนสิบที่จัดขึ้นในพื้นที่จังหวัดสงขลา จำนวน 100 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม

- 1) กลุ่มตัวอย่างที่ 1 หมายถึง กลุ่มผู้มีความรู้ ได้แก่ การนำวัฒนธรรมในการประกอบอาหารในช่วงเทศกาลประเพณีวันสารทเดือนสิบ มาร่วมกิจกรรมประเพณี และกลุ่มคนที่ยังทำขนมประกอบในพิธีวันสารทเดือนสิบเพื่อการดำรงชีพ

2) กลุ่มตัวอย่างที่ 2 หมายถึง กลุ่มผู้ปฏิบัติ ได้แก่ กลุ่มผู้ทำงาน ผู้ให้บริการและผู้ค้าขายสินค้าของที่ระลึก กลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรม กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มผู้ประกอบการทั้งที่มาจากภาครัฐและเอกชน

3) กลุ่มตัวอย่างที่ 3 หมายถึง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเข้าร่วมกิจกรรมในงานประเพณีวันสารทเดือนสิบ และกลุ่มนักท่องเที่ยวตามพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ศึกษาข้อมูลวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้

เรื่องของรูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ ศึกษาจากหนังสือ ตำรา เอกสารและทบทวนวรรณกรรม รวมทั้งลงพื้นที่เก็บข้อมูลและระดมความคิดเห็นจากคนในชุมชนและผู้มีความรู้ในท้องถิ่น โดยใช้เครื่องมือดังนี้

1) แบบสำรวจสำหรับนักวิจัย ใช้เก็บข้อมูลทางด้านวัฒนธรรมอาหาร ที่สามารถพบในประเพณีวันสารทเดือนสิบ ใช้สำรวจกับเจ้าของภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ในพื้นที่อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ

2.2 การออกแบบเครื่องมือวิจัย

สรุปและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้สร้างเครื่องมือวิจัย สำหรับเก็บข้อมูลในการลงพื้นที่ โดยเครื่องมือวิจัยได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

1) แบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้มีความรู้ในเรื่องประเพณีวันสารทเดือนสิบ และกลุ่มชาวบ้านที่ประกอบอาหารคาวหวานในประเพณีวันสารทเดือนสิบ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยร่วมในประเพณีวันสารทเดือนสิบ เพื่อทราบถึงรูปแบบ แนวคิด นัยยะ ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ ความต้องการ และความชอบที่ได้ในประเพณีวันสารทเดือนสิบ รวมทั้งแง่มุมความคิดเห็นด้านการตลาด และการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อประเมินความพึงพอใจในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการกระบวนการถอดความหมายเพื่อสร้างแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับนักวิจัย ใช้เก็บข้อมูลจากหัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้มีความรู้เรื่องกิจกรรมประเพณีวันสารทเดือนสิบ เพื่อทราบถึงรูปแบบ แนวคิด นัยยะ ภูมิปัญญาวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เพื่อนำไปสู่การศึกษาวัฒนธรรมอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และเพื่อเป็นแนวทางสู่การออกแบบที่มีความเหมาะสมตามกลุ่มเป้าหมายต่อไป

2.3 กระบวนการสร้างแนวความคิดในการออกแบบ

การค้นหาลักษณะ และกระบวนการถอดรูปแบบ นัยยะ ความหมาย ของวัฒนธรรมอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ เพื่อสรุปเป็นกรอบแนวความคิดในกระบวนการออกแบบชิ้นงานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

2.4 กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

โดยนำกรอบแนวความคิดที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูลด้านวัฒนธรรมอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ รวมทั้งข้อมูลด้านการศึกษาความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ได้จากแบบสอบถาม มาใช้ในการสร้างแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยวิธีบรรยายและภาพประกอบ

ผลการศึกษา

จากวิธีการศึกษาและการใช้เครื่องมือข้างต้น พบว่า การศึกษาและรวบรวมข้อมูลวัฒนธรรมของอาหารหลักในพิธี อาหารประกอบในพิธี ทั้งอาหารคาวและอาหารหวานในประเพณีวันสารทเดือนสิบ มีประเภทอาหาร นัยยะและการสื่อความหมายของอาหารที่เหมือนกัน เมื่อถอดรูปแบบและนัยยะที่สำคัญแล้ว สามารถนำมาสู่กระบวนการสร้างแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยมีปัจจัยที่ต้องคำนึงต่อกระบวนการสร้างแนวความคิดคือ ศักยภาพและความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านงานออกแบบ การวิเคราะห์กระบวนการผลิต การสร้างเรื่องราว การสื่อสาร และความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา เน้นการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเป็นเอกลักษณ์ในการผลิตชิ้นงาน มีผลนำไปสู่ความเป็นไปได้ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ ศักยภาพความพร้อมและกำลังการผลิตของกลุ่ม ได้แก่ เส้นใยตาลโดนดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโหนดทิ้งใบตาลโดนดและไม้ตาลโดนดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนา รวมถึงการสร้างลวดลายผ้าบาติกที่สื่อถึงวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโกเมนทร์บาติก โดยผู้วิจัยยกตัวอย่างการสร้างแนวความคิดพอสังเขป ดังนี้

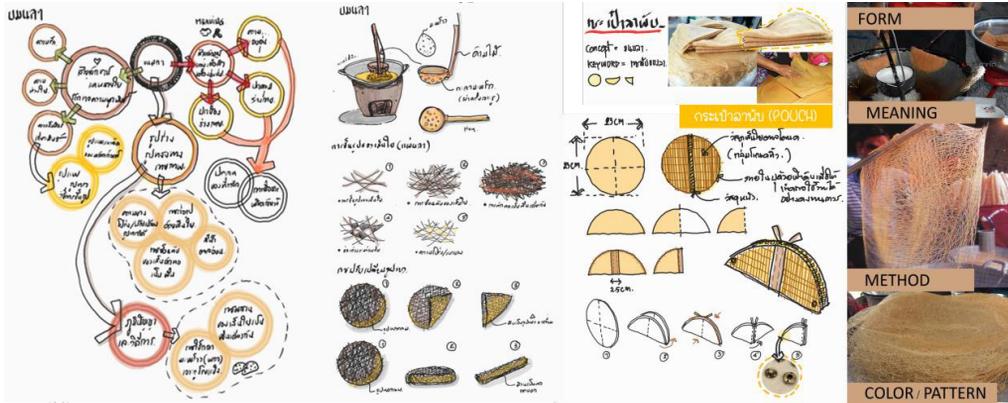
1) นัยยะและแนวความคิดจากขนมบ้า นำมาวิเคราะห์ออกแบบร่วมกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโกเมนทร์บาติก เป็นกลุ่มที่มีวัสดุหลักเป็นผ้าบาติกและเศษผ้าบาติก ซึ่งมีความหลากหลายของสีสันทันและลวดลาย สามารถนำมาต่อยอดให้เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในลักษณะของงานแฮนด์เมด ผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดที่จะออกแบบและสร้างทางเลือกในการซื้อของฝากสำหรับผู้ที่มาเที่ยวในช่วงเทศกาลในรูปแบบของที่ระลึก เพื่อเป็นสัญลักษณ์ให้เกิดความระลึกถึงประเพณีได้อย่างชัดเจนและสามารถเก็บหรือพกพาติดตัวได้ โดยนำนัยยะของขนมบ้า ที่มีความหมายแทนลูกสะบ้า ซึ่งเป็นอุปกรณ์การเล่นในสมัยก่อน แสดงออกถึงความสนุกสนาน เพลิดเพลิน โดยการถอดลักษณะกายภาพภายนอกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีรูปทรงวงกลมแบนเล็กน้อย พื้นผิวภายนอกของขนมบ้ามีการตกแต่งเป็นจุดๆ เล็กๆ (งาขาว) มีสีสันทันสุดใส่นำรับประทาน ลักษณะโหนดสีเหลืองทอง จึงมีการออกแบบตัดเย็บบริเวณศีรษะให้มีการผูกผ้าไว้เพื่อให้มีบุคลิกขี้เล่น อารมณ์ดี สอดคล้องกับความสนุกสนานในการเล่นในสมัยก่อน และตกแต่งให้ถือลูกสะบ้าไว้เพื่อสื่อความหมายให้มีความชัดเจนมากขึ้น โดยการใช้เศษผ้ามาเย็บและดัดแปลงเป็นชุดเสื้อที่เป็นวงกลมสีเหลืองทองและมีจุดๆ สีขาวเหมือนรูปทรงของขนมบ้า



ภาพที่ 1 แสดงนัยยะและแนวความคิดจากขนมบ้า

2) นัยยะและแนวความคิดจากขนมลา นำมาวิเคราะห์ห่อออกแบบร่วมกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโหนดทิ้ง โดยมีวัสดุหลักของกลุ่มเป็นเส้นใยตาลโตนด มีลักษณะเป็นเส้นใยเล็กๆ สีน้ำตาล ลักษณะภายนอกมีความสอดคล้องกับนัยยะของขนมลาที่แสดงออกถึงสายใยรักทอความผูกพัน และความรักใคร่กลมเกลียวของคนในครอบครัว ทั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์กรรมวิธีการทำขนมลา เพื่อนำไปสู่กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนตัว จากการถอดแนวความคิดของขนมลาพับ ขนมลาชนิดหนึ่งที่ใช้กรรมวิธีการพับแผ่นลาจากรูปทรงวงกลมเป็นรูปทรงสามเหลี่ยม ซึ่งผู้วิจัยเห็นถึงความน่าสนใจของขนมลาชนิดนี้ ที่มีวิธีการพับเป็นรูปทรงสามเหลี่ยมเพื่อให้ขนมลามีขนาดเล็ก และยังสามารถคลี่ออกมาเป็นผืนใหญ่เช่นเดิมได้ ซึ่งทางผู้วิจัยได้นำแนวคิดของวิธีการดังกล่าวมาใช้ในการออกแบบกระเป๋าขนาดเล็กที่สามารถพกพาได้สะดวก (Pouch) โดยมีหน้าที่ใช้สอยในการใส่เหรียญ ธนบัตร หรือใส่โทรศัพท์มือถือได้ ซึ่งรูปแบบของกระเป๋าดังกล่าวจะใช้วิธีการพับของขนมลามาเป็นวิธีการปรับขนาดของกระเป๋า โดยจะสามารถปรับเปลี่ยนขนาดและรูปแบบการใช้งานได้ 2 ลักษณะคือ การพับ 1 ครั้ง จะใช้สำหรับการใส่ธนบัตร

และใส่โทรศัพท์มือถือ และการพับ 2 ครั้งจะใช้สำหรับการใส่เหรียญหรือต้องการจะให้กระเป๋ามีขนาดเล็กที่สุดเพื่อนำไปใส่ในกระเป๋าอื่นๆ ที่มีพื้นที่จำกัดอีกครั้ง ทั้งนี้โหนดที่ใช้จะใช้สีของเนื้อวัสดุซึ่งเป็นโทนสีน้ำตาลอ่อน-เข้ม และวัสดุอื่นๆ ที่นำมาใช้ประกอบจะเลือกใช้เป็นโหนดสีที่มีความใกล้เคียงกัน



ภาพที่ 2 แสดงนัยยะและแนวความคิดจากขนมลาพับ

3) นัยยะและแนวคิดจากหมับหรือสำรับ นำมาวิเคราะห์ออกแบบร่วมกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนา โดยการใช้วัสดุในท้องถิ่นมาสร้างสรรค์และผลิตชิ้นงานของใช้อุปกรณ์สำนักงาน เช่น ไม้เนื้อแข็งในชุมชน ใบตาลโตนดและเนื้อไม้ต้นตาลโตนด โดยหมับหรือสำรับในประเพณีวันสารทเดือนสิบมีนัยยะแทนข้าวของเครื่องใช้ที่ใช้ส่งให้กับผู้ล่วงลับ เพื่อนำไปใช้ในโลกรหน้า และแทนความหมายถึงสิ่งเคารพบูชาของคนในพื้นที่ คือองค์เจดีย์วัดพระธาตุจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีการตัดตอนและแบ่งส่วนรูปทรงหมับ ได้นำเอาแนวความคิดของการจัดหมับในรูปแบบการจำลององค์เจดีย์ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับองค์เจดีย์สมัยรัตนโกสินทร์ โดยมีลักษณะทรงสูง และมียอดแหลม ซึ่งจากแนวความคิดในการจัดหมับดังกล่าว ได้นำมาใช้ในการออกแบบสัดส่วนและรูปทรงของที่รองแก้ว โดยใช้วิธีการซ้อนชั้นของรูปทรงกลมขึ้นไปเป็นชั้นๆ เหมือนการซ้อนชั้นขององค์เจดีย์ ซึ่งในแต่ละชั้นของรูปทรงกลมแทนค่าเสมือนขนมในประเพณีสารทเดือนสิบทั้ง 5 ชนิด ที่ขาดได้ในการจัดหมับ โดยประกอบด้วย ชั้นล่าง

สุดเป็นเสมือนพานหรือถาดที่ใช้ในการจัดหมักรับ ชั้นที่ 1 ขนมะลา, ชั้นที่ 2 ขนมังหรือขนมไข่ปลา, ชั้นที่ 3 ขนมะปอง, ชั้นที่ 4 ขนมะเจาะหู, ชั้นที่ 5 ขนมะบ้า และชั้นสุดท้ายเป็นยอดดอกล์เจดีย์ ซึ่งแต่ละชั้นนั้นจะมีหน้าที่ใช้งานที่แตกต่างกันออกไป ในส่วนชั้นที่เป็นขนมทั้ง 5 ชนิด จะใช้เป็นที่รองแก้วขนาดต่างๆ และในส่วนของชั้นบนสุดส่วนที่เป็นรูปทรงของยอดเจดีย์ใช้สำหรับทับกระดาษ และในส่วนของชั้นล่างสุดเมื่อขึ้นส่วนอื่นๆ ถูกถอดนำไปใช้งาน ชั้นล่างสุดจะสามารถเป็นที่เสียบดินสอดหรือปากกาได้โดยรอบ ซึ่งในการออกแบบชิ้นงานดังกล่าวนอกเหนือจากชิ้นงานจะถูกออกแบบให้สามารถใช้งานได้แล้วนั้นยังใช้สำหรับเป็นของที่ระลึกที่สามารถตั้งโชว์ได้อีกด้วย



ภาพที่ 3 แสดงนัยยะและแนวความคิดจากหมักรับ หรือสำรับ

อภิปรายผลและสรุปผลวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการศึกษาวัฒนธรรมประเพณีวันสารทเดือนสิบ ในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน 2 ประเด็น ได้แก่ 1) ศึกษารูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ และ 2) สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากรูปแบบแนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ โดยจากการศึกษาวิจัยครอบคลุมในทุกกระบวนการแล้วนั้น ผู้วิจัยได้รวบรวมวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล โดยอธิบายแจกแจงดังนี้

1) ศึกษา รูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ พบว่า การค้นหาแนวความคิดและนัยยะ จากแบบสอบถามประชากรตัวอย่างจำนวน 3 กลุ่ม สรุปได้ดังนี้

1.1) รูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ พบว่า ในทุกพื้นที่จะประกอบด้วยอาหารหลักในพิธีที่ใช้ในการประกอบหมรับ (หมรับ) หรือสำหรับ ได้แก่ ขนมลา ขนมเจาะหู ขนมพอง ขนมบ้า และขนมไข่ปลา มีความหมายและนัยยะแฝงเช่นเดียวกัน อาจด้วยเพราะมีวัตถุดิบและกรรมวิธีการทำที่คล้ายคลึงกัน ทำให้สามารถสื่อถึงนัยยะของขนมแต่ละชนิดได้เหมือนกัน เพื่อนำแนวคิดที่ได้จากการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น และสร้างการจดจำที่แปลกใหม่ไปจากองค์ความรู้เดิมของผู้บริโภคในเรื่องของประเพณีวัฒนธรรม และสามารถสะท้อนถึงความหมายที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ได้ ถือเป็น การแบ่งปันประสบการณ์และความหมายทางวัฒนธรรมที่มีค่า สอดคล้องกับ Justin Baker (2019) ที่เคยกล่าวถึงในหัวข้อการออกแบบเชิงอารมณ์ (Emotional Design) ว่า การออกแบบเชิงอารมณ์เป็นการออกแบบที่เชื่อมโยงความรู้สึกระหว่างผู้ใช้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างประสบการณ์อันน่าพึงพอใจ เน้นปลูกฝังผู้ใช้งานให้รู้สึกถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนและน่าประทับใจ เริ่มต้นด้วยการสร้างความต้องการจากการนำเสนอแนวความคิด ประสบการณ์ผ่านการออกแบบ ต่อมาจึงเกิดเป็นความจำเป็นต้องใช้งานผลิตภัณฑ์ และเมื่อผลิตภัณฑ์นั้นเกิดคุณค่าตามที่คาดหวังไว้ ผู้ใช้งานจะเริ่มวางใจในผลิตภัณฑ์ และรู้สึกว่าเป็นสิ่งจำเป็นต้องใช้ สุดท้ายผู้คนจะชื่นชอบและแบ่งปันผลิตภัณฑ์นี้กับผู้อื่น ถือเป็น การช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดและชุมชน สอดคล้องกับ ประทับใจ สุวรรณธาดา และศักดิ์ชาย สิกขา (2561) ที่เคยกล่าวไว้ในวิจัย เรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา : ในเขตพื้นที่ภาคอีสานตอนบน ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้สามารถดำเนินการได้ในทุกผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ซึ่งจะเป็นการช่วยสืบสานต้นทุนท้องถิ่นให้อยู่คู่กับชุมชนต่อไป

2) การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากรูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ ความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน พบว่า ต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทของสะสม ประเภทประดับตกแต่ง และประเภทของใช้ โดยคำนึงด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านโครงสร้างและความแข็งแรง ด้านรูปแบบและความสวยงาม ด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ และด้านการจัดจำหน่าย โดยสรุปได้ 2 ประเด็น ดังนี้

2.1) สรุปการถอดนัยยะและแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว สรุปได้ว่า ผู้วิจัยนำการถอดนัยยะและความหมายที่ได้จากวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบทั้ง 8 อย่าง ได้แก่ ขนมลา ขนมเจาะหู ขนมพอง ขนมบ้า ขนมไข่ปลา ต้มสามเหลี่ยม แกงสมรม และการจัดหมรับ (หมรับ) หรือสำหรับ นำมาสร้างแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยมีความสอดคล้องและสามารถสื่อถึงความเป็นวัฒนธรรมด้านอาหารผ่านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอย่างเหมาะสมกับกลุ่มผู้ผลิต

2.2) สรุปความต้องการและทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน พบว่า 1.) กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ ของใช้ส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.70 สินค้าเก็บสะสม มีค่าเฉลี่ย 4.34 และของประดับตกแต่ง มีค่าเฉลี่ย 4.46 ตามลำดับ ออกแบบร่วมกับการใช้วัสดุหลักและภูมิปัญญาที่พบในพื้นที่ ได้แก่ วัสดุพื้นถิ่น (เส้นใยตาลโตนด) ภูมิปัญญาเชิงช่าง (งานไม้) การถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านลวดลายบนผ้าบาติก และการวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มโหนดทัง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนา และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโกเมนทร์บาติก และ 2.) ทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่ 1 ด้านรูปแบบและรูปลักษณ์ภายนอก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.00 ว่าด้วยเรื่องรูปร่างของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามกระแสความนิยม ในช่วงนั้นๆ ปัจจัยที่ 2 ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.40 ว่าด้วยผลิตภัณฑ์จะต้องมีความ แข็งแรง คงทน เหมาะสมกับการใช้งาน ปัจจัยที่ 3 ด้านอัตลักษณ์และการสื่อความหมาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.40 ว่าด้วยผลิตภัณฑ์มีเรื่องราว หรือ

เรื่องเล่าความเป็นมาที่น่าสนใจ ปัจจัยที่ 4 ด้านวัสดุและการผลิต มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.36 ว่าด้วยวัสดุจะต้องมีความแข็งแรง คงทน และปัจจัยที่ 5 ด้านบรรจุภัณฑ์หีบห่อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.36 ว่าด้วยบรรจุภัณฑ์หีบห่อจะต้องส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความต้องการทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อการท่องเที่ยว

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
การศึกษาความถูกต้องของกลุ่มผลิตภัณฑ์				
1.	เซตอุปกรณ์สำนักงาน	3.49	0.60	พอใจปานกลาง
2.	เซตของใช้ส่วนตัว	4.70	0.53	พอใจมากที่สุด
3.	เซตเบ็ดเตล็ด	3.77	0.68	พอใจมาก
4.	เซตของประดับตกแต่ง	4.14	0.56	พอใจมาก
5.	เซตเครื่องประดับ	3.86	0.70	พอใจมาก
6.	เซตสินค้าเก็บสะสม, ตั้งโชว์	4.34	0.50	พอใจมาก
7.	เซตของใช้ทั่วไป	4.20	0.66	พอใจมาก
ปัจจัยด้านรูปแบบและรูปลักษณ์ภายนอก				
1.	รูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามกระแสความนิยม ในช่วงนั้นๆ	4.00	0.77	พอใจมาก
2.	ผลิตภัณฑ์จะต้องมีสีสันทันตามแนวโน้ม (Trend) ที่จะเกิดขึ้นในแต่ละปีนั้นๆ	4.21	0.77	พอใจมาก
3.	ผลิตภัณฑ์จะต้องแสดงออกถึง วัฒนธรรมที่ท่านและผู้รับชื่นชอบ	3.97	0.78	พอใจมาก
4.	ผลิตภัณฑ์จะต้องมีรูปแบบ ที่มีความหรูหรา	3.96	0.97	พอใจมาก
ปัจจัยด้านประโยชน์ใช้สอย				
1.	ผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถใช้ประโยชน์ได้ มากกว่า 1 รูปแบบ	4.23	0.59	พอใจมาก
2.	ผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถใช้ได้ในหลายๆ วาระ โอกาสและสถานที่	4.07	0.84	พอใจมาก
3.	ผลิตภัณฑ์ต้องสามารถใช้งานได้จริงและสามารถเป็นของที่ระลึกตั้งโชว์ได้	4.27	0.75	พอใจมาก
4.	ผลิตภัณฑ์จะต้องมีความคงทน แข็งแรง เหมาะสมกับการใช้งาน	4.40	0.67	พอใจมาก
ปัจจัยด้านอัตลักษณ์และการสื่อความหมาย				
1.	ผลิตภัณฑ์มีเรื่องราว หรือเรื่องเล่าความเป็นมาที่น่าสนใจ	4.46	0.72	พอใจมาก
2.	สีสันทันและลวดลายของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาหรือเทศกาลสำคัญๆ ในพื้นที่ได้อย่างชัดเจน	4.31	0.73	พอใจมาก
3.	ผลิตภัณฑ์จะต้องสะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่หรือชุมชนนั้นๆ	4.37	0.68	พอใจมาก
ปัจจัยด้านวัสดุ / การผลิต				
1.	ผลิตภัณฑ์จะต้องผลิตมาจากวัสดุธรรมชาติ ปลอดภัยและมี	4.31	0.71	พอใจมาก
2.	ผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นวัสดุที่ผลิตภายในชุมชน หรือวิสาหกิจชุมชน	4.32	0.75	พอใจมาก
3.	วัสดุจะต้องมีความคงทนแข็งแรง	4.36	0.67	พอใจมาก
4.	ผลิตภัณฑ์ผลิตจากวัสดุใดก็ได้	3.82	1.02	พอใจมาก
ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์หีบห่อ				
1.	บรรจุภัณฑ์หีบห่อจะต้องมีความแปลกใหม่ที่น่าสนใจ	4.20	0.72	พอใจมาก
2.	บรรจุภัณฑ์หีบห่อจะต้องส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น	4.36	0.72	พอใจมาก
3.	บรรจุภัณฑ์ช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์สามารถเคลื่อนย้ายหรือซื้อกลับได้สะดวก	4.16	0.69	พอใจมาก

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย งบประมาณเงินกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมประจำปี พ.ศ. 2563 เป็นงานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทศว.) และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย รวมถึงผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่ได้ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ จนวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ประโยชน์อันใดที่เกิดจากงานวิจัยนี้ย่อมเป็นผลมาจากความกรุณาของท่านและหน่วยงาน ผู้วิจัย จึงใคร่ขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- Chankit Chophthamkit. (1980). *souvenir In the tradition of the tenth month (Sart Day) 1979 of Nakhon Si Thammarat Province*. Bangkok: Krung Siam Printing.
- ชาญกิจ ขอบทำกิจ. (2523). *เดือนสิบ' 23 ที่ระลึกในการจัดงานบุญสารทเดือนสิบ ประจำปี 2522 ของ จังหวัดนครศรีธรรมราช*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานครพิมพ์.
- Justin, B. (2019). The art of emotions. 3 levels of emotional design by Don Norman. Retrieved from <https://medium.muz.li/the-art-of-emotion-normans-3-levels-of-emotional-design-88a1fb495b1d>
- Direk Phottasen. (1976). Wichcha. *journal Nakhon Si Thammarat Rajabhat University*, 2(1).
- ดิเรก พรตตะเสน. (2519) วิชชา. *วารสารวิทยาลัยครูนครศรีธรรมราช*, 2(1).
- Prathabjai Suwanthada and Sakchai Sikka. (2018). Community Product Design and Development Applying the Cultural Capital and Wisdom : in the Upper Northeastern Region. *Journal of Faculty of Fine and Applied Arts, University Maha Sarakham*, 9, 137-155.
- ประทับใจ สุวรรณชาติ และศักดิ์ชาย สิกขา. (2561). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา : ในเขตพื้นที่ภาคอีสานตอนบน. *วารสารคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 9, 137-155.

