

วัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ
สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา
Food Culture in the Tenth Lunar Month Festival Towards Design
the Souvenir Products to Promote Cultural Tourism
in Songkhla Lake Basin

งามเพชร อัมพรวัฒนพงศ์^{1*} และ พิชณุ อนุชาญ²

¹⁻²อาจารย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา 90000

Ngampetch Ampornwattanapong^{1*} and Phitsanu anucharn²

¹⁻² Lecturer Faculty of Architecture,
Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla, Thailand, 90000

*Email: Ngampetch.a@rmutsv.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญา ทางวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ ในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 2) สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากแนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ 3) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงสร้างสรรค์ วิธีดำเนินการวิจัย คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ และการลงพื้นที่ พบว่า วัฒนธรรมอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบในพื้นที่ภาคใต้มีความคล้ายคลึงกัน จากการศึกษาความต้องการและศักยภาพด้านการตลาด เพื่อประเมินทิศทางการออกแบบ และความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ด้วยแบบสอบถาม 3 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้มีความรู้ด้านวัฒนธรรมอาหาร ผู้ผลิตงานหัตถกรรม และนักท่องเที่ยว โดยผลจากการสอบถามพบว่า 1) การประเมินศักยภาพด้านการตลาด และความต้องการผลิตภัณฑ์ ผลประเมินที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การตัดสินใจเลือกซื้อตามประเภทของผลิตภัณฑ์ 2) ประเมินความต้องการและทิศทางการออกแบบในประเด็นสำคัญ คือ รูปแบบ รูปลักษณ์ ประโยชน์ใช้สอย การสื่อความหมาย วัสดุการผลิต และบรรจุภัณฑ์ นำมาสู่กระบวนการออกแบบและพัฒนาต้นแบบ โดยคำนึงถึงศักยภาพกลุ่มผู้ผลิต และผลประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.50 (S.D = 0.57) นำไปสู่การออกแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ และการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว โดยการขับเคลื่อนของชุมชน สู่การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก วัฒนธรรมอาหาร ประเพณีวันสารทเดือนสิบ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the patterns, concepts, implications, and wisdom of food culture in the Festival of the Tenth Lunar Month South of Thailand at Songkhla Lake watershed area. 2) to create a prototype of souvenir products from concepts, implications, and wisdom of food culture in the Festival of the Tenth Lunar Month 3) to promote tourism according to the cultural and creative tourism development plan. The method

of research was to collect data of food wisdom in the Festival of the Tenth Lunar Month and field visits. It was found that, food culture in the Festival of the Tenth Lunar Month in the southern region was similar. Based on a study of marketing needs and potentials to evaluate the direction of design and satisfaction towards souvenir products for tourism, a questionnaire method was employed with three sample groups the masters of food culture, the handicraft makers, and the tourists. The results found that 1) The evaluation of marketing potential and product demand. The highest average was purchasing decisions according to product type. 2) Evaluate the needs and design directions in the important points: form, appearance, function, implication, material, production, and packaging that lead to the design and prototype development process by considering the potential of the producer group and product satisfaction evaluation results It was found that satisfaction was at a good level with an average of 4.50 (S.D = 0.57) leading to creativity activities design and connecting tourist routes by driven community to improve cultural tourism potential in Songkhla Lake Basin Area.

Keywords: Souvenir products, Food culture, Festival of the Tenth Lunar Month

Received: February 7, 2023; **Revised:** July 4, 2023; **Accepted:** September 4, 2023

1. บทนำ

ประเพณีวันสารทเดือนสิบเป็นประเพณีพื้นถิ่นของภาคใต้ ที่สืบทอดกันมาอย่างช้านาน สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างพระพุทธศาสนากับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ภาคใต้ อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความกตัญญูต่อบรรพบุรุษและความรักความสามัคคีของครอบครัวและคนในชุมชน โดยเชื่อกันว่าบรรพบุรุษที่เสียชีวิตไปแล้วจะตกนรกกลายเป็นเปรตลูกหลาน จึงต้องทำบุญอุทิศส่วนกุศลไปให้ ซึ่งจะมีการเปิดประตูนรกเพื่อให้บรรพบุรุษกลับมา และทำบุญในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 10 และจะกลับไปยังนรกภูมิในวันแรม 15 ค่ำ เดือน 10 ช่วงเวลาดังกล่าวจึงเป็นช่วงที่ลูกหลานจะได้มีโอกาสทำบุญให้กับบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว (ชาญกิจ ขอบทำกิจ, 2523)

การจัดหมรับ หรือสำรับในประเพณีวันสารทเดือนสิบนั้น นับเป็นกิจกรรมสำคัญอย่างหนึ่งที่แฝงนัยยะ ภูมิปัญญา และความเชื่อของคนในอดีตที่สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน โดยสิ่งที่เป็นหัวใจสำคัญในการจัดหมรับ คือ ขนม 5 อย่าง ได้แก่ ขนมพอง ขนมลา ขนมบ้า ขนมดีซำ ขนมกงหรือขนมไข่ปลา อีกทั้งยังมีขนมอื่น ๆ ที่นิยมใช้ในประเพณีวันสารทเดือนสิบ อาทิ ขนมต้ม ขนมปัด ขนมเทียน ฯลฯ ซึ่งขนมเหล่านี้เป็นเอกลักษณ์ของประเพณีวันสารทเดือนสิบนับเป็นภูมิปัญญาทางด้านอาหารของภาคใต้ที่ถูกสืบทอดและนัยยะความเชื่อของประเพณีวันสารทเดือนสิบ รวมทั้งสอดแทรกความเป็นวิถีชีวิตของคนพื้นถิ่นภาคใต้ในอดีตที่มีความสัมพันธ์กับการระลึกถึงบรรพชนผู้ล่วงลับ เป็นการหลอมรวมความผูกพันของคนในครอบครัว (ผจญ มีจิตต์, 2558)

จากความสำเร็จดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบและนัยยะของวัฒนธรรมด้านอาหารหลักที่ใช้ในพิธีและอาหารประกอบในพิธี ทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน ที่พบในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ เพื่อใช้เป็นแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สามารถสื่อสารและแสดงออกถึงวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความเชื่อ นัยยะ ภูมิปัญญา และสร้างการจดจำที่แตกต่างไปจากการรับรู้เดิมที่มีต่อประเพณีวันสารทเดือนสิบในรูปแบบนามธรรม สู่การสร้างการรับรู้ในรูปธรรมที่สามารถสะท้อนถึงความหมายที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการสื่อถึงได้ โดยเน้นการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

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

3. วิธีการศึกษา

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

- 1) ประชากรกลุ่มที่ 1 คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารที่พบในประเพณีวันสารทเดือนสิบในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พื้นที่จังหวัดสงขลาจำนวน 10 คน
- 2) ประชากรกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา จำนวน 18 กลุ่ม
- 3) ประชากรกลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมงานประเพณีวันสารทเดือนสิบที่จัดขึ้นในพื้นที่จังหวัดสงขลาจำนวน 100 คน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

- 1) กลุ่มตัวอย่างที่ 1 หมายถึง กลุ่มผู้มีความรู้ด้านวัฒนธรรมอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ ได้แก่ การนำวัฒนธรรมในการประกอบอาหารในช่วงเทศกาลประเพณีวันสารทเดือนสิบ มาร่วมกิจกรรมประเพณี และกลุ่มคนที่ยังทำขนมประกอบในพิธีวันสารทเดือนสิบเพื่อการดำรงชีพ
- 2) กลุ่มตัวอย่างที่ 2 หมายถึง กลุ่มผู้ปฏิบัติ ได้แก่ กลุ่มผู้ทำงาน ผู้ให้บริการและผู้ขายสินค้าที่ระลึก กลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรม กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มผู้ประกอบการทั้งที่มาจากภาครัฐและเอกชน
- 3) กลุ่มตัวอย่างที่ 3 หมายถึง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเข้าร่วมกิจกรรมในงานประเพณีวันสารทเดือนสิบ และกลุ่มนักท่องเที่ยวตามพื้นที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

3.2 วิธีดำเนินการวิจัย

3.2.1 ศึกษาข้อมูลวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้

เรื่องของรูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ ศึกษาจากหนังสือ ตำรา เอกสาร และบททวนวรรณกรรม รวมทั้งลงพื้นที่เก็บข้อมูลและระดมความคิดเห็นจากคนในชุมชนและผู้มีความรู้ในท้องถิ่น โดยใช้เครื่องมือดังนี้

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

3.3 กระบวนการทดลองและออกแบบเครื่องมือวิจัย

สรุปและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้สร้างเครื่องมือวิจัย สำหรับเก็บข้อมูลในการลงพื้นที่ โดยใช้เครื่องมือวิจัยได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

- 1) แบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้มีความรู้ในเรื่องประเพณีวันสารท

เดือนสิบ และกลุ่มชาวบ้านที่ประกอบอาหารคาวหวานในประเพณีวันสารทเดือนสิบ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยร่วมในประเพณีวันสารทเดือนสิบ เพื่อทราบถึงรูปแบบ แนวคิด นัยยะ ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ ความต้องการ และความชอบที่ได้ในประเพณีวันสารทเดือนสิบ รวมทั้งแง่มุมความคิดเห็นด้านการตลาด และการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อประเมินความพึงพอใจในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการกระบวนการถอดความหมายเพื่อสร้างแนวความคิด

2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับนักวิจัย ใช้เก็บข้อมูลจากหัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้มีความรู้เรื่องกิจกรรมประเพณีวันสารทเดือนสิบ เพื่อทราบถึงรูปแบบ แนวคิด นัยยะ ภูมิปัญญาวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เพื่อนำไปสู่การศึกษาวรรณกรรมอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และเพื่อเป็นแนวทางสู่การออกแบบที่มีความเหมาะสมตามกลุ่มเป้าหมายต่อไป

3.4 กระบวนการสร้างแนวความคิดในการออกแบบ

การค้นหาลักษณะ และกระบวนการถอดรูปแบบ นัยยะ ความหมาย ของวัฒนธรรมอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ เพื่อสรุปเป็นกรอบแนวคิดในกระบวนการออกแบบชิ้นงานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

3.5 กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

โดยนำกรอบแนวความคิดที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูลด้านวัฒนธรรมอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ รวมทั้งข้อมูลด้านการศึกษาความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ได้จากแบบสอบถาม นำไปลงพื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอีกครั้ง เป็นการจัดกิจกรรมเชิงแลกเปลี่ยนสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างในประเด็นปัญหา ความต้องการ และศักยภาพความสามารถของกลุ่ม รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับคุณค่าของอัตลักษณ์ การนำอัตลักษณ์ที่ผู้วิจัยได้สร้างแนวความคิดไว้มาประยุกต์ใช้กับงานออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีจุดขาย โดดเด่น และมีคุณค่า นอกจากนั้นให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ร่วมแลกเปลี่ยนเทคนิคการขึ้นรูปชิ้นงาน เพื่อให้เกิดการต่อยอดชิ้นงานใหม่ ผ่านกระบวนการนำเสนอรูปแบบชิ้นงานทั้ง 2 มิติ 3 มิติ และการสร้างต้นแบบจำลอง (mock up) ที่มีความใกล้เคียงของจริงมากที่สุด เพื่อศึกษาวิเคราะห์ข้อบกพร่องต่าง ๆ และทำการแก้ไขก่อนการพัฒนาต้นแบบต่อไป

3.6 กระบวนการจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์

นำแบบร่างที่ผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยน ปรับปรุง แก้ไข ร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ตัวอย่างจากวัสดุจริง และนำต้นแบบที่ได้ประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง เป็นการค้นหาลาดในการจัดจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก เพื่อต่อยอดสู่การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่

4. ผลการวิเคราะห์การถอดรูปแบบและนัยยะของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากวิธีการศึกษาและการใช้เครื่องมือข้างต้น พบว่า การศึกษาและรวบรวมข้อมูลวัฒนธรรมอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ ทั้งอาหารหลัก และอาหารประกอบในพิธี มีประเภทอาหาร นัยยะ และการสื่อความหมายของอาหารในแต่ละพื้นที่ที่มีที่คล้ายคลึงกัน โดยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผ่านกระบวนการถอดนัยยะ การสร้างแนวความคิดในการออกแบบการออกแบบ การวิเคราะห์กระบวนการผลิต รวมถึงการสร้างเรื่องราวและการสื่อสารความหมายผ่านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ภายใต้เงื่อนไขและปัจจัยด้านศักยภาพและความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งพบว่าปัจจัยหลักในการทำงานร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้างต้นนั้น เน้นการใช้วัสดุท้องถิ่นในการผลิตชิ้นงานและสร้างการสื่อสารความเป็นเอกลักษณ์ของบริบทพื้นที่ ทั้งการใช้เส้นใยตาลโดนด ใบตาลโดนด และไม้ตาลโดนด รวมถึงการสร้างลวดลายบนผืนผ้าบาติกที่สื่อถึงบริบทและวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

4.1 นัยยะและความสำคัญ

นัยยะและความสำคัญของอาหารคาวและอาหารหวาน ในประเพณีวันสารทเดือนสิบ ที่ผู้วิจัยนำมาถอดนัยยะ ประกอบด้วยขนม 5 ที่ใช้ในการประกอบหมักรับ (หมักรับ) หรือสำหรับ ได้แก่ ขนมลา ขนมเจาะหู ขนมพอง ขนมบ้า ขนมไข่ปลา และอาหารประกอบชนิดอื่น ๆ คือ ขนมต้มสามเหลี่ยม ขนมเทียน และแกงสมรม ฯลฯ เพื่อแสดงถึงสัญลักษณ์และนัยยะที่สำคัญ รวมถึงการศึกษา

รูปลักษณ์กายภาพภายนอกของอาคารชนิดนั้น ๆ ถอดอัตลักษณ์แต่ละชนิดในรูปแบบโคอะแกรมและภาพประกอบ เพื่อนำไปสู่กระบวนการออกแบบชั้น 2 มิติ และ 3 มิติ โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์การสื่อความหมาย ดังนี้

1) แกงสมรม เป็นแกงที่เกิดจากภูมิปัญญาการถนอมอาหารของชาวบ้านที่อยู่ละแวกวัดในสมัยก่อน และค่อย ๆ พัฒนาต่อมาจนเป็นชื่อแกงสมรมหรือแกงคั่วในปัจจุบัน จากการถอดนัยยะความหมายของแกงสมรมมาสู่กระบวนการออกแบบ แกงสมรมมีนัยยะที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของเด็กวัดและคนในชุมชนละแวกวัด ที่มีการรวมตัวกันอยู่ แสดงออกถึงความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน จากการศึกษารูปลักษณ์และกายภาพภายนอกของแกงสมรมพบว่า แกงสมรมแสดงออกถึงการผสมผสานของอาหารจำพวกแกงรสเผ็ดหลาย ๆ อย่างเข้าด้วยกัน เช่น ผักหลากหลายชนิด เนื้อสัตว์ เครื่องแกง ฯลฯ ทั้งนี้แกงสมรมมีสีส้ม เป็นโทนสีเขียว – สีเหลือง ซึ่งแสดงออกถึงความความสุขความสดใสร่าเริง และความเป็นธรรมชาติ

2) ขนมหอง มีนัยยะที่แสดงออกถึงเรือแพ แทนพาหนะในการเดินทาง การเคลื่อนตัวไปข้างหน้า และแสดงออกถึงความเบาลอย จากการศึกษารูปลักษณ์และกายภาพภายนอกของขนมหองพบว่า ขนมหองเป็นการประกอบกันของหน่วยย่อยเล็ก ๆ เข้าด้วยกัน (เมล็ดข้าวเหนียว) โดยอยู่ในกรอบหรือแม่พิมพ์รูปต่าง ๆ เช่น วงกลม ขนมหอยกปูน สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ฯลฯ ซึ่งมีสีสันหลากหลายและสวยงาม เช่น สีเหลือง สีส้ม สีเขียว สีขาว ฯลฯ สีสันและรูปทรงที่หลากหลายแสดงออกถึงความหลากหลายของอารมณ์ความรู้สึกด้วยเช่นกัน

3) ขนมา มีนัยยะที่แทนเครื่องนุ่งห่ม เสื้อผ้าอาภรณ์ แสดงออกถึงสายใยรักห่อความผูกพัน และความรักใคร่กลมเกลียว จากการศึกษารูปลักษณ์และกายภาพภายนอกของขนมาพบว่า ขนมามีลักษณะเด่น ๆ อยู่ 2 ประการ คือ 1.) วิธีการหรือกระบวนการทำขนมา ซึ่งเป็นใช้เกลามาพะ้วมาเจาะรูเพื่อสร้างสรรค์เส้นใยลงบนกระทะ 2.) รูปลักษณ์ของขนมาเป็นเส้นใยเล็ก ๆ ซ้อนทับกันเป็นชั้น ๆ ไปเรื่อย ๆ จนเป็นแผ่นวงกลม ซึ่งมีความโปร่งและมีความเหนียวแน่นในตัว ทั้งนี้ขนมายังมีสีส้มที่ดูเป็นธรรมชาติ คือโทนสีน้ำตาลอ่อน-น้ำตาลเข้ม

4) ขนมบ้า มีนัยยะแทนลูกสะบ้า ซึ่งเป็นอุปกรณ์การเล่นในสมัยก่อน แสดงออกถึงความสนุกสนาน เพลิดเพลิน จากการศึกษารูปลักษณ์และกายภาพภายนอกของขนมบ้า มีรูปทรงวงกลมแบนเล็กน้อย ทั้งนี้เปลือกภายนอกของขนมบ้ายังมีการตกแต่งเป็นจุด ๆ เล็ก ๆ (งาขาว) รวมทั้งมีสีส้มที่ดูสดใสน่ารับประทาน คือ โทนสีเหลืองทอง

5) ขนมติ้ม หรือ ขนมเจาะหู เป็นขนมที่มักพบเจอได้บ่อยตามชุมชน และตลาดในพื้นที่ชุมชนของคนภาคใต้ มีนัยยะแทนเงินหรือเบี้ยในการจับจ่ายใช้สอย สื่อสารถึงของมีค่า ใช้แลกเปลี่ยนกับสิ่งของชนิดอื่น ๆ จากการศึกษารูปลักษณ์และกายภาพภายนอกของขนมติ้มหรือขนมเจาะหู เป็นขนมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะคือ รูปทรงวงกลมและมีรูตรงกลาง พื้นผิวเรียบมันวาว และมีโทนสีเป็นสีเหลืองทอง

6) ขนมไข่ปลา หรือ ขนมกง มักจะทำกันในช่วงเทศกาลสารทเดือนสิบเท่านั้น มีนัยยะแทนเครื่องประดับของมีค่าเฉกเช่นเพชร พลอย ที่ส่องประกายแวววาว จากการศึกษารูปลักษณ์และกายภาพภายนอกของขนมไข่ปลาหรือขนมกง มีรูปทรง 2 ลักษณะคือ ทรงกลมและทรงรี มีรูตรงกลาง มีลักษณะพื้นผิวขรุขระเล็กน้อย มีโทนสีเหลืองทอง

7) ขนมต้มสามเหลี่ยม ไม่ได้เป็นขนมหลักในประเพณีสารทเดือนสิบ แต่ชาวบ้านมักจะนิยมทำขึ้นมาเพื่อเสริมขนมชนิดอื่น ๆ ในประเพณีวันสารทเดือนสิบ เพื่อรับประทานข้าวเหนียวคู่กับแกงสมรม จากการศึกษารูปลักษณ์และกายภาพภายนอก ขนมต้มสามเหลี่ยมเป็นขนมที่มีวิธีการทำที่น่าสนใจ โดยเนื้อขนมภายในจะเป็นรูปทรงสามเหลี่ยมห่อด้วยใบกระพ้อเป็นเส้นยาว มีการพับและสอดใบกระพ้อ สลับทับกันไปมาจนเป็นรูปทรงสามเหลี่ยม พื้นผิวภายนอกมีความมันวาว ภายในเป็นการรวมตัวกันของหน่วยย่อยเล็ก ๆ (เมล็ดข้าวเหนียว)

8) หมรับ หมายถึงการจัดสำรับอาหารคาวและอาหารหวานรวมไว้ด้วยกัน เป็นสัญลักษณ์ของการทำบุญในประเพณีวันสารทเดือนสิบ มีนัยยะแทนข้าวของเครื่องใช้ที่จะส่งให้กับผู้ล่วงลับได้นำไปใช้ในภพหน้า และยังเป็นตัวแทนขององค์เจดีย์วัดพระธาตุจันทนนครศีรธรรมราชอีกด้วย จากการวิเคราะห์รูปทรงและกายภาพภายนอกของหมรับนั้น มีรูปทรงที่หลากหลาย ทั้งเป็นรูปทรงคล้ายเนินเขา และรูปทรงที่คล้ายกับองค์เจดีย์ที่มียอดสูงแหลม เป็นการประกอบกันของของหลาย ๆ อย่าง ซ้อนกันเป็นชั้น ๆ จนเกิดเป็นรูปทรง ซึ่งของที่ขาดไม่ได้ในการประกอบเข้าด้วยกัน คือ ขนมหหลักในพิธีทั้ง 5 ชนิด และอาหารแห้งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็น เมื่อจบ

กิจกรรมทางศาสนาผู้คนสามารถนำหมักรับกลับไปรับประทานได้ โทนสีโดยรวมจะมีโทนสีน้ำตาล ตกแต่งด้วยสีอื่นหลากหลาย เช่น สีชมพู เขียว เหลือง ส้ม คละก้นใบ



ภาพที่ 1 แสดงกระบวนการถอดรูปแบบ นัยยะ และความหมาย
 ของอาหารคาว อาหารหวาน ในประเพณีวันสารทเดือนสิบ

4.2 ศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในหัวข้อศักยภาพด้านการตลาดและความต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ อันดับ 1 คือ การเลือกซื้อของที่ระลึกประเภทใดมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.25 เพื่อให้ทราบถึงประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสูงงานออกแบบ ได้แก่ ประเภทของสะสม ประเภทของใช้ และประเภทของประดับตกแต่ง อันดับที่ 2 คือ แรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.88 เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยทางด้านการตลาดที่ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อฝากกลุ่มคนประเภทใด ได้แก่ ซื้อให้ตัวเอง เพื่อนร่วมงาน กลุ่มเพื่อนสนิท คนรัก และคนในครอบครัว อันดับที่ 3 คือ ความสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกโดยเน้นเรื่องใด มีค่าเฉลี่ย 3.75 เพื่อตอบใจหัยความต้องการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ได้แก่ การสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่นั้น ๆ ความสวยงามโดดเด่นและสะดุดตา และราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

4.3 การประเมินความต้องการและทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

ผลจากการจัดกิจกรรมเชิงแลกเปลี่ยนสัมภาษณ์ร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อประเมินทิศทางการออกแบบ ศักยภาพ และความต้องการ ความสามารถของกลุ่ม รวมถึงวัสดุหลักในการผลิต ผ่านกระบวนการนำเสนอรูปแบบชิ้นงานทั้ง 2 มิติ และ 3 มิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อบกพร่อง และปัญหาของการผลิตต่าง ๆ โดยกำหนดทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ไว้ 5 ปัจจัย พบว่า

- 1) ปัจจัยที่ 1 ด้านรูปแบบและรูปลักษณ์ภายนอก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.00 ว่าด้วยเรื่องของรูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามกระแสนิยม ในช่วงนั้น ๆ
- 2) ปัจจัยที่ 2 ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.40 ว่าด้วยผลิตภัณฑ์จะต้องมีความ แข็งแรง คงทน เหมาะสมกับการใช้งาน
- 3) ปัจจัยที่ 3 ด้านอัตลักษณ์และการสื่อความหมาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.40 ว่าด้วยผลิตภัณฑ์มีเรื่องราว หรือเรื่องเล่าความเป็นมาที่น่าสนใจ
- 4) ปัจจัยที่ 4 ด้านวัสดุและการผลิต มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.36 ว่าด้วยวัสดุจะต้องมีความแข็งแรง คงทน
- 5) ปัจจัยที่ 5 ด้านบรรจุภัณฑ์หีบห่อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.36 ว่าด้วยบรรจุภัณฑ์หีบห่อจะต้องส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การประเมินความต้องการและทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
ปัจจัยด้านรูปแบบและรูปลักษณ์ภายนอก				
1.	รูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามกระแสนิยม ในช่วงนั้น ๆ	4.00	0.77	พอใจมาก
2.	ผลิตภัณฑ์จะต้องมีสีสันตามแนวโน้ม (Trend) ที่เกิดขึ้นในแต่ละปีนั้น ๆ	4.21	0.77	พอใจมาก
3.	ผลิตภัณฑ์จะต้องแสดงออกถึง วัฒนธรรมที่ผ่านและ ผู้รับชื่นชอบ	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.	ผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถใช้ได้ในหลาย ๆ 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

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	แปลผล
2.	สีสันทนและลวดลายของผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาหรือเทศกาลสำคัญ ๆ ในพื้นที่ได้อย่างชัดเจน	4.31	0.73	พอใจมาก
3.	ผลิตภัณฑ์จะต้องสะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่หรือชุมชนนั้น ๆ	4.37	0.68	พอใจมาก
ปัจจัยด้านวัสดุ / การผลิต				
1.	ผลิตภัณฑ์จะต้องผลิตมาจากวัสดุธรรมชาติ ปลอดภัย	4.31	0.71	พอใจมาก
2.	ผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นวัสดุที่ผลิตภายในชุมชน หรือ วิสาหกิจชุมชน	4.32	0.75	พอใจมาก
3.	วัสดุจะต้องมีความคงทนแข็งแรง	4.36	0.67	พอใจมาก
4.	ผลิตภัณฑ์ผลิตจากวัสดุใดก็ได้	3.82	1.02	พอใจมาก
ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่บิชอบ				
1.	บรรจุภัณฑ์ที่บิชอบจะต้องมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ	4.20	0.72	พอใจมาก
2.	บรรจุภัณฑ์ที่บิชอบจะต้องส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น	4.36	0.72	พอใจมาก
3.	บรรจุภัณฑ์ช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์สามารถเคลื่อนย้ายหรือซื้อกลับได้สะดวก	4.16	0.69	พอใจมาก

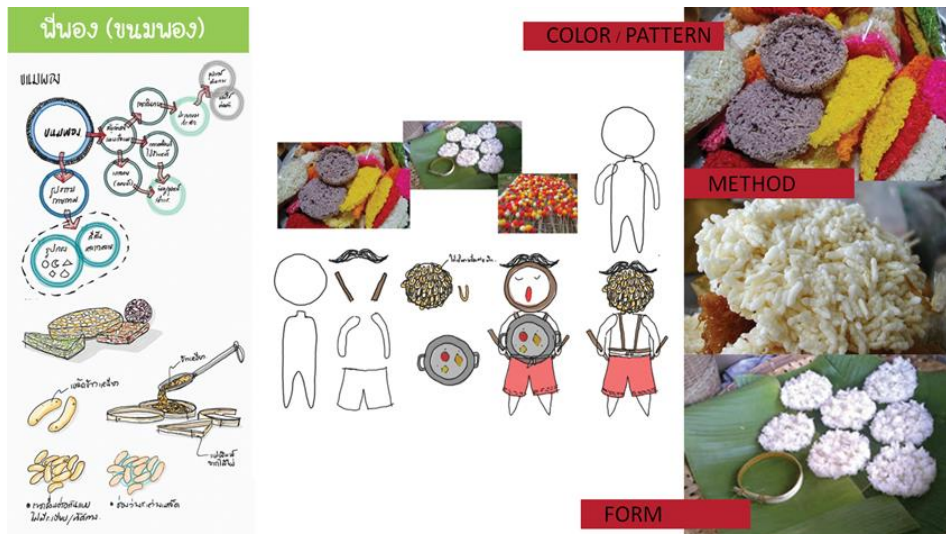
4.4 สรุปแนวทางการออกแบบเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์

1) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชุดที่ 1 ได้แก่ ตุ๊กตา

ผู้วิจัยทำงานร่วมกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโกเมนทร์บาติก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีวัสดุหลักเป็นผ้าบาติกและเศษผ้าบาติก ซึ่งมีความหลากหลายของสีสันทนและลวดลาย ผู้วิจัยต้องการที่จะสื่อสารความเป็นประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เกิดภาพจำที่เปลี่ยนไปจากเดิมผ่านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ซึ่งในช่วงเทศกาลผู้คนนิยมซื้อของขวัญ และขนมชนิดต่าง ๆ เพื่อเป็นของขวัญให้กับคนใกล้ชิด ทางผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดในการออกแบบและสร้างทางเลือกในการซื้อของขวัญสำหรับผู้มาเที่ยวในช่วงเทศกาลประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นในรูปแบบของที่ระลึก เพื่อให้สามารถเก็บของดังกล่าวไว้ได้นานยิ่งขึ้น เป็นสัญลักษณ์ให้เกิดความระลึกถึงประเพณีได้อย่างชัดเจน ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโกเมนทร์บาติกจึงตอบโจทยความต้องการในลักษณะการทำงานของผลิตภัณฑ์ และความต้องการทางการตลาดที่ต้องการของที่ระลึกประเภทเบ็ดเตล็ด โดยผู้วิจัยเลือกออกแบบเป็นตุ๊กตาที่สามารถใช้ในการสะสมและสามารถตั้งโชว์ได้ หรือสามารถใช้งานเป็นพวงกุญแจติดตัวไปไหนมาไหนได้ โดยชอยกตัวอย่างการถอดอัตลักษณ์ในงานออกแบบตุ๊กตา ดังนี้

1.1) ตุ๊กตาที่พอง (ขนมพอง)

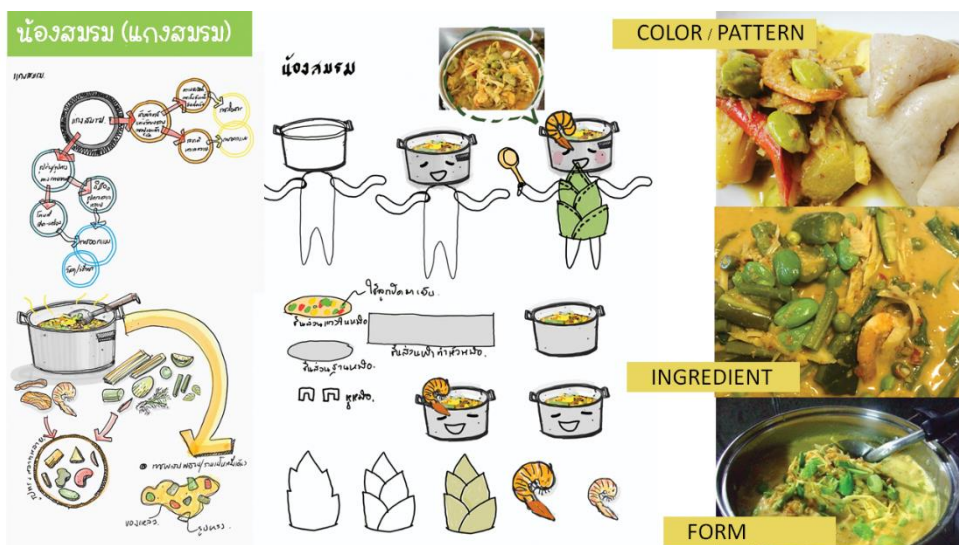
การนำอัตลักษณ์สู่การออกแบบเป็นตุ๊กตา คือ มีลักษณะ ท่าทาง และหน้าตา ที่ดูอึกเขิม กิริยาท่าทางของแขนและขา ดูแข็งแรงกำยำ โดยรูปลักษณะภายนอกถูกออกแบบให้ส่วนศีรษะเป็นรูปทรงวงกลมมีขอบสีน้ำตาลบริเวณรอบ ๆ ใบหน้า ซึ่งมีแนวความคิดมาจากกรรมวิธีในการทำขนมพอง หรือการนำข้าวเหนียวใส่ลงไปนึ่งในหม้อต้มที่ไม่ใช่ ชุดและการแต่งกายของที่พองจะเป็นเพศชาย ไม่ใส่เสื้อผ้าแต่จะมีการใส่เอวไว้ด้านหน้าแทน โดยเอวจะมีรูปทรงเป็นวงกลมซึ่งสื่อถึงกระดกในการทอดขนมพอง โดยภายในกระดกจะมีรูปทรงเรขาคณิตที่หลากหลาย เสมือนขนมพองที่ทอดอยู่ภายใน กางเกงเป็นกางเกงขาสั้นสีแดง สื่อสารถึงขนมพองที่มีสีสดใส



ภาพที่ 2 แนวทางการออกแบบตุ๊กตาฟอง จากเศษผ้าบาติก
โดยใช้แนวคิดจากวัฒนธรรมอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ

1.2) ตุ๊กตาน้องสมรม (แกงสมรม)

การนำอัตลักษณ์สู่การออกแบบเป็นตุ๊กตา คือ มีลักษณะ ท่าทาง ที่ดูมีความสุข ยิ้มแย้มแจ่มใส เหมือนแม่ครัวที่ทำอาหาร รวดเร็ว ให้อุ่นใจได้ซึม กิริยาท่าทางของแขนและขาดูเคลื่อนไหว สนุกสนาน ซึ่งมาจากการสื่อสารถึงนัยยะความหมายของแกงสมรม ที่เป็นการผสมผสานความหลากหลายรสชาติ ความหลากหลายอารมณ์เข้าด้วยกัน รูปลักษณะภายนอกในส่วนของศีรษะจะมี ลักษณะรูปทรงเป็นหม้อแกงที่ใส่แกงสมรม ซึ่งภายในหม้อจะมีความหลากหลายของสีสัน ที่สื่อสารถึงวัตถุดิบที่ใส่ลงไป ในแกง มีก๊วยตเป็นรูปกุ้ง เพื่อสื่อถึงวัตถุดิบหลักที่นิยมนำมาใช้ในแกงสมรมของชาวลี และในส่วนของเครื่องแต่งกายจะเป็นชุดกระโปรงสีเขียว ที่มาจกหม้อซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักอีกอย่างหนึ่งที่ขาดไม่ได้ในแกงสมรม นอกจากนั้นมือของน้องสมรมยังถืออุปกรณ์เครื่องครัว โทนสีโดยรวมเน้นโทนสีเขียว-เหลือง ซึ่งเป็นสีของแกงสมรมนั่นเอง



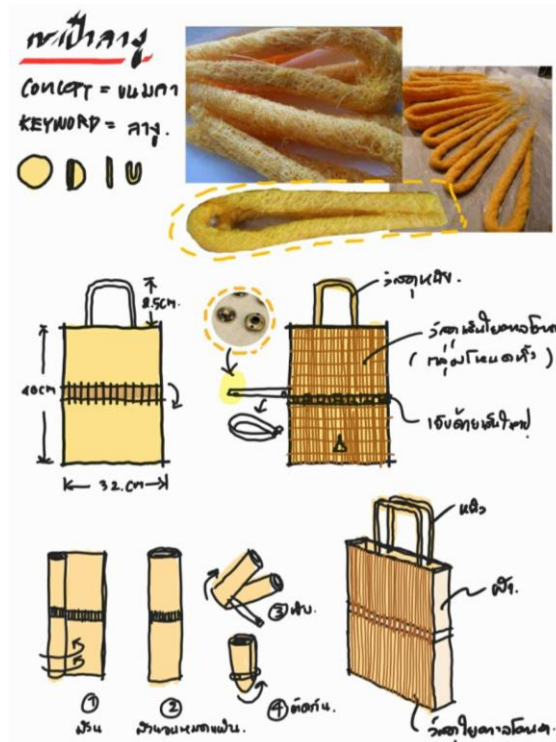
ภาพที่ 3 แนวทางการออกแบบตุ๊กตาน้องสมรม จากเศษผ้าบาติก
โดยใช้แนวคิดจากวัฒนธรรมอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ

2) ผลกระทบของที่ระลึก ชุดที่ 2 ของใช้ส่วนตัว

ผู้วิจัยทำงานร่วมกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโหนดทั้ง โดยผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทชุดของใช้ส่วนตัว ผู้วิจัยมีแนวความคิดที่จะดึงศักยภาพและความโดดเด่นของวัสดุพื้นถิ่นมาใช้ในการออกแบบ โดยเลือกวัสดุที่มีความสอดคล้องกับแนวความคิดและนัยยะจากขนมลาประเภทต่าง ๆ มาใช้ ซึ่งจากลักษณะกายภาพภายนอกของวัสดุเส้นใยตาลโตนดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโหนดทั้ง เป็นวัสดุเส้นใยเล็ก ๆ และมีโทนสีน้ำตาลคล้ายพื้นผิวของขนมลา ทั้งนี้ขนมลายังนับเป็นขนมชนิดหนึ่งที่เป็นสัญลักษณ์สำคัญและเป็นขนมที่ผู้คนนึกถึงในช่วงประเพณีวันสารทเดือนสิบ ซึ่งทางวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโหนดทั้งตอบโจทย์ความต้องการในลักษณะการทำงานของ ผู้วิจัย และความต้องการทางตลาดที่ต้องการของที่ระลึกประเภทของใช้ทั่วไป โดยผู้วิจัยเลือกออกแบบเป็นกระเป๋าที่ใช้งานในลักษณะต่างกัน โดยนำวิธีการทำขนมลาแต่ละชนิดของขนมลามาใช้เป็นแนวความคิดในการออกแบบ อาทิ ลาพับ ลาม้วน และลาสูง ซึ่งเป็นประเภทของขนมลาที่นิยมทำกันในช่วงเทศกาลประเพณีวันสารทเดือนสิบ โดยขอยกตัวอย่างการถอดอัตลักษณ์ในงานออกแบบของใช้ส่วนตัว ได้แก่ กระเป๋า ดังนี้

2.1) กระเป๋าลาสูง

การนำอัตลักษณ์สู่การออกแบบเป็นกระเป๋า มาจากการถอดแนวความคิดจากขนมลาสูง ที่มีรูปลักษณ์ภายนอกเป็นเส้นม้วนยาว โดยวิธีการของขนมลาสูงที่นำมาใช้ในการออกแบบ คือ การม้วนของขนมลาจากแผ่นวงกลมใหญ่ ม้วนเป็นเส้นยาว และพับครึ่งหนึ่งครั้ง ซึ่งจะไดรูปลักษณ์ภายนอกของขนมลาสูง วิธีการม้วนและการพับดังกล่าวจึงเป็นแนวความคิดในการออกแบบกระเป๋าสะพายไหล่ (Tote Bag) ไว้สำหรับใส่ของหรือใส่เอกสาร โดยกระเป๋าดังกล่าวจะสามารถพับเก็บได้ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถพกพาได้สะดวก โดยมีวิธีการพับที่ใส่เรื่องราวของขนมลาสูงซึ่งเป็นขนมที่เรารู้จักในประเพณีวันสารทเดือนสิบลงไป



ภาพที่ 4 แนวทางการออกแบบของใช้ส่วนตัว กระเป๋าสะพายไหล่จากเส้นใยตาลโตนด
โดยใช้แนวคิดจากขนมลา ในประเพณีวันสารทเดือนสิบ

3) ผลลัพธ์ของที่ระลึก ชุดที่ 3 ของประดับตกแต่ง

ผู้วิจัยทำงานร่วมกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโหนดทั้ง โดยมีแนวความคิดในการชูวัสดุพื้นถิ่นของกลุ่มให้มีความโดดเด่นมากที่สุด และต้องการให้มีความสอดคล้องกับแนวความคิดของการใช้นัยยะจากขนม กรรมวิธีการทำขนมในประเพณีวันสารทเดือนสิบ เช่น ขนมกง ขนมเจาะหู และต้มสามเหลี่ยม ซึ่งเป็นขนมที่มีรูปทรงและวิธีการสร้างรูปทรงที่น่าสนใจ รวมทั้งลักษณะการให้โหนด ดังนั้นทางกลุ่มโหนดทั้งจึงตอบโจทย์ความต้องการในลักษณะการทำงานของผู้อยู่อาศัย และความต้องการทางตลาดที่ต้องการของที่ระลึกประเภทของประดับตกแต่ง โดยผู้วิจัยเลือกออกแบบเป็น แจกัน โคมไฟ และนาฬิกาตั้งโต๊ะ ซึ่งเป็นของประเภทของตกแต่งที่มีขนาดเล็ก สามารถเลือกซื้อได้ง่ายและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยขอยกตัวอย่างการถอดอัตลักษณ์ในงานออกแบบของประดับตกแต่ง ได้แก่ แจกัน ดังนี้

3.1) แจกันรูปทรงขนมเจาะหู

การนำอัตลักษณ์สู่การออกแบบเป็นแจกัน โดยการใช้แนวความคิดด้านรูปทรงของขนมเจาะหูที่มีลักษณะวงกลม มีรูตรงกลางมาใช้เป็นรูปทรงหลัก และนำแนวคิดของวิธีนํานมเจาะหูขึ้นจากกระทะมาใช้ในการออกแบบร่วมกับรูปทรง ในลักษณะการใช้ไม้ไผ่ซ้อนขึ้นทีละวงซ้อนกันเรื่อย ๆ ประมาณครั้งละ 4-5 ชั้น เมื่อสะเด็ดน้ำมัน จากวิธีการดังกล่าวจึงออกแบบแจกันให้มีลักษณะวงกลมซ้อนกัน โดยมีการเชื่อมกันไปมาเหมือนขนมเจาะหูที่อยู่ในไม้ไผ่ตนเอง



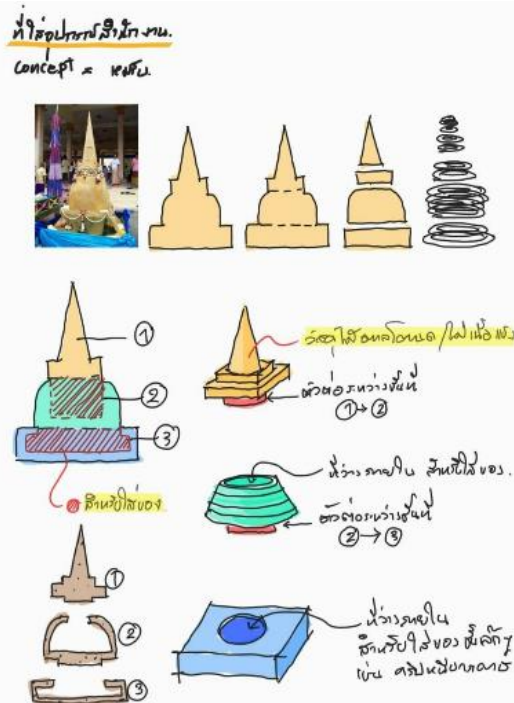
ภาพที่ 5 แนวทางการออกแบบของประดับตกแต่งเป็นแจกันจากเส้นใยตาลโตนด
โดยใช้แนวคิดจากขนมเจาะหู ในประเพณีวันสารทเดือนสิบ

4) ผลกระทบของที่ระลึก ชุดที่ 4 ของใช้อุปกรณ์สำนักงาน

ผู้วิจัยทำงานร่วมกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนา เนื่องจากการงานลักษณะที่มีสื่อความหมายถึง ความเป็นบริบทชุมชน ซึ่งความโดดเด่นของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนา คือ การนำเอาวัสดุในท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์และผลิตชิ้นงาน เช่น วัสดุไม้ในชุมชน ใบตาล โตนด ต้นตาล โตนด ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวความคิดของผู้วิจัย ที่ต้องการสื่อสารถึงประเพณีวันสารทเดือนสิบที่เกิดขึ้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช และมีสัญลักษณ์แทนคุณค่าคือ การจัดหมรับในรูปทรงที่มีแนวความคิดจากองค์เจดีย์วัดพระธาตุวรมหาวิหาร พัฒนาเป็นระบบสัญลักษณ์ในการแทนความหมายผ่านองค์เจดีย์ในรูปแบบต่าง ๆ จึงเลือกใช้วัสดุไม้และภูมิปัญญาช่างไม้มาใช้ในการออกแบบ ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนาจึงตอบโจทย์ความต้องการในลักษณะการทำงานของชุดที่ระลึก และความต้องการทางตลาดที่ต้องการของที่ระลึกประเภทของใช้สำนักงาน โดยผู้วิจัยเลือกออกแบบเป็นที่รองแก้ว ที่ใส่อุปกรณ์สำนักงาน และชุดตราประทับ โดยขอยกตัวอย่างการถอดดัตลักษณ์ในงานออกแบบของใช้ อุปกรณ์สำนักงาน ได้แก่ ที่ใส่อุปกรณ์สำนักงานดังนี้

4.1) ที่ใส่อุปกรณ์สำนักงานจากหมรับ หรือ สำหรับ

การนำอัตลักษณ์สู่การออกแบบเป็นที่ใส่อุปกรณ์สำนักงาน ได้นำเอาแนวความคิดของการจัดหมรับในรูปแบบของการจำลอง องค์เจดีย์ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับองค์เจดีย์สมัยศรีวิชัย หรือเจดีย์ทรงระฆังคว่ำ โดยรูปทรงจะมีฐานเจดีย์และมณฑปเจดีย์คล้ายระฆังคว่ำ ส่วนบนขององค์เจดีย์มีแท่นสี่เหลี่ยมเรียกว่าปล้องไฉน ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของรูปแบบเจดีย์ที่นิยมนำมาใช้ในการจัดหมรับ นำมาใช้เป็นสัดส่วนและรูปทรงของที่ใส่อุปกรณ์สำนักงาน ที่สามารถแยกชิ้นส่วนออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนฐาน ส่วนองค์เจดีย์ และส่วนยอดเจดีย์ โดยใช้วิธีการซ้อนชั้นของชิ้นส่วนขึ้นไปเป็นชั้น ๆ จนประกอบกันเป็นองค์เจดีย์ และในแต่ละชั้นจะออกแบบให้มีหน้าที่ใช้สอยที่แตกต่างกันออกไป คือ ส่วนล่างสุดใช้สำหรับใส่คีย์และปากกา ส่วนตรงกลางจะใช้สำหรับใส่ดินสอ ปากกา และส่วนบนสุดใช้สำหรับใส่ปากกาหรือเอกสาร ซึ่งในการออกแบบชิ้นงานดังกล่าวนอกเหนือจากชิ้นงานจะถูกออกแบบให้สามารถใช้งานได้แล้วนั้นยังสามารถเป็นของที่ระลึกที่ใช้สำหรับตั้งโชว์ได้อีกด้วย



ภาพที่ 6 แนวทางการออกแบบที่ใส่อุปกรณ์สำนักงานจากไม้ตาลโตนด
โดยใช้แนวคิดจากการจัดหมรับ หรือสำหรับ ในรูปทรงองค์เจดีย์

4.5 การพัฒนาต้นแบบของที่ระลึกสู่การผลิต

จากการออกแบบและร่วมกันพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ นำมาสู่กระบวนการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ตัวอย่างจากวัสดุจริง และนำต้นแบบที่ได้ประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง เป็นการค้นหาตลาดในการจัดจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก พิจารณาจากด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านโครงสร้างและความแข็งแรง ด้านรูปแบบและความสวยงาม ด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ และด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ประเภทของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทั้ง 4 ชุด มีความพึงพอใจตามลำดับ ได้แก่ ชุดที่ 1 ตุ๊กตาจากผ้าบาติก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.61 (S.D = 0.48) รองลงมาคือ ชุดที่ 3 ของประดับตกแต่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.57 (S.D = 0.45) ชุดที่ 4 ของใช้อุปกรณ์สำนักงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.42 (S.D = 0.64) และชุดที่ 2 ของใช้ส่วนตัว กระเป๋าจากเส้นใยตาลโตนดมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.41 (S.D = 0.72) ตามลำดับ และพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 (S.D = 0.57) ภาพรวมผลิตภัณฑ์ทั้งหมดอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 (S.D = 0.57)



ภาพที่ 7 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ชุดที่ 1 ตุ๊กตาจากผ้าบาติก



ภาพที่ 8 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ชุดที่ 2 ของใช้ส่วนตัว กระเป๋าจากเส้นใยตาลโตนด



ภาพที่ 9 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ชุดที่ 3 ของประดับตกแต่ง



ภาพที่ 10 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ ชุดที่ 4 ของใช้อุปกรณ์สำนักงาน

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ต้นแบบ)

ชุดผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ผลความพึงพอใจ
ชุดที่ 1 ตุ๊กตาจากผ้าบาติก	4.61	0.48	พอใจมาก
ชุดที่ 2 ของใช้ส่วนตัว กระเป๋าจากเส้นใยตาลโตนด	4.41	0.72	พอใจ
ชุดที่ 3 ของประดับตกแต่ง	4.57	0.45	พอใจมาก
ชุดที่ 4 ของใช้อุปกรณ์สำนักงาน	4.42	0.64	พอใจ

5. สรุปและอภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการศึกษาวัฒนธรรมประเพณีวันสารทเดือนสิบ ในการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ศึกษารูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหาร ในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ 2) สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากรูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ และ 3) ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิง

สร้างสรรค์ โดยจากการศึกษาวิจัยครอบคลุมในทุกกระบวนการแล้วนั้น ผู้วิจัยได้รวบรวมวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล โดยอธิบาย แจกแจงดังนี้

1) ศึกษารูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ พบว่า การค้นหาแนวความคิดและนัยยะ จากแบบสอบถามประชากรตัวอย่างจำนวน 3 กลุ่ม สรุปได้ดังนี้

1.1) รูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ พบว่า ในทุกพื้นที่จะประกอบด้วยอาหารหลักในพิธีที่ใช้ในการประกอบหมรับ (หมรับ) หรือสำรับ ได้แก่ ขนมลา ขนมเจาะหู ขนมพอง ขนมอบ้า และขนมไข่ปลา มีความหมายและนัยยะแฝงเช่นเดียวกัน อาจด้วยเพราะมีวัตถุดิบและกรรมวิธีการทำที่คล้ายคลึงกัน ทำให้สามารถสื่อถึงนัยยะของขนมแต่ละชนิดได้เหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับ อุบลศรี อรรถพันธุ์ (2528) ที่เคยกล่าวไว้ในหนังสือวัฒนธรรมการกินของชาวใต้ว่า อาหารบางอย่างเกิดจากทรัพยากรในท้องถิ่นที่สืบเนื่องมาจากสภาพภูมิศาสตร์ เกิดจากอิทธิพลของการสัมพันธ์กับชนต่างชาติ เกิดจากเทคนิควิธีที่อาศัยความสามารถเฉพาะของบุคคลแต่ละท้องถิ่นคิดค้นและปรับปรุงต่อ ๆ กันมาเกิดจากขนบธรรมเนียมประเพณีและคติความเชื่อทางศาสนา

2) การสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากรูปแบบ แนวคิด นัยยะ และภูมิปัญญาของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบภาคใต้ ความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน พบว่า ต้องการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทของสะสม ประเภทประดับตกแต่ง และประเภทของใช้ โดยคำนึงด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านโครงสร้าง และความแข็งแรง ด้านรูปแบบและความสวยงาม ด้านบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ และด้านการจัดจำหน่าย โดยสรุปได้ 3 ประเด็น ดังนี้

2.1) สรุปการถอดนัยยะและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว สรุปได้ว่า ผู้วิจัยนำการถอดนัยยะและความหมายที่ได้จากวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบทั้ง 8 อย่าง ได้แก่ ขนมลา ขนมเจาะหู ขนมพอง ขนมอบ้า ขนมไข่ปลา ต้มสามเหลี่ยม แกงสมรม และการจัดหมรับ หรือสำรับ นำมาสร้างแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยมีความสอดคล้องและสามารถสื่อถึงความเป็นวัฒนธรรมด้านอาหารผ่านของผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสมกับกลุ่มผู้ผลิต

2.2) สรุปความต้องการและทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว สรุปผลได้จากการสัมภาษณ์แบบร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในด้านของปัญหา ความสามารถของกลุ่ม และวัสดุหลักในการผลิต ผ่านการนำเสนอรูปแบบชิ้นงานทั้ง 2 มิติ และ 3 มิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อบกพร่อง และปัญหาของการผลิตต่าง ๆ โดยมีการกำหนดทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกันไว้ 5 ปัจจัย สรุปผลได้ว่า ปัจจัยที่ 1 ด้านรูปแบบและรูปลักษณ์ภายนอก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.00 ว่าด้วยเรื่องของรูปทรงของผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นไปตามกระแสนิยม ในช่วงนั้น ๆ ปัจจัยที่ 2 ด้านประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.40 ว่าด้วยผลิตภัณฑ์จะต้องมีความคงทน แข็งแรง เหมาะสมกับการใช้งาน ปัจจัยที่ 3 ด้านอัตลักษณ์และการสื่อความหมาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.40 ว่าด้วยผลิตภัณฑ์มีเรื่องราว หรือเรื่องเล่าความเป็นมาที่น่าสนใจ ปัจจัยที่ 4 ด้านวัสดุและการผลิต มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.36 ว่าด้วยวัสดุจะต้องมีความคงทน แข็งแรง และปัจจัยที่ 5 ด้านบรรจุภัณฑ์หีบห่อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.36 ว่าด้วยบรรจุภัณฑ์หีบห่อจะต้องส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

2.3) การผลิตชิ้นงานต้นแบบ ผู้วิจัยพิจารณาจากข้อจำกัดของวัสดุและศักยภาพความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สรุปผลได้ว่า ผู้วิจัยออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทั้งหมด 4 ชุดผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งประเภทการออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีการผลิตของกลุ่ม คือ ประเภทของสะสมกำหนดเป็นงานแฮนด์เมดจากเศษผ้า โดยทำงานกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโกเมนทร์บาติก (เศษผ้าบาติก) ประเภทของใช้ส่วนตัวและประดับตกแต่งกำหนดเป็นศักยภาพและจุดเด่นของวัตถุดิบท้องถิ่นนำมาใช้ในการออกแบบให้เกิดความแตกต่างไปจากรูปแบบผลิตภัณฑ์เดิมที่มี โดยทำงานร่วมกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มโหนดทิ้ง (เส้นใยตาลโหนด) และประเภทของใช้สำนักงานกำหนดให้มีความ แข็งแรง คงทน สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลาย โดยทำงานร่วมกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มบ้านเห็ดสวนเพชรปลายนา (ฝัองงานไม้พื้นถิ่น)

จากผลสรุปในการประเมินบ่งชี้ให้เห็นว่า ผู้วิจัยต้องการสร้างแนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากการค้นหาอัตลักษณ์ แนวคิด นัยยะ ที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบ โดยการนำเสนอการสร้าง

แนวคิดแบบผสมผสานระหว่างงานประเพณีวัฒนธรรมและงานออกแบบ ผู้วิจัยลงลึกในรายละเอียดของกระบวนการสร้างแนวความคิดของวัฒนธรรมด้านอาหารในประเพณีวันสารทเดือนสิบที่ใช้ในการประกอบหมรับ (หมรับ) หรือสำรับ ได้แก่ ขนมะขาม เฉากู ขนมะพอง ขนมะบ้า และขนมะไข่ปลา รวมถึงอาหารประกอบชนิดอื่น ๆ ทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน ผ่านการถอดนัยยะ การสื่อความหมาย การเลือกภูมิปัญญา และการเลือกวัสดุ เพื่อนำแนวความคิดที่ได้สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น และสร้างการจดจำที่แปลกใหม่ไปจากองค์ความรู้เดิมของผู้บริโภคในเรื่องของประเพณีวัฒนธรรม และสามารถสะท้อนถึงความหมายที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ได้ ถือเป็นการแบ่งปันประสบการณ์และความหมายทางวัฒนธรรมที่มีค่า สอดคล้องกับ Justin Baker (2019) ที่เคยกล่าวถึงในหัวข้อการออกแบบเชิงอารมณ์ (emotional design) ว่า การออกแบบเชิงอารมณ์เป็นการออกแบบที่เชื่อมโยงความรู้สึกระหว่างผู้ใช้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างประสบการณ์อันน่าพึงพอใจ เน้นปลูกฝังผู้ใช้งานให้รู้สึกถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน และน่าประทับใจ เริ่มต้นด้วยการสร้างความต้องการจากการนำเสนอแนวความคิด ประสบการณ์ผ่านการออกแบบ ต่อมาจึงเกิดเป็นความจำเป็นต้องใช้งานผลิตภัณฑ์ และเมื่อผลิตภัณฑ์นั้นเกิดคุณค่าตามที่คาดหวังไว้ ผู้ใช้งานจะเริ่มวางใจในผลิตภัณฑ์และรู้สึกว่าเป็นสิ่งจำเป็นต้องใช้ สุดท้ายผู้คนที่ชื่นชอบและแบ่งปันผลิตภัณฑ์กับผู้อื่น ถือเป็นการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดและชุมชน สอดคล้องกับ ประทับใจ สุวรรณธาดา และศักดิ์ชาย สิกขา (2561) ที่เคยกล่าวไว้ในวิจัย เรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา : ในเขตพื้นที่ภาคอีสานตอนบน ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้สามารถดำเนินการได้ในทุกผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ซึ่งจะเป็นการช่วยสืบสานต้นทุนท้องถิ่นให้อยู่คู่กับชุมชนต่อไป โดยภาพรวมของผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบไว้ผลจากการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 (S.D = 0.57) สามารถนำไปสู่การผลิตชิ้นงานจริง เป็นแนวทางให้กับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้เกิดจุดขายที่น่าสนใจต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่องานวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยค้นพบว่า ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก นอกเหนือจากหลักการออกแบบที่ดีแล้ว ควรมีการคำนึงถึงด้านการตลาด การขอคำปรึกษาจากนักการตลาดหรือผู้มีความรู้ ทั้งในเรื่องของการวิเคราะห์ Supply Chain และการวางแผนบริหาร Business Model Canvas เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถพัฒนาได้ครบทุกมิติ และสะท้อนกลับมาสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และควรศึกษาความเป็นไปได้ของการนำแนวความคิดดังกล่าวสู่การทำงานร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจอื่น ๆ เพื่อช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สอดคล้องแนวคิด นัยยะ และวัฒนธรรมประเพณีที่สำคัญของแหล่งนั้น ๆ ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในวงกว้างต่อไป

6. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ ได้รับการสนับสนุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย งบประมาณเงินกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมประจำปี พ.ศ. 2563 เป็นงานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทว.) และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย รวมถึงผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่ได้ให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ จนวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ประโยชน์อันใดที่เกิดจากงานวิจัยนี้ย่อมเป็นผลมาจากความกรุณาของท่านและหน่วยงาน ผู้วิจัยจึงใคร่ขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

7. เอกสารอ้างอิง

- กฤษ เหลือลัมย์. (2560). “แกงสมรม”แกงของคนภาคใต้ ที่มาแห่งภูมิรสอันหลากหลาย. นิตยสารศิลปวัฒนธรรม 2560 (ฉบับที่ 1): 64-69
- ชาญกิจ ขอบทำกิจ. (2523). เดือนสิบ’ 23 ที่ระลึกในการจัดงานบุญสารทเดือนสิบ ประจำปี 2522 ของจังหวัดนครศรีธรรมราช. กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานครพิมพ์.

- ดิเรก พรตเสน. (2527). *ประเพณีของจังหวัดนครศรีธรรมราช*. พิมพ์ครั้งที่ 1. วัดพระธาตุวรมหาวิหาร, กรุงเทพฯ.
- นิตยา กนกมงคล. (2552). *งานบุญสารทเดือนสิบ: เวลาแห่งการอุทิศ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรมศิลปากร, กรุงเทพฯ
- บุษกร บินทสันต์. (2554). *ดนตรีภาคใต้ : ศิลปิน การถ่ายทอดความรู้ พิธีกรรมและความเชื่อ*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ปรีชา นุ่นสุข. (2540). *ประเพณีสารทเดือนสิบ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. องค์การค้าคุรุสภา, กรุงเทพฯ.
- ปัทมา กระแสเสวตร, จตุรงค์ เลหาพะเพ็ญแสง และอุดมศักดิ์ สาริบุตร. (2558). การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบและบรรจุภัณฑ์สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรม พระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 6(2), 70-79.
- ประทับใจ สุวรรณธาดา และศักดิ์ชาย ลีขา. (2561). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา : ในเขตพื้นที่ภาคอีสานตอนบน. *วารสารคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 9, 137-155.
- ประเสริฐ ศัลรัตน. (2531). *ของที่ระลึก*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ผจญ มีจิตต์. (2558). *บุญสารทเดือนสิบในชุมชนชะอวด*. สารานุกรมวัฒนธรรมราช (ฉบับพิเศษเดือนสิบ 58): 53-72.
- พจน์ธรรม ณรงค์วิทย์, อำไพ แสงจันทร์ไทย. (2562). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม ประเภทพระดินสำหรับแหล่งเรียนรู้การทำพระเครื่อง นครชุม จังหวัดกำแพงเพชร อย่างมีส่วนร่วม กับชุมชน*. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์*, 6(1), 218-245
- ศรีشنا เจริญเนตร. (2554). *การศึกษาและพัฒนารูปแบบอัตลักษณ์ล้านนา เพื่อใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ล้านนา*. *ศิลปกรรมสาร*. 6(1), 106-130.
- ศิริญา อารยะจารุ. (2556). *การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประเภทของใช้จากผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ โดยใช้แนวคิดในการออกแบบอย่างยั่งยืนกลุ่มทอผ้าลายโบราณบ้านทัพคล้าย จังหวัดอุทัยธานี*. ปริญญาศิลปมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมพงษ์ เกรียงไกรเพชร. (2540). *บันทึกประเพณีภาคใต้*. พิมพ์ครั้งที่ 1. สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, กรุงเทพฯ.
- สมศรี แสงแก้ว. (2552). *เที่ยวงานบุญเดือนสิบเมืองคอน*. *วารสารวัฒนธรรมไทย* (9), 23-26
- อุบลศรี อรรถพันธุ์. (2528). *วัฒนธรรมการกินของชาวไทย*. ศูนย์วิทยทรัพยากรจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: โครงการส่งเสริมหนังสือตามแนวพระราชดำริ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ออนไลน์

- สำนักทรัพยากรการเรียนรู้คุณหญิงหลง อรรถกระวีสุนทรมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2559). *วันชิงเปรต*. ประเพณีสารทเดือนสิบ. <https://clib.psu.ac.th/southerninfo/content/1/e294f8ad>.
- Justin, B. (2019). *The art of emotions. 3 levels of emotional design by Don Norman*. <https://medium.muz.li/the-art-of-emotion-normans -3-levels-of-emotional-design-88a1fb495b1d>