

“Tom” and “Tupa”: Co-Cultural Desserts and Creative Practices in Contemporary Society

“ต้ม” “ตูปะ”: ขนมร่วมวัฒนธรรมกับการสร้างสรรค์ในสังคมร่วมสมัย

Thachamon Kamlangkuea*

ธชมล กำลั้งเกื้อ*

Faculty of Education, Thaksin University, Phatthalung Campus

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง

*Corresponding Author, E-mail: mmae.kkam@gmail.com

Article Info

- Received: January 9, 2025
- Revised: December 27, 2025
- Accepted: December 27, 2025
- Available online: December 30, 2025

Abstract

This article examines the roles of Tom and Tupa from a folkloristic perspective in relation to design and creativity within contemporary society. The study drew upon relevant documents, prior research, and fieldwork conducted in Songkhla Province. The findings reveal that Tom or Tupa, traditional confections embedded in the everyday life and cultural practices of both Buddhist and Islamic communities, holds significant folkloric value that reflects the cultural dimensions of the two religions. These roles include the use of folklore to explain the origins and rationale for ritual practices, as well as its function in social education, moral cultivation, and the reinforcement of social norms. In addition, contemporary reinterpretations and creative adaptations of these confections have emerged, serving as innovative means to preserve and transmit cultural heritage to future generations.

Keywords: Contemporary Society, Cultural Capital, Cultural Creativity, Tom, Tupa

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งศึกษาบทบาทของ “ต้ม” “ตูปะ” ในมุมมองคติชนวิทยาเกี่ยวกับการออกแบบ และสร้างสรรค์ในสังคมร่วมสมัย โดยศึกษาจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการลงพื้นที่เก็บข้อมูลในจังหวัดสงขลา ผู้ศึกษาพบว่า ต้ม หรือ ตูปะ เป็นขนมที่อยู่ในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของทั้งศาสนาพุทธ และอิสลาม ซึ่งมีบทบาทในมุมมองคติชนวิทยาที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของทั้ง 2 ศาสนา ได้แก่ บทบาทคติชนในการอธิบายที่มาและเหตุผลในการประกอบพิธีกรรม และบทบาทคติชนในการให้การศึกษา อบรมระเบียบสังคม และรักษามาตรฐานพฤติกรรมของสังคม อีกทั้งในปัจจุบันได้มีการออกแบบ สร้างสรรค์ใหม่ในลักษณะอื่นที่มีความร่วมสมัยเพื่อสืบทอดและอนุรักษ์รากเหง้าวัฒนธรรมสู่คนรุ่นหลัง

คำสำคัญ: การสร้างสรรค์วัฒนธรรม, ต้ม, ตูปะ, ทุนวัฒนธรรม, สังคมร่วมสมัย

บทนำ

อุษาคเนย์เป็นดินแดนที่เชื่อมต่อกันตั้งแต่พื้นที่ตอนเหนือที่เป็นแผ่นดินทางใต้ของจีนมาจนถึงหมู่เกาะฟิลิปปินส์ บรูไน และตอนใต้สุดของอินโดนีเซีย เช่น สุมาตรา และชวา เป็นต้น ดินแดนในแถบนี้มีความเกี่ยวพันกันมาหลายล้านปีทำให้เกิด “วัฒนธรรมร่วม” หลายประการที่สืบทอดต่อกันมา และหนึ่งในวัฒนธรรมร่วมนั้นคือ การกินข้าวเป็นอาหารหลัก (Wongthes, 2016)

ประเทศไทยเป็นส่วนหนึ่งของดินแดนอุษาคเนย์และได้รับวัฒนธรรมร่วมเข้ามาด้วยวัฒนธรรมหนึ่งที่เราเห็นได้ชัดก็คือวัฒนธรรมการกิน การกินข้าวของไทยมีทั้งที่ทำเป็นอาหารหลัก และที่ทำเป็นขนม หรือของว่าง ดังที่ Sustainable Agriculture Foundation (2012) ได้กล่าวว่า หากมองย้อนกลับไปในอดีตจะเห็นถึงความผูกพันระหว่างคนไทยกับวัฒนธรรมข้าวที่ดำรงอยู่มาอย่างยาวนาน ข้าวไม่เพียงเป็นอาหารเท่านั้นแต่ยังเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรมในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ รวมถึงวิถีชีวิตของผู้คน ตัวอย่างเช่น งานบุญในท้องถิ่นต่าง ๆ ที่มีการนำข้าวมาแปรรูปเป็นขนมตามความเหมาะสมของฤดูกาล เช่น งานบุญข้าวจีในช่วงฤดูหนาวของภาคอีสาน หรือข้าวต้มลูกโยนในพื้นที่ภาคกลางและภาคใต้ในช่วงออกพรรษา

ข้าวต้มลูกโยนเป็นขนมที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาในภาคใต้ทั้งศาสนาพุทธ และอิสลาม โดยที่มีชื่อเรียกแตกต่างกันไป ดังที่ Satapong (2024) ได้กล่าวว่า “ต้ม” หรือ “ปัด” ที่ชาวนครศรีธรรมราชเรียกกันนั้น สันนิษฐานว่ามีรากมาจากคำว่า เกอตูปัด (Kertupat) โดยคำว่า “ต้ม” สอดคล้องกับคำว่า ตู ซึ่งหมายถึงข้าวเหนียวห่อใบกะพ้อเป็นรูปสามเหลี่ยม ส่วนคำว่า “ปัด” สอดคล้องกับคำว่า ปัด หมายถึงข้าวเหนียวที่ห่อด้วยใบกะพ้อ ใบลาน หรือใบจาก ทำเป็นทรงกลมยาวและมัดด้วยเชือก “ต้ม” ไม่เพียงเป็นอาหารที่พบได้ทั่วไปในชุมชนมุสลิมบนคาบสมุทรภาคใต้เท่านั้น แต่ยังเป็นอาหารที่แพร่หลายในภูมิภาคมลายูหรือกลุ่มประเทศอาเซียนในปัจจุบัน จึงทำให้เกิดชื่อเรียกที่แตกต่างกันออกไป เช่น ภาษาถิ่นใต้เรียกว่า ต้มใบพ้อ, ต้มพวง, ต้ม, หรือขนมต้ม ภาษามลายูปัตตานีเรียกว่า ตูปีะ, ตูปะ, หรือ ตูปีต ภาษาของอินโดนีเซียและมาเลเซียเรียกว่า เกอตูปัด (Kertupat) ภาษาซีบัวโนเรียกว่า บูโซ ภาษาฮิลินอนเรียกว่า บุกโยน ภาษาากาปัมปา้งเรียกว่า ปาปูปัด และภาษาป่างซันเรียกว่า ปาปูปัด เช่นกัน นอกจากนี้ Klanarong (n.d.) ระบุว่า “ตูปะ” มีหลายประเภท โดยที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายคือ เกอตูปัดนาซี ซึ่งทำจากข้าวขาวห่อใบมะพร้าวเป็นรูปสี่เหลี่ยม และ เกอตูปัดปลูต ซึ่งทำจากข้าวเหนียวห่อใบกะพ้อเป็นรูปสามเหลี่ยม สำหรับ “ตูปะ” ในตำบลปยูยูที่ชาวบ้านนิยมทำกัน คือ ตูปะที่ทำจากข้าวเหนียวห่อด้วยใบกะพ้อ

“ต้ม” หรือ “ตูปะ” ถือเป็นวัฒนธรรมร่วมของผู้คนในอุษาคเนย์ซึ่งมีพื้นฐานวัฒนธรรมการบริโภคข้าวเป็นอาหารหลัก ชนชนดินนี้มีส่วนประกอบหลักคือข้าวเหนียว และมีมะพร้าวเป็นวัตถุดิบสำคัญอีกชนิดหนึ่ง ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่ปลูกกันอย่างแพร่หลายในหลายประเทศของภูมิภาคนี้ นอกจากนี้ยังนิยมใช้ใบกะพ้อเป็นวัสดุห่อ หรือในบางพื้นที่ใช้ใบมะพร้าว พร้อมทั้งปรุงรสด้วยเพียงน้ำตาลและเกลือ จะเห็นได้ว่าวัตถุดิบที่ใช้ล้วนเป็นของหาได้ง่ายและเกี่ยวเนื่องกับวิถีวัฒนธรรมดั้งเดิมของผู้คนอุษาคเนย์ นอกจากนี้ ต้ม หรือตูปะยังมีบทบาทในด้านคติชนวิทยา ซึ่งอาจมีลักษณะร่วมและลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไปตามแต่ละวัฒนธรรม ปัจจุบันขนมชนิดนี้ยังได้รับการพัฒนาด้วยการออกแบบสร้างสรรค์ใหม่ในรูปแบบที่ทันสมัยและน่าสนใจยิ่งขึ้นอีกด้วย

จากประเด็นทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาบทบาทของ “ต้ม” “ตูปะ” ผ่านมุมมองคติชนวิทยา และการสร้างสรรค์ในสังคมร่วมสมัย อันจะนำไปสู่การทำความเข้าใจนัยสำคัญของทุนวัฒนธรรมที่กำลังก่อรูปขึ้นในบริบทใหม่ ซึ่งการศึกษานี้มุ่งหวังที่จะชี้ให้เห็นกระบวนการอนุรักษ์ การสืบทอด และการปรับตัวของมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้สามารถส่งต่อไปยังคนรุ่นต่อไปได้อย่างมีพลังและเหมาะสมกับยุคสมัยได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาบทบาทของ “ตัม” “ตูปะ” ในมุมมองคติชนวิทยา และการสร้างสรรค์ในสังคมร่วมสมัย

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง “ตัม” “ตูปะ”: ขนบร่วมวัฒนธรรมกับการสร้างสรรค์ในสังคมร่วมสมัย ผู้ศึกษาได้ทบทวน ทฤษฎี และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของคติชนวิทยา และแนวคิดคติชนสร้างสรรค์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของคติชนวิทยา

วิลเลียม บาสคอม (Bascom, 1954 อ้างถึงใน Nathalang (2014, p. 359) เขียนบทความเรื่อง "Four Functions of Folklore" Bascom และได้จำแนกบทบาทหน้าที่ของคติชนในภาพรวมไว้ 4 ประการนั้น Nathalang (2014) ได้นำเสนอมุมมอง และอธิบายบทบาทหน้าที่ของคติชนไว้ว่าประกอบด้วย 3 ประการ ได้แก่ บทบาทคติชนในการอธิบายแหล่งกำเนิดและอัตลักษณ์ของกลุ่มชนและพิธีกรรม บทบาทคติชนในการให้การศึกษาอบรมระเบียบสังคมและรักษามาตรฐานพฤติกรรมของสังคม และบทบาทคติชนในการเป็นทางออกให้กับ ความคับข้องใจของบุคคลอันเกิดจากกฎเกณฑ์ทางสังคม

แนวคิดคติชนสร้างสรรค์

คติชนสร้างสรรค์เป็นคติชนที่มีการสร้างใหม่หรือผลิซ้ำในบริบททางสังคมไทยปัจจุบันในลักษณะของ การสืบทอดคติชนในบริบทใหม่ การประยุกต์คติชน การต่อยอดคติชน การตีความหมายใหม่และการสร้างความหมายใหม่ การนำคติชนไปใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม หรือเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของท้องถิ่นหรืออัตลักษณ์ชาติพันธุ์ Natalang (2019)

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิและการเก็บข้อมูลภาคสนาม ผู้เขียนเริ่มจากการทบทวนเอกสาร หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น อาหารพื้นบ้าน และการออกแบบสร้างสรรค์ เพื่อใช้เป็นกรอบ ในการวิเคราะห์ประเด็นการศึกษา สำหรับการเก็บข้อมูลภาคสนามผู้เขียนดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในพื้นที่จังหวัดสงขลา โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการและผู้มีบทบาทในการ สร้างสรรค์ “ตัม” “ตูปะ” ในรูปแบบใหม่ ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านขนมไทยแม่ฉวี นักออกแบบจากแบรนด์ SAN และกลุ่ม “ยังเพ” การสัมภาษณ์มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนมุมมองและการอภิปรายประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา การเปลี่ยนแปลง และความหมายทางวัฒนธรรมของขนมดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

“ตัม” “ตูปะ” ขนบร่วมวัฒนธรรม

เกอตูปะ หรือ ตูปะ เป็นคำเรียก ตัม ของชาวมุสลิม สำหรับชาวพุทธแล้วเรียกว่า ตัม หรือปัด นับเป็นของว่าง หรือขนมในงานบุญทั้งพุทธศาสนิกชน และชาวมุสลิม เราจึงเห็นตัม หรือปัด ในประเพณีลากพระ และตูปะ หรือ เกอตูปะในวันฮารีรายอ

Maskaew (2024, December 28) ได้เล่าถึงรูปแบบและวิธีการทำตัม ดังนี้ “...การทำตัมเริ่มจากการเตรียม ไข่ป้อคือ เราต้องใบตัดไข่ป้อจากที่เป็นยอด ตึงออกทีละใบ และคลี่ใบออก และมีมันใบเพื่อจะเตรียมไว้ห่อตัม ได้ง่าย จากนั้นเราก็ไปเตรียมข้าวเหนียว ผัดกับน้ำมันกะทิปรุงด้วยน้ำตาลและเกลือเล็กน้อยผัดจนสุกได้ที่ ทิ้งไว้ให้เย็น และเริ่มห่อตัมโดยใช้ไข่ป้อที่เตรียมไว้...” การ “แทงตัม” หรือ “จุกตัม” ตัมมี 3 แบบคือ 1) ตัมผู้ ตัมผู้จะมี ลักษณะสูงและเรียวยาว 2) ตัมเมีย จะมีลักษณะสั้น แบน และมีด่างที่ท้าย โดยส่วนใหญ่ตูปะของมุสลิมจะมี ลักษณะเหมือนตัมเมีย และ 3) ปัด การห่อปัดจะห่อในลักษณะที่เป็นรูปทรงกระบอก



ภาพ 1 ต้มผู้ ต้มเมีย และปัด (ตามลำดับ)
ที่มา: ผู้เขียน

ทั้งนี้การห่อต้มมีรูปแบบอื่น ๆ แล้วแต่ความถนัดของผู้ที่ห่ออีกหลายแบบ ในส่วนนี้ผู้ศึกษากล่าวถึงเฉพาะที่เห็นได้โดยทั่วไปในพื้นที่ภาคใต้เท่านั้น

บทบาทของ “ต้ม” “ตุ๋น” ในมุมมองคติชนวิทยา

“ต้ม” “ตุ๋น” เป็นขนมที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมและมีความสัมพันธ์อยู่ในประเพณีและพิธีกรรมทั้งศาสนาพุทธ และศาสนาอิสลาม ทำให้ขนมชนิดนี้มีบทบาทอยู่ในทั้ง 2 วัฒนธรรมและฝังรากลึกอยู่ในวิถีชีวิตของคนในสังคมนั้น ๆ ดังที่ Nathalang (2014, p.359) ได้กล่าวว่า วัฒนธรรมส่วนต่าง ๆ ในสังคมมีหน้าที่ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ทั้งทางด้านปัจจัยพื้นฐาน ด้านความมั่นคงของสังคม และความมั่นคงทางด้านจิตใจ วัฒนธรรมในส่วนที่เป็นคติชนช่วยให้สังคมดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง

โดยการศึกษาเรื่อง “ต้ม ตุ๋น” ขนมนร่วมวัฒนธรรม ผู้ศึกษาจะนำเสนอบทบาทของคติชนที่สะท้อนมุมมองของทั้ง 2 ศาสนา ไว้ 2 ประเด็น คือ บทบาทคติชนในการอธิบายเหตุผลและที่มาในการประกอบพิธีกรรม และบทบาทคติชนในการให้การศึกษา อบรมระเบียบสังคมและรักษามาตรฐานพฤติกรรมของสังคม ดังนี้

1) บทบาทคติชนในการอธิบายเหตุผลและที่มาในการประกอบพิธีกรรม

ประเพณีทางพระพุทธศาสนาที่ใช้ต้มก็คือประเพณีลากพระของคนภาคใต้ โดยมีการนำต้มไปแขวนไว้กับเรือพนมพระ เพื่อเป็นอาหารของชาวบ้านที่มาร่วมกันในประเพณี ทั้งนี้ยังมีการกล่าวถึงต้มในประวัติความเป็นมาของประเพณีลากพระ ดังที่ Mukdarat (2011) กล่าวว่า เมื่อพระพุทธรูปองค์เสด็จถึงประตูนครสังกัสสะในเช้าตรู่วันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 ซึ่งเป็นวันออกพรรษา พุทธศาสนิกชนที่ทราบกำหนดการเสด็จกลับจากพระโมคคัลลานะต่างมารอรับเสด็จอย่างเนืองแน่น พร้อมเตรียมภัตตาหารมาถวาย แต่ด้วยจำนวนผู้คนที่มาอรับเสด็จมีมากจึงไม่สามารถถวายภัตตาหารแก่พระพุทธรูปได้ทั่วถึง ทำให้ต้องส่งภัตตาหารห่อใบไม้ต่อกันเป็นทอด ๆ เข้าไปถวายสำหรับผู้ที่อยู่ห่างออกไปมากจนไม่อาจส่งต่อได้ทันเวลา จึงใช้วิธีห่อภัตตาหารด้วยใบไม้แล้วโยนหรือปาเข้าไปถวายด้วยความตั้งใจบริสุทธิ์ แม้จะมีความโกลาหลบ้าง แต่ด้วยแรงศรัทธาและอภินิหารแห่งพระพุทธรูป ภัตตาหารเหล่านั้นก็ล้วนตกลงในบาตรของพระองค์ทั้งสิ้น เหตุการณ์นี้จึงเป็นที่มาของประเพณี “ห่อต้ม” และ “ห่อปัด” เพื่อแสดงความปิติที่พระพุทธรูปเสด็จกลับจากดาวดึงส์ เมื่อพระพุทธรูปเสด็จถึง พุทธศาสนิกชนได้อัญเชิญขึ้นประทับบนบุษบกที่จัดเตรียมไว้ จากนั้นจึงแห่แหนไปยังที่ประทับของพระองค์ภายหลังเมื่อพ้นพุทธกาล และมีการสร้างพระพุทธรูปขึ้น พุทธศาสนิกชนจึงอัญเชิญพระพุทธรูปแห่แหนเป็นสัญลักษณ์แทนองค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าในพิธีดังกล่าว



ภาพ 2 พุทธศาสนิกชนนำตัมไปแขวนที่เรือพนมพระ ในประเพณีลากพระ
ที่มา: ผู้เขียน

นอกจากตัมจะใช้เป็นขนมทางพระพุทธศาสนาแล้ว ชาวมุสลิมก็จะทำตัมกันในวันฮารีรายอ ดังที่ Jehamood (2016) กล่าวว่า วันฮารีรายอเป็นวันสำคัญของชาวมุสลิมทั่วโลก และถือเป็นวันรื่นเริงประจำปี ชาวมุสลิมมักเดินทางกลับภูมิลำเนาเพื่อเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา พร้อมกับพบปะสังสรรค์กับเพื่อนและญาติพี่น้อง เพื่อขออภัยซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ ยังมีการนำขนมไปแจกจ่ายให้กับเด็ก ๆ และเพื่อนบ้านอีกด้วย นอกจากนี้ Klanarong (n.d.) ระบุว่า “ตูปะ” มักทำในช่วงเทศกาลวันฮารีรายอ โดยแต่ละครอบครัวจะทำกินเอง และแจกจ่ายให้เพื่อนบ้าน โดยมักทำตูปะในคืนสุดท้ายของการถือศีลอด และรับประทานในช่วงวันฮารีรายอ หรือวันตรุษอีดิลฟิตรี ซึ่งเป็นวันเฉลิมฉลองการละศีลอดที่ปฏิบัติอย่างเคร่งครัดเป็นเวลาหนึ่งเดือนในเดือนรอมฎอนในวันฮารีรายอ ผู้คนในหมู่บ้านมักเดินทางไปเยี่ยมญาติผู้ใหญ่ แจกจ่ายขนมและอาหารตามบ้านเรือนของเพื่อนบ้าน เพื่อขอโทษและให้อภัยซึ่งกันและกัน ซึ่งถือเป็นการกระชับความสัมพันธ์ภายในชุมชน ดังนั้น “ตูปะ” จึงกลายเป็นสัญลักษณ์สำคัญของวันฮารีรายอ ไม่เพียงแต่ในภาคใต้ของประเทศไทยเท่านั้น แต่ในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ก็ใช้ตูปะเป็นสัญลักษณ์ในการเฉลิมฉลองเทศกาลวันฮารีรายอด้วย จะเห็นได้จากการประดับตูปะตามซุ้มประตู ถนนหนทาง อาคารร้านค้า รวมถึงรูปภาพหรือบัตรอวยพรที่ส่งผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือไลน์ (Line) ซึ่งมักมีสัญลักษณ์ตูปะ ทั้งแบบสามเหลี่ยมและสี่เหลี่ยม

กล่าวได้ว่าทั้งศาสนาพุทธและศาสนาอิสลามมีการใช้ “ตัม” “ตูปะ” ในการประกอบพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนาที่อาจจะมีความแตกต่างกันในการประกอบพิธีกรรม แต่ยังมีจุดร่วมเดียวกันคือการนำขนมไปแจกจ่ายกับญาติผู้ใหญ่ และคนที่เคารพนับถือ หรือมีการรับประทานร่วมกันสำหรับคนที่มาร่วมประกอบพิธี วิถีปฏิบัตินี้เป็นมุมมองที่น่าสนใจซึ่งจะเห็นได้ว่าคนในแถบอุษาคเนย์จะให้ความสำคัญกับครอบครัว และบรรพบุรุษ ดังจะเห็นได้จากอีกหลาย ๆ ประเพณีของแถบนี้

2) บทบาททัศนคติในการให้การศึกษา อบรมระเบียบสังคมและรักษามาตรฐานพฤติกรรมของสังคม

โครงสร้างทางสังคมมีความสำคัญในการให้การศึกษา อบรมระเบียบ และรักษามาตรฐานพฤติกรรมของสังคม สถาบันทางสังคมมีส่วนช่วยในการอบรม สั่งสอน และปลูกฝังค่านิยมของคนในสังคม ทั้งสถาบันครอบครัว สถาบันศาสนา สถาบันการศึกษา สถาบันการเมืองการปกครอง และสถาบันเศรษฐกิจ โดยผู้ศึกษาจะกล่าวในภาพรวมของทั้ง 2 ศาสนา ดังนี้

2.1 สถาบันครอบครัว ครอบครัวเป็นสถาบันที่เล็กที่สุดแต่มีส่วนสำคัญในการขัดเกลาและอบรมสมาชิก ซึ่งจะมีการถ่ายทอดความรู้หรือชุดความคิดจากรุ่นสู่รุ่นในการทำขนมทั้งศาสนาพุทธ และมุสลิมมีการสอนให้ลูกหลานรู้จักกระบวนการทำและร่วมกันในครอบครัวเพื่อทำขนมสำหรับใช้ในการประกอบพิธีกรรม

2.2 สถาบันศาสนา มีส่วนสำคัญที่ทำหน้าที่อบรม และสอนให้สมาชิกได้เรียนรู้ทั้งเรื่องความเชื่อ พิธีกรรม อีกทั้งยังเป็นที่พักพิงทางใจให้แก่คนในสังคม การทำตัม หรือตูปะ ใช้ในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ทั้งพุทธ ในประเพณีชักพระ หรือลากพระ และศาสนาอิสลามในวันฮารีรายอ

2.3 สถาบันการศึกษา โรงเรียน และมหาวิทยาลัยหลายแห่งมีการจัดสอน และจัดประกวดการทอตัม แหงตัม เพื่อเป็นการให้นักเรียนและนักศึกษาได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นของตน

2.4 สถาบันการเมืองการปกครอง เป็นสถาบันที่มีหน้าที่กำหนดบทบาทและกฎระเบียบในสังคม จะเห็นได้ว่าหน่วยงานราชการหลายแห่งเข้ามามีส่วนร่วมในประเพณีพิธีกรรมของทั้ง 2 ศาสนา มีการจัดงาน จัดประกวด แหงตัมในหลาย ๆ พื้นที่

2.5 สถาบันเศรษฐกิจ เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมไม่ว่าจะเป็นร้านค้า หรือห้างร้านต่าง ๆ มีการสนับสนุนงบประมาณต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรม เป็นต้น

วิถีวัฒนธรรมของพุทธและมุสลิมแม้ว่าจะมีความแตกต่างกันบ้าง แต่ก็มีบางส่วนที่มีลักษณะร่วมกันอยู่ ดังที่กล่าวไปข้างต้น วิถีชีวิตของทั้ง 2 ศาสนาในพื้นที่ภาคใต้เน้นความร่วมมือและการพึ่งพาของคนในครอบครัว มีศาสนาเป็นตัวเชื่อมที่สอนให้คนในสังคมเมตตา เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และช่วยเหลือกัน อีกทั้งยังมีสถาบันทางสังคมอื่น ๆ ที่เข้ามามีส่วนร่วมทำให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างเข้มแข็ง นอกจากนี้สถาบันทางสังคมยังมีส่วนช่วยในการตอบสนอง ความต้องการของมนุษย์ในด้านต่าง ๆ ดังที่ Nathalang (2014, p.359) ได้กล่าวว่า วัฒนธรรมในสังคมแต่ละส่วน มีบทบาทสำคัญในการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ทั้งในด้านปัจจัยพื้นฐาน ด้านความมั่นคงของสังคม และ ด้านความมั่นคงทางจิตใจ โดยเฉพาะวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับคติชน ซึ่งช่วยเสริมสร้างความมั่นคงและความอยู่รอด ของสังคมได้อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้จากบทบาทของคติชนในการนำเสนอมุมมองของ “ตัม” “ตูปะ” ในแต่ละวัฒนธรรมดังแสดงให้เห็น ความสำคัญตามที่กล่าวมาแล้วนั้น ปัจจุบันยังมีการสร้างสรรค์ “ตัม” “ตูปะ” ในบริบทใหม่ในลักษณะของ การสร้างสรรค์เพื่อเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมดังที่ผู้ศึกษาจะนำเสนอต่อในลำดับถัดไป

“ตัม” “ตูปะ” กับการออกแบบ และสร้างสรรค์ในสังคมร่วมสมัย

สังคมร่วมสมัยเป็นสภาวะทางสังคมแบบหนึ่งที่อยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง ซึ่งในปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยน และเกิดเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในหลากหลายมิติ ทั้งนี้การปรับเปลี่ยนในมิติทางวัฒนธรรมเดิมสู่การสร้างสรรค์ ใหม่ก็เป็นมุมมองที่น่าสนใจเพื่อให้วัฒนธรรมดั้งเดิมยังคงอยู่ ยกตัวอย่าง “ตัม” “ตูปะ” ในฐานะชนมในวัฒนธรรม ของศาสนาพุทธ และอิสลามกับการปรับเปลี่ยนในปัจจุบัน ดังที่ Sujachaya (2012, p.227-228) อ้างถึงใน Nathalang (2013, p.26-27) ได้กล่าวว่า สินค้าวัฒนธรรม หมายถึงการพัฒนาสินค้าที่มีพื้นฐานมาจากสิ่งที่ เรียกว่า “ทุนทางวัฒนธรรม” หรือบางครั้งเรียกว่า “สินทรัพย์สร้างสรรค์” ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมเหล่านี้อาจอยู่ใน รูปแบบของทรัพยากรที่จับต้องได้หรือไม่จับต้องได้ และมีบทบาทสำคัญในโลกปัจจุบันในการสร้างมูลค่าและ พัฒนานวัตกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจ ดังที่ในปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำตัม หรือตูปะจากเดิม ที่ใช้ข้าวเหนียวขาวปรับเพิ่มมาเป็นข้าวเหนียวดำบ้าง การใส่ถั่วเพิ่มไปในข้าวเหนียวบ้าง และการทำขนมตัมใส่ไส้ ยกตัวอย่างขนมไทยแม่ฉวี จังหวัดสงขลา ทั้งนี้ ตัมสามเหลี่ยมมีไส้ของร้านขนมไทยแม่ฉวียังได้รับการยกระดับ เป็นสินค้า OTOP ของจังหวัดสงขลาอีกด้วย



ภาพ 3 ขนมต้มสามเหลี่ยมไส้เจ้าแรก
ที่มา: ผู้เขียน

จากการศึกษาข้อมูลจากร้านขนมไทยแม่จิว จังหวัดสงขลา ที่มีการดัดแปลงขนมต้มโดยมีการใส่ไส้ลงไปเป็นเจ้าแรก มีไส้หมูไข่เค็ม และไส้ไก่ไข่เค็ม ได้กล่าวว่า ต้มสามเหลี่ยมห่อใบกะพ้อ ขนมไทยพื้นถิ่นของจังหวัดสงขลา ใช้ในเทศกาลงานบุญเดือนสิบ สำหรับไหว้สักการะต่อเทพยดา และนิยมใช้แขวนบนเรือพระในงานประเพณีชักพระ เดิมขนมต้มสามเหลี่ยมจำทำกันขนาดเล็กไม่ใส่ไส้ เมื่อร้านขนมไทยแม่จิว บนถนนนางงามกลางเมืองสงขลาได้ทำจัดจำหน่าย จึงคิดค้นและดัดแปลงเติมไส้ลงไปเป็นเจ้าแรก มีให้เลือกทั้งไส้หมูไข่เค็ม ขนมต้มสามเหลี่ยมไส้ไส้ของร้านขนมไทยแม่จิว มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ในรสชาติขิงไส้ที่ไม่เหมือนใครและความเหนียวนุ่มของข้าวเหนียว จึงเป็นที่นิยมไว้รับประทานคู่กับชา กาแฟ และซื้อเป็นของฝากจากจังหวัด (Maechawee Thai Dessert Shop 2024, December 24) ทั้งนี้ ในปัจจุบันมีวางขายต้มสามเหลี่ยมไส้ไส้ในอีกหลายร้านในแถบจังหวัดสงขลา ดังที่ Chaengprachak (2015) ได้กล่าวว่า ต้มไส้ไส้ เป็นอาหารว่างนิยมรับประทานในตอนบ่าย เป็นการผสมผสานวัฒนธรรมการบริโภคอาหารของไทยและจีนเข้าด้วยกัน มีลักษณะคล้ายอาหารของไทย และ “บะ จ่าง” ของจีน โดยนำต้มสามเหลี่ยมของไทยไส้ไส้ ที่ประกอบด้วยหมูและไข่เค็ม ปัจจุบันนิยมรับประทานในตอนเช้ากับ กาแฟ หรือรับประทานเป็นอาหารว่างในตอนบ่าย

จากมุมมองที่ได้กล่าวไปข้างต้นว่าขนมต้มไส้ไส้เป็นการผสมผสานวัฒนธรรมการบริโภคอาหารของไทย และจีนเข้าด้วยกันนับเป็นมุมมองที่น่าสนใจ เนื่องด้วยพื้นที่จังหวัดสงขลา บริเวณถนนนางงาม สงขลาถือเป็นถนนพหุวัฒนธรรมโดยมีการรวมคนไทย จีน อิสลาม ไว้ด้วยกัน และมีการผสมวัฒนธรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน “ต้มไส้ไส้” ก็เป็นการผสมผสานวัฒนธรรมด้านอาหารที่ลงตัว

นอกจากนี้ยังมีการสร้างสรรค์ “ต้ม” “ตุ๋น” ในมุมมองใหม่ที่ไม่ใช่ขนม หรืออาหารแต่เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยแบรนด์ SAN เป็นแบรนด์ที่เน้นการเล่าเรื่องราวของวัฒนธรรมภาคใต้ผ่านกลิ่น โดยในการออกแบบของขนม และพยายามค้นหาองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่ช่วยเสริมกลยุทธ์การเล่าเรื่องของแบรนด์ ส่งผลให้ของขนมมีกลิ่นหอมที่สื่อถึงมรดกทางวัฒนธรรมภาคใต้ผ่านกลิ่นหอมที่รังสรรค์เป็นพิเศษ ผสมผสานกับการออกแบบภายนอกที่สะท้อนถึงประเพณีของชาวใต้ แร้งบันดาลใจสำหรับของขนมครั้งแรกของ SAN มาจากประเพณีการห่อขนมต้มใบกะพ้อ หรือที่เรียกกันว่าข้าวเหนียวตุ๋น ใบกะพ้อที่ใช้ห่อจะมีลักษณะเหมือนริบบิ้นที่เป็นเอกลักษณ์ มีลวดลายขนานกันยาวตลอดความยาว กระบวนการห่อที่ซับซ้อนทำให้เกิดรูปทรงสามเหลี่ยมที่โดดเด่นและมีลวดลายที่สวยงาม นอกจากนี้ยังแสดงถึงธรรมชาติของวัฒนธรรมหลายเชื้อชาติของภาคใต้ ซึ่งใช้ในพิธีกรรมทางพุทธศาสนาและศาสนาอิสลาม SAN ใช้สิ่งนี้เป็นสัญลักษณ์ในการบอกเล่าเรื่องราวทางวัฒนธรรมของภาคใต้ผ่านการออกแบบและกลิ่นหอมที่เป็นเอกลักษณ์ (Demark, n.d.)

SAN Original Scent ได้รับรางวัลออกแบบยอดเยี่ยม Design Excellent Award 2024 ในงาน DEmark Award 2024 จากอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) รางวัลออกแบบยอดเยี่ยมในกลุ่มผลิตภัณฑ์ Life Style จากการออกแบบผลิตภัณฑ์ถุงหอม Tupat Scented Sachet ที่ได้แรงบันดาลใจจากขนมต้มใบพ้อ ขนมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของสงขลาและภาคใต้ ทาง SAN Original Scent มีความตั้งใจที่จะถ่ายทอดเรื่องราวและเอกลักษณ์ รวมถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมผ่านภาษากลิ่น และการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ สร้างการต่อยอด และเผยแพร่ภูมิปัญญาในท้องถิ่นของภาคใต้ (San.Songkhla, 2024)



ภาพ 4 แบรินด์ SAN
ที่มา: ผู้เขียน

อีกทั้งยังมีการออกแบบเป็นเก้าอี้ โดย Khao-tom Collection การออกแบบที่ได้รับแรงบันดาลใจจากไทย โดย Mobella ได้รับแรงบันดาลใจจากเทคนิคการห่อข้าวเหนียวหนึ่งด้วยใบตอง ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย ข้าวต้มเป็นขนมไทยภาคใต้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในด้านรสชาติ การออกแบบได้นำลวดลายใบตองมาใช้ในการเย็บเก้าอี้ และการลดรูปทรงลง ทำให้เกิดการตีความภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบร่วมสมัย จากงานออกแบบข้างต้น แสดงให้เห็นถึงการปรับประยุกต์สินค้าทางวัฒนธรรมที่ผสมผสานกับการออกแบบเพื่อถ่ายทอดมุมมองด้านภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของภาคใต้ในรูปแบบที่ทันสมัยและน่าสนใจ



ภาพ 5 เก้าอี้ Khao-tom
ที่มา: Nulek, K., 2024

จากการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบงานเก้าอี้ Khao-tom คือ Nulek (2024, December 24) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “...โดยปกติจะออกแบบผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์เป็นหลัก อยู่ในแบรนด์เฟอร์นิเจอร์ชื่อว่า Mobella ซึ่งแบรนด์ก็มีดีไซน์เนอร์คนไทยซึ่งได้แรงบันดาลใจจากความเป็นไทยในการออกแบบ และสาเหตุที่เลือก “ตัม หรือ ตูปะ” มาออกแบบก็คือส่วนตัวก็คลุกคลีอยู่กับภาคใต้ ทั้งเรื่องของกิน หรือวัฒนธรรมอื่น ๆ วันหนึ่งมีโอกาสได้เห็นวิธีการห่อตัมที่เอาใบกะป้อมาห่อก็เลยคิดว่ามันเหมือนการทำผ้าและน่าจะเอาปรับใช้การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ได้ ซึ่งคนภาคใต้โดยทั่วไปเมื่อเห็นลักษณะก็จะเข้าใจ ที่สำคัญงานนี้ก็จะสะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาของเราด้วย...”

นอกจากนี้ในปัจจุบันยังมีกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้เห็นถึงความสำคัญในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและได้มีการรวมกลุ่มกันโดยมีชื่อกลุ่มว่า “ยังเพ” เป็นกลุ่มที่รวบรวมงานออกแบบที่ผ่านการสร้างสรรค์จากกลุ่มคนรุ่นใหม่ ดังที่ Charuphan (2024, December 24) ผู้ก่อตั้งกลุ่มยังเพ ได้กล่าวว่า “...ยังเพเป็นกลุ่มคนนักออกแบบรุ่นใหม่ที่ยากจะนำเสนอเกี่ยวกับวัฒนธรรม งานหัตถกรรมพื้นถิ่น โดยนำการออกแบบมาเชื่อมโยงกัน ทำให้ได้งานใหม่ที่ยังคงมีกลิ่นอายและเอกลักษณ์ของภาคใต้ โดยปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 13 คน และสมาชิกทุกคนก็เป็นคนใต้ด้วย...” คำว่า “ยังเพ” ในภาษาใต้ หมายความว่า มีเยอะ มีมาก มีหลายอย่างรวมกัน และในภาษาอังกฤษชื่อว่า “YOUNG PLAY” หากดูตามความหมายศัพท์ YOUNG หมายถึง หนุ่ม สาว อายุน้อย คนหนุ่มคนสาว เป็นต้น ส่วนคำว่า PLAY หมายถึง เล่นสนุก พอมารวมกันก็หมายความว่า กลุ่มคนหนุ่มสาวที่มาร่วมกันเพื่อทำกิจกรรมสนุก ๆ การที่กลุ่มชื่อให้เข้าใจได้ทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาถิ่นใต้ ก็ทำให้ผู้อ่านได้เข้าถึงและเข้าใจกันได้หลายหลายมุมมองตามการตีความของแต่ละคน

“ตัม” และ “ตูปะ” กับการสร้างสรรค์ในสังคมร่วมสมัยสะท้อนให้เห็นพลวัตของสังคมที่ปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย การปรับเปลี่ยนเหล่านี้เป็นการสืบทอดและผลิตซ้ำวัฒนธรรม (Cultural Transmission และ Cultural Reproduction) ดังที่ Distapan (2014) กล่าวไว้ วัฒนธรรมที่ถูกสืบทอดและส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นจะยังคงมีชีวิตและบทบาทในสังคมต่อไป นอกจากนี้ Kaewthep (2002) ชี้ให้เห็นว่าการศึกษาวัฒนธรรมไม่ควรมองว่าวัฒนธรรมเป็นเพียงผลผลิตแต่ควรพิจารณากระบวนการผลิตด้วย วัฒนธรรมถูกผลิต บริโภค และผลิตซ้ำโดยกลุ่มคนในสังคม การผลิตซ้ำนี้ช่วยให้วัฒนธรรมคงอยู่ และสิ่งใดที่ถูกเลือกให้ผลิตซ้ำมักเป็นสิ่งที่สังคมเห็นคุณค่าและต้องการสืบทอดตัวอย่างเช่น “ตัม” และ “ตูปะ” ซึ่งเป็นขนบที่ใช้ในพิธีกรรม และเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตทั้งในชุมชนพุทธและอิสลาม นอกจากนี้ยังมีการสร้างสรรค์ใหม่ เช่น การเติมไส้เพื่อให้ตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย การออกแบบเป็นถุงหอมหรือเก้าอี้ที่มีรูปลักษณ์เฉพาะตัวสะท้อนเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมภาคใต้ ซึ่งจากที่กล่าวไปข้างต้นแสดงให้เห็นถึงการนำทุนทางวัฒนธรรมเดิมมาสร้างสรรค์ใหม่ในบริบทสังคมที่มีความร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น โดยสอดคล้องกับแนวคิดคติชนสร้างสรรค์ของ Natalang (2019) ที่ได้กล่าวว่า คติชนสร้างสรรค์เป็นคติชนที่มีการสร้างใหม่หรือผลิตซ้ำในบริบททางสังคมไทยปัจจุบันในลักษณะของการสืบทอดคติชนในบริบทใหม่ การประยุกต์คติชน การต่อยอดคติชน การตีความหมายใหม่และการสร้างความหมายใหม่ การนำคติชนไปใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

บทสรุป

“ตัม” “ตูปะ” เป็นขนบร่วมวัฒนธรรมที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมในประเพณีสำคัญของศาสนาพุทธคือ ประเพณีลากพระที่ใช้แขวนกับเรือพนมพระ และศาสนาอิสลามในวันฮารีรายอ ที่ใช้ในการแจกจ่ายให้กับคนรู้จักหรือญาติมิตร ทั้งนี้ตัม หรือตูปะยังเป็นขนบที่วางอยู่บนโต๊ะของร้านน้ำชาในตอนเช้า จะเห็นได้ว่าตัมในแต่ละวัฒนธรรมทำหน้าที่แตกต่างกันแต่สิ่งที่เหมือนกันก็คือ ตัมเปรียบเหมือนสัญลักษณ์ของความเหนียวแน่นและกลมเกลียวกันในหมู่คณะ การห่อตัมจะต้องใช้ความรักและความสามัคคีมีการร่วมด้วยช่วยกันเพราะการห่อตัมในแต่ละครั้งจะต้องใช้เวลาาน การที่คนในครอบครัวเข้ามาร่วมกันห่อตัมทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์อันดีต่อกัน

มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นก่อให้เกิดความรักและความเข้าใจกันของคนในครอบครัว ซึ่งจากวิถีดั้งเดิมที่กล่าวมานั้นถือเป็นสิ่งหลอมรวมที่เป็นจุดร่วมกันของทั้ง 2 วัฒนธรรม และเมื่อพิจารณาถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบของ “ต้ม” “ตุ๋น” ในสังคมร่วมสมัยพบว่าการปรับเปลี่ยนรูปแบบ และการออกแบบสร้างสรรค์ใหม่ได้อย่างน่าสนใจ ถือเป็นกระบวนการของพลวัตทางวัฒนธรรมเพื่อสืบทอด และอนุรักษ์วัฒนธรรมให้คงอยู่ อีกทั้งขนมยังเป็นสิ่งยึดโยงคนทั้ง 2 ศาสนาให้มีความเป็นหนึ่งเดียวกัน โดยไม่ได้มองว่าเป็นพุทธ หรือมุสลิมเพียงใช้ชื่อเรียกต่างภาษากันเท่านั้นแต่ขนมยังเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงวิถีปฏิบัติจากรากวัฒนธรรมเดียวกันที่มุ่งให้คนในสังคมเกิดความรัก สามัคคีต่อกัน และอยู่ร่วมกันอย่างสันติ นอกจากนี้มุมมองการสร้างสรรคใหม่ในแง่ของการนำทุนวัฒนธรรมเดิมมาต่อยอดเป็นสินค้าเพื่อสร้างรายได้ และสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนนั้นเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการพัฒนาสินค้าชุมชนอื่น ๆ ในการนำเสนอต่อไป

References

- Bascom, W. (1954, Oct. Dec). Four functions of folklore. *Journal of American Folklore*, 67(266), 333-349.
- Chaengprachak, A. (2015). *Boiled with filling*. Retrieved from <https://phetty2580.wordpress.com>.
- Charuphan, E. (2024, December 24). Founder of the Young Pe page [Interview].
- Demark. (n.d.). *Tupa scented sachet*. Retrieved from https://demarkaward.net/en/demark_winner/detail/19366
- Distapan, W. (2014). *Phra Upakut: The inheritance and reproduction of beliefs, legends and rituals in contemporary Thai society* (Doctor of Philosophy Thesis). Chulalongkorn University. Bangkok. <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/45905>
- Jehamood, P. (2016). *Hari Raya, happiness of Muslims*. Retrieved from <https://www.lib.ru.ac.th/journal>.
- Kaewthep, K. (2002). *When the media reflects and creates culture* (2nd ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Book Center.
- Klanarong, N. (n.d.). *Tupa: Hari Raya food*. Retrieved from http://www2.huso.tsu.ac.th/puyu2020/featured_15.html
- Maechawee Thai Dessert Shop. (2024, December 24). *Business owner*. [Interview].
- Maskaew, R. (2024, December 28). *Entrepreneurs*. [Interview].
- Mukdarat, S. (2011). The colors of faith in the Phra Kok Pho boat in the present. *Rusamilae Journal*. 32(3). 57-64.
- Natalang, S. N. (2019). *Creative folklore: Synthesis and theory* (2nd ed.). Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre.
- Nathalang, S. (2013). “Creative folklore”: A review of social context and related concepts. *Journal of Arts*, 42(2), 1-74.
- Nathalang, S. (2014). *Folklore theory: Methodology for the analysis of legends and folktales*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Nulek, K. (2024, December 24). *Head designer and consultant*. [Interview].
- San.Songkhla. (2024). *SAN Original Scent won the Design Excellent Award 2024*. Retrieved from <https://www.facebook.com/profile.php?id=100088738791484>

Satapong, K. (2024). *Tom Pad Ketupat: Multicultural Food in Nakhon Si Thammarat*. Retrieved from https://library.wu.ac.th/NST_localinfo.

Sujachaya, S. (2012). Creative economy and cultural management. *Thai Studies Journal*, 7(2), 217-240.

Sustainable Agriculture Foundation. (2012). *Rice: Culture, lifestyle and wisdom*. Retrieved from <https://www.thaihealth.or.th>

Wongthes, S. (2016). *Joint culture of ASEAN in ASEAN*. Bangkok: Natal Hack.

