

กระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์
“ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป”
ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้
พิพิธภัณฑ์วัด
(Creative Product Procedures:
Wat Phrarub Community Salted Eggs
Developed by Applying Local Lore
and Temple Museum Knowledge)

เทียมจิตร พ่วงสมจิตร*
(Tiamjit Puangsomjit)

Received: January 11, 2024
Revised: July 16, 2024
Accepted: September 20, 2024

บทความวิจัย
-
วิชาการ

* นักวิจัยชำนาญการพิเศษ สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (Researcher, Senior Professional Level of Thai Khadi Research Institute, Thammasat University).

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง “กระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ‘ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป’ ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้พิพิธภัณฑวัด” เป็นผลการพัฒนา “ไข่เค็มแม่พื้น” ซึ่งเป็นสินค้าท้องถิ่น เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชนวัดพระรูป ให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ด้วยแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้วยกระบวนการสร้าง 4 ขั้นตอน คือ 1) การแสวงหาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ วัด ชุมชน ภูมิปัญญา สิ่งประดิษฐ์ สินค้า บริการ วัตถุสิ่งของในพิพิธภัณฑ และองค์ความรู้ด้านวิชาการ 2) การสร้างเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การตั้งชื่อ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลาก และข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญ 3) การสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวคิดทฤษฎีที่เลือกใช้เป็นกรอบความคิด เช่น การเชิดชูภูมิปัญญาในการผลิตไข่เค็ม การเพิ่มคุณค่าและการใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และ 4) การแสวงหาความร่วมมือจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น วัด ชุมชน คณะนักวิชาการ หรือนักวิจัย ประชาชนชาวบ้าน ผู้มีความรู้และประสบการณ์ โดยมีข้อสังเกต ว่าการแสวงหาความร่วมมือ เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญที่สุดต่อความสำเร็จในการนำเสนอผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ไปสู่การรับรู้ของสาธารณชน รวมถึงการดำรงอยู่และการเติบโตต่อไปของผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์, ไข่เค็ม, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, พิพิธภัณฑวัด

ABSTRACT

Mae Fuen Salted Eggs is a local product created by the local lore of Wat Phrarub community residents, relying on the creative economy and product design. The four-step creative process comprises: 1) relating body of knowledge linked to the temple, community, local lore, invention, products, service, museum collections, and academic knowledge; 2) product creation, including name, branding, packaging, label, and ingredients; 3) value added based on concepts and theories chosen as the concept framework such as illuminating local lore by manufacturing salted eggs for product use; and 4) seeking stakeholder cooperation from the temple, community, scholars, and local residents informed and experienced with lore. Collaboration is vital for successful in transmission of creative products for popular recognition and acceptance as well as future sustainable growth.

Keywords: Creative product, Salted egg, Local wisdom, Temple Museum

บทนำ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของผลดำเนินงานโครงการวิจัย¹ เป็นโครงการวิจัยต่อเนื่องที่คณะนักวิจัยเคยเข้าไปทำงานวิจัยมาก่อนแล้วเป็นเวลา 2 ปี เพื่อพัฒนาพิพิธภัณฑ์วัดพระรูปให้เป็นแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิต จึงพบองค์ความรู้ต่าง ๆ จากพิพิธภัณฑ์วัดพระรูป ชุมชนวัดพระรูป ประวัติศาสตร์พื้นที่ที่เป็นที่ตั้งวัดพระรูปและบริเวณโดยรอบ เกิดความร่วมมือกันระหว่างวัดพระรูปที่ประกอบด้วย เจ้าอาวาสวัดพระรูป พระภิกษุในวัดพระรูป กรรมการบริหารวัดพระรูป กรรมการมูลนิธิหลวงพ่อดี ชุมชนวัดพระรูปที่ประกอบด้วยปราชญ์ชาวบ้าน ผู้เฒ่าผู้แก่ กรรมการชุมชน ชาวชุมชน และคณะนักวิจัยจากสถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่เข้าไปดำเนินงานวิจัยในฐานะเป็นตัวกลางประสานความร่วมมือโดยใช้การพัฒนาพิพิธภัณฑ์วัดพระรูปเป็นเป้าหมายและศูนย์รวมความร่วมมือ

จากโจทย์วิจัยข้อหนึ่งของโครงการวิจัย คือ การพัฒนาพิพิธภัณฑ์วัดพระรูปให้เป็นศูนย์กลางแหล่งเรียนรู้และการท่องเที่ยวด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงเป็นที่มาของกิจกรรมหนึ่งที่คณะนักวิจัยวางเป้าหมายในการจัดทำ คือ การพัฒนาสิ่งที่เป็นภูมิปัญญา สิ่งประดิษฐ์ หรือสินค้าที่มีอยู่ในชุมชน ให้ยกระดับขึ้นเป็น “ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์” ด้วยแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น (ภูมิปัญญาชาวบ้าน) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อจัดจำหน่ายในร้านค้าชุมชนที่จะถูกสร้างขึ้นภายในบริเวณวัดพระรูป ทั้งนี้เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของพิพิธภัณฑ์วัดพระรูปต่อการเป็นศูนย์กลางใหม่ของแหล่งเรียนรู้และการท่องเที่ยวในบริเวณพื้นที่ทางใต้ของเขตเมืองเก่าสุพรรณบุรี อีกทั้งช่วยสื่อสารถึงพิพิธภัณฑ์วัดพระรูปและวัดพระรูป รวมทั้งช่วยเสริมสร้างรายได้ ความสามัคคี และเอกลักษณ์ให้แก่

¹ โครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาพิพิธภัณฑ์วัดพระรูปสู่การเป็นศูนย์กลางแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจสร้างสรรค์” โดย ดร.สิโรตม์ ภินันท์รัชต์ธร เป็นหัวหน้าโครงการวิจัย ได้รับทุนสนับสนุนจาก หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนากำลังคน และทุนด้านการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษา การวิจัยและการสร้างนวัตกรรม (บพค.) สำหรับผู้เขียน รับผิดชอบดูแลกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ซึ่งเป็นกิจกรรมหนึ่งในหลายกิจกรรมของโครงการวิจัยเรื่องนี้.

ชุมชนวัดพระรูป ในกรณีนี้ได้ค้นพบองค์ความรู้เรื่อง “ไข่เค็มแม่พีน” ที่มีการผลิตอยู่ภายในชุมชนวัดพระรูป โดยวิธีการทำไข่เค็มให้มีรสชาติดีเกิดจากภูมิปัญญาของชาวบ้านในชุมชนวัดพระรูปอย่างมีเอกลักษณ์ การผลิตมีความเข้มแข็งเพราะสืบทอดกิจการมาถึงรุ่นที่สอง มีจุดเด่นที่รสชาติอร่อยตรงที่มีความเค็มพอดี ไข่แดงมีรสมันและร่วนซุย อย่างไรก็ตาม ด้วยความร่วมมือกันระหว่างวัดพระรูป ได้แก่ พระครูสังฆรักษ์วุฒิพันธ์ สิริธโร เจ้าอาวาสวัดพระรูป ชาวชุมชนวัดพระรูป และคณะนักวิจัยได้ร่วมกันพัฒนา “ไข่เค็มแม่พีน” ให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชุมชนในชื่อว่า “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากแนวคิดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์และองค์ความรู้จากพิพิธภัณฑ์ ดังมีรายละเอียดในประเด็นต่าง ๆ ต่อไปนี้

แนวคิดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์

“ไข่เค็มแม่พีน” ซึ่งเป็นไข่เค็มที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์การลองผิดลองถูกของแม่พีนและบุตรของแม่พีนซึ่งเป็นชาวชุมชนวัดพระรูป จนได้ไข่เค็มที่มีรสชาติอร่อย คือ เค็มกำลังพอดี ไข่แดงมันและร่วนซุย ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ภายใต้ชื่อใหม่ว่า “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” จึงต้องอาศัยแนวคิดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นมาช่วยขับเคลื่อนให้เห็นคุณค่าของไข่เค็มที่ถูกพัฒนารสชาติให้ดีขึ้นจากภูมิปัญญาของชาวบ้านในท้องถิ่น รวมทั้งอาศัยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อค้นหาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้วยการค้นหาคุณประโยชน์ทั้งด้านภูมิปัญญา คุณค่าอาหาร การนำไปใช้ประโยชน์ให้มากขึ้นและการเพิ่มวัตถุประสงค์ของการซื้อให้มากขึ้นกว่าเดิม ประการสำคัญคือ การพัฒนา “ไข่เค็มแม่พีน” ให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ มีความจำเป็นต้องสร้างเอกลักษณ์ในหลายประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ชื่อผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์และองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ ภายใต้แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้จากพิพิธภัณฑ์วัด ให้มีเอกลักษณ์ในรูปของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ทั้งนี้เพื่อสร้างคุณค่า ความสวยงามและแรงดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น

1. แนวคิดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom)

ภูมิปัญญา เป็นแนวคิดใหญ่และสำคัญ จึงมีนิยามอย่างหลากหลาย ในความหมายที่ภูมิปัญญาเป็นศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินชีวิต ได้แก่ ภูมิปัญญาเป็นปรัชญาชีวิต เป็นศาสตร์และศิลป์ของการดำเนินชีวิตของชาวบ้าน รวมทั้งเป็นฐานคิดและหลักเกณฑ์การกำหนดคุณค่าและจริยธรรม ที่มีการสั่งสมสืบทอดกันมาช้านาน จากพ่อแม่ปู่ย่าตายายสู่ลูกหลาน จากคนรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง จากอดีตถึงปัจจุบัน ภูมิปัญญาเป็นศาสตร์ คือ ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินชีวิต ปัจจัยสี่ การทำมาหากิน การอยู่ร่วมกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และการอยู่ร่วมกันในสังคม ภูมิปัญญาเป็นศิลป์ คือ เป็นความรู้ที่มีคุณค่า ดีและงาม ที่ผู้คนได้ค้นคิดขึ้นมาไม่ใช่ด้วยสมองเพียงอย่างเดียว แต่ด้วยอารมณ์ความรู้สึก ทักษะและจิตวิญญาณ (Phongsphit 2004: 117) เอกวิทย์ ณ ถลาง นิยามภูมิปัญญา ว่าเป็น ความรู้ ความคิด และความเชื่อ เช่น ภูมิปัญญาเป็น ความรู้ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถ ความชัดเจน ที่กลุ่มชนได้จากประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ใน การปรับตัวและดำรงชีพในระบบนิเวศหรือสภาพแวดล้อมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่ได้มีพัฒนาการสืบสานกันมา (Na Thalang 2001: 42)

กล่าวถึง ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกับความหมายของภูมิปัญญา เพียงแต่เน้นที่เป็นความรู้เฉพาะบางบริบทหรือบางสถานการณ์เท่านั้น เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง จึงอาจเรียกได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ภายในบริบทเฉพาะ (Situated Knowledge) หมายความว่า เป็นความรู้ที่ขึ้นอยู่กับการปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ หากในสังคมต่าง ๆ ปรากฏกระบวนการเรียนรู้ ถึงแม้จะมีปัญญาก็ใช้ไม่ได้กับการพัฒนา เพราะการพัฒนาหมายถึงสถานการณ์ที่ไม่คงที่ สถานการณ์ที่ผันแปรตลอดเวลา มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ถ้าหากความรู้มิได้ผ่านกระบวนการเรียนรู้ก็ไม่สามารถที่จะเท่าทันการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพราะภูมิปัญญาท้องถิ่นมีระบบความรู้ที่ผสมผสานอยู่ อันนี้เป็นลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นอีกอย่างหนึ่ง (Kanchanaphan 2001: 170 - 171) ในอีกความหมายหนึ่ง ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ ความสามารถ หรือระบบของความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมจากประสบการณ์ที่มีคุณค่าของประชาชนในแต่

ละท้องถิ่น เพื่อใช้ในการแก้ปัญหา การจัดการ และการปรับตัวให้เหมาะแก่การเปลี่ยนแปลงของบริบทสังคม เป็นความรู้ที่สร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป (Chaksompop 2020: 9)

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีคุณค่าต่อการดำเนินชีวิตของบุคคลในท้องถิ่น อีกทั้งยังมีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาประเทศ ความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นมีหลายประการ เช่น 1) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกันมาตั้งแต่อดีต 2) เป็นการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติแวดล้อม และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ 3) เป็นสิ่งที่ถ่ายทอดโดยผ่านกระบวนการทางจารีต ประเพณี วิถีชีวิตของการทำมาหากินและพิธีกรรมต่าง ๆ ทำให้เกิดความสมดุลระหว่างความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ 4) ทำให้เกิดความสงบสุขทั้งในชุมชน หมู่บ้าน หรือในส่วนตัวของชาวบ้านเอง 5) ทำให้คนในชุมชนพึ่งตนเองได้ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม ประเพณี หรือภูมิปัญญาของชุมชน เพื่อลดการพึ่งพาจากสังคมภายนอก 6) มีส่วนร่วมในการจัดการชุมชนของตน แล้วจะทำให้คนในชุมชนนั้น ๆ ทราบถึงความต้องการของตนเอง จะเป็นการทำให้บุคคลเหล่านั้นเข้าใจตนเอง และเป็นการปลูกสำนึกการรับรู้ในคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น (Thongchai 2013: 102 - 103)

ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความสำคัญดังได้กล่าวมาข้างต้น โดยเป็นสิ่งที่ชาวบ้านสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีหลากหลายประเภท ได้แก่ 1) เกษตรกรรม 2) อุตสาหกรรมและหัตถกรรม 3) การแพทย์แผนไทย 4) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 5) กองทุนและธุรกิจชุมชน 6) ศิลปกรรม 7) ภาษาและวรรณกรรม 8) ปรัชญา ศาสนา และประเพณี 9) โภชนาการ (Office of the National Education Commission 2008: 11 - 12)

ฉะนั้น ภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงเป็นความรู้ ความสามารถที่เกิดจากประสบการณ์ในชีวิตของมนุษย์ที่ผ่านกระบวนการศึกษา สังเกต คิดวิเคราะห์ จนเกิดปัญญาและตกผลึกมาเป็นองค์ความรู้ที่ประกอบขึ้นจากความรู้เฉพาะเรื่อง ไม่ได้แยกย่อยออกมาให้เห็นเป็นศาสตร์เฉพาะสาขาวิชาต่าง ๆ จัดเป็นพื้นฐานขององค์ความรู้ใหม่ ที่จะช่วยในการเรียนรู้ การแก้ปัญหา การจัดการ และการปรับตัวในการดำเนินชีวิต โดยมีลักษณะเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่มีความต่อเนื่อง สำหรับ “ไขเค็มแม่พื้น” ที่ได้รับเลือกเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ในชื่อว่า “ไขเค็มชุมชนวัดพระรูป” เป็นภูมิ

ปัญหาท้องถิ่น ด้านโภชนาการ เพราะเป็นความรู้ความสามารถในการเลือกสรร ประดิษฐ์และปรุงแต่งในสิ่งที่เป็นอาหาร

2. แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดของจอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins) ที่ได้เสนอไว้เมื่อ ค.ศ. 2001 เพื่อเผยแพร่แนวคิดเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจใหม่ สำหรับเข้ามาแทนที่ระบบเศรษฐกิจแบบเก่าที่เน้นการผลิต (Manufacturing) และใช้ทรัพยากรอันประกอบด้วยแรงงานและทุนรูปแบบเก่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ และไอเดียใหม่ ๆ ของปัจเจกบุคคล ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และมีความหมายครอบคลุมทุกกิจกรรมในระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าวอาจมีองค์ประกอบเชิงวัฒนธรรมด้วยหรือไม่ก็ได้ (Mitpakdee 2013: 20 - 21) จอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins) ให้ความหมายไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดมนุษย์ (Rattanatham 2019) ในขณะที่ องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (UNCTAD: United Nation Conference on Trade and Development) นิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่าเป็นกระบวนการที่เป็นพลวัตและนำไปสู่นวัตกรรมเทคโนโลยี การปฏิบัติทางธุรกิจ เพื่อให้ได้มาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งทั้งหมดนี้เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสร้างสรรค์ ความสร้างสรรค์จึงกลายเป็นสิ่งที่นิยามไปถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Jensantikul 2014: 84)

สำหรับหน่วยงานในประเทศไทย เช่น สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้นิยาม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่าหมายถึง แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creative) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม ตลอดจนการสั่งสมความรู้และเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ [Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC) 2009: 19 - 20] และ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่ง

เชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม [Creative Economy Agency (Public Organization) 2023]

กล่าวโดยสรุป เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัย

3. แนวคิดและหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ตามที่ได้วิเคราะห์มาข้างแล้วว่า “ไข่เค็มแม่พื้น” เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชนวัดพระรูป จังหวัดสุพรรณบุรี ที่มีความโดดเด่นในเรื่องของรสชาติที่มีเอกลักษณ์ และมีฐานทางธุรกิจที่สืบทอดมาถึงรุ่นที่สอง ซึ่งเป็นรุ่นของทายาท จึงได้รับความเห็นชอบจากพระครูสังฆรักษ์วุฒิพันธุ์ สิริธโร เจ้าอาวาสวัดพระรูป นายวิชิตพงศ์ วงษ์เพ็ง ผู้เป็นหนึ่งในทายาท และคณะนักวิจัย ในการเลือก “ไข่เค็มแม่พื้น” มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ในรูปแบบของไข่เค็มต้มสุก พร้อมรับประทาน ในระยะเริ่มแรกของการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงคำนึงถึงปัจจัยหลายด้านที่มีความสัมพันธ์กับการออกแบบ การเลือกใช้ การประยุกต์ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ และข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ ที่ได้รับการสร้างสรรค์เพื่อเสริมสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้มากขึ้น โดยมีความเกี่ยวพันหรือได้แรงบันดาลใจจากองค์ความรู้และคุณค่าจากพิพิธภัณฑ์วัดพระรูป ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์หลักของโครงการวิจัย หลักการและแนวคิดในการออกแบบหรือเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” มีดังนี้

3.1 การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง กลุ่มของกิจกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการจัดการเกี่ยวกับสิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุผลิตภัณฑ์ (Rungruangphon 2003: 141) บรรจุภัณฑ์มีประโยชน์ในการส่งเสริมการตลาด โดยการให้ข้อมูลสินค้าแก่ลูกค้า เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าจดจำตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ได้ (Phongsakornrangsin 2012: 231) มีนิยามเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เป็นจำนวนมาก ที่เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ด้านการตลาดที่ตัวบรรจุภัณฑ์ ต้องทำหน้าที่ในการขายสินค้า ตัวบรรจุภัณฑ์ต้องสวยโดดเด่น อีกประการหนึ่ง คือ ส่วนของโครงสร้างที่มีความสำคัญไม่ต่างกัน คือ

บรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่ห่อหุ้มและปกป้องสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหาย ทำให้สินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ถึงมือผู้บริโภคอย่างปลอดภัย (Kongcharoenkiat & Kongcharoenkiat 1998)

3.2 ลักษณะของบรรจุภัณฑ์มีหลายแบบ สามารถแบ่งตามการใช้งาน เช่น บรรจุภัณฑ์ขั้นแรก เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ห่ออยู่ชั้นในสุดอาจห่อตัวสินค้า เช่น ถุงพลาสติก ในกรณีของไข่เค็มไชยา ที่ต้องใส่ถุงพลาสติกไว้ในชั้นแรก (Bunlam et. al. 2013: 13) เพื่อป้องกันความสกปรกเปื้อนของดินที่หุ้มไข่เค็ม หรือกระดาษห่อหุ้มฝรัง เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ขั้นที่สอง บรรจุภัณฑ์ในส่วนนี้จะห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ขั้นแรก มีสีสวยงามและสามารถอธิบายวิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคที่สนใจในสินค้าชนิดนี้ บรรจุภัณฑ์ขั้นนอก เช่น กล่องยาสีฟัน กล่องสบู่ เป็นต้น และสุดท้าย บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง เป็นส่วนที่ใช้ป้องกันสินค้าระหว่างขนย้ายไม่ให้สินค้าได้รับการกระทบกระเทือน เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้ในการขนส่งน้ำปลา (Rungruangphon 2003: 141)

การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” คำนึงถึงความเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ของคนในท้องถิ่น การนำกลับมาใช้ใหม่ และมีความเชื่อมโยงกับวัตถุดิบของภายในพิพิธภัณฑวัดพระรูป โดยมีเป้าหมายว่าเป็นบรรจุภัณฑ์แบบขั้นเดียวที่มีความแข็งแรงพอประมาณ รองรับน้ำหนักของไข่เค็มได้ดี ป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับไข่เค็มได้ มีส่วนที่เปิดเผยให้เห็นสินค้าคือไข่เค็มได้เป็นอย่างดี และเป็นแรงบันดาลใจที่มาจากวัตถุดิบของภายในพิพิธภัณฑวัดพระรูป จึงมุ่งไปที่เครื่องจักสานไม้ไผ่ เช่น กระจาด ตะข่าง และชะลอม เพราะเครื่องจักสานสามารถเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงเพียงพอสำหรับปกป้องไข่เค็มให้มีความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับตาลปัตรไม้ไผ่สานที่มีอยู่ในพิพิธภัณฑวัดพระรูป รวมทั้งมีเสน่ห์ของงานศิลปหัตถกรรมที่เป็นฝีมือของชาวบ้าน แม้มีได้เป็นเครื่องจักสานจากฝีมือของชาวสุพรรณบุรีก็ตาม รวมทั้งมีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อีก และย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ส่วนตราสินค้าเป็นองค์ประกอบหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบขึ้นจากคุณค่าและแรงบันดาลใจจากสิ่งของภายในพิพิธภัณฑ การเลือกรูปแบบและชุดสาระความรู้บนป้ายฉลากจะสื่อถึงคุณค่าของ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” วัดพระรูป พิพิธภัณฑวัดพระรูป

และชุมชนวัดพระรูป

3.3 ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ เป็นข้อมูลที่แสดงถึงข้อดีและข้อเสีย เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้และตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ โดยข้อมูลที่ควรนำเสนอบนบรรจุภัณฑ์ เช่น ชนิดและประเภทผลิตภัณฑ์ ขนาดบรรจุ ปริมาตรหรือปริมาณ ส่วนผสม คุณค่าทางอาหาร วิธีการเก็บรักษา วันที่ผลิตและวันหมดอายุ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต เป็นต้น การอธิบายข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นและแสดงถึงข้อมูลที่ผู้บริโภคควรรู้ (Abhiprayasakul 2014: 89)

3.4 ส่วนประสมทางการตลาด เป็นองค์ประกอบสำคัญในการประกอบธุรกิจมีส่วนสำคัญ เช่น ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นต้น

3.5 ตราสินค้า เป็นสิ่งที่บ่งบอกให้รู้ว่าผู้ขายขายสินค้าชนิดใด มีความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร โดยในตราสินค้ามีสิ่งที่บ่งบอกให้ผู้ซื้อได้รับรู้ว่าเป็นตราสินค้า เช่น ชื่อ ข้อความ สัญลักษณ์ รูปแบบ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการออกแบบหรือใช้ข้อความเพื่อระบุถึงสินค้า ตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับการตลาด จึงจำเป็นต้องออกแบบให้เหมาะสมเพื่อให้เป็นที่จดจำตราสินค้า มีรายละเอียดของการออกแบบ เช่น ชื่อตราสินค้า เครื่องหมายการค้า และตราสัญลักษณ์

3.6 ป้ายฉลากเป็นส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่มีประโยชน์โดยใช้อธิบายข้อมูลที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มีเนื้อหาเกี่ยวกับตราสินค้า ข้อมูลการผลิต วันหมดอายุ ราคา ค่าเตือนในการใช้ เป็นต้น ป้ายฉลากจะถูกจัดทำเป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ป้ายฉลากยังเป็นป้ายที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ขายเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ หน้าที่ของป้ายฉลากมี 2 ประการ คือ ให้ข้อมูลข่าวสารและส่งเสริมการตลาด (Kanchanapa 2010: 141)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ “ไข่มุกชุมชนวัดพระรูป” ที่คำนึงถึงแนวคิดเรื่อง ภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิดทั้ง 3 นี้เป็นกรอบการออกแบบและการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ คณะนักวิจัยได้รับความเมตตาจาก พระครูสังฆรักษ์วุฒิพันธ์ สิริธโร เจ้าอาวาสวัดพระรูป และปรึกษาร่วมกับนาย วชิรพงศ์ วงษ์เพ็ง โดยเลือกใช้เครื่องจักสาน ได้แก่ ชะลอม กระจาด และตะข่าง ขนาดเล็กที่มีขนาดบรรจุไข่มุกได้ 4 ฟอง โดยเป็นเครื่องจักสานจากร้านหวายเงินันท์ ตั้งอยู่

ที่ ตำบลป้าจัว อำเภอเมือง จังหวัดอ่างทอง เป็นร้านจัดจำหน่ายเครื่องจักสานที่ส่วนหนึ่งรับมาจากร้านค้าส่งที่อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี สาเหตุที่ต้องซื้อเครื่องจักสานจากร้านค้า เนื่องจากยังไม่พบแหล่งผลิตเครื่องจักสานของเมืองสุพรรณบุรี ที่ขายเครื่องจักสานในรูปแบบและขนาดตามที่ต้องการ โดยร้านขายเครื่องจักสานในเขตอำเภอเมืองสุพรรณบุรีส่วนใหญ่รับเครื่องจักสานจากร้านค้าส่งในเมืองอ่างทอง สำหรับการออกแบบป้ายฉลาก ที่มีองค์ประกอบของ ชื่อสินค้า ตราสินค้า และการจัดวางข้อสนเทศต่าง ๆ เป็นผลงานการออกแบบของ อาจารย์คุณนิ ไพรวันรัตน์² คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ซึ่งเป็นนักวิจัยในโครงการวิจัยส่วนเครื่องหมายทะเบียนการค้า³ นั้นยังมีได้มีแผนจัดทำ เนื่องจาก “ไข่มุกชุมชนวัดพระรูป” เป็นผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาชาวบ้าน อยู่ในขั้นตอนการพัฒนาเพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ จากการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการออกแบบ ในอนาคตหากมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวที่วัดพระรูปเป็นจำนวนมากพอ ทางวัดพระรูปอาจสร้างร้านค้าชุมชนขึ้นภายในวัดพระรูป โดยนำ “ไข่มุกชุมชนวัดพระรูป” มาจำหน่ายที่ร้านค้าชุมชนของวัดพระรูป ในลำดับแรกนี้จึงยังไม่มีแผนที่จะดำเนินการจดทะเบียนการค้า และยังมีเครื่องหมายทางการค้า อย่างไรก็ตาม การสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ขึ้นจากองค์ความรู้ที่คณะนักวิจัยได้เข้าไปศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑวัดพระรูป วัดพระรูป และชุมชนวัดพระรูป มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

² ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.

กระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์

“ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป”

ในกระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์เริ่มต้นจาก “ไข่เค็มแม่พื้น” ที่เป็นสินค้าพื้นบ้านและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็น “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ด้วยกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มจากแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากการทดลองสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ต้นแบบ ประกอบด้วยขั้นตอนของ 1) การแสวงหาคำความรู้ 2) การสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ 3) การสร้างมูลค่าเพิ่ม และ 4) การสร้างความร่วมมือ ในแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การแสวงหาคำความรู้

การประกอบกิจการใด ๆ ความรู้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นมาก หากไม่มีความรู้ในเรื่องนั้นแล้วย่อมไม่รู้จัก ไม่เข้าใจ ไม่เห็นคุณค่า และไม่สามารถหยิบจับขึ้นมาพัฒนาให้ถูกทางได้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” เกิดขึ้นจากคณะนักวิจัยมีองค์ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ องค์ความรู้เกี่ยวกับ “ไข่เค็มแม่พื้น” องค์ความรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบของภายในพิพิธภัณฑ์วัดพระรูป และองค์ความรู้ทางวิชาการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ดังมีรายละเอียดดังนี้

1.1 องค์ความรู้จาก “ไข่เค็มแม่พื้น” สูการเป็น “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป”

ในบริเวณชุมชนวัดพระรูป ตำบลรั้วใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี มีกลุ่มชาวบ้านอยู่ 3 ครอบครัว ที่มีความเกี่ยวข้องเป็นเครือญาติกัน เพราะต่างก็เป็นบุตรหลานของแม่พื้น เมฆสุทัศน์ (นามสกุลเดิม ปัทมพันธ์) การทำไข่เค็มเป็นอาชีพเสริมโดยการทำนาเป็นอาชีพหลัก ในอดีต การทำไข่เค็มเคยเป็นธุรกิจของครอบครัวที่เรียกว่า กงสี โดยแม่พื้นเป็นผู้คิดริเริ่มทำไข่เค็มขึ้นมาตั้งสมัยยังเป็นสาว ถึงปัจจุบันเป็นรุ่นลูกของแม่พื้นโดยแยกตัวกันผลิตไข่เค็มออกขายอย่างเป็นอิสระแก่กัน การผลิตไข่เค็มของคนกลุ่มนี้ยังไม่มีชื่อ ไม่มีตราสินค้าและไม่มีบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเอง ทางคณะผู้วิจัยมองเห็นศักยภาพการทำไข่เค็มของชาวบ้านกลุ่มนี้ ว่าสามารถนำมาสร้าง

เป็นต้นแบบการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ได้ ด้วยภาพลักษณ์แห่งคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของไข่เค็มด้วยแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ สิ่งสำคัญที่สุด คือ เป็นความยินดีของ นายวชิรพงศ์ วงษ์เพ็ง ผู้เป็นเจ้าของกิจการ รวมทั้งเป็นกรรมการบริหารวัดพระรูปและเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติและวิธีการทำ “ไข่เค็มแม่พีน” โดยสนับสนุนให้มีการพัฒนา “ไข่เค็มแม่พีน” เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ในชื่อว่า “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป”



ภาพที่ 1 ป้ายชื่อ “ชอยบ้านแม่พีนขายไข่”

“ไข่เค็มแม่พีน” เริ่มต้นจากการทำไข่เค็มเพื่อเป็นอาชีพเสริมสร้างรายได้มาใช้จ่ายในครอบครัว ในช่วงแรกทำไข่เค็มด้วยวิธีดองไข่เปิดในน้ำเกลือ เมื่อได้ระยะเวลาที่ไข่เค็มแล้วจึงต้มให้สุกแล้วนำออกจำหน่าย โดยแม่พีนหาบไปขายตามตลาดและตามบ้านเรือนรายทาง ใน พ.ศ. 2536 แม่พีนสามารถแบ่งกำไรในช่วงเวลา 3 เดือน ให้กับบุตรที่ช่วยกันผลิตไข่เค็มซึ่งมีอยู่ 3 ครอบครัว ได้ครอบครัวละ 20,000 บาท ใน พ.ศ. 2539 แม่พีนสามารถแบ่งกำไรจากการขายไข่เค็มและไข่เยี่ยวม้าที่ผลิตขึ้นเอง ให้กับครอบครัวของบุตร ในระยะเวลา 3 เดือนมีกำไรแบ่งให้ครอบครัวละ 100,000 -

120,000 บาท แม่พื้นและบุตรทุกคนสามารถปลูกเรือนหลังงามในที่ดินผืนเดียวกัน บริเวณปากซอยเข้าบ้านมีป้ายชื่อซอยว่า “ซอยบ้านแม่พื้นชายไ้” แสดงถึงการค้าขายไ้ที่มีการติดต่ออย่างกว้างขวาง

ไ้เค็มที่ทำจากการดองไ้เปิดในน้ำเกลืออนั้ให้รสชาติแบบเค็มโดด คือมีรสเค็มที่โดดเด่นโดยไม่มีรสอื่น เช่น รสมัน เข้ามารสผสมผสาน คนในครอบครัวแม่พื้นจึงค้นหาวิธีปรับปรุงการทำไ้เค็มให้มีรสชาติดีขึ้น จนกระทั่งบุตรเขยของแม่พื้น คือ นายวชิรพงศ์ วงษ์เพ็ง ซึ่งเป็นพนักงานของกรมชลประทาน ในครั้งหนึ่งที่ นายวชิรพงศ์ ไปชุดบ่อน้ำบาดาล ซึ่งต้องชุดเอาก่อนดินจากกันบ่อน้ำบาดาลขึ้นมา ดินนั้นเป็นดินเหนียว มีเนื้อดินเนียนละเอียดและสะอาด จึงนำดินนั้นมาเป็นส่วนผสมกับเกลือเพื่อพอกไ้เค็ม ผลปรากฏว่า ทำให้ไ้เค็มมีรสชาติดีขึ้น มีทั้งรสเค็มและมัน ไ้แดงร่วนและชุยขึ้นกว่าเดิม ไม่เค็มโดดหรือเค็มมากจนเกินไป จากนั้นจึงเปลี่ยนวิธีการทำไ้เค็มจากการดองไ้ในน้ำเกลือเป็นการพอกด้วยดินเหนียวผสมเกลือและขี้เถ้าแกลบ ต่อมาก็พบปัญหาอีก ว่าเมื่อใช้ดินที่ชุดได้จากบ่อน้ำบาดาลหมดแล้ว ก็ต้องใช้ดินเหนียวตามท้องทุ่งท้องนาซึ่งมีรากหญ้าและสิ่งสกปรกปะปนมา ทำให้เป็นภาระที่ต้องหาซื้อดินเหนียวและการทำความสะอาด เช่น เลือกรากหญ้าและสิ่งปนเปื้อนออกจากดิน กลายเป็นการเพิ่มภาระทั้งค่าใช้จ่ายและมีภาระงานมากขึ้น จึงได้นำดินปั้นอิฐที่ยังไม่ได้เผา อยู่ในสภาพเป็นดินดิบ นำมาละลายน้ำผสมกับเกลือแกลงหรือเกลือสมุทรและขี้เถ้าแกลบเพื่อพอกไ้ให้เค็ม โดยพบว่า ดินปั้นอิฐเป็นดินที่ผ่านการทำความสะอาดมาแล้ว มีความเหนียวที่จับกับลูกไ้ได้ดี จึงเป็นดินที่มีความเหมาะสม ไม่ต้องเสียเวลาทำความสะอาดอีก จึงใช้วิธีการทำไ้เค็มด้วยการพอกด้วยดินปั้นอิฐผสมกับน้ำ รวมทั้งเกลือและขี้เถ้าแกลบมาจนถึงปัจจุบัน และกลายเป็นเอกลักษณ์ของการทำ “ไ้เค็มแม่พื้น” ที่ให้รสชาติเค็มพอดี ไ้แดงมีรสมันและร่วนชุย ซึ่งต่อมาได้รับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ คือ “ไ้เค็มชุมชนวัดพระรูป”

การทำ “ไ้เค็มแม่พื้น” ซึ่งต่อมาได้พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไ้เค็มชุมชนวัดพระรูป” มีองค์ประกอบสำคัญที่สมควรต้องกล่าวถึง 4 ส่วนคือ 1) วัตถุประสงค์ 2) สูตรการทำไ้เค็ม 3) ขั้นตอนการทำไ้เค็ม และ 4) อายุการดองไ้เค็ม ในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1.1 วัตถุประสงค์หลักในการทำ “ไข่เค็มแม่พิน” มีด้วยกัน 6 ชนิดคือ ไข่เป็ด เกลือ ดินพอกไข่เค็ม น้ำ ซี้เถ้าแกลบ และสารส้ม

ไข่เป็ดที่ใช้ทำ “ไข่เค็มแม่พิน” เป็นไข่ใหม่ที่มีอายุไม่ควรเกิน 7 วัน และหากเป็นไข่ที่ถูกแช่น้ำมาก่อนจำเป็นต้องแยกไว้ ปัจจุบันไข่ไข่เป็ดพันธุ์กากีคัมเบลล์ ที่สั่งซื้อมาจาก ทองพาฟาร์ม ตั้งอยู่ที่ตำบลมะขามล้ม อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ตั้งอยู่ไม่ห่างจากชุมชนวัดพระรูปมากนัก ไข่ที่รับจากฟาร์มไม่จำเป็นต้องล้างทำความสะอาดเพราะลูกไข่มีความสะอาดอยู่แล้ว ต่างจากไข่เป็ดเลี้ยงทุ่งที่ต้องนำมาล้างน้ำเพื่อทำความสะอาด จากนั้นจึงลมนให้แห้งเพื่อรอการพอกดินในลำดับต่อไป

นายวชิรพงศ์ วงษ์เพ็ง ในฐานะเป็นผู้ผลิตไข่เค็ม มองว่า การใช้ไข่เป็ดจากฟาร์มนั้นดีกว่าไข่เป็ดที่เลี้ยงแบบไล่ทุ่ง เพราะไข่เป็ดจากฟาร์มมีความสะอาดมากกว่าไข่ไม่แช่น้ำมาก่อน และไม่ค่อยมีรอยแตกร้าว จึงสะดวกต่อการนำมาทำไข่เค็ม ไข่เป็ดที่จะนำมาทำไข่เค็มควรเป็นไข่ที่ไม่ถูกแช่น้ำมาก่อนและต้องไม่มีรอยแตกร้าวที่เปลือกไข่ มิฉะนั้นจะทำให้ไข่เน่าเสียก่อนที่จะเป็นไข่เค็ม ส่วนไข่เป็ดเลี้ยงทุ่งมีข้อดีคือ มีราคาถูกกว่าไข่เป็ดจากฟาร์ม ประมาณฟองละ 30 สตางค์ มีไข่แดงสีแดงสดกว่า มีรสชาติที่ดีกว่า เพราะเป็ดได้กินอาหารและเติบโตอย่างเป็นธรรมชาติ แต่ก็มีข้อเสียคือ เปลือกไข่มีความสกปรก เปื้อนดินโคลนและมักเป็นไข่แช่น้ำเพราะเป็ดไข่เรี่ยราดทิ้งไว้ตามพื้นดินและที่นา ซึ่งไม่เหมาะที่จะนำมาทำไข่เค็ม เนื่องจากไข่จะเน่าเสียได้ง่าย หรือมีจำนวนไข่เน่าเสียมากกว่าการใช้ไข่จากฟาร์ม



ภาพที่ 2 ภายนอกโรงเรือนเลี้ยงเป็ด ทองพาฟาร์ม

ทองพาราฟาร์ม เป็นฟาร์มเลี้ยงเป็ดขนาดใหญ่ ตั้งอยู่กลางทุ่งนาในพื้นที่ตำบลมะขามล้ม มีโรงเรือนเป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็กจำนวน 2 หลัง มีบ่อน้ำล้อมรอบในโรงเรือนแต่ละหลังมีพื้นที่แห้งมีหลังคาคลุมสำหรับให้เป็ดอาศัยนอน กินอาหารและออกไข่ มีทางเดินให้เป็ดเดินลงไปเล่นน้ำในบ่อได้ ทั้งนี้เพื่อให้เป็ดผ่อนคลายและมีอารมณ์ดี ในโรงเรือนแต่ละหลังมีเป็ดจำนวน 7,000 ตัว ส่วนด้านล่างโรงเรือนเป็นบ่อเลี้ยงปลาสวย สำหรับเก็บกินอาหารและไข่เป็ดที่ตกหล่นลงไปบ่อน้ำ

นอกจากไข่เป็ดเป็นวัตถุดิบสำคัญแล้ว เปลือกก็เป็นวัตถุดิบสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้ไข่มีรสเค็มและเป็นตัวถนอมอาหารให้เก็บไข่ไว้ได้นานขึ้น แต่เดิมผู้ผลิตใช้เกลือทะเลที่เป็นเกลือเม็ด แต่ปัจจุบันนิยมใช้เกลือป่นเพราะมีความสะดวกกว่า สามารถละลายเข้ากับดินได้ง่ายและสม่ำเสมอมากกว่า เกลือนี้จะเป็นยี่ห้ออะไรก็ได้สามารถใช้ได้ทั้งหมด

วัตถุดิบสำคัญที่ช่วยให้ “ไข่เค็มแม่พิน” หรือต่อมาได้รับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ในชื่อ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” มีรสชาติดีอย่างมีเอกลักษณ์นั้นคือ ดิน ที่ช่วยทำให้ไข่เค็มมีรสเค็มโดยไข่แดงมีรสมันผสมอยู่ด้วย ดินนี้ต้องผสมกับน้ำเกลือ และซีอิ๊วกลบก่อนนำมาพอกไข่ ดินที่ใช้พอกไข่เค็มได้จากการซื้อดินบั้งอิฐที่ยังไม่ได้เผาไฟ มีสภาพเป็นดินดิบ เป็นดินเหนียวที่สะอาดเพราะถูกคัดเลือกสิ่งสกปรกออกแล้ว ผ่านการทำมาสะอาดมาแล้ว หาซื้อได้จากผู้ประกอบการทำอิฐขาย มีราคาก้อนละ 60 สตางค์ สถานที่ทำอิฐขายอยู่ที่บ้านลาดตาล ตำบลดอนมะสังข์ อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อต้องเตรียมดินสำหรับพอกไข่เค็ม ให้นำดินบั้งอิฐแช่น้ำไว้ก่อนล่วงหน้าสักหนึ่งหรือสองวัน เพื่อให้ดินอ่อนนุ่มและละลายน้ำ อาจช่วยให้ละลายเร็วขึ้นด้วยการทุบ กวน ตี หรือขยี้ให้ดินแตกและแหลกเหลว จากนั้นผสมเกลือลงในน้ำดินนั้นตามสูตร การใส่น้ำต้องอยู่ในระดับที่พอเหมาะเพื่อมิให้ดินเหลวจนเกินไป ดินที่พร้อมใช้พอกไข่ คือเป็นส่วนผสมของดินบั้งอิฐ เกลือ น้ำ และซีอิ๊วกลบ เมื่อผสมกันแล้วต้องให้ได้ดินเหลวกำลังดี เหมาะแก่การนำไข่ลงชุบแล้วนำดินจับเกาะลูกไข่ได้พอดี



ภาพที่ 3

ไข่เป็ดขณะซุกลงในน้ำดินผสมเกลือและ
ซีเมนต์ หากพบว่าไข่ลอย แสดงว่าไข่
เกลือได้พอดีแล้ว

เมื่อนำเกลือและซีเมนต์ผสมลงในดินที่ได้ละลายน้ำจนได้ที่แล้ว ให้หมักทิ้งไว้ประมาณ 1 คืน จึงจะนำไข่เป็ดลงซุกหรือเรียกว่าพอกไข่ จากนั้นเก็บไข่ที่ผ่านการพอกดินแล้วไว้ในลังตามกำหนดเวลาเพื่อให้ไข่เค็ม ส่วนจะให้เค็มมาก หรือเค็มน้อยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ที่จะนำไข่เค็มนั้นไปใช้ประโยชน์ เช่น ทำไข่เค็มต้มสุก ไข่ดาวเค็ม หรือส่งไข่แดงให้โรงงานผลิตขนมเปียะ ซึ่งใช้เวลาต่อไข่แตกต่างกันไป

น้ำ เป็นส่วนประกอบสำคัญอีกอย่างหนึ่งในการทำไข่เค็ม ทั้งในขั้นตอนของการทำความสะอาดไข่ก่อนพอกดิน และหลังจากพอกดินได้ครบตามเวลาก็ต้องใช้น้ำล้างเอาดินออกก่อนนำไปต้ม ใช้น้ำเป็นส่วนผสมกับดิน และใช้น้ำในการต้มไข่เค็มให้สุก ในกระบวนการผลิตทั้งหมด ผู้ผลิต “ไข่เค็มแม่พัน” ใช้น้ำประปา หรือน้ำบาดาลที่ชาวบ้านใช้กันอยู่ในชีวิตประจำวัน

ซีเมนต์เป็นส่วนประกอบอีกชนิดหนึ่งที่ใช้ผสมร่วมกับดินปั้นอิฐ เกลือและน้ำ สำหรับพอกไข่ให้เค็ม ซีเมนต์ช่วยทำให้ดินที่พอกไข่เค็มไม่จับตัวกับลูกไข่อย่างเหนียวแน่นมากเกินไป ถ้าไม่ผสมซีเมนต์ลงในส่วนผสมของดิน น้ำ และเกลือจะทำให้ล้างดินออกยากหลังจากที่ต่อไข่ได้ครบเวลาแล้ว อาจทำให้ไข่แตก เพราะต้องถูหรือขัดอย่างแรงหรือนานขึ้นกว่าดินจะละลายออกจากผิวไข่จนสะอาด ซีเมนต์

กลับนี้สามารถหาซื้อได้ตามโรงสีข้าวทั่วไป

สารส้ม เป็นสิ่งที่ต้องใช้ในขั้นตอนการต้มไข่ที่ต้องครบกำหนดแล้ว โดยใส่สารส้มในกระทะต้มไข่เค็มในช่วงที่ไข่เค็มใกล้จะสุก ทั้งนี้เพื่อให้ผิวไข่เค็มชั้นนอกเป็นขุย ดูน่ารับประทาน และมีความแตกต่างจากไข่เป็ดสด หรือไข่ต้มทั่วไป

1.1.2 สูตรการทำ “ไข่เค็มแม่พื้น” หรือต่อมาได้รับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ในชื่อว่า “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” มีอยู่ 2 มิติ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว คือ การใช้ดินเหนียวผสมเกลือพอกไข่เพื่อให้เค็ม และการกำหนดอัตราส่วนระหว่างดินกับเกลือ

มิติแรก เป็นสูตรทำไข่ให้เค็มด้วยการพอกดินเหนียวผสมเกลือ น้ำและซีอิ๊วกลับ ซึ่งมีความแตกต่างจากไข่เค็มในที่อื่น ๆ เช่น ไข่เค็มดินสอพองของจังหวัดลพบุรี ที่ทำไข่เค็มด้วยการพอกดินสอพองกับเกลือ ไข่เค็มไชยา ทำไข่ให้เค็มด้วยการพอกดินจอมปลวกผสมเกลือสมุทร ไข่เค็มกะทิกุ้ง เมืองพิษณุโลก ที่พอกไข่ด้วยดินสอพองผสมกับเกลือและกะทิ

มิติที่สอง เป็นสูตรกำหนดอัตราส่วนผสมระหว่างดิน น้ำและเกลือ โดยมีอัตราส่วนระหว่างดินปั้นอิฐกับเกลือ ในสัดส่วนดินจำนวน 100 ก้อน ต้องใช้เกลือผสมจำนวน 40 กิโลกรัม อัตราส่วนนี้ไม่คงที่ตลอด อาจปรับเปลี่ยนไปตามความจำเป็นแล้วแต่สถานการณ์โดยอาศัยความชำนาญของผู้ผลิตเป็นสำคัญ

1.1.3 ขั้นตอนการทำ “ไข่เค็มแม่พื้น” ซึ่งต่อมาได้รับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ในชื่อผลิตภัณฑ์ ว่า “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” มีขั้นตอนการทำที่สำคัญดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นเตรียมดินพอกไข่ เริ่มจากนำดินปั้นอิฐที่ยังไม่ได้เผามาแช่น้ำไว้ประมาณ 1 - 2 วัน เพื่อให้ดินอ่อนตัวและละลายเป็นน้ำโคลน สามารถใช้ไม้พายทุบหรือกดให้ดินแตกเป็นก้อนเล็ก ๆ ก้อนได้ โดยมีข้อควรระวังคือ อย่าใส่น้ำมากเกินไป เมื่อดินปั้นอิฐละลายเป็นน้ำโคลนแล้วจะมีความเหนียวหนืด ให้เติมเกลือป่นลงไปตามสูตร

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นเตรียมทำความสะอาด โดยนำไข่เป็ดมาล้างน้ำเพื่อทำความสะอาด เมื่อดินโคลนแล้วต้องวางไข่ผึ่งลมไว้ในที่มีอากาศถ่ายเทได้ดีเพื่อให้ไข่แห้งโดยเร็ว ถ้าเป็นไข่เป็ดจากฟาร์มก็ไม่จำเป็นต้องมีขั้นตอนการล้างทำความสะอาดไข่

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นพอกไข่เค็ม นำไข่เปิดที่ทำความสะอาดไว้ดีแล้ว (จากขั้นตอนที่ 2) ชุบลงในดินที่ละลายน้ำผสมเกลือและซีอิ๊วแก่ลบ (จากการเตรียมในขั้นที่ 1) จากนั้นเรียงไข่ที่ผ่านการชุบหรือพอกดินไว้ในลังใส่ไข่อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย มีข้อสังเกตว่า หากมีการเตรียมดินพอกไข่เค็มที่มีความเค็มเหมาะสม ในเวลาที่นำไข่ลงชุบในน้ำดินที่ผสมเกลือแล้ว หากไข่ลอยแสดงว่ามีความเข้มข้นของเกลือเพียงพอ ถ้าหากไข่จมลงแสดงว่ายังอ่อนเกลือ ส่วนผสมยังมีความเค็มไม่เพียงพอ หากยังใช้ไข่ต่อไป ไข่อาจไม่เค็มหรือไข่อาจเน่าเสียได้ง่าย

ขั้นตอนที่ 4 ขั้นการจัดเก็บไข่เค็มเพื่อให้ครบตามกำหนดเวลา เมื่อชุบหรือพอกไข่ด้วยดินผสมเกลือและซีอิ๊วแก่ลบเรียบร้อยแล้ว ให้จัดเรียงเก็บไว้ในลังที่มีความแข็งแรงและรับน้ำหนักได้ดี โดยเขียนวัน เดือน ปีที่ทำการพอกไข่ไว้ที่ข้างลัง สำหรับให้รู้กำหนดวันล้างไข่เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ เช่น ครบ 5 - 7 วัน สำหรับทำไข่ดาว ครบ 20 วัน สำหรับต้มเป็นไข่เค็มต้มสุก ซึ่งจะให้รสชาติเค็มพอดี



ภาพที่ 4

ไข่เปิดที่ผ่านการพอกหรือชุบดินผสมเกลือแล้ว จัดวางอยู่ในลังเพื่อจัดเก็บให้ครบกำหนดเวลาตามต้องการ

ขั้นตอนที่ 5 ขั้นการล้างดินออกจากไข่เค็ม เมื่อไข่ถูกดองในดินที่ผสมน้ำกับเกลือและซีอิ๊วแก่ลบครบตามกำหนดของการนำไปใช้งาน ให้นำไข่ที่จัดเรียงไว้ในลังออกมาล้างทำความสะอาดให้ปราศจากคราบดิน ผู้ทำหน้าที่ล้างไข่ควรเป็นผู้มีประสบการณ์ มิฉะนั้นอาจทำให้ไข่แตกเสียหายได้

ขั้นตอนที่ 6 ขั้นการต้มไข่เค็ม ให้นำไข่เค็มที่ล้างทำความสะอาดคราบดินเรียบร้อยแล้ว นำมาจัดเรียงลงในลังถึง (ภาชนะสำหรับนึ่ง ทำด้วยโลหะมีลักษณะเป็นทรงกระบอก พื้นของลังถึงเจาะเป็นรูเพื่อให้ไอร้อนผ่านขึ้นมาถึงของที่นึ่ง) นำลังถึงที่มีไข่บรรจุจนเต็มตั้งลงในกระทะใบใหญ่ ใส่น้ำให้ท่วมไข่ ถ้าต้มด้วยเตาแก๊ส ให้ใช้ไฟปานกลาง ต้มนานประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที ไข่เค็มจะสุกพอดี เมื่อต้มไข่สุกแล้วให้เติมน้ำส้มลงไปใส่น้ำที่ต้มเพื่อให้เปลือกไข่เค็มมีผิวขื่นนวลและเป็นขุย

ขั้นตอนที่ 7 ขั้นการนำไข่เค็มออกจำหน่าย ไข่เค็มที่ต้มสุกแล้วมีอายุอยู่ได้ 7 วัน แต่ถ้าเก็บรักษาไว้ในตู้เย็นจะอยู่ได้นานถึงประมาณ 20 วัน สำหรับช่องทางจำหน่ายมี 3 แบบ คือ 1) ขายปลีกไข่เค็มต้มสุก 2) ขายส่งไข่เค็มต้มสุก 3) ขายเฉพาะไข่แดงเค็ม โดยมากส่งขายให้ขาประจำ เช่น ร้านทำขนมเปียะ

1.1.4 อายุการดองไข่เค็มกับการแปรรูปไข่เค็ม ขึ้นอยู่กับการนำไข่เค็มไปแปรรูป หรือการนำไปใช้ประโยชน์ โดยมีกำหนดเวลาการพอกดิน ดังนี้ 1) อายุการดอง 5 - 7 วัน สำหรับการทอดไข่ดาวเค็ม 2) อายุการดอง 15 - 20 วัน สำหรับทำไข่เค็มต้มสุก 3) อายุการดองมากกว่า 20 วัน เพื่อแยกเฉพาะไข่แดงส่งให้ร้านทำขนม ในกรณีที่มีไข่แตกขณะล้างทำความสะอาดคราบดินออกจากไข่เค็ม ก็จะแยกเก็บไข่แดงไว้เพื่อรวมส่งร้านทำขนม

ที่กล่าวมาข้างต้น เป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับประวัติและวิธีการทำ “ไข่เค็มแม่พื้น” ซึ่งคณะนักวิจัยมีความเห็นสอดคล้องกับวัดพระรูป โดยพระครูสังฆรักษ์วุฒิพนธ์ สิริโร เจ้าอาวาสวัดพระรูป นายวชิรพงศ์ วงษ์เพ็ง และชาวชุมชนบางส่วน ในการร่วมกันพัฒนา “ไข่เค็มแม่พื้น” ให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ในชื่อใหม่ว่า “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” เพื่อให้เกิดผลดีทั้งด้านการสร้างรายได้ให้แก่ชาวชุมชนวัดพระรูป สร้างผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์วัดพระรูป วัดพระรูป มีส่วนร่วมสร้างความเป็นแหล่งเรียนรู้และการท่องเที่ยวในพื้นที่ส่วนได้ของเมืองสุพรรณบุรี โดยมีพิพิธภัณฑ์วัดพระรูปและวัดพระรูปเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น การพัฒนาให้ “ไข่เค็มแม่พื้น” ได้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนในชื่อว่า “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” มีความเชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์วัดพระรูป ที่อาศัยองค์ความรู้เกี่ยวกับวัตถุสิ่งของภายในพิพิธภัณฑ์วัดพระรูปเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบและเลือกใช้เป็นบรรจุภัณฑ์

1.2 องค์ความรู้เกี่ยวกับวัตถุสิ่งของภายในพิพิธภัณฑวัดพระรูป

ภายในพิพิธภัณฑวัดพระรูป มีโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และสิ่งของต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ในจำนวนนี้มีวัตถุชิ้นเอกของพิพิธภัณฑวัดพระรูป เช่น พระพุทธรูปไม้แกะสลักที่ด้านหนึ่งเป็นลายมงคล 108 ประการ และอีกด้านหนึ่งเป็นภาพเหตุการณ์พระโพธิสัตว์ผจญพญามารในช่วงที่ใกล้จะตรัสรู้ พระพุทธรูปหินทรายที่ตามตำนานระบุว่าลอยน้ำคู่มากับพระพุทธรูปไม้แกะสลัก รัชังสัมฤทธิ์มีจารึก ธรรมมาสน์ ฯลฯ นอกจากนี้ ยังมีศิลปวัตถุที่มีความน่าสนใจ ได้แก่ สมุดภาพพระมาลัยที่มีภาพเขียนสีอย่างสวยงาม คมชัด สีสันสดใส คัมภีร์ใบลาน ตาลปัตรสานด้วยไม้ไผ่ ฯลฯ เป็นต้น

วัตถุสิ่งของที่เป็นศิลปวัตถุในพิพิธภัณฑวัดพระรูป ที่เป็นแรงบันดาลใจต่อการนำไปใช้ในการสร้างตราสินค้า และเลือกทำบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ “ไขเค็มชุมชนวัดพระรูป” ได้แก่ สมุดภาพพระมาลัย และตาลปัตรไม้ไผ่สาน เนื่องจากมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวบ้าน ดึงม้องค์ความรู้เกี่ยวกับสิ่งของทั้งสองชนิด ดังนี้

สมุดภาพพระมาลัย มีปรากฏในประเทศไทยมาตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนปลาย พบมากในราวพุทธศตวรรษที่ 24 - 25 สมุดภาพพระมาลัยถูกบันทึกไว้ในสมุดข่อย (สมุดไทยขาว) เขียนด้วยอักษรขอมภาษาบาลี ส่วนที่เป็นภาพเขียนไว้ตอนปลายทั้งสองของกระดาษ ส่วนพื้นที่ตรงกลางสำหรับบันทึกตัวอักษร อย่างไรก็ตาม ในช่วงร้อยปีแรกของกรุงรัตนโกสินทร์ สมุดภาพพระมาลัยปรากฏอย่างแพร่หลายตามวัดต่าง ๆ ในภาคกลางและภาคใต้ โดยชาวบ้านนิยมจ้างช่างเขียนให้เขียนสมุดภาพพระมาลัยทั้งที่เป็นภาพเขียนและอักษรเพื่อถวายวัด เป็นการบำเพ็ญทานบารมีอย่างหนึ่งในสมัยนั้น ภาพเขียนที่ปรากฏในสมุดภาพพระมาลัย มักเริ่มต้นด้วยเทพนม 1 คู่ ถวายอัญชลี แสดงความเคารพต่อพระธรรม ภาพภิกษุ 4 รูป กำลังสวดอภิธรรมหรือสวดมาลัย ภาพพระมาลัยขณะบิณฑบาตและแสดงพระธรรมเทศนาเพื่อนำข่าวจากสัตว์นรกมาแจ้งแก่บรรดาญาติพี่น้อง ภาพพระมาลัยโปรดสัตว์แสดงพระธรรมเทศนาเพื่อแจ้งความตามเทวโองการของพระโพธิสัตว์ศรีอาริยมตไตรยแก่ฝูงชน ภาพปลงอสุภะ ชักผ้าบังสุกุลหรือฉางงานศพ เป็นต้น

ตามเรื่องราวแล้ว พระมาลัยเป็นพระอรหันต์องค์หนึ่งในพระพุทธศาสนาที่มากด้วยศีล สมาธิ ปัญญา มีอิทธิฤทธิ์มากสามารถท่องไปในนรกและสวรรค์ ปรากฏเรื่องราวในคัมภีร์ปรมัตถโชติกา ฎีกามาลัย และเทวสูตร พระอรรถกถาจารย์ผู้รจนา

คัมภีร์ปรมัตถโชติกาได้แสดงเจตนาไว้ว่า เพื่อต้องการบูชาคุณพระรัตนตรัยและด้วยความมีเมตตาต่อปวงสัตว์ที่ตกทุกข์ได้ยากได้พ้นจากทุกข์เวทนา เรื่องราวของพระมาลัยที่ต่อมากลายเป็นวรรณกรรมและตำนาน ล้วนเป็นคติเตือนใจให้คนกลัวบาปให้ละชั่วทำดี จึงนำมาซึ่งประโยชน์ต่อสาธุชนและสังคม จึงนิยมสร้างเป็นหนังสือหรือสมุดภาพไว้ตามวัดต่าง ๆ เพื่อเป็นบุญกุศล ในอดีตนิยมสวดพระมาลัยในพิธีแต่งงาน ในคืนที่ยังไม่ได้ส่งตัวเจ้าสาว เพราะต้องรอฤกษ์ส่งตัว ทั้งนี้เพื่อเป็นการสั่งสอนให้เจ้าบ่าวเจ้าสาวได้รู้จักบาปบุญคุณโทษก่อนที่จะได้เริ่มต้นชีวิตครอบครัว และสวดในงานศพเพื่อสอนให้คนเป็นเกรงกลัวในบาปกรรม มุ่งกระทำในบุญกุศล (Wat Wang Pikun Wararam 2024)

สำหรับสมุดภาพพระมาลัยในพิพิธภัณฑ์วัดพระรูป เขียนบนสมุดไทยขาวด้วยอักษรไทย และอักษรขอมภาษาบาลี มีอายุในราวต้น - กลางพุทธศตวรรษที่ 24 เป็นงานเขียนในรูปแบบกลอนสวด เป็นหลักฐานถึงความนิยมในการสวดพระมาลัยในสมัยนั้น ส่วนภาพเขียนนั้นมีทั้งภาพการเกิด การตาย งานบุญประเพณี ภาพพระสงฆ์ ภาพนรกที่มีสัตว์นรกถูกทำโทษ และมีพระมาลัยไปโปรดสัตว์นรก ภาพในงานทำบุญตักบาตร ภาพเทวดานางฟ้า และภาพพระมาลัยท่องสวดรรคไปไหว้พระจุฬามณี ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของสมุดภาพพระมาลัย ภาพมีความสมบูรณ์ครบถ้วนตามแบบแผน มีความสวยงามอย่างมาก นับเป็นสมุดภาพพระมาลัยที่คงความสมบูรณ์ไว้ทั้งส่วนที่เป็นเนื้อความและภาพจิตรกรรมที่มีคุณค่าในงานจิตรกรรมอย่างมากชิ้นหนึ่ง (Wat Phra Rup Museum 2023)

อนึ่ง ตาลปัตรเป็นของคู่กับพระมาลัย ภาพจิตรกรรมฝาผนังเรื่องพระมาลัยต้องเป็นภาพพระมาลัยถือตาลปัตร เพราะตาลปัตรเป็นเครื่องหมายการแสดงธรรม ใช้ประกอบการสวดธรรมและพิธีกรรมทางพุทธศาสนา (Silpanon 2024) ฉะนั้น สมุดภาพพระมาลัยและตาลปัตรจึงเป็นเรื่องของการแสดงธรรม เป็นสิ่งเผยแพร่ธรรม สอนธรรม โดยเฉพาะมุ่งสอนให้คนเกรงกลัวต่อบาปแล้วเร่งกระทำแต่ความดี สมุดภาพพระมาลัยและตาลปัตรเป็นของมงคล มีไชของอวมงคล เพียงแต่คนรุ่นปัจจุบันเกรงกลัวความตายจนละเลยความจริงว่าทุกคนต้องตาย จึงมองว่าเรื่องราวของพระมาลัยและตาลปัตรเป็นสิ่งที่ใช้ในงานอวมงคลเท่านั้น ซึ่งแต่เดิมาก็เคยถูกใช้ทั้งในงานมงคลและอวมงคล กล่าวถึงตาลปัตรไม้ไผ่สานในพิพิธภัณฑ์วัดพระรูป เป็นวัตถุสิ่งของอีกชิ้น



ภาพที่ 5 จากสมุดภาพพระมาลัย ภายในพิพิธภัณฑวัดพระรูป
ที่ใช้เป็นต้นแบบในการออกแบบเป็นตราสินค้า “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป”

(Source: Wat Phra Rup Museum 2023)

หนึ่งที่ทำให้แรงบันดาลใจถึงคุณค่าของเครื่องจักสานที่ชาวบ้านทั่วไปใช้เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ในชีวิตที่ครอบคลุมอุปกรณ์เกือบทุกชนิดที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องบรรจุ เครื่องบรรจุทุก เครื่องมือจับสัตว์ เครื่องมือทอผ้า เครื่องมือนึ่งอาหาร เครื่องป้องกันแดดและฝน พระพุทธรูปและตาลปัตรที่สร้างขึ้นด้วยเครื่องจักสานก็มีอยู่มากมาย

เครื่องจักสานเป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นงานศิลปหัตถกรรมที่มีความสวยงามคงทน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตาลปัตรไม้ไผ่สานในพิพิธภัณฑวัดพระรูปจึงสร้างแรงบันดาลใจว่า “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ควรจะมีบรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องจักสาน จึงมุ่งเลือกเครื่องจักสานในรูปแบบของกระจาด ตะข่าง และชะลอม เป็นบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น การเชื่อมโยงถึงวัตถุสิ่งของภายในพิพิธภัณฑวัดพระรูป และอีกประการหนึ่งคือ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นเครื่องจักสานที่มีคุณภาพดีสามารถนำกลับไปใช้ประโยชน์ได้อีก เพื่อช่วยบรรเทาปัญหาขยะล้นเมือง และด้วยวัสดุที่เป็นไม้ไผ่ที่สามารถย่อยสลายได้ง่าย จึงเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หากแต่ชุมชนที่ผลิตเครื่องจักสานในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี ยังไม่มีเครื่องจักสานในประเภทของ ตะข่าง กระจาด และชะลอมในขนาดที่เหมาะสมกับการเป็นบรรจุภัณฑ์ของ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” จึงมีความจำเป็นต้องสั่งซื้อจากร้าน

ขายเครื่องจักสาน ที่ตำบลป้างิ้ว อำเภอเมือง จังหวัดอ่างทอง ซึ่งเป็นเขตติดต่อกับ จังหวัดสุพรรณบุรี



ภาพที่ 6
ตาลปัตรไม้ไผ่สาน
ในพิพิธภัณฑ์วัดพระรูป
(Source: Wat Phra Rup
Museum 2023)

การพัฒนาสิ่งหนึ่งสิ่งใดในท้องถิ่น เช่น ภูมิปัญญา สิ่งประดิษฐ์ สินค้า หรือ บริการ ให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ นอกจากต้องมียุทธศาสตร์เกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ อย่าง ดีแล้ว ยังจำเป็นต้องมียุทธศาสตร์ที่สามารถนำมาเชื่อมโยงเพื่อช่วยเสริมสร้าง เอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ และจำเป็นต้องมียุทธศาสตร์ทางวิชาการในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์

1.3 องค์ความรู้ทางวิชาการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม

คำว่า ผลิตภัณฑ์ มีความหมายว่า สิ่งที่ทำขึ้น สิ่งที่มีมนุษย์ทำขึ้น อาจอยู่ในรูป ของสินค้า หรือ บริการ คำว่า ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ หมายถึง สิ่งที่ทำขึ้นด้วยการ สร้างสรรค์ ยกตัวอย่างเช่นการนำ “ไข่เค็มแม่พื้น” มาพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์ด้วยแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ โดยมีการตั้งชื่อใหม่ว่า “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” มีการออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ สร้างชุดข้อมูลและป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์ ฉะนั้น จึงมีความจำเป็นต้องอาศัย

องค์ความรู้ทางวิชาการในการช่วยสร้างความเป็นผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่ม โดยพบว่า “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” มีคุณค่าหลายประการ เช่น คุณค่าทางอาหาร ภูมิปัญญา เศรษฐกิจ ชุมชน และเป็นสัญลักษณ์ เนื่องจาก “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” มีวิธีการทำที่มีเอกลักษณ์ รสชาติของไข่เค็มมีความอร่อยอย่างแตกต่างไปจากไข่เค็มทั่วไป โดยมีทั้งรสเค็ม ไข่แดงมีรสมันและร่วนซุย สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านการนำไปใช้ประโยชน์ด้านอาหาร เช่น เป็นอาหารที่รับประทานได้ทั้งกับข้าวสวย ข้าวต้ม และนำไข่เค็มไปประกอบอาหารได้อีกหลากหลายรายการ การเพิ่มช่องทางการใช้ประโยชน์ของไข่เค็มให้มากยิ่งขึ้น ได้แก่ การนำไข่เค็มไปแจกเป็นของขวัญในงานบุญต่าง ๆ เช่น งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ งานบำเพ็ญกุศลศพ เป็นต้น การใช้แนวคิดเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นเพื่อสร้างความสวยงาม เชิดชูคุณค่า และสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น รวมทั้งสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ด้วย มีรายละเอียดขององค์ความรู้ด้านวิชาการ ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้นในหัวข้อ “แนวคิดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์”

2. การสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป”

กระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราสินค้า การเลือกและแสวงหาบรรจุภัณฑ์ การออกแบบป้ายฉลาก และสถานที่จำหน่ายสินค้า

2.1 ผลิตภัณฑ์

คณະนักรวิจัยพร้อมด้วยความเห็นชอบจากพระครูสังฆรักษ์วุฒิพันธ์ุ สิริธโร เจ้าอาวาสวัดพระรูป นายวิฑรพงศ์ วงษ์เพ็ง ซึ่งเป็นทายาท ได้เลือกพัฒนาสินค้าท้องถิ่นคือ “ไข่เค็มแม่พื้น” ให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไข่เค็มวัดพระรูป” โดยการขบเน้นให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาชาวบ้านที่พัฒนารสชาติของไข่เค็มให้ดีขึ้นด้วยการแสวงหาวิธีการทำไข่เค็มด้วยดินเหนียว นับเป็นความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจากการแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง อีกประการหนึ่งคือ คณະนักรวิจัยของโครงการวางตนเป็นเพียงพี่เลี้ยง ที่มุ่งให้ชาวชุมชนเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์และพึ่งตนเองได้อย่างถาวร การเลือก

“ไข่มุขแม่พัน” ขึ้นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชาวมุขชนจึงตอบโจทย์วิจัยได้อย่างดีเพราะ “ไข่มุขแม่พัน” เป็นผลผลิตของชาวมุขชน สร้างสรรค์ขึ้นด้วยภูมิปัญญาของชาวมุขชนในเรื่องของการพัฒนาชาติของไข่มุขให้ดีขึ้น ซึ่งรสนชาติเป็นสิ่งที่มองไม่เห็นแต่สามารถสัมผัสและรับรู้ได้ถึงความเปลี่ยนแปลง และต่อไปชาวมุขชนก็จะสามารถช่วยกันรักษาและพัฒนาให้เจริญเติบโตขึ้นได้อีกด้วย

2.2 ชื่อผลิตภัณฑ์

จากเรื่องราวของ “ไข่มุขแม่พัน” ซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาของชาวมุขชนวัดพระรูป ปัจจุบันมีการประกอบเป็นอาชีพเสริม จำนวน 3 ครัวเรือน มีความพร้อมในการผลิต ให้ความร่วมมือ และยินดีให้การสนับสนุนการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ โดยตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ว่า “ไข่มุขมุขชนวัดพระรูป” เพื่อเชิดชูความเป็นมุขชนวัดพระรูป รักษาความเป็นกลางที่ให้ความรู้สึกผูกพันและความเป็นเจ้าของร่วมกันของชาวมุขชนวัดพระรูป ประการสำคัญคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไข่มุขมุขชนวัดพระรูป” ในระยะเริ่มแรกนี้เป็นแต่เพียงสร้างต้นแบบการพัฒนาสินค้าท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ต่อไปอาจมีการพัฒนาสิ่งประดิษฐ์ สินค้า หรือบริการอื่น ๆ ให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพิ่มขึ้น หรืออาจปรับเปลี่ยนชื่อของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์นี้ได้ตามความเห็นชอบของชาวมุขชน

2.3 ตราสินค้า

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อผลิตภัณฑ์ “ไข่มุขมุขชนวัดพระรูป” มีการออกแบบตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ โดยเป็นผลงานการออกแบบของอาจารย์คณิน ไพรวันรัตน์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นการทำงานร่วมกันของคณะนักวิจัย ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากภาพในสมุดภาพพระมาลัยของพิพิธภัณฑ์วัดพระรูป ดังได้กล่าวมาแล้วว่า เรื่องราวของพระมาลัยเป็นเรื่องของธรรมที่แสดงโทษของการทำบาปและคุณของการทำความดี เรื่องราวในสมุดภาพพระมาลัยมีทั้งส่วนที่เป็นโลกมนุษย์ สวรรค์และนรก ในส่วนที่นำมาออกแบบเป็นภาพสตรีถือพานพนมดอกไม้ โดยน่าจะเป็นภาพบรรยากาศของงานบุญหรืองานรื่นเริงตามเทศกาลของโลกมนุษย์ โดยนักวาดอาจจำลองภาพวิถีชีวิตในชุมชนลงไปในสมุดภาพพระมาลัย มีการให้สีภาพที่สดใส สวยงาม การแต่งกายของบุรุษและสตรีน่าจะเป็นไปตามยุคสมัย ภาพคนถือพานพนมดอกไม้ไม่มีดอกไม้ในพานที่พูนจนเต็มล้น สื่อความหมายถึงความ

สวยงาม ความสุข สดชื่น และมีความรื่นเริงอย่างเต็มเปี่ยม ภาพได้สร้างแรงบันดาลใจให้นำมาสู่การออกแบบเป็นตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” โดยเชื่อมโยงกับความหมายของไข่ที่เป็นสัญลักษณ์ของความแข็งแรง ความสุข มิตรภาพ และสันติสุข (Thanaphatrakul 2023) ภาพตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” จึงเป็นรูปสตรีที่แต่งกายตามอย่างในสมุดภาพพระมาลัย ถือพานบรรจุไข่เค็มจนล้นพูน เพื่อสื่อความหมายว่า “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” เป็นสัญลักษณ์แทนความแข็งแรงสมบูรณ์ คุณภาพ มิตรภาพ ความสุข ความอึดอ้อร่อย ที่มีอย่างเต็มเปี่ยม และการแต่งกายของหญิงโบราณนั้นสะท้อนภาพการเป็นชุมชนเก่าแก่ของชุมชนวัดพระรูปที่ดำรงมาอย่างยาวนาน

2.4 บรรณานุกรม

คณะนักวิจัย ได้รับความเห็นชอบประกอบด้วย พระครูสังฆรักษ์วุฒิพันธุ์ สิริโรโร เจ้าอาวาสวัดพระรูป และนายวชิรพงศ์ วงษ์เพ็ง กรรมการบริหารวัดพระรูปและทายาทผู้สืบทอดกิจการ “ไข่เค็มแม่พีน” ได้ตัดสินใจร่วมกันเลือกเครื่องจักสานเป็นบรรณานุกรมของ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” เนื่องจากพิพิธภัณฑ์วัดพระรูปมีตาลปัตรไม้ไผ่สานที่มีความสวยงามและสมบูรณ์อยู่ครบทั้ง 4 เล่ม จึงประสงค์ให้เกิดการเชื่อมโยงกับวัตถุสิ่งของในพิพิธภัณฑ์ และคำนึงถึงโอกาสการสร้างรายได้ของคนในท้องถิ่น การให้ความสำคัญต่อภูมิปัญญาชาวบ้าน ศิลปหัตถกรรมของชาวบ้าน การนำกลับไปใช้ใหม่ และการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แต่เดิม คณะนักวิจัยคาดหวังว่าจะพบแหล่งผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานที่เป็น ตะข่าง กระจาด และชะลอมที่มีขนาดพอเหมาะกับการเป็นบรรณานุกรมของ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ที่ผลิตจากชุมชนในเขตเมืองสุพรรณบุรี แต่จากการสำรวจ ไม่พบการผลิตเครื่องจักสานที่เป็นเป้าหมายของคณะนักวิจัยที่ผลิตในเขตเมืองสุพรรณบุรี จึงมีความจำเป็นต้องสั่งซื้อจากร้านค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอ่างทอง ซึ่งเป็นเขตติดต่อกัน โดยบรรณานุกรมมี 3 ชนิด คือ ตะข่าง กระจาด และชะลอม ในขนาดที่มีก้นกว้างประมาณ 4 เซนติเมตร บรรณานุกรมไข่เค็มได้ 4 ใบ



ภาพที่ 7
“ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป”
บรรจุในกระดาษ ตะข่าง
และชะลอม พร้อมป้าย
ฉลาก

2.5 ป้ายฉลาก

ป้ายฉลาก เป็นสิ่งที่ต้องผ่านการออกแบบ โดยเป็นผลงานการออกแบบของ อาจารย์คณิน ไพโรวันรัตน์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ซึ่งเป็นนักวิจัยร่วมโครงการวิจัย ป้ายฉลากของ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” มีจำนวน 3 แผ่น พิมพ์หน้า - หลัง ประกอบด้วยข้อมูลที่เป็นภาพตราสินค้า ชื่อผลิตภัณฑ์ คำขวัญ ร้านค้าชุมชนวัดพระรูป ภูมิปัญญาการทำไข่เค็ม เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ ตราสัญลักษณ์ของพิพิธภัณฑวัดพระรูป คำขวัญและคุณค่าของพิพิธภัณฑวัดพระรูป พร้อมด้วยที่อยู่ เว็บไซต์ www.watphrarup.com รายการอาหารที่ทำด้วยไข่เค็ม และข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม เช่น การเก็บรักษา จำนวนที่บรรจุ ราคาต่อหน่วย วันที่ผลิต และวันหมดอายุ ตามตัวอย่างภาพป้ายฉลากที่ออกแบบไว้ดังนี้



ภาพที่ 8 ตัวอย่างป้ายฉลาก แผ่นที่ 1 แผ่นที่ 2 และ แผ่นที่ 3

2.6 สถานที่จัดจำหน่าย

การพัฒนา “ไข่เค็มแม่พื้น” ซึ่งเป็นไข่เค็มจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” เป็นเจตนาร่วมกันของวัดพระรูป โดยพระครูสังฆรักษ์วุฒิพันธ์ุ เจ้าอาวาสวัดพระรูป ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการประสานงานเป็นกำลังความคิดและงบประมาณ รวมทั้งนายวชิรพงศ์ วงษ์เพ็ง ผู้เป็นหนึ่งในสามของผู้สืบทอดกิจการ “ไข่เค็มแม่พื้น” โดยคณะนักวิจัยมีความเห็นร่วมกันว่า วัดพระรูปเป็นศูนย์กลางของชุมชน ศูนย์กลางแห่งศรัทธา และศูนย์รวมแห่งความร่วมมือของชาวชุมชนโดยรอบ และด้วยความเมตตาของพระครูสังฆรักษ์วุฒิพันธ์ุ สิริธโร รับุระ เป็นเจ้าภาพและอนุญาตให้วัดพระรูปเป็นสถานที่จัดจำหน่าย “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ทั้งนี้เพื่อร่วมเสริมสร้างความเข้มแข็งให้พิพิธภัณฑ์วัดพระรูปเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวในพื้นที่ส่วนใต้ของเขตเมืองเก่าสุพรรณบุรี นอกจากนี้ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์แล้ว ยังทำหน้าที่เป็นสินค้าชุมชน ของฝากจากชุมชนวัดพระรูป ที่ช่วยสื่อสารถึงภูมิปัญญาชาวสุพรรณบุรี และเรื่องราวของพิพิธภัณฑ์วัดพระรูป วัดพระรูป และชุมชนวัดพระรูป

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นและเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” เป็นการแสวงหาแนวทางจากการใช้แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น และแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำแนกเป็น 3 ประเด็น คือ คุณค่าของภูมิปัญญาชาวสุพรรณบุรี คุณค่าที่เกิดจากประโยชน์ของไข่เค็ม และคุณค่าใหม่ของไข่เค็มที่เกิดจากการขยายวัตถุประสงค์ในการใช้ประโยชน์

3.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่น จากประวัติความเป็นมาของ “ไข่เค็มแม่พื้น” ที่ได้รับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” เป็นผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง โดยถูกขบเน้นให้เห็นคุณค่าที่เกิดขึ้นจากวิธีการผลิตที่ทำให้ “ไข่เค็มแม่พื้น” มีรสชาติอร่อย เค็มพอดี ไข่แดงมีรสมันและร่วนซุย เป็นความอร่อยที่เกิดจากการดองไข่เปิดในดินเหนียวผสมกับน้ำ เกลือและขี้เถ้าแกลบ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาชาวสุพรรณบุรี เป็นการลองผิดลองถูกจนกระทั่งเกิดเป็นการเรียนรู้และประสบการณ์

เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่คิดพัฒนารสชาติของไข่เค็มให้อร่อยขึ้น ทำขายเป็นอาชีพ มาแล้วถึงรุ่นที่สอง ซึ่งเป็นรุ่นของทายาท โดยได้นำภูมิปัญญาการทำ “ไข่เค็มแม่พิน” พิมพ์ไว้ที่ป้ายฉลากของ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป”

3.2 การเพิ่มข้อมูลการนำไข่เค็มไปใช้ประโยชน์ในทำอาหารประเภทต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริโภคได้นำไข่เค็มไปประกอบอาหารได้หลากหลายประเภทมากขึ้น หรือกระตุ้นให้เกิดจินตนาการต่อการนำไข่เค็มไปประกอบอาหารให้มากขึ้น ในรายการอาหารที่ทำด้วยไข่เค็มตามที่ได้แจ้งไว้ในป้ายฉลากของ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ได้แก่ ยำไข่เค็ม หมักผัดไข่เค็ม น้ำพริกไข่เค็ม โจ๊กไข่เค็ม ข้าวห่อใบบัว ข้าวผัด น้ำพริกขิงเผือก บีบะจ่าง บัวลอยไข่เค็ม เต้าส้อไข่เค็ม ขนมเปียะใส่ไข่เค็ม ซึ่งแสดงถึงคุณค่าของไข่เค็มว่ามีประโยชน์มาก สามารถนำไปปรุงอาหารได้หลายรายการอาหาร

3.3 ขยายวัตถุประสงค์การใช้ประโยชน์ไข่เค็มให้มากยิ่งขึ้นกว่าการซื้อเพื่อเป็นอาหาร โดยคณะนักวิจัยตั้งเป้าหมายให้มีการนำไข่เค็มไปแจกเป็นของชำร่วยในงาน บุญ งานเลี้ยง และงานบำเพ็ญกุศลศพ ซึ่งถ้าสามารถทำให้เกิดขึ้นจริงได้จะเป็นช่องทางให้จำหน่ายไข่เค็มได้คราวละเป็นจำนวนมาก เกิดประโยชน์ในทางเศรษฐกิจที่จะหมุนเวียนอยู่ในชุมชนวัดพระรูป ในขั้นตอนการนำร่อง โดยได้รับความเมตตาจาก พระครูสังฆรักษ์วุฒิพันธ์ สิริธโร เจ้าอาวาสวัดพระรูป ให้ทดลองนำ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” แจกเป็นของชำร่วยในงานบุญทอดกฐินวัดพระรูป เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 เพื่อเป็นตัวอย่างให้ชาวสุพรรณบุรีได้เห็นตัวอย่างของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” และเป็นตัวอย่างของการนำ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” มาแจกเป็นของชำร่วยในงานบุญของวัดพระรูป ผลการสอบถามถึงความคิดเห็นในกรณีนี้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกรรมการบริหารวัดพระรูป และกลุ่ม อสม. ให้การยอมรับและให้การสนับสนุนอย่างยิ่ง



ภาพที่ 10 วัดพระรูปโดยความร่วมมือของคณะกรรมการวัดพระรูป อสม. และคณะนักวิจัย ช่วยกันแจก “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” เป็นของชำร่วยแก่ผู้มาร่วมงานบุญทอดกฐินประจำปี 2566 ณ วัดพระรูป

4. ความร่วมมือในการผลักดันผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์สู่การรับรู้ของสาธารณชน

จาก “ไข่เค็มแม่พีน” ที่เป็นภูมิปัญญาของชาวชุมชนในชุมชนวัดพระรูป มาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ชื่อว่า “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ที่เริ่มต้นขึ้นจากวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย ผ่านกระบวนการแสวงหาองค์ความรู้เกี่ยวกับวัดชุมชน พิพิธภัณฑวัดพระรูป แนวคิดในเรื่องของภูมิปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผ่านกระบวนการสร้างให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ หากมีเพียงกระบวนการต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะไม่สามารถเรียกว่าเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชุมชนได้เลย ยังต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากชาวชุมชนให้การสนับสนุนและรับช่วงการพัฒนาในระยะต่อไป ยิ่งการผลักดันให้ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ออกสู่การรับรู้ของสาธารณชนด้วยแล้ว จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีความร่วมมือร่วมใจจากชาวชุมชนวัดพระรูปในภาคส่วนต่าง ๆ ได้แก่ วัดพระรูป ชาวชุมชนวัดพระรูป และคณะนักวิจัย โดยแต่ละฝ่ายได้แสดงบทบาทที่แตกต่างกัน

ภายใต้ความร่วมมือที่มีร่วมกัน ดังนี้

4.1 วัดพระรูป เป็นภาคส่วนที่มีความสำคัญอย่างมากในการสนับสนุนการพัฒนาให้ “ไขเค็มแม่พื่น” สู่การเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไขเค็มชุมชนวัดพระรูป” วัดพระรูปในที่นี้หมายถึง พระครูสังฆรักษ์วุฒิพันธ์ สิริธโร เจ้าอาวาสวัดพระรูป พระภิกษุในวัดพระรูป กรรมการบริหารวัดพระรูป และกรรมการมูลนิธิหลวงพ่อดี โดยวัดพระรูปได้แสดงบทบาทของการเป็นพื้นที่สาธารณะ เป็นสถานที่ทำงานของคณะนักวิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยทำงานพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ เป็นสถานที่จัดจำหน่าย ทั้งยังเป็นศูนย์รวมศรัทธาและความเสียสละ ซึ่งทุกฝ่ายมีความคิดเห็นและความรู้สึกเข้ามาทำงานให้วัด มาช่วยเพื่อเป็นบุญกุศล วัดพระรูปจึงเป็นพื้นที่กลาง คือมิใช่เป็นของผู้หนึ่งผู้ใด หากแต่เป็นของวัดและวัดเป็นของชุมชน ในระยะแรก วัดพระรูปโดยพระครูสังฆรักษ์วุฒิพันธ์ สิริธโร อนุญาตให้วัดพระรูปเป็นสถานที่จัดจำหน่าย “ไขเค็มชุมชนวัดพระรูป” และรับเป็นเจ้าภาพในการผลิตโดยร่วมกับโครงการวิจัย ฯ สำหรับกรรมการวัดพระรูป และคณะ อสม. ของชุมชนวัดพระรูป เข้ามามีส่วนร่วมในการผลักดันให้ “ไขเค็มชุมชนวัดพระรูป” ออกสู่การรับรู้ของประชาชนในวงกว้าง ในรูปแบบของข่าวร่วในงานบุญทอดกฐินวัดพระรูป ประจำปี 2566 เป็นอันดับแรก

4.2 ชาวชุมชนวัดพระรูป หมายถึง คณะกรรมการชุมชน ผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน โดย นายชिरพงศ์ วงษ์เพ็ง นั้นมีความสำคัญมาก ในฐานะเป็นผู้อนุญาตให้หน้า “ไขเค็มแม่พื่น” มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ “ไขเค็มชุมชนวัดพระรูป” รวมทั้งเป็นกรรมการบริหารวัดพระรูปและเป็นชาวชุมชนวัดพระรูปด้วย รวมถึง คณะ อสม. ของชาวชุมชนวัดพระรูป เพราะกลุ่มคนเหล่านี้คือ กำลังแรงงาน กำลังใจ พลังความคิด และจะเป็นผู้กำหนดทิศทางการขยายกิจการของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไขเค็มชุมชนวัดพระรูป” ให้อยู่ได้และเติบโตต่อไป ในขั้นตอนการบรรจุไขเค็มให้อยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไขเค็มชุมชนวัดพระรูป” เพื่อแจกเป็นของชำร่วยในงานทอดกฐินของวัดพระรูป ประจำปี 2566 เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2566 ก็ได้รับความร่วมมือจากชาวชุมชนวัดพระรูปมาช่วยกันบรรจุไขเค็มลงบรรจุภัณฑ์ ตัดป้ายฉลาก การจัดเก็บ การลำเลียง และการแจกจ่าย เป็นการทำงานร่วมกันที่มีความสมัครสมานสามัคคี ร่วมมือร่วมใจกันจนงานสำเร็จได้ด้วยดี



ภาพที่ 11 ชาวชุมชนวัดพระรูป คณะ อสม. และคณะนักวิจัย ช่วยกันบรรจุไข่เค็มและติดป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2566 ณ วัดพระรูป

4.3 คณะนักวิจัยในฐานะเป็นผู้คิดกิจกรรมสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ มีบทบาทด้านการแสวงหาคำความรู้ทั้งจากชุมชนวัดพระรูป พิพิธภัณฑ์วัดพระรูป วัดพระรูป และความรู้ทางวิชาการ คณะนักวิจัยทำหน้าที่นำเสนอประเด็นการคัดสรรสิ่งที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์หรือสินค้าที่มีอยู่ในชุมชนวัดพระรูป เพื่อนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ เป็นแกนหลักและกำหนดกรอบในด้านการทำกิจกรรม เช่น การออกแบบ การสร้างผลิตภัณฑ์ กำหนดแนวการสร้างมูลค่าเพิ่ม เป็นผู้ประสานงานและประสานความคิดให้แก่วัดพระรูป กรรมการวัดพระรูป ประชาชนชาวบ้าน และชาวชุมชน ได้มีความเข้าใจและให้ความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” โดยคณะนักวิจัยต้องแสดงบทบาทที่ไม่มากและไม่น้อยเกินไป เพราะต้องเปิดโอกาสให้วัดพระรูปและชาวชุมชนวัดพระรูปได้แสดงบทบาทการเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ชาวชุมชนวัดพระรูปต้องเป็นผู้โอ้อุ้มดูแลผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” หลังจากที่คณะนักวิจัยถอนตัวออก เพราะจบโครงการวิจัย คณะนักวิจัยได้แสดงบทบาทของการเป็นพี่เลี้ยงในการกำหนดแนวคิดและแนวทาง แต่การปฏิบัติการณ์นั้นเป็นสิ่งที่วัดพระรูปและชาวชุมชนวัดพระรูปต้องช่วยกันดำเนินการ ช่วยกันคิดและพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์นี้ต่อไป

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์

“ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป”

ผลการพัฒนา “ไข่เค็มแม่พื้น” ซึ่งเป็นสินค้าท้องถิ่นที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้านในชุมชนวัดพระรูป เมืองสุพรรณบุรี ให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ในชื่อเรียกที่แสดงถึงความเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชุมชน ว่า “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” เกิดขึ้นได้อย่างสำเร็จ โดยผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์มีองค์ประกอบที่สร้างขึ้นใหม่ ได้แก่ ชื่อสินค้า การออกแบบตราสินค้า การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นเครื่องจักสาน โดยมีต้นแบบ 3 แบบ คือ ตะข่าง กระจาด และชะลอม หากแต่บรรจุภัณฑ์นี้ยังต้องซื้อจากร้านค้าภายนอกชุมชนวัดพระรูป โดยหวังว่าในอนาคต ชาวชุมชนวัดพระรูปจะสามารถผลิตบรรจุภัณฑ์ของ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ขึ้นได้เอง เหตุที่มีบรรจุภัณฑ์หลายแบบ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นตัวเลือกของชาวชุมชนต่อไป การออกแบบป้ายฉลากจำนวน 3 แผ่น และการจัดทำและคัดเลือกชุดข้อมูลสำหรับพิมพ์บนป้ายฉลาก ภูมิปัญญาการทำไข่เค็มของชาวสุพรรณบุรี ให้มีรสชาติดีอร่อยด้วยวิธีทำที่ไม่เหมือนใคร คุณประโยชน์ของไข่เค็มที่สามารถนำไปประกอบเป็นอาหารรายการต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับวัดพระรูปและพิพิธภัณฑวัดพระรูป ปัจจุบัน “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ได้ถูกสร้างขึ้นในรูปของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ที่วัดพระรูป ชาวชุมชนวัดพระรูป และคณะนักวิจัย ได้ช่วยกันบรรจุและติดป้ายฉลาก ช่วยกันวางแผนการแจกจ่ายให้เป็นของชำร่วยในงานทอดกฐินประจำปีของวัดพระรูป เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ซึ่งมีผลตอบรับจากคณะกรรมการวัดพระรูป และคณะ อสม. ตีมาก โดยให้การยอมรับและมีทัศนคติต่อการมี “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชุมชนวัดพระรูป อย่างน้อยที่สุดที่จะได้ใช้ประโยชน์โดยเร็ว คือ การนำไปออกร้านในงานต่าง ๆ ได้เป็นของเซตหน้าชุดตาของชาวชุมชนวัดพระรูป ว่ามีผลิตภัณฑ์คุณภาพดี มีเอกลักษณ์ด้วยภูมิปัญญาของชาวบ้านในชุมชนวัดพระรูป มีความสวยงาม และมีข้อมูลสื่อสารถึงวัดพระรูป พิพิธภัณฑวัดพระรูป และชุมชนวัดพระรูปได้ชัดเจน

สำหรับแนวทางการพัฒนา “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ที่คณะนักวิจัยมีความประสงค์จะเห็นการพัฒนาให้มีขึ้นในอนาคตอันใกล้ โดยวัดพระรูปและชาวชุมชนวัดพระรูปต้องร่วมมือกันดำเนินการ สนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดขึ้น ส่วนคณะนักวิจัยจะ

มีบทบาทเป็นพี่เลี้ยงอยู่ห่าง ๆ ดังนี้

1. มีร้านค้าชุมชนเพื่อเป็นสถานที่จัดจำหน่าย “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” การมีสถานที่จัดจำหน่ายจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถซื้อ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ได้ง่ายขึ้นเมื่อมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑวัดพระรูปและวัดพระรูป ช่วยกระจายผลิตภัณฑ์ไปสู่วงกว้าง อย่างไรก็ตาม วัดพระรูปมีแผนการจัดตั้งร้านค้าชุมชนขึ้นภายในวัดพระรูป ซึ่งเป็นโอกาสที่ดี เพราะวัดพระรูปเป็นพื้นที่ที่มีความเป็นสาธารณะและเป็นศูนย์รวมของความสามัคคี ศรัทธา ทุกคนเชื่อว่าการทำงานให้วัดนั้นเป็นบุญกุศล เป็นพื้นที่ส่วนกลางที่มีได้เป็นของคนใดคนหนึ่ง เมื่อวัดพระรูปรับเป็นผู้จัดจำหน่าย และสถานที่จัดจำหน่าย โดยมีชาวชุมชนช่วยเป็นกำลังเสริม ย่อมส่งผลให้ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” สามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ในฐานะเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชุมชน โดยชาวชุมชนอย่างแท้จริง ทั้งนี้ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” จะช่วยสร้างรายได้และมีข้อมูลสื่อสารถึงวัดพระรูป พิพิธภัณฑวัดพระรูป และชุมชนวัดพระรูป

2. เกิดการนำ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ไปเป็นของชำร่วยในงานบำเพ็ญกุศลศพ และงานบุญต่าง ๆ เช่น งานขึ้นบ้านใหม่ หรืองานอื่น ๆ เพราะถ้ามีการนำ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” ไปเป็นของชำร่วยแจกในงานบุญและงานบำเพ็ญกุศลศพ จะเป็นการขยายวัตถุประสงค์การซื้อไข่เค็มได้มากขึ้น เป็นโอกาสให้มีการสั่งซื้อในจำนวนมาก ๆ จะทำให้เกิดการแพร่หลายของ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” และชุดข้อมูลสาระสำคัญเกี่ยวกับไข่เค็ม พิพิธภัณฑวัดพระรูปและวัดพระรูป ที่ประกอบสร้างอยู่กับบรรจุกุณธ์ของไข่เค็ม ก็จะได้เผยแพร่ออกไปได้มากขึ้น รายได้ก็หมุนเวียนอยู่ในชุมชน โดยพบข้อเท็จจริงว่าในงานบุญหรืองานบำเพ็ญกุศลศพนั้นมีค่าใช้จ่ายกับการหาซื้อของชำร่วยแจกผู้มาร่วมงาน ในแต่ละงานนั้นเป็นจำนวนมาก โดยส่วนใหญ่ต้องเสียไปกับการซื้อหาผลิตภัณฑ์จากภายนอกชุมชน หากหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สร้างสรรค์ขึ้นจากภูมิปัญญาชาวบ้านของชาวชุมชน ก็จะทำให้มีระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนอยู่ในชุมชนโดยมีวัดพระรูปเป็นศูนย์กลาง ที่สำคัญคือ “ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” เป็นอาหารที่ทุกคนรับประทานได้ ทั้งคนสุขภาพดีและผู้ป่วยก็สามารถรับประทานได้ ยกเว้นเพียงผู้ป่วยโรคไตที่ควรระมัดระวังว่าอย่ารับประทานมากเกินไป รวมทั้งมีรสชาติอร่อย เป็นภูมิปัญญาของชาวสุพรรณบุรี ที่ชาวสุพรรณบุรีควรภาคภูมิใจและช่วยกันสนับสนุน ซึ่งก็เท่ากับการสนับสนุนทั้งวัดพระรูป พิพิธภัณฑวัด

พระรูป และชุมชนวัดพระรูป

3. เกิดการสร้างสรรคับรรจุภัณฑ์โดยกลุ่มสตรี หรือกลุ่มที่มีชื่อต่างไปจากนี้ก็ได้ ได้ร่วมกันสร้างสรรคับรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นโดยชาวชุมชนวัดพระรูป ทั้งนี้เป็นการคาดหวังว่าในโอกาสต่อไป เมื่อ “ไขเค็มชุมชนวัดพระรูป” สามารถจำหน่ายได้อย่างอยู่ตัวแล้ว จะมีกลุ่มสตรีของชุมชนวัดพระรูปช่วยกันคิดและประดิษฐ์บรรจุภัณฑ์สำหรับ “ไขเค็มชุมชนวัดพระรูป” ขึ้นมาได้ด้วยภูมิปัญญาและการสร้างสรรคัจากคนในชุมชน อาจเป็นเครื่องจักสาน หรืองานประดิษฐ์จากวัสดุอื่น ๆ แล้วแต่ความเหมาะสม แต่อยู่ในกรอบของการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือการนำของเหลือใช้กลับมาใช้ประโยชน์ ก็จะเกิดการสร้างงานอย่างครบวงจร มีระบบเศรษฐกิจที่หมุนเวียนในชุมชน เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน เกิดการรวมตัวและทำกิจกรรมร่วมกัน เป็นต้น

4. เกิดการนำประสบการณ์ของผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการผลิตและจัดจำหน่ายไขเค็ม มาให้ความรู้กับชาวชุมชนวัดพระรูป และร่วมกันทำแผนการตลาด ทั้งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรคั และการจัดจำหน่าย “ไขเค็มชุมชนวัดพระรูป” ให้ดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน ยกตัวอย่างเช่น การเชิญนายวชิรพงศ์ วงษ์เพ็ง ซึ่งเป็นผู้มีความรู้และมีประสบการณ์ในการผลิตและจำหน่ายไขเค็ม และเป็นผู้คิดค้นพัฒนาวิธีการดอง “ไขเค็มแม่พิน” ด้วยดินเหนียว จนทำให้ไขเค็มมีรสชาติอร่อย คือ เค็มกำลังพอดี มีรสมัน ไขแดงมีความร่วนซุย ให้ได้มีโอกาสมาแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์แก่ชาวชุมชน เพื่อช่วยกันพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรคั “ไขเค็มชุมชนวัดพระรูป” ให้ดำรงอยู่อย่างก้าวหน้าและเจริญเติบโตต่อไป

5. ค้นหาสิ่งที่ เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน สิ่งประดิษฐ์ สินค้า หรือบริการ ของชาวชุมชนวัดพระรูป โดยช่วยกันคัดเลือกและพัฒนาให้มีผลิตภัณฑ์สร้างสรรคัเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจใช้แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจสร้างสรรคั การออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือแนวคิดอื่นที่มีความเหมาะสม ดังเช่นการสร้างผลิตภัณฑ์ “ไขเค็มชุมชนวัดพระรูป” ขึ้นเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรคั เป็นกรณีตัวอย่างของการสร้างสรรคัผลิตภัณฑ์ขึ้นมา

บทสรุป

“ไข่เค็มชุมชนวัดพระรูป” เป็นผลการพัฒนาสินค้าท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนิน “กิจกรรมการพัฒนาไข่เค็มแม่พื้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชุมชนวัดพระรูป” ภายใต้การดำเนินโครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาพิพิธภัณฑ์วัดพระรูปสู่การเป็นศูนย์กลางแหล่งเรียนรู้และเศรษฐกิจสร้างสรรค์” โดยเลือก “ไข่เค็มแม่พื้” ซึ่งเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ด้วยแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้วยกระบวนการสร้าง 4 ขั้นตอน คือ 1) การแสวงหาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ วัด ชุมชน ภูมิปัญญา สิ่งประดิษฐ์ สินค้า บริการ วัตถุสิ่งของในพิพิธภัณฑ์ และองค์ความรู้ด้านวิชาการ 2) การสร้างเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราสินค้า การคัดเลือกหรือออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบป้ายฉลาก การสร้างและคัดเลือกชุดข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วัดพระรูป พิพิธภัณฑ์วัดพระรูป รายการอาหารที่ทำด้วยไข่เค็ม 3) การสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวคิดทฤษฎีที่เลือกใช้เป็นกรอบความคิด เช่น การเชิดชูภูมิปัญญาท้องถิ่น การเพิ่มวัตถุประสงค์การซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มเพิ่มมากขึ้น และ 4) การแสวงหาความร่วมมือจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น วัด ชุมชน คณะนักวิชาการหรือนักวิจัย ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้มีความรู้และประสบการณ์ โดยมีข้อสังเกตว่าขั้นตอนของการสร้างความร่วมมือ เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญที่สุดต่อความสำเร็จในการนำเสนอผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างขึ้นให้ได้สู่การรับรู้ของสาธารณชน และการดำรงอยู่ต่อไปของผลิตภัณฑ์ กล่าวได้ว่าวัดมีบทบาทสูงมาก ผ่านการสนับสนุนโดยเจ้าอาวาสวัด หากเจ้าอาวาสวัดเป็นพระสงฆ์ปฏิบัติปฏิบัติชอบยอมเป็นที่เคารพศรัทธาของชาวชุมชน ท่านจึงเป็นผู้มีบารมี ในขณะเดียวกัน วัดเป็นสถานที่กลาง มิ่งบประมาณสำหรับการสนับสนุนกิจกรรม และวัดเป็นศูนย์รวมความศรัทธา ความสามัคคีของชาวชุมชน อนึ่ง ใน 3 ขั้นตอนแรกนั้น เป็นขั้นตอนของการสร้างผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นมาเท่านั้น หากไม่มีความร่วมมือจากวัดและชุมชน ก็คงเป็นการยากที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์นั้นจะดำรงอยู่และเติบโตต่อไปในอนาคต

References

- Abhiprayasakul, K. (2014). *สินค้าและบรรจุภัณฑ์* [Product and packaging]. Bangkok: Focus Media and Publishing Company Limited.
- Bunlam, S. et. al. (2013). กรรมวิธีมาตรฐานการผลิตไข่เค็มไชยา [Standard method for producing Chaiya salted eggs]. *รายงานวิจัยเสนอต่อสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)* [Research report submitted to the Thailand Research Fund (TRF)]. Bangkok: The Thailand Research Fund.
- Chaksompop, T. (2020). แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการผลิต “คราฟต์เบียร์” แบบภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี [Guideline for Developing and Promoting Production of Traditional Craft Beer Methods in Ko Kret Nonthaburi Province]. *The Degree of Master of Arts Program in Law and Economics*. Bangkok: Thammasat University.
- Creative Economy Agency (Public Organization). (2023). *ความเป็นมา* [Background]. Retrieved January 17, 2023, from <https://www.cea.or.th/th/about>.
- Jensantikul, N. (2014). การพัฒนาเมือง: จากความเป็นเมืองสู่เมืองสร้างสรรค์ [Urban Development: From Urbanization to Creative Cities]. *Journal of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University*, 33(5), 81 - 95.
- Kaewlai, P & Chanjamla, T. (2013). *เมืองสร้างสรรค์: แนวทางการพัฒนาเมืองจากสินทรัพย์สร้างสรรค์ท้องถิ่นไทย* [Creative city: Guidelines for city development from Thai local creative assets]. Bangkok: King Prajadhipok's Institute.
- Kanchanapa, P. (2010). *หลักการตลาด* [Marketing principles]. Bangkok: Faculty of Management Science, Silpakorn University.

- Kanchanaphan, A. (2001). *มิติชุมชน: วิธีคิดท้องถิ่นว่าด้วย สิทธิ อำนาจ และการจัดการทรัพยากร* [Community dimension: Local ways of thinking about rights, power, and resource management]. Bangkok: The Thailand Research Fund.
- Kongcharoenkiat, P. & Kongcharoenkiat, S. (1998). *บรรจุภัณฑ์อาหาร* [Food Packaging]. Bangkok: Yi Heng Printing Company Limited.
- Mitpakdee, P. (2013). *Creative Economy in Action*. Retrieved January 16, 2023, from <https://www.creativethailand.org/new/article/howto/28031/th#CreativeEconomyinAction>.
- Na Thalang, E. (2001). *ภาพรวมภูมิปัญญาไทย* [Overview of Thai wisdom]. Bangkok: Amarin Printing and Publishing Public Company Limited.
- Office of the National Education Commission. (2008). *แนวทางส่งเสริมภูมิปัญญาไทยในการจัดการศึกษา* [Guidelines for promoting Thai wisdom in organizing study]. Bangkok: Pim Dee.
- Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC). (2009). *เศรษฐกิจสร้างสรรค์* [The Creative Economy]. Bangkok: B.C. Press (Bunchin) Company Limited.
- Phongphit, S. (2004). *ร้อยคำที่ควรรู้* [A hundred words you should know]. Bangkok: Charoenwit Printing.
- Phongsakornrangsin, S. (2012). *หลักการตลาด* [Marketing Principles]. Bangkok: Top Publishing House.
- Rattanatham, R. (2019). *ชุมชนกับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ กรณีศึกษาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่านเจริญกรุง* [Community with Creative District Development: A Case Study of the Creative Economy Area in Charoenkrung District]. *An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Political Science (Public Administration and Public Affairs)*. Bangkok: Faculty of Political Science, Thammasat University.

- Rungruangphon, W. (2003). *หลักการตลาด* [Marketing Principles]. Bangkok: Thammasat University.
- Silpanon, D. (2024). *พระมาลัย ทำไมจึงถือพัด หรือตาลปัตร* [Why does Phra Malai hold a fan or a palm leaf fan?]. Retrieved April 15, 2024, from <https://www.finearts.go.th/thailandmuseum/view/24678>.
- Thanaphatrakul, P. (2023). *ไข่เก็บซ่อนความเชื่ออะไรของชาวจีนไว้* [What beliefs do the Chinese people keep hidden in the egg?]. Retrieved February 7, 2023, from https://mgronline.com/china/detail/96100_00113998.
- Thongchai, T. (2013). การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนตามแนวคิดการจัดการความรู้กับภูมิปัญญาท้องถิ่นสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา [The Development of the Instructional Model According to the Principle of the Knowledge Management on Local Wisdom for Secondary School Students]. *The Degree Doctor of Philosophy Program in Curriculum and Instruction*. Bangkok: Silpakorn University.
- Wat Phra Rup Museum. (2023). *สมุดภาพพระมาลัย* [Phra Malai picture book]. Retrieved February 7, 2023, from <https://watphrarup.com/>.
- Wat Wang Pikun Wararam. (2024). *ตำนานเรื่องพระมาลัย ท่องสวรรค์ - ท่องนรก... มาลัย เทวสูตร* [Legend of Phra Malai, traveling to heaven and hell...Malai Devasutta]. Retrieved April 15, 2024, from <https://www.facebook.com/watwangphikun/posts>.