

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม : การออกแบบเพื่อสื่อเอกลักษณ์พื้นถิ่นจากงานจิตรกรรมฝาผนังไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผลการวิจัย
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพจิตรกรรมฝาผนังไทยที่แสดงเอกลักษณ์ภาคเหนือและภาคกลาง ในการสื่อการเรียนรู้เรื่องราวทางวัฒนธรรมผ่านต้นแบบผลิตภัณฑ์สู่สาธารณชน
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ที่มีการเลียนแบบหรือนำเรื่องราวของภาพจิตรกรรมฝาผนังมาใช้เขียนประกอบบนผลิตภัณฑ์
3. เพื่อสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมให้มีความร่วมสมัย เกิดการเรียนรู้ต่อสาธารณชน

สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม : การออกแบบเพื่อสื่อเอกลักษณ์พื้นถิ่นจากงานจิตรกรรมฝาผนังไทย สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ภาพจิตรกรรมฝาผนังไทยที่แสดงเอกลักษณ์ภาคเหนือและภาคกลางเพื่อการสื่อการเรียนรู้เรื่องราวทางวัฒนธรรมผ่านต้นแบบผลิตภัณฑ์สู่สาธารณชน พบว่าจิตรกรรมฝาผนังไทยที่แสดงเอกลักษณ์ภาคเหนือที่น่าสนใจที่สุดคือจิตรกรรมที่เขียนขึ้นในช่วงพุทธศตวรรษที่ 25 เนื่องจากลักษณะรูปแบบมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความสมบูรณ์และผลงานยังเหลืออยู่มากกว่ายุคก่อนๆ ดังปรากฏในจิตรกรรมฝาผนังวิหารลายคำ วัดพระสิงห์ วิหารวัดบวรศรีทวารวดี จังหวัดเชียงใหม่ วิหารวัดภูมินทร์ และวิหารวัดหนองบัว จังหวัดน่าน (สรุปผล คำพิบูล. 2542 : 130) ส่วนรูปแบบที่นำมา

เป็นแบบอย่างของการเขียนต้นแบบผลิตภัณฑ์คือจิตรกรรมวัดภูมินทร์ ด้วยความชัดเจนจากรูปแบบของภาพจิตรกรรมฝาผนังที่แสดงให้เห็นเอกลักษณ์ล้านนาได้อย่างชัดเจน อันประกอบไปด้วยการแต่งกาย ลวดลายผ้าพุ่ง การประดับมวยผม สิ่งของเครื่องใช้ และอาคารบ้านเรือน ซึ่งสามารถบ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นถิ่นได้ดี โดยเฉพาะการแต่งกายชายหญิงล้านนาและอิริยาบถที่แสดงออกของความเป็นวิถีชีวิตสามารถแสดงอารมณ์สุนทรีย์ได้อย่างยอดเยี่ยม และภาพที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นภาพที่งามและเด่นที่สุดของวัดภูมินทร์ คือภาพปู้มาน ย่ามาน (เป็นคำเรียกผู้ชายและผู้หญิงชาวไทลื้อในสมัยโบราณ) ซึ่งเป็นการเขียนถ่ายทอดเรื่องราววิถีชีวิตของคนเมืองในสมัยนั้น โดยผู้หญิงแต่งกายตามลักษณะชาวไทลื้อ ผู้ชายสักลายที่ขา ลักษณะภาพจิตรกรรมโดยรวมเขียนด้วยสีฝุ่นมีการใช้สีแดง สีฟ้า สีดำ สีนํ้าตาลเข้มระบายตามส่วนต่างๆรวมทั้งทิวทัศน์ เสื้อผ้า สถาปัตยกรรม ฯลฯ

ภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดภูมินทร์จัดเป็นรูปแบบสกุลช่างล้านนาหรือสกุลช่างภาคเหนือ โดยเฉพาะ คือมีลักษณะเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัวและมีความชัดเจนจากการดำเนินเรื่องสังคัมวัฒนธรรมไทยล้านนาทั้งการดำเนินชีวิต ค่านิยม คติความเชื่อเรื่องโชคลางต่างๆ ดังนั้นภาพจิตรกรรมจึงแสดงออกให้เห็นถึงกิจกรรมอันเป็นเงื่อนไขที่เกิดจากสังคัมวัฒนธรรมล้านนาโดยตรง โดยเฉพาะลักษณะของเครื่องแต่งกาย รอยสัก วิถีชีวิต และสภาพสังคมในยุคสมัยนั้น ในขณะเดียวกันสิ่งที่น่าสนใจที่แสดงความงามได้โดดเด่นคือ ภาพคนสูบยาบวณ ผู้หญิงนุ่งผ้าซิ่นยาว เปลือยอกทำกิจวัตรประจำวันของตนเอง เช่น การทอผ้า ไปตลาด การเกี่ยวพาราสักกับหนุ่มคนเมือง ฯลฯ

(สน สีมাত্রัง, 2522 : 42) ซึ่งพบว่าลักษณะดังกล่าวเป็นลักษณะที่มักพบเห็นอยู่เสมอในภาพจิตรกรรมล้านนาที่มีการเขียนสอดแทรกภาพวิถีชีวิตชาวบ้าน จากความชัดเจนของเรื่องราวบุคลิกลักษณะของภาพวิถีชีวิต สังคม สภาพแวดล้อมที่เป็นองค์ประกอบร่วมกัน สามารถใช้เป็นสื่อในการเรียนรู้เรื่องราวทางวัฒนธรรมได้ดี เนื่องจากเป็นภาพที่สามารถเข้าใจได้ง่ายทั้งจากเรื่องราวรูปแบบที่อ่อนโล่งของลีลา กริยาท่าทางของบุคคลในภาพ ที่สามารถสื่อสารด้านอารมณ์กับผู้ดูได้เป็นอย่างดีจากลักษณะเด่นของภาพจิตรกรรมที่แสดงเอกลักษณ์ภาคเหนือ ที่มีการเขียนรูปแบบการเขียนบุคลิก หน้าตา ใบหน้ากลมแป้น คิ้วดำหนา ตาเรียวยาว ปากกระบายสีแดง เน้นเส้นร่องแก้มระหว่างปากและจมูก การแต่งกาย ผู้หญิงนุ่งผ้าซิ่นลายน้ำไหลเกล้ามวยผมมีดอกไม้ประดับ แสดงอากัปกิริยาการดำรงชีวิตแบบล้านนา เช่น ทอผ้า หาบน้ำ ฯลฯ ส่วนผู้ชายนุ่งผ้าเตี่ยวสักลายที่โคนขา สูบยาบวณ ผสมทรงหลักแจวหรือทรงมหาดไทย อาจมีดอกไม้เสียบที่ดั้งหูด้วย (ลานหุ)

ดังนั้นภาพจิตรกรรมฝาผนังจึงสามารถที่จะใช้เป็นสื่อในการเรียนรู้ (Perception overloading) ให้เกิดขึ้นในผู้ดูได้เนื่องจากการเรียนรู้จะเกิดขึ้นในเวลาใดเวลาหนึ่งที่ผู้บริโภคสามารถที่จะรับเอาตัวกระตุ้นใดๆ เข้ามาสู่ระดับที่รู้เพียงบางส่วนโดยบุคคลไม่สามารถที่ตอบสนองต่อทุกสิ่งทุกอย่างได้หมดในเวลาเดียวกัน ซึ่งความไวในการเลือกที่จะรับรู้จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีการรับรู้ต่อ

ตัวกระตุ้นหลายอย่างโดยรวดเร็วและถูกต้อง ซึ่งบุคคลจะทำการเลือกที่จะรับรู้ตัวกระตุ้นเฉพาะที่เข้ามาสู่ผู้บริโภคโดยรวดเร็วและที่ตรงกับค่านิยมของผู้บริโภคเท่านั้น

ส่วนจิตรกรรมฝาผนังไทยที่แสดงเอกลักษณ์ภาคกลางจะต้องมีลักษณะเด่นและแสดงเอกลักษณ์ภาคกลางจากลักษณะการเขียนใบหน้ารูปไข่ เขียนเส้นคิ้ว ตา จมูก ปาก เล็กประณีตตามแบบแผนประเพณี การแต่งกายชาวบ้านนุ่งผ้าลายดอกหรือสีพื้น ทรงผมทรงมหาดไทย ผู้หญิงทรงดอกกระพุ่ม เปลือยกายมีสไบพาดเฉียง ฯลฯ ซึ่งลักษณะดังกล่าวสามารถแสดงพบเห็นได้ในจิตรกรรมที่เขียนในช่วงสมัยต้นรัตนโกสินทร์และที่น่าสนใจที่สุดคือจิตรกรรมวัดสุวรรณาราม กรุงเทพฯ โดยสามารถเป็นต้นแบบของลักษณะจิตรกรรมยุคต้นรัตนโกสินทร์ คือนิยมใช้สีคล้ำเป็นพื้นหลังส่วนตัวภาพเป็นสีนวลทำให้ภาพเด่นชัดขึ้น สีที่ใช้ในการเขียนภาพเป็นสีฝุ่นที่ได้จากธรรมชาติ เช่น ดินสีเหลือง ดินสีแดง สีจากเขม่าก้นหม้อ ฯลฯ การแสดงออกทางอารมณ์ของเรื่องราวในภาพ นอกจากจะแสดงด้วยสีสันต่างๆ ประกอบกันแล้ว ยังสามารถแสดงออกด้วยท่าทางขององค์ประกอบในภาพ เช่น คน สัตว์ หรือลักษณะการวางองค์ประกอบของกลุ่มภาพต่างๆ ได้แก่ กองทัพช้าง กองทัพม้า หรือลักษณะท่าทางของเหล่านางฟ้า เทวดา นางรำต่างๆ ซึ่งลักษณะการแสดงท่าทางของคนหรือสัตว์เหล่านี้จะช่วยให้ผู้ดูเกิดความรู้สึกสุนทรียะไปกับเรื่องราวของภาพได้ เกิดจินตนาการร่วมกับภาพ ทำให้รู้สึกเพลิดเพลินไปกับเรื่องราวที่แสดงออกด้านวิถีชีวิตของคนในอดีต การจัดวางเรื่องราวต่าง ๆ และการจัดภาพเป็นแบบประเพณีนิยมในสมัยรัชกาลที่ 1-3 คือ ด้านหน้าของพระประธานนิยมเขียนมารผจญ ด้านหลังนิยมเขียนไตรภูมิ ส่วนภาพด้านข้างเขียนเรื่องทศชาติ หรือพุทธประวัติ เป็นต้น นอกจากนี้ภาพดังกล่าวยังได้สะท้อนเรื่องราวการใช้ชีวิตของผู้คนความเป็นอยู่ที่เกิดขึ้นทั้งในวังและนอกวังในสมัยรัชกาลที่ 3 จากสภาพอาคารบ้านเรือน การละเล่น การแต่งกาย และการแสดงกริยาท่าทางในสถานที่ต่างๆ ฯลฯ การดำเนินเรื่องทำให้เรื่องราวของภาพมีความผ่อนคลาย สนุกสนานกับการละเล่นพื้นบ้าน การประกอบอาชีพ การดำเนินชีวิตประจำวัน และยังแสดงให้เห็นถึงสภาพอาคารบ้านเรือนที่เป็นบ้านไม้หลังคาทรงจั่วมีใต้ถุนสูงที่สามารถทำกิจกรรมต่างๆภายใต้ถุนบ้านเรือนได้ ในขณะที่เดียวกันภาพดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมที่แตกต่างกันของผู้คนที่อยู่ในวังและนอกวังได้ชัดเจน โดยกลุ่มคนที่อยู่ในวังจะแต่งกายด้วยการสวมเสื้อผ้าสวยงาม ผู้ชายนุ่งโจงกระเบนมีลายสวมเลื้อยราชปะแตน ผู้หญิงนุ่งผ้ามีลายดอกห่มสไบสีสันสดใส แสดงสีตัวบุคคลด้วยสีขาวนวล ส่วนผู้คนที่อยู่นอกวังมักนุ่งผ้าสีพื้น และท่อนบนไม่สวมใส่เสื้อผ้า ลักษณะดังกล่าวสามารถนำมาเป็นแบบอย่างในการเขียนสื่อสารบนต้นแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดการเรียนรู้กับผู้ชมได้

2. การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ที่มีการเลียนแบบหรือนำเรื่องราวของภาพจิตรกรรม ฝาผนังมาใช้เขียนประกอบบนผลิตภัณฑ์

ในขั้นตอนการออกแบบดังกล่าวเริ่มจากการสำรวจรูปแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่มีในท้องตลาดทั้งในภาคเหนือและภาคกลาง แล้วสัมภาษณ์ผู้บริโภคทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการซื้อเรื่องราวจิตรกรรมฝาผนังไทย โดยพบว่าต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถพบเห็นได้ง่ายในบ้านเรือน ผู้วิจัยจึงเลือกโคมไฟ เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ที่สื่อเอกลักษณ์ของแต่ละภาค เนื่องจากสามารถพบเห็นได้ทั่วไปในทุกพื้นที่ โดยการสำรวจรูปแบบโคมไฟประเภทต่างๆ วัสดุที่ใช้ในการผลิต สี สัน การทำหน้าที่ในการใช้สอย นำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบ ได้ผลสรุปดังนี้

2.1 ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และตลาด

ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างชุดที่ 1 เพื่อสัมภาษณ์นักออกแบบคือ คุณสุทธินา หนูชูแก้ว เป็นนักออกแบบผลิตภัณฑ์จากร้าน “ร้อยหนึ่งพันเก้า” เกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความร่วมสมัย ได้ผลสรุปคือ ผลิตภัณฑ์ต้องสามารถใช้สอยได้จริง เห็นได้ชัดเจน

2.1.1 แบบสัมภาษณ์บุคคลทั่วไป จำนวน 40 คน เกี่ยวกับความต้องการด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ในการทำหน้าที่เป็นสื่อการรับรู้เรื่องราววัฒนธรรมจากภาพจิตรกรรมไทย ได้ผลสรุปคือ ควรนำภาพจิตรกรรมฝาผนังมาสร้างสรรค์ในลักษณะจำลองให้เหมือนจริงเป็นภาพชาวบ้านสื่อได้ง่าย

2.1.2 สันทนากลุ่มกับศิลปินด้านจิตรกรรมไทยเกี่ยวกับลักษณะภาพที่แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของภาคเหนือ และภาคกลาง ได้ผลสรุปคือ จิตรกรรมวัดภูมินทร์แสดงเอกลักษณ์ล้านนาได้ชัดเจนจากการแต่งกายและการดำเนินชีวิต ส่วนจิตรกรรมวัดสุวรรณาaramแสดงเอกลักษณ์ภาคกลางได้ดีจากการแต่งกายและวิถีชีวิตเช่นกัน

2.1.3 สังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ใช้สังเกตพฤติกรรมบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับการบริโภคผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมจากต้นแบบผลิตภัณฑ์ได้ผลสรุปคือ ผู้บริโภคให้ความสนใจผลิตภัณฑ์จากภาพจิตรกรรมไทยประกอบบนผลิตภัณฑ์

2.2. วัสดุในการผลิต

ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ชุดที่ 2 เพื่อใช้เลือกวัสดุอื่นๆที่เหมาะสม ในการนำมาออกแบบโคมไฟ โดยใช้สัมภาษณ์ผู้บริโภคทั่วไป จำนวน 40 คน ที่ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์โคมไฟในศูนย์ขายสินค้าตกแต่งบ้าน โฮมโปร บริเวณฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต ด้วยหัวข้อสัมภาษณ์ คือ วัสดุประเภทไม้ ผ้า พลาสติก โลหะ ผลจากแบบสัมภาษณ์ ผู้บริโภคทั่วไป จำนวน 40 คน ส่วนใหญ่เลือกวัสดุไม้และผ้าในการนำมาออกแบบโคมไฟร่วมกัน และควรมีตลาดย่อยประกอบ มีช่องแสงส่องสว่างได้ชัดเจน จึงได้นำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบร่าง 10 รูปแบบต่อไป

ในการออกแบบโคมไฟ จำนวน 10 ชุด ผู้วิจัยได้ออกแบบตามกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์จากทฤษฎีด้านการออกแบบในหลายประเด็น เพื่อให้ได้รูปทรงใหม่โดยให้เกิดการรับรู้จากผู้บริโภคในด้านความแตกต่างจากที่มีขายอยู่ในท้องตลาดทั่วไป การรู้จักค่าของความงามด้วยรูปร่างรูปทรงของวัตถุต่างๆ (ชะลูด นิ่มเสมอ. 2531 : 139) และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่างๆ มาใช้ร่วมกันกับทฤษฎีต่างๆ ตามหัวข้อดังนี้

การพิจารณาด้านความสวยงามของรูปแบบ ผู้วิจัยได้ออกแบบจากการผสมผสานของวัสดุต่างๆ คือ วัสดุประเภทไม้ และผ้า เนื่องจากวัสดุแต่ละประเภทเมื่อนำมาออกแบบเป็นโคมไฟแล้วจะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันคือมีส่วนที่บ่งแสงและเพิ่มแสงให้นุ่มนวล

ด้านความสัมพันธ์ของวัสดุ ผู้วิจัยได้ออกแบบจากวัสดุเดิมที่มีอยู่แล้วเพื่อให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ (สวเรศ เกศสุวรรณ. 2543 : 1) คือ วัสดุไม้เพื่อให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์พื้นถิ่น โดยหากใช้เฉพาะวัสดุไม้เพียงอย่างเดียวจะไม่สามารถสร้างความแตกต่างจากโคมไฟที่มีอยู่เดิมได้ ในประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคด้วยที่ต้องการให้มีผ้าประกอบในตัวโคมไฟด้วย ดังนั้นในการออกแบบโคมไฟวัฒนธรรมจึงมีทั้งผ้าทอและไม้เป็นโครงสร้างประกอบร่วมกัน

ด้านความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ ผู้วิจัยได้คำนึงถึงรูปแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ล้านนา และเอกลักษณ์ภาคกลางจาก บุคลิกลักษณะของตัวบุคคล เส้น รูปทรง สี ความสมดุล พื้นผิว ซึ่งทั้งหมดเมื่อนำมาออกแบบร่วมกันต้องสามารถแสดงความเป็นเอกลักษณ์ได้

การสื่อความหมาย ผู้วิจัยได้ออกแบบตามความต้องการของผู้บริโภคโดยจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคจำนวน 40 คน มีผู้ให้ความเห็นว่าภาพจิตรกรรมฝาผนังในแต่ละแห่งสามารถสื่อเอกลักษณ์พื้นถิ่นได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้ภาพจิตรกรรมฝาผนังมาใช้ในการออกแบบด้วย

ความเป็นไปได้ในการผลิต ผู้วิจัยพิจารณาจากโครงสร้างของไม้เป็นหลัก ซึ่งเมื่อนำมาประกอบกันเป็นรูปทรงร่วมกับผ้า ต้องสามารถยึดติดกันได้ง่ายและต้องมีความแข็งแรงไม่แตกหักหรือชำรุดง่าย เป็นต้น

2.3. ขั้นตอนการออกแบบโคมไฟ

จากประเด็นดังกล่าวเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ผู้วิจัยนำมาพิจารณาในการออกแบบโคมไฟจำนวน 10 ชุด โดยแต่ละแบบให้ความรู้สึกที่เป็นเอกลักษณ์จากรูปทรง ลวดลาย วัสดุ ของโคมไฟ ซึ่งรูปแบบโคมไฟดังกล่าวจะถูกนำมาใช้เป็นโครงสร้างในการถ่ายทอดเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมภาคกลางและล้านนาโดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเมื่อนำไปทดสอบความพึงพอใจผู้บริโภคเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์จะใช้รูปแบบเดียวกันทั้ง 2 ภาค และจะยังไม่แสดงภาพจิตรกรรมไทยประกอบเพื่อให้ผู้บริโภคเห็นเพียงรูปแบบที่จะนำไปเป็นสื่อในการถ่ายทอดเรื่องราวเท่านั้น ในขณะที่เดียวกันจะแสดงความแตกต่างกันด้วยภาพจิตรกรรมไทยของแต่ละพื้นที่ในกระบวนการเขียนแบบขึ้นผลิตและการเขียนสีเหมือนจริงในขั้นที่ผ่านการคัดเลือกแล้วเท่านั้น

ขั้นตอนที่ 1 เป็นกระบวนการออกแบบร่างโคมไฟ 10 ชุด ในแต่ละชุดมี 3 ตัว ประกอบด้วย โคมไฟเพดาน โคมไฟติดผนัง และโคมไฟตั้งพื้น

ขั้นตอนที่ 2 ทดสอบความพึงพอใจจากรูปแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟเพื่อคัดเลือกให้เหลือ 1 ชุด

ขั้นตอนที่ 3 นำภาพที่ถูกคัดเลือกมาแสดงเป็นภาพ 3 มิติเขียนสี และเขียนภาพจิตรกรรมไทยประกอบ (ในกระบวนการนี้เมื่อทดสอบผู้บริโภคมักทำเหมือนกันทั้งภาคเหนือและภาคกลาง)

ขั้นตอนที่ 4 เขียนแบบรายละเอียด

ขั้นตอนที่ 5 ผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมภาคกลาง ภาคเหนือ ตามลำดับ

3.การผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมให้มีความร่วมสมัย เกิดการเรียนรู้ต่อสาธารณชน ผู้วิจัยได้นำรูปแบบโคมไฟที่ได้เขียนแบบรายละเอียด มาผลิตเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมภาคกลางและภาคเหนือ ภาคละ 1 ชุด 3 รูปแบบ (ใน 1 ประเภทประกอบด้วยโคมไฟเพดาน โคมไฟติดผนังและโคมไฟตั้งพื้น) รวมทั้งสิ้น 6 รูปแบบ ในการพิจารณาส่วนของโครงสร้างโคมไฟ ได้ใช้ผลจากการสัมภาษณ์คือ มีโครงสร้างเป็นไม้และผ้าร่วมกัน ส่วนการเขียนภาพประกอบที่เป็นภาพจิตรกรรมไทยได้เขียนลายผ้าทั้งภาคเหนือและภาคกลางประกอบด้วย และใช้หลักการจัดวางตามหลักการจัดองค์ประกอบของภาพเพื่อให้เกิดความสวยงามถือเป็นการออกแบบตามหลักการสัมผัส 5 ประการ (สุวิทย์ วงศ์จิราวาณิช, 2548 : 6) เพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้สนใจในผลิตภัณฑ์

อภิปรายผล

1. การศึกษาภาพจิตรกรรมฝาผนังไทยที่แสดงเอกลักษณ์ภาคเหนือและภาคกลาง ในการสื่อการเรียนรู้เรื่องราวทางวัฒนธรรมผ่านต้นแบบผลิตภัณฑ์สู่สาธารณชน ผลการวิจัยพบว่า ภาพจิตรกรรมฝาผนังที่สามารถสื่อการเรียนรู้เรื่องราวทางวัฒนธรรมต้องมีความชัดเจนจากการดำเนินเรื่อง สังคมวัฒนธรรมไทยทั้งภาคกลางและภาคเหนือ (ล้านนา) ที่แสดงออกจากการดำเนินชีวิต ค่านิยม สังคมสิ่งแวดล้อมของยุคนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสมชาติ มณีโชติ (2529 : 1) ที่กล่าวว่าภาพที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี สังคมและสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นวัฒนธรรมอันดีงามของชาติ ที่มีคุณค่าทางศิลปะและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวกับ ศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมการแต่งกายตลอดจนการเล่นพื้นเมืองต่าง ๆ ของแต่ละยุคสมัย แสดงให้เห็นคุณค่าของงานวัฒนธรรมที่นำมาเป็นสื่อในการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละยุคสมัย ซึ่งลักษณะดังกล่าวยังสอดคล้องกับทฤษฎีจิตรกรรมไทยของ จุลพรรณ พายมรณนธ์ (2524 : 14) ที่กล่าวว่า ภาพจิตรกรรมไทยโดยทั่วไปมักแสดงเรื่องราวบางฉากหรือบาง

ตอนของเนื้อหานี้ด้วยภาพที่แสดงข้อปฏิบัติที่ดีงามในสังคมไทยให้ปรากฏอยู่เสมอเพื่อเป็นสิ่งเตือนใจหรือเป็นข้อปฏิบัติที่คนในสังคมไทยควรยึดถือเป็นแบบอย่างหลายๆด้าน

ดังนั้นในประเด็นดังกล่าว จึงเป็นการแสดงให้เห็นการนำเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น มาเป็นสื่อในการเรียนรู้ด้วยการสื่อสารผ่านชิ้นงานผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะแบบร่วมสมัยเพื่อให้เกิดการโน้มน้าวจากเรื่องราวจิตรกรรมไทยและงานผลิตภัณฑ์ร่วมกัน ลักษณะดังกล่าวยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรพินท์ พานทอง และคณะ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2548 : 150) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ความเป็นไทยในการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ ทำให้ผลงานที่ออกแบบมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและแข่งขันในตลาดสากลได้ และลักษณะความเป็นไทยที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ ได้แก่ “การใช้สมดุลแบบสมมาตร” เพื่อให้การสื่อสารกับผู้บริโภคทั่วไปได้ง่าย “การจัดลำดับความสำคัญขององค์ประกอบต่างๆ” เพื่อสร้างความเข้าใจมากขึ้น “การใช้ขนาดและสัดส่วนที่เหมาะสมกับมนุษย์ ความเป็นระเบียบ ประณีต และวิจิตร ความเป็นศิลปะประดับหรือศิลปะตกแต่งให้มีความสำคัญกับฝีมือของช่าง ระดับความประณีตนี้ขึ้นอยู่กับความศรัทธาของช่าง และหน้าที่ใช้สอยของผลงานนั้น” เพื่อให้เกิดการใช้สอยที่สะดวกสบายและเกิดคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ “การใช้สีหลายสีด้วยกัน” โดยเฉพาะสีตรงข้ามสื่อให้เห็นถึงวิถีชีวิตไทยที่มีผลต่อความสามารถในการใช้สีของช่าง ซึ่งคนไทยอยู่กับธรรมชาติที่มีสีส้มมากมายเพราะอยู่ในเขตร้อน “ความเป็นประเพณีนิยม” มีการยึดมั่นในประเพณีนิยม รูปลักษณ์ และลวดลายที่เป็นประเพณีนิยม ไม่นิยมเปลี่ยนแปลง การนำเอารูปลักษณ์ และลวดลายที่เป็นประเพณีมาใช้จึงแสดงความเป็นไทยได้ชัดเจนที่สุด ผู้วิจัยจึงนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมประเภทไลฟ์สไตล์ที่ต้องการสร้างความเป็นเอกลักษณ์จากงานจิตรกรรมฝาผนังไทยให้เกิดการรับรู้ในเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นภาคเหนือและภาคกลางจากรูปแบบวิถีชีวิตที่ตัวละครในภาพแสดงออกสู่สาธารณชนทั่วไป

ดังนั้น การนำความเป็นไทย จากเอกลักษณ์ไทย ความอิสระ ความเรียบง่าย ความสุภาพ ความเคารพนบถ ความเคารพพระบวรอาวุโส และการแสดงออกด้วยภาพในงานจิตรกรรมฝาผนัง ทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆสามารถแสดงความเป็นไทย และเกิดเอกลักษณ์ของความเป็นล้านนาและเอกลักษณ์ภาคกลางที่สามารถสื่อการเรียนรู้ได้ จากผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมหรือสินค้าวัฒนธรรมซึ่งหมายถึง สินค้าและบริการที่มีวัฒนธรรมฝังตัวเป็นส่วนหนึ่งในสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยสินค้าวัฒนธรรมจะเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของคน ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงได้ใช้ตัวผลิตภัณฑ์กับเรื่องราวมาเป็นที่โน้มน้าวอารมณ์ของคนให้เกิดการจดจำ เรียนรู้ จากผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมนั้นๆซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (2546 : 28) ที่กล่าวว่า เมื่อ

วัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของคนแล้วจะแสดงความเป็นวัฒนธรรมของแต่ละแห่งให้เป็นที่เข้าใจต่อบุคคลภายนอก โดยอาจเชื่อมโยงถึงการนำมาเป็นทุนทางวัฒนธรรมได้ด้วย

2. การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ที่มีการเลียนแบบหรือนำเรื่องราวของภาพจิตรกรรม ฝาผนังมาใช้เขียนประกอบบนผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ต้องสามารถใช้สอยได้จริง เห็นได้ชัดเจน รวมถึงการทำหน้าที่เป็นสื่อการรับรู้เรื่องราววัฒนธรรมจากภาพจิตรกรรมไทย ควรมีการนำภาพจิตรกรรมฝาผนังมาสร้างสรรค์ในลักษณะจำลองให้เหมือนจริงเป็นภาพวิถีชาวบ้านที่สื่อได้ง่ายด้วยภาพจิตรกรรมไทยที่แสดงเอกลักษณ์เฉพาะของภาคเหนือ และภาคกลาง จากการแต่งกายและการดำเนินชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปานฉัตร อินทร์คง (2546 :113) ที่ได้ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการสร้างงานผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์แนวจิตรกรรมไทยโดยได้ศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมประเภทผลิตภัณฑ์แนวจิตรกรรมไทย เพื่อค้นหาแนวทางการสร้างงานผลิตภัณฑ์แนวจิตรกรรมไทยให้เหมาะสมกับหลักปฏิบัติของสังคมวัฒนธรรมไทยในผู้ประกอบการธุรกิจประเภทผลิตภัณฑ์แนวจิตรกรรมไทย พบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมประเภทผลิตภัณฑ์แนวจิตรกรรมไทย คือ ปัญหาที่เกิดจากการกำหนดบทบาทการทำงานของแต่ละฝ่าย โดยผู้ประกอบการต้องสามารถออกแบบองค์กรให้เหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ ปัญหาที่เกิดจากการผลิต คือปัญหาที่เกี่ยวกับการขาดแคลนบุคลากรด้านการผลิตเนื่องจากการผลิตผลิตภัณฑ์แนวจิตรกรรมไทยผู้ผลิตต้องมีทักษะและใจรักเป็นสำคัญ และนักออกแบบซึ่งเป็นผู้ที่ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ ต้องมีการศึกษาเรื่องราวที่จะเขียนในผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนก่อนเขียนเสมอ เพื่อจะได้เขียนเรื่องราวให้เหมาะสมกับสังคมวัฒนธรรมไทยสู่ผู้บริโภคต่อไป

ส่วนแนวทางการสร้างงานผลิตภัณฑ์แนวจิตรกรรมไทย ให้เหมาะสมกับขนบธรรมเนียมไทย ควรเริ่มจากการถ่ายทอดเรื่องราวขนบธรรมเนียมไทยให้เป็นภาพเขียนจิตรกรรมไทยตามแบบแผนภาคกลางเพื่อสื่อสารกับช่างเขียนลายและนักออกแบบให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น และมีการวิเคราะห์เรื่องราวภาพจิตรกรรมไทยเพื่อเขียนบนผลิตภัณฑ์ตามกลุ่มโครงเรื่องจิตรกรรมไทย คือกลุ่มเรื่องพุทธศาสนา เรื่องประเพณีไทย เรื่องเกี่ยวกับวิชาการ เรื่องเกี่ยวกับวรรณคดี เรื่องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ เพื่อจะได้นำไปใช้ได้ง่ายขึ้น ในขณะเดียวกันตัวผลิตภัณฑ์ควรมีการแสดงเรื่องราวจากภาพจิตรกรรมไทยประกอบด้วยเพื่อให้เกิดการโน้มน้าวอารมณ์ผู้บริโภค สอดคล้องกับแนวคิดของ พงษ์พร ไตรรัตน์ สิงห์กุล (2549 : 2) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการถ่ายทอดหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องจักสานบ้านหนองป่าตอง จังหวัดฉะเชิงเทรา : การวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับ พื้นฐานการกำเนิด การดำรงอยู่และการถ่ายทอดหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องจักสาน ทำให้ได้ทราบถึงนำความรู้ ประสบการณ์ ด้านการจักสานคิดค้นมาด้วย และมีการประยุกต์ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในธรรมชาติมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำรงชีวิต ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นการสร้างกระบวนการ

การถ่ายทอดงานภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนจากประสบการณ์ ทำให้เกิดการสืบสานต่อไป และจิตรกรรมฝาผนังจัดเป็นมรดกทางภูมิปัญญาที่มีคุณค่าที่ควรสืบทอด ซึ่งเมื่อนำมาเพิ่มคุณค่าร่วมกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆที่สามารถพบเห็นได้ง่ายในชีวิตประจำวันและสอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอยในสภาพสังคมวัฒนธรรมปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคสามารถเห็นเรื่องราวจากวิถีชีวิตนั้นๆจากประสบการณ์ตรงจึงทำให้เกิดการสืบทอดงานภูมิปัญญาที่สามารถสร้างความเข้าใจ นำมาสู่การรับรู้ในเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับสังคมวัฒนธรรมนั้นๆได้ง่ายขึ้นจากตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอเรื่องราวนั้นด้วย นอกจากนี้วัสดุที่ใช้ในการผลิตโคมไฟก็เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเข้าใจงานผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมเนื่องจากต้องเป็นวัสดุที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นถิ่นได้ด้วย สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบของ สวเรศ เกตุสุวรรณ (2543 : 150) ที่กล่าวว่าวัสดุใหม่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในสร้างสรรค์นวัตกรรมงานออกแบบให้เกิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและสอดคล้องกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน รวมทั้งรูปแบบพื้นฐานประเภทเรขาคณิตซึ่งเป็นรูปแบบที่เป็นที่นิยมในการนำมาใช้ในการออกแบบที่มีสไตล์ของความร่วมสมัยได้ดี เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย ในขณะที่เดียวกันการใช้ศาสตร์และศิลป์ในการออกแบบในสัดส่วนที่เท่ากันทำให้เกิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความร่วมสมัย และน่าสนใจยิ่งขึ้น โดยทั่วไปผู้ผลิตหรือนักออกแบบ จึงมักจะเริ่มศึกษาคุณสมบัติของวัสดุโดยดูจากท้องตลาดที่มีอยู่แล้วนำมาประยุกต์ให้เกิดรูปแบบของสินค้าแบบใหม่ ซึ่งสินค้าที่ออกมาด้วยวิธีนี้ก็มีความเป็นเอกลักษณ์ได้ดี ดังนั้นวัสดุที่เหมาะสมในการนำมาผลิตโคมไฟที่แสดงเอกลักษณ์ได้จึงเป็นวัสดุที่มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น และจากการสำรวจโคมไฟที่แสดงเอกลักษณ์พื้นถิ่นที่พบเห็นทั่วไปส่วนใหญ่เป็นไม้ ดังนั้นจึงได้นำไม้เป็นโครงสร้างหลัก และนำวัสดุอื่นๆมาเป็นส่วนประกอบรวมเพื่อให้เกิดความร่วมสมัย

ในการออกแบบโคมไฟนี้จึงมีการออกแบบด้วยวัสดุที่ผสมผสานทั้งจากไม้ เหล็ก ฝ้าย ร่วมกันโดยให้มีพื้นที่ในการเขียนเรื่องราวภาพจิตรกรรมไทยจากจิตรกรรมฝาผนังประกอบ มีช่องแสงส่องสว่างได้ชัดเจน และพิจารณาด้านความสัมพันธ์ของวัสดุ ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ การสื่อความหมาย และความเป็นไปได้ในการผลิตด้วย จากประเด็นดังกล่าวเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ผู้วิจัยนำมาพิจารณาในการออกแบบโคมไฟ จำนวน 10 ชุด โดยแต่ละแบบให้ความรู้สึกที่เป็นเอกลักษณ์จากรูปทรง ลวดลาย วัสดุ ของโคมไฟ ซึ่งรูปแบบโคมไฟดังกล่าวจะถูกนำมาใช้เป็นโครงสร้างในการถ่ายทอดเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมภาคกลางและล้านนา ในการทดสอบความพึงพอใจผู้บริโภคเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ให้เหลือ 1 ชุด จะใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันทั้ง 2 ภาค เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นรูปแบบที่ชัดเจนในการนำไปเป็นสื่อในการถ่ายทอดเรื่องราว ในขณะเดียวกันจะแสดงความแตกต่างกันด้วยภาพจิตรกรรมไทยของแต่ละพื้นที่ในกระบวนการเขียนแบบเพื่อการผลิตและภาพเขียนสีเหมือนจริงในรูปแบบที่ผ่านการคัดเลือกแล้ว

ดังนั้นในการสื่อสารผลงานออกแบบกับผู้บริโภคจึงต้องใช้ ความสวยงาม เป็นสำคัญ เนื่องจากเป็นสิ่งที่แรกดึงดูดใจผู้บริโภคได้ ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีสุนทรียศาสตร์มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมโคมไฟ เพื่อให้เข้าใจหลักการของการสร้างคุณค่า และความงาม ในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ของนิคม มุสิกคามะ (2547 : 107) ที่นิยามไว้ว่า ทฤษฎีแห่งความงาม คือ การปลูกฝังให้คนมีความคิดเกี่ยวกับความงามที่มนุษย์ทุกเผ่าพันธุ์ ต้องการแสวงหาและใช้เป็นเครื่องมือในการยกฐานะและรสนิยมให้เกิดความสุกกายสบายใจ และยังกล่าวเพิ่มเติมว่า แม้ความงามจะขึ้นอยู่กับจิตแต่ก็ไม่ได้ขึ้นอยู่กับทางเลือกตามใจชอบเพียงอย่างเดียว ต้องขึ้นอยู่กับคุณค่าที่มีอยู่ในวัตถุนั้นๆ ด้วย ดังนั้นรูปแบบของโคมไฟจึงต้องมีความงามที่ควบคู่กับคุณค่าด้วย เช่น ความประณีตจากการผลิต วัสดุที่นำมาประกอบเป็นโครงสร้าง เป็นต้น จึงจะสามารถเข้าสู่ตลาดผู้บริโภคได้

3. ด้านการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมให้มีความร่วมสมัย เกิดการเรียนรู้ต่อสาธารณชน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้บริโภคทั่วไป ส่วนใหญ่มีความชอบและเลือกรูปแบบโคมไฟที่มีการผสมผสานวัสดุที่ทำจากไม้ ผ้า และโลหะ ผู้วิจัยจึงนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบร่างจำนวน 10 รูปแบบ ซึ่งในการออกแบบได้พิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ คือ ด้านความสวยงามของรูปแบบ ด้านความสัมพันธ์ของวัสดุ ด้านความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ ด้านความเป็นไปได้ในการผลิต และนำไปทดสอบผู้บริโภค เพื่อคัดเลือกให้เหลือเพียง 1 รูปแบบ พบว่า แบบร่างโคมไฟ ชุดที่ 2 ได้รับเลือกอันดับ 1 จึงได้นำมาเขียนภาพจิตรกรรมไทยประกอบโคมไฟตามแบบอย่างของภาพจิตรกรรมฝาผนังภาคเหนือและภาคกลาง เพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากการผสมผสานวัสดุของรูปแบบภายใต้แนวคิด “ความงามแบบร่วมสมัย” และเพิ่มเติมให้มีความเป็นล้านนาจากลักษณะของภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดภูมินทร์และลวดลายผ้า ส่วนการแสดงลักษณะโคมไฟภาคกลางจากภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดสุวรรณาภิรมและแสดงความร่วมสมัยจากรูปแบบและวัสดุร่วม ซึ่งลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ สวเรศ เกตุสุวรรณ (2543 : 1) ที่ได้ศึกษาวัสดุผลิตภัณฑ์กับการออกแบบ และสรุปว่าสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งในการออกแบบ ได้แก่ การค้นคว้าวัสดุใหม่ๆ ที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการผสมผสานวัสดุจึงเป็นแนวทางการออกแบบใหม่ที่พิจารณาบทบาทของวัสดุเข้ามาเป็นองค์ประกอบของความงามและความหมายในตัวผลิตภัณฑ์ด้วย และยังสอดคล้องกับทฤษฎีสัญญาวิทยาของ กนกศักดิ์ แก้วเทพ และปัทมวรรณ เนตรพุกกณะ (2541 : 239) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภคของมนุษย์ส่วนหนึ่งเกิดจากการถูกกระตุ้นด้วยสัญลักษณ์ อันเป็นสิ่งที่เข้ามาแทนที่ความหมายที่แท้จริงของวัตถุหรือสินค้านั้นๆ ดังนั้นการออกแบบโคมไฟวัฒนธรรมภาคเหนือและภาคกลางจึงเป็นการเน้นที่รูปแบบเพื่อให้มองจากรูปลักษณ์ภายนอกก่อน และนำไปสู่ความหมายที่ซ่อนอยู่ภายในจากเรื่องราวของจิตรกรรมฝาผนัง เพื่อสร้างสิ่งเร้าให้เกิดขึ้นในตัวผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งมาที่การบริโภคเป็นหลัก ซึ่งในการออกแบบต่างๆ จึงหมายถึงการสร้าง

สัญลักษณ์เพื่อให้เข้าใจร่วมกันระหว่างผู้บริโภคร่วมกับตัวสินค้า โดยผู้บริโภคต้องสามารถตีความในสินค้านั้นๆ ได้ ซึ่งสิ่งที่จะทำให้ตีความได้ง่ายขึ้นคือ สัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในขณะนั้น เช่น รูปแบบ สี สัน ข้อความต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน เป็นต้น

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยเชื่อว่าหากนำแนวคิดเชิงสัญลักษณ์มาใช้กับสินค้าโดยให้ผู้บริโภครับรู้ได้จากรูปลักษณะภายนอกจะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่แฝงอยู่ภายในสินค้านั้นได้ง่ายขึ้น คือ ขั้นแรกเป็นการกระตุ้นจากรูปลักษณะภายนอกของสินค้า และขั้นที่สองกระตุ้นด้วยความหมาย เมื่อผู้บริโภคเข้าใจแล้วจะเกิดการยอมรับและเข้าใจในที่สุด โดยกระบวนการรับรู้เกิดจากการที่บุคคลแต่ละคนมีการเลือก การประมวลและการตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้นออกมาให้ได้ภาพและความหมาย ดังนั้นการที่จะทำให้บุคคลเกิดการรับรู้ และเข้าใจจึงต้องทำการตีความหมายของความรู้สึกบุคคลจากการสัมผัสจากประสาทสัมผัสที่เกิดขึ้นจากตัวกระตุ้น 2 อย่างคือ ตัวกระตุ้นภายนอกและตัวกระตุ้นที่เกิดจากประสบการณ์ในอดีต

ดังนั้นการสร้างผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมโดยเฉพาะในส่วนของการนำภาพจิตรกรรมไทยมาประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์หลายๆ ประเภท จึงเป็นการเรียนรู้ในเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมนั้นๆ จึงสามารถศึกษาได้ทั้งวิถีชีวิตและบุคลิกลักษณะของตัวบุคคลในภาพจึงเกิดการเรียนรู้ในวัฒนธรรมที่ดำรงที่เกิดขึ้นในอดีต เช่น วิถีชีวิต การแต่งกาย การละเล่น ฯลฯ ซึ่งเมื่อนำวัฒนธรรม ด้านการแต่งกาย การดำเนินชีวิต ค่านิยม คติความเชื่อเรื่องโศลกต่าง ๆ เงื่อนไขที่เกิดจากสังคมวัฒนธรรมโดยตรง และสภาพสังคมในยุคสมัยนั้น โดยเฉพาะที่เป็นงานภูมิปัญญาด้านศิลปกรรมมาร่วมในการออกแบบด้วยหลักการผสมผสานโดยไม่ทิ้งเอกลักษณ์ เพื่อนำคุณค่าศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นฐานในการสร้างผลิตภัณฑ์ โดยจุดเด่นของวัฒนธรรมอยู่ที่ความสามารถที่จะสื่อสารกับผู้บริโภคให้เกิดความเข้าใจในเรื่องราววัฒนธรรมนั้นๆ โดยการนำวัฒนธรรมมาสร้างเอกลักษณ์และเรื่องราวเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า (อรุษา กิตติวัฒน์. 2551 : 1-4) ซึ่งการเพิ่มมูลค่าจึงควรพิจารณาในเรื่องการที่สามารถนำมาใช้สอยได้จริง ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาถึงการใช้สอยที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตในปัจจุบันด้วยเพื่อให้เกิดการนำมาใช้สอยมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง (2551 : 1) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมชุมชน จังหวัดเชียงราย โดยการนำข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของคนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนให้เป็นสินค้า และเพื่อเป็นสื่อในการนำเสนอเรื่องราววิถีชีวิตชุมชนในแถบลุ่มแม่น้ำโขงสู่สาธารณชน ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เด่นในจังหวัดเชียงราย ดังนั้นในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมในยุคใหม่ รูปแบบของผลิตภัณฑ์จึงต้องมีความทันสมัย สามารถนำไปใช้งานในชีวิตประจำวันได้จริงจึงจะสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปรีชา เกาทอง (2547 : ข) ที่ได้ศึกษาและสร้างสรรค์ผลงานออกแบบและพัฒนาารูปแบบงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานและสิ่งทอ ให้มีความทันสมัย โดดเด่น มีเอกลักษณ์

ของชุมชนด้วยการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของชุมชนที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยจำแนกประเภทของรูปทรง โครงสร้าง วัสดุและประเภทของการใช้งาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเรื่องการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและมีข้อมูลทางวิชาการสนับสนุน ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟที่เป็นแนวผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมจึงได้ประยุกต์ใช้รูปแบบของการออกแบบที่ทันสมัยของรูปทรง โครงสร้าง วัสดุ ที่เป็นองค์รวมในการทำหน้าที่การใช้งานที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบันด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 การประกอบอาชีพการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมประเภทโคมไฟที่มีการสร้างสรรค์ภาพจิตรกรรมไทยประกอบด้วย ต้องให้ความสำคัญกับนักออกแบบและช่างผู้ผลิตค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นงานที่ต้องใช้ทักษะและความชำนาญในการเขียนลวดลายจิตรกรรมไทยที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ต้องใช้ความสามารถเฉพาะบุคคลที่ได้รับสั่งสมมาด้วยระยะเวลาอันนานจึงจะเกิดทักษะได้ดี ดังนั้นควรมีการส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจสำหรับช่างผู้ผลิตให้เกิดความรักและหวงแหนในอาชีพ มีการส่งเสริมสวัสดิการที่ดี เพื่อให้เกิดแรงจูงใจ และจะได้มีธุรกิจด้านนี้คงอยู่ต่อไป ซึ่งองค์กรเอกชนด้านหัตถกรรมไทยและธุรกิจชุมชน ควรให้ความสนใจและนำข้อมูลไปพิจารณาใช้กับบุคลากรในองค์กรได้

1.2 ธุรกิจผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมเป็นธุรกิจที่ต้องเน้นความสวยงามโดยเฉพาะภาพลักษณ์ของแหล่งผลิตและแหล่งจำหน่าย ควรมีการสร้างบรรยากาศให้เป็นที่น่าสนใจ มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราวและสาระของสินค้า มีการจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับงานจิตรกรรมไทยตามเทศกาลต่างๆที่เหมาะสมด้วย เช่น เทศกาลปีใหม่ วันสงกรานต์ ประเพณีต่างๆ เป็นต้น เพื่อสร้างอารมณ์ร่วมให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ เนื่องจากเทศกาลต่างๆ ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะมีอารมณ์ร่วมในกิจกรรมต่างๆอยู่แล้วหากมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมเหล่านี้จะสามารถโน้มน้าวให้ผู้บริโภคสนใจมากขึ้น ซึ่งอาจนำมาสู่ความเข้าใจในเรื่องราว และสนใจที่จะเรียนรู้เรื่องราวจากกิจกรรมต่างๆเหล่านั้น อาจนำมาสู่การสร้างรายได้ของธุรกิจได้อีกช่องทางหนึ่ง และหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมวัฒนธรรม และการออกแบบ ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงวัฒนธรรม กรมศาสนา ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC ควรให้คำแนะนำด้วยการให้คำปรึกษาผ่านกิจกรรมต่างๆ หรืออาจจัดสัมมนา การสร้างภาพลักษณ์ในงาน

วัฒนธรรม เพื่อให้ผู้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมรายย่อยได้ทราบแนวทางและนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

1.3 ช่างผู้ผลิตโคมไฟที่มีความชำนาญในฝีมือช่างส่วนใหญ่มักจะอ่านรายละเอียดแบบจากการเขียนแบบของนักออกแบบไม่ได้ทำให้ไม่สามารถทำตามรูปแบบที่ถูกคำสั่งผลิตได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการฝึกทักษะให้กับช่างโดยการส่งช่างไปฝึกอบรมการเขียนแบบพื้นฐานตามหน่วยงานต่างๆ ที่มีศักยภาพซึ่งอาจปรึกษาหรือติดต่อไปยังกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน หรือหน่วยงานด้านการศึกษา เป็นต้น

จากผลการวิจัยทำให้ทราบปัญหาหลายประการทั้งการผลิตและการส่งเสริมวัฒนธรรม ดังนั้นหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง คือ กระทรวงวัฒนธรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ต้องเข้ามาส่งเสริมด้านการพัฒนารูปแบบและการสืบทอดวัฒนธรรม เพื่อธุรกิจผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมจะได้อยู่ในตลาดได้อย่างต่อเนื่อง โดยผลการวิจัยนี้หน่วยงานที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรง คือ ธุรกิจเอกชนด้านการผลิตงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ภาพจิตรกรรมไทยประกอบผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ในองค์กรได้ทุกด้าน และหน่วยงานด้านการศึกษาที่มีการเรียนการสอนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ศิลปประจำชาติ ซึ่งสามารถนำแนวทางการสร้างงานดังกล่าวให้เกิดการบูรณาการและมีการเรียนรู้ร่วมกัน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษามรดกทางวัฒนธรรมล้านนาและภาคกลางจากด้านอื่นๆ เพื่อสร้างมูลค่าเชิงวัฒนธรรมให้เกิดการเรียนรู้และเชิงพาณิชย์ร่วมกันนำมาสู่การกระจายรายได้ต่อชุมชน

2.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารภาพจิตรกรรมไทยกับผู้บริโภคในหลายๆรูปแบบ เพื่อให้เกิดการรับรู้ได้เร็วขึ้น

2.3 ควรมีการศึกษามรดกทางวัฒนธรรมด้านจิตรกรรมไทยภาคอื่นๆ เช่น ภาคอีสาน เพื่อสร้างมูลค่าเชิงวัฒนธรรมให้เกิดการเรียนรู้และสืบทอดต่อไป

2.4 ควรมีการนำภาพจิตรกรรมไทยมาสร้างสรรค์บนผลิตภัณฑ์ใช้สอยในบ้านประเภทอื่นๆ ที่สามารถพบเห็นได้ง่ายเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในชีวิตประจำวัน เช่น ผ้าผืน