

การศึกษาอัตลักษณ์บังไฟโบราณ เพื่อการออกแบบ
ของตกแต่งบ้าน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตะวันตก
ในกรุงเทพมหานคร

The Study of Ancient “Bang Fai”
Rocket and Application of Its Design Identity
for Home Decoration Products Aiming
at Western Tourists in Bangkok

ศศิภรณ์ ไชยประเสริฐ¹

Sasiphorn Chaiprasert

ตรีชฎา โชติรัตนานันท์²

Treechada Chotiratanapinun

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Master of Fine Arts Program in Product Design,
Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University
(E-mail: Korkwangwhy1213@gmail.com)

² ดร., อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Ph.D, Product Design, Faculty of Decorative Arts,
Silpakorn University

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อออกแบบของตกแต่งบ้านเชิงวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตะวันตก ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อถอดอัตลักษณ์บางส่วนในงานบั้งไฟโบราณมาใช้ในการออกแบบ โดยนำเอาทักษะงานฝีมือในชุมชนช่างทำบั้งไฟมาใช้ร่วมกับการศึกษาอัตลักษณ์ในงานบั้งไฟ และสำรวจความต้องการของชาวต่างชาติตะวันตก พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตะวันตก นิยมสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของงานฝีมือ มีคุณภาพของวัสดุที่ดี มีรูปทรงร่วมสมัย อีกทั้งขนาดและน้ำหนักไม่มากสำหรับการเดินทางและการขนส่ง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับตกแต่งบ้านเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของชาวต่างชาติตะวันตก โดยจากผลการประเมินผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 3 ด้าน คือ 1) ผู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกับชุมชน โดยผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจมาก สรุปได้ว่าการออกแบบของตกแต่งบ้านเชิงวัฒนธรรมสามารถตอบสนองความพึงพอใจ และสามารถต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางให้กับชุมชนในอนาคตได้

คำสำคัญ: อัตลักษณ์, บั้งไฟโบราณ, ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม

Abstract

The research purpose is to design cultural style home décor for western tourists in Bangkok area. The design is partly based on ancient Bang Fai festival identity which utilize handicraft skills of the locals in Bang Fai festival area. According to the survey from western tourists, home decors that have cultural identity, handcrafted with good materials, being designed in contemporary style with suitable size and weight for transportation are popular among western tourists. The

researcher designed a cultural style home decor which conform with behavior of westerners. The product satisfaction was surveyed from 3 experts with different expertise which are expert in commercial product design, expert in cultural style product design and expert in jointly design with locals. The product satisfaction was “very satisfied”. In conclusion, the cultural style home décor is able satisfy users and it can be further developed as product design guidelines for the community in the future.

Keywords: Identity, Ancient “Bang Fai”, Cultural products

ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

ชาวอีสานส่วนใหญ่ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร การทำไร่ทำนา เพื่อดำรงชีพ จึงทำให้ชาวอีสานให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับการทำเกษตรกรรม หนึ่งในประเพณีของชาวอีสานที่สำคัญคือ ประเพณีบุญบั้งไฟ ที่จัดขึ้นในเดือน 6 ของทุกปี ในช่วงฤดูฝนที่จะเข้าสู่การทำนา เพื่อเป็นการบูชาเทพยดาอารักษ์หลักบ้านหลักเมืองและบูชาพญาแถนขอฝนให้ตกต้องตามฤดูกาล ทำให้พิธีพืชมงคลอันอุดมสมบูรณ์ ประเพณีบุญบั้งไฟที่มีชื่อเสียงมากที่สุด จัดขึ้นในจังหวัดยโสธร (จารุบุตร เรืองสุวรรณ, 2556) โดยองค์ประกอบหลักในงานประเพณีที่ได้รับความนิยมและทำชื่อเสียง คือขบวนแห่บั้งไฟสวยงาม หรือที่เรียกว่า บั้งไฟเอ้ ที่จะใช้ในการประกวดขบวนแห่บั้งไฟสวยงาม โดยแต่ละชุมชนจะส่งบั้งไฟสวยงามเพื่อเข้าประกวด แต่ละบั้งจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละพื้นที่ชุมชน โดยรูปแบบของบั้งไฟในอดีต จะเรียกว่าบั้งไฟโบราณ ที่มีการใช้วัสดุส่วนใหญ่จากธรรมชาติและวัสดุที่หาง่ายในท้องถิ่น โดยการสร้างบั้งไฟเอ้ต้องกระทำโดยช่างผู้ชำนาญแต่ละสาขาอาชีพร่วมมือกันสร้างภายใต้การสั่งการของช่างตกแต่งบั้งไฟ ซึ่งผู้ที่ร่วมงานยอมรับนับถือ เพราะการสร้างบั้งไฟต้องใช้กรรมวิธีหลากหลายเพื่อก่อให้เกิดผลงานที่สมบูรณ์ (พิทักษ์ น้อยวงศ์, 2540) บุญบั้งไฟ

นอกจากจะเป็นประเพณีเพื่อขอฝนแล้ว ยังเป็นการแสดงถึงความสมัครสมานสามัคคีกันของชุมชน

โดยในปัจจุบันบั้งไฟเอ้ในขบวนแห่ของงานประเพณีบุญบั้งไฟจังหวัดยโสธรเกือบจะทั้งหมดเป็นบั้งไฟที่จัดทำโดยกลุ่มช่างจากจังหวัดร้อยเอ็ด นำเข้ามาใช้ในการแห่เพื่อการประกวดแข่งขัน เพราะในจังหวัดยโสธรมีช่างไม่พอที่จะทำบั้งไฟเอ้ขนาดใหญ่ระดับจังหวัดได้ เพราะบั้งไฟขนาดใหญ่ต้องใช้ช่างจำนวนมากกว่า 10 คนขึ้นไป นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมทำให้การสืบทอดของคนรุ่นหลังๆ มีจำนวนน้อยลง เพราะงานช่างบั้งไฟโบราณเป็นงานที่ต้องอาศัยเทคนิคและประสบการณ์เฉพาะตัว ต้องมีใจรักในงานศิลปะ เพราะต้องใช้ความอดทนในการฝึกฝนฝีมือ อีกทั้งการทำบั้งไฟเอ้ในสมัยนี้ ยังมีต้นทุนที่ค่อนข้างสูงไม่คุ้มกับรายได้ช่างจึงหันไปประกอบอาชีพอื่นแทน ทำให้ช่างทำบั้งไฟในจังหวัดยโสธรมีจำนวนน้อยลง เหลือเพียงไม่กี่กลุ่มเท่านั้นที่ยังสืบทอดความรู้ ซึ่งกลุ่มช่างบั้งไฟที่ยังทำอยู่ในเขตตัวเมือง คือ กลุ่มช่างแมน สลักศิลป์ ชุมชนบ้านสิงห์ท่า อำเภอเมือง จังหวัดยโสธร ได้มีการทำบั้งไฟตกแต่งอยู่ แต่เป็นบั้งไฟขนาดเล็ก เพราะต้นทุนต่ำกว่า และใช้แรงงานคนน้อยกว่า อีกทั้งทางกลุ่มช่างมีแนวคิดที่จะอนุรักษ์สืบสานงานทำบั้งไฟของจังหวัดยโสธรต่อไป (กมลศักดิ์ สังคโม, 2561)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะช่วยส่งเสริมกลุ่มช่างทำบั้งไฟ บ้านสิงห์ท่า จังหวัดยโสธร ให้สามารถใช้รูปแบบและกระบวนการในการทำบั้งไฟมาออกแบบเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมเพื่ออนุรักษ์ อัตลักษณ์ของบั้งไฟโบราณ โดยใช้ความรู้ความสามารถ ทักษะฝีมือที่ช่างมีอยู่แล้วมาร่วมกับงานออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นสินค้าจำหน่ายให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตะวันตกในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางเมืองหลวงของประเทศ เพื่อให้กลุ่มชุมชนช่างทำบั้งไฟในจังหวัดยโสธรสามารถต่อยอดแนวคิดของการออกแบบเพื่อสร้างรายได้เพิ่มขึ้นภายในชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาอัตลักษณ์ในงานทำบั้งไฟโบราณเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตะวันตก
2. สำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตะวันตกกับผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านเชิงวัฒนธรรม
3. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านโดยใช้ทักษะของช่างทำบั้งไฟในชุมชน จ.ยโสธร
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญต่อผลิตภัณฑ์

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคและกระบวนการทำบั้งไฟโบราณสามารถกำหนดแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านเชิงวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การศึกษางานประกอบของบั้งไฟโบราณเพื่อถอดอัตลักษณ์ มาใช้ร่วมกับเทคนิคของกระบวนการในงานช่างทำบั้งไฟ เพื่อออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านเชิงวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตะวันตก

ขอบเขตของการวิจัย

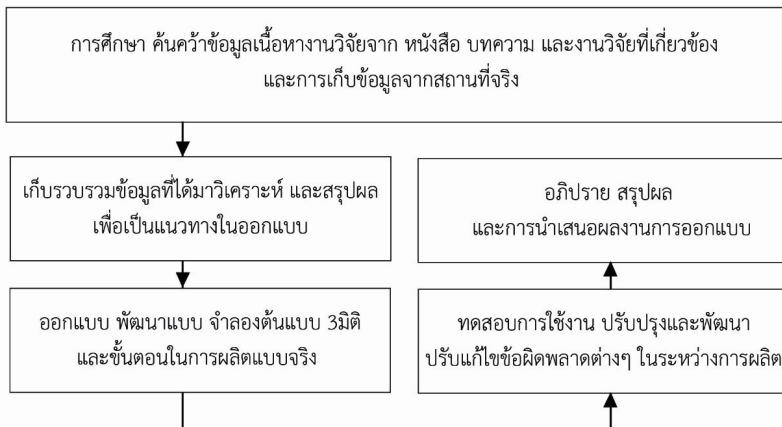
ขอบเขตด้านการศึกษา ได้แก่ ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบั้งไฟโบราณในจังหวัดยโสธร โดยรวบรวมจากกลุ่มชุมชนช่างทำบั้งไฟ บ้านสิงห์ท่า ศูนย์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว และชมรมอนุรักษ์มรดกยโสธร และสำรวจสถานที่จำหน่ายสินค้าของตกแต่งบ้านเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และเป็นแหล่งรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อศึกษาข้อมูลด้านพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ขอบเขตด้านการออกแบบ ได้แก่ การศึกษาหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ ร่วมกับข้อมูลที่ศึกษาทั้งหมดนำมาใช้ในการวิเคราะห์หาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์

ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย ได้แก่ กลุ่มช่างบั้งไฟในชุมชนบ้านสิงห์ท่า จังหวัดยโสธรและกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตะวันตก จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านความพึงพอใจ จากกลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์

ขั้นตอนของการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 แสดงลำดับขั้นตอนในการศึกษา

นิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัย

1. อัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะ, สิ่งที่บอกตัวตน โดยในงานวิจัยนี้กล่าวถึงอัตลักษณ์ของบั้งไฟโบราณ

2. บั้งไฟโบราณ หมายถึง บั้งไฟที่ใช้สำหรับแหในวันโฮม (วันรวม) แล้ววันจุดเป็นบั้งไฟเดียวกันเป็นต้นกำเนิดบั้งไฟเอนี่ในปัจจุบัน โดยจะมีการตกแต่งด้วยวัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น

3. บั๊ฟไฟเอ้ หมายถึง บั๊ฟไฟสำหรับตกแต่งให้เกิดความสวยงามเพื่อใช้ในขอบเขตและการประกวดในงานบุญบั๊ฟไฟของภาคอีสาน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้อัตลักษณ์ของบั๊ฟไฟโบราณไปใช้ร่วมกับงานออกแบบผลิตภัณฑ์
2. ได้ข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน
3. ได้ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านให้กับกลุ่มช่างทำบั๊ฟไฟในจังหวัดยโสธร และแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสามารถต่อยอดเป็นอาชีพได้
4. ได้ผลการประเมินความพึงพอใจและแนวทางในการพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาอัตลักษณ์บั๊ฟไฟโบราณเพื่อการออกแบบของตกแต่งบ้านสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตะวันตกในจังหวัดกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษากลุ่มช่างทำบั๊ฟไฟ บ้านสิงห์ท่า จังหวัดยโสธร โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ เพื่อถอดความหมายในเชิงของอัตลักษณ์บั๊ฟไฟโบราณมาประยุกต์กับทักษะของงานช่างทำบั๊ฟไฟ ร่วมกับการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตะวันตกกับสินค้าตกแต่งบ้านเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและสำหรับเป็นต้นแบบให้ผู้ผลิตในชุมชน โดยมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

วิธี และเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary research) ที่ได้จากการศึกษาและรวบรวมในบทที่ 2 เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์บั๊ฟไฟโบราณ และเนื้อหาอื่นๆที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในงานวิจัย จากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ เอกสารที่ปราญชาบ้านในชุมชนแนะนำ และบทความจากอินเทอร์เน็ตที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลร่วมกับการออกแบบ

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Research) ที่ได้จากการลงพื้นที่สำรวจและเก็บข้อมูล โดยจะแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ส่วนของชุมชนบ้านสิงห์ท่า จ.ยโสธร เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มชุมชนช่างทำบั้งไฟ บ้านสิงห์ท่า จังหวัดยโสธร และ 2) ส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คนจากแบบสอบถามความต้องการและแบบสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางกลับสินค้าประเภทของตกแต่งบ้านเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยข้อมูลทั้ง 2 ส่วนนี้จะรวบรวม นำมาวิเคราะห์ประเด็นสำคัญและความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาสรุปผลข้อมูลแนวทางในการออกแบบ ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปประเด็นสำคัญ แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูลในประเด็นต่างๆ

ประเด็นปัญหาและความต้องการ	แหล่งข้อมูลและผู้ให้ข้อมูลในประเด็นที่จะนำไปสู่การออกแบบ			
	ปราชญ์ชาวบ้าน จ.ยโสธร	กลุ่มช่างทำบั้งไฟ จ.ยโสธร	กลุ่มผู้จัดจำหน่ายสินค้า OTOP	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ตะวันตก
1) อัตลักษณ์ของบั้งไฟโบราณ	✓	✓		✓
2) ปัญหาที่พบกับสินค้าบั้งไฟในชุมชน	✓	✓	✓	
3) แหล่งที่ซื้อสินค้าเชิงวัฒนธรรม				✓
4) พฤติกรรมในการเลือกซื้อของนักท่องเที่ยว			✓	✓
5) พฤติกรรมการเดินทางและการขนส่ง				✓
6) จุดประสงค์ในการซื้อสินค้า			✓	✓
7) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า			✓	✓
8) รูปแบบความชอบของกลุ่มเป้าหมายกับสินค้า				✓
9) วัสดุที่กลุ่มเป้าหมายรู้จักและวัสดุที่มีในงานบั้งไฟ		✓		✓
✓ แสดงในกรณีที่มีการเก็บข้อมูล				

สรุปผลข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล

สรุปเรื่องที่ 1 อัตลักษณ์ของบั้งไฟโบราณ

จากข้อมูลการศึกษาพบว่า สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ 1) อัตลักษณ์ทางนามธรรม ซึ่งจะสะท้อนออกมาในรูปแบบเชิงความหมาย ซึ่งคือการบูชาเทพยดาเพื่อขอฝนให้ตกตามฤดูกาลทำการเกษตร เพื่อให้พืชพรรณอุดมสมบูรณ์ 2) อัตลักษณ์ทางรูปธรรม ซึ่งจะสะท้อนออกมาในรูปแบบของ องค์ประกอบที่อยู่ในงานบั้งไฟ โดยทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า ส่วนประกอบหลักที่มีในงานบั้งไฟคือ หัวและลำตัวบั้งไฟ เนื่องจากเป็นสิ่งที่จำเป็นใช้ประกอบประเพณีบุญบั้งไฟและเป็นสัญลักษณ์หลักที่คนสามารถจดจำได้ ส่วนความแตกต่างของบั้งไฟขึ้นอยู่กับลวดลายที่ใช้ในแต่ละชุมชน ซึ่งจากการศึกษา ลวดลายของชุมชนบ้านสิงห์ท่า จ.ยโสธร พบว่าลวดลายที่ใช้หลักในชุมชนคือลายประจำยามก้ามปู, ลายประจำยามกระจังใบเทศ และลายลูกฟักก้ามปู เป็นต้น

สรุปเรื่องที่ 2 ปัญหาที่พบกับสินค้าบั้งไฟในชุมชน

จากข้อมูลที่ได้จากการสอบถามผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับสินค้าบั้งไฟในชุมชน พบว่าสินค้าบั้งไฟในท้องตลาด ส่วนใหญ่มีคุณภาพของวัสดุที่ไม่ได้มาตรฐาน และมีรูปแบบที่ซ้ำกับชุมชนอื่น ทำให้สินค้าขายออกได้ยาก

สรุปเรื่องที่ 3 แหล่งที่ซื้อสินค้าเชิงวัฒนธรรม

จากผลการสำรวจข้อมูลผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่สนใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและในพิพิธภัณฑ์หอศิลป์ เนื่องจากมีการแสดงงานศิลปะและบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์

สรุปเรื่องที่ 4 พฤติกรรมในการเลือกซื้อของนักท่องเที่ยว

จากผลการสำรวจและแบบสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เลือกของที่เป็งานทำมือที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีความประณีตสวยงาม มีเรื่องราวความหมายที่ดี

สรุปเรื่องที่ 5 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ตะวันตกที่เดินทางโดยเครื่องบิน ใช้เวลาเดินทางเฉลี่ย 5-7 วัน มีสัมภาระเป็นกระเป๋าถือลากขนาดขนาดเล็กสุด 24 นิ้ว

สรุปเรื่องที่ 6 จุดประสงค์ในการซื้อสินค้า

จากผลการสำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ซื้อสำหรับเป็นของที่ระลึกสำหรับตกแต่งบ้านให้กับตนเองและเป็นของฝากให้กับครอบครัว

สรุปเรื่องที่ 7 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

จากผลการสำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเชิงวัฒนธรรม 5 อันดับแรก คือ 1) ความประณีตสวยงาม 2) คุณภาพของวัสดุ 3) สินค้ามีเอกลักษณ์ 4) ขนาดและน้ำหนักที่เหมาะสม และ 5) บ่งบอกเรื่องราวและความหมายผ่านผลิตภัณฑ์

สรุปเรื่องที่ 8 รูปแบบความชอบของกลุ่มเป้าหมายกับสินค้า

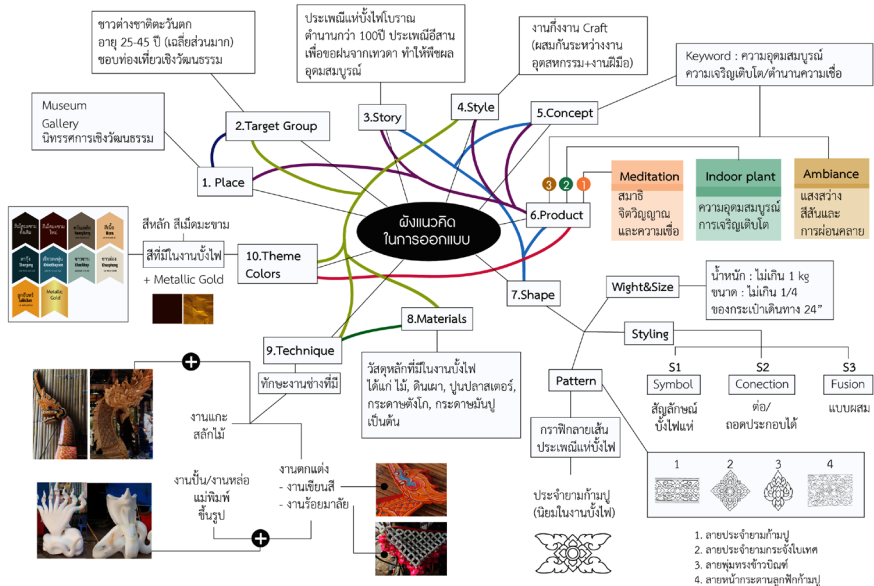
จากผลสำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ส่วนใหญ่ชอบลวดลายและวัสดุจากภูมิปัญญาดั้งเดิม โดยรูปทรงของผลิตภัณฑ์มีความร่วมสมัยกับยุคปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปตกแต่งบ้านได้ง่าย

สรุปเรื่องที่ 9 วัสดุที่กลุ่มเป้าหมายรู้จักและวัสดุที่มีในงานบั้งไฟ

จากผลการสำรวจข้อมูล พบว่า วัสดุที่เข้าถึงชาวต่างชาติได้มากและเป็นวัสดุที่มีในงานบั้งไฟ อันดับแรกคือ ไม้ไผ่และไม้แกะสลักไทย รองลงมาคือ สีทองทองแวววาวที่มีในงานบั้งไฟ จากวัสดุกระดาษตังโกสีทองสับลาย

แนวความคิดในการออกแบบ

โดยจากผลการสรุปข้อมูล หาประเด็นและความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำไปสู่แนวทางการออกแบบ ผู้วิจัยได้จัดข้อมูลเพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบ ดังนี้



ภาพประกอบที่ 2 แสดงผังแนวคิดในการออกแบบ

กระบวนการออกแบบจนกระทั่งนำไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จ มีขั้นตอนดังนี้

1. การทำแบบร่าง (Sketch) จากการสเก็ตแบบร่างทั้งหมด ผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบร่างจากคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาแบ่งออกเป็น 3 แนวทางดังนี้

- 1) แนวทาง Meditation (การทำสมาธิ)
- 2) Indoor Plant (พืชที่ปลูกในร่ม) และ
- 3) Ambiance (การสร้างบรรยากาศ) โดยภาพร่างได้รับการวิเคราะห์ สังเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา และกลุ่มช่างในชุมชนในการช่วยตัดสินใจเลือกแบบ ได้ออกมาทั้งหมด 4 ชิ้น

2. การพัฒนาแบบร่างและการจำลองแบบผลิตภัณฑ์ 3 มิติ จากการปรับและพัฒนาแบบร่าง โดยใช้โปรแกรมสามมิติ Rhino และ Photoshop เพื่อช่วยในการจำลองและเห็นถึงผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตจริง และเพื่อง่ายต่อการทำงานของช่างให้มีความเข้าใจตรงกัน

3. ขั้นตอนการทำโมเดลต้นแบบ ผู้วิจัยได้ขึ้นโมเดล (mockup) เพื่อจำลองขนาดจริง กับทดลองในเรื่องของขนาดและการใช้งานของผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถเห็นหลักการทำงาน และการประกอบของชิ้นงานจริง

4. ขั้นตอนการผลิตชิ้นงานจริง เข้าสู่กระบวนการผลิตชิ้นงานจริงตามแนวคิด และแบบที่คัดเลือกไว้ ขั้นตอนนี้อาศัยกลุ่มช่างในชุมชนที่เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน เพื่อให้เกิดความเหมาะสมในเชิงการผลิต รวมทั้งเพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด ดังนี้

แนวทางที่ 1 Meditation (การทำสมาธิ)

ผลิตภัณฑ์ขึ้นที่ 1 SAKARA สักการะ



ภาพประกอบที่ 3-4 แสดงแบบจำลอง ภาพประกอบที่ 5-6 แสดงผลิตภัณฑ์จริง

แนวคิดคือ : การจุดก่ายาน/เทียนหอม → เพื่อสร้างกลิ่น/คว้น (Smell)

แทนสัญลักษณ์ หัวพญานาค → เพื่อเป็นตัวแทนสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Sign)

การหยดของน้ำ/แทนฝนตก → เกิดจังหวะของการหยดและเสียง (Sound and Rhythm)

ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2563

เทคนิคและวัสดุ : ไม้อัดปิดผิวด้วยไม้สักแกะลายไม้ / กระดาษเซรามิคเขียนลาย / ถ้าไม้ไม่เป็นการร่นน้ำ (โดยองศาของการร่นน้ำทำมุมประมาณ 30-45 องศา จะมีขนาดใกล้เคียงกับองศาการแห้งไฟทั้งนี้สามารถปรับระดับมุมได้) สามารถถอดประกอบได้

แนวทางที่ 2 Indoor Plant (พืชที่ปลูกในร่ม)
ผลิตภัณฑ์ชิ้นที่ 2 YADTIP หยาดทิพย์



ภาพประกอบที่ 7-8 แสดงแบบจำลอง ภาพประกอบที่ 9 แสดงผลิตภัณฑ์จริง

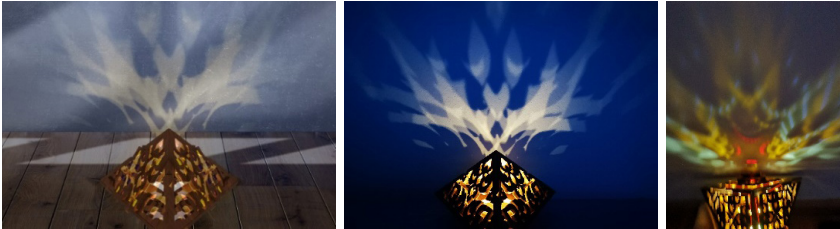
แนวคิดคือ : น้ำ/เวลา → กำหนดเวลาและการปริมาณในการให้น้ำของพืช
การหยดของน้ำ/แทนฝนตก → เกิดจังหวะของการหยดและเสียง (Sound and Rhythm)

การเจริญเติบโตของพืช → เกิดการเจริญเติบโตและช่วยในการฟอกอากาศ

เทคนิคและวัสดุ : หล่เซรามิคเขียนลาย / ฐานรองและฝาปิดจากไม้อัดปิดผิว

แนวทางที่ 3 Ambiance (การสร้างบรรยากาศ) โดยแนวทางที่ 3 แบบออกเป็น 2 ผลิตรายณ์

ผลิตรายณ์ชิ้นที่ 3 SWANGJIT สว่างจิต (LAMP)



ภาพประกอบที่ 10 แสดงแบบจำลอง ภาพประกอบที่ 11-12 แสดงผลิตรายณ์จริง (และการให้แสงสี)

แนวคิดคือ : แสง/สี → แทนลักษณะของแสงและสีในงานบังไฟ ปิดไฟจะเป็นของ ตั้งโชว์และเปิดไฟจะเป็นโคมไฟสะท้อนลายบังไฟบนผนังเพื่อสร้างบรรยากาศงาน เทศกาลในยามค่ำคืน

เทคนิคและวัสดุ : ไม้อัดปิดผิวไม้สักแกะลาย / แผ่นอะคริลิกสีโปร่งแสง/ ถอดประกอบได้

ผลิตรายณ์ชิ้นที่ 4 SUMALEE สุมาลี (PARTITION)



ภาพประกอบที่ 13-14 แสดงแบบจำลอง ภาพประกอบที่ 15 แสดงผลิตรายณ์จริง (การต่อประกอบ)

ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2563

แนวคิดคือ : สีสัน/ความสนุกสนาน แทนด้วยตัวต่อม้านมูลี่ ลายจากดอกในงานบั้งไฟ
เทคนิคและวัสดุ : กระดาษมันปูและกระดาษตังโกสับลายดอก / แผ่นพลาสติกใส

ผลิตภัณฑ์รวม 3 แนวทาง



ภาพประกอบที่ 16 แสดงแบบจำลอง ภาพประกอบที่ 17 แสดงผลิตภัณฑ์จริง

ขั้นตอนการประเมินผลิตภัณฑ์

จากการสอบถามความพึงพอใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ 3 ด้าน จำนวน 3 คน ได้แก่ 1.ผู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ 2.ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม 3.ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกับชุมชน โดยการทำแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ภาพรวมของแบบสอบถามที่ใช้เกณฑ์ค่าคะแนน 5 ระดับความพึงพอใจ (เรื่องที่ 1 มีอัตลักษณ์บั้งไฟ)

ผลการวิเคราะห์ เรื่องที่ 1 อัตลักษณ์บั้งไฟ	คะแนน รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปล ผล
ขั้นที่ 1 SAKARA	14	4.67	0.58	มากที่สุด
ขั้นที่ 2 YADTIP	8	2.67	0.58	ปานกลาง
ขั้นที่ 3 SWANGJIT	10	3.33	0.58	ปานกลาง
ขั้นที่ 4 SUMALEE	10	3.33	1.15	ปานกลาง

จากการสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ในเรื่องที่ 1 อັตลักษณ์ บั๋งไฟ พบว่าระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ผลิตรายณ์ชันที่ 1 มีค่า เฉลี่ย เท้ากับ 4.67, รองลงมาคือ ผลิตรายณ์ชันที่ 3 และ 4 ซึ่งมืค่าเฉลี่ย เท้ากับ 3.33 (ปานกลาง) และสุดท้ายคือ ผลิตรายณ์ชันที่ 2 ซึ่งมืค่าเฉลี่ย เท้ากับ 2.67

ตารางที่ 3 สรุปลผลการวิเคราะห์ภาพรวมของแบบสอบถามที่ไ้เกณฑ์ค่าคะแนน 5 ระดับความพึงพอใจ (เรื่องที่ 2 มีขนาดและน้ำหนัที่เหมะสมส้าหรับ การเดินทางและการขนส่ง)

ผลการวิเคราะห์ เรื่องที่ 2 ขนาดและน้ำหนัที่เหมะสม	คะแนน รวม	ค่า เฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปล ผล
ชันที่ 1 SAKARA	13	4.33	0.58	มาก
ชันที่ 2 YADTIP	10	3.33	0.58	ปานกลาง
ชันที่ 3 SWANGJIT	13	4.33	0.58	มาก
ชันที่ 4 SUMALEE	14	4.67	0.58	มากที่สุด

จากการสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ในเรื่องที่ 2 มีขนาดและ น้ำหนักที่เหมะสมพบว่าระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ผลิตรายณ์ชันที่ 4 มีค่า เฉลี่ย เท้ากับ 4.67, รองลงมาคือ ผลิตรายณ์ชันที่ 1 และ 3 ซึ่งมืค่าเฉลี่ย เท้ากับ 4.33 และสุดท้ายคือ ผลิตรายณ์ชันที่ 2 ซึ่งมืค่าเฉลี่ย เท้ากับ 3.33

ตารางที่ 4 สรุปลผลการวิเคราะห์ภาพรวมของแบบสอบถามที่ไ้เกณฑ์ค่าคะแนน 5 ระดับความพึงพอใจ (เรื่องที่ 3 ความเป็นไปได้ทางการตลาด)

ผลการวิเคราะห์ เรื่องที่ 3 ความเป็นไปได้ทางการตลาด	คะแนน รวม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปล ผล
ชันที่ 1 SAKARA	11	3.67	0.58	มาก
ชันที่ 2 YADTIP	12	4.00	1.00	มาก
ชันที่ 3 SWANGJIT	13	4.00	0.00	มาก
ชันที่ 4 SUMALEE	13	4.33	1.15	มาก

จากการสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ในเรื่องที่ 3 ความเป็นไปได้ทางการตลาดพบว่าระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ผลลัพธ์ชั้นที่ 4 มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.33, รองลงมาคือ ผลลัพธ์ชั้นที่ 2 และ 3 ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.00 และสุดท้ายคือ ผลลัพธ์ชั้นที่ 1 ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.67

จากการสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างกับผลลัพธ์ทั้ง 4 ขึ้นโดยการใช้ทักษะสถิติเบื้องต้นในการประมวลผล โดยไม่ได้นำ SPSS มาใช้ เนื่องจากกลุ่มผู้ประเมินมีจำนวนน้อย ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สถิติเบื้องต้นในการประมวลผลแบบสอบถาม และการสอบถามข้อคิดเห็นเชิงลึกจากการสัมภาษณ์ โดยทั้งนี้จะดูค่าเฉลี่ยควบคู่ไปกับส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งพบว่า ผลลัพธ์ชั้นที่ 1 มีค่าระดับความพึงพอใจของภาพรวมในเกณฑ์ที่ดีที่สุดในการสะท้อนอัตลักษณ์บั้งไฟได้ดี มีขนาดและน้ำหนักที่เหมาะสมและมีความเป็นไปได้ทางการตลาด สามารถนำไปพัฒนาและต่อยอดผลลัพธ์ในชุมชนต่อไปได้ และมีข้อเสนอแนะที่ต้องปรับปรุงแก้ไขในอนาคตในส่วนของการละเอียดของลายแกะสลักที่ซับซ้อนลง เพื่อลดกระบวนการทำงานที่ซับซ้อนที่ไม่จำเป็นออกไป รวมไปถึงผลลัพธ์ชั้นอื่นๆ ที่สามารถนำไปปรับปรุงข้อบกพร่องในแต่ละจุด เพื่อต่อยอดผลลัพธ์ในอนาคตได้

สรุปผลการออกแบบ

ผลการออกแบบผลลัพธ์ พบว่าได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางเอาไว้ในตอนต้น คือสามารถสร้างผลลัพธ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์บั้งไฟ ที่นำทักษะงานฝีมือช่างในชุมชนมาใช้ในงานออกแบบผลลัพธ์ ที่สามารถพัฒนาและต่อยอดเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างโอกาสทางธุรกิจในอนาคตได้

อภิปรายผลการออกแบบ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางแนวทางในการออกแบบผลลัพธ์ของของตกแต่งบ้านเชิงวัฒนธรรม โดยมีความงามควบคู่ไปกับการสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากการตีความแนวทางในการออกแบบผลลัพธ์ร่วมสมัย ที่มีรูปแบบจากการถอด

อัตลักษณ์บางส่วนที่มีในงานบังโพนมาใช้ร่วมกับทักษะในงานฝีมือของช่างในชุมชน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนออกมาในเชิงอัตลักษณ์ของรูปแบบและคุณค่าของงานฝีมือ ประกอบกับมีเรื่องราวและความหมายที่ดีในการส่งเสริมคุณค่าของตัวผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสืบสานวัฒนธรรมของงานบังโพนและส่งเสริมทักษะงานฝีมือของช่าง ตลอดจนเป็นงานวิจัยต้นแบบในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากอัตลักษณ์บังโพน เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มช่างในชุมชนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ในด้านการออกแบบ งานวิจัยนี้เป็นงานที่เน้นการใช้ทักษะงานฝีมือในการผลิต ซึ่งในส่วนของการออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตจริงในบางส่วนเกิดปัญหาระหว่างการผลิตของชิ้นงานที่ 2 (YADTIP) หยาดทิพย์ ในด้านของกลไกการผลิตชิ้นงานจากเซรามิคในชิ้นแรกนั้นไม่สามารถใช้งานได้จริง ผู้วิจัยจึงได้มีการปรับเปลี่ยนแบบกลไกด้านในโดยการใช้วัสดุทางอุตสาหกรรมเข้ามาร่วมด้วยทำให้ชิ้นงานสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้กระบวนการผลิตในส่วนนี้ช่างในชุมชนอาจไม่สามารถผลิตเองได้ทั้งหมด ดังนั้นเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป คือชุมชนทำงานร่วมกับอุตสาหกรรม ในส่วนของกลไกด้านในที่เป็นวัสดุเชิงอุตสาหกรรมอาจใช้จำนวนการผลิตชิ้นส่วนที่มากเพื่อให้ได้ราคาที่ถูกลงเพื่อลดต้นทุนในการผลิต (สำหรับผู้ประกอบการที่มีกำลังการผลิต) หรืออาจมีการปรับเปลี่ยนในด้านของกลไก เพื่อให้กลุ่มชุมชนสามารถผลิตได้เอง (สำหรับการผลิตภายในชุมชน)
2. ในด้านการตลาดสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการผลิตสามารถปรับลดส่วนของการผลิตที่ไม่จำเป็นออก การลดทอนรายละเอียดของชิ้นงานลงเพื่อลดการทำงานที่ซับซ้อนบางส่วนออกไป และปรับลดต้นทุนที่เกิดจากการผลิตให้ได้มากที่สุดเพื่อให้สินค้ามีกำไรที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ต้องควบคุมคุณภาพของวัสดุและผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับราคาที่จัดจำหน่ายด้วย

โดยรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการในการผลิตที่มีทั้งหมด ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกมาให้เหมาะสมกับการผลิตภายใต้เงื่อนไขที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ระยะเวลา และข้อจำกัดของกระบวนการในการผลิต ซึ่งในอนาคตต่อไปเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น อาจใช้กระบวนการในการผลิตวิธีอื่นที่เหมาะสม โดยกลุ่มชุมชนสามารถนำข้อมูลความรู้ข้อกำหนดในการออกแบบและแนวทางในการออกแบบที่ผู้วิจัยได้ทำได้ ไปพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

จารุบุตร เรื่องสุวรรณ. (2556). ของดีอีสาน:บุญบั้งไฟ. **ทางอีสาน**, (13), 33
 พิทักษ์ น้อยวงศ์. (2540). **การศึกษารูปแบบบั้งไฟลายสับดอกในภาคอีสาน**.
 มหาสารคาม: คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สัมภาษณ์

กมลศักดิ์ สังคม. (2561, 28 สิงหาคม). สัมภาษณ์. หัวหน้าช่างทำบั้งไฟชุมชนบ้าน
 สิงห์ท่า จ.ยโสธร.
 ขาม จาตุรงค์กุล. (2563, 9 มกราคม). สัมภาษณ์. อาจารย์ประจำสาขาภาควิชา
 ออกแบบอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
 นวัต ศักดิ์ศิริศิลป์. (2563, 12 มกราคม). สัมภาษณ์. เจ้าของบริษัท Moreover
 แบรินด์ของตกแต่งบ้าน.
 เบลูจมาศ ศรีวะโสภา. (2561, 30 สิงหาคม). สัมภาษณ์. ผู้ดูแลศูนย์จำหน่าย
 ผลิตภัณฑ์ OTOP จ.ยโสธร.
 ศรันยา เสี่ยงอารมณ์. (2563, 24 มกราคม). สัมภาษณ์. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภาควิชา
 ออกแบบอุตสาหกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
 สมพงษ์ อยู่คง. (2561, 29 สิงหาคม). สัมภาษณ์. ประธานชมรมกลุ่มอนุรักษ์มรดก
 ยโสธร.