

## การออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในพิธีฌาปนกิจของพุทธศาสนิกชนตาม แนวทางแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีศึกษา : วัดด่าน พระรามสาม

### DESIGN IDENTITY THROUGH CREATIVE ECONOMY FOR BUDDHIST FUNERAL CEREMONIES SERVICES : CASE STUDY OF WAT DAAN RAMA III

ฉันทพร นิลกำแหง

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อในพิธีกรรมฌาปนกิจและวิถีการออกแบบตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อนำมาออกแบบภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ในพิธีฌาปนกิจของพุทธศาสนิกชน มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยไว้ 3 ประการ คือ 1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อในพิธีกรรมฌาปนกิจ และวิถีการออกแบบตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับงานฌาปนกิจในพุทธศาสนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและ 3. เพื่อประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยการจัดการสนทนาแบบกลุ่ม ผลจากการศึกษาพบว่าภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในพิธีฌาปนกิจที่มีความเหมาะสมในการนำมาออกแบบประกอบไปด้วย 1. นีลศพ 2. ฐานวางหีบศพ 3. โต๊ะหมู่บูชา 4. เตียงรดน้ำศพ 5. ขาดังรูป 6. ที่ตั้งพวงหรีด 7. รูปภาพของผู้วายชนม์ 8. เครื่องประกอบพิธีกรรมอื่นๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรมเหล่านั้นยังคงรูปแบบเดิม โดยยึดแนวทางการออกแบบตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์พบว่าจากรูปแบบแนวทางการพัฒนาที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้มาใช้ 3 แนวทาง เพื่อนำมาพัฒนางานออกแบบในเบื้องต้นให้เป็นรูปธรรม ดังนี้ 1. วิชิตแบบนอกรอบและไม่ยึดติดรูปแบบเดิม 2. การผสมผสาน ศิลปวัฒนธรรม และ ประวัติศาสตร์ 3. การนำเทคโนโลยีมาสนับสนุน สินค้าและการบริการตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แสดงถึงช่องว่างของการออกแบบและพัฒนาในตัวของอุปกรณ์เหล่านี้ให้เหมาะสมกับสภาวะปัจจุบัน ซึ่งการนำแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยผลการประเมิน 3 แบบแรกที่ได้คะแนนสูงสุดตามลำดับได้แก่ แบบที่ 9 มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$  = 4.09) แบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$  = 3.91) และแบบที่ 7 มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$  = 3.82) มีความเหมาะสมที่จะนำไปออกแบบ(SKETCH DESIGN) ในส่วนของ

องค์ประกอบอื่นหลังจากนั้นประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และมีค่าคะแนนดังต่อไปนี้ แบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4.16, S.D.=0.774$ ) แบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=4, S.D.=0.765$ ) และ แบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}=3.95, S.D.=1.037$ ) จากผลคะแนนดังกล่าว แบบที่ 1 เหมาะสมที่จะนำไปผลิตจริงมากที่สุด โดยมีจุดเด่นที่สามารถนำไปใช้ได้กับหีบเปลวราคาต่ำที่สุดเนื่องจากการตกแต่งเป็นแบบฝาครอบแบบตัดทอนมาจากลายไทย และง่ายต่อการจัดเก็บ และโทนสีที่ใช้เป็นสีขาวและสีทองเป็นหลักทำให้ไม่มีความรู้สึกของความน่ากลัว แต่ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของพุทธศาสนพิธี

**คำสำคัญ :** การออกแบบภาพลักษณ์, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, ผลิตภัณฑ์ในพิธีฌาปนกิจ, พุทธศาสนิกชน

### Abstract

This research aims to study on their belief in cremation rituals and way of design guidelines for the creative economy . Designed to bring the image of the product in the funeral ceremonies of Buddhists. The purpose of research over 1) to learn about the beliefs , rituals, cremation and way of design guidelines for the creative economy 2) to design products that are used in cremation in Buddhism according to the economic activity and assess expert opinions and 3) to assess satisfaction in the products developed by the creative economy by organizing discussion groups. Results of the study showed that the image of the product in the ceremonial cremation are appropriate in the design consisted of 1) Caskets 2) Base coffin 3) Altar 4) Body bed 5) Stand Figure 6) wreath stand 7) Image of the deceased 8) other rituals . The products used in these rituals are still original form, which the used to develop a preliminary design to concretely as follows 1) thinking outside the box and not attached to the original form 2) a combination of art, culture and history, and 3) technological support. Goods and services to the creative economy. Adhered to the original form as creative approach that can be developed and applied to other funeral products. On the appropriateness to select the best model 3 and 1 are respectively the evaluation of 3 first Top Rated by including model no.9 average ( $\bar{X}= 4.09$ ) model no. 2 average ( $\bar{X}= 3.91$ ) and model no. 7 average ( $\bar{X}= 3.82$ ) is appropriate to be applied to the design (SKETCH, DESIGN) in most of the other elements next. By such components comprising . The altar casket base coffin stand is Wreath Stand/ coffin bed /mushroom bodies incense candle and a vase of flowers, which were evaluated by experts and 5 are analyzed by averaging ( $\bar{X}$ ) and deviation . standard (SD) and the scores ( $\bar{X}$ ) are as follows: model set

no. 1 average ( $\bar{x}$ = 4.16,SD= 0.774) model set no. 2 average ( $\bar{x}$ = 4 ,SD = 0.765) and model set no.3 average ( $\bar{x}$ = 3.95,SD. = 1.037) from results such as the one suitable to be produce with most realistic . It highlights that can be applied to bare chest, the lowest price since finishing a truncated thai painting . And easy storage And the color scheme is white and gold is mainly made no sense of feeling horrible. But maintaining the identity of Buddhist ceremonies.

Keywords: design image, creative economy , products cremation ceremony Buddhist

## บทนำ

งานฌาปนกิจ เป็นพิธีที่จัดขึ้นในโอกาสการเสียชีวิตของบุคคล ประเพณีเกี่ยวกับงานฌาปนกิจนั้นแตกต่างไปตามวัฒนธรรม ความเชื่อ และศาสนาที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น แต่ในยุคสมัยที่ได้เปลี่ยนไปในระบบทุนนิยมมากขึ้น ทำให้การจัดงานฌาปนกิจสามารถเอื้อประโยชน์ทางธุรกิจต่อทางผู้ที่ได้รับว่าจ้างให้จัดงานมากยิ่งขึ้น บางกลุ่มที่จัดงานฌาปนกิจเพื่อให้เหมาะสมกับสถานะทางสังคมของผู้ตาย โดยมีทั้งทางภาคเอกชนและทางวัดเป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งรูปแบบของการตกแต่งอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในงานฌาปนกิจนั้น มีทั้ง ลวดลาย สี และ วัสดุ ที่แตกต่างกันนอกจากจะให้ความรู้สึกที่โศกเศร้าเสียใจ และหดหูแล้วยังให้ความรู้สึกถึงความน่ากลัวที่ส่งผลในจำนวนความนิยมของผู้เข้าร่วมงานประเพณีนี้อีกด้วย

ปัจจุบันในงานฌาปนกิจของบุคคลสำคัญของท้องถิ่นในทางภาคเหนือของประเทศไทยและของชาวไทยเชื้อสายมอญ ซึ่งจะมีการนำดอกไม้สดมาสร้างสีสันให้กับงานฌาปนกิจ การประดับตกแต่งด้วยลวดลายของเมรุจำลองหรือปราสาท รวมไปถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประกอบพิธีฌาปนกิจ โดยมีทั้งการนำลวดลายไทยเบื้องต้นมาใช้และลวดลายไทยขั้นสูงที่ใช้ในราชสำนัก ซึ่งลวดลายบางประเภทนั้น บุคคลทั่วไปไม่สามารถที่จะนำมาใช้ และส่วนสำคัญเกี่ยวกับความเชื่อตามคติโบราณว่าห้ามเผาภาพ เทพเทวดา และในการค้นคว้าเพิ่มเติมของรูปแบบของการออกแบบเกี่ยวกับงานฌาปนกิจพบว่ายังมีการประกวดแข่งขันการออกแบบโลงศพในเชิงสร้างสรรค์ รวมไปถึงการ फैนที่ลายลงบนโลงศพ

ด้วยสถานะทางสังคมของคนในปัจจุบันและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่ได้เปลี่ยนแปลงจากเดิม วิถีแห่งความคิดที่เปิดกว้างและหลากหลาย ทำให้สิ่งที่ตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่เกิดขึ้นมากมาย ซึ่งจากการค้นคว้าพบว่าการส่งออกของสินค้าสร้างสรรค์ของไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้น (อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ ,2552) โดยที่แนวคิดแห่งการสร้างสรรค์นั้นคือแนวปฏิบัติที่สร้าง หรือเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการได้โดยไม่ต้องใช้ทรัพยากรมากนัก แต่ใช้ความคิด สติปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ให้มากขึ้นเท่านั้น (วรากรณ์ สามโกเศศ, 2553) วัดในสมัยนี้ยังได้รับอิทธิพลของการออกแบบให้ต่างออกไปจากเดิม อาทิเช่น วัดป่ามณีนิมิตวาฬ บ้านดงเมื่อง

ต.ลำพาน อ.เมือง จ.กาฬสินธุ์ ซึ่งเป็นวัดที่ออกแบบโดย รศ.ดร. ภิญโญ สุวรรณคีรี ซึ่งมีการออกแบบ  
ได้อย่างเรียบง่ายด้วยการตัดทอนลวดลายไทยออกไป แต่ยังคงไว้ซึ่งความรู้สึกสงบ เรียบง่าย



ภาพที่ 1 อุโบสถวัดป่ามณีนิมิตวาส ต.ลำพาน อ.เมือง จ.กาฬสินธุ์  
ที่มา : ถ่ายโดยผู้วิจัย 2554

จากข้อมูลเบื้องต้นดังกล่าวผู้วิจัยพบว่าการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ คือ (อาคม  
เต็มพิทยาไพสิฐ, 2552) การนำเอาแนวคิดการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์  
ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์ผลงาน (Creativity) และการใช้  
ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การส่งเสริม  
ความรู้ของสังคมและเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่โดยการทำให้นำมาใช้ในงานฌาปนกิจนั้นยัง  
ขาดการศึกษาถึงความต้องการของประชาชนทั่วไปและเครื่องใช้จำเป็นในงานฌาปนกิจนั้นยังเต็ม  
ไปด้วยความเชื่อเดิมทั้งในรูปแบบของพิธีกรรม และรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ซึ่งหากนำแนวคิดของ  
เศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้กับการออกแบบในครั้งนี้ได้จะสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชน  
ทั่วไปได้โดยไม่ขัดต่อความเชื่อเดิมก็จะสามารถนำวิธีการในการดำเนินงานวิจัยไปใช้ในการ  
ออกแบบผลิตภัณฑ์อื่นได้เป็นอย่างดี

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อในพิธีกรรมฌาปนกิจและวิถีการออกแบบตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในงานฌาปนกิจในพุทธศาสนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยการจัดการสนทนาแบบกลุ่ม

## วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาภาพลักษณ์ของพิธีฌาปนกิจตามแนวทางพุทธศาสนาจากการสังเกตในวัดด่านพระราชมสาม และร้านค้าที่จัดจำหน่ายหีบศพ รวมไปถึงงานวิจัย บทความ ทั้งในประเทศและนอกประเทศที่เกี่ยวข้องกับงานฌาปนกิจ
2. สร้างแบบสอบถามโดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับความเห็นในพิธีฌาปนกิจลักษณะเดิมและความคิดเห็นในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อหาข้อมูลเบื้องต้น จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ที่มางานฌาปนกิจในวัดด่าน พระราชมสาม
3. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมากำหนดทิศทางในการออกแบบ โดยมีแบบร่างจำนวน 9 แบบร่างและนำแบบสอบถามไปประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยทำการออกแบบร่างเฉพาะหีบศพในเบื้องต้นเป็นลำดับแรก เพื่อนำไปปรับใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นองค์ประกอบในฌาปนกิจพิธีตามลำดับต่อไป
4. นำแบบร่างที่ได้ลำดับคะแนนสูงสุด 3 ลำดับแรก นำมาออกแบบผลิตภัณฑ์องค์ประกอบให้เข้าชุดกันและนำไปประเมินโดยแบบสอบถามมีเนื้อหาที่ครอบคลุมกับกรอบแนวคิดดังนี้ วิธีคิดแบบนอกรูป โดยไม่ยึดติดรูปแบบเดิม ด้วยการผสมผสานศิลปะ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์การนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนสินค้าและบริการอย่างสร้างสรรค์ จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน
5. สร้างต้นแบบเพื่อจำลองพิธีฌาปนกิจและบันทึกภาพ เพื่อ ประเมินความพึงพอใจโดยการจัดการสนทนาในกลุ่มย่อย(โฟกัส กรุ๊ป)
6. นำผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์และสรุปผลเป็นข้อมูลเพื่อนำเสนอในงานวิจัยต่อไป

### นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในงานฌาปนกิจของพุทธศาสนิกชนซึ่งประกอบไปด้วย หีบศพ ,เตียงรดน้ำศพ, ขาดั่งรูป, โต๊ะหมู่บูชา,

พิธีกรรมฌาปนกิจ หมายถึง การจัดการงานศพภายในวัดในกรุงเทพมหานคร

ประเมินความพึงพอใจ หมายถึง ประเมินความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในงานฌาปนกิจที่ออกแบบใหม่

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การนำแนวคิดในการเพิ่มมูลค่าสินค้ามาใช้โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ การผสมผสานขององค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมหรือคิดขึ้นมาใหม่ จากระบบ/วัสดุ ที่มีอยู่แล้วมาใช้ในการออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์

ผู้เชี่ยวชาญด้านพิธีกรรมทางศาสนา หมายถึง ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับงานฌาปนกิจ

### ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากพุทธศาสนิกชน พบว่าองค์ประกอบที่ส่งผลให้เกิดบรรยากาศในความเป็นงานฌาปนกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก จากค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ( $\bar{X}$ =3.68) และเมื่อพิจารณาโดยแยกเป็นส่วนย่อยดังต่อไปนี้ พบว่าเสียงบทสวดส่งผลกระทบต่อบรรยากาศในงานฌาปนกิจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ = 4.31) รองลงมาได้แก่รูปภาพของผู้วายชนม์อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ = 4.09) และผ้ามาลัยส่งผลกระทบต่อบรรยากาศในงานฌาปนกิจต่ำที่สุด( $\bar{X}$ = 3.05) องค์ประกอบองค์ประกอบของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในพิธีฌาปนกิจในรูปแบบเดิมที่ส่งผลให้เกิดความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง จากค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ( $\bar{X}$  =3.41) และเมื่อพิจารณาโดยแยกเป็นส่วนย่อยดังต่อไปนี้ พบว่า สีผ้าเป็นสีที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ในงานฌาปนกิจที่ส่งผลกระทบต่อบรรยากาศในงานฌาปนกิจมากที่สุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ = 4.41) รองลงมาคือสีขาวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ = 4.19) และสีแดงส่งผลน้อยที่สุดอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}$ = 2.23) ด้านลวดลายประดับผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลมากที่สุดคือลายเทพนมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ = 4.08) รองลงมาคือลายลูกฟูกก้ามปูอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ = 3.69) ซึ่งใกล้เคียงกันกับลายประจำยาม ( $\bar{X}$ = 3.68) และลวดลายอื่นๆอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ = 3.1)ด้านวัสดุในการทำผลิตภัณฑ์ ไม่อัดส่งผลกระทบต่อความรู้สึกมากที่สุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ = 3.85) รองลงมาคือไม่อัดปิดทับด้วยวัสดุปิดผิว ( $\bar{X}$ = 3.44) และน้อยที่สุดคือการใช้กระดาษตกแต่งอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ = 2.74) ด้านโครงสร้างของหีบศพมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับใกล้เคียงกันการใส่ผ้าครอบด้านบนส่งผลกระทบต่อความรู้สึกมากที่สุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ = 3.63) รองลงมาคือการใส่ฐานรองด้านล่าง



( $\bar{x}$  = 3.58) และน้อยที่สุดคือการแกะสลักไม้เพิ่มเติมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x}$  = 3.45)

ภาพลักษณ์ในงานสถาปัตยกรรมที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$  = 3.76) ฝ้าม่านมีความเหมาะสมมากที่สุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$  = 4.01) รองลงมาคือหีบศพและที่ตั้งพวงหรีดอยู่ในระดับมากเท่ากัน ( $\bar{x}$  = 3.81) ส่วนองค์ประกอบที่น้อยที่สุดที่สามารถปรับเปลี่ยนได้คือเตียงบพวดอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x}$  = 3.11)

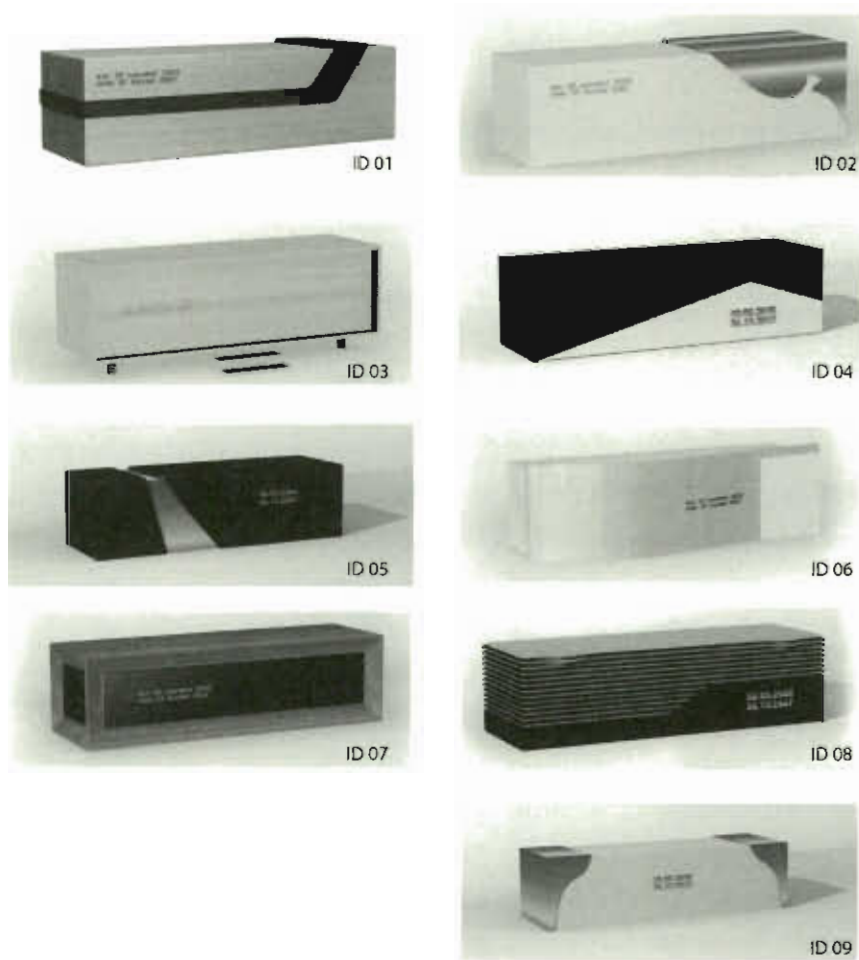
ด้านจุดประสงค์ในการจัดงานสถาปัตยกรรมตามความเห็นของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือเพื่ออุทิศส่วนบุญส่วนกุศลให้กับผู้วายชนม์และเพื่อไว้อาลัยผู้วายชนม์อยู่ในระดับมากเท่ากัน ( $\bar{x}$  = 4.42) รองลงมาคือเพื่อญาติได้ร่วมกันทำบุญอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$  = 4.24) จุดประสงค์ที่น้อยที่สุดคือเพื่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x}$  = 2.93)

ด้านรูปแบบงานสถาปัตยกรรมที่ควรปรับปรุงคือสามารถทำให้ผู้ร่วมงานกระทำตามขั้นตอนได้อย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$  = 4.18) รองลงมาคือสามารถทำให้ผู้ร่วมงานอยู่ร่วมงานจนจบพิธี ( $\bar{x}$  = 4.13) น้อยที่สุดคือให้ผู้ร่วมงานไม่เกิดความรู้สึกกลัวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$  = 3.96)

ด้านการเปลี่ยนแปลงไปสู่รูปแบบใหม่เห็นด้วยมากที่สุดคือการปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ในงานสถาปัตยกรรมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$  = 4.06) รองลงมาคือการใช้เทคโนโลยีในปัจจุบันมาใช้ให้เกิดความน่าสนใจภายในงาน ( $\bar{x}$  = 3.65) และเห็นด้วยน้อยที่สุดคือการฉายวิดีโอทัศน์ ( $\bar{x}$  = 3.29)

ด้านความเหมาะสมต่อการเป็นผู้นำในการปรับเปลี่ยนรูปแบบในงานสถาปัตยกรรม เห็นด้วยมากที่สุดคือทางวัดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$  = 4.32) รองลงมาคือ ญาติของผู้วายชนม์อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$  = 4.23) และน้อยที่สุดคือร้านค้าที่จัดจำหน่ายหีบศพอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x}$  = 3.34) และในส่วนขององค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเดิมที่ส่งผลต่อความรู้สึกน่ากลัวมากที่สุด คือ สีดำ ลายเทพพนม และการใช้ไม้อัด

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบร่างเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบในผลิตภัณฑ์ทั้งหมด จำนวนทั้งสิ้น 9 แบบร่าง เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านได้ประเมินการออกแบบในความเหมาะสมเพื่อที่จะคัดเลือกแบบที่เหมาะสมที่จะนำไปพัฒนาต่อให้ครบองค์ประกอบโดยมีแบบร่างตามภาพที่ 1.2



ภาพที่ 2 แสดงภาพของแบบร่างจำนวน 9 แบบ  
จำลองภาพเสมือนจริงโดยผู้วิจัย ฉันทพร นิลกำแหง 30/5/2556

ในการออกแบบร่างนั้นได้คำนึงถึงความร่วมสมัยและให้มีความหมายในการตกแต่งหีบ  
ศพออยู่ด้วยรวมไปถึงการลดต้นทุนในการจัดจำหน่ายซึ่งสามารถใช้ร่วมกับหีบเปล่าราคาถูกได้ ส่วน  
การใช้สีดำสำหรับแบบร่างที่ 4 และ 5 นั้น นำมาใช้เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินอีกครั้งหลังจากที่ได้  
เห็นถึงกาฉนั้ไปตกแต่งหลังจากออกแบบร่างเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินผลคะแนนที่ได้ตามการ  
วิเคราะห์หีบดังต่อไปนี้



ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการตรวจประเมินแบบร่าง IDEA SKETCH

รายการการประเมิน (IDEA SKETCH)	$\bar{X}$ (N=5)								
	แบบ ที่ 1	แบบ ที่ 2	แบบ ที่ 3	แบบ ที่ 4	แบบ ที่ 5	แบบ ที่ 6	แบบ ที่ 7	แบบ ที่ 8	แบบ ที่ 9
<b>1. วิธีคิดแบบนอกรอบ และ ไม่ยึดติดรูปแบบเดิม</b>									
1.1 การออกแบบไม่ยึดติดกับ ภาพลักษณ์เดิมของผลิตภัณฑ์ใน พิธีฉาบปูนกิจ	3.3	3.8	3.8	3.8	4	3.8	4.2	3.7	4.2
1.2 การตกแต่งสัมพันธ์ต่อ ภาพลักษณ์ของงานฉาบปูนกิจ	3.2	4.2	3.3	3.5	3	2.8	4	2.7	4
1.3 วัสดุที่ใช้มีความสอดคล้องกับ การถ่ายทอดแนวคิดทางประเพณี ของผลิตภัณฑ์ในงานฉาบปูนกิจ	3.3	4	3.5	3.5	3.5	3	3.8	2.8	4.3
1.4 โครงสร้างสัมพันธ์กับการใช้ งาน	4	3.8	3.2	3.8	3.5	3	4	3.5	4
1.5 มีประโยชน์ใช้สอยเพิ่มมากขึ้น	3.3	3.7	3.5	3.8	3.3	3.2	3.7	3.3	4
1.6 ไม่มีความรู้สึกน่ากลัว	4.7	4	3.7	3.5	3.7	3.7	3.7	4.2	4.3
1.7 สมควรนำเป็นต้นแบบในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง	3.5	3.8	2.8	3.7	3.3	2.7	4.2	3	4.5
<b>2. การผสมผสาน ศิลปะ วัฒนธรรม และ ประวัติศาสตร์</b>									
2.1 สอดแทรกแนวคิดชีวิตหลัง ความตาย	3.5	3.8	3.33	3.7	3.2	2.8	4	3.3	3.8
2.2 ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความ สอดคล้องกับความเชื่อในพิธี ฉาบปูนกิจทางพุทธศาสนา	3.5	3.8	3.2	3	3	2.8	3.7	3.2	3.8

3 การนำเทคโนโลยีมา สนับสนุน สินค้าและการ บริการตามแนวทางเศรษฐกิจ สร้างสรรค์									
3.1 สามารถลดต้นทุนการผลิตได้	4	4	3.5	3.5	3.2	2.8	3.3	3	4.2
3.2 ช่วยให้ขนย้ายและจัดเก็บได้ สะดวกขึ้น	4	4	3.7	3.7	3.5	2.8	3.5	3.3	3.8
รวม	3.67	3.91	3.41	3.59	3.38	3.05	3.82	3.27	4.09

จากผลคะแนนข้างต้นผู้วิจัยได้นำแบบร่างที่ได้คะแนนมากที่สุด 3 แบบแรกได้แก่แบบร่างที่ 2,7 และ 9 มาออกแบบในส่วนขององค์ประกอบเพิ่มเติมดังปรากฏตามภาพที่ 3,4,5



ภาพที่ 3 ภาพแสดงแบบร่างชุดที่ 1

จำลองภาพเสมือนจริงโดยผู้วิจัย ฉันทพร นิงกำแหง 8/8/2556

แนวคิด : ต้องการนำเอกลักษณ์ของไทยตามความคุ้นเคยของพุทธศาสนิกชนมาใช้ ในการออกแบบจึงได้นำลายไทยมาตัดทอนและขยายสัดส่วนให้เหมาะสมกับหีบศพโดยให้เห็นลวดลายได้ชัดเจน สีที่ใช้เป็นสีทองให้สื่อถึงความมีคุณค่าประกอบกับสีของหีบศพที่ใช้เป็นขาวนวลเพื่อช่วยลดความกระด้าง



ภาพที่ 4 ภาพแสดงแบบร่างชุดที่ 2

จำลองภาพเสมือนจริงโดยผู้วิจัย ฉันทพร นิลกำแหง 8/8/2556

แนวคิด : เป็นการนำความอ่อนช้อยของลายไทยบางส่วนมาใช้ เป็นกรอบปิดทั้งสองด้านเพื่อหลอกลอกตาในรูปทรงสี่เหลี่ยมของหีบศพ สีทองที่นำมาใช้ร่วมกับสีขาวนวลเพื่อให้รู้สึกนุ่มนวลและหรูหรา โดยในส่วนกรอบปิดหัวท้ายที่เป็นสีทองจะเป็นโลหะสามารถนำไปครอบกับหีบศพอื่นๆในขนาดที่เท่ากันได้



ภาพที่ 5 ภาพแสดงแบบร่างชุดที่ 3

จำลองภาพเสมือนจริงโดยผู้วิจัย ฉันทพร นิลกำแหง 8/8/2556

แนวคิด : ประยุกต์เอาเอกลักษณ์บางส่วนของสถาปัตยกรรมไทยมาไว้ในหีบศพ โดยตัดทอนให้เหลือรายละเอียดน้อยที่สุดเท่าที่จะยังมองเห็นได้ถึงความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมไทยอยู่

จากการออกแบบร่างพร้อมองค์ประกอบโดยรวมทั้งสิ้นจำนวน3แบบได้มีการประเมินโดยผู้  
เชี่ยวชาญเพื่อคัดเลือกแบบที่เหมาะสมที่สุดเพื่อสร้างเป็นต้นแบบโดยมีผลคะแนนรวมแต่ละชุดดัง  
ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการตรวจประเมินแบบร่าง  
Sketch Design

รายการการประเมิน (SKETCH DESIGN)	รูปแบบที่ 1(N=5)		รูปแบบที่ 2(N=5)		รูปแบบที่ 3(N=5)	
	$\bar{X}$	ระดับ ความ เหมาะสม	$\bar{X}$	ระดับความ เหมาะสม	$\bar{X}$	ระดับความ เหมาะสม
<b>1. วิถีคิดแบบนอกรอบ และไม่ยึดติด รูปแบบเดิม</b>						
1.1 การออกแบบไม่ยึดติดกับภาพลักษณ์ เดิมของผลิตภัณฑ์ในพิธีมาปณิก	4.2	มาก	4.4	มาก	4	มาก
1.2 การตกแต่งสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ ของงานมาปณิก	4	มาก	4.2	มาก	4.4	มาก
1.3 วัสดุที่ใช้มีความสอดคล้องกับการ ถ่ายทอดแนวคิดทางประเพณีของ ผลิตภัณฑ์ในงานมาปณิก	4.4	มาก	3.6	มาก	4.6	มาก
1.4 โครงสร้างสัมพันธ์กับการใช้งาน	4.6	มากที่สุด	4.2	มาก	4	มาก
1.5 มีประโยชน์ใช้สอยเพิ่มมากขึ้น	4	มาก	4	มาก	4.4	มาก
1.6 ไม่มีความรู้สึกน่ากลัว	4.6	มากที่สุด	4.4	มาก	3.6	มาก
1.7 สมควรนำเป็นต้นแบบในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง	3.8	มาก	3.6	มาก	4	มาก
<b>2. การผสมผสาน ศิลปะ วัฒนธรรม และ ประวัติศาสตร์</b>						
2.1 สอดแทรกแนวคิดชีวิตหลังความตาย	4	มาก	3.8	มาก	4	มาก
2.2 ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความ สอดคล้องกับความเชื่อในพิธีมาปณิก ทางพุทธศาสนา	3.8	มาก	4.4	มาก	4	มาก

3. การนำเทคโนโลยีมาสนับสนุน สินค้าและบริการตามแนวทาง เศรษฐกิจสร้างสรรค์	4.6	มากที่สุด	4	มาก	3	ปานกลาง
3.1 สามารถลดต้นทุนการผลิตได้	3.8	มาก	3.4	ปานกลาง	3.4	ปานกลาง
3.2 ช่วยให้ขนย้ายและจัดเก็บได้สะดวก ขึ้น						
<b>รวม</b>	<b>4.16</b>	<b>มาก</b>	<b>4</b>	<b>มาก</b>	<b>3.95</b>	<b>มาก</b>

จากการศึกษาถึงความต้องการของพุทธศาสนิกชนที่มาร่วมพิธีฌาปนกิจ วัดด่านพระราชม  
สาม และข้อสรุปในการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญ ผลการประเมินสำหรับความเหมาะสมต่อการนำ  
ไปผลิตเป็นต้นแบบลำดับคะแนนรวมมีดังต่อไปนี้ แบบที่ 1 ระดับคะแนนอยู่ที่ 4.16 มีความเหมาะสม  
สมมาก แบบที่ 2 ระดับคะแนนอยู่ที่ 4 มีความเหมาะสมมาก และแบบที่ 3 ระดับคะแนนอยู่ที่ 3.95  
มีความเหมาะสมมาก จากทั้ง 3 แบบนั้นมีความเหมาะสมมากเช่นเดียวกัน ดังนั้นจากผลคะแนน  
ตัวเลขรวมที่มากที่สุดอยู่ที่แบบร่างชุดที่ 1 มีคะแนนรวมมากที่สุด โดยมีจุดเด่นที่สามารถนำไป  
ใช้ได้กับหีบเปล่าราคาต่ำที่สุดเนื่องจากการตกแต่งเป็นแบบฝาครอบแบบตัดทอนมาจากลายไทย  
และง่ายต่อการจัดเก็บ และโหนดที่ใช้เป็นสีทาบกับสีทองเป็นหลักทำให้ไม่มีความรู้สึกของความรู้สึก  
น่ากลัว แต่ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของพุทธศาสนพิธี ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวความคิดที่นำมาใช้ใน  
การวิจัยได้อย่างเหมาะสม

#### สรุปผลการวิจัย

ผลสรุปที่ได้จากการศึกษาข้อมูลและความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ในความเป็นพิธี  
ฌาปนกิจรูปแบบเดิมและที่มีต่อความเหมาะสมในการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบด้านต่างๆในพิธี  
ฌาปนกิจ พบว่าองค์ประกอบที่ส่งผลให้เกิดบรรยากาศในงานฌาปนกิจโดยเมื่อพิจารณาโดยแยก  
เป็นส่วนย่อยดังต่อไปนี้ พบว่าสีด้าเป็นสีที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ในงานฌาปนกิจที่ส่งผลกระทบต่อบรรยากาศใน  
งานฌาปนกิจมากที่สุด ทางด้านของลดลวดลายประดับผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลมากที่สุดคือลายเทพนม ทาง  
ด้านวัสดุในการผลิตผลิตภัณฑ์ ไม่อัดส่งผลต่อความรู้สึกมากที่สุด ทางด้านโครงสร้างของหีบศพมี  
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับใกล้เคียงกันการใส่ฝาครอบด้านบนส่งผลต่อความรู้สึกมากที่สุด

ภาพลักษณ์ในงานฌาปนกิจที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ ผ่านมีความเหมาะสมมากที่สุด  
หีบศพ และที่ตั้งพวงหรีดอยู่ในระดับมากเท่ากัน ด้านของจุดประสงค์ในการจัดงานฌาปนกิจตาม  
ความเห็นมากที่สุดคือเพื่ออุทิศส่วนบุญส่วนกุศลให้กับผู้วายชนม์และเพื่อให้ญาติผู้วายชนม์อยู่ใน  
ระดับมากเท่ากัน ในด้านรูปแบบงานฌาปนกิจที่ควรปรับปรุง คือสามารถทำให้ผู้ร่วมงานกระทำ  
ตามขั้นตอนได้อย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ผู้ร่วมงานไม่เกิดความรู้สึกกลัวอยู่ในระดับมาก

ด้านการเปลี่ยนแปลงไปสู่รูปแบบใหม่เห็นด้วยมากที่สุดคือการปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ในงานฉาบปูนกิจอยู่ในระดับมาก ด้านผู้นำในการปรับปรุงแบบในงานฉาบปูนกิจเห็นด้วยมากที่สุดคือวัด หลังจากรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยจึงได้ทำการออกแบบร่างหีบศพ (IDEA SKETCH) จำนวน 9 แบบเพื่อกำหนดทิศทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์อื่นต่อไปเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนะความคิดเห็นถึงความเหมาะสมเพื่อคัดเลือกแบบที่ดีที่สุดจำนวน 3 แบบ และ 1 แบบตามลำดับ โดยผลการประเมิน 3 แบบแรกที่ได้คะแนนสูงสุดตามลำดับได้แก่แบบที่ 9 มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.09$ ) แบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$ ) และแบบที่ 7 มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.82$ ) มีความเหมาะสมที่จะนำไปออกแบบ (SKETCH DESIGN) ในส่วนขององค์ประกอบอื่นต่อไป โดยองค์ประกอบดังกล่าวประกอบไปด้วย ชุดโต๊ะหมู่บูชา หีบศพ ฐานรองหีบศพ ขาดังรูป/พวงหรีด ขาดังหีบศพ เตียงรดน้ำศพ กระถางรูป เจียงเขียนและ แจกันดอกไม้ ซึ่งได้ผ่านการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และมีค่าคะแนนดังต่อไปนี้ แบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.16, S.D. = 0.774$ ) แบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4, S.D. = 0.765$ ) และ แบบที่ 3 มี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95, S.D. = 1.037$ ) จากผลคะแนนดังกล่าวแบบที่ 1 เหมาะสมที่จะนำไปผลิตจริงมากที่สุด

ผลสรุปที่ได้จากการจัดการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ความน่ากลัวลดน้อยลงไปมากถ้าเทียบกับผลิตภัณฑ์ของเดิม การนำลายไทยมาตัดทอนให้รู้สึกยังมีเอกลักษณ์ความเป็นไทย แต่ไม่เยอะเกินไปจนดูรกแล้ว ในส่วนของหีบศพก็ไม่ต้องสำรองหีบศพในแบบต่างๆ หากเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่จะสำรองไว้เฉพาะที่ครอบตกแต่งหีบศพไม่สิ้นเปลืองพื้นที่ในการจัดเก็บ ส่วนเตียงรดน้ำศพช่วยให้ผู้สูงอายุไม่ต้องก้มเหมือนกับเตียงรดน้ำศพแบบเดิมการใช้งานไม่ยุ่งยากเพราะการใช้งานผลิตภัณฑ์ใหม่วางตำแหน่งตามผลิตภัณฑ์เดิม ซึ่งเป็นไปตามลำดับขั้นตอนของพิธีกรรมอยู่แล้ว และการใช้งานส่วนครอบหีบศพก็ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน ทางด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์สามารถเปลี่ยนอารมณ์คนได้ชั่วขณะ แปลกตา ในอนาคตเมื่อผลิตภัณฑ์ใหม่นำไปใช้บ่อยครั้งก็จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เห็นจนชินตาจะต้องพัฒนาแบบให้ดูใหม่อยู่เรื่อยๆ แต่ไม่ต้องกลัวว่าผู้บริโภคจะไม่ยอมรับเพราะการจัดวางยังเป็นไปตามลักษณะเดิมและยังดูหรูหราขึ้นในราคาที่ถูกลง คนรุ่นใหม่ชอบในความเรียบหรู ดูดี ราคาถูก แต่อาจใช้เวลาเพื่อให้ผู้บริโภคที่มีสิทธิ์เลือกยอมรับ อาจจะต้องมีการทำสื่อนำเสนอถึงการเปลี่ยนแปลงก่อนโดยให้ทางวัดหรือทางตัวแทนจำหน่ายเป็นผู้ช่วยให้เพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค สามารถผลิตได้ง่ายกว่าของเดิมมาก และสามารถช่วยให้ลดต้นทุนในการผลิตไปได้มาก ไม่ขัดต่อความเชื่อในพุทธศาสนาในยุคปัจจุบันเนื่องจากรูปทรงและขั้นตอนการใช้งานอ้างอิงจากของเดิม ส่วนสำหรับการเปลี่ยนแปลงในส่วนของการออกแบบนั้นก็ไม่ขัดต่อความเชื่อแต่อย่างใดเนื่องจากยังมีการนำลวดลายไทยตัดทอนมาใช้ แต่ต้องใช้การนำเสนอและใช้เวลาในการแนะนำสิ่งใหม่ให้แก่พุทธศาสนิกชนในปัจจุบันต่อไป



## อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสามารถอภิปรายผลได้ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ในงานสถาปนากิจนั้นสามารถทำได้โดยที่ควรคำนึงถึงขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมที่มีมาแต่เดิม ลดความน่ากลัวลงให้เหลือไว้เพียงความอาลัย แต่ยังคงไว้ด้วยการให้เกียรติเนื่องด้วยพิธีกรรมในงานศพขาดการปรับปรุงรูปแบบอย่างเหมาะสม (พระมหาพีเดช วิฑิตโต, 2554)

โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบร่างของหีบศพจำนวน 9 แบบร่าง โดยส่วนสำคัญของการออกแบบพยายามนำลายไทยมาใช้สร้างสรรคเพื่อให้เกิดไว้ซึ่งศิลปะและวัฒนธรรมของพุทธศาสนิกชนไว้ โดยสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ วรากร สามโกเศศ(2553) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินถึงความเหมาะสมต่อการนำไปพัฒนาต่อ โดยแบบที่ได้นำไปพัฒนาต่อเป็นแบบที่ 2,7 และแบบที่ 9 หลังจากนั้นได้นำแบบร่างหีบศพทั้ง 3 แบบมาออกแบบในส่วนขององค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกันเพิ่มเติม และนำมาประเมินอีกครั้งโดยผู้เชี่ยวชาญ ผลจากแบบประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ อภิปรายได้ว่า แบบที่ 1 เหมาะสมต่อการนำไปผลิตเป็นต้นแบบมากที่สุด มีความชัดเจนทางการออกแบบในเรื่องของการนำลายไทยมาใช้ตัดทอน และสอดคล้องกับแนวคิดทางการออกแบบของมนตรี ยอดบางเตย (72-73:2538) ในด้านของหน้าที่ใช้สอย ความแข็งแรงของโครงสร้าง ความสะดวกสบายในการใช้ความสวยงามน่าใช้และราคาพอสมควร ส่วนแนวคิดในด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์สอดคล้องกับแนวคิดของ เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา (2553) ผู้บริโภคต้องการแสวงหาความแปลกใหม่และหลากหลายจากตัวสินค้า ภายใต้การสร้างสรรคงานที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม

ความพึงพอใจในการจัดสนทนากลุ่มย่อย (focus group) อภิปรายได้ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ในพิธีฌาปนกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความแปลกใหม่น่าสนใจและสวยงามสอดคล้องตามแนวคิดของ ชัชพรพล เพ็ญโฉม (2553) ที่ต้องการให้มีความสร้างสรรค์แห่งวาระสุดท้าย และแนวคิดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแนวคิดของ วรากรณ์ สามโกเศศ(2553) โดยมีวิธีคิดนอกกรอบไม่ยึดติดรูปแบบเดิม การผสมผสานศิลปะ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์การนำเทคโนโลยีมาสนับสนุน สินค้าและบริการอย่างสร้างสรรค์ โดยมีกรอบแบบที่นำลายไทยมาใช้ตัดทอนและ จัดวางให้เกิดความรู้สึกน่าสนใจและยังอิงกับการใช้งานในลักษณะเดิม การใช้งานไม่ยุ่งยาก การนำเทคโนโลยีมาใช้ในส่วนของงานตกแต่งด้วยลายเซนต์จากกรึงเลเซอร์เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดของ ลีเป้ หว่า (2553) การออกแบบโลงศพที่สะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์ตัวตนของคนนั้น

### ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. การนำไปใช้ควรให้ทางญาติของผู้วายชนม์ได้เลือกและเห็นภาพจำลองก่อน
2. การผลิตในจำนวนมากหากเปลี่ยนวัสดุเป็นโลหะทั้งหมดที่เป็นสีทองจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น
3. ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบจะสมบูรณ์ยิ่งขึ้นเมื่อนำไปใช้กับตัวอักษรในรูปแบบที่ร่วมสมัยในสื่อลักษณะอื่นๆ

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เปลี่ยนการประเมินความพึงพอใจจากการจัดการสันทนากลุ่มย่อยเป็นประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภคโดยตรง

### เอกสารอ้างอิง

#### หนังสือ

ประพนธ์ นทีประสิทธิพร.( 2546), ธุรกิจการจัดงานศพของวัดในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พระมหาพิรเดช สุตเตโช (กิตติเจริญพรงาม).( 2545), การพึงสวดพระอภิธรรมในพิธีงานศพ: ศึกษาเฉพาะกรณีงานศพในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.

เศรษฐมันธ์ กาญจนกุล. (2554), ศิลปะอลังการงานศพไทย. กรุงเทพฯ : เศรษฐศิลป์.

ผศ. ปราณี วงษ์เทศ. (2534), พิธีกรรมเกี่ยวกับการตายในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งกรุ๊ป.

ธีรานันท์.(2543), การตายและพิธีการทำบุญศพ. กรุงเทพฯ : ดวงแก้ว .

ผศ. ชนิษฐา จิตชินะกุล. (2545), คติชนวิทยา. กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

มนตรี ยอดบางเตย. (2538), ออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

สมชาย พรหมสุวรรณ.( 2548) , หลักการทัศนศิลป์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ชัชพรพล เพ็ญโฉม. ฝากไว้เป็นภาพสุดท้ายกับ “หลากหลายดีไซน์บนโลกศฟ”. (2553),

เข้าถึงได้จาก : <http://article.tcdcconnect.com/ideas/> ฝากไว้เป็นภาพสุดท้ายกับ  
( วันที่สืบค้น 12 พฤษภาคม 2554 )

คมชัดลึก. สิงคโปร์เปิดตัวโลกศฟพระราชสาส์นอัตลักษณ์-ความฝันของคนตาย. (2553),

เข้าถึงได้จาก : <http://www.komchadluek.net/detail/20100929/74737/> สิงคโปร์เปิดตัว  
โลกศฟพระราชสาส์นอัตลักษณ์ความฝันของคนตาย.html  
( วันที่สืบค้น 18 พฤษภาคม 2554 )

วารกรณ์ สามโกเศศ. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เอกสารประกอบการบรรยาย  
เศรษฐกิจ

สร้างสรรค์จันทบุรี. (2553), เข้าถึงได้จาก[http://www.chanthaburi.buu.ac.th/~gems/news/doc  
uments/km/Creative\\_Economy.pdf](http://www.chanthaburi.buu.ac.th/~gems/news/documents/km/Creative_Economy.pdf)(วันที่สืบค้น 4 พฤษภาคม 2554 )

อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ “Thailand's Creative Economy”. (2553), เข้าถึง  
ได้จาก : <http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php/> เศรษฐกิจสร้างสรรค์  
(วันที่สืบค้น 15 พฤษภาคม 2557)

