

# การออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในพิธีฌาปนกิจของพุทธศาสนิกชนตามแนวทางแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กรณีศึกษา : วัดदान พระรามสาม

ฉันทพร นิลกำแหง<sup>1</sup> อภิสักก์ สิ้นธุภัก<sup>2</sup> และอุดมศักดิ์ สาริบุตร<sup>3</sup>

## DESIGN IDENTITY THROUGH CREATIVE ECONOMY FOR BUDDHIST FUNERAL CEREMONIES

### SERVICES : CASE STUDY OF WAT DAAN RAMA III

Chanpachara Nilkamhaeng<sup>1</sup> Apisak Sindhuphak<sup>2</sup> and Udomsak Saributr<sup>3</sup>

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

<sup>2 3</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์<sup>3</sup> รองศาสตราจารย์ ประจำสาขาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

<sup>1</sup> Graduate Students, Department of industrial Product Design, Faculty of Industrial Education, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok.

<sup>2</sup> Asst. Prof. Chairperson, <sup>3</sup> Asst. Prof. Chairperson Department of Architectural Education and Design Faculty of Industrial Education King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok.

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อในพิธีกรรมฌาปนกิจและวิธีการออกแบบตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อนำมาออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในพิธีฌาปนกิจของพุทธศาสนิกชน มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยไว้ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อในพิธีกรรมฌาปนกิจและวิธีการออกแบบตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับงานฌาปนกิจในพุทธศาสนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยการจัดการสนทนาแบบกลุ่ม ผลจากการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในพิธีฌาปนกิจที่มีความเหมาะสมในการนำมาออกแบบประกอบไปด้วย 1) ทิเบต 2) ฐานวางทิเบต 3) โต๊ะหมู่บูชา 4) เติงรตน้ำศพ 5) ขาตั้งรูป 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) ในส่วนขององค์ประกอบอื่นหลังจากนั้น ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) 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 โดยมีจุดเด่นที่สามารถนำไปใช้ได้กับหีบเปลาราคาต่ำที่สุดเนื่องจากการตกแต่งเป็นแบบฝารอบแบบตัดทอนมาจากลายไทย 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 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 ทำให้การจัดงาน ฌาปนกิจสามารถเอื้อประโยชน์ทางธุรกิจต่อทางผู้ที่ได้รับว่าจ้างให้จัดงานมากยิ่งขึ้น บางกลุ่มที่จัดงานฌาปนกิจเพื่อให้เหมาะสมกับ สถานะทางสังคมของผู้ตาย โดยมีทั้งทางภาคเอกชนและทางวัดเป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งรูปแบบของการตกแต่งอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในงาน ฌาปนกิจนั้น มีทั้ง ลวดลาย สี และ วัสดุ ที่แตกต่างกันนอกจากจะให้ความรู้สึกที่โศกเศร้าเสียใจ และหดหู่แล้วยังให้ความรู้สึกถึงความ น่ายกย่องที่ส่งผลในจำนวนความนิยมของผู้เข้าร่วมงานประเพณีอีกด้วย

ปัจจุบันในงานฌาปนกิจของบุคคลสำคัญของท้องถิ่นในทางภาคเหนือของประเทศไทยและของชาวไทยเชื้อสายมอญ ซึ่งจะมี การนำดอกไม้สดมาสร้างสีสันให้กับงานฌาปนกิจ การประดับตกแต่งด้วยลวดลายของเมรุจำลองหรือปราสาท รวมไปถึง ผลิตภัณฑ์ที่ ใช้ประกอบพิธีฌาปนกิจ โดยมีทั้งการนำลวดลายไทยเบื้องต้นมาใช้และลวดลายไทยขั้นสูงที่ใช้ในราชสำนัก ซึ่งลวดลายบางประเภท นั้น บุคคลทั่วไปไม่สามารถที่จะนำมาใช้ และส่วนสำคัญเกี่ยวกับความเชื่อตามคติโบราณว่าห้ามเผาภาพ เทพเทวดา และในการ ค้นคว้าเพิ่มเติมของรูปแบบของการออกแบบเกี่ยวกับงานฌาปนกิจพบว่ายังมีการประกวดแข่งขันการออกแบบโลงศพในเชิง สร้างสรรค์ รวมไปถึงการเพ้นท์ลายลงบนโลงศพ

ด้วยสถานะทางสังคมของคนในปัจจุบันและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่ได้เปลี่ยนแปลงจากเดิม วิธีแห่งความคิด ที่เปิดกว้างและหลากหลาย ทำให้สิ่งที่ตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่เกิดขึ้นมากมาย ซึ่งจากการค้นคว้าพบว่าการส่งออกของ สินค้าสร้างสรรค์ของไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้น อาคม เติมพิทยาไพสิฐ (2552) โดยที่แนวคิดแห่งการสร้างสรรค์นั้นคือแนวปฏิบัติที่ สร้าง หรือ เพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการได้โดยไม่ต้องใช้ทรัพยากรมากนัก แต่ใช้ความคิด สติปัญญา และความสร้างสรรค์ให้มาก ขึ้นเท่านั้น วรากรณ์ สามโกเศศ (2553) วัดในสมัยนี้ยังได้รับอิทธิพลของการออกแบบให้ต่างออกไปจากเดิม อาทิเช่น วัดป่ามณีนิมา วาส บ้านดงเมือง ต.ลำพาน อ.เมือง จ.กาฬสินธุ์ ซึ่งเป็นวัดที่ออกแบบโดย รศ.ดร. ภิญโญ สุวรรณคีรี ซึ่งมีการออกแบบได้อย่างเรียบง่ายด้วยการตัดทอนลวดลายไทยออกไป แต่ยังคงไว้ซึ่งความรู้สึกสงบ เรียบง่าย



ภาพ 1 อุโบสถวัดป่ามณีนิมาวาส ต.ลำพาน อ.เมือง จ.กาฬสินธุ์  
ที่มา : ถ่ายโดยผู้วิจัย 2554

จากข้อมูลเบื้องต้นดังกล่าวผู้วิจัยพบว่าการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ คือ อาคม เดิมพิทยาไพสิฐ (2552) การนำเอาแนวคิดการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์ผลงาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ โดยการใช้จะนำมาใช้ในงานสถาปัตยกรรมนั้นยังขาดการศึกษาถึงความต้องการของประชาชนทั่วไป และเครื่องใช้จำเป็นในงานสถาปัตยกรรมนั้นยังเต็มไปด้วยความเชื่อเดิมทั้งในรูปแบบของพิธีกรรม และรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ ซึ่งหากนำแนวคิดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในการออกแบบในครั้งนี้ได้ และสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนทั่วไปได้โดยไม่ขัดต่อความเชื่อเดิม ก็จะสามารถนำวิธีการในการดำเนินงานวิจัยไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์อื่นได้เป็นอย่างดี

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อในพิธีกรรมสถาปัตยกรรมและวิธีการออกแบบตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในงานสถาปัตยกรรมในพุทธศาสนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยการจัดการสนทนากลุ่ม

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาภาพลักษณ์ของพิธีสถาปัตยกรรมตามแนวทางพุทธศาสนาจากการสังเกตในวัดด้าน พระรามสาม และร้านค้าที่จำหน่ายหีบศพ รวมไปถึงงานวิจัย บทความ ทั้งในประเทศและนอกประเทศที่เกี่ยวข้องกับงานสถาปัตยกรรม
2. สร้างแบบสอบถามโดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับความเห็นในพิธีสถาปัตยกรรมลักษณะเดิม และความคิดเห็นในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อหาข้อมูลเบื้องต้น จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ที่มางานสถาปัตยกรรมในวัดด้าน พระรามสาม
3. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมากำหนดทิศทางการออกแบบ โดยมีแบบร่างจำนวน 9 แบบร่างและนำแบบสอบถามไปประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยทำการออกแบบร่างเฉพาะหีบศพในเบื้องต้นเป็นลำดับแรก เพื่อนำไปปรับใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นองค์ประกอบในสถาปัตยกรรมตามลำดับต่อไป
4. นำแบบร่างที่ได้ลำดับคะแนนสูงสุด 3 ลำดับแรก นำมาออกแบบผลิตภัณฑ์องค์ประกอบให้เข้าชุดกันและนำไปประเมินโดยแบบสอบถามมีเนื้อหาที่ครอบคลุมกับกรอบแนวคิดดังนี้ วิธีคิดแบบนอกรอบ โดยไม่ยึดติดรูปแบบเดิม ด้วยการผสมผสานศิลปะ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ การนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนสินค้าและการบริการอย่างสร้างสรรค์ จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน
5. สร้างต้นแบบเพื่อจำลองพิธีสถาปัตยกรรมและบันทึกภาพ เพื่อ ประเมินความพึงพอใจโดยการจัดการสนทนากลุ่มย่อย (โฟกัส กรุ๊ป)
6. นำผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์และสรุปผลเป็นข้อมูลเพื่อนำเสนอในงานวิจัยต่อไป

### นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

**ผลิตภัณฑ์** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในงานสถาปัตยกรรมของพุทธศาสนิกชนซึ่งประกอบไปด้วย หีบศพ ,เตียงรดน้ำศพ, ขาตั้งรูป, โต๊ะหมู่บูชา,

**พิธีกรรมสถาปัตยกรรม** หมายถึง การจัดการงานศพภายในวัดในกรุงเทพมหานคร

**ประเมินความพึงพอใจ** หมายถึง ประเมินความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในงานฉาบปทกิจที่ออกแบบใหม่

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์** หมายถึง การนำแนวคิดในการเพิ่มมูลค่าสินค้ามาใช้โดยใช้ความคิด ความสร้างสรรค์ การผสมผสานขององค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมหรือคิดขึ้นมาใหม่ จากระบบ/วัสดุ ที่มีอยู่แล้วมาใช้ในการออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์

**ผู้เชี่ยวชาญด้านพิธีกรรมทางศาสนา** หมายถึง ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับงานฉาบปทกิจ

## ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากพุทธศาสนิกชน พบว่าองค์ประกอบที่ส่งผลให้เกิดบรรยากาศในความเป็นงานฉาบปทกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก จากค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ( $\bar{x} = 3.68$ ) และเมื่อพิจารณาโดยแยกเป็นส่วนย่อยดังต่อไปนี้ พบว่าเสียงบทสวดส่งผลต่อบรรยากาศในงานฉาบปทกิจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.31$ ) รองลงมาได้แก่รูปภาพของผู้ว่าชนมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.09$ ) และผ้า幔ส่งผลต่อบรรยากาศในงานฉาบปทกิจต่ำที่สุด ( $\bar{x} = 3.05$ ) องค์ประกอบองค์ประกอบของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในพิธีฉาบปทกิจในรูปแบบเดิมที่ส่งผลให้เกิดความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง จากค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ( $\bar{x} = 3.41$ ) และเมื่อพิจารณาโดยแยกเป็นส่วนย่อยดังต่อไปนี้ พบว่า

สีด้าเป็นสีที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ในงานฉาบปทกิจที่ส่งผลต่อบรรยากาศในงานฉาบปทกิจมากที่สุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.41$ ) รองลงมาคือสีขาวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.19$ ) และสีแดงส่งผลน้อยที่สุดอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.23$ )

ด้านลวดลายประดับผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลมากที่สุดคือลายเทพนมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.08$ ) รองลงมาคือลายลูกฟักก้ามปูอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.69$ ) ซึ่งใกล้เคียงกันกับลายประจายาม ( $\bar{x} = 3.68$ ) และลวดลายอื่นๆอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.1$ )

ด้านวัสดุในการทำผลิตภัณฑ์ ไม้อัดส่งผลต่อความรู้สึกมากที่สุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.85$ ) รองลงมาคือไม้อัดปิดทับด้วยวัสดุปิดผิว ( $\bar{x} = 3.44$ ) และน้อยที่สุดคือการใช้กระจกเงาตกแต่งอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.74$ )

ด้านโครงสร้างของหีบศพมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับใกล้เคียงกันการใส่ผาครอบด้านบนส่งผลต่อความรู้สึกมากที่สุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.63$ ) รองลงมาคือการใส่ฐานรองด้านล่าง ( $\bar{x} = 3.58$ ) และน้อยที่สุดคือการแกะสลักไม้เพิ่มเติมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.45$ )

ภาพลักษณ์ในงานฉาบปทกิจที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.76$ ) ผ้า幔มีความเหมาะสมมากที่สุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.01$ ) รองลงมาคือหีบศพและที่ตั้งพวงหรีดอยู่ในระดับมากเท่ากัน ( $\bar{x} = 3.81$ ) ส่วนองค์ประกอบที่น้อยที่สุดที่สามารถปรับเปลี่ยนได้คือเสียงบทสวดอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.11$ )

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

ด้านรูปแบบงานฉาบปทกิจที่ควรปรับปรุงคือสามารถทำให้ผู้ร่วมงานกระทำตามขั้นตอนได้อย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.18$ ) รองลงมาคือสามารถทำให้ผู้ร่วมงานอยู่ร่วมกันจนจบพิธี ( $\bar{x} = 4.13$ ) น้อยที่สุดคือให้ผู้ร่วมงานไม่เกิดความรู้สึกกลัวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.96$ )

ด้านการเปลี่ยนแปลงไปสู่รูปแบบใหม่เห็นด้วยมากที่สุดคือการปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ในงานฉาบปูนจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.06$ ) รองลงมาคือการใช้เทคโนโลยีในปัจจุบันมาใช้ให้เกิดความน่าสนใจภายในงาน ( $\bar{x} = 3.65$ ) และเห็นด้วยน้อยที่สุดคือการฉายวีดิทัศน์ ( $\bar{x} = 3.29$ )

ด้านความเหมาะสมต่อการเป็นผู้นำในการปรับเปลี่ยนรูปแบบในงานฉาบปูนจอยู่เห็นด้วยมากที่สุดคือทางวัดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.32$ ) รองลงมาคือ ญาติของผู้ขายขนมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.23$ ) และน้อยที่สุดคือร้านค้าที่จัดจำหน่ายหีบศพอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.34$ ) และในส่วนขององค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเดิมที่ส่งผลต่อความรู้สึกน่ากลัวมากที่สุด คือ สีดำ ลายเทพพนม และการใช้ไม้อัด

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบร่างเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบในผลิตภัณฑ์ทั้งหมด จำนวนทั้งสิ้น 9 แบบร่าง เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านได้ประเมินการออกแบบในความเหมาะสมเพื่อที่จะคัดเลือกแบบที่เหมาะสมที่จะนำไปพัฒนาต่อให้ครบองค์ประกอบโดยมีแบบร่างตามภาพที่ 1.2



ภาพ 2 แสดงภาพของแบบร่างจำนวน 9 แบบ

จำลองภาพเสมือนจริง

ภาพโดย : ฉันทพร นิลกำแหง (บันทึกภาพ 30 พฤษภาคม 2556)

ในการออกแบบร่างนั้นได้คำนึงถึงความร่วมสมัยและให้มีความหมายในการตกแต่งหีบศพอยู่ด้วยรวมไปถึงการลดต้นทุนในการจัดจำหน่ายซึ่งสามารถใช้ร่วมกับหีบเปล่าราคาถูกได้ ส่วนการใช้สีดำสำหรับแบบร่างที่ 4 และ 5 นั้น นำมาใช้เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินอีกครั้งหลังจากที่ได้เห็นถึงการนำไปตกแต่งหลังจากออกแบบร่างเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินผลคะแนนที่ได้จากการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการตรวจประเมินแบบร่าง IDEA SKETCH

| รายการการประเมิน (IDEA SKETCH)                                                     | $\bar{x}$ (N=5) |              |              |              |              |              |              |              |              |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                                                                                    | แบบ<br>ที่ 1    | แบบ<br>ที่ 2 | แบบ<br>ที่ 3 | แบบ<br>ที่ 4 | แบบ<br>ที่ 5 | แบบ<br>ที่ 6 | แบบ<br>ที่ 7 | แบบ<br>ที่ 8 | แบบ<br>ที่ 9 |
| <b>1.วิธีคิดแบบนอกรอบ และไม่ยึดติดรูป</b>                                          |                 |              |              |              |              |              |              |              |              |
| <b>แบบเดิม</b>                                                                     |                 |              |              |              |              |              |              |              |              |
| 1.1 การออกแบบไม่ยึดติดกับภาพลักษณ์เดิมของผลิตภัณฑ์ในพิธีฌาปนกิจ                    | 3.30            | 3.80         | 3.80         | 3.80         | 4.00         | 3.80         | 4.20         | 3.70         | 4.20         |
| 1.2 การตกแต่งสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ของงานฌาปนกิจ                                     | 3.20            | 4.20         | 3.30         | 3.50         | 3.00         | 2.80         | 4.00         | 2.70         | 4.00         |
| 1.3 วัสดุที่ใช้มีความสอดคล้องกับการถ่ายทอดแนวคิดทางประเพณีของผลิตภัณฑ์ในงานฌาปนกิจ | 3.30            | 4.00         | 3.50         | 3.50         | 3.50         | 3.00         | 3.80         | 2.80         | 4.30         |
| 1.4 โครงสร้างสัมพันธ์กับการใช้งาน                                                  | 4.00            | 3.80         | 3.20         | 3.80         | 3.50         | 3.00         | 4.00         | 3.50         | 4.00         |
| 1.5 มีประโยชน์ใช้สอยเพิ่มมากขึ้น                                                   | 3.30            | 3.70         | 3.50         | 3.80         | 3.30         | 3.20         | 3.70         | 3.30         | 4.00         |
| 1.6 ไม่มีความรู้สึกน่ากลัว                                                         | 4.70            | 4.00         | 3.70         | 3.50         | 3.70         | 3.70         | 3.70         | 4.20         | 4.30         |
| 1.7 สมควรนำเป็นต้นแบบในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง                             | 3.50            | 3.80         | 2.80         | 3.70         | 3.30         | 2.70         | 4.20         | 3.00         | 4.50         |
| <b>2.การผสมผสาน ศิลปะ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์</b>                                |                 |              |              |              |              |              |              |              |              |
| 2.1 สอดแทรกแนวคิดชีวิตหลังความตาย                                                  | 3.50            | 3.80         | 3.33         | 3.70         | 3.20         | 2.80         | 4.00         | 3.30         | 3.80         |
| 2.2 ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความสอดคล้องกับความเชื่อในพิธีฌาปนกิจทางพุทธศาสนา          | 3.50            | 3.80         | 3.20         | 3.00         | 3.00         | 2.80         | 3.70         | 3.20         | 3.80         |
| <b>3.การนำเทคโนโลยีมาสนับสนุน สินค้าและการบริการตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์</b>    |                 |              |              |              |              |              |              |              |              |
| 3.1 สามารถลดต้นทุนการผลิตได้                                                       | 4.00            | 4.00         | 3.50         | 3.50         | 3.20         | 2.80         | 3.30         | 3.00         | 4.20         |
| 3.2 ช่วยให้ขนย้ายและจัดเก็บได้สะดวกขึ้น                                            | 4.00            | 4.00         | 3.70         | 3.70         | 3.50         | 2.80         | 3.50         | 3.30         | 3.80         |
| <b>รวม</b>                                                                         | <b>3.67</b>     | <b>3.91</b>  | <b>3.41</b>  | <b>3.59</b>  | <b>3.38</b>  | <b>3.05</b>  | <b>3.82</b>  | <b>3.27</b>  | <b>4.09</b>  |

จากผลคะแนนข้างต้นผู้วิจัยได้นำแบบร่างที่ได้คะแนนมากที่สุด 3 แบบแรกได้แก่แบบร่างที่ 2, 7 และ 9 มาออกแบบในส่วน  
ขององค์ประกอบเพิ่มเติมดังปรากฏตามภาพที่ 3, 4, 5



ภาพ 3 ภาพแสดงแบบร่างชุดที่ 1

จำลองภาพเสมือน

ภาพโดย : ฉันทพร นิลกำแหง (บันทึกภาพ 8 สิงหาคม 2556)

แนวคิด : ต้องการนำเอกลักษณ์ของลายไทยตามความคุ้นเคยของพุทธศาสนิกชนมาใช้ ในการออกแบบจึงได้นำลายไทยมา  
ตัดทอนและขยายสัดส่วนให้เหมาะสมกับหีบศพโดยให้เห็นลวดลายได้ชัดเจน สีที่ใช้เป็นสีทองให้สื่อถึงควมมีคุณค่าประกอบกับสีของ  
หีบศพที่ใช้เป็นขาวนวลเพื่อช่วยลดความกระด้าง



ภาพ 4 ภาพแสดงแบบร่างชุดที่ 2

จำลองภาพเสมือนจริง

ภาพโดย : ฉันทพร นิลกำแหง (บันทึกภาพ 8 สิงหาคม 2556)

แนวคิด : เป็นการนำความอ่อนช้อยของลายไทยบางส่วนมาใช้ เป็นกรอบปิดทั้งสองด้านเพื่อหลอกตาในรูปทรงสี่เหลี่ยมของ  
หีบศพ สีทองที่นำมาใช้ร่วมกับสีขาวนวลเพื่อให้รู้สึกนุ่มนวลและหรูหรา โดยในส่วนกรอบปิดหัวท้ายที่เป็นสีทองจะเป็นโลหะสามารถนา  
ไปครอบกับหีบศพอื่นๆในขนาดที่เท่ากันได้



ภาพ 5 ภาพแสดงแบบร่างชุดที่ 3

จำลองภาพเสมือนจริง

ภาพโดย : ฉันทพร นิลกำแหง (บันทึกภาพ 8 สิงหาคม 2556)

แนวคิด : ประยุกต์เอาเอกลักษณ์บางส่วนของสถาปัตยกรรมไทยมาไว้ในหีบศพ โดยตัดทอนให้เหลือรายละเอียดน้อยที่สุดเท่าที่จะยังมองเห็นได้ถึงความเป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมไทยอยู่

จากการออกแบบร่างพร้อมองค์ประกอบโดยรวมทั้งสิ้นจำนวน 3 แบบได้มีการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อคัดเลือกแบบที่เหมาะสมที่สุดเพื่อสร้างเป็นต้นแบบโดยมีผลคะแนนรวมแต่ละชุดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการตรวจประเมินแบบร่าง Sketch Design

| รายการการประเมิน<br>(Sketch Design)                                                        | รูปแบบที่ 1(N=5) |                      | รูปแบบที่ 2(N=5) |                      | รูปแบบที่ 3(N=5) |                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------|------------------|----------------------|------------------|----------------------|
|                                                                                            | $\bar{x}$        | ระดับความ<br>เหมาะสม | $\bar{x}$        | ระดับความ<br>เหมาะสม | $\bar{x}$        | ระดับความ<br>เหมาะสม |
|                                                                                            |                  |                      |                  |                      |                  |                      |
| <b>1.วิธีคิดแบบนอกรอบ และไม่ยึดติดรูป</b>                                                  |                  |                      |                  |                      |                  |                      |
| แบบเดิม                                                                                    | 4.20             | มาก                  | 4.40             | มาก                  | 4.00             | มาก                  |
| 1.1 การออกแบบไม่ยึดติดกับภาพลักษณ์เดิมของ<br>ผลิตภัณฑ์ในพิธีฌาปนกิจ                        | 4.00             | มาก                  | 4.20             | มาก                  | 4.40             | มาก                  |
| 1.2 การตกแต่งสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ของงาน<br>ฌาปนกิจ                                         | 4.40             | มาก                  | 3.60             | มาก                  | 4.60             | มาก                  |
| 1.3 วัสดุที่ใช้มีความสอดคล้องกับการถ่ายทอด<br>แนวคิดทางประเพณีของผลิตภัณฑ์ในงาน<br>ฌาปนกิจ | 4.60             | มากที่สุด            | 4.20             | มาก                  | 4.00             | มาก                  |
| 1.4 โครงสร้างสัมพันธ์กับการใช้งาน                                                          | 4.00             | มาก                  | 4.00             | มาก                  | 4.40             | มาก                  |
| 1.5 มีประโยชน์ใช้สอยเพิ่มมากขึ้น                                                           | 4.60             | มากที่สุด            | 4.40             | มาก                  | 3.60             | มาก                  |
| 1.6 ไม่มีความรู้สึกน่ากลัว                                                                 | 3.80             | มาก                  | 3.60             | มาก                  | 4.00             | มาก                  |
| 1.7 สมควรนำเป็นต้นแบบในการออกแบบ<br>ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง                                 |                  |                      |                  |                      |                  |                      |
| <b>2.การผสมผสาน ศิลปะ วัฒนธรรม และ<br/>ประวัติศาสตร์</b>                                   |                  |                      |                  |                      |                  |                      |
| 2.1 สอดแทรกแนวคิดชีวิตหลังความตาย                                                          | 4.00             | มาก                  | 3.80             | มาก                  | 4.00             | มาก                  |
| 2.2 ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมีความสอดคล้องกับ<br>ความเชื่อในพิธีฌาปนกิจทางพุทธศาสนา              | 3.80             | มาก                  | 4.40             | มาก                  | 4.00             | มาก                  |
| <b>3.การนำเทคโนโลยีมาสนับสนุน สินค้าและการ<br/>บริการตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์</b>       |                  |                      |                  |                      |                  |                      |
| 3.1 สามารถลดต้นทุนการผลิตได้                                                               | 4.60             | มากที่สุด            | 4.00             | มาก                  | 3.00             | ปานกลาง              |
| 3.2 ช่วยให้ขนย้ายและจัดเก็บได้สะดวกขึ้น                                                    | 3.80             | มาก                  | 3.40             | ปานกลาง              | 3.40             | ปานกลาง              |
| <b>รวม</b>                                                                                 | <b>4.16</b>      | <b>มาก</b>           | <b>4.00</b>      | <b>มาก</b>           | <b>3.95</b>      | <b>มาก</b>           |

จากการศึกษาถึงความต้องการของพุทธศาสนิกชนที่มาร่วมพิธีฌาปนกิจ วัดด้านพระรามสาม และข้อสรุปในการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญ ผลการประเมินสำหรับความเหมาะสมต่อการนำไปผลิตเป็นต้นแบบลำดับคะแนนรวมมีดังต่อไปนี้ แบบที่ 1 ระดับคะแนนอยู่ที่ 4.16 มีความเหมาะสมมาก แบบที่ 2 ระดับคะแนนอยู่ที่ 4.00 มีความเหมาะสมมาก และแบบที่ 3 ระดับคะแนนอยู่ที่

3.95 มีความเหมาะสมมาก จากทั้ง 3 แบบนั้นมีความเหมาะสมมากเช่นเดียวกัน ดังนั้นจากผลคะแนนตัวเลขรวมที่มากที่สุดอยู่ที่แบบร่างชุดที่ 1 มีคะแนนรวมมากที่สุด โดยมีจุดเด่นที่สามารถนำไปใช้ได้กับหีบเป่าราคาต่ำที่สุดเนื่องจากการตกแต่งเป็นแบบฝาครอบแบบตัดทอนมาจากลายไทย และง่ายต่อการจัดเก็บ และโทนสีที่ใช้เป็นสีชาวกับสีทองเป็นหลักทำให้ไม่มีความรู้สึกของความรู้สึกน่ากลัว แต่ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของพุทธศาสนพิธี ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวความคิดที่นำมาใช้ในการวิจัยได้อย่างเหมาะสม

## สรุปผลการวิจัย

ผลสรุปที่ได้จากการศึกษาข้อมูลและความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ในความเป็นพิธีมาปนกิจรูปแบบเดิมและที่มีต่อความเหมาะสมในการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบด้านต่างๆในพิธีมาปนกิจ พบว่าองค์ประกอบที่ส่งผลให้เกิดบรรยากาศในงานมาปนกิจโดยเมื่อพิจารณาโดยแยกเป็นส่วนย่อยดังต่อไปนี้ พบว่าสีด้าเป็นสีที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ในงานมาปนกิจที่ส่งผลต่อบรรยากาศในงานมาปนกิจมากที่สุด ทางด้านของลวดลายประดับผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลมากที่สุดคือลายเทพนม ทางด้านวัสดุในการผลิตผลิตภัณฑ์ ไม่อดส่งผลกระทบต่อความรู้สึกมากที่สุด ทางด้านโครงสร้างของหีบศพมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับใกล้เคียงกันการใส่ฝาครอบด้านบนส่งผลต่อความรู้สึกมากที่สุด

ภาพลักษณ์ในงานมาปนกิจที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ ผ่านมีความเหมาะสมมากที่สุด หีบศพและที่ตั้งพวงหรีดอยู่ในระดับมากเท่ากัน ด้านของจุดประสงค์ในการจัดงานมาปนกิจตามความเห็นมากที่สุดคือเพื่ออุทิศส่วนบุญส่วนกุศลให้กับผู้วายชนม์และเพื่อไว้อาลัยผู้วายชนม์อยู่ในระดับมากเท่ากัน ในด้านรูปแบบงานมาปนกิจที่ควรปรับปรุงคือสามารถทำให้ผู้ร่วมงานกระทำตามขั้นตอนได้อย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ผู้ร่วมงานไม่เกิดความรู้สึกกลัวอยู่ในระดับมาก ด้านการเปลี่ยนแปลงไปสู่รูปแบบใหม่เห็นด้วยมากที่สุดคือการปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ในงานมาปนกิจอยู่ในระดับมาก ด้านผู้นำในการปรับปรุงรูปแบบในงานมาปนกิจเห็นด้วยมากที่สุดคือวัด

หลังจากรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยจึงได้ทำการออกแบบร่างหีบศพ (Idea Sketch) จำนวน 9 แบบเพื่อกำหนดทิศทางการออกแบบผลิตภัณฑ์อื่นต่อไปเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนะความคิดเห็นถึงความเหมาะสมเพื่อคัดเลือกแบบที่ดีที่สุดจำนวน 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 หีบศพฐานรองหีบศพ ขาตั้งรูป/พวงหรีด ขาตั้งหีบศพ เติงรดน้ำศพ กระถางธูป เติงเทียนและ 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 มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.95, S.D. = 1.037$ ) จากผลคะแนนดังกล่าวแบบที่ 1 เหมาะสมที่จะนำไปผลิตจริงมากที่สุด

ผลสรุปที่ได้จากการจัดการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ความน่ากลัวลดน้อยลงไปมากถ้าเทียบกับผลิตภัณฑ์ของเดิม การนำลายไทยมาตัดทอนให้รู้สึกยังมีเอกลักษณ์ความเป็นไทย แต่ไม่เยอะเกินไปจนดูน่ากลัว ในส่วนของหีบศพก็จะไม่ต้องสำรองหีบศพในแบบต่างๆหากเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่จะสำรองไว้เฉพาะที่ครอบตกแต่งหีบศพไม่สิ้นเปลืองพื้นที่ในการจัดเก็บ ส่วนเตียงรดน้ำศพช่วยให้ผู้สูงอายุไม่ต้องก้มเหมือนกับเตียงรดน้ำศพแบบเดิม การใช้งานไม่ยุ่งยากเพราะการใช้งานผลิตภัณฑ์ใหม่วางตำแหน่งตามผลิตภัณฑ์เดิม ซึ่งเป็นไปตามลำดับขั้นตอนของพิธีกรรมอยู่แล้ว และการใช้งานส่วนครอบหีบศพก็ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน ทางด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์สามารถเปลี่ยนอารมณ์คนได้ชั่วขณะ แปลกตา ในอนาคตเมื่อผลิตภัณฑ์ใหม่นำไปใช้บ่อยครั้งก็จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เห็นจนชินตาจะต้องพัฒนาแบบให้ดูใหม่อยู่เรื่อยๆ แต่ไม่ต้องกลัวว่าผู้บริโภคจะไม่ยอมรับเพราะการจัดวางยังเป็นไปตามลักษณะเดิมและยังดู

หรรษาขึ้นในราคาที่ถูกลง คนรุ่นใหม่ชอบในความเรียบหรู ดูดี ราคาถูก แต่อาจใช้เวลาเพื่อให้ผู้บริโภคที่มีสิทธิ์เลือกยอมรับ อาจจะต้องการทำสื่อแนะนำถึงการเปลี่ยนแปลงก่อนโดยให้ทางวัดหรือทางตัวแทนจำหน่ายเป็นผู้ช่วยให้เพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค สามารถผลิตได้ง่ายกว่าของเดิมมาก และสามารถช่วยให้ลดต้นทุนในการผลิตไปได้มาก ไม่ขัดต่อความเชื่อในพุทธศาสนาในยุคปัจจุบัน เนื่องจากรูปทรงและขั้นตอนการใช้งานอ้างอิงจากของเดิม ส่วนสำหรับการเปลี่ยนแปลงในส่วนของการออกแบบนั้นก็ไม่ได้ขัดต่อความเชื่อแต่อย่างใดเนื่องจากยังมีการนำวลายไทยตัดทอนมาใช้ แต่ต้องใช้การนำเสนอและใช้เวลาในการแนะนำสิ่งใหม่ให้แก่พุทธศาสนิกชนในปัจจุบันต่อไป

## อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสามารถอภิปรายผลได้ว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ในงานฉาปนิกิจนั้นสามารถทำได้โดยที่ควรคำนึงถึงขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมที่มีมาแต่เดิม ลดความน่ากลัวลงให้เหลือไว้เพียงความอาลัย แต่ยังคงไว้ด้วยการให้เกียรติเนื่องด้วยพิธีกรรมในงานศพขาดการปรับปรุงรูปแบบอย่างเหมาะสม พระมหาพิเชฐ ฐิตเตโช (2554)

โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบร่างของหีบศพจำนวน 9 แบบร่างโดยส่วนสำคัญของการออกแบบพยายามนำลายไทยมาใช้สร้างสรรค์เพื่อให้คงไว้ซึ่งศิลปะ และวัฒนธรรมของพุทธศาสนิกชนไว้ โดยสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ วรากร สามโกเศศ (2553) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินถึงความเหมาะสมต่อการนำไปพัฒนาต่อ โดยแบบที่ได้นำไปพัฒนาต่อเป็นแบบที่ 2, 7 และแบบที่ 9 หลังจากนั้นได้นำแบบร่างหีบศพทั้ง 3 แบบมาออกแบบในส่วนขององค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกันเพิ่มเติม และนำมาประเมินอีกครั้งโดยผู้เชี่ยวชาญ ผลจากแบบประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ อภิปรายได้ว่า แบบที่ 1 เหมาะสมต่อการนำไปผลิตเป็นต้นแบบมากที่สุดมีความชัดเจนทางการออกแบบในเรื่องของการนำลายไทยมาใช้ตัดทอน และสอดคล้องกับแนวคิดทางการออกแบบของ มนตรี ยอดบางเตย (2538, หน้า 72-73) ในด้านของหน้าที่ใช้สอย ความแข็งแรงของโครงสร้าง ความสะดวกสบายในการใช้ความสวยงามน่าใช้และราคาพอสมควร ส่วนแนวคิดในด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์สอดคล้องกับแนวคิดของ เสาวรภัย กุสุมา ณ อยู่ธยา (2553) ผู้บริโภคต้องการแสวงหาความแปลกใหม่และหลากหลายจากตัวสินค้า ภายใต้การสร้างสรรคงานที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม

ความพึงพอใจในการจัดสนทนากลุ่มย่อย (focus group) อภิปรายได้ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ในพิธีฉาปนิกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความแปลกใหม่น่าสนใจและสวยงามสอดคล้องตามแนวคิดของ ชัชพล เพ็ญโฉม (2553) ที่ต้องการให้มีความสร้างสรรค์แห่งวาระสุดท้าย และแนวคิดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับแนวคิดของ วรากรณ์ สามโกเศศ (2553) โดยมีวิธีคิดนอกกรอบไม่ยึดติดรูปแบบเดิม การผสมผสานศิลปะ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ การนำเทคโนโลยีมาสนับสนุน สินค้าและบริการอย่างสร้างสรรค์ โดยมีการออกแบบที่นำลายไทยมาใช้ตัดทอนและ จัดวางให้เกิดความรู้สึกน่าสนใจและยังอิงกับการใช้งานในลักษณะเดิม การใช้งานไม่ยุ่งยาก การนำเทคโนโลยีมาใช้ในส่วนองงานตกแต่งด้วยลายเส้นต่งจากการยิงเลเซอร์เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดของ ลีโป หว่า (2553) การออกแบบโรงศพที่สะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์ตัวตนของคนนั้น

## ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

- การนำไปใช้ควรให้ทางญาติของผู้วายชนม์ได้เลือกและเห็นภาพจำลองก่อน
- การผลิตในจำนวนมากหากเปลี่ยนวัสดุเป็นโลหะทั้งหมดที่เป็นสีทองจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น
- ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบจะสมบูรณ์ยิ่งขึ้นเมื่อนำไปใช้กับตัวอักษรในรูปแบบที่ร่วมสมัยในสื่อลักษณะอื่นๆ

## ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

-เปลี่ยนการประเมินความพึงพอใจจากการจัดการสนทนากลุ่มย่อยเป็นประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภคโดยตรง

## เอกสารอ้างอิง

- ประพนธ์ นทีประสิทธิพร. (2546). **ธุรกิจการจัดงานศพของวัดในกรุงเทพมหานคร**. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พระมหาพิรเดช ฐิตเตโช(กิตติเจริญพรงาม). (2545). **การพึงสวดพระอภิธรรมในพิธีงานศพ:ศึกษาเฉพาะกรณีงานศพใน กรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
- ลัยมهامกุฎราชวิทยาลัย.
- เศรษฐมนตร์ กาญจนกุล. (2554). **ศิลปะอสังการงานศพไทย**. กรุงเทพฯ: เศรษฐศิลป์.
- ปราณี วงษ์เทศ. (2534). **พิธีกรรมเกี่ยวกับการตายในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งกรุ๊ป.
- ธีรนนท์. (2543). **การตายและพิธีการทำบุญศพ**. กรุงเทพฯ: ดวงแก้ว .
- ชนิษฐา จิตชนะกุล. (2545). **คติชนวิทยา**. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- มนตรี ยอดบางเตย. (2538). **ออกแบบผลิตภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- สมชาย พรหมสุวรรณ. (2548). **หลักการทัศนศิลป์**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์.
- ซัชรพล เพ็ญโฉม.(2553). ฝากไว้เป็นภาพสุดท้ายกับ “หลากหลายชิ้นบนโลงศพ”. เข้าถึงได้จาก :  
<http://article.tcdconnect.com/ideas/ฝากไว้เป็นภาพสุดท้ายกับ> ( วันที่สืบค้น 12 พฤษภาคม 2554 )
- คมชัดลึก.(2553) สิงคโปร์เปิดตัวโลงศพพระราชสวาทอันอัศจรรย์-ความฝันของคนตาย. เข้าถึงได้จาก :  
<http://www.komchadluek.net/detail/20100929/74737/สิงคโปร์เปิดตัวโลงศพพระราชสวาทอันอัศจรรย์ความฝันของคนตาย.html> ( วันที่สืบค้น 18 พฤษภาคม 2554 )
- วราภรณ์ สามโกเศศ . (2553) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เอกสารประกอบการบรรยาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์  
จันทบุรี. เข้าถึงได้จาก  
[http://www.chanthaburi.buu.ac.th/~gems/news/documents/km/Creative\\_Economy.pdf](http://www.chanthaburi.buu.ac.th/~gems/news/documents/km/Creative_Economy.pdf)  
(วันที่สืบค้น 4 พฤษภาคม 2554 )
- อาคม เติมพิทยาไพสิฐ. (2553).เศรษฐกิจสร้างสรรค์ "Thailand's Creative Economy". เข้าถึงได้จาก :  
<http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php/เศรษฐกิจสร้างสรรค์> (วันที่สืบค้น 15 พฤษภาคม 2557)