ผลของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากหัตถกรรมไม้แกะสลัก ตามคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย

The Result of Home Décor Item Designs from Wooden Handicrafts. The Beliefs Regarding Fortune of Thais

ชมจันทร์ ดาวเดือน
Chomchan Dawduen

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาข้อมูลคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย ที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน 2) เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน ให้เชื่อมโยงในด้านคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทย 3) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน จากหัตถกรรมไม้แกะสลักตามคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทย ที่ตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มผู้ที่สนใจสินค้า 4) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงานจากหัตถกรรมไม้แกะสลัก โดยกลุ่มผู้ที่สนใจสินค้า ที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้นใหม่ ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ คือ นักปราชญ์ นักออกแบบ ผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ รวมจำนวน 409 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านสำหรับครัวเรือนและสำหรับสำนักงาน จากคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย ทั้ง 5 ประเภท ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ผลจากการสำรวจและสัมภาษณ์จากนักปราชญ์ ผู้ประกอบการและผู้จัดจำหน่าย พบว่า สัญลักษณ์ของคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย สามารถแบ่งออกเป็น 7 ลักษณะ คือ เครื่องประดับอัญมณีที่เป็นมงคล สัตว์มงคล สีมงคล ไม้มงคล ตัวเลขมงคล ผักและผลไม้มงคล และสิ่งของมงคล ส่วนที่ 2 ผลการประเมินความคิดเห็นด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 ประเภท จำนวน 9 ท่าน พบว่า ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านสำหรับครัวเรือน ได้แก่ นาฬิกาตั้งโต๊ะ (แบบที่ 2) โคมไฟติดผนัง (แบบที่ 1) แจกันตั้งโต๊ะ (แบบที่ 2) กรอบรูปภาพติดผนัง (แบบที่ 2) และกระถางปลูกต้นไม้ภายในบ้านแบบตั้งพื้น (แบบที่ 3) และผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสำหรับสำนักงานได้แก่ นาฬิกาตั้งโต๊ะ (แบบที่ 2) โคมไฟตั้งพื้น (แบบที่ 3) แจกันตั้งโต๊ะ (แบบที่ 1) กรอบรูปภาพแบบตั้งโต๊ะ (แบบที่ 1) และกระถางปลูกต้นไม้ภายในสำนักงานแบบตั้งพื้น (แบบที่ 3) ส่วนที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ทั้ง 5 ประเภท จำนวน 400 คน พบว่า ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านสำหรับครัวเรือน ได้แก่ “โคมไฟแบบติดผนัง” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด ($\bar{X}$=4.56) ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสำหรับสำนักงาน ได้แก่ “โคมไฟแบบตั้งพื้น” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด ($\bar{X}$=4.55)

คำสำคัญ : ผลของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน / หัตถกรรมไม้แกะสลัก / คติความเชื่อ / ความ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาควิชาศิลปะการออกแบบและเทคโนโลยี คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

เป็นสิริมงคลของคนไทย / ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน

Abstract

This research aims to: 1) study data, ideology, beliefs regarding fortune of Thais when it comes to designing home decor items; 2) study home and office decor items in relation to beliefs in fortune of Thais; 3) design home and office décor handicrafts based on beliefs in fortune of Thais in response to people interested in the products; and 4) evaluate satisfaction with home and office decor handicrafts, designed by the authors, of the interested group. The population of this research included 409 philosophers, designers, entrepreneurs and questionnaires were used as the research instruments. Statistics used were percentage, means ($\bar{X}$) and standard deviation (S.D.).

It was found that the five categories of designing home and office décor items based on belief in luck of Thais were divided into three parts. Part 1: results from surveys and interviews with philosophers, entrepreneurs and distributors. It was found that symbols of belief in luck of Thais could be divided into seven types, which are lucky jewelry, lucky animals, lucky colors, lucky woods, lucky numbers, lucky vegetables and fruits and lucky items. Part 2 : evaluation results on designs of products from nine experts regarding the five product types showed that home décor items such as table clocks (type 2), wall lamps (type 1) floor jars (type 2), wall frames (type 2) and floor plant pots (type 3) and office décor items such as table clocks (type 2), floor lamps (type 3) table jars (type 1), table frames (type 1) and floor plant pots (type 3). Part 3 : evaluation results of satisfaction of 400 people interested in five types of home and office décor items showed that home décor items “wall lamps” were at the highest level with the highest means ($\bar{X}$=4.56) and office décor items “floor lamps” were at the highest level with the highest means ($\bar{X}$=4.55).

Keyword : results of home décor item designs / wooden handicrafts / beliefs / fortune / home and office décor items

บทนำ

สังคมไทยในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ผู้คนในสังคมมีการเบี่ยงเบน ความสัมพันธ์ไปจากเดิม ได้แก่ การแข่งขันกันทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา ธุรกิจ การแย่งกันกินแย่งกันใช้ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้เกิดปัญหาสังคม เราคนไทยควรใช้ศิลปะมาบำบัดเพื่อทำให้โลกสวย “งานศิลปหัตถกรรม” ในปัจจุบันอาจถูกมองว่าเป็น “ทักษะอาชีพ” ที่ไม่สามารถสร้างความมั่นคงยั่งยืนในการดำรงชีวิตได้ แต่ในความเป็นจริงแล้ว งาน “ศิลปหัตถกรรม” เป็น “ทักษะชีวิต” ที่สำคัญที่สร้างพื้นฐานของ “ความพอเพียง” ที่สำคัญหากนำ “ความคิดสร้างสรรค์” มาผนวกเข้าไปก็จะเกิดเป็นงาน “หัตถศิลป์” ที่มีคุณค่า มีราคา และมีตลาดรองรับ

คำว่า “ความเชื่อ” มีความหมายอยู่หลายความหมาย นักวิชาการและผู้รู้ได้ให้ความหมายของความเชื่อไว้ในแง่มุมต่างๆ คือ ความเชื่อเป็นการยอมรับว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นความจริงหรือเป็นสิ่งที่เราไว้ใจ ความจริงหรือความไว้วางใจที่เป็นรูปของความเชื่อนั้นไม่จำเป็นจะต้องเป็นความจริงที่ตรงตามหลักเหตุผลหรือหลักวิทยาศาสตร์ใดๆ ซึ่งสอดคล้องกับ ทัศนีย์ ทานตวณิช, (2523: 4) กล่าวว่า ความเชื่อ คือ การยอมรับนับถือว่าเป็นความจริงหรือมีอยู่จริง การยอมรับข้อเสนออย่างใดอย่างหนึ่งว่าเป็นความจริง การยอมรับนี้อาจเกิดจากสติปัญญา เหตุผล หรือศรัทธา โดยไม่ต้องมีเหตุผลใด ๆ รองรับก็ได้ จึงสรุปได้ว่า “ความเชื่อ” คือ การรับรู้จากประสบการณ์ที่ได้สะสมมาตั้งแต่วัยเด็กถึงวัยผู้ใหญ่ จึงทำให้เข้าใจความคิดและเกิดการยอมรับ นับถือ เชื่อมั่นในสิ่งที่ไม่มีเหตุผลใดมาสนับสนุน หรือพิสูจน์ได้ว่าเป็นความจริง แต่เป็นที่ยอมรับกันในกลุ่มชนหรือสังคม

ในปัจจุบันของตกแต่งบ้านไม่ใช่แค่จะคำนึงถึงความสวยงามน่าอยู่เพียงเท่านั้น ในเรื่องราวของโชคลาภ บารมี ที่พึ่งทางใจก็เข้ามาเกี่ยวข้องและมีอิทธิพลเป็นอย่างมากเช่นกัน ซึ่งเป็นความเชื่อและธรรมเนียมปฏิบัติกันมาตั้งแต่โบราณกาล ถึงแม้ว่าสังคมจะพัฒนาเจริญมากขึ้นในด้านของเทคโนโลยี แต่สิ่งหนึ่งที่ยังคงไม่เปลี่ยนแปลงนั่นก็คือความเชื่อในเรื่องความเป็นสิริมงคลของคนไทย ซึ่งของตกแต่งบ้านจะส่งเสริมโชคลาภ เงินทอง ความมั่งมีศรีสุข อำนาจ ความร่ำรวย อยู่เย็นเป็นสุข ทำให้รู้สึกสบายใจสบายตา อยากนั่ง

ทำงานหรืออยากอยู่บ้าน หายเหนื่อยเวลากลับมาจากทำงาน ในความหมายของการตกแต่งบ้านให้สวยงามนั้นจะต้องไม่ติดอยู่ในรูปแบบหรือสไตล์การตกแต่งแบบใดแบบหนึ่ง สามารถเพิ่มบรรยากาศให้รื่นรมย์และเข้ากับห้องต่างๆได้ โดยใช้ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน เราจึงสามารถนำแนวความคิดเกี่ยวกับความเชื่อของมนุษย์ในเรื่องความเป็นสิริมงคลมาผสมผสานกับแนวความคิดด้านการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ยังยึดถือแนวความคิดเกี่ยวกับความเชื่อนี้และทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นในตัวสินค้า โดยการใส่แนวความคิดลงไปในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ใหม่ๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความโดดเด่นมากขึ้นและเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งมีแนวคิดสอดคล้องกับราเชนทร์ สุขม่วง, (2556: 3) กล่าวว่า ประเภทของความเชื่อสามารถแบ่งออกได้ คือ 1) ความเชื่อที่ส่งเสริมดวงชะตา 2) ความเชื่อที่ส่งเสริมความร่ำรวย 3) ความเชื่อที่ส่งเสริมความเจริญรุ่งเรือง 4) ความเชื่อที่ช่วยให้ประสบความสำเร็จในชีวิต และ 5) ความเชื่อที่ส่งเสริมในด้านสุขภาพ โดยทางผู้วิจัยได้นำความเชื่อที่เป็นสิริมงคลดังกล่าว มาออกแบบของตกแต่งบ้านและสำนักงาน โดยเน้นความทันสมัย คำนึงถึงการใช้ประโยชน์ได้จริง และแฝงด้วยความเป็นสิริมงคลที่เข้ากับสังคมในยุคปัจจุบัน

ด้วยเหตุนี้ผู้บริโภคจึงหันมาแต่งบ้านของตนให้ดูสวยงามและน่าอยู่มากขึ้น ทำให้สินค้าประเภทของตกแต่งบ้าน เช่น นาฬิกา โคมไฟ แจกัน กรอบรูปภาพ และกระถางปลูกต้นไม้ภายในบ้าน ฯลฯ โดยนำมาประดับตกแต่งทำให้บ้านสวยงาม สินค้าประเภทของตกแต่งที่มีจำหน่ายตามท้องตลาด ได้แก่ 1) ของตกแต่งบ้านสำหรับครัวเรือน และ 2) ของตกแต่งสำหรับสำนักงาน

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำวิจัยเรื่อง “ผลของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากหัตถกรรมไม้แกะสลัก ตามคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย” ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ โดยใช้แนวความคิดการออกแบบที่เน้นความง่ายในการจดจำนำมาเชื่อมโยงกับความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย พัฒนาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคตามสมัยนิยม การสื่อความหมายทางสังคมของมนุษย์ การนำสัญลักษณ์มาสื่อสาร สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า และทำหน้าที่สื่อสารเพื่อให้เกิดความพึงพอใจได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย ที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน

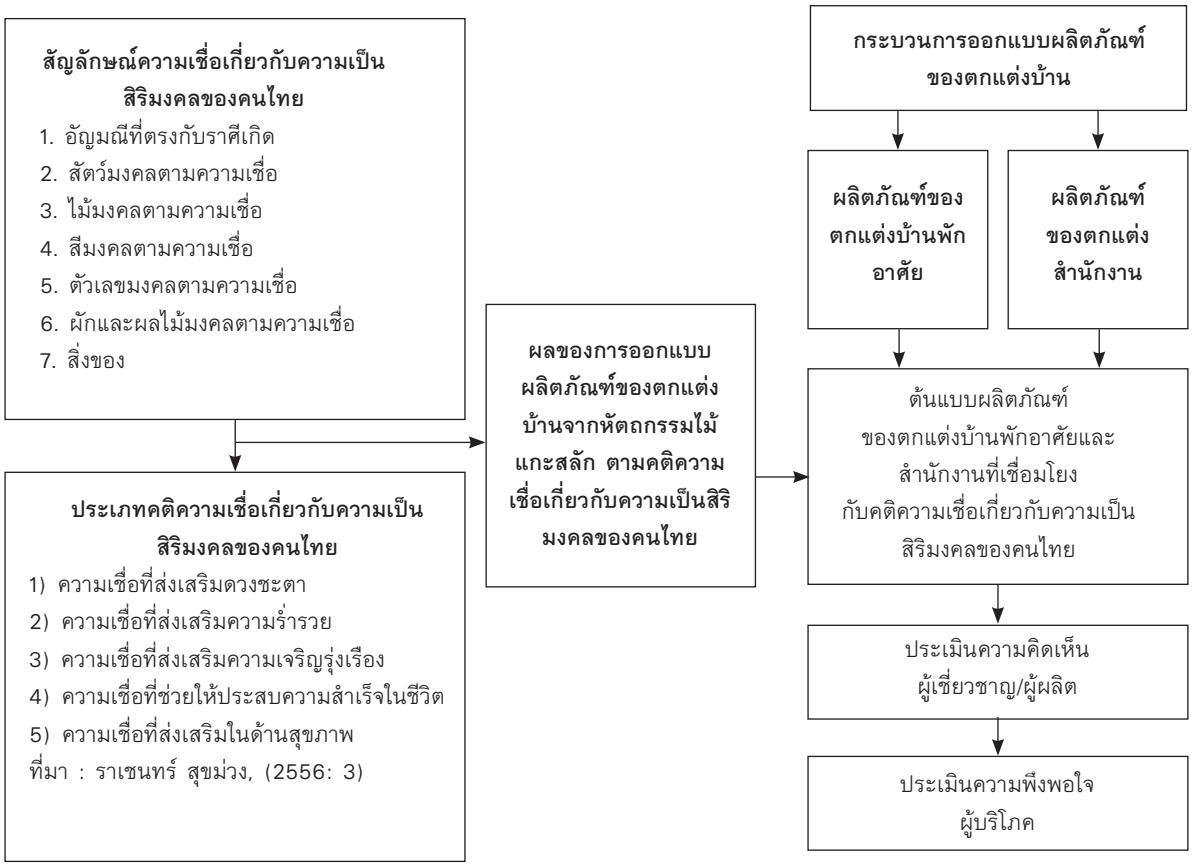
2. เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน ให้เชื่อมโยงในด้านคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทย

3. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน จากหัตถกรรมไม้แกะสลักตามคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทย ที่ตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มผู้ที่สนใจสินค้า

4. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน จากหัตถกรรมไม้แกะสลัก โดยกลุ่มผู้ที่สนใจสินค้า ที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้นใหม่

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย (ดังภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 กรอบความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากหัตถกรรมไม้แกะสลักตามคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย โดยการนำคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทยมาเชื่อมโยงกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากหัตถกรรมไม้แกะสลัก รูปแบบการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental research) ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการทำงานประกอบกัน 4 ส่วน ผู้วิจัยจึงแบ่งกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ

1.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทย คือ นักปราชญ์และอาจารย์มหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีองค์ความรู้ทางด้านคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย จำนวน 3 คน ดังนี้

1.1.1 คุณสุชาติ เพ็ชร์น้อย วิทยากรวิชาชีพโหราศาสตร์ และเป็นที่ปรึกษาชมรมโหราศาสตร์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดปทุมธานี

1.1.2 คุณธนวัตณ์ ธันยาภัทร์ชัยกุล นักดูฮวงจุ้ยพิชัยสงคราม

1.1.3 รศ.ดร.สุวัฒน์ แสนขัติยรัตน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปะไทย คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.2 กลุ่มนักออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ นักออกแบบและอาจารย์มหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีประสบการณ์ทางด้านการออกแบบไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 3 คน ดังนี้

1.2.1 รศ.ดร.สุวัฒน์ แสนขัติยรัตน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปะไทย คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.2.2 รศ.ดร.ปานฉัตท์ อินทร์คง ตำแหน่ง รองวิชาการคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.2.3 ผศ.ดร.บุญเรือง สมประจบ ตำแหน่ง

คณะกรรมการบริหารคณะศิลปกรรมศาสตร์ อาจารย์ประจำภาควิชาศิลปะการออกแบบและเทคโนโลยี คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.3 กลุ่มผู้ประกอบการ คือ ผู้ผลิตสินค้าเกี่ยวกับของตกแต่งบ้าน ที่มีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 5 ปี มี 3 กลุ่ม จำนวน 3 คน ดังนี้

1.3.1 คุณสุรชัย ปิมภิวงค์ (ผู้ใหญ่บ้าน) ศูนย์หัตกรรมบ้านหนองห้า อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่(กลุ่มผู้ผลิตชุมชน เป็นกลุ่มผู้ผลิตที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มในชุมชนที่ผลิตสินค้า)

1.3.2 คุณสรพล หรีรักษ์ ร้าน SP DESIGN อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี (กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว เป็นบุคคลในชุมชนที่รับจ้างผลิตสินค้า)

1.3.3 ร้านไม้งาม (Mi – Ngam Furniture) สินค้ามงคลโชคลาภ JJ Mall จตุจักร ตลาดติดแอร์

1.4 กลุ่มผู้ที่สนใจสินค้า คือ ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพกรุงเทพมหานครที่สนใจผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน ซึ่งมีภาวะในการทำงานมีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป จำนวน 400 คน ตามตารางสำเร็จรูปของ Yamane ความคลาดเคลื่อน 10% โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling)

วิธีดำเนินการวิจัย

ผลของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากหัตถกรรมไม้แกะสลักตามคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย ที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน เครื่องมือวิจัยที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสัญลักษณ์ความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทย จากกลุ่มผู้ที่สนใจสินค้า กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้จำหน่ายสินค้า สถานที่เก็บข้อมูลเก็บจากชมรมโหราศาสตร์การศึกษานอกโรงเรียนจังหวัดปทุมธานีและอาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปะไทย คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อาจำนวน 50 ชุด

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน ให้เชื่อมโยงในด้านคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทย เครื่องมือวิจัยที่ใช้ คือ แบบสอบถามความต้องการด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านสำหรับครัวเรือนและของตกแต่งสำหรับสำนักงาน ตามคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทย จากกลุ่มผู้ที่สนใจสินค้า สถานที่เก็บข้อมูลเก็บจากศูนย์หัตกรรมบ้านหนองห้า อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ และร้านจำหน่ายสินค้ามงคลโชคลาภ JJ Mall จตุจักร ตลาดติดแอร์ จำนวน 30 ชุด

ขั้นตอนที่ 3 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงานจากหัตถกรรมไม้แกะสลักตามคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทย ที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้ที่สนใจสินค้า เครื่องมือวิจัยที่ใช้ คือ แบบสอบถามความคิดเห็นด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านสำหรับครัวเรือนและของตกแต่งสำหรับสำนักงาน จากหัตถกรรมไม้แกะสลักตามคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทย จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ สถานที่เก็บข้อมูลเก็บจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ จำนวน 9 ท่าน

ขั้นตอนที่ 4 เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงานจากหัตถกรรมไม้แกะสลัก จากกลุ่มผู้ที่สนใจสินค้า ที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้นใหม่ เครื่องมือวิจัยที่ใช้ คือ แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านสำหรับครัวเรือนและของตกแต่งสำหรับสำนักงาน จากหัตถกรรมไม้แกะสลักตามคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทย จากกลุ่มผู้ที่สนใจสินค้า สถานที่เก็บข้อมูลเก็บจากจากศูนย์หัตกรรมบ้านหนองห้า อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ ร้านจำหน่ายสินค้ามงคลโชคลาภ JJ Mall จตุจักร ตลาดติดแอร์ จำนวน 400 ชุด

ขั้นตอนที่ 5 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลที่ได้จากการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เป็นแนวทางการออกแบบสำหรับผู้ประกอบการ ผู้จัดจำหน่าย และผู้ที่สนใจสินค้า นำผลจากการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน เพิ่มมูลค่าของสินค้า ได้รูปแบบและแนวทางงานวิจัยที่สร้างสรรค์ นำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทย นำไปสู่การใช้ภูมิปัญญาจากหัตถกรรมไม้แกะสลักมาเชื่อมโยงกับคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคล พัฒนาผลิตภัณฑ์ไปใช้กับทุกท้องถิ่น ทุกจังหวัด ให้ประเทศไทยเจริญเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพและนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

แนวคิดการออกแบบ

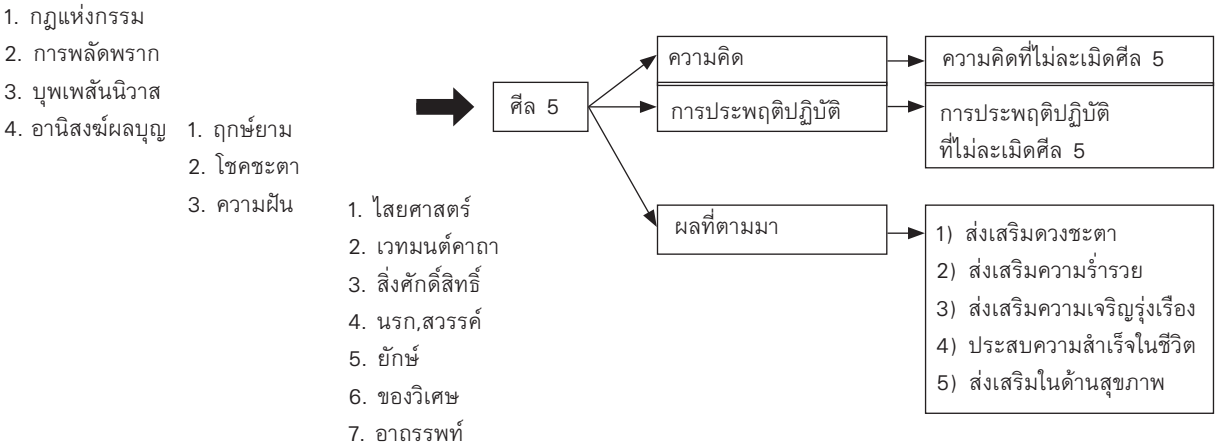
ผู้วิจัยนำสัญลักษณ์ความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคล

ของคนไทย ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ สัมภาษณ์ สอบถาม วิเคราะห์และสังเคราะห์ และสรุปสัญลักษณ์ของความเชื่อที่เป็นสิริมงคลในยุคปัจจุบัน ที่นำมาใช้ออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน ดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปแนวความคิดตามประเภทความเชื่อผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านสำหรับครัวเรือนและสำหรับสำนักงาน ดังนี้

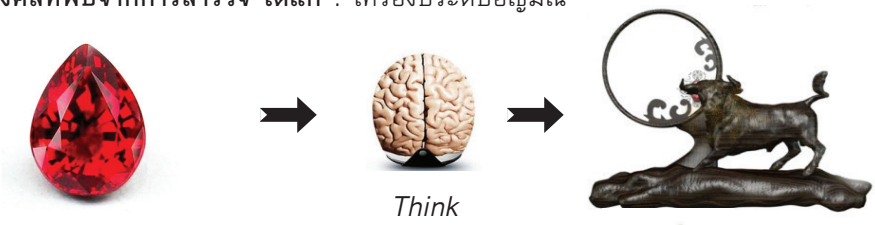
ความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย	นาฬิกา	โคมไฟ	แจกัน	กรอบรูปภาพ	กระถางปลูกต้นไม้ภายในบ้าน
1) ความเชื่อที่ส่งเสริมดวงชะตา					
2) ความเชื่อที่ส่งเสริมความร่ำรวย					
3) ความเชื่อที่ส่งเสริมความเจริญรุ่งเรือง					
4) ความเชื่อที่ช่วยให้ประสบความสำเร็จในชีวิต					
5) ความเชื่อที่ส่งเสริมในด้านสุขภาพ					

ส่วนแนวคิดที่สอดคล้องกับทฤษฎีนั้น ผู้วิจัยได้สกัดมาจากองค์ความรู้ที่ได้รับและนำมาใช้ประโยชน์จากงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สัญลักษณ์ความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทยและประเภทคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย ได้แก่ ผู้ที่สนใจสามารถนำแนวคิดนี้มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน มาสร้างแนวคิดใหม่ในการออกแบบที่ได้จากการศึกษาสัญลักษณ์และประเภทคติความเชื่อเพื่อนำไปประยุกต์กับงานออกแบบผู้วิจัยได้สรุปแนวคิดจากความเชื่อที่เป็นเป็นสิริมงคลในยุคปัจจุบัน ดังนี้

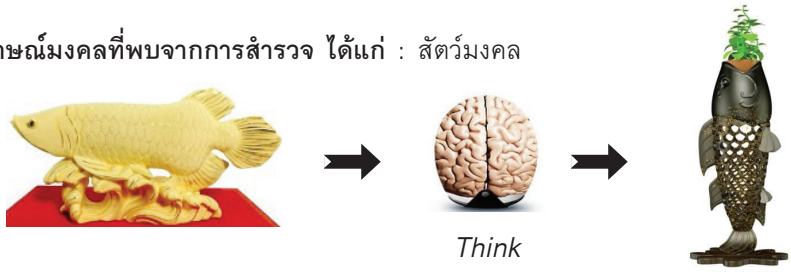


ภาพที่ 2 การกำเนิดศีล 5

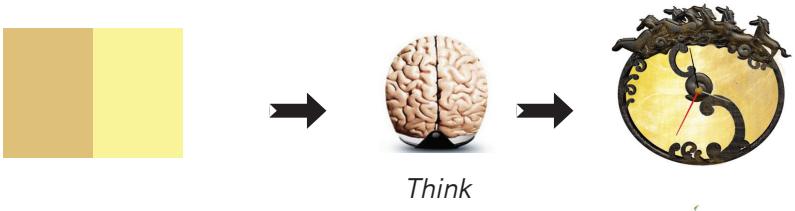
สัญลักษณ์มงคลที่พบจากการสำรวจ ได้แก่ : เครื่องประดับอัญมณี



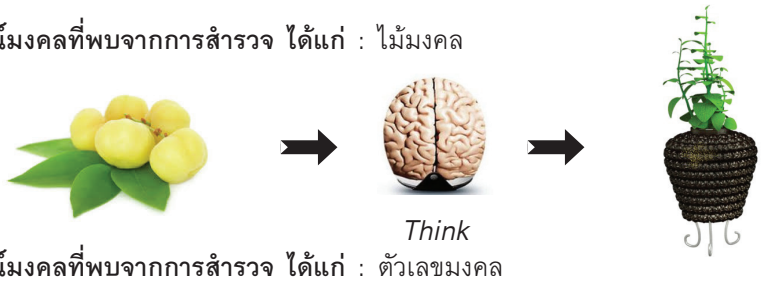
สัญลักษณ์มงคลที่พบจากการสำรวจ ได้แก่ : สัตว์มงคล



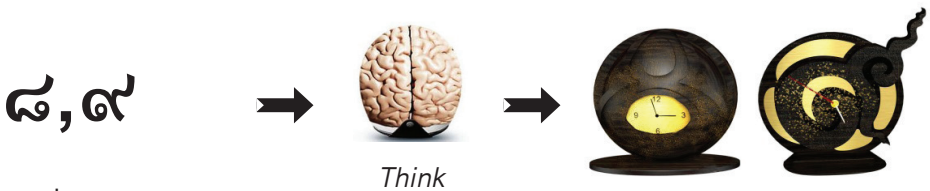
สัญลักษณ์มงคลที่พบจากการสำรวจ ได้แก่ : สีมงคล



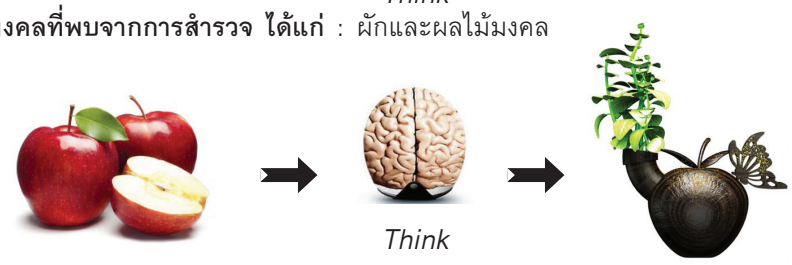
สัญลักษณ์มงคลที่พบจากการสำรวจ ได้แก่ : ไม้มงคล



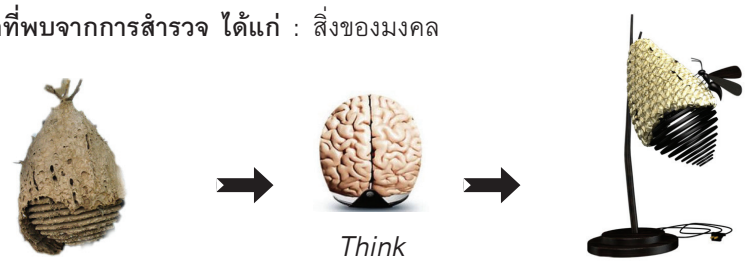
สัญลักษณ์มงคลที่พบจากการสำรวจ ได้แก่ : ตัวเลขมงคล



สัญลักษณ์มงคลที่พบจากการสำรวจ ได้แก่ : ผักและผลไม้มงคล



สัญลักษณ์มงคลที่พบจากการสำรวจ ได้แก่ : สิ่งของมงคล



ภาพที่ 2 สัญลักษณ์ความเชื่อที่เป็นสิริมงคล

สรุปแนวคิด การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน โดยการนำความเชื่อในปัญญาของมนุษย์ (ความเชื่อ + ปัญญา) บุคคลทุกคนย่อมมีความเชื่อ (beliefs) อยู่ในตนเอง หากแต่การปฏิบัติตนที่มีต่อความเชื่อจะแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของบุคคล วัย ประสบการณ์ของบุคคลนั้น และการนำองค์ประกอบการออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปทรง (Shape and From) ขนาด (Size) วัสดุ (Material) และสี(color) มาวิเคราะห์รูปทรงผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ นำแนวคิดที่เรียกว่ารูปธรรม (Tangible) และนามธรรม (Intangible) มาสู่การออกแบบผ่านแรงบัลดาลใจ (Inspiration) ที่เกิดจากการนำสัญลักษณ์ทางความเชื่อมาเชื่อมโยงกับการออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับ รัฐไท พรเจริญ, (2546: 1) กล่าวว่า การออกแบบเกิดขึ้นมาจากความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบายทางด้านร่างกายและจิตใจ เพื่อจุดประสงค์ที่สำคัญจะต้องสร้างสินค้าให้ดึงดูดใจผู้บริโภค ความสวยงามและดูแปลกตา รวมถึงสามารถใช้งานได้ดีในราคาที่เหมาะสม ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลแนวคิดการออกแบบและจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน ทั้ง 5 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 2 : แนวความคิดเกี่ยวกับความเชื่อที่ส่งเสริมความร่ำรวย แนวความคิด คือ ความทันสมัยผสมกับความเชื่อ และนำสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการออกแบบ เช่น ปลาตะเพียน เลขเก้าและเลขแปด เป็นต้น

ประเภทที่ 1 : แนวความคิดเกี่ยวกับความเชื่อที่ส่งเสริมดวงชะตาแนวความคิด คือ ความทันสมัยผสมกับความเชื่อ และนำสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการออกแบบ เช่น ม้า ฟักทอง เป็นต้น

ประเภทที่ 3 : แนวความคิดเกี่ยวกับความเชื่อที่ส่งเสริมความเจริญรุ่งเรือง แนวความคิด คือ ความทันสมัยผสมกับความเชื่อ และนำสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการออกแบบ เช่น ครุฑ มังกร และเรือใบ เป็นต้น

ประเภทที่ 4 : แนวความคิดเกี่ยวกับความเชื่อที่ช่วยให้ประสบความสำเร็จในชีวิต แนวความคิด คือ ความทันสมัยผสมกับความเชื่อ และนำสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการออกแบบ เช่น มะเฟือง เพชร และไข่มุขเป็นต้น

ประเภทที่ 5 : แนวความคิดเกี่ยวกับความเชื่อที่ส่งเสริมในด้านสุขภาพ แนวความคิด คือ ความทันสมัยผสมกับความเชื่อ และนำสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการออกแบบ เช่น ไก่ เต่าและพญานาคเป็นต้น

ผลของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากหัตถกรรมไม้แกะสลัก ตามคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย ได้เลือกกลุ่มสินค้าที่นำมาทำการออกแบบ และสร้างต้นแบบ (Prototype) ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน ทั้ง 5 ประเภท มาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ นำมาทดสอบแก้ไขจุดบกพร่องต่างๆ ตามคำแนะนำของนักออกแบบและผู้ประกอบการ โดยนำผลของการวิจัยมาพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลคติความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคลของคนไทย ที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน จากการสำรวจและสัมภาษณ์ของนักปราชญ์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคล กลุ่มนักออกแบบผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มผู้ที่สนใจสินค้า มาเชื่อมโยงกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ นำเสนอเอกลักษณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจนกลายเป็นงานหัตถกรรมที่ตอบสนองการใช้งาน และในปัจจุบันได้นำความเชื่อกลับมานิยมใหม่ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของแต่งบ้านพักและสำนักงานด้วยไม้แกะสลักที่มีคุณค่าทางประณีตศิลป์ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าที่แฝงด้วยความเป็นสิริมงคล ซึ่งสอดคล้องกับ มณี พยอมยงค์, (2528: 71) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของความเชื่อไว้ดังนี้ 1) ความเชื่อทำให้เกิดความมั่นใจ 2) ความเชื่อทำให้เกิดพลัง 3) ความเชื่อทำให้เกิดการสร้างสรรค์ 4) ความเชื่อทำให้เกิดความสามัคคี 5) ความเชื่อทำให้เกิดรูปธรรม 6) ความเชื่อเป็นพื้นฐานให้เกิดปัญญา 7) ความเชื่อทำให้นับถือศาสนาได้อย่างมั่น 8) ความเชื่อทำให้เกิดฤทธิ์ทางใจ และสอดคล้องกับ วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร, (2548) กล่าวว่า องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรม คือ ต้องแสดงคุณค่าของธรรมชาติหรืองานหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นของแต่ละภาคไม่เหมือนกัน วัสดุและกรรมวิธีการผลิตของท้องถิ่น ผลิตได้จริง โดยใช้ภูมิปัญญาของชาวบ้าน ราคาที่ซื้อได้ ซอบแล้วซื้อได้เลย ไม่คิดมาก มีความสวยงามและน่าสนใจ รูปแบบแปลกใหม่สะดุดตา โดยยังสื่อถึงเอกลักษณ์ประจำถิ่น

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน ให้เชื่อมโยงในด้านคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทย มีแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน

โดยใช้แนวความคิดเรื่องของ TREND โลกปี 2016 มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน โดยการใช้สีมันแววววาวจากโลหะ และสีของเนื้อไม้เก่า คือ สีน้ำตาลเข้ม มาในการออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับ TREND โลกปี 2016 ได้แก่ เทรนด์ความแววววาวจากโลหะโทนสีต่างๆ เช่น สีทอง ทองแดง และพิงค์โกลด์ เพราะสิ่งนี้จะช่วยทำให้ภายในบ้านดูหรูหรา และน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ วัฒนะ จูฑะวิภาต (2537) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน หมายถึง สิ่งที่มนุษย์คิดค้นประดิษฐ์ขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับกิจกรรมต่างๆ ภายในบ้าน ที่ทำงาน หรือที่สาธารณะ กิจกรรมดังกล่าวได้แก่ การนั่ง การนอน การรับประทานอาหาร การทำงาน เป็นต้น อุปกรณ์ตกแต่งบ้านและเครื่องใช้ในบ้านถูกออกแบบสำหรับใช้คนเดียว หรือใช้ได้หลายคน ทำด้วยวัสดุหลายชนิด เช่น ไม้ โลหะ พลาสติก ฯลฯ อุปกรณ์ตกแต่งบ้านและเครื่องใช้ในบ้านจัดว่าเป็นส่วนเชื่อมระหว่างผู้อยู่อาศัยกับตัวบ้าน และตรงกับแนวคิดของ อุดมศักดิ์ สาริบุตร (2550: 18) กล่าวว่า การออกแบบ หมายถึง การรวบรวมหรือการจัดองค์ประกอบทั้งที่เป็น 2 มิติ และ 3 มิติ เข้าด้วยกันอย่างมีหลักเกณฑ์ในการนำองค์ประกอบของการออกแบบมาจัดรวมกัน ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและความงามอันเป็นคุณลักษณะจะพึงมีของการออกแบบซึ่งเป็นศิลปะของมนุษย์ เนื่องจากเป็นการสร้างค่านิยมทางความงาม ต้องสนองคุณประโยชน์ทางกายภาพให้แก่มนุษย์

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน จากหัตถกรรมไม้แกะสลักตามคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทย ที่ตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มผู้ที่สนใจสินค้า ผู้วิจัยได้ศึกษาในองค์ประกอบความคิดเห็นด้านการออกแบบในด้านต่างๆ จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัย พบว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจของผู้ที่สนใจสินค้า สามารถสื่อความรู้สึกได้ด้วยการสัมผัสด้วยมือและด้วยสายตา คุณค่าความงามทางสุนทรียะของงานศิลปหัตถกรรมแกะสลักไม้ที่สวยสดงดงามดังปรากฏถือได้ว่าเป็น เอกลักษณ์ของชาวไทย เป็นมรดกอันล้ำค่า ซึ่งสอดคล้องกับ ราเชนทร์ สุขม่วง (2556) กล่าวว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ สามารถแบ่งออกเป็น 7 ลักษณะ ประกอบด้วย 1) รูปแบบและโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านที่เชื่อมโยงคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคล 2) รูปทรงความสวยงามแปลกตาและน่าสนใจ 3) ความแข็งแรง 4) ความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้ผลิต 5) ขนาดมีความเหมาะสม 6) ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน และ7) ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน มีความดึงดูดใจและเกิดความน่าสนใจแก่ผู้พบเห็น และตรงกับแนวคิดของ Solomon (2009: 689) กล่าวว่า การรับรู้ของผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคเลือกสรร จัดองค์ประกอบหรือการจัดระเบียบ และตีความ สิ่งกระตุ้นทางการตลาดเพื่อการเลือกซื้อสิ่งที่เขาต้องการ ซึ่งมีปัจจัยการกำหนดการรับรู้แบ่งออกเป็น 2 ประการ คือ 1) ลักษณะของสิ่งกระตุ้น 2) ลักษณะของผู้บริโภค และแนวคิดของ Hanna และ Wozniak, (2001) อธิบายว่า กระบวนการรับรู้ของผู้บริโภค เริ่มต้นจากการเปิดรับสิ่งเร้า (Exposure) ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้สัมผัสกับสิ่งเร้าในสภาพแวดล้อม โดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม โดยผู้บริโภคจะแสดงวามสนใจ (Attention) ต่อสิ่งเร้าและเกิดการรับรู้ผ่านทางประสาทสัมผัสทั้งห้า ได้แก่ ตา หู จมูก ปาก และการสัมผัส ส่งผ่านข้อมูลที่ได้รับรู้ (Inputs) ไปยังสมองเพื่อประมวลผลและตีความหมาย

ขั้นตอนที่ 4 ประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงานจากหัตถกรรมไม้แกะสลัก โดยกลุ่มผู้ที่สนใจสินค้าที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้นใหม่ พบว่า เมื่อศึกษาแนวคิดทางการตลาดต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านสำหรับครัวเรือนและสำนักงาน การตอบสนองความต้องการผู้บริโภคหมายรวมทั้งความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทางด้านกายภาพ (ตัวผลิตภัณฑ์) จิตวิทยา (ความเชื่อมั่น, ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ฯลฯ) และสังคมวิทยา (การเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ฯลฯ) ที่ผู้บริโภคได้รับหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฟิลิปป์ คอตเลอร์ (Kotler, 2000: 394) ให้ความหมายว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึงอะไรก็ได้ที่สามารถนำเสนอขายสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เมื่อศึกษาแนวคิดทางการตลาด พบว่า การตอบสนองความต้องการผู้บริโภคหมายรวมทั้งความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้งทางด้านกายภาพ (ตัวผลิตภัณฑ์) จิตวิทยา (ความเชื่อมั่น, ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ฯลฯ) และสังคมวิทยา (การเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ฯลฯ) ที่ผู้บริโภคได้รับหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาในองค์ประกอบความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัย สามารถแบ่งความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน ประกอบด้วย 1) รูปแบบและโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ของ

ตกแต่งบ้านที่เชื่อมโยงคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคล 2) รูปทรง ความสวยงามแปลกตาและน่าสนใจ 3) ความแข็งแรง 4) ความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้ผลิต 5) ขนาดมีความเหมาะสม 6) ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน และ 7) ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านมีความดึงดูดใจและเกิดความน่าสนใจแก่ผู้พบเห็น (ราเชนทร์ สุขม่วง, 2556: 3) โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ทางผู้วิจัยแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านสำหรับครัวเรือนและของตกแต่งบ้านสำหรับสำนักงาน ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านสำหรับครัวเรือน

ลำดับที่ 1 "โคมไฟแบบติดผนัง" โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด ($\bar{X}$= 4.56)

ลำดับที่ 2 "นาฬิกาแบบตั้งโต๊ะ" โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด ($\bar{X}$= 4.56)

ลำดับที่ 3 "กระถางปลูกต้นไม้ภายในบ้าน" โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด ($\bar{X}$= 4.53)

ลำดับที่ 4 "แจกันแบบตั้งโต๊ะ" โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด ($\bar{X}$= 4.48)

ลำดับที่ 5 "กรอบรูปภาพติดผนัง" โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด ($\bar{X}$= 4.48)

ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสำหรับสำนักงานและจัดลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 "โคมไฟแบบตั้งพื้น" โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด ($\bar{X}$= 4.51)

ลำดับที่ 2 "นาฬิกาแบบตั้งโต๊ะ" โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด ($\bar{X}$= 4.54)

ลำดับที่ 3 "แจกันตั้งโต๊ะ" โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด ($\bar{X}$= 4.53)

ลำดับที่ 4 "กระถางปลูกต้นไม้ภายในสำนักงาน" โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด ($\bar{X}$= 4.47)

ลำดับที่ 5 "กรอบรูปภาพตั้งโต๊ะ" โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด ($\bar{X}$= 4.49)

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลสรุปที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปพัฒนาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านสำหรับครัวเรือนและสำหรับสำนักงาน โดยนำมาใช้เป็นข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ ให้เข้ากับเพศ วัย ทันสมัยและรายได้ของกลุ่มผู้ที่สนใจสินค้า

2. ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านสำหรับครัวเรือนและสำหรับสำนักงานที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้นใหม่ผู้ที่สนใจสินค้ามีความพึงพอใจในระดับมากทุกรูปแบบ สามารถนำไปพัฒนาในระบบอุตสาหกรรมได้องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทย นำไปสู่การอนุรักษ์เผยแพร่คุณค่าทางภูมิปัญญาไทยเกี่ยวกับคติความเชื่อ

3. นำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน ให้เชื่อมโยงในด้านคติความเชื่อความเป็นสิริมงคลของคนไทย

4. นำกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน มาใช้อย่างเป็นระบบ เพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาด้านการออกแบบ โดยนำไปสู่แนวทางการพัฒนางานทางด้านศิลปหัตถกรรม จากหัตถกรรมไม้แกะสลักตามคติความเชื่อความที่เป็นสิริมงคลของคนไทย ที่ตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค

5. ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน จากการนำคติความเชื่อของคนไทยที่สื่อความหมายถึงความเป็นสิริมงคล มาเชื่อมโยงกันได้อย่างลงตัว

6. ได้รูปแบบและแนวทางงานวิจัยที่สร้างสรรค์ ให้กับผู้ผลิตสินค้าได้นำภูมิปัญญาที่ผสมผสานกับการพัฒนาไปใช้กับทุกท้องถิ่น ทุกจังหวัด ให้ประเทศไทยเจริญเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพและนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาคติความเชื่อที่เป็นสิริมงคลของคนไทยให้มากกว่านี้ และแยกประเภทสัญลักษณ์ทางความเชื่อให้มากกว่านี้

2. ควรมีการศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านพักอาศัยและสำนักงาน ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศให้มากกว่านี้ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบให้ทันสมัยและเข้ากับ เพศ วัย และรายได้ของผู้บริโภค

3. ควรมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างให้มีจำนวนหลากหลายและมีจำนวนมากกว่าที่กำหนดในการวิจัย เพราะจะได้กลุ่มตัวอย่างที่มีประสิทธิภาพนำมาใช้ในการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

ทัศนีย์ ทานตวณิช. (2523). **คติชาวบ้าน.** มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน. ชลบุรี.

มณี พยอมยงค์ และนรินทร์ชัย พัฒนพงศา. ท(2527). **วิถีชีวิตและค่านิยมของชาวลานนาไทย.** คณะศึกษาศาสตร์และเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รัฐไท พรเจริญ. (2546). **เส้นและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์.** กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

ราเชนทร์ สุขม่วง. (2556). การพัฒนาของที่ระลึกตามคติความเชื่อเกี่ยวกับสิริมงคล จากวัสดุเหลือใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตงานไม้. **วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.** 4 (1), 3.

วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. (2548). **หลักการและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์.** กรุงเทพฯ: แอ๊ปป้าพริ้นติ้งกรุ๊ป.

วัฒนะ จูฑะวิภาต. (2537). **ศิลปะการออกแบบตกแต่งภายใน.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ วิทยพัฒน์.

อุดมศักดิ์ สาริบุตร. (2550). **ออกแบบเฟอร์นิเจอร์.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ โอเดียนสโตร์.

Kotler, P. (2000). **Marketing management (The Millennium Edition).** New Jersey: Prentice Hall International.

Hanna N. & Wozniak R. (2001). **Consumer Behavior An Applied Approach.** Upper Saddle River. NJ: Prehtice Hall.

Solomon, M.R. (2009). **Consumer behavior.** 3rded Englement Cliffs. NJ: Prentice – Hall.