



การออกแบบเครื่องประดับจากด้ายปัก

กัญญา มา ญาณวิโรจน์

จรรยา คล้ายจ้อย

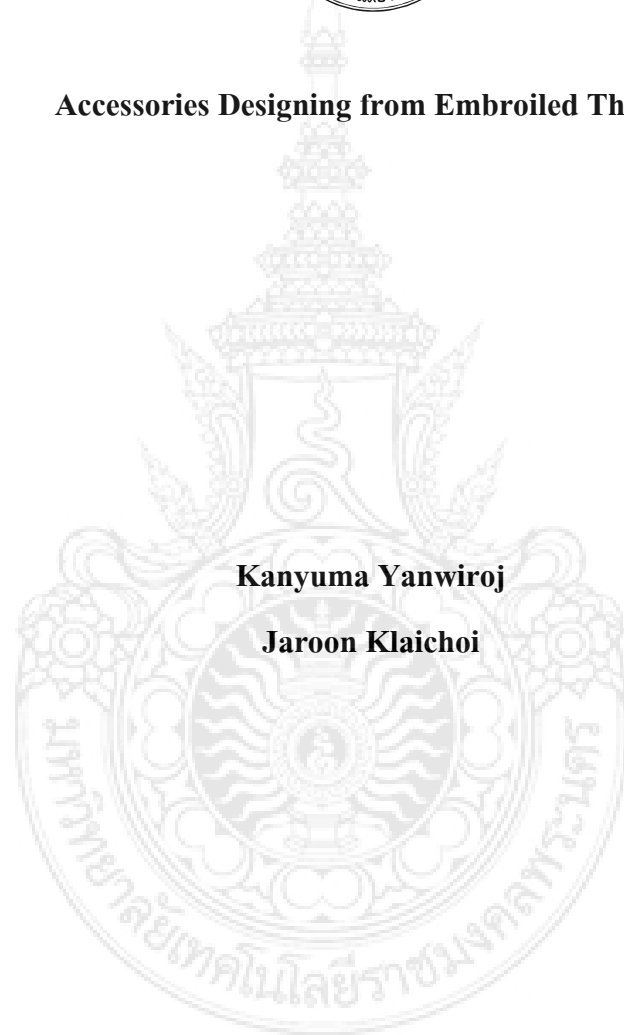
งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณผลประโยชน์ประจำปีงบประมาณ 2555
คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



Accessories Designing from Embroided Thread

Kanyuma Yanwiroj

Jaroon Klaichoi



This Research is funded by Faculty of Industrial Textiles and Fashion Design

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon,

Fiscal Year 2012

ชื่อเรื่อง : การออกแบบเครื่องประดับจากด้ายปัก
ผู้วิจัย : กัญญา ญาณวิโรจน์
จรุญ คล้ายจ้อย
พ.ศ. 2555

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการประยุกต์เทคนิคในการทำเครื่องประดับจากด้ายปัก เพื่อเพิ่มมูลค่าและพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ด้วยแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์และตลาดที่เหมาะสมในการนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ในที่นี้เลือกลายไทยพื้นฐานได้แก่ ลายกนก ลายนารี ลายชะ และลายกระบี่ซึ่งมีความอ่อนช้อยและบ่งบอกถึงความเป็นไทยได้เป็นอย่างดี จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกลายไทยประเภทลายกนกซึ่งเป็นลายพื้นฐานและเป็นที่รู้จักในวงกว้างเป็นตัวแทนผสมผสานกับแนวโน้มการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องประดับในปี 2013-2014 ด้วยแบบ Formal & Sugary ในการทำผลิตภัณฑ์นั้นทำเป็นรูปแบบคอลเล็กชั่น ประกอบไปด้วยสร้อยคอ ต่างหู และเข็มกลัด จำนวน 7 รูปแบบ

ผลการตอบรับของกลุ่มตัวอย่างเมื่อเห็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ดีประกอบทั้งด้านความสวยงาม เทคนิคที่ใช้ ความแปลกใหม่ของการออกแบบ ความสามารถในการใช้งานจริง และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ราคาประเมินผลิตภัณฑ์อยู่ในช่วง 801 – 1, 300 บาท รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกมากที่สุดจะมีรายละเอียดไม่มากหรือน้อยเกินไป จากผลการตอบรับและการประเมินทั้งหมดที่ได้แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์นี้สามารถตอบสนองความต้องการการใช้งานได้อย่างดี และสามารถนำไปใช้เป็นตัวต้นแบบเพื่อผลิตสินค้าเพื่อเพิ่มรายได้ครัวเรือนได้อีกทางหนึ่ง

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์, เครื่องประดับ, ด้ายปัก, การปัก

Title : Accessories Designing from Embroided Thread

Researcher : Kanyuma Yanwiroj

Jaroon Klaichoi

Year : 2012

Abstract

This study was an aim to apply lacing technique to produce yarn accessories for value added and developing the new products. It was a survey research by questionnaires tool. The study was divided into 2 steps. The first was collected the basis data for product analyzed and appropriate design to produce the prototype products. Thai traditional design was chosen to master design prototype as kanok, naree, kacha and krabi trceries. All of these trceries are gentle and shown as the Thai design. Kanok is a thai traditional style that it was chosen for a represent design and combine together with product design and decoration trend on 2013-2014 in Formal & Sugary style. The prototype products 7 collections: necklace, earring, and brooch.

The prototype products were accepted from the sample group which they were very good in the factors of the beautiful, technique, the utilization, and the quality of products. The prototype had price in range 801 – 1,300 Bath. The prototypes were adequate detail. From these results, the prototypes were response with customer and make an alternative choice to increase the household income.

Keywords: Product development, Decorations, Embroidery threads, Embroidering

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องการออกแบบเครื่องประดับจากด้ายปัก ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินผลประโยชน์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 ของ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ภูวพัทธ์ เอกตาแสง คณบดีคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลพระนคร และคณะกรรมการบริหารงานวิจัยคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น ที่ให้การสนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยวิจัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในความสำเร็จของผลงานวิจัยฉบับนี้

กัญญา ญาณวิโรจน์

จรูญ คล้ายจ้อย

กันยายน 2555

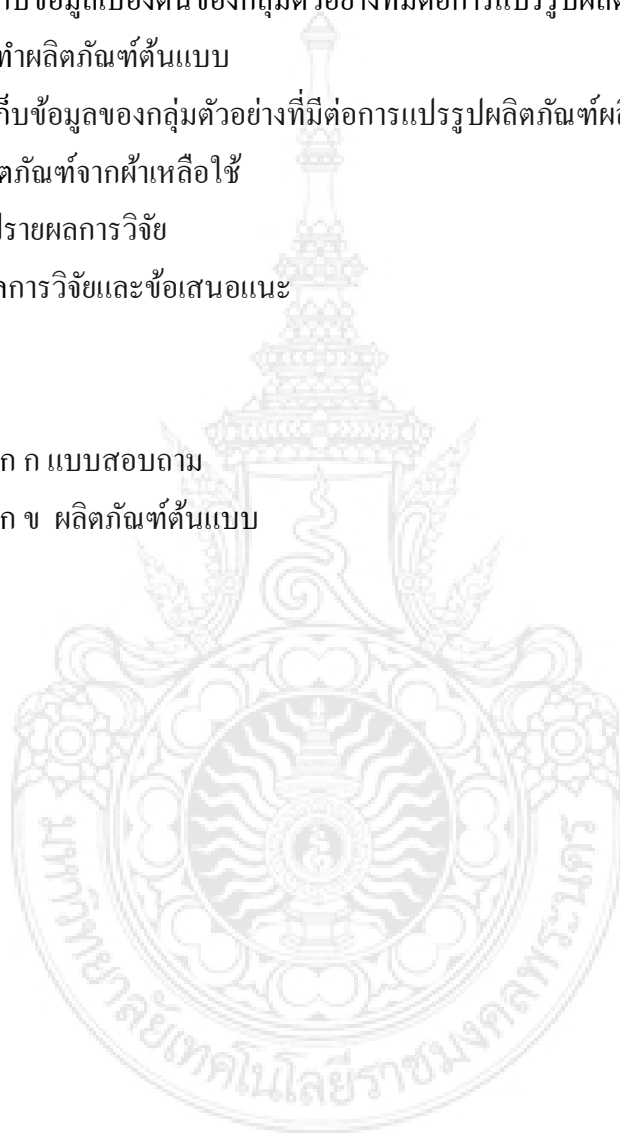


สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย	3
บทที่ 2 เอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.2 เครื่องประดับ	7
2.3 เครื่องประดับกับเครื่องแต่งกาย	8
2.4 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์	10
2.5 กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์	11
2.6 ตลาดเป้าหมาย	16
2.7 เครื่องมือวิจัยตลาด	21
2.8 แนวโน้มแฟชั่น	23
2.9 จิตรกรรมไทย	29
2.10 การปักผ้า	35
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	39
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	39
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	40
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	47

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	48
บทที่ 4 ผลการศึกษาและการอภิปราย	50
4.1 การเก็บข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์	50
4.2 การทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	57
4.3 การเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ และการ เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากฟ้าเห็ดโอ้	63
4.4 อภิปรายผลการวิจัย	68
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	70
บรรณานุกรม	72
ภาคผนวก	74
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	75
ภาคผนวก ข ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	84

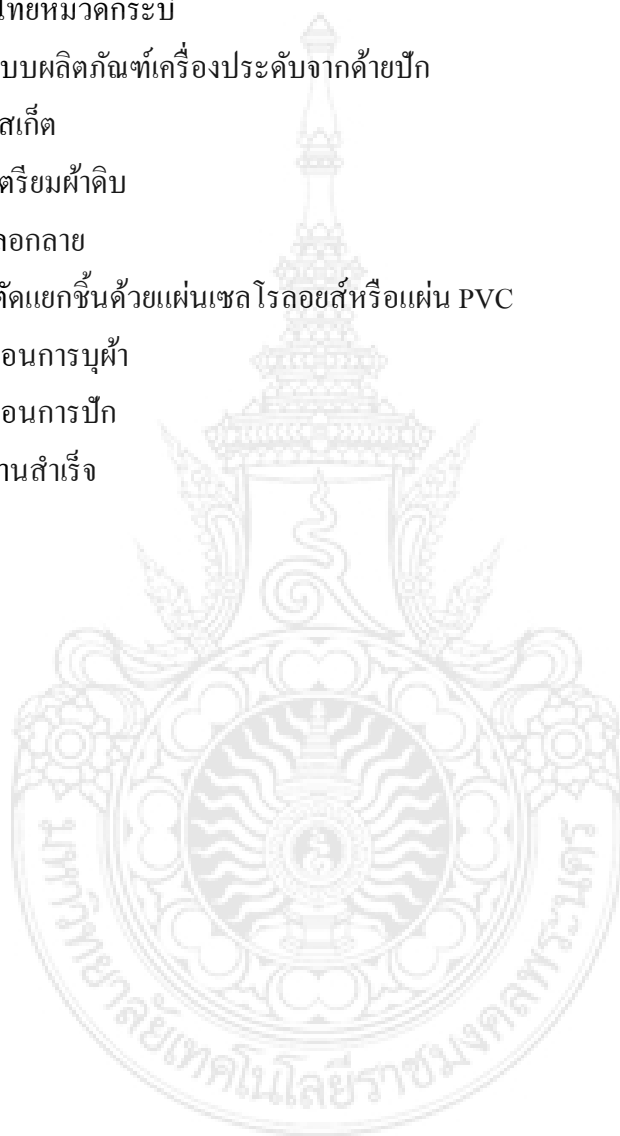


สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	กระบวนการวิธีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์	13
2.2	กระบวนการออกแบบเบื้องต้น	15
2.3	กระบวนการออกแบบรายละเอียด	15
2.4	แนวโน้มแฟชั่นแบบ Informal & Spicy	26
2.5	แนวโน้มแฟชั่นแบบ Formal & Sugary	27
2.6	แนวโน้มแฟชั่นแบบ Cold & Sensuous	28
2.7	แนวโน้มแฟชั่นแบบ Hot & Classy	29
2.8	ลายกนกสามตัวและการเสริมลายสอได้	30
2.9	ลายประจำยามแบบต่างๆ	30
2.10	ภาพมนุษย์ทั่วไป	31
2.11	ภาพพระนาง และเทพ	31
2.12	ลึงพลทหาร	32
2.13	กระรอก นก	32
2.14	ช้าง	33
2.15	ไกรสรนาครา (จตุบาท)	33
2.16	หงส์	34
2.17	ปลาจากป่าหิมพานต์	34
2.18	ปลาช้างจากป่าหิมพานต์	35
2.19	อมมนุษย์จากป่าหิมพานต์	35
3.1	ขั้นตอนการวิจัย	41
3.2	ลายไทยหมวดกนกแบบที่ 1	42
3.3	ลายไทยหมวดกนกแบบที่ 2	42
3.4	ลายไทยหมวดนารีแบบที่ 1	43
3.5	ลายไทยหมวดนารีแบบที่ 2	43
3.6	ลายไทยหมวดนารีแบบที่ 3	44
3.7	ลายไทยหมวดคชชะแบบที่ 1	44
3.8	ลายไทยหมวดคชชะแบบที่ 2	45

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
3.9	ลายไทยหมวดคชະแบบที่ 3	45
3.10	ลายไทยหมวดคชະแบบที่ 4	45
3.11	ลายไทยหมวดกระบี่	46
4.1	ต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก	57
4.2	ภาพสเก็ต	59
4.3	การเตรียมผ้าดิบ	59
4.4	การลอกลาย	60
4.5	การตัดแยกชิ้นด้วยแผ่นเซลโรลยส์หรือแผ่น PVC	60
4.6	ขั้นตอนการบุผ้า	61
4.7	ขั้นตอนการปัก	62
4.8	ชิ้นงานสำเร็จ	62



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	ค่าร้อยละจำแนกตามเพศ	50
4.2	ค่าร้อยละจำแนกตามอายุ	51
4.3	ค่าร้อยละจำแนกตามสถานภาพสมรส	51
4.4	ค่าร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา	52
4.5	ค่าร้อยละจำแนกตามอาชีพหลัก	52
4.6	ค่าร้อยละจำแนกตามรายได้	53
4.7	พื้นฐานความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์	54
4.8	การตัดสินใจเลือกกลุ่ดลยที่เหมะสมในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์และ การเพิ่มมูลค้ำของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก	54
4.9	ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์	55
4.10	องค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก	55
4.11	ผลการตอบรับผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆ	63
4.12	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale)	65
4.13	การรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก	66
4.14	การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	66
4.15	การประเมินราคาที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก	67

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เครื่องประดับ คือ วัตถุสิ่งของสวยงามที่มนุษย์นำมาสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อใช้ตกแต่งร่างกาย นับแต่บรรพกาลมนุษย์ในแต่ละวัฒนธรรมรู้จักใช้เครื่องประดับเพื่อเป็นสัญลักษณ์ในมิติต่างๆ กัน ตั้งแต่การแสดงการเป็นพวกพ้อง การแสดงฐานะทางสังคมเศรษฐกิจ แสดงออกซึ่งความเป็นตัวตน และรสนิยมด้านความงาม นอกจากนี้มนุษย์ยังใช้เครื่องประดับเพื่อผลทางจิตใจ ได้แก่ การใช้เพื่อเป็นสิ่งระลึกถึง แทนคุณค่า หรือยึดเหนี่ยวจิตใจตามความเชื่อ การใช้เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจ เพื่อส่งเสริมบุคลิกภาพ หรือแม้แต่เพื่อดึงดูดความสนใจจากบุคคลอื่น เป็นต้น (วัฒนะ, 2545)

ในประเทศไทยเครื่องประดับมีความสำคัญอย่างมากกับเศรษฐกิจ โดยในปี 2552 มีการทำรายได้เข้ามูลค่ามากกว่าสามแสนล้านบาท คิดเป็นการเติบโตร้อยละ 36.85 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ผลการศึกษาจากหลายสถาบันชี้ว่า ยังมีโอกาสที่จะขยายตัวต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามการจะรักษาตลาดและเพิ่มมูลค่าการส่งออกให้ขยายตัวได้นั้น ผู้ผลิตจำเป็นต้องเผชิญกับการแข่งขันจากผู้ผลิตในต่างประเทศอีกมาก ซึ่งนับวันจะมีความรุนแรงมากขึ้น และสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่จะมีส่วนเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องมีความทันสมัย หลากหลาย และตรงใจกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีรายได้ระดับกลาง แต่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องประดับในลักษณะที่เป็นแฟชั่น ที่มีความแปลกใหม่มีทิศทางและความเคลื่อนไหวตลอดเวลาส่งผลถึงการสนับสนุนจิตสำนึกที่ดีในการอนุรักษ์โลกและสิ่งแวดล้อมสู่เยาวชนคนรุ่นใหม่ทั่วโลกให้ได้ตระหนักถึงวิกฤติและสถานการณ์ สิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน โดยนำมาประยุกต์กับการออกแบบเครื่องประดับให้ตระการตา แปลกใหม่ น่าสมัย และสามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ สำหรับเป็นแนวทางในการออกแบบ สิ่งแวดล้อมมีความสำคัญกับมนุษย์ชาติด้วยกันทั้งสิ้น เพราะทุกชีวิตต้องอาศัยสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยในการดำเนินชีวิต รวมถึงสิ่งที่มีมนุษย์คิดค้นสร้างขึ้นเพื่อความสะดวกสบายจากพฤติกรรมของมนุษย์ถ้าเราจำกัดอยู่เพียงเพื่อดำรงชีวิต ปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันจะไม่เกิดขึ้น แต่เนื่องจากทรัพยากรธรรมชาติมีอยู่อย่างจำกัดและทิศทางการพัฒนาประเทศต่างๆ ทั่วโลกมุ่งเน้น การพัฒนาเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม จึงทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรต่างๆ อย่างมากมายเพื่อผลิตสินค้าดังกล่าว ในที่สุดได้ส่งผลสะท้อนกลับมาสู่คุณภาพการดำรงชีวิตของมนุษย์เอง ในรูปของวิกฤตการณ์สิ่งแวดล้อม การเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษา และแก้ไขปัญหาให้มากขึ้น เช่น การบริหารจัดการด้านอุตสาหกรรมที่ดีเพื่อลดปัญหา มลพิษของสิ่งแวดล้อม

รวมทั้งลดการผลิตสินค้าที่เป็นผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมวัสดุใหม่ๆ อาทิเช่น สิ่งทอ ผ้าไม้มพลาสติก เรซิน และเทคนิคในการเย็บปักถักร้อยเข้ามาใช้ในผลงานเครื่องประดับ

ปัจจุบันเครื่องประดับที่ผลิตจากเส้นด้ายมีการนำมาใช้งานมากขึ้นเนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการทางคุณค่าด้านจิตใจให้แก่ผู้บริโภคได้ไม่น้อยไปกว่าเครื่องประดับที่ทำจากวัสดุมีค่าประเภทอื่นๆ สามารถทำให้มีรูปแบบเหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้ทั้งเพศ วัย ฐานะ และความ ต้องการเฉพาะในเรื่องการเป็นตัวตนที่แตกต่าง หรือแม้แต่การแก้ปัญหาเรื่องบุคลิกภาพ อีกประการสำคัญ คือ มีราคาไม่แพง สามารถซื้อหาได้ไม่ยากนัก จากข้อมูลเบื้องต้นนี้ทำให้ทางคณะผู้ทำวิจัยมีความสนใจที่จะออกแบบและพัฒนา รูปแบบเครื่องประดับที่ประดิษฐ์จากเส้นด้ายโดยนำด้ายปักมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าส่งเสริมการใช้วัสดุอย่างคุ้มค่า และสามารถต่อยอดเป็นการ ออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอประเภทอื่นๆ ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเครื่องประดับที่ใช้วัสดุหลักจากด้าย
2. เพื่อออกแบบเครื่องประดับจากด้ายปัก

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 ส่วน คือ การออกแบบรูปแบบเครื่องประดับ จากด้ายปัก และการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 การออกแบบรูปแบบเครื่องประดับจากด้ายปัก มีวิธีการดำเนินงานดังนี้

- คัดเลือกด้ายปักที่นำมาใช้
- ทำแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกรูปแบบลวดลายที่เหมาะสมในการนำมาออกแบบและจัดสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก
- ออกแบบลวดลายและจัดสร้างสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปักที่เหมาะสมกับวัสดุที่เลือกใช้

ส่วนที่ 2 การจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ มีวิธีการดำเนินงานดังนี้

- จัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบเครื่องประดับจากด้ายปัก ประเภทสร้อยคอ ตุ้มหู กำไล ข้อมือ แหวน และเข็มกลัด จำนวน 7 ชุด จำนวนชิ้นผลิตภัณฑ์ และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ต่อชุดจะแตกต่างกัน โดยขึ้นกับลวดลายที่ได้จากการประเมินในแบบสอบถามเป็นหลัก

- ทำแบบสอบถามเพื่อประเมินประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปักเมื่อได้เห็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ออกแบบผลิตภัณฑ์จากด้ายปัก
2. ได้เครื่องประดับจากด้ายปัก
3. เผยแพร่ข้อมูลอันนำไปสู่การขยายผลในเชิงพาณิชย์แก่กลุ่มชุมชนที่มีการทำผลิตภัณฑ์สิ่งทอ กลุ่มผู้ผลิตและออกแบบเสื้อผ้า เครื่องกาย ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงกลุ่มผู้สนใจทั่วไป

หน่วยงานที่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

สถาบันการศึกษาที่มีการสอนผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น กลุ่มชุมชนที่มีการนำผลิตภัณฑ์สิ่งทอ กลุ่มผู้ผลิตภาครัฐและเอกชน หรือบุคคลทั่วไป

1.5 ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

ผลสำเร็จเบื้องต้น (P) : ได้ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

ผลสำเร็จระดับกลาง (I) : ได้นำข้อมูลจากงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน

บทที่ 2

เอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เมื่อมองไปรอบๆ ตัวเราจะพบว่าสิ่งของเครื่องใช้หลายชนิด เช่น เสื้อผ้า ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ผ้าห่มเก้าอี้ ผ้าห่ม พรม หรือม่าน ล้วนทำมาจากใยสิ่งทอทั้งสิ้น และมนุษย์จำเป็นต้องใช้ผ้าตั้งแต่เกิดจนตาย ผ้าที่ใช้ในบ้านและผ้าที่ใช้ตกแต่งบ้านแล้ว ยังมีความสำคัญและจำเป็นต้องใช้ในงานอุตสาหกรรมต่างๆ (นวลแข พาลิวนิช, 2542) ฉะนั้นเมื่อก้าวถึงเส้นด้ายไม่เพียงแต่ใช้เฉพาะกับการทอผ้าได้เท่านั้นยังสามารถใช้ในการตกแต่งต่างๆ ตลอดจนสามารถใช้กับการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายได้หลากหลายรูปแบบตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า ดังตัวอย่างที่พบเห็นอยู่มากมายตามสายงานของนักออกแบบแฟชั่นที่ต้องใช้เครื่องประดับต่างให้เข้ากับชุดของเสื้อผ้าในแต่ละชิ้นงานอย่างลงตัวเกิดความสวยงาม

ดังนั้นเมื่อเครื่องประกอบการแต่งกายมีความสำคัญดังที่ปรากฏ เครื่องประดับที่ใช้ประกอบจึงจำเป็นต้องอยู่ควบคู่ไปกับการดำรงชีวิตประจำวันอยู่ตลอด ผู้วิจัยผู้ซึ่งมีประสบการณ์ด้านออกแบบผลิตภัณฑ์และออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นจึงมองเห็น “เส้นด้าย” ที่มีอยู่รอบๆ ตัวเรา ไม่ว่าจะเส้นด้ายที่มีอยู่แล้วหรือเส้นด้ายที่ด้ายจากฝืนผ้าที่เหลือใช้ สามารถนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับได้ทั้งสิ้นซึ่งเส้นด้ายที่พบเห็น ได้แก่ เส้นด้ายที่เกิดจากการปั่นมือแล้วนำไปทอเป็นฝืนผ้า ตลอดจนเส้นด้ายธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ที่เหลือจากหัวที่ทอผ้าพื้นบ้านและโรงงานอุตสาหกรรมทอผ้าส่วนในสถานศึกษาสามารถพบเส้นด้ายจากการมัดส่งวัสดุในแต่ละครั้ง หรือจากการเรียนการสอนในวิชาทางด้านการตัดเย็บเสื้อผ้าและทำผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เป็นต้น

การนำเส้นด้ายมาเป็นเครื่องประดับ โดยทั่วไปสามารถนำเส้นด้ายมาขึ้นรูปได้หลากหลายวิธี เช่น การถัก การทอ การสาน และ การพัน ผู้ออกแบบเครื่องประดับซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในการรักสิ่งแวดล้อม โดยนำวัสดุมาใช้สร้างสรรค์งานต้องไม่ละเลยการทำลายธรรมชาติ การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมที่ทำให้เติบโตขึ้นและได้ผลกำไรมากมาย การช่วยกันคิดช่วยกันทำเพื่อกระตุ้นให้นักออกแบบและผู้ผลิตนึกถึง สิ่งที่เราสามารถทำได้ การเลือกใช้วัสดุการพัฒนางานออกแบบและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ก็เป็นหนทางที่ช่วยจุดประกายความคิดเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมให้สมดุลได้ส่วนหนึ่ง

ปี พ.ศ. 2550 อภิญญา มุรินทร์นิมิตต์ โครงการออกแบบเครื่องประดับสตรีจากโลหะและวัสดุเส้นใยพีชรูปแบบไทยร่วมสมัยจากการศึกษาข้อมูลจึงได้นำวัสดุเส้นใยพีชที่เสมือนเป็นตัวแทนความเป็นพื้นบ้านในด้านรูปธรรมมาออกแบบรวมกันกับโลหะที่ให้ความรู้ลึกถึงความก้าวหน้าความเป็นเทคโนโลยี โดยมีพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปัจจุบันไม่ยึดติดกับสิ่งใดนานๆ รักในการ

เปลี่ยนแปลงและแสวงหาการบ่งบอกถึงความเป็นตัวเองมาเป็นอีกจุดร่วมหนึ่งในการออกแบบชุดเครื่องประดับที่ประกอบไปด้วย แหวน กำไล ตุ้มหู และสร้อยคอ ชิ้นงานทุกชิ้นสามารถเปลี่ยนรูปแบบการใช้งานได้อย่างน้อย 2 รูปแบบ โดยยังคงฟังก์ชันการใช้งานเดิมและเส้นใยสามารถถอดเปลี่ยนเพื่อความเหมาะสมพอใจ หรือนำไปทำความสะอาดได้ โดยใช้วัสดุเงิน 925 และเส้นใยกันยูเรกซ์ ซึ่งมีคุณสมบัติโดยรวมเหมาะสมเป็นเครื่องประดับรูปแบบของชิ้นงานเกิดขึ้นจากการนำรูปทรงเรขาคณิตมาตัดหรือปรับ ให้กลายเป็นรูปทรงอิสระที่มีความอ่อนช้อยมากขึ้น

ปี พ.ศ. 2550 วิริยา อรรถพร โครงการออกแบบเครื่องประดับสามารถปรับเปลี่ยนรูปทรงโดยประยุกต์แนวคิดมาจากหัตถกรรมจักรพื้นบ้านซึ่งเป็นปัจจัยด้านค่านิยม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ของคนเรามีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสสังคมที่เกิดขึ้นในปัจจุบันวิถีชีวิตความเป็นอยู่ถูกเปลี่ยนแปลงไปโดยมีความเร่งรีบและแข่งขันกันตลอดเวลา ทำให้ทางเลือกทางวัสดุและกรรมวิธีการผลิตถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องตามความต้องการของคนในปัจจุบัน เพื่อสนองความเจริญก้าวหน้า และความต้องการของคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ปี พ.ศ. 2550 ชูใจ กิณุญ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวเขาเผ่าม้งให้มีคุณภาพดีโดยเฉพาะผ้าปักแบบโครสดิช มีการพัฒนาการให้สีและการออกแบบลวดลายใหม่ๆ แต่ยังคงรักษาเอกลักษณ์เดิม สามารถปักนำไปใช้สร้างสรรค์ออกแบบตกแต่งเสื้อผ้าในรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลายได้ตามความต้องการของตลาด และยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

1. การพัฒนาลายผ้าปักม้ง ใ้ได้ออกแบบลายปักโดยนำลายปักแบบดั้งเดิมของชาวม้ง คือ ลายใจเต้า และลายเหล่าโฮ มาผสมผสานกับลายผ้าทอพื้นบ้านภาคเหนือของอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ คือ ลายดอกจันทร์แปดกลีบและลายประกอบห้องนก 1,3 มาประยุกต์ประสานลายเข้าด้วยแล้วปักลายลงบนผ้าที่จะใช้ตัดเป็นตัวเสื้อได้เลย โดยออกแบบกำหนดตำแหน่งของลายตามต้องการ

2. การพัฒนาการออกแบบลายปักบนผ้าชิ้นเล็กเป็นแถบยาว ซึ่งแต่เดิมนิยมใช้แต่ผ้าพื้นสีดำและปักลวดลายด้วยสีฉูดฉาด ใช้แม่สีสดๆมาปักซึ่งเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของผ้าปักม้ง นอกเหนือไปจากการปัก จึงได้พัฒนาโดยออกแบบลายปักใหม่ด้วยการให้มีการผสมผสานกันระหว่างลายปักแบบเก่าๆ และการใช้สีตามหลักศิลปะสมัยใหม่ การปักลายแบบใหม่ลงบนพื้นผ้าพื้นสีดำและผ้าพื้นสีขาว เลือกใช้สีตามความนิยมของนักท่องเที่ยว ผลงานที่ได้เป็นที่น่าพอใจ ผ้าปักมีความสวยงามและยังคงรักษาเอกลักษณ์ของผ้าปักม้ง

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าปักม้ง หลังจากได้รับการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่องการสร้างแบบและตัดเย็บเสื้อผ้าสตรีแบบมาตรฐานแล้ว กลุ่มได้นำผ้าปักม้งมาตกแต่งเสื้อได้เสื้อที่มีรูปทรงสวยงามเข้ากับรูปร่างผู้สวมใส่ ลวดลายและการให้สี บนผ้าปักมีการออกแบบที่ทันสมัยเพิ่มความสวยงามให้กับเสื้อ

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าปักม้ง หลังจากได้รับการฝึกอบรมด้านการปฏิบัติการ เรื่อง การอัดกลีบกระโปรงม้ง โดยใช้นายอัดกลีบเป็นตัวช่วย แล้วรีดด้วยเตารีดไอน้ำเป็นการพัฒนากระโปรงม้งที่ใช้วิธีอัดกลีบแบบดั้งเดิม โดยการเนา มาเพิ่มคุณค่าให้กลีบกระโปรงม้งอยู่คงทนไม่คล้ายตัวง่ายเหมือนกระโปรงม้งแบบดั้งเดิม

ประโยชน์ เรื่องโรจน์ และคณะ ได้ศึกษาการผลิตผ้าปักของชาวจังหวัดปัตตานี โดยมุ่งศึกษาในประเด็นองค์ ประกอบของการผลิตผ้าปัก ประเภท รูปแบบ ลวดลาย และขั้นตอนการผลิตผ้าปัก และผลกระทบจากการผลิตผ้าปักในการศึกษาของผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมเอกสาร ข้อมูลภาคสนามโดยวิธีการสังเกตและสัมภาษณ์ และเสนอผลการศึกษาค้นคว้าโดยวิธีบรรณาวิเคราะห์ ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

องค์ประกอบการผลิตผ้าปักประกอบด้วย ผ้า ค้าย ดิ้น ลูกบิด เพชร จักรอุตสาหกรรม สะดิง กรรไกร เข็ม หัวแรง สายวัด ไม้ บรรทัด เตารีด กระดาษลอกลาย ดินสอ กระดาษคาร์บอน เงินทุน แรงงาน การจัดการ เศรษฐกิจ ความจำเป็นทางประโยชน์ รสนิยม คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

ประเภทรูปแบบ ลวดลาย และขั้นตอนการผลิตผ้าปักจำแนกได้ 3 ประเภท คือ ประเภท และรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย ได้แก่ เสื้อผ้าผู้ใหญ่ เสื้อผ้าเด็ก ผ้าคลุมผมสตรี ผ้าละหมาด หมวกกะปิ และหมวกคลุมผมสตรี ประเภทและรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในบ้าน ได้แก่ ปลอกหมอน ผ้ารองแก้ว ผ้ารองจาน ผ้าปูโต๊ะ ผ้าปูที่นอน และที่ใส่กระดาษทิชชู ประเภทและรูปแบบผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้แก่ ผ้ากรอบรูป ผ้าห่อของที่ระลึก และผ้าเช็ดหน้า ลวดลายผ้าปักจำแนกได้ 4 ประเภท คือ ลวดลายธรรมชาติ ได้แก่ ลวดลายดอกไม้ ลวดลายเถาวัลย์ ลวดลายคลื่น ลวดลายสาหร่าย และลวดลายปะการัง ลวดลายธรรมชาติดัดแปลง ได้แก่ ลวดลายดอกไม้เป็นช่อ ลวดลายดอกไม้เป็นคลื่น ลวดลายเรขาคณิต ได้แก่ ลวดลายเรขาคณิตรูปทรงต่างๆหลากหลายขนาด และลวดลายเรขาคณิตดัดแปลง ได้แก่ ลวดลายสามเหลี่ยมและสี่เหลี่ยม ขั้นตอนการผลิตผ้าปักจำแนกได้ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการเตรียมวัสดุ ขั้นตอนการผลิตผ้าปัก และขั้นตอนการตกแต่งและเก็บรวบรวม

จากผลการวิจัยที่ผ่านมาเห็นได้ว่านอกเหนือจากความต้องการทางปัจจัย 4 ไม่ว่าจะเป็นที่อยู่อาศัย อาหาร ยารักษาโรค เครื่องนุ่งห่ม ซึ่งล้วนแต่เป็นความต้องการพื้นฐาน ปัจจุบันคนเรามีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าความต้องการพื้นฐาน ซึ่งสังเกตได้จากการใส่ใจดูแลตัวเองให้ดูดีขึ้นผ่านทางเลือกทางการแต่งกาย การประดับตกแต่ง การแต่งแต้มสีสันทนใบหน้า การผ่าตัดลดหรือเสริมในบางส่วน สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของความต้องการที่อยากมีตัวตนอยู่ในสังคม และในปัจจุบันเครื่องประดับเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยเสริมบุคลิกภาพของเราให้ดูดีขึ้น มีรูปแบบ

ทางเลือกที่หลากหลาย ฉะนั้นเครื่องประดับจึงเป็นวิธีที่ง่ายที่เป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้คู่คี่ขึ้น สามารถบ่งบอกวิถีชีวิต (Life Style) รสนิยม (Taste) บ่งบอกเอกลักษณ์ (Identity) ตัวตนในสังคมผ่านทางเลือกรูปแบบของตนเอง

2.2 เครื่องประดับ

เครื่องประดับ คือ วัตถุสิ่งของสวยงามที่มนุษย์นำมาสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อใช้ตกแต่งร่างกาย นับแต่บรรพกาลมนุษย์ในแต่ละวัฒนธรรมรู้จักใช้เครื่องประดับเพื่อเป็นสัญลักษณ์ในมิติต่างๆ กัน ตั้งแต่การแสดงการเป็นพวกพ้อง การแสดงฐานะทางสังคมเศรษฐกิจ แสดงออกซึ่งความเป็นตัวตน และรสนิยมด้านความงาม นอกจากนี้มนุษย์ยังใช้เครื่องประดับเพื่อผลทางจิตใจ ได้แก่ การใช้เพื่อเป็นเครื่องระลึกถึง แทนคุณค่า หรือยึดเหนี่ยวจิตใจตามความเชื่อ การใช้เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจ เพื่อส่งเสริมบุคลิกภาพ หรือแม้แต่เพื่อดึงดูดความสนใจจากบุคคลอื่น เป็นต้น (วัฒนะ จุฑะวิภาต, 2545)

ในประเทศไทยเครื่องประดับมีความสำคัญอย่างมากกับเศรษฐกิจ โดยในปี 2552 มีการทำรายได้เข้ามูลค่ามากกว่าสามแสนล้านบาท คิดเป็นการเติบโตร้อยละ 36.85 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ผลการศึกษาจากหลายสถาบันชี้ว่า ยังมีโอกาสที่จะขยายตัวต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามการจะรักษาตลาดและเพิ่มมูลค่าการส่งออกให้ขยายตัวได้นั้น ผู้ผลิตจำเป็นต้องเผชิญกับการแข่งขันจากผู้ผลิตในต่างประเทศอีกมาก ซึ่งนับวันจะมีความรุนแรงมากขึ้น และสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่จะมีส่วนเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องมีความทันสมัย หลากหลาย และตรงใจกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีรายได้ระดับกลาง แต่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องประดับในลักษณะที่เป็นแฟชั่น ที่มีความแปลกใหม่มีทิศทางและความเคลื่อนไหวตลอดเวลาส่งผลถึงการสนับสนุนจิตสำนึกที่ดีในการอนุรักษ์โลกและสิ่งแวดล้อมสู่เยาวชนคนรุ่นใหม่ทั่วโลกให้ได้ตระหนักถึงวิกฤติและสถานการณ์ สิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน โดยนำมาประยุกต์กับการออกแบบเครื่องประดับให้ตระการตา แปลกใหม่ น่าสมัย และสามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ สำหรับเป็นแนวทางในการออกแบบ สิ่งแวดล้อมมีความสำคัญกับมนุษย์ชาติด้วยกันทั้งสิ้น เพราะทุกชีวิตต้องอาศัยสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยในการดำเนินชีวิต รวมถึงสิ่งที่มีมนุษย์คิดค้นสร้างขึ้นเพื่อความสะดวกสบายจากพฤติกรรมของมนุษย์ ถ้าเราจำกัดอยู่เพียงเพื่อดำรงชีวิต ปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันจะไม่เกิดขึ้น แต่เนื่องจากทรัพยากรธรรมชาติมีอยู่อย่างจำกัดและทิศทางการพัฒนาประเทศต่างๆ ทั่วโลกมุ่งเน้น การพัฒนาเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม จึงทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรต่างๆ อย่างมากมายเพื่อผลิตสินค้าดังกล่าว ในที่สุดได้ส่งผลสะท้อนกลับมาคุกคามการดำรงชีวิตของมนุษย์เอง ในรูปของวิกฤตการณ์สิ่งแวดล้อม การเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษา และแก้ไข

ปัญหาให้มากขึ้น เช่น การบริหารจัดการด้านอุตสาหกรรมที่ดีเพื่อลดปัญหา มลพิษของสิ่งแวดล้อม รวมทั้งลดการผลิตสินค้าที่เป็นผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมวัสดุใหม่ ๆ เช่น สิ่งทอ ผ้าไม้พลาสติก เรซิน และเทคนิคในการเย็บปักถักร้อยเข้ามาใช้ในผลงานเครื่องประดับ

ปัจจุบันเครื่องประดับที่ผลิตจากเส้นด้ายมีการนำมาใช้งานมากขึ้น เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการทางคุณค่าด้านจิตใจให้แก่ผู้บริโภคได้ไม่น้อยไปกว่าเครื่องประดับที่ทำจากวัสดุมีค่าประเภทอื่นๆ สามารถทำให้มีรูปแบบเหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้ทั้งเพศ วัย ฐานะ และความ ต้องการเฉพาะในเรื่องการเป็นตัวคนที่แตกต่าง หรือแม้แต่การแก้ปัญหาเรื่องบุคลิกภาพ อีกประการสำคัญ คือ มีราคาไม่แพง สามารถซื้อหาได้ไม่ยากนัก จากข้อมูลเบื้องต้นนี้ทำให้ทางคณะผู้ทำวิจัยมีความสนใจที่จะออกแบบและพัฒนา รูปแบบเครื่องประดับที่ประดิษฐ์จากเส้นด้าย โดยนำด้ายปักมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าส่งเสริมการใช้วัสดุอย่างคุ้มค่า และสามารถต่อยอดเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอประเภทอื่นๆ ต่อไป

2.3 เครื่องประดับกับเครื่องแต่งกาย

การใช้เครื่องประดับตกแต่งร่างกายไม่เพียงแต่จะเพิ่มความงดงามยิ่งขึ้น หากแต่ยังสามารถปิดความบกพร่องบางส่วนไว้ได้ รูปร่างของผู้ใช้ก็มีส่วนที่จะเน้นให้เห็นความเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม สมระหว่างเครื่องประดับกับเครื่องแต่งกายได้มาก เช่น ถ้าคนรูปร่างสูงผอมใช้เครื่องประดับสีน้ำเงินเข้มขนาดใหญ่ไม่ว่าจะเป็นตุ้มหู สร้อยคอ เข็มกลัด เป็นต้น จะทำให้ความขัดแย้งแสดงออกอย่างชัดเจน หรือคนที่มีรูปร่างอ้วนใหญ่ ถ้าใช้สร้อยคอสีนใหญ่ติดคอก็จะทำให้เห็นความไม่เหมาะสมนั้นอย่าง ดังนั้น ก่อนที่จะเลือกเครื่องประดับจะต้องศึกษาถึงสภาพแท้จริงของรูปร่าง สีผิว บุคลิกของตัวเองก่อนเพื่อให้สามารถเลือกเครื่องประดับได้เหมาะสม เครื่องประดับที่เหมาะสมสำหรับคนรูปร่างอ้วนใหญ่ ควรเลือกใช้เครื่องประดับขนาดกลาง ไม่เล็กไม่ใหญ่เกินไป หลีกเลียงแบบที่รุงรัง ควรเลือกแบบที่เรียบง่าย สีเข้มขนาดไม่ใหญ่เทอะทะ สำหรับคนผอมสามารถเลือกเครื่องประดับได้ง่ายแต่ควรดูความเหมาะสมของเสื้อผ้าประกอบด้วย

การเลือกใช้เครื่องประดับ สิ่งแรกต้องเลือกให้เข้ากับรูปร่างลักษณะเสียก่อน ต่อไปก็เลือกให้เข้ากับเสื้อผ้า สี ลวดลายของชุดแต่งกาย และกาลเทศะ ถ้านำมาตกแต่งอย่างถูกต้องแม้เพียงชิ้นเดียวก็อาจทำให้ผู้สวมใส่ดูดีในสายตาผู้พบเห็น ได้มิใช่เห็นผู้หญิงแต่งตัวสวยก็ตามอย่าง หรือมีเท่าไรก็โหมใส่เข้าไปหมดไม่เลือกสี เลือกขนาดซึ่งไม่เพียงแต่จะดูไม่ดีเท่านั้น หากยังบ่งบอกถึงบุคลิกภาพที่ไม่น่าชื่นชมของผู้สวมใส่อีกด้วย (วัฒนธรรม จุฑะวิภาต, 2545)

เครื่องประดับที่ใช้อย่างจริงจังนั้นจะมีอยู่น้อยมาก ถ้าจะเปรียบคุณประโยชน์กับสิ่งของอื่นๆ ที่ใช้อยู่ในชีวิตประจำวัน แต่เครื่องประดับมีความสวยงามเป็นจุดประทับใจส่วนประโยชน์ใช้

สอยเป็นผลพลอยได้ ดังนั้นการออกแบบเครื่องประดับจึงเน้นจุดสนใจด้านความสวยงามก่อนเป็นสำคัญซึ่งรวมถึงความละเอียด ประณีต ส่วนประโยชน์ใช้สอยเป็นสิ่งสำคัญอันดับรองลงไป ส่วนผู้ใช้เครื่องประดับควรรู้จักเลือกเสื้อผ้าให้มีความเหมาะสมไปกันได้กับเครื่องประดับที่ใช้ หากผู้ใช้เครื่องประดับไม่มีรสนิยมในการเลือกซื้อ เลือกใช้เครื่องประดับที่มีราคาแพงจะคู่ด้วยราคาเหมือนของราคาถูกไม่มีคุณค่าแก่ผู้พบเห็น การเลือกซื้อและการใช้เครื่องประดับนั้นอยู่ที่การชอบและไม่ชอบอันเป็นรสนิยมที่มีต่อเครื่องประดับและเครื่องแต่งกาย

2.3.1 พื้นฐานการใช้เครื่องประดับ

พื้นฐานที่ทำให้รสนิยมของผู้ใช้เครื่องประดับแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสาเหตุ 3 ประการ ดังนี้

1. พื้นฐานที่แตกต่างกันทางด้านเศรษฐกิจ คนมีเศรษฐกิจดีย่อมมีโอกาสเลือกซื้อและใช้ของดีมีคุณค่ามากกว่าคนอื่นที่มีเศรษฐกิจไม่ดี
2. พื้นฐานที่แตกต่างกันทางด้านสิ่งแวดล้อม สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดความคุ้นเคยเป็นเสมือนอิทธิพลที่ทำให้เกิดการคล้อยตามกันและเมื่อเปลี่ยนสิ่งแวดล้อมใหม่บางคน อาจจะปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ได้เร็ว บางคนอาจปรับตัวได้ช้าหรือไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมได้เลยเป็นต้น
3. พื้นฐานที่แตกต่างกันด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นจุดสำคัญที่ทำให้ชีวิตการเป็นอยู่ตลอดจนเสื้อผ้า เครื่องประดับแตกต่างกันได้มาก

2.3.2 ประโยชน์ของเครื่องประดับที่มีต่อเครื่องแต่งกาย

เครื่องประดับเป็นหนึ่งในงานศิลปะจากจินตนาการของมนุษย์ ในปัจจุบันเครื่องประดับยังมีประโยชน์ต่อคนเราในฐานะองค์ประกอบหนึ่งของเครื่องกายที่มีความสำคัญ ซึ่งประโยชน์ของเครื่องประดับที่มีต่อเครื่องแต่งกาย ดังนี้

1. ช่วยลดจุดด้อย หรือข้อบกพร่องของเครื่องแต่งกายที่อาจดูไม่งามให้เหมาะสมได้
2. ช่วยสร้างจุดเด่นหรือเพิ่มความน่าสนใจให้กับผู้สวมใส่ เปลี่ยนความจำของเครื่องแต่งกายให้ดูมีชีวิตชีวา

3. เสริมบุคลิกภาพของผู้สวมใส่ให้มีความมั่นใจในตนเอง

4. บ่งบอกรสนิยมของผู้สวมใส่

2.3.3 การเลือกใช้เครื่องประดับให้สัมพันธ์กับเครื่องแต่งกาย

ในปัจจุบันเครื่องประดับยังมีประโยชน์ และเป็นองค์ประกอบหนึ่งของเครื่องแต่งกายที่มีความสำคัญมากเพราะเครื่องประดับเป็นสิ่งที่สามารถช่วยลดจุดด้อยหรือข้อบกพร่องของเครื่องแต่งกายที่อาจดูไม่งามให้เหมาะสมได้ ช่วยเปลี่ยนความจำของเครื่องแต่งกายให้ดูมีชีวิตชีวา สร้างจุด

เด่นหรือเพิ่มความน่าสนใจให้กับผู้สวมใส่รวมไปถึงช่วยสร้างความมั่นใจในตนเอง เป็นต้น ซึ่งการเลือกใช้เครื่องประดับให้สัมพันธ์กับเครื่องแต่งกายมีปัจจัยดังนี้ (วรรณรัตน์ อินทร์อำ, 2536)

1. ความเหมาะสมของรูปทรงเครื่องประดับต่อเครื่องแต่งกาย
2. วัสดุและสีของเครื่องประดับที่นำมาใช้กับเครื่องแต่งกาย
3. มีความสัมพันธ์กับรูปร่าง ผิวและอวัยวะที่จะเสริมแต่ง
4. โอกาสและสถานที่ที่จะใช้เครื่องประดับ

2.4 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

2.4.1 ความหมายของการออกแบบ

การออกแบบ หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์ประเภทหนึ่งของมนุษย์มีความสวยงามโดดเด่น โดยใช้องค์ประกอบของทฤษฎีต่างๆ และใช้วัสดุนาาชนิดเป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อสนองความต้องการในการดำรงชีวิตประจำวัน ให้มีความสะดวก สวยงาม หรือเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นทางกายภาพ หรือเพื่อพัฒนาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ของมนุษย์ให้มีคุณภาพสูงขึ้นมากว่าเดิม โดยมีการวางแผนเป็นขั้นตอนในการผลิต เลือกวัสดุ และวิธีการทำให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและสมบัติของวัสดุแต่ละชนิด ตามความคิดสร้างสรรค์ หรือหมายถึงการปรับปรุงผลงานหรือสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสม มีความแปลกใหม่มากขึ้น เช่น แก้วน้ำเราสามารถปรับปรุงให้เป็นรูปแบบใหม่ สวยงาม แปลกกว่าเดิม แต่ยังคงความสะดวกสบายในการใช้งาน เหมือนเดิม หรือดีกว่าเดิม เป็นต้น ในการออกแบบจะรวมถึง การรวบรวมหรือการจัดองค์ ประกอบทั้งที่เป็น 2 มิติ และ 3 มิติเข้าด้วยกันอย่างมีหลักเกณฑ์โดยนำองค์ประกอบของการออกแบบมาคิด รวมกันและคำนึงถึง ประโยชน์ใช้สอย ความงามอันเป็นคุณลักษณะสำคัญของการออกแบบ การออกแบบเป็นศิลปะของมนุษย์ เกิดจากการสร้างค่านิยมทาง ความงามและสนองคุณประโยชน์ทางกายภาพให้แก่มนุษย์

2.4.2 พื้นฐานของการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าให้มีความแปลกใหม่ สวยงาม สะดุดตา การออกแบบผลิตภัณฑ์ พื้นฐานของการออกแบบมี 5 ประการดังนี้

ความซ้ำซ้อน (Repetition) ประกอบด้วยความซ้ำซ้อนของเส้น หรือรูปร่างในบริเวณขนาดใหญ่ของตัวแบบ เช่น ภาพพิมพ์สายฝนที่สาดซัดไปมา หรือภาพแสงที่สะท้อนขึ้นมาจากน้ำอย่างระยิบระยับ

ความกลมกลืน (Harmony) หรือ ความสมดุล (Balance) ปรากฏขึ้น ได้หลายทาง ซึ่งอาจเป็นทั้งความสมมาตร (สมดุล) หรือความไม่สมมาตร (ไม่สมดุล) แต่ก็ยังนำขึ้นชมบริเวณที่มีขนาด

เล็กอาจสมดุลกับบริเวณที่มีขนาดใหญ่ ถ้าบริเวณที่มีขนาดเล็กมีความสำคัญต่อสายตา (เนื่องจากการใช้สี) ที่ทำให้มีความเท่าเทียมกับบริเวณที่มีขนาดใหญ่

ความตรงกันข้าม (Contrast) หรือความไม่สอดคล้อง (Discord) เป็นความตรงกันข้ามของความกลมกลืนกัน สีแดงและสีส้มมีความกลมกลืนกัน เนื่องจากสีส้มมีส่วนผสมของสีแดงวงกลม และรูปไข่มีความกลมกลืนกันเนื่อง จากทั้งสองประกอบด้วยเส้นโค้งส่วนเส้นสั้นไม่กลมกลืนกับเส้นยาว เป็นความ ตรงกันข้าม

จังหวะ (Rhythm) และการเคลื่อนไหว (Movement) เกิดขึ้นจาก การทำให้เส้นพลิ้วไหวไปมา หรือการวางสิ่งเคลื่อนไหว ให้อยู่ตรงกันข้ามกับ สิ่งที่อยู่นิ่ง อย่างไรก็ตาม เส้นสั้นไม่กลมกลืนกับเส้นยาวเป็นความตรงกันข้าม

เอกภาพ (Unity) เกิดขึ้นเมื่อทุกองค์ประกอบในตัวแบบรวมกัน เป็นหนึ่งเดียว เอกภาพมีความคล้ายคลึงกับความสมดุล ตัวแบบมีเอกภาพ ถ้ามวลของมันสมดุลกัน หรือถ้าแสงและเงาและสีสมดุลกัน แต่เอกภาพแตกต่างจากสมดุล ในกรณีนี้หมายความว่า องค์ประกอบที่สมดุลทั้งหมดเหล่านี้ ผสมผสานกันอย่างกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียวในตัวแบบ (สาธิต คันธ ไซติ, 2528)

2.5 กระบวนการวิธีออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

แบบจำลองกระบวนการวิธีออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ แยกเป็น 2 คำดังนี้ กระบวน หมายถึง ส่วนย่อยๆ ที่มาเรียงลำดับกัน ส่วนคำว่า วิธี หมายถึง แบบ หรือหนทางที่จะทำ กระบวนวิธีจึงหมายถึง แบบหรือหนทางที่จะทำตามลำดับขั้นตอนตามลำดับ ที่ใช้แปลงสภาพเหตุปัจจัยกลุ่มหนึ่ง ให้กลายเป็นผลปัจจัยอีกกลุ่มหนึ่ง โดยทั่วไปกระบวนการเป็นคำที่เราคุ้นเคยกันดี แต่เป็นกระบวนการรูปธรรม เช่น กระบวนการรถไฟ ซึ่งประกอบด้วย หัวรถจักรกับตู้โดยสาร การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ก็เป็นเช่นนั้น เพียงแต่แทนที่จะเป็นหัวรถจักรกับตู้โดยสาร กลับเป็นกิจกรรมกลุ่มหนึ่งที่องค์กรนำเข้ามาใช้ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นมาแล้วทำให้เกิดประโยชน์ทางการค้า กิจกรรมเหล่านี้หลายอย่างเป็นเพียงความคิด (นามธรรม) ไม่ได้มีตัวตนเหมือนกระบวนการรถไฟ และเป็นเพียงการจัดองค์กรเท่านั้นเอง ถ้าจัดงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นกระบวนการวิธีแล้ว จะได้ประโยชน์อะไร

1. การประกันคุณภาพ เมื่อตัดโครงการงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ โดยรวม ออกเป็นลำดับขั้นตอน สามารถนำแต่ละขั้นไปวางลงในช่วงเวลา แต่ละช่วงเวลาเป็นเหมือนสถานีที่โครงการต้องวิ่งผ่าน และเป็นด่านตรวจไปตลอดทั้งเส้นทาง การวิ่งไปตามขั้นตอนทีละสถานี ในกระบวนการวิธีออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จะกลายเป็นหนทางหนึ่ง ที่จะช่วยประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์อันเป็นผลบั้นปลายได้

2. การประสานงาน เพื่อกำหนดกระบวนการวิธีออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นอย่างละเอียดชัดเจนแล้ว จนกลายเป็นแผนแม่แบบที่ใช้กำหนดบทบาทของผู้เล่นแต่ละคนที่เข้ามาเป็นสมาชิกอยู่ในโครงการได้ แผนแม่แบบนี้จะเป็นหมายกำหนดการแจ้งให้สมาชิกแต่ละคนในที่ทำงาน ได้รู้ว่าเมื่อไรถึงเวลาแล้วที่ต้องเข้ามาช่วย หรือความสามารถของตนกำลังอยู่ในความต้องการ และ จะเข้าไปแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือวัสดุกับใคร

3. การวางแผน กระบวนการวิธีออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จะมีสถานีตามธรรมชาติ บอกว่าช่วงใดสิ้นสุดลงแล้ว และกำลังจะเริ่มช่วงใดต่อไป สถานีแต่ละจุดจะเป็นที่ปักโครงการ

4. การบริหาร กระบวนการวิธีพัฒนาผลิตภัณฑ์จะมีสถานี เมื่อจะประเมินผลการลงทุนใน งานที่กำลังดำเนินไป ถ้าเปรียบเทียบเหตุการณ์จริงกับที่วางแผนไว้ ผู้บริหารก็จะเห็นปัญหาที่เกิดขึ้น ได้ทันที

5. การปรับปรุง ถ้าได้บันทึกกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไว้จะช่วยให้มองเห็นช่องทางที่จะปรับปรุงได้ง่ายขึ้น

กระบวนการวิธีออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ถ้าจะมองอีกแบบหนึ่ง เป็นการเสกผลิตภัณฑ์เชิงแนวความคิด ออกมาจำนวนหนึ่งไว้ให้เป็นทางเลือก แล้วค่อยๆ คัดออกไปให้เหลือน้อยลง จากนั้นค่อยๆ เติมลักษณะพิเศษเฉพาะผลิตภัณฑ์ หรือสเปค เข้าไปในแนวความคิดทางเลือกให้มากขึ้นๆ จนกระทั่งมั่นใจได้ว่า ถ้านำสเปคนี้ไปใช้ผลิตจริง ระบบการผลิตก็จะผลิตตามนั้น ได้ดีพออย่างน่ามั่นใจ และทำซ้ำแล้วซ้ำอีกตามสเปคนั้นได้ พึงตั้งข้อสังเกตไว้ตั้งแต่ตอนนี้ว่า ในช่วงต้นๆ นั้น ผลิตภัณฑ์มีสภาพเป็นสภาวะ หรือเป็นนามธรรม ในขณะที่เดียวกันก็มีผลปัจจัยอีกส่วนหนึ่งคือ กระบวนการผลิตและแผนการตลาดที่เกิดขึ้นด้วย

2.5.1 แบบจำลองกระบวนการวิธีออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ประกอบไปด้วย 4 ช่วง คือ

1. ช่วงการวางแผน กิจกรรมวางแผนเกิดขึ้นก่อนหน้าที่โครงการจะได้รับอนุมัติเป็นช่วงที่เกิดตามนโยบายกลยุทธ์ของบริษัท เป็นความคิดรวมไปจนถึงผลการวิจัยและการประเมินพัฒนาการด้านเทคโนโลยี และการวิจัยด้านการตลาดและความต้องการของผู้บริโภค ผลปัจจัยของช่วงวางแผนจะกลายมาเป็นภารกิจของโครงการ หรือดีไซน์บริฟ ซึ่งเป็นตัวกำหนดเป้าหมายทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ การวางแผนและการวิจัยความต้องการของผู้บริโภค จะได้อธิบาย เป้าหมายทางธุรกิจ ข้อเสนอพื้นฐานหลัก ๆ ข้อจำกัดของบริษัท และการวิจัยความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภคอย่างละเอียด เพื่อจะทำความเข้าใจว่าผู้บริโภคมีความจำเป็นอะไร และเพื่อถ่ายทอดสิ่งนี้ให้ทีมงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์รู้ ขั้นตอนนี้ให้ผลปัจจัยออกมาเป็นหัวข้อบอกความจำเป็น

ของผู้บริโภคชุดหนึ่งที่กำหนดขึ้นอย่างรอบคอบ และจัดเรียงเป็นรายการพร้อมกับค่าน้ำหนักความสำคัญ

2. ช่วงการออกแบบเบื้องต้น เป็นทั้งการเสนอและประเมินแนวความคิดทางเลือกแนวความคิดคือ คำบรรยายหลักประโยชน์ใช้สอย และหลักสุนทรียะผลิตภัณฑ์ โดยปกติจะมีสเปกขึ้นมาชุดหนึ่ง มีผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง และมีเหตุผลทางการเงินที่ต้องดำเนินโครงการ



ภาพที่ 2.1 กระบวนการวิธีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

3. ช่วงการออกแบบรายละเอียด อันนี้เป็นช่วงการออกแบบที่นำจิต (แนวความคิด) เข้าไปลงในกาย (รูปทรง) รวมถึงการให้คำนิยาม สถาปัตยกรรม ผลิตภัณฑ์ และการแยกผลิตภัณฑ์ออกเป็นระบบย่อย เป็นส่วนประกอบ และแผนผังการประกอบขึ้นส่วนระบบการผลิต ผลป้จจัยที่ออกมาจากช่วงนี้ จะรวมไปถึงผังภูมิผลิตภัณฑ์เชิงเรขาคณิต สเปคหลักประโยชน์ใช้สอยและหลักสุนทรียะของระบบย่อยแต่ละส่วน และแผนผังส่วนประกอบไหลเข้าไปในกระบวนการประกอบขั้นสุดท้าย ช่วงนี้รวมไปถึงสเปคผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์ทั้งทางด้านเรขาคณิตและวัสดุ พิกัดขึ้นส่วนแต่ละชั้นที่มาประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ และกำหนดเวลาการจัดซื้อขึ้นส่วนมาตรฐานจากภายนอก แผนผังกระบวนการผลิต และเครื่องมือที่ต้องออกแบบขึ้นมาเพื่อใช้ทำขึ้นส่วนแต่ละชั้นในระบบการผลิต ผลป้จจัยช่วงนี้ เป็นเอกสารสำหรับควบคุมผลิตภัณฑ์เป็นภาพวาดเชิงเรขาคณิต บรรยายขึ้นส่วนแต่ละชั้นเครื่องมือที่ต้องออกแบบขึ้นมาเพื่อใช้ทำขึ้นส่วนแต่ละชั้นในระบบการผลิต ผลป้จจัยจากช่วงนี้ เป็นเอกสารสำหรับควบคุมผลิตภัณฑ์เป็นภาพวาดเชิงเรขาคณิต บรรยายขึ้นส่วนแต่ละชั้น และเครื่องมือที่ต้องใช้ในการผลิตขึ้นส่วน และผังภูมิการทำและประกอบขึ้นส่วน

4. ช่วงการทำสอบ ช่วงนี้เป็นการสร้างและประเมินหลายมุมมองเพื่อปรับปรุงและเตรียมผลิตภัณฑ์ก่อนนำไปผลิต โดยปกติจะนำแบบจำลอง ซึ่งเป็นแบบที่สร้างขึ้นจากขึ้นส่วนที่ตั้งใจว่าจะใช้ในการผลิต แต่ไม่จำเป็นจะต้องใช้กระบวนการผลิตเดียวกับที่จะใช้ในการผลิตจริงไปทดสอบ เพื่อหาว่าผลิตภัณฑ์ทำงานได้เหมือนกับแบบที่ออกไว้หรือไม่ และทดสอบว่าผลิตภัณฑ์ว่าสามารถตอบสนองความต้องการหลักของผู้บริโภคได้หรือไม่ ส่วนตัวอย่างสินค้า ปกติจะทำขึ้นจากขึ้นส่วนที่ได้จากกระบวนการผลิตที่ตั้งใจว่าจะใช้ในการผลิตจริง แต่อาจไม่ได้ประกอบขึ้นตามวิธีที่ตั้งใจว่าจะใช้ในการประกอบเมื่อต้องผลิตจริง ในขั้นสุดท้ายจะประเมินตัวอย่างสินค้าอย่างเข้มงวดเป็นการ

ภายใน และโดยปกติจะนำไปให้ผู้บริโภคได้ทดลองในภาวะแวดล้อมของผู้บริโภคเอง จุดมุ่งหมายของตัวอย่างสินค้าก็เพื่อจะใช้เป็นฐานในการตอบคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือ เพื่อจะได้เปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย ในช่วงนี้จะผลิตภัณฑ์ด้วยระบบการผลิตที่ตั้งใจไว้ว่าจะใช้ในการผลิตจริง เป้าหมายของการเตรียมการผลิตก็เพื่อฝึกพนักงาน และแก้ปัญหาที่เหลืออยู่ในกระบวนการผลิตที่ผลิตได้ในช่วงเตรียมการผลิต บางครั้งก็ป้อนไปให้ลูกค้าเฉพาะ แล้วจึงทำการประเมินอย่างถี่ถ้วนเพื่อหาปัญหาที่ยังคงเหลืออยู่ มีขั้นตอนและแนวคิดดังนี้

2.5.2 การออกแบบเบื้องต้นเบื้องต้น

ประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ดังต่อไปนี้

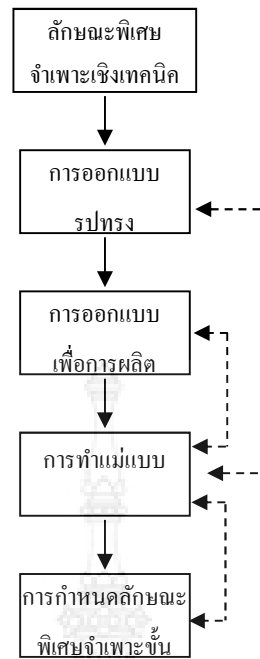
1. การกำหนดลักษณะพิเศษจำเพาะผลิตภัณฑ์ที่จะใช้เป็นเป้าหมาย ลักษณะพิเศษจำเพาะ หรือที่เราเรียกกันจนคุ้นหูว่า สเปค เป็นคำอธิบายว่าผลิตภัณฑ์จะไปใช้ทำอะไรได้บ้าง อันนี้แท้ที่จริงเป็นคำแปลความต้องการหรือความจำเป็นของผู้บริโภคออกมาเป็นคำศัพท์เทคนิคนั่นเอง เราจะกำหนดสเปคที่ใช้เป็นเป้าหมายขึ้นก่อนในตอนต้นกระบวนการ และนี่เป็นเสมือนความหวังของทีมงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภายหลังจึงนำสเปคนี้มาปรับให้สอดคล้องกับเงื่อนไข เพราะไปตัดสินใจเลือกแนวความคิดทางเลือกหนึ่งทางเลือกใดไว้แล้ว ผลปัจจัยของขั้นตอนนี้เป็นรายการสเปคเป้าหมาย สเปคแต่ละรายการจะมีมาตร มูลค่าขั้นต่ำ และค่าเชิงอุดมคติของมาตรนั้นๆ

2. การออกแนวความคิด เป็นการทะลวงเข้าไปในหัวมโนคติ เพื่อหาว่าจะมีสิ่งใดอยู่บ้างที่อาจใช้สนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ขั้นนี้รวมถึงการค้นคว้าจากภายนอก การคิดสร้างสรรค์ และการหาทางออกที่กระจัดกระจายอยู่เป็นเสี่ยง ๆ คละกันอยู่ แล้วนำมาเสนออย่างเป็นระบบ

3. การเลือกแนวความคิด เป็นกิจกรรมที่ยกแนวความคิดทั้งหมดขึ้นมาวิเคราะห์ แล้วค่อยๆ คัดออกไปตามลำดับ เพื่อหาแนวความคิดที่ให้ความหวังได้มากที่สุด กระบวนการวิธีนี้ปกติอาจต้องหมุนกลับทับซ้อนอยู่หลายรอบ และอาจต้องออกหรือปรับปรุงแนวความคิดเพิ่มเติม

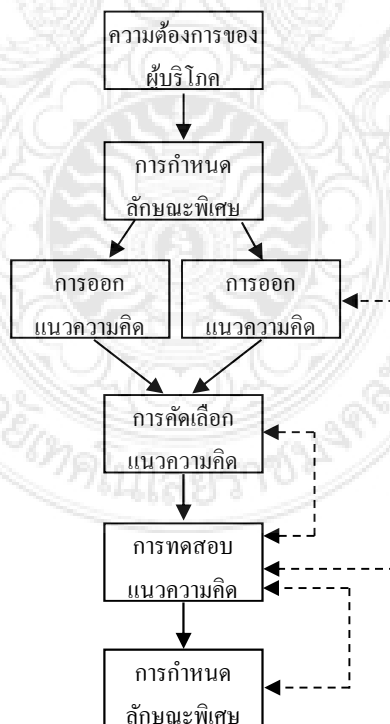
4. การทดสอบแนวความคิด เป็นการนำแนวความคิดข้อหนึ่งหรือมากกว่านั้นมาทดสอบเพื่อยืนยันให้เห็นว่าแนวความคิดข้อนั้นๆ ตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของผู้บริโภคได้จริง แล้วประเมินผลทางการตลาด ระบุส่วนที่ขาดไปซึ่งต้องทำการแก้ไขในขั้นถัดไป ถ้าพบว่าผู้บริโภคไม่ค่อยตอบสนอง ก็อาจต้องยกเลิกโครงการไป หรืออาจจำเป็นต้องหันกลับไปทำซ้ำอีก

5. การกำหนดลักษณะจำเพาะผลิตภัณฑ์เชิงเทคนิค จะนำลักษณะพิเศษจำเพาะที่ใช้เป็นเป้าหมาย ซึ่งวางขึ้นในกระบวนการก่อนหน้านี้มาแก้ไข หลังจากที่ได้เลือกแนวความคิดและทดสอบแล้ว ถึงจุดนี้ทีมงานจะต้องตัดสินใจยึดค่าใดๆ โดยเฉพาะ อันเป็นค่าที่สะท้อนเงื่อนไขที่แฝงอยู่ในแนวความคิด เงื่อนไขทางเทคนิคที่พบเมื่อทำต้นแบบ และค่าแลกเปลี่ยนข้อดีกับข้อเสียระหว่างต้นทุนกับประสิทธิภาพ



ภาพที่ 2.2 กระบวนการออกแบบเบื้องต้น

จากข้อมูลในข้อ 1-5 สามารถนำมาทำเป็นลำดับขั้นตอนดังแสดงในภาพที่ 2.2 เมื่อได้ข้อมูลทั้งหมดที่ต้องการจะนำไปการออกแบบรายละเอียดตามภาพที่ 2.3 เพื่อดำเนินการต่อไป



ภาพที่ 2.3 กระบวนการออกแบบรายละเอียด

6. การทำต้นแบบและแม่แบบ ในกระบวนการพัฒนาแนวความคิดทุกขั้นตอน จะต้องใช้ต้นแบบและแม่แบบหลายรูปแบบ อันนี้อาจรวมไปถึง ต้นแบบในการพิสูจน์แนวความคิด ซึ่งช่วยให้ทีมงานสามารถแสดงความเป็นไปได้ ออกมาให้เห็นเป็นภาพ และทำต้นแบบเป็นรูปทรง ที่อาจนำไปเสนอต่อผู้บริโภค เพื่อประเมินตามหลักการยศาสตร์และสไตล์

2.5.3 การประยุกต์แบบจำลองตามประเภทองค์กรและประเภทผลิตภัณฑ์

กระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่กล่าวถึงในแบบจำลองที่ 2 และ 3 เป็นเพียงแบบจำลอง กระบวนการนี้จะแตกต่างกันไปตามแต่ลักษณะองค์กร แต่แบบจำลองในองค์กรที่เราเรียกว่า ตลาดจุด เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีดีไซน์ผลิตภัณฑ์ หรือเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์ จะมีลักษณะเหมือนในแบบจำลองที่ 1 บริษัทเริ่มต้นกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เมื่อมองเห็น โอกาสในตลาด แล้วลงมือใช้ดีไซน์ หรือใช้เทคโนโลยีอะไรก็ตามที่มีอยู่ในมือออกมาตอบสนองความต้องการของตลาดเป็นตัวจุดให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่วนในองค์กรที่เรียกว่า ดีไซน์ผลิตภัณฑ์นั้น บริษัทเริ่มต้นจากขั้นตอนใด ขั้นตอนหนึ่งในแบบจำลองที่ 1 นอกจากจะขึ้นอยู่กับตลาดจุดดังที่เห็นในแบบจำลองที่ 2 และ 3 แล้วแบบยังขึ้นอยู่กับประเภทผลิตภัณฑ์อีก

แนวความคิดผลิตภัณฑ์กับตลาดเป็นตัวแปร จากนั้นแบ่งแนวความคิดผลิตภัณฑ์ออกเป็น “แนวความคิดคุ้นเคย” กับ “แนวความคิดใหม่” และแบ่งส่วนตลาดออกเป็น “ตลาดเก่า” กับ “ตลาดใหม่” แล้วจำแนกผลิตภัณฑ์ออกเป็นสี่ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ริเริ่ม ผลิตภัณฑ์แตกแขนง ผลิตภัณฑ์เลียนแบบแต่บิดเบือน และผลิตภัณฑ์รุ่นหลัง เพราะประเภทต่างๆ เหล่านี้เองที่ทำให้บริษัทต้องใช้รูปแบบกระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป (Ronald E. Kmetovic, 1992)

2.6 ตลาดเป้าหมาย

ออกแบบผลิตภัณฑ์ทุกวันนี้ใช้ข้อมูลเป็นตัวขับเคลื่อน การค้นหาและการใช้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคจะกลายมาเป็นอาวุธในการแข่งขันในอนาคต ผู้ผลิตต้องลงทุนลงแรงอย่างมหาศาลที่จะค้นหาผู้บริโภคที่มีค่าที่จะกลายมาเป็นขาประจำ ตลาดเป้าหมายคือ กลุ่มลูกค้าที่ผู้ประกอบการจะนิยมขึ้นอย่างแนบเนียนแล้วจะขายสินค้าให้แนวโน้มที่ปฏิบัติกันอยู่ในวิชาการตลาดทุกวันนี้ คือ การแบ่งตลาดออกเป็นส่วนๆ และให้เล็กลงยิ่งกว่าที่เคยเป็นมา จนได้กลุ่มลูกค้าที่เป็นเนื้อเดียวด้วยวิธีแบ่งส่วนตลาด หรือเพื่อสร้างส่วนตลาด ซอกตลาด หรือ โพรงตลาดขึ้นจำนวนหนึ่ง นักการตลาดจะนิยมโพรงตลาดหนึ่งๆ ให้แคบจนพอดีตัวกับคนกลุ่มเล็กๆ ที่จะเป็นลูกค้าเป้าหมายเท่านั้น โพรงตลาดนั้นอาจนิยมเอาตามระยะอายุรายได้ เชื้อชาติ หรือวิถีชีวิต การแบ่งส่วนตลาดจะทำให้จริงต้อง

ใช้วิธีเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคที่สลับซับซ้อน โดยปกติจะจำแนกออกเป็นข้อมูลสถิติประชากร ข้อมูลจิตนิสัย และข้อมูลคนรุ่นปัจจุบัน รายละเอียดเป็นดังนี้

ข้อมูลสถิติประชากร การเข้าถึงตลาดเป้าหมายให้ได้โดยมีประสิทธิภาพ ผู้ผลิตทั้งหลายต้องเรียนรู้เกี่ยวกับลูกค้าที่เขาต้องการให้ได้มากที่สุด ผู้ผลิตจะพบว่าข้อสนเทศทางด้านประชากรมีค่ามาก ข้อมูลสถิติประชากรนั้น เป็นสถิติของประชากรกลุ่มหนึ่งตามอายุ เพศ สถานภาพทางสมรส ขนาดครอบครัว รายได้ นิสัย การจับจ่าย อาชีพ การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ และภูมิภาคที่ตั้งถิ่นฐาน

1. อายุ ผลผลิตภัณฑ์หลายอย่างทุกวันนี้ใช้เฉพาะกลุ่มอายุผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีเงื่อนไขในการเลือก สไตล์ ราคา การดูแลรักษา และประสิทธิภาพการใช้งานที่ต่างกัน แบบผลิตภัณฑ์ที่ชวนดึงดูดใจในหมู่นักศึกษามหาวิทยาลัย อาจไม่ชวนดึงดูดใจเลยในหมู่มารดานักศึกษา และยังแน่นอนไปกว่านั้นในบรรดาคุณยายนักศึกษาจึงนับเป็นเรื่องสำคัญที่นักออกแบบต้องนิยามอายุในตลาดเป้าหมายไว้ก่อนที่จะเริ่มต้นออกแบบผลิตภัณฑ์

2. เพศ นิสัยการใช้จ่ายและความชอบ แตกต่างกันไปตามเพศวิธีซื้อเสื้อผ้าของผู้ชายแตกต่างจากของผู้หญิง และให้ความสำคัญแต่ละประเด็นต่างกัน

3. สถานภาพคู่ครอง ผู้บริโภคที่ยังเป็นโสดให้ความสนใจและพอใจที่จะทดลองแฟชั่นมากกว่าผู้บริโภคที่แต่งงานแล้ว ผู้บริโภคที่แต่งงานแล้วจะต้องปรับความต้องการให้ได้คู่กับเงินที่มีสำหรับครอบครัว และมักจะมีแนวโน้มที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างอนุรักษ์

4. ขนาดของครอบครัว จะกระทบเงินที่มีเพื่อใช้จ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งอย่างใด ช่วงอายุของบุตรในครอบครัวก็อาจมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายของครอบครัว โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เดินตามแนวโน้มแฟชั่น

5. รายได้ ระดับรายได้ของผู้บริโภคจะกำหนดครุสนิยมของผู้บริโภคแต่ละราย รายได้ที่มีเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งอย่างใดจะเป็นตัวกำหนดว่าจะซื้อหรือไม่ได้ และเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้บริโภค

6. นิสัยการจับจ่าย เมื่อรายได้เปลี่ยนไป นิสัยการจับจ่ายก็เปลี่ยนไปด้วยอย่างแน่นอน

7. อาชีพ อาชีพของผู้บริโภค เช่น นักศึกษา ลูกจ้าง ข้าราชการ หรือนักธุรกิจ อาจบอกได้ว่า จะใช้เสื้อผ้าที่เป็นทางการอะไร นักศึกษาอาจแต่งกายตามเพื่อน ลูกจ้างในโรงงานและข้าราชการ แต่งกายตามข้อบังคับ ด้วยเหตุที่ต่างก็ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในมหาวิทยาลัย หรือที่ทำงาน เสื้อผ้าที่ใช้จึงเป็นเพียงเสื้อผ้าหลักๆ

8. การศึกษา การศึกษาของผู้บริโภคแต่ละรายมีอิทธิพลต่ออาชีพ รายได้ และวิถีการใช้ชีวิต ซึ่งล้วนแต่มีอิทธิพลต่อความนิยมผลิตภัณฑ์อย่างใด

9. ศาสนา ผู้หญิงมุสลิมสวมผ้าคลุมหน้า ผู้เคร่งศาสนานิยมสวมเสื้อผ้าปกปิดร่างกาย แต่ในท้องตลาดเต็มไปด้วยชุดเสื้อผ้าเซ็กซี่

10. เชื้อชาติ ทุกวันนี้ส่งออกแบบตระหนกคิดว่า กลุ่มคนที่มีเชื้อชาติต่างกันต้องการผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน คนไทยปักษ์ใต้นิยมใช้เสื้อผ้าสีสด และมีลวดลายมาก คนอัฟริกัน คนด้าอเมริกา และคนสเปน ก็นิยมเหมือนกัน

11. ภูมิภาค ข้อมูลภูมิภาคช่วยให้ส่งออกแบบแยกสินค้าที่จะวางจำหน่ายให้ประชากรในแต่ละท้องถิ่นออกจากกันได้ ผลลัพธ์ที่หวังจะให้ลูกค้านานาชาติอาจจำเป็นต้องออกแบบฉลากกันหลายภาษา

ข้อมูลประชากรถ้าใช้อย่างโคตรๆ จะมีข้อจำกัด เพราะข้อมูลล้ำสมัยไปอย่างรวดเร็ว ข้อมูลประชากรอาจเก็บกันทุกสิบปี แต่กว่าจะวิเคราะห์เสร็จอาจใช้เวลาสองสามปีหลังจากเก็บข้อมูล กว่าจะตกถึงมือผู้ใช้ก็ล้ำสมัยแล้ว นอกจากนี้ข้อมูลประชากรก็กว้างเกินกว่าที่นักออกแบบจะใช้เจาะหาช่องทางการตลาด และนับว่าเป็นเรื่องเสี่ยงมากที่จะนำมาใช้ในตลาดเล็กๆ และผลิตภัณฑ์ที่เป็นประเภทเฉพาะ

2.6.1 วิธีแบ่งส่วนตลาด

การแบ่งส่วนตลาด อาจทำได้หลายวิธีด้วยกันขึ้นกับตลาดเป้าหมาย ประเภทผลิตภัณฑ์ และการแข่งขัน ขั้นตอนข้างล่างเป็นวิธีแบ่งส่วนตลาดโดยทั่วไป ที่อาจแก้ไขหรือปรับได้ตามความจำเป็นของบริษัท

ขั้นที่ 1 นิยามตลาดผลิตภัณฑ์ในวงกว้าง โดยปกติตั้งขึ้นตามกลยุทธ์ของบริษัท

ขั้นที่ 2 ลงรายการความต้องการของผู้บริโภคทั้งหมดที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในวงกว้าง

ขั้นที่ 3 สร้างตลาดย่อย จัดกลุ่มคนที่มีแนวโน้มจะเป็นลูกค้าในขั้นที่สองข้างบน ออก เป็นตลาดย่อยๆ ตามความต้องการและคุณลักษณะอื่นๆ ที่คล้ายคลึงกัน การสร้างกลุ่มที่เป็นเนื้อหาเดียวกันขึ้นหลายๆ กลุ่มที่อาจตอบสนองได้ด้วยส่วนผสมตลาดชุดเดียวกัน และมีเงื่อนไขในการแบ่งส่วนตลาดเหมือนกันเป็นเรื่องสำคัญ

ขั้นที่ 4 ค้นหาทัศนคติและพฤติกรรมตลาดแต่ละส่วน ว่าทำไมตลาดแต่ละส่วนเหล่านั้นมีพฤติกรรมดังที่เป็นอยู่เช่นนั้น ตลาดแต่ละส่วนมีอะไรเป็นเงื่อนไขที่ทำให้แตกต่างออกไปจากส่วนอื่นๆ อะไรเป็นตัวกระตุ้นตลาดส่วนนั้น อะไรเป็นตัวขับเคลื่อนให้ตัดสินใจซื้ออย่างแท้จริง การหาคำตอบคำถามเหล่านี้ต้องใช้เครื่องมือวิจัยตลาด เช่น กลุ่มเฉพาะเจาะจง การดักถามในห้างสรรพสินค้า หรือการสำรวจทางโทรศัพท์หรือทางไปรษณีย์ เมื่อรวบรวมข้อสนเทศได้มากขึ้นจากตลาดแต่ละส่วน เราอาจมองเห็นส่วนใหม่ ๆ ซึ่งทำให้ต้องแยกออกต่อไปได้อีก เป็นส่วนตลาดใหม่

ตัวอย่าง เช่น คนที่สวมรองเท้าเทนนิสเพื่อใช้ทำงานอายุ 18 - 30 ปี ที่กังวลเรื่องความพอดีและสไตล์
 ดังนี้ทำให้เกิดตลาดย่อยขึ้นอีกตลาดหนึ่ง คนในตลาดนี้อาจยินดีจ่ายแพงขึ้นถ้ามีความพอดีตัวและมี
 สไตล์เหมาะสม

ขั้นที่ 5 หากความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นตัวขับเคลื่อนให้ตัดสินใจซื้อ ทบทวนความ
 ต้องการที่น่าจะเป็นของผู้บริโภคแล้วเน้นความต้องการเหล่านี้ในตลาดแต่ละส่วนไว้ พยายามจัด
 ลำดับว่าจะมีผลกระทบเพียงไรต่อการตัดสินใจ เช่น ราคา ความสบาย สไตล์ส่วนที่เป็นเอกลักษณ์
 การวางจำหน่ายในร้านค้าปลีก ฐานะของยี่ห้อเป็นที่ยอมรับ ฯลฯ

ขั้นที่ 6 สร้างเครื่องชี้เอกภาพของผู้บริโภคในส่วนตลาด ทบทวนรายการความต้องการที่
 เป็นตัวขับเคลื่อนให้ซื้อและหาเครื่องชี้ที่มีเอกภาพในตลาดแต่ละส่วน ตัวอย่างเช่น ฐานะความเป็น
 วัยรุ่น ประโยชน์ใช้สอย คนรุ่นใหม่ คนห่อแพชั่น คนทำงานหนักในวันหยุด คนสูงอายุ ฯลฯ

ขั้นที่ 7 หาตลาดแต่ละส่วนโดยประมาณ สถิติข้อมูลประชากรอาจนำมาใช้ประมาณส่วน
 ตลาดได้ ข้อมูลนี้อาจช่วยกำหนดว่าตลาดส่วนใดที่มีแนวโน้มจะเป็นตลาดหลัก เป็นตลาดรองที่มีผู้
 บริโภคพอรองรับยอดขาย และบริษัทมีกำลังความสามารถพอที่จะกระจายสินค้าไปถึงได้ เพื่อที่จะ
 นำมาเป็นเป้าหมายผลิตภัณฑ์แบบใหม่ หรือพัฒนาที่ยี่ห้อใหม่ เช่น ถ้าเป็นตลาดผู้บริโภครองเท่ากีฬา
 ที่ไม่ได้เป็นนักกีฬา แม้บริษัทจะมีช่องทางการจำหน่ายอยู่แล้วในแผนกกีฬาในห้างสรรพสินค้า ก็
 อาจมีจำนวนมากพอที่อาจสร้างยี่ห้อใหม่ขึ้นมาให้เป็นเอกลักษณ์ของคนกลุ่มนี้โดยเฉพาะ

2.6.2 การแบ่งส่วนตลาด

ตามรุ่นคนที่มีจุดประสงค์ร่วมกันเป็นการศึกษาค่านิยม ในส่วนของแรงกระตุ้น และ
 ประสบการณ์ชีวิตที่ซับซ้อน รุ่นกลุ่มคนที่มีจุดประสงค์ร่วมกันที่ไปมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายและเก็บ
 เงิน ตลาดทุกวันนี้มีผู้บริโภคที่จำแนกออกได้เป็นสี่รุ่นดังนี้

1. รุ่น – วาย (อายุ 10 – 27 ปี) สมาชิกรุ่นนี้คือ รุ่นล่าสุด เป็นผลผลิตของคนรุ่นเบบี้บูม
 เมอร์ ด้วยเหตุที่มาจากครอบครัวขนาดเล็ก (พ่อแม่มีลูกเพียงสองคน) และมีรายได้สูงกว่าคนรุ่นที่
 แล้ว คนรุ่นนี้จึงมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายในครอบครัวอย่างมาก คนรุ่นนี้มีพลังสูง สมารถสิ้น ต้องการ
 ก้าวหน้าเร็ว และต้องการแรงกระตุ้นอยู่ตลอดเวลา มีการศึกษาสูง และมีอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีอยู่
 มาก บูชาเทคโนโลยี (แทนพระเครื่อง) นิยมผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลข้ามวัฒนธรรมและเป็นของใหม่
 แม้ว่าจะหลงยี่ห้อ แต่ก็ไม่สวมมิกค์ เปลี่ยนยี่ห้อได้ง่ายกว่าคนรุ่นที่แล้ว มองการออกซ้อปิ้งหรือ
 เดินตามห้างสรรพสินค้าเป็นการบันเทิงอย่างหนึ่ง และตอบรับการโฆษณาที่ใช้ดาราย่างฉับพลัน
 ชอบเลียนแบบดาราในภาพยนตร์และทีวี เป็นนักบริโภคด้วย ใช้เงินมากกว่าคนรุ่นที่แล้วตั้งแต่เริ่ม
 โตเข้าวัยหนุ่ม คนรุ่นนี้โอบริบอี – คอมเม็กซ์ เรียกร้องผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนตัว ทำแบบเฉพาะตัว โต
 ในศูนย์การค้า และ “หล่อหลอม” ด้วยเคเบิลทีวี มีรสนิยมสูง แต่มีรายได้ต่ำ

2. รุ่น – เอ็กซ์ (อายุ 28 – 41 ปี) สมาชิกรุ่นนี้คือ กลุ่มประชากรที่มีจำนวนน้อยกว่ารุ่นเบบี้บูมเมอร์ ซึ่งเป็นรุ่นที่มาก่อนหน้า ช่วงก่อตัวเป็นหนุ่มของคนรุ่นนี้ เป็นยุคแก๊งส์อันธพาล อนาคตไม่แน่นอน แม้จะเป็นผู้บริโภครอบคอบและระมัดระวัง ก็ยังตอบโต้การซื้อสินค้าอย่างทันทีทันใดกว่าคนรุ่นก่อนหน้านี้ อันนี้เห็นได้ชัดจากนิสัยการใช้จ่ายเงินเป็นเบี่ย และมีวิถีชีวิตอย่างอิสระ วิธีการแสดงออกหลากหลายกว่าคนรุ่นก่อนหน้า มีวัฒนธรรม การเมือง การมีเพศสัมพันธ์ นิยมความรุนแรง และสังคมหลากหลาย นับเป็นคนรุ่นแรกที่โตมากับคอมพิวเตอร์ ทัศนคติและค่านิยมขึ้นอยู่กับภาษาภาพมากกว่าภาษาเขียน อ่านการ์ตูนญี่ปุ่นมากกว่าอ่านวรรณกรรม คนรุ่นเอ็กซ์มีค่านิยมด้านความสนุกสนานมากกว่ารุ่นเบบี้บูมเมอร์ ต้องการงานทำแต่ต้องเป็นการใช้ชีวิตควบคู่ไปด้วย ทำนอง “เล่นไปกินไป”

3. รุ่นหลังสงคราม (เบบี้บูมเมอร์) (อายุ 42 - 60 ปี) คนรุ่นหลังสงครามเป็นคนรุ่นที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นรุ่นที่แสดงความโกรธแค้นท้องตลาดออกมาทุกช่วงชีวิต เช่น นักศึกษาที่ต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นเมื่อช่วงปี 1970 เขาต้องสัมผัสกับการตลาดและการโฆษณาตลอดชีวิต และหวังที่จะให้สิ่งโฆษณาให้ข้อมูลข่าวสาร มุ่งไปที่วิถีการใช้ชีวิตและใช้คนรุ่นเขาเป็นแบบอย่าง คนรุ่นนี้มีการศึกษาสูง และเป็นคนรุ่นแรกที่ท้าทายอำนาจรัฐ และมีแบบฉบับเดียวเหมือนกันหมด ปัจจุบันนี้เบบี้บูมเมอร์เป็นวัยกลางคน และใช้อำนาจทางการเงินเรียกร้องให้ผู้ผลิตสิ่งสินค้าไปที่คนวัยกลางคน คนรุ่นนี้ไม่เหมือนคนรุ่นก่อน คือ ไม่ยอมรับอายุตัวเอง มีจิตใจเป็นหนุ่มสาว เขาปรับชีวิตใหม่ทุกช่วงชีวิต และจะต่อต้านความสูงวัยทุกวิถีทาง มีลักษณะเป็นรุ่นคนที่หลงตัวเอง ผู้บริโภครุ่นนี้เป็นนักช้อปปิ้งที่เป็นที่หมายปองของผู้ขาย แต่เอาใจยากเพราะต้องการข้อมูลยาวเหยียด ต้องการบริการที่รวดเร็ว และต้องการให้ผู้ขายให้ความเคารพเป็นการส่วนตัว กระนั้น ก็ดูเหมือนเป็นตลาดเป้าหมายที่มั่งคั่งและชวนดึงดูดใจ ความหลากหลายของคนรุ่นนี้เป็นเรื่องน่าท้าทายสำหรับนักออกแบบ

4. รุ่นสูงวัย (อายุ 61 - 97 ปี) คนรุ่นสูงวัยเป็นรุ่นที่เอาชนะภาวะข้าวยากหมากแพง เป็นลูกเสือ เป็นเนตรนารี ที่ช่วยรบในสงครามโลกครั้งที่สอง ผลจากการค้นพบวัคซีน เป็นพลังให้เศรษฐกิจเจริญเติบโตเป็นพลุแตก คนรุ่นนี้ประสบความสำเร็จในชีวิตด้วยการทำงานหนัก ทุ่มทะเลียดและ และทำงานเป็นทีม นักสังคมวิทยาแยกคนรุ่นนี้ออกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มทหารปลดประจำการ กับกลุ่มเงียบ แม้ว่าจะแตกต่างกันแต่ก็มีประสบการณ์คนรุ่นเดียวกันที่เหมือนกัน กลุ่มเงียบให้การสนับสนุนกลุ่มทหารปลดประจำการ เขาเสียดสีมากในช่วงวัยรุ่น เห็นความสำคัญกับหน้าที่มากกว่าความสนุก มีความเชื่อในความมั่นคงทางการเงินที่เงินออม จึงกลายเป็นนักช้อปปิ้งที่ขี้เหนียว ขี้ห่อที่ใช้อยู่ทุกวันนี้คือขี้ห่อที่ตนเองชอบเมื่อห้าสิบปีที่แล้ว

ด้วยเหตุที่เบบี้บูมเมอร์ที่มีอายุห้าสิบเพิ่มจำนวนขึ้นทุกปี จึงมีความจำเป็นที่ต้องแบ่งส่วนตลาดออกเป็นตลาดรุ่นอายุเกินห้าสิบ นักออกแบบต้องคำนึงถึงจุดนี้ถ้าหวังจะให้ยี่ห้อของตนติดตลาดอีกสิบปีข้างหน้า นักออกแบบโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์แฟชั่น จะนิยมตลาดเด็กหนุ่มสาวเพราะซื้อง่ายและซื้อเร็ว แต่จำนวนคนที่มีอายุเกินห้าสิบจะเป็นตัวบีบให้นักออกแบบต้องเปลี่ยนจุดขึ้น นักออกแบบแฟชั่นหลายรายหันมาใช้คนรุ่นนี้เป็นเป้าหมาย และแต่ละรายต่างก็พัฒนาโปรดักต์ที่ชัดเจนของตนขึ้นแล้ว

การแบ่งส่วนตลาดตามวิถีการใช้ชีวิต แทนที่จะใช้ข้อสนเทศทางสถิติเป็นสำคัญ นักออกแบบทุกวันนี้ให้คำนิยามลูกค้าตามวิถีชีวิต นำค่านิยมของลูกค้าตามแบบฉบับ มาผสมข้อมูลด้านประชากร ข้อมูลด้านจิตนิสัย และข้อมูลคนรุ่นปัจจุบันเข้าด้วยกัน นักออกแบบนิยมให้คำนิยามในรูปของทัศนคติมากกว่า อายุ บริษัทหันมาใช้คนจริงแทนคาราในการโฆษณา และใช้ชื่อ อาชีพจริงในโฆษณา การสัมผัสโลกแห่งความเป็นจริงนับเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างยี่ห้อการโฆษณา และการตลาด บางบริษัทก็หันไปโยงวิถีการใช้ชีวิตของลูกค้าด้วยวิธีโฆษณาประเด็นปัญหาทางสังคมลงไปโฆษณาและบรรจุภัณฑ์ เช่น ประเด็นปัญหาทางสภาพแวดล้อมในการโฆษณาเสื้อผ้า กีฬา ประเด็นปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัย (โดยไม่ป้องกัน) ในโฆษณาขายประกันชีวิตของบริษัทไทยประกันชีวิต

2.7 เครื่องมือวิจัยตลาด

การวิจัยตลาดนั้นอาจใช้วิธีเชิงประมาณหรือเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นกระบวนการวิธีเชิงทวิสัยที่ดึงตัวอย่างออกมาจากประชากรกลุ่มเดียวกัน เก็บข้อมูล แล้ววิเคราะห์ เพื่อหาข้อสรุปที่จะใช้อธิบายพฤติกรรมโดยรวมของประชากรเป็นอย่างไร ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นเป็นวิธีเชิงอัตวิสัย ซึ่งค่อนข้างไปทางวิธีสังเกตการณ์ หรือเป็นกรณีศึกษา ที่บันทึกประสบการณ์ออกมาเป็นคำพรรณนา เพื่อบรรยายพฤติกรรมที่เฝ้าสังเกตภายในสภาพแวดล้อมว่าเป็นอย่างไร นักวิจัยตลาดสามารถวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้บริโภคทางด้านสังคม จิตวิทยา และรุ่นคนได้สลับซับซ้อนเพิ่มขึ้นอย่างน่าเหลือเชื่อ แต่นักวิจัยตลาดก็ต้องใช้เครื่องมือหลากหลายเพื่อคิด ตามลักษณะนิสัยของผู้บริโภค ดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ต้องอาศัยการแปลความ หมายถึงต่าง ๆ เช่น พลังทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ประชากร และจิตวิทยา ว่าจะมีแรงกระตุ้นผู้บริโภคให้ซื้อ (หรือไม่ซื้อ) อย่างไร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมอาจได้จากการคัดและเรียบเรียงข่าวสาร หรือใช้บริการที่ติดตามข่าวให้เป็นผู้ดึงข้อสนเทศที่บริษัทสนใจ

2. การใช้ข้อมูลจากจุดขายสินค้า เป็นเทคโนโลยีใหม่อย่างหนึ่งเมื่อช่วยปี 1980 ที่มีลักษณะเป็นการตอบอย่างฉับพลัน ระบบนี้จับข้อมูลผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นสเปค ขนาด และสี ข้อมูลนี้อาจนำไปใช้ร่วมกันตลอดทั้งสายโซ่ซัพพลายตั้งแต่ผู้ขายถึงผู้ผลิต ไปจนถึงผู้ออกแบบความสำเร็จของระบบนี้ขึ้นอยู่กับความแม่นยำในการบันทึกข้อมูล เช่น ราคา วันที่รับ วันที่ขนย้าย วันที่ขาย และวันที่คืน

3. การใช้ข้อมูลจากแหล่งใหญ่ ทุกวันนี้ข้อมูลที่ผู้บริโภครวบรวมได้ที่เครื่องคิดเงิน ถูกนำไปเป็นข้อมูลในการให้เครดิต การหาข้อมูลจากแหล่งใหญ่เป็นการทำเหมืองข้อมูล เป็นการสืบเสาะฐานข้อมูลขนาดใหญ่ เช่นข้อสนเทศที่จะใช้ในการหาแนวพฤติกรรมใช้ทำนายแนวโน้ม และหาตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ ที่เป็นฐานของพฤติกรรมการซื้อขาย โดยทั่วไปแล้วการวิเคราะห์นักวิจัยต้องสร้างข้อสันนิษฐานขึ้น แล้วจึงใช้ฐานข้อมูล เพื่อทดสอบว่าข้อสันนิษฐานถูกต้องหรือไม่ กระบวนการนี้ต้องใช้เวลามาก และมีข้อจำกัดอยู่ที่ความสามารถที่จะตั้งข้อสันนิษฐานได้เหมาะสมหรือไม่

4. การใช้กลุ่มโฟกัส วิธีใช้ผู้บริโภครวบรวมข้อมูลหรือกลุ่มหลัก เป็นการเปิดวงสนทนาอย่างมีทิศทางกับผู้บริโภคโดยตรง โดยใช้พิธีกรที่มีความชำนาญกับสมาชิกที่เลือกมาจากกลุ่มพิเศษในตลาดเป้าหมาย บทสนทนาจะเตรียมขึ้นเพื่อจะจับความรู้สึกและทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ วิธีนี้จัดเป็นวิธีเชิงคุณภาพแบบหนึ่ง แต่จะใช้วิธีนี้ได้สำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับผู้เข้าร่วมซึ่งต้องเป็นคนที่ช่างแสดงออกได้ดีและเป็นตัวแทนกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม บทของพิธีกรขึ้นอยู่กับเป้าหมายของการวิจัยและคำถามที่ถามกระบวนการ วิธีนั้นตรงไปตรงมาเป็นการถามเกี่ยวกับสเปค ส่วนประกอบ สี ความลงตัว และราคา หรืออาจเน้นไปหาเทคนิค ซึ่งอาจเป็นปัญหาหลักอยู่ในจิตใจสำนึก เพื่อหาแรงกระตุ้น

5. การใช้วิธีสำรวจผู้บริโภค การสำรวจเป็นการรวบรวมข้อสนเทศจากผู้ตอบอย่างเป็นระบบไม่ว่าจะไปสอบถามโดยตรง ถามทางโทรศัพท์ ทางไปรษณีย์ หรือทางอินเทอร์เน็ต บริษัทอาจเก็บข้อมูลเอง หรือว่าจ้างให้บริษัทวิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูล

ขั้นตอนแรกในวิธีสำรวจ คือ การหาว่าจะเก็บข้อสนเทศอะไร โดยทั่วไปต้องรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อขาย ทัศนคติในการซื้อ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และประชากร ขั้นตอนต่อไปเป็นการหาว่าจะไปศึกษาใคร ที่เรียกว่า “ตัวอย่าง” ข้อสนเทศอาจเก็บจากลูกค้าเก่า ลูกค้าปัจจุบัน หรือคนที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้า ตัวอย่างแต่ละตัวอย่างอาจมุ่งไปที่ประชากรส่วนหนึ่ง กลุ่มจิตนิสัยกลุ่มหนึ่งในตลาดเป้าหมาย

การสำรวจด้วยวิธีดังกล่าวตามห้างสรรพสินค้า เป็นตัวอย่างหนึ่งของการสำรวจซึ่งทำด้วยตนเองแบบจหน้า โดยปกติผู้ดำเนินการสำรวจจะไปคัดลูกค้าในห้างสรรพสินค้าแล้วตั้งคำถามเพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้ามีคุณสมบัติตามที่ต้องการ และยินดีที่จะตอบคำถามก่อนเบื้องต้น จากนั้นให้ลูกค้า

ตอบคำถามในแบบสำรวจ การรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ตามวิธีนี้ค่อนข้างใช้เวลามาก นอกจากนี้ผู้บริโภคมักจะรำคาญเมื่อถูกคักให้หยุด และอาจไม่ให้คำตอบที่ตรงต่อความเป็นจริง

6. การสังเกตการณ์ผู้บริโภค มักจะเป็นไปเองตามจิตใต้สำนึก ไม่ได้เสแสร้งเหมือนการสำรวจ การสังเกตผู้บริโภคในสภาวะธรรมชาติอาจค้นพบแนวโน้มหลายอย่างที่ผู้บริโภคไม่ทันระวังตัว ด้วยเทคโนโลยีวีดิทัศน์ กล้องถ่ายภาพดิจิทัล แล้วนำมาวิเคราะห์ได้

7. การทดสอบสไตล์สินค้า นักออกแบบจะมีความมั่นใจมากยิ่งขึ้นถ้าได้ยืมสิ่งที่ผู้บริโภคบอกว่าชอบหรือไม่ชอบด้วยหูตนเอง การทดสอบสไตล์สินค้าจึงเป็นที่นิยมกันอย่างกว้างขวาง การทดสอบสไตล์ทำให้นักออกแบบและผู้บริโภคได้เห็นแม่แบบแล้วแสดงความคิดเห็นออกมา การทดสอบสไตล์ทำได้หลายรูปแบบ นักออกแบบบางรายไปเยี่ยมชมกลุ่มผู้ซื้อโดยคัดชื่อออกมาจากบัญชีผู้ซื้อรายใหญ่แล้วให้เขาช่วยประเมิน นักออกแบบบางรายให้ลูกค้าตอบทางอินเทอร์เน็ตด้วยวิธีส่งรูปภาพไปให้ดู แต่ก็จะมีเพียงแต่ภาพยังไม่สามารถทำตัวอย่างขึ้น

2.8 แนวโน้มแฟชั่น

เมื่อใช้คำว่าแนวโน้มตามแฟชั่นสมัยใหม่ยุคที่สามเช่นนี้ ทำให้สภาพแวดล้อมสำหรับนักวิจัยแฟชั่นเกิดข้อมูลขึ้นหลายกลุ่ม ด้วยเหตุที่การตัดสินใจของผู้บริโภคไม่ได้ยึดติดอยู่กับข้อบังคับทางสังคมมากเหมือนเมื่อก่อน จึงทำให้ทำนายพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคได้ยาก แฟชั่นสมัยใหม่ยุคที่สาม มีตรรกะสามอย่างซ้อนกันอยู่ คือ

1. ตรรกะตามสุนทรียศาสตร์
2. ตรรกะตามวิธีการผลิตเสื้อผ้าเชิงอุตสาหกรรม
3. ตรรกะการตัดสินใจตามรสนิยมส่วนตัวของผู้บริโภค

การวิจัยแนวโน้มแฟชั่นจึงมีข้อหนึ่งที่เป็นการแยกตรรกะทั้งสามนี้ออกจากกัน ในขณะที่โดยส่วนตัวจะชื่นชอบศิลปะตามสุนทรียะที่เห็นอยู่ในคอลเล็กชั่นของนักออกแบบก็ตาม นักวิจัยก็ต้องกระโดดข้ามการแสดงแบบแฟชั่นซึ่งอันที่จริงเป็นหลุมพราง แล้วหาให้ได้ว่าจะอะไรเป็นเสื้อผ้าส่วนที่สวมใส่ได้จริง ขึ้นอยู่กับตรรกะตามวิธีการผลิตเชิงอุตสาหกรรม ที่ทำให้การผลิตคอลเล็กชั่นเป็นไปได้ที่จุดที่มีต้นทุนต่ำสุด และสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคตามวิถีการใช้จริงๆ ได้ เสื้อผ้าที่ผู้บริโภครายหนึ่งสวมใส่ได้อีกรายหนึ่งอาจสวมไม่ได้ นักวิจัยที่เข้าใจสุนทรียะการผลิตและการสวมใส่ได้ตามทัศนะของผู้บริโภคจึงจะค้นพบแนวทางการออกแบบที่จะเป็นจริงได้

2.8.1 วิธีวิจัยแนวโน้มแฟชั่น ประกอบด้วยสามขั้นตอน ดังนี้

1. การหาข้อมูล: ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มแฟชั่นอาจมาจากหลายแหล่ง ได้แก่
 - การอ่านสิ่งตีพิมพ์ทางการค้า

- การอ่านนิตยสารแฟชั่นนานาชาติ
- การใช้บริการสำนักพยากรณ์
- การซื้อปิ้ง ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง
- การสัมภาษณ์ผู้จัดซื้อและผู้จัดการร้านค้าปลีก
- การไปชมงานแสดงแฟชั่นในยุโรปและอเมริกา
- การค้นคว้าจากเว็บไซต์

2. การวิเคราะห์ข้อมูล: การนำข้อมูลมาหาแนวความคิดหลัก หรือแนวโน้มตามกระบวนการที่เรียกว่า การสลายวัตถุประสงค์ให้เป็นนามธรรมอันเป็นกระบวนการหา ความคล้ายคลึงต่างๆ ในหมู่ผลิตภัณฑ์และแบบในคอลเล็กชั่นที่ได้มาจากแหล่งข้อมูลข้างต้น การนำองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบในเสื้อผ้าชุดหนึ่งๆ มาเปรียบเทียบกับและดูความคล้ายคลึงระหว่างชุดเสื้อผ้าอื่นๆ ความคล้ายคลึงอาจมาจากแนวความคิดหลักที่เป็นภาพหรือสัญลักษณ์อยู่ในผลิตภัณฑ์ดังนี้

- แบบโดยรวม เช่น มินิมัลลิสต์ หรือฟุ่มเฟือย ดูเป็นผู้หญิงหรือดูเป็นผู้ชาย เซ็กซี่หรือสุภาพ
- โครงเรื่องหลัก หรืออารมณ์ เช่น เศรษฐกิจพอเพียงเพื่ออยู่รอด หรือมั่นคง
- ลักษณะการแกว่งตัวทางแฟชั่น เช่น จากขaban ไปหาขาลีบ จากประโยชน์ ไร้สอยไปหาความเปล่าประโยชน์
- สัดส่วนของชิ้นเสื้อผ้า ความยาวชายผ้าหรือความยาวรอยพับกางเกง การวางตำแหน่งราวสะเอว ความกว้างหรือความโป่งเสื้อผ้า
- โครงร่างเงา ทรงกระบอก ทรงนาฬิกาทราย ทรงกลม ทรงบลูซิ่ง
- จุดเน้น เช่น ไหล่ หน้าอก สะเอว ด้านหลัง ขา
- ความพอดีตัว เช่น กอครัดร่าง เว้นวรรคร่าง เน้นความโค้งเว้าร่าง
- รายละเอียดเฉพาะตัว เช่น คอเสื้อ กระเป๋ ปกเสื้อ วิธีจัดแถบรัดสะเอว แขนเสื้อ หรือข้อมือเสื้อ
- การทำรายละเอียดให้ผิดรูป
- เครื่องแต่งขอบเฉพาะ เช่น ลูกบิด ผ้าปัก ผ้าปะ ผ้าลูกไม้ หรือสายร้อย
- เครื่องเย็บปักถักร้อยเฉพาะ เช่น กระดุม ซิป หรือกระดุมกด
- ประเภทผ้า เช่น ผ้าทอหรือผ้าถัก ผ้าขน หรือผ้ามันวาวเหมือนโลหะ
- การแต่งผิวผ้า เช่น การย้อมสีเข้มขึ้นเป็นระดับ ๆ หรือการผ่า
- ผ้าเฉพาะ เช่น ผ้าโปรง ผ้ากำมะหยี่ หรือผ้าเจอร์ซี่

▪ คัลเลอร์สตอรี

3. การสังเคราะห์ข้อมูล: การนำแนวโน้มมาหาคู่ประกอบตามเค้าลักษณะผู้บริโภค ไปหา ลักษณะปลีกย่อยที่แตกต่างกันทางด้านปรัชญาที่แสดงออกมาเป็นวิถีชีวิต กลุ่มสมาชิก ความนิยม จากนั้นจึงรวบรวมองค์ประกอบต่าง ๆ มาผนวกเข้าด้วยกันแล้ววางแนวทางดำเนินการตามหลัก SP อย่างไรก็ตาม นักออกแบบต้องเข้าใจว่าผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายสวมอะไร และต้องไหวตัวทันกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภค การได้พบปะกับกลุ่มโฟกัส หรือกลุ่มผู้บริโภคเป็นระยะๆ เป็นวิธีที่ดีวิธีหนึ่งในการจัดการเปลี่ยนแปลงเล็กๆ น้อยๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นซื้อ เพื่อให้ทีมนักออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวโน้มแฟชั่นได้ทัน ทีมงานควรปรับปรุงเรื่อง แนวโน้มเป็นระยะๆ และให้นักออกแบบเป็นผู้เตรียมงานแนวโน้ม ส่วนนี้ควรผนึกเข้าไปในแผนงานเพราะการวิจัยเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2550)

2.8.2 หลักการด้านผลิตภัณฑ์ ท้องตลาดและแนวโน้มแฟชั่น

ตลาดผลิตภัณฑ์แฟชั่นและตลาดเครื่องแต่งบ้าน ครอบคลุมผลิตภัณฑ์หลากหลาย ตั้งแต่ เสื้อชั้นใน ถุงเท้า รองเท้า ถ้วยกาแฟ โต๊ะ พรหมจนถึง โคมระย้า ผลิตภัณฑ์ทั้งหลายเหล่านี้ออกแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการเบื้องต้นของมนุษย์คือ ความสบาย แต่ที่เลยออกไปจากประโยชน์ใช้สอยผลิตภัณฑ์แฟชั่นและมัณฑนภัณฑ์เป็นสิ่งสะท้อนรสนิยม สุนทรียะของผู้บริโภคเพราะรสนิยมที่หลากหลายและการเปลี่ยนแปลงรสนิยมในหมู่ผู้บริโภคนี้เอง ความรู้เรื่องตลาดแฟชั่นและมัณฑนภัณฑ์หาได้จากแหล่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ซอปปิงตามร้านค้าปลีก
- พบปะกับผู้จัดซื้อสินค้าและผู้จัดการร้านค้าปลีก
- วิจัยตลาดสินค้าบริโภค ใช้กลุ่มโฟกัส กลุ่มผู้บริโภค การถามลูกค้านำตามห้างสรรพสินค้า การสำรวจและการดักจับข้อมูลตามจุดขายต่างๆ ในร้านค้า
- อ่านนิตยสารทางการค้าและธุรกิจ
- สังเกตวิถีการใช้ชีวิตและรสนิยมภายในตลาดชุมชน
- ใช้บริการบริษัทที่ปรึกษาด้านการออกแบบสไตล์และการพยากรณ์
- ใช้อินเทอร์เน็ตวิจัย
- สมาคมอุตสาหกรรม

2.8.3 แนวโน้มผลิตภัณฑ์สิ่งทอ

เครื่องประดับ ประจำฤดูใบไม้ร่วง และฤดูหนาว 2013 – 2014 Milano Unica หรืองานแสดงผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากประเทศอิตาลีและประเทศในยุโรปที่ใหญ่ที่สุดในอิตาลี และมีผู้ให้ความ

สนใจติดตามการจัดงานและการประกาศแนวโน้มผลิตภัณฑ์สิ่งทอประจำฤดูกาลของปีถัดไปเป็นจำนวนมาก โดยในแต่ละปีจะมีการจัดงาน 2 ครั้งคือ ในเดือนกุมภาพันธ์สำหรับฤดูใบไม้ผลิและฤดูร้อน และในเดือนกันยายนสำหรับฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาว สำหรับปีนี้ทางสมาคมผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นของ Milano Unica ได้ประกาศแนวโน้มของผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องประดับในฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาวปี 2013 – 2014 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับนักออกแบบและผู้ประกอบการนำไปใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานออกสู่ตลาด โดยแนวโน้มจะเน้นความคิดในการออกนอกกรอบวัฒนธรรม ปรับเปลี่ยน และอนุรักษ์ควบคู่กัน อีกทั้งเน้นความสนุกสนาน ความหลงใหล ความหรูหรา และความเป็นสุขยอดโดยแนวโน้มดังกล่าวแบ่งออกเป็น 4 แนวทาง ดังนี้

1. Informal & Spicy เน้นการให้ความรู้สึกลดถอยและการแสดงออก เน้นความหรูหราจากผ้าขนแกะ ป่าน ลายถักไขว้ วัสดุ การเน้นใช้หนังเทียม กระดุมหนังแกะสลักขนานใหญ่ กระดุมสี่เหลี่ยมทำจากไม้ ชิบทองเหลืองคู่ริบบิ้น เน้นลายหมากรุก การผสมผสานลายจากการปะ ได้รับแรงบันดาลใจจากสัตว์ ใบไม้ ผลเบอร์รี่ เหลืองอมน้ำตาล น้ำตาลอ่อน เทาเข้ม



ภาพที่ 2.4 แนวโน้มแฟชั่นแบบ Informal & Spicy

ที่มา: textile digest vol.21, 2555

2. Formal & Sugary เน้นความรู้สึกละเอียดอ่อน อ่อนไหว บริสุทธิ์ จากขนแกะ แคมเมียร์ การใช้แพทเทิร์นที่คลาสสิก ความอ่อนนุ่มนำสัมผัสเน้นการใช้กำมะหยี่ ผ้าซาติน และคริสตัลที่ให้ความรู้สึกสว่าง นอกจากนี้เน้นการใช้วัสดุก้อนหิน ลูกบิด เศษผ้าลายเรขาคณิต เพื่อเพิ่มลูกเล่นให้กับเนื้อผ้า โทนมสีจะเน้นความบริสุทธิ์ สบายตา เช่น สีชมพู ขาว พาสเทล ม่วงอ่อน น้ำตาลอ่อน และเขียวอ่อน



ภาพที่ 2.5 แนวโน้มแฟชั่นแบบ Formal & Sugary

ที่มา: textile digest vol.21, 2555

3. Cold & Sensuous เน้นให้ความรู้สึกเข้มงวด คดเคี้ยว และสว่างไสวเหมือนอยู่บนอวกาศ เน้นเนื้อผ้าทราย มีความเป็น 3 มิติ มองทะลุ มันวาว ความโค้งเว้าเหมือนเสี้ยวพระจันทร์ ริมบิ้น การฉลุ ซิบสีเงิน/ทอง ใช้วัสดุสะท้อนแสงในการเพิ่มลูกเล่นให้กับเนื้อผ้า โทนมสีกลับ เช่น สีดำ น้ำตาลเข้ม ม่วงเข้ม เทาเข้ม ขาวมันวาว



ภาพที่ 2.6 แนวโน้มแฟชั่นแบบ Cold & Sensuous

ที่มา: textile digest vol.21, 2555

4. Hot & Classy เน้นความคูติ ภูมิฐานเหมือนขุนนางตะวันออก บ้าคลั่ง ให้ความสำคัญกับลายดอกไม้ หัวเข็มขัดผสมผสานของเนื้อหินและสีสังสไต ประดับประดาด้วยเศษผ้ารูปทรงเรขาคณิต และหิน ลายพิมพ์จากฟูกัน เนื้อผ้า ขนสัตว์และหนังผ้าไหมกำมะหยี่สีรุ้ง โทนสีจะเน้นสีสดและร้อนแรง เช่น สีแดง ชมพูเข้ม เขียวเข้ม ทอง เขียว ส้มเข้ม



ภาพที่ 2.7 แนวโน้มแฟชั่นแบบ Hot & Classy

ที่มา: textile digest vol.21, 2555

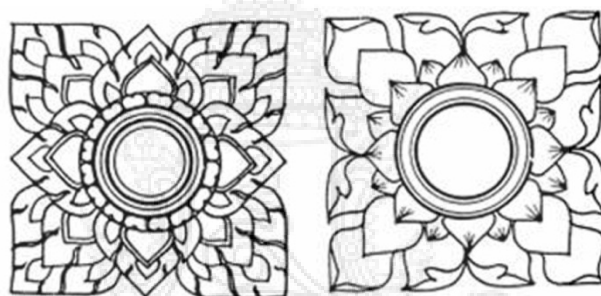
2.9 จิตรกรรมไทย

จิตรกรรมไทยมีความสวยงามวิจิตรบรรจงในการวาดและแสดงลักษณะและจินตนาการของศิลปิน ในสมัยโบราณ รูปแบบของจิตรกรรมไทยนั้นถูกแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ใหญ่ๆ ทั้งหมด 4 หมวดหมู่ด้วยกัน คือ

1. หมุกนก ถือเป็นแบบแม่ลายขึ้นต้นของลายไทย โดยจะมีแม่ลาย คือ กนก 3 ตัว เมื่อฝึกฝนจนชำนาญ จะสามารถต่อลวดลายกนกเป็นลายกนกชนิดอื่นๆ ได้อีกเช่น กนกใบเทศ กนกเทศ หัวโต เป็นต้น ในหมุกนกนี้ ยังรวมไปถึงลวดลายตกแต่งต่างๆ เช่น กระจังชนิดต่าง และประจายามชนิดต่างๆ ด้วย

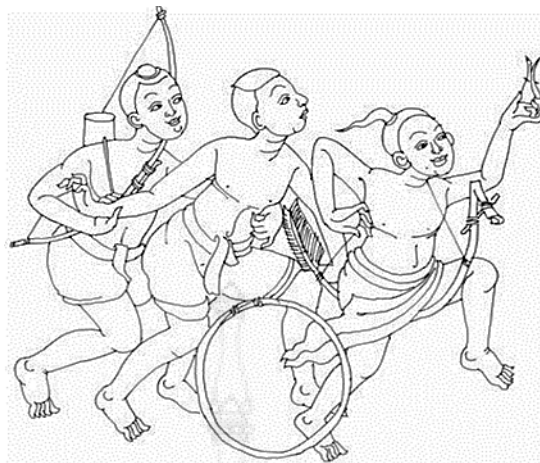


ภาพที่ 2.8 ลายกนกสามตัวและการเสริมลายสอดใส่
ที่มา: โอเคเนชั่นบล็อก, 2554



ภาพที่ 2.9 ลายประจํายามแบบต่างๆ
ที่มา: ออนไลน์, 2555

2. หมุ่นารี แปลตามตรงก็คือ ผู้หญิง แต่ความหมายในทางศิลปะไทย หมายถึง การเขียนภาพคน ภาพพระ ภาพนาง และภาพเทวดา ที่ใช้นารีเป็นชื่อหมวด และให้ฝึกหัดเขียนรูปผู้หญิงก่อน เพราะรูปร่าง ใบหน้า ท่าทาง ของผู้หญิงนั้นเขียนยากกว่าผู้ชาย จึงต้องฝึกหัดเขียนให้ได้สัดส่วนสวยงาม



ภาพที่ 2.10 ภาพมนุษย์ทั่วไป
ที่มา: ออนไลน์, 2555



ภาพที่ 2.11 ภาพพระนาง และเทพ
ที่มา: โอเคนชั่นบล็อก, 2554

3. หมูกระป๋อง คือหมูที่เรียกการวาด ชักษ์ มาร อสุร ต่างๆ ในงานจิตรกรรมไทย รวมไปถึง
ลิง พลทหาร และหนุมานในรามเกียรติ์เช่นกัน



ภาพที่ 2.12 ลิงพลทหาร

ที่มา: โอเคนชั้นบล็อก, 2554

4. หมูคชะ ในหมวดของคชะนี้ยังแบ่ง การเขียน ภาพออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ

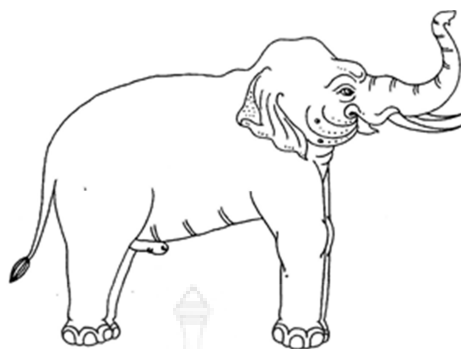
4.1 ภาพสัตว์ทั่วไปหรือภาพสัตว์ที่มีอยู่บน โลกต่าง ๆ เช่น ช้าง ม้า วัว นก กระรอก

เป็นต้น



ภาพที่ 2.13 กระรอก นก

ที่มา: เส้นสายลายไทย, 2539



ภาพที่ 2.14 ช้าง

ที่มา: โอเคเนชั่นบล็อก, 2554

4.2 ภาพสัตว์ป่าหิมพานต์ อมนุษย์ เช่น กิณนารี กิณนร เป็นต้น และในส่วนของ สัตว์หิมพานต์นั้นยังแบ่งออกไปอีก 4 จำพวกคือ

- จตุบาท คือ สัตว์ 4 เท้า



ภาพที่ 2.15 ไกรสรนาครา (จตุบาท)

ที่มา: โอเคเนชั่นบล็อก, 2554

- ทวิบาท คือ สัตว์ 2 เท้า



ภาพที่ 2.16 หงส์
ที่มา: โอเคเนชั่นบล็อก, 2554

- ซลบาท คือ สัตว์น้ำ



ภาพที่ 2.17 ปลาจากป่าหิมพานต์
ที่มา: เส้นสายลายไทย, 2539



ภาพที่ 2.18 ปลาช้างจากป่าหิมพานต์
ที่มา: เส้นสายลายไทย, 2539

■ สัตว์จำพวกผสม



ภาพที่ 2.19 อมนุษย์จากป่าหิมพานต์
ที่มา: เส้นสายลายไทย, 2539

2.10 การปักผ้า

งานเย็บปักถักร้อยในสมัยก่อนไม่ค่อยได้รับความสนใจนักจนกระทั่งในศตวรรษที่ 19 ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากศิลปะ และงานแกะสลัก ผู้ออกแบบมักให้ความสนใจในเรื่องของประวัติการปัก โดยการตรวจดูจากผ้าที่ปัก แม้กระทั่งไปขอดูตัวอย่างเก่าๆจากทุกมุมโลกเพื่อมาทำการ ศึกษาเกี่ยวกับการปักดังกล่าว ดังนั้นจึงทำให้หนังสือต่างๆ ได้ถูกเรียบเรียง และมีการตั้ง ชื่อการปักและรูปแบบที่เป็นทางการขึ้นมา เทคนิคการปักจะมีทั้งการปักด้วยเครื่อง และการปักด้วยจักร ในที่นี้จะกล่าวเฉพาะส่วนการปักด้วยมือเท่านั้น

2.10.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการปักมือ

โดยทั่วไปการปักด้วยมือมีวิธีการปักอยู่ 2 ลักษณะ คือ

1. การปักอย่างหยาบ เป็นการปักด้วยไหมเส้นใหญ่บนเนื้อหยาบและลายขนาดใหญ่ถ้าเป็นลายที่ปักติดต่อกัน เช่น การปักไขว้หรือการปักสอดไหมจะช่วยเพิ่มความหนาของเนื้อผ้าขึ้นอีกซึ่งเหมาะสำหรับปักผ้าที่ใช้เป็นของตกแต่งบ้าน เครื่องเรือน หรือเครื่องใช้ต่างๆ มากกว่าที่จะปักตกแต่งเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

2. การปักอย่างละเอียด เป็นการปักด้วยไหมเส้นเล็กบนผ้าเนื้อบาง ควรเลือกใช้ลายขนาดกลางหรือค่อนข้างเล็ก และอาจใช้กับผ้าเนื้อหนาก็ได้ เช่น ผ้าไหมเนื้อหนา ควรเลือกขนาดเข็มและความหนาของผ้าให้สัมพันธ์กัน ซึ่งเหมาะสำหรับปักตกแต่งเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

2.10.2 วัสดุอุปกรณ์สำหรับใช้ในงานปักด้วยมือ

1. ผ้า สามารถเลือกใช้ผ้าได้ทุกชนิด ทั้งเนื้อหนา เนื้อบาง ผ้าพื้นสี ผ้าลายตาราง ผ้าลายทาง และผ้าลายจุด

2. ไหม มีหลายชนิดทั้งเป็นกลุ่มและเป็นใจ สิ่งสำคัญคือควรเลือกใช้ไหมที่สีไม่ตก

3. เข็ม ควรมีเข็มหลายขนาดเพื่อเลือกใช้ตามลักษณะของเนื้อผ้าและขนาดของเส้นไหม

4. ตะขิง มี 2 ชนิด คือ ตะขิงแบบกลมซึ่งมีหลายขนาดเหมาะสำหรับใช้กับผ้าพื้นเล็กๆ และตะขิงแบบกรอบสี่เหลี่ยมเหมาะสำหรับใช้กับผ้าพื้นใหญ่ๆ และการปักลายไทย

5. ดินสอดำหรือดินสอดสี ใช้สำหรับลอกลายและลอกสีในงานปักเพื่อดูว่างานที่ปักสำเร็จแล้วจะสวยงามหรือไม่

6. กระดาษลอกลาย ใช้สำหรับลอกลายมีทั้งชนิดเนื้อบางและชนิดเนื้อหนา

7. กระดาษครออย (กระดาษคาร์บอน) ใช้สำหรับลอกลายลงบนผ้า กระดาษกดลอยมีหลายสี เช่น สีฟ้า สีเขียว สีขาว สีแดง และสีเหลือง

8. เข็มหมุด ควรเลือกแบบปลายแหลมและไม่เป็นสนิม ใช้สำหรับตรึงผ้าให้อยู่กับที่

9. กรรไกร ขนาดเล็กใช้สำหรับตัดไหม ขนาดใหญ่ใช้สำหรับตัดผ้า

10. ปลอดภัยมือ ทำด้วยโลหะใช้สำหรับป้องกันไม่ให้เข็มแทงมือลูกมือ

11. เหล็กจาร (Stylus) ใช้สำหรับลอกลายลงบนผ้า อาจใช้ปากกาถูกลิ้นที่หมึกหมดหรือดินสอดธรรมดาก็ได้

2.10.3 เทคนิคการเลือกลายปัก

การวางลายปักเป็นขั้นตอนที่สำคัญ เพราะจะเป็นตัวบ่งชี้ว่างานปักจะออกมาสวยงามหรือไม่แม้จะมีฝีมือการปักแต่ถ้าวางลายหรือเลือกลายไม่ได้สัดส่วนจะทำให้คุณค่าของงานปักลดลงได้ โดยต้องพิจารณาจากสิ่งต่อไปนี้

1. ควรเลือกสายที่สววยงามอ่อนหวาน มองแล้วสบายตาสบายใจไม่ยุ่งเหยิงสับสน ถ้าเป็นภาพสัตว์ควรเป็นแบบง่ายๆมีลักษณะน่ารัก และให้ดูออกว่าเป็นรูปสัตว์ชนิดใด
2. รู้ว่างานที่จะปักเป็นงานประเภทใด ขนาดใด สายที่เลือกไม่ควรมีขนาดใหญ่หรือเล็กจนเกินไป เช่น สายที่มุ่มผ้าเช็ดหน้าควรเลือกสายเล็กๆ กระจุกกระจิม ถ้าเป็นผ้าคลุมเตียงควรเลือกสายขนาดใหญ่
3. หากเป็นเครื่องแต่งกายควรคำนึงถึงเพศและวัยของผู้สวมใส่ ถ้าเป็นเสื้อเด็กควรเลือกปักลายง่ายๆ และน่ารัก เช่น ลายการ์ตูน หรือรูปสัตว์ต่างๆ สำหรับเด็กผู้ชายควรเลือกสายที่ดูสง่างามเข้มแข็ง สำหรับเด็กผู้หญิงควรเลือกสายที่สววยงาม น่ารัก น่าเอ็นดู
4. คำนึงถึงบุคลิกของผู้สวมใส่ เช่น บุคลิกเรียบร้อยควรเลือกสายที่สววยงามเป็นระเบียบ ถ้าเป็นคนสววยน่ารักควรเลือกสายที่อ่อนหวานนึ่มนวล ถ้าเป็นคนเทโจบเฉียวควรเลือกสายที่โดดเด่นแบบแปลกๆสีฉูดฉาด เป็นต้น
5. คำนึงถึงความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้ เช่น ผ้าเนื้อบางควรเลือกสายขนาดเล็ก ถ้าผ้าเนื้อหนาควรเลือกสายที่คูนี้น้ำหนักให้สมดุลกัน
6. ควรเลือกใช้วัสดุตกแต่งให้เหมาะสม เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ที่ต้องซักรีดอยู่เสมอไม่ควรใช้ลูกบิดหรือมุกตกแต่ง เพราะจะทำให้ลูกบิดหรือมุกเสื่อมสภาพใช้ได้ไม่นานถ้าเป็นผ้าเนื้อบางปักตกแต่งด้วยลูกบิดหรือมุกจะทำให้ถ่วงผ้าและเสียรูปทรง

2.10.4 ลักษณะสายปัก

1. สายปักทีบ (Satin Stitch) เป็นสายปักแบบคลุมพื้นที่ โดยเริ่มปักเส้นนำก่อน จากนั้นปักขนานกันไปเรื่อยๆ เส้นด้ายจะเรียงกันอย่างสววยงาม สายปัก ขนาดเท่าจริงของสายปักที่ใช้จำนวนและขนาดเส้นด้ายต่างกัน 1 เส้น 3 เส้น ปักด้วยด้ายเบอร์ 5 วิธีปัก เป็นการปักเพื่อคลุมเต็มพื้นที่ โดยเริ่มปักจากตรงกลางออกไปหาขอบทีละครั้ง
2. สายปักสั้น – ยาว (Long and Short Stitch) เป็นฝีเข็มที่ปักสำหรับคลุมพื้นที่กว้าง หากเปลี่ยนสีในแต่ละชั้นก็จะได้สายปักเป็นชั้นๆ แลดูเป็นธรรมชาติ เวลาปัก หากปลายเส้นด้ายซ้อนกันบ้างก็ไม่เป็นไร สายปัก ขนาดเท่าจริงของสายปักที่ใช้จำนวนและขนาดเส้นด้ายต่างกัน 1 เส้น 3 เส้น ปักด้วยด้ายเบอร์ 5 วิธีปัก เวลาปักให้ไปที่ละชั้น เริ่มจากตรงกลางออกไปหาขอบทีละด้าน โดยปักฝีเข็มยาวและสั้นสลับกันไปสิ่งสำคัญของการปักอยู่ที่การเปลี่ยนความยาวของฝีเข็มที่ปัก
3. สายปักลูกโซ่ (Chain Stitch) เป็นสายปักที่ทำห่วงต่อเนื่องกันเป็นลูกโซ่ หากทำฝีเข็มยาวก็จะได้ลวดลายที่เป็นแนวเส้นตรง หากจะทำเป็นเส้นโค้งและทำฝีเข็มยาวก็จะได้ลวดลายเป็นเส้นโค้งสววยงาม สายปัก ขนาดเท่าจริงของสายปักที่ใช้จำนวนและขนาดเส้นด้ายต่างกัน 1 เส้น 3 เส้น 6 เส้น

4. ลายปักพันลูกโซ่ (Whipped Chain Stitch) นำด้ายอีกเส้นมาพันลายลูกโซ่ ปักเป็น ลวดลายแอนทีกได้อย่างง่ายดาย เหมาะกับการปักชิ้นพื้นฐาน ลายปัก ขนาดเท่าจริงของลายปักที่ใช้ จำนวนและขนาดเส้นด้ายต่างกัน 1 เส้น 3 เส้น 6 เส้น

5. ลายปักตัวหนอน (Bullion Stitch) ใช้ปักลายดอกไม้ เทคนิคที่จะช่วยให้ทำออกมาได้ สวยงาม คือ ใช้นิ้วหัวแม่มือกดด้ายที่พันตอนสุดท้ายให้แน่นและที่สำคัญ ควรเลือกใช้เข็มที่เรียวยาว ลายปัก ขนาดเท่าจริงของลายปักที่ใช้จำนวนและขนาดเส้นด้ายต่างกัน 3 เส้น 6 เส้น ด้ายปักเบอร์ 5



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การออกแบบเครื่องประดับจากด้ายปัก ในบทนี้กล่าวถึงวิธีวิจัยที่เลือกใช้ ซึ่งครอบคลุมถึงบริบทในการวิจัย ประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา โดยให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ข้อมูล และการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นงานวิจัยเชิงประยุกต์ (Applied Research) โดยการผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Causal Research) และการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เข้าไว้ด้วยกัน โดยการแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ การเก็บข้อมูลเบื้องต้นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกรูปแบบลวดลายที่เหมาะสมในการนำมาออกแบบและจัดสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก และ ประเมินประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปักเมื่อได้เห็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบในด้านความสวยงาม ความคุ้มค่า และการเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้เพื่อการศึกษาวิจัย ได้แก่ กลุ่มประชากรในสาขาอาชีพต่างๆ ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครจำนวนทั้งสิ้น 5,674,843 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างถึงใน มารยาท โยทองยศ และปราณี สวัสดิศรทรัพย์, 2552) สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) เพื่อเป็นตัวแทนของประชากร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad \text{---- (3.1)}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

ในการศึกษาใช้ประชากรจำนวน 5,674,843 คน ประเมินความคลาดเคลื่อนจากตัวอย่างได้ 5% ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเท่ากับ 400 คน ซึ่งหาได้จาก

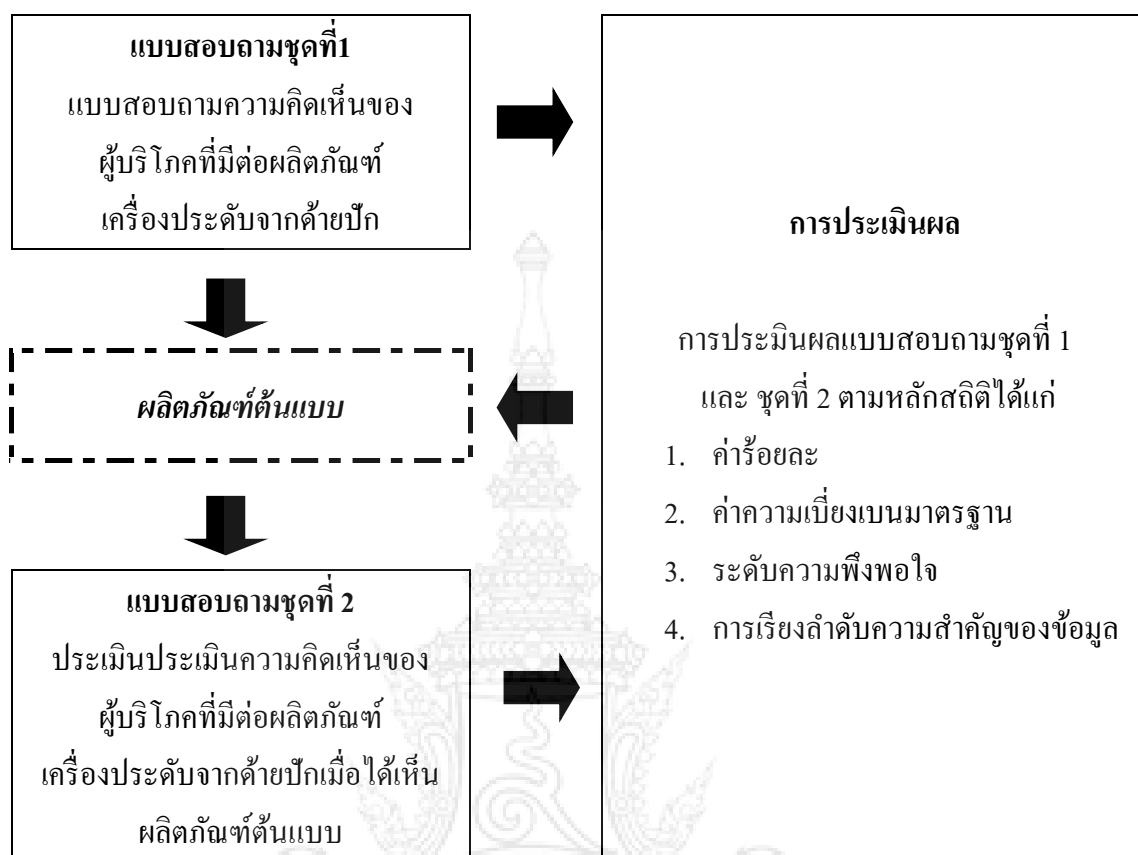
$$\begin{aligned} n &= \frac{5,674,843}{1 + \{5,674,843(0.05)^2\}} \\ &= \frac{5,678,843}{14,188.11} \\ &= 400.25 \cong 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบ่งกลุ่มตามแหล่งสรรพสินค้าและแฟชันขนาดใหญ่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างในห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน	จำนวน 30 คน
2. กลุ่มตัวอย่างในห้างสรรพสินค้าสยามดิสคัฟเวอรี	จำนวน 35 คน
3. กลุ่มตัวอย่างในห้างสรรพสินค้ามาบุญครอง	จำนวน 30 คน
4. กลุ่มตัวอย่างในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์	จำนวน 35 คน
5. กลุ่มตัวอย่างในห้างสรรพสินค้าเกษรพลาซ่า	จำนวน 30 คน
6. กลุ่มตัวอย่างในห้างสรรพสินค้าเอ็มโพเรียม	จำนวน 30 คน
7. กลุ่มตัวอย่างในศูนย์การค้าแพลตินัม	จำนวน 30 คน
8. กลุ่มตัวอย่างในย่านค้าส่งประตูน้ำ	จำนวน 30 คน
9. กลุ่มตัวอย่างในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดพร้าว	จำนวน 30 คน
10. กลุ่มตัวอย่างในย่านตลาดนัดจตุจักร	จำนวน 30 คน
11. กลุ่มตัวอย่างในห้างสรรพสินค้าช้อปปิ้งมอลล์	จำนวน 30 คน
12. ห้างสรรพสินค้าเซ็นเตอร์วันย่านอนุเสาวรีย์ชัยฯ	จำนวน 30 คน
13. กลุ่มตัวอย่างในย่านถนนข้าวสาร	จำนวน 30 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยคำถามที่ใช้เป็นคำถามปลายปิดที่มีลักษณะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และคำถามปลายเปิดเพื่อขอข้อเสนอแนะต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก โดยการศึกษาตามลำดับดังนี้



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการวิจัย

3.2.1 แบบสอบถามชุดที่ 1

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริหาร โภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกรูปแบบลวดลายที่เหมาะสมในการนำมาออกแบบและจัดสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่อง เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ และระดับการศึกษา ชนิดของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริหาร โภคที่ส่งผลต่อการผลิตรูปแบบผลิตภัณฑ์และการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก โดยใช้แบบสอบถามชนิดแบบสำรวจรายการ (Check List) มีความมุ่งหมายในการเลือกลวดลายเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก ลวดลายที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นประเภทลายไทยที่มีความอ่อนช้อย

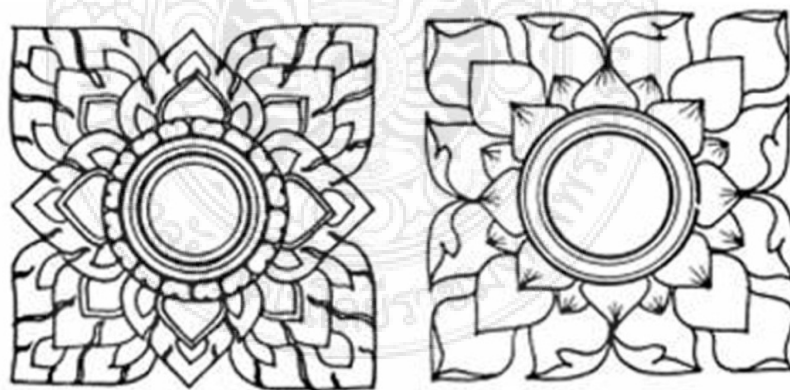
และมีเอกลักษณ์เฉพาะ สามารถนำมาผสมผสานเพื่อกงความเป็นไทย และเป็นการอนุรักษ์ ศิลปะวัฒนธรรมไทยให้คงอยู่ในสังคมอย่างกลมกลืน ลายไทยที่นำมาใช้มี 4 ลายได้แก่

1. ลายไทยหมวดกนก เป็นแม่ลายขึ้นต้นของลายไทย โดยจะมีแม่ลาย คือกนก 3 ตัว เมื่อฝึกฝนจนชำนาญ จะสามารถต่อลวดลายกนกเป็นลายกนกชนิดอื่นๆ ได้อีกเช่น กนกใบเทศ กนกเทศหัวโต เป็นต้น ในหมู่กนกนี้ ยังรวมไปถึงลวดลายตกแต่งต่างๆ เช่น กระจังชนิดต่าง และประจํา ยามชนิดต่างๆ ด้วย



ภาพที่ 3.2 ลายไทยหมวดกนกแบบที่ 1

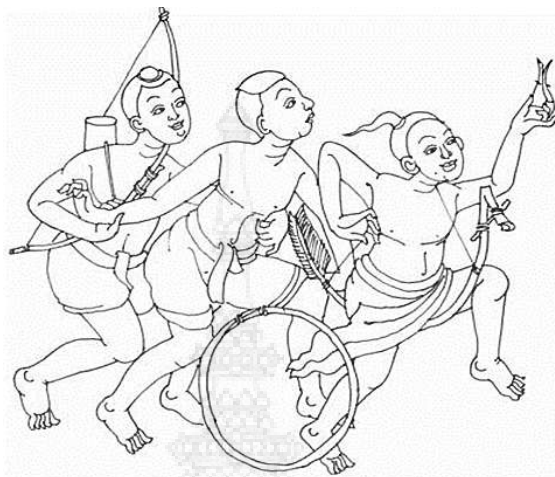
ที่มา: ออนไลน์, 2555



ภาพที่ 3.3 ลายไทยหมวดกนกแบบที่ 2

ที่มา: ออนไลน์, 2555

2. ลายไทยหมวดนารี หมู่ที่เรียกการวาด พระ-นาง เทพเทวดา นางฟ้า มนุษย์ ในงานจิตรกรรมไทย



ภาพที่ 3.4 ลายไทยหมวดนารีแบบที่ 1
ที่มา: ออนไลน์, 2555



ภาพที่ 3.5 ลายไทยหมวดนารีแบบที่ 2
ที่มา: โอเคนชั้นบลิ๊อก, 2554



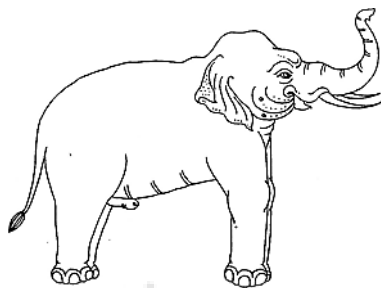
ภาพที่ 3.6 ลายไทยหมวดคนารีแบบที่ 3
ที่มา: โอเคเนชั่นบล็อก, 2554

3. ลายไทยหมวดคชะ แบ่งเป็น

- 1) ภาพสัตว์ทั่วไป หรือ ภาพสัตว์ที่มีอยู่บนโลกต่าง ๆ เช่น ช้างม้า วัว นก กระรอก เป็นต้น

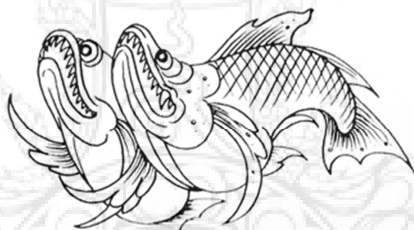


ภาพที่ 3.7 ลายไทยหมวดคชะแบบที่ 1
ที่มา: เส้นสายลายไทย, 2539



ภาพที่ 3.8 ลายไทยหมวดคชะแบบที่ 2
ที่มา: โอเคเนชั่นบล็อก, 2554,

2) ภาพอมนุษย์ เช่น กิณนรี กิณนร และภาพสัตว์ป่าหิมพานต์ ประเภทสัตว์ 2 , 4
เท้า สัตว์น้ำ และสัตว์จำพวกผสม



ภาพที่ 3.9 ลายไทยหมวดคชะแบบที่ 3
ที่มา: เส้นสายลายไทย, 2539



ภาพที่ 3.10 ลายไทยหมวดคชะแบบที่ 4
ที่มา: เส้นสายลายไทย, 2539

4. ลายไทยหมวดกระบี่ เป็นหมู่ที่เรียกการวาด ยักษ์ มาร อสูร ต่างๆ ในงานจิตรกรรมไทย รวมไปถึงสิ่งพลทหารและหนุมารในรามเกียรติ์



ภาพที่ 3.11 ลายไทยหมวดกระบี่
ที่มา: โอเคเนชั่นบล็อก, 2554

ส่วนที่ 3 องค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก ชนิดของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะแบบสอบถามแนวปลายเปิด เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากด้ายปัก

3.2.2 แบบสอบถามชุดที่ 2

แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นและประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปักของผู้บริโภค เมื่อได้เห็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก จำนวน 7 รูปแบบ การเก็บข้อมูลเป็นแบบคละเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา โดยศึกษาช่วงข้อมูลตามแบบสอบถามชุดที่ 1 ใช้การประเมินข้อมูลตามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) เพื่อวัดความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยแบ่งตามความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 ด้าน คือ 1) ความสวยงามของผลิตภัณฑ์โดยรวม 2) ความเหมาะสมของเทคนิคที่ใช้ในการทำผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ 3) ความเหมาะสมของรูปแบบ

ผลิตภัณฑ์ 4) ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ และ 5) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ หลักเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ 5 ระดับเป็น ดังนี้

5	หมายถึง	ระดับ	มากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับ	มาก
3	หมายถึง	ระดับ	ปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับ	น้อย
1	หมายถึง	ระดับ	น้อยที่สุด

การแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจ	มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจ	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจ	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49	หมายถึง	ระดับความพึงพอใจ	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก แบ่งเป็น 3 ข้อ คือ การรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และการประเมินราคาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ชนิดของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะแบบสอบถามแนวลายเปิด เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากด้ายปัก

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

- ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บข้อมูลเอกสาร ด้านเทคนิค เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ด้วยเทคนิคต่างๆ และลวดลาย และวัสดุประกอบที่เหมาะสมในการนำมาถ่ายทอดลวดลายลงบนผลิตภัณฑ์ต้นแบบเครื่องประดับจากด้ายปักทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

- ข้อมูลทุติยภูมิ ภาคสนามใช้วิธีการแจกแบบสอบถามพร้อมทั้งชี้แจงแนวทางการตอบแบบสัมภาษณ์ การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างตามแหล่งสรรพสินค้าและแฟชั่นขนาดใหญ่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งดำเนินการเก็บข้อมูลแบ่งเป็น 2 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 แบบสอบถามชุดที่ 1 เพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อนำผลสำรวจที่ได้ มาทำการวิเคราะห์ สรุปความคิดเห็น ประเมินผล นำไปออกแบบตลาดและสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ระยะที่ 2 แบบสอบถามชุดที่ 2 เพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เพื่อทำการประเมิน วิเคราะห์ สรุปความคิดเห็น รวบรวมความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์และมูลค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร โดยการรวบรวมเพื่อจัดหมวดหมู่ ตั้งเคราะห์ข้อมูลให้เป็นระบบ เพื่อให้สะดวกต่อการศึกษาตีความหมาย การวิเคราะห์ตามแบบการวิเคราะห์เนื้อหา และใช้หลักสถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานและการจัดลำดับในการวิเคราะห์ข้อมูล

- การคำนวณสถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) การแจกแจงความถี่ เป็นการแสดงค่าความถี่ของข้อมูลที่เก็บมาได้ โดยแสดงเป็นจำนวนและร้อยละ (Percentage, %) โดยค่าร้อยละ คือ การคำนวณหาสัดส่วนของข้อมูลในแต่ละตัวเทียบกับข้อมูลรวมทั้งหมด โดยให้ข้อมูลรวมทั้งหมดมีค่าเป็นร้อย

$$\text{ร้อยละ (\%)} = \frac{x \cdot 100}{N} \quad (3.2)$$

X คือ จำนวนข้อมูล (ความถี่) ที่ต้องการนามาหาค่าร้อยละ

N คือ จำนวนข้อมูลทั้งหมด

- การคำนวณค่าสถิติของการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเฉลี่ยหรือค่ามัชฌิมเลขคณิต ใช้สัญลักษณ์ \bar{X} สำหรับค่าเฉลี่ยที่ได้มาจากกลุ่มตัวอย่างทำการศึกษา

$$\text{ค่าเฉลี่ย;} \quad \bar{X} = \frac{\sum X}{N} \quad (3.3)$$

\bar{X} คือ ค่าเฉลี่ย

$\sum X$ คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N คือ จำนวนประชากร

▪ การคำนวณค่าสถิติของการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คือ ค่ารากที่สองของผลรวมของความแตกต่างระหว่าง ข้อมูลดิบกับค่าเฉลี่ยยกกำลังสอง (sum of squares ของผลต่าง) หารด้วยจำนวนข้อมูลทั้งหมด สัญลักษณ์ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$\text{ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)} = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{X})^2}{N}} \quad (3.4)$$

S.D. คือ ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มประชากร

N คือ ขนาดของกลุ่มประชากร

\bar{X} คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนประชากร

X_i คือ คะแนนประชากร

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามในรูปแบบของตาราง ข้อความ และค่าสถิติต่าง ๆ ด้วยการสรุปประเด็น จัดกลุ่มแนวคิดให้เป็นระบบ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์

บทที่ 4

ผลการศึกษาและการอภิปราย

การศึกษาเรื่อง การออกแบบเครื่องประดับจากด้ายปัก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา เครื่องประดับที่ใช้วัสดุหลักจากด้าย และนำมาพัฒนาลดทอนและออกแบบเครื่องประดับ ให้มีความหลากหลายสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปเผยแพร่และนำไปสู่การขยายผลในเชิงพาณิชย์แก่ กลุ่มชุมชนที่มีการทำผลิตภัณฑ์สิ่งทอ กลุ่มผู้ผลิตและออกแบบเสื้อผ้า เครื่องกาย ทั้งภาครัฐและ เอกชน รวมไปถึงกลุ่มผู้สนใจทั่วไป งานวิจัยนี้ได้ผลการศึกษาวิจัยจากการประเมินผลแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างตามแหล่งสรรพสินค้าและแฟชั่นขนาดใหญ่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยการแบ่ง การเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ การเก็บข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถามความ คิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก และ แบบสอบถามจากการประเมิน ประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปักเมื่อได้เห็นผลิตภัณฑ์ ต้นแบบ ผลการศึกษาคือ

4.1 การเก็บข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเครื่องประดับจากด้ายปัก

เพื่อศึกษาหาข้อมูลของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก เพื่อเป็น แนวทางในการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ตามแบบสอบถาม (ชุดที่ 1) ในภาคผนวก ก ผลการศึกษาคือ เป็นดังนี้

4.1.1 ผลการศึกษาข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่ 1

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องของ เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ และระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.1 ค่าร้อยละจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
ชาย	112	28.0	2
หญิง	288	72.0	1
รวม	400	100.0	-

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72 และเพศชาย 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28

ตารางที่ 4.2 ค่าร้อยละจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
ต่ำกว่า 20 ปี	35	8.8	3
20 - 30 ปี	204	51.0	1
31 - 40 ปี	129	32.2	2
41 - 50 ปี	20	5.0	4
51 - 60 ปี	12	3.0	5
มากกว่า 60 ปี	-	-	-
<i>รวม</i>	<i>400</i>	<i>100.0</i>	-

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20 - 30 ปี 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51 อันดับ 2 มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 อันดับ 3 มีช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 อันดับ 4 มีอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 อันดับ 5 มีอายุอยู่ในช่วง 51 - 60 ปี 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3

ตารางที่ 4.3 ค่าร้อยละจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
โสด	236	59.0	1
สมรส	156	39.0	2
หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่	8	2.0	3
<i>รวม</i>	<i>400</i>	<i>100.0</i>	-

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 อันดับ 2 มีสถานภาพสมรส 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39 และกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ เป็นกลุ่มที่น้อยที่สุด 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2

ตารางที่ 4.4 ค่าร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	139	34.8	2
ปริญญาตรี	229	57.2	1
สูงกว่าปริญญาตรี	29	7.2	3
อื่นๆ	3	0.8	4
รวม	400	100.0	-

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 อันดับ 2 มีการศึกษาด้านต่ำกว่าระดับปริญญาตรี 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.5 ค่าร้อยละจำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
รับราชการ	33	8.2	5
เอกชน/รัฐวิสาหกิจ	52	13.0	4
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	134	33.5	1
รับจ้าง	97	24.2	2
นักเรียน/นักศึกษา	83	20.8	3
ไม่ระบุ	1	0.2	6
รวม	400	100.0	-

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพหลักค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 อาชีพหลักรับจ้าง 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 มีอาชีพหลักนักเรียน/นักศึกษา 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 เอกชน/รัฐวิสาหกิจ 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพหลักรับราชการ 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 และมีจำนวน 1 คนที่ไม่ระบุอาชีพ

ตารางที่ 4.6 ค่าร้อยละจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	64	16.0	4
5,001 - 10,000 บาท	98	24.5	2
10,001 - 15,000 บาท	103	25.8	1
15,001 - 20,000 บาท	70	17.5	3
20,001 - 25,000 บาท	47	11.8	5
มากกว่า 25,000 บาท	18	4.5	6
รวม	400	100.0	-

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 อันดับ 2 มีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 อันดับ 3 มีรายได้ต่ำกว่า 15,001 – 20,000 บาท 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 อันดับ 4 มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 อันดับ 5 มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการผลิตรูปแบบผลิตภัณฑ์และการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปักผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.7 พื้นฐานการรับรู้เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากด้ายปัก

ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูป	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
ทราบ	191	47.8	2
ไม่ทราบ	209	52.2	1
รวม	400	100	-

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากด้ายปักจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 และมีความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากด้ายปักจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 ผลการรับรู้ทั้งสองมีความใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 4.8 การตัดสินใจเลือกลวดลายที่เหมาะสมในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

ลวดลายที่เหมาะสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
ลวดลายไทยหมวดกนก	193	48.2	1
ลวดลายไทยหมวดนารี	121	30.2	2
ลวดลายไทยหมวดคชะ	53	13.2	3
ลวดลายไทยหมวดกระบี่	33	8.2	4
รวม	400	100	-

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกลวดลายไทยหมวดกนกมากถึง 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 ลวดลายไทยหมวดนารีเป็นอันดับรองลงมาจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 ส่วนลวดลายไทยหมวดคชะ และลวดลายไทยหมวดกระบี่ จำนวน 53 คน และ 33 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และ 8.2 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม องค์กรประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก แบ่งเป็น 3 ข้อ คือ ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ องค์กรประกอบที่มีส่วนตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ และมูลค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก ผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.9 ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์

ความต้องการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
ซื้อ	218	54.5	1
ไม่แน่ใจ	165	41.2	2
ไม่ซื้อ	17	4.2	3
รวม	400	100.0	-

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษพบว่ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์ตัวนี้จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 และมีมากถึง 165 คน หรือร้อยละ 41.2 ที่ไม่แน่ใจว่าจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้หรือไม่ นอกจากนี้ยังพบว่ามียังพบว่ามีกลุ่มตัวอย่างจำนวนเล็กน้อยที่ไม่สนใจผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

ตารางที่ 4.10 องค์กรประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

องค์กรประกอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
คุณภาพ	79.00	19.75	2
การออกแบบ	122.00	30.50	1
ความคิดสร้างสรรค์	76.00	19.00	3
ราคา	45.00	11.25	4
วัสดุที่ใช้	39.00	9.75	5
ประโยชน์ใช้สอย	39.00	9.75	5

จากตารางที่ 4.10 ผลการศึกษา พบว่า องค์กรประกอบที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับจากด้ายปักคือองค์กรประกอบด้านการออกแบบ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 ส่วนองค์กรประกอบด้านคุณภาพและความคิดสร้างสรรค์ มีความใกล้เคียงกันอยู่ที่ 79 และ 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 และ 19.0 ตามลำดับ องค์กรประกอบต่อมาที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จะเป็นองค์กรประกอบด้านราคาจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และองค์กรประกอบด้านวัสดุที่ใช้ และประโยชน์ใช้สอย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อย มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกองค์กรประกอบทั้งสองอยู่ที่ 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75

ตอนที่ 4 แบบสอบถามแนวปลายเปิด เกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะ ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากด้ายปัก

ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก แต่มีความกังวลในเรื่องของอายุการใช้งาน และความทนทานของผลิตภัณฑ์ และสนใจอยากเห็นผลิตภัณฑ์จริงออกวางจำหน่าย

4.1.2 การอภิปรายผลข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่ 1

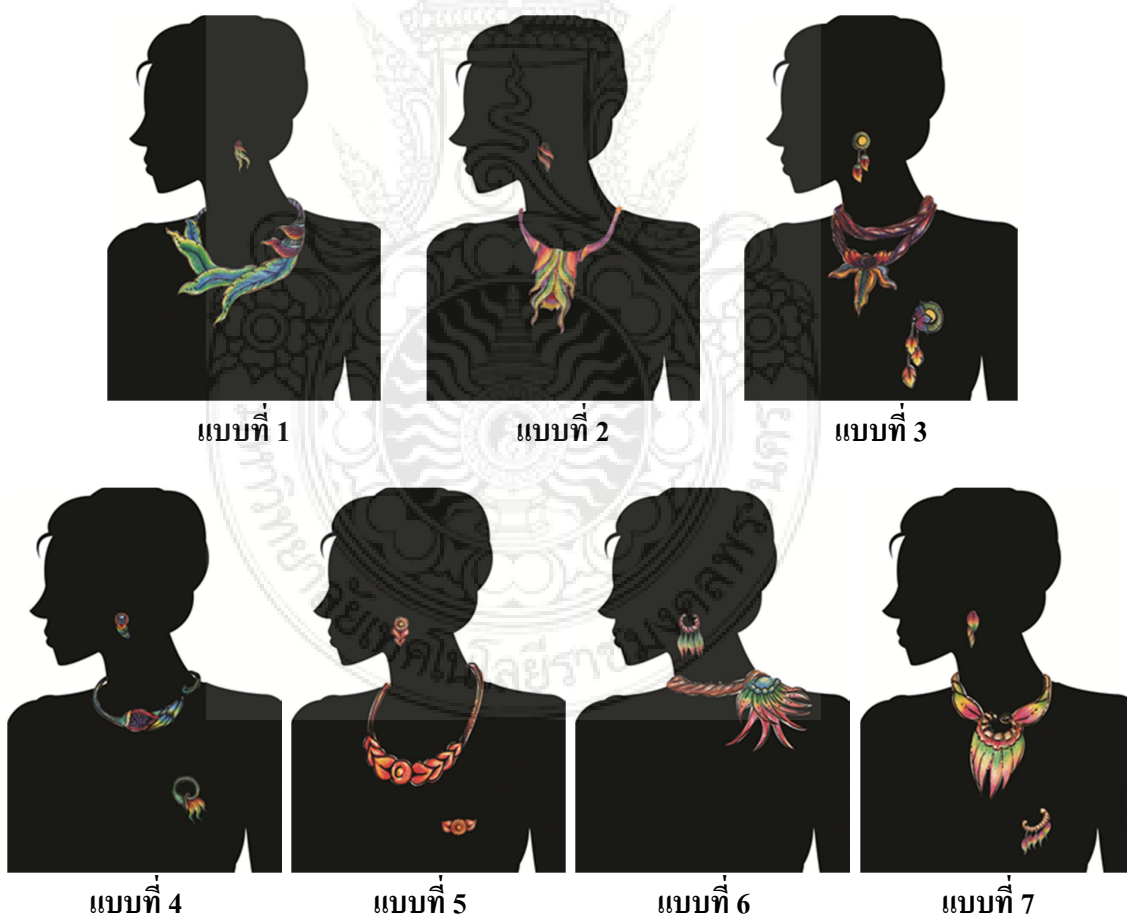
จากผลการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างจากประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 78 เป็นผู้หญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงาน ประกอบอาชีพค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัวถึงร้อยละ 57.2 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-15,000 บาท จาก ข้อมูลเบื้องต้นนี้สามารถกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเมื่อแบ่งตามพฤติกรรมการบริโภคจะผสมผสานกันระหว่าง Generation X และ Generation Y เป็นกลุ่มบุคคลที่อยู่ไม่มีกำลังซื้อ ตอบได้การซื้อสินค้าอย่างทันทีทันใด ลักษณะพฤติกรรมชอบอะไรง่าย ๆ และไม่ชอบเงื่อนไข (Philip, 2001) ไม่ต้องเป็นทางการและเป็นกลุ่มหนึ่งที่สามารถนำมาใช้เป็นดัชนีชี้วัดการประเมินแนวโน้มของแฟชั่น และผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี กลุ่มตัวอย่างไม่ทราบวดายปักสามารถนำมาใช้ทำผลิตภัณฑ์ได้ แต่เมื่อทราบจะมีการนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับก็มีความสนใจและคิดว่าถ้ามีการออกแบบที่น่าสนใจและสามารถใช้งานได้ดีก็น่าสนใจที่จะซื้อหาและใช้เป็นเครื่องประดับในชีวิตประจำวันได้ (จากการสัมภาษณ์, 2555) ลวดลายที่คิดว่าควรจะนำมาใช้ในการออกแบบนั้นกลุ่มประชากรเลือกลวดลายไทยหมวดนก เนื่องจากเป็นลวดลายไทยขั้นพื้นฐาน พบเห็นอยู่ทั่วไปและคิดว่าความอ่อนช้อยของลวดลายน่าจะนำมาใช้เพื่อการออกแบบได้ดีกว่าลวดลายไทยในหมวดอื่น

4.2 การทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

จากแบบสอบถามชุดที่ 1 นำผลการประเมินมาทำการผลิตเครื่องประดับจากด้ายปัก โดยเริ่มจาก

4.2.1 การเตรียมต้นแบบเครื่องประดับ

จากผลการประเมินลวดลายไทยที่ต้องการเป็นลวดลายไทยหมวกนก ซึ่งเป็นลายไทยพื้นฐาน มีความอ่อนช้อย และมีมิติในด้านรูปร่างเป็นอย่างดี ผสมผสานกับการเลือกสีและลักษณะรูปร่างตามแนวโน้มของผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องประดับในฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาวปี 2013 – 2014 โดยเลือกจากแนวโน้มแฟชั่นแบบ Formal & Sugary ที่มีการเน้นความรู้สึกละเอียดอ่อน อ่อนไหว ความอ่อนนุ่มนำสัมผัสเนื้อผ้า โทนสีจะเน้นความบริสุทธิ์ สบายตา นำมาออกแบบเป็นชุดเครื่องประดับประกอบไปด้วยต่างหู สร้อยคอ และเข็มกลัด (บางชุด) ต้นแบบที่ออกแบบมีดังนี้



ภาพที่ 4.1 ต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

ภาพโดย: กัญญมา, 2555

4.2.2 การเตรียมวัสดุอุปกรณ์

1. ไหมปัก หรือด้ายปักด้วยจักร (สีตามที่ออกแบบ) ไหมหรือด้ายปัก ส่วนใหญ่จะเป็นใจหรือเป็นกลุ่ม จึงควรตัดเตรียมไว้เพื่อความสะดวกในการใช้งานและกันไม่ให้ไหมพันกันยุ่งเหยิง การตัดไหมไม่ควรตัดให้ยาวจนเกินไปเพราะเส้นไหมแตกก่อนจะใช้ไหมหมด ถ้าตัดสั้นจนเกินไปจะต้องต่อไหมบ่อยๆทำให้สิ้นเปลือง
2. ฝาครอบปัก : ฝาฝ้าย ฝาไหม ฯลฯ ใช้เพื่อเป็นเป็นส่วนรองปัก เป็นพื้นที่สำหรับลงสีของด้ายปักให้ได้ตามรูปแบบที่กำหนด
3. ฟองน้ำความหนา 5 มิลลิเมตร ใช้เพื่อเสริมหรือหนุนชิ้นงานต้นแบบเพื่อเพิ่มมิติให้กับผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
4. แผ่น PVC หรือ แผ่นเซลโรลอยส์ ใช้เพื่อเป็นฐานรองผลิตภัณฑ์ต้นแบบให้มีความคงรูปและมีความทนทานในการใช้งานได้ดีขึ้น
5. กาวลาเท็กซ์
6. เข็มมือ สำหรับปักเบอร์ 11
7. กรรไกรเล็กธรรมดา หรือปลายงอน

การปักผ้า หัวใจการปักผ้าให้สำเร็จและได้ผลงานบรรลุตามความคาดหมายก็คือการปักด้วยด้ายที่มีความยาวสม่ำเสมอ และรักษาความตึงของผ้าไม่ว่าผ้านั้นจะตึงอยู่ในกรอบหรือสะดึงหรือไม่ ดังนั้นก่อนเริ่มงานปักของจริงให้ลองปักตัวอย่างลงบนเศษผ้าที่เตรียมไว้ก่อนเพื่อทำความคุ้นเคยกับงานที่จะปัก ทำให้เกิดรูปแบบงานที่ได้สัดส่วนงานปักนั้นอาจจะทำได้ทั้งในแนวตั้ง โดยจะปักตั้งแต่ส่วนบนลงมาถึงส่วนปลาย หรือปักเป็นแนวนอนจากซ้ายไปขวา ฝีเข็มและการปักนั้นอาจจะปักเป็นแนวทแยง แนวนอน หรือแนวตั้ง ในการศึกษาปักด้วยเทคนิคการปักด้วยมือ เป็นการปักอย่างละเอียด ด้วยลักษณะการปักแบบลายปักสั้น - ยาว (Long and Short Stitch) เป็นฝีเข็มที่ปักสำหรับคลุมพื้นที่กว้าง หากเปลี่ยนสีในแต่ละชั้นก็จะได้ลายปักเป็นชั้นๆ แลดูเป็นธรรมชาติ เวลาปัก หากปลายเส้นด้ายซ้อนกันบ้างก็ไม่เป็นไร ลายปัก ขนาดเท่าจริงของลายปักที่ใช้จำนวนและขนาดเส้นด้ายต่างกัน 1 เส้น 3 เส้น ปักด้วยด้ายเบอร์ 5 วิธีปัก เวลาปักให้ไปที่ละชั้น เริ่มจากตรงกลางออกไปหาขอบทีละด้าน โดยปักฝีเข็มยาวและสั้นสลับกันไปสิ่งสำคัญของการปักอยู่ที่การเปลี่ยนความยาวของฝีเข็มที่ปัก

4.2.3 ขั้นตอนการทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เริ่มจาก การเตรียมรูปแบบสเก็ต ที่ต้องการ



สร้อยคอ



ต่างหู



เข็มกลัด

ภาพที่ 4.2 แบบสเก็ต

ภาพโดย: กัญญมา, 2555

การเตรียมผ้าดิบ โดยใช้กรรณผ้าตามยาวขนาดความกว้าง 50 เซนติเมตร ความยาว 40 เซนติเมตร ชิดเส้นตามรอยด้วยดินสอ หาจุดกึ่งกลางผืนผ้าตามแนวค้ำยยืน จากนั้นนำผ้าที่เตรียมไว้ขึ้นทาบบนหุ่นทดลองแบบให้จุดกลางผ้าที่หาไว้อยู่กลางตัวหุ่น ตัดแต่งริมผ้าให้โค้งจากด้านหน้าถึงด้านหลังเป็นรูปคอและรูปปาดังภาพตามที่กำหนดให้ได้ระดับและขนาดที่พอดีสวยงาม เมื่อได้แบบตามที่ต้องการ ปลดผ้าออกจากหุ่นทดลองแบบแต่งเส้นที่กำหนดให้สวยงาม



การเตรียมผ้าดิบ

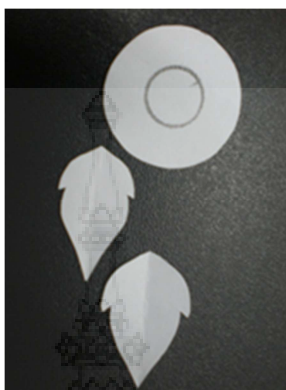


เส้นสำเร็จบนผ้าดิบ

ภาพที่ 4.3 การเตรียมผ้าดิบ

ภาพโดย: กัญญมา, 2555

การลอกกลาย ให้ใช้กระดาษลอกกลายลอกแบบจากผ้าดิบให้ครบตามแบบ จากนั้น
ตัดแยกออกเป็นส่วนย่อยๆ



ภาพที่ 4.4 การลอกกลาย
ภาพโดย: กัญญมา, 2555

การตัดแยกชิ้น ด้วยวัสดุรองในที่ทนความชื้นด้วยแผ่นเซลโรลอยส์หรือแผ่น PVC
เมื่อครบทุกชิ้น นำมาประกอบตามแบบที่กำหนด



แผ่น เซล โรลอยส์



แผ่น PVC

ภาพที่ 4.5 การตัดแยกชิ้นด้วยแผ่นเซลโรลอยส์หรือแผ่น PVC
ภาพโดย: กัญญมา, 2555

การบุผ้า เพื่อสร้างชิ้นงานให้มีมิติ โดยการตัดและประกบฟองน้ำให้มีขนาดเท่า
 ลวดลายที่ตัดแยกชิ้น โดยใช้กาวลาเท็กซ์ เมื่อกาวที่ฟองน้ำแห้งแล้วให้ทางกาวที่ฟองน้ำอีกครั้งแล้ว
 ติดกับผ้าที่จะบุจริง และตัดบากริมผ้าพับเก็บริมติดกาวตามรูปโครงให้พอดี



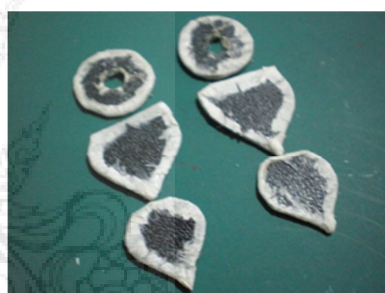
ก. ตัดฟองน้ำ



ข. ประกบฟองน้ำ



ค. การติดกาวลาเท็กซ์



ง. พับเก็บริม



จ. รูปสำเร็จเมื่อบุผ้า

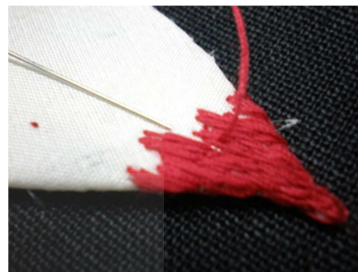
ภาพที่ 4.6 ขั้นตอนการบุผ้า

ภาพโดย: กัญญมา, 2555

การปัก ใช้การปักแบบทึบด้วยเส้นด้ายปัก แต่ละชิ้นแยกปักตามสีที่ออกแบบไว้



ก. ไหมปักที่เลือกใช้



ข. การปักแยกสี



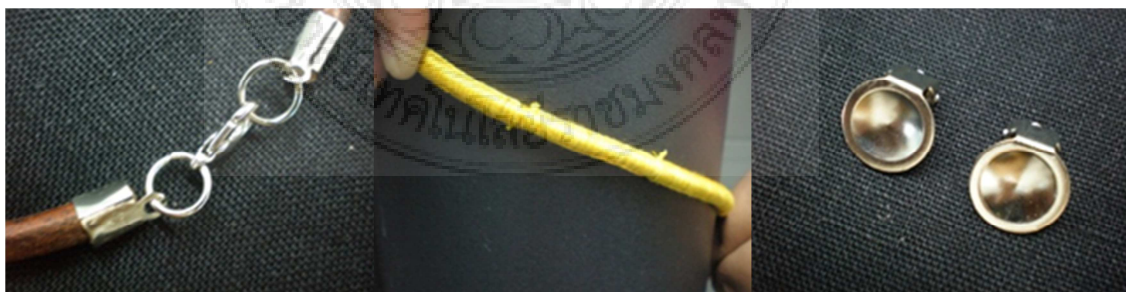
ค. ชิ้นปักสำเร็จ



ภาพที่ 4.7 ขั้นตอนการปัก

ภาพโดย: กัญญมา, 2555

การประกอบชิ้นงานสำเร็จ ประกอบอุปกรณ์เกาะเกี่ยวได้แก่ ตะขอ สายคล้องคอ และแป้นต่างหูเป็นต้น



ก. การติดตะขอ

ข. ใส่สายคล้องคอ

ค. ติดแป้นต่างหู

ภาพที่ 4.8 ชิ้นงานสำเร็จ

ภาพโดย: กัญญมา, 2555

4.3 การเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากด้ายปัก

เพื่อศึกษาหาข้อมูลด้านความพึงพอใจและการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากด้ายปักที่ผ่านการแปรรูปด้วยเทคนิคการปักโดยวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามตามภาคผนวก ก แบบสอบถาม (ชุดที่ 2) เมื่อได้เห็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ กลุ่มตัวอย่างอิสระ กำนาคให้อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี ผลการศึกษาเป็นดังนี้


4.3.1 ผลการศึกษาข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่ 2

คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากด้ายปัก โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ผลการตอบรับแนวคิดที่ใช้ในการออกแบบ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจเมื่อได้เห็นและสัมผัสผลิตภัณฑ์จริง






ตอนที่ 1 รูปแบบที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

ในการศึกษาได้ออกแบบเครื่องประดับจากด้ายปัก โดยใช้ลวดลายไทยหมวดคนก และแนวโน้มผลิตภัณฑ์สิ่งทอในปี 2013-2014 ตามแนวโน้มแฟชั่นแบบ Formal & Sugary เป็นแนวคิดพื้นฐานในการออกแบบเครื่องประดับจำนวน 7 ชุด และนำมาผลิตเป็นชิ้นงานต้นแบบเพื่อนำไปสำรวจการตอบรับผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่เดิมอีกครั้ง ผลการตอบรับผลิตภัณฑ์มีดังนี้


ตารางที่ 4.11 ผลการตอบรับผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆ

รูปแบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
 แบบที่ 1	45	11.2	5

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รูปแบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
 แบบที่ 2	74	18.5	2
 แบบที่ 3	133	33.2	1
 แบบที่ 4	52	13.0	4
 แบบที่ 5	14	3.5	7
 แบบที่ 6	55	13.8	3

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รูปแบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
 แบบที่ 7	27	6.8	6
รวม	400	100.0	-

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 3 มากที่สุด จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมาเป็นรูปแบบที่ 2 จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 รูปแบบที่ 6 จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 รูปแบบที่ 4 จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 รูปแบบที่ 1 จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 รูปแบบที่ 7 จำนวน 6.8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ส่วนรูปแบบที่ 5 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale)

ความคิดเห็น	\bar{X}	S.D.	ความพอใจ ต่อผลิตภัณฑ์	ลำดับ
1. ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	4.31	0.74	มาก	2
2. ความเหมาะสมของเทคนิคในการนำด้ายปักมา แปรรูป เข้ากับเสื้อผ้า - เครื่องแต่งกาย	4.32	0.74	มาก	1
3. ความแปลกใหม่ของารออกแบบรูปลวดลาย ของด้ายปักที่นำมาแปรรูป	4.26	0.81	มาก	3
4. ความสามารถของผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อใช้ งานจริง	4.22	0.88	มาก	4
5. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	4.15	1.06	มาก	5

จากตารางที่ 4.12 ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความสวยงามของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ อยู่ในระดับมากทั้งด้านความสวยงามของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ($\bar{X} = 4.31$) ความเหมาะสมของเทคนิคในการนำด้ายปักมาแปรรูป เข้ากับเสื้อผ้า – เครื่องแต่งกาย ($\bar{X} = 4.32$) ความแปลกใหม่ของการออกแบบรูปวาดลายของด้ายปักที่นำมาแปรรูป ($\bar{X} = 4.26$) ความสามารถของผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อใช้งานจริง ($\bar{X} = 4.22$) และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ($\bar{X} = 4.15$)

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากด้ายปัก หลังจากได้เห็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ แบ่งเป็น 3 ข้อ คือ การรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม ประเมินว่าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ตารางที่ 4.13 การรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

การรับรู้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูป	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
ทราบ	139	34.8	2
ไม่ทราบ	261	65.2	1
รวม	400	100.0	-

จากตารางที่ 4.13 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าผลิตภัณฑ์ต้นแบบแปรรูปมาจากด้ายปัก 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.2 และทราบว่าผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8

ตารางที่ 4.14 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

การตัดสินใจซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
ซื้อ	347	86.8	2
ไม่ซื้อ	53	13.2	1
รวม	400	100.0	-

จากตารางที่ 4.14 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.8 และ กลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2

ตารางที่ 4.15 การประเมินราคาที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากค้ายปัก

มูลค่าของผลิตภัณฑ์ (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
<400	37	10.7	5
401-600	47	13.5	4
601-800	55	15.9	3
801-1000	102	29.4	1
1001-1300	83	23.9	2
>1301	23	6.6	6
รวม	347	100.0	-

หมายเหตุ มีจำนวนผู้ไม่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์จำนวน 53 คน

จากตารางที่ 4.15 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างประเมินราคาที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากค้ายปัก มีมูลค่า 801 - 1,000 บาท มากที่สุด 102 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 อันดับ 2 มีค่าใกล้เคียงกันที่มูลค่า 1,001 - 1,300 บาท 83 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 อันดับ 3 มีมูลค่า 601 - 800 บาท 55 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 กลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าราคาควรต่ำกว่า 600 บาท มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 และคิดว่าราคาผลิตภัณฑ์ควรมากกว่า 1301 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6

ตอนที่ 3 แบบสอบถามแนวปลายเปิด เกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ที่แปรรูปจากค้ายปัก

ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะให้มีการเผยแพร่วิธีการ และเทคนิค ของผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่แปรรูปจากด้ายปัก

4.3.2 การอภิปรายผลข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่ 2

จากข้อมูลทั้งหมดในระยะเวลาที่ 1 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และจัดทำเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบประเภทเครื่องแต่งกาย ด้วยลวดลายไทยหมวดกนก และมาผสมผสานกับแนวโน้มการออกแบบผลิตภัณฑ์ปี 2013 – 2014 แบบ Formal & Sugary เมื่อนำไปให้กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่เดิมประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 7 ชุด ที่ทำการจัดสร้างขึ้นมา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อความสวยงามของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เทคนิคในการนำด้ายปักมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน ความทันสมัยตามแนวโน้มนำแฟชั่นของการออกแบบประยุกต์ลวดลายของด้ายปัก และความสามารถของผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อใช้งานจริง รวมถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้นแบบอยู่ในระดับดี

เมื่อประเมินมูลค่าของผลิตภัณฑ์ พบว่า ชุดผลิตภัณฑ์ที่ได้ควรมีราคาอยู่ในช่วง 801 -1,300 บาท ซึ่งเป็นราคาที่สอดคล้องกับรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี กลุ่มตัวอย่างจะเลือกลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่รายละเอียดไม่มากหรือน้อยจนเกินไป สามารถนำมาใส่ได้ในชีวิตประจำวัน จึงสามารถกล่าวได้ว่าเทคนิคนี้เป็นอีกหนึ่งเทคนิคที่เพิ่มทางเลือกในการใช้งานเส้นด้ายปักให้มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้น และเป็นการเพิ่มทางเลือกเพื่อการใช้งาน และรูปแบบของผลิตภัณฑ์สู่กลุ่มตัวอย่างอย่างแท้จริงอีกทางหนึ่ง

4.4 อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษาวิเคราะห์ได้ดังนี้ ปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และเป็นที่ต้องการของตลาด ดังนั้นในการนำเทคนิคในการตัดต่อผ้าและการปะติดผ้า มาใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ จึงต้องอาศัยหลักการออกแบบเบื้องต้น ซึ่งประกอบด้วย

1. การกำหนดลักษณะพิเศษจำเพาะ คือ การนำด้ายปักมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์
2. การออกแบบความคิด คือ การนำเทคนิคการปักด้วยมืออย่างละเอียด ด้วยลักษณะการปักแบบลายปักสั้น – ยาว (Long and Short Stitch) เป็นแนวคิดหลัก และตั้งสมมุติฐาน สำหรับการเก็บข้อมูลครั้งที่ 1 เพื่อสำรวจรูปแบบผลิตภัณฑ์ และลวดลายที่เหมาะสมในการแปรรูปเป็น

ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ในการศึกษาเลือกลายไทยหมวดคนก นารี คชะ และกระบี่เป็นตัวแทนหลักเพื่อสำรวจความคิดเห็น

3. การเลือกแนวความคิด คือ การเก็บข้อมูลครั้งที่ 1 สำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมที่สุด ให้มีความกลมกลืนกับรูปแบบของ ผลิตภัณฑ์ และลวดลายที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเหมาะสมที่สุด คือ ลวดลายไทยหมวดคนก ซึ่งมีความอ่อนช้อย เป็นเอกลักษณ์ไทยที่น่าอนุรักษ์ และนำแนวโน้มการออกแบบผลิตภัณฑ์ปี 2013 - 2014 เข้ามาช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้แก่ผลิตภัณฑ์

4. การทดสอบแนวความคิด คือ การนำข้อมูลที่ไ้การวิเคราะห์การเก็บข้อมูลครั้งที่ 1 จัดทำเตรียมเครื่องประดับต้นแบบจำนวน 7 ชุด ในแต่ละชุดจะประกอบไปด้วยสร้อยคอ ต่างหู และเข็มกลัด (ถ้ามี)

5. การกำหนดลักษณะจำเพาะผลิตภัณฑ์เชิงเทคนิค คือ ข้อจำกัดของชิ้นด้ายปัก ซึ่งนอกจากจะมีขนาดค่อนข้างเล็ก มีการลวดลาย และสีสันทึ่ค่อนข้างหลากหลาย ดังนั้น การที่จะนำเทคนิคการปักมาใช้ในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ จะต้องอาศัยพื้นฐานการออกแบบผลิตภัณฑ์ ทั้ง 5 ประการ ได้แก่ ความซ้ำซ้อน (Repetition) ความกลมกลืน (Harmony) ความตรงกันข้าม (Contrast) จังหวะ (Rhythm) และเอกภาพ (Unity) เพื่อผนวกองค์ประกอบของเนื้อผ้า สีสันทึ่ และลวดลาย ให้ผสานเข้ากับเทคนิคการแปรรูปที่เลือกใช้ เพื่อให้ได้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

6. การทำต้นแบบและแม่แบบ คือ การรวบรวมของกระบวนการความคิด และเทคนิคทั้งหมดจากการศึกษาวิจัย มาจัดทำเป็นผลิตภัณฑ์ชุดต้นแบบ ทั้ง 7 ชุด เพื่อนำเสนอต่อกลุ่มตัวอย่าง และการเก็บข้อมูล ครั้งที่ 2 เพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผลปรากฏว่าผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่ไ้ มีการตอบรับจากกลุ่มตัวอย่างเป็นอย่างดี มีการประเมินค่าผลิตภัณฑ์อยู่ในช่วง 801 – 1,300 บาท ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารูปแบบที่นำมาออกแบบเป็นสิ่งที่สำคัญ และส่งผลต่อการเลือกซื้อเป็นอย่างดี

จากผลการศึกษาสามารถกล่าวได้ว่า การนำด้ายปักมาใช้เพื่อทำเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับนั้นสามารถนำไปการขยายผลในเชิงพาณิชย์แก่กลุ่มชุมชนที่มีการทำผลิตภัณฑ์สิ่งทอ กลุ่มผู้ผลิตและออกแบบเสื้อผ้า เครื่องกาย ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงกลุ่มผู้สนใจทั่วไป นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นฐานข้อมูลเพื่อการเรียนรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และนำข้อมูลจากงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนได้อีกทางหนึ่ง

บทที่ 5

สรุปผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การออกแบบเครื่องประดับจากด้ายปัก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา เครื่องประดับที่ใช้วัสดุหลักจากด้าย และออกแบบเครื่องประดับจากด้ายปัก เป็นการเพิ่มมูลค่าและ ทางเลือกในการใช้งานวัสดุได้อีกทางหนึ่งจกจากใช้เป็นตัวด้ายเพื่อการปักเสื้อผ้าเพียงอย่างเดียว ผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางสำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ สำหรับ การศึกษาในสถาบันการศึกษาที่มีการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอและออกแบบแฟชั่น และสามารถเผยแพร่สู่การขยายผลในเชิงพาณิชย์แก่กลุ่มชุมชน ที่มีการทำผลิตภัณฑ์สิ่งทอ กลุ่มผู้ผลิต และออกแบบเครื่องประดับ ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงกลุ่มผู้สนใจทั่วไป งานวิจัยนี้เป็นการ วิจัยเชิงสำรวจ ด้วยการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์ จากด้ายปัก และรูปแบบผลิตภัณฑ์จากด้ายปัก ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากนั้นทำการวิเคราะห์ แบบสอบถาม ด้วยหลักสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยอาศัยข้อมูลจาก แบบสอบถามเป็นสำคัญในการเก็บข้อมูลสำรวจความต้องการในการใช้งานและนำผลที่ได้มาใช้ในการ ผลิตเป็นชิ้นงานต้นแบบที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานจริง การดำเนินการแบ่งเป็น 2 ระยะ ดังนี้

- **ระยะที่ 1** การสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการแปรรูป ผลิตภัณฑ์ ชนิดของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) ในตอนที่ 1-3 และเป็น คำถามปลายเปิดเพื่อขอข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในตอนที่ 4 รายละเอียดดังต่อไปนี้

- **ระยะที่ 2** นำข้อมูลในระยะที่ 1 มาสรุปประเด็น จัดกลุ่มแนวคิดให้เป็น ระบบ และนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาวิเคราะห์และสรุปข้อมูล เพื่อนำมาสร้างเป็นการผลิต ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และนำผลิตภัณฑ์เหล่านั้นไปทำการสำรวจตลาดอีกครั้งหนึ่ง ด้วยแบบสอบถาม ในกลุ่มประชากรเดิม

การประเมินผล การวิจัยทั้งในระยะที่ 1 และระยะที่ 2 ใช้คำร้อยละ และการ จัดลำดับความสำคัญของข้อมูลที่ได้เป็นเกณฑ์หลัก

ผลการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาค่อนข้างใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับ

การศึกษา คือ ปริญาตรี อาชีพหลัก คือ ทำการค้าหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว ซึ่งเป็นแนวโน้มของอาชีพในปัจจุบันที่ต้องการเป็นนายตัวเอง มีความคิดอิสระ ชอบงานสร้างสรรค์ และมีรายได้อยู่ที่ 10,001 - 15,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ แต่มีความสนใจและพร้อมรับข้อมูลและรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ กลุ่มตัวอย่างนี้เลือกตลาดขายไทยหมวดกนกเป็นตัวแทนในการนำมาออกแบบเครื่องประดับจากด้ายปัก เนื่องจากเป็นลายพื้นฐานที่รู้จักและพบเห็นอยู่ทั่วไปในชีวิตประจำวัน ส่วนลายนารี คชะ และกระบี่มีการเลือกในอัตราส่วนที่น้อยกว่า เพราะคิดว่าลายเหล่านี้ไม่สามารถนำมาใช้เพื่อการออกแบบเครื่องประดับและนำมาใช้สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้จริง (จากการสัมภาษณ์, 2555)

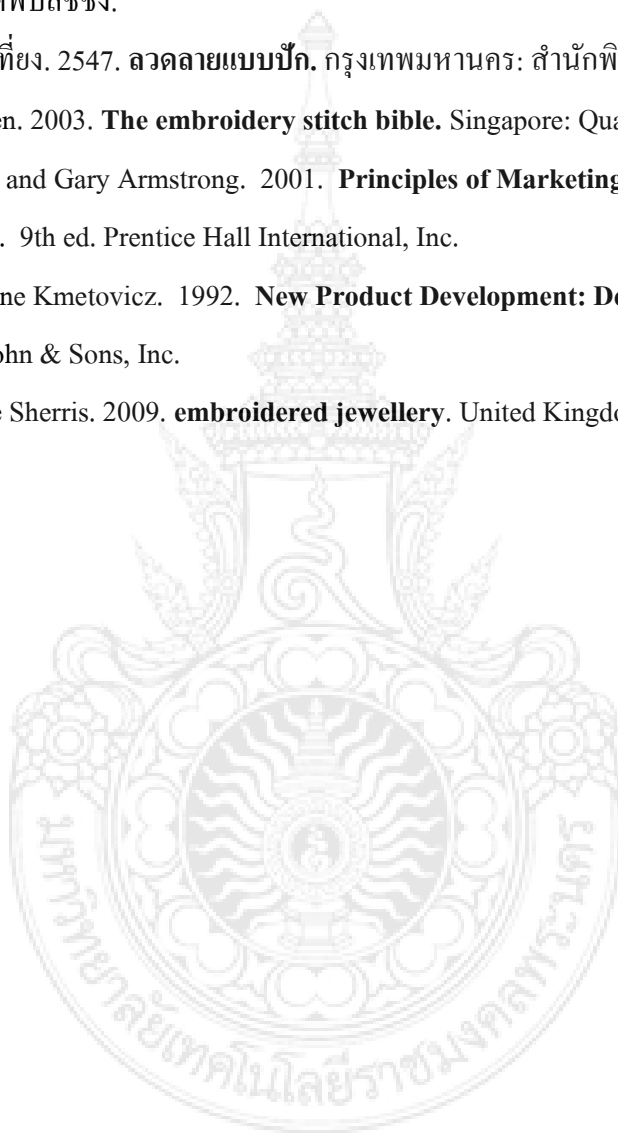
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประดับจากด้ายปักคือองค์ประกอบด้านการออกแบบ แต่มีความกังวลในเรื่องของอายุการใช้งาน และความทนทานของผลิตภัณฑ์ และสนใจอยากเห็นผลิตภัณฑ์จริงออกวางจำหน่าย

เมื่อนำผลการสำรวจเบื้องต้นมาทำการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อดูผลการตอบรับในรูปแบบที่ใช้ตลาดขายไทยหมวดกนก ซึ่งเป็นลายไทยพื้นฐาน มีความอ่อนช้อย และมีมิติในด้านรูปร่างเป็นอย่างดี ผสมผสานกับการเลือกสีและลักษณะรูปร่างตามแนวโน้มของผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องประดับในฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาวปี 2013 - 2014 โดยเลือกจากแนวโน้มแฟชั่นแบบ Formal & Sugary ที่มีการเน้นความรู้สึกละเอียดอ่อน อ่อนไหว ความอ่อนนุ่มนำสัมผัสเนื้อผ้า โทนสีจะเน้นความบริสุทธิ์ สบายตา นำมาออกแบบเป็นชุดเครื่องประดับประกอบไปด้วยต่างหู สร้อยคอ และเข็มกลัด (บางชุด) พบว่าเครื่องประดับชุดที่ 3 เป็นแบบที่กลุ่มตัวอย่างสนใจมากที่สุด เนื่องจากรูปลักษณะทันสมัย รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ไม่มากหรือน้อยจนเกินไป สามารถนำมาใส่ได้ในชีวิตประจำวัน ใช้สีโทนอบอุ่นซึ่งตรงกับแนวโน้มของผลิตภัณฑ์สิ่งทอปี 2013 -2014 ได้เป็นอย่างดี การนำเทคนิคการปักมาใช้ในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ จะต้องอาศัยพื้นฐานการออกแบบผลิตภัณฑ์ ทั้ง 5 ประการ ได้แก่ ความซ้ำซ้อน (Repetition) ความกลมกลืน (Harmony) ความตรงกันข้าม (Contrast) จังหวะ (Rhythm) และเอกภาพ (Unity) เพื่อผนวกองค์ประกอบของเนื้อผ้า สีเส้น และลวดลาย ให้ผสมเข้ากับเทคนิคการแปรรูปที่เลือกใช้ เพื่อให้ได้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เมื่อประเมินมูลค่าของผลิตภัณฑ์ พบว่า ชุดผลิตภัณฑ์ที่ได้ควรมีราคาอยู่ในช่วง 801 -1,300 บาท จึงสามารถกล่าวได้ว่าเทคนิคนี้เป็นอีกหนึ่งเทคนิคที่เพิ่มทางเลือกในการใช้งานเส้นด้ายปักให้มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้น และเป็นการเพิ่มทางเลือกเพื่อการใช้งาน และรูปแบบของผลิตภัณฑ์สู่กลุ่มตัวอย่างอย่างแท้จริงอีกทางหนึ่ง

บรรณานุกรม

1. เข็มชัย เหมะจันทร์ , 2554. เส้นใยสิ่งทอ 1. คัลเลอร์เวย์. ปีที่ 15 ฉบับที่ 87 (มีนาคม - เมษายน). 35
- 36
2. จันทรา วรากุลเทพ. มปป. เทคนิคและลวดลายการปักผ้า เล่ม 1. นนทบุรี: สำนักพิมพ์ เพชรกระรัต
3. ชูใจ กิณูญ. 2550. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองชาวเขาเผ่าม้ง บ้านเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. เพชรบูรณ์.
4. ธีระชัย สุขสด. 2544. การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
5. นवलแข ปาลิวนิช . 2542. ความรู้เรื่องผ้าและเส้นใย. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
6. ประโยชน์ เรื่องโรจน์ และคณะ. 2547. การผลิตผ้าปักของชาวบ้านจังหวัดปัตตานี. วิทยานิพนธ์
ไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ. สงขลา.
7. พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง (ดร.). 2550. การออกแบบและพัฒนาแฟชั่นและมัณฑนภัณฑ์.
กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิสคอมเซ็นเตอร์ จำกัด.
8. วรณรัตน์ อินทร์อำ. 2536. ศิลปะเครื่องประดับ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
9. วัฒนะ จูฑะวิภาค. การออกแบบเครื่องประดับ. กรุงเทพ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. 2545
10. วิรยา อรรถพร. 2550. โครงการออกแบบเครื่องประดับสามารถปรับเปลี่ยนรูปทรงโดยประยุกต์
แนวคิดมาจากหัตถกรรมจักรพื้นบ้าน. วิทยานิพนธ์ ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม คณะ
สถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพฯ.
11. สาธร คันชโชติ. 2528. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
12. สาธร คันชโชติ. 2529. วัสดุผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
13. สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาน, 2012. แนวโน้มผลิตภัณฑ์ เครื่องประดับ
ประจำฤดูใบไม้ร่วง และฤดูหนาว 2013-2014. *Textile digest*. Vol.21(182). September-
October.
14. สำนักส่งเสริมอาชีพ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. เทคนิคและลวดลายการปักผ้า. กรุงเทพฯ.
สำนักพิมพ์เพชรกระรัต.

15. อภิภูษา มุนินทร์นิมิตต์. 2550. **โครงการออกแบบเครื่องประดับสตรีจากโลหะและวัสดุเส้นใยพืชรูปแบบไทยร่วมสมัย**. วิทยานิพนธ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพฯ.
16. อรศุม ตริอมรเลิศ. 2555. **ปักผ้า (Embroidery)**. กรุงเทพมหานคร: บ้านและสวนอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
17. อารยะ ไทยเที่ยง. 2547. **ลวดลายแบบปัก**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
18. Betty Barnden. 2003. **The embroidery stitch bible**. Singapore: Quarto Publishing plc.
19. Philip Kotler and Gary Armstrong. 2001. **Principles of Marketing** (International Edition). 9th ed. Prentice Hall International, Inc.
20. Ronald Eugene Kmetovicz. 1992. **New Product Development: Design and Analysis**. New York: John & Sons, Inc.
21. Shirley Anne Sherris. 2009. **embroidered jewellery**. United Kingdom: Batsford.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม



แบบสอบถาม (ชุดที่ 1)

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การเก็บข้อมูลแบ่งเป็น 4 ส่วน โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการผลิตรูปแบบผลิตภัณฑ์และการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

ส่วนที่ 3 องค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี 2. 20 - 30 ปี 3. 31 - 40 ปี
4. 41 - 50 ปี 5. 51 - 60 ปี 6. มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพสมรส

1. โสด 2. สมรส 3. หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี 4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. อาชีพหลัก

1. รับราชการ 2. เอกชน / รัฐวิสาหกิจ 3. ค้าขาย - ธุรกิจส่วนตัว
4. รับจ้าง 5. นักเรียน นักศึกษา 6. เกษตรกร
7. อื่นๆ.....

6. รายได้

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท 2. 5,001 - 10,000 บาท
3. 10,001 - 15,000 บาท 4. 15,001 - 20,000 บาท
5. 20,001 - 25,000 บาท 6. มากกว่า 25,000 บาท

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการผลิตรูปแบบผลิตภัณฑ์และการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

1. ท่านมีเคยพบเห็นเครื่องประดับจากด้ายปักมาบ้างหรือไม่
 1. มี
 2. ไม่มี
2. หากมีการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปักโดยใช้ลวดลายไทยเข้ามามีส่วนร่วมช่วยในการออกแบบ ท่านคิดว่าควรใช้ลวดลายไทยแบบใดตามลายนี้นี้ (เลือกได้ 1 ข้อ)
 1. ลายไทยหมวดคนก (แสดงภาพตัวอย่าง)
 2. ลายไทยหมวดนารี (แสดงภาพตัวอย่าง)
 3. ลายไทยหมวดคชชะ (แสดงภาพตัวอย่าง)
 4. ลายไทยหมวดกระบี่ (แสดงภาพตัวอย่าง)

ส่วนที่ 3 องค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

1. ถ้ามีผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปักออกมาจำหน่าย ท่านสนใจจะซื้อหรือไม่
 1. ซื้อ
 2. ไม่แน่ใจ
 3. ไม่ซื้อ (ข้ามไปส่วนที่ 4)
2. ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก ท่านมีความเห็นว่า ข้อใดในต่อไปนี้ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ (เรียงลำดับความสำคัญ)
 1. คุณภาพ
 2. การออกแบบ
 3. ความคิดสร้างสรรค์
 4. ราคา
 5. วัสดุที่ใช้
 6. ประโยชน์ใช้สอย
2. หากมีผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปักออกจำหน่าย ท่านเห็นว่าควรมีมูลค่าเท่าใด จึงจะมีความเหมาะสม และมีผลให้ท่านตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ (เลือกได้ 1 ข้อ)
 1. ต่ำกว่า 400 บาท
 2. 401 – 600 บาท
 3. 601 - 800 บาท
 4. 801- 1,000 บาท
 5. 1,001 - 1,300 บาท
 6. มากกว่า 1,300 บาท

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

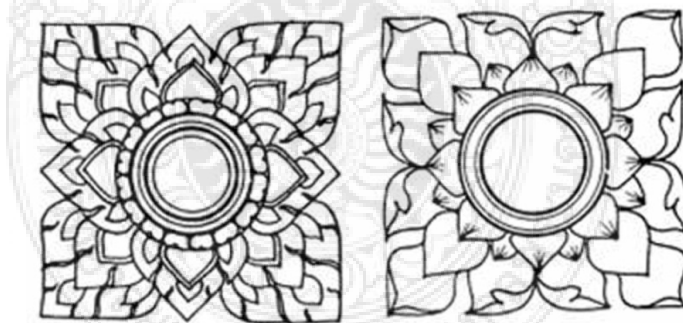
ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม 😊

ลวดลายไทยประกอบคำถามส่วนที่ 2 ข้อ 2

1. ลายไทยหมวดกนก เป็นแม่ลายขึ้นต้นของลายไทย โดยจะมีแม่ลาย คือกนก 3 ตัว เมื่อฝึกฝนจนชำนาญ จะสามารถต่อลวดลายกนกเป็นลายกนกชนิดอื่นๆ ได้อีกเช่น กนกใบเทศ กนกเทศหัวโต เป็นต้น ในหมู่งานนี้ ยังรวมไปถึงลวดลายตกแต่งต่างๆ เช่น กระจังชนิดต่าง และประจายามชนิดต่างๆด้วย

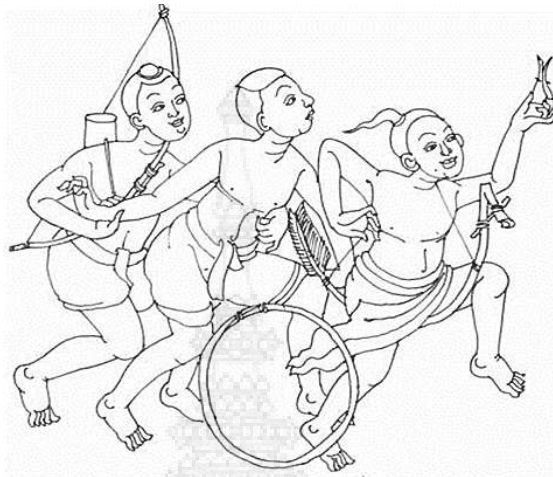


ลายไทยหมวดกนกแบบที่ 1



ลายไทยหมวดกนกแบบที่ 2

2. ลายไทยหมวดนารี หมู่ที่เรียกการวาด พระ-นาง เทพเทวดา นางฟ้า มนุษย์ ในงานจิตรกรรมไทย



ลายไทยหมวดนารีแบบที่ 1



ลายไทยหมวดนารีแบบที่ 2

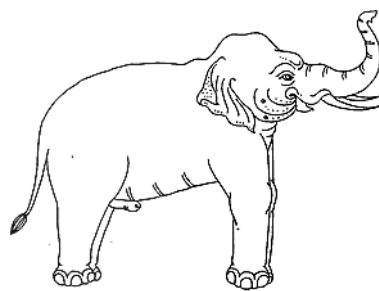
ลายไทยหมวดนารีแบบที่ 3

3. ลายไทยหมวดคชะ แบ่งเป็น

1) ภาพสัตว์ทั่วไป หรือ ภาพสัตว์ที่มีอยู่บนโลกต่าง ๆ เช่น ช้างม้า วัว นก กระรอก เป็นต้น



ลายไทยหมวดคชะแบบที่ 1



ลายไทยหมวดคชะแบบที่ 2

2) ภาพมนุษย์ เช่น กิณนารี กิณนร และภาพสัตว์ป่าหิมพานต์ ประเภทสัตว์ 2, 4 เท้า สัตว์น้ำ และสัตว์จำพวกผสม



ลายไทยหมวดคชะแบบที่ 3



ลายไทยหมวดคชะแบบที่ 4



ลายไทยหมวดคชะแบบที่ 5



ลายไทยหมวดคชะแบบที่ 6

4. ลายไทยหมวดกระบี่ เป็นหมู่ที่เรียกการวาด ชักษ์ มาร อสูร ต่างๆ ในงานจิตรกรรมไทย รวมถึงไปถึงลิงพลทหารและหนุมารในรามเกียรติ์



ลายไทยหมวดกระบี่

แบบสอบถาม (ชุดที่ 2)

ประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็น และประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปักของผู้บริโภค เมื่อได้เห็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ แบ่งเป็น 4 ส่วน โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

- โปรดเรียงลำดับรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ท่านสนใจ (มีรูปภาพผลิตภัณฑ์ประกอบการตัดสินใจ)
 - รูปแบบที่ 1
 - รูปแบบที่ 2
 - รูปแบบที่ 3
 - รูปแบบที่ 4
 - รูปแบบที่ 5
 - รูปแบบที่ 6
 - รูปแบบที่ 7

2. เลือกระดับความพึงพอใจของรูปแบบผลิตภัณฑ์โดยรวมโดยประเมินระดับความพึงพอใจตามลำดับดังนี้ ระดับ 5 หมายถึงพึงพอใจมากที่สุด และ ระดับ 1 หมายถึงพึงพอใจน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ความสวยงามของผลิตภัณฑ์โดยรวม					
2. ความเหมาะสมของเทคนิคที่ใช้ในการทำผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ					
3. ความเหมาะสมของรูปแบบผลิตภัณฑ์					
4. น่าสนใจของผลิตภัณฑ์					
5. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ					

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก

- จากผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ท่านทราบหรือไม่ว่าเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากด้ายปัก
 - ทราบ
 - ไม่ทราบ
- หากมีการผลิตสินค้าจากผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อออกวางจำหน่าย ท่านจะซื้อสินค้าหรือไม่
 - ซื้อ
 - ไม่ซื้อ (ข้ามไปส่วนที่ 4)

3. ท่านมีความเห็นว่าสินค้าโดยเฉลี่ยต่อชุด ควรจะมีราคาเท่าใดจึงจะมีความเหมาะสม

1. ต่ำกว่า 400 บาท

2. 401 – 600 บาท

3. 601 - 800 บาท

4. 801- 1,000 บาท

5. 1,001 - 1,300 บาท

6. มากกว่า 1,300 บาท

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม 😊



ภาคผนวก ข
ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ





เครื่องประดับชุดที่ 1



เครื่องประดับชุดที่ 2



เครื่องประดับชุดที่ 3



เครื่องประดับชุดที่ 4



เครื่องประดับชุดที่ 5



เครื่องประดับชุดที่ 6



เครื่องประดับชุดที่ 7

