



การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับ  
เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซวลด้วยวิธีการตัดต่อ

Development of Cotton Design by Mudmee Technique for  
Design of Men's Metrosexual Style Clothing by Using Patchwork  
Method.

เกชา ลาวงษา

KECHA LAWONGSA

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2560



การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับ  
เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซวลด้วยวิธีการตัดต่อ  
Development of Cotton Design by Mudmee Technique for  
Design of Men's Metrosexual Style Clothing by Using Patchwork  
Method.

เกชา ลาวงษา  
KECHA LAWONGSA

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



ชื่อวิทยานิพนธ์	การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อ
ชื่อ นามสกุล	เกชา ลาวงษา
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา และคณะ	คหกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2560

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ 2) ออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อจากผ้าฝ้ายมัดหมี่ที่ได้ทำการพัฒนา 3) ออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ 4) สำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ดำเนินการศึกษาโดยใช้แนวคิดจาก ศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) ออกแบบลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ จำนวน 3 ลวดลาย นำไปมัดลวดลาย ทอเป็นผืนผ้าเพื่อนำมาตัดเย็บเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อต้นแบบ ประกอบด้วย เสื้อกั๊ก (Vest) 1 ชุด, เสื้อสูท (Suit) 2 ชุด, และเสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) 2 ชุด พร้อมทั้งออกแบบตราสินค้า จำนวน 5 รูปแบบ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 รูปแบบ นำไปสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายคือ Designer, Merchandiser, Graphic designer, Visual merchandiser, และผู้มีประสบการณ์ด้านการทอผ้า จำนวน 30 คน ด้วยวิธีจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36-40 ปี สถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีรสนิยมทางเพศหญิง มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป การศึกษาปริญญาตรี เคยซื้อ เคยใช้ ผลิตภัณฑ์และเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่ ซึ่งประเภทที่เลือกซื้อมากที่สุดคือ เสื้อ กระเป๋า และผ้าคลุมไหล่ ตามลำดับ โอกาสในการสวมใส่มากที่สุดคือ เทศกาลสำคัญต่างๆ ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าหรือเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่จากคุณภาพสินค้า เลือกซื้อเสื้อผ้าหรือเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่แล้วแต่โอกาส ราคา 500-1,000 บาทต่อตัว บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่ คือเพื่อน ชุดสำหรับกลุ่มที่ต้องการออกแบบเป็นชุดของ ผู้หญิง ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ส่วนผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อชุดทุกแบบในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) โดยแบบที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 3 แบบแรก คือ เสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 3 (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ เสื้อกั๊ก (Vest) รูปแบบที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.29) และเสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 4 (ค่าเฉลี่ย 4.27) สำหรับผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อ รูปแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.23 และ 4.30 ตามลำดับ

**คำสำคัญ:** ลวดลายผ้ามัดหมี่, เสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็ทชวล, การตัดต่อ



<b>Thesis Title</b>	Development of Cotton Design by Mudmee Technique for Design of Men's Metrosexual Style Clothing by Using Patchwork Method
<b>Author</b>	Kecha Lawongsa
<b>Degree</b>	Master of Home Economics
<b>Major Program</b>	Home Economics
<b>Academic Year</b>	2017

## ABSTRACT

The research on development of pattern of cotton by using weaving technique in type of Mudmee fabric for metrosexual menswear by method of cutting and connecting has the objectives to : 1) develop pattern of cotton by using weaving technique in type of Mudmee fabric; 2) design of metrosexual menswear by using cutting and connecting from developed Mudmee cotton; 3) design the brand and packaging product to increase product value; 4) survey satisfaction of target group. The researcher studied by using Art Nouveau concept and by designing the cotton pattern by using Mudmee weaving technique, numbering three patterns, binding to make pattern, woven to be fabric, in order to make menswear in metrosexual style by using the method of cutting and connecting prototype, consisting of one set of vest, two sets of suits and two sets of overcoats, as well as designing of brand, numbering five types, at the same time The researcher designed packaging product, in five types, using in surveying satisfaction of target group of thirty persons: Designer, Merchandiser, Graphic designer, Visual merchandiser and person having fabric weaving experience, by method of purposive sampling, analyzing data by using statistics, percentage, mean and standard deviation.

The study result was found that most respondents were female, aged 36-40 years, single status, most have taste of female gender, having income of 45,001 Baht onwards. The educational level was Bachelor Degree. Respondents previously bought and used products and accessories for clothes from Mudmee cotton. The types selected to buy the most were vests, bags and shawls, respectively. The occasions in wearing the most of all were important festivals, selecting to buy clothes and accessories for clothes from cotton by using Mudmee weaving technique, in each occasion, price 500-1,000 Baht per one piece. Most persons participating in deciding to buy were friends. The sets of clothes for the groups wishing to design in sets of woman clothes. The result of satisfaction analysis of target group towards development of cotton pattern by using Mudmee weaving technique for metrosexual menswear by using cutting and connecting method, it was found that target group had satisfaction in much level ( $\bar{X} = 4.16$ ). The result of satisfaction analysis of target group towards design of metrosexual menswear by using cutting and connecting method, it was found that target group had satisfaction towards the

clothes in every type in much level ( $\bar{X} = 4.26$ ). The type which had mean of the highest satisfaction in the three first types, including suit in type No.3 ( $\bar{X} = 4.31$ ); the second was vest, type No.1 ( $\bar{X} = 4.29$ ) and overcoat, type No.4 ( $\bar{X} = 4.27$ ). The result of satisfaction analysis towards format of brand and packaging product, it was found that target group had satisfaction in much level, having  $\bar{X} = 4.23$  and 4.30 respectively.

**Keywords:** pattern of Mudmee fabric, metrosexual menswear, cutting and connecting



## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษ สไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ซึ่งได้รับความช่วยเหลืออย่างยิ่ง จาก รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำและ ข้อคิดเห็นต่างๆ ของการวิจัยเป็นอย่างดีมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สมทรง สีตลายัน และรองศาสตราจารย์บุษรา สร้อยระย้า ที่ได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ ของการวิจัยเป็นอย่างดีมาโดยตลอด และขอขอบพระคุณที่ กรุณาสละเวลามาเป็นอาจารย์ในการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ พร้อมให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และ แก้ไขเพื่อให้ความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญในการตอบแบบสอบถามความคิดเห็นต่อแบบร่างลวดลายมัดหมี่ ผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามความคิดเห็นแบบร่างเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย และผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามความพึง พอใจ ที่ได้ให้คำแนะนำ และความช่วยเหลือตลอดการดำเนินการวิจัย

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ เจ้าหน้าที่ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ได้ให้คำแนะนำ และความช่วยเหลือในการดำเนินงานวิจัย ตลอดจนพี่ๆ เพื่อนๆ นักศึกษาระดับปริญญาโททุกท่านที่ช่วยเหลือ ตลอดจนเป็นกำลังใจในการดำเนินงานวิจัยจน วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จอย่างสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และพี่ ที่ให้ความสนับสนุน ความห่วงใย ช่วยเหลือ ตลอดจน เป็นกำลังใจที่ดีตลอดมาจนกระทั่งสำเร็จการศึกษา สุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอันเกิดจาก วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้แก่คณาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน

หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าขออภัยและขอน้อมรับไว้แต่เพียง ผู้เดียว

เกชา ลาวงษา

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
Abstract	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญ	(5)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพ	(8)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.4 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	3
1.5 กรอบแนวคิด	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.7 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 เส้นใยฝ้ายและคุณสมบัติของฝ้าย	6
2.2 การสร้างแรงบันดาลใจ	8
2.3 หลักการออกแบบลายผ้า	11
2.4 กระบวนการมัดหมี่	19
2.5 การทอผ้า	23
2.6 บुरुซสไตล์เมโทรเซ็กชวล	30
2.7 เสื้อผ้าบุรุซ	35
2.8 ผ้าสำหรับตัดเย็บชุดบุรุซ	42
2.9 การออกแบบเสื้อผ้าบุรุซ	43
2.10 การตัดต่อผ้า	49
2.11 ตราสินค้า	52
2.12 บรรจุภัณฑ์	63
2.13 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	72

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการ	76
3.1 เครื่องมือที่ใช้	76
3.2 วิธีดำเนินงาน	77
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล	108
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	108
4.2 การอภิปรายผล	127
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	138
5.1 สรุปผล	138
5.2 ข้อเสนอแนะ	140
เอกสารอ้างอิง	142
ภาคผนวก	148
ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบถาม หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบถาม หนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม	149
ภาคผนวก ข แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่างลวดลายมัดหมี่	193
ภาคผนวก ค แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่าง เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์	198
ภาคผนวก ง แบบสอบถามความพึงพอใจการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้าย ด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษ สไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ	213

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ผลการคัดเลือกกลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ จากผู้เชี่ยวชาญ	83
3.2 ผลการคัดเลือกรูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไต์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จากผู้เชี่ยวชาญ	91
3.3 ผลการคัดเลือกรูปแบบตราสินค้า จากผู้เชี่ยวชาญ	95
3.4 ผลการคัดเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ จากผู้เชี่ยวชาญ	99
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	109
4.2 ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์และเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้ามัดหมี่	111
4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ต้นแบบ	114
4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไต์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบเสื้อกั๊ก (Vest) รูปแบบที่ 1	115
4.5 ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไต์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบเสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 2	117
4.6 ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไต์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบเสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 3	119
4.7 ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไต์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบเสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 4	120
4.8 ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไต์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบเสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 5	122
4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเสื้อผ้าบุรุษสไต์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ	124
4.10 ความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้า	124
4.11 ความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์	126

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แร่งบันดาลใจจาก อาร์ต นูโว (Art Nouveau) ในการออกแบบลวดลายผ้าฝ้าย ด้วยเทคนิคมัดหมี่	10
2.2 แร่งบันดาลใจในการออกแบบชุด	10
2.3 Autumn/Winter 2017/2018 Fashion & Color Trends	11
2.4 การค้นหมี่	20
2.5 การมัดหมี่	21
2.6 การแก้ป้อมัดหมี่	21
2.7 การปั่นหลอด	22
2.8 การร้อยฝ้าย	22
2.9 โครงหูก หรือโครงกี	23
2.10 ฟืม หรือฟันหวี	24
2.11 เขาหูก หรือตะกอ	24
2.12 กระจสวย	25
2.13 กระจदानม้วนหูก	26
2.14 ดินฟืม หรือดินเหยียบ หรือคานเหยียบ	26
2.15 ไม้ม้วนผ้า หรือไม้พันผ้า หรือไม้ค้ำพัน	27
2.16 การทำให้เกิดช่องว่าง การสอดด้ายเส้นพุ่ง	28
2.17 การกระทบด้ายเส้นพุ่ง	28
2.18 การเก็บและม้วนผ้าเก็บ	29
2.19 ผ้าทอลวดลายที่รับแรงบันดาลใจจาก ศิลปะ อาร์ต นูโว	30
2.20 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล DOLCE & GABBANA	31
2.21 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล Paul Smith men's	32
2.22 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล Dolce & Gabbana men's	32
2.23 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล Zara men's	33
2.24 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล ในประเทศเกาหลี	33
2.25 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล ฟิมพ์ลายดอกไม้ และฟิมพ์ลายสถาปัตยกรรม	34
2.26 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล ที่ใช้โทนสีผ้าตัดกัน	34
2.27 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลที่นำทางเกงขาสั้นมา สวมใส่กับเสื้อสูท	35



## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.28 เสื้อแจ็คเก็ต (Jacket)	36
2.29 เสื้อโค้ท (Coats)	36
2.30 เสื้อสูท (Suits)	37
2.31 เสื้อกันหนาว (Sweater)	37
2.32 เสื้อเชิ้ต (Shirt)	38
2.33 เสื้อกั๊ก (Vest / Waistcoat)	38
2.34 เสื้อคลุม (Pyjamas)	39
2.35 กางเกงขาสั้น	40
2.36 กางเกงขายาวมีเกล็ด และกางเกงขายาวไม่มีเกล็ด	41
2.37 กางเกงขายาวสำหรับใส่นอน	41
2.38 ภาพรวมของเส้นตรงแนวตั้ง	46
2.39 ภาพรวมเส้นตรงแนวนอน	47
2.40 เส้นตรงแนวเฉียงหรือทแยงที่เกิดจากลวดลายผ้าภายในตัวเสื้อ	48
2.41 เส้นโค้งในตัวเสื้อ	48
2.42 การเย็บผ้าด้วยมือ	51
2.43 การเย็บผ้าด้วยจักร	51
2.44 แบบจำลององค์ประกอบของตราสินค้า	53
2.45 บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย	61
2.46 บรรจุภัณฑ์ชั้นใน	68
2.47 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด	68
3.1 การออกแบบลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 1	80
3.2 การออกแบบลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 2	80
3.3 การออกแบบลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 3	81
3.4 ลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 1	82
3.5 ลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 2	82
3.6 ลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 3	83
3.7 ลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ คัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ	84
3.8 การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้ามัดหมี่ กลุ่มที่ 1	86
3.9 การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้ามัดหมี่ กลุ่มที่ 2	88
3.10 การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้ามัดหมี่ กลุ่มที่ 3	90
3.11 รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ คัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ	92

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
3.12	ตราสินค้า แบบที่ 1	93
3.13	ตราสินค้า แบบที่ 2	93
3.14	ตราสินค้า แบบที่ 3	94
3.15	ตราสินค้า แบบที่ 4	94
3.16	ตราสินค้า แบบที่ 5	95
3.17	รูปแบบตราสินค้า คัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ	96
3.18	บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 1	96
3.19	บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 2	97
3.20	บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 3	97
3.21	รูปแบบบรรจุภัณฑ์ 4	98
3.22	บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 5	98
3.23	รูปแบบบรรจุภัณฑ์ คัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ	99
3.24	พัฒนาขวดลานผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่	100
3.25	เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบที่ 1	101
3.26	เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบที่ 2	102
3.27	เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบที่ 3	103
3.28	เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบที่ 4	104
3.29	เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบที่ 5	105
3.30	ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์	106

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสังคมยุคปัจจุบันเพศชายเป็นเพศที่ดูแลตัวเองมากขึ้น ซึ่งการดูแลตัวเองของเพศชายในปัจจุบันส่งผลต่อภาพลักษณ์ภายนอก เช่น เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง สิ่งของเครื่องใช้ รวมถึงเรื่องการดูแลตัวเอง ซึ่งเพศชายกลุ่มนี้เรียกว่า เมโทรเซ็กชวล เป็นกลุ่มผู้ชายที่นิยมให้ความสำคัญบนรูปร่างของตัวเองมากกว่าผู้ชายปกติ โดยจะมีการดูแลเครื่องแต่งกาย ใบหน้า ผิวพรรณ สูงกว่าผู้ชายทั่วไป ส่วนมากนิยมใช้สินค้าที่มียี่ห้อ ราคาสูง ใช้น้ำหอม ชอบเลือกซื้อสินค้า เล่นฟิตเนส โดยพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้ ไม่ได้สนใจแต่เรื่องสุขภาพเพียงอย่างเดียว อีกทั้งยังเป็นคนทันสมัย ชอบการเปลี่ยนแปลง สนใจเรื่องเทคโนโลยี เรียนรู้และมีการพัฒนาตัวเองตลอดเวลา มุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงาน เพื่อความสำเร็จ มีอาชีพที่มั่นคง และมีรายได้สูง ดังนั้นเสื้อผ้าจึงเข้ามามีบทบาทต่อบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลอย่างมาก ซึ่งรูปแบบของเสื้อผ้ามีความเรียบหรูและทันสมัย เหมาะสมกับผู้ชายที่ใช้ชีวิตในรูปแบบสังคมเมือง เป็นบุคคลที่ชอบการเข้าสังคม ให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพร่างกาย รวมถึงให้ความสนใจกับการแต่งกายของตัวเองเป็นพิเศษ ซึ่งมากกว่าผู้ชายปกติทั่วไป แต่ในขณะเดียวกันก็มีความกังวลเกี่ยวกับรูปร่าง การดูแลรักษาตัวเอง รวมถึงเรื่องแฟชั่นซึ่งไม่แตกต่างจากผู้ชายเพศทางเลือก (เกย์)

ในเรื่องของการแต่งกาย ผ้าที่นำมาใช้ในการตัดเย็บชนิดหนึ่งก็คือผ้าฝ้าย จึงทำให้กลุ่มผู้ประกอบการ หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกำลังเร่งส่งเสริมการแปรรูปและพัฒนาฝ้าย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น และจากการที่ได้ศึกษาและสัมภาษณ์กลุ่มทอผ้าบ้านถ้ำเต่า อำเภออานวยจังหวัดสกลนคร ที่ยังทอผ้าฝ้ายอยู่นั้น พบว่าทางกลุ่มกำลังมีความคิดที่จะพัฒนาผ้าฝ้ายให้หลากหลายมากกว่าที่มีอยู่ ซึ่งปัจจุบันยังมีน้อยมากถ้าเทียบกับความต้องการของตลาด โดยมีผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายเป็นที่รู้จักและสร้างรายได้เป็นอย่างมาก แต่มีปัญหาในด้านลวดลายบนผืนผ้า ยังไม่ทันยุคทันสมัย จึงนำไปสู่การพัฒนา ดังนั้นจึงนำประเด็นนี้มาศึกษาเพื่อสร้างสรรค์ลวดลายให้มีรูปแบบที่หลากหลายและควบคุมคุณภาพ โดยเลือกใช้เทคนิคการทอแบบมัดหมี่ เพื่อให้เกิดลวดลายกับผ้าฝ้าย ซึ่งดั้งเดิมในชนบทเป็นผ้าสองแบบที่จำแนกตามความเหมาะสมกับการใช้งานคือ แบบแรกนั้นเป็นผ้าไม่มีลวดลายนิยมนำมาทำเป็นเสื้อ กางเกงขาก๊วย และกางเกงนักเรียน ในการทำผ้ารูปแบบนี้จะทอผ้าฝ้ายสีขาวก่อน ด้วยเทคนิคการทอขัดลายธรรมดา นำมาตัดเป็นเครื่องนุ่งห่ม จึงย้อมด้วยสีคราม ให้สีเข้มสม่ำเสมอเกือบดำ ไม่มีลวดลายส่วนแบบที่สอง นำเอาเส้นด้ายฝ้ายสีขาวมามัดหมี่ให้เกิดลาย ใช้เป็นเส้นด้ายพุ่งทอเป็นผืนผ้าแบบการทอลายขัด แต่ต้องจัดลายให้ตรงกัน จะแสดงถึงความคมชัด และความชำนาญของผู้ทอแต่ละคน อากาศ อุณหภูมิ หรือแม้แต่อารมณ์ของผู้ทอ สิ่งเหล่านี้มีผลกับความสวยงามของผ้าผืนนั้นๆ อนุรัตน์ และคณะ (2552) และพบว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายที่พบ ส่วนใหญ่เป็นการนำเอาผ้าฝ้ายมาแปรรูปเป็นเสื้อผ้าหมอน กระเป๋า

กล่องกระดาษทึบ และนำเส้นใยมาทอเป็นผืนผ้า และยังคงคล้องกับแนวคิดของ โสมวดี (2553) ที่กล่าวว่า ปัจจุบันการสร้างสรรคัลวดลายเป็นการตกแต่งผ้าประเภทหนึ่งที่กำลังเป็นที่ต้องการในตลาดแฟชั่นสำหรับการออกแบบลวดลายนั้น ผู้ออกแบบจะต้องมีแรงบันดาลใจในการออกแบบ เพื่อให้เกิดลวดลายสวยงาม ตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้ประโยชน์จากลายผ้าที่มีทั้งลวดลายที่เกิดจากธรรมชาติ ลายนามธรรม ลายภาพของจริง และลายเรขาคณิต

ผ้ามัดหมี่จึงเป็นศิลปะการทอผ้าพื้นเมืองชนิดหนึ่ง นิยมทำกันมาช้านานในบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และบางจังหวัดในภาคกลาง ชาวบ้านจะใช้เวลารว่างจากการทำนา และการเก็บเกี่ยวมาทอผ้าไว้ใช้ในครัวเรือน หรือทอผ้าเอาไว้ใช้ในงานประเพณีต่างๆ ลวดลายส่วนใหญ่มาจากอิทธิพลของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบตัว การทำผ้ามัดหมี่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั้น ส่วนใหญ่นิยมทำด้วยไหมหรือฝ้าย ศิลปะการทำผ้ามัดหมี่นั้น ทำได้โดยการมัดย้อมเส้นไหมหรือเส้นฝ้าย ให้เกิดสีและลวดลายก่อน แล้วจึงนำไปเรียงทอบนกี่ออกมาเป็นผืนผ้า วัฒนธรรมการทำผ้ามัดหมี่ของไทยนั้น นิยมทำกันที่เส้นด้ายพุ่งเท่านั้น ลักษณะเฉพาะของผ้ามัดหมี่อยู่ที่รอยซึมของสีที่วิ่งไปตามบริเวณของลวดลายที่ถูกมัด ถึงแม้จะใช้เวลาในการทอมากเพียงไร ก็จะไม่เกิดลักษณะความเหลืองล้าของสีบนเส้นไหมให้เห็นต่างไปจากผ้าทอชนิดอื่นๆ นับเป็นเอกลักษณ์ของผ้าไทยมัดหมี่โดยแท้ ผ้ามัดหมี่แต่ละชิ้นนั้น มักไม่มีการซ้ำกันถึงแม้ว่าจะมีสีสันลวดลายเดิมวางไว้เป็นตัวอย่างก็ตาม ทั้งนี้เพราะว่าทุกขั้นตอนของการประดิษฐ์ล้วนเกิดจากน้ำมือและน้ำพักน้ำแรงของคนทั้งสิ้น ความมีเสน่ห์ของผ้ามัดหมี่ในแต่ละชิ้นก็คือ “ความเป็นชิ้นเดียวในโลก” จึงนับว่าเป็นศิลปะอันทรงคุณค่ายิ่ง (อรรถพล และคณะ, 2551)

การสร้างสรรคัลวดลายมัดหมี่โดยการสร้างแรงบันดาลใจจากศิลปะ อาร์ต นูโว (Art Nouveau) ยังไม่มีการแปรรูปกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวล ศิลปะอาร์ต นูโว (ศิลปะสมัยใหม่) พบว่าเป็นศิลปะในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 18 ต้นคริสต์ศตวรรษที่ 19 ในประเทศฝรั่งเศส โดยจุดเด่นของศิลปะแบบนี้คือ การใช้ลักษณะของธรรมชาติ เช่น ดอกไม้ และพืชอื่น ๆ มาทำเป็นลวดลายเส้นโค้งที่อ่อนช้อย รวมถึงการใช้สีในงานก็จะเป็นสีที่มาจากธรรมชาติเช่น สีโทนส้มและน้ำตาล สีจากพืชพันธุ์ต่างๆ เช่น สีเขียวเข้ม สีเขียวตอง และ สีของดอกไม้ เช่น สีขาวนวลดอกมะลิ สีม่วงดอกไอริส สีแดงดอก ป๊อบบี้ เป็นต้น ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลหนึ่งประการที่ใช้ศิลปะอาร์ตนูโวมาใช้กับงานภาพประกอบดอกไม้ในวรรณคดีเนื่องจากศิลปะลักษณะนี้ใช้ดอกไม้เป็นลักษณะเด่นอยู่แล้วจึงเหมาะสมเป็นอย่างยิ่ง (กัจจ, 2554)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยมีแนวความคิดที่จะศึกษาและพัฒนาลวดลายโดยนำผ้าฝ้ายมาออกแบบด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ โดยใช้แรงบันดาลใจจากศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) และนำมาออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยใช้แรงบันดาลใจจากเสื้อผ้าของทหารอเมริกันในสมัยโบราณ แต่ได้นำมาประยุกต์ให้เข้ากับเสื้อผ้าสุภาพบุรุษ ที่ยังคงรูปทรงมาจากเสื้อผ้าของทหารอเมริกันในสมัยโบราณ เพื่อให้เหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ซึ่งเป็นรูปแบบการแต่งกายที่มีความเรียบหรู สุภาพ และเป็นทางการ สามารถสวมใส่ได้กับกลุ่มเมโทรเซ็กซ์ชวลอย่างลงตัว จากนั้นนำไปศึกษาความพึงพอใจจาก Designer, Merchandiser, Visual merchandiser, Graphic designer, และผู้มีประสบการณ์ด้านการทอผ้า โดยแต่ละกลุ่มอาชีพมีความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 30 คน เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่า

ให้กับผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ และยังเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อเสื้อผ้าที่ผสมผสาน และแปลกใหม่ อีกทั้งเป็นการส่งเสริมให้คนไทย และต่างชาติที่ชื่นชอบผ้าไทยผสมผสานความเป็นสากล ในการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็ทชวล และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการผ้าฝ้ายมากขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่
- 1.2.2 เพื่อออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อจากผ้าฝ้ายมัดหมี่ที่ได้ทำการพัฒนา
- 1.2.3 เพื่อออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
- 1.2.4 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

## 1.3 ขอบเขตการศึกษา

การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ได้ทำการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ โดยนำแรงบันดาลใจจากศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) และออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยนำแรงบันดาลใจจาก เครื่องแต่งกายของทหารอเมริกันในสมัยโบราณ ให้มีความสวยงามเหมาะสมกับรูปแบบ หน้าที่ใช้สอย พร้อมทั้งทำการออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ โดยมีขอบเขตในการวิจัยดังต่อไปนี้

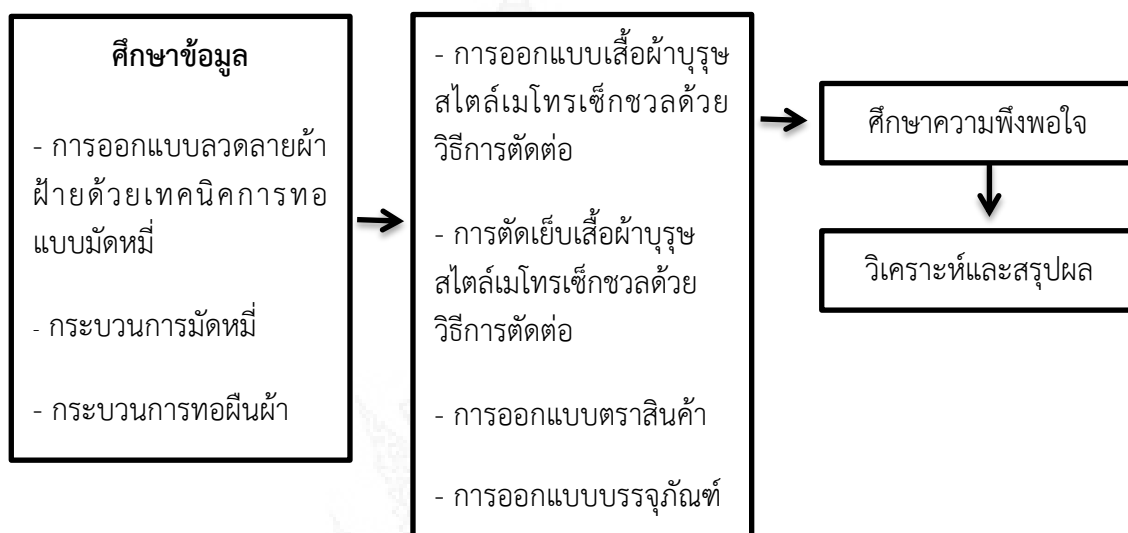
- 1.3.1 พัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ เพื่อใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อ
- 1.3.2 ออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อ พร้อมทั้งออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์
- 1.3.3 กลุ่มเป้าหมายในการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ สำหรับออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อ คือ Designer, Merchandiser, Visual merchandiser, Graphic designer, และผู้มีประสบการณ์ด้านการทอผ้า โดยแต่ละกลุ่มอาชีพมีความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี

## 1.4 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ คือ Designer, Merchandiser, Visual merchandiser, Graphic designer, และผู้มีประสบการณ์ด้านการทอผ้า โดยแต่ละกลุ่มอาชีพมีความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 30 คน ซึ่งกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

## 1.5 กรอบแนวความคิด

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เรื่องการพัฒนาผลผลิตผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ สามารถเขียนกรอบแนวความคิดได้ ดังนี้



## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เป็นแนวทางในการพัฒนาผลผลิตผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ในรูปแบบอื่นต่อไป

1.6.2 เป็นแนวทางในการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ

1.6.3 สร้างองค์ความรู้ทางด้านการพัฒนาผลผลิตผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ และพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าที่มีประโยชน์ต่อวงการแฟชั่นและการวิจัย

1.6.4 เพิ่มมูลค่าของผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ให้มีหลากหลายยิ่งขึ้น และพัฒนาสู่ความเป็นเลิศทางด้านแฟชั่น

1.6.5 เป็นแนวทางในการวิจัยด้านการพัฒนาผ้าฝ้ายไทย นำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวล เชิงพาณิชย์ต่อไป

1.6.6 เป็นแนวทางในการออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์

## 1.7 นิยามศัพท์

1.7.1 เมโทรเซ็กซวล (Metro sexual) หมายถึง ผู้ชายที่ใช้ชีวิตในรูปแบบสังคมเมือง เป็นบุคคลที่เข้าสังคม แต่ก็มีความกังวลเกี่ยวกับรูปร่าง การดูแลรักษาตัวเอง ใส่ใจกับตัวเองมากกว่าผู้ชายปกติทั่วไป ผู้ชาย Metro sexual มักจะชื่นชอบการดูแลตัวเอง เช่น นวดตัว แต่งเท้า ดูแลเรื่องใบหน้า อาบแดด ดูแลเรื่องทรงผม

1.7.2 การมัดหมี่ หมายถึง การมัดลายที่เส้นพุ่ง ด้วยเชือกก่อนนำไปย้อมสี ส่วนที่ถูกมัดไว้ จะไม่ติดสี จึงทำให้เกิดเป็นลวดลาย ถ้าต้องการหลายสีก็ต้องมัดและย้อมทับหลายครั้งจนกว่าจะได้สีครบตามที่ต้องการ

1.7.3 ศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) หมายถึง เป็นศิลปะที่ได้รับความนิยมสูงสุดในยุโรปและสหรัฐอเมริกา ในระหว่าง ปี 1880-1914 อาร์ต นูโว มีลักษณะพิเศษด้วยการใช้ รูปทรงที่มีลักษณะเป็นธรรมชาติ มีการใช้ เส้นที่อ่อนช้อย และมีการผสมผสานลวดลายอย่างลงตัว ตัวอย่างเช่น งานออกแบบซุ้มประตูโลหะ

1.7.4 การตัดต่อ คือ การนำผ้ามาตัดเป็นรูปต่างๆ ของทรงเรขาคณิต เช่น สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม สี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน ห้าเหลี่ยม วงกลม ฯลฯ แล้วนำมาเย็บต่อกันเป็นลวดลายต่างๆ

1.7.5 ตราสินค้า (Logo Brand) คือ พัฒนาการที่เกิดขึ้นพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ คำปลีกที่ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เริ่มเห็นความสำคัญของการมีสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของห้างเพื่อผู้บริโภคเห็นและจดจำในระยะไกล

1.7.6 บรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง สินค้าทุกชนิดที่ทำจากวัสดุใดๆ ที่นำมาใช้สำหรับห่อหุ้ม ป้องกัน ลำเลียง จัดส่ง และนำเสนอสินค้า ตั้งแต่วัตถุดิบถึงสินค้าที่ผ่านการผลิต ตั้งแต่ผู้ผลิตถึงผู้ใช้หรือผู้บริโภค

1.7.7 เสื้อผ้าบุรุษ หมายถึง รูปแบบของเสื้อผ้าที่มีการกำหนดขึ้นเป็นหลักการหรือแนวทางและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มบุรุษทั่วไป

1.7.8 Designer หมายถึง การออกแบบสิ่งทอ รวมทั้งการออกแบบเนื้อผ้า หรือลายผ้าสวยงามที่เหมาะสมกับแฟชั่นแต่ละยุคสมัยให้แก่บุคคล และวิธีการตัดเย็บ หรือผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปในทางอุตสาหกรรม และมีการพัฒนาเพื่อให้มีการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้

1.7.9 Merchandiser หมายถึง นักบริหารผลิตภัณฑ์ มีหน้าที่วิเคราะห์เทรนด์สินค้าใหม่ๆ ที่น่าสนใจเพื่อนำสินค้ามาจำหน่ายสู่ตลาด และมีหน้าที่ติดต่อซัพพลายเออร์เพื่อนำสินค้านั้นๆ มาขาย

1.7.10 Visual merchandiser หมายถึง นักออกแบบผู้เชี่ยวชาญด้านการตกแต่งหน้าร้าน และการสร้างบรรยากาศการขาย นำเสนอภาพลักษณ์สินค้า และค่านิยมด้านความงามแล้ว ทั้งยังต้องรู้จักใช้ประโยชน์จากข้อมูลและสถิติการขายเพื่อวิเคราะห์ และบริหารพื้นที่จัดวางสินค้าให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในเชิงการขาย Visual merchandiser จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการสินค้าแฟชั่นเพื่อการจัดดิสเพลย์ และมีบทบาทในการกระตุ้นความรู้สึกของลูกค้าให้เกิดความสนใจ

1.7.11 Graphic designer หมายถึง งานศิลปะร่วมสมัย ส่วนใหญ่จัดอยู่กลุ่มคนทำหนังสือ คนออกแบบภาพโฆษณา คนออกแบบเว็บไซต์ งานออกแบบเสื้อผ้า บรรจุภัณฑ์ และสินค้า



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง “การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ” ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 2.1 เส้นใยฝ้ายและคุณสมบัติของฝ้าย
- 2.2 การสร้างแรงบันดาลใจ
- 2.3 หลักการออกแบบลายผ้า
- 2.4 กระบวนการมัดหมี่
- 2.5 การทอผ้า
- 2.6 บุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวล
- 2.7 เสื้อผ้าบุรุษ
- 2.8 ผ้าสำหรับตัดเย็บชุดบุรุษ
- 2.9 การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษ
- 2.10 การตัดต่อผ้า
- 2.11 ตราสินค้า
- 2.12 บรรจุภัณฑ์
- 2.13 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 เส้นใยฝ้ายและคุณสมบัติของฝ้าย

โครงสร้างของฝ้าย เป็นหนึ่งในใยเซลลูโลสธรรมชาติ ซึ่งส่วนประกอบทางเคมีของใยเซลลูโลสประกอบด้วย กลุ่มแอลไฮโดรกลูโคสจำนวนมาก มาจับกลุ่มต่อกันเป็นโซ่ยาว หรือเป็นโมเลกุลใหญ่ ซึ่งกลูโคสแต่ละหน่วยนั้น ประกอบด้วยคาร์บอน 44.4 เปอร์เซ็นต์ ไฮโดรเจน 1.2 เปอร์เซ็นต์ และออกซิเจน 49.4 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งสมบัติของฝ้ายถูกแบ่งออกเป็น 2 สมบัติ ดังนี้ (นวลแข, 2542)

##### 2.1.1 สมบัติทางกายภาพ

2.1.1.1 ความเหนียว (Strength) ฝ้ายจะมีความเหนียวปานกลาง ซึ่งความเหนียวของฝ้ายจะเหนียวประมาณ 3.0 – 5.0 กรัม ต่อเดนเยอร์ ความเหนียวของฝ้ายจะเพิ่มขึ้นเมื่อฝ้ายเปียก และจะมีความเหนียวมากกว่าฝ้ายแห้ง 25 – 40 เปอร์เซ็นต์ (นวลแข, 2542)

2.1.1.2 ความยืดหยุ่นและการยืดได้ (Elasticity) ใยฝ้ายยืดหยุ่นค่อนข้างต่ำ ซึ่งจะยืดได้ประมาณ 3 – 7 เปอร์เซ็นต์ บางครั้งอาจถึง 10 เปอร์เซ็นต์ ก่อนถึงจุดขาด การหดกลับที่เดิมหากจับ

ยืดออกเพียง 2 เปอร์เซ็นต์ จะหดกลับเข้าที่เดิมได้ 74 เปอร์เซ็นต์ และถ้าจับยืดออก 5 เปอร์เซ็นต์ จะหดกลับที่เดิมได้เพียง 50 เปอร์เซ็นต์ (นวลแข, 2542)

2.1.1.3 การคืนตัว (Elastic Recovery) โยfiaยและฝ้าฝ้ายคืนตัวต่ำและยับง่าย ทั้งนี้ การที่ฝ้ายจะรักษารูปทรงได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับความสามารถในการคืนตัวของเส้นใยว่าจะกลับสู่สภาพ หรือตำแหน่งเดิมหรือไม่หลังจากการดึง ซึ่งองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการคืนตัว มีหลายข้อด้วยกัน คือ 1) ปริมาณการยืดออก 2) ช่วงเวลาที่ปล่อยให้ยู่ระหว่างการยืดตัว 3) ช่วงเวลาการปล่อยจาก แรงดึงให้เส้นใยคืนตัวกลับอย่างช้าๆ 4) สภาวะต่างๆที่เกี่ยวกับการคืนตัว (นวลแข, 2542)

2.1.1.4 การคืนตัวจากการยับ (Crease Recovery) ฝ้ายคืนตัวจากการยับยังไม่ดี เช่นเดียวกับ เรยอนและอาซีเตด การคืนตัวจากการยับไม่ดีเนื่องจากว่าตอนที่ทำให้เกิดรอยยับ Cross - Link ของเส้นใยจะแตกออกและเกิดการเชื่อม Bond ใหม่ ตำแหน่ง Cross - Link ใหม่ที่มีความคง ตัวกว่า ดังนั้นจึงไม่สามารถกลับสู่สภาพเดิมได้ (เกษม, 2537)

2.1.1.5 ความหนาแน่น (Density) ขึ้นกับโมเลกุลและความสามารถในการจัดตัวโมเลกุล ให้อยู่ใกล้กันได้เพียงใด จากค่าความหนาแน่นทำให้คาดคะเนถึงการจัดเรียงตัวของเส้นใย ถ้าเส้นใยมี ความหนาแน่นสูง แสดงว่ามี Crystallinity Region มาก เพราะฉะนั้นความสามารถในการดูดซึ่มสี ย่อมยากขึ้น ความหนาแน่นของฝ้ายมีประมาณ 1.48 - 1.54 กรัม ต่อลูกบาศก์เซนติเมตร มี Crystallinity Region 2 ใน 3 ของเนื้อที่ทั้งหมด (เกษม, 2537)

2.1.1.6 ความคงรูป (Durable) โดยปกติฝ้ายจะคงรูป ไม่ยืดและไม่หดมาก ความยืด และหดจะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับขบวนการผลิตเป็นฝืนฝ้าด้วย ถ้าต้องการไม่ให้หดจะต้องตกแต่ง ทน (นวลแข, 2542)

2.1.1.7 ความมัน (Luster) โยfiaยโดยทั่วไปจะมีความมันน้อย ต้องเพิ่มความมันด้วยการ ตกแต่ง (นวลแข, 2542)

2.1.1.8 ความถ่วงจำเพาะ (Specific) โยfiaยมีความหนาแน่น และความถ่วงจำเพาะ 1.54 กรัม ต่อลูกบาศก์เซนติเมตร (นวลแข, 2542)

2.1.1.9 การดูดความชื้น (Humidity) ฝ้ายดูดความชื้นในบรรยากาศปกติได้ 8.5 เปอร์เซ็นต์ ถ้าความชื้นสัมพัทธ์ในอากาศ 95 เปอร์เซ็นต์ และ 100 เปอร์เซ็นต์ ฝ้ายจะดูดความชื้นไว้ ได้ 15 เปอร์เซ็นต์ และ 25 - 27 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ (นวลแข, 2542)

## 2.1.2 สมบัติทางเคมี

2.1.2.1 ผลต่อต่าง อิทธิพล โยfiaยจะทนต่อต่างได้ดี ซึ่งในกระบวนการผลิตฝ้ายต้องใช้อย่างต่างมาก เช่น การฟอกขาวและซุบมัน สารซักฟอกและสารฟอกขาวทุกชนิดล้วนมีสารประกอบของต่างทั้งสิ้น จึงสามารถใช้สารเหล่านี้กับฝ้ายได้อย่างปลอดภัย

2.1.2.2 ผลต่อกรด ฝ้ายจะไม่ทนต่อกรด โดยเฉพาะกรดชนิดเข้มข้น ประเภทกรดของ โลหะ เพราะกรดจะทำลายเส้นใยฝ้าย

2.1.2.3 ผลต่อสาร สารละลายอินทรีย์ ฝ้ายจะทนต่อสารละลายอินทรีย์ ที่ใช้ในการซักรีด ประจำวันและการลบรอยเปื้อนได้อย่างดีแต่จะละลายในสารประกอบบางชนิด เช่น คิวปราโมเนีย ไฮดรอกไซด์ และคิวปรีเอทีลีนไดอามีน (Cupriethylenediamine) เราจึงใช้สารเคมี 2 ชนิดนี้ในการวิเคราะห์เส้นใยฝ้าย

2.1.2.4 ผลต่อแสงแดด ผ้าฝ้ายถ้าตากแดดจัดไว้นานเกินไป จะทำให้กลายเป็นสีเหลือง และเสื่อมคุณภาพได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความชื้นและการย้อมสีของวัตถุและสีซัลเฟอร์บางชนิด

2.1.2.5 ผลต่อความร้อน ผ้าฝ้ายถ้าถูกความร้อนแห้งที่มีความร้อนที่สูงกว่า 149 องศาเซลเซียส นานๆ จะทำให้เส้นใยเสื่อมคุณภาพ ซึ่งจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความร้อนและระยะเวลาที่ถูกความร้อนนั้น ถ้าเป็นความร้อนที่ใช้ในการดูแลรักษาประจำวัน จะไม่ทำให้เส้นใยเสื่อมคุณภาพ แต่จะไหม้เกรียมถ้ารีดด้วยความร้อนสูงมาก และการตากแห้ง เช่น การลงแป้ง ซึ่งจะช่วยให้ไหม้เกรียมง่ายขึ้น

2.1.2.6 ประโยชน์ใช้สอยของผ้าฝ้ายและการเก็บรักษา ผ้าฝ้ายใช้ประโยชน์ได้กว้างขวางมาก และมีราคาไม่แพง ซึ่งสามารถใช้เป็นเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มได้ทุกชนิด นอกจากนี้ยังใช้เป็นผ้าที่ใช้ในบ้าน ผ้ามัดต่างบ้าน และผ้าที่ใช้ในงานอุตสาหกรรมได้อย่างดีอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากผ้าฝ้ายมีคุณสมบัติหลายประการ เช่น สวมใส่สบาย ไม่ร้อน ซักได้ง่าย และดูดซึมน้ำและความร้อนได้ดี นอกจากนี้ผ้าฝ้ายยังย้อมสีได้ง่าย สีไม่ตกและทน ถ้าย้อมสีได้ดีและถูกวิธี ผ้าฝ้ายจะทนต่อความร้อนและระบายความร้อนได้ดีอีกด้วย ซึ่งความน่าใช้และสวมใส่สบายเป็นสมบัติเด่นของผ้าฝ้าย (นวลแข, 2542)

## 2.2 การสร้างแรงบันดาลใจ

การสร้างสรรค์ผลงานและวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ผู้วิจัยได้แรงบันดาลใจและแนวคิดในการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่มาจาก อาร์ต นูโว (Art Nouveau) เป็นศิลปะที่ได้รับความนิยมสูงสุดในยุโรปและสหรัฐอเมริกา มีลักษณะพิเศษด้วยการใช้รูปทรงแบบอินทรีย์รูป หรือรูปทรงที่มีลักษณะเป็นธรรมชาติ มีการใช้เส้นที่อ่อนช้อยเลื่อนไหล มีการผสมผสานลวดลายให้ลงตัว อีกทั้งผู้วิจัยได้นำแรงบันดาลใจ และแนวคิดการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ มาจากการแต่งกายของทหารอเมริกันในสมัยโบราณ แต่ได้นำมาประยุกต์ให้เข้ากับเสื้อผ้าบุรุษที่ยังคงรูปทรงมาจากเสื้อผ้าของทหารอเมริกันในสมัยโบราณ เพื่อให้เหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ

2.2.1 แรงบันดาลใจ หมายถึง สิ่งที่สนับสนุนกระตุ้นให้เราได้กระทำหรือละเว้นบางสิ่งบางอย่าง คนเราจะทำอะไรก็ตาม มักจะมีแรงบันดาลใจเป็นของตนเองทุกๆ อาชีพย่อมมีความคิด แนวทาง จินตนาการที่จะสามารถนำมาสร้างสรรค์ผลงานของตนเองให้ออกมาสมบูรณ์และลงตัวการกระทำใดๆ ที่พึงประสงค์เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จได้ตามต้องการโดยไม่ต้องอาศัยแรงจูงใจ (Motivation) ภายนอก ก่อให้เกิดแรงจูงใจขึ้นภายในจิตใจเสียก่อน เพื่อที่จะกระตุ้นให้เกิดการคิดและการกระทำในสิ่งที่พึงประสงค์ (ปัทมโรจน์, 2556)

ในการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ได้นำเอาแรงบันดาลใจในการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่มาจาก ศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) พจนานุกรมศิลปะฉบับราชบัณฑิตยสถาน ได้ กำหนดเป็นศัพท์ภาษาไทยไว้ว่า “นวศิลป์” เป็นศิลปะที่ได้รับความนิยมสูงสุดในยุโรปและสหรัฐอเมริกา ในระหว่าง ปี 1880-1914 อาร์ต นูโว มีลักษณะพิเศษด้วยการใช้รูปทรงที่มีลักษณะเป็นธรรมชาติ มีการใช้ เส้นที่อ่อนช้อย และมีการผสมผสานลวดลายอย่างลงตัว

ตัวอย่างเช่นงานออกแบบชุ้มประตูโลหะทางลงสู่สถานีรถไฟใต้ดินที่ปารีสของ เฮ็คเตอร์ กุยมาร์ (Hector Guimard, 1867-1942) อาร์ต นูโว นิยมทำงานที่มีเรื่องของการเสพสังวาส (erotic) มักจะมีลักษณะการใช้ปัจจัยต่างๆ ธรรมชาติและความเป็นผู้หญิง ซึ่งจะตรงกันข้ามกับการสร้างสรรค์ใน ศิลปวัฒนธรรมตะวันตกโดยทั่วไปที่มักจะเกี่ยวโยงกับความเป็นชาย ศิลปะเครื่องประดับอาร์ตนูโว (Art Nouveau) ยุคหลังปฏิวัติอุตสาหกรรม เริ่มเข้าสู่ความเป็นสมัยใหม่ มีการศึกษาค้นหาสิ่งใหม่มากขึ้น สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เริ่มมองเห็นความงามมากขึ้น ศิลปะทัศนศิลป์ เข้าสู่ช่วง Post Impressionism ซึ่งอยู่ในยุคช่วงกลางศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นช่วงที่เฟื่องฟูเกี่ยวกับความงาม และศิลปะใหม่ๆ เริ่มที่ก่อตัวขึ้น โดยเฉพาะรูปแบบสมัยใหม่ ศิลปะแบบอาร์ตนูโวเริ่มต้นที่ประเทศ อังกฤษ โดยมีศิลปินกลุ่มกลาสโกว์สคูล รวมตัวกันขึ้นเพื่อนำเสนอศิลปะแนวใหม่ที่ได้สร้างสรรค์กัน ขึ้นมา จึงทำให้เกิดการเคลื่อนไหวของกระแสที่ เรียกว่า Art and Craft Movement จึงเกิดการ ปฏิวัติรูปแบบของงานช่างหลายแขนง ให้มีรูปแบบแนวใหม่หรือรูปแบบที่เรียกว่า อาร์ต นูโว ซึ่งมี ลักษณะอ่อนหวานพลิ้ว มีรูปร่างยาวยืด มีการพันเกาะเกี่ยวไปมา หรือเรียกอีกแบบว่า Noodle Style ศิลปะเครื่องประดับรูปแบบอาร์ต นูโว เป็นงานช่างแนวศิลปะที่ทำให้รูปแบบ อาร์ต นูโว เป็นที่เฟื่องฟู มากงานหนึ่ง โดยนำออกแบบเครื่องประดับต่างได้รับอิทธิพลมาจากกระแสการเคลื่อนไหวของ Art and craft Movement และเนื่องจากเป็นช่วงเริ่มต้นเข้าสู่ความเป็นสมัยใหม่ จึงทำให้รูปแบบงาน ช่างมีการผสมผสานระหว่างรูปแบบเก่าและใหม่อยู่ แต่มีแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์เครื่องประดับ รูปแบบอาร์ต นูโว ร่วมกัน

จากการศึกษา ศิลปะอาร์ต นูโว (ศิลปะสมัยใหม่) พบว่าเป็นศิลปะในช่วงปลาย คริสต์ศตวรรษที่18 ต้นคริสต์ศตวรรษที่ 19 ในประเทศฝรั่งเศส โดยจุดเด่นของศิลปะแบบนี้คือ การใช้ลักษณะของธรรมชาติ เช่น ดอกไม้ และพืชอื่นๆ มาทำเป็นลวดลายเส้นโค้งที่อ่อนช้อย รวมถึง การใช้สีในงานก็จะเป็นสีที่มาจากธรรมชาติเช่น สีโทนส้มและน้ำตาล สีจากพืชพันธุ์ต่างๆ เช่น สีเขียว เข้ม สีเขียวตอง และ สีของดอกไม้ เช่น สีขาวนวลดอกมะลิ สีม่วงดอกไอริส สีแดงดอก ป๊อบบี้ เป็นต้น ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลหนึ่งประการที่ใช้ศิลปะอาร์ตนูโวมาใช้กับงานภาพประกอบดอกไม้ในวรรณคดี เนื่องจากศิลปะลักษณะนี้ใช้ดอกไม้เป็นลักษณะเด่นอยู่แล้วจึงเหมาะเป็นอย่างยิ่ง (กำจร, 2554)

ผู้วิจัยจึงได้นำเอาแรงบันดาลใจจากศิลปะอาร์ต นูโว มาออกแบบลวดลายผ้าฝ้ายด้วย เทคนิคการทอแบบมัดหมี่ เพื่อเป็นการผสมผสานระหว่างผ้าไทย กับศิลปะที่มีความเป็นสากล ทำให้ เกิดลวดลายใหม่ ที่มีความหลากหลายยิ่งขึ้น และเพื่อพัฒนาสู่ความเป็นเลิศทางด้านแฟชั่น และ นำไปสู่การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่เชิงพาณิชย์ต่อไป (ภาพที่ 2.1)



ภาพที่ 2.1 แรงบันดาลใจจากศิลปะ อาร์ต นูโว (Art Nouveau)  
ในการออกแบบลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่

ที่มา: [www.decorreport.com](http://www.decorreport.com)

ทั้งนี้ผู้วิจัย ยังได้นำเอาแรงบันดาลใจในการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ มาจากทหารอเมริกันในสมัยโบราณ ผู้วิจัยได้แรงบันดาลใจและแนวคิดในการออกแบบจากการแต่งกายของทหารอเมริกันในสมัยโบราณ แต่ได้นำมาประยุกต์ให้เข้ากับเสื้อผ้าสุภาพบุรุษที่ยังคงมีรูปทรงมาจากเสื้อผ้าของทหารอเมริกันในสมัยโบราณ เพื่อให้เหมาะสมกับการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยให้ชื่อแรงบันดาลใจนี้ว่า “Ancient American Army” สื่อถึงรายละเอียดและความรู้สึก เข้มแข็ง อดทน นำเกรงขาม มีความเรียบหรู สุภาพ และเป็นทางการ ด้วยองค์ประกอบของการแต่งกายที่เข้ากันได้อย่างลงตัว (ภาพที่ 2.2)



ภาพที่ 2.2 แรงบันดาลใจในการออกแบบชุด

ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

**2.2.2 การวิเคราะห์เทรนด์ (Trend Watching)** การกำหนดแนวโน้มเทรนด์ที่เป็นที่นิยมและสำรวจแนวโน้มตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยมีความหลากหลายตามกระแสแฟชั่นให้เข้ากับรูปแบบของสินค้า (ธีรพิชญ์, 2012)

จากการสำรวจและวิเคราะห์แนวโน้มของเทรนด์ โทนสีที่ใช้นำมาพัฒนาลวดลายผ้าฝ้าย ด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ คือ โทนสีกรมท่า สีฟ้า สีเทา และกลุ่มสีโมโนโทน โดยได้แรงบันดาลใจในการเลือกใช้สีจาก Autumn Winter 2017/2018 trend forecasting is a TREND/COLOR Guide that offer seasonal inspiration & key color direction for Women/Men's Fashion, Sport & Intimate Apparel (ภาพที่ 2.3)



ภาพที่ 2.3 Autumn/Winter 2017/2018 Fashion & Color Trends  
ที่มา: www.pinterest.com

## 2.3 หลักการออกแบบลายผ้า

ปัจจุบันการตกแต่งผ้าด้วยลวดลายต่างๆ ได้รับการพัฒนาและมีความต้องการเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปลายทศวรรษ 1940 โดยได้รับการค้นคว้าพัฒนาทั้งด้านเทคนิควิธีการ และการสร้างสรรค์ลวดลายที่สวยงามต่างๆ อันส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมีทั้งคุณภาพ และความสวยงามน่าใช้สอยซึ่งศิลปะของการออกแบบลวดลายก็เป็นสิ่งท้าทายให้นักออกแบบทั้งหลายคิดค้นลวดลายแปลกใหม่ขึ้นอยู่เสมอ

งานออกแบบที่ดี คือ การแสดงออกถึงคุณสมบัติพิเศษของมนุษย์ในการสร้างสรรค์งานโดยอาศัยประสบการณ์ และความสามารถ สร้างปรับปรุงสิ่งต่างๆ ให้ดูดีขึ้นจนเป็นที่ยอมรับของผู้ดูหรือผู้บริโภคทั่วไป ดังนั้นนักออกแบบที่ดีจึงต้องนำหลักทฤษฎีมาใช้ ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบการออกแบบเป็นหลักฐานพื้นฐานในการออกแบบลวดลาย เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและไม่เป็นการใช้ความรู้สึกของผู้วิจัยในการออกแบบจนเกินไป และการศึกษาการออกแบบที่ดีจึงจำเป็นจะต้องศึกษาหาความรู้ความเข้าใจในการออกแบบแต่ละอย่างโดยเฉพาะก่อน เพื่อให้การออกแบบสอดคล้องกับความเป็นจริง หรืออาจให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงไม่มากก็น้อย ไม่ใช่เป็นการ

ออกแบบที่เลื่อนลอยอยู่เหนือความเป็นจริง หรือไม่สามารถนำไปปฏิบัติจริงได้ ถ้าเป็นเช่นนั้นการออกแบบก็จะมีคามหมายน้อยลง นอกเหนือจากการศึกษาแนวคิด (Conduction) รูปแบบ (Idea) วัสดุอุปกรณ์ (Material & Equipment) และกระบวนการผลิต (Production) งานออกแบบบางอย่างอาจเกี่ยวข้องกับจิตวิทยา เพื่อการเรียกร้องหรือสร้างทัศนคติ เช่น การออกแบบโฆษณาที่ต้องใช้จิตวิทยาในการชักชวน หรือการออกแบบทางทัศนศิลป์ที่ต้องการสร้างความรู้สึกรักใคร่อย่างไรอย่างหนึ่งให้เกิดต่อผู้ชื่นชม การศึกษาเฉพาะด้านจึงจำเป็นต้องศึกษาแนวคิดทางด้านจิตวิทยานั้นด้วยเช่นกัน

### 2.3.1 องค์ประกอบของการออกแบบ (Elements of Design) มีรายละเอียดดังนี้

2.3.1.1 จุด (Point, Dot) เป็นส่วนประกอบที่เล็กที่สุด การนำจุดมาเรียงต่อกันจะทำให้เกิดเป็นเส้น รูปร่าง และรูปทรง (สาวิตรี และศศิธร, 2552) และนับเป็นองค์ประกอบของศิลปะอันดับแรกที่น่ามาใช้ออกแบบ เป็นส่วนประกอบของการออกแบบที่เล็กที่สุด และมีความสำคัญยิ่งในการออกแบบทุกชนิด ถึงแม้ว่าจุดจะไม่มีคามกว้าง และความยาว แต่เมื่อนำจุดมาเรียงต่อกันในตำแหน่งที่เหมาะสม ก็จะเกิดเป็นเส้น รูปร่าง และพื้นผิว การนำจุดมาใช้ในการออกแบบขึ้นอยู่กับการจัดวางจุดให้มีลักษณะที่เหมาะสม มีความสัมพันธ์กับจุดอื่นๆ รวมไปถึงการพิจารณาจากช่วงระยะ (Space) ระหว่างจุด และขนาดที่ใช้

2.3.1.2 เส้น (Line) เป็นองค์ประกอบของโครงสร้างทางศิลปะที่ให้ความรู้สึกเกี่ยวกับอารมณ์และจิตใจแก่ผู้ดู หรือแสดงถึง ขนาด ความยาว และทิศทาง นอกจากนี้เส้นยังแสดงถึงอารมณ์ ความรู้สึก และเรื่องราวที่เกิดจากอารมณ์ ดังเช่น เส้นตั้งให้ความรู้สึกสง่างาม เส้นนอนให้ความรู้สึกสงบหรือพัก เส้นทแยงให้ความรู้สึกตื่นเต้น และเส้นโค้งให้ความรู้สึกอ่อนโยนนอกจากนั้นใช้เส้นโค้งช่วยให้ความหนา ความลึก และสร้างผิวลวดลายให้เกิดความเด่นได้ลักษณะทางกายภาพของเส้น คุณค่าทางกายภาพของเส้นคือ ขนาดและทิศของเส้น ลักษณะของเส้น ชนิดของเส้น ตำแหน่งของเส้น (มาโนช, 2549)

2.3.1.3 สี (Color) หลักการใช้สีบนเสื้อผ้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความประหลาด และให้เกิดความรู้สึกตื่นตาไม่น่าเบื่อ สีมีความเกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึก การเลือกสีเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าควรนำอิทธิพลของสี และความรู้เรื่องทฤษฎีสีมาใช้ควบคู่การพิจารณาเพื่อให้เสื้อผ้าดังกล่าวมีความสวยงาม เสริมบุคลิกของผู้สวมใส่ ทำให้เป็นที่ประทับใจของผู้พบเห็น ซึ่งเจียมจิต (2546) กล่าวถึงหลักเกณฑ์เกี่ยวกับสีที่ใช้บนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) แฟชั่นคัลเลอร์ (Fashion Color) หมายถึง สมัยนิยมของสี งานออกแบบเสื้อผ้าไม่นิยมนำสีเบ้อต้นมาใช้กับเสื้อผ้า สีเบ้อต้นได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน สีเขียว สีส้ม และสีม่วงเท่านั้น ดังนั้นควรนำสีที่ลดค่าความเข้ม หรือเพิ่มความเข้มของสีมาใช้จะทำให้เสื้อผ้ามีความงามยิ่งขึ้น

2) สเตเบิลคัลเลอร์ (Staple Color) หมายถึง สีใดๆก็ตาม ที่ใช้ร่วมกับสีอื่นๆ แล้วเกิดความผสมผสานไปกันได้เสมอ (Staple Color) ของประเทศเขตนาว คือ สีดำ สีน้ำตาลปนดำ และสีกรมท่า (Staple Color) ของประเทศเขตร้อน คือ สีขาวและสีครีม

3) แฟลร์คัลเลอร์ (Flair Color) หมายถึง สีใดๆ ที่ทำหน้าที่เน้นหรือตัดเส้น

4) แฟลร์แอกเซสเซอรี (Flair Accessories) หมายถึง ผ้าพันคอ คอปก ขอบปลายแขน เข็มขัด เครื่องประดับ หมวก ทำหน้าที่เน้นให้เกิดจุดเด่นในเสื้อผ้า



5) สแตนดาร์ดแอกเซสเซอรี่ (Standard Accessories) หมายถึง รองเท้า กระเป๋า ถุงมือ ถ้าทั้ง 3 สิ่ง ทำจากวัสดุชิ้นเดียวกัน ที่เรียกว่า ยูนิค (Unit) ของทั้ง 3 สิ่งไม่จำเป็นต้อง ทำจากวัสดุชนิดเดียวกันเสมอไป แต่ถ้าใช้รองเท้า กระเป๋า เป็นสเตเปิ้ลคัลเลอร์ (Staple Color) จะ สามารถใช้ได้กับผ้าทุกประเภท

6) เพอร์ซันนอลลิตี้ (Personality Area) หมายถึง บริเวณทั้งหมดซึ่งรวมถึง ศรีษะและลำคอ เป็นบริเวณที่ควรเน้นให้เกิดจุดเด่นบนเสื้อผ้า

7) รีเลตเตดคัลเลอร์ (Related Color) หมายถึง สีร่วม เช่น สีม่วง สีส้มกับสีแดง เป็นสีร่วม สีม่วงกับสีเขียว มีสีน้ำเงินเป็นสีร่วม

8) อันรีเลตเตดคัลเลอร์ (Unrelated Color) หมายถึง สีสองสี ที่ไม่มีสีร่วมกัน เช่น สีเหลืองกับสีม่วงไม่มีสีร่วม สีเขียวกับสีแดงไม่มีสีร่วม

9) การใช้สีใกล้เคียงหรือสีกลมกลืน (Harmony) คือ การเลือกใช้สีในวรรณะ เดียวกันแต่สีต่างกัน เช่น เลือกใช้วรรณะสีเขียว สีน้ำเงินคู่กับสีฟ้าเป็นต้น หรืออาจจะเลือกใช้สีที่ ใกล้เคียงกันในวงจรสีกี้ได้ เช่น สีเขียวกับสีเหลืองเป็นต้น การใช้สีกลมกลืนมักนิยมใช้สีสว่างมากกว่าสี มืด พื้นที่ส่วนใหญ่เราสามารถนำสองสีมาใช้คู่กันได้ในปริมาณ 50 : 50 % แบบเสื้อที่ใช้สีกลมกลืนให้ ความรู้สึกสบายตา

10) การใช้สีตรงข้ามหรือสีตัดกัน (Contrast) แบบเสื้อที่ใช้สีตรงกันข้ามจะ สวยงาม ต้องนำมาใช้ให้เกิดสัดส่วน ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีดังนี้ การใช้สีตรงกันข้ามเท่ากันในเสื้อผ้า ย่อมทำให้เสื้อผ้าไม่สวย ต้องใช้สีใดสีหนึ่งมีจำนวนมาก อีกสีหนึ่งจำนวนน้อย ในอัตราส่วน 20 : 80 % ถ้าต้องการใช้สีตัดกันสองสี ในเนื้อที่จำนวนเท่ากันคือ 50 : 50 % ก็ใช้ได้ โดยลดค่าความเข้มของสีใด สีหนึ่งลง เช่น แทนที่จะใช้สีเขียวกับสีแดง ให้ลดความเข้มของสีแดงลงมา ใช้สีเขียวกับสีชมพู หรือการ ระบายสีถ้าจะใช้สีเขียวกับสีแดง เราอาจลดความสดใสของสีเขียวได้ โดยการนำสีแดงมาผสมลงบนสี เขียวนิดหน่อย ส่วนการใช้สีตรงข้ามกันสองสี ในแบบเสื้อผ้าอาจทำให้ดูบาดตา แก่ไขโดยใช้สีดำหรือสี เข้มอื่นๆ มาขึ้นกลางระหว่างสองสีทำให้ดูสวยงาม

11) การใช้สีให้เหมาะกับฤดูกาล (Season) คือต้องเลือกใช้สีให้เหมาะกับ สิ่งแวดล้อมในฤดูนั้น เช่น ฤดูร้อน สิ่งแวดล้อมมักเป็นสีอ่อน ทำให้เกิดความรู้สึกแห้งแล้ง สีของเครื่อง แต่งกายควรเป็นสีเย็นและทำให้รู้สึกสดชื่น เช่น สีเขียวใบไม้อ่อน สีคราม สีเขียวปนเหลือง ถ้าในฤดู หนาวให้เลือกใช้ผ้าสีอ่อน เช่น สีน้ำตาลแก่ ดำ แดงเข้ม เป็นต้น

12) การเลือกใช้สีให้เหมาะกับเวลาและโอกาส (Occasion) การเลือกใช้สีให้ เหมาะสมกับเวลาและโอกาส ไม่มีกฎตายตัว แต่จะขอยกตัวอย่างการใช้อย่างถูกต้อง และเหมาะสม เช่น สีน้ำเงิน สีกรมท่า เหมาะกับชุดทำงาน หรือชุดพิธีการ สีเหลือง เหลืองแกมเขียว สีชมพู เหมาะ กับชุดในโอกาสพักผ่อน สีส้ม สีเหลือง สีแดงชาด เหมาะกับโอกาสพบปะสังสรรค์ ความสนุกรื่นเริง สีหางนกยูง น้ำเงินแกมเขียว เมื่อได้รับเชิญเป็นเกียรติ สีส้ม สีเหลือง เมื่อไปเที่ยวทางเรือ สีน้ำเงิน สีแดงชาด เมื่อไปเที่ยวทางบก ชุดใส่ไปทำงานควรใช้สีสุภาพ สีอ่อนสดใส ถ้าเป็นสีเข้มควรเป็นสีเข้มที่ ถูกลดค่าให้หม่นลง ชุดใส่ไปงานกลางคืน ควรใช้สีสด สีเข้ม สีใสๆ การใช้สีหม่นในเวลากลางคืนไม่ เหมาะสม เพราะจะทำให้รู้สึกหดหู่ ยกเว้นในโอกาสที่เป็นพิธีการที่ไม่ใช่งานรื่นเริง

13) การใช้สีให้เหมาะสมกับรูปร่าง (Physical) รูปร่างอ้วนเตี้ย ผิวดำและผิวขาว ผิวดำควรเลือกใช้สีค่อนข้างสว่าง เป็นกลางและสีเข้ม ถ้าจะใช้สีสดใสควรใช้สีประมาณ 10 - 30 % บนผ้าสีอ่อน สว่างหรือขาวประมาณ 30 - 40 % เหตุผลเพราะพื้นที่สีอ่อนจะสะท้อนสีผิวออกมา ปีบตัวสีเข้มให้ดูหดตัวลง จะพรางตัวให้ดูผอม ผิวขาวใช้ได้เกือบทุกสี ทั้งสีสด สีเข้ม สีหม่น ส่วนสีอ่อน สว่าง ควรใช้ปริมาณน้อย เพราะจะทำให้ดูอ้วนขึ้น รูปร่างท้วม สูง ผิวดำ และผิวขาว ผิวดำควรใช้สี กลางๆ ไม่ใช้สีสด หรือสีเข้มมากเกินไป ถ้าจะใช้สีสด หรือสีอ่อนสดใสมาผสม ควรใช้ปริมาณ 10 - 30 % สีขาวใช้ได้ทุกสีไม่จำกัด รูปร่างเล็ก ผิวดำ และผิวขาว ผิวดำควรใช้สีกลาง สีสว่าง ถ้าจะใช้สีสด หรือสีอ่อนสดใสมาผสม ควรใช้ปริมาณ 10 - 30 % ผิวขาวใช้ได้ทุกสีไม่จำกัด รูปร่างผอม สูง ผิวดำ และผิวขาว ควรใช้สีอ่อน สีกลาง ถ้าใช้สีสด สีอ่อนประมาณ 10 - 30 % ดูผิวขาวใช้ได้ทุกสีไม่จำกัด

14) การใช้สีให้เหมาะสมกับวัย (Ages) วัยเด็ก 12 ขวบ สีที่เหมาะสมคือสีอ่อน สีสดใส สีสะอาดตา ถ้าต้องการใช้สีที่ตัดกัน ควรใช้ประมาณ 20 - 40 % และควรใช้สีสดใสที่ คล้ายคลึงธรรมชาติ เช่น สีฟ้า สีน้ำทะเล สีของดอกไม้ใบหญ้าต่างๆ วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความคิดเป็น อิสระ ไม่ชอบกฎเกณฑ์ มีอารมณ์อ่อนไหวง่าย ชอบง่ายเบื่อเร็ว มีความเพ้อฝัน ชอบเลียนแบบ ชอบแต่งตัวตามแฟชั่น เพื่อให้เกิดจุดเด่น ควรเลือกใช้สีสดใสที่อยู่ในแฟชั่น รูปแบบสะดุดตาตามสมัย นิยม วัยหนุ่มสาววัยทำงาน สามารถใช้สีได้อย่างกว้างขวางตั้งแต่สีสดใสอย่างวัยรุ่น หรือสีหม่น สีเข้ม สีสด โดยการนำไปใช้ จะดูจากโอกาสการใช้สอยว่าไปใช้อะไร และเข้ากับผิว เสริมสร้างบุคลิกภาพ วัยผู้สูงอายุในสมัยก่อน แฟชั่นของผู้สูงอายุมักไม่มีสี เช่น ขาว ดำ น้ำตาล เทา เป็นต้น แต่ในปัจจุบัน แฟชั่นผู้สูงอายุจะใช้สีเข้มขรึมแบบดั้งเดิม และใช้สีสดใส สีเข้ม สีหม่น มีแฟชั่นสีสันสวยงามขึ้น เพื่อให้ ผู้สูงอายุดูสดชื่นขึ้น ซึ่งในปัจจุบันผู้สูงอายุจะมีตำแหน่งหน้าที่การงานในระดับผู้บริหาร การออกแบบ เครื่องแต่งกายผู้สูงอายุจะเน้นรูปแบบเรียบ มีการตกแต่งเล็กน้อย เพื่อให้มีความสง่างามสมวัย เครื่องแต่งกายมีฝีมือการตัดเย็บที่ปราณีต

2.3.1.4 รูปร่าง (Shape) คือ รูปร่างๆ มี 2 มิติ มีความกว้างกับความยาว ไม่มีความหนา เกิดจากเส้นรอบนอกที่แสดงพื้นที่ขอบเขต ของรูปต่างๆ เช่น รูปวงกลม รูปสามเหลี่ยมหรือ รูปอิสระ ที่แสดงเนื้อที่ของผิวที่เป็นระนาบมากกว่าแสดงปริมาตรหรือมวล (สาวตรี และศศิธร, 2552) ซึ่งแบ่ง ลักษณะของรูปร่างไว้ดังนี้

1) รูปร่างเกิดตามแนวระนาบ (Plane) หมายถึง รูปตามแนวนอนในระบบสอง มิติ เมื่อเปรียบเทียบกับรูปร่างอื่นที่อยู่ข้างเคียงทำให้เกิดจินตนาการของสองมิติที่สามได้

2) รูปร่างที่มีมิติปริมาตร (Volume) คือ การที่นักออกแบบเขียนภาพสามมิติโดยใช้แสงและเงาช่วยให้เกิดจินตนาการเห็นเป็นรูปนูน

3) รูปร่างเรขาคณิต (Geometries Shape) เป็นรูปร่างที่วัดขนาดได้แน่นอนตาม หลักเรขาคณิต เช่น รูปสามเหลี่ยม สีเหลี่ยมและวงกลม

4) รูปร่างแนวตรง (Rectilinear Shape) คือ รูปร่างซึ่งมีแนวขอบเป็นเส้นตรง ทั้งหมด

5) รูปร่างอิสระ (Biomorplanic Shape) คือ ลักษณะแบบที่มีรูปร่างไม่แน่นอน ผันแปรได้

6) รูปร่างลูกบาศก์ (Cubic) คือ การออกแบบที่ใช้รูปเรขาคณิตสองมิติ นักออกแบบมืออิสระที่จะเลือกใช้คุณสมบัติที่หลากหลายเหล่านี้มาใช้ประโยชน์ในการตกแต่งพื้นผิวของสิ่งทอ โดยเลือกใช้เทคนิค และสีที่เหมาะสม

2.3.1.5 รูปทรง (Form) คือ ส่วนที่เป็นรูปธรรมชาติของงานศิลปะ รูปทรงเป็นตัวการสำคัญที่สื่อความหมายจากผู้สร้างงานไปสู่ผู้ดู และตัวรูปทรงเพียงส่วนเดียวก็สามารถสื่อความหมายได้อย่างสมบูรณ์ รูปทรงจึงมีความสำคัญที่สุด รูปทรง คือแหล่งที่สำคัญของการออกแบบ กล่าวคือมนุษย์ได้ธรรมชาติเป็นแรงบันดาลใจและเป็นต้นแบบในการทำงาน บางครั้งรูปทรงที่นักออกแบบคิด อาจถูกจำกัดหรือถูกกำหนดจากรูปทรงของวัสดุที่เหลือนำมาใช้งาน อันมีผลต่อการเกิดรูปทรงที่สร้างขึ้น แต่อย่างไรก็ดีแหล่งที่มาและเงื่อนไขต่างๆ ที่เป็นเพียงจุดเริ่มต้นของความคิดในการออกแบบรูปทรงเท่านั้น การแปรเปลี่ยนหรือการพัฒนาขั้นต่อไปเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่ต้องคิดค้น ไปในแนวทางเฉพาะที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการพบเห็น และสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การออกแบบรูปทรง จะนำองค์ประกอบของการออกแบบ (Elements of Design) ได้แก่ เส้น สี พื้นผิว เป็นต้น มาจัดรวมกันเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดรูปทรง งานศิลปะ โดยใช้หลักการออกแบบ (Principles of Design) นักออกแบบจะเลือกใช้ระดับความสัมพันธ์ การสร้างองค์ประกอบ ซึ่งจำแนกได้เป็น 3 ระดับ ตั้งแต่ระดับที่สร้างให้มีความเหมือน (Identical) โดยใช้หลักการออกแบบ ชนิดการทำซ้ำหรือความสมดุล ต่อมาเป็นระดับที่ก่อให้เกิดความคล้ายคลึง (Similar) โดยใช้หลักการออกแบบที่สร้างให้เกิดความกลมกลืน (Harmony) หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงไปที่ละขั้น (Gradation) จนถึงระดับสุดท้าย คือการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบให้เกิดความคิดที่แตกต่างอย่างสิ้นเชิง (Totally Different) โดยใช้หลักการสร้างความขัดแย้ง (Contrast-Discord) นักออกแบบจะเป็นผู้พิจารณาเลือกใช้ความสัมพันธ์แต่ละระดับให้เหมาะสมกับลักษณะงาน ซึ่งมีการจำแนก รูปทรงไว้ 3 ประเภท ดังนี้

1) รูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้นมาตามกฎเกณฑ์ทางคณิตศาสตร์ มีลักษณะตายตัว ได้แก่ รูปทรงกลม รูปทรงสี่เหลี่ยม เป็นต้น มักปรากฏให้เห็นตามสิ่งต่างๆ เช่น อาคาร เครื่องเรือน เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ ในงานออกแบบอุตสาหกรรมมักใช้รูปเรขาคณิต เนื่องจากเป็นรูปทรงที่มีลักษณะสมดุลช่วยให้สะดวกต่อการทำงาน

2) รูปทรงธรรมชาติ (Natural form) เป็นรูปทรงที่เลียนแบบสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ อันได้แก่ สิ่งที่มีชีวิตและสิ่งที่ไม่มีชีวิต รูปทรงของสิ่งเหล่านี้จะให้ความรู้สึกทางความเป็นจริง เช่น การนำเอาเส้นโค้งอ่อนช้อยเกี่ยวพันกันของเถาไม้ แมลง นก มาใช้ในงานออกแบบลวดลายประดับหรือตกแต่งภายใน เป็นต้น จะพบงานออกแบบที่ใช้ธรรมชาติได้น้อยกว่ารูปทรงอย่างอื่น เนื่องจากมีความยุ่งยากต่อการผลิตด้วยเครื่องมือเครื่องจักรในระบบอุตสาหกรรม

3) รูปทรงอิสระ (Free form) เป็นรูปทรงที่ไม่มีโครงสร้างแน่นอนตายตัวเกิดขึ้นอย่างอิสระ อาจเกิดจากการนำรูปทรงธรรมชาติมาทำการบิดเบือนหรือเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะที่เคลื่อนไหว รูปทรงอิสระนี้มีลักษณะกลมกลืนกับรูปทรงธรรมชาติ แต่มีลักษณะขัดแย้งกับรูปทรงเรขาคณิต

2.3.1.6 ลักษณะผิว (Texture) วัตถุแต่ละชนิดจะมีพื้นผิวภายนอกแตกต่างกัน วัตถุบางชนิดมีผิวหยาบด้าน ขรุขระ บางชนิดมีผิวเรียบ เป็นมันวาว ลักษณะผิวต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เกิด

ความรู้สึกทางกายสัมผัสและจักขุสัมผัส ดังนั้น การเลือกใช้หรือการตกแต่งพื้นผิวอย่างถูกต้องและเหมาะสมจะช่วยให้ศิลปกรรมนั้นๆ มีคุณค่าทางสุนทรียภาพและคุณค่าด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดีขึ้น นอกจากนี้ลักษณะผิวให้ความรู้สึกเกี่ยวกับน้ำหนักได้ เช่น ผิวหยาบ ขรุขระ จะให้ความรู้สึกเรียกว่าผิวเรียบเป็นมันสะท้อนจะให้ความรู้สึกน่าสนใจกว่าผิวหยาบ ลักษณะผิวช่วยให้ความรู้สึกเกี่ยวกับความสะดวกสบายและความปลอดภัย เช่น ผิวเรียบในสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ จะทำให้รู้สึกน่าใช้และปลอดภัยกว่าผิวหยาบ

2.3.1.7 บริเวณที่ว่าง (Space) พื้นที่ว่าง หมายถึง บริเวณว่างโดยรอบวัตถุ (Object) เรียก พื้นที่ว่างทางลบ (Negative Space) และบริเวณว่างของตัววัตถุเรียกว่า พื้นที่ว่างทางบวก (Positive Space) ในการออกแบบต่างๆ จะต้องคำนึงถึงว่าระยะ ให้ความสัมพันธ์กัน ในการออกแบบประเภท 2 มิติ จะต้องกำหนดกรอบพื้นที่ (Space Frame) เป็นรูปสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม วงกลม หรือรูปร่างอิสระก่อน แล้วจึงจะสร้างรูปร่าง รูปทรงตามที่ต้องการลงในกรอบพื้นที่อีกครั้ง

2.3.2 การออกแบบลวดลายผ้า การออกแบบลวดลายเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หรือการปรับปรุงของเก่าที่มีอยู่ให้เกิดการออกแบบที่สร้างสรรค์ลวดลายให้ปรากฏเป็นแบบในลักษณะลวดลายมีความแปลกใหม่ยิ่งขึ้น การสร้างสรรค์สิ่งใหม่หรือการปรับปรุงสิ่งเก่าที่เป็นของเดิมให้เกิดเป็นลวดลายที่น่าสนใจแปลกใหม่จะเกิดขึ้นโดยอาศัยประสบการณ์จากสิ่งที่พบเห็นในเรื่องของรูปแบบลวดลายที่ปรากฏ จากอดีตพบว่าลวดลายก่อนประวัติศาสตร์ เป็นลวดลายที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ มีการบันทึกบนผนังถ้ำหรือผืนผ้าต่างๆ ลวดลายที่พบเกิดจากการใช้วัสดุต่างๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น ใบไม้ กิ่งไม้ เถาวัลย์ เปลือกไม้ เปลือกหอย ฯลฯ ต่อมามนุษย์ได้เริ่มมีวิวัฒนาการจากชีวิตแบบเดิมมีการเปลี่ยนแปลงความเป็นอยู่ สังคม รวมทั้งสภาพแวดล้อม อิทธิพล ความเชื่อ ศาสนา เศรษฐกิจ การได้รับรู้ข่าวสาร และความก้าวหน้าพาไปสู่การเปลี่ยนแปลง สิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อการสร้างสรรค์การออกแบบลวดลาย ซึ่งมีผู้ให้ความหมายของการออกแบบได้ดังนี้

อ้อยทิพย์ (2545) กล่าวว่า การออกแบบลวดลาย หมายถึง การจัดระบบความคิดผ่านกระบวนการสร้างสรรค์เป็นลวดลายต่างๆ โดยอาศัยองค์ประกอบโดยการออกแบบประยุกต์ให้เข้ากับวัสดุ เทคนิควิธีการ และรูปแบบของงานที่จะออกแบบอย่างมีชั้นเชิง

พินาลี (2549) ได้ให้ความหมาย การออกแบบลวดลาย คือ การกำหนดความนึกคิด ด้วยจุด เส้น รูปร่าง รูปทรง และสี เพื่อสร้างสรรค์ผลงานประกอบการสร้างผลงานประเภทต่างๆ หรือหมายถึง การนำองค์ประกอบในการสร้างสรรค์ให้เกิดรูปแบบที่แปลกใหม่ ตามสมัยนิยมสอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย สำหรับการสร้างงานออกแบบลายผ้า ผู้สร้างงานออกแบบลายผ้าตามลำดับขั้นตอนก่อนหรือหลัง จะได้ผลงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้ใช้ประโยชน์จากลวดลายผ้า นำมาซึ่งความสำเร็จต่อการจัดจำหน่าย บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบลายผ้า จะต้องคำนึงถึงเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบลวดลายผ้า เพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจหาแนวทางในการออกแบบลวดลายตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ก่อนตัดสินใจออกแบบลายผ้า เช่น ศึกษาหน้าที่ใช้สอย แล้วเริ่มรวบรวมข้อมูลและมั่นใจได้ว่าเป็นข้อมูลที่เป็นจริง การออกแบบลายผ้าแบ่งได้เป็นสองชนิดใหญ่ๆ คือ ลวดลายตกแต่ง (Decorative Design) ใช้ในการออกแบบลายพิมพ์ และลวดลายโครงสร้าง (Structural Design) ใช้ในการออกแบบผ้าทอ

Archer, Bruce (1979) ให้ความหมายของการออกแบบเป็นสาขาวิชาที่เกี่ยวกับประสบการณ์ ความชำนาญ และความรู้อย่างลึกซึ้งซึ่งสะท้อนถึงความเอาใจใส่ต่อการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมให้เป็นไปตามความต้องการทางด้านวัตถุ และจิตใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับการจัดเรียง การจัดองค์ประกอบ ความหมาย คุณค่า และจุดประสงค์ในเงื่อนไขที่มนุษย์กำหนดขึ้น

คมสัน และคณะ (2551) กล่าวว่า การออกแบบ หมายถึง การกำหนดความนึกคิดตามความต้องการที่จะแสดงออก ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และรู้จักปรับปรุงแก้ไขสิ่งเดิมที่มีอยู่ ให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย และการปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย

ประเสริฐ (2538) ให้ความหมายการออกแบบลวดลายเป็นศิลปะประยุกต์แขนงหนึ่งที่สร้างสรรค์องค์ประกอบทางศิลปะให้ปรากฏเป็นรูปแบบในลักษณะลวดลาย เพื่อเสริมแต่งโครงสร้างสิ่งต่างๆ ให้มีคุณค่ายิ่งขึ้นกว่าเดิมที่มีอยู่

**2.3.3 หลักศิลปะและการออกแบบ (Principles of Design)** เป็นการถ่ายทอดแรงบันดาลใจลงบนผลงานการออกแบบ พีรยา (2553) ได้แบ่งหลักพื้นฐานในการออกแบบ คือ ความเป็นหน่วยหรือเอกภาพ ความสมดุล และความสัมพันธ์ทางศิลปะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.3.3.1 ความเป็นหน่วยหรือเอกภาพ (Unity) หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์ประกอบศิลปะทั้งด้านรูปลักษณะและด้านเนื้อหาเรื่องราว เป็นการประสานหรือจัดระเบียบของส่วนงานต่างๆ ให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียว เพื่อผลรวมอันไม่อาจแบ่งแยกส่วนใดส่วนหนึ่งได้

1) การซ้ำ (Repetition) คือ การออกแบบรูปทรงที่เหมือนกัน รวมทั้งรูปแบบลวดลายหรือสีเส้นเป็นชุดเดียวกัน ได้แบ่งการซ้ำออกเป็น 4 รูปแบบดังนี้

1.1) การซ้ำแบบเหมือนกัน เป็นการซ้ำขององค์ประกอบที่มีขนาดน้ำหนักหรือลักษณะเรียงต่อเนื่องกันไป

1.2) การซ้ำแบบลดหลั่น เป็นการซ้ำขององค์ประกอบที่มีขนาดน้ำหนัก หรือลักษณะแตกต่างกันเรียงจากมากไปน้อย หรือจากน้อยไปมาก

1.3) การซ้ำเป็นจังหวะ เป็นการซ้ำของชุดองค์ประกอบที่มีลักษณะเหมือนกันเรียงต่อเนื่องกันไป ซึ่งภายในชุดองค์ประกอบ 1 ชุดนี้จะประกอบไปด้วยหน่วยย่อยที่มีขนาดน้ำหนักหรือลักษณะแตกต่าง

1.4) การซ้ำแบบไม่เป็นจังหวะ เป็นการซ้ำของชุดองค์ประกอบลักษณะหนึ่งๆ อย่างอิสระ ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยแน่นอน

2) การออกแบบหลากหลาย (Variety) คือ การออกแบบรูปทรงคล้องจองกันเป็นลักษณะการแปรเปลี่ยนจากการซ้ำกัน ที่ทำให้เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย จึงสามารถออกแบบให้เกิดความหลากหลายที่คล้ายคลึงกันแต่ไม่เหมือนกัน ใช้รูปร่างหลากหลาย ดูแล้วทำให้ลดความน่าเบื่อลงได้

2.3.3.2 สมดุลในลักษณะเท่ากัน (Symmetry Balance) คือ ลวดลายหรือรูปทรงที่มีความแตกต่างกันทั้งสองด้านซ้ายขวา หรือที่เรียก สมมาตร

2.3.3.3 สมดุลในลักษณะไม่เท่ากัน (Asymmetry Balance) คือ ลวดลายหรือรูปทรงที่ดูแล้วไม่เท่ากันหรือไม่เหมือนกันทั้งซ้ายและขวา ที่เรียกว่า อสมมาตร การสมดุลในลักษณะแบบนี้ ถึงแม้ว่าจะไม่เท่ากันในด้านขนาด รูปร่าง มวล ในทางการออกแบบสามารถทำให้ดูแล้วเกิดความ

สมดุลได้ในความรู้สึกด้วยน้ำหนัก เส้น สี หรือ ชาติอื่นๆ โดยไม่ดูโน้มเอียงไปด้านซ้ายหรือขวา ด้านบนหรือด้านล่าง การออกแบบในลักษณะนี้มีจุดประสงค์ในด้านความทันสมัย แปลกตาไม่จำเจดูแล้วไม่น่าเบื่อ โดยการใช้น้ำหนักของสี ซึ่งช่วยทำให้งานออกแบบดูแล้วไม่เอียงไปด้านใดด้านหนึ่งนั้น หมายถึงดูแล้วให้ความรู้สึกสมดุล

#### 2.3.3.4 ความสัมพันธ์ทางศิลปะ (Relativity of Arts)

1) ส่วนเด่นและส่วนรอง (Dominance and Subordination) หมายถึง การเน้นให้เกิดความโดดเด่นทางศิลปะ ดูแล้วเกิดความน่าสนใจ ประทับใจ แก่ผู้พบเห็น จุดเน้น อาจจะเป็นสี รูปทรง ลวดลาย หรือพื้นผิวของผลงาน ในการเน้นจุดเด่นควรมีตำแหน่งไม่กระจายทั่วทั้งตัวผลงาน เพราะถ้าจุดเด่นเกินขึ้นทั่วไปเหมือนๆ กัน จะกลายเป็นความกลมกลืนทันที ควรมีตำแหน่งอื่น จะช่วยให้เกิดความลดหลั่นทางผลงานการออกแบบ ดูแล้วเกิดความนุ่มนวล

2) จังหวะลีลา (Rhythm) หมายถึง ความสัมพันธ์ในทางความรู้สึกเคลื่อนไหว ในระยะความถี่ ความห่าง ของสัดส่วนช่องว่าง เป็นการรวมเอาการซ้ำของธาตุ (Visual Element) เข้าด้วยกันอย่างสมบูรณ์ มีจังหวะที่ลงตัวพอดีแล้วเกิดความรู้สึกไม่เบื่อ จังหวะลีลามีอยู่ 3 ลักษณะ คือ จังหวะที่ซ้อนกัน จังหวะที่สลับกัน และจังหวะที่ต่อเนื่อง

3) ความแตกต่าง (Contrast) ความประสงค์ของนักออกแบบที่ต้องการจะออกแบบให้เกิดความขัดแย้งในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของส่วนต่างๆ ในตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อแก้ปัญหา ความซ้ำซาก จำเจ ที่ก่อให้เกิดความเบื่อหน่าย ความแตกต่างจะช่วยให้เกิดความแปลกใหม่ตื่นตื้นเร้าใจ

4) ความกลมกลืน (Harmony) หมายถึง ความเหมาะสมพอดีเข้ากันได้ดีโดยไม่ขัดเขินหรือขัดตา

**2.3.4 การต่อลวดลาย** การต่อลวดลายมีลักษณะการต่อหลายลักษณะด้วยกันขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบจะเลือกใช้ลักษณะใด โสภมวดี, (2553) ได้อธิบายรายละเอียดของแต่ละลักษณะไว้ดังนี้

2.3.4.1 การต่อลายในลักษณะสี่เหลี่ยม เริ่มต้นด้วยการสร้างสี่เหลี่ยมให้มีขนาดเท่าๆ กัน จะเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัสหรือด้านเท่าก็ได้ เริ่มต้นด้วยการเขียนเป็นตาราง แล้วเขียนลวดลายลงในช่องสี่เหลี่ยมนั้นๆ ลายจากรูปสี่เหลี่ยมเป็นสิ่งที่เห็นได้ชัด เนื่องจากนักออกแบบสามารถสร้างลวดลายลงไปบนสี่เหลี่ยมนั้นแล้วนำรูปสี่เหลี่ยมเหล่านั้นมาเรียงต่อกันในแนวนอนและแนวตั้งก็สามารถเกิดลวดลายได้ไม่มีที่สิ้นสุด ถือเป็นหลักฐานขั้นพื้นฐานในการออกแบบลายผ้า โดยให้รูปสี่เหลี่ยมหนึ่งรูปเป็นหนึ่งหน่วยของลายผ้า

2.3.4.2 การต่อลายในลักษณะการเรียงอิฐแนวนอน และแนวตั้ง การต่อลวดลายในลักษณะแบบนี้เป็นแบบการเรียงอิฐ มีหลักเกี่ยวเนื่องมาจากการต่อลายรูปสี่เหลี่ยม มีการเปลี่ยนแปลงง่าย มีโครงสร้างจากการขีดเส้นเป็นตาราง ตามแนวนอนจะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า หรือสี่เหลี่ยมจัตุรัสก็ได้ เป็นการเรียงสลับระหว่างแถวที่ 1 กับแถวที่ 2 คือ แถวที่ 1 จะเป็นเสมือนหลัก แถวที่ 2 จะเรียงสลับกับแนวที่ 1 โดยใช้เส้นแบ่งครึ่งของสี่เหลี่ยมในแถวที่ 1 ที่เป็นหลักอยู่แล้ว ส่วนแถวที่ 3 ทำเช่นเดียวกับแถวที่ 1 ส่วนแถวที่ 4 ทำเช่นเดียวกับแถวที่ 2 สลับกันดังนี้เรื่อยๆ จะทำให้เกิดลวดลายที่แปลก ลักษณะการจัดวางนี้ สามารถจะใช้เรียงสลับแนวตั้งได้ เรียกว่า Half-Drop คือ เรียงกันแล้วแต่มีการลดระดับครึ่งหนึ่ง ลวดลายที่ลดระดับนี้ เมื่อต่อลายสมบูรณ์ จะมองเห็นเป็นแนวเส้นเฉียงหรือเส้นทแยงมุม

2.3.4.3 การต่อลายในลักษณะเหลี่ยมเพชร หรือสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน เกิดจากการสร้างสี่เหลี่ยมจัตุรัสเรียงกันลักษณะเฉียงตามแนวเส้นทแยงมุมขนานกันไป สี่เหลี่ยมจัตุรัสจะเอียง 45 องศา หรือวิธีการเรียงอิฐมาใช้โดยการตีเส้นระหว่างมุมตรงกันข้ามให้ขนานกันเรื่อยไป จะเกิดรูปสี่เหลี่ยมเพชร หรือสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนขึ้น เมื่อใส่ลวดลายบรรจุลงในสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนนี้ และนำมาเรียงกันจะดูเป็นแนวตรง หรือแนวเฉียงก็ได้

2.3.4.4 การต่อลายในลักษณะสามเหลี่ยมนี้เกิดจากการแบ่งสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน คือ ลากเส้นทแยงมุมของสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน ลวดลายที่บรรจุในรูปสามเหลี่ยมนำมาเรียงต่อกัน ได้เป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส สี่เหลี่ยมผืนผ้า หกเหลี่ยม แปดเหลี่ยม แม้กระทั่งวงกลม เริ่มต้นด้วยการสร้างสี่เหลี่ยมจัตุรัส แล้วแบ่งภายในเป็นตารางสี่เหลี่ยมเท่าๆกัน จากนั้นลากเส้นระหว่างมุมของสี่เหลี่ยมเล็ก ก็จะได้สี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หรือเหลี่ยมเพชรจะลากเส้นทแยงมุมของสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนก็จะเกิดรูปสามเหลี่ยม 2 รูป ภายในสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน

2.3.4.5 การต่อลายในลักษณะลวดลายตาข่าย ที่มีลักษณะรีและป่องตรงกลางคล้ายคลื่น เป็นลักษณะการต่อเชื่อมจากสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน แต่ดัดแปลงด้านข้างให้โค้ง เมื่อเชื่อมต่อกันแล้ว จะเป็นรูปคล้ายลวดตาข่าย หัวและท้ายแหลม ตรงกลางป่อง วางอยู่ในแนวตั้ง หรือแนวนอน การใส่ลวดลายในโครงสร้างนี้จะได้ลักษณะของเส้นและสีที่ทำให้ลวดลายงดงาม มีความแปลกที่แตกต่างกัน

2.3.4.6 การต่อลายในลักษณะหกเหลี่ยม โครงสร้างนี้จะเริ่มโดยการสร้างสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน ต่อจากนั้นก็ลากเส้นเชื่อมเป็นหกเหลี่ยม หรืออาจจะสร้างโดยลากเส้นรัศมี จากศูนย์กลางของวงกลมให้มี 6 จุด ระยะห่างเท่าๆ กัน แล้วลากเส้นเชื่อมจุด จะได้รูปหกเหลี่ยมด้านเท่า แล้วให้ออกแบบลวดลายเข้าไปบรรจุในรูปหกเหลี่ยมระยะห่างเท่าๆกัน เชื่อมต่อกันระหว่างจุด เรียงเป็นแถวคล้ายรังผึ้ง บางทีดูเหมือนต่อลายในลักษณะสามเหลี่ยมก็ได้ ขึ้นอยู่กับการวางรูปลวดลาย และน้ำหนักร้อยกันที่บรรจุลงไป

2.3.4.7 การต่อลายในลักษณะรูปพัด เกิดจากโครงสร้างรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน การสร้างรูปพัดนี้ต้องอาศัยส่วนของวงกลมด้านบนโค้ง ด้านล่างปลายแหลม หรือเกิดจากส่วนของวงกลมซ้อนกัน และส่วนที่ได้จากเส้นรอบวงมาติดกันเหมือนพัดที่คลี่ออก ลวดลายจะบรรจุลงในรูปพัด อาจต่างกันหรือซ้ำกันในแนวนอนหรือแนวตั้ง

## 2.4 กระบวนการมัดหมี่

การมัดหมี่ เป็นการทำให้ลวดลายของผืนผ้า โดยใช้วัสดุกันน้ำมัดกลุ่มเส้นฝ้ายเป็นลวดลายตามต้องการ ก่อนนำฝ้ายย้อมน้ำสี เมื่อแก้วัสดุกันน้ำออก จึงเกิดสีแตกต่างกัน ถ้าต้องการเพียง สองสีจะแก้วัสดุมัดฝ้ายเพียงครั้งเดียว หากต้องการหลายสีจะมีการแก้มัดวัสดุหลายครั้งก่อนมัดหมี่ ต้องค้นหมี่ก่อน โดยการนำเส้นฝ้ายพันรอบหลักหมี่ 1 คู่ นับจำนวนเส้นฝ้ายให้สัมพันธ์กับลายหมี่ที่จะมัด จากนั้นจึงทำการมัดหมี่กลุ่มเส้นฝ้ายในหลักหมี่ ตามลวดลายหมี่ที่ต้องการ เมื่อถอดฝ้ายมัดหมี่ออกจากหลักหมี่นำไปย้อมสี บิดให้หมาดแล้วจึงแก้ปมมัดหมี่ออก ทำให้เกิดลวดลายตรงที่แก้ปมออก นำฝ้ายที่แก้ปมมัดแล้ว พันรอบหลอดไม้ไผ่ เรียกว่า การปั่นหลอดร้อยหลอดฝ้ายตามลำดับก่อน-หลัง เก็บไว้อย่างดี



ระวางไม่ให้ถูกรบกวนจนเชือกร้อยขาด ฝ้ายมัดหมี่ในหลอดฝ้ายใช้เป็นเส้นพุ่งในการทอ (อรรถพล, 2551)

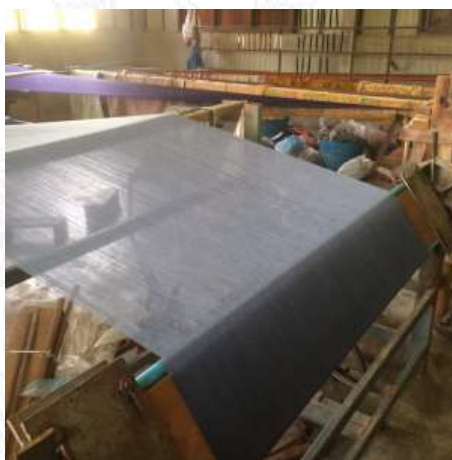
**2.4.1 การคั่นหมี่** เส้นฝ้ายมีไขฉาบโดยธรรมชาติ ก่อนนำมาใช้ต้องชุบน้ำให้เปียกทั่วอณูของเส้นฝ้าย โดยชุบน้ำแล้วทุบด้วยท่อนไม้ผิวเรียบ เรียกว่า การฆ่าฝ้าย ก่อนจะชุบฝ้ายหมาดน้ำในน้ำแป้งและตากให้แห้ง คล้องฝ้ายใส่กงแล้วถายเส้นฝ้ายไปพันรอบอักษ์ ตั้งอักษ์ถายเส้นฝ้ายพันรอบหลักหมี่ ซึ่งมีความกว้างสัมพันธ์กับความกว้างของพืมที่ใช้ทอผ้า นับจำนวนเส้นฝ้ายให้เป็นหมวดหมู่ แต่ละหมี่มีจำนวนเส้นฝ้ายสัมพันธ์กับลายหมี่ มัดหมวดหมู่ฝ้ายด้วยเชือกฟาง

#### 2.4.2 วิธีการคั่นหมี่

2.4.2.1 นำฝ้ายที่เตรียมมาแล้วมัดหลักหมี่ด้านล่างก่อน แล้วพันรอบหลักหมี่ไปเรื่อย เรียกว่าการก่อหมี่

2.4.2.2 การคั่นหมี่จะต้องคั่นจากล่างขึ้นบน หรือบนลงล่างจนกว่าจะครบจำนวนรอบที่ต้องการ ภาษาท้องถิ่นเรียกแต่ละจำนวนว่า ลูกหรือลำ ถ้าก่อหมี่ผูก ฝ้ายด้านขวาจึงต้องวนซ้ายมาขวาทุกครั้ง

2.4.2.3 ควรผูกฝ้ายไว้ทุกลูกด้วยสายแถม เพื่อไม่ให้หมี่พันกัน หรือหลุดออกจากกัน (ภาพที่ 2.4)



ภาพที่ 2.4 การคั่นหมี่

#### 2.4.3 วิธีการมัดหมี่

2.4.3.1 มัดกลุ่มฝ้ายแต่ละลูกหมี่ด้วยเชือกฟาง จนครบหลักหมี่ ทำเป็นเชิงผ้า

2.4.3.2 การเริ่มต้นลายมัดหมี่ อาจมัดจากด้านบนไล่เรียงลงด้านล่าง หรือมัดด้านล่างก่อน จึงไล่เรียงขึ้นด้านบน บางคนอาจเริ่มมัดจากตรงกลางก่อน จึงขยายออกไปเต็มหลักหมี่

2.4.3.3 เริ่มมัดปลายเชือกด้านหนึ่งกับลูกหมี่ก่อน จึงพันอีกปลายหนึ่งซ้อนทับกันให้แน่น เพื่อไม่ให้สีย้อมซึมเข้าข้อหมี่ เมื่อพันทับกันไปจนได้ความยาวตามลายหมี่แล้ว มัดปลายเชือกกับลูกหมี่ให้แน่นเช่นกัน โดยเหลือปลายเชือกไว้ เมื่อเวลาแก้ปอมัดจะทำได้ง่าย

2.4.3.4 เอาเชือกเส้นหนึ่งสอดเข้าไปในช่องหลักหมี่ข้างใดข้างหนึ่ง ผูกกลุ่มฝ้ายไว้เป็นวงไม่ให้หมี่ที่มัดลวดลายแล้วหลุดออกจากกัน และใช้เป็นหูหิ้วสำหรับจับเวลา้อม ถอดฝ้ายมัดหมี่ออกจากหลักหมี่ จากนั้นนำไปย้อมสีตามที่ต้องการ เมื่อย้อมสีเสร็จสิ้นแล้วจึงนำมาแกะปอมัดหมี่ (อรรถพล, 2551) (ภาพที่ 2.5)



ภาพที่ 2.5 การมัดหมี่

2.4.4 วิธีการแกะปอมัดหมี่ หมี่ที่มัดเสร็จเรียบร้อยแล้ว และถอดออกจากหลักหมี่แล้ว นำไปแช่น้ำให้เปียก บิดให้หมาด นำไปย้อมสีตามที่ต้องการ ล้างสีให้สะอาด จึงนำมาแกะปอมัดหมี่ พาดราวกระตุกให้เรียงเส้น ผึ่งให้แห้งได้ฝ้ายมัดหมี่ (ภาพที่ 2.6)



ภาพที่ 2.6 การแกะปอมัดหมี่

2.4.5 การปั่นหลอด นำฝ้ายมัดหมี่คล้องใส่กงซึ่งวางอยู่ระหว่างตีนกง 1 คู่ หมุนกงคล้ายฝ้ายออกจากกง พันเข้าหลอดไม้ไผ่เล็กๆ ที่เสียบแน่นอยู่กับเหล็กในของหลอดความยาวของหลอดไผ่สัมพันธ์

กันกับกระสวยทอผ้า เมื่อหมุนกงล้อไม้ไผ่ของหลาเหล็กใน และหลอดจะหมุนเอาเส้นฝ้ายจากกงพันรอบแอก (ภาพที่ 2.7)



ภาพที่ 2.7 การปั่นหลอด

2.4.6 การร้อยฝ้าย ร้อยหลอดฝ้ายที่ปั่นแล้ว ตามลำดับก่อนหลัง หากร้อยหลอดผิดลำดับหรือ เชือกร้อยหลอดขาดทำให้ลำดับฝ้ายผิดไป จะไม่สามารถทอเป็นลวดลายตามความต้องการได้ (อรรถพล, 2551) (ภาพที่ 2.8)



ภาพที่ 2.8 การร้อยฝ้าย

## 2.5 การทอผ้า

การทอผ้า ต้องอาศัยฝีมือและความรู้ความชำนาญของผู้ทอเป็นอย่างมาก เป็นงานศิลปะที่มีอยู่เพียงชิ้นเดียวในโลก เพราะแต่ละคนที่ทำแต่ละชิ้นตอน จะมีความแตกต่างกัน นอกจากนั้นแล้วความสามารถในการทอ การสอดกระสวย ความแรงในการตีกระทบทำให้ได้สีเข้มอ่อนต่างกัน การเรียงเส้นด้ายให้ตรงลายจะแสดงถึงความคมชัด และความชำนาญของผู้ทอแต่ละคน อากาศ อุณหภูมิ หรือแม้แต่อารมณ์ความรู้สึกของผู้ทอ สิ่งเหล่านี้มีผลกับความสวยงามของผืนผ้านั้นๆ จึงทำให้ผ้าทอมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเองและมีเพียงผืนเดียวในโลกเท่านั้น

ชาวบ้านยังใช้ กี่พื้นบ้าน เป็นเครื่องมือสำหรับการทอผ้า เพราะในระหว่างการทอจะต้องมีการเรียงจับลายของเส้นพุ่งอยู่ตลอดเวลา อุปกรณ์สำหรับทอผ้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

**2.5.1 โครงหูก หรือโครงกี** ประกอบด้วย 4 ต้น มีรางหูกหรือรางกี 4 ด้าน ทั้งด้านบน และด้านล่าง เสาคู่แต่ละด้านมีด้ายยึดติดกันเป็นแบบดั้งเดิมที่นิยมใช้กันมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน (ทองสุข, 2537) (ภาพที่ 2.9)



ภาพที่ 2.9 โครงหูก หรือโครงกี  
ที่มา: [www.sites.google.com](http://www.sites.google.com)

**2.5.2 ฟืม หรือฟืมหวี** มีฟืมเป็นซี่คล้ายหวี ใช้สำหรับสอดเส้นด้ายยืนเพื่อจัดเส้นด้ายให้อยู่ห่างกัน และใช้กระทบด้ายเส้นพุ่ง ให้สานขัดกับด้ายเส้นยืนที่อัดแน่นเป็นเนื้อผ้า ฟืมฟืมอาจจะทำด้วยไม้ เหล็ก หรือสแตนเลสก็ได้ มีหลายขนาด ขึ้นกับว่าผู้ใช้งานต้องการผ้ากว้างขนาดเท่าใด เช่น ฟืมอาจมี 35 - 50 หลบ หรือมากกว่านี้ แต่ละหลบมี 40 ช่องฟืม แต่ละช่องจะสอดเส้นด้ายยืน 2 เส้น ดังนั้นการทอผ้าครั้งหนึ่ง ๆ อาจจะใช้เส้นด้ายยืนประมาณ 2,800-4,000 เส้น ชาวบ้านจะนิยมใช้ฟืม 50 หรือ 60 (ทองสุข, 2537) (ภาพที่ 2.10)



ภาพที่ 2.10 ฟืม หรือพันหรี

ที่มา: [www.sites.google.com](http://www.sites.google.com)

**2.5.3 เขาหูก หรือตะกอ** คือ เชือกทำด้วยด้ายไนลอนที่ร้อยคล้องด้ายยืน เพื่อแบ่งเส้นด้ายเป็นหมวดหมู่ตามที่ต้องการเมื่อยกเขาหูก หรือตะกอขึ้น ก็จะดึงเส้นด้ายยืนเปิดเป็นช่องสามารถพุ่งกระสวยเข้าไปให้เส้นด้ายพุ่งสานขัดกับเส้นด้ายยืนได้ เวลาสอดเส้นด้ายยืนต้องสอดสลับกันไปเส้นหนึ่งเว้นเส้นหนึ่ง และมีเชือกผูกเขาหูกแขวนไว้กับโครงที่ด้านบนสามารถเลื่อนไปมาได้ ส่วนด้านล่างผูกเชือกติดกับคานเหยียบ เมื่อต้องการดึงแยกเส้นด้ายให้เป็นช่องจะใช้เท้าเหยียบที่คานเหยียบทำให้เขาหูกเลื่อนขึ้น-ลง เกิดเป็นช่องสำหรับใส่เส้นด้ายพุ่ง หากต้องการทอผ้าเป็นลายที่งดงาม จะต้องใช้ตะกอและคานเหยียบจำนวนหลายอัน วิธีการเก็บตะกอ หรือเก็บเขาจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของผ้า และลวดลายของผ้าที่จะทำ การทอผ้าของชาวบ้านส่วนใหญ่จะใช้แบบ 2 ตะกอ (ทองสุข, 2537) (ภาพที่ 2.11)



ภาพที่ 2.11 เขาหูก หรือตะกอ

ที่มา: [www.thaitechno.net](http://www.thaitechno.net)



**2.5.4 กระจสวย** ใช้บรรจุหลอดเส้นด้ายพุ่ง มีหลายแบบ อาจจะทำจากไม้ไผ่ ไม้เนื้อแข็ง หรือพลาสติกให้มีน้ำหนักพอประมาณจะได้ไม่พลิกเวลาพุ่งกระจสวย มีความลื่นและไม่มีเสียง ขนาดกว้างประมาณ 3 เซนติเมตร ยาวประมาณ 20 เซนติเมตร เจาะรูตรงกลาง ทำปลายทั้งสองด้านโค้งงอเล็กน้อย เพื่อให้ลอดผ่านด้ายยืนให้ง่ายขึ้น (ทองสุข, 2537) (ภาพที่ 2.12)



ภาพที่ 2.12 กระจสวย  
ที่มา: [www.masasom.com](http://www.masasom.com)

**2.5.5 ไม้หน้าหูก** คือ ไม้ที่อยู่ส่วนหน้าสุดของหูก สำหรับผูกขึงลูกตั้งทำด้วยไม้ไผ่ทั้งลำ

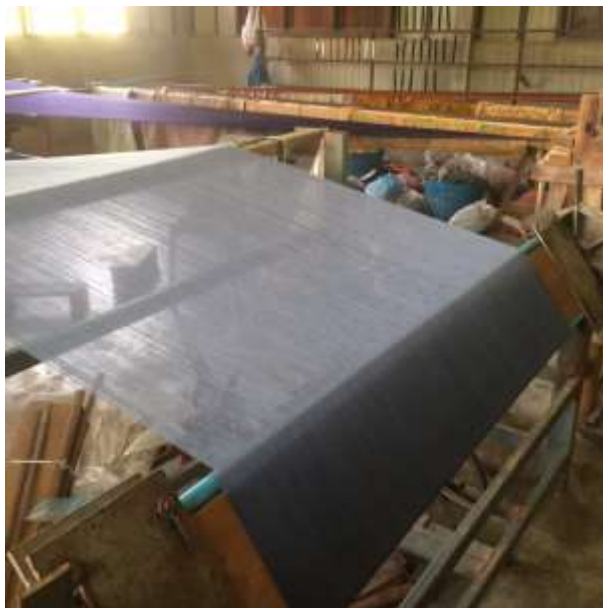
**2.5.6 ไม้รางหูก** คือ ไม้ที่พาดขวางโครงหูก ส่วนบนทำด้วยไม้ไผ่ทั้งลำ มี 3-4 ท่อน ใช้สำหรับผูกแขวนลูกตั้ง ไม้ข้างเขา และฟืม

**2.5.7 กระจดานม้วนหูก** เป็นไม้กระจดานที่ใช้สำหรับม้วนปลายด้านหนึ่งของเส้นด้ายยืน ซึ่งม้วนเก็บและจัดเส้นยืนให้เป็นระเบียบ นอกจากนี้ยังช่วยให้เส้นด้ายในหูกตึง โดยที่ปลายอีกด้านหนึ่งผูกติดหรือพันไว้กับม้วนผ้า

**2.5.8 ลูกตั้ง** คือ ไม้ที่สอดค้ำกระจดานม้วนหูก มี 2 ลูก ทำด้วยไม้เนื้อแข็ง ส่วนหัวของลูกตั้งเจ้าสำหรับแขวนไว้กับรางหูก และต้องผูกยึดติดลูกตั้งไว้กับไม้หน้าหูก เพื่อไม่ให้ไม้ลูกตั้งแกว่งไปมา

**2.5.9 ไม้ค้ำเขา หรือไม้ค้ำตะกอ** เป็นไม้ 2 อัน สำหรับแขวนเขาหูกหรือตะกอ ส่วนปลายทั้งสองด้าน จะเจาะรูผูกเชือกแขวนไว้กับไม้ที่พาดขวางรางหูก

**2.5.10 คานแขวน** เป็นไม้หาบหูก โดยสอดกับเชือกที่ผูกกับเขาด้านบน เพื่อให้หูกยึดติดกับกึ่ง โดยไม้หาบหูกจะมีอันเดียว ไม่ว่าจะใช้ฟืมที่มีเขา 2 เขา 3 เขา หรือ 4 เขา (ภาพที่ 2.13)



ภาพที่ 2.13 กระดานม้วนหูก

2.5.11 **ตีนพิมพ์** หรือตีนเหยียบ หรือคานเหยียบ คือ ไม้ 2-4 อัน ขึ้นกับจำนวนเขา หรือตะกอก โดยตีนเหยียบนี้จะผูกเชื่อมโยงกับเขาหูก เพื่อใช้สำหรับเหยียบดึงเขาหูก 2-4 ตับ ให้รั้งเส้นด้าย ยืนขึ้นหรือลงสลับกัน และเปิดช่องว่างให้กระสวยพุ่งผ่าน ตีนพิมพ์จะมีลักษณะกลม ยาวประมาณ 1.5-2 เมตร และจะวางขวางกับโครงหูก (ภาพที่ 2.14)



ภาพที่ 2.14 ตีนพิมพ์ หรือตีนเหยียบ หรือคานเหยียบ

2.5.12 **ไม้ม้วนผ้า หรือไม้พันผ้า หรือไม้ค้ำพัน** คือ ไม้ที่ใช้ผูกปลายด้านหนึ่งของฝ้ายยืน ซึ่งสอดผ่านฟันหวี แล้วใช้ผ้าด้ายที่ทอเป็นเนื้อผ้าแล้ว โดยส่วนใหญ่ไม้ม้วนผ้าทำด้วยไม้เหลี่ยมายาวประมาณ 120-180 เซนติเมตร

2.5.13 **บ่าก็** คือ ไม้ที่ใช้รองรับส่วนปลายสองด้านของไม้ม้วนผ้า มี 2 หลัก แต่ละหลักมีระยะห่างกันตามความกว้างของหูก

2.5.14 **ไม้นั่ง** เป็นไม้กระดานที่ใช้สำหรับนั่งทอผ้า ความยาวของไม้นั่งเท่ากับความกว้างของหูก

2.5.15 **ผั่ง** เป็นไม้ที่ใช้ซึ่งไว้ตามความกว้างของริมผ้าที่ทอ เพื่อให้หน้าผ้าตั้งพอดีกับพืม ปลายทั้งสองของผั่งอาจเหลาแหลมเป็น 2 แฉก หรือเป็นทองเหลืองที่มี 2 แฉก สวมทั้งสองข้าง (ทองสุข, 2537) (ภาพที่ 2.15)



ภาพที่ 2.15 ไม้ม้วนผ้า หรือไม้พันผ้า หรือไม้ค้ำพัน  
ที่มา: [www.silksurinthailand.blogspot.com](http://www.silksurinthailand.blogspot.com)

2.5.16 **หลักการทอของกี่ทอผ้า** นวลแข (2542) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับหลักการทอของกี่ทอผ้าไว้ ดังนี้

2.5.16.1 ทำให้เกิดช่องว่าง (Shedding) โดยสับตะกอยกแล้วแยกด้ายเส้นยืนออกเป็น 2 หมู โดยหมูหนึ่งขึ้นและหมูหนึ่งลง เพื่อให้เกิดช่องว่างให้สอดเส้นด้ายเส้นพุ่งผ่าน

2.5.16.2 การสอดด้ายเส้นพุ่ง (Picking) จะใช้กระสวยส่งด้ายเส้นพุ่ง สอดด้ายเส้นพุ่ง ผ่านช่องว่างที่เปิดเตรียมไว้ (ภาพที่ 2.16)





ภาพที่ 2.16 การทำให้เกิดช่องว่าง การสอดด้ายเส้นพุ่ง  
ที่มา: [www.nimlike19.blogspot.com](http://www.nimlike19.blogspot.com)

2.5.16.3 การกระทบด้ายเส้นพุ่ง (Battering) เมื่อสอดด้ายเส้นพุ่งผ่านแล้วจะต้องใช้ตัวพิมพ์กระทบด้ายเส้นพุ่ง ให้เรียงสานขัดกันกับด้ายเส้นยืนชิดติดกันแน่นเป็นเนื้อผ้า (ภาพที่ 2.17)



ภาพที่ 2.17 การกระทบด้ายเส้นพุ่ง  
ที่มา: [www.oranutboonchan.wordpress.com](http://www.oranutboonchan.wordpress.com)

2.5.16.4 การเก็บและม้วนผ้าเก็บ (Taking up and letting of) เมื่อทอผ้าได้จำนวนหนึ่งแล้ว จะต้องมีการม้วนผ้าเก็บเข้าแกนม้วน โดยจะต้องมีการปรับเส้นหย่อนก่อนจึงม้วนเก็บผ้า (ภาพที่ 2.18)



ภาพที่ 2.18 การเก็บและม้วนผ้าเก็บ

ขั้นตอนการทอผ้า คือ การเอาเส้นด้ายมากกว่า 2 เส้นขึ้นไปมาขัดสลับกัน ซึ่งมีวิธีการทอเป็นชั้นๆ ดังนี้

1) เมื่อเตรียมด้ายเส้นพุ่งและไส้หูกเรียบร้อยแล้ว นำเอาเส้นหูกอันใหม่สลับต่อกับไส้หูกที่ค้างอยู่ในเขาหูกและร่องฟันพิมพ์เดิม กางกึ่งหรือหูกให้เรียบร้อย

2) นำเอาหลอดด้ายเข้าร่องกระสวย ร้อยฝ้ายจากหลอดผ่านรูเล็กๆ ข้างกระสวย หากเส้นฝ้ายหมดจากหลอดแรก ต้องเอาหลอดที่ 2, 3... ตามลำดับหลอดที่ร้อยไว้ บรรจุเข้ากระสวย และทอตามลำดับ

3) คล้องเชือกจากเขาหูกอันหนึ่งเข้ากับไม้คั่นเหยียบข้างใดข้างหนึ่ง และคล้องเชือกเขาหูกที่เหลืออีกอันเข้ากับไม้คั่นเหยียบอีกอัน เมื่อเหยียบไม้คั่นเหยียบข้างหนึ่ง ไส้หูกกางออกเป็นช่อง เนื่องจากการดึงของเขาคูก พุ่งกระสวยผ่านช่องว่างนั้น แล้วดึงพิมพ์กระทบเส้นฝ้ายที่ออกมาจากกระสวยเข้าไปเก็บไว้ เหยียบไม้คั่นเหยียบอีกอัน พุ่งกระสวย ดึงพิมพ์กระทบเหยียบไม้คั่นเหยียบ ทำสลับกันไปเรื่อยๆ จนได้ผืนผ้าเกิดขึ้นยากมากแล้ว จึงพันผืนผ้าไว้ด้วยไม้ก้ำพัน

จากประสบการณ์การทอผ้า ชาวบ้านเล่าว่า ในเวลา 1 วัน จะทอผ้าได้ประมาณ 1 เมตร ถ้าอากาศดี ท้องฟ้ามีแดด จะทอผ้าได้สวยกว่าวันที่ฝนตก อากาศชื้น เพราะเส้นใยจะเหนียว เส้นไม่ตึง ทอยาก (นวลแข, 2542) (ภาพที่ 2.19)



ภาพที่ 2.19 ผ้าทอลวดลายที่รับแรงบันดาลใจจาก ศิลปะ อาร์ต นูโว

## 2.6 บุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซวล

เมโทรเซ็กซวล Metro sexual มาจากศัพท์ 2 คำ ที่นำมารวมกัน คำแรกคือคำว่า “Metro” ที่มีความหมายตรงกับคำว่า เมือง เมื่อนำมาใช้ในคำว่า “Metro sexual” ก็หมายถึง ผู้ชายที่ใช้ชีวิตในรูปแบบสังคมเมือง เป็นบุคคลที่เข้าสังคม ในขณะที่เดียวกัน “Sexual” เป็นศัพท์ที่นำมาจาก “Homosexual” ซึ่งในที่นี้หมายถึง ผู้ชาย ถึงแม้ว่าจะเป็นผู้ชายปกติ แต่ก็มี ความกังวลเกี่ยวกับรูปร่าง การดูแลรักษาตัวเอง รวมถึงเรื่องแฟชั่นซึ่งไม่ต่างจากเกย์ แต่เมโทรเซ็กซวล (Metro sexual) ไม่ได้เป็นบุคคลที่หลงใหลหรือชอบบุคคลที่เป็นเพศเดียวกัน แต่สุขภาพบุรุษ Metro sexual นั้นเพียงแค่ว่าใส่ใจกับตัวเองมากกว่าผู้ชายปกติทั่วไปเท่านั้น ผู้ชาย Metro sexual มักจะชื่นชอบกับการดูแลตัวเอง เช่น นวดตัว แต่งตัว ดูแลเรื่องใบหน้า อาบแดด ดูแลเรื่องทรงผม นี่เป็นเพียงส่วนย่อยสำหรับผู้ชาย Metro sexual สำหรับผู้ชายไทย อาจจะเป็นเรื่องยากในการทำเรื่องแบบนี้ เพราะถูกปลูกฝังความคิดในเรื่องของการแต่งกายแบบเรียบง่าย มาตั้งแต่เด็ก

คนที่เริ่มใช้คำว่า "Metro Sexual" เป็นคนแรกคือ มาร์ก ซิมป์สัน นักหนังสือพิมพ์และคอลัมนิสต์ชาวอังกฤษที่เขียนบทความชื่อ "Here come the mirror men" ตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ The Independent เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2537 และเมื่อปี 2546 ศัพท์คำว่า "Metro Sexual" ถูกจัดให้เป็น Word of the Year จาก The American Dialect Society ซึ่งให้ความหมายถึงผู้ชายที่สนใจเรื่องการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ สนใจเรื่องแฟชั่นมากขึ้น ใส่ใจและดูแลบุคลิกภาพ ซึ่งดูไปจะมีส่วนคล้ายกับผู้หญิงและเกย์มาก ตามนักสังคมศาสตร์ได้แสดงความคิดเห็นถึงผู้ชายสายพันธุ์ใหม่นี้ว่า พวกเขาคือกระแสความเปลี่ยนแปลงของผู้ชายในศตวรรษที่ 21 ที่ต้องการประกาศสถานะทางสังคมให้เทียบเท่าผู้หญิง มาร์ก ซิมป์สัน เริ่มมองเห็นถึงกระแสความเปลี่ยนแปลงของผู้ชายทั่วโลกที่เด่นชัดขึ้นมา ว่ามีผู้ชายโสดกลุ่มหนึ่งที่ทำงานหรือมีวิถีชีวิตอยู่ในสังคมเมือง เป็นคนมีรายได้สูงและให้ความสำคัญกับเสื้อผ้า หน้า ผมและผิวพรรณเป็นพิเศษกว่าชายปกติทั่วไป ชายกลุ่มนี้จะใช้ของแบรนด์เนม ผู้ชาย Metro Sexual จะหลีกเลี่ยงการใช้สบู่เพื่อทำความสะอาดผิว เพราะกลัวจะไปทำลายผิวให้หยาบกร้านพอๆ กับนิยมเข้ายิมเพื่อออกกำลังกายมากกว่าจะเล่นกีฬากลางแจ้งแบบ

ผู้ชายทั่วไป เพราะกลัวแสงแดดจะโลมเลียผิวให้เสียได้ ส่วนใครที่ยังสงสัยอยู่ว่าหนุ่ม Metro Sexual ที่นิยามมาหน้าตาเป็นเช่นไร มาร์ก ได๊กตัวอย่าง เดวิด แบคแฮม นักฟุตบอลชื่อดังของโลกที่หลังจากแต่งงานกับวิตโตเรีย นักร้องสาวในวงสไปซ์เกิร์ลแล้ว เขาเริ่มมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนที่เด่นชัดออกมา เพราะทุกครั้งไม่ว่าแบกแฮมเปลี่ยนทรงผม ทาเล็บมือ หรือใส่ต่างหูเพชร จะสร้างความฮือฮาให้กับวงการแฟชั่นมากๆ

เมโทรเซ็กซ์ชวลมีลักษณะคล้ายจิตวิทยาที่เรียกว่า นาร์ซิสซิม เป็นลักษณะที่เพศชายหลงใหลในตัวเอง เปรียบเทียบตามเทพเจ้าในตำนานกรีก นาร์ซิสซัส วิจัยโดย ซิกมุนด์ ฟรอยด์ ในปี 2545 ซิมป์สันได้นำมาใช้ในแมกาซีนที่เขาเขียนอีกครั้งในหัวข้อชื่อ Meet the metrosexual และในเดือนมิถุนายน 2546 หนังสือพิมพ์นิวยอร์กไทม์ ได้มีการใช้คำศัพท์นี้โดยใช้ชื่อหัวข้อว่า Metrosexuals Come Out โดยกล่าวมาจากคำที่ มาร์ก ซิมป์สัน ใช้ในปี 2537

สำหรับในไทยนั้นได้มีการเริ่มใช้กันในช่วงปี 2547 โดยมีการกล่าวถึงในนิตยสาร Positioning ของไทย หรือ อย่างบริษัทโฆษณาชื่อดัง โอกิสวี แอนด์ เมเธอร์ แอดเวอร์ไทซิง ได้มีการจัดสัมมนาในหัวข้อชื่อ Meet the Metrosexuals : The Next Big Spender ต้นปี 2549 (Miss Daisy Board, นามแฝง, 2557)

**2.6.1 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวล** เป็นรูปแบบของเสื้อผ้าที่มีความเรียบหรูและทันสมัย เหมาะสมกับสุภาพบุรุษที่ดูแลสุภาพร่างกาย ให้ความสำคัญกับการแต่งกายของตัวเองเป็นพิเศษซึ่งมากกว่าผู้ชายปกติทั่วไป หรืออาจหมายถึง ผู้ชายที่ใช้ชีวิตในรูปแบบสังคมเมือง เช่น เสื้อผ้าแบรนด์ DOLCE & GABBANA (ภาพที่ 2.20)



ภาพที่ 2.20 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวล DOLCE & GABBANA  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

เสื้อผ้าแบรนด์ Paul Smith men's (ภาพที่ 2.21) และเสื้อผ้าแบรนด์ Dolce & Gabbana men's เป็นเสื้อผ้าสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลที่มีรูปแบบเรียบหรูดูและทันสมัย (ภาพที่ 2.22)



ภาพที่ 2.21 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวล Paul Smith men's  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)



ภาพที่ 2.22 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวล Dolce & Gabbana men's  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)



เสื้อผ้าแบรนด์ Zara men's (ภาพที่ 2.23) และเสื้อผ้าสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลในประเทศเกาหลี เป็นเสื้อผ้าสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลที่มีรูปแบบเรียบหรูและดูทันสมัย เหมาะกับสุภาพบุรุษที่ดูแลรูปร่างตัวเอง (ภาพที่ 2.24)



ภาพที่ 2.23 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล Zara men's  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)



ภาพที่ 2.24 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล ในประเทศเกาหลี  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

เสื้อผ้าสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลที่มีลวดลายพิมพ์เป็นลายดอกไม้ หรือลายสถาปัตยกรรม มีลักษณะรูปแบบเรียบหรูดูทันสมัยและสีสันทันที่แตกต่างกันออกไป (ภาพที่ 2.25)



ภาพที่ 2.25 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวล พิมพ์ลายดอกไม้ และพิมพ์ลายสถาปัตยกรรม

ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

เสื้อผ้าสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลที่มีการใช้โทนสีที่ตัดกัน นำมาผสมผสานเข้ากับบนตัวเสื้อผ้าได้อย่างลงตัว (ภาพที่ 2.26)



ภาพที่ 2.26 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวล ที่ใช้โทนสีฟ้าตัดกัน

ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

เสื้อผ้าสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลที่มีการใช้เสื้อคู่กับกางเกงขาสั้น เข้ามาผสมผสานเข้ากับบนตัวเสื้อผ้าได้อย่างลงตัว (ภาพที่ 2.27)



ภาพที่ 2.27 การแต่งกายของสุภาพบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลที่นำกางเกงขาสั้นมาสวมใส่กับเสื้อคู่ที่  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

## 2.7 เสื้อผ้าบุรุษ

2.7.1 ความหมายของเสื้อผ้าบุรุษ หมายถึง รูปแบบของเสื้อผ้าที่มีการกำหนดขึ้นเป็นหลักการหรือแนวทางและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มบุรุษทั่วไป (สาคร, 2553)

2.7.2 รูปแบบของเสื้อผ้าบุรุษ มีหลากหลายรูปแบบที่สุภาพบุรุษสามารถเลือกใส่ได้ ดังนี้

2.7.2.1 เสื้อแจ็คเก็ต (Jacket) เป็นเสื้อที่มีลักษณะเป็นเสื้อตัวเดียว ส่วนใหญ่ทำหน้าที่เป็นเสื้อคลุมตัวนอก ใช้สวมทับเสื้อตัวใน มีทั้งโครงสร้างพอดีตัวและโครงสร้างตัวหลวม (ภาพที่ 2.28)





ภาพที่ 2.28 เสื้อแจ็คเก็ต (Jacket)

ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

2.7.2.2 เสื้อโค้ท (Coats) เป็นเสื้อที่มีลักษณะเป็นเสื้อตัวเดียว สวมใส่ในโอกาสที่มีอากาศหนาว ให้ความอบอุ่นต่อร่างกาย ดังนั้น จึงมีโครงสร้างหลวมใช้เป็นส่วนคลุมตัวนอก ซึ่งมีตัวใน 2-3 ตัว (ภาพที่ 2.29)



ภาพที่ 2.29 เสื้อโค้ท (Coats)

2.7.2.3 เสื้อสูท (Suits) เป็นเสื้อที่มีลักษณะโครงสร้างหลวม มีปก ทำหน้าที่เป็นเสื้อคลุมตัวเดียว มุ่งเน้นความสง่างามให้แก่ผู้สวมใส่ (ภาพที่ 2.30)



ภาพที่ 2.30 เสื้อสูท (Suits)

2.7.2.4 เสื้อกันหนาว (Sweater) ส่วนใหญ่เป็นเสื้อที่มีลักษณะเสื้อตัวเดียว ทำจากผ้าถัก (Knit) เป็นเสื้อที่ทำหน้าที่ในการป้องกันอากาศหนาว สวมใส่ได้คล่องแคล่ว (ภาพที่ 2.31)



ภาพที่ 2.31 เสื้อกันหนาว (Sweater)

2.7.2.5 เสื้อเชิ้ต (Shirt) เป็นเสื้อปกเชิ้ต ประกอบด้วยปกบนและปกล่าง เป็นเสื้อตัวเดียว มีโครงสร้างพอดีตัวและรัดรูปตามสมัยนิยม (ภาพที่ 2.32)



ภาพที่ 2.32 เสื้อเชิ้ต (Shirt)

2.7.2.6 เสื้อกั๊ก (Vest / Waistcoat) เป็นเสื้อคลุมตัวเดียว มีทั้งตัวสั้นและตัวยาว มีโครงสร้างหลวม เสื้อคลุมตัวนอกสวมทับตัวใน (ภาพที่ 2.33)



ภาพที่ 2.33 เสื้อกั๊ก (Vest / Waistcoat)

2.7.2.7 เสื้อคลุม (Pyjamas) มีลักษณะเป็นเสื้อโครงสร้างหลวม ทำหน้าที่เป็นเสื้อคลุมตัวนอก มีทั้งตัวสั้นและตัวยาว ให้ความรู้สึกเป็นเสื้อลำลองมากกว่าเป็นเสื้อพิธีการ (สาคร, 2553) (ภาพที่ 2.34)



ภาพที่ 2.34 เสื้อคลุม (Pyjamas)  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

2.7.3 รูปแบบของกางเกงบุรุษ กางเกงกับผู้ชายดูเหมือนจะเป็นของคู่กันมานาน ผู้ชายไทยรับวัฒนธรรมการนุ่งกางเกงในสมัยรัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5 ถึงกระนั้นผู้ชายไทยรับวัฒนธรรมการแต่งกายเพียงส่วนเสื้อ แต่กางเกงยังไม่ได้รับวัฒนธรรมเข้ามา คงนุ่งผ้าโจงกระเบนและสวมเสื้อ ในสมัยรัชกาลที่ 5 พระบรมฉายาลักษณ์ของพระองค์ท่านจะแต่งองค์อย่างยุโรป ในสมัยรัชกาลที่ 6 และรัชกาลที่ 7 ผู้ชายไทยใช้กางเกงแทนผ้าโจงกระเบนมากขึ้น โดยเฉพาะชุดข้าราชการในสถานที่ราชการ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 8 และรัชกาลปัจจุบัน ผู้ชายไทยจะนุ่งกางเกงทั้งอยู่กับบ้านและนอกบ้าน (สาคร, 2553)

2.7.3.1 กางเกงขาสั้น เป็นกางเกงที่ใช้ใส่อยู่กับบ้าน หรือใส่เพื่อไปพักผ่อน เช่น ใส่ไปชายหาด ใส่ตักปลา เป็นต้น กางเกงขาสั้นจะใช้ใส่มากโดยเฉพาะหน้าร้อน (ภาพที่ 2.35)



ภาพที่ 2.35 กางเกงขาสั้น  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

2.7.3.2 กางเกงขายาว เป็นชิ้นส่วนบริเวณท่อนล่าง ซึ่งสวมใส่ร่างกายตั้งแต่เอวลงไปถึงข้อเท้า คลุมขาทั้งสอง กางเกงขายาว สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) กางเกงขายาวมีเกิ้ลิต เป็นกางเกงที่ใส่ได้ทั้งวัยรุ่น วัยกลางคนจนถึงวัยทอง เพราะเป็นกางเกงที่อยู่ในสมัยนิยมไทยไม่มีการลำสมัย ความแตกต่างอาจจะมีส่วนที่เป็นรูปทรงของกางเกง ขึ้นอยู่กับสมัยนิยมในระยยะเวลานั้นๆ เช่น กางเกงทรงปลายสอบ ทรงปลายตรง หรือทรงปลายบาน เป็นต้น

2) กางเกงขายาวไม่มีเกิ้ลิต นิยมตัดในรูปแบบที่เราเห็นกันมาก คือ กางเกงยีนส์ ใช้ผ้าเดนิม (Danim) หรือผ้าลูกฟูก ซึ่งแบบของกางเกงจะมีกระเป๋าด้านหน้า 2 ใบ และกระเป๋าด้านหลัง 2 ใบ เป็นรูปแบบถาวร กางเกงจะเป็นทรงตรงหรือทรงสอบขึ้นอยู่กับสมัยนิยม ใส่แล้วให้ความรู้สึกทะมัดทะแมง แข็งแรง สามารถใช้ได้แม้ในงานสมบุกสมบัน กางเกงขายาวไม่มีเกิ้ลิตไม่เหมาะที่จะไปใช้ผ้าชนิดอื่นที่ไม่ใช่ผ้าเดนิม หรือผ้าลูกฟูก เพราะผ้าอื่นๆ ไม่มีคุณสมบัติเท่ากับผ้าสองชนิดนี้ ทำให้บางคนที่มีหน้าท้องมาก ถึงแม้บางคนจะไม่ค่อยมีหน้าท้อง แต่เมื่อไม่มีเกิ้ลิตมารองรับเนื้อบริเวณส่วนหน้าท้องและผ้าที่ใช้ไม่ใช่ผ้าเดนิมกับผ้าลูกฟูกแล้ว จะมองเห็นก้อนเนื้อบริเวณนั้นชัดเจนขึ้น เพราะไม่มีเกิ้ลิตช่วยรองรับเนื้อส่วนนั้นไว้ (ภาพที่ 2.36)





ภาพที่ 2.36 กางเกงขาวามีเกล็ด และกางเกงขาวไม่มีเกล็ด  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

3) กางเกงนอน ควรเป็นกางเกงที่ใส่สบายๆ เพราะเป็นกางเกงที่ผู้ใช้ใส่พักผ่อน อยู่ที่บ้าน เป็นการใส่ที่มีความเป็นส่วนตัว เช่น การใส่ชุดนอน อ่านหนังสือ ดูโทรทัศน์ ใส่หลังจาก อาบน้ำ รับประทานอาหารเย็นเรียบร้อยแล้ว เพื่อเตรียมตัวจะนอน ซึ่งเป็นเวลาพักผ่อนจริง ๆ ถ้ามีความจำเป็นที่ต้องพบบุคคลอื่นที่ไม่ใช่บุคคลในครอบครัวและเป็นเรื่องเร่งด่วนที่ไม่สามารถเปลี่ยน ชุดนอน เป็นอื่นได้ เพื่อมารยาทที่ดี การพบบุคคลอื่นควรจะต้องมีเสื้อคลุมหรือชุดคลุมทับชุดนอน อีกชั้นหนึ่ง เป็นการให้เกียรติแก่บุคคลที่มาพบและดูสุภาพไม่ประเจิดประเจ้อ (จิตรพิ, 2550) (ภาพที่ 2.37)



ภาพที่ 2.37 กางเกงขาวสำหรับใส่นอน  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

## 2.8 ผ้าสำหรับตัดเย็บชุดบรูซ

การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ ได้มีการนำผ้าสองชนิดมาตัดต่อเข้าด้วยกัน ซึ่งผู้วิจัยได้นำผ้าโพลีเอสเตอร์ใช้ตัดเย็บในส่วนของโครงชุด และผ้าฝ้ายที่พัฒนาลวดลายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ใช้ในส่วนของวิธีการตัดต่อ เพื่อให้เกิดความสมดุลและความเหมาะสมในการออกแบบและตัดเย็บ โดยงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำผ้าโพลีเอสเตอร์ใช้ตัดเย็บในส่วนของโครงชุด และผ้าฝ้ายที่พัฒนาลวดลายด้วยเทคนิคมัดหมี่ ใช้ในส่วนของวิธีการตัดต่อ

**2.8.1 ผ้าโพลีเอสเตอร์ (Polyester)** คุณสมบัติของเส้นใยโพลีเอสเตอร์ด้านกายภาพ รูปร่างเมื่อดูจากกล้องจุลทรรศน์ ลักษณะตามยาวมีผิวเรียบสม่ำเสมอตลอดเส้น มักเห็นจุดเล็กๆ ในเส้นใยอันเนื่องมาจากฟิสิกเมนต์ที่เติมลงไปเพื่อลดความมันของเส้นใย ภาคตัดขวางกลม แต่มีบางชนิด เช่น Dacron T-62 จะมีลักษณะภาคตัดขวางเป็นรูปสามเหลี่ยมมุมมน Veyron มีลักษณะเป็นวงรี และ Trevlra มีลักษณะเป็นหยักๆ โดยรอบ มีความเหนียวแตกต่างกันตั้งแต่ 2.5 - 9.5 กรัมต่อดีเนียร์ เมื่อเปียกความเหนียวจะลดลง การยืดหยุ่น มีความยืดหยุ่นดี ไม่ยับง่าย และคงขนาดได้ดี ดูดความชื้นได้ต่ำ ประมาณ 0.4 - 0.6% ที่สภาวะมาตรฐาน ย้อมสีติดยาก ถ้าต้องการให้มีช่องว่างในเนื้อผ้ามาก (Wickability) จะต้องผลิตให้ผ้ามีเส้นด้ายและเนื้อผ้าโปร่งขึ้น เพื่อให้อากาศผ่านเข้าออกได้ดีจะช่วยให้สวมใส่สบายขึ้น การทนความร้อน โพลีเอสเตอร์หลอมละลายที่อุณหภูมิ 230 - 290 องศาเซลเซียส ความร้อนไม่ทำให้สีของเส้นใยจางลง เส้นใยที่ผ่านขบวนการทำให้อยู่ตัวด้วยความร้อน (Heat setting) จะไม่ยืด หรือหด ไม่เกิดการยับถ้ารีดด้วยอุณหภูมิต่ำกว่า Heat setting เส้นใยจะไม่เป็นอันตรายเมื่อไหม้ไฟจะเกิดควันสีดำ หลอมละลาย ถ้าสีเทาดำ เป็นเม็ดกลมแข็งไม่แตก คุณสมบัติของเส้นใยด้านเคมี เส้นใยโพลีเอสเตอร์ไม่ทนต่อด่างแก่และกรดแก่ ทำให้เส้นใยลดความแข็งแรงลง ถ้าสารเคมีมีความเข้มข้น และมีอุณหภูมิเพิ่มขึ้นจะทำให้เส้นใยขาดได้ สารอินทรีย์ที่สามารถทำให้เส้นใยละลายได้ คือ เมตาครีซอลฟีนอล โพลีเอสเตอร์เป็น Oleophilic fiber ดูดซับน้ำมันไว้ได้ดี คุณสมบัติของเส้นใยด้านชีวภาพ สารฟอกขาว สบู่ ผงซักฟอก ไม่ทำให้เส้นใยเสียหาย ทนต่อแสงแดด เก็บไว้ได้นาน มอด แมลงและเชื้อราที่ไม่ทำอันตราย ประโยชน์ในการใช้สอยผ้าที่ผลิตจากเส้นใยโพลีเอสเตอร์นั้นได้รับความนิยมมากที่สุดในกลุ่มเส้นใยสังเคราะห์อื่นๆ โพลีเอสเตอร์มีชื่อการค้าหลายชื่อ ขึ้นอยู่กับประเทศและบริษัทผู้ผลิต เช่น Dacron, Avlin, Encron, Kodel, Trevira, Vycron โพลีเอสเตอร์ที่ผลิตในอเมริกาเรียกว่า Terylene ผลิตในอังกฤษเรียกว่า Teteron และผลิตในญี่ปุ่น เรียกว่า Toray คุณสมบัติที่ดีของโพลีเอสเตอร์คือไม่ยับง่าย สวมใส่สบาย ดูแลรักษาง่ายเป็นเส้นใยประเภท Wash and Wear นอกจากจะผลิตเป็นผ้าที่ได้จากเส้นใยโพลีเอสเตอร์แล้ว ยังนิยมนำเส้นใย โพลีเอสเตอร์ผสมกับเส้นใยชนิดอื่น เช่น เรยอน ไหม ฝ้าย ลินิน ขนสัตว์ เป็นต้น และมักจะใช้ประมาณไม่ต่ำกว่า 60% เช่น โพลีเอสเตอร์ 65% ฝ้าย 35% การที่นำเส้นใยโพลีเอสเตอร์ผสมกับ เส้นใยชนิดอื่นๆ นั้น เพื่อให้ผ้าที่ได้จากเส้นใยผสมมีคุณสมบัติดีขึ้น ทั้งในด้าน ความสวยงาม ความคงทนและความเหมาะสมต่อประโยชน์ในการใช้สอย ผ้าที่ผลิตจากเส้นใยโพลีเอสเตอร์ และผ้าที่ผลิตจากเส้นใยผสมที่มีเส้นใยโพลีเอสเตอร์อยู่ด้วยนั้น สามารถผลิตได้ทั้งผ้าเนื้อบางเบา จนถึงผ้าเนื้อหนาใช้ตัดเสื้อ กระโปรง กางเกง และสูท เป็นต้น การทำความสะอาดสามารถซักได้ ทั้งซักน้ำและซักแห้ง ใช้กับผงซักฟอก สบู่ สารฟอกขาวทุกชนิด ถ้าซักน้ำไม่ควรบิด ควรสลัดน้ำออกซึ่งต้องตากให้แห้งในที่ร่มหรือแดดอ่อนๆ ไม่จำเป็นต้องรีด ถ้าเป็อนไขมันควรลบรอยเป็อนด้วยแชมพูสระผมก่อน จึงนำไปซัก

ด้วยวิธีธรรมดา คุณสมบัติทั่วไปของกลุ่มเส้นใยโพลีเอสเตอร์ คือ ยืดหยุ่นดี ไม่ยับง่าย ย้อมสีติดยาก ดูดซึมความชื้นได้ดี ค่าคงรูปคงขนาดดี ขณะเป็นของเหลว ซักได้ทั้งซึกเปียกและซึกแห้ง ซักง่าย แห้งเร็ว ไวต่อความร้อน ไม่ต้องรีด ทนต่อการขัดสีได้ดี เมื่อเปื้อนไขมันซักออกยาก มีความเหนียวทนทาน ผ้าที่ทอจากใยสั้น เนื้อผ้าคงรูปทรงได้ดี (ฤดี... คูดีทุกฤดู, นามแฝง. 2013)

## 2.9 การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษ

การออกแบบ ได้มีผู้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การออกแบบ” ไว้แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิหลังทางการศึกษา ประสบการณ์ โลกทัศน์ และความสนใจของแต่ละบุคคล ซึ่งจากการศึกษาเอกสารวิชาการต่าง ๆ ความหมายของการออกแบบมีดังนี้

ศิริพรรณ (2550) กล่าวว่า การออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์ผลงานสิ่งหนึ่งอย่างมีวัตถุประสงค์ การออกแบบเป็นการสร้างสรรค์ผลงานขึ้น โดยไม่ลอกเลียนของเดิมหรือความคิดเดิมที่มีมาก่อน เพื่อตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย หรือความต้องการด้านอื่นๆ การออกแบบคือ การสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบ 2 มิติ และ 3 มิติ ให้เกิดความสวยงาม และสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามการออกแบบ (Design) หมายถึง การเลือกสรร (Selecting) และการจัดสรร (Arranging) วัสดุต่างๆ ให้เหมาะสม เพื่อประโยชน์ 2 ประการ คือ เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของการจัดโครงสร้างและเพื่อความสวยงาม (Beauty) ซึ่งย่อมจะแสดงให้เห็นลักษณะและความคิด (Idea) ของแต่ละบุคคล

จากความหมายของการออกแบบ จะเห็นว่า งานออกแบบเป็นสื่อกลางความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ต่อมนุษย์และระหว่างมนุษย์กับวัตถุ หรือวัสดุต่างๆ งานการออกแบบมีมาตั้งแต่ในอดีต ตั้งแต่การออกแบบเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ จนถึงการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เพื่อผลทางความงามหรือความพึงพอใจ จนถึงปัจจุบันงานออกแบบก็ยังคงเป็นสื่อกลางที่มีคุณค่าต่อมนุษย์เพิ่มมากขึ้น

**2.9.1 ความหมายของการออกแบบเสื้อผ้า** ตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Fashion Design หรือ Costume Design ในวงการการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ได้มีการนำคำศัพท์เหล่านี้มาใช้เรียกทับศัพท์อยู่เสมอ ซึ่งความหมายคำศัพท์ที่นิยมนำมาใช้ ได้แก่ คำว่า Fashion, Costume, Design ดังนี้ (จารุพรรณ, 2543)

2.9.1.1 Fashion หมายถึง การวางรูป ทำแบบ รูปแบบของเสื้อผ้าหรือสิ่งอื่นๆ ที่ประชาชนส่วนใหญ่นิยมในห้วงเวลาหนึ่ง

2.9.1.2 Costume หมายถึง เครื่องแต่งกายซึ่งได้รับการออกแบบขึ้นมา โดยมีจุดมุ่งหมายเป็นการเฉพาะหรือเป็นพิเศษ สำหรับสถานที่หรือใช้ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

2.9.1.3 Design หมายถึง การออกแบบ แบบแผน ลวดลายเค้าโครง ซึ่งแสดงให้เห็นวิธีการหรือแนวทางในการทำบางสิ่งบางอย่าง แนวทางการทำบางสิ่งบางอย่าง เส้นและรูปร่าง ซึ่งเป็นที่มาของแบบหรือการตกแต่ง โดยมีจุดมุ่งหมายพิเศษเป็นการเฉพาะ

กล่าวโดยสรุปการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย หมายถึง การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยมีแรงบันดาลใจจากสิ่งต่าง ๆ รอบตัว เช่น ธรรมชาติ รูปทรงสิ่งแปลกใหม่ สื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ ในปัจจุบัน หรือการนำแบบเสื้อผ้าในสมัยโบราณมาดัดแปลงให้เข้ากับยุคสมัย ทั้งนี้จะต้องมีประโยชน์ด้านการใช้สอยและความงามเป็นสำคัญ ตลอดจนการแสดง



ให้เห็นถึงความเจริญก้าวหน้าด้านวัฒนธรรม ประเพณีและความนิยมของคนในยุคหนึ่ง ๆ โดยใช้หลักการออกแบบทางศิลปะเข้าช่วยและคำนึงถึงความต้องการด้านต่าง ๆ ตลอดจนค่านิยม ประโยชน์ใช้สอย ความเหมาะสม และความทันสมัย

**2.9.2 ความสำคัญของการออกแบบเสื้อผ้า** เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นสิ่งที่มิอาจขาดต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ทั้งในชีวิตประจำวัน การประกอบอาชีพ ตลอดจนการแสดงบทบาทและฐานะทางสังคม ตั้งแต่ในอดีตมนุษย์ได้คิดค้นโดยการนำวัสดุที่มีตามธรรมชาติ มาห่อหุ้มและปกปิดร่างกายเพื่อวัตถุประสงค์ในการดำรงชีพ การปกป้องร่างกายจากสภาพภูมิอากาศและอันตรายจากพืช แมลง และสัตว์ ต่อมาได้มีพัฒนาการเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงปัจจุบัน นอกจากเสื้อผ้าจะให้ประโยชน์ในด้านกายภาพแล้ว ยังสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมและการแต่งกายได้หลายแง่มุม ซึ่งสามารถจำแนกความสำคัญของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายได้ (มาลา, 2536) ดังนี้

- 2.9.2.1 เพื่อการปกป้องร่างกาย
- 2.9.2.2 เพื่อแสดงสถานภาพและชื่อเสียง
- 2.9.2.3 เพื่อแสดงบทบาทในสังคม
- 2.9.2.4 เพื่อการแสดงออกและบอกพฤติกรรมของบุคคล
- 2.9.2.5 เพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง
- 2.9.2.6 เพื่อใช้แสดงประเพณีและวัฒนธรรม
- 2.9.2.7 เพื่อแสดงอิทธิพลของความเสมอภาคทางสังคม

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจัดเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเป็นอย่างยิ่งด้วยความต้องการที่แตกต่างและเพิ่มมากขึ้น ทำให้การออกแบบเข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการและด้วยความเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ สภาพสังคมและเศรษฐกิจ ประโยชน์ใช้สอย รวมถึงความต้องการดึงดูดเพศตรงข้ามแล้วนั้น อาจกล่าวได้ว่า การออกแบบมีบทบาทสำคัญต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ ของสังคมได้อย่างแท้จริง ในการออกแบบเสื้อผ้ายังสามารถเกิดจากมูลเหตุต่างๆ ได้ คือ การเติบโตของสังคม เมื่อประชากรเพิ่มมากขึ้น การออกแบบเสื้อผ้าจึงต้องมีการปรับปรุงและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป การศึกษาและความก้าวหน้าทางการศึกษา ทำให้กระบวนการออกแบบได้ปรับปรุงและทดลอง เพื่อพัฒนาให้มีคุณค่าตรงตามความต้องการ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และสิ่งประดิษฐ์ใหม่ สภาพสังคมปัจจุบัน ความต้องการของมนุษย์มุ่งเน้นที่ความต้องการของตนเอง ทัศนคติของสังคมที่ต้องการรูปแบบที่เปลี่ยนไปจากเดิม นิยมความเรียบ สะดวก ประหยัด และชอบเปลี่ยนแปลงรูปแบบตามเวลาและสถานที่ของการนำไปใช้ มนุษย์มีการคิดค้นวัสดุใหม่ ๆ ทำให้รูปแบบและลักษณะการออกแบบเปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สอดคล้องกับคุณสมบัติของวัสดุนั้น ๆ

### 2.9.3 หลักการออกแบบเสื้อผ้า แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.9.3.1 การออกแบบโครงสร้าง (Structural Design) ในการออกแบบเสื้อผ้าส่วนใหญ่ จะต้องมีการออกแบบจากโครงสร้างเป็นพื้นฐาน หมายถึง การออกแบบที่ประกอบด้วย ขนาด (size) รูปทรง (Form) สี (Color) และผิวสัมผัส (Texture) ของเสื้อผ้า รวมถึงชนิดของตะเข็บ ปก แขน กระเป๋าและส่วนรายละเอียดปลีกย่อยอื่น ๆ ซึ่งเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับเสื้อผ้านั้น ๆ จะขาดส่วนใด

ไปไม่ได้ อาจกล่าวได้ว่า การนำชิ้นส่วน อันเป็นโครงสร้างแต่ละชิ้นมาเย็บตะเข็บต่อกันจะสามารถเป็นเสื้อผ้าที่สมบูรณ์ได้ การออกแบบโครงสร้างในการออกแบบเสื้อผ้านั้นนับว่า มีความสำคัญอันดับแรก เพราะเสื้อผ้าที่ได้รับการออกแบบด้วยโครงสร้างที่ดี มักจะจัดเป็นเสื้อผ้าชั้นสูงและยังได้รับความนิยมเป็นเวลานาน (มาลา, 2536)

การออกแบบโครงสร้างที่ดีนั้น นอกจากจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นสำคัญแล้ว (Form Follows Function) ยังต้องคำนึงถึงในเรื่องของ ความสวยงามและเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย เป็นรูปแบบง่ายๆ เรียบๆ มีสัดส่วนที่ดี และเหมาะสมกับวัสดุที่ใช้และกรรมวิธีในการผลิต

2.9.3.2 การออกแบบตกแต่ง (Decorative Design) เป็นการตกแต่งเพิ่มเติมจากแบบโครงสร้างเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับเสื้อผ้า การปัก การติดยระบาย การติดกระดุม การติดฝากระเป๋าวัว หลอกๆ ผ้าพันคอ ตลอดจนเข็มขัด โดยไม่ได้คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย ซึ่งการออกแบบตกแต่งในลักษณะนี้มักใช้กับงานที่ไม่ต้องการฝีมือการตัดเย็บเท่าไรนัก เพราะสามารถปกปิดความบกพร่องของฝีมือตัดเย็บที่ไม่ชำนาญได้ สิ่งที่น่ามาตกแต่งเพิ่มเติม สามารถเปลี่ยนย้ายไปใช้กับเสื้อผ้าตัวอื่นได้ การออกแบบตกแต่งเพิ่มเติม จำเป็นต้องคำนึงถึงหลักการที่สำคัญ เช่น ส่วนตกแต่งจะต้องช่วยเสริมแบบเสื้อจากโครงสร้างเดิมให้เด่นขึ้น ส่วนตกแต่งต้องสัมพันธ์กับเส้นบนโครงสร้างของแบบเสื้อ ส่วนตกแต่งเพิ่มเติมจะต้องสัมพันธ์กับผิวสัมผัสของผ้าที่ใช้การตัดเย็บ การใช้ส่วนตกแต่งควรใช้ไม่เกิน 1 หรือ 2 แห่ง ในแบบเสื้อ สีของวัสดุตกแต่ง ควรเลือกใช้ที่มีความผสมผสานกับสีและลวดลายของผ้าที่เป็นโครงสร้างของเสื้อ ขนาดของวัสดุตกแต่งควรมีความสัมพันธ์กับขนาดพื้นที่ ที่ต้องการออกแบบตกแต่ง การตกแต่งต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของวัสดุและประโยชน์ใช้สอย (มาลา, 2536)

2.9.4 องค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้า ประกอบด้วย เส้นและรูปทรง (Lines and Forms) ในการออกแบบจะต้องพิจารณาไปพร้อม ๆ กัน เพราะเส้นเป็นสิ่งที่ใช้กำหนดบริเวณหนึ่งๆ ให้เกิดรูปร่างขึ้น ทั้งในรายละเอียดบนตัวเสื้อและเส้นกรอบนอกของเสื้อผ้า การเลือกใช้เส้นบนแบบเสื้ออย่างมีประสิทธิภาพย่อมสามารถลวงตาได้ เช่น สามารถทำให้ดูสูงขึ้นหรือเตี้ยลงได้ เป็นต้น นอกจากนั้น ผลของการใช้เส้นต่างๆ บนแบบเสื้อ ยังสามารถทำหน้าที่เน้นสีของผ้าและผิวสัมผัสของผ้าได้ ตลอดจนความห่างของตำแหน่งที่ตั้งของเส้นเหล่านั้นได้ตามความต้องการว่าจะเน้นหรือไม่ต้องการเน้นให้สะดุดตา การเลือกใช้เส้น อาจจะใช้ตามลักษณะรูปร่างของร่างกาย หรือเลือกเส้นที่ตรงกันข้ามกับลักษณะรูปร่างของร่างกาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับตำแหน่งที่นำไปใช้และจุดประสงค์ในการออกแบบเส้นบนเสื้อผ้ามี่ 2 ชนิด คือ เส้นตรงและเส้นโค้ง (มาลา, 2536)

2.9.4.1 เส้นตรง มีทิศทางการใช้ อยู่ 3 ทิศทาง ได้แก่ ตรงแนวตั้ง เส้นตรงแนวราบ และเส้นตรงแนวเฉียง หรือทแยง ส่วนเส้นโค้งไม่สามารถกำหนดทิศทางของการใช้ได้แน่นอน แต่ไม่ว่าจะเป็นเส้นแนวตรงหรือแนวโค้งก็ตาม ย่อมสามารถทำให้เกิดความรู้สึกต่างๆ กันไป เส้นตรงเป็นเส้นที่มีลักษณะตรงกันข้ามกับลักษณะเส้นของร่างกาย ให้ความรู้สึกที่แข็งแรงกระด้าง ซึ่งในบางครั้งต้องการลดความรู้สึกแข็งแรงกระด้างลง อาจจะใช้วิธีเลียงไปใช้กับผ้าเนื้ออ่อนนุ่ม เส้นตรงนั้นๆ จึงจะดูล้อยตามส่วนเว้าส่วนโค้งของร่างกาย ผ้าที่มีเนื้อผ้าที่แข็งแรงกระด้างจะมีความเป็นเส้นตรงในตัวเอง เส้นตรงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในโครงสร้างของแบบเสื้อ ได้แก่ แนวตะเข็บ แนวเกล็ดและแนวตำแหน่ง รอยเปิดของเสื้อผ้า แต่ละทิศทางของเส้นตรงสามารถลวงตาให้เกิดความรู้สึกต่างๆ กันได้ ซึ่งในการเลือกใช้ควรคำนึงถึงรูปร่างของแต่ละคนที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไป

1) เส้นตรงแนวตั้ง โดยปกติจะให้ความรู้สึกในทางเพิ่มความสูง เป็นเส้นที่นิยมกันมากในหมู่ผู้ที่ต้องการมีรูปร่างที่สูงโปร่ง เส้นตั้งในเสื้อผ้า ได้แก่ เส้นจากลวดลายผ้าเส้นภายในโครงสร้างของเนื้อผ้า เส้นในโครงสร้างของแบบเสื้อเส้นที่เกิดจากส่วนตกแต่งภายในตัวเสื้อ (ภาพที่ 2.38)



(1) เส้นตรงแนวตั้งที่เกิดจาก  
ลวดลายผ้า



(2) เส้นตรงแนวตั้งที่เกิดจาก  
โครงสร้างของเนื้อผ้า



(3) เส้นตรงแนวตั้งที่เกิดจาก  
โครงสร้างของแบบเสื้อ



(4) เส้นตรงแนวตั้งที่เกิดจาก  
ส่วนตกแต่งภายในตัวเสื้อ

ภาพที่ 2.38 ภาพรวมของเส้นตรงแนวตั้ง  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

2) เส้นตรงแนวนอน มักให้ความรู้สึกช่วยเพิ่มความกว้าง แต่ไม่จริงเสมอไปนัก เพราะทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความห่าง หรือช่องไฟของเส้นเหล่านี้ด้วย เส้นตรงแนวนอนในแบบเสื้อ ได้แก่ เส้นจากลวดลายผ้า เส้นเอว เส้น yoke เส้นชายกระโปรงและส่วนตกแต่งที่เป็นแนวราบกับร่างกาย เป็นต้น ดังนั้นเมื่อความเข้มของสีและขนาดของเส้นหรือช่องไฟมากเท่าไร ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกกว้างขึ้นตามไปด้วย (ภาพที่ 2.39



(1) เส้นตรงแนวนอนที่เกิดจากลวดลายผ้าภายในตัวเสื้อ



(2) เส้นตรงแนวนอนที่เกิดจากเส้นเอว เส้น yoke และส่วนตกแต่ง

ภาพที่ 2.39 ภาพรวมเส้นตรงแนวนอน  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

3) เส้นตรงแนวเฉียงหรือเส้นทแยง เป็นเส้นที่นิยมนำมาใช้กับเสื้อผ้ามากอีกเส้นหนึ่ง ซึ่งนอกจากจะให้ความรู้สึกสดชื่นกระปรี้กระเปร่ามีชีวิตชีวาแล้วยังช่วยอำพรางส่วนที่บกพร่องของรูปร่างได้อีกด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับองศาของแนวเส้นเฉียงที่นำไปใช้ว่าอยู่ในองศาใดองศาของเส้นน้อยก็ให้ความรู้สึกเช่นเดียวกับเส้นตรงแนวราบ แต่ถ้าองศาของเส้นมากขึ้นจนใกล้เคียงกับ 90 องศาเท่าไร ก็จะทำให้ความรู้สึกเช่นเดียวกับเส้นตรงแนวตั้ง เส้นซิกแซกจัดเป็นเส้นที่เกิดจากแนวเส้นทแยง สามารถลวงตาไปตามทิศทางและองศาของเส้น เส้นเฉียงหรือเส้นทแยง เส้นซิกแซกในเสื้อผ้า ได้แก่ ลวดลายผ้า โครงสร้างการทอของผ้า แนวเส้นเหล่านี้นำไปใช้ในการออกแบบเสื้อผ้ามักจะทำให้ความรู้สึกเพิ่มขนาดขึ้น (ภาพที่ 2.40)



ภาพที่ 2.40 เส้นตรงแนวเฉียงหรือทแยงที่เกิดจากกลดลายผ้า  
ภายในตัวเสื้อ

ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

2.9.4.2 เส้นโค้ง จัดเป็นเส้นที่มีความคล้อยตามเส้นของรูปร่างมากที่สุด และเป็นเส้นที่ถูกนำไปใช้ในกรณีที่ต้องการให้เกิดความรู้สึกอ่อนหวาน นุ่มนวล นอกจากนั้นยังให้ความรู้สึกคล่องแคล่วมากขึ้นตามแนวเส้นโค้งที่ขยายกว้างเพิ่มขึ้นจนเป็นแนววงกลม เส้นโค้งในตัวเสื้อมีความสัมพันธ์กับส่วนโค้งของรูปร่าง ดังนั้นรูปร่างโค้งเว้ามากเท่าไรก็ทำให้เป็นการเน้นสัดส่วนให้เด่นชัดมากขึ้น (มาลา, 2536) (ภาพที่ 2.41)



ภาพที่ 2.41 เส้นโค้งในตัวเสื้อ

ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

**2.9.5 การวิเคราะห์เส้นกรอบนอก (Silhouette Watching)** การใช้เส้นกรอบนอกของเสื้อผ้านั้นมีมาตั้งแต่โบราณและได้วิวัฒนาการมาจนถึงปัจจุบัน เส้นกรอบนอกมีบทบาทสำคัญในการออกแบบเสื้อผ้า เพราะนอกจากจะเป็นตัวกำหนดโครงร่างภายนอกของเสื้อผ้าแล้ว เส้นกรอบนอกที่ดีมักจะทำให้เกิดความประทับใจเมื่อพบเห็นครั้งแรก เส้นกรอบนอกของเสื้อผ้าจะส่งผลกระทบต่อส่วนต่างๆ ของเสื้อผ้าและรูปร่างได้ สำหรับเสื้อผ้าของผู้ที่มีรสนิยมดี มักจะเน้นเส้นกรอบนอกมากกว่าการตกแต่งภายในตัวเสื้อที่หรูหรามากเกินไป แบบเสื้อเรียบๆ จะอยู่ในสมัยนิยมได้นานกว่าแบบเสื้อที่ตกแต่งมากๆ ในการออกแบบเสื้อ ถ้าเสื้อตัวใดมีเส้นกรอบนอกเด่นแล้ว ก็ไม่จำเป็นต้องมีเส้นภายในตัวเสื้อที่เด่นตามไปด้วย เส้นกรอบนอกที่ใช้ในอดีตถึงปัจจุบันมี 3 แบบ คือ ทรงตรง ทรงบาน และทรงทางกระบอก เส้นกรอบนอกแต่ละแบบมีผลต่อการออกแบบและตกแต่ง เส้นกรอบนอกจะเปลี่ยนไปตามสมัยนิยมอย่างช้าๆ จะเห็นได้ว่าก่อนปี ค.ศ.1905 นิยมทรงกระบอก ต่อมาเปลี่ยนเป็นทรงบานแล้วจึงเปลี่ยนเป็นทรงตรง เป็นลักษณะการหมุนเวียนสลับกันไป เส้นกรอบนอกที่ใช้มีหลายรูปทรง (เสาวลักษณ์, 2545)

## 2.10 การตัดต่อผ้า

ในอดีตการตัดต่อผ้าเป็นเพียงการนำเศษผ้ามาต่อกัน เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อีก แต่ในปัจจุบัน การตัดต่อผ้าอย่างมีศิลปะ เป็นที่อยู่ในความสนใจและกำลังเป็นที่นิยมของวงการแฟชั่น โดยเฉพาะการตัดต่อเย็บด้วยผ้าไทย เพราะสามารถออกแบบงานได้ลวดลายที่สวยงามและแปลกตาไปจากเดิม รูปแบบของลวดลายที่นำมาใช้ในการตัดต่อส่วนใหญ่จะใช้รูปทรงเรขาคณิต การตัดต่อผ้าด้วยรูปทรงหกเหลี่ยม เป็นรูปทรงที่ตัดต่อแล้วน่าสนใจกว่ารูปอื่น เพราะต่อลายได้มากแบบ ส่วนรูปแบบที่เกิดจากทรงกลมประกอบด้วยรูปวงกลม รูปครึ่งวงกลม และรูปทรงกลมอื่นๆ ที่นำเส้นโค้งที่เกิดจากการลากเส้นวงกลมไปใช้ จะเป็นรูปทรงที่ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวและอ่อนหวานแต่จะเป็นรูปทรงที่เย็บต่อได้ยากและต้องใช้ฝีมือในการตัดต่อมากที่สุด (เสาวลักษณ์, 2545)

**2.10.1 ประวัติความเป็นมาของการตัดต่อผ้า** การตัดต่อผ้าเป็นศิลปะชั้นสูง มีมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 12 การต่อผ้าในยุคแรกๆ วัสดุที่ใช้จะเป็นพวกเขาสัตว์ ต่อมาจึงเริ่มใช้ผ้าชิ้นเล็กๆ นำมาเย็บต่อกันให้เป็นผืนผ้าใหญ่ ใช้เป็นผ้าห่ม ผ้าคลุมเตียงและเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เป็นการใช้ประโยชน์จากเศษผ้าที่สวยงามได้อย่างคุ้มค่า ในช่วงแรกๆ เป็นการต่อผ้าแบบไม่มีรูปแบบ และไม่มีกรอบนอกแบบลวดลายใดๆ ลักษณะงานเป็นไปอย่างหยาบๆ ต่อมาจึงได้มีการพัฒนามาเป็นการต่อผ้าแบบมีลวดลายมากขึ้น การใช้เทคนิคการต่อผ้ามีความเป็นมาที่ยาวนานและแพร่หลายไปทั่วโลกทั้งในเอเชีย ยุโรปและอเมริกา สำหรับในประเทศไทย ได้มีการใช้เทคนิคการต่อผ้ามาช้านานแล้วเช่นกัน เริ่มตั้งแต่เมื่อไรยังไม่มีหลักฐานอย่างแน่ชัด ที่พบว่ามีการใช้ศิลปะการตกแต่งเสื้อผ้าและเครื่องใช้ต่างๆ ที่ทำจากผ้าโดยใช้วิธีการต่อผ้าแบบต่างๆ ได้อย่างวิจิตรสวยงาม คือ ชาวไทยภูเขาทางภาคเหนือของประเทศไทย จากสัญลักษณ์และเครื่องแต่งกายที่มีลวดลายและสีสัน ชาวไทยเข้าน่าเป็นชาวไทยภูเขาเผ่าหนึ่งที่มีเอกลักษณ์การแต่งกายที่มีลวดลายและสีสันสวยงามสะดุดตา แตกต่างไปจากเสื้อผ้าชาวเขาเผ่าอื่นๆ การตัดเย็บเสื้อผ้าของชาวไทยเข้านอกเหนือจากสตรีเข้าน่าจะต้องรับผิดชอบงานบ้านงานเรือนและช่วยงานในไร่แล้ว สตรีชาวเขายังมีหน้าที่คอยตัดเย็บเสื้อผ้าให้แก่สมาชิกในครอบครัว การตัดเย็บเสื้อผ้าของชาวไทยเข้านิยมการตัดเย็บด้วยมือทั้งหมดในการตัดเย็บเสื้อผ้า สตรีชาวเข้าน่าจะต้องเรียนรู้

การตัดเย็บเสื้อผ้า การเย็บต่อผ้านั้นจะทำเหมือนกันทุกแห่ง โดยการนำผ้าที่จะเย็บต่อกันทั้งสองชิ้นมาวางซ้อนกันให้ผ้าผืนล่างสูงกว่าผืนบนเล็กน้อย ไขเข็มเย็บเนาขึ้นลงตามแนวเส้นด้าย ให้ผ้าทั้งสองชิ้นติดกัน พบส่วนที่ยาวกว่าของผืนผ้าผืนล่างลงมา แล้วม้วนขึ้นอีกครั้งหนึ่งให้เท่ากับส่วนที่พับไว้ครั้งแรก (ลักษณะคล้ายกับการกุนริม) นอกจากนี้ชาวเขาเผ่าเย้าแล้ว ยังมีชาวไทยบางกลุ่มที่นิยมตกแต่งเสื้อผ้าด้วยการใช้ศิลปะการต่อผ้า โดยฝึกหัดจนทำเป็นศิลปะประจำหมู่บ้าน เช่น ไทยโซ่ง ลีซอ ม้ง กระเหรี่ยง และอาข่า เป็นต้น ชาวไทยภูเขาานิยมสวมเสื้อผ้าที่ตัดต่อด้วยผ้าสีสดๆ แต่เสื้อสีดำ สีน้ำเงินเข้ม หรือสีกรมท่า ส่วนมากจะทำด้วยผ้าฝ้ายที่ทอเอง บริเวณของเสื้อผ้าที่นิยมตกแต่งด้วยการต่อผ้า คือ สบเสื้อ ขอบ ปลายแขน ต่อกลางเสื้อด้านหลัง ชายเสื้อ เข็มข่าและผ้าคาดเอว เป็นต้น

ในการตัดต่อผ้าจะประกอบด้วยผ้าทรงเรขาคณิตหลายๆ ชิ้น หลายๆ แบบ มาเย็บติดกันให้เกิดเป็นลวดลาย การต่อผ้ามีวิธีการต่อแยกออกได้ ดังนี้

Traditional patchwork การตัดผ้าเมื่อเย็บ 1/4 นิ้ว โดยรอบเย็บต่อกันด้วยมือ หรือจักร Cutting paper and fabric patches การตัดกระดาษพอดิบแบบใช้ผ้าที่ตัดเมื่อตะเข็บสอยหุ้มครบทุกชิ้นที่ต้องการสอยแต่ละชิ้นต่อกัน ตามแบบที่ต้องการ

Paper Pieces การใช้แบบเขียนหรือพิมพ์ลงบนกระดาษ กระดาษจะช่วยควบคุมให้แนวต่อผ้าตรงกัน ง่ายต่อการเย็บในแบบเดิม

Crazy patchwork ตั้งเดิมมีจุดประสงค์ในการทำเพื่อนำเอาผ้าเก่าที่ใช้แล้วมาเย็บต่อกัน เพื่อใช้ประโยชน์หมุนเวียน มีการนำผ้าที่ใช้แล้วที่มีบางส่วนขาดมาตัดส่วนดีตามชิ้นส่วนที่เหลือ เช่น เนกไทเก่า ผ้าเนื้อดีที่คนเป็นเจ้าของจะทิ้งก็เสียดาย หรือของใช้ของบุคคลที่รัก เช่น ผ้าเช็ดหน้า คุณยาย เสื้อเชิ้ตคุณพ่อนำมาเย็บต่อกัน ตกแต่งรอยต่อด้วยการปักแบบซิกแซก แพทเวิร์ค ฟันปลา หรือใช้จักรแล้วปักตกแต่งส่วนกลางด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ปักริบบิ้นไหม ปักตัวหนอน ปักเดินสายลายผสม เป็นต้น (เสาวลักษณ์, 2545)

**2.10.2 รูปแบบของการตัดต่อ** การตัดต่อผ้า (Patchwork) คือ การนำผ้าชิ้นเล็กๆ ที่มีลวดลายต่างกันมาเย็บต่อกันให้ได้ตามแบบและลวดลายที่ออกแบบไว้ เพื่อใช้สำหรับเป็นส่วนตกแต่งเสื้อผ้า และตัดเย็บเป็นเครื่องใช้ รูปทรงที่นิยมนำมาใช้ในการตัดต่อ คือ รูปทรงเรขาคณิต เช่น สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ห้าเหลี่ยม หกเหลี่ยม ครึ่งวงกลม วงกลม วงรีและยังมีการตัดต่อผ้าในรูปอิสระโดยใช้เส้นโค้ง (เสาวลักษณ์, 2545)

**2.10.3 เทคนิคและวิธีการเย็บต่อผ้า** การเย็บต่อผ้าจะเน้นในเรื่องความสวยงามของตะเข็บ โดยเฉพาะตรงจุดมุมแหลมและรอยต่อต่างๆ ซึ่งเป็นจุดที่บ่งถึงคุณภาพการต่อผ้าในการเย็บต่อผ้า รูปทรงเรขาคณิต จะมีเทคนิคที่ใช้ในการเย็บตะเข็บที่แตกต่างกัน ในการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสตรีลัเมโทรเซ็กซ์วลด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบการตัดต่อที่นำมาใช้ในการออกแบบ คือ การตัดต่อผ้าในรูปแบบอิสระโดยใช้เส้นโค้งและเส้นตรง ด้วยเทคนิคการตัดต่อไม่จำกัดรูปแบบ เทคนิคที่ใช้เป็นพื้นฐานในการต่อผ้าคือ การเย็บ การเนา และการรีด ซึ่งการเย็บต่อผ้ามี 2 วิธี (เสาวลักษณ์, 2545) ดังนี้

**2.10.3.1 การเย็บผ้าด้วยมือ (Hand Sewing)** งานต่อผ้าที่เย็บด้วยมือเป็นงานที่ใช้เวลาในการทำชิ้นงาน แต่งานประเภทนี้จะมีคุณค่าในด้านฝีมือและสร้างความภาคภูมิใจแก่การทำชิ้นงาน หากผลิตเพื่อจำหน่ายก็จะทำให้จำหน่ายได้ในราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่เย็บด้วยจักร ปัจจุบันงานที่ทำ

ด้วยมือ เป็นที่รู้จักในชื่อ “หัตถกรรมผ้าด้วยมือ” เพราะตะเข็บที่ใช้ด้วยมือในงานต่อผ้าคือ การคันถี่ๆ (ภาพที่ 2.42)



ภาพที่ 2.42 การเย็บผ้าด้วยมือ  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

2.10.3.2 การเย็บผ้าด้วยจักร (Machine Sewing) งานต่อผ้าที่เย็บด้วยจักรจะมีความรวดเร็วและชิ้นงานที่ได้จะมีตะเข็บที่แข็งแรง ทนทานกว่าตะเข็บที่เย็บด้วยมือ ตะเข็บพื้นฐานที่ใช้ในงานต่อผ้าคือ ตะเข็บผีเข็มตรง (ภาพที่ 2.43)



ภาพที่ 2.43 การเย็บผ้าด้วยจักร  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)



## 2.11 ตราสินค้า

การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (Brand Identity) เป็นสิ่งที่ต้องอาศัยการลงทุนและการวางแผนล่วงหน้า กระบวนการพัฒนาการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ที่ตึ้นนั้นนักสร้างแบรนด์ต้องนำข้อมูลอื่น ๆ ที่พัฒนาขึ้นมาในขั้นตอนของแบรนด์ดีไซน์เนอร์ มาใช้กำหนดองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์

วัตถุประสงค์สำคัญในการพัฒนาและสื่อสารการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ ก็คือเพื่อสื่อให้ผู้บริโภคและผู้เกี่ยวข้องทราบและเข้าใจว่าแบรนด์ของเรามีจุดยืน (Positioning) อย่างไร มีความแตกต่าง (Differentiation) อย่างไร มีภาพลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ (Unique Image) อย่างไร เป็นต้น การสื่อสารนี้มีความสำคัญมากเพราะทำให้ผู้บริโภครู้จักแบรนด์เราตามที่ต้องการจะเป็น วัตถุประสงค์ที่สองที่สำคัญในการพัฒนาอัตลักษณ์ของแบรนด์ คือการเปิดโอกาสให้ข้อมูลต่างๆ ที่ประกอบกันเป็นแบรนด์ได้ มีโอกาสพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายผ่านสินค้าบริการจากพนักงาน หรือแม้แต่การตกแต่งในร้าน (อัจฉรวรรณ, 2553)

**2.11.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้า และคุณค่าของตราสินค้า Kotler และ Armstorng (1996** อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุพีร์ ลิ้มไทย, ศุภร เสรีรัตน์, อองอาจ ปทะวานิช และปริญา ลักษิตานนท์, 2543, หน้า 90) ได้ให้ความหมายของตราสินค้าว่าเป็นชื่อ (Name) คำ (Term) สัญลักษณ์ (Symbol) การออกแบบ (Design) หรือ ส่วนประสมของสิ่งดังกล่าว เพื่อระบุถึงสินค้าและบริการของผู้ขายรายใดรายหนึ่ง หรือกลุ่มของผู้ขายเพื่อแสดงถึงลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่ง

ปราณี (2548) ได้ให้ความหมายของตราสินค้าว่า เป็นคำข้อความสั้นๆ หรือ สัญลักษณ์ที่สามารถสื่อสารให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ

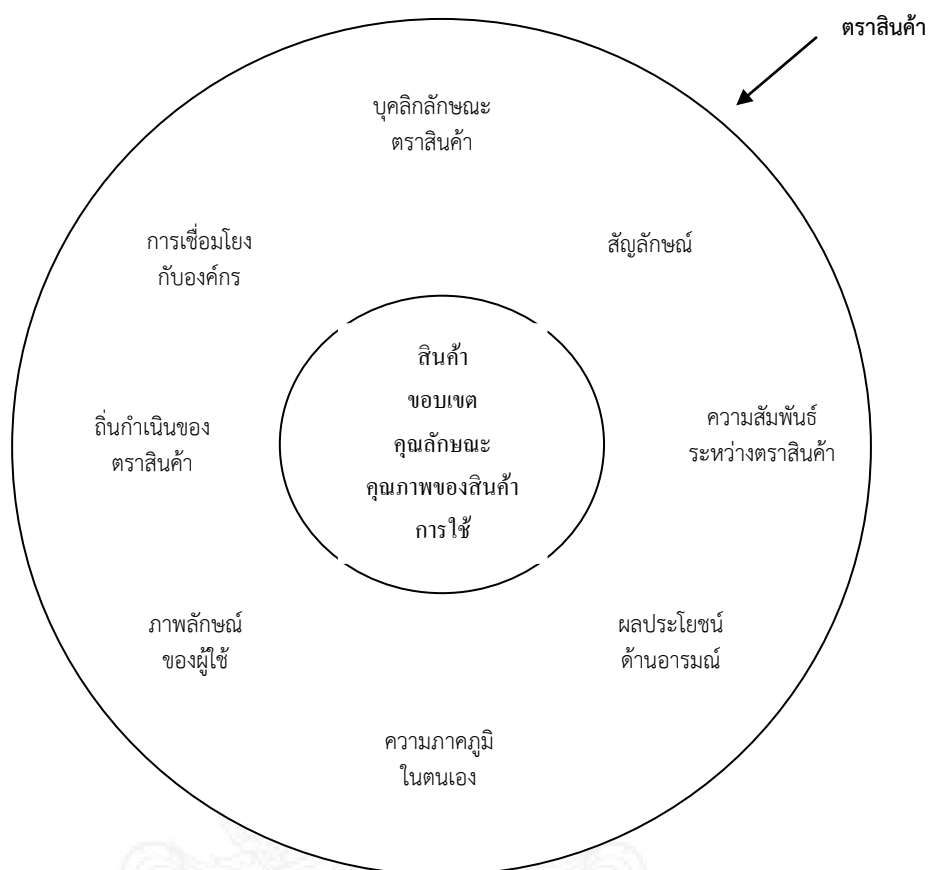
เสรี (2542) ได้อธิบายถึงลักษณะของตราสินค้า (Brand) ว่าควรจะต้องมีองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

1) บุคลิกที่ยั่งยืน (Durable Personality) ประกอบด้วยการรวมกันทางด้านคุณค่าทางกายภาพ (Physical Value) และคุณค่าด้านการใช้สอย (Functional Value) ตลอดจนคุณค่าด้านจิตวิทยา (Psychological Value)

2) การตัดสินใจที่ซื้อสินค้าเกิดขึ้นเพราะผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ถูกต้องและมีความพึงพอใจ ต่อตราสินค้า

3) ผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่สร้างได้ในโรงงาน แต่คุณค่าของตราสินค้าเกิดจากการรับรู้ภาพลักษณ์ (Perceptual Image) ของผู้บริโภค

4) คู่แข่งขันสามารถเลียนแบบคุณลักษณะของสินค้าได้ แต่คุณค่าของตราสินค้า คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ เพราะเป็นเอกลักษณ์ที่อยู่ในใจผู้บริโภค ซึ่งนั่นหมายความว่า การที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าใดสินค้าหนึ่งนั้นเป็นเพราะตราสินค้าที่แตกต่างกัน ดังนั้นตราสินค้าที่ประสบความสำเร็จ จึงเป็นตราสินค้าที่แตกต่างในใจผู้บริโภค (ภาพที่ 2.44)



ภาพที่ 2.44 แบบจำลององค์ประกอบของตราสินค้า

ที่มา: Aaker, D. A. (1996). *Building strong brand*. New York: Free.

จากภาพที่ 2.44 อธิบายได้ว่า ตราสินค้าประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1) สินค้า (Product) ซึ่งถือเป็นแก่นกลางของความเป็นสินค้าประกอบด้วยขอบเขต (Scope) คือ การเชื่อมโยงตราสินค้ากับประเภทสินค้า (Product Class) เช่น COMPAQ คือ คอมพิวเตอร์ AIA คือ การประกันชีวิต เป็นต้น การเชื่อมโยงตราสินค้าที่แข็งแกร่งเข้ากับตราสินค้าได้หมายความว่า เมื่อพูดถึงประเภทของสินค้า ผู้บริโภคจะนึกถึงตราสินค้าของเราก่อนตราสินค้าอื่น ตราสินค้าที่โดดเด่นจะเป็นตราสินค้าเดียวที่ผู้บริโภคนึกถึง ตราสินค้าที่แข็งแกร่งจึงต้องเป็นตราสินค้าที่สามารถเชื่อมโยงกับประเภทสินค้าของตนได้อย่างชัด ในส่วนของคุณลักษณะ (Attribute) ในอดีตมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า และสร้างประสบการณ์จากการใช้สินค้าของผู้บริโภคและคุณลักษณะของสินค้าเป็นสิ่งที่มองเห็นได้ง่ายกว่าสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ดังนั้นการตอบสนองของผู้บริโภคต่อคุณลักษณะของสินค้า สามารถคาดการณ์ได้ง่ายกว่า โดยทั่วไปผู้บริโภคจะไม่ค่อยคำนึงถึงกระบวนการในการหาข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้า และไม่ค่อยสนใจหน้าที่ของสินค้ามากนัก แต่กลับ

ให้ความสำคัญกับรูปแบบและประโยชน์อื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ของสินค้า ดังนั้นการให้ความสำคัญกับตราสินค้า แต่เพียงคุณลักษณะของสินค้าจะทำให้กลยุทธ์ในการขายตราสินค้ามีข้อจำกัด และทำให้สินค้าขาดความยืดหยุ่น ถ้าสิน้ายึดติดกับคุณลักษณะของสินค้าเพียงด้านเดียว เมื่อตลาดมีการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการปรับปรุง เปลี่ยนคุณลักษณะของสินค้าก็จะทำได้ยากขึ้น นอกจากนี้คุณภาพของสินค้า (Quality) และคุณค่า (Value) คือ คุณภาพของสินค้าเป็น สิ่งที่สร้างคุณค่าให้กับตราสินค้าและจะไปสู่การใช้ (Uses) ของผู้บริโภค

2) องค์ประกอบอื่นๆ ของตราสินค้าประกอบด้วยภาพลักษณ์ของผู้ใช้ (User Imagery) คือ สินค้ากำหนดตำแหน่งของตัวเองจากผู้ใช้นี้สินค้า ถิ่นกำเนิดของสินค้า (Country of Origin) เป็นสิ่งที่บอกความน่าเชื่อถือและความเชี่ยวชาญของสินค้า เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผลิตจากประเทศที่เป็นถิ่นกำเนิด เช่น นาฬิกา Swatch เป็นนาฬิกาที่มีชื่อเสียงของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เป็นต้น การเชื่อมโยงสินค้าประเทศแหล่งกำเนิด สามารถสร้างแสดงให้เห็นถึงความมีคุณภาพดี มีการผลิต อย่างประณีตและพิถีพิถันซึ่งจะทำให้สินค้าจากประเทศนั้นๆ เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก

การเชื่อมโยงกับองค์กร (Organizational Associations) เป็นการมององค์กรในแง่ของคุณลักษณะด้านการเป็นผู้นำทางเทคโนโลยีคุณภาพของสินค้า และความใส่ใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการหล่อหลอมจากประชาชน วัฒนธรรม ค่านิยม และโครงการต่างๆ ในขณะที่บุคลิกของ แต่ละบุคคล เช่น ความน่าเชื่อถือ ความมีไหวพริบ เป็นต้น บุคลิกลักษณะของสินค้าสามารถสร้าง ความแข็งแกร่งให้กับตราสินค้าได้ เนื่องจากบุคลิกของตราสินค้านี้สะท้อนถึงบุคลิกลักษณะของลูกค้านี้ ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างตราสินค้ากับลูกค้า นอกจากนี้ บุคลิกลักษณะของตราสินค้า ยังช่วยในการสื่อสารคุณลักษณะและหน้าที่ของสินค้าไปยังผู้บริโภคอีกด้วย (วีริยา สาโรจน์, 2543)

สัญลักษณ์ (Symbols) ที่แข็งแกร่งสามารถก่อให้เกิดการเชื่อมโยงเอกลักษณ์และโครงสร้างที่จะช่วยให้ผู้บริโภคจดจำ ตราสินค้าและระลึกถึงตราสินค้าได้ง่ายขึ้น สัญลักษณ์ของตราสินค้าแบ่ง ออกได้ 3 ประเภท คือ

1) ภาพลักษณ์ที่เห็น (Visual Imagery) เป็นสิ่งที่สามารถจำได้และมีพลัง  
2) การเปรียบเทียบ (Metaphors) เช่น David Beckham นักฟุตบอลทีมชาติอังกฤษ โฆษณารองเท้าฟุตบอล Nike เปรียบเทียบกับความเป็นหนึ่งของตราสินค้ากับสุดยอดของนักฟุตบอล เป็นต้น

3) มรดกของตราสินค้า (Brand Heritage) หมายถึง สิ่งที่เป็นตัวแทนของแก่นตราสินค้า นอกจากนั้นความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภค (Brand-Customer Relationship) สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เนื่องจากผู้บริโภคมีความรู้สึกด้านบวกต่อตราสินค้าผลประโยชน์ ด้านอารมณ์ (Emotional Benefits) คือ การที่ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกด้านอารมณ์เป็นตัวเพิ่ม และสร้างประสบการณ์ในการเป็นเจ้าของหรือการใช้สินค้า

และท้ายที่สุดผลประโยชน์จากความภาคภูมิใจในตนเอง (Self-Expressive Benefits) คือ การซื้อหรือการใช้สินค้าก็เพื่อที่จะบ่งบอกถึงความเป็นตัวของตัวเอง

ก่อนที่จะศึกษาความหมายของตราสินค้า (Brand) ควรจะทำความเข้าใจความหมายของ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Product) ก่อน หมายถึง กลุ่มของสิ่งที่มีตัวตนและไม่มีตัวตนที่สามารถตอบสนองความพอใจของผู้ซื้อ อาจรวมถึงบรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ และตราสินค้า ตลอดจน บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย (Etzel, Walker & Stanton, 2001, p. G-9 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา และอรทัย เลิศวรรณวิทย์, 2550, หน้า 394) หรือเป็นสิ่งที่นำสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของมนุษย์ (Kotler & Keller, 2009, p. 278) โดยแบ่งสินค้าออกดังนี้

- 1) สินค้าที่มีลักษณะทางกายภาพ (Physical Product) เช่น อาหาร โทรศัพท์ โทรทัศน์ โทรศัพท์
- 2) การบริการ (Service) เช่น สายการบิน บริษัทประกันภัย ธนาคาร เป็นต้น
- 3) ร้านค้าปลีก (Retail) เช่น ซูเปอร์สโตร์ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น
- 4) บุคคล (Person) เช่น นักร้อง นักแสดง นักกีฬา เป็นต้น
- 5) องค์กร (Organization) เช่น องค์กรที่ไม่แสวงหากำไร องค์กรทางการค้า เป็นต้น
- 6) สถานที่ (Location) เช่น ประเทศ เมือง รัฐ เป็นต้น
- 7) แนวความคิด (Idea)

สุภาภักดิ์ (2547) จำแนกสินค้าออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 1) คุณประโยชน์หลัก (The Core Benefit) เป็นความต้องการพื้นฐานที่ผู้บริโภคได้รับจากสินค้าหรือบริการ
- 2) ระดับสินค้าทั่วไป (The Generic Product Level) เป็นสินค้าพื้นฐานทั่วไป ซึ่งอาจเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นต่อหน้าที่ของสินค้าเท่านั้น
- 3) ระดับสินค้าคาดหวัง (The Expected Product Level) กลุ่มของคุณสมบัติในตัวสินค้า ที่ผู้ซื้อคาดหวังจะได้รับเมื่อซื้อสินค้า
- 4) ระดับสินค้าเพิ่มเติม (The Augmented Product Level) คุณสมบัติผลประโยชน์หรือ บริการที่เพิ่มเติมเข้ามาในสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่ง
- 5) ระดับสินค้าที่มีศักยภาพ (The Potential Product Level) เป็นสิ่งที่เพิ่มเติมหรือการเปลี่ยนแปลงที่สินค้าจะมีในอนาคต

ปัจจุบันตลาดส่วนใหญ่จะใช้คุณสมบัติหรือประโยชน์เพิ่มเติมเข้ามาในตัวสินค้าในการแข่งขันเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ และสอดคล้องกับความเห็นของ Levitt และ Keller (1988 อ้างใน สุภาภักดิ์, 2547) ที่ว่าการแข่งขันระหว่างสิ่งที่บริษัทได้ผลิตออกมาใน

โรงงาน แต่เป็นการแข่งขันระหว่างสิ่งที่บริษัทได้เพิ่มเติมเข้าไปในตัวสินค้าออกมาในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ การให้บริการ การโฆษณา การให้คำแนะนำลูกค้า การเงิน การจัดส่งสินค้า การจัดเก็บสินค้าในคลัง และสิ่งอื่นๆที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภคได้

**2.11.2 แนวคิดการสร้างตราสินค้า** เนื่องจากคุณค่าตราสินค้าในใจของผู้บริโภคนั้นเกิดจากการรับรู้ถึงความเป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้าอย่างต่อเนื่องจนเกิดคุณค่าในใจขึ้น ดังนั้นการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้าจึงมีความสำคัญ เพื่อที่จะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยของการสร้างตราสินค้าที่มีประสิทธิภาพซึ่งจะช่วยอธิบายถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้และความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อคุณค่าตราสินค้า (Randall, 2000)

Aaker (1996 อ้างใน อรรถน์ วิสุทธิถาวรวงศ์, 2548) ได้ให้นิยามตราสินค้าโดยเน้นไปที่ความหมายในมุมมองของผู้บริโภคว่า ตราสินค้าเปรียบเสมือนคำมั่นสัญญาที่ผู้ขายให้กับผู้บริโภคเกี่ยวกับกลุ่มก้อนของคุณสมบัติต่างๆ ของตัวสินค้า (Attributes) ที่ผู้บริโภคจะได้รับและจะเกิดความพอใจเมื่อใช้สินค้า โดยคุณสมบัติต่างๆ ของตราสินค้าเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่มีอยู่จริง จับต้องได้ เกี่ยวข้องกับการใช้เหตุผล (Rational) หรือเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องและมองเห็นได้และเกี่ยวข้องกับการใช้อารมณ์ก็ได้

ตราสินค้าเป็นสิ่งที่สำคัญของผู้ขายที่จะส่งมอบลักษณะผลประโยชน์และบริการ รวมถึงการรับประกันคุณภาพ โดยสามารถสื่อความหมายได้ 6 ระดับ คือคุณลักษณะของสินค้า (Attributes) ตราสินค้าทำให้นึกถึงคุณสมบัติหรือคุณลักษณะที่แน่ชัดของผลิตภัณฑ์ และจะเชื่อมโยงถึงคุณประโยชน์ (Benefits) เช่น ความทนทาน แสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์ตามหน้าที่การใช้งาน และก่อให้เกิดคุณค่า (Value) วัฒนธรรม (Culture) โดยตราสินค้าอาจเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมขององค์กรหรือของประเทศผู้ผลิตได้ และตราสินค้าจะบ่งชี้ถึงบุคลิกภาพ (Personality) ของสินค้า และสื่อถึงลักษณะของผู้ใช้ (User) ด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช, 2546, หน้า 407)

Lynn Upshaw แห่ง Upshaw Associate ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับตราสินค้า พบว่าตราสินค้ามีได้เกี่ยวข้องกับเฉพาะสินค้าและบริการเท่านั้น ตราสินค้ามีขอบข่ายที่กว้าง โดยแบ่งประเภทของตราสินค้าออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้ (เสริมยศ ธรรมรักษ์, 2549, หน้า 35-36)

1) ประเภทสินค้า (Product Brand) เป็นสินค้าที่จับต้องสัมผัสได้ ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่จะนึกถึงเมื่อกล่าวประเภทของสินค้านั้น ๆ เช่น น้ำอัดลมตราโค้ก โทรศัพท์มือถือตราไอโฟน บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปตรามามา เป็นต้น

2) ประเภทบริการ (Service Brand) เป็นรูปแบบที่สัมผัสจับต้องไม่ได้ บริการอาจจะประกอบอยู่ในตัวสินค้าก็ได้แต่ถ้าเป็นสินค้าประเภทบริการผู้คนส่วนใหญ่จะนึกถึงการบริการมากกว่าการให้ความสำคัญกับสินค้าเป็นวัตถุดิบจับต้องได้ เช่น บริการสายการบิน บัตรเครดิต เป็นต้น

3) ประเภทบุคคล (Personal Brand) ซึ่งเป็นบุคคลแต่ละคนเปรียบเสมือนตราสินค้าลักษณะบุคคลควรมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ชาลี แซ่ปิ่น ซึ่งในปัจจุบันตราสินค้าประเภทบุคคล มีบุคลิกที่ชัดเจนมาก ด้านกีฬา เดวิด เบ็คแฮม ด้านเพลง ชงไชย แม็คอินไตย์ เป็นต้น

4) ตราสินค้าประเภทองค์การ (Organizational Brand) หรือ อาจเรียกว่า (Corporate Brand) เช่น พรรคการเมือง องค์กรธุรกิจ ไมโครซอฟท์ หรือเวอร์จิน เป็นต้น

5) ตราสินค้าประเภทเหตุการณ์หรือกิจกรรม (Event Brand) เช่น คอนเสิร์ต การแข่งขันกีฬา ซึ่งเป็นกิจกรรมจะอยู่ในรูปของกีฬา ศิลปวัฒนธรรม ความบันเทิงต่างๆ ที่สามารถช่วยสนับสนุนหรือส่งเสริมให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก เช่น Academy Fantasia ซึ่งทำให้ตราสินค้าของ True เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

6) ตราสินค้าประเภทภูมิศาสตร์ (Geographic Brand) เช่น ประเทศ เมือง รีสอร์ท สถานที่ ท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้หันมาสร้างจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ให้กับตัวเอง หากเมืองแพชชั่นก็จะนึกถึงประเทศฝรั่งเศส

การสร้างตราสินค้า คือ การสื่อสารคุณค่าต่างๆ ของสินค้าที่องค์กรต้องการสื่อสารไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่านั้นๆ ดังนั้นการสร้างตราสินค้าที่แข็งแกร่งจึงจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องระหว่างตราสินค้ากับผู้ซื้อและผู้ใช้นี้ อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นการสร้างตราสินค้าจึงต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงภายใต้สภาพตลาดในปัจจุบัน การสร้างตราสินค้าที่แตกต่างจำเป็นต้องใช้ความชำนาญและความเชี่ยวชาญ ในการจัดการและการรักษาปัจจัยต่างๆ จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของตราสินค้า เพื่อก่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ในใจของผู้บริโภค ตราสินค้าจึงเป็นการผสมผสานระหว่างองค์ประกอบทางกายภาพ ความงาม เหตุผล และอารมณ์ ดังนั้นการสร้างตราสินค้าที่แข็งแกร่งจึงประกอบไปด้วยการพัฒนา การรักษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ และคุณค่าที่สม่ำเสมอ สร้างความแตกต่างจนปกป้องและดึงดูดผู้บริโภคได้ (Randall, 2000)

สรุปได้ว่าตราสินค้า หมายถึง สิ่งที่สร้างขึ้นเพื่อทำให้สินค้านี้มีความโดดเด่น และต่างไปจากคู่แข่ง เป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่ผู้บริโภคจะได้รับเมื่อซื้อสินค้าหรือบริการทั้งในด้านที่จับต้องได้ คือ คุณลักษณะและคุณสมบัติของตราสินค้าต่างๆ ทางกายภาพของสินค้า บรรจุภัณฑ์และเครื่องหมายการค้า และสิ่งที่ไม่จับต้องได้ ซึ่งจะเป็นการเชื่อมโยงสินค้านี้กับผู้บริโภค เช่น การบอกถึงสถานภาพและภาพลักษณ์ของผู้ใช้ รวมถึงผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือของตัวสินค้านั้นๆ ได้ และตราสินค้าสามารถสร้างคุณค่าเพิ่ม พร้อมทั้งทำการยกระดับให้กับตัวสินค้านอกเหนือจากคุณสมบัติทางกายภาพของตัวสินค้าเอง

Baldinger (1992) ได้อธิบายว่าในอนาคตทั้งนักการตลาดและนักวิจัยควรให้ความสำคัญกับ 4 กลยุทธ์ คือ

1) การวัดคุณค่าของตราสินค้า (Measuring Brand Equity)

- 2) การวัดประสิทธิภาพทางการตลาด (Measuring Marketing's Effectiveness)
- 3) การให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า (A Better New Product Process)
- 4) การวัดความพึงพอใจของลูกค้า (Measuring Customer Satisfaction)

ทั้งประสิทธิภาพทางการตลาด คุณภาพของสินค้า และความพึงพอใจของลูกค้า จะนำมาซึ่งคุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) ดังนั้นคุณค่าของตราสินค้าจึงเป็นมูลค่าเพิ่มอันนำมาซึ่งรายได้กำไรและส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น กล่าวโดยสรุป คือ การสร้างตราสินค้าที่แข็งแกร่งควรให้ความสำคัญกับมูลค่าของตราสินค้า (Brand Value) ที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบทุกส่วนของตราสินค้า ซึ่งมูลค่าของตราสินค้าเกิดจากความรู้ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าที่ผู้บริโภครับรู้อย่างต่อเนื่อง (2540) จึงจะสามารถสร้างตราสินค้าที่ประสบความสำเร็จได้ สรุปโดยรวม แนวคิดการสร้างตราสินค้าเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องระหว่าง ตราสินค้ากับผู้บริโภค โดยอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ จึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนให้ทัน กับสภาพการณ์ในปัจจุบัน จากความชำนาญและความเชี่ยวชาญในการสร้างตราสินค้านั้น ควรให้ ให้ความสำคัญกับเรื่องมูลค่าของตราสินค้าที่เกี่ยวข้องกับทุกส่วนของตราสินค้า

**2.11.3 การสร้างตราสินค้า (Logo Brand)** เป็นพัฒนาการที่เกิดขึ้นพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ คำปลีกที่ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เริ่มเห็นความสำคัญของการมีสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของห้างเพื่อผู้บริโภคเห็นและจดจำในระยะไกล (ปรียัตารา, 2555)

จากที่กล่าวมานี้ โลโก้ของแบรนด์ต่างๆ จึงมีลักษณะเป็นสีเหลี่ยมแนวตั้งเพื่อความสะดวกในการใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นการนำมาทำเป็นป้ายแสดงให้เห็นตำแหน่งเข้าห้าง หรือถุงของห้าง

โลโก้ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของแบรนด์ และเมื่อนักสร้างแบรนด์ต้องมีส่วนร่วมในการออกแบบโลโก้แล้ว มีดังนี้

2.11.3.1 หลีกเลียงการออกแบบโลโก้ที่มีความซับซ้อน เพราะโลโก้คือสิ่งที่ต้องนำไปใช้ในหลาย ๆ วัตถุประสงค์ เช่น โฉนดนามบัตร กระดาษหัตถ์จดหมาย อินเทอร์เน็ต หรือแม้แต่สินค้าแจกแถมประเภทเสื้อ ปากกา ดินสอ เป็นต้น

2.11.3.2 หลีกเลียงการใช้สีพิเศษหรือรูปร่างพิเศษ เพราะนั่นคือต้นทุนในการผลิตวัสดุทุกชิ้นที่มีโลโก้ การที่โลโก้มีความเรียบง่ายก็สามารถสะท้อนความเป็นผู้มีรสนิยมและความเป็นมืออาชีพได้

2.11.3.3 ถ้าโลโก้มีตัวอักษร ต้องปรับช่องไฟระหว่างตัวอักษรแต่ละตัวให้เหมาะสม โดยเฉพาะช่องไฟระหว่างอักษร ที่จัดเรียงตามธรรมชาติจะให้ความรู้สึกกว้างเกินไป นักสร้างแบรนด์ควรระบุให้นักออกแบบให้ความสำคัญและจัดให้ช่องไฟมีความกว้างเหมาะสมเหมือนตัวอักษรอื่น ๆ ด้วย

2.11.3.4 ขณะที่พัฒนาโลโก้ ควรมีการลองนำโลโก้เหล่านั้นมาจัดวางในวัสดุที่คาดว่าจะต้องมีโลโก้อยู่ด้วยทั้งในลักษณะที่เป็นสีและขาวดำ สีพื้นเป็นสีต่างๆ และสีพื้นที่เป็นสีขาว



**2.11.4 สี (Color)** คือองค์ประกอบที่ใช้เป็นตัวแทนขององค์กร มักมีที่มาจากสีของสัญลักษณ์ที่นักออกแบบสร้างให้เกิดความจดจำในใจผู้บริโภค คุณลักษณะของสี ได้แบ่งคุณลักษณะของสีได้ดังนี้ (ชะลูด, 2544)

- 1) ความเป็นสี (Hue) หมายถึง เป็นสีอะไร เช่น แดง เหลือง เขียว ฯลฯ ตามวงธรรมชาติ
- 2) น้ำหนักของสี (Value) หมายถึง ความสว่างหรือความมืดของสี ถ้าผสมสีขาวเข้าไปในสีหนึ่ง สีนั้นจะสว่างขึ้น หรือมีน้ำหนักอ่อนลง และถ้าเพิ่มสีขาวเข้าไปทีละน้อยๆ เป็นลำดับจะได้ค่าของสี หรือน้ำหนักของที่เรียงลำดับจากแก่ที่สุดไปจนอ่อนที่สุด
- 3) ความจัดของสี (Intensity) หมายถึง ความสดหรือความบริสุทธิ์ของสีหนึ่ง สีที่ถูกผสมด้วยสีดำจะหม่นลง ความจัดหรือความบริสุทธิ์จะลดลง ความจัดของสีจะเรียงลำดับจากจัดที่สุดไปจนหม่นที่สุดได้หลายลำดับ ด้วยการค่อยๆ เพิ่มปริมาณของสีดำที่ผสมเข้าไปทีละน้อย จนถึงลำดับที่ความจัดของสีมีน้อยที่สุด

นอกจากนี้ จากการทำวิจัยพบว่า สีสามารถเป็นตัวกำหนดทิศทางของการลำดับเรื่องราวได้ ความจัดของสี น้ำหนักสี ปริมาณสี ความตัดกันของสี สามารถเป็นเครื่องหมายบอกได้ว่าส่วนใดเป็นจุดเริ่ม จุดหยุดชั่วคราว หรือจุดสิ้นสุด

#### 2.11.5 โครงสร้างของกลุ่มสี (ทองเจือ, 2548) ได้นำเสนออรรถนะของสีดังนี้

- 1) Warm Color เป็นกลุ่มสีร้อน เช่น แดง เหลือง และส้ม การจับคู่สีโทนนี้จะให้ความรู้สึกถึงพลังงานการเคลื่อนไหว ความแข็งแกร่ง และต้องการเป็นจุดสนใจ
- 2) Cool Color กลุ่มสีเย็น เช่น สีน้ำเงิน เขียว ม่วง เป็นกลุ่มสีที่แสดงถึง ความสงบ เยียบ ขรึม อนุรักษ์นิยม การเข้าถึงจิตวิญญาณ
- 3) Monotone เป็นการใช้กลุ่มสีจากธรรมชาติในโทนเอกรงค์ขาวดำ เช่น สีเทาอ่อน เทาแก่ สีเบจหรือสีขาวนวล ที่ให้ความรู้สึกสงบเยียบ และภาพลักษณ์ที่ดูคลาสสิก โทนสีในลักษณะนี้ มักใช้กับสินค้าราคาสูง หากจะใช้โทนสีนี้ในงานออกแบบประเภท Signage System บรรจุภัณฑ์ งานโฆษณา หรืองานด้านกราฟิกอื่นๆ ควรจะเพิ่มความแตกต่างของสีหรือพื้นผิวเพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
- 4) สีเอกรงค์ (Monochromatics) เป็นการใช้สีโทนเดียว แต่สามารถไล่น้ำหนักสีได้ตั้งแต่เข้มสุดถึงอ่อนสุด
- 5) สีข้างเคียง (Analogous) คือกลุ่มสีที่อยู่ในโทนใกล้เคียงกันในวงสีธรรมชาติ เช่น สีน้ำเงิน น้ำเงินเขียว และสีเขียว กลุ่มโทนสีเหล่านี้ เป็นโทนสีที่ต้องการให้เกิดภาพลักษณ์ที่มีความสุขุม นุ่มนวลและมีความมีรสนิยมสูง
- 6) สีตรงข้าม (Complementary) คือคู่สีตรงข้ามระหว่างสีโทนอุ่นและสีโทนเย็น มีความเหมาะสมในการออกแบบงานที่ต้องการเรียกร้องความสนใจ หรือเป็นจุดเด่น เช่น งานแสดงสินค้า แบนเนอร์ หรืองานบรรจุภัณฑ์

7) สีเกือบตรงข้าม (Split Complements) เป็นการจับคู่สีตรงข้ามที่ไม่ตัดกันรุนแรง เท่ากับการจับคู่สีแบบ Complementary โดยใช้วิธีผสมสีข้างตรงข้าม เช่น การจับคู่กันของสีแดงกับสีเขียว น้ำเงิน หรือสีเขียวเหลือง

**2.11.6 อารมณ์และความหมายของสีตามหลักจิตวิทยา** (Eiseman, 2000) ได้นำเสนอความหมายของสีและผลกระทบที่มีต่ออารมณ์และความรู้สึกดังนี้ สีขาว คือความบริสุทธิ์ ความสงบ เรียบง่าย สีเหลือง คือความอบอุ่น มิตรภาพ ความสนุกสนาน สีเขียว คือความสงบ เป็นธรรมชาติ มีชีวิตชีวา สีส้ม คือความคิดสร้างสรรค์ มีความเชื่อมั่น ไร่แรงสนุกสนาน สีแดง คือความร้อนแรง ตื่นเต้น ทำทาย มีอิทธิพลด้านราคา สีชมพูคือความอ่อนหวาน นุ่มนวล สีม่วง คือความหรูหรา สง่างาม ลึกลับ สีฟ้า คือความสว่าง อิสระเสรี สงบ เยือกเย็น และมีความคิดสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น สีน้ำตาล คือความมั่นคงเด็ดเดี่ยว สุขุม เรียบง่าย สีเทา คือความสมดุล ความร่วมมือ มีความเป็นกลาง และสีดำ คือความเข้มแข็ง ลึกลับ ทำทาย

**2.11.7 อิทธิพลของ “สี” ต่อการออกแบบตรา** ในการทำธุรกิจ “ตราสินค้า (Logo)” ที่เราพบเห็นกันจนชินตานั้น นับว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในการทำธุรกิจที่ช่วยสะท้อนความเป็นตัวตนของแบรนด์ อีกทั้งยังช่วยให้ผู้บริโภคสามารถจดจำแบรนด์ได้ดียิ่งขึ้น โดยการออกแบบตราสินค้าที่มีประสิทธิภาพ นอกจากจะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและมีรูปแบบที่โดดเด่นสวยงามแล้ว การใช้ “สี” ก็เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้พบเห็นและช่วยเพิ่มคุณค่าของตราสินค้าด้วยเช่นกัน

Simon Bonello, (2013) ได้สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้าระบุว่า การเลือกสีของตราสินค้าที่มีความเหมาะสมสามารถเพิ่มการรับรู้และเข้าใจถึงแบรนด์ได้มากถึง 73% อีกทั้งยังช่วยเพิ่มการจดจำแบรนด์ของผู้บริโภคได้เพิ่มสูงขึ้นอีก 80% โดยสีที่นำมาใช้ในการออกแบบตราสินค้าแต่ละสี ก็สามารถสื่อความหมายและความรู้สึกต่อผู้บริโภคได้แตกต่างกัน โดยสีที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ สีฟ้า ในขณะที่สีที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุดคือ สีเทา แต่ผลการสำรวจกลับพบว่า สีเทาเป็นสีที่ได้รับความนิยมอย่างมากในการออกแบบตราสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจในรูปแบบของการร่วมทุนกัน (Corporate Business) ส่วนการออกแบบตราสินค้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงก็ไม่จำเป็นที่จะต้องใช้สีชมพูในการนำเสนอเสมอไป เนื่องจากผลสำรวจพบว่า ผู้หญิงส่วนใหญ่อีกกลับชื่นชอบสีฟ้ามากที่สุด และตามมาด้วยสีม่วงเป็นอันดับ 2 นอกจากนี้ สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบตราสินค้าคือ ต้องสามารถอ่านออก เข้าใจได้ง่าย สามารถสื่อสารได้ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้รูปแบบของโลกก็ยังคงมีความแปลกใหม่ และหลีกเลี่ยงการออกแบบที่ซ้ำซากหรือมีความคล้ายคลึงกับแบรนด์อื่นๆ ซึ่งการออกแบบที่มีความแปลกใหม่ จะช่วยสร้างความโดดเด่นสะดุดตา อีกทั้งยังสร้างความแตกต่างจากแบรนด์คู่แข่งได้เป็นอย่างดี

**2.11.8 การจัดกลุ่มผู้บริโภค** การแบ่งประเภทของผู้บริโภคหรือลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตามลักษณะของ Demographic Environment เป็นการจัดกลุ่มประชากรโดยอาศัยช่วงเวลาในการเกิดรวมทั้งสภาวะที่ใกล้เคียงกัน (ประดิษฐ์, 2553)

ปัจจุบันมีการแบ่งประชากรตามลักษณะ Demographic Environment ออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่ม Baby Boomers กลุ่ม Generation X กลุ่ม Generation Y และกลุ่ม Generation Z ทั้ง 4 กลุ่มนี้จึงมีอิทธิพลต่อนักการตลาดทั่วโลกที่จะต้องทำความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้เพื่อตอบสนองความต้องการได้ตรงจุด ประกอบด้วย

2.11.8.1 Baby Boomers เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1946-1964 ปัจจุบันอายุ 40-59 ปี เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงเนื่องจากมีเงินเก็บสะสม แต่มีประสบการณ์มากทำให้เป็นคนที่ตัดสินใจซื้อของได้ยาก ไม่ค่อยเชื่อใครง่ายเป็นห่วงเรื่องสุขภาพมากจึงมองหาสินค้าที่จะเสริมทั้งสุขภาพและความงาม กลุ่มนี้ในเมืองไทยมี 15.7 ล้านคน

2.11.8.2 Generation X เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1965-1980 ปัจจุบันอายุ 25-39 ปี เป็นกลุ่มที่กล้าแสดงออกต้องการเป็นตัวของตัวเอง คนกลุ่มนี้เริ่มใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเติบโตเป็นวัยรุ่น และเข้าสู่ผู้ใหญ่กลุ่มนี้ในเมืองไทยมี 16.4 ล้านคน

2.11.8.3 Generation Y เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1981-1995 ปัจจุบันอายุ 10-24 ปี เป็นกลุ่มที่กล้าแสดงออกต้องการเป็นตัวของตัวเองคล้ายกับ Generation X ไม่ค่อยชื่นชอบแบรนด์ที่พ่อแม่นิยม เพราะมองว่าไม่ใช่แบรนด์ของพวกเขา กลุ่มนี้ในเมืองไทยมี 15.9 ล้านคน

2.11.8.4 Generation Z เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1996-ปัจจุบัน ปัจจุบันอายุต่ำกว่า 9 ปี เป็นกลุ่มที่เกิดมาพร้อมๆ กับโลกอินเทอร์เน็ตจึงตอบรับเทคโนโลยีได้ดี เด็กกลุ่มนี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจของพ่อแม่ เนื่องจากสามารถหาข้อมูลสิ่งที่พวกเขาต้องการเพื่อมาอ้างอิงกับพ่อแม่ได้ เป็นความหวังและอนาคตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซเพราะมีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อสินค้าออนไลน์

2.11.8.5 Generation C กลุ่มพลเมืองใหม่ของโลก อีกประเด็นความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคก็คือ คนกลุ่มใหม่ที่ถูกจำกัดว่าเป็นกลุ่มคน Generation C เป็นการจำกัดกลุ่มโดยไม่ได้มองประเด็นสภาพแวดล้อมตามหลัก Demographic Environment และไม่ถูกจำกัดด้วยอายุไม่ว่าจะอายุ 50 30 หรือ 10 ปีก็ตามหากแต่สนใจในเรื่องพฤติกรรมเป็นหลัก

ไม่ว่าการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคที่มีอายุเท่าใด พบว่าลูกค้าเป้าหมายอาจมีบางส่วนที่เป็น Generation C ผู้ซึ่งซื้อสินค้าโดยการค้นข้อมูลมากมายมาประกอบกับการตัดสินใจ รับและส่งข้อมูลข่าวสารรวมทั้งสร้างสรรค์ข้อมูลด้วยตนเองโดยการใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งมีจำนวนมากถึง 945 ล้านคนจากทั่วโลก และคาดกันว่ามีอัตราการเติบโตสูงเป็น 1.46 พันล้านคน ภายใน 2 ปีนับจากนี้

สำหรับประเทศไทย แม้ว่าปัจจุบันจะมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ราว 6 ล้านคน จากการสำรวจโดย Nectec เมื่อปี 2546 แต่อย่าลืมนะว่าโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ย้อนหลังกลับไป 10 ปีที่แล้ว มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพียง 8,000 คน เดิมผู้บริโภคคนไทยส่วนมากใช้วิธีรับรู้ข่าวสารที่ทันสมัยจากโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร ฯลฯ ต่างกับคนจำนวนน้อยที่จำกัดอยู่ในเฉพาะแวดวง ชนชั้นกลางถึงชนชั้นสูงในกรุงเทพฯ เท่านั้นที่สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยจากต่างประเทศได้ ซึ่งทำให้เขาเหล่านั้นกลายเป็น Trend Setter หรือผู้นำกระแสสังคม

แต่ในโลกออนไลน์ข้อมูลที่รวดเร็วที่ทันสมัยไม่ได้จำกัดอยู่ในกลุ่มคนแคบๆ อีกต่อไป หากแต่จะอยู่ในเอื้อมมือของคนจำนวนมาก ภายในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้กลุ่ม Generation C เป็นผู้มีอิทธิพลที่นักการตลาดไม่ควรมองข้าม

### 2.11.9 การจำแนกชนชั้นทางสังคม จำแนกได้ดังต่อไปนี้

2.11.9.1 ชั้นสูงระดับสูง (Upper-Upper) จำนวนประชากรในกลุ่มนี้คิดเป็นร้อยละ 1.50 จะมีลักษณะเป็นครอบครัวเศรษฐีเก่าที่ร่ำรวยมาแล้ว 3-4 รุ่นจากมรดกและอยู่ในตระกูลที่มีชื่อเสียงมานาน นักการตลาดควรจะเน้นสิ่งที่ดีที่สุดในการเข้าตลาดกลุ่มนี้

2.11.9.2 ชั้นสูงระดับต่ำ (Lower-Upper) จำนวนประชากรคิดเป็นร้อยละ 1.50 มีลักษณะเป็นเศรษฐีใหม่ที่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจ ยังไม่เป็นที่ยอมรับทางสังคมชั้นสูงมากนัก ต้องการมีลักษณะเช่นเดียวกับบุคคลในชั้นสูงระดับสูง นักการตลาดควรเน้นที่ความสำคัญของบุคคลในกลุ่มคนชั้นสูงระดับสูง กลุ่มนี้สามารถใช้เป็นกลุ่มอิทธิพลสำหรับกลุ่มนี้ที่ดียิ่งกว่าได้ โดยขยายความนิยมจากบนลงล่าง

2.11.9.3 ชั้นกลางระดับสูง (Upper-Middle) จำนวนประชากรในกลุ่มนี้คิดเป็นร้อยละ 10.00 จะมีลักษณะเป็นมืออาชีพสมัยใหม่ที่ประสบความสำเร็จ เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดกลาง ผู้บริหารระดับกลาง กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มมีการศึกษาสูง ต้องการเป็นที่ยอมรับทางสังคม โดยการเป็นคนดีของสังคมตลอดจนมีความสนใจทางด้านกีฬาและวัฒนธรรม การซื้อของบุคคลกลุ่มนี้จะแสดงถึงคุณภาพและรสนิยมสูง

2.11.9.4 ชั้นกลางระดับต่ำ (Lower-Middle) ประชากรกลุ่มนี้คิดเป็นร้อยละ 33.00 จะมีลักษณะเป็นพนักงานระดับกลาง เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก แรงงานฝีมือ มีบ้านเป็นของตัวเอง กลุ่มนี้จะใช้เหตุผลในการตัดสินใจจึงควรใช้ราคาและการส่งเสริมการขายในการจูงใจ

2.11.9.5 ชั้นต่ำระดับสูง (Upper-Lower) จำนวนประชากรกลุ่มนี้คิดเป็นร้อยละ 38.00 จะมีลักษณะเป็นผู้ใช้แรงงานในระดับแรงงานกึ่งฝีมือ และยังมีอาศัยบ้านเช่าอยู่ เป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุด มุ่งการดำเนินชีวิตแบบเรียบง่าย หาคความสบาย ๆ

2.11.9.6 ชั้นต่ำระดับต่ำ (Lower-Lower) จำนวนประชากรกลุ่มนี้คิดเป็นร้อยละ 16.00 บุคคลในกลุ่มนี้จะมีลักษณะเป็นแรงงานไร้ฝีมือ ว่างาน พวกเร่ร่อน ไม่มีที่อยู่อาศัยเป็นหลักแหล่ง ชั้นสังคมที่ต่างกันมีลักษณะการบริโภคสินค้าและบริการที่ต่างกัน มีพฤติกรรมเลือกซื้อที่ต่างกัน และมีรูปแบบในการตอบสนองต่อราคาของสินค้าและบริการ และการส่งเสริมการขายที่แตกต่างกันด้วย (อัจฉรวรรณ, 2553)

**2.11.10 การวิจัยผลิตภัณฑ์ (Product Research)** การวิจัยศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทำให้เกิดยอดขายที่เป็นไปได้ดีและกีดกันคู่แข่งได้ การวิจัยผลิตภัณฑ์ยังเป็นส่วนที่สามารถนำเสนอการขายให้แก่ตลาดเพื่อให้เกิดความสนใจ ความต้องการความเป็นเจ้าของการใช้หรือการบริโภคซึ่งเป็นสิ่งนี้อาจจะตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของผู้ซื้อให้ได้รับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์มากที่สุด (สิริชชา, 2553)

2.11.10.1 ผลิตภัณฑ์หลัก หมายถึง อร์รลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ซื้อ ซึ่งผู้ซื้อมีความต้องการ เพราะสามารถที่จะนำไปสนองความต้องการของลูกค้าได้

2.11.10.2 ผลิตภัณฑ์จริงหรือผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ หมายถึง ส่วนที่เป็นลักษณะรูปร่างของผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่เสนอให้กับตลาด

2.11.10.3 ผลិតภัณฑ์ควบ หมายถึง บริการหรือประโยชน์ที่ผู้วางแผนแนวทางผลิตภัณฑ์ เสนอให้เพิ่มเติมควบคู่กับรายการผลิตภัณฑ์ เช่น การติดตั้งการบำรุงหรือบริการหลังการซื้อ เป็นต้น

**2.11.11 การวิจัยทางการตลาด (Marketing Research)** งานแสวงหาข้อมูลของผู้บริหาร การตลาดที่ต้องการศึกษาปัญหาเฉพาะเรื่องที่ต้องการทราบโดยไม่มีข้อมูลข่าวสารในท้องตลาดที่สามารถกรองมาได้ เช่น การทดสอบตลาดสินค้า การสำรวจทัศนคติผู้บริโภค การพยากรณ์การขาย เฉพาะพื้นที่ที่สนใจ การวัดประสิทธิภาพของสื่อโฆษณา เป็นต้น การวิจัยตลาดอาจใช้เครื่องมือช่วย หรือจ้างวานผู้เชี่ยวชาญในการทำวิจัยพร้อมสรุปผลให้ก็ได้ (สิริชชา, 2553)

2.11.11.1 วัตถุประสงค์ของระบบการวิจัยทางการตลาด (Purpose of Marketing Research System)

1) เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้องค์กรทำกำไรได้ในระยะยาว

2) เพื่อการวางแผนและควบคุมทางการตลาด

3) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารการตลาดภายใต้สภาวะการแข่งขันสูง

4) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางการตลาดของผู้บริหาร

5) เพื่อเป็นการแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภคในตลาด

2.11.11.2 ระดับของการวิจัยทางการตลาด (A Classification of Marketing Research)

1) การวิจัยการตลาดขั้นพื้นฐาน (A Basic research) การวิจัยขั้นพื้นฐานเป็นการกำหนดปัญหาต่างๆ ทางการตลาดให้ชัดเจน โดยมากเป็นเรื่องกว้างๆ ทางการตลาด เช่น พฤติกรรมผู้บริโภค

2) การวิจัยเปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งตลาด (Market share) การวิจัยเรื่องภาพพจน์ การพยากรณ์ยอดขาย การวิจัยเรื่องยอดขาย ศักยภาพของตลาด แนวโน้มตลาดหรือธุรกิจการวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาด เป็นต้น

3) การวิจัยการตลาดขั้นประยุกต์ (An Applied research) เป็นการวิจัยเพื่อการประยุกต์ใช้ผลของการวิจัยในการแก้ปัญหาต่างๆ ทางการตลาด เช่น การวิจัยส่วนแบ่งตลาด

การวิจัยผลิตภัณฑ์ ความเหมาะสมของรูปแบบผลิตภัณฑ์ การวิจัยเรื่องตราสินค้า การทดสอบตลาด การวิจัยเรื่องราคาสินค้า การยอมรับในตราสินค้าหรือราคาสินค้าของผู้บริโภค การวิจัยเรื่องทำเลที่ตั้งร้านค้าหรือการจัดจำหน่าย ตลอดจนการวิจัยเรื่องโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย การวัดประสิทธิภาพของสื่อโฆษณา การวิจัยเพื่อตัดสินใจเลือกใช้สื่อการโฆษณาหรือการวิจัยเพื่อตัดสินใจในระบบสื่อสารทางการตลาด (IMC) ฯลฯ

## 2.12 บรรจุกณ์

"การบรรจุกณ์" (Packaging) คือ กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการตลาดในการใช้วัสดุมาสรรสร้างภาชนะบรรจุหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้สอยรักษาคุณภาพ การขนส่ง และเพื่อการสื่อสารต่าง ๆ

การบรรจุภัณฑ์ คือ สิ่งที่ห่อหุ้มหรือบรรจุ รวมทั้งภาชนะที่ใช้เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปยังแหล่งผู้บริโภคหรือแหล่งใช้ประโยชน์ เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพ ตลอดจนคุณภาพให้ใกล้เคียงกับเมื่อแรกผลิตมากที่สุด

สรุปแล้วบรรจุภัณฑ์ "บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หน่วยรูปแบบวัตถุภายนอกที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง หรือ ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดผลประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค"

### 2.12.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์

ความเป็นมาของการบรรจุภัณฑ์ นั้นมีมานานกว่าสองศตวรรษแล้ว โดยเริ่มต้นจากการที่ผู้ผลิตสินค้าต้องการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ถึงแม้ว่าการทำงานของบรรจุภัณฑ์นั้น จะมีไว้เพียงเพื่อบรรจุ และเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันได้มีการพัฒนา และเพิ่มความหลากหลายมากขึ้นกว่าที่เคยมีมา ความก้าวหน้าของเครือข่ายการคมนาคมขนส่งในโลกทุกวันนี้ รวมไปถึงความซับซ้อนของการค้าปลีกสมัยใหม่ ทำให้การบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด ในการเก็บรักษา และป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง จากโรงงานผลิต ไปยังร้านค้าปลีกหรือผู้บริโภคที่ส่งสินค้าโดยตรง

นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ ยังถูกใช้ให้เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถเคลื่อนที่ไปไหนต่อไหนได้ ป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์มีรอยขีดข่วน แสดงรายละเอียดการใช้ หรือแม้แต่เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ กล่าวถึงต้นกำเนิดของการบรรจุภัณฑ์ จากวันนี้ย้อนกลับไปในอดีตช่วงปลายศตวรรษที่สิบแปด ในยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรม ได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ อุตสาหกรรมการผลิต ขณะที่ก่อนหน้านี้ กระบวนการผลิตส่วนใหญ่ที่เป็นงานหนัก ต้องอาศัยแรงงานของกรรมกร และผลผลิตที่ได้ก็มีจำนวนน้อย เครื่องจักรที่สามารถผลิตสินค้าจำนวนมาก จึงได้ถูกนำไปใช้เพื่อเพิ่มจำนวนการผลิตของผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ไม่เพียงแต่ผลิตสินค้าอย่างเดียวเท่านั้นยังรวมถึงการผลิตบรรจุภัณฑ์ด้วย ในช่วงแรกอาหารจะนำไปบรรจุในภาชนะโลหะที่ปิดผนึกและถูกห่อหุ้มด้วย กระป๋องบรรจุอาหารที่ทำจากดีบุก (Tin Can) หรือกล่องกระดาษแข็ง ก็ได้นำไปใช้กันอย่างกว้างขวาง ด้วยเพราะมีน้ำหนักเบาสามารถพิมพ์ทับลงไปได้ง่ายบนแผ่นกระดาษก่อนที่จะนำไปทำแบบบรรจุ อีกทั้งยังเป็นการประหยัดพื้นที่อีกด้วย กล่องโลหะก็ได้รับการพัฒนากันอย่างกว้างขวาง เช่น เดียวกันในเวลานั้น เพราะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ดีกว่าการใช้กล่องกระดาษแข็ง โดยเฉพาะสินค้าที่บูดเน่าได้ เช่น ขนมหังคับ หรือขนมหวาน ทำให้ระดับความต้องการที่จะเก็บรักษาสินค้าเพิ่มจำนวนมากขึ้น หันกลับมามองศตวรรษที่ 20 ปัจจุบันนี้เทคนิคในการผลิตได้ก้าวไกลไปมากพอที่จะทำให้บรรจุภัณฑ์โลหะเหล่านี้ มีรูปแบบหรือรูปทรงต่างๆ ได้ตามต้องการ ด้วยการนำเทคนิคคอมพิวเตอร์มาช่วยในการผลิต รวมถึงพลาสติกที่ได้รับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น เราจึงนำมาใช้ในทุกวันนี้

เทคนิคการพิมพ์ที่เฟื่องฟูมาตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 19 นั้นต้องการการพัฒนาในเรื่องเทคนิคการพิมพ์ บรรจุภัณฑ์ ที่มีความรวดเร็ว トラผลิตภัณฑ์หรือยี่ห้อ นั้นจำเป็นต้องมีติดอยู่บนภาชนะบรรจุ ไม่ว่าจะเป็นวัสดุประเภทไหนก็ตาม ขวดแก้ว หม้อดินเผา กล่องหรือกระป๋องโลหะ กล่องกระดาษแข็ง หรือกระดาษห่อธรรมดาๆ ต่างก็ต้องมีฉลากที่จะบอกยี่ห้อ ของผลิตภัณฑ์นั้น ผลที่ตามมาขึ้นไปไกลเกินคาด ในเรื่องของการเพิ่มคุณค่า และความสนใจให้กับสินค้าทั่วไป ตัวอย่างเช่น รูปภาพสีสดชัดเจน ที่อยู่บนกล่องผงซักฟอก ย่อมจะดึงดูดผู้บริโภคมากกว่าตัวผงซักฟอกเองเป็นต้น

การพิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์ มีความสำคัญในการปรับขนาดของตราสัญลักษณ์ยี่ห้อ และรายละเอียด ของสินค้าให้เหมาะสมพอดีทำให้เครื่องมือใช้งานยากขึ้น แต่สามารถลดจำนวน พนักงานประจำโรงงานลง ด้วยผลประโยชน์ที่เห็นชัดเมื่อเราเปรียบเทียบห้างสรรพสินค้า ในปัจจุบัน กับร้านขายของบนถนนในอดีต ก็ยังทำให้เรายินดีแม้ว่าจะค่อนข้างแยะ ที่ต้องลดจำนวนพนักงานลงก็ ตามพัฒนาของการพิมพ์สี ทำให้ศิลปินผู้ออกแบบได้สร้างสรรค์รูปแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ บ่อยครั้ง ได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของสินค้านั้นๆ ไป ปัจจุบันตราของผลิตภัณฑ์ ได้กลายมาเป็นส่วนสำคัญ เท่ากับตัวของผลิตภัณฑ์ และดูเหมือนว่าได้กลายเป็นเกณฑ์ ในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค รูปแบบที่ประสบความสำเร็จ ทิมอยู่มากมายนั้น ถูกทำให้เปลี่ยนแปลงไปตั้งแต่ยุคต้นอย่าง มั่นคง และในอีกหลายกรณีที่มีการออกแบบได้ถูกหล่อหลอมให้เป็นพื้นฐานอันโดดเด่น ที่สร้างสรรค์ขึ้น ดังที่ได้เห็นทุกวันนี้ มิติใหม่ของศิลปะและการออกแบบที่กล่าวถึงได้กลายเป็นแบบมาตรฐาน ที่ยอมรับกันในปัจจุบัน พร้อมไปกับความใหญ่โต และความสลับซับซ้อนของอุตสาหกรรม สื่อโฆษณา การแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด ไม่มีทางที่จะเข้มข้นมากไปกว่านี้และนั่นเป็นเพราะบรรจุภัณฑ์ เป็นหลักเกณฑ์สำคัญของการสื่อสารที่ถูกต้องไปสู่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี (ภาควิชาเทคโนโลยีการ บรรจุ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2005)

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายในท้องตลาดโดยทั่วไป เผชิญกับการแข่งขันกันสูง นับตั้งแต่การ แข่งขันโดยตรงระหว่างสินค้าที่มีคุณสมบัติเหมือนกันแต่ต่างผู้ผลิตหรือแม้แต่การแข่งขันโดยอ้อมจาก ผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ทดแทนได้ (สุรรัตน์, 2556)

**2.12.2 บรรจุภัณฑ์ : บทบาทและหน้าที่ในการตลาด** อัตราแข่งขันด้านการค้าขายในภาวะ เศรษฐกิจของโลกปัจจุบัน นับวันจะเพิ่มปริมาณมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งนับว่าเป็นภาวะการณ์หนึ่งที่ทำให้เกิด การพัฒนาและคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตลอดทั้งมีการคิดค้นกลยุทธ์ กลวิธีทางการตลาด (Marketing Strategy) ขึ้นมาอย่างมากมาย โดยมีจุดมุ่งหมายที่คล้ายกัน คือการได้มาซึ่ง “ความสนใจจากลูกค้า” (Customers Attention) และเงินตราฐานะรำรวยทางเศรษฐกิจในที่สุด

ด้วยเหตุดังกล่าว บรรจุภัณฑ์จึงได้รับความสำคัญขึ้นมาเป็นอย่างมากและเป็นองค์ประกอบ หลักที่ผู้ผลิตนำมาเป็นเครื่องมือสำหรับการแข่งขัน ซึ่ง Shimaguchi, (1985) กล่าวไว้ในหนังสือ Package Design in Japan A. vol.1 ว่า “ถ้าตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์มีฐานะเป็นพระเอก (The Lead) บรรจุภัณฑ์ก็เปรียบเสมือนพระรอง (The Subordinate) ที่นำมาเน้นย้ำการบริการด้วยตนเอง (Self-Service) เป็นผู้ช่วยขายผลิตภัณฑ์ เพราะสามารถแสดงตัวสินค้าหรือตราสินค้า (Brand) ต่อผู้ใช้ ประจำได้อย่างรวดเร็ว และยังพยายามที่จะจูงใจผู้ที่ไม่เคยใช้ให้เกิดความคิดความสนใจ อยากรจะ ทดลองใช้เป็นครั้งแรกอีกด้วย ดังนั้น สินค้าและบรรจุภัณฑ์จึงเป็นของคู่กันมาตลอด ยิ่งสินค้า ผลิตภัณฑ์มีการคิดค้นแข่งขันมากเท่าใด การบรรจุภัณฑ์ก็จะได้รับการพัฒนาขึ้นตามไปมากเท่านั้น จนกระทั่งปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญสำหรับสินค้า และการตลาดจะ ขาดซึ่งสิ่งใดสิ่งหนึ่งมิได้ เพราะบรรจุภัณฑ์ได้แสดงบทบาทและหน้าที่ในการตลาดดังต่อไปนี้คือ

1) การบรรจุและการคุ้มครองป้องกัน บรรจุภัณฑ์ที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้อง เอื้ออำนวยต่อการบรรจุและการคุ้มครอง ซึ่งภาชนะบรรจุจะต้องได้รับการออกแบบให้สามารถคุ้มครอง ผลิตภัณฑ์จากความเสียหาย เนื่องจากการขนส่ง ป้องกันการเน่าเสีย เก็บรักษาง่าย ไม่เสื่อมสลายไว



เพราะผู้บริโภคไม่ต้องการที่จะได้รับอันตรายจากอาหารเป็นพิษหรือบาดแผลอันเนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เรียบร้อยสมบูรณ์

2) การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ต้องแสดงให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคในทันที โดยการใช้ชื่อการค้า เครื่องหมายการค้า ชื่อผู้ผลิต ลักษณะและประเภทของสินค้าเข้ามาเป็นเครื่องมือ บ่งชี้ เพราะผู้บริโภคต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงเด่นชัด มองหาได้ง่ายตัวอักษรจึงควรมีขนาดพอเหมาะ อ่านง่าย สีที่ใช้ก็ควรให้เด่นหรือแตกต่างกัน ซึ่งนอกจากจะง่ายต่อการจดจำแล้วยังช่วยลดความผิดพลาดในการหยิบฉวยผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องการ ทั้งของร้านค้าปลีกและผู้บริโภคได้ดีอีกด้วย

3) การอำนวยความสะดวก ในแง่ของการผลิตและการตลาดนั้นบรรจุภัณฑ์ต้องเอื้ออำนวยความสะดวกต่อการขนส่งและการเก็บรักษาในคลังสินค้า ซึ่งต้องมีความมั่นคงแข็งแรง สามารถที่จะวางซ้อนทับกันได้หลายชั้นเพื่อประหยัดพื้นที่ ในระดับการขายปลีกก็เช่นกัน บรรจุภัณฑ์ก็ต้องมีขนาดรูปร่างที่ลงตัว ง่ายสะดวกต่อการเรียงซ้อนในชั้นวางของหรือจัดแสดงโชว์ ดังนั้นเราจึงไม่ค่อยพบเห็นบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปสามเหลี่ยม หรือลักษณะพิเศษเฉพาะในร้านขายของชำมากนัก ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคนั้นเป็นการอำนวยความสะดวกในแง่ของการนำไปใช้สอยตามหน้าที่ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามประเภทการใช้งานและการเก็บรักษาเมื่อสินค้าถึงมือผู้บริโภค ผู้ออกแบบจึงต้องออกแบบให้มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมและสรีระร่างกายของมนุษย์ เช่น มีขนาดเหมาะสมมือสะดวกต่อการจับ ถือ หิ้ว มีความปลอดภัยและเหมาะสมกับสภาวะการใช้งาน เป็นต้น

4) การดึงดูดความสนใจผู้บริโภค การที่บรรจุภัณฑ์จะสามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้ดีนั้น เป็นผลมาจากองค์ประกอบหลายๆ อย่าง อาทิ ขนาด รูปร่าง รูปทรง สี วัสดุ ข้อความ ตัวอักษรบอกวิธีการใช้ ฯลฯ หรืออาจจะกล่าวได้ว่า สิ่งที่ปรากฏเป็นรูปบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดก็คือสิ่งที่จะนำมาซึ่งความสนใจของผู้บริโภคนั่นเอง ผู้ออกแบบจะต้องสร้าง สิ่งที่ประกอบเป็นรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์นี้ให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสารและเกิดผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น

4.1 ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีหลายขนาด เพราะผู้บริโภคมีความต้องการขนาด ปริมาณตลอดจนงบประมาณการซื้อที่แตกต่างกัน

4.2 การใช้สีบรรจุภัณฑ์ ที่ให้ความรู้สึกสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ที่ห่อหุ้มอยู่ภายใน เช่น ใช้สีแดง ชมพู เขียว ฟ้า กับบรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอาง หรืออาหารเพื่อช่วยส่งเสริมสร้างบรรยากาศให้รู้สึก สดใส น่ากิน น่าใช้ เป็นต้น

4.3 การใช้รูปร่าง รูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับโน้ตค้นเฉพาะกรณีเทศกาล โอกาส เทศ และวัย ให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกร่วมสมัย ก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจผู้บริโภคด้วยเช่นกัน เช่น เทศกาลวันแห่งความรัก วันปีใหม่ ฯลฯ ซึ่งบรรจุภัณฑ์จะแสดงตัวให้ผู้บริโภคทราบว่าควรจะไปใช้ในโอกาสหรือกรณีใดจึงจะเหมาะสม บางกรณีบรรจุภัณฑ์อาจดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคด้วยการเอื้ออำนวยความสะดวกสบายในการนำไปใช้และให้ความรู้สึกคุ้มค่ากับเงินตราที่จ่ายออกไป เช่น การรวมผลิตภัณฑ์ขายเป็นชุด หรือหน่วยบรรจุรวม เป็น 2,4,6,8,12 หรืออาจมากกว่า ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกสะดวกในการขนถ่ายประทับใจในวัสดุและการออกแบบ โดยเฉพาะเกิดความรู้สึกว่ามีราคาถูกลง เมื่อเทียบราคาต่อหน่วยบรรจุ บางครั้งอาจจะสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถแปลงหน้าที่เป็นภาชนะบรรจุอย่างอื่น เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์ภายในหมดไปแล้วได้อีก

สร้างความรู้สึกรู้สึกต่อผู้บริโภคว่าได้ของแถมที่มีประโยชน์เพิ่มขึ้นมา กลยุทธ์และวิธีการดังกล่าวที่กล่าวมาแล้ว จึงนับว่าเป็นสิ่งที่บรรจุภัณฑ์ได้กระทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจให้เกิดพฤติกรรม การซื้อ การขาย การนำไปใช้ อันจะนำมาซึ่งวัฏจักรที่หมุนเวียนเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจอีกต่อไป

**2.12.3 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ (The Classification of Package)** สามารถแบ่งประเภทของบรรจุภัณฑ์ ออกเป็น 3 ประเภท คือ

2.12.3.1 Individual Package หรือบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยคือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ชั้นแรกคือ เพิ่มคุณค่าในเชิงพาณิชย์ ( To Increase Commercial Value) เช่น การกำหนดให้มีรูปร่างลักษณะต่างๆ เป็น ขวด กระป๋อง หลอด ถุง กล่อง ฯลฯ ซึ่งอาจจะทำให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะ หรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การ จับ ถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรงอีกด้วย (ภาพที่ 2.45)



ภาพที่ 2.45 บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

2.12.3.2 Inner Package หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นในคือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาเป็นชั้นที่สองมีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าไว้ด้วยกันหรือเป็นชุด ในการจำหน่ายรวมตั้งแต่ 2-24 ชิ้นขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ชั้นแรกคือ การป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์จาก น้ำ ความชื้น ความร้อน แสง แรงกระทบกระเทือน และอำนวยความสะดวกแก่การขายปลีก-ย่อย เป็นต้น (ภาพที่ 2.46)



ภาพที่ 2.46 บรรจุภัณฑ์ชั้นใน  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

2.12.3.3 Outer Package หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด คือบรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่ง โดยปกติแล้วผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้มากนักเนื่องจากทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่งเท่านั้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ ภายนอกจะบอกเพียงข้อมูลที่จำเป็นต่อการขนส่งเท่านั้น เช่น รหัสสินค้า (Code) เลขที่ (Number) ตราสินค้าสถานที่ส่ง เป็นต้น (ภาพที่ 2.47)



ภาพที่ 2.47 บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด  
ที่มา: [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com)

ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่กล่าวมาทั้ง 3 ลักษณะนี้ เป็นการแบ่งประเภทตามลักษณะกรรมวิธีการบรรจุ และวิธีการขนถ่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งการจัดแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์ในทรรศนะของผู้ออกแบบ ผู้ผลิต หรือนักการตลาด อาจแตกต่างกันออกไป แต่ถึงอย่างไรบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทก็ตั้งอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์หลักใหญ่ (Objectives of Package) ที่คล้ายกันคือ

- 1) เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ (To Protect Products)
- 2) เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (To Distribute Products)
- 3) เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ (To Promote Products)

**2.12.4 วัสดุบรรจุภัณฑ์ (Packaging Materials)** ในยุคของระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรม การขายและการบริโภคที่แพร่หลายในทุกวันนี้เทคนิคกรรมวิธีของการผลิต “ผลิตภัณฑ์” ได้เปลี่ยนแปลงพัฒนาไปมาก ซึ่งเป็นผลมาจากความเพียรพยายามต่างๆ ในอันที่จะค้นหาวัสดุสิ่งของและวิธีการเอื้ออำนวยความสะดวกสบายนานาชนิดมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้สามารถสนองตอบความต้องการของมนุษย์ด้วยกันอย่างเพียงพอ ผลจากความเพียรพยายามเหล่านี้ จึงทำให้เกิดวัฏจักรของขบวนการทางเศรษฐกิจขึ้นมา นั่นคือขบวนการของ การผลิต – การจำหน่าย – การนำไปใช้ และอำนาจจัดการองค์ประกอบของกระบวนการดังกล่าว นับว่ามีความสำคัญต่อการสร้างบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะหน้าที่ของกายภาพ (Physical Functions) คือหน้าที่ทางด้านการปกป้องคุ้มครอง (Protection) และการใช้ประโยชน์ (Utility) ของบรรจุภัณฑ์นี้คือ ผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากขบวนการทางเศรษฐกิจที่กล่าวมาทั้งสิ้น

วัสดุบรรจุภัณฑ์ โดยพื้นฐานแล้วสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้ Griffin and Sacharow, (1982)

- 1) ประเภทเซรามิกส์ (Ceramics)
- 2) ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ได้จากพืช-ผัก (Vegetable Products)
- 3) ประเภทโลหะ (Metals)
- 4) ประเภทพลาสติก (Plastics)

จากการเปรียบเทียบปริมาณการขนส่งวัสดุบรรจุภัณฑ์หรือภาชนะบรรจุในช่วงปี ค.ศ.1979 และปี 1983 ปรากฏว่าบรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุประเภทกระดาษ มีปริมาณการใช้สูง 44-45% รองลงมาคือพลาสติก ประมาณ 19-20% โลหะประมาณ 15% และที่เหลืออีก 4-5% นั้นเป็นวัสดุจำพวกแก้ว Yokoyama, (1985) วัสดุทั้ง 4 ประเภทดังกล่าวจัดอยู่ในอันดับความนิยมใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสมควรที่จะนำมากล่าวไว้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการออกแบบคือ

1) กระดาษ (Paper) เป็นวัสดุที่แพร่หลายและนิยมใช้กันมากที่สุด เพราะสามารถออกแบบสร้างสรรค์เป็น บรรจุภัณฑ์ที่ได้มากมายหลายชนิดอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งอาจจะต้องอาศัยคุณสมบัติทางกายภาพของกระดาษที่สามารถ ตัด พับ ตัด งอ ได้ง่าย มากำหนดสร้างเป็นรูปร่างรูปทรงต่างๆ ขึ้นมาเป็นถ่วง เป็นกล่อง พับเป็นซอง หรือกระป๋อง ได้หลายวิธี

1.1 กล่องกระดาษแข็งแบบพับ Folding Cartons นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายมีราคาถูก ทั้งวัสดุและกรรมวิธีการผลิต สามารถพับเก็บแบนราบได้เมื่อไม่ต้องการใช้ ทำให้ประหยัดเนื้อที่ในการเก็บและการขนส่ง

1.2 กล่องกระดาษแข็งแบบตายตัว (Rigid Boxes) กล่องกระดาษแข็งแบบตายตัวคือ รูปทรงสี่เหลี่ยมมุมฉากประกอบด้วยโครงสร้าง 2 ชั้น ทำให้แข็งแรงด้วยขอบมุมในแนวตั้ง เนื้อกระดาษทำกล่องชนิดนี้เป็นกระดาษแข็ง-หนา กล่องด้านในก็มักจะปิดผนึกด้วยกระดาษเนื้อละเอียดอีกชั้นหนึ่ง

1.3 กล่องกระดาษลูกฟูก (Corugated Paperboard Boxes) แผ่นกระดาษลูกฟูกประกอบด้วยกระดาษ 2 ชนิด ได้แก่ กระดาษทำผิว และกระดาษทำลูกฟูก ประกอบด้วยกระดาษอย่างน้อย 2 ชั้น

1.4 ถุงและซอง (Bags and Envelopes) วัสดุที่ใช้ทำถุงและซองกระดาษส่วนใหญ่ นิยมใช้กระดาษคราฟท์ (Kraft) ซึ่งมีความหนาบาง นำมาซ้อนเป็นผนังหลายชั้นหรือเคลือบผิวประกอบ แตกต่างกันไปตามหน้าที่ใช้สอย รูปแบบของถุงและซองกระดาษมีหลายรูปแบบด้วยกัน สามารถสร้างสรรค์ขึ้นโดยกรรมวิธีของการพับ ปิดผนึก ผนังด้วยกาว หรือเย็บประกอบขึ้นเป็นรูปร่าง รูปทรงต่างๆ

2) พลาสติก (Plastic) ปัจจุบันความนิยมในการใช้พลาสติกเป็นวัสดุในการผลิตภาชนะบรรจุหรือหีบห่อในรูปต่างๆ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์อื่นๆ สำหรับใช้เป็นส่วนประกอบในการบรรจุผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้นตามลำดับ การนำมาใช้ประโยชน์ มีให้เห็นได้ในรูปต่างๆ เช่น ถุง ขวด กล่อง ฯลฯ และลักษณะพิเศษอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจจัดเป็นประเภทได้หลายๆ ประเภท โดยปกติแล้วได้มีการจัดแบ่งประเภทของพลาสติกออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

2.1 ประเภท (Thermosetting) พวกนี้สามารถให้ความร้อนแล้วพิมพ์เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปของหีบห่อได้เพียงครั้งเดียวเมื่อแข็งตัวแล้ว อาจแตกได้ ไม่สามารถทำให้หลอมตัวด้วยความร้อนหรือพิมพ์ใหม่ได้

2.2 ประเภท (Thermoplastic) พวกนี้สามารถให้ความร้อนทำให้หลอมตัว แล้วพิมพ์ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลายๆ ครั้งตามต้องการ เช่น ภาชนะพลาสติกของทัฟเพอร์แวร์ ถุงพลาสติกใส่ไส้ขนม ขวดน้ำโพลาลิส ฯลฯ

2.3 โลหะ (Metal) โลหะมีคุณสมบัติแข็งแรง ทนทาน การเคลือบผิวภายใน จะช่วยลดการสึกกร่อน ซึ่งเกิดจากปฏิกิริยาระหว่างโลหะกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ ไม่มีการซึมผ่านของไอน้ำและก๊าซ แต่มีจุดอ่อนอยู่ตามรอยต่อหรือฝา อาจนำโลหะไปนำภาชนะบรรจุต่างๆ ได้คือ

1. กระป๋อง (Can) หมายถึงกระป๋องรูปต่างๆ เช่น กระบอกรูปเหลี่ยม รูปไข่ เป็นต้น

2. ถัง (Drum, Pall, Keg) มีความจุ และมีขนาดใหญ่กว่ากระป๋องมาก ใช้บรรจุสารเคมี น้ำมันหล่อลื่น และอื่นๆ

3. กระป๋องอัดความดันใช้ฉีด หรือพ่น (Aerosols or Pressurized Containers) ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลวและมีสารที่ใช้ขับ (Propellant) ซึ่งเป็นของเหลวและก๊าซผสมกันอยู่ใช้บรรจุยาฆ่าแมลงต่างๆ เครื่องสำอาง อาหาร ยาบางชนิด

4. หลอดบีบ (Collapsible Tubes) บรรจุสินค้าที่มีลักษณะเหนียว เช่น เครื่องสำอาง ยา อาหาร กาว เป็นต้น

5. อะลูมิเนียมแผ่นเปลว (Aluminum Foil) ใช้ห่อทำซองหรือทำเป็นรูปร่างต่างๆ เพื่อบรรจุอาหาร ยา และอื่นๆ

2.4 แก้ว (Glass) เชื่อว่ามีการค้นพบและใช้มาเมื่อประมาณ 7,000 ปี ก่อนคริสตกาล โดยเมื่อประมาณ 1,550 ปี ก่อน ค.ศ. นั้น ชาวอียิปต์ได้เริ่มทำขวดแก้วขึ้นเป็นอุตสาหกรรมแล้ว แก้ว ผลิตขึ้นมาจากการหลอมเหลวรวมกันระหว่าง หินปูน (Limestone) ประมาณ 10% โซดา (Soda) 15 % ซิลิกา (Silica) 75 % และอื่นๆ เป็นส่วนน้อย เช่น Aluminium, Potassium และ Magnesium Oxides ซึ่งสารประกอบทั้งหมดจะหลอมละลายเป็นแก้วใส ในอุณหภูมิประมาณ 2,800 องศาฟาเรนไฮต์ เมื่อหลอมละลายแล้วก็สามารถนำไปเป่าขึ้นรูปตามแบบ (Mold) ออกมาเป็นภาชนะบรรจุต่างๆ ได้ เช่น ขวด แก้วน้ำ คนโท จาน ชาม ฯลฯ

**2.12.5 รูปร่างบรรจุภัณฑ์ (Package Forms)** ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด มีความแตกต่างกันในกรรมวิธีการบรรจุ วัสดุก็มีความแตกต่างกันในความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์การบรรจุผลิตภัณฑ์ ซึ่งวัสดุเดียวกัน อาจจะมีการแตกต่างกันในขนาด รูปร่าง รูปทรง ความหนา หรือลักษณะต่างๆไป ทางโครงสร้างสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะเห็นได้ชัดเมื่อวัสดุถูกนำมาสร้างเป็นรูปร่าง รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่เสร็จสมบูรณ์ (Final Form) ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า บรรจุภัณฑ์ที่ปรากฏมานั้น ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทั้งบรรจุภัณฑ์ที่นำมาจากวัสดุในธรรมชาติ หรือบรรจุภัณฑ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นมีรูปร่างรูปทรงมากมาย มีรูปแบบซับซ้อน และมักใช้วัสดุร่วมกันหลายชนิดในโครงสร้างหนึ่งๆ ของภาชนะบรรจุ ซึ่งถ้าหากจะแบ่งประเภทรูปร่างบรรจุภัณฑ์ในสมัยปัจจุบัน ตามคุณสมบัติทางกายภาพต่างๆไป แล้วอาจแบ่งรูปร่าง รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ได้เป็น 3 ประเภท คือ

2.12.5.1 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปร่างแข็งตัว (Rigid Forms) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงทนทาน ให้ความคุ้มครองป้องกันผลิตภัณฑ์จากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ดีเลิศ

2.12.5.2 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปร่างกึ่งแข็งตัว (Semirigid Forms) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่เกิดขึ้นจากความพยายามหาวัสดุอื่นมาแทนภาชนะประเภทแข็งตัวเพื่อลดต้นทุนการผลิต

2.12.5.3 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปร่าง ยืดหยุ่น (Flexible Forms) บรรจุภัณฑ์ที่สร้างขึ้นจากวัสดุอ่อนตัว มีลักษณะเป็นแผ่นบาง เช่น กระดาษ พลาสติก อลูมิเนียม พอยล์ โฟม เป็นต้น

**2.12.6 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design)** ในบางครั้งลู่วางที่ดีที่สุดสำหรับเน้นย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อาจจะต้องนำเอายอดจำนวนที่ใช้จ่ายไปเข้ามากล่าวอ้าง เช่น ในปี ค.ศ.1980 สหรัฐอเมริกาใช้เงินมากกว่า 50 พันล้านเหรียญ ไปในการใช้จ่ายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งในเงินจำนวนนี้เป็นการใช้จ่ายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์มากกว่าการโฆษณา โดยมีเหตุผลว่าบรรจุภัณฑ์เป็นแนวโน้มต่อไปในการที่จะเข้าถึงการบริการตนเอง (Trend Toward Self-Service) ที่ต้องการให้บรรจุภัณฑ์ได้แสดงบทบาทหลัก 2 ประการ ไปพร้อมๆ กันคือ ทั้งการโฆษณาและการขาย (Advertising Andselling) ดังนั้น บรรจุภัณฑ์จึงกลายเป็นสิ่งที่แสดงรวมไว้ ซึ่งรูปร่างลักษณะทางกายภาพของภาชนะบรรจุ (Container) และการออกแบบ สี สัน รูปร่าง ตรายาลึก ข้อความโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใดๆ ก็ตาม ควรที่จะมีข้อพิจารณาตามปัจจัยหลัก 3 ประการ อย่างกว้างๆ ต่อไปนี้ คือ Bovee and Arens, (1982)

2.12.6.1 ทำอย่างไร บรรจุภัณฑ์จึงจะสามารถสื่อสารได้ทั้งวงและทัศนสัญลักษณ์ เช่น ออกแบบภาชนะบรรจุห่อขนมปังด้วยพลาสติก ที่นอกจากจะแสดงให้เห็นถึงความสดชื่นด้วยสี และการตกแต่งแล้วก็ยังสร้างความรู้สึกใหม่สดจากเตาอบให้เกิดแก่ผู้บริโภคได้อีกด้วย

2.12.6.2 บรรจุภัณฑ์ควรจะสร้างความพึงพอใจ เกียรติและศักดิ์ศรีสำหรับผู้บริโภค แม้ว่าผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปนั้นควรต้องทำหน้าที่ขายต่อไปได้อีก เพราะการขายนั้น มิได้สิ้นสุดเพียงที่จุดซื้อเท่านั้น แต่บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสร้างความต่อเนื่องในการนำมาใช้ และการขายหลังจากที่ถูกซื้อไปแล้วไม่ว่าบรรจุภัณฑ์นั้นจะถูกนำไปวางอยู่ ณ ที่ใดก็ตาม หรือ จนกว่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้น จะใช้หมดหรือถูกทำลายไป จึงถือว่าเป็นที่สิ้นสุด

2.12.6.3 บรรจุภัณฑ์จะต้องแสดงความโดดเด่นออกมาให้ชัดเจนจากผลิตภัณฑ์อื่น ด้วยการใช้รูปร่าง สี หรือขนาด เพื่อบ่งชี้เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์สามารถจดจำได้ง่าย หรือ หยิบฉวยได้ในร้านค้า เป็นที่ติดตาตรึงใจเรียกหาใช้ได้อีก

### 2.12.7 วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Purpose of Packaging Design)

วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น ส่วนใหญ่มีอยู่ 2 ประการอย่างกว้างๆ คือ

2.12.7.1 เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถเอื้ออำนวยคุณประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี มีความปลอดภัยต่อการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ความประหยัด ความมีประสิทธิภาพ ในการผลิต การบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา การวางจำหน่าย และการอุปโภค ซึ่งทั้งนี้การออกแบบต้องอาศัยความรู้ และประสบการณ์ด้านวิศวกรรมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ เข้ามาช่วยเป็นหลักใหญ่

2.12.7.2 เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร และสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยใช้ความรู้แขนงศิลปะเข้ามาสร้างคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติต่างๆ เช่น

1. ความมีเอกลักษณ์พิเศษของผลิตภัณฑ์
2. ความมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำ หรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัทผู้ผลิต
3. ความมีลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อุปโภคบริโภค ตลอดจนให้เข้าใจถึงความหมาย และคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

## 2.13 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ นั้น ผู้วิจัยได้นำมาประมวลเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบดังนี้

สุดแดน (2534) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความเปลี่ยนแปลงของการผลิตผ้าพื้นเมือง ชุมชนพวนบ้านหาดเสี้ยว อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยพิจารณาบทบาทและความสำคัญของผ้าในบริบทของชุมชนระยะก่อนที่ผ้าจะกลายเป็นสินค้า โดยเปรียบเทียบกับระยะเวลาปัจจุบัน การศึกษาเน้นในด้านของความเปลี่ยนแปลงทางรูปแบบ ลวดลายและกระบวนการผลิตผ้าตีนจกซึ่งเป็นผ้าขึ้นชนิดหนึ่ง พบว่าการขยายตัวของความนิยมบริโภคผ้าพื้นเมืองส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในด้านรูปแบบ ลวดลาย โดยมีการดัดแปลงและนำลวดลายใหม่เข้ามา แต่ยังคงรักษาโครงสร้างของลายเดิมไว้ในด้านกระบวนการผลิต ชุมชนได้นำเอาเทคโนโลยี “เทา” มาใช้เพื่อประหยัดเวลาในการทอและเป็น



เงื่อนไขที่ทำให้ลวดลายเดิมของผ้าบางชนิดที่นิยมบริโภคเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนั้นยังมีความเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านของผู้ผลิตที่ขยายตัวออกไปนอกวงของผู้หญิงและอิทธิพลจากผู้บริโภคนอกชุมชนได้มีส่วนในการกำหนดความเปลี่ยนแปลงของผ้าภายในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขยายตัวของการผลิตผ้าพื้นเมืองในชุมชนเพื่อตอบสนองต่อผู้บริโภคนอกชุมชน ก่อให้เกิดความหมายและบทบาทใหม่ของผ้าพื้นเมืองจากการเป็นตัวแทนของผู้หญิงในบริบทการใช้แบบเดิม มาเป็นตัวแทนของชุมชนเพื่อตอบสนองกับการบริโภคในสังคมสมัยใหม่

นวนน้อย (2542) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาเพื่ออนุรักษ์ลายผ้าขิด จังหวัดยโสธร การทอผ้าขิดเป็นวัฒนธรรมการทอของชาวภูไทและชาวลาว ที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดต่างๆ ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ในอดีตเป็นการทอผ้าเพื่อใช้ในชีวิตประจำวันและงานประเพณีต่างๆ วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเพื่ออนุรักษ์ลายขิด ตลอดจนเทคนิคการทอขิดในจังหวัดยโสธร และเพื่อส่งเสริมให้มีการสืบทอด และถ่ายทอดสำนึกในด้านความงามของลายขิดในอดีตแก่ผู้ทอ ผู้ใช้ และประชากรทั่วไปในปัจจุบัน สำหรับข้อมูลผ้าขิดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประกอบด้วย ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผ้าขิดในอีสาน ความเชื่อ ขนบธรรมเนียม และวัฒนธรรม ชนิดและการนำผ้าขิดไปใช้ในโอกาสต่างๆ รวมถึงเทคนิคการทอในส่วนของผ้าขิดในจังหวัดยโสธร ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับผ้าขิดในจังหวัดยโสธร เน้นแหล่งทอผ้าขิด แหล่งผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าขิดและการจำแนกลายผ้าของขิด จากการศึกษาพบว่า เทคนิคการทอขิดและลวดลายขิดในหลายจังหวัดมีความคล้ายคลึงกัน จะมีความแตกต่างกันบ้างเฉพาะชื่อของลาย ซึ่งเกิดจากสำเนียงท้องถิ่น ความซับซ้อนของลายขึ้นอยู่กับความสามารถเฉพาะตัวของผู้ทอ ซึ่งทำหน้าที่ออกแบบลายเอง ในการศึกษาครั้งนี้ ได้จำแนกประเภทของลายขิดตามความซับซ้อนของลายจากการออกแบบเป็น 4 ประเภท คือ 1 ลายพื้นฐาน 2 ลายที่เลียนแบบสิ่งแวดล้อม 3 ลายผสม หรือลายชั้นสูง 4 ลายเพื่อกิจกรรมพิเศษ ผ้าขิดในจังหวัดยโสธร ปัจจุบันทอด้วยฝ้ายหรือใยสังเคราะห์ เช่น ฝ้ายใหม่ สีที่ใช้เป็นสีสังเคราะห์ ลวดลายในอดีตยังพอหาได้จากผ้าที่เก็บไว้โดยนักสะสมผ้าและผ้าเก่าที่เก็บไว้กับวัด

โสภิตา (2545) ศึกษาเรื่องกระบวนการพัฒนาการทอผ้ามัดหมี่ของชาวอีสาน : กรณีศึกษาบ้านกำพี้ ตำบลกำพี้ อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม เพื่อหาแนวทางอนุรักษ์ และพัฒนาลวดลาย และเทคนิคการทอผ้ามัดหมี่ของชาวบ้านกำพี้ ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมทั้งศึกษาปัญหา อุปสรรคในการผลิตและการตลาดอีกด้วย ซึ่งการศึกษาพบว่า การทอผ้าไหมมัดหมี่ของชาวบ้านกำพี้ ได้สืบทอดจากบรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน จนกระทั่งมีกลุ่มผ้าทอเข้ามาเป็นสมาชิกโครงการส่งเสริมศิลปาชีพ ได้รับการพัฒนาด้านเครื่องมือการทอผ้า การเตรียมเส้นด้าย การย้อมสี และเทคนิคการทอ ส่วนลวดลายยังคงรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้ แม้จะได้รับการอบรมให้ทอลายใหม่ก็ตาม

นิตยสาร Positioning (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “Meet the Bangkok Metrosexuals” ของโอ กิลวี แอนด์ เมเธอร์ (ประเทศไทย) จากการเปิดเผยผลการวิจัยล่าสุดเรื่อง “Meet the Bangkok Metrosexuals” ของโอ กิลวี แอนด์ เมเธอร์ (ประเทศไทย) เป็นการรายงานเพื่อให้นักการตลาดรู้จัก Bangkok Metrosexuals ในทุกๆ ด้านผลวิจัยฉบับนี้สรุปว่า บุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวล ไม่ใช่จะหุ้มเทหความสนใจไปที่เรื่องความสวยความงามเพียงอย่างเดียว บุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวล เป็นคนทันสมัยที่รักสุขภาพ ชอบการเปลี่ยนแปลง กล้าที่จะเป็นผู้นำกระแสใหม่ๆ ของสังคม นอกจากนี้ยัง

สนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นคนที่ชอบเรียนรู้และพัฒนาตนเองตลอดเวลา และมีความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานเพื่อชีวิตที่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นคนมีรายได้สูง และมีอาชีพที่มั่นคง จึงสามารถใช้จ่ายเงินในการเลือกซื้อสินค้าราคาแพง สินค้าแบรนด์เนม และใช้ชีวิตตามที่ตนเองชอบ บุรุษสโตร์เมโทรเช็ทชวลอันเป็นแบบฉบับของชายเจ้าสำอางสมัยใหม่ที่สาว ๆ ยุคปัจจุบันให้ความสนใจ สมัยนี้ผู้ชายสามารถเข้าไปใช้บริการที่สปาหรือสถานความงามได้โดยที่เขายังถูกมองว่าเป็นผู้ชายแท้ๆ รูปแบบการสื่อสารกับบุรุษสโตร์เมโทรเช็ทชวล จะต้องเปลี่ยนแปลงไปจากที่เคยใช้กับผู้ชายปกติทั่วไปโดยให้เข้ากับการดำรงชีวิตและบุคลิกภาพของเขา

ศิริทิพย์ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสืบทอดภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านหัตถกรรมผ้าทอตีนจก เกิดจากการกำหนดภาระหน้าที่หรือคุณสมบัติของลูกผู้หญิงที่ต้องทอผ้าเป็นก่อนออกไปครองเรือน และการสวมใส่ผ้าทอตีนจก ในการเข้าร่วมพิธีกรรมหรือกิจกรรมบางอย่างของชุมชน ลักษณะการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าตีนจกเป็นการเรียนรู้ทางสังคม คือการเรียนรู้ตั้งแต่เด็กผ่านการเป็นลูกมือ การสังเกตและการทดลองทำด้วยตนเอง โดยการแนะนำของครอบครัว ทำให้ผู้หญิง ในชุมชนสามารถทอผ้าชนิดต่างๆ โดยเฉพาะผ้าทอตีนจก โดยมีเงื่อนไขปัจจัยในการเรียนรู้คือ ความเชื่อของชุมชนและความคาดหวังในบทบาทของลูกผู้หญิง ซึ่งเมื่อผลดีใช้เองได้และสามารถจำหน่ายได้ การผลิตผ้าตีนจก ระยะเวลาพื้นฟูมีวัตถุประสงค์เพื่อการค้าหารายได้ลักษณะการเรียนรู้จะแตกต่างจากเดิม โดยมีโครงการฝึกอบรมจัดโดยหน่วยงานต่างๆ คนเรียนอาจไม่ได้เป็นคนในครอบครัว แต่เป็นผู้สนใจมีเนื้อหาหลากหลายและจำเป็นมากขึ้น เช่น การสร้างคุณภาพ การตลาด การรวมกลุ่ม เป็นต้น ปัจจัยสำหรับการผลิตในปัจจุบัน คือความต้องการของตลาดมีคนรุ่นใหม่ทั้งในและต่างประเทศหันมาให้ความสนใจในงานหัตถกรรม ทำให้เกิดช่องทางหารายได้ รัฐมีนโยบายส่งเสริมการผลิตงานหัตถกรรม โดยการอบรมวิธีการผลิตใหม่ๆ และการหาตลาดให้ประกอบกับชาวบ้านมีภูมิปัญญาอยู่แล้ว รวมกับการผลิตใหม่ทำให้สามารถฟื้นฟูอาชีพทอผ้าตีนจกเป็นที่นิยมได้อีก

ทัศนีย์ (2549) กล่าวว่า ผ้าไทญ้อ : ศึกษากรณีชาวไทญ้อ บ้านแขงบาดาล ตำบลแขงบาดาล อำเภอสมเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์ การศึกษาเรื่องผ้าทอไทญ้อ ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเทคนิคดั้งเดิม กระบวนการทอผ้า ลวดลายผ้า และบทบาทของผ้าในวิถีชีวิตของชาวไทญ้อ บ้านแขงบาดาล ตำบลแขงบาดาล อำเภอสมเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งเป็นกลุ่มชาวไทญ้อ ที่อพยพจากฝั่งซ้ายแม่น้ำโขง ผลการวิจัยพบว่า หญิงชาวไทญ้อ จะหัดทอผ้าตั้งแต่อายุยังน้อย ในการทอผ้าโดยเรียนรู้จากมารดา ผู้ซึ่งถือเป็นครูคนแรกของการตำทุกทอผ้าของหญิงชาวไทญ้อ ผ้าทอของชาวไทญ้อ จะแบ่งเป็นสองชนิดคือ ผ้าฝ้ายและผ้าไหม การในการทอจะมีที่คล้ายคลึงกัน ในอดีตมีการใช้สีที่เป็นสีที่ได้จากธรรมชาติการย้อมสีใหม่ของชาวไทญ้อ นิยมใช้วิชา “แสง” คือการย้อมโดยวิธีการรองครั่ง รองเข ก่อนที่จะย้อมให้เป็นสีอื่นๆต่อไป เพื่อไม่ให้สีตก มีความคงทน การเลือกครั่ง และเข ในการย้อมสีจะต้องเป็นครั้งที่เลี้ยงจากต้นค้อ และเป็นแก่นเขที่ชาวญ้อเรียกว่าเขควาย จึงจะนำมาย้อมสีใหม่ได้สวยงาม ในด้านลวดลายของผ้าพบว่า ชาวไทญ้อ มีการสร้างสรรค์ลวดลายผ้าด้วยเทคนิคหลายแบบตลอดจนการจินตนาการตามความคิด ลวดลายที่สำคัญที่เป็นลายหลักในการทำผ้าของไทญ้อ ได้แก่ ลายนาค อันถือเป็นลายความเชื่อเป็นสำคัญ ผ้าจะเป็นส่วนประกอบสำคัญ เป็นสัญลักษณ์ประกอบพิธีกรรม เพื่อใช้ร่วมในพิธีทางศาสนา การเปลี่ยนแปลงการใช้ผ้าในวิถีชีวิตของชาวไทญ้อ ในปัจจุบันจะมีการเปลี่ยนแปลงการใช้ผ้าบ้าง เฉพาะที่เป็นเครื่องแต่งกาย ส่วนเครื่องใช้สอยในครัวเรือน และ

การทอผ้าเพื่อใช้ประกอบประเพณี และพิธีกรรม ชาวไทยอู๋ ยังคงเคร่งครัด และใช้ผ้าเป็นสัญลักษณ์ ในการประกอบประเพณี และพิธีกรรมอยู่เช่นเดิม

สมาพร (2551) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ของกลุ่มทอผ้าฝ้าย-ไหม บ้านหนองผือ 24 หมู่ 1 ต.หนองผือ อ.เมืองสรวง จ.ร้อยเอ็ด ให้ได้การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ระดับ 5 ดาว จากสำนักงานคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) และ 2) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ ผลการวิจัยปรากฏว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ของกลุ่มทอผ้าฝ้าย-ไหม บ้านหนองผือ ได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ (ม.ผ.ช.) ผ้าไหมมัดหมี่ ระดับ 5 ดาว เลขที่ ม.ผ.ช. 17(1)/2546 ออกใบรับรองวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2549 และใบรับรอง หมดยุวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2552 จากสำนักงานคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ ให้มีมูลค่าสูงขึ้นด้วย

อ้อยทิพย์ และ มาลา (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ศิลปะงานตัดต่อผ้าและการปักตกแต่ง ลวดลาย สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า แพชเวิร์ค (Patchwork) คือ ศิลปะการตัดต่อผ้า เริ่มต้นจากการต่อเศษผ้าเป็นลวดลาย จากรูปทรงเรขาคณิต ตัดและต่อจนเกิดเป็นผ้าผืนใหญ่ เกิดสีสันและ ลวดลายตามจินตนาการ และประโยชน์ใช้สอยตามที่ใช้กำหนด เช่น ผ้าห่มผ้าคลุมเตียง และของ ตกแต่งบ้าน ตลอดจนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย งานตัดต่อเป็นศิลปะชั้นสูง กล่าวกันว่ามีมาตั้งแต่ศตวรรษ ที่ 12 ซึ่งในยุคแรกๆ วัสดุที่ใช้เป็นพวกหนังสัตว์ไม่มีรูปแบบที่ตายตัว เน้นที่การใช้ประโยชน์ตามความ ต้องการของผู้ใช้งาน ศิลปะการตัดต่อผ้าสำหรับประเทศไทย ก็มีมาช้านานแล้วเช่นกัน แต่การเริ่มต้น เมื่อไรนั้น ยังขาดหลักฐานที่ยืนยันแน่ชัด มีแต่การเล่าขานว่าศิลปะการตกแต่งเสื้อผ้าและเครื่องใช้ ต่างๆ ที่ทำมาจากเศษผ้า โดยใช้ศิลปะการตัดต่อผ้าที่สวยงาม และปราณีต คือ ชาวไทยภูเขาทาง ภาคเหนือของประเทศไทย ลักษณะเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายมีเอกลักษณ์สืบทอดศิลปวัฒนธรรมและ ประเพณีมาแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการ

จากการวิจัยเรื่อง การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เพื่อศึกษารวบรวมข้อมูลประวัติความเป็นมา ศึกษาแนวคิดจากศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) วิธีการออกแบบลวดลายมัดหมี่ วิธีการมัดหมี่ การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ รวมถึงการออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์

#### 3.1 เครื่องมือที่ใช้

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกได้เลือกใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CS5 les สำหรับใช้ในการออกแบบลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ การออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

**3.1.1 โปรแกรม Adobe Illustrator CS5** โปรแกรมที่ใช้กันเป็นมาตรฐานในการออกแบบระดับสากล สามารถทำงานออกแบบต่างๆ ได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ บรรจุภัณฑ์ เว็บไซต์ และภาพเคลื่อนไหว ตลอดจนการสร้างภาพเพื่อใช้เป็นภาพประกอบในการทำงานอื่นๆ เช่น ภาพการ์ตูน ภาพประกอบหนังสือ โปรแกรมที่ใช้ในการวาดภาพ โดยจะสร้างภาพที่มีลักษณะเป็นลายเส้น หรือที่เรียกว่า Vector Graphic เป็นต้น

**3.1.2 แบบร่างลวดลายมัดหมี่** ที่ได้นำแรงบันดาลใจจากศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) มาทำการออกแบบเป็นลวดลายการทอแบบมัดหมี่ จำนวน 3 ลวดลาย

**3.1.3 แบบร่างเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ** ประกอบด้วย เสื้อกั๊ก (Vest) 1 ชุด, เสื้อสูท (Suit) 2 ชุด, และเสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) 2 ชุด จำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มละ 5 แบบ รวมทั้งหมด 15 ชุด

**3.1.4 แบบร่างตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์** ประกอบด้วย ตราสินค้า จำนวน 5 รูปแบบ และบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 รูปแบบ

**3.1.5 ชุดเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ** จากผ้าฝ้ายมัดหมี่ ที่ได้นำแรงบันดาลใจและแนวคิดในการออกแบบจากการแต่งกาย ของทหารอเมริกันในสมัยโบราณ มาทำการออกแบบ

#### 3.1.6 แบบสอบถาม

**3.1.6.1 แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ** ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 ชุด ได้แก่

1) แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจมาจาก ศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) ผู้วิจัยทำการออกแบบลวดลาย จำนวน 3 ลวดลาย เพื่อคัดเลือกเพียง 1 ลวดลาย

2) แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์วอลด้วยวิธีการตัดต่อ ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจมาจาก ทหารอเมริกันในสมัยโบราณ ผู้วิจัยทำการออกแบบร่างเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์วอลด้วยวิธีการตัดต่อ จำนวน 3 กลุ่ม เพื่อคัดเลือกเพียง 1 กลุ่ม พร้อมทั้งออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยทำการออกแบบร่างตราสินค้า จำนวน 5 รูปแบบ เพื่อคัดเลือกเพียง 1 รูปแบบ และออกแบบร่างบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 รูปแบบ เพื่อคัดเลือกเพียง 1 รูปแบบ

3.1.6.2 แบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์วอลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยแบ่งคำถามเป็น 5 ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์และเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์วอลด้วยวิธีการตัดต่อ

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์

## 3.2 วิธีดำเนินงาน

### 3.2.1 การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่

3.2.1.1 การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 1

3.2.1.2 การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 2

3.2.1.3 การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 3

### 3.2.2 การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์วอลด้วยเทคนิคการตัดต่อ

3.2.2.1 การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์วอลด้วยวิธีการตัดต่อ กลุ่มที่ 1

3.2.2.2 การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์วอลด้วยวิธีการตัดต่อ กลุ่มที่ 2

3.2.2.3 การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์วอลด้วยวิธีการตัดต่อ กลุ่มที่ 3

### 3.2.3 การออกแบบตราสินค้า

3.2.3.1 การออกแบบตราสินค้า รูปแบบที่ 1

3.2.3.2 การออกแบบตราสินค้า รูปแบบที่ 2

3.2.3.3 การออกแบบตราสินค้า รูปแบบที่ 3

3.2.3.4 การออกแบบตราสินค้า รูปแบบที่ 4

3.2.3.5 การออกแบบตราสินค้า รูปแบบที่ 5

### 3.2.4 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.2.4.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 1

3.2.4.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 2

3.2.4.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 3

3.2.4.4 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 4

3.2.4.5 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 5

### 3.2.5 ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

3.2.5.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- 1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการพัฒนาลดรอยผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่
- 2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการการตัดต่อ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์
- 3) Designer, Merchandiser, Visual merchandiser, Graphic designer, และผู้มีประสบการณ์ด้านการทอผ้า

3.2.5.2 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการพัฒนาลดรอยผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ จำนวน 5 คน โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการออกแบบ และประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบของผู้เชี่ยวชาญ

2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการการตัดต่อ ด้านตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ จำนวน 7 คน โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการออกแบบ และประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบของผู้เชี่ยวชาญ

3) กลุ่มผู้ประเมินความพึงพอใจ คือกลุ่ม Designer, Merchandiser, Visual merchandiser, Graphic designer, และผู้มีประสบการณ์ด้านการทอผ้า โดยแต่ละกลุ่มอาชีพมีความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านการออกแบบ และประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบของผู้เชี่ยวชาญ

### 3.2.6 วิธีการสร้างแบบสอบถาม ได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

3.2.6.1 ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตการวิจัย และเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.2.6.2 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์และเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่ ความพึงพอใจที่มีต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ และความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์

3.2.6.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบ และให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีข้อความตรงตามวัตถุประสงค์ และครอบคลุมของการวิจัยมากที่สุด

3.2.6.4 นำเสนอแบบสอบถามที่แก้ไขแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และตรวจสอบความถูกต้องของภาษา แล้วนำผลมาหาค่าความสอดคล้อง (IOC) โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.5-1

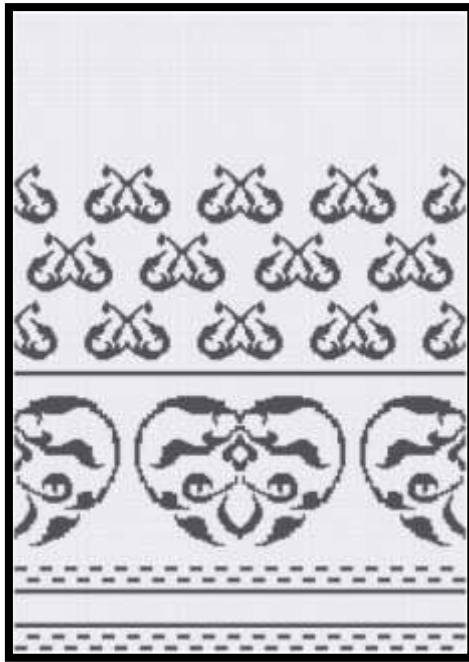
3.2.6.5 นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) (กัลยา, 2550) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97

3.2.6.6 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด

**3.2.7 การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ** ในการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาสรุป วิเคราะห์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยเริ่มจาก การออกแบบร่างลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ที่ได้แรงบันดาลใจจากศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) ออกแบบร่างเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวล ด้วยวิธีการตัดต่อ ที่ได้แรงบันดาลใจจากทหารอเมริกันในสมัยโบราณ ออกแบบร่างตราสินค้า และออกแบบร่างบรรจุภัณฑ์ จากนั้นนำแบบร่างลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่มาเข้าสู่กระบวนการทอผ้ามัดหมี่ นำแบบร่างเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อมาดำเนินการตัดเย็บ นำแบบร่างตราสินค้า และแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์จริง จากนั้นจึงนำไปสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

3.2.7.1 การออกแบบลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ การออกแบบลวดลายผ้ามัดหมี่ ที่ได้แรงบันดาลใจจาก ศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) มาทำการออกแบบ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) จึงนำมาทำการออกแบบเป็นลวดลายผ้ามัดหมี่ พร้อมทำการออกแบบร่างลายผ้ามัดหมี่ ภาพแรงบันดาลใจจากศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) เป็นภาพที่ผู้วิจัยทำการคัดเลือกมาเป็นแรงบันดาลใจ ในการออกแบบ แล้วนำเอาเอกลักษณ์ ลายเส้น และองค์ประกอบ มาทำการออกแบบลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ตามความสวยงาม ความเหมาะสม และความต้องการในการออกแบบ จำนวน 3 ลวดลาย ดังนี้ (ภาพที่ 3.1 – ภาพที่ 3.3)





ภาพที่ 3.1 การออกแบบลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิค  
การทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 1



ภาพที่ 3.2 การออกแบบลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิค  
การทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 2



ภาพที่ 3.3 การออกแบบลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิค  
การทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 3

3.2.7.1 ดำเนินการออกแบบลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ จากที่ได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย ในเรื่องที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยนำมาออกแบบลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่ 3 ลวดลาย จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน พิจารณาคัดเลือกลายที่เหมาะสม และตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย 1 ลวดลาย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (ภาพที่ 3.4 – ภาพที่ 3.6)



ภาพที่ 3.4 ลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 1



ภาพที่ 3.5 ลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 2



ภาพที่ 3.6 ลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 3

3.2.7.3 คัดเลือกลวดลายที่ผู้วิจัยทำการออกแบบ จำนวน 3 ลวดลาย ให้เลือกเพียง 1 ลวดลาย โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ซึ่งได้ผลจากการพิจารณา ในการเลือกลวดลายที่เหมาะสมนำไปทำการทอแบบมัดหมี่ รายละเอียดดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ผลการคัดเลือกลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ จากผู้เชี่ยวชาญ

ลวดลาย	ผู้เชี่ยวชาญ					รวม
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	
ลวดลายที่ 1	-	-	-	✓	-	1
ลวดลายที่ 2	-	✓	-	-	-	1
ลวดลายที่ 3	✓	-	✓	-	✓	3

จากตารางที่ 3.1 ผลการคัดเลือกลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ พบว่าผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ เลือกลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 3 โดยมีเหตุผลประกอบ คือ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 ให้เหตุผลว่า ลักษณะลวดลายเหมาะสมกับบุรุษ ขนาดของลวดลายกับจังหวัดหรือระยะทาง เหมาะสม สมดุลดี เส้นอ่อนช้อยมีความเป็นธรรมชาติ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 ให้เหตุผลว่า ดูแล้วมีความสมดุลของลวดลาย มีจังหวัดที่พอดีไม่มากไปหรือน้อยไป คิดว่าทำออกมาเป็น

ผ้าจริงคงสวยเหมาะกับคนไทย ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 ให้เหตุผลว่า ลวดลายมีลักษณะอ่อนช้อยสวยงาม และมีลายเส้นที่ชัดเจน เมื่อทอเป็นผืนผ้า น่าจะมีความสวยงาม และมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน

สรุปผลลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ จากการพิจารณาในการคัดเลือก ลวดลายที่เหมาะสม เพื่อนำไปทำการทอแบบมัดหมี่ และนำไปทำการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทร เซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ดังนี้ (ภาพที่ 3.7)



ภาพที่ 3.7 ลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ คัดเลือกโดย ผู้เชี่ยวชาญ

3.2.7.4 ดำเนินการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มละ 5 ชุด ซึ่งในแต่ละกลุ่มมีรูปแบบของ เสื้อกั๊ก (Vest) 1 ชุด, เสื้อสูท (Suit) 2 ชุด, และ เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) 2 ชุด พร้อมทั้งออกแบบตราสินค้า จำนวน 5 รูปแบบ และออกแบบ บรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 รูปแบบ โดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator CS5 ดังนี้

**1) กลุ่มที่ 1** รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ประกอบด้วย เสื้อกั๊ก (Vest) 1 ชุด, เสื้อสูท (Suit) 2 ชุด, และเสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) 2 ชุด ในแต่ละชุดจะมีลักษณะเด่นในการออกแบบ และการตัดต่อผ้ามัดหมี่ที่มีความแตกต่างกันอย่างลงตัว

เสื้อกั๊ก (Vest) แบบที่ 1 เสื้อตัวนอกติดกระดุมด้านหน้าตัวเสื้อ ตัดต่อผ้า มัดหมี่ด้านหน้าทั้งหมด ด้านหลังเป็นผ้าพื้น เสื้อตัวในปกเชิ้ตแขนยาวสีพื้น กางเกงสีพื้นชายาวเข้ารูป

เสื้อสูท (Suit) แบบที่ 2 เสื้อตัวนอกแขนยาว ปกตั้งคอจีน ติดกระดุม ด้านหน้าของตัวเสื้อเป็นลักษณะเส้นโค้ง ตัดต่อผ้ามัดหมี่บริเวณขึ้นหน้าด้านซ้ายเป็นลักษณะเส้นโค้ง

แนวเดียวกับกระดุม บริเวณผ่ากระเป๋าทิ้งสองข้าง และบริเวณข้อศอกทั้งสองข้าง เสื้อตัวในปกเชิ้ต แขนยาวสีพื้น กางเกงสีพื้นขายาวเข้ารูป

เสื้อสูท (Suit) แบบที่ 3 เสื้อตัวนอกแขนยาว ปกเทเลอร์ ตัดต่อด้วยผ้า มัดหมี่บริเวณปกเสื้อด้านบน ผ่ากระเป๋าทิ้งสองข้าง และแขนเสื้อ มี Vest ด้านในหนึ่งชิ้น เสื้อตัวในปกเชิ้ตแขนยาวสีพื้น กางเกงสีพื้นขายาวเข้ารูป

เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) แบบที่ 4 เสื้อตัวนอกแขนยาว ปกเทเลอร์ ติดกระดุมโครว์ด้านหน้าของตัวเสื้อสองแถว ตัดต่อด้วยผ้ามัดหมี่ขึ้นหน้าด้านซ้ายบริเวณใต้ออกจนถึงเอว และขึ้นหน้าด้านขวาแบ่งพื้นที่การตัดต่อเป็นสามแถว เว้นระยะห่างระหว่างแถวเท่าๆ กัน ตั้งแต่บริเวณใต้ออกจนถึงเอว ปลายแขน และปกบนของตัวเสื้อ เสื้อตัวในปกเชิ้ตแขนยาวสีพื้น กางเกงสีพื้นขายาวเข้ารูป

เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) แบบที่ 5 เสื้อตัวนอกแขนยาว ปกเทเลอร์ ติดกระดุมโครว์ด้านหน้าของตัวเสื้อ ตัดต่อด้วยผ้ามัดหมี่บริเวณปก แขนท่อนบน และตามความยาวของตัวเสื้อตั้งแต่เกล็ดด้านหน้าตัวเสื้อจนถึงตะเข็บข้าง เว้นบริเวณกระเป๋าด้านหน้าทั้งสองข้าง เสื้อตัวในปกเชิ้ตแขนยาวสีพื้น กางเกงสีพื้นขายาวเข้ารูป (ภาพที่ 3.8)





ภาพที่ 3.8 การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้ามัดหมี่ กลุ่มที่ 1

**2) กลุ่มที่ 2** รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ประกอบด้วย เสื้อกั๊ก (Vest) 1 ชุด, เสื้อสูท (Suit) 2 ชุด, และเสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) 2 ชุด ในแต่ละชุดจะมีลักษณะเด่นในรูปแบบของตัวเสื้อที่มีความแตกต่างกันอย่างลงตัว และในการออกแบบและการตัดต่อผ้ามีดหมี่จะมีความแตกต่างกันบริเวณปกเสื้อ ตัวเสื้อ และแขนเสื้อ

เสื้อกั๊ก (Vest) แบบที่ 1 เสื้อตัวนอกติดกระดุมด้านหน้าตัวเสื้อสองแถว ตัดต่อผ้ามีดหมี่ด้านหน้าทั้งหมดเว้นบริเวณกระเป๋าทั้งสองข้าง และปกเสื้อ ด้านหลังเป็นผ้าพื้น เสื้อตัวในปกเชิ้ตแขนยาวสีพื้น กางเกงสีพื้นชายาวเข้ารูป

เสื้อสูท (Suit) แบบที่ 2 เสื้อตัวนอกแขนยาว ปกกล้วยหอม ตัดต่อผ้ามีดหมี่บริเวณปก มี Vest ด้านในหนึ่งชิ้นใช้ผ้ามีดหมี่ทั้งตัว เสื้อตัวในปกเชิ้ตแขนยาวสีพื้น กางเกงสีพื้นชายาวเข้ารูป

เสื้อสูท (Suit) แบบที่ 3 เสื้อตัวนอกแขนยาว ปกตั้งคอจีน เขาะกระเป๋าเจาะทั้งสองข้าง ติดกระดุมด้านหน้าตัวเสื้อ ตัดต่อผ้ามีดหมี่บริเวณ ปก ปลายแขน และกลางปลายาวถึงหน้าอกมีลักษณะเป็นตัววี เสื้อตัวในเป็นเสื้อเชิ้ตคอจีน กางเกงสีพื้นชายาวเข้ารูป

เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) แบบที่ 4 เสื้อตัวนอกแขนยาว ปกตั้งคอจีน เขาะกระเป๋าเจาะทั้งสองข้าง ติดกระดุมด้านหน้าตัวเสื้อ ตัดต่อผ้ามีดหมี่ บริเวณชั้นหน้าท่อนบน ตั้งแต่เป้าจนถึงกลางเอว และบริเวณปลายแขน เสื้อตัวในเป็นเสื้อเชิ้ตคอจีน กางเกงสีพื้นชายาวเข้ารูป

เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) แบบที่ 5 เสื้อตัวนอกแขนยาว ปกตั้งคอจีน ติดกระดุมด้านหน้าของตัวเสื้อ ตัดต่อผ้ามีดหมี่บริเวณชั้นหน้าด้านซ้ายเป็นลักษณะเส้นตรงแนวเอียง บริเวณตะเข็บข้าง และบริเวณปลายแขนทั้งสองข้าง เสื้อตัวในเป็นเสื้อเชิ้ตคอจีน กางเกงสีพื้นชายาวเข้ารูป (ภาพที่ 3.9)





ภาพที่ 3.9 การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้ามัดหมี่ กลุ่มที่ 2

**3) กลุ่มที่ 3** รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ประกอบด้วย เสื้อกั๊ก (Vest) 1 ชุด, เสื้อสูท (Suit) 2 ชุด, และเสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) 2 ชุด ในแต่ละชุดจะมีลักษณะเด่นในการออกแบบของรูปแบบเสื้อ และการตัดต่อผ้ามัดหมี่ที่มีความแตกต่างกันบริเวณปกเสื้อและตัวเสื้ออย่างลงตัว

เสื้อกั๊ก (Vest) แบบที่ 1 เสื้อตัวนอกคอยูลิก ติดกระดุมด้านหน้าของตัวเสื้อสองแถว ตัดต่อผ้ามัดหมี่ด้านหน้าทั้งหมด ด้านหลังเป็นผ้าพื้น เสื้อตัวในปกเชิ้ตแขนยาวสีกางเกงสีพื้นขายาวเข้ารูป

เสื้อสูท (Suit) แบบที่ 2 เสื้อตัวนอกแขนยาว ปกเทเลอร์ ติดกระดุมโครว์ ด้านหน้าของตัวเสื้อสองแถว ตัดต่อผ้ามัดหมี่ขึ้นหน้าด้านซ้ายบริเวณกลางบ่าจนถึงชายเสื้อ และขึ้นหน้าด้านขวาแบ่งพื้นที่การตัดต่อเป็นสองแถวบริเวณอก และหนึ่งแถวบริเวณเอว เสื้อตัวในปกเชิ้ตแขนยาวสีพื้น กางเกงสีพื้นขายาวเข้ารูป

เสื้อสูท (Suit) แบบที่ 3 เสื้อตัวนอกแขนยาว ปกประยุกต์ท่อนบนเป็นคอตั้ง ท่อนล่างเป็นปกเทเลอร์ ตัดต่อผ้ามัดหมี่บริเวณปกประยุกต์ท่อนบนคอตั้งท่อนล่างปกเทเลอร์ และฝากระเป๋าทรงสองข้าง มี Vest ด้านในหนึ่งชิ้นใช้ผ้ามัดหมี่ทั้งตัว เสื้อตัวในปกเชิ้ตแขนยาวสีพื้น กางเกงสีพื้นขายาวเข้ารูป

เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) แบบที่ 4 เสื้อตัวนอกแขนยาว กระดุมหน้าสองแถว ปกเทเลอร์สองชั้น ชั้นบนเป็นผ้าพื้น ชั้นล่างเป็นผ้ามัดหมี่ ตัดต่อผ้ามัดหมี่บริเวณกลางหัวแขนจนถึงกลางปลายแขน และบริเวณกลางขึ้นหน้าของตัวเสื้อ เสื้อตัวในปกเชิ้ตแขนยาวสีพื้น กางเกงสีพื้นขายาวเข้ารูป

เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) แบบที่ 5 เสื้อตัวนอกแขนยาว ปกเชิ้ต ตัดต่อผ้ามัดหมี่บริเวณปกกึ่งกลางรอบแขน ฝากระเป๋ และบริเวณกลางเอวขึ้นหน้าของตัวเสื้อ เสื้อตัวในปกเชิ้ตแขนยาวสีพื้น กางเกงสีพื้นขายาวเข้ารูป (ภาพที่ 3.10)



ภาพที่ 3.10 การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้ามัดหมี่ กลุ่มที่ 3

3.2.7.5 คัดเลือกรูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จำนวน 3 กลุ่ม ให้เลือกเพียง 1 กลุ่ม โดยผู้เชี่ยวชาญ 7 คน ซึ่งได้ผลจากการพิจารณา ในการเลือกรูปแบบชุดที่เหมาะสมนำไปทำการตัดเย็บด้วยวิธีการตัดต่อผ้ามัดหมี่ รายละเอียดดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ผลการคัดเลือกรูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จากผู้เชี่ยวชาญ

แบบชุด	ผู้เชี่ยวชาญ							รวม
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	คนที่ 7	
กลุ่มที่ 1	-	-	-	-	✓	✓	-	2
กลุ่มที่ 2	-	-	✓	✓	-	-	-	2
กลุ่มที่ 3	✓	✓	-	-	-	-	✓	3

จากตารางที่ 3.2 ผลการคัดเลือกรูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ เลือกรูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ กลุ่มที่ 3 โดยมีเหตุผลประกอบ คือ ตอบโจทย์คำว่าเมโทรเซ็กชวลในแง่ของเส้นแบบตัด การตัดต่อ วัสดุ และรูปแบบชุดที่ออกแบบช่วยให้ภาพรวมของเมโทรเซ็กชวลดูชัดเจนขึ้น ดูลงตัว และมีความทันสมัย

สรุปผลรูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จากการพิจารณาในการคัดเลือกรูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ เพื่อนำไปทำการตัดเย็บเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ดังนี้ (ภาพที่ 3.11)



ภาพที่ 3.11 รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ คัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ

3.2.7.6 ดำเนินการออกแบบตราสินค้า จำนวน 5 แบบ โดยคำนึงถึงการสื่อความหมายระหว่างตราสินค้ากับผลิตภัณฑ์ ความสวยงาม และความเหมาะสม เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกเหลือเพียง 1 แบบ ผู้วิจัยได้ทำการตั้งชื่อ Perke' ซึ่งมาจากแนวความคิดของผู้วิจัย คำว่า Per มาจากคำพยางค์หน้าของคำว่า Perfect และ ke' มาจากชื่อผู้วิจัย คือ คำพยางค์หน้าของคำว่า Kecha โดยนำทั้งสองคำมารวมกันเพื่อความเป็นหนึ่งเดียวที่เป็นชื่อแบรนด์และเครื่องหมายทางการค้า ดังนี้

1) **ตราสินค้า แบบที่ 1** ใช้อักษร Niagara Engraved เริ่มต้นตัวอักษรตัวแรกด้วยตัว P ตัวพิมพ์ใหญ่ ตามด้วย er และ ke ตัวพิมพ์เล็ก ตัวอักษรสีดำแทรกด้วยสีขาวทั้งหมด เพื่อเพิ่มความโดดเด่นและสวยงามให้กับตราสินค้า (ภาพที่ 3.12)



Perke'  
By Kecha

ภาพที่ 3.12 ตราสินค้า แบบที่ 1

2) **ตราสินค้า แบบที่ 2** ใช้อักษร Monotype Corsiva เริ่มต้นตัวอักษรตัวแรกด้วยตัว P ตัวพิมพ์ใหญ่ ตามด้วย er และ ke ตัวพิมพ์เล็ก ตัวอักษรด้านหน้าสีเทาและตัวอักษรด้านหลังสีดำ โดยใช้เทคนิคอักษรสองตัวทับซ้อนกัน (ภาพที่ 3.13)



Perke'  
By Kecha

ภาพที่ 3.13 ตราสินค้า แบบที่ 2

3) **ตราสินค้า แบบที่ 3** ใช้อักษร Parchment เริ่มต้นตัวอักษรตัวแรกด้วยตัว P ตัวพิมพ์ใหญ่ที่มีลวดลายล้อมรอบอย่างสวยงามเด่นชัด ตามด้วย er และ ke ตัวพิมพ์เล็ก และคำว่า Perke' By Kecha ใช้อักษร French Script MT ตัวอักษรสีเทาอ่อนตัดขอบด้วยสีเทาเข้ม (ภาพที่ 3.14)



ภาพที่ 3.14 ตราสินค้า แบบที่ 3

4) **ตราสินค้า แบบที่ 4** ใช้อักษร Vivaldi Italic เริ่มต้นตัวอักษรตัวแรกด้วยตัว P ตัวพิมพ์ใหญ่ ตามด้วย er และ ke ตัวพิมพ์เล็ก และคำว่า Perke' ตัวอักษรสีดำมีช่องว่างภายในตัวอักษร สำหรับเครื่องหมาย ‘ ใช้อักษร Eras Light ITC และคำว่า By Kecha ตัวอักษรสีดำตัดขอบด้วยสีเทา (ภาพที่ 3.15)



ภาพที่ 3.15 ตราสินค้า แบบที่ 4

5) **ตราสินค้า แบบที่ 5** ใช้อักษร Script MT Bold เริ่มต้นตัวอักษรตัวแรกด้วยตัว P ตัวพิมพ์ใหญ่ ตามด้วย er และ ke ตัวพิมพ์เล็ก สำหรับตัว P และคำว่า erke' ใช้อักษร French Script MT ตัวอักษรสีเทาเข้มไปถึงสีเทาอ่อนตัดขอบตัวอักษรด้วยสีดำ เพื่อทำให้เกิดความสวยงาม และโดดเด่นยิ่งขึ้น (ภาพที่ 3.15)

ภาพที่ 3.16 ตราสินค้า แบบที่ 5

3.2.7.7 คัดเลือกรูปแบบตราสินค้า จำนวน 5 รูปแบบ ให้เลือกเพียง 1 รูปแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญ 7 คน ซึ่งได้ผลจากการพิจารณา ในการเลือกรูปแบบตราสินค้าที่เหมาะสม เพื่อนำไปทำการสกรีนลงบนบรรจุภัณฑ์จริง รายละเอียดดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 ผลการคัดเลือกรูปแบบตราสินค้า จากผู้เชี่ยวชาญ

แบบ ตราสินค้า	ผู้เชี่ยวชาญ							รวม
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	คนที่ 7	
แบบที่ 1	-	-	-	-	-	-	-	0
แบบที่ 2	-	✓	-	-	-	-	✓	2
แบบที่ 3	-	-	-	-	-	-	-	0
แบบที่ 4	✓	-	✓	-	✓	✓	-	4
แบบที่ 5	-	-	-	✓	-	-	-	1

จากตารางที่ 3.3 ผลการคัดเลือกรูปแบบตราสินค้า พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ เลือก รูปแบบตราสินค้า แบบที่ 4 โดยมีเหตุผลประกอบ คือ รูปแบบมีความเป็นไปได้สูงในเรื่องของโครงสร้าง และรูปแบบของตัวอักษรมีลักษณะที่เหมาะสมกับรูปแบบเสื้อผ้า มีความลงตัว อ่านง่าย ง่ายต่อการจดจำ



สรุปผลรูปแบบตราสินค้า จากการพิจารณาในการคัดเลือกรูปแบบตราสินค้าเพื่อนำไปเป็นตราสินค้าจริง ดังนี้ (ภาพที่ 3.16)

# Perke'

by Kecha

ภาพที่ 3.17 รูปแบบตราสินค้า คัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ

3.2.7.8 ดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 แบบ สำหรับใส่ชุดเสื้อผ้าให้กับลูกค้า โดยคำนึงถึงรูปแบบความสวยงาม ความนิยม และการนำไปใช้ประโยชน์มากที่สุด เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกเหลือเพียง 1 แบบ ดังนี้

1) **บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 1** ลักษณะของถุงเป็นสีเหลี่ยมผืนผ้าสีดำ แนวตั้ง หน้าแคบ มีเชือกร้อยเป็นหูหิ้วด้านบน (ภาพที่ 3.18)



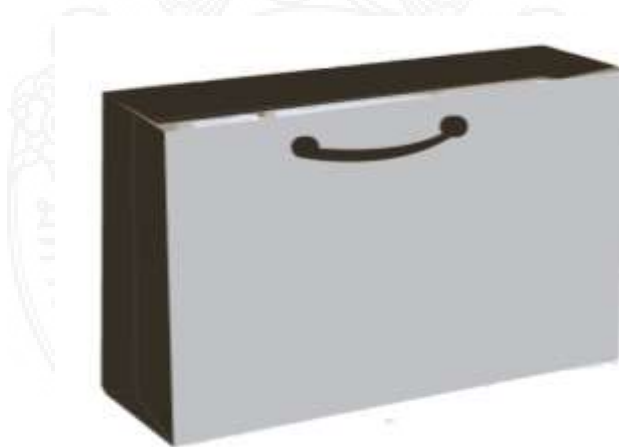
ภาพที่ 3.18 บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 1

2) บรรจุกัณฑ์ แบบที่ 2 ลักษณะของถุงเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าสีดำ แนวนอน หน้ากว้าง มีเชือกร้อยเป็นหูหิ้วด้านบน (ภาพที่ 3.19)



ภาพที่ 3.18 บรรจุกัณฑ์ แบบที่ 2

3) บรรจุกัณฑ์ แบบที่ 3 ลักษณะของถุงเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าสีขาวดำ แนวนอน หน้ากว้าง มีเชือกร้อยเป็นหูหิ้วด้านบน (ภาพที่ 3.20)



ภาพที่ 3.20 บรรจุกัณฑ์ แบบที่ 3

4) บรรจุกัณฑ์ แบบที่ 4 ลักษณะของถุงเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัสสีดำ ก้นถุงกว้าง มีเชือกร้อยเป็นหูหิ้วด้านบน (ภาพที่ 3.21)



ภาพที่ 3.21 รูปแบบบรรจุกัณฑ์

5) บรรจุกัณฑ์ แบบที่ 5 ลักษณะถุงเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าสีขาว หูหิ้วสีดำเป็นกระดาดลักษณะเดียวกับตัวถุง (ภาพที่ 3.22)



ภาพที่ 3.22 บรรจุกัณฑ์ แบบที่ 5

3.2.7.9 คัดเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 รูปแบบ ให้เลือกเพียง 1 รูปแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญ 7 คน ซึ่งได้ผลจากการพิจารณา ในการเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ที่เหมาะสม เพื่อนำไปทำเป็นบรรจุภัณฑ์จริง รายละเอียดดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 ผลการคัดเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ จากผู้เชี่ยวชาญ

แบบ ตราสินค้า	ผู้เชี่ยวชาญ							รวม
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	คนที่ 6	คนที่ 7	
แบบที่ 1	-	-	✓	-	-	-	-	1
แบบที่ 2	✓	-	-	-	-	-	-	1
แบบที่ 3	-	-	-	-	-	✓	-	1
แบบที่ 4	-	✓	-	✓	✓	-	✓	4
แบบที่ 5	-	-	-	-	-	-	-	0

จากตารางที่ 3.3 ผลการคัดเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 4 โดยมีเหตุผลประกอบ คือ รูปแบบดูมีคุณค่า มีราคา โครงสร้างสูง และหุบจับดูดีและสวยงาม มีความเรียบหรู มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสม มีความคงทนแข็งแรง ทันสมัย มีเอกลักษณ์เฉพาะในรูปทรง หูที่มีความเหมาะสมแข็งแรงเข้ากับตัวถุงได้เป็นอย่างดี

สรุปผลรูปแบบบรรจุภัณฑ์ จากการพิจารณาในการคัดเลือกรูปแบบตราสินค้าเพื่อนำไปทำเป็นบรรจุภัณฑ์จริง ดังนี้ (ภาพที่ 3.23)



ภาพที่ 3.23 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ คัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ

3.2.2.10 ดำเนินการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ตามแบบ  
ร่างที่ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ดังนี้ (ภาพที่ 3.24)



ภาพที่ 3.24 พัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่

3.2.2.10 ดำเนินการตัดเย็บเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ตามแบบร่างที่ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ดังนี้ (ภาพที่ 3.25 – ภาพที่ 3.29)



ภาพที่ 3.25 เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบที่ 1





ภาพที่ 3.26 เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 3.27 เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบที่ 3





ภาพที่ 3.28 เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบที่ 4



ภาพที่ 3.29 เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบที่ 5

3.2.7.11 ดำเนินการจัดทำตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ตามแบบร่างที่ได้ผลิตภัณฑ  
ต้นแบบ ดังนี้ (ภาพที่ 3.30)



ภาพที่ 3.30 ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์

### 3.3 การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการพัฒนาตลาดผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ

#### 3.3.1 การประเมินความพึงพอใจ ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.3.1.1 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถามกลับคืนด้วยตัวเอง

3.3.1.2 ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

3.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษานำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามความพึงพอใจ มาตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้องของข้อมูล และลงรหัสเตรียมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์และเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่ วิเคราะห์ด้วยค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย

ตอนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย

ตอนที่ 5 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย มีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลมีกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนระดับความพึงพอใจ เป็น 5 ระดับ (บุญใจ, 2550) ดังนี้

5	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
4	หมายถึง	พึงพอใจมาก
3	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
2	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด

และสำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ โดยมีค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.51-5.00	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.51-4.50	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.51-3.50	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.51-2.50	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.50	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ และการนำเสนอผลของการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตลาดผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่ม Designer, Merchandiser, Visual merchandiser, Graphic designer, และผู้มีประสบการณ์ด้านการทอผ้า จำนวน 30 คน ต่อการพัฒนาตลาดผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ พร้อมทั้งตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อ ดังนี้

N	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเรื่อง การพัฒนาตลาดผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ โดยแสดงการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์และเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่ และความชื่นชอบเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ วิเคราะห์ โดยแสดงการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ วิเคราะห์ โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายมัดหมี่บรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า วิเคราะห์ โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ วิเคราะห์ โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

#### 4.1.1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย จากสายอาชีพ ทางด้านสิ่งทอ และออกแบบแฟชั่น โดยแสดงการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบ ตารางประกอบความเรียง (ดังตารางที่ 4.1 – ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 30)		
ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	10	33.30
หญิง	20	66.70
<b>อายุ</b>		
25-30 ปี	5	16.70
31-35 ปี	7	23.30
36-40 ปี	13	43.30
41-45 ปี	3	10.00
มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	2	6.70
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	16	53.30
สมรส	14	46.70
<b>รสนิยม</b>		
เมโทรเซ็กซี่ชวล	1	3.30
เกย์ดาร์ / โฮโมเซ็กซี่ชวล	4	13.30
ผู้ชาย	8	26.70
ผู้หญิง	17	56.70
<b>อาชีพ</b>		
Designer	6	20.00
Merchandiser	6	20.00
Visual merchandiser	6	20.00
Graphic designer	6	20.00
ผู้มีประสบการณ์ด้านการทอผ้า	6	20.00
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 25,000 บาท	8	26.70
25,001-35,000 บาท	4	13.30

## ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n = 30)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
35,001-45,000 บาท	7	23.30
45,001 บาทขึ้นไป	11	36.70
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	6	20.00
ปริญญาตรี	24	80.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่ม Designer, Merchandiser, Visual merchandiser, Graphic designer, และผู้มีประสบการณ์ด้านการทอผ้า จำนวน 30 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 และเพศชาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 ตามลำดับ

อายุ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 36-40 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30 รองลงมาอายุ 31-35 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 อายุ 25-30 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 อายุ 41-45 ปี จำนวน 3 คน ร้อยละ 10.00 และอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 ตามลำดับ

สภาพภาพ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สถานภาพโสด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 53.30 และสถานภาพสมรส จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 46.70 ตามลำดับ

รสนิยม กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรสนิยมผู้หญิง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 56.70 รองลงมาผู้ชาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70 รองลงมาเกย์ดาร์ / โฮโมเซ็กชวล จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 และเมโทรเซ็กชวล จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

อาชีพ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ Designer, Merchandiser, Visual merchandiser, Graphic designer และผู้มีประสบการณ์ด้านการทอผ้า จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 เท่ากัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 36.70 รองลงมารายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70 รายได้ 35,001-45,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 และรายได้ 25,001-35,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็น ร้อยละ 13.30 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ



#### 4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์และเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์และเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยแสดงการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์และเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่

		(n = 30)	
ข้อมูลและปัจจัยการใช้ผลิตภัณฑ์		จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เคยซื้อ/เคยใช้ ผลิตภัณฑ์และเครื่องประกอบการแต่งกายจาก ผ้าฝ้ายมัดหมี่</b>			
<b>(ในกรณีที่ไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้ ให้ท่านข้ามไปตอบ ตอนที่ 3)</b>			
ไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้		10	33.30
เคยซื้อ/ไม่เคยใช้		4	13.30
เคยซื้อ/เคยใช้		15	50.00
ไม่เคยซื้อ/เคยใช้		1	3.30
<b>เคยซื้อ/เคยใช้/สนใจเสื้อผ้าหรือเครื่องแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่</b>			
เสื้อ		11	36.67
ผ้าพันคอ		1	3.33
กระเป๋า		6	20.00
ผ้าคลุมไหล่		2	6.67
บุคคลที่ตอบไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้		10	33.33
<b>โอกาสในการสวมใส่</b>			
ออกงานสังคม / สังสรรค์		1	3.33
เป็นชุดลำลอง		5	16.67
เทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น งานบุญประเพณี		14	46.67
บุคคลที่ตอบไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้		10	33.33
<b>การทอแบบมัดหมี่</b>			
คุณภาพของสินค้า เช่น ความทนทาน การตัดเย็บประณีต สีสันทน		8	26.67
ความสวยงาม รูปแบบ ความทันสมัย		1	3.33
ความจำเป็นที่ต้องใช้ในงาน		2	6.67
ลวดลายสวยงาม แปลกใหม่ ทันสมัย		4	13.33
ความเหมาะสมของราคา		4	13.33
ลวดลายศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์		1	3.33
บุคคลที่ตอบไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้		10	33.33



## ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

(n = 30)		
ข้อมูลและปัจจัยการใช้ผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าหรือเครื่องประกอบแต่งกายจากผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่</b>		
ทุกเดือน	3	10.00
ทุก 3 เดือน	1	3.33
ทุก 6 เดือน	1	3.33
ทุก 1 ปี	4	13.33
แล้วแต่โอกาส	11	36.67
บุคคลที่ตอบไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้	10	33.33
<b>ราคาของเสื้อผ้าหรือเครื่องประกอบแต่งกายจากผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่</b>		
500 – 1,000 บาท/ตัว	14	46.67
1,001 – 1,500 บาท/ตัว	5	16.67
2,001- 2,500 บาท/ตัว	1	3.33
บุคคลที่ตอบไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้	10	33.33
<b>บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ</b>		
เพื่อน	8	26.67
เพื่อนร่วมงาน	4	13.33
ญาติ	1	3.33
สมาชิกในครอบครัว	7	23.33
บุคคลที่ตอบไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้	10	33.33
<b>ชุดสำหรับกลุ่มที่ต้องการออกแบบ</b>		
แม่โทรเช็กซวล	1	3.33
สาวประเภทสอง	4	13.33
ผู้ชาย	3	10.00
ผู้หญิง	10	33.33
ทอม	1	3.33
ดี้	1	3.33
บุคคลที่ตอบไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้	10	33.33

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่ม Designer, Merchandiser, Visual merchandiser, Graphic designer, และผู้มีประสบการณ์ด้านการทอผ้า จำนวน 30 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เคยซื้อ/เคยใช้ ผลิตภัณฑ์และเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่ พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยซื้อ/เคยใช้ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา ไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมา เคยซื้อ/ไม่เคยใช้ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 และไม่เคยซื้อ/เคยใช้ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

เคยซื้อ/เคยใช้/สนใจเสื้อผ้าหรือเครื่องแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยซื้อ/เคยใช้/สนใจผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายจากผ้ามัดหมี่เป็นเสื้อ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 รองลงมาบุคคลที่ตอบไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา เคยซื้อ/เคยใช้/สนใจกระเป๋า จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาเคยซื้อ/เคยใช้/สนใจผ้าคลุมไหล่ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และเคยซื้อ/เคยใช้/สนใจผ้าพันคอ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

โอกาสในการสวมใส่ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สวมใส่ในเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น งานบุญประเพณี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาบุคคลที่ตอบไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาสวมใส่เป็นชุดลำลอง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และสวมใส่ออกงานสังคม / สังสรรค์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

การทอแบบมัดหมี่ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นบุคคลที่ตอบไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคุณภาพของสินค้า เช่น ความทนทาน การตัดเย็บ ประณีต สีสันทัน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมาลวดลายสวยงาม แปลกใหม่ ทันสมัย เท่ากันกับความเหมาะสมของราคา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 รองลงมาความจำเป็นที่ต้องใช้ในงาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และความสวยงาม รูปแบบ ความทันสมัยเท่ากันกับลวดลายศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

ความถี่ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าหรือเครื่องประกอบแต่งกายจากผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกซื้อแล้วแต่โอกาส จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 รองลงมาบุคคลที่ตอบไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาทุก 1 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 รองลงมาทุกเดือน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และทุก 3 เดือน เท่ากันกับทุก 6 เดือน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

ราคาของเสื้อผ้าหรือเครื่องประกอบแต่งกายจากผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อเครื่องประกอบแต่งกายจากผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ราคา 500-1,000 บาท/ตัว จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 บุคคลที่ตอบไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา ราคา 1,001-1,500 บาท/ตัว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และราคา 2,001-2,500 บาท/ตัว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ ร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นบุคคลที่ตอบไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือเพื่อน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมาคือสมาชิกในครอบครัว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 รองลงมาคือเพื่อนร่วมงาน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และญาติ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

ชุดสำหรับกลุ่มที่ต้องการออกแบบ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นบุคคลที่ตอบไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้ เท่ากันกับต้องการให้ออกแบบชุดสำหรับผู้หญิง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาสาวประเภทสอง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 รองลงมาผู้ชาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และเมโทรเซ็กชวล ทอม ดี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

#### 4.1.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ต้นแบบ โดยแสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

ตารางที่ 4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ต้นแบบ

(n = 30)			
ความพึงพอใจที่มีต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ต้นแบบ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>ด้านประโยชน์ใช้สอย</b>	<b>4.19</b>	<b>0.74</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ความเหมาะสมของลวดลายมัดหมี่ในการนำไปใช้งาน	4.17	0.75	พึงพอใจมาก
ความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้ในการผลิตผ้ามัดหมี่	4.27	0.69	พึงพอใจมาก
ความเหมาะสมของผ้ามัดหมี่เมื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์	4.13	0.73	พึงพอใจมาก
ความเหมาะสมการใช้งานเมื่อนำไปใช้ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อื่น เช่น เสื้อ กางเกง กระเป๋า รองเท้า ฯลฯ	4.17	0.79	พึงพอใจมาก
<b>ด้านสีสันทัน</b>	<b>4.20</b>	<b>0.83</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ความสม่ำเสมอของสี	4.17	0.83	พึงพอใจมาก
สีที่ใช้มีความเหมาะสม และลงตัว	4.23	0.82	พึงพอใจมาก
<b>ด้านการออกแบบลวดลาย</b>	<b>3.99</b>	<b>0.84</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ลวดลายผ้ามีความมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และแปลกใหม่	4.07	0.87	พึงพอใจมาก
ลวดลายที่ออกแบบมีความเหมาะสมโดดเด่นและน่าสนใจ	3.90	0.80	พึงพอใจมาก
ลวดลายผ้ามีความละเอียดคมชัดสม่ำเสมอ	4.30	0.70	พึงพอใจมาก
ลวดลายมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว	4.10	0.88	พึงพอใจมาก
ความเหมาะสมของระยะในการจัดวางลวดลาย	3.97	0.77	พึงพอใจมาก
<b>ด้านกระบวนการผลิต</b>	<b>4.27</b>	<b>0.71</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
คุณภาพการทอ เนื้อแน่นเรียบสม่ำเสมอทั้งผืน	4.20	0.71	พึงพอใจมาก
คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาทอมีความเหมาะสม	4.33	0.71	พึงพอใจมาก
<b>รวม</b>	<b>4.16</b>	<b>0.78</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่ม Designer, Merchandiser, Visual merchandiser, Graphic designer, และผู้มีประสบการณ์ด้านการทอผ้า จำนวน 30 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านประโยชน์ใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้ในการผลิตผ้า มัดหมี่ ความเหมาะสมของลวดลายมัดหมี่ในการนำไปใช้งาน ความเหมาะสมการใช้งานเมื่อนำไปใช้ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อื่น เช่น เสื้อ กางเกง กระเป๋า รองเท้า ฯลฯ ความเหมาะสมของผ้ามัดหมี่เมื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.27, 4.17, 4.17 และ 4.13 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านสีสันทัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สีที่ใช้มีความเหมาะสม และลงตัว ความสม่ำเสมอของสี มีค่าเฉลี่ย 4.23, 4.17 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านการออกแบบลวดลาย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลวดลายผ้ามีความละเอียดคมชัด สม่ำเสมอ ลวดลายมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ลวดลายผ้ามีความมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ และแปลกใหม่ ความเหมาะสมของระยะในการจัดวางลวดลาย ลวดลายที่ออกแบบมีความเหมาะสม โดดเด่น และ น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30, 4.10, 4.07, 3.97 และ 3.90 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านกระบวนการผลิต เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาทอมีความเหมาะสมคุณภาพการทอ เนื้อแน่นเรียบสม่ำเสมอทั้งผืน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33, และ 4.20 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

#### 4.1.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทชวล ด้วยวิธีการตัดต่อ โดยแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

ตารางที่ 4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วย เทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบเสื้อกัก (Vest) รูปแบบที่ 1

(n = 30)

ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วย เทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบเสื้อกัก (Vest) รูปแบบที่ 1	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทชวล	4.27	0.75	พึงพอใจมาก
มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ น่าสนใจ	4.23	0.63	พึงพอใจมาก
มีความทันสมัย	4.20	0.85	พึงพอใจมาก
มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน	4.37	0.77	พึงพอใจมาก

## ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

(n = 30)			
ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วย วิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วย เทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบ เสื้อกัก (Vest) รูปแบบที่ 1	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ความสวยงาม</b>	<b>4.37</b>	<b>0.67</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด	4.23	0.81	พึงพอใจมาก
ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ	4.47	0.57	พึงพอใจมาก
องค์ประกอบรวม และความสวยงามของชุด	4.40	0.62	พึงพอใจมาก
<b>ประโยชน์ใช้สอย</b>	<b>4.26</b>	<b>0.69</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
มีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง	4.30	0.65	พึงพอใจมาก
มีความสะดวกสบายในการใช้งาน	4.37	0.62	พึงพอใจมาก
ใช้งานได้หลายโอกาส	4.10	0.80	พึงพอใจมาก
<b>สีล้น</b>	<b>4.36</b>	<b>0.59</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
การใช้สีเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ท	4.37	0.62	พึงพอใจมาก
การใช้ผ้าสีพื้นเหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่	4.40	0.56	พึงพอใจมาก
การใช้สีมีความเหมาะสมกับ รูปแบบชุด	4.30	0.60	พึงพอใจมาก
<b>ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ</b>	<b>4.29</b>	<b>0.76</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา	4.37	0.62	พึงพอใจมาก
การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม	4.27	0.83	พึงพอใจมาก
ลวดลายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับรูปแบบชุด	4.23	0.82	พึงพอใจมาก
<b>วิธีการตัดต่อ</b>	<b>4.25</b>	<b>0.71</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่	4.27	0.74	พึงพอใจมาก
ความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่	4.17	0.75	พึงพอใจมาก
การตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ท	4.30	0.65	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ แบบเสื้อกัก (Vest) รูปแบบที่ 1

รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ท เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ น่าสนใจ และมีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37, 4.23, และ 4.20 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ องค์ประกอบรวม และความสวยงามของชุด และความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47, 4.40, และ 4.23 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ประโยชน์ใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความสะดวกสบายในการใช้งาน มีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง และใช้งานได้หลายโอกาส ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37, 4.30, และ 4.10 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

สีสันทัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การใช้ผ้าสีพื้นเหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่ การใช้สีที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทเช็ท และการใช้สีมีความเหมาะสมกับ รูปแบบชุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40, 4.37, และ 4.30 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม และลวดลายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับรูปแบบชุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37, 4.27, และ 4.23 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

วิธีการตัดต่อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทเช็ท ความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่ และความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30, 4.27, และ 4.17 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

**ตารางที่ 4.5** ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบเสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 2

(n = 30)

ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบเสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 2	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทเช็ท</b>	<b>4.30</b>	<b>0.66</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ น่าสนใจ	4.43	0.57	พึงพอใจมาก
มีความทันสมัย	4.27	0.64	พึงพอใจมาก
มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน	4.20	0.76	พึงพอใจมาก
<b>ความสวยงาม</b>	<b>4.29</b>	<b>0.64</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด	4.23	0.68	พึงพอใจมาก
ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ	4.37	0.56	พึงพอใจมาก
องค์ประกอบรวม และความสวยงามของชุด	4.27	0.69	พึงพอใจมาก
<b>ประโยชน์ใช้สอย</b>	<b>4.27</b>	<b>0.73</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
มีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง	4.40	0.73	พึงพอใจมาก
มีความสะดวกสบายในการใช้งาน	4.20	0.81	พึงพอใจมาก
ใช้งานได้หลายโอกาส	4.20	0.66	พึงพอใจมาก
<b>สีสันทัน</b>	<b>4.21</b>	<b>0.63</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
การใช้สีเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทเช็ท	4.13	0.63	พึงพอใจมาก
การใช้ผ้าสีพื้นเหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่	4.27	0.58	พึงพอใจมาก

## ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วย วิธีการตัดต่อผ้าฝ่ายด้วย เทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบ เสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 2			(n = 30)
การใช้สีมีความเหมาะสมกับ รูปแบบชุด	4.23	0.68	พึงพอใจมาก
<b>ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ</b>	<b>4.14</b>	<b>0.72</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา	4.17	0.65	พึงพอใจมาก
การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม	4.13	0.73	พึงพอใจมาก
ลวดลายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับรูปแบบชุด	4.13	0.78	พึงพอใจมาก
<b>วิธีการตัดต่อ</b>	<b>4.20</b>	<b>0.69</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ่ายมัดหมี่	4.27	0.69	พึงพอใจมาก
ความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ่ายมัดหมี่	4.23	0.78	พึงพอใจมาก
การตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ท	4.10	0.61	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อ การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ แบบเสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 2

รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ท เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ น่าสนใจ มีความทันสมัย มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43, 4.27, และ 4.20 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บองค์ประกอบรวม และความสวยงามของชุด และมีความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37, 4.27, และ 4.23 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ประโยชน์ใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง มีความสะดวกสบายในการใช้งาน และใช้งานได้หลายโอกาส ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40, 4.20, และ 4.20 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

สีสันทัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การใช้ผ้าสีที่พื้เหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่ การใช้สีมีความเหมาะสมกับ รูปแบบชุด และการใช้สีที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27, 4.23, และ 4.13 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม และลวดลายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับรูปแบบชุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17, 4.13, และ 4.13 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

วิธีการตัดต่อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่ ความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่ และการตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทร เช็กชวล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27, 4.23, และ 4.10 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับ มาก

**ตารางที่ 4.6** ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วย เทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบเสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 3

(n = 30)			
พึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบเสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 3	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล</b>	<b>4.32</b>	<b>0.67</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ น่าสนใจ	4.40	0.62	พึงพอใจมาก
มีความทันสมัย	4.27	0.69	พึงพอใจมาก
มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน	4.30	0.70	พึงพอใจมาก
<b>ความสวยงาม</b>	<b>4.43</b>	<b>0.64</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด	4.40	0.72	พึงพอใจมาก
ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ	4.43	0.57	พึงพอใจมาก
องค์ประกอบรวม และความสวยงามของชุด	4.47	0.63	พึงพอใจมาก
<b>ประโยชน์ใช้สอย</b>	<b>4.20</b>	<b>0.69</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
มีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง	4.27	0.58	พึงพอใจมาก
มีความสะดวกสบายในการใช้งาน	4.17	0.70	พึงพอใจมาก
ใช้งานได้หลายโอกาส	4.17	0.79	พึงพอใจมาก
<b>สีสันทัน</b>	<b>4.36</b>	<b>0.62</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
การใช้สีเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล	4.27	0.52	พึงพอใจมาก
การใช้ผ้าสีพื้นเหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่	4.47	0.63	พึงพอใจมาก
การใช้สีมีความเหมาะสมกับ รูปแบบชุด	4.33	0.71	พึงพอใจมาก
<b>ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ</b>	<b>4.40</b>	<b>0.70</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา	4.40	0.62	พึงพอใจมาก
การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม	4.40	0.72	พึงพอใจมาก
<b>วิธีการตัดต่อ</b>	<b>4.29</b>	<b>0.71</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่	4.27	0.69	พึงพอใจมาก
ความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่	4.23	0.73	พึงพอใจมาก
การตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล	4.37	0.72	พึงพอใจมาก



จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ แบบเสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 3

รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ น่าสนใจ มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน และมีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40, 4.30, และ 4.27 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า องค์กรประกอบรวม และความสวยงามของชุด ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ และความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47, 4.43, และ 4.40 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ประโยชน์ใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง มีความสะดวกสบายในการใช้งาน และใช้งานได้หลายโอกาส ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27, 4.17, และ 4.17 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

สีสันทัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การใช้สีเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล การใช้ผ้าสีพื้นเหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่ และการใช้สีมีความเหมาะสมกับ รูปแบบชุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และ 4.33 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม และลวดลายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับรูปแบบชุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40, 4.40, และ 4.40ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

วิธีการตัดต่อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล ความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่ และความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37, 4.27, และ 4.23 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

**ตารางที่ 4.7** ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบเสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 4

(n = 30)

ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบเสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 4	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล</b>	<b>4.39</b>	<b>0.65</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ น่าสนใจ	4.53	0.57	พึงพอใจมาก
มีความทันสมัย	4.40	0.62	พึงพอใจมาก
มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน	4.23	0.77	พึงพอใจมาก
<b>ความสวยงาม</b>	<b>4.12</b>	<b>0.77</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด	4.07	0.79	พึงพอใจมาก
ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ	4.20	0.71	พึงพอใจมาก

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

	(n = 30)		
ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็กชวลด้วย วิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วย เทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบ เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 4	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
องค์ประกอบรวม และความสวยงามของชุด	4.10	0.80	พึงพอใจมาก
<b>ประโยชน์ใช้สอย</b>	<b>1.02</b>	<b>0.81</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
มีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง	1.10	0.85	พึงพอใจมาก
มีความสะดวกสบายในการใช้งาน	1.00	0.74	พึงพอใจมาก
ใช้งานได้หลายโอกาส	3.97	0.85	พึงพอใจมาก
<b>สีสันทัน</b>	<b>4.32</b>	<b>0.67</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
การใช้สีเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็กชวล	4.20	0.66	พึงพอใจมาก
การใช้ผ้าสีพื้นเหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่	4.37	0.67	พึงพอใจมาก
การใช้สีมีความเหมาะสมกับ รูปแบบชุด	4.40	0.68	พึงพอใจมาก
<b>ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ</b>	<b>4.48</b>	<b>0.67</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา	4.33	0.66	พึงพอใจมาก
การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม	4.67	0.67	พึงพอใจมาก
ลวดลายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับรูปแบบชุด	4.43	0.68	พึงพอใจมาก
<b>วิธีการตัดต่อ</b>	<b>4.25</b>	<b>0.79</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่	4.33	0.71	พึงพอใจมาก
ความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่	4.20	0.85	พึงพอใจมาก
การตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็กชวล	4.23	0.82	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อ การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ แบบเสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 4

รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็กชวล เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ น่าสนใจ มีความทันสมัย มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53, 4.40, และ 4.23 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บองค์ประกอบรวม และความสวยงามของชุด และความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20, 4.10, และ 4.07 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ประโยชน์ใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง มีความสะดวกสบายในการใช้งาน ใช้งานได้หลายโอกาส ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10, 4.00, และ 3.97 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

สีสัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การใช้สีมีความเหมาะสมกับ รูปแบบชุด การใช้ผ้าสีพื้นเหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่ และการใช้สีเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทเช็ทวอล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40, 4.37, และ 4.20 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม ลวดลายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับรูปแบบชุด และลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67, 4.43, และ 4.33 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

วิธีการตัดต่อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่ การตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทเช็ทวอล และความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33, 4.23, และ 4.20 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

**ตารางที่ 4.8** ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทเช็ทวอลด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบเสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 5

(n = 30)			
ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทเช็ทวอลด้วยวิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบเสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 5	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทเช็ทวอล</b>	<b>4.26</b>	<b>0.75</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ น่าสนใจ	4.33	0.76	พึงพอใจมาก
มีความทันสมัย	4.17	0.79	พึงพอใจมาก
มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน	4.27	0.69	พึงพอใจมาก
<b>ความสวยงาม</b>	<b>4.25</b>	<b>0.75</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด	4.13	0.73	พึงพอใจมาก
ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ	4.40	0.62	พึงพอใจมาก
องค์ประกอบรวม และความสวยงามของชุด	4.23	0.90	พึงพอใจมาก
<b>ประโยชน์ใช้สอย</b>	<b>4.13</b>	<b>0.80</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
มีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง	4.17	0.79	พึงพอใจมาก
มีความสะดวกสบายในการใช้งาน	4.10	0.76	พึงพอใจมาก
<b>สีสัน</b>	<b>4.33</b>	<b>0.77</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
การใช้สีเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทเช็ทวอล	4.23	0.86	พึงพอใจมาก
การใช้ผ้าสีพื้นเหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่	4.60	0.70	พึงพอใจมาก
การใช้สีมีความเหมาะสมกับ รูปแบบชุด	4.17	0.74	พึงพอใจมาก
<b>ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ</b>	<b>4.30</b>	<b>0.80</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา	4.37	0.67	พึงพอใจมาก
การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม	4.30	0.84	พึงพอใจมาก
ลวดลายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับรูปแบบชุด	4.23	0.90	พึงพอใจมาก

## ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

(n = 30)

ความพึงพอใจที่มีต่อ เสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็กชวลด้วย วิธีการตัดต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ แบบ เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 5	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
วิธีการตัดต่อ	4.29	0.68	พึงพอใจมาก
ความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่	4.27	0.74	พึงพอใจมาก
ความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่	4.23	0.68	พึงพอใจมาก
การตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็กชวล	4.37	0.62	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ แบบเสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 5

รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็กชวล เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ น่าสนใจ มีความเหมาะสม และได้สัดส่วนมีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33, 4.27, และ 4.17 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ความสวยงาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บองค์ประกอบรวม และความสวยงามของชุด และความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40, 4.23, และ 4.13 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ประโยชน์ใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง ใช้งานได้หลายโอกาส และมีความสะดวกสบายในการใช้งาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17, 4.13, และ 4.10 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

สีสันทัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การใช้ผ้าสีพื้นเหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่ การใช้สีที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็กชวล และการใช้สีมีความเหมาะสมกับ รูปแบบชุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60, 4.23, และ 4.17 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม และลวดลายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับรูปแบบชุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37, 4.30, และ 4.23 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

วิธีการตัดต่อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็กชวลความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่ และความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37, 4.27, และ 4.23 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ

(n = 30)

เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
เสื้อกั๊ก (Vest) รูปแบบที่ 1	4.29	0.69	พึงพอใจมาก
เสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 2	4.21	0.69	พึงพอใจมาก
เสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 3	4.31	0.68	พึงพอใจมาก
เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 4	4.27	0.74	พึงพอใจมาก
เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 5	4.26	0.76	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่าความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ พบว่า เสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 3 ได้รับความพึงพอใจเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เสื้อกั๊ก (Vest) รูปแบบที่ 1, เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 4, เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 5, เสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 2

รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ด้านรูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล ความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย สีสันทน ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ และวิธีการตัดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31, 4.29, 4.27, 4.26, และ 4.21 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ตารางที่ 4.10 ความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้า

(n = 30)

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>รูปแบบตราสินค้า</b>	<b>4.27</b>	<b>0.66</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ตัวหนังสืออ่านง่าย	4.43	0.63	พึงพอใจมาก
ดึงดูดความน่าสนใจ	4.10	0.66	พึงพอใจมาก
มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน	4.27	0.69	พึงพอใจมาก
<b>ความสวยงามของตราสินค้า</b>	<b>4.31</b>	<b>0.68</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ความสวยงามของตัวอักษร	4.20	0.71	พึงพอใจมาก
ความสวยงามของการจัดวางตราสินค้า	4.37	0.67	พึงพอใจมาก
ได้สัดส่วน สวยงามลงตัว	4.37	0.67	พึงพอใจมาก
<b>ประโยชน์ใช้สอย</b>	<b>4.15</b>	<b>0.72</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
ดึงดูดความน่าสนใจ	4.17	0.70	พึงพอใจมาก
ช่วยในการส่งเสริมการขาย	4.17	0.75	พึงพอใจมาก
สร้างความโดดเด่นให้สินค้า	4.10	0.71	พึงพอใจมาก

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
สีสัน	4.24	0.64	พึงพอใจมาก
สีมีความเรียบง่าย สวยงาม	4.40	0.68	พึงพอใจมาก
สีที่ใช้เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์	4.23	0.57	พึงพอใจมาก
ให้ความรู้สึกสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษสไตล์ เมโทรเช็ทชวล	4.10	0.66	พึงพอใจมาก
<b>เอกลักษณ์ของตราสินค้า</b>	<b>4.22</b>	<b>0.72</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
โดดเด่น สร้างความจดจำได้ดี	4.27	0.74	พึงพอใจมาก
ตำแหน่งการจัดวางตราสินค้ามีความเหมาะสม	4.23	0.68	พึงพอใจมาก
ตัวอักษรของตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์	4.17	0.75	พึงพอใจมาก
<b>รวม</b>	<b>4.24</b>	<b>0.68</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

(n = 30)

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจที่มีต่อ รูปแบบตราสินค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ตัวหนังสืออ่านง่าย มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน และดึงดูดความ น่าสนใจ 4.43, 4.27, และ 4.10 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจ ในระดับมาก

ความสวยงามของตราสินค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสวยงามของการจัดวางตรา สินค้า ได้สัดส่วน สวยงามลงตัว และความสวยงามของตัวอักษร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37, 4.37, และ 4.20 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ประโยชน์ใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ดึงดูดความน่าสนใจ ช่วยในการส่งเสริมการ ขาย และสร้างความโดดเด่นให้สินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17, 4.17, และ 4.10 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวม ได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

สีสัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สีมีความเรียบง่าย สวยงาม สีที่ใช้เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ และให้ความรู้สึกสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทชวล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40, 4.23, และ 4.10 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

เอกลักษณ์ของตราสินค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดดเด่น สร้างความจดจำได้ดี ตำแหน่ง การจัดวางตราสินค้ามีความเหมาะสม และตัวอักษรของตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.27, 4.23, และ 4.17 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ตารางที่ 4.11 ความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์

รายละเอียด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
(n = 30)			
<b>รูปแบบบรรจุภัณฑ์</b>	<b>4.30</b>	<b>0.74</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
มีความเหมาะสมกับสินค้า	4.37	0.72	พึงพอใจมาก
ดึงดูดความน่าสนใจ	4.17	0.79	พึงพอใจมาก
คุณภาพแข็งแรง และทนทาน	4.37	0.72	พึงพอใจมาก
<b>ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์</b>	<b>4.25</b>	<b>0.72</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
รูปทรงบรรจุภัณฑ์	4.17	0.70	พึงพอใจมาก
วัสดุที่นำมาใช้ทำบรรจุภัณฑ์	4.20	0.71	พึงพอใจมาก
ได้สัดส่วน สวยงามลงตัว	4.30	0.79	พึงพอใจมาก
บรรจุภัณฑ์มีความประณีตเรียบร้อย	4.33	0.66	พึงพอใจมาก
<b>ประโยชน์ใช้สอย</b>	<b>4.42</b>	<b>0.73</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
สะดวกสบายในการใช้งาน	4.53	0.68	พึงพอใจมาก
เหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง	4.47	0.68	พึงพอใจมาก
ป้องกันสินค้าเสียหายได้ดี	4.27	0.83	พึงพอใจมาก
<b>สีสััน</b>	<b>4.32</b>	<b>0.71</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
มีความเรียบง่าย สวยงาม	4.33	0.61	พึงพอใจมาก
สีที่ใช้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษ	4.30	0.75	พึงพอใจมาก
ให้ความรู้สึกสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษ	4.33	0.76	พึงพอใจมาก
<b>เอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์</b>	<b>4.22</b>	<b>0.75</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>
สร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า	4.27	0.74	พึงพอใจมาก
โดดเด่น สร้างความจดจำได้ดี	4.17	0.75	พึงพอใจมาก
<b>รวม</b>	<b>4.30</b>	<b>0.73</b>	<b>พึงพอใจมาก</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อ บรรจุภัณฑ์รูปแบบบรรจุภัณฑ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความเหมาะสมกับสินค้า คุณภาพแข็งแรง ทนทาน และดึงดูดความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37, 4.17, และ 4.37 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บรรจุภัณฑ์มีความประณีตเรียบร้อย ได้สัดส่วน สวยงามลงตัว วัสดุที่นำมาใช้ทำบรรจุภัณฑ์ และรูปทรงบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33, 4.30, 4.20, และ 4.17 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ประโยชน์ใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สะดวกสบายในการใช้งาน เหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง และป้องกันสินค้าเสียหายได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53, 4.47, และ 4.27 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านสีเส้น เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความเรียบง่าย สวยงาม ให้ความรู้สึกสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษ และสีที่ใช้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33, 4.33, และ 4.30 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

เอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า และโดดเด่น สร้างความจดจำได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และ 4.17 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

## 4.2 การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ผู้วิจัยได้อภิปรายผล ดังนี้

**4.2.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1** เพื่อพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) จึงนำมาทำการออกแบบเป็นลวดลายผ้ามัดหมี่ พร้อมทำการออกแบบร่างลายผ้ามัดหมี่ ภาพแรงบันดาลใจจากศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) เป็นภาพที่ผู้วิจัยทำการคัดเลือกมาเป็นแรงบันดาลใจ ในการออกแบบ แล้วนำเอาเอกลักษณ์ ลายเส้น และองค์ประกอบ มาทำการออกแบบลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ตามความสวยงาม ความเหมาะสม และความต้องการในการออกแบบ จำนวน 3 ลวดลาย ว่ามีความเหมาะสมในการนำไปทอเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าต้นแบบได้จริง ซึ่งผลการคัดเลือกแบบร่างลายผ้าจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการออกแบบลายผ้ามัดหมี่ ผลการคัดเลือกลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ พบว่าผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ เลือกลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ลวดลายที่ 3 โดยมีเหตุผลประกอบ คือ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 ให้เหตุผลว่า ลักษณะลวดลายเหมาะสมกับบุรุษ ขนาดของลวดลายกับจังหวะหรือระยะห่าง เหมาะสม สมดุลดี เส้นอ่อนช้อยมีความเป็นธรรมชาติ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 ให้เหตุผลว่า ดูแล้วมีความสมดุลของลวดลาย มีจังหวะที่พอดีไม่มากไปหรือน้อยไป คิดว่าทำออกมาเป็นผ้าจริงคงสวยเหมาะกับคนไทย ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 ให้เหตุผลว่า ลวดลายมีลักษณะอ่อนช้อยสวยงาม และมีลายเส้นที่ชัดเจน เมื่อทอเป็นผืนผ้าจะมีความสวยงาม และมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ อ้อยทิพย์ (2545) กล่าวว่า การออกแบบลวดลาย หมายถึง การจัดระบบความคิดผ่านกระบวนการสร้างสรรค์เป็นลวดลายต่างๆ โดยอาศัยองค์ประกอบโดยการออกแบบประยุกต์ให้เข้ากับวัสดุ เทคนิควิธีการ และรูปแบบของงานที่จะออกแบบอย่างมีชั้นเชิง สอดคล้องกับ พิณาลิน (2549) ได้ให้ความหมาย การออกแบบลวดลาย คือ การกำหนดความนึกคิด ด้วยจุด เส้น รูปร่าง รูปทรง และสี เพื่อสร้างสรรค์ผลงานประกอบการสร้างผลงานประเภทต่างๆ หรือ หมายถึง การนำองค์ประกอบในการสร้างสรรค์ให้เกิดรูปแบบที่แปลกใหม่ ตามสมัยนิยมสอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย สำหรับการสร้างงานออกแบบลายผ้า ผู้สร้างงานออกแบบลายผ้าตามลำดับขั้นตอนก่อนหรือหลัง จะได้ผลงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้ใช้ประโยชน์จากลวดลายผ้า นำมาซึ่งความสำเร็จต่อการจัดจำหน่าย บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบลายผ้า จะต้องคำนึงถึงเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับลวดลายผ้า เพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจหาแนวทางในการออกแบบลวดลายตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ก่อนตัดสินใจ



ออกแบบลายผ้า เช่น ศึกษาหน้าที่ใช้สอย แล้วเริ่มรวบรวมข้อมูลและมั่นใจได้ว่าเป็นข้อมูลที่เป็นจริง การออกแบบลายผ้าแบ่งได้เป็นสองชนิดใหญ่ๆ คือ ลวดลายตกแต่ง (Decorative Design) ใช้ในการออกแบบลายพิมพ์ และลวดลายโครงสร้าง (Structural Design) ใช้ในการออกแบบผ้าทอเป็นต้น

**4.2.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2** เพื่อออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อจาก ผ้าฝ้ายมัดหมี่ที่ได้ทำการพัฒนา พร้อมทั้งออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากเครื่องแต่งกาย ของทหารอเมริกันในสมัยโบราณ จำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มละ 5 ชุด ซึ่งในแต่ละกลุ่มมีรูปแบบของ Vest 1 ชุด, Suit 2 ชุด, และ Overcoat 2 ชุด พร้อมทั้งออกแบบตราสินค้า จำนวน 5 รูปแบบ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 รูปแบบ ซึ่งการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากเครื่องแต่งกายของทหารอเมริกันในสมัยโบราณ เป็นภาพที่ผู้วิจัยทำการคัดเลือกมาเป็นแรงบันดาลใจ ในการออกแบบ แล้วนำเอา เอกลักษณ์ รูปแบบ และองค์ประกอบ มาทำการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ตามความสวยงาม ความเหมาะสม และความต้องการในการออกแบบ จำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มละ 5 ชุด ว่ามีความเหมาะสมในการนำไปตัดเย็บเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อต้นแบบได้จริง ซึ่งผลการคัดเลือกแบบร่างเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษ ผลการคัดเลือกเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ เลือกการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ กลุ่มที่ 3 โดยมีเหตุผลประกอบ คือ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 ให้เหตุผลว่า ตอบโจทย์คำว่าเมโทรเซ็กชวลในแง่ของรูปแบบ เส้นการตัดต่อ และแบบตัดในการทำชุด ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 ให้เหตุผลว่า รูปแบบชุดที่ออกแบบช่วยให้ภาพรวมของเมโทรเซ็กชวลดูชัดเจนขึ้น ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 ให้เหตุผลว่า รูปแบบชุดการตัดต่อ วัสดุ มีความทันสมัย และดูลงตัว ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริพรณ์ (2550) กล่าวว่า การออกแบบหมายถึง การสร้างสรรค์ผลงานสิ่งหนึ่งอย่างมีวัตถุประสงค์ การออกแบบเป็นการสร้างสรรค์ผลงานขึ้นโดยไม่ลอกเลียนของเดิมหรือความคิดเดิมที่มีมาก่อน เพื่อตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย หรือความต้องการด้านอื่นๆ การออกแบบ คือ การสร้างสรรค์ผลงานในรูป 2 มิติ และ 3 มิติ ให้เกิดความสวยงาม และสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามการออกแบบ (design) หมายถึง การเลือกสรร (selecting) และการจัดสรร (arranging) วัสดุต่างๆ ให้เหมาะสม เพื่อประโยชน์ 2 ประการ คือ เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของการจัดโครงสร้างและเพื่อความสวยงาม (beauty) ซึ่งย่อมจะแสดงให้เห็นลักษณะและความคิด (idea) ของแต่ละบุคคล สอดคล้องกับ มาลา (2536) กล่าวว่า การออกแบบโครงสร้าง (structure design) ในการออกแบบเสื้อผ้าส่วนใหญ่ จะต้องมีการออกแบบจากโครงสร้างเป็นพื้นฐาน หมายถึง การออกแบบที่ประกอบด้วย ขนาด (size) รูปทรง (form) สี (color) และผิวสัมผัส (texture) ของเสื้อผ้า รวมถึงชนิดของตะเข็บ ปก แขน กระเป๋าละเอียดปลีกย่อยอื่น ๆ ซึ่งเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับเสื้อผ้านั้น ๆ จะขาดส่วนใดไปไม่ได้ อาจกล่าวได้ว่า การนำชิ้นส่วน อันเป็นโครงสร้างแต่ละชิ้นมาเย็บตะเข็บต่อกันจะสามารถเป็นเสื้อผ้าที่สมบูรณ์ได้ การออกแบบโครงสร้างในการออกแบบเสื้อผ้านั้นนับว่า มีความสำคัญอันดับแรก เพราะเสื้อผ้าที่ได้รับการออกแบบด้วยโครงสร้างที่ดี มักจะจัดเป็นเสื้อผ้าชั้นสูงและยังได้รับความนิยมเป็นเวลานาน

4.2.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบตราสินค้า จำนวน 5 รูปแบบ ซึ่งตราสินค้าเป็นรูปแบบของภาพพจน์และแนวความคิด ในรูปอัตลักษณ์ คำขวัญ และผลงานออกแบบ ของสินค้าและผลิตภัณฑ์ ทั้งยังเป็นข้อมูลเชิงมโนธรรม ที่แสดงออกทางรูปธรรมด้วยสัญลักษณ์ ที่สื่อถึงสินค้า ซึ่งการออกแบบที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น จะเป็นที่จดจำของกลุ่มผู้บริโภค ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการออกแบบตราสินค้า จำนวน 5 รูปแบบ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญทำการคัดเลือกว่ารูปแบบใดมีความเหมาะสมในการนำไปทำเป็นตราสินค้าต้นแบบได้จริง ซึ่งผลการคัดเลือกแบบร่างตราสินค้า จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ผลการคัดเลือกแบบร่างตราสินค้า พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ เลือกแบบร่างตราสินค้า รูปแบบที่ 4 โดยมีเหตุผลประกอบ คือ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 ให้เหตุผลว่า รูปแบบมีความเป็นไปได้อย่างสูงในเรื่องของโครงสร้างตราสินค้า ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 ให้เหตุผลว่า รูปแบบของตัวอักษร มีลักษณะที่เหมาะสมกับรูปแบบเสื้อผ้า ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 ให้เหตุผลว่า มีความเหมาะสม องค์ประกอบโดยรวมสามารถไปด้วยกันได้ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4 ให้เหตุผลว่า อ่านง่าย มีความลงตัว และง่ายต่อการจดจำ ซึ่งสอดคล้องกับ อัจฉรวรรณ (2553) กล่าวว่า วัตถุประสงค์สำคัญในการพัฒนาและสื่อสารการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ ก็คือเพื่อสื่อให้ผู้บริโภคและผู้เกี่ยวข้องทราบและเข้าใจว่าแบรนด์ของเรามีจุดยืน (Positioning) อย่างไร มีความแตกต่าง (Differentiation) อย่างไร มีภาพลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ (Unique Image) อย่างไร เป็นต้น การสื่อสารนี้มีความสำคัญมากเพราะทำให้ผู้บริโภครู้จักแบรนด์เราตามที่ต้องการจะเป็น วัตถุประสงค์ที่สองที่สำคัญในการพัฒนาอัตลักษณ์ของแบรนด์ คือการเปิดโอกาสให้ข้อมูลต่างๆ ที่ประกอบกันเป็นแบรนด์ได้ มีโอกาสพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายผ่านสินค้าบริการจากพนักงาน หรือแม้แต่การตกแต่งภายในร้าน สอดคล้องกับ ปรียัตรา (2555) กล่าวว่า เป็นพัฒนาการที่เกิดขึ้นพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ คำปลีกที่ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่เริ่มเห็นความสำคัญของการมีสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแทนของห้างเพื่อผู้บริโภคเห็นและจดจำในระยะไกล

บรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 รูปแบบ ซึ่งการบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด โดยเฉพาะปัจจุบันที่การผลิตสินค้า หรือบริการได้ให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented) และจะให้เห็นว่าการบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 รูปแบบ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญทำการคัดเลือกว่ารูปแบบใดมีความเหมาะสมในการนำไปทำเป็นบรรจุภัณฑ์ต้นแบบได้จริง ซึ่งผลการคัดเลือกแบบร่างบรรจุภัณฑ์ จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ผลการคัดเลือกแบบร่างบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ เลือกแบบร่างบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 4 โดยมีเหตุผลประกอบ คือ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 ให้เหตุผลว่า รูปแบบดูมีคุณค่า มีราคา โครงสร้างดูดีและสวยงาม ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 ให้เหตุผลว่า มีความเรียบหรู มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 ให้เหตุผลว่า มีความคงทนแข็งแรง ทนสมัย ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4 ให้เหตุผลว่า มีเอกลักษณ์เฉพาะในรูปทรง หูหิ้วมีความเหมาะสมแข็งแรงเข้ากับตัวดูดีเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ ภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2005) กล่าวว่า ผู้ผลิตสินค้าต้องการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ถึงแม้ว่าการทำงานของบรรจุภัณฑ์นั้นจะมีไว้เพียงเพื่อบรรจุและเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันได้มีการพัฒนา และเพิ่มความหลากหลายมากขึ้นกว่าที่เคยมีมา

ความก้าวหน้าของเครือข่ายการคมนาคมขนส่งในโลกทุกวันนี้ รวมไปถึงความซับซ้อนของการค้าปลีกสมัยใหม่ ทำให้การบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุดใน การเก็บรักษา และป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง จากโรงงานผลิต ไปยังร้านค้าปลีกหรือผู้บริโภคที่ส่งสินค้าโดยตรง บรรจุภัณฑ์ ยังถูกใช้ให้เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถเคลื่อนที่ไปไหนต่อไหนได้ ป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์มีรอยขีดข่วน แสดงรายละเอียดการใช้ หรือแม้แต่เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญเทียบเท่ากับตัวผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับ สุรรัตน์ (2556) กล่าวว่า ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายในท้องตลาดโดยทั่วไป เผชิญกับการแข่งขันกันสูง นับตั้งแต่การแข่งขันโดยตรงระหว่างสินค้าที่มีคุณสมบัติเหมือนกัน แต่ต่างผู้ผลิต หรือแม้แต่การแข่งขันโดยอ้อมจากผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ทดแทนได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ ซึ่งปัจจุบันบรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทสำคัญ และปีนอีกหนึ่งทางเลือกในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าทำให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องของบรรจุภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

**4.2.4 วัตถุประสงค์ข้อที่ 4** เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อ การพัฒนาตลาดเสื้อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ พร้อมทั้งตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรวมจากทุกรายชื่อของการประเมิน พบว่า การพัฒนาตลาดเสื้อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ มีค่าเฉลี่ย 4.16 การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ พบว่า เสื้อกั๊ก (Vest) รูปแบบที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 4.29 เสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ย 4.21 เสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ย 4.31 เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 4 มีค่าเฉลี่ย 4.27 เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 5 มีค่าเฉลี่ย 4.26 ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.24 และบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.30 ซึ่งทุกแบบของเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ ตราสินค้า และผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากประเด็นต่างๆ ดังนี้

#### 1. ประเด็นการพัฒนาตลาดเสื้อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่

ด้านประโยชน์ใช้สอย กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ผ้าต้นแบบมีความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้ในการผลิตผ้ามัดหมี่ สีที่ใช้มีความเหมาะสมและลงตัวตลาดเสื้อผ้ามีความละเอียดคมชัดสม่ำเสมอคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาทอมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ นวลแข (2542) ประโยชน์ใช้สอยของผ้าฝ้ายและการเก็บรักษา ผ้าฝ้ายใช้ประโยชน์ได้กว้างขวางมาก และมีราคาไม่แพง ซึ่งสามารถใช้เป็นเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มได้ทุกชนิด นอกจากนี้ยังใช้เป็นผ้าที่ใช้ในบ้าน ผ้ามัดตกแต่งบ้าน และผ้าที่ใช้ในงานอุตสาหกรรมได้อย่างดีอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากผ้าฝ้ายมีคุณสมบัติหลายประการ เช่น สวมใส่สบายไม่ร้อน ซักได้ง่าย และดูดซึมน้ำและความร้อนได้ดี นอกจากนี้ผ้าฝ้ายยังย้อมสีได้ง่าย สีไม่ตกและทน ถ้าย้อมสีได้ดีและถูกวิธี ผ้าฝ้ายจะทนต่อความร้อนและระบายความร้อนได้ดีอีกด้วย ซึ่งความน่าใช้และสวมใส่สบายเป็นสมบัติเด่นของผ้าฝ้าย

ด้านสีสันทัน กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ผ้าต้นแบบมีความสม่ำเสมอของสี สีที่ใช้มีความเหมาะสม และลงตัว ซึ่งสอดคล้องกับ เจียมจิต (2546) การเลือกใช้สีเหมาะกับเวลาและโอกาส อย่างเช่น การเลือกแบบเสื้อ ควรเลือกซื้อให้เหมาะสมกับงาน เช่น ไปงานสังสรรค์ ฯลฯ รูปแบบเป็นไปตามสมัยนิยม ประกอบกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญ ทางด้านการออกแบบเสื้อผ้าแฟชั่นบุรุษ ที่สามารถใช้สีได้อย่างกว้างขวาง ตั้งแต่สีสดใสอย่างวัยรุ่น หรือสีหม่น สี

เข้ม สีสด โดยการนำไปใช้จะดูรูปแบบ กลุ่มเป้าหมาย โอกาสที่ใช้สอย ว่ามีความเหมาะสมกับบุรุษ สไตร์เมโทรเซ็กชวล สวมใส่แล้วทำให้เสริมสร้างบุคลิกภาพความเป็นเมโทรเซ็กชวลได้อย่างลงตัว

ด้านการออกแบบลวดลาย กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ผ้าต้นแบบมีลวดลายผ้ามีความมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ และแปลกใหม่ ลวดลายที่ออกแบบมีความเหมาะสม โดดเด่น และน่าสนใจ ลวดลายผ้ามีความละเอียดคมชัดสม่ำเสมอ ลวดลายมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ความเหมาะสมของระยะในการจัดวางลวดลาย ซึ่งสอดคล้องกับ ประเสริฐ (2538) การออกแบบลวดลายเป็นศิลปะประยุกต์แขนงหนึ่งที่สร้างสรรค์องค์ประกอบทางศิลปะให้ปรากฏเป็นรูปแบบในลักษณะลวดลาย เพื่อเสริมแต่ง โครงสร้างสิ่งต่างๆ ให้มีคุณค่ายิ่งขึ้นกว่าเดิมที่มีอยู่ สอดคล้องกับ คมสัน และคณะ (2551) กล่าวว่า การออกแบบ คือ การกำหนดความนึกคิดตามความต้องการที่จะแสดงออก ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และรู้จักปรับปรุงแก้ไขสิ่งเดิมที่มีอยู่ ให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย และการปรับเปลี่ยนตาม ยุคสมัย สอดคล้องกับ Archer, Bruce (1979) การออกแบบเป็นสาขาวิชาที่เกี่ยวกับประสบการณ์ ความชำนาญ และความรู้ ซึ่งสะท้อนถึงความเอาใจใส่ต่อการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมให้เป็นไปตาม ความต้องการทางด้านวัตถุ และจิตใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับการจัดเรียง การจัดองค์ประกอบ ความหมาย คุณค่า และจุดประสงค์ในเงื่อนไขที่มนุษย์กำหนดขึ้น สอดคล้องกับ อ้อยทิพย์ (2545) กล่าวว่า การออกแบบลวดลาย หมายถึง การจัดระบบความคิดผ่านกระบวนการสร้างสรรค์เป็น ลวดลายต่างๆ โดยอาศัยองค์ประกอบโดยการออกแบบประยุกต์ให้เข้ากับวัสดุ เทคนิควิธีการ และ รูปแบบของงานที่จะออกแบบอย่างมีชั้นเชิง

ด้านกระบวนการผลิต กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ผ้าต้นแบบมีคุณภาพการทอ เนื้อแน่น เรียบสม่ำเสมอทั้งผืน และคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาทอมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ อรรถพล (2551) การมัดหมี่ เป็นการทาลวดลายของผืนผ้า โดยใช้วัสดุกันน้ำมัดกลุ่มเส้นฝ้ายเป็นลวดลายตาม ต้องการ ก่อนนำฝ้ายย้อมน้ำสี เมื่อแก้วสตุกันน้ำออก จึงเกิดสีแตกต่างกัน ถ้าต้องการเพียง สองสีจะ แก้วสตุ มัดฝ้ายเพียงครั้งเดียว หากต้องการหลายสีจะมีการแก้วสตุหลายครั้งก่อนมัดหมี่ ต้องค้นหมี่ ก่อน โดยการนำเส้นฝ้ายพันรอบหลักหมี่ 1 คู่ นับจำนวนเส้นฝ้ายให้สัมพันธ์กับลายหมี่ที่จะมัด จากนั้น จึงทำการมัดหมี่กลุ่มเส้นฝ้ายในหลักหมี่ ตามลวดลายหมี่ที่ต้องการ เมื่อถอดฝ้ายมัดหมี่ออกจากหลัก หมี่ นำไปย้อมสี บิดให้หมาดแล้วจึงแก้วสตุมัดหมี่ออก ทำให้เกิดลวดลายตรงที่แก้วสตุออก นำฝ้ายที่แก้ว สตุมัดแล้ว พันรอบหลอดไม้ไผ่ เรียกว่า การปั่นหลอดร้อยหลอดฝ้ายตามลำดับก่อน-หลัง เก็บไว้อย่าง ตีระวังไม่ให้ถูกรบกวนจนเชือกร้อยขาด ฝ้ายมัดหมี่ในหลอดฝ้ายใช้เป็นเส้นพุ่งในการทอ

2. ประเด็นการความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการ ตัดต่อ

ด้านรูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ กล่าวคือ เสื้อผ้าบุรุษ สไตร์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อต้นแบบมีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ น่าสนใจ ทันสมัย เหมาะสม และได้สัดส่วน ซึ่งสอดคล้องกับ จารุพรรณ (2543) การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย คือ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยมีแรงบันดาลใจจากสิ่งต่าง ๆ รอบตัว เช่น ธรรมชาติ รูปทรงสิ่งแปลกใหม่ สื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ ในปัจจุบัน หรือการนำแบบเสื้อผ้าใน สมัยโบราณมาดัดแปลงให้เข้ากับยุคสมัย ทั้งนี้ต้องมีประโยชน์ด้านการใช้สอยและความงามเป็น สำคัญ ตลอดจนการแสดงให้เห็นถึงความเจริญก้าวหน้าด้านวัฒนธรรม ประเพณีและค่านิยมของ

คนในยุคนี้ ๆ โดยใช้หลักการออกแบบทางศิลปะเข้าช่วยและคำนึงถึงความต้องการด้านต่าง ๆ ตลอดจนค่านิยม ประโยชน์ใช้สอย ความเหมาะสม และความทันสมัย สอดคล้องกับ มาลา (2536) การออกแบบเสื้อผ้าส่วนใหญ่ จะต้องมีการออกแบบจากโครงสร้างเป็นพื้นฐาน หมายถึง การออกแบบที่ประกอบด้วย ขนาด (size) รูปทรง (form) สี (color) และผิวสัมผัส (texture) ของเสื้อผ้า รวมถึงชนิดของตะเข็บ ปก แขน กระเป๋าสวนรายละเอียดปลีกย่อยอื่น ๆ ซึ่งเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับเสื้อผ้านั้น ๆ จะขาดส่วนใดไปไม่ได้ อาจกล่าวได้ว่า การนำชิ้นส่วน อันเป็นโครงสร้างแต่ละชิ้นมาเย็บตะเข็บต่อกันจะสามารถเป็นเสื้อผ้าที่สมบูรณ์ได้ การออกแบบโครงสร้างในการออกแบบเสื้อผ้านั้น นับว่า มีความสำคัญอันดับแรก เพราะเสื้อผ้าที่ได้รับการออกแบบด้วยโครงสร้างที่ดี มักจะจัดเป็นเสื้อผ้าชั้นสูงและยังได้รับความนิยมเป็นเวลานาน

ด้านความสวยงาม กล่าวคือ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อต้นแบบมีความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด มีความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ ความสวยงามของชุด และองค์ประกอบรวม ซึ่งสอดคล้องกับ มาลา (2536) องค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้า ประกอบด้วย เส้นและรูปทรง (lines and forms) ในการออกแบบจะต้องพิจารณาไปพร้อมๆ กัน เพราะเส้นเป็นสิ่งที่ใช้กำหนดบริเวณต่างๆ ให้เกิดรูปร่างขึ้น ทั้งในรายละเอียดบนตัวเสื้อและเส้นกรอบนอกของเสื้อผ้า การเลือกใช้เส้นบนแบบเสื้ออย่างมีประสิทธิภาพย่อมสามารถลงตาได้ เช่น สามารถทำให้ดูสูงขึ้นหรือเตี้ยลงได้ เป็นต้น นอกจากนี้ ผลของการใช้เส้นต่างๆ บนแบบเสื้อ ยังสามารถทำหน้าที่เน้นสีของผ้าและผิวสัมผัสของผ้าได้ ตลอดจนความห่างของตำแหน่งที่ตั้งของเส้นเหล่านั้นได้ตามความต้องการว่าจะเน้นหรือไม่ต้องการเน้นให้สะดุดตา การเลือกใช้เส้น อาจจะใช้ตามลักษณะรูปร่างของร่างกาย การออกแบบโครงสร้างที่ดีนั้น นอกจากจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นสำคัญแล้ว (form follows function) ยังต้องคำนึงถึงในเรื่องของความสวยงามและเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย เป็นรูปแบบง่ายๆ เรียบๆ มีสัดส่วนที่ดี และเหมาะสมกับวัสดุที่ใช้และกรรมวิธีในการผลิต

ด้านประโยชน์ใช้สอย กล่าวคือ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อต้นแบบมีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง มีความสะดวกสบายในการใช้งาน ใช้งานได้หลายโอกาส ซึ่งสอดคล้องกับ มาลา (2536) เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจัดเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเป็นอย่างยิ่งด้วยความต้องการที่แตกต่างและเพิ่มมากขึ้น ทำให้การออกแบบเข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการและด้วยความเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ สภาพสังคมและเศรษฐกิจ ประโยชน์ใช้สอย รวมถึงความต้องการดึงดูดเพศตรงข้ามแล้วนั้น อาจกล่าวได้ว่า การออกแบบมีบทบาทสำคัญต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ ของสังคมได้อย่างแท้จริง ในการออกแบบเสื้อผ้ายังสามารถเกิดจากมูลเหตุต่างๆ ได้ คือ การเติบโตของสังคม เมื่อประชากรเพิ่มมากขึ้น การออกแบบเสื้อผ้าจึงต้องมีการปรับปรุงและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลง การศึกษาและความก้าวหน้าทางการศึกษา ทำให้กระบวนการออกแบบได้ปรับปรุงและทดลอง เพื่อพัฒนาให้มีคุณค่าตรงตามความต้องการ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสิ่งประดิษฐ์ใหม่ สภาพสังคมปัจจุบัน ความต้องการของมนุษย์มุ่งเน้นที่ความต้องการของตนเอง ทิศนคติของสังคมที่ต้องการรูปแบบที่เปลี่ยนไปจากเดิม นิยมความเรียบ สะดวก ประหยัด

และชอบเปลี่ยนแปลงรูปแบบตามเวลา และสถานที่ของการนำไปใช้ มนุษย์มีการคิดค้นวัสดุใหม่ๆ ทำให้รูปแบบและลักษณะการออกแบบเปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สอดคล้องกับคุณสมบัติของวัสดุใหม่ๆ

ด้านสีสันทัน กล่าวคือ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อต้นแบบมีการใช้สีที่เหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวล การใช้ผ้าสีพื้นเหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่ และการใช้สีมีความเหมาะสมกับรูปแบบชุด ซึ่งสอดคล้องกับ เจียมจิต (2546) สี (Color) หลักการใช้สีบนเสื้อผ้ามีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความประหยัด และให้เกิดความรู้สึกตื่นตาไม่น่าเบื่อ สีสมีความเกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึก การเลือกสีเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าควรนำอิทธิพลของสี และความรู้เรื่องทฤษฎีสีมาใช้ควบคู่การพิจารณาเพื่อให้เสื้อผ้างดงามมีความสวยงาม เสริมบุคลิกของผู้สวมใส่ ทำให้เป็นที่ประทับใจของผู้พบเห็น สอดคล้องกับ อธิพิชญ์ (2012) การกำหนดแนวโน้มเทรนด์สีที่เป็นที่นิยมและสำรวจแนวโน้มตลาด ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยมีความหลากหลายตามกระแสแฟชั่นให้เข้ากับรูปแบบของสินค้า สอดคล้องกับ พิณาลิน (2549) ได้ให้ความหมาย การออกแบบลวดลาย คือ การกำหนดความนึกคิด ด้วยสี จุด เส้น รูปร่าง และรูปทรงเพื่อสร้างสรรค์ผลงานประกอบการสร้างผลงานประเภทต่างๆ หรือ หมายถึง การนำองค์ประกอบในการสร้างสรรค์ให้เกิดรูปแบบที่แปลกใหม่ ตามสมัยนิยมสอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย สำหรับการสร้างงานออกแบบลายผ้า ผู้สร้างงานออกแบบลายผ้าตามลำดับขั้นตอนก่อนหรือหลัง จะได้ผลงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้ใช้ประโยชน์จากลวดลายผ้า นำมาซึ่งความสำเร็จต่อการจัดจำหน่าย บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบลายผ้า จะต้องคำนึงถึงเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับลวดลายผ้า เพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจหาแนวทางในการออกแบบลวดลายตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ก่อนตัดสินใจออกแบบลายผ้า เช่น ศึกษาหน้าที่ใช้สอย แล้วเริ่มรวบรวมข้อมูลและมั่นใจได้ว่าเป็นข้อมูลที่เป็นจริง การออกแบบลายผ้าแบ่งได้เป็นสองชนิดใหญ่ๆ คือ ลวดลายตกแต่ง (Decorative Design) ใช้ในการออกแบบลายพิมพ์ และลวดลายโครงสร้าง (Structural Design) ใช้ในการออกแบบผ้าทอ

ด้านลวดลายของผ้า/การตัดต่อ กล่าวคือ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อต้นแบบมีลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม และลวดลายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับรูปแบบชุด ซึ่งสอดคล้องกับ พิรยา (2553) ได้แบ่งหลักพื้นฐานในการออกแบบ คือ ความเป็นหน่วยหรือเอกภาพ ความสมดุล และความสัมพันธ์ทางศิลปะ โดยมีรายละเอียดดังนี้ ความเป็นหน่วยหรือเอกภาพ (Unity) หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์ประกอบศิลปะทั้งด้านรูปลักษณะและด้านเนื้อหาเรื่องราว เป็นการประสานหรือจัดระเบียบของส่วนงานต่างๆ ให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียว เพื่อผลรวมอันไม่อาจแบ่งแยกส่วนใดส่วนหนึ่งได้ การออกแบบหลากหลาย (Variety) คือ การออกแบบรูปทรงลวดลายจงกันเป็นลักษณะการแปรเปลี่ยนจากการซ้ำกัน ที่ทำให้เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย จึงสามารถออกแบบให้เกิดความหลากหลายที่คล้ายคลึงกันแต่ไม่เหมือนกัน ใช้รูปวงกลมหลากหลาย ดูแล้วทำให้ลดความน่าเบื่อลงได้ สมดุลในลักษณะเท่ากัน (Symmetry Balance) คือ ลวดลายหรือรูปทรงที่มีความแตกต่างกันทั้งสองด้านซ้ายขวา หรือที่เรียก สมมาตร และสมดุลในลักษณะไม่เท่ากัน (Asymmetry Balance) คือ ลวดลายหรือรูปทรงที่ดูแล้วไม่เท่ากันหรือไม่เหมือนกันทั้งซ้ายและขวา ที่เรียกว่า อสมมาตร การสมดุลในลักษณะแบบนี้ ถึงแม้ว่าจะไม่เท่ากันในด้านขนาด รูปร่าง มวล ในทางการออกแบบสามารถทำให้ดูแล้วเกิด

ความสมดุลได้ในความรู้สึกด้วยน้ำหนัก เส้น สี หรือ ชาติอื่นๆ โดยไม่ดูโน้มเอียงไปด้านซ้ายหรือขวาด้านบนหรือด้านล่าง การออกแบบในลักษณะนี้มีจุดประสงค์ในด้านความทันสมัย แปลกตาไม่จำเจแล้วไม่น่าเบื่อ โดยการใช้น้ำหนักของสี ซึ่งช่วยทำให้งานออกแบบดูแล้วไม่เอียงไปด้านใดด้านหนึ่งนั้น หมายถึง ดูแล้วให้ความรู้สึกสมดุล

ด้านวิธีการตัดต่อ กล่าวคือ เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อต้นแบบมีความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่ ความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวล ซึ่งสอดคล้องกับ เสาวลักษณ์ (2545) การตัดต่อผ้า (Patchwork) คือ การนำผ้าชิ้นเล็กๆ ที่มีลวดลายต่างกันมาเย็บต่อกันให้ได้ตามแบบและลวดลายที่ออกแบบไว้ เพื่อใช้สำหรับเป็นส่วนตกแต่งเสื้อผ้าและตัดเย็บเป็นเครื่องใช้ รูปทรงที่นิยมนำมาใช้ในการตัดต่อ คือ รูปทรงเรขาคณิต เช่น สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ห้าเหลี่ยม หกเหลี่ยม ครึ่งวงกลม วงกลม วงรีและยังมีการตัดต่อผ้าในรูปอิสระโดยใช้เส้นโค้ง การเย็บต่อผ้าจะเน้นในเรื่องความสวยงามของตะเข็บ โดยเฉพาะตรงจุดมุมแหลมและรอยต่อต่างๆ ซึ่งเป็นจุดที่บอกถึงคุณภาพการต่อผ้าในการเย็บต่อผ้ารูปทรงเรขาคณิต จะมีเทคนิคที่ใช้ในการเย็บตะเข็บที่แตกต่างกัน ในการออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยเทคนิคการตัดต่อผ้าชนิด รูปแบบการตัดต่อที่นำมาใช้ในการออกแบบ คือ การตัดต่อผ้าในรูปแบบอิสระโดยใช้เส้นโค้งและเส้นตรง ด้วยเทคนิคการตัดต่อไม่จำกัดรูปแบบ เทคนิคที่ใช้เป็นพื้นฐานในการต่อผ้าคือ การเย็บ การเนา และการรีด เป็นต้น

### 3. ประเด็นการออกแบบตราสินค้า

ด้านรูปแบบตราสินค้า กล่าวคือ รูปแบบตราสินค้าต้นแบบตัวหนังสืออ่านง่าย ดึงดูดความน่าสนใจ มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน ซึ่งสอดคล้องกับ ปรียัตارا (2555) โลโก้แบรนด์มีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมแนวตั้งเพื่อความสะดวกในการใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นการนำมาทำเป็นป้ายแสดงให้เห็นตำแหน่งเข้าห้าง หรือถุงของห้าง โลโก้ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของแบรนด์ และเมื่อนักสร้างแบรนด์ต้องมีส่วนร่วมในการออกแบบโลโก้แล้ว จึงควรหลีกเลี่ยงการออกแบบโลโก้ที่มีความซับซ้อน เพราะโลโก้คือสิ่งที่ต้องนำไปใช้ในหลาย ๆ วัตถุประสงค์ เช่น ในนามบัตร กระดาษหิ้วจดหมาย อินเทอร์เน็ต หรือแม้แต่สินค้าแจกแถมประเภทเสื้อ ปากกา ดินสอ เป็นต้นหลีกเลี่ยงการใช้สีพิเศษหรือรูปร่างพิเศษ เพราะนั่นคือต้นทุนในการผลิตวัสดุทุกชิ้นที่มีโลโก้ การที่โลโก้มีความเรียบง่ายก็สามารถสะท้อนความเป็นผู้มีรสนิยมและความเป็นมืออาชีพได้ ถ้าโลโก้มีตัวอักษร ต้องปรับช่องไฟระหว่างตัวอักษรแต่ละตัวให้เหมาะสมโดยเฉพาะช่องไฟระหว่างอักษร ที่จัดเรียงตามธรรมชาติจะให้ความรู้สึกราวว่าวางเกินไป นักสร้างแบรนด์ควรระบุให้นักออกแบบให้ความสำคัญและจัดให้ช่องไฟมีความกว้างเหมาะสมเหมือนตัวอักษรอื่นๆ ด้วย ขณะที่พัฒนาโลโก้ ควรมีการลองนำโลโก้เหล่านั้นมาจัดวางในวัสดุที่คาดว่าจะต้องมีโลโก้อยู่ด้วยทั้งในลักษณะที่เป็นสีและขาวดำ สีพื้นเป็นสีต่างๆ และสีพื้นที่เป็นสีขาว

ด้านความสวยงาม กล่าวคือ รูปแบบตราสินค้าต้นแบบมีความสวยงามของตัวอักษร ความสวยงามของการจัดวางตราสินค้า และได้สัดส่วน สวยงามลงตัว ซึ่งสอดคล้องกับ วิริยา (2543) ตราสินค้าประกอบด้วยภาพลักษณ์ของผู้ใช้ (User Imagery) คือ สินค้ากำหนดตำแหน่งของตัวเองจากผู้ใช้นั้น ถิ่นกำเนิดของสินค้า (Country of Origin) เป็นสิ่งที่บอกความน่าเชื่อถือและความเชี่ยวชาญของสินค้า เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผลิตจากประเทศที่เป็นถิ่นกำเนิด เช่น นาฬิกา Swatch

เป็นนาฬิกาที่มีชื่อเสียงของประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เป็นต้น การเชื่อมโยงสินค้าประเทศแหล่งกำเนิดสามารถสร้างแสดงให้เห็นถึงความมีคุณภาพดี มีการผลิต อย่างประณีตและพิถีพิถันซึ่งจะทำให้สินค้าจากประเทศนั้นๆ เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก สอดคล้องกับ Simon Bonello, (2013) สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบตราสินค้าคือ ต้องสามารถอ่านออก เข้าใจได้ง่าย สามารถสื่อสารได้ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้รูปแบบของโลโก้ยังควรมีความแปลกใหม่ และหลีกเลี่ยงการออกแบบที่ซ้ำซากหรือมีความคล้ายคลึงกับแบรนด์อื่นๆ ซึ่งการออกแบบที่มีความแปลกใหม่ จะช่วยสร้างความโดดเด่นสะดุดตา อีกทั้งยังสร้างความแตกต่างจากแบรนด์คู่แข่งได้เป็นอย่างดี

ด้านประโยชน์ใช้สอย กล่าวคือ รูปแบบตราสินค้าต้นแบบมีดึงดูดความน่าสนใจ ช่วยในการส่งเสริมการขาย และสร้างความโดดเด่นให้สินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ และคณะ, (2546) ตราสินค้าเป็นคำสัญญาของผู้ขายที่จะส่งมอบลักษณะผลประโยชน์และบริการ รวมถึงการรับประกันคุณภาพ โดยสามารถสื่อความหมายได้ 6 ระดับ คือคุณลักษณะของสินค้า (Attributes) ตราสินค้าทำให้นึกถึงคุณสมบัติหรือคุณลักษณะที่แน่ชัดของผลิตภัณฑ์ และจะเชื่อมโยงถึง คุณประโยชน์ (Benefits) เช่น ความทนทาน แสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์ตามหน้าที่การใช้งาน และก่อให้เกิดคุณค่า (Value) วัฒนธรรม (Culture) โดยตราสินค้าอาจเป็นตัวแทนของวัฒนธรรม ขององค์กรหรือของประเทศผู้ผลิตได้ และตราสินค้าจะบ่งชี้ถึงบุคลิกภาพ (Personality) ของสินค้า และสื่อถึงลักษณะของผู้ใช้ (User) ด้วย สอดคล้องกับ Randall (2000) การสร้างตราสินค้า คือ การสื่อสารคุณค่าต่างๆ ของสินค้าที่องค์กรต้องการสื่อสารไปยัง ผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าต่างๆ ดังนั้นการสร้างตราสินค้าที่แข็งแกร่งจึงจำเป็นต้อง สร้างความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องระหว่างตราสินค้ากับผู้ซื้อและผู้ใช้นี้เอง ความสัมพันธ์นี้อาจจะมี การเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นการสร้างตราสินค้าจึงต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงภายใต้สภาพตลาดในปัจจุบัน การสร้างตราสินค้าที่แตกต่างจำเป็นต้องใช้ความชำนาญและความเชี่ยวชาญ ในการจัดการและการรักษาปัจจัยต่างๆ จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ของตราสินค้า เพื่อก่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ในใจของผู้บริโภค ตราสินค้า จึงเป็นการผสมผสานระหว่างองค์ประกอบทางกายภาพ ความงาม เหตุผล และอารมณ์ ดังนั้น การสร้างตราสินค้าที่แข็งแกร่งจึงประกอบไปด้วยการพัฒนา การรักษาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ และคุณค่าที่สม่ำเสมอ สร้างความแตกต่างจนปกป้องและดึงดูดผู้บริโภคได้

ด้านสีสันทน กล่าวคือ รูปแบบตราสินค้าต้นแบบสีมีความเรียบง่าย สวยงาม สีที่ใช้เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ ให้ความรู้สึกสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทชวล ซึ่งสอดคล้องกับ Simon Bonello, (2013) ได้สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้าระบุว่า การเลือกสีของตราสินค้าที่มีความเหมาะสมสามารถเพิ่มการรับรู้และเข้าใจถึงแบรนด์ได้มากถึง 73% อีกทั้งยังช่วยเพิ่มการจดจำแบรนด์ของผู้บริโภคได้เพิ่มสูงขึ้นอีก 80% โดยสีที่นำมาใช้ในการออกแบบตราสินค้าแต่ละสี ก็สามารถสื่อความหมายและความรู้สึกต่อผู้บริโภคได้แตกต่างกัน โดยสีที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ สีฟ้า ในขณะที่สีที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุดคือ สีเทา แต่ผลการสำรวจกลับพบว่า สีเทาเป็นสีที่ได้รับความนิยมอย่างมากในการออกแบบตราสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจในรูปแบบของการร่วมทุนกัน (Corporate Business) ส่วนการออกแบบตราสินค้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงก็ไม่จำเป็นต้องใช้สีชมพูในการนำเสนอเสมอไป เนื่องจากผลสำรวจพบว่า ผู้หญิง



ส่วนใหญ่กลับขึ้นขอบสีฟ้ามากที่สุด และตามมาด้วยสีม่วงเป็นอันดับ 2 เป็นต้น สอดคล้องกับ Eiseman, (2000) ได้นำเสนอความหมายของสีและผลกระทบที่มีต่ออารมณ์และความรู้สึกดังนี้ สีขาว คือความบริสุทธิ์ ความสงบเรียบง่าย สีเหลือง คือความอบอุ่น มิตรภาพ ความสนุกสนาน สีเขียว คือความสงบ เป็นธรรมชาติ มีชีวิตชีวา สีส้ม คือความคิดสร้างสรรค์ มีความเชื่อมั่น ไร่แรงสนุกสนาน สีแดง คือความร้อนแรง ตื่นเต้น ทำทาย มีอิทธิพลด้านราคา สีชมพูคือความอ่อนหวาน นุ่มนวล สีม่วง คือความหรูหรา สง่างาม ลึกลับ สีฟ้า คือความสว่าง อิสระเสรี สงบ เยือกเย็น และมีความคิดสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น สีน้ำตาล คือมีความมั่นคงเด็ดเดี่ยว สุขุม เรียบง่าย สีเทา คือความสมดุล ความร่วมมือ มีความเป็นกลาง และสีดำ คือความเข้มแข็ง ลึกลับ ทำทาย

ด้านเอกลักษณ์ของตราสินค้า กล่าวคือ รูปแบบตราสินค้าต้นแบบมีโดดเด่น สร้างความจดจำได้ดี ตำแหน่งการจัดวางตราสินค้ามีความเหมาะสม ตัวอักษรของตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับ ชะลูด, (2544) องค์ประกอบที่ใช้เป็นตัวแทนขององค์กร มักมีที่มาจากสีของสัญลักษณ์ที่นำออกมาออกแบบสร้างให้เกิดความจดจำในใจผู้บริโภค คุณลักษณะของสี ได้แบ่งคุณลักษณะของสีได้ สอดคล้องกับ Simon Bonello, (2013) ได้สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้าระบุว่า การเลือกสีของตราสินค้าที่มีความเหมาะสมสามารถเพิ่มการรับรู้และเข้าใจถึงแบรนด์ได้มากถึง 73% อีกทั้งยังช่วยเพิ่มการจดจำแบรนด์ของผู้บริโภคได้เพิ่มสูงขึ้นอีก 80%

#### 4. ประเด็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ กล่าวคือ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบมีความเหมาะสมกับสินค้า ดึงดูดความน่าสนใจ คุณภาพแข็งแรง และทนทาน ซึ่งสอดคล้องกับ SHIMAGUCHI, (1985) บรรจุภัณฑ์ที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องเอื้ออำนวยต่อการบรรจุและการคุ้มครอง ซึ่งภาชนะบรรจุจะต้องได้รับการออกแบบให้สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากความเสียหาย เนื่องจากการขนส่ง ป้องกันการเน่าเสีย เก็บรักษาง่าย ไม่เสื่อมสลายไวเพราะผู้บริโภคไม่ต้องการที่จะได้รับอันตรายจากอาหารเป็นพิษหรือบาดเจ็บอันเนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เรียบร้อยสมบูรณ์ การที่บรรจุภัณฑ์จะสามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้นั้น เป็นผลมาจากองค์ประกอบหลายๆ อย่าง อาทิ ขนาด รูปร่าง รูปทรง สี วัสดุ ข้อความตัวอักษรบอกวิธีการใช้ ฯลฯ หรืออาจจะกล่าวได้ว่า สิ่งปรากฏเป็นรูปบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดก็คือสิ่งที่จะนำมาซึ่งความสนใจของผู้บริโภคนั่นเอง ผู้ออกแบบจะต้องสร้าง สิ่งประกอบเป็นรูปลักษณะบรรจุภัณฑ์นี้ให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสารและเกิดผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีหลายขนาด การใช้สีบรรจุภัณฑ์ การใช้รูปร่าง รูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับมโนทัศน์เฉพาะกรณี เทศกาล โอกาส เพศ และวัย ให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกร่วมสมัย ก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจผู้บริโภคด้วยเช่นกัน เช่น เทศกาลวันแห่งความรัก วันปีใหม่ เป็นต้น

ด้านความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ กล่าวคือ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบมีรูปทรงบรรจุภัณฑ์ วัสดุที่นำมาใช้ทำบรรจุภัณฑ์ ได้สัดส่วน สวยงามลงตัว และบรรจุภัณฑ์ที่มีความประณีต เรียบร้อย ซึ่งสอดคล้องกับ YOKOYAMA, (1985) ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด มีความแตกต่างกันในกรรมวิธีการบรรจุ วัสดุที่มีความแตกต่างกันในความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์การผลิตผลิตภัณฑ์ ซึ่งวัสดุเดียวกัน อาจจะมีการแตกต่างกันในขนาด รูปร่าง รูปทรง ความหนา หรือลักษณะต่างๆ ไป ทางโครงสร้างสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะเห็นได้ชัดเมื่อวัสดุถูกนำมาสร้างเป็นรูปร่าง รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ที่เสร็จ

สมบูรณ์ (FINAL FORM) ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า บรรจุกณ์ท์ที่ปรากฏมานั้น ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทั้งบรรจุกณ์ท์ที่นำมาจากวัสดุในธรรมชาติ หรือบรรจุกณ์ท์ที่มนุษย์สร้างขึ้นมีรูปร่างรูปทรงมากมาย มีรูปแบบซับซ้อน และมักใช้วัสดุร่วมกันหลายชนิดในโครงสร้างหนึ่งๆ ของภาชนะบรรจุ ซึ่งถ้าหากจะ แบ่งประเภทรูปทรงบรรจุกณ์ท์ในสมัยปัจจุบัน ตามคุณสมบัติทางกายภาพต่างๆ ไป แล้วอาจแบ่ง รูปร่าง รูปทรงของบรรจุกณ์ท์ได้เป็น 3 ประเภท คือ บรรจุกณ์ท์ประเภทรูปทรงแข็งตัว บรรจุกณ์ท์ ประเภทรูปทรงกึ่งแข็งตัว และบรรจุกณ์ท์ประเภทรูปทรงยืดหยุ่น

ด้านประโยชน์ใช้สอย กล่าวคือ รูปแบบบรรจุกณ์ท์ต้นแบบสะดวกสบายในการใช้งานเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง และป้องกันสินค้าเสียหายได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับ BOVEE AND ARENS, (1982) สร้างบรรจุกณ์ท์ ให้สามารถเอื้ออำนวยคุณประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี มีความปลอดภัยต่อการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ความประหยัด ความมีประสิทธิภาพ ในการผลิต การบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา การวางจำหน่าย และการอุปโภค ซึ่งทั้งนี้การออกแบบต้องอาศัยความรู้ และประสบการณ์ด้านวิศวกรรมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ เข้ามาช่วยเป็นหลักใหญ่ เพื่อสร้างบรรจุกณ์ท์ให้สามารถสื่อสาร และสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยใช้ความรู้แขนงศิลปะเข้ามาสร้าง คุณลักษณะของบรรจุกณ์ท์ให้มีคุณสมบัติต่างๆ เช่น ความมีเอกลักษณ์พิเศษของผลิตภัณฑ์ ความมี ลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำ หรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัทผู้ผลิต ความมี ลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคบริโภคตลอดจนให้เข้าใจถึงความหมาย และ คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ด้านสีสัน กล่าวคือ รูปแบบบรรจุกณ์ท์ต้นแบบมีความเรียบง่าย สวยงามสีที่ใช้ เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษ และให้ความรู้สึกสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษ ซึ่งสอดคล้อง กับ SHIMAGUCHI, (1985) การที่บรรจุกณ์ท์จะสามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้ดีนั้น เป็นผลมาจากองค์ประกอบหลายๆ อย่างอาทิ สี ขนาด รูปร่าง รูปทรง วัสดุ ข้อความตัวอักษรบอกวิธีการใช้ ฯลฯ หรืออาจจะกล่าวได้ว่า สิ่งที่ปรากฏเป็นรูปบรรจุกณ์ท์ทั้งหมดก็คือสิ่งที่จะนำมาซึ่งความสนใจของผู้บริโภคนั่นเอง ผู้ออกแบบจะต้องสร้าง สิ่งที่ประกอบเป็นรูปลักษณะบรรจุกณ์ท์นี้ให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสารและเกิดผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น การใช้สีบรรจุกณ์ท์ ที่ให้ความรู้สึกสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ที่ห่อหุ้มอยู่ภายใน เช่น ใช้สีแดง ชมพู เขียว ฟ้า กับบรรจุกณ์ท์ประเภท เครื่องสำอาง หรืออาหารเพื่อช่วยส่งเสริมสร้างบรรยากาศให้รู้สึก สดใส น่ากิน น่าใช้ เป็นต้น

ด้านเอกลักษณ์ของบรรจุกณ์ท์ กล่าวคือ รูปแบบบรรจุกณ์ท์ต้นแบบสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า และโดดเด่น สร้างความจดจำได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับ BOVEE AND ARENS, (1982) บรรจุกณ์ท์ควรจะสร้างความพึงพอใจ เกียรติและศักดิ์ศรีสำหรับผู้บริโภค แม้ว่าผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปนั้นควรต้องทำหน้าที่ขายต่อไปได้อีก เพราะการขายนั้น มิได้สิ้นสุดเพียงที่ จุดซื้อเท่านั้น แต่บรรจุกณ์ท์ที่ดีต้องสร้างความต่อเนื่องในการนำมาใช้ และการขายหลังจากที่ถูกซื้อไปแล้วไม่ว่าบรรจุกณ์ท์นั้นจะถูกนำไปวางอยู่ ณ ที่ใดก็ตาม หรือจนกว่าผลิตภัณฑ์และบรรจุกณ์ท์นั้น จะใช้หมดหรือถูกทำลายไป จึงถือว่าเป็นที่สิ้นสุด บรรจุกณ์ท์จะต้องแสดงความโดดเด่นออกมาให้ชัดเจน จากผลิตภัณฑ์อื่น ด้วยการใช้รูปร่าง สี หรือขนาด เพื่อบ่งชี้เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์สามารถจดจำได้ง่าย หรือหยิบฉวยได้ไวในร้านค้า เป็นที่ติดตาตรึงใจเรียกหาใช้ได้อีก

## บทที่ 5

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) พัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ 2) เพื่อออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อจากผ้าฝ้ายมัดหมี่ที่ได้ทำการพัฒนา 3) สำนวความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบร่างลวดลายมัดหมี่ จำนวน 5 ลวดลาย แบบร่างเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จำนวน 3 กลุ่ม ทรานสคริปต์ จำนวน 5 รูปแบบ และบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 รูปแบบ และสำนวนความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย คือ Designer, Merchandiser, Visual merchandiser, Graphic designer, และผู้มีประสบการณ์ด้านการทอผ้า โดยแต่ละกลุ่มอาชีพมีความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 30 คน กำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

#### 5.1 สรุปผล

##### 5.1.1 การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ

การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ประกอบด้วย การพัฒนาลวดลายโดยนำผ้าฝ้ายมาออกแบบด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ โดยใช้แรงบันดาลใจจากศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) จำนวน 3 ลวดลาย พบว่าลวดลายที่ 3 ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด เนื่องจากลวดลายมีลักษณะอ่อนช้อย สวยงาม และมีลายเส้นที่ชัดเจน เมื่อทอเป็นผืนผ้าจะแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์อย่างชัดเจน และมีความเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ขนาดของลวดลาย จังหวะหรือระยะห่างเหมาะสม มีความสมดุล และดูเป็นธรรมชาติ

##### 5.1.2 การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ

การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ตอบโจทย์คำว่าเมโทรเซ็กชวลในแง่ของเส้นแบบตัด การตัดต่อ วัสดุ และรูปแบบชุดที่ออกแบบ ช่วยให้ภาพรวมของความเป็นบุรุษเมโทรเซ็กชวลดูชัดเจนยิ่งขึ้น ดูลงตัว และมีความทันสมัย

##### 5.1.3 การออกแบบทรานสคริปต์

การออกแบบทรานสคริปต์ รูปแบบที่ออกมามีความเป็นไปได้สูง ในเรื่องของโครงสร้างทรานสคริปต์ และรูปแบบของตัวอักษร มีลักษณะที่เหมาะสมกับรูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวล มีความลงตัว อ่านง่าย และจดจำได้ดี

### 5.1.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ควมมีคุณค่า มีราคา โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และหุ้บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม และสวยงาม มีความเรียบหรู มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสม มีความคงทนแข็งแรง ทันสมัย มีเอกลักษณ์เฉพาะในรูปทรง หุ้หิ้วมีความเหมาะสมแข็งแรงเข้ากับตัวบรรจุภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

### 5.1.4 ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

5.1.4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36-40 ปี สถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีรสนิยมทางเพศหญิง อาชีพ Designer, Merchandiser, Visual merchandiser, Graphic designer และผู้มีประสบการณ์ด้านการทอผ้า มีรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป การศึกษาปริญญาตรี เคยซื้อ เคยใช้ ผลิตภัณฑ์และเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่ ซึ่งประเภทที่เลือกซื้อมากที่สุดคือ เสื้อ กระเป๋า และผ้าคลุมไหล่ตามลำดับ โอกาสในการสวมใส่ มากที่สุด คือเทศกาลสำคัญต่างๆ ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าหรือเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่ด้วยการทอแบบมัดหมี่จากคุณภาพสินค้า เลือกซื้อเสื้อผ้าหรือเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่ด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่แล้วแต่โอกาส ราคา 500-1,000 บาทต่อตัว บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่ คือเพื่อน ชุดสำหรับกลุ่มที่ต้องการออกแบบ ต้องการออกแบบเป็นชุดของผู้หญิง

5.1.4.2 ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผ้าฝ้ายมัดหมี่ด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ต้นแบบ เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรวมจากแต่ละด้านของการประเมิน พบว่า ด้านประโยชน์ใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้ในการผลิตผ้ามัดหมี่ ความเหมาะสมของลวดลายมัดหมี่ในการนำไปใช้งาน ความเหมาะสมการใช้งานเมื่อนำไปใช้ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อื่น เช่น เสื้อ กางเกง กระเป๋า รองเท้า ฯลฯ ความเหมาะสมของผ้ามัดหมี่เมื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.27, 4.17, 4.17 และ 4.13 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ด้านสีสันทันเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สีที่ใช้มีความเหมาะสม และลงตัว ความสม่ำเสมอของสีมีค่าเฉลี่ย 4.23, 4.17 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ด้านการออกแบบลวดลาย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลวดลายผ้ามีความละเอียดคมชัดสม่ำเสมอ ลวดลายมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว ลวดลายผ้ามีความมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ และแปลกใหม่ ความเหมาะสมของระยะในการจัดวางลวดลาย ลวดลายที่ออกแบบมีความเหมาะสม โดดเด่น และน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30, 4.10, 4.07, 3.97 และ 3.90 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

5.1.4.3 ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรวมจากทุกรายข้อของการประเมิน พบว่า เสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 3 ได้รับความพึงพอใจเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เสื้อกั๊ก (Vest) รูปแบบที่ 1, เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 4, เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat) รูปแบบที่ 5, เสื้อสูท (Suit) รูปแบบที่ 2 รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ ด้านรูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ท ความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย สีสันทัน ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ และวิธีการตัดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31, 4.29, 4.27, 4.26, และ 4.21 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับ มาก

5.1.4.4 ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้า เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรวมจากแต่ละด้านของการประเมิน พบว่า ตัวหนังสืออ่านง่าย มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน และดึงดูดความน่าสนใจ 4.43, 4.27, และ 4.10 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ความสวยงามของตราสินค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสวยงามของการจัดวางตราสินค้า ได้สัดส่วน สวยงามลงตัว และความสวยงามของตัวอักษร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37, 4.37, และ 4.20 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ประโยชน์ใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ดึงดูดความน่าสนใจ ช่วยในการส่งเสริมการขาย และสร้างความโดดเด่นให้สินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17, 4.17, และ 4.10 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก สีสีน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สีมีความเรียบง่าย สวยงาม สีที่ใช้เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ และให้ความรู้สึกสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทชวล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40, 4.23, และ 4.10 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก เอกลักษณ์ของตราสินค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดดเด่น สร้างความจดจำได้ดี ตำแหน่งการจัดวางตราสินค้ามีความเหมาะสม และตัวอักษรของตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27, 4.23, และ 4.17 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

5.1.4.5 ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบรรจุภัณฑ์เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรวมจากแต่ละด้านของการประเมิน พบว่า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความเหมาะสมกับสินค้า คุณภาพแข็งแรง และทนทาน และดึงดูดความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37, 4.17, และ 4.37 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บรรจุภัณฑ์มีความประณีตเรียบร้อย ได้สัดส่วน สวยงามลงตัว วัสดุที่นำมาใช้ทำบรรจุภัณฑ์ และรูปทรงบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33, 4.30, 4.20, และ 4.17 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ประโยชน์ใช้สอย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สะดวกสบายในการใช้งาน เหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง และป้องกันสินค้าเสียหายได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53, 4.47, และ 4.27 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ด้านสีสีน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความเรียบง่าย สวยงาม ให้ความรู้สึกสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษ และสีที่ใช้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33, 4.33, และ 4.30 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก เอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า และโดดเด่น สร้างความจดจำได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และ 4.17 ตามลำดับ ซึ่งโดยรวมได้รับความพึงพอใจในระดับมาก

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิทยานิพนธ์เรื่อง การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร รวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนี้

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

5.2.1.1 จากการวิจัยพบว่า การออกแบบลวดลายบางลวดลาย ควรมีการออกแบบลายให้มีขนาดต่างกัน ระหว่างตัวผ้ากับตีนผ้าที่ออกแบบ และจังหวะ ระยะห่างของบางลวดลาย ควรมีการ

เว้นระยะห่าง เพื่อไม่ให้ลวดลายดูแน่นจนเกินไป จะได้เหมาะสมกับรูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทร เช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ

5.2.1.2 จากการวิจัยพบว่า การออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทร เช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ เนื่องจากการออกแบบมีหลากหลายใน 1 กลุ่ม ควรคำนึงถึงความสอดคล้องของรูปแบบในแต่ละกลุ่ม เพื่อความสมบูรณ์แบบของกลุ่มนั้นๆ

5.2.1.3 จากการวิจัยพบว่า การออกแบบตราสินค้า ควรมีการปรับให้เข้ากันกับเอกลักษณ์ของรูปแบบชุด และบรรจุภัณฑ์ ให้มากที่สุด เพื่อความสอดคล้องของรูปแบบโดยรวมทั้งหมด เพื่อให้ดูเป็นเรื่องราวเดียวกันได้อย่างลงตัวของการออกแบบ

5.2.1.4 จากการวิจัยพบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ควรมีการปรับให้เข้ากันกับเอกลักษณ์ของรูปแบบชุด และตราสินค้า ให้มากที่สุด เพื่อความสอดคล้องของรูปแบบโดยรวมทั้งหมด เพื่อให้ดูเป็นเรื่องราวเดียวกันได้อย่างลงตัว

5.2.1.5 จากการสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทร เช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ที่มีการตัดเย็บโดยวิธีการตัดต่อจากผ้าฝ้าย ด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ และไม่ควรหยุดการพัฒนาลวดลายในการทอผ้ามัดหมี่ เพื่อพัฒนา ลวดลายมัดหมี่ให้มีความแปลกใหม่ และเข้ากับยุคสมัยในปัจจุบัน และควรมีการพัฒนารูปแบบเสื้อผ้า บุรุษสไตล์เมโทร เช็กชวลในรูปแบบอื่นๆ ต่อไป

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

5.2.1.1 ควรพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าของกลุ่มรสนิยมอื่นๆ เช่น กลุ่มสาวประเภทสอง ทอม ดี ฯลฯ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มนั้นๆ ที่ชื่นชอบการแต่งการที่มีกลิ่นไอความเป็นไทย ผสมผสานความเป็นสากล

5.2.1.2 พัฒนาในเรื่องของการออกแบบลวดลายผ้าที่มีความแปลกใหม่ โดยนำแรงบันดาลใจของความเป็นไทยมาออกแบบลวดลายผ้าให้มีความเป็นสากล

5.2.1.3 ควรนำผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากศิลปะ อาร์ต นูโว (Art Nouveau) ไปทำเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น กระเป๋า รองเท้า หรือผลิตภัณฑ์ตกแต่ง บ้านต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. เข้าถึงเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2560. สืบค้นได้จาก <http://thaitechno.net/dip/facility.php?uid=44306>
- กองบรรณาธิการนิตยสาร POSITIONING. 2549. “Meet the Bangkok Metrosexuals” ของไอ กิลวี แอนด์ เมเธอร์ (ประเทศไทย). บริษัท ไทยเดย์ ดิจิตอลคอม จำกัด, กรุงเทพฯ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.
- กำจร สุนพงษ์. 2554. ศิลปะสมัยใหม่. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬา : กรุงเทพฯ.
- เกษม พิพัฒน์ปัญญานุกูล. 2537. การควบคุมคุณภาพเตรียมสิ่งทอเพื่อการย้อมพิมพ์.
- คมสัน สุริยะ และคณะ. 2551. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในแนวล้านนาร่วมสมัย. เชียงใหม่. เอส.ที.ฟิล์มแอนด์เพลท.
- จารุพรรณ ทรัพย์ปรุง. 2543. การออกแบบเครื่องแต่งกาย. โอเดียนสโตร์ : กรุงเทพฯ.
- จิตรพิ ขวาลาวัดย์. 2550. ตัดเย็บเสื้อผ้าบุรุษเบื้องต้น. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : กรุงเทพฯ.
- เจียมจิต เผือกศรี. 2546. การออกแบบเสื้อ 1. ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, กรุงเทพฯ.
- ชลุด นิมเสมอ. 2544. องค์ประกอบของศิลปะ. บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด : กรุงเทพฯ.
- ณัฐพร ประชาชัยศรี. 2549. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลและถนอมผิวของกลุ่มเมโทรเซ็กซวล (Metrosexual) ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ : กรุงเทพฯ.
- ดวงฤทัย ภูมิพิเชฐ. 2553. ไยกันขงผ้ากันยูวี. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://www.thaismefranchise.com>, 7 มกราคม 2558.
- ทรงพล ศิวานนท์. 2543. ผ้าขึ้นตีนจกในเขตตำบลชัยชุมพล อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. การศึกษาเฉพาะเรื่อง 1 ระดับปริญญาตรี ภาควิชาศิลปะไทย คณะจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทองเจือ เขียดทอง. 2548. การออกแบบสัญลักษณ์. สำนักพิมพ์ลิปประภา : กรุงเทพฯ.
- ทองสุข วันแสง. 2537. การพัฒนาหลักสูตรฝึกอาชีพการทอผ้าไหมมัดหมี่.
- ทัศนีย์ บัวระภา. 2549. ผ้าไทญ้อ : ศึกษากรณีชาวไทญ้อ บ้านแขงบาดาล ตำบลแขงบาดาล อำเภอสมเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์. งานวิจัยวัฒนธรรมของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- ธีรพิชญ์ สืบวงลี. 2012. การวิเคราะห์เทรนด์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.tcdconnect.com/content/>, 12 กุมภาพันธ์ 2556.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- นิภาดา ภัลย์. เข้าถึงเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2560. สืบค้นได้จาก  
<http://nimlike19.blogspot.com/2015/11/>  
 นวลแข ปาลิวณิช. 2542. **ความรู้เรื่องผ้าและเส้นใย (ฉบับปรับปรุงใหม่)**. ซีเอ็ดดูเคชั่น, กรุงเทพฯ  
 นวลน้อย บุญวงศ์. 2542. **หลักการออกแบบ**. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.  
**บรรณจุณท์ชั้นที่สอง**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
<http://nenfe.nfe.go.th/elearning>. 19 มีนาคม 2556.  
 ประจวบ เลือקה. 2542. **การสำรวจภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับงานทอผ้าพื้นเมืองและจัดทำ  
 หลักสูตรวิชาชีพพระยาสันในรายวิชา ผ้าตีนจกศรีสขนาลัย จังหวัดสุโขทัย**. วิทยานิพนธ์  
 ประดิษฐ์ รัตนวิจิตรศิลป์. 2553. **เอกสารประกอบการสอนวิชาการกระบวนการจัดการสินค้า  
 แฟชั่น**. คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร,  
 กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา).  
 ประเสริฐ ศรีรัตน์นา. 2538. **การออกแบบลวดลาย**. โอเดียนสโตร์, กรุงเทพฯ.  
 ปราณี จิตกรรมกิจศิลป์. 2548. **แนวคิดทางการตลาดระดับโลก**. วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน.  
 ปรีятดารา ลัมพาสาระ. 2555. **เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างภาพลักษณ์ธุรกิจแฟชั่น**.  
 คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, กรุงเทพฯ.  
 (อัดสำเนา).  
 ปัทมโรจน์ มากสุริวงศ์. 2556. **แรงบันดาลใจ**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
<http://pattamarot.blogspot.com/2010/11/inspiration.html>, 16 มีนาคม 2557.  
**ผ้าไหมมัดหมี่บ้านปรางค์**. เข้าถึงเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2560. สืบค้นได้จาก  
<https://sites.google.com/site/webkhayphahimmadhmibanprangkh/pha-him-mad-hmi/khan-txn-kar-tha-pha-him>  
**ผ้าไหมสุรินทร์**. เข้าถึงเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2560. สืบค้นได้จาก  
[http://silksurinthailand.blogspot.com/2012\\_06\\_10\\_archive.html](http://silksurinthailand.blogspot.com/2012_06_10_archive.html)  
 พิณาลิน สาริยา. 2549. **การออกแบบลวดลาย**. โอเดียนสโตร์, กรุงเทพฯ.  
 พิรยา สระมาลา. 2553. **“แรงบันดาลใจในการออกแบบ”**. พื้นฐานการออกแบบสิ่งทอและแฟชั่น.  
 เอ.พี. กราฟิคส์ไซด์และการพิมพ์ จำกัด, กรุงเทพฯ. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และ  
 การบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : กรุงเทพฯ.  
 มาโนช กงกะนันทน์. 2549. **ศิลปะการออกแบบ**. ไทยวัฒนาพานิช, กรุงเทพฯ.  
 มาลา ฤทธิ์นิ่ม. 2536. **สมรรถภาพของช่างทำแบบตัดเสื้อผ้าสำเร็จรูป ตามความต้องการของ  
 ผู้ประกอบการส่งออก**. [ออนไลน์ เข้าถึงได้จาก: <http://dric.nrct.go.th/bookd>, 27  
 เมษายน 2560.



## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- มาสะสม ของสะสม ของเก่า ของแต่งบ้าน.** เข้าถึงเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2560. สืบค้นได้จาก  
<http://www.masasom.com/category/41/%E0%B8%9C%E0%B8%A5%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%A0%E0%B8%B1%E0%B8%93%E0%B8%91%E0%B9%8C%E0%B8%88%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B9%84%E0%B8%A1%E0%B9%89/%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%AA%E0%B8%A7%E0%B8%A2%E0%B8%97%E0%B8%AD%E0%B8%9C%E0%B9%89%E0%B8%B2>
- ฤดี... คูดีทุกฤดู, นามแฝง. 2013. **ผ้าโพลีเอสเตอร์.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
<https://www.ruedee.com/th/fabric/polyester/>, 27 เมษายน 2560.
- วารสารนักรบริหาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษาดุซฎฎฎฎฎฎฎฎฎฎ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- วิริยา สารโจน. 2543. **การรับรู้ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าที่ตั้งชื่อเป็นภาษาต่างประเทศ.** จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- ศิรินทิพย์ ผูกพันธุ์. 2548. **การสืบทอดภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านหัตถกรรมผ้าทอตีนจก.** พิมพ์ลักษณ์ เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริพรรณ ปีเตอร์. 2550. **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับมนุษย์และการออกแบบขนาดสัดส่วนมนุษย์และการออกแบบสรีรศาสตร์และการออกแบบ.** โอ.เอส. พรีนติ้ง เฮ้าส์: กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543. **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์. กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2550. **กลยุทธ์การตลาด และการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด.** ธนัชการพิมพ์. กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** วิธีตีพิมพ์พัฒนา. กรุงเทพฯ.  
 สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น), กรุงเทพฯ.
- สมภาพร คล้ายวิเชียร. 2551. **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่.** ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สาคร ชลสาคร. 2553. **รูปร่างกับโครงสร้างเสื้อผ้า.** ทริปปี้ล เอ็ดดูเคชั่น: กรุงเทพฯ.
- สาวิตรี อัครมาส และ ศศิธร ศรีทองกุล. 2552. **ซิลค์สกรีน.** เอ็มไอเอส, กรุงเทพฯ.
- สินค้าOTOP..... ^^ นครถ้ำเต่า ผ้าข้อมคราม ^^.** เข้าถึงเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2560. สืบค้นได้จาก  
<https://oranutboonchan.wordpress.com/%E0%B8%82%E0%B8%B1%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%95%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%AD%E0%B8%9C%E0%B9%89%E0%B8%B2/>
- สิริชชา สำลีทอง. 2553. **เอกสารประกอบการเรียนวิชาธุรกิจสินค้าแฟชั่น.** คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา).

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์. 2534. **ความเปลี่ยนแปลงของการผลิตผ้าพื้นเมืองชุมชนบ้านหาดเลี้ยว อำเภอสรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย**. คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ : กรุงเทพฯ.
- สุภาภักดิ์ ดิลกไชยชาญวุฒิ. 2547. **การเปรียบเทียบคุณค่าตราสินค้าระดับโลกและตราสินค้าท้องถิ่น**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : กรุงเทพฯ.
- สุธีรัตน์ เตชะทวิวรรณ. 2556. **บรรจุภัณฑ์**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [http:// www.home.kku.ac.th](http://www.home.kku.ac.th), 10 พฤศจิกายน 2556.
- เสริมยศ ธรรมรักษ์. 2549. **การสร้างและสื่อสารแบรนด์ในมุมมองที่ผู้บริหารควรรู้**.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2540. **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. วิถีชีวิตพัฒนา : กรุงเทพฯ.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2543. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์, กรุงเทพฯ.
- เสาวลักษณ์ คงคาอุยฉาย. 2545. **ศิลปะการตกแต่งเสื้อผ้า**. ม.ป.ท. โอเดียนสโตร์ : กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา).
- โสภิตา ยงยอด. 2548. **ศึกษาเรื่องกระบวนการพัฒนาการทอผ้ามัดหมี่ของชาวอีสาน** : กรณีศึกษา บ้านกำพี้ ตำบลกำพี้ อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- โสภิตา ฤทธอโชติ. 2553. **การออกแบบลวดลายพิมพ์ผ้าในระบบอุตสาหกรรม**. ในพื้นฐานการออกแบบสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น. เอ.พี. กราฟิคดีไซน์และการพิมพ์ จำกัด, กรุงเทพฯ.
- อนุรัตน์ สายทอง และคณะ. 2552. **การสัมมนาการเตรียมสื่อและการย้อมสีธรรมชาติ**. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, สกลนคร.
- อรรถพล ทะคง และคณะ. 2551. **ผ้าพื้นบ้านภาคอีสาน**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <http://esarn-silk.blogspot.com>. 6 กรกฎาคม 2558.
- อ้อยทิพย์ ผู้พัฒน์ และ มาลา ฤทธินิม. 2555. **ศิลปะงานตัดต่อผ้าและการปักตกแต่งลวดลายสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า**. คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อ้อยทิพย์ พลศรี. 2545. **การออกแบบลวดลาย**. โอเดียนสโตร์, กรุงเทพฯ.
- อัจฉราวรรณ ณ สงขลา. 2553. **เอกสารประกอบการสอนวิชาการสร้างตราสินค้าในระบบอุตสาหกรรม**. คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา).
- Aaker, D. A. 1996. **Building strong brand**. New York: Free.
- Admin Author. 2010. **Zara Lookbook Man**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [http:// www.12cavaliers.blogspot.com/2010/11/zara-lookbook-man-november-2010](http://www.12cavaliers.blogspot.com/2010/11/zara-lookbook-man-november-2010), 10 พฤศจิกายน 2556

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Admin. 2013. **การเย็บด้วยจักร**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.elvira.co.th>, 15 มีนาคม 2557.
- Admin. 2009. **MEN FASHION TRENDS FOR SPRING-SUMMER 2009**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.millionlooks.com>, 15 มีนาคม 2557
- Alibaba, 2010. **ถุงกระดาษ**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:<http://www.thai.alibaba.com/product>, 15 มีนาคม 2557.
- AliExpress**. 2014. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.aliexpress.com>, 15 มีนาคม 2557.
- Andrew's. 2009. **Fall/Winter 2011-2012 Men's Fashion Trends -Double Breasted Blazer**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.izandrew.blogspot.com>, 15 มกราคม 2557.
- Archer, Bruce. 1979. Design as a Discipline. Design Studies 1.
- Baldinger, J. V. 1992. **Power and conflict in the university**: Research in the sociology of complex organizations. New York: Wiley.
- BANGKOK COMPOSITE CO.,LTD. 2010. **ถุงรอกันกระแทก**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://www.bkk-composite.com/index.php>, 15 มีนาคม 2557.
- Category, pseud. 2014. **UK Style Men Summer Floral Cuff Slim Shorts Casual Short Pants Shorts**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.ebay.com/itm/UK-Style-Men-Summer-Floral-Cuff-Slim-Shorts-Casual-Short-Pants-Shorts>, 15 มีนาคม 2557.
- Chermay, pseud. 2012. **TVXQ posa para COSMO MEN**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.soompi.es>, 15 มีนาคม 2557.
- D.Nash, pseud. 2012. **Mens Fashion & Style**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.haberdashernyc.com>, 15 มีนาคม 2557.
- Hearst, pseud. 2014. **Esquire**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.esquire.com>, 15 มีนาคม 2557.
- Kotler, P., & Keller, K. 2009. **Marketing management**. New York: Prentice Hall
- LUW, pseud. 2014. **เสื้อผ้าผู้ชาย**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.lnwmarket.com>, 10 พฤศจิกายน 2556
- Men's Fashion Trends**. 2011. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://izandrew.blogspot.com>, 15 มีนาคม 2557.
- Miss Daisy Board, pseud. 2557. **ผู้ชายเมโทรเซ็กซี่ขวล**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.missdaisy.com/index.php?option> , 10 พฤศจิกายน 2556.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

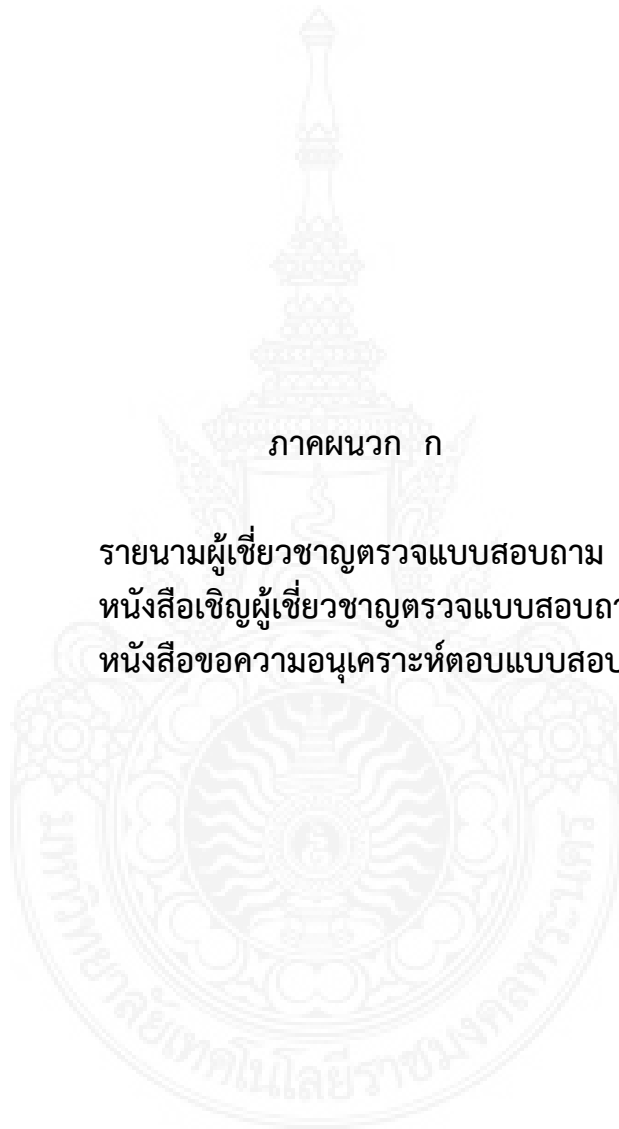
- Mitch Williamson, pseud. 2008. **SAMURAI BATTLE TACTICS**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <https://www.google.co.th/search?q=Ancient+American+Army&safe>, 15 มีนาคม 2557
- My modern met, pseud. 2010. **Zara Men's March 2010 Collection (8 pics)**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.mymodernmet.com/profiles/blogs/zara-mens-march-2010>, 15 มีนาคม 2557
- NRONG, pseud. 2556. **การเย็บด้วยมือ**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.oknation.net/blog/nrong/2013>, 15 มีนาคม 2557.
- Plazacool, pseud. 2010. **g-manshop**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.g-manshop.com/rotsukhon-item>, 15 มีนาคม 2557.
- Senay Gokcen. 2014. **Fashion Trendsetter**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.pinterest.com>, 12 กุมภาพันธ์ 2556.
- Simon Bonello. (2013, February 8). **The impact of colour in your logo design** [website]. From <http://www.britishlogodesign.co.uk/business-startuphelp/logo-design/colour-in-logo-design-infographic/>
- SPIRO MANDYLOR. 2012. **Collection Calvin Klein**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.itsallstyleto.com/2012/01/16/calvin-klein-collection-mens-fallwinter>, 10 พฤศจิกายน 2556.
- TWDM. 2014. **The Well Dressed Man**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.thewelldressedman.net>, 15 มีนาคม 2557.

## ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก    รายงานผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม  
หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม  
หนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม
- ภาคผนวก ข    แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่างลวดลาย  
มัดหมี่ เรื่อง “การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบ  
มัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ”
- ภาคผนวก ค    แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่างเสื้อผ้าบุรุษ  
สไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์  
เรื่อง “การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่  
สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ”
- ภาคผนวก ง    แบบสอบถามความพึงพอใจการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิค  
การทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วย  
วิธีการตัดต่อ

ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม  
หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม  
หนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม



รายนามผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามความคิดเห็นต่อแบบร่างลวดลายมัดหมี่  
เรื่อง การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่  
สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์วอลด้วยวิธีการตัดต่อ

รายนามผู้เชี่ยวชาญ	ตำแหน่ง/สถานที่
1. ดร.จารุณี ชัยโชติอนันต์	อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สิ่งทอ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวลักษณ์ คงคาอุยฉาย	อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบแฟชั่นผ้า และเครื่องแต่งกาย คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
3. อาจารย์กฤตพร ชูเส้ง	หัวหน้าสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
3. คุณสุวิทย์ ขจรวิทย์	Graphic Design Vondutch. บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด
4. คุณกฤษกร แก้วโบราณ	กลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านชุมเห็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

รายนามผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามความคิดเห็นแบบร่างเสื้อผ้าบุรุษสไตล์  
 เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์  
 เรื่อง การพัฒนาตลาดเสื้อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่  
 สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ

รายนามผู้เชี่ยวชาญ	ตำแหน่ง/สถานที่
1. ดร.กิงกาญจน์ พิจักขณา	Universel Design อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบ ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรัทธา แข่งเพ็ญแข	อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยี การจัดการสินค้าแฟชั่น คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
3. อาจารย์อัจฉราวรรณ ณ สงขลา	หัวหน้าสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สินค้าแฟชั่น คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
4. คุณบุริศร์ทิน พัทธรัตน์	ประธานบริหาร แบรินด์ Pittdar & Bhur Plus
5. คุณภาณุวัฒน์ ชูไธสง	Designer Jaspal
6. คุณกัญญชัญญ์ เตชะศรีอมรัตน์	Designer ESP men
7. คุณพุทธิรัตน์ กัณฑา	Designer F-fashion



รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย  
เรื่อง การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่  
สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ

รายนามผู้เชี่ยวชาญ	ตำแหน่ง/สถานที่
1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิชัย สมานชาติ	อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาการออกแบบ สิ่งทอและแฟชั่น คณะศิลปะประยุกต์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
2. ดร.ธวิท วงพลา	อาจารย์พิเศษมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อาจารย์พิเศษมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล อาจารย์พิเศษมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
3. ดร.สาธิต เหล่าวัฒนพงษ์	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบ ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
4. ดร.เกศทิพย์ กรี่เงิน	หัวหน้าสาขา และอาจารย์ประจำสาขาวิชา ออกแบบแฟชั่นผ้าและเครื่องแต่งกาย คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
5. อาจารย์ภฤตพร ชูเส็ง	หัวหน้าสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

รายนามผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ  
เรื่อง การพัฒนาตลาดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่  
สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ

รายนามผู้เชี่ยวชาญ	ตำแหน่ง/สถานที่
1. คุณอิทธิพล สมบูรณ์สิน	Designer Espada.
2. คุณณัชชา สรรคภท	Merchandiser Espada.
3. คุณจิรณัฐ ศกุนตนาฎ	Graphic Design Espada.
4. คุณกนกกรัตน์ แผล่งสิน	Visual merchandiser Espada.
5. คุณวนิดา นันทน์พาณิชย์	Designer Ep.
6. คุณบุศญาภรณ์ อำนวยผล	Merchandiser Ep.
7. คุณสุกัญญา รักไทย	Graphic Design Ep.
8. คุณมณชกรรณ์ ชาติทอง	Visual merchandiser Ep.
9. คุณยศนันท์ รักพงศ์พันธ์	Designer Vondutch.
10. คุณดวงกมล ฐิติวรรณกุล	Merchandiser Vondutch.
11. คุณสุวิทย์ ขจรโกวิทย์	Graphic Design Vondutch.
12. คุณพิสิฐฐ์ เจริญรัตน์	Visual merchandiser Vondutch.
13. คุณขจรกลิน เกาะลอย	Designer Rock Express
14. คุณขวัญตา กรุดเงิน	Merchandiser Rock Express
15. คุณกীরติ อาลีมีน	Graphic Design Rock Express
16. คุณวิวัฒน์ นันทริญา	Visual merchandiser Rock Express
17. คุณภาณุวัฒน์ ชูบโธสง	Designer Jaspal
18. คุณวชิราภรณ์ ซีศิริว่า	Merchandiser Jaspal
19. คุณณัฐนันท์ บุญสิทธิ	Graphic Design Jaspal
20. คุณวุฒิพร พานข้าวตอก	Visual merchandiser Jaspal
21. คุณกัญญา สุนย์ชั้น	Designer CC-OO
22. คุณศิริทิพย์ บุญยะมา	Merchandiser CC-OO
23. คุณจิรายุส ใหญ่เสมอ	Graphic Design CC-OO
24. คุณพัลลภ สุมีทรัพย์	Visual merchandiser CC-OO

รายนามผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ (ต่อ)  
เรื่อง การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่  
สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| 25. คุณรุจจาภา เนียนไธสง  | กลุ่มผู้ทอผ้าหมู่บ้านท่องเที่ยวไหมบ้านหัวสะพาน<br>อำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์                             |
| 26. คุณกัลป์ยกร เกรรัมย์  | กลุ่มผู้ทอผ้าบ้านหัวสะพาน หมู่ที่ 3<br>อำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์  |
| 27. คุณประจวบ จันทน์นวล   | ประธานกลุ่มสตรีทอผ้าศิลปาชีพ<br>ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ<br>อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ |
| 28. คุณแสงเดือน จันทน์นวล | ประธานบริษัทผ้าด้อมทอง<br>อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์   |
| 29. คุณสุเทพ เสียมทอง     | กลุ่มทอผ้าสี่ธรรมชาติด้านหนองเพชร<br>อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์  |
| 30. คุณบุญคง เคารพรัมย์   | กลุ่มทอผ้าไหมยกขิดบ้านกระดิ่งทอง<br>อำเภอบ้านด่าน จังหวัดบุรีรัมย์  |

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๒๑๑๖



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.จารุณี ชัยโชติอนันต์

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๒๑๑๙ วันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวลักษณ์ คงกาญจฉาย

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่สำหรับเสื่อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์



## บันทึกข้อความ

157

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

ที่ ศธ.๐๕๘๑.๐๓/๒๑๒๐ วันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์กฤตพร ชูแสง

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาสวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กีอาริโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๒๑๑๗



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณสุวิทย์ ขจรโกวิท

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่สำหรับเสื่อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กซวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๒๑๑๙



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณกฤษกร แก้วโบราณ

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔





## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร ๐.๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

ที่ ศธ.๐๕๘๑.๐๓/ ๒๒๗๐

วันที่ ๕ สิงหาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.กิงกาญจน์ พิจักขณา

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์วลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวณิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

ที่ ศธ.๐๕๘๑.๐๓/ ๒๔๕๕ วันที่ ๑๘ สิงหาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรัทธา แข่งเพ็ญแข

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นवलแข ปาลิวนิซ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ ก่อาริโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

ที่ ศธ.๐๕๘๑.๐๓/ ๒๕๕๖

วันที่ ๑๘ สิงหาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์อัจฉรวรรณ ณ สงขลา

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื่อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี้อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๒๑๒๓



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณบุรินทร์ หิพนธ์รัตน์

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาสวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวิษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๒๑๒๒



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณภาณุวัฒน์ ชุปโซสง

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาสวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่สำหรับเสื่อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๒๑๒๔



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณกัญญชัญญ์ เตชะศรีอมรรัตน์

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กซวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นवलแข ปาลิวนิซ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาภรณ์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๒๑๒๑



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณพุทธิรัตน์ กัณษา

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๕๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กีอาริโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๒๑๒๕



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณละเอียด เนตรรักษา

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นवल แซ่ ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อกับนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๒๔๑๐



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๕ กันยายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ผศ.ดร.สิทธิชัย สมานชาติ

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กีอาริโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๒๘๑๑



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๕ กันยายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.ธวิฑ วงษ์พลา

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์วอลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวิษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐.๒๖๖๕.๓๗๗๗ ต่อ. ๕๒๓๖

ที่ ศธ.๐๕๘๑.๐๓/๒๕๖๕ วันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.สาธิต เหล่าวัฒนพงษ์

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์



# บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

ที่ ศธ.๐๕๘๑.๐๓/๒๘๑๓ วันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.เกศทิพย์ กริ่งเงิน

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลินิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

ที่ ศธ.๐๕๘๑.๐๓/ ๒๘๑๒ วันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.กิงกามจน์ พิจักขณา

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๘๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์วลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์





## บันทึกข้อความ

173

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

ที่ ศธ.๐๕๘๑.๐๓/ ๒๔๖๔ วันที่ ๑๙ กันยายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์กฤตพร ชูแสง

ด้วยนายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์วลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวิษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายเกชา ลาวงษา จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๖ ๓ ๑๘ ๓



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลินิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้ นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับ Designer, Graphic Design, Merchandiser ซึ่งเป็นบุคลากรในหน่วยงานของท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อารีโย)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๖๓๑๘๗

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน Designer Espada บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด  
Graphic Design Espada บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด  
Merchandiser Espada บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด

ด้วย นายเกษา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กซวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลินิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกษา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กซวลด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่งและขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔





ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๖ ๓๑๘๓

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน Designer Ep บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด  
Graphic Design Ep บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด  
Merchandiser Ep บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กซวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลินิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอบความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กซวลด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่งและขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๑ ๓๑๘๗

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน Designer Vondutcs บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด  
Graphic Design Vondutcs บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด  
Merchandiser Vondutcs บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอบความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่งและขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ว ๓๑๘๓



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน Designer Rock Express บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด  
Graphic Design Rock Express บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด  
Merchandise Rock Express บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวิษ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอบความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔





ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ว ๓๑๘๗

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน Designer Esp men บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด  
Graphic Design Esp men บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด  
Merchandiser Esp men บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลีวิณิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๖๓๑๘๓

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน บุคลากร Visual merchandiser บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลีวิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอบความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๖ ๓๖๘๗

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณภานุวัฒน์ ชุบไชสง Designer Jaspal

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นवलแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ ก่อาริโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๑ ๓๑๘๗

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณณัฐนันท์ บุญสิทธิ์ Textile Designer

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นवलแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอบความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่งและขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กีอาริโย)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔





ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๑ ๖๑๘๗

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณสุกัญญา สุนีย์ชั้น Designer CC-OO

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวินิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กี่อารีโย)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔





ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ว ๓๑๘๗

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณศิริทิพย์ บุญยะมา Merchandiser CC-00

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสโตร์เมโทรเช็กซวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอบความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสโตร์เมโทรเช็กซวลด้วยวิธีการตัดต่อ เป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาภรณ์ กี่อารีโย)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๑๓๑๘๗

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณจิรายุส ใหญ่เสมอ Graphic Design CC-00

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอบความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กีอาริโย)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ว ๓๑๘๓

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณรุจาภา เนียนไธสง กลุ่มผู้ทอดผ้าหมู่บ้านท่องเที่ยวไหมบ้านหัวสะพาน อ.พุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นवलแข ปาลินนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่งและขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาภัทร์ กี่อารีโย)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๒ ๑๖๘๗

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๖ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณกัลยกร เกียรติรัมย์ กลุ่มผูกผ้าบ้านหัวสะพาน หมู่ที่๓ อ.พุนนัง จ.บุรีรัมย์

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กซวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กซวลด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาภัทร์ กี่อารีโย)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔





ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ว ๓๑๘๓

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณสุเทพ เสียมทอง กลุ่มทอผ้าสี่ธรรมชาติด้านหนองเพชร อ.เมือง จ.บุรีรัมย์

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้ นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาภัทร์ กี่อารีโย)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๖๓๑๘๓

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณประจวบ จันทน์นวล ประธานกลุ่มสตรีทอผ้าศิลปะในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ  
อ.นาโพธิ์ จ.บุรีรัมย์

ด้วย นายเกษรา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกษรา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่งและขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๖ ๓๑๘๗

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณแสงเดือน จันทร์นวล ประธานบริษัทผ้าตุ้มทอง อ.นาโพธิ์ จ.บุรีรัมย์

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลีวินิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้ นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ กีอาริโย)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ๖๓๑๘๗

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๖๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณบุญคง เคารพรัมย์ กลุ่มทอผ้าไหมยกชิตบ้านกระดิงทอง อ.บ้านด่าน จ.บุรีรัมย์

ด้วย นายเกชา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื่อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นवलแข ปาลินนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอบความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกชา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื่อผ้าบุรุษสไตร์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาภัทร์ กี่อารีโย)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔





ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/ ว ๓๑๘๓

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๑๓ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน คุณวชิราภรณ์ ชีควิธาผู้บริหารการผลิต Misty Mynx (Merchandising Manager-Misty Mynx)

ด้วย นายเกษา ลาวงษา รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๕๙๗๐๗๐๑๕๐๒-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กซวลด้วยวิธีการตัดต่อ โดยมี รองศาสตราจารย์นวลแข ปาลิวนิช เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอบความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้นายเกษา ลาวงษา เข้าเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กซวลด้วยวิธีการตัดต่อ จักเป็นพระคุณยิ่งและขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

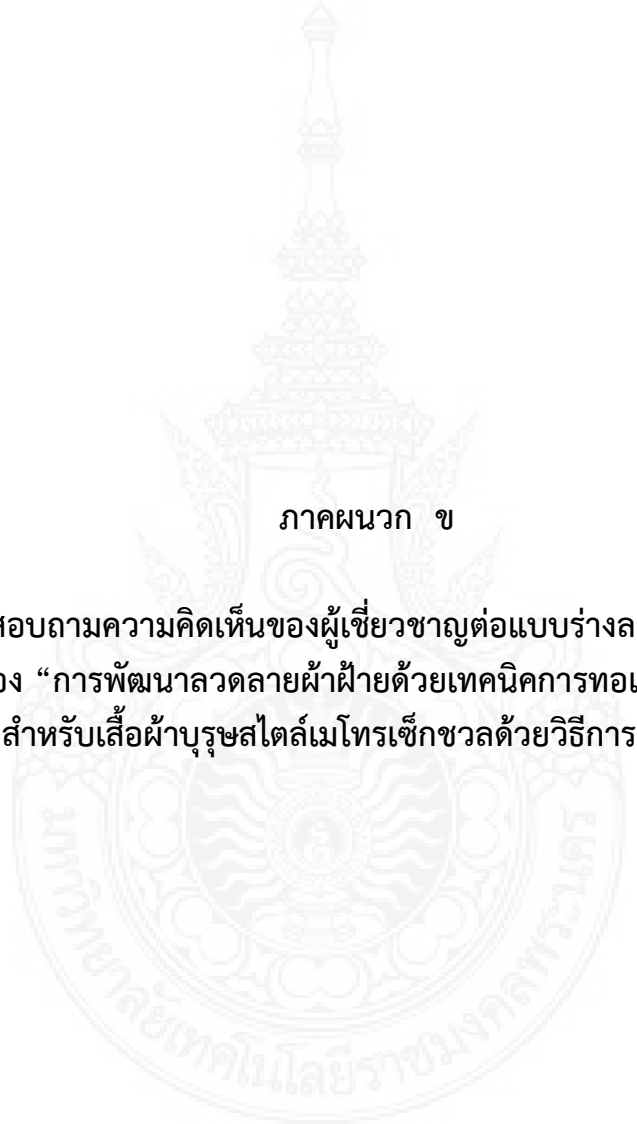
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาภรณ์ กี่อารีโย)  
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๗๑๔๐ ๕๓๐๔



ภาคผนวก ข

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่างลวดลายมัดหมี่  
เรื่อง “การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่  
สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ”

## แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่างลวดลายมัดหมี่

.....

### คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่างลวดลายมัดหมี่ฉบับนี้ เป็นแบบสอบถามประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ” ที่ได้นำเอาศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ โดยมีวัตถุประสงค์วิจัย ดังนี้

- 1) เพื่อพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่
- 2) เพื่อออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อจากผ้าฝ้ายมัดหมี่ที่ได้ทำการพัฒนา
- 3) เพื่อสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

### คำอธิบายสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

1. มัดหมี่ หมายถึง การมัดลายที่เส้นพุ่ง ด้วยเชือกก่อนนำไปย้อมสี เวลาย้อมส่วนที่ถูกมัดไว้จะไม่ติดสี จึงทำให้เกิดเป็นลวดลาย ถ้าต้องการหลายสีก็ต้องมัดและย้อมทาบหลายครั้งจนกว่าจะได้สีครบตามที่ต้องการ

2. ศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) หมายถึง เป็นศิลปะที่ได้รับความนิยมสูงสุดในยุโรปและสหรัฐอเมริกา ในระหว่าง ปี 1880-1914 อาร์ต นูโว มีลักษณะพิเศษด้วยการใช้รูปทรงที่มีลักษณะเป็นธรรมชาติ มีการใช้ เส้นที่อ่อนช้อย และมีการผสมผสานลวดลายอย่างลงตัว ตัวอย่างเช่น งานออกแบบซุ้มประตูโลหะ

3. แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่างลวดลายมัดหมี่ จำนวน 3 ลวดลาย

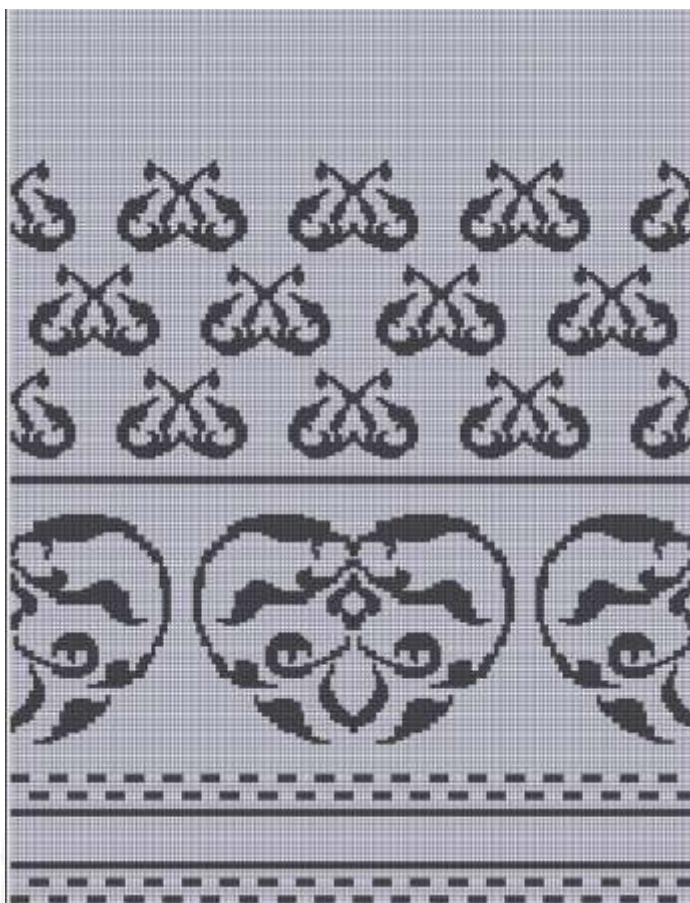
4. ให้ท่านพิจารณาคัดเลือกลายที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ให้เลือก 1 ลวดลาย เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการพัฒนาลวดลายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่ และนำไปตัดเย็บเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพื่อการศึกษาในครั้งนี้เป็นอย่างดี

นายเกชา ลาวงษา

นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาออกแบบแฟชั่นผ้าและเครื่องแต่งกาย  
หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผลประกอบการพิจารณา



ลวดลายที่ 1

เลือก

ไม่เลือก

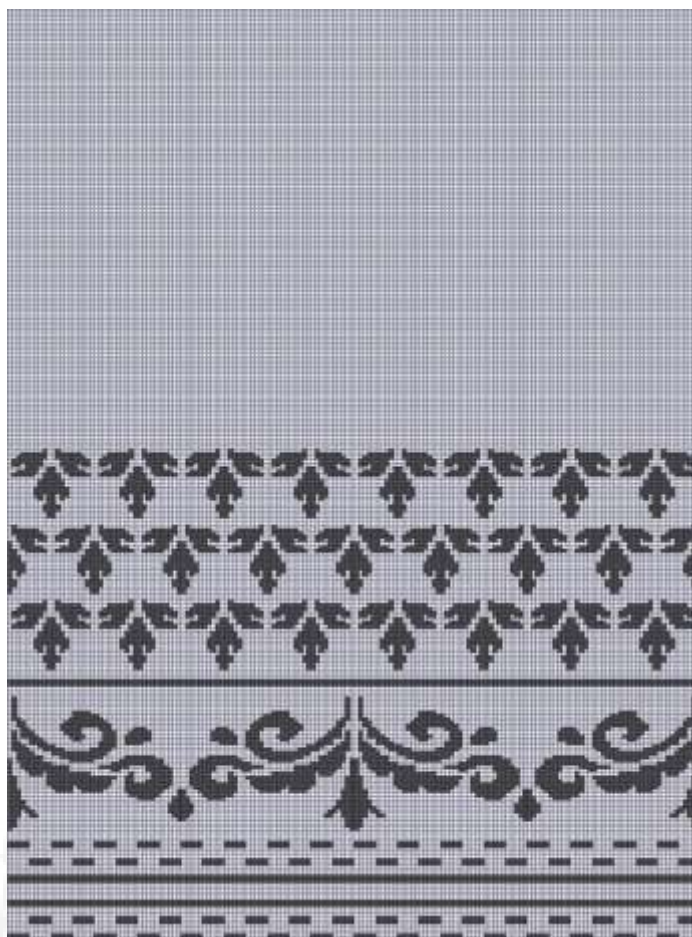
เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผลประกอบการพิจารณา



ลวดลายที่ 2

เลือก

ไม่เลือก

เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ .....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี) .....

.....

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผลประกอบการพิจารณา



ลวดลายที่ 3

เลือก

ไม่เลือก

เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

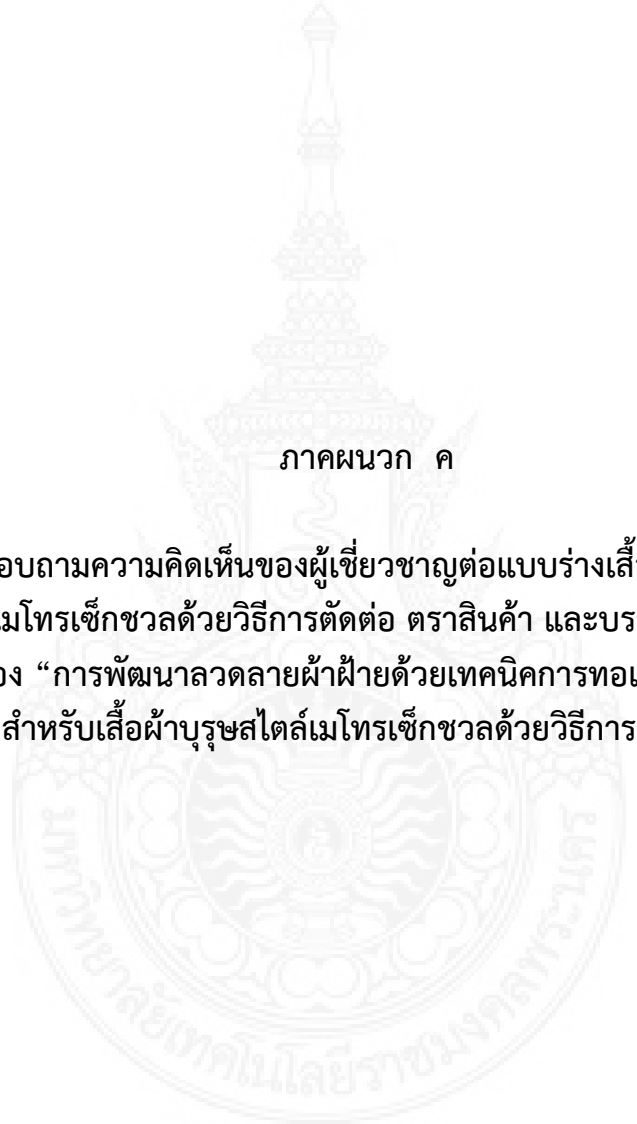
ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

ลงชื่อ.....

( )

ผู้เชี่ยวชาญ



ภาคผนวก ค

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่างเสื้อผ้าบุรุษสไตล์  
เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์  
เรื่อง “การพัฒนาตลาดเสื้อผ้าชายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่  
สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ”



## แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่างเสื้อผ้าบุรุษสไตล์ เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์

.....

### คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่าง แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 แบบร่างเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ ตอนที่ 2 แบบร่างตราสินค้า และตอนที่ 3 แบบร่างบรรจุภัณฑ์ เป็นแบบสอบถามประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาตลาดเสื้อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ” โดยมีวัตถุประสงค์วิจัย ดังนี้

- 1) เพื่อพัฒนาตลาดเสื้อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคมัดหมี่
- 2) เพื่อออกแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อจากผ้าฝ้ายมัดหมี่ที่ได้ทำการพัฒนา
- 3) เพื่อสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

### คำอธิบายสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

1. ลักษณะของรูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ ที่ได้ทำการออกแบบ 3 ประเภท คือ Overcoat, Suit, และ Vest
2. ลักษณะของรูปแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ที่ได้ทำการออกแบบ คือ ออกแบบตราสินค้า จำนวน 5 รูปแบบ และบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 รูปแบบ
3. แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบร่างเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ ที่ได้ทำการออกแบบจำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มละ 5 รูปแบบ ใน 1 กลุ่ม ประกอบด้วย Overcoat 2 ชุด, Suit 2 ชุด, และ Vest 1 ชุด พร้อมทั้งออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ที่ได้ทำการออกแบบ อย่างละ 5 รูปแบบ
4. ให้ท่านพิจารณาคัดเลือกกลุ่มแบบร่างเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ให้เลือก 1 กลุ่ม และแบบร่างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ อย่างละ 1 รูปแบบ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการตัดเย็บเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพื่อการศึกษาในครั้งนี้เป็นอย่างดี

นายเกชา ลางงา

นักศึกษาปริญญาโท กลุ่มวิชาออกแบบแฟชั่นผ้าและเครื่องแต่งกาย  
หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

**ตอนที่ 1** รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จำนวน 3 กลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญกรุณา  
เลือกรูปแบบเสื้อผ้า ที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบจำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มละ 5 แบบ นำมา  
สอบถามผู้เชี่ยวชาญโดยให้ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือก 1 กลุ่ม เพื่อนำไปตัดเย็บจริง  
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผล  
ประกอบการพิจารณา



กลุ่มที่ 1

เลือก

ไม่เลือก

เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

.....



กลุ่มที่ 2

เลือก

ไม่เลือก

เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

.....



กลุ่มที่ 3

เลือก

ไม่เลือก

เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

**ตอนที่ 2** รูปแบบตราสินค้า (LOGO BRAND) จำนวน 5 รูปแบบ ผู้เชี่ยวชาญกรุณาเลือกรูปแบบ ตรา  
 สินค้า (LOGO BRAND) ที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบจำนวน 5 รูปแบบ นำมาสอบถาม  
 ผู้เชี่ยวชาญโดยให้ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือก 1 รูปแบบ เพื่อนำไปเป็น ตราสินค้า (LOGO  
 BRAND) จริง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผล  
 ประกอบการพิจารณา



รูปแบบที่ 1  เลือก  ไม่เลือก

เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

.....

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผลประกอบการพิจารณา

*Perke'*  
By Kecha

รูปแบบที่ 2

เลือก

ไม่เลือก

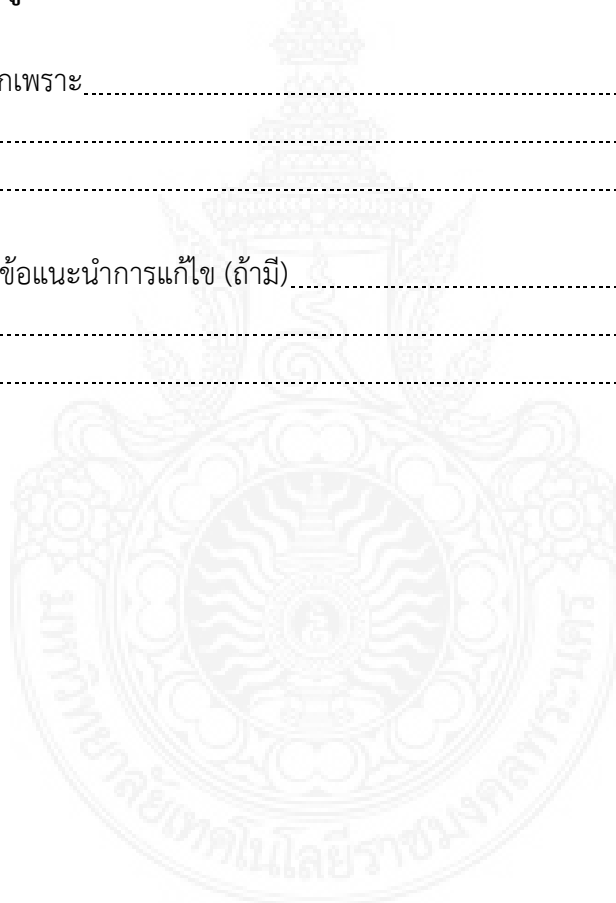
เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

.....



คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผล  
ประกอบการพิจารณา



รูปแบบที่ 3

เลือก

ไม่เลือก

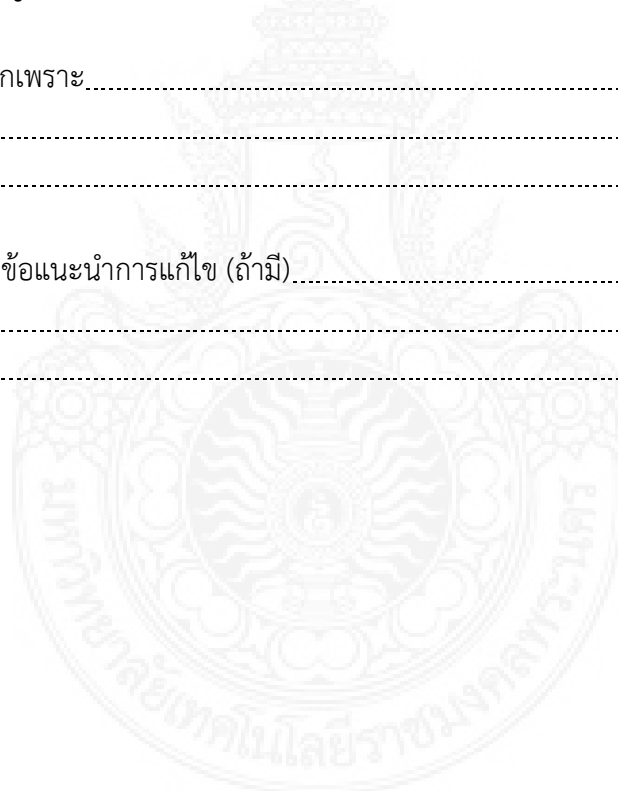
เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

.....





คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผลประกอบการพิจารณา

# Perke'

By Kecha

รูปแบบที่ 4

เลือก

ไม่เลือก

เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

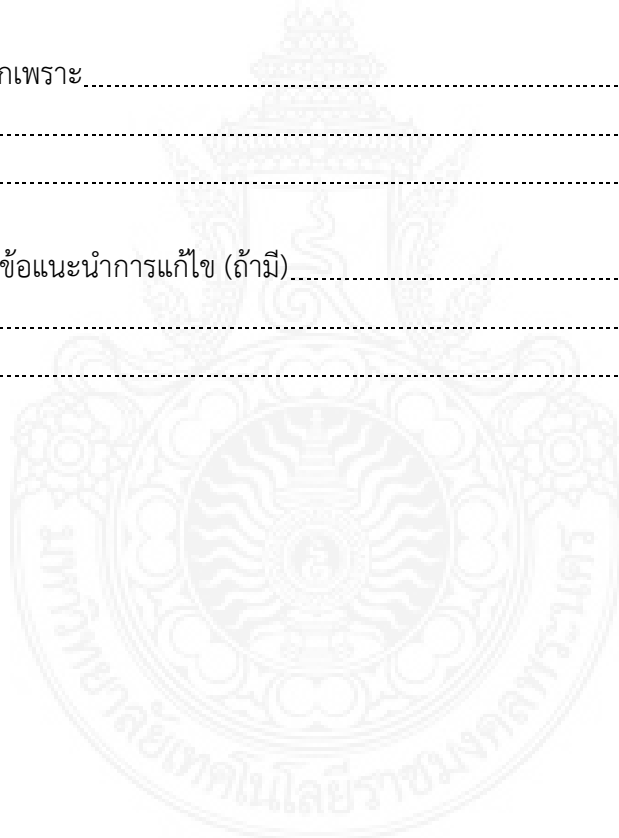
.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

.....



คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผลประกอบการพิจารณา

*Perke'*  
By Kecha

รูปแบบที่ 5

เลือก

ไม่เลือก

เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

.....



**ตอนที่ 3** รูปแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 รูปแบบ ผู้เชี่ยวชาญกรุณาเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ผู้วิจัยได้  
ทำการออกแบบจำนวน 5 รูปแบบ นำมาสอบถามผู้เชี่ยวชาญโดยให้ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือก 1  
รูปแบบ เพื่อนำไปเป็นบรรจุภัณฑ์จริง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผล  
ประกอบการพิจารณา



รูปแบบที่ 1

เลือก

ไม่เลือก

เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....  
.....  
.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....  
.....  
.....

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผลประกอบการพิจารณา



รูปแบบที่ 2

เลือก

ไม่เลือก

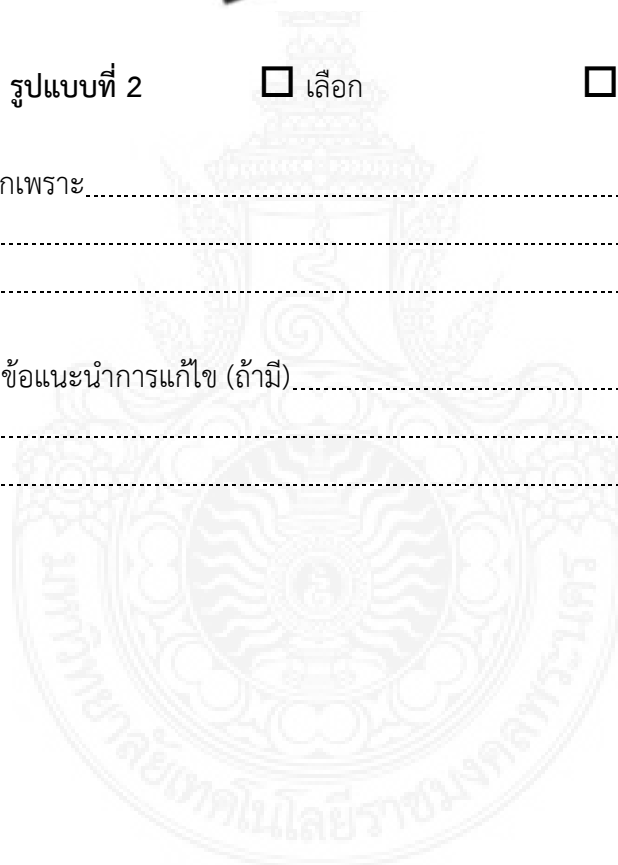
เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

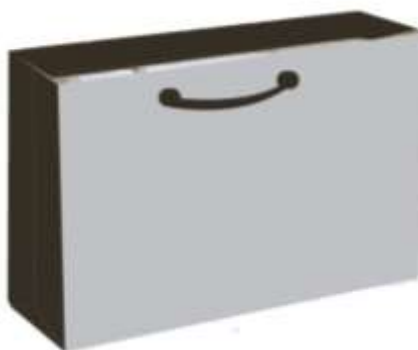
ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

.....



คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผลประกอบการพิจารณา



รูปแบบที่ 3

เลือก

ไม่เลือก

เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

.....



คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผลประกอบการพิจารณา



รูปแบบที่ 4

เลือก

ไม่เลือก

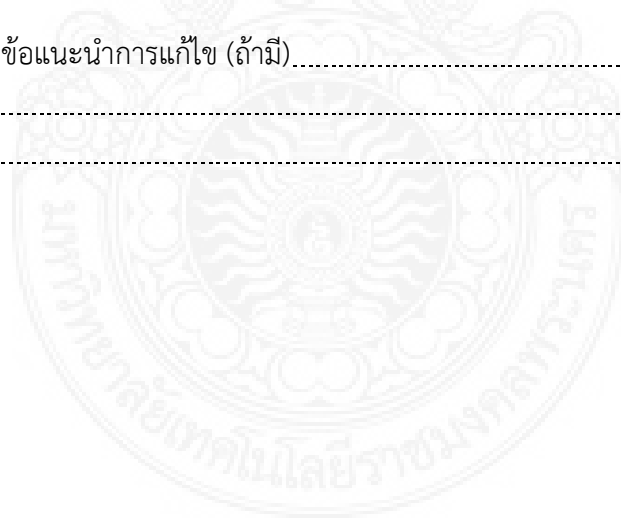
เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

.....



คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด พร้อมให้เหตุผลประกอบการพิจารณา



รูปแบบที่ 5

เลือก

ไม่เลือก

เหตุผลที่ท่านเลือกเพราะ.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำการแก้ไข (ถ้ามี).....

.....

ลงชื่อ.....

( )

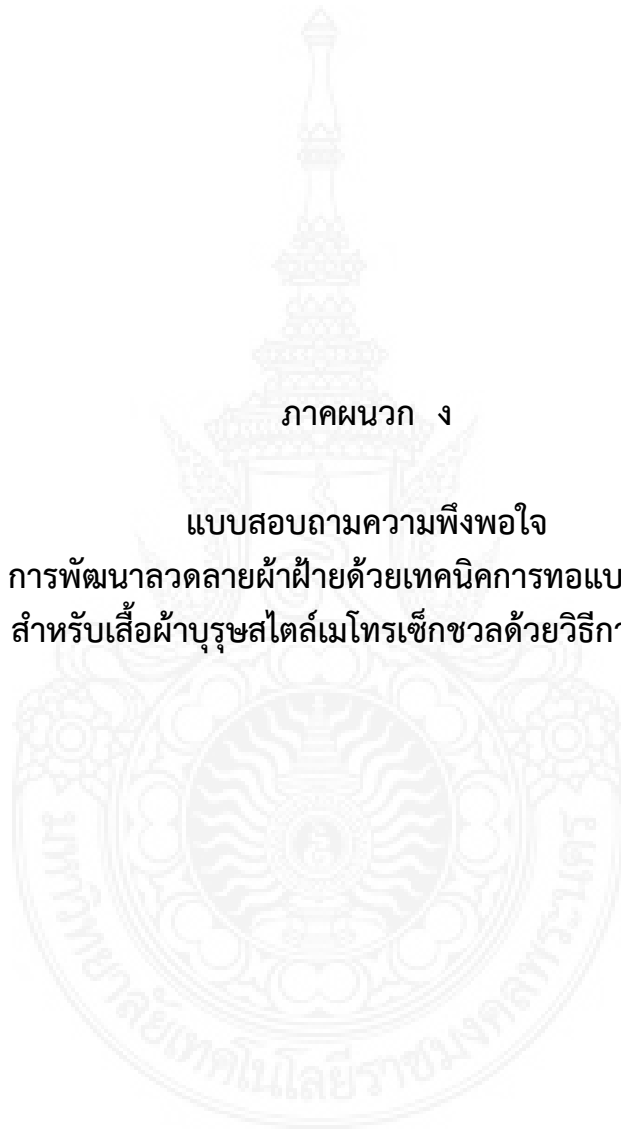
ผู้เชี่ยวชาญ



ภาคผนวก ง

แบบสอบถามความพึงพอใจ

การพัฒนาลดสายผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่  
สำหรับเส้นผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ



**แบบสอบถามความพึงพอใจ**  
**เรื่อง การพัฒนาตลาดผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่**  
**สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ**

.....

**คำอธิบายแบบสอบถาม**

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการพัฒนาตลาดผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ

**คำอธิบายความหมายของเมโทรเซ็กชวล**

เมโทรเซ็กชวล (Metro sexual) หมายถึง ผู้ชายที่ใช้ชีวิตในรูปแบบสังคมเมือง เป็นบุคคลที่เข้าสังคม มีความกังวลเกี่ยวกับรูปร่าง การดูแลรักษาตัวเอง ใส่ใจกับตัวเองมากกว่าผู้ชายปกติทั่วไป ผู้ชาย Metro sexual มักจะชื่นชอบการดูแลตัวเอง เช่น นวดตัว แต่งเล็บ ดูแลเรื่องใบหน้า อาบแดด ดูแลเรื่องทรงผม

**คำชี้แจงแบบสอบถาม**

1. แบบสอบถาม การพัฒนาตลาดผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่สำหรับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ แบ่งออกเป็น 5 ตอนประกอบด้วย

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์และเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่
- ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่
- ตอนที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ
- ตอนที่ 5 ความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์

2. กรุณาตอบแบบสอบถามฉบับนี้ทุกข้อ และตรงกับความคิดเห็นของท่านตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามของท่าน ผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปใช้ในเชิงวิชาการเท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ ที่ท่านได้กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

นายเกชา ลาวงษา

นักศึกษาปริญญาโท คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง** กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุด หรือกรอกรายละเอียดลงในช่องว่างที่กำหนด

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. อายุ  25 - 30 ปี  31 - 35 ปี  
 36 - 40 ปี  41 - 45 ปี  
 มากกว่า 45 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ  โสด  สมรส  
 หย่าร้าง  เป็นหม้าย
4. รสนิยม  เมโทรเซ็กชวล  เกย์ดาร์ / โฮโมเซ็กชวล  
 ไบเซ็กชวล  สาวประเภทสอง  
 ผู้ชาย  ผู้หญิง  
 ทอม  ดี้  
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. อาชีพ  Designer  Merchandiser  
 Visual merchandiser  Graphic designer  
 ผู้มีประสบการณ์ด้านการทอผ้า
6. รายได้ต่อเดือน  ต่ำกว่า 25,000 บาท  25,001-35,000 บาท  
 35,001-45,000 บาท  45,001 บาทขึ้นไป
7. ระดับการศึกษา  ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี  
 สูงกว่าปริญญาตรี

**ตอนที่ 2** ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์และเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่

**คำชี้แจง** กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุด หรือกรอกรายละเอียดลงในช่องว่างที่กำหนด

1. ท่านเคยซื้อ/เคยใช้ ผลิตภัณฑ์และเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายมัดหมี่หรือไม่ (ในกรณีที่ตอบ ไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้ ให้ท่านข้ามไปตอบ ตอนที่ 3)
  - ไม่เคยซื้อ/ไม่เคยใช้
  - เคยซื้อ/ไม่เคยใช้
  - เคยซื้อ/เคยใช้
  - ไม่เคยซื้อ/เคยใช้
  
2. ท่านเคยซื้อ/เคยใช้/สนใจที่จะซื้อเสื้อผ้า หรือเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 

<input type="checkbox"/> เสื้อ	<input type="checkbox"/> กางเกง	<input type="checkbox"/> ผ้าพันคอ
<input type="checkbox"/> รองเท้า	<input type="checkbox"/> กระเป๋า	<input type="checkbox"/> หมวก
<input type="checkbox"/> ผ้าคลุมไหล่	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	
  
3. ท่านเลือกซื้อเสื้อผ้า หรือเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่เพื่อใช้สวมใส่ในโอกาสใดมากที่สุด (เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว)
 

<input type="checkbox"/> เป็นชุดทำงาน	<input type="checkbox"/> ออกงานสังคม / สังสรรค์
<input type="checkbox"/> เป็นชุดลำลอง	<input type="checkbox"/> ใช้ในเทศกาลสำคัญต่างๆ เช่น งานบุญประเพณี
  
4. ท่านตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า หรือเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ด้วยเหตุผลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
  - คุณภาพของสินค้า เช่น ความทนทาน การตัดเย็บปราณีต สีสันทนสวยงาม
  - ความสวยงาม รูปแบบ ความทันสมัย
  - ความจำเป็นที่ต้องใช้ในงาน
  - ลวดลายสวยงาม แปลกใหม่ ทันสมัย
  - ความเหมาะสมของราคา
  - อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
  
5. ความถี่ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า หรือเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ (เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว)
 

<input type="checkbox"/> ทุกเดือน	<input type="checkbox"/> ทุก 3 เดือน
<input type="checkbox"/> ทุก 6 เดือน	<input type="checkbox"/> ทุก 1 ปี
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	

6. ราคาของเสื้อผ้า หรือเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ที่ท่านเลือกซื้อเป็นส่วนใหญ่ (เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว)
- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 500 – 1,000 บาท/ตัว   | <input type="checkbox"/> 1,001 – 1,500 บาท/ตัว |
| <input type="checkbox"/> 1,501 – 2,000 บาท/ตัว | <input type="checkbox"/> 2,001- 2,500 บาท/ตัว  |
| <input type="checkbox"/> สูงกว่า 2,500 บาท/ตัว |  |
7. บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า หรือเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ ของท่านมากที่สุดคือใคร (เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว)
- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> เพื่อน                 | <input type="checkbox"/> เพื่อนร่วมงาน    |
| <input type="checkbox"/> ญาติ                   | <input type="checkbox"/> คู่รัก           |
| <input type="checkbox"/> คู่สมรส                | <input type="checkbox"/> สมาชิกในครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |   |
8. หากมีการออกแบบชุดจากผ้ามัดหมี่ ท่านต้องการให้ออกแบบชุดสำหรับกลุ่มใดมากที่สุด
- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> เมโทรเซ็กชวล           | <input type="checkbox"/> เกย์ดาร์ / โฮโมเซ็กชวล |
| <input type="checkbox"/> โบเซ็กชวล              | <input type="checkbox"/> สาวประเภทสอง           |
| <input type="checkbox"/> ผู้ชาย                 | <input type="checkbox"/> ผู้หญิง                |
| <input type="checkbox"/> ทอม                    | <input type="checkbox"/> ดี้                    |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |   |

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ต้นแบบ

คำชี้แจง โปรดพิจารณาผ้าฝ้ายด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ต้นแบบ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านเพียงคำตอบเดียว โดยแต่ละข้อกำหนดระดับเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับคะแนน	5	มีความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับคะแนน	4	มีความพึงพอใจมาก
ระดับคะแนน	3	มีความพึงพอใจปานกลาง
ระดับคะแนน	2	มีความพึงพอใจน้อย
ระดับคะแนน	1	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย ด้วยเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ต้นแบบ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
<b>1. ด้านประโยชน์ใช้สอย</b>					
1.1 ความเหมาะสมของลวดลายมัดหมี่ในการนำไปใช้งาน					
1.2 ความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้ในการผลิตผ้ามัดหมี่					
1.3 ความเหมาะสมของผ้ามัดหมี่เมื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์					
1.4 ความเหมาะสมการใช้งานเมื่อนำไปใช้ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อื่น เช่น เสื้อ กางเกง กระเป๋า รองเท้า ฯลฯ					
<b>2. ด้านสีสันท</b>					
2.1 ความสม่ำเสมอของสี					
2.2 สีที่ใช้มีความเหมาะสม และลงตัว					
<b>3. ด้านการออกแบบลวดลาย</b>					
3.1 ลวดลายผ้ามีความมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ และแปลกใหม่					
3.2 ลวดลายที่ออกแบบมีความเหมาะสม โดดเด่น และน่าสนใจ					
3.3 ลวดลายผ้ามีความละเอียดคมชัดสม่ำเสมอ					
3.4 ลวดลายมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว					
3.5 ความเหมาะสมของระยะในการจัดวางลวดลาย					
<b>4. ด้านกระบวนการผลิต</b>					
4.1 คุณภาพการทอ เนื้อแน่นเรียบสม่ำเสมอทั้งผืน					
4.2 คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาทอมีความเหมาะสม					

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ

คำชี้แจง

1. เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ จำนวน 5 ชุด ประกอบด้วย

เสื้อกั๊ก (Vest)	1 ชุด
เสื้อสูท (Suit)	2 ชุด
เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat)	2 ชุด

2. โปรดพิจารณาเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเซ็กซ์ชวลด้วยวิธีการตัดต่อ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านเพียงคำตอบเดียว โดยแต่ละข้อกำหนดระดับเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	5	มีความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับคะแนน	4	มีความพึงพอใจมาก
ระดับคะแนน	3	มีความพึงพอใจปานกลาง
ระดับคะแนน	2	มีความพึงพอใจน้อย
ระดับคะแนน	1	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

## 4.1 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ

รูปแบบที่ 1 เสื้อกัก (Vest)	รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
	<b>1. รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบที่ 1</b>					
	1.1 มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ น่าสนใจ					
	1.2 มีความทันสมัย					
	1.3 มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน					
	<b>2. ความสวยงาม</b>					
	2.1 ความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด					
	2.2 ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ					
	2.3 องค์กรประกอบรวม และความสวยงามของชุด					
	<b>3. ประโยชน์ใช้สอย</b>					
	3.1 มีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง					
	3.2 มีความสะดวกสบายในการใช้งาน					
	3.3 ใช้งานได้หลายโอกาส					
	<b>4. สีสีน</b>					
	4.1 การใช้สีเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล					
	4.2 การใช้ผ้าสีพื้นเหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่					
	4.3 การใช้สีมีความเหมาะสมกับ รูปแบบชุด					
	<b>5. ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ</b>					
	5.1 ลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา					
	5.2 การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม					
	5.3 ลวดลายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับรูปแบบชุด					
	<b>6. วิธีการตัดต่อ</b>					
	6.1 ความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่					
	6.2 ความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่					
	6.3 การตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล					



## 4.2 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ

รูปแบบที่ 2 เสื้อสูท (Suit)	รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
	<b>1. รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวลด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบที่ 2</b>					
	1.1 มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ น่าสนใจ					
	1.2 มีความทันสมัย					
	1.3 มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน					
	<b>2. ความสวยงาม</b>					
	2.1 ความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด					
	2.2 ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ					
	2.3 องค์ประกอบรวม และความสวยงามของชุด					
	<b>3. ประโยชน์ใช้สอย</b>					
	3.1 มีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง					
	3.2 มีความสะดวกสบายในการใช้งาน					
	3.3 ใช้งานได้หลายโอกาส					
	<b>4. สีสีน</b>					
	4.1 การใช้สีเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล					
	4.2 การใช้ผ้าสีพื้นเหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่					
	4.3 การใช้สีมีความเหมาะสมกับ รูปแบบชุด					
	<b>5. ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ</b>					
	5.1 ลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา					
	5.2 การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม					
	5.3 ลวดลายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับรูปแบบชุด					
	<b>6. วิธีการตัดต่อ</b>					
	6.1 ความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่					
	6.2 ความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่					
	6.3 การตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กชวล					

## 4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กซอลด้วยวิธีการตัดต่อ

รูปแบบที่ 3 เสื้อสูท (Suit)	รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
	<b>1. รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กซอลด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบที่ 2</b>					
	1.1 มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ น่าสนใจ					
	1.2 มีความทันสมัย					
	1.3 มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน					
	<b>2. ความสวยงาม</b>					
	2.1 ความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด					
	2.2 ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ					
	2.3 องค์กรประกอบรวม และความสวยงามของชุด					
	<b>3. ประโยชน์ใช้สอย</b>					
	3.1 มีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง					
	3.2 มีความสะดวกสบายในการใช้งาน					
	3.3 ใช้งานได้หลายโอกาส					
	<b>4. สีสีน</b>					
	4.1 การใช้สีเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กซอล					
	4.2 การใช้ผ้าสีพื้นเหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่					
	4.3 การใช้สีมีความเหมาะสมกับ รูปแบบชุด					
	<b>5. ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ</b>					
	5.1 ลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา					
	5.2 การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม					
	5.3 ลวดลายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับรูปแบบชุด					
	<b>6. วิธีการตัดต่อ</b>					
	6.1 ความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่					
	6.2 ความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่					
	6.3 การตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทรเช็กซอล					

## 4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ

รูปแบบที่ 4 เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat)	รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
	<b>1. รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบที่ 2</b>					
	1.1 มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ น่าสนใจ					
	1.2 มีความทันสมัย					
	1.3 มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน					
	<b>2. ความสวยงาม</b>					
	2.1 ความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด					
	2.2 ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ					
	2.3 องค์ประกอบรวม และความสวยงามของชุด					
	<b>3. ประโยชน์ใช้สอย</b>					
	3.1 มีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง					
	3.2 มีความสะดวกสบายในการใช้งาน					
	3.3 ใช้งานได้หลายโอกาส					
	<b>4. สีสีน</b>					
	4.1 การใช้สีเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็ท					
	4.2 การใช้ผ้าสีพื้นเหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่					
	4.3 การใช้สีมีความเหมาะสมกับ รูปแบบชุด					
	<b>5. ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ</b>					
	5.1 ลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา					
	5.2 การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม					
	5.3 ลวดลายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับรูปแบบชุด					
	<b>6. วิธีการตัดต่อ</b>					
	6.1 ความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่					
	6.2 ความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่					
	6.3 การตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็ท					

## 4.5 ความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ

รูปแบบที่ 5 เสื้อโค้ทตัวยาว (Overcoat)	รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
	<b>1. รูปแบบเสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็ทด้วยวิธีการตัดต่อ รูปแบบที่ 2</b>					
	1.1 มีความคิดสร้างสรรค์ แปลกใหม่ น่าสนใจ					
	1.2 มีความทันสมัย					
	1.3 มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน					
	<b>2. ความสวยงาม</b>					
	2.1 ความสวยงามของผ้ามัดหมี่ ในการนำมาออกแบบชุด					
	2.2 ความละเอียด ประณีต ในการตัดเย็บ					
	2.3 องค์ประกอบรวม และความสวยงามของชุด					
	<b>3. ประโยชน์ใช้สอย</b>					
	3.1 มีความเหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง					
	3.2 มีความสะดวกสบายในการใช้งาน					
	3.3 ใช้งานได้หลายโอกาส					
	<b>4. สีสีน</b>					
	4.1 การใช้สีเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็ท					
	4.2 การใช้ผ้าสีพื้นเหมาะสมกับลวดลายมัดหมี่					
	4.3 การใช้สีมีความเหมาะสมกับ รูปแบบชุด					
	<b>5. ลวดลายของผ้า/การตัดต่อ</b>					
	5.1 ลวดลายมีความคมชัด สะดุดตา					
	5.2 การจัดวางลวดลายตัดต่อมีความเหมาะสม					
	5.3 ลวดลายมัดหมี่และการตัดต่อเหมาะสมกับรูปแบบชุด					
	<b>6. วิธีการตัดต่อ</b>					
	6.1 ความเหมาะสมของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่					
	6.2 ความสวยงามของวิธีการตัดต่อด้วยผ้าฝ้ายมัดหมี่					
	6.3 การตัดต่อเหมาะสมกับเสื้อผ้าบุรุษสไตรล์เมโทรเช็ท					

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์

คำชี้แจง

1. ตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์
2. โปรดพิจารณาตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ แล้วทำเครื่องหมาย  ลงใน  ที่ตรงกับ ความพึงพอใจของท่านเพียงคำตอบเดียว โดยแต่ละข้อกำหนดระดับเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	5	มีความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับคะแนน	4	มีความพึงพอใจมาก
ระดับคะแนน	3	มีความพึงพอใจปานกลาง
ระดับคะแนน	2	มีความพึงพอใจน้อย
ระดับคะแนน	1	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด



## 5.1 ความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้า

ตราสินค้า	รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
	<b>1. รูปแบบตราสินค้า</b>					
	1.1 ตัวหนังสืออ่านง่าย					
	1.2 ดึงดูดความน่าสนใจ					
	1.3 มีความเหมาะสม และได้สัดส่วน					
	<b>2. ความสวยงามของตราสินค้า</b>					
	2.1 ความสวยงามของตัวอักษร					
	2.2 ความสวยงามของการจัดวางตราสินค้า					
	2.3 ได้สัดส่วน สวยงามลงตัว					
	<b>3. ประโยชน์ใช้สอย</b>					
	3.1 ดึงดูดความน่าสนใจ					
	3.2 ช่วยในการส่งเสริมการขาย					
	3.3 สร้างความโดดเด่นให้สินค้า					
	<b>4. สีสีน</b>					
	4.1 สีมีความเรียบง่าย สวยงาม					
	4.2 สีที่ใช้เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์					
	4.3 ให้ความรู้สึกสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษสไตล์เมโทร เช็ทชวล					
	<b>5. เอกลักษณ์ของตราสินค้า</b>					
	5.1 โดดเด่น สร้างความจดจำได้ดี					
	5.2 ตำแหน่งการจัดวางตราสินค้ามีความเหมาะสม					
	5.3 ตัวอักษรของตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์					

## 5.2 ความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์	รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
	<b>1. รูปแบบบรรจุภัณฑ์</b>					
	1.1 มีความเหมาะสมกับสินค้า					
	1.2 ดึงดูดความน่าสนใจ					
	1.3 คุณภาพแข็งแรง และทนทาน					
	<b>2. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์</b>					
	2.1 รูปทรงบรรจุภัณฑ์					
	2.2 วัสดุที่นำมาใช้ทำบรรจุภัณฑ์					
	2.3 ได้สัดส่วน สวยงามลงตัว					
	2.4 บรรจุภัณฑ์มีความประณีตเรียบร้อย					
	<b>3. ประโยชน์ใช้สอย</b>					
	3.1 สะดวกสบายในการใช้งาน					
	3.2 เหมาะสมสามารถใช้งานได้จริง					
	3.3 ป้องกันสินค้าเสียหายได้ดี					
	<b>4. สีสีน</b>					
	4.1 มีความเรียบง่าย สวยงาม					
	4.2 สีที่ใช้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษ					
	4.3 ให้ความรู้สึกสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าบุรุษ					
	<b>5. เอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์</b>					
	5.1 สร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า					
	5.2 โดดเด่น สร้างความจดจำได้ดี					

## ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ นามสกุล นายเกชา ลาวงษา  
วัน เดือน ปี 4 เมษายน 2535  
ภูมิลำเนา อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี  
ที่อยู่ปัจจุบัน 301/1634 หมู่ 7 ตำบลเข้าพระงาม อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี  
15160

### ประวัติการศึกษา

วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาตรี เทคโนโลยีบัณฑิต	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	2556

### ตำแหน่ง และสถานที่ทำงานปัจจุบัน

พ.ศ.2556 – จนถึงปัจจุบัน นักวิชาการศึกษา ฝ่ายกิจการนักศึกษา  
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

