



การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์
เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพรีนต์
A study of ancient fabrics for product design of women's
apparel by digital printing techniques




นิติกาญจน์ ธรรมสัญญาศักดิ์
NITIKARN TAMMASANYASAK


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์
เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพรีนต์
ชื่อ นามสกุล นิติกาญจน์ ธรรมสัญญาศักดิ์
ชื่อปริญญา คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)
สาขาวิชา คหกรรมศาสตร์
คณะ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนพรรณ บุญยรัตกลิน


คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว


.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษิณา เครือหงส์)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชฎาภัทร์ กี่อารีโย)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนพรรณ บุญยรัตกลิน)

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อนุมัติให้นับ
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร


.....คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)

วันที่ ๖ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๒

ชื่อวิทยานิพนธ์	การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบ การแต่งกายสตรีด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลออฟรีน
ชื่อ สกุล	นิติกาญจน์ ธรรมสัญญาศักดิ์
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)
สาขาวิชาและคณะ	คหกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาและออกแบบลวดลายพิมพ์จากลวดลายผ้าลายอย่างโบราณ (2) ออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากลวดลายผ้าลายอย่างโบราณด้วยการพิมพ์ดิจิทัลออฟรีน และ (3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลายจำนวน 3 ท่าน และสตรีวัยทำงานเขตพระนคร ช่วงอายุระหว่าง 35 - 45 ปี จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านลวดลายและรูปแบบผลิตภัณฑ์ และแบบสอบถามความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า การเลือกจากผู้เชี่ยวชาญเลือกลายกุดั่น ลายประจายามก้านแย่ง และลายพุดตาน รูปแบบผลิตภัณฑ์ผู้เชี่ยวชาญเลือกผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าถือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 35 - 40 ปี สถานภาพโสด รายได้ 15,000 - 25,000 บาท/เดือน การศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว เคยซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าพิมพ์ลาย เลือกซื้อ/ใช้แบบสไตล์ตนเอง จากโอกาสที่จะนำไปใช้ แรงจูงใจจากความชอบส่วนตัว และประเด็นการเลือกจากรูปทรง ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์เรียงตามค่าเฉลี่ยดังนี้ ผ้าคลุมไหล่ มีค่าเฉลี่ย 4.10 กระเป๋าถือ มีค่าเฉลี่ย 4.03 และหมวก มีค่าเฉลี่ย 3.72 การตัดสินใจคิดว่าจะซื้อเมื่อผลิตภัณฑ์วางจำหน่าย สนใจเลือกสั่งซื้อผ่านสื่อออนไลน์มากที่สุด ผลิตภัณฑ์ที่สนใจซื้อมากที่สุดคือ กระเป๋าถือ ลวดลายที่สนใจซื้อมากที่สุดคือ ลายประจายามก้านแย่ง ส่วนปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ ลวดลายและสีสันทนของผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ : ผ้าลายอย่าง ลายอย่างโบราณ การพิมพ์ดิจิทัลออฟรีน เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

Thesis Title	A study of ancient fabrics for product design of women's apparel by digital printing techniques
Author	Nitikarn Tammasanyasak
Degree	Master of Home Economics (Home Economics)
Major Program	Home Economics
Academic Year	2018

ABSTRACT

This research aimed to (1) study pattern from ancient fabrics (2) to study design of women's apparel by digital printing techniques and (3) study the satisfaction women's apparel in 3 designs consisting of printed fabric with four-petaled, diamond design in a trellis pattern, Printed fabric with design in a puttern pattern. The population was 100 assessors within the age range 35 - 40 year in Phra Nakhon, Bangkok. The research instrument was a questionnaire. Data were statistically analyzed for Percentage, Mean and Standard Deviation.

Results showed that most respondents ages 31 - 35 years, being single, earning from 15,000 - 25,000 bath. Most got bachelor's degree, Working private business and used to use women's apparel by printed fabric, choose to buy/use your own style, purchase from the opportunity to be used, motivated by personal preferences and, selection issues from shapes. The satisfaction of the respondents towards women's apparel products has a high level of average in all 3 products, according to the following average values: shawls with an average of 4.10, shoulder bags with an average of 4.03 and hats with an average of 3.72. The decision to buy when the product is released. Interested in choosing to order products online most. The products that are most interested in buying are shoulder bags. The pattern that is most interested in buying is diamond design in a trellis pattern. The factors that make the decision to buy the most are the pattern and colour of the product.

Keywords: Ancient pattern, digital printing techniques, and women's apparel.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือ ดูแลเอาใจใส่ เป็นอย่างดีจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนพรรณ บุณยรัตกลิน อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข ให้ข้อเสนอแนะ ติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษิณา เครือหงส์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญากัณฑ์ กี่อาริโย และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนพรรณ บุณยรัตกลิน กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ เป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นคณะกรรมการดำเนินการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้รับแรงบันดาลใจจากผ้าลายอย่างโบราณ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณ ผู้สร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับผ้าพิมพ์ลายอย่างทั้งจากอดีตและปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง ที่สร้างสรรค์ภูมิปัญญา ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมแก่คนรุ่นหลังได้นำมาศึกษา ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญการออกแบบผลิตภัณฑ์ สิ่งทอที่กรุณาให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะในการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับเป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณสตรีวัยทำงานในเขตพื้นที่พระนคร กรุงเทพฯ ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนผู้วิจัยได้รับข้อมูลนำมาประกอบการทำวิจัยสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์

ขอขอบคุณบิดา มารดา เพื่อน ๆ พี่น้องตลอดจนบุคคลต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องข้องในการ อำนวยความสะดวกและให้กำลังใจระหว่างการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงไว้ ณ โอกาสนี้

นิติกานุจน์ ธรรมสัญญาศักดิ์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
Abstract	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญภาพ	(9)
สารบัญแผนภูมิ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	2
1.4 ข้อตกลงเบื้องต้น	3
1.5 นิยามศัพท์	3
1.6 กรอบแนวความคิด	4
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์	6
2.2 ผ้าลายอย่างโบราณ	10
2.3 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์	15
2.4 เทคนิคการพิมพ์ผ้าด้วยระบบดิจิทัลพรีนต์	27
2.5 องค์ความรู้เกี่ยวกับผู้บริโภค	28
2.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ	31
2.7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38
บทที่ 3 วิธีดำเนินการ	43
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	43
3.2 เครื่องมือที่ใช้	44
3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	44
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	57

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	57
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	57
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	60
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	60
4.2 ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	60
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	61
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	89
5.1 สรุปผล	89
5.2 ข้อเสนอแนะ	98
เอกสารอ้างอิง	99
ภาคผนวก	102
ภาคผนวก ก แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อสีสนและลวดลาย	103
ภาคผนวก ข แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี	108
ภาคผนวก ค ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี	113
ภาคผนวก ง แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี	115
ภาคผนวก จ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภค ต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี	130
ภาคผนวก ฉ รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ	135
ภาคผนวก ช หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ	137
ภาคผนวก ซ หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง	141
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	143

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	ผลการคัดเลือกแบบร่างลวดลายและสีสันทของผ้าลายอย่าง	50
3.2	ผลการคัดเลือกแบบร่างเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี	53
4.1	จำนวนและร้อยละของสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม	61
4.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลประกอบการใช้เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี	62
4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจผ้าคลุมไหล่	64
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจรูปแบบของผ้าคลุมไหล่	65
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของผ้าคลุมไหล่	65
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจหมวก	66
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจรูปแบบของหมวก	66
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของหมวก	67
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจกระเป๋าถือ	67
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจรูปแบบของกระเป๋าถือ	68
4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของกระเป๋าถือ	68
4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจผ้าคลุมไหล่ลายกุดั่น	69
4.13	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของผ้าคลุมไหล่ลายกุดั่น	69
4.14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสันทของผ้าคลุมไหล่ลายกุดั่น	70
4.15	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับผ้าคลุมไหล่ลายกุดั่น	70
4.16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจผ้าคลุมไหล่ลายประจํายามก้านแย่ง	71
4.17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของผ้าคลุมไหล่ลายประจํายามก้านแย่ง	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสนของผ้าคลุมไหล่ ลายประจำยามก้านแย่ง	72
4.19	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับ ผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง	72
4.20	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน	73
4.21	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของผ้าคลุมไหล่ ลายพุดตาน	73
4.22	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสนของผ้าคลุมไหล่ ลายพุดตาน	74
4.23	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน	74
4.24	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจหมวกลายกุดั่น	75
4.25	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของหมวกลายกุดั่น	75
4.26	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสนของหมวกลายกุดั่น	76
4.27	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับ หมวกลายกุดั่น	76
4.28	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจหมวกลายประจำยามก้านแย่ง	77
4.29	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของหมวก ลายประจำยามก้านแย่ง	77
4.30	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสนของหมวก ลายประจำยามก้านแย่ง	78
4.31	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับ หมวกลายประจำยามก้านแย่ง	78
4.32	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจหมวกลายพุดตาน	79
4.33	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของหมวกลายพุดตาน	79
4.34	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสนของหมวกลายพุดตาน	80
4.35	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสม กับหมวกลายพุดตาน	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.36	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจกระเป๋าลายกุตุ้น	81
4.37	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของกระเป๋าลายกุตุ้น	81
4.38	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสันทองกระเป๋าลายกุตุ้น	82
4.39	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับกระเป๋าลายกุตุ้น	82
4.40	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจกระเป๋าลายประจำยามก้านแย่ง	83
4.41	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของกระเป๋าลายประจำยามก้านแย่ง	83
4.42	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสันทองกระเป๋าลายประจำยามก้านแย่ง	84
4.43	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับกระเป๋าลายประจำยามก้านแย่ง	84
4.44	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจผลิตภัณฑ์กระเป๋าลายพุดตานโดยรวมรายด้าน	85
4.45	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของกระเป๋าลายพุดตาน	85
4.46	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสันทองกระเป๋าลายพุดตาน	86
4.47	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับกระเป๋าลายพุดตาน	86
4.48	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีที่ตัดเย็บด้วยผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลาย	87

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวความคิด	4
2.1	ผ้าเขียนลายอย่างโบราณ	11
2.2	ผ้าเขียนลายประจำยามก้านแย่ง	12
2.3	ผ้าเขียนลายดอกไม้แปดกลีบ	12
2.4	ลายไทยจากจิตรกรรมฝาผนัง	13
2.5	ลายไทยในเครื่องเบญจรงค์	13
2.6	แม่พิมพ์ไม้สำหรับกดลายทับผ้า	14
2.7	การใช้แม่พิมพ์ไม้กดทับผ้า	14
2.8	ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น	30
2.9	แบบจำลองพฤติกรรมการซื้อ	31
2.10	ภาพรวมของขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ	32
3.1	แบบร่างลวดลายและสีสันทายกุดั่น	47
3.2	แบบร่างลวดลายและสีสันทายประจำยามก้านแย่ง	48
3.3	แบบร่างลวดลายและสีสันทายพุดตาน	49
3.4	ลวดลายและสีสันทายพุดตาน แบบที่ 1 จากการคัดเลือกของผู้เชี่ยวชาญ	51
3.5	ลวดลายและสีสันทายประจำยามก้านแย่ง แบบที่ 1 จากการคัดเลือกของผู้เชี่ยวชาญ	51
3.6	ลวดลายและสีสันทายพุดตาน แบบที่ 2 จากการคัดเลือกของผู้เชี่ยวชาญ	51
3.7	แบบร่างเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประเภทผ้าคลุมไหล่	52
3.8	แบบร่างเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประเภทหมวก	53
3.9	แบบร่างเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประเภทกระเป๋าถือ	53
3.10	แบบร่างผ้าคลุมไหล่ แบบที่ 2 จากการคัดเลือกของผู้เชี่ยวชาญ	55
3.11	แบบร่างหมวก แบบที่ 6 จากการคัดเลือกของผู้เชี่ยวชาญ	55
3.12	แบบร่างกระเป๋าถือ แบบที่ 6 จากการคัดเลือกของผู้เชี่ยวชาญ	56

สารบัญแนกมุ

ตารางที่

หน้า

- 3.1 ขั้นตอนการออกแบบแบบลวดลายและผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบ
การแต่งกายสตรี

46



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผ้าเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยที่บ่งบอกถึงความรุ่งเรืองของวัฒนธรรมประจำชาติและความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยในความสามารถทำเครื่องนุ่งห่มและผลิตภัณฑ์ใช้สอยประจำวัน ผ้าโบราณของไทยบางประเภท มีมาตั้งแต่สมัยสุโขทัยและสมัยอยุธยา ส่วนมากเป็นผ้าที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในราชสำนักสมัยต่าง ๆ โดยการนุ่งห่มในราชสำนัก ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือแสดงออกเพื่อบ่งบอกถึงยศถาบรรดาศักดิ์และบทบาททางสังคม ขณะเดียวกันศิลปะบนผืนผ้า ลวดลายวิจิตรที่ปรากฏ ทั้งที่เกิดจากการทอและการเขียนสีลงไปบนผ้ายังบอกเล่าถึงเรื่องราวในชุมชน สังคม และวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่เป็นรากเหง้าของความเป็นไทยในแต่ละภูมิภาค ดังปรากฏผลการศึกษผ้าพิมพ์ลายโบราณในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติซึ่งได้รับความเห็นชอบจากกรมศิลปากร โดยณัฐภักดิ์ จันทวิช (2545) กล่าวว่า ผ้าไทยโบราณตั้งแต่สมัยอยุธยาจนถึงสมัยรัตนโกสินทร์สามารถจำแนกได้ 2 ประเภทคือ ผ้าที่ทอในประเทศทั้งภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้เช่น ผ้ายกจากภาคเหนือ ผ้าสมปักปุมหรือมัดหมี่จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผ้ายกไหม ผ้ายกดินจากนครศรีธรรมราช และผ้าที่สั่งทำจากต่างประเทศเช่น ผ้าพิมพ์หรือผ้าลายตามแบบและลวดลายที่ช่างหลวงราชสำนักสยามเป็นผู้กำหนดแล้วส่งแบบไปให้ช่างชาวอินเดียซึ่งขณะนั้นเป็นแหล่งผลิตสิ่งทอคุณภาพเยี่ยมทำการผลิต

ผืนผ้าที่มีลวดลายสวยงามนั้นได้รับความนิยมมายาวนาน ปัจจุบันนักออกแบบที่ชื่นชอบการใช้ลวดลายผ้ามาสร้างสรรค์คอลเลกชัน (Collection) เสื้อผ้าของตนให้มีความโดดเด่นมากขึ้น (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2561) ทำให้ผ้าพิมพ์ลายถูกนำมาใช้สนองความต้องการตามยุคตามสมัยอย่างแพร่หลาย แต่กระบวนการผลิตผ้าพิมพ์ลายอย่างที่ต่อมา ช่างไทยสามารถผลิตได้เองไม่ต้องส่งไปให้ชาวอินเดียผลิต แต่ขั้นตอนยังเป็นการใช้พิมพ์ไม้และวาดด้วยมือ ซึ่งหากต้องการผ้าที่มีสีซับซ้อนเช่น ผ้าลายทอง จะต้องใช้วิธีวาดด้วยมือทับหลังพิมพ์ลายเสร็จ ทำให้ผลิตได้ช้าและมีปริมาณน้อย ปัจจุบันจึงมีการนำเทคโนโลยีการพิมพ์ระบบดิจิทัลพริ้นต์ ซึ่งถูกพัฒนาให้สามารถพิมพ์ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ในลักษณะของเครื่องพิมพ์แบบพ่นหมึก หรือ Ink Jet ขนาดใหญ่และพิมพ์ได้ยาวต่อเนื่อง สามารถสั่งพิมพ์ได้จากไฟล์ดิจิทัลต่าง ๆ เช่น AI, JPG, TIFF ได้โดยตรง จึงไม่ต้องทำบล็อกสกรีน ทำให้การพิมพ์ลายบนผ้ามีความสะดวก พิมพ์ลายที่มีความซับซ้อนไม่จำกัดจำนวนสีได้เป็นอย่างดี แม้จะมีข้อจำกัดคือ ความเร็วและการผลิตปริมาณมากยังสู้ระบบการพิมพ์สกรีนแบบ Rotary ไม่ได้ แต่มีข้อได้เปรียบหากนำมาใช้ในการพิมพ์บู้ฟี่ ในกรณีต้องการผลิตผ้าลายอย่างที่มีสีซับซ้อนหรือผืนผ้าที่ต้องการกำหนดโทนสีเช่น สีไทย สีโบราณ สีไทยโทน ซึ่งทำให้ลดต้นทุนการผลิตลงได้มาก นอกจากนั้นยังช่วยประหยัดเวลาเพราะไม่ต้องเตรียมแม่พิมพ์ ใช้เวลาการผลิตที่สั้นลงตอบสนองความต้องการนำเสนอสินค้าคอลเลกชัน (Collection) ใหม่ ๆ ที่รวดเร็วมากขึ้นในปริมาณที่น้อยลงเพื่อนำไปสู่ตลาดที่มีเอกลักษณ์และสนองความต้องการในกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเฉพาะมากขึ้น ตลอดจนการ

ก้าวสู่ตลาดใหม่ สิ่งทอตามสั่ง สำหรับนักออกแบบลายผ้าหรือผู้ใช้ผ้า สามารถส่งแบบหรือภาพผ่านระบบออนไลน์ แล้วผ้าที่สั่งก็จะถูกพิมพ์ลายลงบนผืนผ้าเสร็จแล้วก็จะส่งกลับไปยังผู้สั่งสินค้า เป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สิ่งทอให้มีความโดดเด่นอย่างริเริ่มสร้างสรรค์ ลักษณะของงานปรุงแต่งตามกระแสของผู้บริโภคในสังคม (มานพ ชุ่มอ่อน, 2555) สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสร้างความแตกต่างเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาดได้

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 11 รัฐบาลมุ่งเน้นส่งเสริมให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่พัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาลวดลายจากผ้าลายอย่างโบราณเพื่อนำมาออกแบบลายพิมพ์บนผ้าสปันเรยอนด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพริ้นต์ (Digital Printing) เนื่องจากผ้าลายอย่างเป็นภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษที่ทรงคุณค่า ลวดลายที่ปรากฏบนผืนผ้าเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ควรนำมาพัฒนาต่อยอดให้ปรากฏบนผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นให้ตอบสนองกระแสนิยมลวดลายบนผืนผ้าของคนไทย ให้มีข้อมูลต่อยอดสู่กระบวนการผลิตเชิงพาณิชย์ในโอกาสต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อศึกษาและออกแบบลวดลายพิมพ์จากลวดลายผ้าลายอย่างโบราณ
- 1.2.2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากลวดลายผ้าลายอย่างโบราณด้วยการพิมพ์ดิจิทัลพริ้นต์ (Digital Printing)
- 1.2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีด้วยการพิมพ์ดิจิทัลพริ้นต์ (Digital Printing) มีขอบเขตในการศึกษาดังต่อไปนี้

1.3.1 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ สตรีวัยทำงาน ช่วงอายุระหว่าง 35 - 45 ปี จำนวน 100 คน

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.3.2.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผ้าลายอย่างโบราณ โครงสร้างลวดลายโบราณเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบลวดลาย

1.3.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าที่ใช้เป็นวัสดุหลักในการพิมพ์ทับลวดลายได้แก่ ผ้าสปันเรยอน

1.3.2.3 ศึกษาขั้นตอนการพิมพ์โบราณและการพิมพ์ระบบดิจิทัลพริ้นต์ (Digital Printing)

1.3.2.3 ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

1.4 ข้อตกลงเบื้องต้น

1.4.1 กำหนดกรณีศึกษาลายอย่างโบราณจำนวน 3 ลาย ได้แก่ ลายกุตุ้น ลายประจำยาม ก้านแย่ง และลายพุดตาน

1.4.2 เลือกใช้กระบวนการพิมพ์ด้วยระบบดิจิทัลพริ้นต์ (Digital Printing)

1.4.3 ผ้าที่ใช้พิมพ์ลายอย่างคือ ผ้าสปันเรยอน

1.4.4 ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลาย ประกอบด้วย ผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าถือ

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 **ผ้าลายอย่างโบราณ** หมายถึง ผ้าพิเศษที่ใช้ในกิจการของราชสำนักไทยเป็นการเฉพาะ โดยให้ช่างหลวงออกแบบเขียนลายไทยพร้อมทั้งกำหนดสีส่งไปเป็นต้นแบบให้อินเดียผลิตผ้าพิมพ์ตามแบบและลายที่ไทยส่งไป ส่วนมากเป็นผ้าฝ้ายเนื้อละเอียด พิมพ์ลายเป็นสีต่าง ๆ ใช้นุ่งโจงกระเบนจึงเป็นผ้าผืนใหญ่ กว้างประมาณ 90-120 เซนติเมตร ยาวประมาณ 3.5-4.5 หลา หรือประมาณ 300-400 เซนติเมตร แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ท้องผ้าหรือส่วนกลางผ้า ซึ่งมีพื้นที่มากที่สุด อาจเป็นสีพื้นเช่น สีเขียว เรียกผ้าท้องเขียว สีแดง เรียก ผ้าท้องแดง หรือทำเป็นลายต่าง ๆ เช่น ลายเทพพนม ลายเทพรำ ลายดอกไม้ ลายราชวัตร เรียก ผ้าท้องลาย

ส่วนที่ 2 เชิงผ้าหรือชายผ้า ทั้งสองข้างมักทำเป็นลายกรวยเชิง ต่อมาเป็นลายดอกไม้ ลายประจำยามก้ามปู หรือลายอื่น ๆ

ส่วนที่ 3 ขอบผ้าหรือริมผ้าด้านยาวทั้งสองข้าง ทำเป็นขึ้นหรือเส้นประ ลายไขปลา สองแนว

1.5.2 **ผ้าลายอย่าง** หมายถึง ผ้าพิมพ์ที่ช่างไทยพัฒนาขึ้นมาจากผ้ายกไหม ผ้าปักซึ่งต้องใช้ความประณีตสูง ผลิตได้ช้า จึงพัฒนามาเป็นการพิมพ์ลายลงบนผ้าขาวแต่ถ้าต้องการให้พื้นเป็นสีก็ย้อมสีที่ต้องการหลังจากพิมพ์ลายแล้ว และถ้าต้องการให้ลายเป็นสีที่แต่งแต้มลงไป ลายที่นิยมเขียนคือ ลายเทพพนม ลายพรหมสีหน้า ลายก้านชดกนินรรำ ลายพรรณพฤษภา ลายพุ่มข้าวบิณฑ์ เป็นต้น โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดลวดลายพิมพ์ที่ศึกษาจากผ้าลายอย่างโบราณจำนวน 3 ลายดังนี้

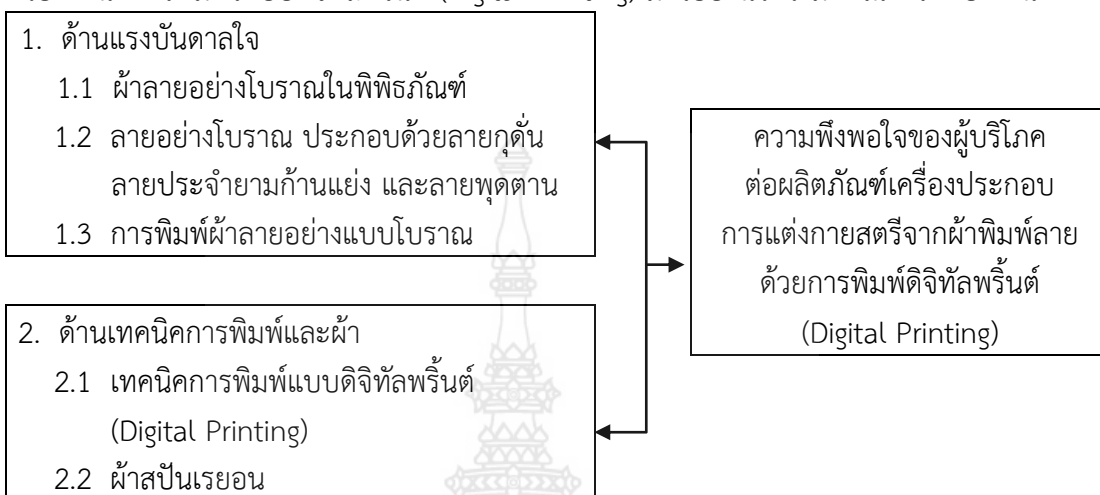
1.5.2.1 ลายกุตุ้น เป็นลายดอกไม้ 4 กลีบ ทรงดอกเป็นวงกลมอยู่กลางกรอบ ทรงเรขาคณิต

1.5.2.2 ลายประจำยามก้านแย่ง เป็นลายที่มีลักษณะคล้ายกลีบบัว มีทั้งหมด 4 กลีบ ตรงกลางเป็นรูปวงกลม รอบวงกลมสี่ด้านประกอบด้วยบัวกระจังใบเทศและมีลายเถาประกอบเป็นแฉกโค้งบรรจบกันลงทุก ๆ ร่วมเถา ทำให้ดูคล้ายกับว่าเถาหรือก้านแย่งดอกกัน

1.5.2.3 ลายพุดตาน เป็นลายที่มีมาจากธรรมชาติเป็นสิ่งดลใจ และช่างได้อาศัยเป็นแบบอย่างลักษณะจากดอกไม้คือ ดอกพุดตาน

1.6 กรอบแนวความคิด

การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพริ้นต์ (Digital Printing) มีกรอบแนวความคิดในการศึกษาดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิด

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.7.1 ได้ข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายจากผ้าลายอย่างโบราณ
- 1.7.2 มีงานสร้างสรรค์ลายพิมพ์สำหรับพิมพ์ทับผ้าสปีนเรยอนด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพริ้นต์ (Digital Printing)
- 1.7.3 ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี
- 1.7.4 ทราบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี
- 1.7.5 เป็นทางเลือกใหม่ให้แก่ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความคิดเชิงสร้างสรรค์ด้วยแรงบันดาลใจจากภูมิปัญญาลวดลายผ้าลายอย่างโบราณ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีด้วยการพิมพ์ดิจิทัลพรีนต์ (Digital Printing) ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์
- 2.2 ผ้าลายอย่างโบราณ
- 2.3 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์
- 2.4 เทคนิคการพิมพ์แบบดิจิทัลพรีนต์ (Digital Printing)
- 2.5 องค์ความรู้เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

นโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มีที่มาจากนโยบายด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานทางศิลปะ (Art-Related Industries) ซึ่งเกิดจากการปรับตัวครั้งใหญ่ของนโยบายเศรษฐกิจโลกช่วงทศวรรษที่ 1990 โดยใช้เป็นแนวทางการสร้างเสริมศักยภาพเศรษฐกิจของประเทศอังกฤษที่ประสบความสำเร็จกลายเป็นประเทศชั้นนำในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ในระหว่างปี 1997 - 2004 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของอังกฤษเติบโตด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ 7 หรือเป็น 4 เท่าของภาคการผลิตแบบเดิม (ใจภักดิ์ บุรพเจตนา, 2555)

องค์การระหว่างประเทศที่ทำหน้าที่ดูแลควบคุมและส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) และองค์การการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (องค์การ) (The United Nations Conference on Trade and Development: UNCTAD) ต่างให้คำจำกัดความของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้โดยคำจำกัดความของ UNESCO เศรษฐกิจสร้างสรรค์คือ “อุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงานและความมั่งคั่งโดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา” ในขณะที่องค์กรที่ให้คำจำกัดความคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างละเอียด และมีการนำเสนอในรูปแบบของรายงานอย่างเป็นทางการมากที่สุดคือ UNCTAD ในรายงาน "Creative Economy Report 2008" โดย UNCTAD ได้ให้คำนิยามของคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ดังนี้ (UNCTAD, 2008 อ้างถึงใน อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ, 2553)

1. เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวความคิดในการสร้างความเจริญเติบโตและการพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์

2. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ทำให้เกิดการสร้างรายได้ สร้างงาน และสร้างรายได้จากการส่งออก ในขณะเดียวกันก็เป็นการส่งเสริมกิจกรรมทางสังคม สนับสนุนความหลากหลายทางวัฒนธรรม และเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

3. เศรษฐกิจสร้างสรรค์เชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสังคมให้มีปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญาและการท่องเที่ยว

4. เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เน้นองค์ความรู้เกี่ยวข้องกับมิติทางด้านการพัฒนาการ เป็นการเชื่อมโยงทุกภาคส่วนทางเศรษฐกิจทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค

5. เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประเทศต้องกำหนดยุทธศาสตร์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ที่มีความหลากหลายทางแนวคิด และต้องการการปฏิบัติงานร่วมกันในทุก ๆ หน่วยงาน

6. หัวใจสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่ที่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

2.1.1 หลักการของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

แนวคิดกระแสหลักหรือแนวคิดของภาครัฐ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นแนวคิดที่จะสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งต่อภาคการผลิต บริการ ภาคการขาย หรือแม้แต่อุตสาหกรรมบันเทิง เป็นแนวคิดที่อยู่บนการทำงานแบบใหม่ที่มีปัจจัยหลักมาจากความสามารถและทักษะพิเศษของบุคคล เป็นระบบเศรษฐกิจใหม่ที่มีกระบวนการนำเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจและเทคโนโลยีมารวมเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) หรืออุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (Culture Industry) และหากจะชี้ชัดให้เห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้น ธุรกิจที่ภาครัฐมองว่าจัดอยู่ในข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้แก่ งานโฆษณา สถาปัตยกรรม งานฝีมือและการออกแบบ แฟชั่นและเครื่องนุ่งห่ม ภาพยนตร์และวิดีโอ การออกแบบกราฟิก ซอฟต์แวร์เพื่อการศึกษาและการพักผ่อนหย่อนใจ ดนตรีและผลงานเพลง ศิลปะการแสดงและบันเทิง การเผยแพร่โทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต ผลงานทัศนศิลป์และของเก่า งานเขียนและงานพิมพ์ต่าง ๆ โดยหลักการแล้วเป็นการนำเอาคุณค่าทางวัฒนธรรมมาพัฒนาความเจริญทางเศรษฐกิจแต่ละประเทศ ซึ่งสมาชิกประชาคมอาเซียนสนับสนุนหลักการนี้ โดยเห็นว่าแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเป็นตัวช่วยประสานเชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมที่หลากหลายในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศประชาคมอาเซียน (สยามรัฐ, 2560)

2.1.2 ขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การกำหนดขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากองค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา UNCTAD และในประเทศไทย (เสาวฤทธิ์ กุสุมา ณ อยุธยา, 2553) มีดังนี้

2.1.2.1 องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา UNCTAD ได้กำหนดขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ดังนี้

1) ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Culture Heritage) อุตสาหกรรมประวัติศาสตร์ โบราณคดี ประเพณี ความเชื่อ และสภาพทางสังคม มี 2 กลุ่มคือ

1.1) กลุ่มการแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Cultural Express) เช่น ศิลปะและงานฝีมือ เทศกาล งาน และงานฉลอง เป็นต้น

1.2) กลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Culture Sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน หอสมุด และการแสดงนิทรรศการ เป็นต้น

2) ประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มสื่อผลิตงานสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ มีอีก 2 กลุ่มคือ

2.1) งานศิลปะ (Visual Arts) เช่น ภาพวาด รูปปั้น ภาพถ่ายและวิดีโอโบราณ เป็นต้น

2.2) ศิลปะการแสดง (Performing Arts) เช่น การแสดงดนตรี การแสดงละคร การเต้นรำ โอเปร่า ละครสัตว์ และการเชิดหุ่นกระบอก เป็นต้น

3) ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มผลิตงานสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ มี 2 กลุ่มคือ

3.1) งานสื่อสิ่งพิมพ์ (Publishing and Printed Media) เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ และสิ่งตีพิมพ์อื่น ๆ

3.2) งานโสตทัศน (Audio Visual) เช่น ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุ และการออกอากาศอื่น ๆ

4) ประเภทหน้าที่ (Function Creation) เป็นกลุ่มของสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน มี 3 กลุ่มคือ

4.1) กลุ่มออกแบบ (Design) เช่น การออกแบบภายใน กราฟิก แฟชั่น อัญมณี และของเด็กเล่น เป็นต้น

4.2) กลุ่มสื่อสมัยใหม่ (New Media) เช่น ซอฟต์แวร์ วีดีโอเกม และเนื้อหาดิจิทัล เป็นต้น

4.3) กลุ่มบริการทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative Services) เช่น บริการทางสถาปัตยกรรม โฆษณา วัฒนธรรมและนันทนาการ งานวิจัยและพัฒนา บริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัล และความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น

2.1.2.2 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552) ได้กำหนดขอบเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยซึ่งเป็นการกำหนดกรอบโดยกว้างเพื่อประโยชน์ในการวัดขนาดทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ของไทยและสะท้อนถึงความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย โดยยึดรูปแบบของ UNCTAD เป็นกรอบ และปรับเปลี่ยนตามรูปแบบของ UNESCO แบ่งเป็น 4 กลุ่มหลัก และ 15 สาขาย่อยประกอบด้วย

1) มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ (Heritage or Cultural/Biodiversity - Based Heritage) แบ่งเป็น 4 หมวดคือ

1.1) งานฝีมือและหัตถกรรม

1.2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางชีวภาพ

1.3) การแพทย์แผนไทย

1.4) อาหารไทย

2) ศิลปะ (Arts) แบ่งเป็น 2 หมวด คือ

2.1) ศิลปะการแสดง

2.2) ทัศนศิลป์

3) สื่อ (Media) แบ่งเป็น 4 หมวด คือ

- 3.1) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์
- 3.2) การพิมพ์
- 3.3) การกระจายเสียง
- 3.4) ดนตรี
- 4) งานสร้างสรรค์และออกแบบ (Functional Creation) แบ่งเป็น 5

หมวด คือ

- 4.1) การออกแบบ
- 4.2) แฟชั่น
- 4.3) สถาปัตยกรรม
- 4.4) การโฆษณา
- 4.5) ซอฟต์แวร์

ผ้าลายอย่างถือเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญ จากโบราณผ้าลายอย่างจะเป็นเครื่องบ่งบอกฐานะผู้สวมใส่และยังเป็นสินค้าเพื่อการส่งออก ทั้งยังถูกนำมาใช้เป็นเครื่องบรรณาการสำหรับต่างชาติเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้า และไว้ใช้ต้อนรับชาวต่างชาติที่เข้ามาในไทย นับว่าผ้าลายอย่างเป็นสินค้าทางเศรษฐกิจที่มีคุณค่าทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เล่าเรื่องผ่านลวดลายบนผืนผ้าโดยฝีมือช่างไทยที่ได้ออกแบบลวดลายผ่านศิลปะไทยมาผสมผสานร่วมกันเพื่อออกแบบตัวอย่างลายผ้าจนได้ผ้าลายอย่าง จึงกล่าวได้ว่าผ้าลายอย่างเป็นมรดกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมในด้านงานศิลปะและงานฝีมือของชาวไทย ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ที่มีกระบวนการนำวัฒนธรรมภูมิปัญญาดั้งเดิม เศรษฐกิจและเทคโนโลยีมารวมกัน ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

ผู้วิจัยจึงสนใจลวดลายผ้าอย่างโบราณที่มีความงดงามของฝีมือชาวไทยในอดีตซึ่งทำการผลิตผ้าโดยใช้วิธีการพิมพ์และวาดด้วยมือ ซึ่งทำให้ใช้ระยะเวลานาน ในการผลิตแต่ละครั้งได้ผ้าจำนวนไม่มาก เนื่องจากจากการผลิตมีความซับซ้อนและเป็นงานฝีมือจึงทำให้ผ้าลายอย่างหายไ้คงเหลือแต่คุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ้าไทยในอดีต

จากแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่มีแนวทางในการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาแทนที่การพิมพ์แบบดั้งเดิมคือ เทคโนโลยีการพิมพ์ดิจิทัลพริ้นต์ (Digital Printing) ทำให้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดียิ่งขึ้นได้ครั้งละจำนวนมาก อีกทั้งต้นทุนการผลิตลดลงอีกด้วย ทำให้ผ้าลายอย่างที่เป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะเครื่องนุ่งห่มในอดีต สามารถนำไปต่อยอดกับผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทำให้ผ้าลายอย่างเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังคงรักษาคุณค่าของผ้าลายอย่างให้คงอยู่ต่อไป

2.2 ผ้าลายอย่างโบราณ

2.2.1 ความเป็นมาของผ้าลายอย่าง

ผ้าลายอย่าง เป็นผ้าพิเศษใช้ในกิจการของราชสำนักโดยเฉพาะ โดยให้ช่างหลวงออกแบบเขียนลายไทยพร้อมทั้งกำหนดสีส่งไปเป็นต้นแบบให้อินเดียผลิตผ้าพิมพ์ตามแบบและลายที่ไทยส่งไป ผ้าพิมพ์ที่มีลายตามกระบวนลายไทยดังกล่าวเรียกว่า “ผ้าลายอย่าง” หรือ “ผ้าพิมพ์ลายอย่าง” ผ้าลายอย่างจึงเป็นผ้าที่แสดงถึงองค์ประกอบของการออกแบบลวดลายประดับบนผืนผ้าด้วยภูมิปัญญา

ของช่างชาวสยามอย่างแท้จริง โดยมีช่างอินเดียผลิตตามตัวอย่างที่ส่งไป ราชสำนักสยามเจาะจงใช้ลายอย่างเป็นพระภูษาทรงของพระมหากษัตริย์และพระบรมวงศ์ชั้นสูง เรียกว่า “พระภูษาลายอย่าง” สำหรับใช้ในพระราชพิธีสำคัญเช่น พระราชพิธีบรมราชาภิเษก การเสด็จออกประทับทูตานุทูตต่างประเทศ อย่างเป็นทางการใหญ่ นอกจากนี้ยังใช้สำหรับพระราชทานแก่ขุนนางสำหรับนุ่งเข้าเฝ้าตามบรรดาศักดิ์ ในพระราชพิธีที่สำคัญหรือเข้าร่วมกระบวนแห่ในพระราชพิธีต่าง ๆ ดังนั้นผ้าลายอย่างแต่โบราณจึงเป็นผ้าที่สงวนไว้เฉพาะสำหรับการใช้สอยในราชสำนักและผู้ที่ได้รับพระราชทานเท่านั้น มีอาจซื้อหามา นุ่งห่มเองตามอำเภอใจได้ (ณัฐภักทร จันทวิช, 2545) ต่อมาผ้าที่สั่งจากต่างประเทศแต่คุณภาพไม่เสมอกัน ผ้าที่มีคุณภาพรอง ๆ ลงมาจึงพระราชทานให้ข้าราชการบริพารหรือจำหน่ายให้แก่คหบดีและสามัญชน เป็นเหตุให้ผ้าชนิดนี้แพร่ไปสู่สามัญชนจนเกิดความนิยม ช่างชาวอินเดียได้ทำลายเลียนแบบลายที่ช่างไทยส่งไป แล้วพิมพ์ส่งเข้ามาขายในหมู่ประชาชนเรียกว่า ผ้าลายอย่างนอก หรือผ้าลายไทย

ผ้าลายอย่างที่ไทยสั่งพิมพ์มาจากประเทศอินเดียส่วนใหญ่มาจากแคว้นคุชรา (Gujarat) คือเมืองอาห์เมดาบัด (Ahmedabad) และเมืองสุหรัทหรือสุรัต (Surat) ทั้งสองเมืองเป็นแหล่งผลิตผ้าพิมพ์ที่สำคัญมาแต่โบราณ

ผ้าลายอย่างส่วนมากเป็นผ้าฝ้ายเนื้อละเอียด พิมพ์ลายเป็นสีต่าง ๆ ใช้นุ่งโจงกระเบนจึงเป็นผ้าผืนใหญ่ กว้างประมาณ 90 - 120 เซนติเมตร ยาวประมาณ 3.5 - 4.5 หลา หรือประมาณ 300 - 400 เซนติเมตร แบ่งเป็น 3 ส่วน (วิบูลย์ ลีสุวรรณ, 2550) คือ

ส่วนที่ 1 ท้องผ้า หรือส่วนกลางผ้า ซึ่งมีพื้นที่มากที่สุด อาจเป็นสีพื้นเช่น สีเขียว เรียกผ้าท้องเขียว สีแดง เรียก ผ้าท้องแดง หรือทำเป็นลายต่าง ๆ เช่น ลายเทพพนม ลายเทพรา ลายดอกไม้ ลายราชวัตร เรียก ผ้าท้องลาย

ส่วนที่ 2 เชิงผ้า หรือชายผ้า ทั้งสองข้างมักทำเป็นลายกรวยเชิง ต่อมาเป็นลายดอกไม้ ลายประจำยามกำมปู หรือลายอื่น ๆ

ส่วนที่ 3 ขอบผ้าหรือริมผ้าด้านยาวทั้งสองข้าง ทำเป็นชั้นหรือเส้นประลายไข่งปลาสองแนว



ภาพที่ 2.1 ผ้าเขียนลายอย่างโบราณ

ที่มา: ณัฐภักทร จันทวิช (2545)



ภาพที่ 2.2 ผ้าเขียนลายประจายามก้านแย่ง
ที่มา: อนุรักษ์ภัทร จันทวิช (2545)



ภาพที่ 2.3 ผ้าเขียนลายดอกไม้แปดกลีบ
ที่มา: อนุรักษ์ภัทร จันทวิช (2545)

2.2.2 ลายไทยในผ้าลายอย่างโบราณ

ผ้าลายอย่างเป็นผ้าพิมพ์ที่ช่างไทยพัฒนาขึ้นมาจากผ้ายกไหม ผ้าปัก ซึ่งต้องใช้ความประณีตสูง ผลิตได้ช้า จึงพัฒนามาเป็นการพิมพ์ลายลงบนผ้าขาว แต่ถ้าต้องการให้พื้นเป็นสีก็ย้อมสีที่ต้องการหลังจากพิมพ์ลายแล้ว และถ้าต้องการให้ลายเป็นสีก็แต่งแต้มลงไป การแต้มสีลงบนผ้าพิมพ์หรือผ้าลายอย่างนี้เป็นที่มาของผ้าเขียนทอง หรือผ้าลายเขียนทอง ซึ่งเป็นผ้าสำหรับเจ้านายชั้นสูงในราชสำนัก เชื่อกันว่า ผ้าลายอย่างนี้ช่างไทยเป็นผู้ออกแบบลวดลาย ส่งไปพิมพ์ที่อินเดียแล้วนำมาเขียนลายทองภายหลัง ลายที่นิยมเขียนคือ ลายเทพพนม ลายพรหมสี่หน้า ลายก้านขดกนกรร่า ลายพรรณพุกษา ลายพุ่มข้าวบิณฑ์ เป็นต้น ลวดลายเหล่านี้เข้าใจว่า ช่างที่ออกแบบได้ความบันเทิงใจมาจากลวดลายและรูปแบบของสถาปัตยกรรมไทย ลวดลายจากภาพจิตรกรรมไทย และลวดลายบนเครื่องถ้วยโบราณ โดยเฉพาะลวดลายของเครื่องถ้วยเบญจรงค์ ลวดลายที่ช่างไทยออกแบบเหล่านี้มีความละเอียดประณีตยิ่ง (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ, 2559)



ภาพที่ 2.4 จิตรกรรมฝาผนังวัดคงคาราม
ที่มา: น. ณ ปากน้ำ (2554)



ภาพที่ 2.5 ลายไทยในเครื่องเบญจรงค์
ที่มา: เครื่องเบญจรงค์ (2561)

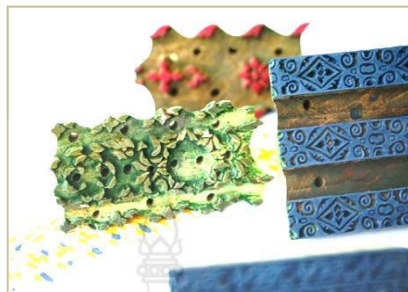
2.2.3 วิธีพิมพ์ผ้า

การพิมพ์ผ้ามีหลายวิธี โดยพระยาอนุমানราชชนให้ความเห็นเกี่ยวกับผ้าชนิดนี้ว่า “.....เมื่อหม่อมฉันไปอินเดีย พ.ศ. 2434 รัฐบาลกะโปแกรมให้หม่อมฉันไปเมืองสุหรัตด้วย เพราะว่า เขาเป็นที่ทำผ้าลายส่งมาเมืองไทยปีละหลายล้านรูปีย ไปดูไม่เห็นมีโรงจักรกลอันใด ทำตามบ้านราษฎร และผู้หญิงกับเด็ก ๆ ทำแทบทั้งนั้น ใช้ผ้าขาวซึ่งสั่งซื้อมาแต่ประเทศอังกฤษ เอามาตัดให้ได้ขนาด ซักน้ำให้หมดแป้งหรือให้เนื้อแน่นก่อน แล้ววางซึ่งบนพื้นเรือน เอาหมึกทาแผ่นไม้ลายขนาดสักเท่า ฝ่ามือ พิมพ์ลงกับผืนผ้าต่อ ๆ ไปจนเต็มผืน แล้วจึงเอาไปย้อมเปนสี ถ้าจะให้เม็ดดอกเปนสีอื่นก็แต่เมื่อย้อม แล้ว เมื่อเสร็จกระบวนการพิมพ์เอาเบ้าขัดซักเงา การเหล่านี้ทำด้วยมือตามบ้านราษฎรทั้งนั้น พ่อค้าเปน แต่ซื้อผ้าขาวมาจ่ายและรับผ้าลายไปตีตรามัดเข้ากุลีส่งมาขาย เรื่องผ้าลายดูจะถือเปนหลักได้ว่า (ก) ทำส่งมาจากอินเดียตั้งแต่ดึกดำบรรพ์ (ข) เรียกชื่อตามเมืองที่ทำ คำที่เรียกว่า “ผ้าลายอย่าง” หมายความว่า ไทยให้ลายไปทำ “ผ้าลายอย่างนอก” หมายความว่า เปนลายที่แขกคิดทำตามชอบใจ มีผ้าลายอีกอย่างหนึ่งเรียกว่า “ยามะหวาด” ยังไม่มีในรายชื่อที่ประทานมา ก็เห็นจะเปนชื่อเมืองอีก” (นริศรานูวัตติวงศ์, 2521)

นอกจากบันทึกความรู้จากพระยาอนุমানราชชนซึ่งอธิบายถึงวิธีพิมพ์ผ้าของชาว อินเดียแบบดั้งเดิมแล้ว การพิมพ์ผ้าในปัจจุบันสามารถแบ่งได้ 3 วิธี (วิบูลย์ ลี้สุวรรณ, 2550) ดังนี้

2.2.3.1 พิมพ์ด้วยแม่พิมพ์ไม้ หรือ แม่พิมพ์โลหะ ซึ่งเป็นวิธีการพิมพ์ที่เก่าแก่ที่สุด อาจมีมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์เมื่อประมาณ 5,000 ปีมาแล้ว การพิมพ์ต้องแกะแม่พิมพ์เป็น ลวดลายต่าง ๆ แล้วกดแม่พิมพ์ลงบนหมึกพิมพ์หรือใช้สีทาหน้าแม่พิมพ์แล้วเอาแม่พิมพ์กดลงบนผ้าให้ สีติดผ้า อาจกดเรียงกันเป็นแถวตามความยาวของผ้า หรือกดเรียงกันในแนวขวางบนหน้าผ้า การพิมพ์

ผ้าวิธีนี้อาจพิมพ์สีเดียวหรือพิมพ์หลายสีก็ได้ หรืออาจพิมพ์ด้วยขี้ผึ้งเป็นลวดลายตามต้องการแล้วนำผ้าไปย้อมสีพื้น แล้วพิมพ์สีต่าง ๆ ซ้ำอย่างผ้าลายอย่างหรือผ้าลายนอกอย่างจากอินเดีย



ภาพที่ 2.6 แม่พิมพ์ไม้สำหรับกดลายทับผ้า
ที่มา: ปริญญา เหล่าวิวัฒน์ (2561)



ภาพที่ 2.7 การใช้แม่พิมพ์ไม้กดทับผ้า
ที่มา: ปริญญา เหล่าวิวัฒน์ (2561)

2.3.2.2 การพิมพ์ด้วยขี้ผึ้งแล้วย้อมอย่างผ้าบาติก (Batik) หรือ ผ้าปาเต๊ะ การพิมพ์วิธีนี้มักใช้ฟูกันหรือที่หยอดขี้ผึ้งหรือแม่พิมพ์โลหะ รุมขี้ผึ้งที่หลอมละลายเป็นน้ำแล้วกดลงบนผ้าให้เป็นลายตามความต้องการแล้วย้อมสี ขี้ผึ้งที่เกิดลวดลายตามแม่พิมพ์สีจะไม่ติด เมื่อพิมพ์ขี้ผึ้งแล้วนำไปย้อมสีซ้ำ ๆ กัน เมื่อได้สีตามต้องการแล้วนำไปต้มให้ขี้ผึ้งละลาย ก็จะได้ผ้าที่มีลวดลายและสีตามที่พิมพ์และย้อมไว้ การพิมพ์ผ้าวิธีนี้ปัจจุบันยังทำกันในประเทศอินโดนีเซียและประเทศมาเลเซีย

2.3.2.3 การพิมพ์และเขียน เป็นการสร้างลวดลายโดยการพิมพ์ลวดลายลงบนเนื้อผ้า ซึ่งสันนิษฐานว่าเป็นวิธีการทำลายผ้าที่มีแหล่งอารยธรรมก่อนประวัติศาสตร์บ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี การสร้างลวดลายด้วยการพิมพ์นี้ไม่ปรากฏในผ้าพื้นบ้านของไทย มีแต่ผ้าพิมพ์ที่สั่งมาจากประเทศอินเดียในสมัยรัตนโกสินทร์ได้แก่ ผ้าลายอย่าง ผ้าลายนอกอย่าง ผ้าลายแขก เป็นต้น

2.3 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบใด ๆ นั้นสิ่งที่จำเป็นสำหรับนักออกแบบคือ การสนองความต้องการผู้ใช้งานให้เกิดประโยชน์และความพอใจสูงสุด จากข้อมูลของ (สารานุกรม, 2535) ได้กล่าวถึงการออกแบบที่สัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ คือ การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ควรจะต้องพิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นประการแรกเพื่อจะได้ออกแบบให้ได้ความคงทนถาวรมากน้อยหรือการออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้งานเพียงชั่วคราวของผลิตภัณฑ์นั้น เพราะการออกแบบจะต้องคำนึงถึงวัสดุและเวลาการผลิตไปพร้อมกัน ถ้าออกแบบโดยไม่ได้ศึกษาถึงคุณภาพตามเป้าหมายของการผลิตแล้ว ก็ไม่สามารถออกแบบที่เหมาะสมได้

การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตเช่น เครื่องจักรกลหรือเครื่องทุ่นแรงอื่น ๆ ย่อมเหมาะสมกับวัสดุอย่างหนึ่ง ทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาถึงวัสดุและกระบวนการผลิตไปพร้อมกัน

การออกแบบที่สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอย หน้าที่ใช้สอยเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ออกแบบจะต้องพิจารณา แม้การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องจักรกลซับซ้อน ผู้ออกแบบจะไม่รู้ระบบการทำงานผลิตภัณฑ์นั้นทั้งหมด ก็ควรจะรู้การทำงานของผลิตภัณฑ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค อาจพิจารณาได้สองแง่คือ ความต้องการที่สอดคล้องกับชีวิตการเป็นอยู่และความต้องการที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจความเป็นความต้องการที่เหมาะสมกับวัฒนธรรม ธรรมเนียมและการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

การออกแบบที่มีคุณค่าทางความงาม เรื่องคุณค่าทางความงามกับการออกแบบเพื่อให้การออกแบบตระหนักถึงความงามเด่นชัด ร่วมสมัย และมีความคิดสร้างสรรค์แฝงอยู่ในการออกแบบแต่ละชิ้น นอกจากนั้นแล้วความประณีตบรรจงในการออกแบบหรือผลิตภัณฑ์ยังเป็นคุณค่าส่วนหนึ่งของความงามอีกด้วย

2.3.1 กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์

กระบวนการออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน (นิรัช สุตสังข์, 2549) คือ

2.3.1.1 การพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Concept) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น การค้นคว้าวิจัย แนวคิดจากสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ พัฒนาจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ข้อเสนอแนะหรือข้อวิจารณ์จากบุคคลหลายระดับในโรงงาน และความคิดเห็นจากร้านค้าทั่ว ๆ ไป

2.3.1.2 การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) ซึ่งกระบวนการออกแบบในขั้นนี้เป็นการกลั่นกรองข้อมูลต่าง ๆ ก่อนที่จะนำมาใช้ในการตัดสินใจในการออกแบบต่อไป และสิ่งเหล่านี้ได้แก่ ศักยภาพของตลาดและความสามารถในการผลิต การประเมินด้านงบประมาณ จุดมุ่งหมายและนโยบายของบริษัทถ้าข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้มีคำตอบอย่างชัดเจนและอย่างพอใจแล้ว นักออกแบบก็สามารถดำเนินการต่อไปได้

2.3.1.3 การออกแบบเบื้องต้น (Preliminary Design) ซึ่งนักออกแบบพยายามสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ดีที่สุดและสอดคล้องกับความต้องการมากที่สุด กระบวนการออกแบบ

ในขั้นนี้อาจต้องเกี่ยวข้องกับคนอื่น ๆ ในบริษัทด้วย อันนำไปสู่การเกิดปัญหาต่อไป ดังนั้นการทำงานเป็นคณะและการประสานงาน ตลอดจนการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ

2.3.1.4 การสร้างแบบ (Prototype Build) ซึ่งขั้นตอนนี้ต้องคำนึงถึงธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ ถ้าผลิตภัณฑ์นั้นสามารถจับต้องได้หรือมีโครงร่าง เราก็สามารถสร้างรูปจำลองเพื่อเหตุผลทางการตลาดและการปฏิบัติการผลิตเช่น การสร้างแบบใช้สำหรับการสร้างอาคาร เป็นต้น ดังนั้นในการสร้างต้นแบบจะต้องพิจารณาถึงรายละเอียดของรูปแบบรายการเช่น วัสดุ ขนาด รูปร่าง สัดส่วน เป็นต้น

2.3.1.5 การทดสอบและทดลอง (Test and Trials) ซึ่งเป็นขั้นตอนเพื่อนำผลข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ ก่อนที่จะตัดสินใจครั้งสุดท้าย ดังนั้นการทดสอบและการทดลองจะคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้ คือ

1) การตลาด เพื่อตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นว่า ตลาดมีความต้องการในแง่ของขนาด รูปร่าง ชนิด หรือใคร ที่ไหน เมื่อไหร่ บริษัทต่าง ๆ พยายามสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์จำนวนมากก็เพื่อทดสอบความต้องการทางด้านตลาดด้วย

2) ด้านเทคนิค ต้นแบบต้องมีการทดสอบเพื่อประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ในสภาพปัจจุบันมีสิทธิ์เลือกซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ ถ้าผลิตภัณฑ์นั้นมีข้อบกพร่องลูกค้าย่อมมีอำนาจในการต่อรอง หรือปฏิเสธการซื้อต่อไปด้วย

2.3.1.6 การวิเคราะห์และศึกษาความเป็นไปได้ครั้งสุดท้าย (Analysis and Final Feasibility Study) ผลและข้อมูลต่าง ๆ ในขั้นตอนนี้ นำมาวิเคราะห์และประเมินผลสรุปข้อมูลทางด้านการตลาดจะเป็นตัวบ่งชี้คุณค่าของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์หรือไม่ ในแง่ของการจำหน่ายและอาจมีการแก้ไขผลิตภัณฑ์ในแง่ของลักษณะรูปร่างหรือออกแบบใหม่ การประเมินทางด้านเทคนิคอาจมีผลในการยกเลิกโครงการ หรือในการเปลี่ยนแปลง แต่ถ้ามีความจำเป็นอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้มั่นใจว่า มีการปรับปรุงแก้ไขแบบตามที่ตลาดต้องการและมีความสมบูรณ์ตามหลักวิชาการด้วย

2.3.1.7 การออกแบบครั้งสุดท้าย (Final Product Design) กิจกรรมของการออกแบบครั้งสุดท้าย จะเกี่ยวข้องกับการระบุคุณสมบัติในรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ จะผลิตออกมาได้อย่างไร หรือสิ่งที่ต้องใช้มีอะไรบ้าง เราอาจคิดว่ากระบวนการออกแบบสิ้นสุดลงแค่นี้ แต่การผลิตก็มีส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของกระบวนการด้วย ถึงแม้ว่าการวางแผนและการเตรียมได้กระทำอย่างรอบคอบแล้วก็ตาม แต่ยังมีปัญหาแฝงอยู่ในขั้นตอนของการออกแบบครั้งสุดท้าย ดังนั้นการออกแบบควรเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับคนหลายฝ่ายเข้าร่วมกันและการออกแบบจึงควรเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตด้วย

2.3.1.8 การผลิตและจำหน่าย (Product and Supply) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานร่วมกัน ทั้งในด้านการออกแบบและการผลิต เพื่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะออกมา ซึ่งเราอาจกล่าวได้ว่า กระบวนการออกแบบทั้ง 8 ขั้นตอนนี้จะใช้กับผลิตภัณฑ์ใหม่ บางครั้งผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์เดิมก็ได้ในลักษณะนี้

2.3.2 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ดี

มีหลักดังนี้ (วีชรินทร์ จรุงจิตสุนทร, 2549)

2.3.2.1 ความแปลกใหม่ (Innovation) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ซ้ำซาก มีการนำเสนอความแปลกใหม่ในด้านต่าง ๆ เช่น ประโยชน์ใช้สอยที่ต่างจากเดิม รูปแบบใหม่ วัสดุใหม่ หรืออื่น ๆ ที่เหมาะสมกับสภาพความต้องการของผู้บริโภค

2.3.2.2 มีที่มา (Story) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประวัติ มีที่มาหรือเล่าเรื่องได้ไม่ว่าจะเป็นต้นกำเนิดความคิดรวบยอดของการออกแบบให้ผู้บริโภคราบถึงเรื่องราวเหล่านั้นได้

2.3.2.3 ระยะเวลาเหมาะสม (Timing) การนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดนั้นเหมาะสมตามฤดูกาลหรือตามความจำเป็น หรือเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในเวลานั้น ๆ

2.3.2.4 ราคาพอสมควร (Price) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาขายเหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภคในตลาดนั้น โดยอาศัยการศึกษาวิจัยกลุ่มผู้บริโภคให้ได้ข้อมูลก่อนทำการออกแบบและผลิต

2.3.2.5 มีข้อมูลข่าวสาร (Information) ข้อมูลข่าวสารของตัวผลิตภัณฑ์ควรจะสื่อให้ผู้บริโภคราบและเข้าใจอย่างถูกต้องในด้านประโยชน์และวิธีการใช้งาน เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรและผลิตภัณฑ์

2.3.2.6 เป็นที่ยอมรับ (Regional Acceptance) ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องเป็นที่ยอมรับของสังคมหรือกลุ่มสังคมเป้าหมาย ไม่เป็นสิ่งที่ทำให้เสื่อมเสียหรือขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมหรือศาสนา

2.3.2.7 มีอายุการใช้งาน (Life Cycle) ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีความแข็งแรง คงทนต่อสภาพของการใช้งาน หรือมีอายุการใช้งานที่เหมาะสมกับลักษณะของผลิตภัณฑ์และราคาที่จำหน่าย

2.3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัย (Design factors) มากมายที่นักออกแบบที่ต้องคำนึงถึง แต่ในที่นี้จะขอกกล่าวเพียงปัจจัยพื้นฐาน 10 ประการ ที่นิยมใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาสร้างสรรค์ผลงานเชิงอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ และเป็นตัวกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร, 2549) มีดังนี้

2.3.3.1 หน้าที่ใช้สอย (Function) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้คือ สามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้บริโภคต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือหลายหน้าที่ก็ได้ แต่หน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่นั้นต้องใช้งานไประยะหนึ่งถึงจะทราบข้อบกพร่องเช่น

1) การออกแบบโต๊ะอาหารกับโต๊ะทำงาน โต๊ะทำงานมีหน้าที่ใช้สอยยุ่งยากกว่า มีลิ้นชักสำหรับเก็บเอกสาร เครื่องเขียน ส่วนโต๊ะอาหารไม่จำเป็นต้องมีลิ้นชักเก็บของ ระยะเวลาของการใช้งานสั้นกว่า แต่ต้องสะดวกในการทำความสะดวก

2) การออกแบบเก้าอี้ หน้าที่ใช้สอยเบื้องต้นของเก้าอี้คือ ใช้นั่งด้วยกิจกรรมต่างกันเช่น เก้าอี้รับประทานอาหารลักษณะและขนาดต้องเหมาะสมกับโต๊ะอาหาร เก้าอี้เขียนแบบลักษณะและขนาดต้องเหมาะสมกับโต๊ะเขียนแบบ ถ้าจะเอาเก้าอี้รับแขกมาใช้นั่งเขียนก็คงจะเกิดการเมื่อยล้าปวดหลัง ปวดคอ และนั่งทำงานได้ไม่นาน

3) การออกแบบมิดที่ในครัวนั้นมีอยู่มากมายหลายชนิดตามการใช้งานเฉพาะเช่น มิดปอกผลไม้ มิดแล่นเนื้อสัตว์ มิดสับกระดูก มิดหั่นผัก เป็นต้น ถ้าหากมีการใช้มีดอยู่ชนิด

เดี๋ยวจึงแต่แล่นื้อ สับกระดูก หั่นผัก ก็อาจจะใช้ได้แต่จะไม่ได้ความสะดวกเท่าที่ควร หรืออาจจะได้รับอุบัติเหตุขณะใช้ได้ เพราะไม่ได้รับการออกแบบมาให้ใช้งานเป็นการเฉพาะอย่าง

2.3.3.2 ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปทรง ขนาด สี สันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี เพราะความสวยงามเป็นความพึงพอใจแรกที่คนเราสัมผัสได้ก่อนมักเกิดมาจากรูปร่างและสีเป็นหลักในการกำหนดรูปร่างและสีในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ไม่เหมือนกับการกำหนดรูปร่างและสีในงานจิตรกรรม ซึ่งสามารถที่จะแสดงหรือกำหนดรูปร่างและสีได้ตามความนึกคิดของจิตรกร แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นจำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานของรูปร่างและสี สัน ระหว่างทฤษฎีทางศิลปะและความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ถึงแม้ว่ามนุษย์แต่ละคนมีการรับรู้และพึงพอใจในเรื่องของความงามได้ไม่เท่ากัน และไม่มีกฎเกณฑ์การตัดสินใจใด ๆ ที่เป็นตัวชี้ขาดความถูกความผิด แต่คนเราส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มที่จะมองเห็นความงามไปในทิศทางเดียวกันตามธรรมชาติเช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ ของที่ระลึก และของตกแต่งบ้านต่าง ๆ ความสวยงามก็คือ หน้าที่ใช้สอยนั่นเอง และความสวยงามจะสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้

2.3.3.3 ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องเข้าใจกายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับขนาด สัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะต่าง ๆ ของผู้ใช้ การเกิดความรู้สึที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งทางด้านจิตวิทยา (Psychology) และสรีระวิทยา (Physiology) ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิภาค และสังคมแวดล้อมที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นข้อบังคับในการออกแบบ

การวัดคุณภาพทางด้านกายวิภาคเชิงกล (ergonomics) พิจารณาได้จากการใช้งานได้อย่างกลมกลืนต่อการสัมผัส ตัวอย่างเช่น การออกแบบเก้าอี้ต้องมีความนุ่มนวล มีขนาดสัดส่วนที่นั้งแล้วสบาย โดยอิงกับมาตรฐานผู้ใช้ของชาวตะวันตกมาออกแบบเก้าอี้สำหรับชาวเอเชีย เพราะอาจเกิดความไม่พอดีหรือไม่สะดวกในการใช้งาน ออกแบบปุ่มบังคับ ด้ามจับของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ผู้ใช้ต้องใช้ร่างกายไปสัมผัสเป็นเวลานาน จะต้องกำหนดขนาด (dimensions) ส่วนโค้ง ส่วนเว้า ส่วนตรง ส่วนแคบของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้อย่างพอเหมาะกะกับร่างกายหรืออวัยวะของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพื่อทำให้เกิดความถนัดและความสะดวกสบายในการใช้ รวมทั้งลดอาการเมื่อยล้าเมื่อยไปนาน ๆ

2.3.3.4 ความปลอดภัย (Safety) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจนและมีคำอธิบายการใช้แบบมากับผลิตภัณฑ์ด้วยเช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ควรมีส่วนป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้จากความเมื่อยล้าหรือพลังผลอเช่น จากการสัมผัสกับส่วนกลไกทำงาน จากความร้อนจากไฟฟ้าดูด ฯลฯ หลีกเลี่ยงการใช้วัสดุที่ง่ายต่อการเกิดอัคคีภัยหรือเป็นอันตรายต่อสุขภาพ และควรมีสัญลักษณ์หรือคำอธิบายเตือนบนผลิตภัณฑ์ไว้ การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก ต้องเลือกใช้

วัสดุที่ไม่มีสารพิษเจือปน เพื่อป้องกันเวลาเด็กเอาเข้าปากกัดหรือออม ชิ้นส่วนต้องไม่มีส่วนแหลมคม ให้เกิดการบาดเจ็บ มีข้อความหรือสัญลักษณ์บอกเตือน เป็นต้น

2.3.3.5 ความแข็งแรง (Construction) ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัว ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่กำหนดโครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรงกระทำในรูปแบบต่าง ๆ จากการใช้งานเช่น การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ดีต้องมีความมั่นคงแข็งแรง ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก ต้องสามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วยเช่น การจัดทำทางในการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วยเช่น การจัดทำทางในการใช้งานให้เหมาะสม สะดวกสบาย ถูกสุขลักษณะ และต้องรู้จักผสมความงามเข้ากับชิ้นงานได้อย่างกลมกลืน เพราะโครงสร้างบางรูปแบบมีความแข็งแรงดีมากแต่ขาดความสวยงาม จึงเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเป็นผู้ประสานสองสิ่งเข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ นอกจากการเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความประหยัดควบคู่กันไปด้วย

2.3.3.6 ราคา (Cost) ก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นกลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้นักออกแบบสามารถกำหนดแบบผลิตภัณฑ์และประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้เคียงมากขึ้น การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้ชนิด หรือเกรดของวัสดุ และวิธีการผลิตที่เหมาะสม ผลิตได้ง่ายและรวดเร็ว แต่ในกรณีที่ประมาณราคาจากแบบสูงกว่าที่กำหนดก็อาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่าง ๆ กันใหม่เพื่อลดต้นทุน แต่ทั้งนี้ต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

2.3.3.7 วัสดุ (Materials) การออกแบบควรเลือกว่าวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความใส ผิวมันวาว ทนความร้อน ทนกรดต่างไม่ลื่น ฯลฯ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาถึงความง่ายในการดูแลรักษา ความสะดวกรวดเร็วในการผลิต สั่งซื้อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกในการรณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ (Recycle) ก็เป็นสิ่งที่นักออกแบบต้องตระหนักถึงในการออกแบบร่วมด้วย เพื่อช่วยกันลดปริมาณขยะของโลก

2.3.3.8 กรรมวิธีการผลิต (Production) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการประหยัดเพราะการผลิตครั้งละมาก ๆ

2.3.3.9 การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance) ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถบำรุงรักษา และแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้น ง่ายและสะดวกต่อการทำความสะอาดเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งควรมีค่าบำรุงรักษาและการสึกหรอต่ำเช่น ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องมือ เครื่องจักรกล เครื่องยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อน อะไหล่บางชิ้นย่อมมีการเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือจากการใช้งานที่ผิดวิธี การออกแบบที่ดีนั้นจะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้นเพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝากรอบบริเวณต่าง ๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ได้โดยง่าย นอกจากนั้นการออกแบบยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ร่วมด้วยเช่น การใช้ชิ้นส่วน

ร่วมกันให้มากที่สุด โดยเฉพาะอุปกรณ์ยึดต่อ การเลือกใช้ชิ้นส่วนขนาดมาตรฐานที่หาได้ง่าย การถอดเปลี่ยนได้เป็นชุด ๆ การออกแบบให้บางส่วนสามารถใช้เก็บอะไหล่หรือใช้เป็นอุปกรณ์สำหรับการซ่อมบำรุงรักษาได้ในตัว เป็นต้น

2.3.3.10 การขนส่ง (Transportation) ผลิตรถยนต์ที่ออกแบบควรคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนส่ง ระยะทาง เส้นทางขนส่ง (ทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ) การกินเนื้อที่ในการขนส่ง (มิติความจุ กว้าง x ยาว x สูง ของรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกทั่วไป ตู้บรรทุกสินค้า ฯลฯ) ส่วนการบรรจุหีบห่อต้องสามารถป้องกันไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายของผลิตรถยนต์ได้ง่าย กรณีที่ผลิตรถยนต์ที่ทำการออกแบบนั้นมีขนาดใหญ่ อาจต้องออกแบบให้ชิ้นส่วนสามารถถอดประกอบได้ง่าย เพื่อให้หีบห่อมีขนาดเล็กลงเช่น การออกแบบเครื่องเรือนชนิดถอดประกอบได้ ต้องสามารถบรรจุผลิตรถยนต์ลงในตู้สินค้าที่เป็นขนาดมาตรฐานเพื่อประหยัดค่าขนส่ง รวมทั้งผู้ซื้อสามารถทำการขนส่งและประกอบชิ้นส่วนให้เข้ารูปเป็นผลิตรถยนต์ได้โดยสะดวกด้วยตัวเอง

สรุปงานออกแบบผลิตรถยนต์ที่ดีจะต้องผสมผสานปัจจัยต่าง ๆ ทั้งรูปแบบ (form) ประโยชน์ใช้สอย (function) กายวิภาคเชิงกล (ergonomics) และอื่น ๆ ให้เข้ากับวิถีการดำเนินชีวิต แฟชั่น หรือแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างกลมกลืนลงตัวมีความสวยงามโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตั้งอยู่บนพื้นฐานทางการตลาด และความเป็นไปได้ในการผลิตจำนวนมาก ส่วนการให้ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และความซับซ้อนของผลิตรถยนต์นั้นๆ เช่น การออกแบบเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้าตามแฟชั่น อาจพิจารณาที่ประโยชน์ใช้สอย ความสะดวกสบายในการใช้ และความสวยงาม เป็นหลัก แต่สำหรับการออกแบบยานพาหนะเช่น จักรยาน รถยนต์ หรือเครื่องบิน อาจต้องคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวครบทุกข้อหรือมากกว่านั้น

2.3.4 รูปทรงที่มีอิทธิพลต่อรูปลักษณะงานออกแบบผลิตรถยนต์

การออกแบบผลิตรถยนต์ที่ปรากฏอยู่ทั่วไป เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ทั้งสิ้น มีทั้งที่ออกแบบสร้างขึ้นใหม่แตกต่างจากของเดิม หรือปรับปรุงตกแต่งของเดิม โดยมนุษย์ได้รับอิทธิพลจากรูปทรง 2 แหล่ง คือ

2.3.4.1 รูปทรงจากธรรมชาติ (Natural Form) เนื่องจากธรรมชาติมีความสำคัญและอยู่รายล้อมมนุษย์ ทั้งรูปทรงที่เป็นสิ่งมีชีวิตเช่น พืช สัตว์ต่าง ๆ และรูปทรงที่ไม่มีชีวิตเช่น กรวด หิน ดิน ทราย หรือปรากฏการณ์ทางธรรมชาติเช่น คลื่น ลม แสงแดด ฝนตก ฟ้าร้อง ฯลฯ โดยมนุษย์ได้รับแรงบันดาลใจจากสิ่งเหล่านี้ในแง่มุมที่แตกต่างกันเช่น ความเป็นระเบียบและความสวยงาม (Beauty) ของดอกไม้ป่า ความลงตัวอย่างมีแบบแผน (Order) ในรูปหกเหลี่ยมของรังผึ้ง ความสุนทรีย์ของลวดลาย (Pattern) ในดอกทานตะวัน เป็นต้น แล้วถ่ายทอดความคิดออกมาในรูปของผลิตรถยนต์ ที่สามารถตอบสนองคุณประโยชน์ทางการใช้สอยแก่มนุษย์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ

2.3.4.2 รูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้น (Manmade Form) รูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้นมีอิทธิพลต่องานออกแบบผลิตรถยนต์ ในอันที่จะก่อให้เกิดความแตกต่างกันของแต่ละกลุ่มชนเช่น อาคารบ้านเรือน สิ่งของเครื่องใช้ ฯลฯ มักเป็นรูปทรงเรขาคณิต ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นสากลและเป็นที่รู้จักกันทั่วไป รูปทรงดังกล่าวแบ่งตามวิธีการผลิตได้ 2 ประเภท คือ ประเภทที่สร้างขึ้นด้วยมือหรือเครื่องมือพื้นฐาน (Hand Tools) มีลักษณะการใช้งานเฉพาะตามจุดประสงค์ของผู้ออกแบบ ผลิตได้จำนวนน้อย รูปทรงมีลักษณะเฉพาะตัวไม่ซ้ำกัน มีการตกแต่งประดับประดาที่แสดงให้เห็นถึงความชำนาญ

ทางทักษะของช่างฝีมือ กับประเภทที่สร้างขึ้นด้วยเครื่องจักร (Machine tools) มีรูปทรงที่เหมือนกัน โดยผลิออกมาเป็นจำนวนมากจากแม่พิมพ์เดียวกัน ใช้วัสดุอย่างเดียวกัน มีทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปสามารถใช้ประโยชน์โดยตรงและเป็นชิ้นส่วน

2.3.5 รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์

รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Style) มีอยู่มากมาย มีการเกิดขึ้นและพัฒนาต่อเนื่องสม่ำเสมอ บ้างก็อยู่ในกระแสนิยม บ้างก็คลายความนิยม บ้างก็หวนคืนสู่ความนิยมซ้ำตามความสนใจของสังคมในเวลานั้น บนความหลากหลายในวิถีทางการออกแบบทำให้ผลงานที่เกิดจากแนวทางปฏิบัติที่แตกต่างกันนั้นถูกสร้างสรรค์และคลี่คลายสืบทอดต่อ ๆ กันมาตามลำดับ แต่ไม่ว่าจะเลือกใช้รูปแบบใดก็ล้วนแต่สร้างเงื่อนไขในการผลิตงานออกแบบที่น่าสนใจได้ทั้งสิ้น

2.3.5.1 รูปแบบมาก่อนประโยชน์ใช้สอย (Function follows form) เป็นวิถีทางการออกแบบที่นิยมความงามของรูปทรงเป็นหลัก โดยยึดแนวคิดที่ว่าความงามต้องมาก่อนประโยชน์ใช้สอยเสมอ และมักถูกนำมาใช้อธิบายขั้นตอนในการปฏิบัติการเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นความงามเป็นหลัก จุดประสงค์ที่สำคัญก็เพื่อยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น เพื่อนำไปสู่การเพิ่มราคาสินค้า ดังนั้น การจะเป็นนักออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ได้ดีตามแนวคิดนี้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการซึมซับความงามจากผลงานศิลปะแขนงต่าง ๆ ที่มีคุณภาพไว้มาก ๆ จะเป็นทางออกหนึ่งที่จะช่วยให้เราสามารถวิเคราะห์ความงามที่แฝงอยู่ในผลิตภัณฑ์ได้ดีขึ้น แต่ทั้งนี้ก็ไม่จำเป็นต้องยึดติดกับกฎเกณฑ์ใด ๆ ขอให้ยึดหยุ่นตามความรู้สึก

2.3.5.2 ประโยชน์ใช้สอยมาก่อนรูปแบบ (Form follows function) เป็นวิถีทางการออกแบบของหลุยส์ สุลลิแวน (Louis Sullivan) ที่นิยมประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก (Functionalism) ภายใต้ปรัชญาที่ว่าประโยชน์ใช้สอยต้องมาก่อนความงามเสมอ และถูกนำมาใช้อธิบายขั้นตอนในการปฏิบัติการเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตจำนวนมาก โดยให้ความสำคัญกับการออกแบบที่สอดคล้องกับการทำงานของเครื่องจักร การประหยัดวัสดุ ความสะดวกในการใช้งาน การคงคลัง และการขนส่ง เป็นต้น แนวคิดดังกล่าวตรงกันข้ามกับปรัชญาที่มองความงามของรูปทรงมาก่อนสิ่งใด

แนวทางการออกแบบของสถาบันบาวเฮาส์ (Bauhaus) ประเทศเยอรมนี มีลักษณะสอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าวคือ ให้ความสำคัญด้านประโยชน์ใช้สอย วัสดุกรรมวิธีการผลิต โดยเครื่องจักรทางอุตสาหกรรม และการใช้รูปทรงเรขาคณิตอันเรียบง่าย ปราศจากการตกแต่งประดับประดาเกินความจำเป็น ยังคงเป็นแบบอย่างของการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงอุตสาหกรรมสมัยใหม่ที่นำเสนอแนวทางการออกแบบดังกล่าวประกอบด้วยลักษณะสำคัญคือ รูปทรง ลีเส้น และประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับสภาพความเป็นไปของสังคม ราคาเหมาะสมกับกำลังซื้อของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ซื้อหรือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

2.3.5.3 การตลาดมาก่อนออกแบบ (Design follow marketing) วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์จะมีรูปแบบเหมือนปิรามิด ถือกำเนิดโดยยึดฐานของปิรามิดแล้วพยายามยกระดับตัวเองนั้น ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัว การยกระดับตัวเองนั้นมักจะทำให้ราคาสูงขึ้นด้วย ดังนั้นเมื่อผลิตภัณฑ์ใด ๆ ไต่ระดับขึ้นสู่ยอดปิรามิด จำเป็นที่ธุรกิจนั้นจะต้องละทิ้งฐานซึ่งเป็นตลาดล่างไป แต่จะได้ลูกค้าชั้นดีที่มีความมั่นคงและจ่ายเงินดี ฐานชั้นล่างที่ถูกทิ้งไปก็จะมีผู้อื่นเข้ามายึดครองแทนเช่น

นาฬิกาสวิสซึ่งใช้เวลาหลายสิบปีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้ภาพพจน์ว่าเป็นนาฬิกาที่ดีที่สุดในโลก แต่ต้องสูญเสียฐานการตลาดระดับล่างให้กับนาฬิกาญี่ปุ่นที่เจาะเข้ามายึดตลาดล่างด้วยลูกเล่นใช้สอยพิเศษ เช่น เป็นเครื่องคิดเลข เป็นปฏิทิน ฯลฯ ในที่สุดเมื่อภาวะเศรษฐกิจโลกตกต่ำ ผู้ผลิตนาฬิกาสวิสทั้งหลายจึงเริ่มตระหนักว่าการถุณนาฬิกาญี่ปุ่นยึดตลาดล่างไปนั้นก่อให้เกิดการสูญเสียรายได้มหาศาล และสูญเสียภาพพจน์ของผู้ผลิตนาฬิกาชั้นนำของโลกไปที่ละน้อยอีกด้วย

การเข้ายึดตลาดในแนวกว้างโดยขยายฐานลูกค้าให้กว้างที่สุดเท่าที่จะทำได้ จึงเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำเพื่อรักษาความมั่นคงของธุรกิจไว้ ในกรณีของนิโคลาส ฮาเยก ผู้พลิกโฉมหน้าใหม่ให้กับนาฬิกาสวิสได้สำเร็จได้ตั้งหลักการของนาฬิกาสวอทช์ (Swatch) ไว้ 3 ข้อที่น่าสนใจ คือ กลุ่มเป้าหมายทั่วไป (Target Public) การออกแบบของสวอทช์จะใช้ได้สำหรับทุก ๆ คน ตั้งแต่คุณยายไปจนถึงเจ้าชาย ต้องมีรูปแบบที่สนองตอบได้หลากหลายและเพียงพอต่อคนทุกระดับชั้น อายุ และอาชีพต่าง ๆ กัน

กลุ่มเป้าหมายระดับสูง (High quality) การรักษาคุณภาพการออกแบบและการผลิตที่ดีไว้เพราะเป็นข้อแตกต่างที่สำคัญของสวอทช์กับนาฬิกาญี่ปุ่นอื่น ๆ เช่น กันน้ำได้ ร้อยเปอร์เซ็นต์ กลุ่มเป้าหมายระดับล่าง (Low cost) การออกแบบและการผลิตเน้นไปที่ระบบที่ดีที่สุด แต่มีต้นทุนต่ำสุด ไม่ใช่ผลิตสินค้าราคาถูกแต่เป็นราคาที่สมเหตุสมผล

2.3.5.4 อารมณ์ความรู้สึกมาก่อนรูปแบบ (Form follows emotion) เมื่อเทคโนโลยีมาถึงจุดที่สามารถตอบสนองในด้านการตอบรับต่อประโยชน์ใช้สอยและรูปแบบได้มากขึ้น คอมพิวเตอร์ชิปมีขนาดเล็กและยืดหยุ่นได้เปิดขอบเขตที่กว้างขึ้นของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่บรรจู้ หรือวัสดุสังเคราะห์ที่ตอบสนองการใช้สอยประเภทต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเฉพาะเจาะจงมากขึ้น จนทำให้ปรัชญาการออกแบบปรับเปลี่ยนมาเป็นอารมณ์ความรู้สึกมาก่อนรูปแบบด้วยความเชื่อที่ว่าผู้บริโภคในปัจจุบันมิได้เพียงต้องการสินค้า ภาพลักษณ์หรือสิ่งแวตล้อม แต่ต้องการคุณค่าของความรื่นรมย์ ประสบการณ์และลักษณะเฉพาะบางอย่าง อารมณ์หรือความรู้สึกคือสิ่งสำคัญในชีวิตของคนเราทั่วไป เพราะเป็นตัวสะท้อนสิ่งที่เรารู้สึก สิ่งที่เรากระทำและสิ่งที่เราคิด ผ่านตา หู จมูก ลิ้น หรือผิวสัมผัส มนุษย์ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเกิดอารมณ์หรือความรู้สึกได้ แนวคิดดังกล่าวตรงกันข้ามกับปรัชญา สิ่งที่น่าสนใจมากที่สุดอย่างหนึ่งคือ ความรู้สึกนั้นไม่ว่าจะในแง่บวกหรือแง่ลบก็ตาม สามารถเปลี่ยนกระบวนการความคิดของเราได้ จนส่งผลถึงการตัดสินใจ การเลือก และการกระทำในที่สุด งานออกแบบที่ดีในปัจจุบันจึงต้องเป็นทั้งสิ่งที่น่าปรารถนา และก่อให้เกิดความสบายใจ ความรู้สึกในเชิงบวกนั้นจะทำให้เราสามารถที่จะอดทนอดกลั้นต่อความลำบาก หรืออุปสรรคเล็ก ๆ น้อย ๆ ของการใช้สอยไปได้ เพราะเมื่อคนเราเกิดความพอใจและมีความสบายใจต่อวัตถุหนึ่ง คนเราก็จะสามารถจินตนาการแก้ไขหาทางออกของการใช้สอยที่ลำบากนั้นได้อย่างยืดหยุ่น ผ่อนคลาย เต็มใจและเต็มเปี่ยมไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ จนเป็นที่มาของประโยคที่ว่า "สิ่งของที่มีหน้าตาน่าพึงพอใจมักสามารถใช้สอยไปเพียงเพื่อให้ได้มาซึ่งเปลือกนอกที่สวยงาม เพราะความงามที่สมบูรณ์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งยังคงต้องเติมเต็มในส่วนของความมีประโยชน์ ความสามารถในการใช้งานและความสามารถในการสื่อสารให้คนเราเข้าใจได้ดีด้วย"

ผลิตภัณฑ์ที่มีอารมณ์และความรู้สึกแฝงเร้นอยู่ในตัว (Emotional Product) สามารถ ดึงดูดจิตใจของผู้สัมผัสงาน และก่อให้เกิดเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความคิดต่อเรื่องที่ หลากหลายได้ลักษณะสำคัญของการออกแบบที่เน้นอารมณ์ความรู้สึกจะคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ประการได้แก่

1) การออกแบบที่คำนึงถึงรูปลักษณ์ที่สวยงาม (Visceral design) ก่อให้เกิดความถูกตาถูกใจ เมื่อผู้บริโภคได้พบเห็นเป็นครั้งแรก รูปลักษณ์ก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง แบบฉับพลัน ที่ส่งผ่านการรับรู้ด้วยตาไปยังสมองส่วนที่เกิดความรู้สึกตัดสินว่าดีหรือเลว ปลอดภัย หรืออันตราย สวยหรือน่าเกลียด ชอบหรือไม่ชอบ นับเป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดความรู้สึกและอารมณ์ ต่าง ๆ โดยในบางครั้งการใช้สอยอาจไม่สะดวกนัก แต่คนบางกลุ่มก็พร้อมที่จะประนีประนอมเพื่อที่จะ อยู่ร่วมหรือใช้สอยสิ่งของเหล่านั้นได้อย่างพึงพอใจ

2) การออกแบบที่คำนึงถึงพฤติกรรมการใช้สอย (Behavioral design) การมีประโยชน์ใช้สอยได้จริง และก่อให้เกิดความพึงพอใจเมื่อได้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นผ่านประสาทสัมผัส ทั้งการมองเห็นและการสัมผัส ซึ่งพฤติกรรมการใช้สอยนั้นเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายหลังการใช้สอย การคิดวิเคราะห์แบบสมเหตุสมผลจะเข้ามามีอิทธิพลต่อความรู้สึกมากขึ้นนอกเหนือไปจากการรับรู้ รูปลักษณ์เมื่อแรกเห็น โดยความรู้สึกที่ดีนั้นสามารถเกิดได้จากความรู้สึกว่าสามารถควบคุมได้ เข้าใจได้ ใช้งานง่าย สะดวก และเหมาะสม เพราะการใช้งานที่เหมาะสมจะนำไปสู่ความถนัดและความชำนาญ ได้เร็ว ทำให้ผู้ใช้รู้สึกผ่อนคลายและพึงพอใจในการใช้สอยผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ดังนั้นความรู้สึกที่เกิดขึ้น ภายหลังการใช้สอยจึงเป็นตัวส่งเสริมหรือยับยั้งความรู้สึกประทับใจที่เกิดขึ้นเมื่อแรกเห็นได้

3) การออกแบบที่คำนึงถึงปฏิกิริยาตอบสนองจากผู้ใช้ (Reflection design) คือเมื่อผู้ใช้ได้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นแล้วจะเกิดปฏิกิริยาตอบสนอง เกิดความรู้สึกผูกพันหรือพึงพอใจ ในประสบการณ์หรือภาพลักษณ์จากผลิตภัณฑ์นั้น และยังสามารถสื่อให้ผู้ใช้ทราบได้ถึงเอกลักษณ์หรือ รสนิยมของผู้เป็นเจ้าของ ซึ่งภาพลักษณ์นั้นเป็นความรู้สึกที่ไม่ได้เกิดจากการมองเห็นหรือใช้สอย สิ่งของโดยตรง แต่เกิดจากความคิดย้อนกลับว่าสิ่งของที่เลือกใช้สอยเหล่านั้น ส่งภาพสะท้อนหรือ แสดงภาพลักษณ์ของผู้ที่ใช้ต่อคนภายนอกอย่างไร ความสำคัญของภาพลักษณ์นี้ไม่ได้มีผลเพียงข่าว ของที่มีไว้เพื่อใช้หรือใส่แสดงให้คนภายนอกเห็นเท่านั้น ยังรวมไปถึงข่าวของบางอย่างที่ใช้แล้วคนอื่น อาจมองไม่เห็น แต่กลับสร้างความมั่นใจและเติมอารมณ์ความรู้สึกที่ขาดหายไปของผู้ใช้ให้เต็มได้และ เปล่งประกายออกมาสู่สายตาคนภายนอกในที่สุด

2.3.5.5 รูปแบบนิยมความน้อย (Minimal style) เป็นการออกแบบที่ได้รับอิทธิพล จากแนวคิดมินิมอลลิสม์ (Minimalist) คือยิ่งเรียบง่ายก็ยิ่งดูดี แต่ให้ความสะดวกสบาย เพราะทุกวันนี้ มนุษย์ทำงานหนักมากขึ้น จึงต้องการผ่อนคลายมากขึ้นเช่นกัน ยิ่งสิ่งรอบตัวมีความซับซ้อนมากขึ้น มนุษย์ก็ยิ่งแสวงหาความเรียบง่ายมากขึ้น เพื่อชดเชยชีวิตชีวา สร้างความสดชื่น และความสนุกสนาน ความสุขอย่างเรียบง่ายจึงเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคยุคใหม่ใฝ่หา

งานออกแบบในแนวทางนี้สืบเนื่องมาจากความพยายามในการสานต่อ แนวทางการออกแบบของสถาปนิกกลุ่มโมเดิร์นคือ มีส์ วาน เดอ โรห์ (Mies van der Rohe) เจ้าของ คำพูด "มีน้อย แต่มีมาก" (Less is more) หรือที่นิยมเรียกกันว่า มินิมอล สไตล์ (Minimal style)

เป็นงานที่มีความโดดเด่น เรียบง่ายแต่ชัดเจน ประกอบด้วยมาตราส่วนที่ถูกต้อง เห็นแล้วทำให้รู้สึกถึงการทดลองใช้วัสดุต่าง ๆ กับการผสมผสานกันระหว่างรูปทรงและพื้นที่ว่าง นับเป็นวัฒนธรรมของคนรุ่นใหม่ที่ผสมผสานดัดแปลงวัฒนธรรมใหม่กับเก่าเข้าด้วยกัน ไม่ใช่ลักษณะที่รับมาตรง ๆ ลักษณะสำคัญของรูปแบบ มินิมอล สไตล์ได้แก่

- 1) ลักษณะรูปทรงเด่นชัด เรียบง่ายตามมาตราส่วน
- 2) มีลักษณะของความง่ายเป็นระบบ
- 3) ไม่มีลักษณะของสัญลักษณ์ปรากฏ มีแต่ลักษณะของเทคนิคใหม่ ๆ ที่

เกิดจากการทดลองทางศิลปะ

2.3.5.6 รูปแบบอนาคตกาล (Futuristic Style) เป็นการออกแบบที่ไม่เพียงแต่การสร้างสรรคผลงานที่มีรูปแบบเรียบเก๋สวยงามอย่างเดียวนั้น แต่จะต้องเพิ่มความสำคัญทางด้านรูปแบบการทำงานร่วมกับเทคโนโลยี เพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการออกแบบและเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตผลงานนั้น ๆ เพื่อสนองความต้องการทางใจและปัญหาของมนุษย์ที่ไม่มีวันสิ้นสุด เป็นการออกแบบเพื่ออนาคตข้างหน้าโดยพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลที่น่าจะเป็นไปได้สำหรับอนาคตความแตกต่างระหว่างสไตล์กับแฟชั่น บ่อยครั้งที่มิใช่เข้าใจว่าสไตล์และแฟชั่นเป็นสิ่งที่คล้ายคลึงกัน และใช้แทนที่กันได้ แต่ที่จริงแล้วสไตล์และแฟชั่นแตกต่างกัน สไตล์ (Style) เป็นชนิดหรือแบบที่มีลักษณะเฉพาะพิเศษของการสร้างสรรค์หรือการนำเสนอ อาจเป็นด้านศิลปะการออกแบบ ฯลฯ เช่น นักร้องย่อมมีสไตล์ในการร้องเพลงที่เป็นแบบฉบับเฉพาะพิเศษของเขา หรือรถยนต์ย่อมมีหลายแบบหลายสไตล์เช่น แบบซีดานส์ แบบสเตชันวากอน เป็นต้น

แฟชั่น (Fashion) คือ แบบหรือสไตล์ใด ๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับและเป็นที่นิยมชมชอบ แต่สไตล์ทุกสไตล์ไม่จำเป็นจะต้องกลายเป็นแฟชั่นเสมอไป สิ่งใดที่กลายเป็นแฟชั่นที่ได้รับความนิยมหรือ แฟชั่นเป็นสิ่งที่มีการฐานอยู่ในองค์ประกอบของสังคมวิทยาและจิตวิทยา โดยกฎพื้นฐานแล้วมนุษย์ย่อมจะลอกเลียนแบบ (Conformists) หรือมีแนวโน้มที่จะกระทำตามกัน แต่ขณะเดียวกันก็ชอบทำแตกต่างจากผู้อื่นบ้างเล็กน้อย ซึ่งมีใช้ต่อต้านหรือขัดขวาง เพียงแต่อยากมีลักษณะเป็นตัวของตัวเอง ในขณะที่เดียวกันก็ยังนิยมแฟชั่นนั้นอยู่ เพื่อให้มิให้ถูกกล่าวหาว่าไร้รสนิยม ดังนั้นแฟชั่นจึงให้ออกาสกับบุคคลในการพินิจพิเคราะห์หรือไตร่ตรองในการแสดงออกถึงรสนิยม ความรู้สึกของตนเองได้ด้วยอย่างไรก็ตามสไตล์พื้นฐานจะไม่เปลี่ยนแปลง แต่แฟชั่นจะเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (Basic styles never change, but fashion is always changing) เนื้อหาสาระของสไตล์หรือแฟชั่นครอบคลุมไว้เพียงหลักการเท่านั้น นักออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีควรมีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง โดยประสานเข้ากับหลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้แนวคิดของประโยชน์ใช้สอย วัสดุ หรือรูปแบบของงานออกแบบในทิศทางที่ตอบรับกับพฤติกรรมให้สัมพันธ์กับวิถีการดำรงชีวิต สภาพเศรษฐกิจ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การออกแบบที่ลึกและครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ของปัญหาได้มากกว่า ย่อมเกิดประโยชน์ต่อการใช้สอยและสร้างความยั่งยืนให้กับผลิตภัณฑ์ได้ยาวนานกว่า (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร, 2549)

2.4 เทคนิคการพิมพ์ผ้าด้วยระบบดิจิทัลพรีนต์

2.4.1 การพิมพ์ระบบดิจิทัล

เทคโนโลยีการพิมพ์ระบบดิจิทัล เป็นวิวัฒนาการการพิมพ์ยุคใหม่ เพราะอาศัยเทคนิคการพิมพ์ที่ไม่จำเป็นต้องใช้แม่พิมพ์อีกต่อไป ปัจจุบันเครื่องพิมพ์ระบบดิจิทัลกำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายกับวัสดุสิ่งพิมพ์ กระดาษ ตัวอย่างของเครื่องพิมพ์ระบบดิจิทัลได้แก่ พรินเตอร์ Ink jet และพรินเตอร์เลเซอร์ เป็นต้น ในปัจจุบันข้อจำกัดของการพิมพ์ระบบดิจิทัลคือ ความเร็วที่ยังสู้การพิมพ์ด้วยเครื่องพิมพ์สกรีนทรงกระบอกไม่ได้ แต่มีข้อได้เปรียบถ้าหากนำมาใช้ในการพิมพ์ปฐพีสี ซึ่งทำให้ลดต้นทุนการผลิตได้มากและช่วยทำให้ประหยัดเวลา เพราะไม่มีความจำเป็นต้องเตรียมแม่พิมพ์ แต่ข้อจำกัดอันสำคัญคือ ความเร็วในการพิมพ์ที่ค่อนข้างช้าโดยเฉลี่ย 2 ตารางเมตร/นาที่ ในขณะที่อัตราเร็วของการพิมพ์ด้วยเครื่องพิมพ์สกรีนทรงกระบอกเฉลี่ยอยู่ที่ 39 ตารางเมตร/นาที่ ทำให้การเจริญเติบโตของตลาดเครื่องพิมพ์ดิจิทัลสำหรับการพิมพ์สิ่งทอมีอัตราการเจริญเติบโตที่ค่อนข้างต่ำ ส่วนใหญ่จะเป็นตลาดสำหรับการพิมพ์ปฐพีสี พิมพ์ภาพ ศิลปะบนเสื้อผ้า และการพิมพ์ที่มีใบสั่งต่ำและต้องการความรวดเร็วในการส่งมอบ (กาวิ ศรีกุลกิจ, 2561) กระบวนการผลิตจะต้องนำผ้ามาทำ treatment ก่อนนำไปเข้าเครื่องพิมพ์ ซึ่งกระบวนการก็จะคล้ายกับการพิมพ์ผ้าทอ แต่จะต่างกันตรงที่ผ้าที่จะต้องพิมพ์ต้องไปลามีเนตแปงพิมพ์บนผ้าก่อนแล้วทำให้แห้ง จากนั้นจึงนำผ้าที่ได้ไปเข้าเครื่องพิมพ์เพื่อพ่นสีใส่ผ้าให้เกิดเป็นลวดลายต่าง ๆ แล้วนำผ้าชนิดนั้น ๆ ไปผ่านการอบไอน้ำและซักเพื่อขจัดคราบเคมีบนผ้าออกจึงจะสามารถนำไปให้ลูกค้าได้ ซึ่งในการพิมพ์นั้นก็จะขึ้นอยู่กับผ้าที่ใช้กับสีที่ใช้ในการพิมพ์นั้น ๆ ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของสีพิมพ์ของแต่ละแหล่งผลิต

2.4.2 การพิมพ์ระบบพ่นหมึก

หลักการทำงานของเครื่องพิมพ์ระบบพ่นหมึกนั้น หัวพิมพ์จะทำหน้าที่สร้างละอองหมึกที่มีขนาดเล็กและจะถูกพ่นออกทางปลาย nozzles ที่มีขนาดเล็ก ๆ ละอองหมึกพิมพ์เหล่านี้จะถูกบังคับให้พุ่งตกลงในตำแหน่งที่ต้องการบนวัสดุพิมพ์ได้อย่างแม่นยำ ระบบการพิมพ์แบบพ่นหมึกสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

2.4.2.1 ระบบพ่นหมึกแบบต่อเนื่อง (Continuous inkjet) เทคนิคของการพิมพ์แบบนี้ หมึกพิมพ์จะถูกพ่นออกมาตลอดเวลา ละอองหมึกพิมพ์จะถูกชาร์จให้มีประจุด้วย Charge electrode จากนั้นหมึกพิมพ์จะถูกบังคับให้เคลื่อนที่เบี่ยงเบนด้วย Deflection plate ให้ไปตกลงบนกระดาษพิมพ์ในตำแหน่งที่ต้องการ

2.4.2.2 ระบบพ่นหมึกตามสั่ง (Drop on demand) หลักการทำงานของเครื่องพิมพ์แบบนี้ละอองหมึกจะถูกพ่นออกมาเมื่อถูกสั่ง โดยที่ละอองหมึกจะถูกพ่นออกมาทีละหยด ทุกหยดจะถูกนำไปใช้หมด ระบบการพิมพ์แบบนี้ไม่จำเป็นต้องชาร์จประจุหมึกเหมือนกับระบบพ่นหมึกแบบต่อเนื่องจึงสามารถใช้พิมพ์สีน้ำ (สีรีแอคทีฟ, สีแอซิด)

2.4.3 สูตรหมึกพิมพ์สำหรับเครื่องพิมพ์ระบบดิจิทัล

หมึกพิมพ์สำหรับนำมาใช้กับเครื่องพิมพ์ระบบดิจิทัลนั้น จำเป็นต้องให้ความพิถีพิถันในการเตรียมเป็นพิเศษ ทั้งนี้เพราะหมึกพิมพ์ต้องมีสมบัติพิเศษที่แตกต่างจากหมึกพิมพ์สำหรับพิมพ์ซิลค์สกรีนทั่วไปเช่น สมบัติแรงตึงผิวของหมึกพิมพ์และสมบัติการแห้งตัวของหมึกพิมพ์ต้องเหมาะสม สมบัติแรงตึงผิวของหมึกพิมพ์นั้นจะเป็นตัวควบคุมไม่ให้ละอองหมึกพิมพ์ยุบตัวหรือแตกเสียก่อน

ก่อนที่จะพุ่งไปตกกลางบนวัสดุพิมพ์ ส่วนสมบัติการแห้งตัวของหมึกพิมพ์ก็ต้องควบคุมให้มีความเหมาะสมด้วย ทั้งนี้เพราะถ้าหมึกพิมพ์แห้งตัวเร็วจนเกินไปก็อาจจะทำให้ปลายของท่อส่งหมึกนั้นเกิดการอุดตันเกิดขึ้น แต่ถ้าหมึกพิมพ์แห้งช้าจนเกินไปก็อาจจะทำให้ลายพิมพ์บนวัสดุพิมพ์นั้นไม่ชัดเจน เนื่องจากการแพร่ของหมึกพิมพ์

โดยทั่วไปหมึกพิมพ์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นหมึกฐานน้ำ (Water base) ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นหมึกสีย้อม (Dye) และหมึกพิกเมนต์ (Pigment) ซึ่งหากจะนำเทคโนโลยีทั้งหมดที่กล่าวมาสำหรับอุตสาหกรรมผ้าไปใช้ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ หมึกที่ใช้ต้องเปลี่ยนจากหมึกฐานน้ำเป็นฐานน้ำมัน (Solvent) หรือหมึก (U.V ink) เพื่อความคงทนของงานพิมพ์

2.5 องค์ความรู้เกี่ยวกับผู้บริโภค

นักวิชาการได้ให้ความหมายแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว (ศุภร เสรีรัตน์, 2540)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจ และการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการกล่าวคือ พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์ทางการตลาดสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้และเพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาดที่ว่า การทำให้ลูกค้าพึงพอใจต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อขจัดสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลในการซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทั้งกระบวนการภายในจิตใจและสังคมภายนอกที่เกิดขึ้นก่อนและหลังการกระทำนั้น ๆ (นิเวศ ธรรมะ และคณะ, มปป.)

พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนซื้อสินค้าและบริการด้วยเงิน การใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ การกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวกำหนดให้มีการกระทำ พฤติกรรมการซื้อนั้นหมายรวมถึงผู้ซื้อที่เป็นอุตสาหกรรมหรือที่เป็นการซื้อของบริษัทในอุตสาหกรรมหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อ (หทัยภัทร อินทร์คำ, 2554)

สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องกับการซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวกำหนดให้มีการกระทำ

2.5.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค

การเข้าใจถึงความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค เป็นพื้นฐานของการทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำเสนอทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและแรงจูงใจโดยทำการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow, 1943 อ้างถึงใน ชูชัย

สมิททีกอร์, 2554) ซึ่งได้เสนอทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น (Hierarchy of needs theory) มีสมมติฐานเบื้องต้นดังนี้

2.5.1.1 มนุษย์มีความต้องการเป็นลำดับขั้น เมื่อความต้องการระดับใดได้รับการตอบสนองแล้วความสำคัญของความต้องการนั้นก็จะลดน้อยลง และจะพยายามตอบสนองความต้องการในระดับที่สูงขึ้นไป

2.5.1.2 ความต้องการของมนุษย์เป็นเรื่องที่มีความสลับซับซ้อนและความต้องการจะมีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเช่น เมื่อเกิดความหิว การระงับความหิวจะเป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องการกระทำมากที่สุด และความต้องการนี้จะลดลงเมื่อได้รับการตอบสนองแล้ว

2.5.1.3 ความต้องการระดับต่ำต้องได้รับการตอบสนองก่อน จึงจะเกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้น

2.5.1.4 วิธีการตอบสนองความต้องการในระดับสูง มีความหลากหลายมากกว่าการตอบสนองความต้องการในระดับต่ำ

โดยมาสโลว์ (1943) ได้จำแนกความต้องการของมนุษย์เป็น 5 ขั้นดังนี้

1) ความต้องการด้านสรีระ (physiological needs) เป็นความต้องการทางร่างกายของมนุษย์ซึ่งจำเป็นสำหรับการดำรงชีวิต ความต้องการเหล่านี้ได้แก่ อากาศ น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย มนุษย์จะมีความต้องการในลำดับถัดไปเมื่อความต้องการด้านสรีระได้รับการตอบสนองแล้ว

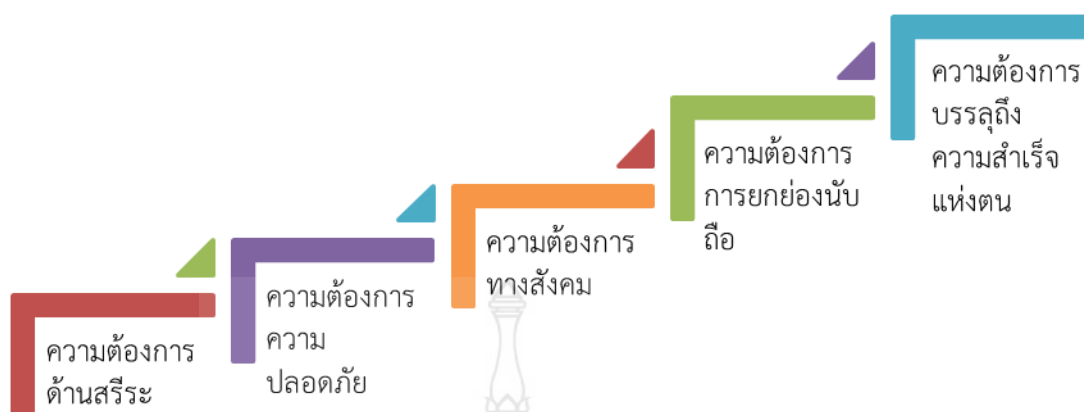
2) ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เกิดขึ้นเมื่อความต้องการด้านสรีระได้รับการตอบสนองแล้ว ความปลอดภัยดังกล่าวมี 2 รูปแบบคือ ความต้องการความปลอดภัยด้านร่างกายและความมั่นคงด้านเศรษฐกิจ ซึ่งความต้องการความปลอดภัยด้านร่างกายได้แก่ การมีความปลอดภัยในชีวิต การมีสุขภาพดี ส่วนความมั่นคงด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การมีอาชีพการงานที่มั่นคง

3) ความต้องการด้านสังคม (social needs) หมายถึง ความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์และเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสังคม เช่น มิตรภาพ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและความรักจากผู้อื่น

4) ความต้องการการยกย่องนับถือ (esteem needs) หมายถึง ความต้องการที่จะได้รับความยอมรับนับถือจากผู้อื่น การมีตำแหน่งและเกียรติยศ และการมีสถานภาพทางสังคม

5) ความต้องการบรรลุถึงความสำเร็จแห่งตน (self-actualization needs) หมายถึง ความต้องการที่พัฒนาศักยภาพของตนไปสู่จุดสูงสุด การได้ทำงานที่ท้าทายและการประสบความสำเร็จในสิ่งที่ทำให้ตนเองรู้สึกว่าได้บรรลุถึงจุดสูงสุดของชีวิต

มาสโลว์ ได้จำแนกความต้องการทั้งห้าของมนุษย์ออกเป็น 2 ระดับใหญ่ ๆ คือ ระดับต่ำ (low-order needs) ได้แก่ ความต้องการด้านสรีระ และความต้องการความปลอดภัย สำหรับความต้องการในระดับสูง (higher-order needs) ได้แก่ ความต้องการทางสังคม ความต้องการการยกย่องนับถือ และความต้องการบรรลุถึงความสำเร็จแห่งตน



ภาพที่ 2.8 ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น
ที่มา: ชูชัย สมितिไกร (2554)

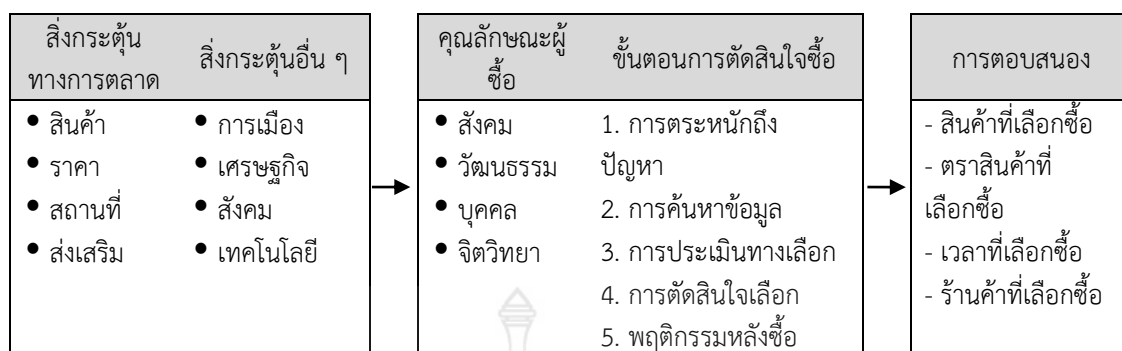
2.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

เนื่องจากลูกค้ามีความต้องการ เขาจะต้องตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของเขาให้เกิดความพึงพอใจ การศึกษาขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้าจึงมีความสำคัญต่อนักการตลาด แบบจำลองการตัดสินใจซื้อ นำเสนอกรอบแนวคิดของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (สืบทาติ อันทะไชย, 2556) ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

Kotler (1994) กล่าวว่า ผู้จัดการตลาดต้องไว้วางใจต่อการวิจัยผู้บริโภคเพื่อตอบคำถาม 7 ข้อ ดังต่อไปนี้

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย?	กลุ่มตลาดเป้าหมาย (Occupants)
ผู้บริโภคซื้ออะไร?	สินค้าหรือบริการ (Objects)
ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ?	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives)
ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ในการซื้อ (Organizations)
ผู้บริโภคซื้ออย่างไร?	ขั้นตอนการซื้อ (Operations)
ผู้บริโภคซื้อเมื่อไร?	โอกาสในการซื้อ (Occasions)
ผู้บริโภคซื้อที่ไหน?	แหล่งที่ซื้อสินค้า (Outlets)

ซึ่งเรียกชื่อย่อว่า “7 Os” การสร้างความเข้าใจพฤติกรรมกรซื้อควรใช้แบบจำลองกระตุ้นและตอบสนอง (The stimulus-response model) ซึ่งแสดงดังภาพที่ 2.9



ภาพที่ 2.9 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา: Kotler (2003) อ้างถึงใน สืบชาติ อันตะไชย (2556)

จากภาพที่ 2.9 สิ่งกระตุ้นมีองค์ประกอบ 2 ชนิด คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือส่วนผสมทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ หรือสิ่งแวดล้อมภายนอก ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ในขณะที่องค์ประกอบด้านคุณลักษณะของผู้ซื้อและขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเรียกว่า “กระบวนการ” นอกจากนั้นแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคยังประกอบด้วย การตอบสนอง ซึ่งได้แก่ สินค้าที่เลือกซื้อ ตราสินค้าที่เลือกซื้อ เวลาที่เลือกซื้อ ร้านค้าที่เลือกซื้อ หรือจำนวนที่เลือกซื้อ

Kerin et al., (2003) อ้างถึงใน สืบชาติ อันตะไชย (2556) เสนอว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ด้านจิตวิสัย ด้านสังคม วัฒนธรรม และด้านสถานการณ์ซื้อ

Peter and Donnelly (2004) เสนอกรอบแนวคิดของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนี้



ภาพที่ 2.10 ภาพรวมของขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: Peter and Donnelly (2004)

2.6.1 อิทธิพลของวัฒนธรรมที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย

วัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ความปรารถนา และพฤติกรรมของผู้บริโภค ค่านิยมทางวัฒนธรรมถ่ายทอดโดย 2 สถาบันคือ สถาบันครอบครัว สถาบันศาสนา และสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษามีบทบาทมากที่สุดต่อการสร้างค่านิยมทางวัฒนธรรม นักการตลาดต้องปรับส่วนประสมการตลาดให้สอดคล้องกับค่านิยม และเฝ้า

ติดตามการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมทางวัฒนธรรมเช่น ปัจจุบันค่านิยมของวัยรุ่นในประเทศไทยนิยมค่านิยมของวัยรุ่นญี่ปุ่นหรือค่านิยมของสหรัฐอเมริกาซึ่งมุ่งความสำเร็จ (Briley et al, 2000)

2.6.2 อิทธิพลของสังคมที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

อิทธิพลของสังคม (Sociological influence) ที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภคปัจจัยเหล่านี้คือ ปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ชั้นของสังคม

2.6.2.1 อิทธิพลส่วนบุคคล

การซื้อสินค้าของบุคคลได้รับอิทธิพลจากความคิดเห็นหรือพฤติกรรมของผู้อื่น ซึ่งรวมถึงผู้นำความคิดเห็นและการแพร่คำพูด (Dube and Morgan, 1996) ซึ่งมีดังนี้

1) ความคิดเห็นของผู้นำ

บุคคลที่มีอิทธิพลทางสังคมต่อผู้อื่นโดยตรงหรือโดยอ้อม เรียกว่า “ผู้นำทางความคิดเห็น” ซึ่งมีความสำคัญต่อสินค้าส่วนบุคคลที่แสดงถึงการแสดงออกของตนเอง ตัวอย่างสินค้าได้แก่ รถยนต์ เสื้อผ้า สมาชิกสโมสร คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล หรือโฮมวิดีโอ เป็นต้น

2) การแพร่คำพูด (Word of Mouth) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อกันและกัน

ขณะที่เผชิญหน้ากัน เรียกว่า “การแพร่คำพูด” ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความสำคัญเนื่องจากความซื่อสัตย์

2.6.2.2 กลุ่มอ้างอิง

กลุ่มอ้างอิงเป็นบุคคลที่ใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการประเมินตนเองหรือเป็นแหล่งมาตรฐาน กลุ่มอ้างอิงมีผลกระทบต่อผู้บริโภคเพราะว่ามีอิทธิพลต่อสารสนเทศ ทักษะคติ และความใฝ่ฝัน กลุ่มอ้างอิงจัดได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มสมาชิก เช่น ครอบครัว สโมสร ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจประกันภัย การท่องเที่ยว

2) กลุ่มใฝ่ฝัน คือ สมาคมนักวิชาชีพ เช่น ทนายความ การตลาด บัญชี หมอ เป็นต้น

3) กลุ่มไม่เป็นสมาคม เป็นกลุ่มผู้ซื้อที่ต้องการแยกตัวออก เนื่องจากมีค่านิยมที่แตกต่างกันหรือพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

2.6.2.3 ชั้นทางสังคม (Social class)

Peter and Donnelly (2004) กล่าวว่า ชั้นทางสังคมพัฒนามาจากความมั่งคั่ง ความชำนาญ และอำนาจ ตัวชี้วัดชั้นทางสังคมคือ อาชีพ ชั้นทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อทักษะคติและค่านิยม กล่าวคือ ผู้บริโภคที่อยู่ในชั้นสังคมแตกต่างกันจะมีทักษะคติและค่านิยมต่อสินค้าหรือการบริการแตกต่างกัน (Holt, 1997)

2.6.3 อิทธิพลส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยครอบครัวต่อพฤติกรรมผู้บริโภคมี 7 ปัจจัย คือ สังคมลูกค้า อายุ วงจรครอบครัว การตัดสินใจซื้อของครอบครัว อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจ บุคลิกภาพ และวิถีชีวิต ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

2.6.3.1 สังคมของลูกค้า

บริบททางสังคมของลูกค้าในการยอมรับสินค้าใหม่ถือเป็นกุญแจสำคัญของการแพร่กระจายนวัตกรรม สังคมของลูกค้าเป็นขั้นตอนที่บุคคลแสวงหาความชำนาญ ความรู้ และทัศนคติในฐานะผู้บริโภคเช่น เด็กเรียนรู้การซื้อสินค้าจากการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใหญ่ที่ซื้อสินค้า และประสบการณ์จากการใช้สินค้า เป็นต้น

2.6.3.2 อายุและวงจรชีวิตครอบครัว

วงจรครอบครัว เป็นผู้บริโภคที่มีเส้นทางแตกต่างกัน เส้นทางดั้งเดิมสำหรับผู้บริโภคเคลื่อนจากหนุ่มสาวโสด หนุ่มสาวแต่งงานแต่ไม่มีลูก จนกระทั่งถึงผู้สูงอายุ ไม่แต่งงาน กล่าวคือ แต่ละขั้นตอนจะมีความแตกต่างของความต้องการและรายได้ที่เปลี่ยนแปลงไป

วงจรชีวิตของครอบครัวมี 8 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 เป็นโสดและอยู่ในวัยหนุ่มสาว จะซื้อสินค้าส่วนตัวเช่น เสื้อผ้า การพักผ่อน เครื่องสำอาง และมีภาระทางการเงินต่ำ

ขั้นที่ 2 แต่งงานใหม่ อัตราการซื้อสินค้าสูง จะซื้อสินค้าถาวรเช่น รถยนต์ บ้าน เฟอร์นิเจอร์

ขั้นที่ 3 แต่งงานมีลูก อายุต่ำกว่า 6 ขวบ จะซื้อสินค้าที่ใช้ภายในครัวเรือน สนใจสินค้าใหม่ที่โฆษณาผ่านโทรทัศน์เช่น เครื่องซักผ้า อาหารเด็ก เป็นต้น

ขั้นที่ 4 แต่งงานมีลูก อายุสูงกว่า 6 ขวบ ภรรยาอาจจะทำงาน ทำให้มีรายได้เพิ่มสูงขึ้น ลูกเข้าโรงเรียน จะซื้อสินค้าจำนวนมากเช่น อาหาร เครื่องเขียน แบบเรียน เป็นต้น

ขั้นที่ 5 พ่อแม่อายุมาก ลูกมีงานทำ ฐานะการเงินดี จะซื้อเฟอร์นิเจอร์ รถยนต์สำหรับท่องเที่ยว นิตยสาร การบริการด้านสุขภาพ เป็นต้น

ขั้นที่ 6 พ่อแม่อายุมาก ลูกแต่งงานแยกครอบครัว จะบริจาค ทำนุบำรุงศาสนา ท่องเที่ยว ศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง

ขั้นที่ 7 พ่อแม่อายุมาก ออกจากงาน รายได้ลดลง จะซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพ

ขั้นที่ 8 อยู่คนเดียว เนื่องจากฝ่ายหนึ่งตายหรือหย่า ต้องการความสนใจ การเอาใจใส่ เป็นต้น

2.6.3.3 การตัดสินใจซื้อของครอบครัว

รูปแบบของการตัดสินใจซื้อของครอบครัวมี 2 ชนิด คือ

1) สามี และภรรยาเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ เช่น รถยนต์ บ้าน เฟอร์นิเจอร์ การพักผ่อน เป็นต้น

2) สามี หรือภรรยาเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ภรรยาจะมีบทบาทเป็นผู้ตัดสินใจซื้อในร้านโชห่วย หรือซูเปอร์มาร์เก็ต สมาชิกในครอบครัวที่ทำหน้าที่ตัดสินใจซื้อจะมีบทบาท 5 ชนิด คือ บทบาทเก็บรวบรวมข้อมูล บทบาทของการมีอิทธิพล บทบาทของผู้ตัดสินใจซื้อ บทบาทของผู้ซื้อ และบทบาทของผู้ใช้

2.6.3.4 อาชีพ

อาชีพของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อแบบแผนการบริโภคเช่น ผู้ใช้แรงงาน จะซื้อเสื้อผ้าที่ใช้ทำงาน เป็นต้น ในขณะที่ผู้จัดการจะซื้อสูท เป็นสมาชิกสโมสร เป็นต้น นักการตลาดจะกำหนดกลุ่มอาชีพที่สนใจสินค้าของบริษัท

2.6.3.5 สถานะทางเศรษฐกิจ

รายได้ การออมและทรัพย์สิน หนี้สิน ทักษะติดต่อการออมทรัพย์ของผู้บริโภคและทัศนคติต่อการจ่ายเงิน อำนาจการซื้อ ซึ่งนักการตลาดต้องให้ความสนใจกับแนวโน้มรายได้ส่วนบุคคล การออมและอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำประชาชนมีรายได้ต่ำ บริษัทต้องปรับปรุงสินค้า ราคาสินค้า การผลิตและสินค้าคงคลังเพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน

2.6.3.6 บุคลิกภาพ

เป็นพฤติกรรมหรือการตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีที่ใช้ศึกษาบุคลิกภาพคือ ทฤษฎีของฟรอยด์ (Freudian) โดยซิกมันด์ ฟรอยด์ พัฒนาทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของบุคลิกภาพ โดยมีข้อสันนิษฐานเบื้องต้นว่า แรงขับที่ไร้สติสัมปชัญญะ (คือ แรงขับทางชีวภาพ และแรงขับทางเพศ) เป็นแรงจูงใจ และบุคลิกภาพของบุคคล ฟรอยด์เสนอแนะว่า บุคลิกภาพประกอบด้วยแนวคิด 3 ประการคือ อิด (Id) อีโก้ (Ego) และซูเปอร์อีโก้ (Superego)

- 1) อิด หมายถึง แรงขับพื้นฐานทางกายภาพ เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ
 - 2) ซูเปอร์อีโก้ หมายถึง การแสดงออกทางด้านจริยธรรม จรรยาบรรณของสังคม
 - 3) อีโก้ หมายถึง การควบคุมที่มีสติสัมปชัญญะ
- ขั้นตอนของการพัฒนาบุคลิกภาพมี 5 ขั้น คือ การพัฒนาทางปาก การพัฒนาด้านการขับถ่าย การพัฒนาทางเพศ การพัฒนาด้านชอนเร้น และการพัฒนาทางเพศสัมพันธ์

2.6.3.7 วิถีชีวิต

รูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

2.6.4 อิทธิพลทางจิตวิทยาที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

อิทธิพลทางจิตวิทยาที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วยแรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.6.4.1 การจูงใจผู้บริโภค

ผู้บริโภคถูกจูงใจโดยความต้องการและความปรารถนา ความต้องการเป็นอิทธิพลพื้นฐานที่จูงใจให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ผู้บริโภคบางคนต้องการความอยู่ดีกินดี แต่ผู้บริโภคบางคนต้องการเพื่อน เป็นต้น ในขณะที่ความปรารถนา เป็นความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ในระหว่างที่มีชีวิตอยู่เช่น ทุกคนต้องการน้ำ แต่บางคนปรารถนาเครื่องดื่ม เป็นต้น เมื่อผู้บริโภคไม่ได้รับการตอบสนองให้เกิดความพึงพอใจ เขาจะเกิดแรงขับ (Drive) เช่น ความต้องการ

เครื่องตี๋ม ก่อให้เกิดหรือนำไปสู่แรงขับ (ความกระหาย) แรงขับ เป็นสิ่งกระตุ้นที่มีความเข้มพอที่ก่อให้เกิดการกระทำเพื่อลดความต้องการ แรงขับเกิดภายในตัวคนซึ่งเป็นเหตุผลที่ก่อให้เกิดรูปแบบพฤติกรรม

2.6.4.2 การรับรู้กำหนดสิ่งที่ตนเองเห็นและรู้สึก

ผู้บริโภคคัดเลือกวิธีการตอบสนองความต้องการแตกต่างกันไป เพราะว่าการรับรู้ที่ต่างกัน การรับรู้หมายถึง การเก็บรวบรวมและตีความหมายข้อมูลจากโลกรอบตัว เนื่องจากผู้บริโภคพบสิ่งกระตุ้นมากมายเช่น การโฆษณา สินค้า ร้านค้า เป็นต้น จึงไม่สามารถรับรู้ได้ทุกอย่าง สิ่งที่ยอมรับได้ 2 ชนิด ได้แก่

- 1) สิ่งกระตุ้นทางกายภาพเช่น ร้านค้า สินค้า เป็นต้น
- 2) สิ่งที่ยอมรับได้ซึ่งเกิดจากตัวผู้บริโภคเองเช่น ความคาดหวัง สิ่งจูงใจ

และการเรียนรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในอดีต ดังนั้นผู้บริโภคจึงมีกระบวนการคัดเลือกซึ่งได้แก่ การเลือกรับรู้ การจัดองค์การการรับรู้ และแปลความหมายของการรับรู้

2.6.4.3 การเรียนรู้กำหนดการตอบสนองของผู้บริโภค

1) พฤติกรรมการเรียนรู้ การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงกระบวนการคิดเนื่องจากประสบการณ์ในอดีต การเรียนรู้เกิดจากประสบการณ์ตรงหรือประสบการณ์โดยอ้อม ซึ่งการเรียนรู้ประกอบด้วย ประสบการณ์ซ้ำ ๆ และการคิด กระบวนการเรียนรู้ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัว คือ

- 1.1) แรงขับ เป็นความต้องการที่นำไปสู่การกระทำเช่น ความหิว
- 1.2) ตัวนำ เช่น สินค้า โฆษณา หรือสิ่งกระตุ้นอื่นในสิ่งแวดล้อม ซึ่ง

นำไปสู่การตอบสนองของผู้บริโภค

1.3) การตอบสนอง เป็นความพยายามที่สร้างความพึงพอใจตามแรงขับ การตอบสนองของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับตัวนำและประสบการณ์ในอดีตของเขา

1.4) การเสริมแรง ของกระบวนการเรียนรู้เกิดขึ้นเมื่อการตอบสนองของผู้บริโภคก่อให้เกิดความพึงพอใจกล่าวคือ การตอบสนองนั้นสามารถลดแรงขับลงได้ การเสริมแรงจะมีความเข้มแข็งเมื่อมีความสัมพันธ์กับตัวนำ และการตอบสนองมีผลให้เกิดการกระทำซ้ำ เมื่อเกิดแรงขับขึ้นอีก

2) การเรียนรู้ตามความเข้าใจ เป็นการเรียนรู้จากการคิด การหาเหตุผล การแก้ปัญหาโดยใช้สติปัญญาที่ปราศจากประสบการณ์โดยตรง การเรียนรู้ตามความเข้าใจเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความคิดมากกว่า 2 อย่าง หรือการสังเกตพฤติกรรมของผู้อื่นแล้วนำมาปรับใช้กับตนเองเช่น ผู้ผลิตแชมพูเฮด แอนด์ โชลเตอร์ ใช้ข้อความโฆษณาว่า “เฮด แอนด์ โชลเตอร์ สามารถจัดเรียงแคได้” ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้าเฮด แอนด์ โชลเตอร์ กับการจัดเรียงแค เป็นต้น

3) ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า การเรียนรู้มีความสำคัญ เพราะว่าการเรียนรู้ก่อให้เกิดนิสัยซึ่งถือเป็นพื้นฐานของการแก้ปัญหาประจำวัน นอกเหนือจากนั้น นิสัยมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า เป็นทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าและการซื้อสินค้านั้นอย่างสม่ำเสมอเป็นระยะเวลาเวลานาน ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าเป็นผลจาก

การเสริมแรงในทางบวกจากการซื้อสินค้าใช้ครั้งก่อน ดังนั้นผู้บริโภคจะลดความเสี่ยงและประหยัดเวลา โดยการซื้อสินค้าตราสินค้าเดิมเป็นประจำ

ความต้องการหลายอย่างเป็นการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ตัวอย่างความต้องการอาหาร คนไทยจะกินข้าวเหนียว ไก่ย่าง ส้มตำ ในขณะที่ชาวญี่ปุ่นชอบซูชิ ถึงอย่างไรก็ตาม นักวิจัยเสนอแนะว่า การโฆษณาไม่มีผลต่อความมั่นใจของผู้ซื้อถ้าการโฆษณาไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ

4) ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติ

ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคและมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติการตลาด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การจัดรูปแบบของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นการกำหนดพฤติกรรมไว้ล่วงหน้าซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ต่อวัตถุตามความชอบหรือไม่ชอบ ทัศนคติจัดรูปแบบตามค่านิยมและความเชื่อของแต่ละบุคคล ค่านิยมแปรผันตามระดับของการกำหนดค่าเช่น ค่านิยมหลักของชาวอเมริกันคือ ความมั่งคั่งทางวัตถุและมนุษยชน และค่านิยมส่วนบุคคลเป็นการประหยัดและความทะเยอทะยาน โดยทั่วไปค่านิยมส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อความสำคัญของคุณสมบัติของสินค้า ความเชื่อก็มีส่วนต่อการจัดรูปแบบของทัศนคติ ความเชื่อเป็นการรับรู้ของบุคคลที่เกี่ยวกับการปฏิบัติการของคุณสมบัติของสินค้า ความเชื่อยึดถือตามพื้นฐานของประสบการณ์ส่วนบุคคล การโฆษณาและการอภิปรายกับผู้อื่น ความเชื่อเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้ามีความสำคัญเพราะว่า ความเชื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสินค้า

2) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

นักการตลาดใช้วิธีการ 3 ประการในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือตราสินค้าได้แก่ การเปลี่ยนแปลงความเชื่อเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้า การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ความสำคัญของคุณสมบัติของสินค้าเช่น เป๊ปซี่ โคลา-โคล่า ใช้ความสดชื่นเป็นคุณสมบัติอันสำคัญของสินค้า แล้วบริษัทเป๊ปซี่ โคลา-โคล่า จึงพิมพ์วันหมดอายุของความสดชื่นไว้ที่กระป๋องโค้ก เป็นต้น การเพิ่มคุณสมบัติใหม่ของสินค้าเช่น ยาสีฟันยี่ห้อคอลเกตได้เพิ่มเกลือเป็นคุณสมบัติใหม่ของสินค้า เป็นต้น ทัศนคติรวมกับความเชื่อก่อให้เกิดเป็นความคาดหวัง ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่ผู้บริโภคคาดหวัง ความคาดหวังของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นประโยชน์ของสินค้าหรือคุณค่าของสินค้าซึ่งเขาคาดหวังจากส่วนประสมการตลาด (สินค้า ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด) ผู้บริโภคเกิดความไม่พึงพอใจเมื่อความคาดหวังของเขาไม่ได้รับการตอบสนอง

2.6.5 อิทธิพลของสถานการณ์ซื้อ

สถานการณ์ซื้อที่มีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบด้วย งานการซื้อ สิ่งแวดล้อมทางสังคม สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อิทธิพลชั่วคราวและสภาวะก่อนการซื้อ กล่าวคือ งานการซื้อเป็นเหตุผลที่ผู้กมัดในการซื้อสินค้า ความแตกต่างของการแสวงหาข้อมูลและการประเมินข้อมูลจะขึ้นอยู่กับวิธีการซื้อเป็นของขวัญหรือซื้อไปใช้เอง สิ่งแวดล้อมทางสังคม เป็นบุคคลอื่นที่อยู่ร่วมกับลูกค้าในขณะที่ซื้อสินค้า สิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่เป็นเสียงเพลง ฝาผนัง การพลุกพล่านของร้านค้าปลีก อิทธิพลชั่วคราว เป็นวัน เวลา ในการซื้อสินค้าหรือเวลาที่ใช้ซื้อสินค้า สภาวะก่อนการซื้อ เป็นอารมณ์ของลูกค้าหรือจำนวนเงินที่มีในขณะที่ซื้อสินค้า

2.7 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จารุพรรณ ททรัพย์ปรุง (2553) ศึกษาเรื่อง การศึกษาลายผ้าในงานจิตรกรรมฝาผนังวัดพระศรีรัตนศาสดาราม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยบริสุทธิ์ที่มุ่งค้นหาความรู้ทางวิชาการเกี่ยวกับลายผ้าไทยโบราณสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นและลายผ้าไทยโบราณที่ปรากฏในงานจิตรกรรมฝาผนังภาพตัวละครสำคัญในเรื่องรามเกียรติ์ บริเวณซุ้มประตูและมุขระเบียงของพระระเบียงวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ขนาดภาพเกือบเท่าคนจริง จำนวน 57 ภาพในสภาพปัจจุบัน ผลการวิจัยพบว่า ผ้าไทยโบราณสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นมี 2 ประเภท ได้แก่ ผ้าที่ทอในประเทศและผ้าที่สั่งทำจากต่างประเทศตามแบบของช่างไทย โดยผ้าไทยโบราณที่สั่งทำจากอินเดียมี 3 ประเภท ได้แก่ ผ้าลายอย่าง ผ้าลายเขียนทอง และผ้ายก และมีลายผ้าไทยโบราณเท่าที่รวบรวมได้ทั้งสิ้น 30 แบบลายที่เป็นลายหลัก ส่วนลายผ้าไทยโบราณที่ปรากฏในงานจิตรกรรมฝาผนังภาพตัวละครสำคัญในเรื่องรามเกียรติ์บริเวณซุ้มประตูและมุขระเบียงของพระระเบียงวัดพระศรีรัตนศาสดารามมีจำนวนทั้งสิ้น 25 แบบลายที่เป็นลายหลัก

ศรัณย์ จันทร์แก้ว (2554) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาลวดลายพิมพ์จากศิลปะอาร์ตนูโวบนผ้าใยกล้วยงเพื่อออกแบบชุดทำงานสตรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาลวดลายพิมพ์จากศิลปะอาร์ตนูโวบนผ้าใยกล้วยงด้วยวิธีการพิมพ์สกรีน 2) ออกแบบชุดทำงานสตรีโดยใช้ผ้าใยกล้วยงพิมพ์ลวดลายจากศิลปะอาร์ตนูโว 3) ศึกษาความพึงพอใจของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อชุดทำงานสตรีพิมพ์ลวดลายจากศิลปะอาร์ตนูโวบนผ้าใยกล้วยง กลุ่มตัวอย่างคือ สตรีวัยทำงานอายุ 25-35 ปี ในเขตสาทรและเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามและชุดทำงานสตรีต้นแบบจำนวน 9 แบบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดำเนินการโดยศึกษาแนวคิดจากศิลปะอาร์ตนูโวเพื่อออกแบบลวดลายพิมพ์ 3 ลวดลายประกอบด้วย ลายผีเสื้อ ลายดอกไม้ และลายเถาวัลย์ แล้วนำลายมาสกรีนบนผ้าใยกล้วยง จากนั้นนำผ้ามาตัดเย็บเป็นชุดทำงานสตรี ประกอบด้วยชุดติดกัน เสื้อคลุม กระโปรง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 25-30 ปี มีสภาพภาพโสด อาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ระหว่าง 15,000-25,000 บาท การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เคยซื้อ เคยใช้ เสื้อผ้าและเครื่องประกอบการแต่งกายจากผ้าใยกล้วยง ซึ่งประเภทที่ซื้อมากที่สุดคือ กระเป๋า โอกาสที่จะสวมใส่เป็นชุดลำลอง และเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อชุดทำงานคือ กระเป๋า โอกาสที่จะสวมใส่จะสวมใส่เป็นชุดลำลอง และเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อชุดทำงานคือ ซื้อเมื่อชอบ ประเด็นที่พิจารณาในการตัดสินใจซื้อชุดทำงานคือ ความสวยงาม รูปแบบ ความทันสมัย และความถี่ในการซื้อคือ ซื้อทุกเดือน ราคาของชุดที่ซื้อประมาณ 500 - 1,000 บาท/ตัว เพื่อนและเพื่อนร่วมงานเป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อชุดทำงาน ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อชุดทำงานสตรีพบว่า แบบชุดติดกันลายผีเสื้อได้รับความพึงพอใจเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ลายเถาวัลย์ และลายดอกไม้ มีค่าเฉลี่ย 4.03 3.99 และ 3.90 ตามลำดับ แบบเสื้อคลุมลายผีเสื้อได้รับความพึงพอใจเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ลายเถาวัลย์ และลายดอกไม้ มีค่าเฉลี่ย 4.09 4.03 และ 3.95 ตามลำดับ ส่วนแบบกระโปรงลายเถาวัลย์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.09 รองลงมาคือ ลายดอกไม้และลายผีเสื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.00 และ 3.98 ซึ่งพบว่า ทุกแบบได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ใจภักดี บุรพเจตนา (2555) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอประเภทของที่ระลึกของชุมชนบ้านหาดเสี้ยว จังหวัดสุโขทัย มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนางานผลิตภัณฑ์สิ่งทอประเภทของที่ระลึกของชุมชนบ้านหาดเสี้ยว จังหวัดสุโขทัย ให้มีรูปแบบที่ทันสมัย โดยนำต้นแบบลวดลายที่ได้จากโครงการวิจัยที่ได้ทำแล้วมาต่อยอดในการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ตลอดจนถ่ายทอดเทคโนโลยีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอประเภทของที่ระลึกรูปแบบต่าง ๆ ให้กับผู้นสนใจทั่วไป เพื่อพัฒนาและส่งเสริมสินค้าเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนต่อไป

การวิจัยในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ขั้นตอนการสำรวจข้อมูลพื้นฐานประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้ผลิต และผู้ประกอบการ กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สิ่งทอประเภทของที่ระลึกในชุมชนบ้านหาดเสี้ยว จังหวัดสุโขทัย กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้บริโภคทั่วไปด้านผลิตภัณฑ์สิ่งทอประเภทของที่ระลึกในกรุงเทพฯ และขั้นตอนการประเมินพฤติกรรมผู้บริโภคคือ กลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สิ่งทอประเภทของที่ระลึกในชุมชนบ้านหาดเสี้ยว จังหวัดสุโขทัย ขั้นตอนการออกแบบ ประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสิ่งทอ และนำผลงานต้นแบบถ่ายทอดเทคโนโลยีและเผยแพร่ผลการวิจัยให้กับประชาชน ผู้สนใจ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ครูอาจารย์ในกรุงเทพฯ และชุมชนบ้านหาดเสี้ยว จังหวัดสุโขทัย เพื่อเป็นความรู้และแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอเชิงวัฒนธรรมต่อไป

จากการสำรวจความต้องการเบื้องต้น และสรุปวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค ผู้วิจัยได้นำรูปแบบลวดลายที่ผสมผสานระหว่างแนวนิยมแบบดั้งเดิมกับลวดลายสมัยใหม่ ตามความนิยมส่วนใหญ่ของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยนำลวดลายต้นแบบที่ได้จากการทำวิจัยในปี 2553 มาใช้เป็นลวดลายหลักในการออกแบบ และประยุกต์ใช้เฉพาะโครงร่างของลาย ร่วมกับการกำหนดกลุ่มสีใหม่ให้มีกลมกลืน และการใช้เทคนิคการพิมพ์ลวดลายด้วยระบบดิจิทัลผสมผสานกับการปักแต่งลวดลายให้มีมิติที่ช่วยสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ด้านวัสดุที่นำมาใช้คือ กลุ่มผ้าฝ้าย และกลุ่มผ้าไหมซาตินสังเคราะห์ที่สะดวกในการดูแลรักษา ราคาไม่สูง มีผิวสัมผัสให้เลือกหลายชนิดเหมาะสมกับการผลิตเป็นของที่ระลึก ผลงานต้นแบบประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทเครื่องใช้ และเครื่องประดับตกแต่ง รวม 5 รูปแบบ ได้แก่ หมอนอิงรูปทรงสามเหลี่ยมและสี่เหลี่ยม กระเป๋ารูปทรงสามเหลี่ยมและห้าเหลี่ยม ก่องผ้าเอนกประสงค์ 3 ขนาด ผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีและเผยแพร่ผลการวิจัย ด้านความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสูงที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54

อาทิตยา มาวิบูลย์วงศ์ (2557) ศึกษาเรื่อง โครงการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมหางกระรอก มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาจากผู้ผลิตผ้าไหมหางกระรอกเพื่อหาแนวทางพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาวัสดุรวมทั้งผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของผู้ผลิต 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ผลิตที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ศึกษาเกี่ยวกับ 1) ผ้าไหมหางกระรอก 2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัสดุในท้องถิ่น 3) สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ 4) การใช้วัสดุอื่นร่วมกับไหมหางกระรอกและลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า เทคนิคการมัดเชือกที่ใช้ในการมัดพิมพ์ของก๊ทอผ้าแสดงถึงภูมิปัญญาอันโดดเด่นคือ เมื่อพับเก็บพิมพ์แล้วกางออกเส้นเชือกไม่พันกัน ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบและทำต้นแบบผลิตภัณฑ์จากไหมหางกระรอก อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์โคมไฟ สร้อยคอ ต่างหู และตุ๊กตา สามารถสรุปได้ดังนี้ 1) โคมไฟ 3 รูปแบบ แรงบันดาลใจจากส้มจับปลาและจ่อเลี้ยง

ไหม วัสดุเส้นไหมร่วมกับไม้ 2) สร้อยคอ ต่างหู 3 รูปแบบ แรงบันดาลใจจากรังไหม จอเลี้ยงไหม และใบหม่อน วัสดุเส้นไหมร่วมกับโลหะ 3) ตุ๊กตา 1 ชุด มีสัตว์ 5 ตัว คือ ม้า ยีราฟ ปลา นก ช้าง วัสดุผ้าฝ้ายและไม้ใช้วัสดุอื่นร่วม ผู้วิจัยได้ผลิตต้นแบบให้กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ผลิตไหมทางกระรอก จำนวน 50 คน ประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผลการประเมินความพึงพอใจพบว่า ในด้านความเหมาะสมในการผลิตเชิงหัตถอุตสาหกรรม โคมไฟจากผ้าไหมทางกระรอกผู้ผลิตมีความพึงพอใจมาก สร้อยคอต่างหูจากผ้าไหมทางกระรอกผู้ผลิตมีความพึงพอใจมาก และตุ๊กตาจากผ้าไหมทางกระรอก ผู้ผลิตมีความพึงพอใจมาก ในด้านความเหมาะสมสำหรับพัฒนาการเด็ก 0 - 6 เดือน

จากผลการทดสอบผู้วิจัยพบว่า เส้นไหมทางกระรอกแม้ไม่ได้ทอเป็นผืน เมื่อนำมามัดโดยวิธีการมัดพิมของก๊อผ้าก็สามารถเกิดลวดลายได้ด้วยตัวเอง การใช้วัสดุไม้และโลหะร่วมกับไหมทางกระรอกมีความเหมาะสมเนื่องจากผิววัสดุมีความเรียบ ทำให้ไหมทางกระรอกสามารถขึ้นรูปแล้วเกิดลวดลายได้ แต่เรซินไม่เหมาะสมเนื่องจากเมื่อเรซินเคลือบผ้าไหมทางกระรอกทำให้ลวดลายทางกระรอกหายไปและลดคุณค่าของผ้าไหมจากสัมผัสที่มีความเรียบลื่นกลายเป็นแข็งกระด้าง

อดิگانต์ สุทธิวงษ์ และศุภกรักร สุวรรณวัจน์ (2559) ศึกษาเรื่อง การศึกษาการออกแบบลายพิมพ์ผ้าตีนจกสร้างสรรค์แฟชั่นร่วมสมัยจากภูมิปัญญาไทยพวน จังหวัดสุโขทัย โดยใช้การศึกษารูปแบบลวดลายผ้าตีนจกไทยพวน โดยมีจุดมุ่งหมายของการศึกษาคือ 1) เพื่อออกแบบลายพิมพ์ผ้าตีนจก จากภูมิปัญญาไทยพวน จังหวัดสุโขทัย 2) เพื่อประเมินคุณภาพของลายพิมพ์ผ้าตีนจกจากภูมิปัญญาไทยพวน จังหวัดสุโขทัย 3) เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจรูปแบบแฟชั่นร่วมสมัยจากลายพิมพ์ผ้าตีนจกไทยพวน จังหวัดสุโขทัย ของผู้บริโภคจำแนกตามอายุ เพศ รายได้ของตนเอง จากการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์และภูมิปัญญาจากลายผ้าตีนจก ชาวไทยพวน จังหวัดสุโขทัย แล้วนำผลของการศึกษาจากการวิเคราะห์ด้านโครงสร้างลาย สีความหมาย ถอดแบบลายผ้าตีนจกแบบดั้งเดิม จำนวน 9 ลาย ร่วมกับการออกแบบลวดลายที่ประยุกต์อีก 9 ลาย รวมเป็นงานออกแบบลายพิมพ์ผ้าตีนจก 9 รูปแบบ ดังนี้ ลายเครือน้อย และลายเครือน้อยประยุกต์ ลายเครือกลางและลายเครือกลางประยุกต์ ลายเครือใหญ่และลายเครือใหญ่ประยุกต์ ลายสี่ขอและลายสี่ขอประยุกต์ ลายแปดขอและลายแปดขอประยุกต์ ลายน้ำอ่างและลายน้ำอ่างประยุกต์ ลายมนสิบก และลายมนสิบกประยุกต์ ลายสิบกสองหน่วยตัดและลายสิบกสองหน่วยตัดประยุกต์ ลายสองห้องและลายสองห้องประยุกต์จากนั้น นำรูปแบบลายไปประเมินคุณภาพเบื้องต้นโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการก่อนนำไปผลิตเป็นลายพิมพ์ผ้าตีนจกต้นแบบเพื่อนำลายพิมพ์ผ้าตีนจกต้นแบบทั้ง 9 รูปแบบ มาประเมินคุณภาพวิเคราะห์จากโครงสร้างลาย สีความหมาย วัสดุโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการพบว่า ด้านโครงสร้างลวดลาย สีอยู่ในระดับมีคุณภาพมากที่สุดค่าเฉลี่ยที่ 4.10 ด้านความหมายโดยรวมอยู่ในระดับมีคุณภาพมากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.18 และด้านวัสดุอยู่ในระดับมีคุณภาพมากที่สุดค่าเฉลี่ย 3.99 ผู้วิจัยนำรูปแบบลายพิมพ์ผ้าตีนจกจากผลการประเมินคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด 5 อันดับแรก นำมาสร้างสรรค์แฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีจำนวน 5 รูปแบบ คือ เครื่องแต่งกาย สำหรับทำงานชุดกระโปรง เครื่องแต่งกายสำหรับทำงานชุดเสื้อสูท กางเกง เครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์ เครื่องแต่งกายลำลองชุดเสื้อ กางเกง และเครื่องแต่งกายลำลองเสื้อคลุม และนำไปประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพินิจภัณฑ์ผ้าสาธร อำเภอสรีสัชชาลัย จังหวัดสุโขทัย จำนวน 108 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจใน

รูปแบบแฟชั่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในรูปแบบแฟชั่นมากกว่า ค่าเฉลี่ยที่ 4.17 เพศหญิงมีความพึงพอใจในรูปแบบแฟชั่นมากกว่า ค่าเฉลี่ยที่ 4.10 และช่วงรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจในรูปแบบแฟชั่นมากกว่าค่าเฉลี่ยที่ 4.09 และพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจแตกต่างในเรื่องรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นมีความร่วมสมัย โดดเด่นเป็นที่สนใจแก่ผู้พบเห็น รูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นมีสีสันสวยงาม คมชัด เสื้อผ้าแฟชั่นสามารถนำไปสวมใส่ได้เหมาะสมกับรูปแบบที่ต้องใช้รูปแบบแฟชั่นมีความสวยงาม ประณีต ลวดลายสื่อถึงภูมิปัญญาศิลปปะการทอผ้าตีนจกไทย การจัดองค์ประกอบของลวดลายมีความประณีตสวยงาม เชื่อมโยงสัมพันธ์หรือประสานกันอย่างลงตัว ลวดลายที่มีการประยุกต์มีองค์ประกอบที่เหมาะสมและสมดุลกันอย่างลงตัว ลวดลายสื่อถึงภูมิปัญญาศิลปปะการทอผ้าตีนจกไทย ลวดลายสามารถสื่อความหมายของลายหลักได้เหมาะสม ลวดลายสามารถสื่อความหมายของลายหลักได้เหมาะสมต่างกันว่า 0.05 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้แนวคิดจากงานวิจัยของจารุพรรณ ทรัพย์ปรง (2553) เรื่อง ผ้าไทยโบราณที่สั่งทำจากอินเดียตามแบบของช่างไทยมี 3 ประเภท ได้แก่ ผ้าลายอย่าง ผ้าลายเขียนทอง และผ้ายก รวบรวมได้ทั้งสิ้น 30 แบบลายที่เป็นลายหลัก และแนวคิดของใจภักดิ์ บุรพเจตนา (2555) เรื่อง การนำต้นแบบลวดลายมาต่อยอดออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ และใช้เทคนิคการพิมพ์ลวดลายด้วยระบบดิจิทัลผสมผสานกับการปักแต่งลวดลายให้มีมิติที่ช่วยสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี จึงนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัยเพื่อศึกษาลวดลายพิมพ์จากผ้าลายอย่างโบราณนำมาออกแบบลายพิมพ์ลายอย่างโบราณด้วยระบบดิจิทัลพริ้น สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีต่อยอดสู่กระบวนการผลิตเชิงพาณิชย์ในอนาคตต่อไป



บทที่ 3

วิธีดำเนินการ

การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพรีนต์ (Digital Printing) เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ผู้ศึกษาดำเนินงานดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ สตรีวัยทำงานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ สตรีวัยทำงานเขตพระนคร ช่วงอายุระหว่าง 35 - 45 ปี จำนวน 100 คน

3.1.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

3.1.3.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผ้าลายอย่างโบราณ โครงสร้างลวดลายผ้าลายอย่างโบราณ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบลวดลาย แบ่งเป็น 3 ลายคือ ลายกุดั่น ลายประจำยามก้านแย่ง และลายพุดตาน รวม 9 ลาย

3.1.3.2 ผ้าที่ใช้เป็นวัสดุหลักในการทำเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีคือ ผ้าสปีนเรยอนพิมพ์ลายด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพรีนต์ (Digital Printing)

3.1.3.3 ศึกษาขั้นตอนการผลิตผ้าสปีนเรยอนพิมพ์ลายด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพรีนต์ (Digital Printing)

3.1.3.4 ศึกษาหลักการออกแบบเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประกอบด้วย ผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าถือ

3.1.3.5 กลุ่มผู้ประเมินเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยซื้อ/เคยใช้เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3.2 เครื่องมือที่ใช้

3.2.1 เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

จำนวน 3 ชนิด ๆ ละ 3 แบบ รวมทั้งสิ้น 9 แบบ

3.2.2 แบบสอบถาม

3.2.2.1 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลายผ้าต่อสีสันทัน และลวดลายที่ผู้วิจัยศึกษาจากลวดลายโบราณของผ้าลายอย่าง 9 ลาย เพื่อนำมาคัดเลือกให้เหลือลายต้นแบบจำนวน 3 ลาย

3.2.2.2 ผลิภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประกอบด้วย ผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าถือ อย่างละ 3 ลาย รวม 9 ชิ้น

3.2.2.3 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายโดยคำถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลการใช้เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีในพื้นที่เขตพระนคร

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีที่ตัดเย็บด้วยผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายทั้ง 3 ชนิด คือ ผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าถือ

3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

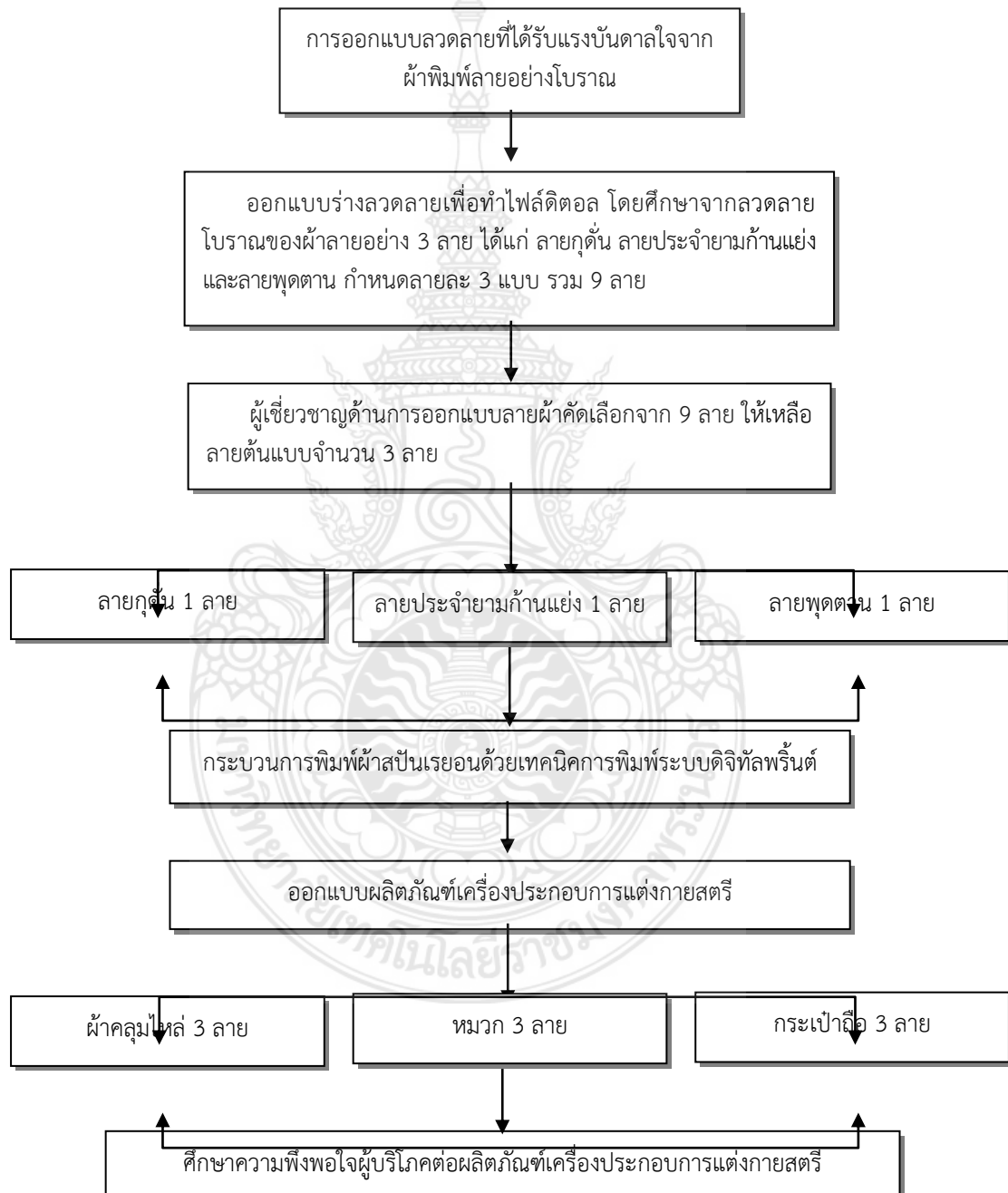
การสร้างผลิภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาสรุป วิเคราะห์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างผลิภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี โดยเริ่มจากการศึกษาโครงสร้างลวดลายของผ้าลายอย่างโบราณ จากนั้นนำมาออกแบบสร้างลายและจัดทำเป็นไฟล์ดิจิทัลสำหรับสั่งพิมพ์ทับผ้าสปันเรยอนด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพริ้นต์ (Digital Printing) ให้เป็นผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายสำหรับผลิตผลิภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี เพื่อนำไปสำรวจความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดขั้นตอนดังนี้

3.3.1 การออกแบบโครงสร้างลายจากผ้าลายอย่างโบราณ

3.3.1.1 จากการเก็บรวบรวมข้อมูล เอกสาร และการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการกับผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าพิมพ์ลายพบว่า การพิมพ์ผ้าตามกระบวนลายโบราณ ในเชิงอุตสาหกรรมผู้ผลิตไม่นิยมทำเพราะกลไกทางการตลาดเป็นตัวบังคับคือ ต้นทุนการผลิตสูง ออกแบบนาน แม่พิมพ์ไม่มีข้อจำกัดในการพิมพ์สี กระบวนการพิมพ์ลายต้องใช้ทักษะและความชำนาญ แต่ปัจจุบันมีเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพริ้นต์ (Digital Printing) ซึ่งกำลังเติบโตขึ้นจากเหตุเกื้อหนุนเช่น ขนาดสั่งพิมพ์สิ่งทอที่เล็กลง ต้องการลายผ้าที่จำเพาะ เสื้อผ้าที่มีบุคลิกเฉพาะตัว และผ้าที่ใช้ในการตกแต่งต่าง ๆ การพิมพ์ซ้ำได้มากขึ้น โดยใช้ต้นทุนต่ำแม้จะผลิตในปริมาณน้อย ระยะเวลาในการผลิตสั้น ลวดลายสีสันทันบนผืนผ้าสามารถตรวจสอบได้ก่อนสั่งพิมพ์ ผู้วิจัยจึงใช้แรงบันดาลใจจากผ้าลายอย่างโบราณ มาออกแบบ

ลวดลายสำหรับพิมพ์ผ้าด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพรีนต์ (Digital Printing) เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี อันเป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดพัฒนาด้วยเทคโนโลยีการพิมพ์สมัยใหม่ให้เกิดรูปแบบงานออกแบบที่หลากหลายขึ้น โดยมีรายละเอียดกระบวนการดังนี้

กระบวนการออกแบบลวดลายผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายและผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี



แผนภูมิที่ 3.1 ขั้นตอนการออกแบบแบบลวดลายและผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

3.3.1.2 ดำเนินการออกแบบร่างลวดลายและสีสันทเพื่อทำไฟล์ดิจิทัล โดยศึกษาจากลวดลายโบราณของผ้าลายอย่าง 3 ลาย ๆ ละ 3 แบบ รวม 9 ลาย จากนั้นเสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 คน พิจารณาคัดเลือกให้เหลือรูปแบบละ 1 ลวดลาย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

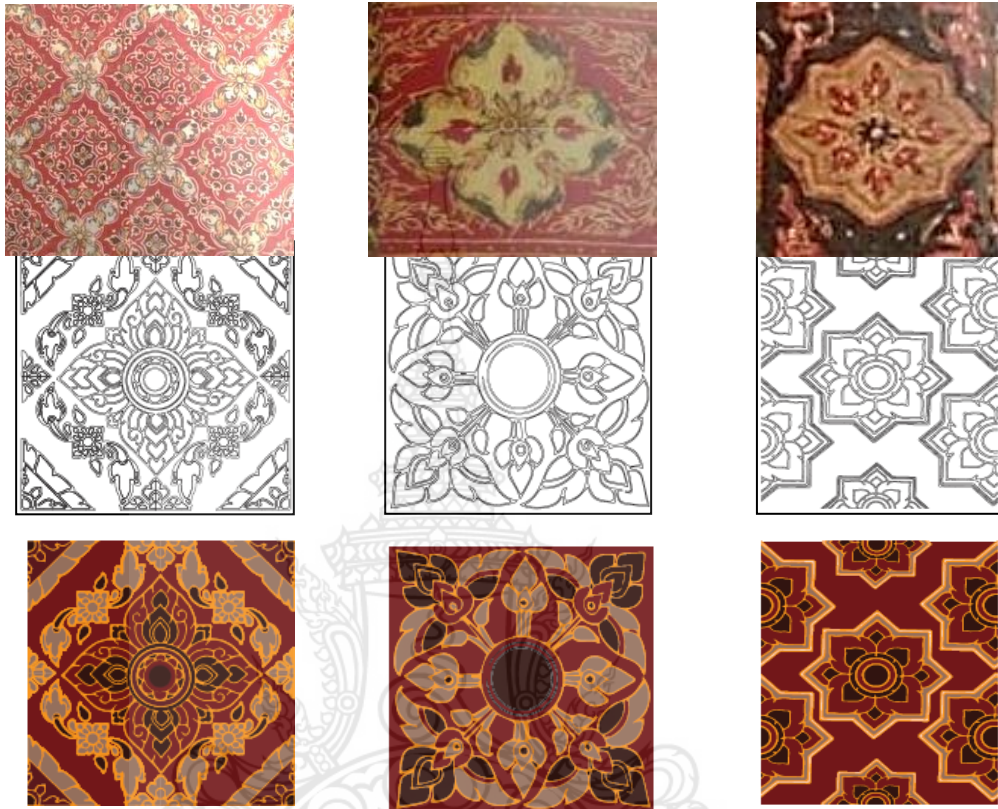
1) แบบร่างลวดลายและสีสันทลายกุดั่น จำนวน 3 ลาย ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 แบบร่างลวดลายและสีสันทลายกุดั่น

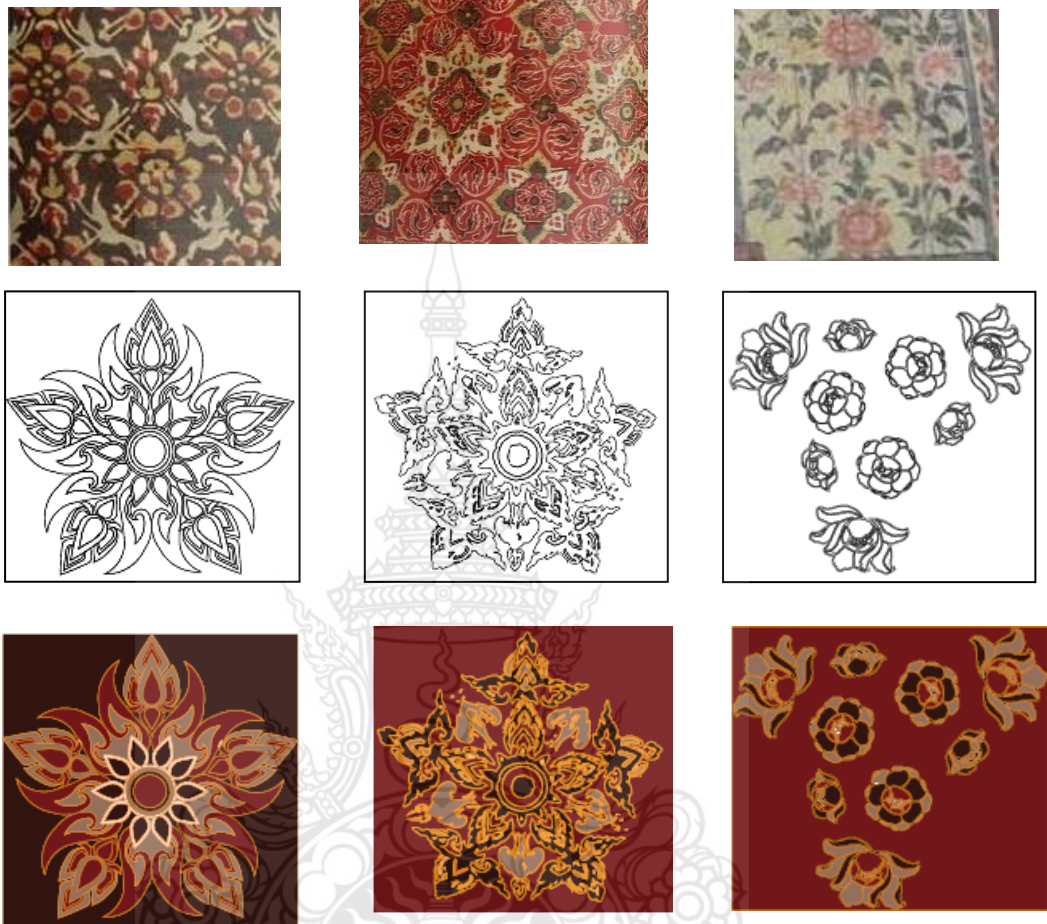
2) แบบร่างลวดลายและสีสันทายประจำยามก้านแย่ง จำนวน 3 ลาย ดังภาพ

ที่ 3.2



ภาพที่ 3.2 แบบร่างลวดลายและสีสันทายประจำยามก้านแย่ง

3) แบบร่างลวดลายและสีสันทายพุดตาน จำนวน 3 ลาย ดังภาพ 3.3



ภาพที่ 3.3 แบบร่างลวดลายและสีสันทายพุดตาน

3.3.1.3 ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกแบบร่างลวดลายและสีสันทายอย่าง ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ผลการคัดเลือกแบบร่างลวดลายและสีสันทายอย่าง

ร่างลวดลายและสีสันทาย	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
ลายกุดั่น				
แบบที่ 1	✓	✓	✓	3
แบบที่ 2	-	-	-	0
แบบที่ 3	-	-	-	0
ลายประจายามก้านแย่ง				
แบบที่ 1	✓	✓	✓	3
แบบที่ 2	-	-	-	0
แบบที่ 3	-	-	-	0
ลายพุดตาน				
แบบที่ 1	-	-	-	0
แบบที่ 2	✓	✓	✓	3
แบบที่ 3	-	-	-	0

จากตารางที่ 3.1 การคัดเลือกแบบร่างลวดลายและสีสันทายอย่างโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเลือกแบบร่างลวดลายและสีสันทายกุดั่น แบบที่ 1 จำนวน 3 คน ลายประจายามก้านแย่ง แบบที่ 1 จำนวน 3 คน และลายพุดตาน รูปแบบที่ 2 จำนวน 3 คน

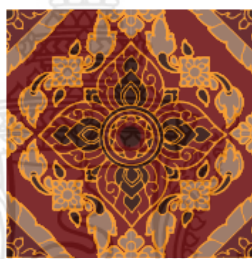
สรุปผลการคัดเลือกแบบร่างลวดลายและสีสันทายอย่างจากผู้เชี่ยวชาญ

1) แบบร่างลวดลายและสีสันทายกุดั่น แบบที่ 1 โดยให้ความเห็นว่า ลวดลายมีความเป็นไทย ตูมมีมิติ ความต่อเนื่องกันของลายเหมาะกับการนำทำผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 3.4 ลวดลายและสีสันทลายพุดตาน แบบที่ 1
จากการคัดเลือกของผู้เชี่ยวชาญ

2) แบบร่างลวดลายและสีสันทลายประจำยามก้านแย่ง แบบที่ 1 โดยให้ความเห็นว่า ลายมีความน่าสนใจ ดูต่อเนื่อง จังหวะของลาย มีสมดุลน่าค้นหา



ภาพที่ 3.5 ลวดลายและสีสันทลายประจำยามก้านแย่ง แบบที่ 1
จากการคัดเลือกของผู้เชี่ยวชาญ

3) แบบร่างลวดลายและสีสันทลายพุดตาน แบบที่ 2 โดยให้ความเห็นว่า จังหวะของลายมีความเล็กใหญ่ การให้สีภายในลายมีความน่าสนใจ



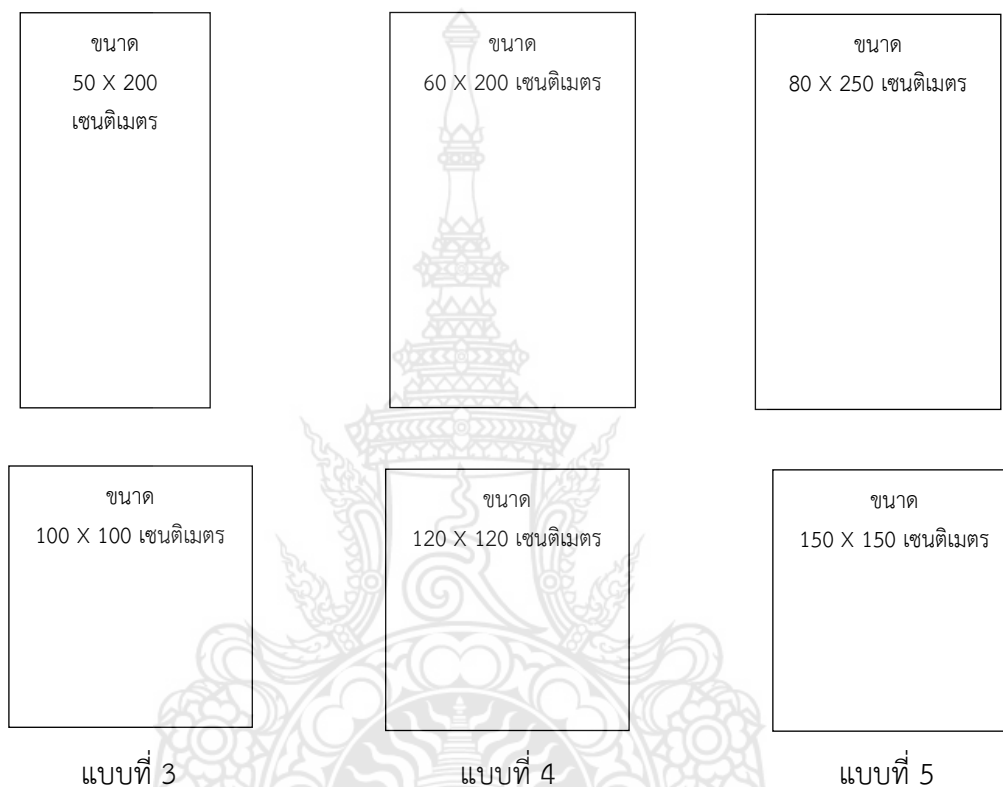
ภาพที่ 3.6 ลวดลายและสีสันทลายพุดตาน แบบที่ 2
จากการคัดเลือกของผู้เชี่ยวชาญ

3.3.2 รูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

3.3.2.1 ผู้วิจัยจึงใช้แรงบันดาลใจจากผ้าลายอย่างโบราณ มาออกแบบลวดลายสำหรับพิมพ์ผ้าด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพริ้นต์ (Digital Printing) เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี อันเป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดพัฒนาด้วยเทคโนโลยีการพิมพ์สมัยใหม่ให้เกิดรูปแบบงานออกแบบที่หลากหลายขึ้น

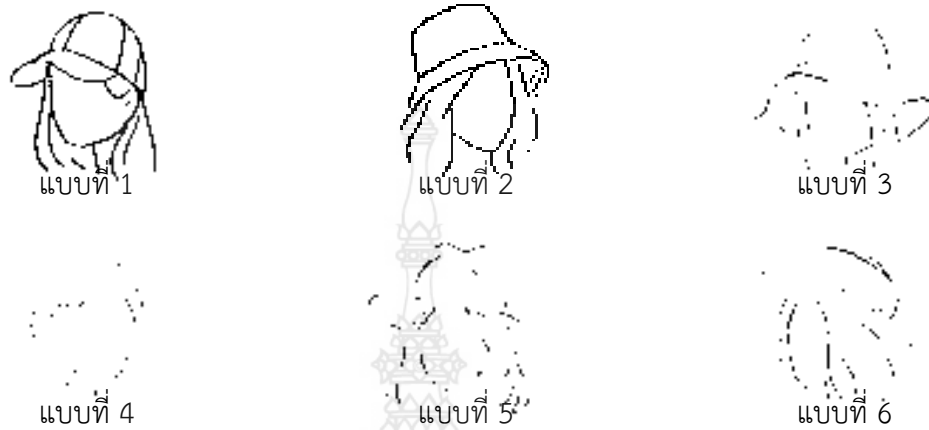
3.3.2.2 ดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประกอบด้วย
ผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าถือ จำนวนชนิดละ 3 รูปแบบ รวมทั้งสิ้น 9 รูปแบบ ดังนี้

1) แบบร่างผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประเภทผ้าคลุมไหล่
ดังภาพที่ 3.7



ภาพที่ 3.7 แบบร่างเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประเภทผ้าคลุมไหล่

2) แบบร่างผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประเภทหมวก
 ดังภาพที่ 3.8



ภาพที่ 3.8 แบบร่างเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประเภทหมวก

3) แบบร่างแบบร่างผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประเภทกระเป๋าถือ
 ดังภาพที่ 3.9



ภาพที่ 3.9 แบบร่างเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประเภทกระเป๋าถือ

3.3.2.3 ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกแบบร่างเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ดังตารางที่ 3.10

ตารางที่ 3.2 ผลการคัดเลือกแบบร่างเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

แบบร่างเครื่องประกอบ การแต่งกายสตรี	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
ผ้าคลุมไหล่				
แบบที่ 1	-	-	-	0
แบบที่ 2	✓	✓	✓	3
แบบที่ 3	-	-	-	0
แบบที่ 4	-	-	-	0
แบบที่ 5	-	-	-	0
แบบที่ 6	-	-	-	0
หมวก				
แบบที่ 1	✓	-	-	1
แบบที่ 2	-	-	-	0
แบบที่ 3	-	-	-	0
แบบที่ 4	-	-	-	0
แบบที่ 5	-	-	-	0
แบบที่ 6	-	✓	✓	2
กระเป๋าถือ				
แบบที่ 1	-	-	-	0
แบบที่ 2	-	-	-	0
แบบที่ 3	-	-	-	0
แบบที่ 4	-	-	-	0
แบบที่ 5	-	-	-	0
แบบที่ 6	✓	✓	✓	3

จากตารางที่ 3.2 การคัดเลือกแบบร่างเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประเภทผ้าคลุมไหล่ แบบที่ 2 จำนวน 3 คน ประเภทหมวก แบบที่ 1 จำนวน 1 คน แบบที่ 6 จำนวน 2 คน และประเภทกระเป๋าถือ แบบที่ 6 จำนวน 3 คน

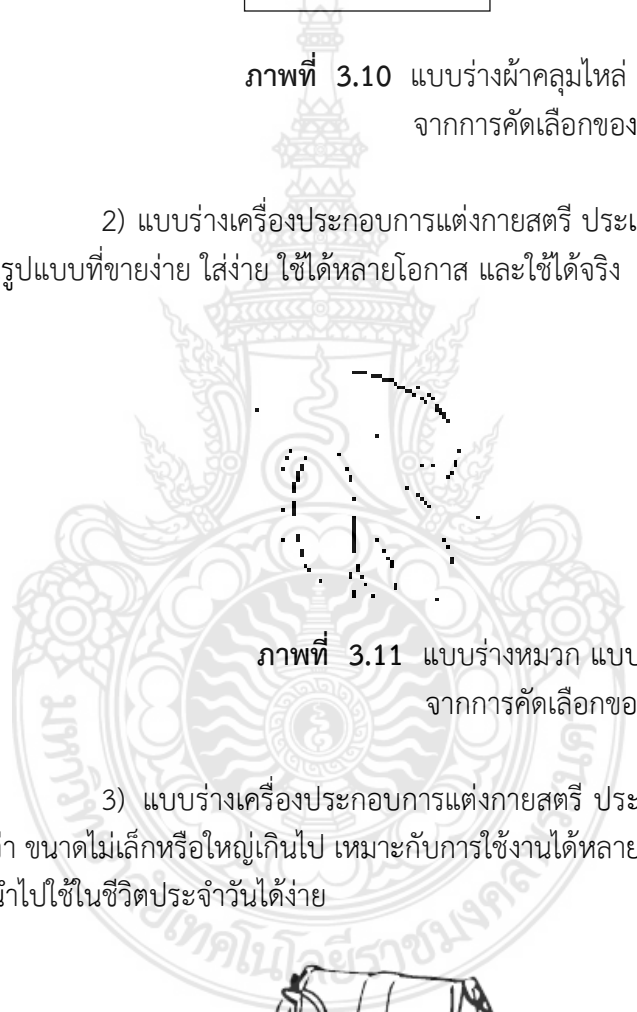
สรุปผลการคัดเลือกแบบร่างเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากผู้เชี่ยวชาญ

1) แบบร่างเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประเภทผ้าคลุมไหล่ แบบที่ 2 โดยให้ความเห็นว่า เหมาะกับสตรีวัยทำงาน



ภาพที่ 3.10 แบบร่างผ้าคลุมไหล่ แบบที่ 2
จากการคัดเลือกของผู้เชี่ยวชาญ

2) แบบร่างเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประเภทหมวก แบบที่ 6 โดยให้ความเห็นว่า เป็นรูปแบบที่ขายง่าย ใส่ง่าย ใช้ได้หลายโอกาส และใช้ได้จริง



ภาพที่ 3.11 แบบร่างหมวก แบบที่ 6
จากการคัดเลือกของผู้เชี่ยวชาญ

3) แบบร่างเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประเภทกระเป๋าถือ แบบที่ 6 โดยให้ความเห็นว่า ขนาดไม่เล็กหรือใหญ่เกินไป เหมาะกับการใช้งานได้หลายโอกาส ปรับสายสั้นยาวได้ รูปแบบสามารถนำไปใช้ในชีวิตรประจำวันได้ง่าย



ภาพที่ 3.12 แบบร่างกระเป๋าถือ แบบที่ 6
จากการคัดเลือกของผู้เชี่ยวชาญ

3.3.3 การสร้างแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

3.3.3.1 ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลจาก ตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.3.3.2 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี โดยเนื้อหาแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลการใช้เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีในพื้นที่เขตพระนคร

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีที่ตัดเย็บด้วยผ้าพิมพ์ลายทั้ง 3 ชนิด คือ ผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าถือ

เกณฑ์ประเมินค่าวัดระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีทั้ง 5 ระดับ การแปลความหมายค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์การประเมินของบุญชม ศรีสะอาด (2545) ดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด	ระดับคะแนนเฉลี่ย	4.51 – 5.00
พึงพอใจมาก	ระดับคะแนนเฉลี่ย	3.51 – 4.50
พึงพอใจปานกลาง	ระดับคะแนนเฉลี่ย	2.51 – 3.50
พึงพอใจน้อย	ระดับคะแนนเฉลี่ย	1.51 – 2.50
พึงพอใจน้อยที่สุด	ระดับคะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.50

3.3.3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ได้คำถามที่มีความตรงตามวัตถุประสงค์และครอบคลุมกระบวนการวิจัยมากที่สุด

3.3.3.4 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 20 ชุด กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย นำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .869

3.3.3.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการหาคุณภาพแล้วจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยเป็นขั้นตอนดังนี้

3.4.1 การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยลงพื้นที่เขตพระนครทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยพิจารณาแหล่งที่มีการซื้อ/ขายผ้าพิมพ์ลาย จากนั้นแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-Administered) และรอรับกลับ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลในแบบสอบถามสมบูรณ์ทุกข้อ

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม จัดหมวดหมู่ก่อนการลงรหัส เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษานำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยวิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.5.1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้ในการบรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ

3.5.2 วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.6.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

เป็นค่าสถิติที่นิยมใช้กันมาก โดยเป็นการเปรียบเทียบความถี่หรือจำนวนที่ต้องการกับความถี่หรือจำนวนทั้งหมดที่เทียบเป็น 100 จะหาค่าร้อยละจากสูตรต่อไปนี้ (พิสนุ พองศรี, 2552)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

ค่าร้อยละจะแสดงความหมายของค่าและสามารถนำค่าที่ได้ไปเปรียบเทียบได้

3.6.2 การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง (Measures of Central Tendency)

เป็นสถิติที่ใช้เป็นตัวแทนของข้อมูลโดยที่นิยมใช้มี 3 ประเภท ได้แก่ ค่าเฉลี่ย มัชยฐานฐานนิยม (พิสนุ พงศ์ศรี, 2552)

3.6.2.1 ค่าเฉลี่ย (Mean) หรือเรียกว่าค่ากลางเลขคณิตค่าเฉลี่ยค่ามัชฌิมาเลขคณิต เป็นต้น

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดของกลุ่ม
	n	แทน	จำนวนของคะแนนในกลุ่ม

3.6.2.2 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร (พิสนุ พงศ์ศรี, 2552)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนดิบของกลุ่ม
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนดิบของแต่ละคน
	n	แทน	จำนวนกลุ่มประชากร

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาเรื่อง “การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพรีนต์ (Digital Printing)” ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังนี้

- 4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.2 ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ดังนี้

n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี แบ่งคำถามออกเป็น 4 ตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป
- ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลการใช้เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี
- ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี
- ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีที่ตัดเย็บด้วยผ้าสับนเรยอนพิมพ์ลายทั้ง 3 ชนิด คือ ผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าถือ

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.3.1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ (%)
อายุ		
35 – 40 ปี	52	52.00
41 - 45 ปี	48	48.00
รวม	100	100.00
สถานภาพ		
โสด	46	46.00
สมรส	40	40.00
หย่าร้าง	14	14.00
รวม	100	100.00
รายได้ (ต่อเดือน)		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	2	2.00
15,000 – 25,000 บาท	64	64.00
25,000 – 35,000 บาท	4	4.00
35,000 – 45,000 บาท	24	24.00
45,000 บาทขึ้นไป	6	6.00
รวม	100	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญา	33	33.00
ปริญญาตรี	52	52.00
สูงกว่าปริญญาตรี	15	15.00
รวม	100	100.00
อาชีพ		
รับราชการ	4	4.00
ลูกจ้างสังกัดหน่วยงานรัฐ	11	11.00
พนักงานบริษัท/รัฐวิสาหกิจ	40	40.00
ธุรกิจส่วนตัว	45	45.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 35 – 40 ปี จำนวน 52 คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ 41 - 45 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 สถานภาพโสด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และหย่าร้าง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 มีรายได้ (ต่อเดือน) 15,000 – 25,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือ 35,000 – 45,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 รายได้

45,000 บาทขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 รายได้ 25,000 – 35,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ พนักงานบริษัท/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ลูกจ้างสังกัดหน่วยงานรัฐ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และรับราชการ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

4.3.2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลการใช้เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลประกอบการใช้เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

ข้อมูลประกอบการใช้เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี	จำนวน	ร้อยละ (%)
1. ท่านเคยซื้อ/เคยใช้ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าพิมพ์ลายหรือไม่		
1.1 เคยซื้อ	58	58.00
1.2 เคยใช้	42	42.00
รวม	100	100.00
2. ท่านเลือกซื้อ/ใช้ ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีแบบใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
2.1 แบบหรรษา	32	15.16
2.2 แบบธรรมดา	25	11.84
2.3 แบบสไตล์ของตนเอง	78	36.98
2.4 แบบเลือกใช้ได้หลายโอกาส	76	36.02
รวม	211	100.00

ตาราง 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลประกอบการใช้เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี	จำนวน	ร้อยละ (%)
3. ลักษณะการเลือกซื้อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีของท่าน เป็นอย่างไร		
3.1 เลือกซื้อจากรูปแบบ	37	37.00
3.2 เลือกซื้อจากราคา	14	14.00
3.3 เลือกซื้อจากโอกาสที่จะนำไปใช้	47	47.00
3.4 เลือกซื้อจากวัตถุประสงค์หลักที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์	2	2.00
รวม	100	100.00
4. แรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ		
4.1 ความชอบส่วนตัว	41	41.00
4.2 ตามแบบของเพื่อน	11	11.00
4.3 ตามกระแสแฟชั่น	9	9.00
4.4 ความจำเป็นที่ต้องใช้งาน	8	8.00
4.5 ความเหมาะสมของราคา	31	31.00
รวม	100	100.00
5. ประเด็นการเลือกเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี		
5.1 รูปทรง	30	30.00
5.2 ความสวยงาม	1	1.00
5.3 ประโยชน์ใช้สอย	13	13.00
5.4 สีสีน	14	14.00
5.5 ลวดลาย	13	13.00
5.6 ราคา	29	29.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าพิมพ์ลาย จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาคือ เคยใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าพิมพ์ลาย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 เลือกซื้อ/ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีแบบสไตล์ของตนเอง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 36.98 รองลงมาคือ แบบเลือกใช้ได้หลายโอกาส จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 36.02 แบบหรูหรา จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 15.16 และแบบธรรมดา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 11.84 ลักษณะการเลือกซื้อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีเลือกซื้อจากโอกาสที่จะนำไปใช้ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาคือ เลือกซื้อจากรูปแบบ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 เลือกซื้อจากราคา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และเลือกซื้อจากวัตถุประสงค์หลักที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 แรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ ความชอบส่วนตัว จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ

41.00 รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคา จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ตามแบบของเพื่อน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามกระแสแฟชั่น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และความจำเป็นที่ต้องใช้งาน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ประเด็นการเลือกเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีรูปทรง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ราคา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 สีส้น จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ประโยชน์ใช้สอย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ลวดลาย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และความสวยงาม จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

4.3.3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ด้านรูปแบบ ความสวยงาม และประโยชน์ใช้สอย

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจผ้าคลุมไหล่

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ด้านรูปแบบของผ้าคลุมไหล่	4.08	.752	มาก
2.	ด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของผ้าคลุมไหล่	4.12	.454	มาก
รวม		4.10	.433	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ความพึงพอใจผ้าคลุมไหล่รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.10$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของผ้าคลุมไหล่ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.12$) และข้อ 1 ด้านรูปแบบของผ้าคลุมไหล่ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจรูปแบบของผ้าคลุมไหล่

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ความน่าสนใจของรูปทรง	4.18	.770	มาก
2.	ผลิตภัณฑ์มีสัดส่วนที่เหมาะสม	4.05	.809	มาก
3.	รูปแบบเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน	4.01	.835	มาก
รวม		4.08	.752	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ความพึงพอใจรูปแบบของผ้าคลุมไหล่รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ความน่าสนใจของรูปทรง อยู่ในระดับ

มาก ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ผลិតภัณฑ์มีสัดส่วนที่เหมาะสม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.05$) และ ข้อ 3 รูปแบบเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.01$)

ตาราง 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของผ้าคลุมไหล่

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	การตัดเย็บมีความประณีต	4.12	.769	มาก
2.	ความสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์	3.98	.791	มาก
3.	ผลิตภัณฑ์ตอบสนองการใช้งานได้หลายโอกาส	4.27	.723	มากที่สุด
รวม		4.12	.454	มาก

จากตารางที่ 4.5 ความพึงพอใจความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของผ้าคลุมไหล่ รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.12$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์ตอบสนองการใช้งานได้หลายโอกาส อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) รองลงมาคือ ข้อ 1 การตัดเย็บมีความประณีต อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.12$) และข้อ 2 ความสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.98$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจหมวก

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ด้านรูปแบบของหมวก	3.78	.528	มาก
2.	ด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของหมวก	3.65	.425	มาก
รวม		3.72	.337	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความพึงพอใจหมวกรายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.72$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ด้านรูปแบบของหมวก อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.78$) และข้อ 2 ด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของหมวก อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.65$)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจรูปแบบของหมวด

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ความน่าสนใจของรูปทรง	3.45	.687	มาก
2.	ผลิตภัณฑ์มีสัดส่วนที่เหมาะสม	3.91	.805	มาก
3.	รูปแบบเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน	3.98	.738	มาก
รวม		3.78	.528	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความพึงพอใจรูปแบบของหมวดรายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.78$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 รูปแบบเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์มีสัดส่วนที่เหมาะสม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.91$) และข้อ 1 ความน่าสนใจของรูปทรง อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.45$)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของหมวด

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	การตัดเย็บมีความประณีต	3.65	.672	มาก
2.	ความสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์	4.05	.757	มาก
3.	ผลิตภัณฑ์ตอบสนองการใช้งานได้หลายโอกาส	3.25	.796	ปานกลาง
รวม		3.65	.425	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ความพึงพอใจความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของหมวด รายข้อ โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.65$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ความสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาคือ ข้อ 1 การตัดเย็บมีความประณีต อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.65$) และข้อ 3 ผลิตภัณฑ์ตอบสนองการใช้งานได้หลายโอกาส อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจกระเป่าถั่ว

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ด้านรูปแบบของกระเป่าถั่ว	3.93	.458	มาก
2.	ด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของกระเป่าถั่ว	4.14	.402	มาก
รวม		4.03	.290	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความพึงพอใจกระเป่าถั่ว รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.03$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ด้านรูปแบบของกระเป่าถั่ว อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.93$) และข้อ 2 ด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของกระเป่าถั่ว อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.14$)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจรูปแบบของกระเป่าถั่ว

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ความน่าสนใจของรูปทรง	3.72	.712	มาก
2.	ผลิตภัณฑ์มีสัดส่วนที่เหมาะสม	4.05	.702	มาก
3.	รูปแบบเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน	4.01	.835	มาก
รวม		3.93	.458	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความพึงพอใจรูปแบบของกระเป่าถั่ว รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.93$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์มีสัดส่วนที่เหมาะสม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาคือ ข้อ 3 รูปแบบเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.01$) และข้อ 1 ความน่าสนใจของรูปทรง อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.72$)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของกระเป่าถั่ว

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	การตัดเย็บมีความประณีต	4.12	.729	มาก
2.	ความสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์	3.94	.789	มาก
3.	ผลิตภัณฑ์ตอบสนองการใช้งานได้หลายโอกาส	4.35	.642	มากที่สุด
รวม		4.14	.402	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ความพึงพอใจความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของกระเป๋าถือ รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.14$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 ผลิตรัณฑ์ตอบสนองการใช้งานได้หลายโอกาส อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมาคือ ข้อ 1 การตัดเย็บมีความประณีต อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.12$) และข้อ 2 ความสะดวกสบายในการใช้ ผลิตรัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.94$)

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจผ้าคลุมไหล่ลายกุตุ้น

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ด้านลวดลายผ้าคลุมไหล่ลายกุตุ้น	4.10	.394	มาก
2.	ด้านสีสันทันผ้าคลุมไหล่ลายกุตุ้น	4.08	.437	มาก
3.	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตรัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ลายกุตุ้น	4.08	.437	มาก
รวม		4.09	.373	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความพึงพอใจผ้าคลุมไหล่ลายกุตุ้น รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.09$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ด้านลวดลายผ้าคลุมไหล่ลายกุตุ้น อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ด้านสีสันทันผ้าคลุมไหล่ลายกุตุ้น อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) และข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตรัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ลายกุตุ้น อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$)

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของผ้าคลุมไหล่ลายกุตุ้น

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ	4.09	.394	มาก
2.	การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม	4.08	.437	มาก
3.	ลวดลายเหมาะสมกับผลิตรัณฑ์	4.08	.437	มาก
รวม		4.08	.373	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความพึงพอใจลวดลายของผ้าคลุมไหล่ลายกุตุ้น รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมาคือ ข้อ 2 การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) และข้อ 3 ลวดลายเหมาะสมกับผลิตรัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$)

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสันของผ้าคลุมไหล่ลายกุ๊ต้น

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	สีสันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม	4.04	.695	มาก
2.	สีสันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์	4.02	.816	มาก
3.	สีสันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.18	.626	มาก
	รวม	4.08	.437	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความพึงพอใจสีสันของผ้าคลุมไหล่ลายกุ๊ต้น รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 สีสันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือ ข้อ 1 สีสันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.04$) และข้อ 2 สีสันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.02$)

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับผ้าคลุมไหล่ลายกุ๊ต้น

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ราคาผืนละ 650 บาท	4.04	.695	มาก
2.	ราคาต่ำกว่าผืนละ 650 บาท	4.02	.816	มาก
3.	ราคาสูงกว่าผืนละ 650 บาท	4.18	.626	มาก
	รวม	4.08	.437	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับผ้าคลุมไหล่ลายกุ๊ต้น รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 ราคาสูงกว่าผืนละ 650 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ราคาผืนละ 650 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.04$) และข้อ 2 ราคาต่ำกว่าผืนละ 650 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.02$)

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ด้านลวดลายผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง	3.77	.426	มาก
2.	ด้านสีสันผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง	3.38	.391	ปานกลาง
3.	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ ลายประจำยามก้านแย่ง	3.21	.520	ปานกลาง
รวม		3.46	.278	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความพึงพอใจผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.46$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ด้านลวดลายผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ด้านสีสันผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$) และข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$)

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ	3.97	.797	มาก
2.	การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม	3.75	.716	มาก
3.	ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.60	.696	มาก
รวม		3.77	.426	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความพึงพอใจลวดลายของผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง รายข้อ โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.77$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ ข้อ 2 การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$) และข้อ 3 ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.60$)

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสันของผ้าคลุมไหล่
ลายประจำยามก้านแย่ง

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	สีสันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม	3.59	.653	มาก
2.	สีสันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์	3.47	.577	มาก
3.	สีสันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.08	.720	ปานกลาง
รวม		3.38	.391	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ความพึงพอใจสีสันของผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง รายข้อ โดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 สีสันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.59$) รองลงมาคือ ข้อ 2 สีสันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.47$) และข้อ 3 สีสันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$)

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับผ้าคลุมไหล่
ลายประจำยามก้านแย่ง

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ราคาผืนละ 650 บาท	3.51	.718	มาก
2.	ราคาต่ำกว่าผืนละ 650 บาท	2.90	.611	ปานกลาง
3.	ราคาสูงกว่าผืนละ 650 บาท	3.23	1.100	ปานกลาง
รวม		3.72	.513	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.72$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ราคาผืนละ 650 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.51$) รองลงมาคือ ข้อ 3 ราคาสูงกว่าผืนละ 650 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$) และข้อ 2 ราคาต่ำกว่าผืนละ 650 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.90$)

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ด้านลวดลายผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน	3.57	.465	มาก
2.	ด้านสีสันทันผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน	4.08	.437	มาก
3.	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน	3.72	.513	มาก
รวม		3.79	.324	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ความพึงพอใจผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.79$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ด้านสีสันทันผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมาคือ ข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.72$) และข้อ 1 ด้านลวดลายผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.57$)

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงไทยโบราณ	4.01	.835	มาก
2.	การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม	3.47	.627	มาก
3.	ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.22	.811	ปานกลาง
รวม		3.57	.465	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ความพึงพอใจลวดลายของผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน รายข้อ โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.57$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงไทยโบราณ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.01$) รองลงมาคือ ข้อ 2 การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.47$) และข้อ 3 ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$)

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสันของผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	สีสันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม	3.88	.844	มาก
2.	สีสันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์	3.78	.860	มาก
3.	สีสันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.82	.914	มาก
	รวม	4.08	.437	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ความพึงพอใจสีสันของผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 สีสันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.88$) รองลงมาคือ ข้อ 3 สีสันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.82$) และข้อ 2 สีสันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.78$)

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ราคาผืนละ 650 บาท	3.93	.832	มาก
2.	ราคาต่ำกว่าผืนละ 650 บาท	3.27	.790	มาก
3.	ราคาสูงกว่าผืนละ 650 บาท	3.97	.834	มาก
	รวม	3.72	.513	มาก

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.72$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 ราคาสูงกว่าผืนละ 650 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ราคาผืนละ 650 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.93$) และข้อ 2 ราคาต่ำกว่าผืนละ 650 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.27$)

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจหมวดกลยุทธ์

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ด้านลดรายหมวกกลยุทธ์	3.75	.429	มาก
2.	ด้านสีส้มหมวกกลยุทธ์	3.40	.389	ปานกลาง
3.	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หมวกกลยุทธ์	2.94	.459	ปานกลาง
รวม		2.52	.187	น้อย

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ความพึงพอใจหมวกกลยุทธ์ รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.52$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ด้านลดรายหมวกกลยุทธ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ด้านสีส้มหมวกกลยุทธ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) และข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หมวกกลยุทธ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.94$)

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลดรายของหมวกกลยุทธ์

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ลดรายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ	3.92	.929	มาก
2.	การจัดวางลดรายมีความเหมาะสม สวยงาม	3.24	.726	ปานกลาง
3.	ลดรายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.08	.677	มาก
รวม		3.75	.429	มาก

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ความพึงพอใจลดรายของหมวกกลยุทธ์ รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 ลดรายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ลดรายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.92$) และข้อ 2 การจัดวางลดรายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$)

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสันทองหมวกลายกุดั่น

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	สีสันทองผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม	3.24	.726	มาก
2.	สีสันทองสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์	3.17	.697	ปานกลาง
3.	สีสันทองเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.80	.725	มาก
	รวม	3.40	.389	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ความพึงพอใจสีสันทองหมวกลายกุดั่น รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 สีสันทองเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมาคือ ข้อ 1 สีสันทองผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.24$) และข้อ 2 สีสันทองสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$)

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับหมวกลายกุดั่น

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ราคาใบละ 350 บาท	4.07	.685	มาก
2.	ราคาต่ำกว่าใบละ 350 บาท	3.26	.733	ปานกลาง
3.	ราคาสูงกว่าใบละ 350 บาท	3.13	.837	ปานกลาง
	รวม	2.94	.459	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับหมวกลายกุดั่น รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.94$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ราคาใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ราคาต่ำกว่าใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$) และข้อ 3 ราคาสูงกว่าใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$)

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจหมวดกระจายประจำวัน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ด้านลดหลายหมวดกระจายประจำวัน	3.91	.480	มาก
2.	ด้านสีสันหมวดกระจายประจำวัน	3.91	.473	มาก
3.	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หมวด กระจายประจำวัน	3.09	.529	ปานกลาง
รวม		3.64	.345	มาก

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ความพึงพอใจหมวดกระจายประจำวัน รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.64$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ด้านลดหลายหมวดกระจายประจำวัน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ด้านสีสันหมวดกระจายประจำวัน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.91$) และข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หมวดกระจายประจำวัน อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.09$)

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลดหลายของหมวดกระจายประจำวัน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ลดหลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงไทยโบราณ	4.08	.677	มาก
2.	การจัดวางลดหลายมีความเหมาะสม สวยงาม	3.53	.834	มาก
3.	ลดหลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.13	.774	มาก
รวม		3.91	.480	มาก

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ความพึงพอใจลดหลายของหมวดกระจายประจำวัน รายข้อ โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.91$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 ลดหลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ลดหลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงไทยโบราณ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) และข้อ 2 การจัดวางลดหลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.53$)

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสันของหมวกลายประจำยาม
ก้านแย่ง

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	สีสันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม	4.07	.728	มาก
2.	สีสันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์	3.75	.989	มาก
3.	สีสันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.92	.849	มาก
	รวม	3.91	.473	มาก

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ความพึงพอใจสีสันของหมวกลายประจำยามก้านแย่ง รายข้อ โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.91$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 สีสันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ ข้อ 3 สีสันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.92$) และข้อ 2 สีสันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$)

ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับหมวก
ลายประจำยามก้านแย่ง

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ราคาใบละ 350 บาท	3.86	.817	มาก
2.	ราคาต่ำกว่าใบละ 350 บาท	2.97	.870	ปานกลาง
3.	ราคาสูงกว่าใบละ 350 บาท	2.43	.728	น้อย
	รวม	3.09	.529	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับหมวกลายประจำยามก้านแย่ง รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.09$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ราคาใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.86$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ราคาต่ำกว่าใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.97$) และข้อ 3 ราคาสูงกว่าใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.43$)

ตารางที่ 4.32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจหมวดกล้วยพุดตาน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ด้านลวดลายหมวดกล้วยพุดตาน	3.75	.429	มาก
2.	ด้านสีสันทันหมวดกล้วยพุดตาน	4.12	.482	มาก
3.	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หมวดกล้วยพุดตาน	2.39	.458	น้อย
รวม		3.42	.265	มาก

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ความพึงพอใจหมวดกล้วยพุดตาน รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.42$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ด้านสีสันทันหมวดกล้วยพุดตาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ด้านลวดลายหมวดกล้วยพุดตาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$) และข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หมวดกล้วยพุดตาน อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.39$)

ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของหมวดกล้วยพุดตาน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ	3.10	.835	ปานกลาง
2.	การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม	3.24	.726	ปานกลาง
3.	ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	2.95	.672	ปานกลาง
รวม		3.75	.429	มาก

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ความพึงพอใจลวดลายของหมวดกล้วยพุดตาน รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.10$) และข้อ 3 ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.95$)

ตารางที่ 4.34 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสี่สັນของหมวกลายพุดตาน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	สี่สັນของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม	4.19	.813	มาก
2.	สี่สັນสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์	4.09	.793	มาก
3.	สี่สັນเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.08	.813	มาก
	รวม	4.12	.482	มาก

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ความพึงพอใจสี่สັນของหมวกลายพุดตาน รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.12$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 สี่สັນของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมาคือ ข้อ 2 สี่สັນสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.09$) และข้อ 3 สี่สັນเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$)

ตารางที่ 4.35 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับหมวกลายพุดตาน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ราคาใบละ 350 บาท	4.07	.685	มาก
2.	ราคาต่ำกว่าใบละ 350 บาท	3.26	.733	ปานกลาง
3.	ราคาสูงกว่าใบละ 350 บาท	3.13	.837	ปานกลาง
	รวม	2.39	.458	น้อย

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับหมวกลายพุดตาน รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.39$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ราคาใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ราคาต่ำกว่าใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$) และข้อ 3 ราคาสูงกว่าใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$)

ตารางที่ 4.36 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจกระเป๋าลายกุดั่น

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ด้านลวดลายกระเป๋าลายกุดั่น	3.69	.439	มาก
2.	ด้านสีสันกระเป๋าลายกุดั่น	3.19	.643	ปานกลาง
3.	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าลายกุดั่น	3.04	.516	ปานกลาง
รวม		3.31	.293	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.36 ความพึงพอใจกระเป๋าลายกุดั่น รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ด้านลวดลายกระเป๋าลายกุดั่น อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ด้านสีสันกระเป๋าลายกุดั่น อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$) และข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าลายกุดั่น อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$)

ตารางที่ 4.37 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของกระเป๋าลายกุดั่น

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ	3.74	.719	มาก
2.	การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม	3.82	.833	มาก
3.	ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.50	.835	มาก
รวม		3.69	.439	มาก

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ความพึงพอใจลวดลายของกระเป๋าลายกุดั่น รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.69$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.74$) และข้อ 3 ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.50$)

ตาราง 4.38 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสันของกระเป่าถือลายกุดั่น

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	สีสันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม	3.27	.777	ปานกลาง
2.	สีสันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์	3.21	.820	ปานกลาง
3.	สีสันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.08	.774	ปานกลาง
	รวม	3.19	.643	ปานกลาง

จากตาราง 4.38 พบว่า ความพึงพอใจสีสันของกระเป่าถือลายกุดั่น รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 สีสันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) รองลงมาคือ ข้อ 2 สีสันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$) และข้อ 3 สีสันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$)

ตารางที่ 4.39 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับกระเป่าถือลายกุดั่น

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ราคาใบละ 1,000 บาท	3.35	.989	ปานกลาง
2.	ราคาต่ำกว่าใบละ 1,000 บาท	3.71	.795	มาก
3.	ราคาสูงกว่าใบละ 1,000 บาท	2.07	.782	น้อย
	รวม	3.04	.516	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับกระเป่าถือลายกุดั่น รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ราคาต่ำกว่าใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.71$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ราคาใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) และข้อ 3 ราคาสูงกว่าใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.07$)

ตารางที่ 4.40 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจกระเป๋าลือลายนประจำยามก้านแย่ง

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ด้านลวดลายกระเป๋าลือลายนประจำยามก้านแย่ง	3.75	.553	มาก
2.	ด้านสีลึนกระเป๋าลือลายนประจำยามก้านแย่ง	3.77	.465	มาก
3.	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าลือลายนประจำยามก้านแย่ง	3.35	.472	ปานกลาง
รวม		3.62	.263	มาก

จากตารางที่ 4.40 ความพึงพอใจกระเป๋าลือลายนประจำยามก้านแย่ง รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.62$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ด้านสีลึนกระเป๋าลือลายนประจำยามก้านแย่ง อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ด้านลวดลายกระเป๋าลือลายนประจำยามก้านแย่ง อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$) และข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าลือลายนประจำยามก้านแย่ง อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$)

ตารางที่ 4.41 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของกระเป๋าลือลายนประจำยามก้านแย่ง

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ	3.47	.989	มาก
2.	การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม	3.87	.761	มาก
3.	ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.90	.732	มาก
รวม		3.75	.553	มาก

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ความพึงพอใจลวดลายของกระเป๋าลือลายนประจำยามก้านแย่ง รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.90$) รองลงมาคือ ข้อ 2 การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.87$) และข้อ 1 ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.47$)

ตารางที่ 4.42 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสี่สັນของกระเป๋าทือ
ลายประจำยามก้านแย่ง

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	สี่สັນของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม	3.76	.830	มาก
2.	สี่สັນสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์	3.92	.692	มาก
3.	สี่สັນเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.62	.838	มาก
รวม		3.77	.465	มาก

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ความพึงพอใจสี่สັນของกระเป๋าทือลายประจำยามก้านแย่ง รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.77$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 สี่สັນสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมาคือ ข้อ 1 สี่สັນของผลิตภัณฑ์ มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.76$) และข้อ 3 สี่สັນเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.62$)

ตารางที่ 4.43 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับกระเป๋าทือ
ลายประจำยามก้านแย่ง

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ราคาใบละ 1,000 บาท	4.03	.758	มาก
2.	ราคาต่ำกว่าใบละ 1,000 บาท	4.00	.765	มาก
3.	ราคาสูงกว่าใบละ 1,000 บาท	2.02	.804	น้อย
รวม		3.35	.472	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับกระเป๋าทือลายประจำยามก้านแย่ง รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ข้อ 1 ราคาใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ราคาต่ำกว่าใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.00$) และข้อ 3 ราคาสูงกว่าใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.02$)

ตารางที่ 4.44 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจผลิตภัณฑ์กระเป๋าลายพุดตาน โดยรวมรายด้าน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ด้านลวดลายกระเป๋าลายพุดตาน	3.69	.499	มาก
2.	ด้านสีสันทันกระเป๋าลายพุดตาน	3.94	.546	มาก
3.	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าลายพุดตาน	2.39	.458	น้อย
รวม		3.34	.306	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ความพึงพอใจกระเป๋าลายพุดตาน รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ด้านสีสันทันกระเป๋าลายพุดตาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.94$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ด้านลวดลายกระเป๋าลายพุดตาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.69$) และข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าลายพุดตาน อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.39$)

ตารางที่ 4.45 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจลวดลายของกระเป๋าลายพุดตาน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ	3.89	.777	มาก
2.	การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม	3.62	.801	มาก
3.	ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.55	.845	มาก
รวม		3.69	.499	มาก

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ความพึงพอใจลวดลายของกระเป๋าลายพุดตาน รายข้อ โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.69$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมาคือ ข้อ 2 การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.62$) และข้อ 3 ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.55$)

ตารางที่ 4.46 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจสีสันของกระเป่าถั่วลายพุดตาน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	สีสันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม	3.54	1.029	มาก
2.	สีสันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์	4.17	.853	มาก
3.	สีสันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.10	.847	มาก
	รวม	3.94	.546	มาก

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ความพึงพอใจสีสันของกระเป่าถั่วลายพุดตาน รายข้อโดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.94$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 สีสันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมาคือ ข้อ 3 สีสันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.10$) และข้อ 1 สีสันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.54$)

ตารางที่ 4.47 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับกระเป่าถั่วลายพุดตาน

ข้อที่	รายการ	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1.	ราคาใบละ 1,000 บาท	3.43	.820	มาก
2.	ราคาต่ำกว่าใบละ 1,000 บาท	2.05	1.058	น้อย
3.	ราคาสูงกว่าใบละ 1,000 บาท	1.70	.659	น้อยที่สุด
	รวม	2.39	.458	น้อย

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับกระเป่าถั่วลายพุดตาน รายข้อโดยรวมอยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.39$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ราคาใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.43$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ราคาต่ำกว่าใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.05$) และข้อ 3 ราคาสูงกว่าใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ น้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.70$)

4.3.3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีที่ตัดเย็บด้วยผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายทั้ง 3 ชนิด คือ ผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าถือ

ตารางที่ 4.48 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีที่ตัดเย็บด้วยผ้าสปันเรยอนพิมพ์

การตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี	จำนวน	ร้อยละ (%)
1. เมื่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายทั้ง 3 ชนิด คือ ผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าถือว่างจำหน่าย ท่านคิดว่าจะซื้อหรือไม่		
1.1 ซื้อ	75	75.00
1.2 ไม่ซื้อ	25	25.00
รวม	100	100.00
2. ช่องทางการจำหน่ายเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายช่องทางใดที่ท่านสนใจเลือกซื้อมากที่สุด		
2.1 แหล่งผลิต	12	12.00
2.2 ร้านสินค้าโอท็อป/ร้านของฝาก	30	30.00
2.3 สั่งซื้อผ่านสื่อออนไลน์	41	41.00
2.4 งานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานต่าง ๆ	17	17.00
รวม	100	100.00
3. ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายชนิดใดที่ท่านสนใจซื้อมากที่สุด		
3.1 ผ้าคลุมไหล่	38	38.00
3.2 หมวก	21	21.00
3.3 กระเป๋าถือ	41	41.00
รวม	100	100.00
4. จากข้อ 3 ลวดลายใดที่ท่านสนใจซื้อมากที่สุด		
4.1 ลายกุตุ้น	18	18.00
4.2 ลายประจํายามก้านแย่ง	46	46.00
4.3 ลายพุดตาน	36	36.00
รวม	100	100.00

ตารางที่ 4.48 (ต่อ)

การตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี	จำนวน	ร้อยละ (%)
5. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายมากที่สุด		
5.1 ลวดลายและสีสันทของผลิตภัณฑ์	70	70.00
5.2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์	19	19.00
5.3 เนื้อผ้าที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์	11	11.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4.48 พบว่า เมื่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายทั้ง 3 ชนิด คือ ผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าถือ วางจำหน่าย คิดว่าจะซื้อจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือ ไม่ซื้อ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ช่องทางการจำหน่ายเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าสปันเรยอนพิมพ์ที่สนใจเลือกซื้อมากที่สุดคือ สั่งซื้อผ่านสื่อออนไลน์ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือ ร้านสินค้าไอทอป/ร้านของฝาก จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 งานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานต่าง ๆ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และแหล่งผลิต จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายชนิดที่สนใจซื้อมากที่สุดคือ กระเป๋าถือ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือ ผ้าคลุมไหล่ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 และหมวก จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ผลิตภัณฑ์ลวดลายที่สนใจซื้อมากที่สุดคือ ลายประจายามก้านแย่ง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ ลายพุดตาน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 และลายกุตุ้น จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายมากที่สุดคือ ลวดลายและสีสันทของผลิตภัณฑ์ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และเนื้อผ้าที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและออกแบบลวดลายพิมพ์จากลวดลายผ้าลายอย่างโบราณ 2) ออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากลวดลายผ้าลายอย่างโบราณด้วยการพิมพ์ดิจิทัลพรีนต์ 3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลายจำนวน 3 ท่าน และสตรีวัยทำงานเขตพระนคร ช่วงอายุระหว่าง 35 - 45 ปี จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านลวดลายและรูปแบบผลิตภัณฑ์ และแบบสอบถามความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.1 สรุปผล

5.1.1 ข้อมูลทั่วไป

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 35 – 40 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ อายุ 41 - 45 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 สถานภาพโสด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และหย่าร้าง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 มีรายได้ (ต่อเดือน) 15,000 – 25,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือ 35,000 – 45,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 รายได้ 45,000 บาทขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 รายได้ 25,000 – 35,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ พนักงานบริษัท/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ลูกจ้างสังกัดหน่วยงานรัฐ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และรับราชการ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

5.1.2 การใช้เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

จากการสำรวจสตรีวัยทำงานทั้งหมด 100 คน พบว่า ส่วนใหญ่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าพิมพ์ลาย จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 เลือกซื้อ/ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีแบบสไตล์ของตนเอง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 36.98 ลักษณะการเลือกซื้อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีเลือกซื้อจากโอกาสที่จะนำไปใช้ จำนวน 47 คน

คิดเป็นร้อยละ 47.00 แรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ ความชอบส่วนตัว จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 ประเด็นการเลือกเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีรูปทรง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00

5.1.3 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีด้านรูปแบบความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย

5.1.3.1 ความพึงพอใจผ้าคลุมไหล่รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.10$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของผ้าคลุมไหล่ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.12$) และข้อ 1 ด้านรูปแบบของผ้าคลุมไหล่ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$)

5.1.3.2 ความพึงพอใจรูปแบบของผ้าคลุมไหล่รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ความน่าสนใจของรูปทรง อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์ที่มีสัดส่วนที่เหมาะสม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.05$) และข้อ 3 รูปแบบเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.01$)

5.1.3.3 ความพึงพอใจความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของผ้าคลุมไหล่ รายข้อ โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.12$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์ตอบสนองการใช้งานได้หลายโอกาส อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) รองลงมาคือ ข้อ 1 การตัดเย็บมีความประณีต อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.12$) และข้อ 2 ความสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.98$)

5.1.3.4 ความพึงพอใจหมวดรายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.72$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ด้านรูปแบบของหมวก อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.78$) และข้อ 2 ด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของหมวก อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.65$)

5.1.3.5 ความพึงพอใจรูปแบบของหมวกรายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.78$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 รูปแบบเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์ที่มีสัดส่วนที่เหมาะสม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.91$) และข้อ 1 ความน่าสนใจของรูปทรง อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.45$)

5.1.3.6 ความพึงพอใจความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของหมวก รายข้อ โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.65$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ความสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาคือ ข้อ 1 การตัดเย็บมีความประณีต อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.65$) และข้อ 3 ผลิตภัณฑ์ตอบสนองการใช้งานได้หลายโอกาส อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$)

5.1.3.7 ความพึงพอใจกระเป๋าถือ รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.03$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ด้านรูปแบบของกระเป๋าถือ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.93$) และข้อ 2 ด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของกระเป๋าถือ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.14$)

5.1.3.8 ความพึงพอใจรูปแบบของกระเป๋าถือ รายชื่อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.93$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์ที่มีสัดส่วนที่เหมาะสม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาคือ ข้อ 3 รูปแบบเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.01$) และข้อ 1 ความน่าสนใจของรูปทรง อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.72$)

5.1.3.9 ความพึงพอใจความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของกระเป๋าถือ รายชื่อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.14$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์ตอบสนองการใช้งานได้หลายโอกาส อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมาคือ ข้อ 1 การตัดเย็บมีความประณีต อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.12$) และข้อ 2 ความสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.94$)

5.1.3.11 ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ลายกุดั่น รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.09$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ด้านลวดลายผ้าคลุมไหล่ลายกุดั่น อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ด้านสีสันทันผ้าคลุมไหล่ลายกุดั่น อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) และข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ลายกุดั่น อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$)

5.1.3.12 ความพึงพอใจลวดลายของผ้าคลุมไหล่ลายกุดั่น รายชื่อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจ สู่ถึงลายไทยโบราณ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมาคือ ข้อ 2 การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) และข้อ 3 ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$)

5.1.3.13 ความพึงพอใจสีสันทันของผ้าคลุมไหล่ลายกุดั่น รายชื่อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 สีสันทันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือ ข้อ 1 สีสันทันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.04$) และข้อ 2 สีสันทันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.02$)

5.1.3.14 ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับผ้าคลุมไหล่ลายกุดั่น รายชื่อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 ราคาสูงกว่าฝิ่นละ 650 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ราคาฝิ่นละ 650 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.04$) และข้อ 2 ราคาต่ำกว่าฝิ่นละ 650 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.02$)

5.1.3.15 ความพึงพอใจผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.46$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ด้านลวดลายผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ด้านสีสันทันผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$) และข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$)

5.1.3.16 ความพึงพอใจลวดลายของผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง รายชื่อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.77$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ ข้อ 2 การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$) และข้อ 3 ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.60$)

5.1.3.17 ความพึงพอใจสีสันทันของผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง รายชื่อโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 สีสันทันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.59$) รองลงมาคือ ข้อ 2 สีสันทันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.47$) และข้อ 3 สีสันทันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$)

5.1.3.18 ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง รายชื่อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.72$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ราคาผืนละ 650 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.51$) รองลงมาคือ ข้อ 3 ราคาสูงกว่าผืนละ 650 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$) และข้อ 2 ราคาต่ำกว่าผืนละ 650 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.90$)

5.1.3.19 ความพึงพอใจผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน รายชื่อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.79$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ด้านสีสันทันผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมาคือ ข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.72$) และข้อ 1 ด้านลวดลายผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.57$)

5.1.3.20 ความพึงพอใจลวดลายของผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน รายชื่อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.57$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.01$) รองลงมาคือ ข้อ 2 การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.47$) และข้อ 3 ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$)

5.1.3.21 ความพึงพอใจสีสันทันของผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน รายชื่อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 สีสันทันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.88$) รองลงมาคือ ข้อ 3 สีสันทันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.82$) และข้อ 2 สีสันทันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.78$)

5.1.3.22 ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน รายชื่อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.72$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 ราคาสูงกว่าผืนละ 650 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ราคาผืนละ 650 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.93$) และข้อ 2 ราคาต่ำกว่าผืนละ 650 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.27$)

5.1.3.23 ความพึงพอใจหมวดกลยุทธ์ด้านรายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.52$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ด้านลดหลายหมวดกลยุทธ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ด้านสีสรรหมวดกลยุทธ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) และ ข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หมวดกลยุทธ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.94$)

5.1.3.24 ความพึงพอใจลดหลายของหมวดกลยุทธ์ รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 ลดหลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ใน ระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ลดหลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ อยู่ใน ระดับ มาก ($\bar{X} = 3.92$) และข้อ 2 การจัดวางลดหลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$)

5.1.3.25 ความพึงพอใจสีสรรของหมวดกลยุทธ์ รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 สีสรรเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมาคือ ข้อ 1 สีสรรของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.24$) และข้อ 2 สีสรรสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$)

5.1.3.26 ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับหมวดกลยุทธ์ รายข้อโดยรวม อยู่ใน ระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.94$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ราคาใบละ 350 บาท อยู่ ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ราคาต่ำกว่าใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$) และข้อ 3 ราคาสูงกว่าใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$)

5.1.3.27 ความพึงพอใจหมวดกลยุทธ์ประจำยามก้านแย่ง รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.64$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ด้านลดหลายหมวดกลยุทธ์ประจำยาม ก้านแย่ง อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ด้านสีสรรหมวดกลยุทธ์ประจำยามก้านแย่ง อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.91$) และข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หมวดกลยุทธ์ประจำยามก้าน แย่ง อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.09$)

5.1.3.28 ความพึงพอใจลดหลายของหมวดกลยุทธ์ประจำยามก้านแย่ง รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.91$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 ลดหลายเหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ลดหลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทย โบราณ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$) และข้อ 2 การจัดวางลดหลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.53$)

5.1.3.29 ความพึงพอใจสีสรรของหมวดกลยุทธ์ประจำยามก้านแย่ง รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.91$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 สีสรรของผลิตภัณฑ์มี ความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ ข้อ 3 สีสรรเหมาะสมกับ

ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.92$) และข้อ 2 สีสันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$)

5.1.3.30 ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับหมวดปลายประจำยามก้านแย่ง รายข้อ โดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.09$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ราคาใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.86$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ราคาต่ำกว่าใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.97$) และข้อ 3 ราคาสูงกว่าใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.43$)

5.1.3.31 ความพึงพอใจหมวดปลายพุดตาน รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.42$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ด้านสีสันหมวดปลายพุดตาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ด้านลวดลายหมวดปลายพุดตาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$) และข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หมวดปลายพุดตาน อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.39$)

5.1.3.32 ความพึงพอใจลวดลายของหมวดปลายพุดตาน รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.10$) และข้อ 3 ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.95$)

5.1.3.33 ความพึงพอใจสีสันของหมวดปลายพุดตาน รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.12$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 สีสันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมาคือ ข้อ 2 สีสันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.09$) และข้อ 3 สีสันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$)

5.1.3.34 ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับหมวดปลายพุดตาน รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.39$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ราคาใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ราคาต่ำกว่าใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$) และข้อ 3 ราคาสูงกว่าใบละ 350 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$)

5.1.3.35 ความพึงพอใจกระเป่าถือลายกุดั่น รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ด้านลวดลายกระเป่าถือลายกุดั่น อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ด้านสีสันกระเป่าถือลายกุดั่น อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$) และข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์กระเป่าถือลายกุดั่น อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$)

5.1.3.36 ความพึงพอใจลวดลายของกระเป่าถือลายกุดั่น รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.69$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อ

ถึงลายไทยโบราณ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.74$) และข้อ 3 ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ใน ระดับ มาก ($\bar{X} = 3.50$)

5.1.3.37 ความพึงพอใจสีสันทองกระเป่าถือลายกุดั่น รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 สีสันทองผลิตภัณฑ์มีความ ชัดช้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) รองลงมาคือ ข้อ 2 สีสันทองสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$) และข้อ 3 สีสันทองเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ใน ระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$)

5.1.3.38 ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับกระเป่าถือลายกุดั่น รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ราคาต่ำกว่าใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.71$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ราคาใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) และข้อ 3 ราคาสูงกว่าใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.07$)

5.1.3.39 ความพึงพอใจกระเป่าถือลายประจำยามก้านแย่ง รายข้อโดยรวม อยู่ใน ระดับ มาก ($\bar{X} = 3.62$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ด้านสีสันทองกระเป่าถือลาย ประจำยามก้านแย่ง อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ด้านลวดลายกระเป่าถือลาย ประจำยามก้านแย่ง อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$) และข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ กระเป่าถือลายประจำยามก้านแย่ง อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$)

5.1.3.40 ความพึงพอใจลวดลายของกระเป่าถือลายประจำยามก้านแย่ง รายข้อ โดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.75$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 3 ลวดลาย เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.90$) รองลงมาคือ ข้อ 2 การจัดวางลวดลายมีความ เหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.87$) และข้อ 1 ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทย โบราณ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.47$)

5.1.3.41 ความพึงพอใจสีสันทองกระเป่าถือลายประจำยามก้านแย่ง รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.77$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 สีสันทองสร้างความโดดเด่น ให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมาคือ ข้อ 1 สีสันทองผลิตภัณฑ์มีความชัดช้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.76$) และข้อ 3 สีสันทองเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.62$)

5.1.3.42 ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับกระเป่าถือลายประจำยามก้านแย่ง รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ราคาใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ราคาต่ำกว่าใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.00$) และข้อ 3 ราคาสูงกว่าใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.02$)

5.1.3.43 ความพึงพอใจกระเป่าถือลายพุดตาน รายด้านโดยรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 ด้านสีสันทองกระเป่าถือลายพุดตาน อยู่ใน

ระดับ มาก ($\bar{X} = 3.94$) รองลงมาคือ ข้อ 1 ด้านลวดลายกระเป๋าลายพุดตาน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.69$) และข้อ 3 ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าลายพุดตาน อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.39$)

5.1.3.44 ความพึงพอใจลวดลายของกระเป๋าลายพุดตาน รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.69$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจ สื่อถึงลายไทยโบราณ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมาคือ ข้อ 2 การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.62$) และข้อ 3 ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.55$)

5.1.3.45 ความพึงพอใจสีสันทันของกระเป๋าลายพุดตาน รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.94$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 2 สีสันทันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.17$) รองลงมาคือ ข้อ 3 สีสันทันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.10$) และข้อ 1 สีสันทันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.54$)

5.1.3.46 ความพึงพอใจราคาที่เหมาะสมกับกระเป๋าลายพุดตาน รายข้อโดยรวม อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.39$) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ ข้อ 1 ราคาใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.43$) รองลงมาคือ ข้อ 2 ราคาต่ำกว่าใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ น้อย ($\bar{X} = 2.05$) และข้อ 3 ราคาสูงกว่าใบละ 1,000 บาท อยู่ในระดับ น้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.70$)

5.1.4 การตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

ผลการศึกษาพบว่า เมื่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีที่ตัดเย็บด้วยผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายทั้ง 3 ชนิด คือ ผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าลายพุดตาน จำหน่าย คิดว่าจะซื้อจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 ช่องทางการจำหน่ายที่สนใจเลือกซื้อมากที่สุดคือ สั่งซื้อผ่านสื่อออนไลน์ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 ผลิตภัณฑ์ที่สนใจซื้อมากที่สุดคือ กระเป๋าถือ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 ลวดลายที่สนใจซื้อมากที่สุดคือ ลายประจำยามก้านแย่ง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ ลวดลายและสีสันทันของผลิตภัณฑ์ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาลวดลายพิมพ์จากผ้าลายอย่างโบราณ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีที่ตัดเย็บจากผ้าพิมพ์ลายอย่างโบราณด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพริ้นต์ (Digital Printing) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก จึงควรมีการต่อยอดการผลิตเชิงพาณิชย์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่อไป

5.2.2 ควรมีการถ่ายทอดวิธีการศึกษาและออกแบบลวดลายพิมพ์จากลวดลายผ้าลายอย่างโบราณให้แก่ผู้ผลิตรายย่อยหรือสมาชิกในรัฐวิสาหกิจชุมชน เพื่อพัฒนาต่อยอดให้ปรากฏบน

ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นให้ตอบสนองกระแสนิยมลวดลายบนผืนผ้าของคนไทย ให้มีข้อมูลต่อยอดสู่กระบวนการผลิตเชิงพาณิชย์

5.2.3 ควรมีการส่งเสริมให้ผลิตโดยระบบอุตสาหกรรมที่มีเทคโนโลยีเครื่องมือเครื่องจักร และช่างฝีมือเฉพาะทางมาช่วยผลิตให้ได้มาตรฐานสากล

5.2.4 ควรนำข้อมูลการพิมพ์ด้วยระบบดิจิทัลพรินต์นี้ไปช่วยวิจัยต่อให้ดำเนินงานวิจัยในการทดสอบพิมพ์ในผ้าชนิดต่าง ๆ เพิ่มขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- กาวิ ศรีกุลกิจ. 2561. เทคโนโลยีการพิมพ์ระบบดิจิทัล (Digital Printing Technology). [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <https://www.siamcreative108.com/digitalprinting>, 15 สิงหาคม 2561
- ลายไทยในเครื่องเบญจรงค์. 2561. เครื่องเบญจรงค์. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://www.google.image>, 30 สิงหาคม 2561.
- จารุพรรณ ททรัพย์ปรุง. 2553. การศึกษาลายผ้าในงานจิตรกรรมฝาผนังวัดพระศรีรัตนาราม. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- ใจภัคดี บุรพเจตนา. 2555. การพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอประเภทของที่ระลึกของชุมชน บ้านหาดเสี้ยว จังหวัดสุโขทัย. บทความวิจัย. วารสารวิชาการ AJNU ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. ปีที่ 7 ประจำเดือน มกราคม 2559 - มิถุนายน 2559
- ชูชัย สมितिไกร. 2554. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ณัฐภัทร จันทวิช. 2545. ผ้าพิมพ์ลายโบราณในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ. กรุงเทพฯ : สำนักโบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ กรมศิลปากร กระทรวงศึกษาธิการ
- น. ณ ปากน้ำ. 2554. จิตรกรรมฝาผนังวัดคงคาราม. กรุงเทพฯ : เมืองโบราณ, สนพ.
- นริศรานุวัตติวงศ์, สมเด็จพระเจ้าฟ้ากรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ ทรงบันทึกเรื่องความรู้ต่าง ๆ ประทานพระยาอนุমানราชธนะ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- นิรัช สุดสังข์. 2549. ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์.
- นิเวศ ธรรมะ, ดร. ประพันธ์ วงศ์บางโพ, ดร. พลอมร ธรรมประทีป อาจารย์สมบุรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์ อาจารย์สรยุทธ งามจันทร์ผลิ และอาจารย์วรางคณา งามจันทร์ผลิ. 2552. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2545. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. สุวีริยาสาส์น, กรุงเทพฯ.
- ประภัสสร โพธิศรีทอง. 2561. คีนชีวา ลายผ้าอินเดียในสยาม. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/803368>, 30 พฤษภาคม 2561
- ปรียา เหล่าวิวัฒน์. 2561. แม่พิมพ์ไม้. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://www.judprakai.com/creative/500>, 22 สิงหาคม 2561
- พิชิต ฤทธิจัญญ. 2544. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏพระนคร, กรุงเทพมหานคร.

เอกสารอ้างอิง

- พิสนุ พองศรี. 2552. วิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 6. บริษัท ด้านสุทธาการพิมพ์ จำกัด.
- มานพ ชุ่มอ่อน. 2555. การจัดการความรู้เพื่อพัฒนารูจักชุมชนในผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ กรณีศึกษา: กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือบ้านดอนหลวง ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง

- จังหวัดลำพูน.** วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่. 2 : 15-25
- วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2549. **หลักการและแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์.** กรุงเทพฯ : แอปป้า พรินต์ติ้ง กรุ๊ป จำกัด.
- วิบูลย์ ลีสุวรรณ. 2550. **สารานุกรมผ้าและเครื่องถักทอ.** กรุงเทพฯ : เมืองโบราณ
- ศรัณย์ จันทร์แก้ว. 2554. **การพัฒนาตลาดลายพิมพ์จากศิลปะอาร์ตนิวโอบนผ้าใยแก้ว**
เพื่อออกแบบชุดทำงานสตรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
 สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
 ราชมงคลพระนคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. **การวิจัยธุรกิจ.** กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ
- ศุภร เสรีรัตน์. 2540. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. 2561. **เทคโนโลยีและความก้าวหน้าของการพิมพ์ผ้า.**
 [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก http://www.thaitextile.org/index/php/blog/2015/06/iu_fashion25580715, 9 มิถุนายน 2561.
- สยามรัฐ. 2560. **เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับศิลปวัฒนธรรม.** [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก
<https://siamrath.co.th/n/9637>, 9 มิถุนายน 2561.
- สำนักงานเขตพระนคร. 2561. **ข้อมูลประชากรจำแนกตามแขวง.** [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก
<http://www.bangkok.go.th/pranakorn/page/main/326>, 9 มิถุนายน 2561.
- สีบชาติ อันทะไชย. 2556. **การบริหารการตลาด.** กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- เสาวรณย์ กุสุมา ณ อยุธยา. 2553. **Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนา**
เศรษฐกิจไทย [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_mar_10/pdf/23-28.pdf, 15 มิถุนายน 2561.
- อดิگانต์ สุทธิวงษ์ และศุภรัถ สุวรรณวัจน์. 2559. **การออกแบบลายพิมพ์ผ้าตีนจกสำหรับ**
สร้างสรรค์แฟชั่นร่วมสมัยจากภูมิปัญญาไทยพวน จังหวัดสุโขทัย. วารสารวิชาการ
 ศิลปะสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2559

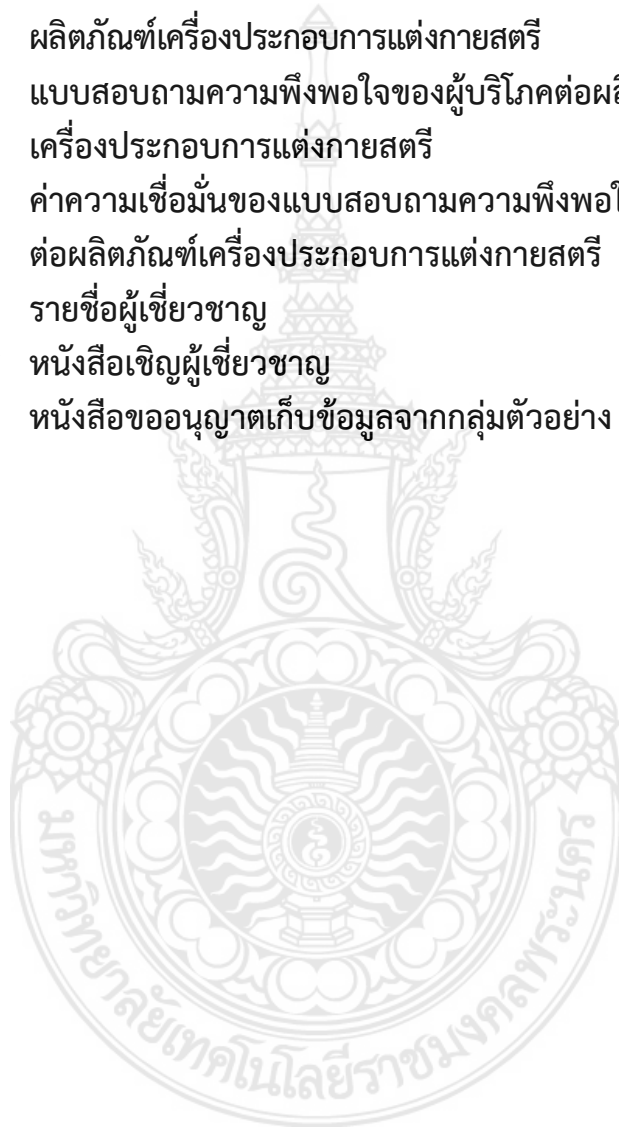
เอกสารอ้างอิง

- อาคม เต็มพิทยาไพสิฐ. 2553. "Thailand's Creative Economy" เอกสารประกอบการบรรยาย. **ปรับกระบวนการทัศน์ของประเทศสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์.** กระทรวงการต่างประเทศ ร่วมกับศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 26 มีนาคม 2553
- อาทิตยา มาวิบูลย์วงศ์. 2557. **โครงการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมหางกระรอก.** วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ ภาควิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.



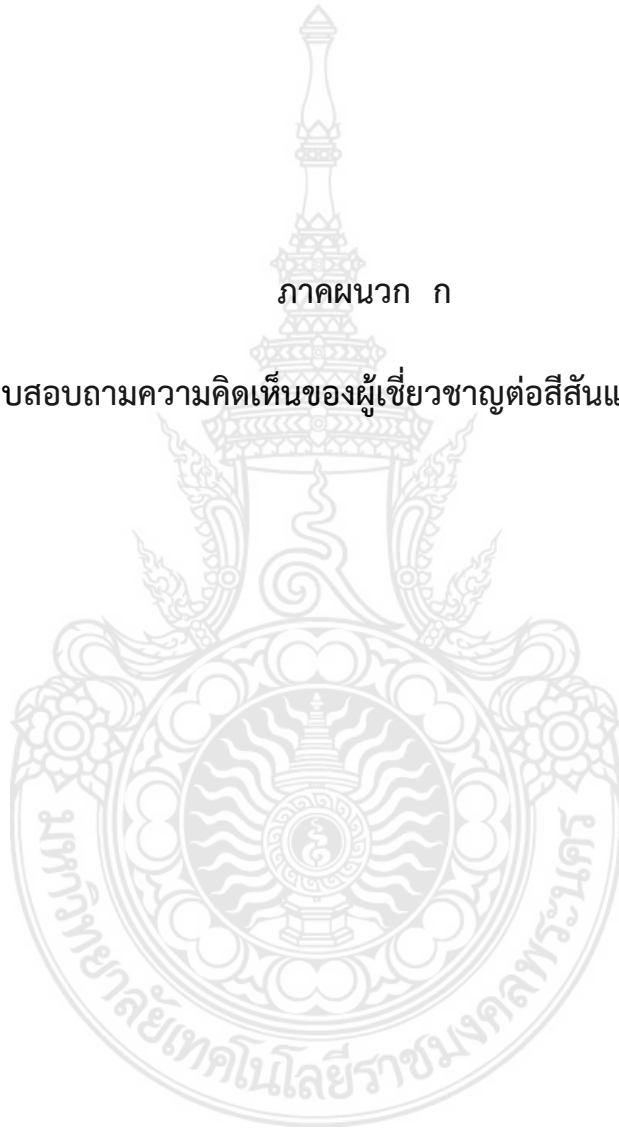
ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อสีสันทันและลวดลาย
- ภาคผนวก ข แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบภัณฑ์
เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี
- ภาคผนวก ค ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี
- ภาคผนวก ง แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์
เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี
- ภาคผนวก จ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภค
ต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี
- ภาคผนวก ฉ รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ
- ภาคผนวก ช หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ
- ภาคผนวก ซ หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อสีสันและลวดลาย



แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อสีส้นและลวดลาย
งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี
ด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพริ้นต์ (Digital Printing) ”

คำอธิบาย

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาและออกแบบลวดลายพิมพ์จากลวดลายผ้าลายอย่างโบราณ
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากลวดลายผ้าลายอย่างโบราณด้วยการพิมพ์ดิจิทัลพริ้นต์
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อการออกแบบสีส้นและลวดลายผ้า ประกอบด้วยลายกุดั่น ลายประจำยามก้านแย่ง และลายพุดตาน จำนวนลายละ 3 รูปแบบ รวมทั้งสิ้น 9 รูปแบบ เพื่อให้ท่านพิจารณาคัดเลือกสีส้นและลวดลายให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยให้เหลือลายละ 1 รูปแบบ เพื่อนำไปผลิตเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีต่อไป

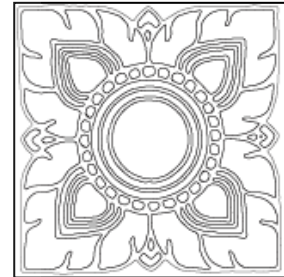
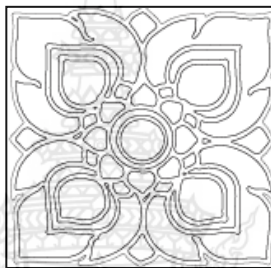
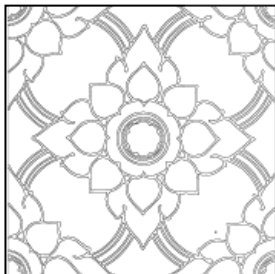
ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถามและแสดงความคิดเห็นเพื่อการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างดี

นิติกาญจน์ ธรรมสัญญาศักดิ์

นักศึกษาหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดพร้อม ให้เหตุผลประกอบการพิจารณา

1. แบบร่างลายกุดั่น (โปรดเลือกเพียง 1 ลาย)



ร่างลวดลายและสีสันท

ร่างลวดลายและสีสันท

ร่างลวดลายและสีสันท

ลายกุดั่นแบบที่ 1

ลายกุดั่นแบบที่ 2

ลายกุดั่นแบบที่ 3

ความคิดเห็นต่อลวดลายที่เลือก

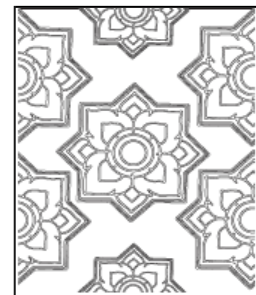
.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำแก้ไข

.....

.....

2. แบบร่างลายประจํายามก้านแย่ง (โปรดเลือกเพียง 1 ลาย)



ร่างลวดลายและสีสันท

ร่างลวดลายและสีสันท

ร่างลวดลายและสีสันท

ประจํายามก้านแย่ง แบบที่ 1

ประจํายามก้านแย่ง แบบที่ 2

ประจํายามก้านแย่ง แบบที่ 3

ความคิดเห็นต่อลวดลายที่เลือก

.....

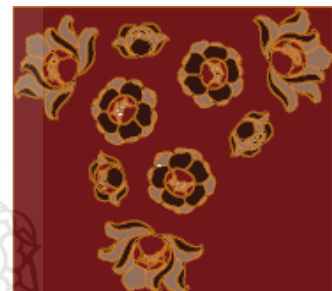
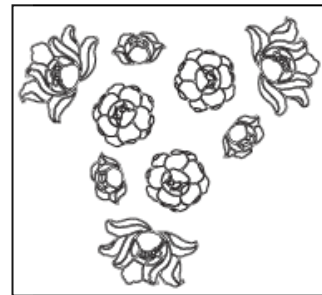
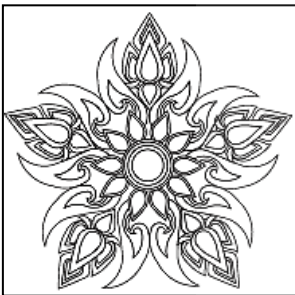
.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำแก้ไข

.....

.....

3. แบบร่างลายพุดตาน (โปรดเลือกเพียง 1 ลาย)



ร่างลวดลายและสีสัน
พุดตาน แบบที่ 1

ร่างลวดลายและสีสัน
พุดตาน แบบที่ 2

ร่างลวดลายและสีสัน
พุดตาน แบบที่ 3

ความคิดเห็นต่อลวดลายที่เลือก

.....

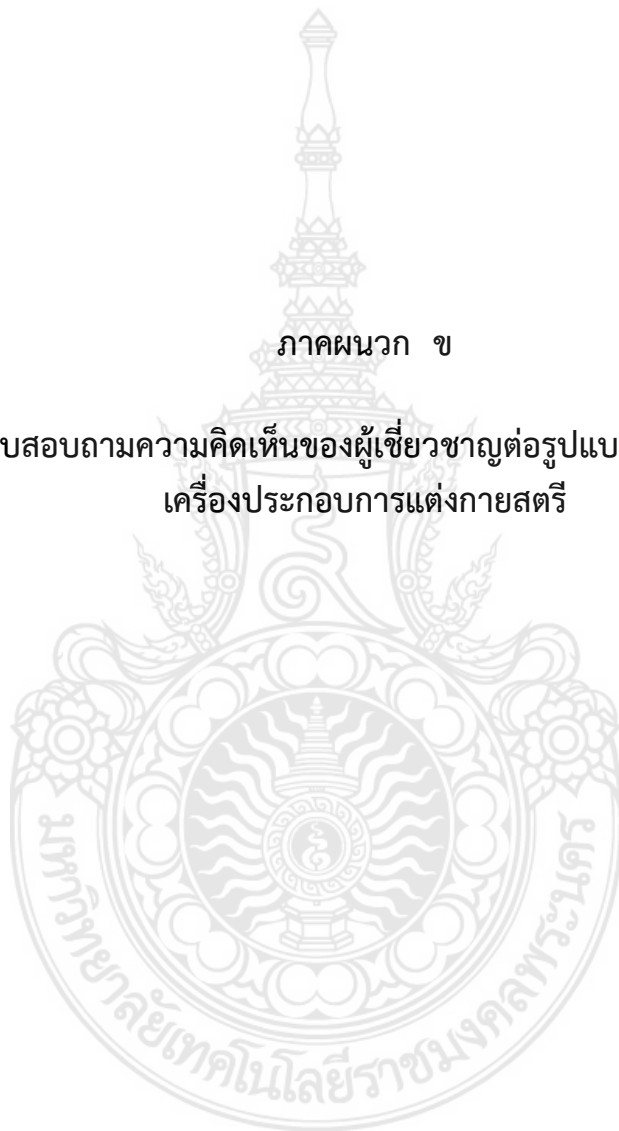
ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำแก้ไข

.....

.....

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์
เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี



แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์
เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี
งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี
ด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพริ้นต์ (Digital Printing) ”

คำอธิบาย

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาและออกแบบลวดลายพิมพ์จากลวดลายผ้าลายอย่างโบราณ
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากลวดลายผ้าลายอย่างโบราณด้วยการพิมพ์ดิจิทัลพริ้นต์
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อการออกแบบเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ประกอบด้วยผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าถือ จำนวนชนิดละ 3 รูปแบบ รวมทั้งสิ้น 9 รูปแบบ เพื่อให้ท่านพิจารณาคัดเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยให้เหลือชนิดละ 1 รูปแบบ เพื่อนำไปผลิตเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถามและแสดงความคิดเห็นเพื่อการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างดี

นิติกาญจน์ ธรรมสัญญาศักดิ์

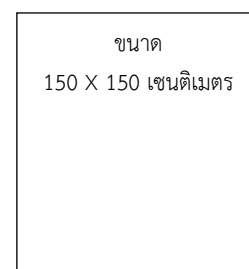
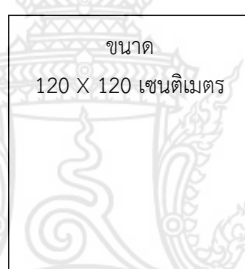
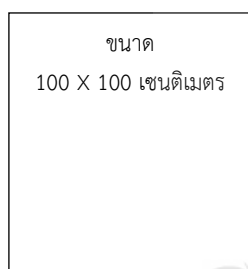
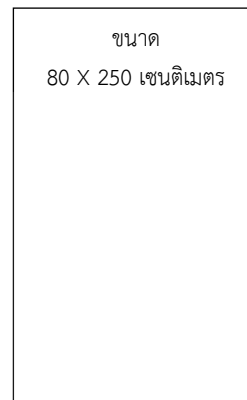
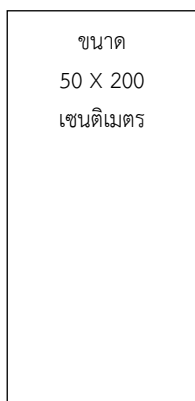
นักศึกษาหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย \checkmark ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดพร้อม ให้เหตุผลประกอบการพิจารณา

1. แบบร่างผ้าคลุมไหล่ (โปรดเลือกเพียง 1 รูปแบบ)



แบบที่ 3

แบบที่ 4

แบบที่ 5

ความคิดเห็นต่อรูปแบบที่เลือก

.....

.....

.....

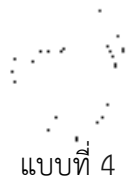
ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำแก้ไข

.....

.....

.....

2. แบบร่างหมวก (โปรดเลือกเพียง 1 รูปแบบ)



ความคิดเห็นต่อรูปแบบที่เลือก

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำแก้ไข

.....

.....

.....



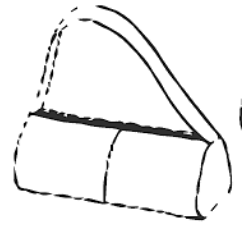
3. แบบร่างกระเป๋าถือ (โปรดเลือกเพียง 1 รูปแบบ)



แบบที่ 1



แบบที่ 2



แบบที่ 3



แบบที่ 4



แบบที่ 5



แบบที่ 6

ความคิดเห็นต่อรูปแบบที่เลือก

ข้อเสนอแนะและข้อแนะนำแก้ไข

ภาคผนวก ค

ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี



ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

1. ผ้าคลุมไหล่



2. หมวก

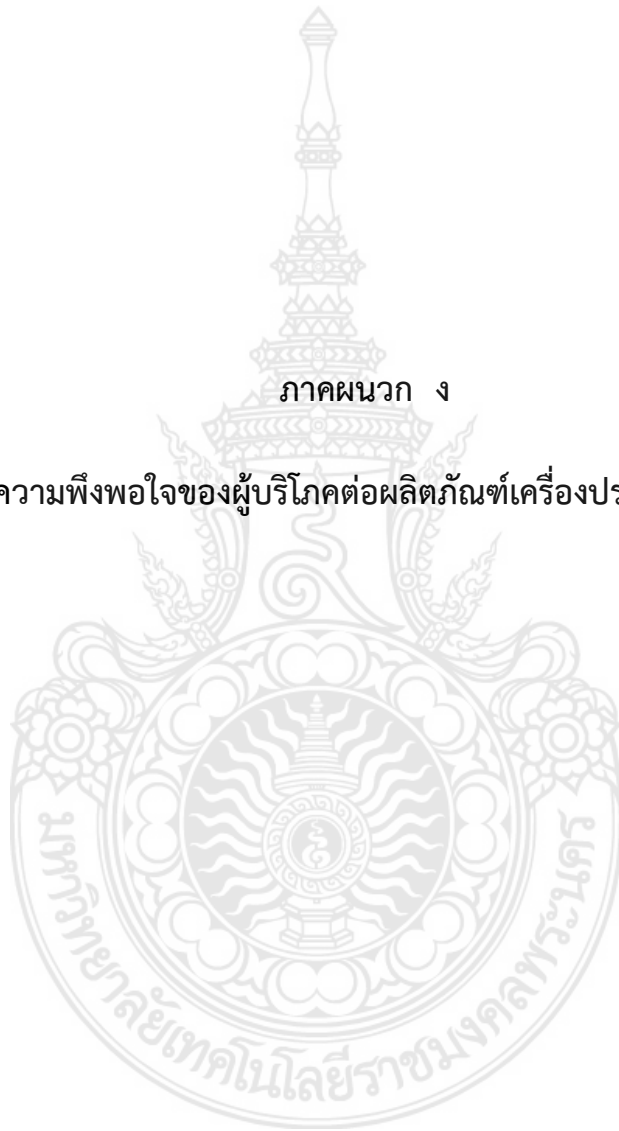


3. กระเป๋า



ภาคผนวก ง

แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี



แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี
งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์
เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพริ้นต์ (Digital Printing) ”

คำอธิบาย

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ในระดับปริญญาโท หลักสูตร
คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาและออกแบบลวดลายพิมพ์จากลวดลายผ้าลายอย่างโบราณ
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากลวดลายผ้าลายอย่าง
โบราณด้วยการพิมพ์ดิจิทัลพริ้นต์
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี
แบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

- ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป
ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลการใช้เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี
ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี
ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีที่ตัดเย็บ
ด้วยผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายทั้ง 3 ชนิด คือ ผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าถือ

ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่านโปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความคิดเห็นของ
ท่านตามจริง ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของท่าน ผู้วิจัยจะนำไปใช้เพื่อการศึกษาโดยไม่มี
ผลกระทบใด ๆ ต่อท่านทั้งสิ้น และขอขอบคุณที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามฉบับนี้

นิติกาญจน์ ธรรมสัญญาศักดิ์

นักศึกษาหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. อายุ

<input type="checkbox"/> 35 – 40 ปี	<input type="checkbox"/> 41 - 45 ปี
-------------------------------------	-------------------------------------
2. สถานภาพ

<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> สมรส	<input type="checkbox"/> หย่าร้าง	<input type="checkbox"/> แยกกันอยู่
------------------------------	-------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------------
3. รายได้ (ต่อเดือน)

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 15,000 บาท	<input type="checkbox"/> 15,000 – 25,000 บาท	<input type="checkbox"/> 25,000 – 35,000 บาท
<input type="checkbox"/> 35,000 – 45,000 บาท	<input type="checkbox"/> 45,000 บาทขึ้นไป	
4. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญา	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี
--	------------------------------------	---
5. อาชีพ

<input type="checkbox"/> รับราชการ	<input type="checkbox"/> ลูกจ้างสังกัดหน่วยงานรัฐ
<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท/รัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว
<input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลการใช้เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. ท่านเคยซื้อ/เคยใช้ใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าพิมพ์ลายหรือไม่

<input type="checkbox"/> เคยซื้อ	<input type="checkbox"/> เคยใช้
----------------------------------	---------------------------------
2. ท่านเลือกซื้อ/ใช้ ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีแบบใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> แบบหุรหุรา	<input type="checkbox"/> แบบธรรมดา
<input type="checkbox"/> แบบสไตล์ของตนเอง	<input type="checkbox"/> แบบเลือกใช้ได้หลายโอกาส
3. ลักษณะการเลือกซื้อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีของท่านเป็นอย่างไร

<input type="checkbox"/> เลือกซื้อจากรูปแบบ	<input type="checkbox"/> เลือกซื้อจากราคา
<input type="checkbox"/> เลือกซื้อจากโอกาสที่จะนำไปใช้	<input type="checkbox"/> เลือกซื้อจากวัตถุดิบหลักที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์
4. แรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ

<input type="checkbox"/> ความชอบส่วนตัว	<input type="checkbox"/> ตามแบบของเพื่อน	<input type="checkbox"/> ตามกระแสแฟชั่น
<input type="checkbox"/> ความจำเป็นที่ต้องใช้งาน	<input type="checkbox"/> ความเหมาะสมของราคา	
5. ประเด็นการเลือกเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

<input type="checkbox"/> รูปทรง	<input type="checkbox"/> ความสวยงาม	<input type="checkbox"/> ประโยชน์ใช้สอย
<input type="checkbox"/> สีสีน	<input type="checkbox"/> ลวดลาย	<input type="checkbox"/> ราคา

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับคำตอบความพึงพอใจที่ตรงกับท่านมากที่สุด

- 1) ผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยนำมาให้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตด้วยผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายมีจำนวนทั้งสิ้น 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผ้าคลุมไหล่, หมวก และกระเป๋าถือ โดยแต่ละผลิตภัณฑ์มี 3 ลวดลายได้แก่ ลายกุตุ้น ลายประจายามก้านแย่ง และลายพุดตาน
- 2) แบบสอบถามมี 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ ความสวยงาม และประโยชน์ใช้สอย ส่วนที่ 2 ด้านลวดลาย สีสีน และราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 1 ความพึงพอใจเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีด้านรูปแบบ ความสวยงาม และประโยชน์ใช้สอย

1. ผ้าคลุมไหล่



รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านรูปแบบของผ้าคลุมไหล่					
1. ความน่าสนใจของรูปทรง					
2. ผลิตภัณฑ์มีสัดส่วนที่เหมาะสม					
3. รูปแบบเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน					
ด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของผ้าคลุมไหล่					
1. การตัดเย็บมีความประณีต					
2. ความสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์					
3. ผลิตภัณฑ์ตอบสนองการใช้งานได้หลายโอกาส					

2. หมวก



รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านรูปแบบของหมวก					
1. ความน่าสนใจของรูปทรง					
2. ผลิตภัณท์มีสัดส่วนที่เหมาะสม					
3. รูปแบบเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน					
ด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของหมวก					
1. การตัดเย็บมีความประณีต					
2. ความสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณท์					
3. ผลิตภัณท์ตอบสนองการใช้งานได้หลายโอกาส					


3. กระเป๋าถือ




รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านรูปแบบของกระเป๋าถือ					
1. ความน่าสนใจของรูปทรง					
2. ผลิตภัณท์มีสัดส่วนที่เหมาะสม					
3. รูปแบบเหมาะสมกับความต้องการใช้งาน					
ด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยของกระเป๋าถือ					
1. การตัดเย็บมีความประณีต					
2. ความสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณท์					
3. ผลิตภัณท์ตอบสนองการใช้งานได้หลายโอกาส					


ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีด้านลวดลาย สีสนั้และราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์


รายการ		ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านลวดลายผ้าคลุมไหล่ลายกุ้ด้น					
	1. ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ					
	2. การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม					
	3. ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
	ด้านสีสนั้ผ้าคลุมไหล่ลายกุ้ด้น					
	1. สีสนั้ของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม					
	2. สีสนั้สร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์					
	3. สีสนั้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ลายกุ้ด้น					
	1. ราคาผืนละ 650 บาท					
	2. ราคาต่ำกว่าผืนละ 650 บาท					
	3. ราคาสูงกว่าผืนละ 650 บาท					

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านลวดลายผ้าคลุมไหล่				
	ลายประจำยามก้านแย่ง				
	1. ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจ				
	สื่อถึงลายไทยโบราณ				
	2. การจัดวางลวดลายมีความ				
	เหมาะสม สวยงาม				
	3. ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์				
	ด้านสีเส้นผ้าคลุมไหล่				
	ลายประจำยามก้านแย่ง				
	1. สีเส้นของผลิตภัณฑ์มีความ				
	ชัดช้อน คมชัด สวยงาม				
	2. สีเส้นสร้างความโดดเด่นให้				
	ผลิตภัณฑ์				
	3. สีเส้นเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์				
	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์				
ผ้าคลุมไหล่ลายประจำยามก้านแย่ง					
1. ราคาฝืนละ 650 บาท					
2. ราคาต่ำกว่าฝืนละ 650 บาท					
3. ราคาสูงกว่าฝืนละ 650 บาท					

รายการ		ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านลวดลายผ้าคลุมไหล่ ลายพุดตาน					
	1. ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจ สื่อถึงลายไทยโบราณ					
	2. การจัดวางลวดลายมีความ เหมาะสม สวยงาม					
	3. ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
	ด้านสีผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน					
	1. สีของผลิตภัณฑ์มีความ ซับซ้อน คมชัด สวยงาม					
	2. สีสร้างโดดเด่นให้ ผลิตภัณฑ์					
	3. สีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ผ้าคลุมไหล่ลายพุดตาน					
	1. ราคาฝืนละ 650 บาท					
	2. ราคาต่ำกว่าฝืนละ 650 บาท					
	3. ราคาสูงกว่าฝืนละ 650 บาท					


รายการ		ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านลวดลายหมวกลายกุตุ้น					
	1. ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจ สื่อถึงไทยโบราณ					
	2. การจัดวางลวดลายมีความ เหมาะสม สวยงาม					
	3. ลวดลายเหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์					
	ด้านสีสันทมวกลายกุตุ้น					
	1. สีสันทมของผลิตภัณฑ์มีความ ซับซ้อน คมชัด สวยงาม					
	2. สีสันทมสร้างความโดดเด่นให้ ผลิตภัณฑ์					
	3. สีสันทมเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ หมวกลายกุตุ้น					
	1. ราคาใบละ 350 บาท					
	2. ราคาต่ำกว่าใบละ 350 บาท					
	3. ราคาสูงกว่าใบละ 350 บาท					

รายการ	ระดับความพึงพอใจ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	ด้านลวดลายหมวก					
	ลายประจำยามก้านแย่ง					
	1.	ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจ				
		สื่อถึงลายไทยโบราณ				
	2.	การจัดวางลวดลายมีความ				
		เหมาะสม สวยงาม				
	3.	ลวดลายเหมาะสมกับ				
		ผลิตภัณฑ์				
	ด้านสีล้นหมวก					
	ลายประจำยามก้านแย่ง					
	1.	สีล้นของผลิตภัณฑ์มีความ				
		ขับช้อน คมชัด สวยงาม				
	2.	สีล้นสร้างความโดดเด่นให้				
	ผลิตภัณฑ์					
3.	สีล้นเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์						
หมวกลายประจำยามก้านแย่ง						
1.	ราคาใบละ 350 บาท					
2.	ราคาต่ำกว่าใบละ 350 บาท					
3.	ราคาสูงกว่าใบละ 350 บาท					

รายการ		ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านลวดลายหมวกลายพุดตาน					
	1. ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจ สื่อถึงไทยโบราณ					
	2. การจัดวางลวดลายมีความ เหมาะสม สวยงาม					
	3. ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
	ด้านสีสันทมวกลายพุดตาน					
	1. สีสันทมของผลิตภัณฑ์มีความ ซับซ้อน คมชัด สวยงาม					
	2. สีสันทสร้างโดดเด่นให้ ผลิตภัณฑ์					
	3. สีสันทเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ หมวกลายพุดตาน					
	1. ราคาใบละ 350 บาท					
	2. ราคาต่ำกว่าใบละ 350 บาท					
	3. ราคาสูงกว่าใบละ 350 บาท					

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านลวดลายกระเป๋าถือลายกุตุ้น				
	1. ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจสื่อถึงลายไทยโบราณ				
	2. การจัดวางลวดลายมีความเหมาะสม สวยงาม				
	3. ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์				
	ด้านสีสันทันกระเป๋าถือลายกุตุ้น				
	1. สีสันทันของผลิตภัณฑ์มีความซับซ้อน คมชัด สวยงาม				
	2. สีสันทันสร้างความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์				
	3. สีสันทันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์				
	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าถือลายกุตุ้น				
	1. ราคาใบละ 1,000 บาท				
	2. ราคาต่ำกว่าใบละ 1,000 บาท				
	3. ราคาสูงกว่าใบละ 1,000 บาท				

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านลวดลายกระเป๋าถือ				
	ลายประจำยามก้านแย่ง				
	1.				
	ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจ				
	สื่อถึงลายไทยโบราณ				
	2.				
	การจัดวางลวดลายมีความ				
	เหมาะสม สวยงาม				
	3.				
	ลวดลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์				
	ด้านสีสันกระเป๋าถือ				
	ลายประจำยามก้านแย่ง				
	1.				
	สีสันของผลิตภัณฑ์มีความ				
	ซับซ้อน คมชัด สวยงาม				
2.					
สีสันสร้างความโดดเด่นให้					
ผลิตภัณฑ์					
3.					
สีสันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
กระเป๋าถือลายประจำยามก้านแย่ง					
1.					
ราคาใบละ 1,000 บาท					
2.					
ราคาต่ำกว่าใบละ 1,000 บาท					
3.					
ราคาสูงกว่าใบละ 1,000 บาท					

รายการ		ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านลวดลายกระเป๋าถือลายพุดตาน					
	1. ลวดลายสร้างแรงบันดาลใจ สื่อถึงลายไทยโบราณ					
	2. การจัดวางลวดลายมีความ เหมาะสม สวยงาม					
	3. ลวดลายเหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์					
	ด้านสีสันทันกระเป๋าถือลายพุดตาน					
	1. สีสันทันของผลิตภัณฑ์มีความ ซับซ้อน คมชัด สวยงาม					
	2. สีสันทันสร้างความโดดเด่นให้ ผลิตภัณฑ์					
	3. สีสันทันเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
	ด้านราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ กระเป๋าถือลายพุดตาน					
	1. ราคาใบละ 1,000 บาท					
	2. ราคาต่ำกว่าใบละ 1,000 บาท					
	3. ราคาสูงกว่าใบละ 1,000 บาท					

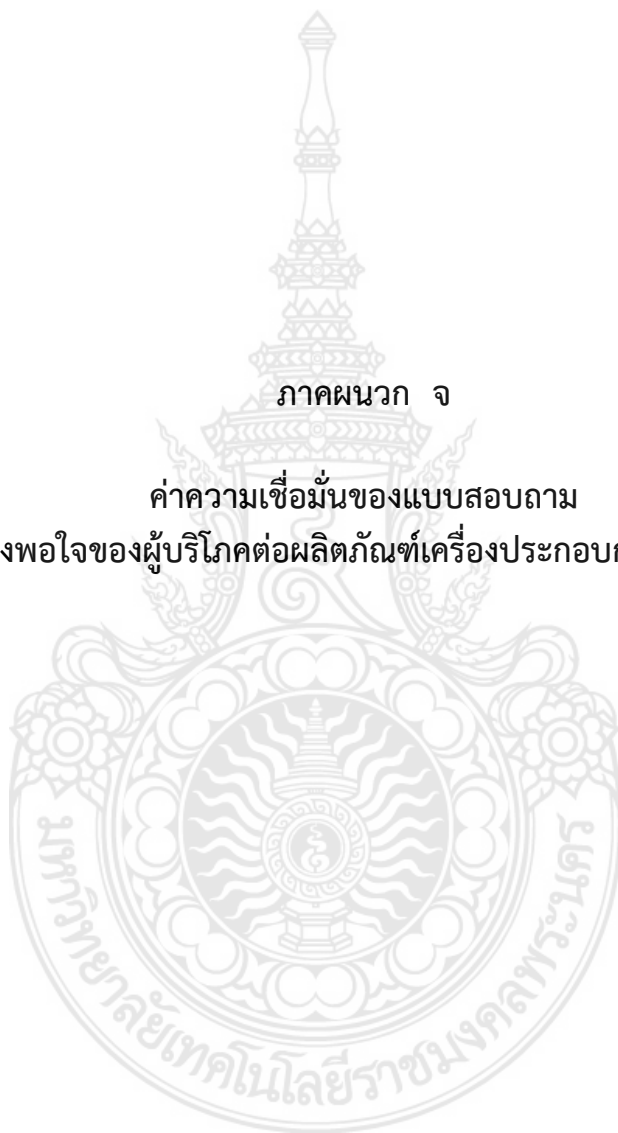
ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีที่ตัดเย็บด้วยผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายทั้ง 3 ชนิด คือ ผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าถือ

1. เมื่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายทั้ง 3 ชนิด คือ ผ้าคลุมไหล่ หมวก และกระเป๋าถือ วางจำหน่าย ท่านคิดว่าจะซื้อหรือไม่
 ซื้อ ไม่ซื้อ
2. ช่องทางการจำหน่ายเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายช่องทางใดที่ท่านสนใจเลือกซื้อมากที่สุด
 แหล่งผลิต ร้านสินค้าโอท็อป/ร้านของฝาก
 มีผู้เสนอขาย ตัวแทนจำหน่าย สั่งซื้อผ่านสื่อออนไลน์
 งานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานต่าง ๆ
3. ผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าสปันเรยอนพิมพ์ลายชนิดใดที่ท่านสนใจซื้อ
มากที่สุด
 ผ้าคลุมไหล่ หมวก กระเป๋าถือ
4. จากข้อ 3 ลวดลายใดที่ท่านสนใจซื้อมากที่สุด
 ลายกุตุ้น ลายประจายามก้านแย่ง ลายพุดตาน
5. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีผลิตจากผ้าสปันเรยอน
พิมพ์ลายมากที่สุด
 ลวดลายและสีสันทันของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์
 เนื้อผ้าที่นำมาผลิตผลิตภัณฑ์ ต้องการทดลองใช้

ขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม
ผู้วิจัย

ภาคผนวก จ

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี



Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	20	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.869	113

	Scale Mean if Item	Scale Variance if Item	Corrected Item-Total	Cronbach's Alpha if
	Deleted	Deleted	Correlation	Item Deleted
A1	406.45	566.997	-.299	.871
A21	407.50	551.947	.330	.867
A22	407.60	564.674	-.220	.871
A23	407.10	555.674	.214	.868
A24	407.20	565.221	-.244	.871
A3	405.60	563.832	-.103	.872
A4	405.50	539.421	.271	.868
A5	403.50	527.421	.418	.865
Bshawl11	404.20	552.063	.215	.868
Bshawl12	404.05	553.629	.149	.869
Bshawl13	404.25	551.987	.213	.868
Bshawl21	404.20	542.484	.497	.865
Bshawl22	403.95	551.208	.209	.868
Bshawl23	404.00	554.947	.107	.869
Bhat11	404.05	553.629	.149	.869
Bhat12	404.25	551.987	.213	.868
Bhat13	404.25	549.039	.298	.867

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Bhat21	403.95	554.261	.130	.869
Bhat22	404.20	551.642	.227	.868
Bhat23	404.15	558.555	.022	.870
Bbag11	404.15	558.661	.024	.870
Bbag12	403.95	560.050	-.019	.870
Bbag13	404.20	557.747	.042	.870
Bbag21	404.15	558.555	.022	.870
Bbag22	404.20	552.063	.215	.868
Bbag23	404.05	553.629	.149	.869
shawlkudan11	404.25	551.987	.213	.868
shawlkudan12	404.20	542.484	.497	.865
shawlkudan13	403.95	551.208	.209	.868
shawlkudan21	404.00	554.947	.107	.869
shawlkudan22	404.05	553.629	.149	.869
shawlkudan23	404.25	551.987	.213	.868
shawlkudan31	404.25	549.039	.298	.867
shawlkudan32	403.95	554.261	.130	.869
shawlkudan33	404.20	551.642	.227	.868
shawlpajum11	404.15	558.555	.022	.870
shawlpajum12	404.15	558.661	.024	.870
shawlpajum13	403.95	560.050	-.019	.870
shawlpajum21	404.20	557.747	.042	.870
shawlpajum22	404.15	558.555	.022	.870
shawlpajum23	404.15	562.134	-.074	.871
shawlpajum31	403.85	540.555	.488	.865
shawlpajum32	404.10	553.463	.126	.869
shawlpajum33	403.75	547.039	.356	.867
shawlputtan11	403.90	549.358	.246	.868
shawlputtan12	403.90	557.674	.030	.870
shawlputtan13	403.65	540.029	.529	.865
shawlputtan21	404.10	545.674	.323	.867
shawlputtan22	404.20	542.379	.455	.866
shawlputtan23	404.35	560.134	-.019	.870

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
shawlputtan31	403.95	537.839	.561	.865
shawlputtan32	404.30	539.274	.526	.865
shawlputtan33	404.20	542.379	.455	.866
hatkudan11	404.15	558.871	.013	.870
hatkudan12	403.90	542.621	.416	.866
hatkudan13	404.05	557.313	.041	.870
hatkudan21	403.75	549.039	.270	.867
hatkudan22	403.90	549.463	.266	.867
hatkudan23	403.95	562.155	-.068	.871
hatkudan31	403.60	543.726	.418	.866
hatkudan32	404.20	546.589	.340	.867
hatkudan33	404.25	543.039	.472	.866
hatpajum11	404.25	561.882	-.069	.870
hatpajum12	403.75	537.461	.580	.864
hatpajum13	404.30	539.589	.566	.865
hatpajum21	404.25	543.039	.472	.866
hatpajum22	404.15	565.187	-.156	.871
hatpajum23	403.75	537.461	.580	.864
hatpajum31	403.95	558.366	.016	.870
hatpajum32	403.75	543.566	.416	.866
hatpajum33	404.00	546.105	.330	.867
hatputtan11	403.85	558.134	.022	.870
hatputtan12	403.75	542.724	.405	.866
hatputtan13	404.00	544.632	.341	.867
hatputtan21	404.10	541.253	.465	.865
hatputtan22	404.10	555.253	.103	.869
hatputtan23	403.90	540.832	.461	.865
hatputtan31	404.20	542.168	.424	.866
hatputtan32	404.05	542.155	.454	.866
hatputtan33	404.05	564.576	-.136	.871
bagkudan11	403.90	540.832	.461	.865
bagkudan12	403.95	559.839	-.017	.871
bagkudan13	403.85	547.082	.317	.867

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
bagkudan21	403.95	546.997	.319	.867
bagkudan22	404.05	565.103	-.130	.872
bagkudan23	403.45	538.050	.674	.864
bagkudan31	404.00	544.842	.362	.866
bagkudan32	404.05	541.313	.476	.865
bagkudan33	404.45	562.576	-.103	.870
bagpajum11	403.55	536.471	.665	.864
bagpajum12	404.10	537.884	.554	.865
bagpajum13	404.05	541.313	.476	.865
bagpajum21	404.10	559.463	-.002	.870
bagpajum22	403.75	544.618	.388	.866
bagpajum23	404.00	553.789	.125	.869
bagpajum31	403.70	550.853	.237	.868
bagpajum32	403.95	553.524	.149	.869
bagpajum33	403.90	558.621	.012	.870
bagputtan11	403.70	534.853	.634	.864
bagputtan12	404.00	540.526	.439	.866
bagputtan13	404.10	538.200	.545	.865
bagputtan2	404.25	566.408	-.197	.872
bagputtan21	403.90	539.358	.499	.865
bagputtan22	404.20	536.063	.579	.864
bagputtan23	404.05	543.945	.406	.866
bagputtan31	404.25	545.461	.401	.866
bagputtan32	404.10	559.884	-.015	.870
bagputtan33	404.00	544.316	.376	.866
E1	407.90	559.989	.000	.869
E2	404.75	571.355	-.178	.877
E3	405.75	575.882	-.508	.874
E4	406.10	550.200	.255	.868
E5	406.35	555.713	.092	

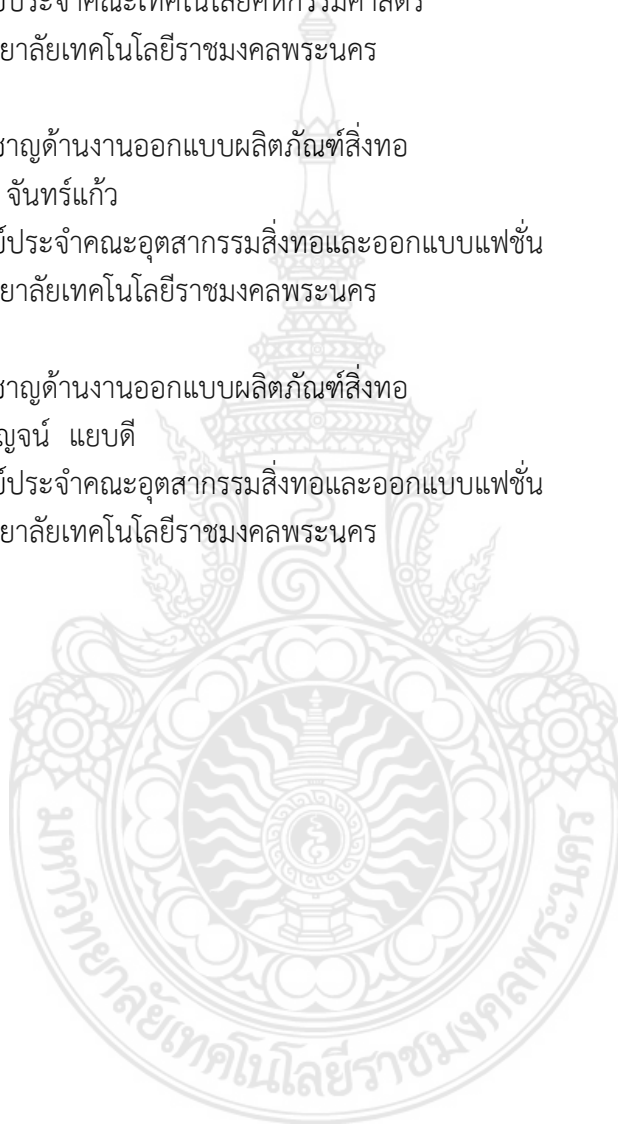
ภาคผนวก ฉ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ



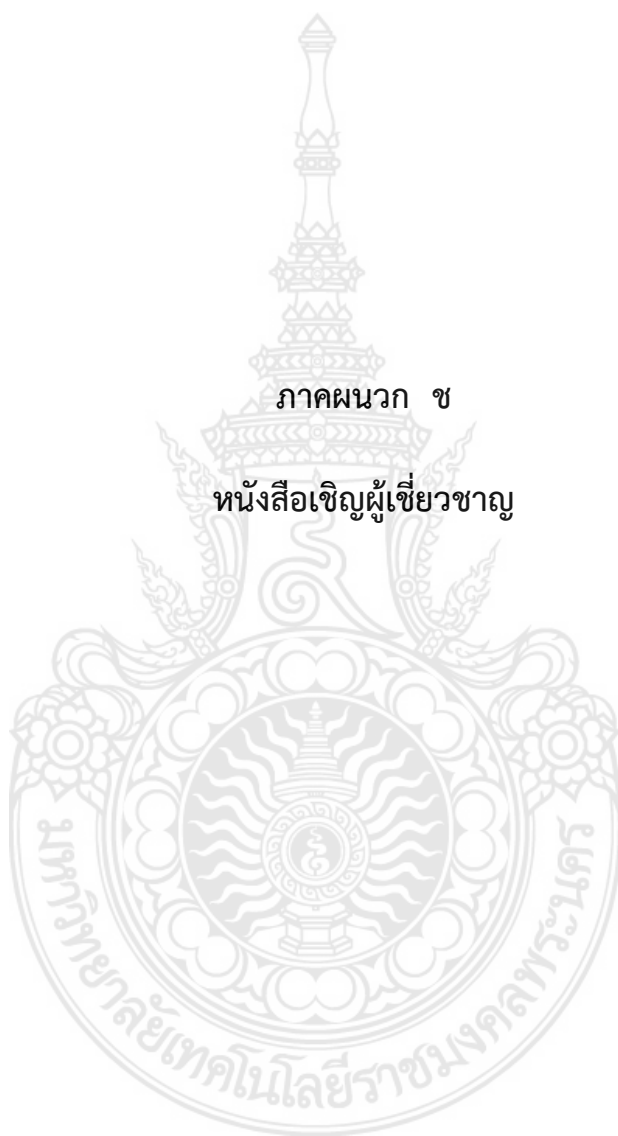
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

1. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลายผ้า
 - 1.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านงานออกแบบ
ดร.สุชีรา ผ่องใส
อาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
 - 1.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านงานออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ
ศรัณย์ จันทร์แก้ว
อาจารย์ประจำคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
 - 1.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านงานออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ
สุதாகาญจน์ แยมดี
อาจารย์ประจำคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



ภาคผนวก ช

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ





บันทึกข้อความ

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

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๓๗๔ วันที่ ๒๓ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.สุชีรา ผ่องใส

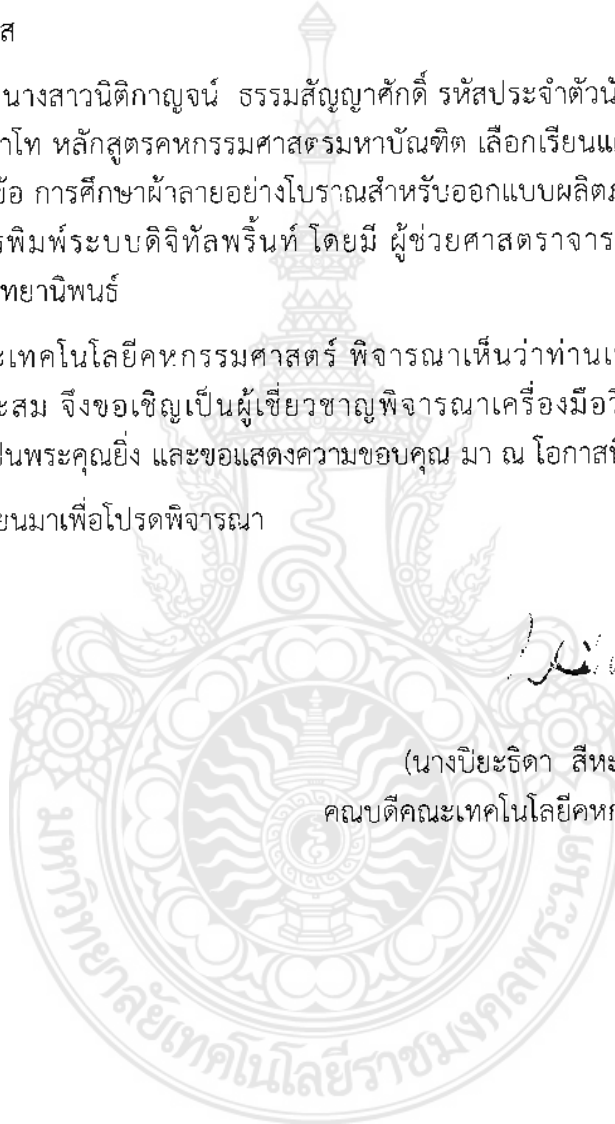
ด้วย นางสาวนิติกาญจน์ ธรรมสัญญาศักดิ์ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๖๐๗๐๗๐๑๕๐๑-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพรี้นท์ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนพรรณ บุญยรัตกลิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นางสาวนิติกาญจน์ ธรรมสัญญาศักดิ์ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒนกุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์





บันทึกข้อความ

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

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๓๗๕ วันที่ ๒๓ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ศรัณย์ จันทร์แก้ว

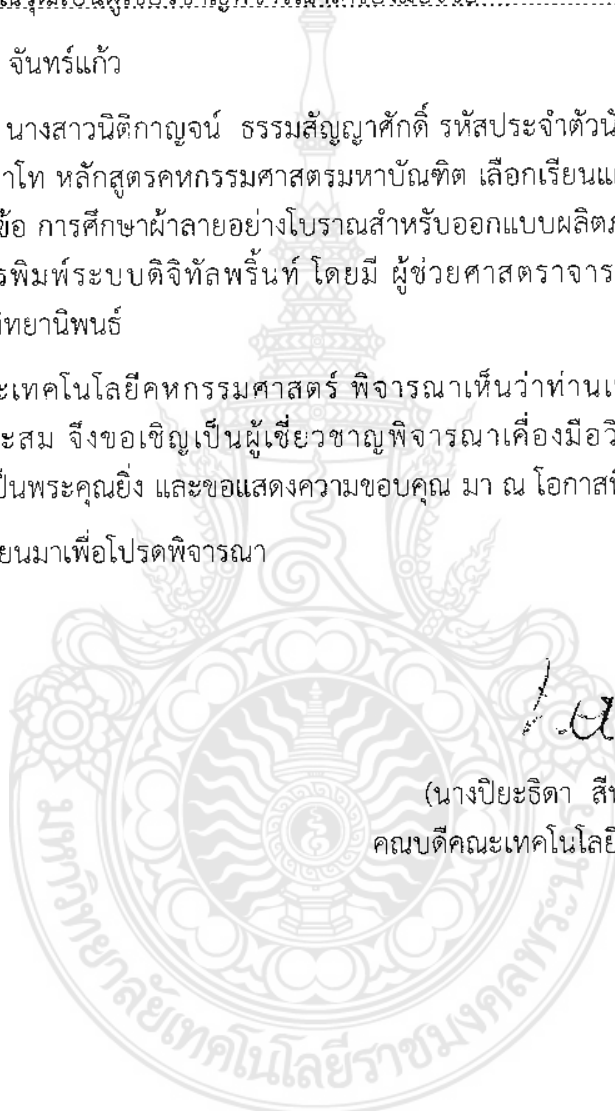
ด้วย นางสาวนิติกาญจน์ ธรรมสัญญาศักดิ์ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๖๐๗๐๗๐๑๕๐๑-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพรีนท์ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนพรรณ บุญยรัตกลิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นางสาวนิติกาญจน์ ธรรมสัญญาศักดิ์ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(นางปิยะธิดา สิทะวัฒนกุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์





บันทึกข้อความ

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

ที่ ศธ.๐๕๘๑.๐๓/๓๗๖ วันที่ ๒๓ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์สุดากาญจน์ แยมดี

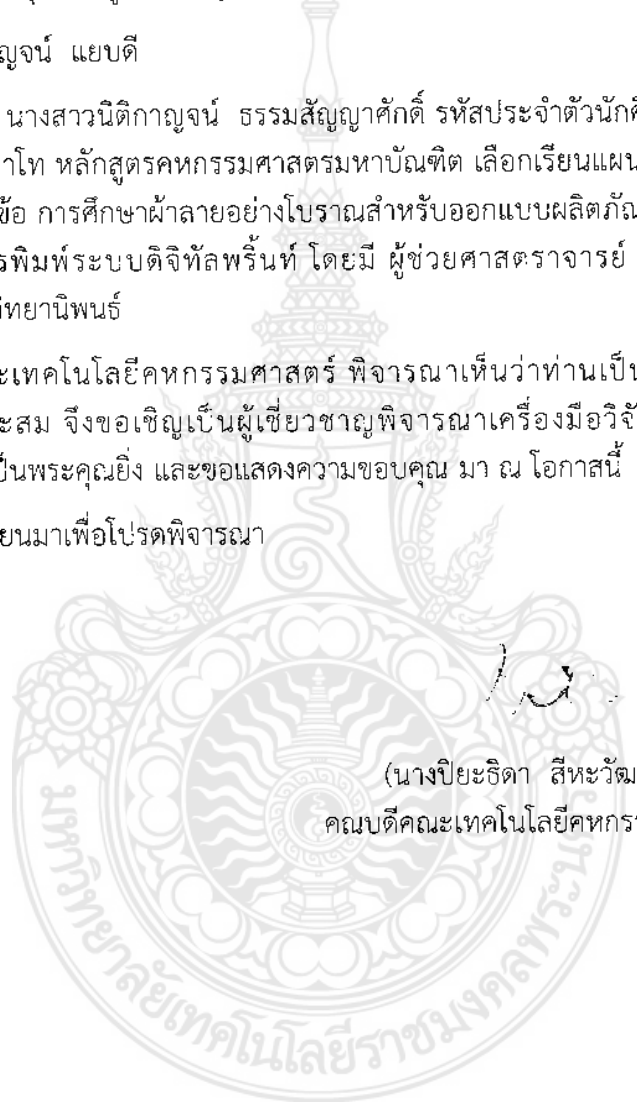
ด้วย นางสาวนิติกายจน์ ธรรมสัญญาศักดิ์ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๖๐๗๐๗๐๑๕๐๑-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพรีนท์ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนพรรณ บุญรัตกลิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นางสาวนิติกายจน์ ธรรมสัญญาศักดิ์ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

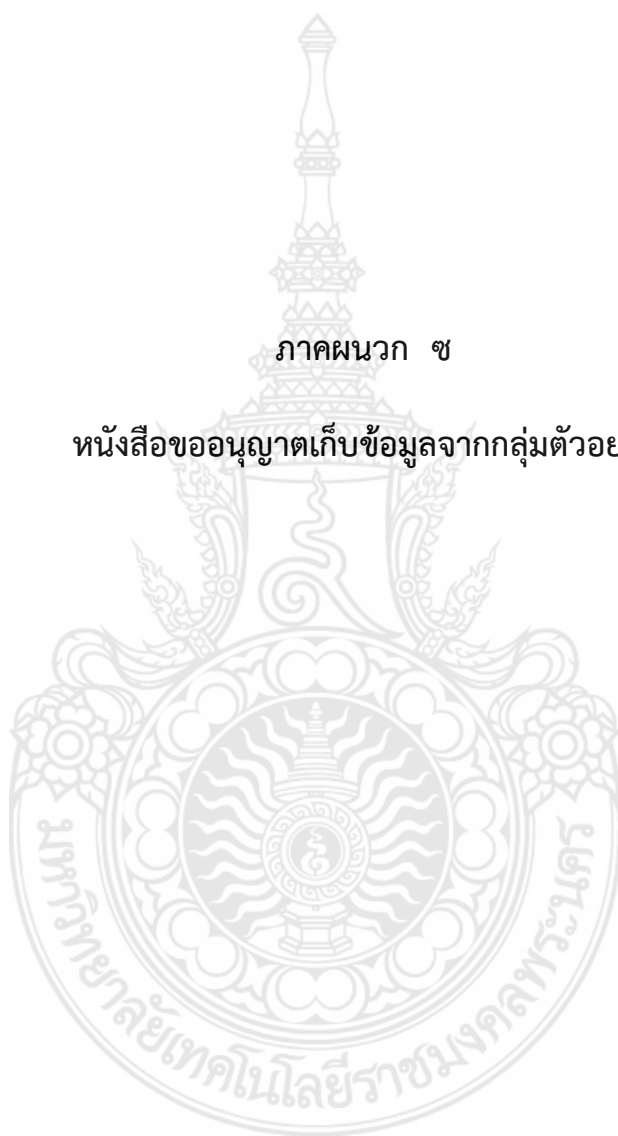
(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์



ภาคผนวก ซ

หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง





ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๓/๓๗๗

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๒๓ มกราคม ๒๕๖๒

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์

เรียน กลุ่มสตรีวัยทำงาน เขตพระนคร

ด้วย นางสาวนิติกานจน์ ธรรมสัญญาศักดิ์ รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๖๐๗๐๗๐๑๕๐๑-๑ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพรีนท์ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนพรรณ บุญยรัตกลิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พิจารณาเห็นว่า ท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม ขอบความอนุเคราะห์จากท่านโปรดพิจารณาให้ นางสาวนิติกานจน์ ธรรมสัญญาศักดิ์ เข้าเก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์กับท่าน โดยใช้แบบสอบถาม ในหัวข้อ การศึกษาผ้าลายอย่างโบราณสำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายสตรี ด้วยเทคนิคการพิมพ์ระบบดิจิทัลพรีนท์ จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๕๒๓๖

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๓๕๓๖ ๒๔๔๖

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ นามสกุล นางสาวนิติกาญจน์ ธรรมศักดิ์
วัน เดือน ปีเกิด 21 ธันวาคม 2531
ที่อยู่ปัจจุบัน 441/2 ถนนนาคนิวาส แขวงลาดพร้าว
เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ

ประวัติการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
วุฒิมัธยมศึกษา ระดับปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ	2553

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

ตำแหน่ง	อาจารย์พิเศษ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	กิจการส่วนตัว (รับสอนตัดเย็บเสื้อผ้า)
ช่องทางการติดต่อ	diy by ao

