

การออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีเพื่อพัฒนางานพื้นถิ่นให้เป็นสินค้าระดับชาติโดยใช้แนวคิดการ
ออกแบบอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาผ้าทอมือ อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย



นายปรัชญ์ หาญกล้า

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานฤมิตรศิลป์ ภาควิชา นฤมิตรศิลป์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2556

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR) are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

WOMENSWEAR DESIGN TO DEVELOP LOCAL WORK INTO NATIONAL PRODUCT BY
USING SUSTAINABLE DESIGN THEORY: A CASE STUDY OF HANDWOVEN TEXTILE
AMPHOE WIANGCHIANGRUNG, CHIANGRAI



Mr. Prach Hankla

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Fine and Applied Arts Program in Creative Arts

Department of Creative Arts

Faculty of Fine and Applied Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2013

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีเพื่อพัฒนางานพื้นถิ่นให้
เป็นสินค้าระดับชาติโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่าง
ยั่งยืน: กรณีศึกษาผ้าทอมือ อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัด
เชียงราย

โดย

นายปรัชญ์ หาญกล้า

สาขาวิชา

นฤมิตรศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ศาสตราจารย์ ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

.....คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ศาสตราจารย์ ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา อุทิศวรรณกุล)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ใจภักดิ์ บุรพเจตนา)

ปรัชญา ชาญกล้า : การออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีเพื่อพัฒนางานพื้นถิ่นให้เป็นสินค้าระดับชาติโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาผ้าทอมือ อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย. (WOMENSWEAR DESIGN TO DEVELOP LOCAL WORK INTO NATIONAL PRODUCT BY USING SUSTAINABLE DESIGN THEORY: A CASE STUDY OF HANDWOVEN TEXTILE AMPHOE WIANGCHIANGRUNG, CHIANGRAI) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ศ. ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 217 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการสร้างสรรค์ตราสินค้าและออกแบบเครื่องแต่งกายโดยใช้วัตถุดิบหลักจากผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย ให้เป็นสินค้าที่มีความทันสมัยและสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) ในการออกแบบ และเพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคได้เลือกใช้และสามารถแข่งขันกับตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปในปัจจุบันได้ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยคือ หาหลักการสำคัญของการออกแบบอย่างยั่งยืนจากข้อมูลทฤษฎีคือ เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและจากผลงานออกแบบที่ใช้แนวคิดเดียวกัน หาอัตลักษณ์ของผ้าทอมือในอำเภอเวียงเชียงรุ้งจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในท้องถิ่น รวมไปถึงการกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ตลาดของผลิตภัณฑ์และวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นในฤดูใบไม้ร่วง ฤดูหนาวปี ค.ศ.2014 เพื่อหาแนวคิดและแรงบันดาลใจในการออกแบบ โดยสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ (1) กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของงานวิจัยคือกลุ่มสตรีที่มีอายุระหว่าง 33-45 ปี ผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยอยู่ในกลุ่มตลาดสินค้าระดับปานกลางค่อนข้างสูง โดยมีแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัยที่สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 แง่ด้วยกัน คือ ความยั่งยืนในแง่ของสิ่งแวดล้อม คือ การใช้สีเขียวธรรมชาติ การใช้เส้นใยจากธรรมชาติ ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ซึ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึงหมดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ความยั่งยืนในแง่ของงานพื้นถิ่น คือ การใช้ผ้าทอมือในชุมชน ที่ได้มีการพัฒนาการใช้สี การแทรกเส้นด้ายพุ่งเพื่อสร้างพื้นผิวใหม่ ๆ ที่ทันสมัยขึ้น และความยั่งยืนในแง่ของการใช้งาน คือ เครื่องแต่งกายที่มีรูปแบบที่มีความคลาสสิก สวมใส่ได้ทุกยุคสมัย สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่จะเกิดขึ้น และสามารถนำไปสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่นเพื่อเพิ่มโอกาสการใช้งานได้ เป็นต้น (2) เครื่องแต่งกายของงานวิจัยมีลักษณะเด่นจำเพาะคือ มีรูปแบบที่มีกลิ่นอายของความเป็นไทยพื้นถิ่น เช่น ลายผ้า หรือ ลักษณะของรายละเอียดบนเสื้อผ้า เป็นต้น เป็นเครื่องแต่งกายที่ใช้เส้นใยธรรมชาติที่มีรูปแบบลวดลายและการและลวดลายปาร์ตี้ ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มตลาดสินค้าที่เน้นการใช้เส้นใยธรรมชาติเหมือนกันที่เน้นเครื่องแต่งกายแบบลำลองเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคในกลุ่มตลาดสินค้าเดียวกัน

ภาควิชา นฤมิตศิลป์

ลายมือชื่อนิสิต

สาขาวิชา นฤมิตศิลป์

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ปีการศึกษา 2556

5586715135 : MAJOR CREATIVE ARTS

KEYWORDS: WOMENSWEAR / SUSTAINABLE DESIGN / HANDWOVEN TEXTILE

PRACH HANKLA: WOMENSWEAR DESIGN TO DEVELOP LOCAL WORK INTO NATIONAL PRODUCT BY USING SUSTAINABLE DESIGN THEORY: A CASE STUDY OF HANDWOVEN TEXTILE AMPHOE WIANGCHIANGRUNG, CHIANGRAI. ADVISOR: PROF. PORNSANONG VONGSINGTHONG, Ph.D., 217 pp.

This research objective is to design and develop womenswears from local Thai hand woven textiles of amphoe Wiangchiangrung, Chiangrai to be more fashionable and wearable in everyday life by using sustainable design theory. The research method involves (1) a review of sustainable design main idea; (2) a definition of Wiangchiangrung, Chiangrai hand woven textiles identity; (3) a definition of customer profile and market of products and fashion trend season fall-winter 2014. In this research, the meaning of sustainable design is defined in three ways; (1) sustain in environment which is a reduction of waste from production and the use of natural dyes for fabrics; (2) sustain in local Thai arts; and (3) sustain in usability in term of good product, fashionable and classic clothes. The result reveals the product identity of a local Thai costume details, such as fabric pattern, and a more formal and party design which is different from other brands. It makes of the natural fibers, but appear to be more casual design.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

Department: Creative Arts

Student's Signature

Field of Study: Creative Arts

Advisor's Signature

Academic Year: 2013

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์ ความเอื้อเฟื้อในการให้ข้อมูล ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ซึ่งล้วนเป็นประโยชน์ในการทำวิจัย ทั้งจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และอาจารย์ทุกท่านในคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ท่านได้สละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำและเอาใจใส่ อีกทั้งยังให้กำลังใจแม้จะมีอุปสรรคต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาของการศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัตษา อุทิศวรรณกุล ที่ให้ความรู้และเปิดมุมมองใหม่ ๆ ในแขนงวิชาแฟชั่นและสิ่งทอ อีกทั้งยังสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ ข้อคิดต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ทั้งต่องานวิจัยและการทำงานต่อไป

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาศิลปกรรมศาสตร์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ในการพัฒนาทักษะทั้งทางด้านวิชาการและวิชาชีพ อันได้แก่ รองศาสตราจารย์ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุจินตนา สงวนหมู อาจารย์ดุจททัย วงษ์กะพันธ์ อาจารย์ศมิสสร สุทธิสังข์ อาจารย์ชัชวาลย์ พึ่งพระ อาจารย์ กฤษณ์ เย็นสุดใจ

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ใจภักดี บุรพเจตนา ที่สละเวลาให้คำปรึกษาและเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ คุณศิริรัตน์ ภารรักษา แกนนำกลุ่มทอผ้าในอำเภอเวียงเชียงรุ้งจังหวัดเชียงรายและช่างทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้งทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำ ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทอผ้า ตั้งแต่กระบวนการในการผลิตเส้นใย ไปจนถึงกระบวนการทอจนเป็นผืนผ้า

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นในสาขาแฟชั่นและสิ่งทอรุ่นที่ 10 ทุกคน ที่เป็นเพื่อนที่ดี คอยให้กำลังใจและช่วยเหลือกันตลอดมา รวมทั้งขอขอบพระคุณผู้ช่วยสอนอาจารย์ทุกท่านที่คอยให้คำปรึกษา คำแนะนำทั้งด้านการเรียนและการใช้ชีวิตตลอดระยะเวลาของการเป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งนี้

ท้ายที่สุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยเลี้ยงดู ให้การสนับสนุน ให้กำลังใจ และให้คำปรึกษาที่ดีมาตลอด ขอขอบคุณน้องสาวที่คอยเป็นกำลังใจและช่วยกันดูแลกันและกันตลอดมา

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญรูป.....	ฐ
บทที่ 1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหาของงานวิจัย.....	3
1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย.....	4
1.5 วิธีดำเนินการวิจัย.....	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.7 คำจำกัดความ.....	5
บทที่ 2 เบื้องหลังของปัญหาและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
ส่วนที่ 1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา ตลาดสินค้าแฟชั่นของไทยในปัจจุบัน และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย.....	9
2.1 เบื้องหลัง ความสำคัญ และที่มาของปัญหาในงานวิจัย.....	9
2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นในปัจจุบัน.....	11
2.3 ตลาดสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีของไทยในปัจจุบัน.....	13
2.4 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย.....	14
2.5 วิเคราะห์และสรุปปัญหาของงานวิจัย แนวทางตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของงานวิจัย.....	15
ส่วนที่ 2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) แนวคิดที่สำคัญ และแนวทางในการนำไปใช้ในการแก้ปัญหา.....	17
2.6 ความหมายและแนวคิดของการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design).....	17
2.7 หลักการในการออกแบบตามแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน.....	18

2.8 ตัวอย่างงานออกแบบตามแนวความคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน	20
2.9 แนวทางในการออกแบบสินค้าเครื่องแต่งกายที่ตอบสนองต่อแนวความคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design)	26
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย.....	30
2.10 ข้อมูลทั่วไปของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย	30
2.11 แนวคิด ความสำคัญของผ้าทออำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย.....	31
2.12 รูปแบบ ลวดลายผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง	32
2.13 วัสดุที่ใช้ในการทอผ้า	39
2.14 สีที่ใช้ในผ้าทออำเภอเวียงเชียงรุ้ง และข้อมูลการใช้สีย้อมธรรมชาติ	40
2.15 กรรมวิธีและกระบวนการทอผ้า	41
2.16 แนวทางในการพัฒนาผ้าทอมืออำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย	46
บทที่ 3 ผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย	49
ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค	50
3.1 การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)	50
3.2 การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)	50
3.3 การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะจิตนิสัย (Psychographic Segmentation).....	54
3.4 การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรม (Behavioristic Segmentation).....	58
ส่วนที่ 2 การกำหนดและวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก ผู้บริโภคเป้าหมายรอง	60
3.5 ข้อมูลการสำรวจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย.....	60
3.6 การกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง	62
ส่วนที่ 3 สรุปลักษณะผู้บริโภคเป้าหมายหลักและผู้บริโภคเป้าหมายรอง.....	66
3.7 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก	66
3.8 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง.....	66
บทที่ 4 ตลาดและคู่แข่ง.....	68
ส่วนที่ 1 ตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายและการแบ่งตลาดตามเกณฑ์ต่าง ๆ.....	69
4.1 การแบ่งตลาดตามลักษณะการผลิต	69
4.2 การแบ่งตลาดโดยใช้ราคาเป็นตัวกำหนด.....	70
4.3 การจำแนกสินค้าเครื่องแต่งกายโดยใช้โอกาสในการสวมใส่เป็นเกณฑ์.....	71

4.4 การแบ่งตลาดตามลักษณะการขายผลิตภัณฑ์	72
4.5 การแบ่งตลาดตามลักษณะจุดขายของร้านค้าสินค้าแฟชั่น	72
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่งทางการตลาด ตำแหน่งทางการตลาด (Position) หลัก ส่วนผสมทางการตลาด 7พี (7P) และหลักการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis).....	75
4.6 ความหมายของส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7พี (7P) และการ วิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis)	75
4.7 หลักเกณฑ์ในการเลือกตราสินค้าคู่แข่งในการวิเคราะห์	76
4.8 วิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่งคือ ดอยตุง บริษัทอินเดียนและซิมพลิซิตี้ ตามหลักส่วนผสมทาง การตลาด 7พี (7P) และการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis).....	77
ส่วนที่ 3 สรุปรูปแบบของตราสินค้าของงานวิจัย	97
บทที่ 5 รูปแบบผลิตภัณฑ์	103
ส่วนที่ 1 การระบุลักษณะพิเศษเฉพาะของผลิตภัณฑ์	104
5.1 ข้อมูลของผลิตภัณฑ์	104
5.2 ลักษณะพิเศษเฉพาะที่โดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างจากตราสินค้าอื่น	107
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์	109
5.3 ประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์.....	109
5.4 ประโยชน์ใช้สอยรองของผลิตภัณฑ์.....	110
บทที่ 6 การอ้างอิงแนวโน้มแฟชั่น.....	111
ส่วนที่ 1 การอ้างอิงแนวโน้มแฟชั่น.....	112
6.1 เกณฑ์ในการเลือกแนวโน้มแฟชั่น.....	112
6.2 ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่น	113
ส่วนที่ 2 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบ	126
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ตัวอย่างผลงานเพื่อใช้สนับสนุนแนวทางการออกแบบ	130
6.3 กำหนดเกณฑ์ในการเลือกตัวอย่างผลงาน.....	130
6.4 กำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน	131
6.5 การวิเคราะห์ผลงานออกแบบตัวอย่าง	132
บทที่ 7 แรงบันดาลใจในการออกแบบ	158
ส่วนที่ 1 การเลือกแรงบันดาลใจในการออกแบบ.....	159

7.1	เกณฑ์การเลือกแรงบันดาลใจในการออกแบบ.....	159
7.2	ข้อมูลแรงบันดาลใจ	160
ส่วนที่ 2	ผลสรุปองค์ประกอบการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลแรงบันดาลใจ	162
บทที่ 8	สรุปผลการวิเคราะห์และการออกแบบ.....	165
ส่วนที่ 1	ประเด็นปัญหา	166
8.1	ที่มาและความสำคัญของปัญหา	166
8.2	สรุปประเด็นปัญหา	167
8.3	แนวคิดในการแก้ไขปัญหา	168
8.4	วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	170
8.5	สรุปกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง.....	172
8.6	สรุปตลาดของผลิตภัณฑ์	176
8.7	สรุปข้อมูลของผลิตภัณฑ์.....	176
8.8	สรุปแนวโน้มแฟชั่นและแรงบันดาลใจในการออกแบบ	178
8.9	สรุปองค์ประกอบการออกแบบที่ได้จากแนวโน้มแฟชั่นและแรงบันดาลใจ.....	180
ส่วนที่ 2	งานออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัย.....	185
8.10	การเตรียมและพัฒนาผ้าทอมือที่ใช้ในการออกแบบ	185
8.11	การออกแบบเครื่องแต่งกายจากผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง	190
8.12	ผลงานออกแบบเครื่องแต่งกายจากผ้าทออำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย โดยใช้ แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน	192
บทที่ 9	สรุปงานวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	197
9.1	สรุปงานวิจัย	197
9.2	อภิปรายผลการวิจัย	202
9.3	ข้อเสนอแนะ	203
	รายการอ้างอิง	205
	ภาคผนวก.....	210
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	217

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 ตารางวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ตราสินค้ากรกตตามแนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืน	22
ตารางที่ 2.2 ตารางวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ตราสินค้าสัปปายะตามแนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืน	24
ตารางที่ 2.3 ตารางแสดงแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อตอบสนองต่อแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน	27
ตารางที่ 2.4 ตารางแสดงลายผ้าทอมือที่นิยมทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้งในปัจจุบัน	32
ตารางที่ 2.5 ตารางแสดงตัวอย่างสีย้อมจากธรรมชาติที่ได้จากพืชชนิดต่าง ๆ	40
ตารางที่ 2.6 ตารางแสดงส่วนประกอบของสีทอผ้า	41
ตารางที่ 2.7 ตารางสรุปลักษณะสำคัญของผ้าทอมืออำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย	45
ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงลักษณะกลุ่มผู้บริโภคในช่วงอายุต่าง ๆ	51
ตารางที่ 3.2 ตารางแสดงการแบ่งชนชั้นทางสังคมออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ	54
ตารางที่ 3.3 ตารางแสดงกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง	63
ตารางที่ 4.1 ตารางวิเคราะห์ตราสินค้าดอยตุง	78
ตารางที่ 4.2 ตารางวิเคราะห์ตราสินค้าชิมพลีชีตี	82
ตารางที่ 4.3 ตารางวิเคราะห์ตราสินค้าบริษัทชินินเดีย	88
ตารางที่ 4.4 ตารางสรุปจุดแข็งและจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง	93
ตารางที่ 4.5 ตารางวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยตามหลักส่วนผสมทางการตลาด 7P และหลักการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม	98
ตารางที่ 5.1 ตารางแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์	104
ตารางที่ 5.2 ความหมายของความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยในแง่ต่าง ๆ	107
ตารางที่ 5.3 ตารางแสดงรายละเอียดประเภทของผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า	109
ตารางที่ 6.1 ตารางวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ของแนวโน้มนักหัวข้อ เจนเทิล วิเมน (Gentle Women)	114
ตารางที่ 6.2 ตารางวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ของแนวโน้มนักสนุนหัวข้อโมเดิร์น มิธ (Modern Myth)	117
ตารางที่ 6.3 ตารางวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ของแนวโน้มนักสนุนหัวข้อ ความเงียบสงบ (Quietude)	122
ตารางที่ 6.4 ตารางแสดงสัดส่วนและการเลือกองค์ประกอบในส่วนต่าง ๆ มาใช้ในงานวิจัย	125
ตารางที่ 6.5 ตารางสรุปมุมมององค์ประกอบในการออกแบบ	126
ตารางที่ 6.6 เกณฑ์ในการวิเคราะห์ผลงานตัวอย่างตามองค์ประกอบของการออกแบบ	131

ตารางที่ 6.7 ตารางวิเคราะห์ผลงานออกแบบโดยใช้เกณฑ์ของโครงสร้างเงา	133
ตารางที่ 6.8 ตารางวิเคราะห์ผลงานออกแบบโดยใช้เกณฑ์ของสี	139
ตารางที่ 6.9 ตารางวิเคราะห์ผลงานออกแบบโดยใช้เกณฑ์ของวัสดุ.....	145
ตารางที่ 6.10 ตารางวิเคราะห์ผลงานออกแบบโดยใช้เกณฑ์ของรายละเอียดและการตกแต่ง	151
ตารางที่ 6.11 ตารางสรุปของรายละเอียดและการตกแต่ง.....	156
ตารางที่ 7.1 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลแรงบันดาลใจ	162
ตารางที่ 8.1 ตารางแสดงแนวแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อตอบสนองต่อแนวคิดการ ออกแบบอย่างยั่งยืน	168
ตารางที่ 8.2 ตารางแสดงลักษณะสำคัญของผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย.....	170
ตารางที่ 8.3 ตารางแสดงรายละเอียดประเภทของผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า.....	176
ตารางที่ 8.4 ความหมายของความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยในแง่ต่าง ๆ	177
ตารางที่ 8.5 ตารางแสดงสัดส่วนและการเลือกองค์ประกอบในส่วนต่าง ๆ มาใช้ในงานวิจัย	179
ตารางที่ 8.6 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลแรงบันดาลใจ	180
ตารางที่ 8.7 ตารางแสดงกลุ่มสีที่ใช้ในการออกแบบและวัตถุดิบที่ใช้ในการย้อมสี.....	186
ตารางที่ 8.8 ตารางแสดงแนวทางการพัฒนาผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง	188
ตารางที่ 8.9 ตารางแสดงรายละเอียดผลงานออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัย	193
ตารางที่ 9.1 ตารางแสดงแนวแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อตอบสนองต่อแนวคิดการ ออกแบบอย่างยั่งยืน	199

สารบัญรูป

	หน้า
รูปที่ 2.1 ผลงานของตราสินค้ากรกต.....	21
รูปที่ 2.2 โคมไฟตั้งพื้นของตราสินค้ากรกต.....	21
รูปที่ 2.3 โคมไฟตั้งพื้นของตราสินค้ากรกต.....	22
รูปที่ 2.4 โคมไฟแบบแขวนในรูปแบบต่าง ๆ ของตราสินค้ากรกต.....	22
รูปที่ 2.5 ผลิตภัณฑ์โต๊ะ เก้าอี้ของตราสินค้าสัปปายะ.....	24
รูปที่ 2.6 ผลิตภัณฑ์ของแต่งบ้านและเก้าอี้ของตราสินค้าสัปปายะ.....	24
รูปที่ 2.7 แผนที่แสดงที่ตั้งของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง ในจังหวัดเชียงราย.....	30
รูปที่ 2.8 ผ้าทอลายรังผึ้งแบบสีเดียวทั้งผืน.....	32
รูปที่ 2.9 ผ้าทอลายรังผึ้งลายน้ำไหล.....	33
รูปที่ 2.10 ผ้าทอลายสายฝน.....	34
รูปที่ 2.11 ผ้าทอลายลูกแก้ว.....	35
รูปที่ 2.12 ผ้าทอลายกระสอบ.....	36
รูปที่ 2.13 ผ้าทอลายลอน.....	37
รูปที่ 2.14 ภาพของฟืม.....	41
รูปที่ 2.15 เขาหรือตะกอ.....	42
รูปที่ 2.16 ไม้ทาบหูก.....	42
รูปที่ 2.17 กระสวย.....	42
รูปที่ 2.18 ไม้ค้ำพัน.....	43
รูปที่ 2.19 หลอด.....	43
รูปที่ 2.20 ผัง.....	43
รูปที่ 4.1 ดอยตุง Spring Summer 2012.....	77
รูปที่ 4.2 รูปภาพแสดงหน้าร้านบริษัทอินเดีย.....	88
รูปที่ 6.1 แนวโน้มแฟชั่นในหัวข้อเจนเทิล วิเมน (Gentle Women).....	114
รูปที่ 6.2 แนวโน้มแฟชั่นในหัวข้อโมเดิร์นมิธ (Modern Myth).....	117
รูปที่ 6.3 แนวโน้มแฟชั่นในหัวข้อความเงียบสงบ (Quietude).....	122
รูปที่ 6.4 แนวโน้มแฟชั่นใหม่โดยมีหัวข้อชื่อว่า ความสวยงามของเมืองชนบท (Bucolic Beauty).126	
รูปที่ 6.5 ผลงานตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ของโครงร่างเงา.....	132
รูปที่ 6.6 ผลงานชิ้นที่ 1 กาเบลีล โคลานเจโล (Gabriele Colangelo) ฤดูใบไม้ร่วง ฤดูหนาว (Fall Winter) ปี ค.ศ.2014.....	133

รูปที่ 6.7 ผลงานชิ้นที่ 2 ซิลีน (Celine) ในฤดูใบไม้ร่วง ฤดูหนาว (Fall Winter) ปี ค.ศ.2013	134
รูปที่ 6.8 ผลงานชิ้นที่ 3 ซิลีน (Celine) รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ.2014.....	135
รูปที่ 6.9 ผลงานชิ้นที่ 4 คาลวิน ไคลน์ (Calvin Klein) ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ.2014	136
รูปที่ 6.10 ผลงานชิ้นที่ 5 สเตลลา แมคคาร์ทนี (Stella Mccartney) ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ.2014	137
รูปที่ 6.11 รูปภาพแสดงโครงร่างเงาของผลงานตัวอย่าง.....	138
รูปที่ 6.12 ตัวอย่างผลงานโดยใช้เกณฑ์ของสี	139
รูปที่ 6.13 ผลงานชิ้นที่ 6 ซิลีน (Celine) รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ.2014.....	139
รูปที่ 6.14 ผลงานชิ้นที่ 7 โคลเอ้ (Chloe') ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ.2014	140
รูปที่ 6.15 ผลงานชิ้นที่ 8 ซิลีน (Celine) รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ.2014.....	141
รูปที่ 6.16 ผลงานชิ้นที่ 9 โคลเอ้ (Chloe') รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ.2013	142
รูปที่ 6.17 ผลงานชิ้นที่ 10 โคลเอ้ (Chloe') รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ.2014	143
รูปที่ 6.18 รูปภาพแสดงตัวอย่างผลงานโดยใช้เกณฑ์ของสี.....	144
รูปที่ 6.19 รูปภาพแสดงตัวอย่างผลงานโดยใช้เกณฑ์ของวัสดุ.....	144
รูปที่ 6.20 ผลงานชิ้นที่ 11 ซิลีน (Celine) รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ.2014	145
รูปที่ 6.21 ผลงานชิ้นที่ 12 มุกุ (Muku) ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ.2013	146
รูปที่ 6.22 ผลงานชิ้นที่ 13 เทมเพอลี่ ลอนดอน (Temperly London) ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ.2014	147
รูปที่ 6.23 ผลงานชิ้นที่ 14 มาร์นี (Marni) รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ.2014	148
รูปที่ 6.24 ผลงานชิ้นที่ 15 โพรเอนซ่า สกรูเลอร์ (Proenza Schouler) ฤดูใบไม้ร่วง ฤดูหนาว (Fall Winter) ปี ค.ศ.2012.....	149
รูปที่ 6.25 ตัวอย่างผลงานที่เลือกโดยใช้เกณฑ์ของรายละเอียดและการตกแต่ง	150
รูปที่ 6.26 ผลงานชิ้นที่ 16 ดรีส แวน โนทเทิน (Dries Van Noten) ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ.2014	151
รูปที่ 6.27 ผลงานชิ้นที่ 17 โพรเอนซ่า สกรูเลอร์ (Proenza Schouler) ฤดูใบไม้ร่วง ฤดูหนาว (Fall Winter) ปี ค.ศ.2011	151
รูปที่ 6.28 ผลงานชิ้นที่ 18 อเล็กซานเดอร์ แวง (Alexander Wang) เตรียมฤดูหนาว (Pre-Fall) ปี ค.ศ.2013	152
รูปที่ 6.29 ผลงานชิ้นที่ 19 ซิลีน (Celine) รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ.2014	152
รูปที่ 6.30 ผลงานชิ้นที่ 20 ชาแนล (Chanel) เตรียมฤดูหนาว (Pre-Fall) ปี ค.ศ.2012.....	153

รูปที่ 6.31 ผลงานชิ้นที่ 21 วีรา แวง (Vera Wang) ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ. 2013.....	153
รูปที่ 6.32 ผลงานชิ้นที่ 22 กาเบรียล โคลานเจโล (Gabriele Colangelo) ฤดูใบไม้ร่วง ฤดูหนาว (Fall Winter) ปี ค.ศ.2014.....	154
รูปที่ 6.33 ผลงานชิ้นที่ 23 คาลวิน ไคลน์ (Calvin Klein) ฤดูใบไม้ผลิฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ.2014.....	154
รูปที่ 6.34 ผลงานชิ้นที่ 24	155
รูปที่ 6.35 ผลงานชิ้นที่ 25 คาลวิน ไคลน์ (Calvin Klein) ฤดูใบไม้ผลิฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ.2014.....	155
รูปที่ 7.1 รูปภาพแรงบันดาลใจในหัวบ้านสวน ความสงบเยียบของเมืองชนบท (Peaceful Bucolic)	160
รูปที่ 8.1 ภาพแสดงบุคลิก (Character) ของผู้บริโภคเป้าหมาย	174
รูปที่ 8.2 ภาพแสดงรสนิยมการบริโภค (Taste of Life) ของผู้บริโภคเป้าหมาย.....	174
รูปที่ 8.3 ภาพแสดงที่พักอาศัย (Taste of Housing) ของผู้บริโภคเป้าหมาย	175
รูปที่ 8.4 ภาพแสดงลักษณะกิจกรรม (Activities) ของผู้บริโภคเป้าหมาย	175
รูปที่ 8.5 แนวโน้มแฟชั่นใหม่โดยมีหัวข้อชื่อว่าความสวยงามของเมืองชนบท (Bucolic Beauty)..	179
รูปที่ 8.6 แรงบันดาลใจในหัวบ้านสวน ความสงบเยียบของเมืองชนบท (Peaceful Bucolic).....	180
รูปที่ 8.7 เส้นไหมที่ได้จากการย้อมสีธรรมชาติก่อนนำไปทอผ้า	187
รูปที่ 8.8 แบบร่างเครื่องแต่งกายครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2	190
รูปที่ 8.9 แบบร่างเครื่องแต่งกายครั้งที่ 3	191
รูปที่ 8.10 แบบร่างเครื่องแต่งกายครั้งที่ 4	191
รูปที่ 8.11 รูปภาพแสดงแบบเครื่องแต่งกายขั้นสุดท้าย (Final Sketch).....	192
รูปที่ 8.12 ผลงานออกแบบชุดที่ 1	193
รูปที่ 8.13 ผลงานออกแบบชุดที่ 2	193
รูปที่ 8.14 ผลงานออกแบบชุดที่ 3	194
รูปที่ 8.15 ผลงานออกแบบชุดที่ 4.....	194
รูปที่ 8.16 ผลงานออกแบบชุดที่ 5.....	195
รูปที่ 8.17 ผลงานออกแบบชุดที่ 6.....	195
รูปที่ 8.18 ผลงานออกแบบชุดที่ 7.....	196
รูปที่ 8.19 ผลงานออกแบบชุดที่ 8.....	196

บทที่ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผ้าไทยถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมสำคัญที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่สะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ผ่านลวดลายและสีสันทนบนผืนผ้า ในปัจจุบันผ้าไทยเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศถึงความงดงามและเป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะผ้าไหมไทยที่มีการพัฒนาปรับปรุงทั้งกรรมวิธีการผลิต รูปแบบและลวดลาย ให้ทันสมัยสอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐให้มีการใช้ผ้าไทยในชีวิตประจำวันมากขึ้น และมุ่งมั่นให้มีการสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมด้านการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและอาชีพที่เกี่ยวกับการทอผ้าให้มั่นคงและยั่งยืนต่อไปในอนาคต¹ เช่น โครงการของรัฐบาลที่ให้นำผ้าไทยมาเป็นเครื่องแต่งกายสุภาพสำหรับรัฐมนตรี เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการประหยัดพลังงานของรัฐบาล² หรือ การจัดประกวดของสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรมกับโครงการ “จากเส้นใยสู่ภูมิปัญญา จากภูมิปัญญาสู่อาภรณ์” ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อคั่นหานักออกแบบรุ่นใหม่ที่น่าผ้าของไทยมาประยุกต์ให้ร่วมสมัยและช่วยต่อยอดให้แพชชั่นผ้าไทยเป็นที่ยอมรับในระดับโลก³ ซึ่งนอกจากจะเป็นการต่อยอดภูมิปัญญาเกี่ยวกับผ้าไทยแล้ว ยังก่อให้เกิดประโยชน์ในการเสริมสร้างเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของประเทศอีกด้วย

แต่อย่างไรก็ตามจากการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอและยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง คนหันไปนิยมเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรมมากขึ้น ทำให้การทอผ้าไทยเปลี่ยนจากการทอเพื่อใช้ในครัวเรือนเป็นการผลิตเพื่อการจำหน่าย กรรมวิธีในการทอผ้าพื้นเมืองจึงเปลี่ยนไปจากเดิมมาก เช่น การผสมเส้นใยสังเคราะห์ การย้อมสีจากวัตถุบิจาธรรมชาติเปลี่ยนมาเป็นการใช้สีย้อมเคมี เป็นต้น ซึ่งน้ำเสียที่เกิดจากการย้อมสีเคมีนี้ส่งผลเสียทั้งต่อตัวผู้ผลิตและสิ่งแวดล้อมในระยะยาว แนวทางหนึ่งในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และยังรวมไปถึงการ

¹ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, "กระทรวงเกษตรฯ จับมือพันธมิตร หนุนรังสีผ้าไหมไทย มุ่งมั่นสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม ควบคู่สืบต่อดมภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้เกี่ยวกับผ้าไทย"
http://www.moac.go.th/ewt_news.php?nid=6589&filename=NFC (accessed 11 กรกฎาคม 2554).

² ข่าวสดออนไลน์, "กรม.ป. ชูผ้าไทย สู้วิกฤตพลังงาน"
http://www.khaosod.co.th/view_news.php?newsid=TUROc1XUXdNVEV5TURNMU5nPT0= (accessed 16 มิถุนายน 2556).

³ ไทยแคทวอล์ก, "Contemporary Fashion Contest 2013" <http://thaicatwalk.com/?p=42325> (accessed 16 มิถุนายน 2556).

คำนึงถึงสังคมหรือคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ คือ แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design)

การออกแบบอย่างยั่งยืน คือ แนวทางการออกแบบที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยรวม รวมถึงการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม⁴ ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบไปจนถึงตลอดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ และคำนึงถึงสังคมหรือคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ เช่น การสร้างงานให้กับคนในชุมชนเพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น เป็นต้น

นอกจากนี้ในตลาดสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปของไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีสัดส่วนของสินค้านำเข้าจากต่างประเทศถึงร้อยละ 50 ในขณะเดียวกันพฤติกรรมของผู้บริโภคก็เปลี่ยนไปจากในอดีต ผู้บริโภคให้ความสนใจด้านการแต่งกายและดูแลตัวเองมากขึ้น ในส่วนของตราสินค้าแฟชั่นของไทยเอง ผ้าไทยและการออกแบบอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในการออกแบบจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการนำมาสร้างสรรค์ออกแบบเครื่องแต่งกายให้มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างและแข่งขันกับสินค้าแฟชั่นในตลาดปัจจุบันได้

ผ้าไทย ถ้ากล่าวโดยรวมคนมักคิดถึงผ้าไหมหรือผ้าฝ้ายเป็นส่วนใหญ่ แต่ผ้าไทยในแต่ละภูมิภาคหรือในแต่ละท้องถิ่นก็มีลักษณะการทอ ลวดลาย สีเส้นและเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างกันตามวิถีชีวิต วัฒนธรรม และเชื้อชาติพันธุ์ของบรรพบุรุษที่สืบทอดกันมา ผ้าไทยภาคเหนือตอนบนหรือบริเวณล้านนาในอดีตซึ่งประกอบไปด้วย จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย น่าน พะเยา แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน อุตรดิตถ์ เป็นภูมิภาคหนึ่งที่มีประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอันยาวนาน ประกอบด้วยกลุ่มคนหลายชาติพันธุ์ เช่น ไทยยวน ไทยพวน กระเหรี่ยง ไทยลื้อ เป็นต้น ทำให้ผ้าไทยในแต่ละท้องถิ่นของบริเวณภูมิภาคนี้มีเอกลักษณ์และความโดดเด่นแตกต่างกัน ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย เพราะผ้าทอในชุมชนนี้มีความสวยงาม มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น อันเกิดจากการผสมผสานวัฒนธรรมของคนในชุมชนที่บรรพบุรุษอพยพมาจากภาคอีสาน เช่น จังหวัดขอนแก่น จังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นต้น นอกจากนี้ภายในชุมชนยังมีการรวมกลุ่มกันทอผ้า มีแรงงานที่มีทักษะ ความชำนาญ มีศักยภาพที่สามารถพัฒนาการทอผ้าให้มีคุณภาพและสามารถนำไปต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้

ในอำเภอเวียงเชียงรุ้งนี้มีการทอผ้าทั้งผ้าไหมและผ้าฝ้ายเป็นลวดลายต่าง ๆ ที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ เช่น ลายจับหว่านตีนโยง ลายลูกแก้ว ลายสายฝน เป็นต้น แต่จากการสัมภาษณ์คุณศิริรัตน์ ภารรักษา⁵ ซึ่งเป็นแกนนำกลุ่มทอผ้าในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายพบว่า ในปัจจุบันในชุมชนนิยมทอผ้าลวดลายดั้งเดิมน้อยลง มักทอลายรังผึ้งเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากเป็นลายที่ดูทันสมัยได้รับความนิยมจากกลุ่มลูกค้ามากกว่า โดยมากมักทำเป็นผ้าพันคอและผ้าคลุมไหล่ ซึ่งมีกลุ่มนายทุน

⁴ สุวิทย์ วงศ์จิรวาณิชย์, ดีไซน์...เปลี่ยนโลก *Sustainable Design* (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, 2554).

⁵ ศิริรัตน์ ภารรักษา, "ผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง," ed. ปรีชญ์ หาญกล้า (2556).

เป็นผู้ว่าจ้างให้ชาวบ้านทอผ้าให้ โดยกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติและผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร ผ้าทอลายรังผึ้งนี้เป็นลายที่พัฒนาจากการทอผ้าพันคอที่ทอจากผ้าฝ้ายของชาวเขา โดยประยุกต์ลวดลายและใช้ไหมในการทอ ทำให้เกิดความสวยงามและกลายเป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอ ในชุมชนนี้ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้เป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ 4 ดาว แม้ ผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้งจะได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มผู้บริโภค แต่ปัญหาที่พบคือ การขาดแคลนแรงงานในการผลิต เนื่องจากคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจในการทอผ้าน้อยลง หันไปประกอบอาชีพอื่นมากขึ้น ปัญหาแรงงานของชุมชนอื่นที่ค่าแรงสูงกว่า เช่น กลุ่มนายทุนหันไปว่าจ้างแรงงานจากประเทศลาว ทำให้เกิดการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งมีผลต่อเอกลักษณ์ของผ้าทอในท้องถิ่นดั้งเดิม นอกจากนี้ยังขาดการสร้างตราสินค้า การโฆษณา การทำการตลาด และรูปแบบของผ้าทอมือและผลิตภัณฑ์ยังคงเป็นรูปแบบเดิม ไม่ได้ได้รับความนิยมนำมาใช้ในชีวิตประจำวันตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมเมืองและตามกระแสแนวโน้มแฟชั่น (Trend) มากขึ้น ขาดการประยุกต์ พัฒนา และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับตลาดสินค้าแฟชั่นในปัจจุบันได้

จากปัญหาการทอผ้าในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย การส่งเสริมการใช้ผ้าไทย การผลิตผ้าทอที่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว และโอกาสในการเสริมช่องทางการตลาดดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความมุ่งหวังที่จะหาแนวทางในการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกาย ในรูปแบบสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีสำเร็จรูป (Ready to Wear) ที่ใช้ผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย เป็นวัตถุดิบหลักในการออกแบบ โดยพัฒนาทั้งในส่วนของคุณภาพผ้าทอ เช่น ลวดลาย สี สัน วัสดุ และในส่วนของคุณภาพสินค้าเครื่องแต่งกายให้มีความทันสมัย เข้ากับกระแสแนวโน้มแฟชั่นและสามารถสวมใส่ในชีวิตประจำวันได้ พร้อมทั้งยังคงเอกลักษณ์ของผ้าทอในชุมชนไว้อยู่ โดยใช้แนวคิดในการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) เป็นแนวคิดหลักในการออกแบบ คือคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้วัตถุดิบและสีย้อมจากธรรมชาติ การใช้แรงงานจากคนในชุมชนเพื่อสร้างรายได้และเกิดความภาคภูมิใจในถิ่นกำเนิดและหันมาให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ผ้าทอในท้องถิ่นของตนมากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มทางเลือกใหม่ในตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปสตรี สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีความทันสมัยและให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมด้วย

1.2 ปัญหาของงานวิจัย

การออกแบบสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีสำเร็จรูปจากผ้าทอมือพื้นถิ่นของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายอย่างไร ให้เป็นสินค้าที่มีความทันสมัยและสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.3.1 เพื่อหาแนวทางในการสร้างสรรค์ตราสินค้าและออกแบบเครื่องแต่งกายโดยใช้วัตถุดิบหลักจากงานพื้นถิ่น คือผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย ให้เป็นสินค้าที่มีความทันสมัยและสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันโดยใช้แนวความคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design)

1.3.2 เพื่อเพิ่มช่องทางทางการตลาดให้กับกลุ่มผู้บริโภคได้เลือกใช้ สามารถนำมาสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันได้และสามารถแข่งขันกับตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป (Ready to Wear) ในปัจจุบันได้

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

1.4.1 ผู้วิจัยเน้นการศึกษาและพัฒนาผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย โดยพัฒนาในส่วนของลวดลาย สี สัน และวัสดุที่นำมาใช้ในการทอผ้า เพื่อนำไปเป็นวัตถุดิบในการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีให้มีความทันสมัยและสามารถสวมใส่ในชีวิตประจำวันได้

1.4.2 ผู้วิจัยเน้นการศึกษาแนวความคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) แล้วนำมาใช้ในส่วนของการออกแบบเครื่องแต่งกายเท่านั้น

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

1.5.1 หาหลักการสำคัญ แนวคิดเกี่ยวกับแนวความคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) โดยการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์ตัวอย่างงานออกแบบ

1.5.2 หาอัตลักษณ์ผ้าทอมือ ของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย โดยการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากการตรวจสอบเอกสาร และข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ผลิต

1.5.3 กำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย โดยการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิจากการทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์ เพื่อทราบถึงความต้องการ ลักษณะการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย

1.5.4 กำหนดตลาดของผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์คู่แข่ง ศึกษาข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของสินค้าคู่แข่ง โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิโดยการสังเกตการณ์ และวิเคราะห์โดยใช้วิธีวิเคราะห์หลักการสภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

1.5.5 หาแนวโน้มแฟชั่น จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารแนวโน้มแฟชั่นของบริษัทเนลลี่ โรดี (Nelly Rodi) ดับเบิลยูจีเอสเอ็น (WGSN) และสไตล์ไซต์ (Stylesight)

1.5.6 สร้างแนวคิดและแรงบันดาลใจการออกแบบ จากข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับแนวโน้มแฟชั่นในฤดูใบไม้ร่วง ฤดูหนาว ปี ค.ศ.2014 แล้วหาองค์ประกอบในการออกแบบ เช่น โครงร่างเงา สีวัสดุและรายละเอียดในการตกแต่ง เป็นต้น

1.5.7 ออกแบบและพัฒนาผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้งจังหวัดเชียงราย เช่น การกำหนดสี ขนาดเส้นใย การสร้างพื้นผิว เป็นต้น

1.5.8 ออกแบบและพัฒนาเครื่องแต่งกายตามองค์ประกอบการออกแบบที่ได้วิเคราะห์ไว้ คือ การออกแบบร่าง (Sketch) การทำตัวอย่างผ้าดิบ ไปจนได้ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายของงานวิจัย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ได้แนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีที่ใช้ผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย เป็นวัตถุดิบในการออกแบบ ที่มีรูปแบบที่ทันสมัยและสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันและสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design)

1.6.2 เป็นทางเลือกใหม่ในตลาดสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีสำหรับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ให้สามารถนำผ้าไทยมาสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันได้และสามารถแข่งขันกับตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป (Ready to Wear) ในปัจจุบันได้

1.6.3 เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนและเกิดความภาคภูมิใจในถิ่นกำเนิดของตน

1.7 คำจำกัดความ

- 1.7.1 อัตลักษณ์ คือ คุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้นๆ เช่นเชื้อชาติ ภาษา หรือวัฒนธรรม ท้องถิ่นและศาสนา ฯลฯ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือสากลกับสังคมอื่นๆ⁶
- 1.7.2 เครื่องแต่งกาย คือ สิ่งที่มีมนุษย์นำมาใช้เป็นเครื่องห่อหุ้มร่างกาย⁷
- 1.7.3 ผ้าทอมือ คือ ผ้าที่ได้จากกระบวนการทอผ้าแบบพื้นบ้านทั้งหมด ตั้งแต่ขั้นตอนปลูกฝ้าย ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การเตรียมเส้นใย ขั้นตอนการฟอกย้อมและ

⁶ ทิศกร สอนภาษา, "เอกลักษณ์-อัตลักษณ์" <http://www.nationejobs.com/citylife/content.php?ContentID=1451> (accessed 16 มิถุนายน 2556).

⁷ สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง, "เครื่องแต่งกาย Costume" <http://www.lib.ru.ac.th/journal/clothing.html> (accessed 16 มิถุนายน 2556).

- 1.7.4 การออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) หรือ งานออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Design)
- 1.7.5 ผ้าทอมืออำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย
- ขั้นตอนการทอ หรือตัดตอนบางขั้นตอนของ กระบวนการทอผ้าแบบพื้นบ้านออกไป แต่ยังคง อาศัยฝีมือของช่างทอในการผลิตชิ้นงาน⁸ คือ แนวทางการออกแบบที่ไม่ส่งผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมโดยรวม ไม่ว่าจะงานออกแบบชิ้นนั้นจะเป็นงานออกแบบประเภทใดหรือมีขนาดใหญ่ เล็กอย่างไร รวมไปถึงการใช้ทรัพยากรอย่าง เหมาะสม⁹ การออกแบบอย่างยั่งยืนยังรวมถึง การคำนึงถึงสังคมหรือคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ เช่น การสร้างงานให้กับคนในชุมชนเพื่อสร้าง รายได้ให้กับคนในท้องถิ่น เป็นต้น
- คือ ผ้าที่ได้จากกระบวนการทอแบบพื้นบ้าน ของ คนในชุมชนในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัด เชียงราย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

⁸ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, นีคือ..ผ้าทอพื้นบ้าน โครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการ การกำหนดมาตรฐานผ้าทอพื้นเมือง เพื่อสิ่งแวดล้อม (เชียงใหม่: หจก.วนิดาการพิมพ์, 2548).

⁹ สุวิทย์ วงศ์รุจิรวาณิชย์.

บทที่ 2

เบื้องหลังของปัญหาและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงเบื้องหลังความเป็นมาของปัญหาในงานวิจัย ศึกษาและวิเคราะห์ตลาดสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายของไทยในปัจจุบัน เพื่อหาแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าและกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเบื้องต้น พร้อมทั้งศึกษา รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อหาแนวทางหรือข้อมูลสนับสนุนในการแก้ไขปัญหา โดยสามารถแบ่งเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเป็นส่วน ๆ ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา ตลาดสินค้าแฟชั่นของไทยในปัจจุบัน และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย มีรายละเอียดในหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

- 2.1 เบื้องหลัง ความสำคัญ และที่มาของปัญหาในงานวิจัย
- 2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นในปัจจุบัน
- 2.3 ตลาดสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีของไทยในปัจจุบัน
- 2.4 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย
- 2.5 วิเคราะห์และสรุปปัญหาของงานวิจัย แนวทางตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของงานวิจัย

ส่วนที่ 2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) แนวคิดที่สำคัญ และแนวทางในการนำไปใช้ในการแก้ปัญหาซึ่งมีหัวข้อดังนี้

- 2.6 ความหมายและแนวคิดของการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design)
- 2.7 หลักการในการออกแบบตามแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน
- 2.8 ตัวอย่างงานออกแบบตามแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน
- 2.9 แนวทางในงานออกแบบตามแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย โดยสามารถแบ่งเป็นหัวข้อได้ดังนี้

- 2.10 ข้อมูลทั่วไปของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย
- 2.11 แนวคิด ความสำคัญของผ้าทออำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย
- 2.12 รูปแบบ ลวดลายผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง
- 2.13 วัตถุดิบที่ใช้ในการทอผ้า

2.14 สีที่ใช้ในผ้าทออำเภอเวียงเชียงรุ้ง และข้อมูลการใช้สีย้อมธรรมชาติ

2.15 กรรมวิธีและกระบวนการทอผ้า

2.16 แนวทางในการพัฒนาผ้าทอมืออำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ส่วนที่ 1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา ตลาดสินค้าแฟชั่นของไทยในปัจจุบัน และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงที่มาและความสำคัญของปัญหา ตลาดสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายของไทยในปัจจุบัน และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อหาแนวทางในการออกแบบสินค้าเครื่องแต่งกายของงานวิจัย รวมถึงระดับตลาดของสินค้า กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และภาพลักษณ์ของตราสินค้าซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละหัวข้อดังนี้

2.1 เบื้องหลัง ความสำคัญ และที่มาของปัญหาในงานวิจัย

ผ้าไทยถือเป็นศิลปวัฒนธรรมสำคัญที่เป็นเครื่องบ่งบอกถึงภูมิปัญญา ค่านิยม คติความเชื่อ วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่นแสดงออกผ่านลวดลาย สี สัน บนผืนผ้าที่ทอขึ้นอย่างประณีต เพื่อนำมาใช้ผลิตเป็นเครื่องแต่งกายและของใช้ในครัวเรือนหรือใช้ในงานประเพณีสำคัญต่าง ๆ แต่ด้วยความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทำให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์กลายเป็นสังคมเมืองมากขึ้น รวมถึงความก้าวหน้าทางด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอที่สามารถผลิตเครื่องแต่งกายด้วยเส้นใยที่หลากหลาย สามารถผลิตได้รวดเร็วและในปริมาณมาก ทำให้ความนิยมในการทอผ้าเพื่อใช้ในครัวเรือนน้อยลง หันไปบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปมากขึ้น มีเพียงในบางชุมชนของแต่ละภูมิภาคที่ยังคงอนุรักษ์การทอผ้าท้องถิ่นอยู่ แต่ก็ยังไม่ได้รับความนิยมในการนำมาสวมใส่ เป็นเพียงสินค้าที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันผ้าไทยเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นทั้งจากภาคเอกชนและหน่วยงานของรัฐบาล เห็นได้จากการจัดประกวดออกแบบเครื่องแต่งกายที่ทำจากผ้าไทย เช่น การจัดประกวดของสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรมกับโครงการ “จากเส้นใยสู่ภูมิปัญญา จากภูมิปัญญาสู่อาภรณ์” ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาออกแบบรุ่นใหม่ที่น่าผ้าของไทยมาประยุกต์ให้ร่วมสมัยและช่วยต่อยอดให้แฟชั่นผ้าไทยเป็นที่ยอมรับในระดับโลก¹ ซึ่งนอกจากจะเป็นการต่อยอดภูมิปัญญาเกี่ยวกับผ้าไทยแล้ว ยังก่อให้เกิดประโยชน์ในการเสริมสร้างเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของประเทศอีกด้วย ผ้าไทยในแต่ละภูมิภาคมีความสวยงามและโดดเด่นต่างกันตามวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ ค่านิยมที่ต่างกัน ผ้าไทยภาคเหนือเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษา เนื่องจากเป็นผ้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นโดยเฉพาะลวดลาย สี สัน เช่น ผ้าชิ้นตีนจก เป็นต้น

บริเวณภาคเหนือตอนบนซึ่งประกอบไปด้วย 9 จังหวัดคือ เชียงใหม่ เชียงราย น่าน พะเยา แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน อุตรดิตถ์ เป็นภูมิภาคหนึ่งที่มีประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอันยาวนานประกอบด้วยกลุ่มคนหลายชาติพันธุ์ เช่น ไทยยวน ไทยพวน กระเหรี่ยง ไทยลื้อ เป็นต้น² ทำ

¹ ไทยแคทวอล์ก.

² กรมศิลปากร, ผ้าทอพื้นเมืองภาคเหนือ (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ดอกเบญจ, 2547).

ให้ผ้าไทยในบริเวณภูมิภาคนี้ในแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์และโดดเด่นแตกต่างกัน ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย เพราะผ้าทอในชุมชนนี้มีความสวยงาม มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น ที่เกิดจากการผสมผสานวัฒนธรรมของคนในชุมชนที่บรรพบุรุษอพยพมาจากภาคอีสาน เช่น จังหวัดขอนแก่น จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นต้น นอกจากนี้ภายในชุมชนยังมีการรวมกลุ่มกันทอผ้า มีแรงงานที่มีทักษะ มีความชำนาญ มีศักยภาพที่สามารถพัฒนาการทอผ้าให้มีคุณภาพและสามารถนำไปต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้

ในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายนี้มีการทอผ้าพื้นเมืองมายาวนานมีการทอผ้าทั้งผ้าไหมและผ้าฝ้าย แต่โดยมากมักทอผ้าไหม มีลวดลายต่าง ๆ ที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษเช่น ลายจับหว่าน ตีนโยง ลายลูกแก้ว ลายสายฝน เป็นต้น จากการสัมภาษณ์ คุณศิริรัตน์ ภารรักษา³ ซึ่งเป็นแกนนำกลุ่มทอผ้าในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย พบว่า ในปัจจุบันชุมชนในอำเภอเวียงเชียงรุ้งนิยมทอผ้าลวดลายดั้งเดิมน้อยลง มักทอลายรังผึ้งเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากเป็นลายที่ดูทันสมัย ได้รับความนิยมจากกลุ่มลูกค้ามากกว่า โดยมากมักทำเป็นผ้าพันคอและผ้าคลุมไหล่ ซึ่งมีกลุ่มนายทุนเป็นผู้ว่าจ้างให้ชาวบ้านทอผ้าให้ โดยกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติและผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากวัฒนธรรมการทอผ้าที่เปลี่ยนไปจากแต่เดิมทอใช้ในครัวเรือนหรือใช้ในโอกาสงานสำคัญต่าง ๆ กลายเป็นการทอเพื่อการค้ามากขึ้น ผ้าทอลายรังผึ้งนี้เป็นลายที่พัฒนาจากการทอผ้าพันคอจากผ้าฝ้ายของชาวเขาโดยประยุกต์ใช้ไหมในการทอ ทำให้เกิดความสวยงามและกลายเป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอในชุมชนนี้ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้เป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ 4 ดาว แม้ผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้งจะได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มผู้บริโภคแต่ปัญหาที่พบคือ การขาดแคลนแรงงานในการผลิต เนื่องจากคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจในการทอผ้า น้อยลง หันไปประกอบอาชีพอื่นมากขึ้น ปัญหาแรงงานของชุมชนอื่นที่ค่าแรงถูกกว่า เช่น กลุ่มนายทุนหันไปว่าจ้างแรงงานจากประเทศลาว ทำให้เกิดการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งมีผลต่อเอกลักษณ์ของผ้าทอในท้องถิ่นดั้งเดิม นอกจากนี้ยังขาดการสร้างแบรนด์สินค้า การโฆษณา การทำการตลาด นอกจากนั้นรูปแบบของผ้าทอมือและผลิตภัณฑ์ยังคงเป็นรูปแบบเดิม ไม่เป็นที่นิยมนำมาใช้ในชีวิตประจำวันตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปเป็นสังคมเมืองและตามกระแสแนวโน้มแฟชั่น (Trend) มากขึ้น ขาดการประยุกต์ พัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับสินค้าแฟชั่นในตลาดปัจจุบันได้ แต่ถึงแม้ว่าตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายในปัจจุบันจะมีความหลากหลาย มีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่หรือมีการพัฒนากระบวนการผลิตต่าง ๆ ที่รวดเร็วและแปลกใหม่ จนอาจจะลืมนึกถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาเหล่านี้ เช่น ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต เป็นต้น ดังนั้นการหันกลับมาให้ความสนใจกับการสร้างสรรค์พัฒนาผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ มีกระบวนการผลิตหรือวัตถุดิบที่ไม่กระทบต่อ

³ ศิริรัตน์ ภารรักษา.

สิ่งแวดล้อม จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างความแตกต่างหรือเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจให้กับผลิตภัณฑ์ได้ อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของชาติให้ดำรงคงอยู่ รวมถึงการตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์อย่างยั่งยืนต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดในการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) ซึ่งเป็นแนวคิดของการออกแบบที่คำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม

จากข้อมูลผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้งดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปประเด็นปัญหาซึ่งเป็นที่มาของงานวิจัย คือ จะทำการออกแบบสินค้าเครื่องแต่งกายอย่างไรให้ผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย ได้รับความนิยมในการนำมาสวมใส่ในชีวิตประจำวันและแข่งขันกับตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายในปัจจุบันได้ อีกทั้งยังสามารถเสริมสร้างเศรษฐกิจในชุมชนและคงศิลปะภูมิปัญญาของท้องถิ่นของผ้าทอในชุมชนนี้ต่อไปอย่างยั่งยืน ดังนั้นรูปแบบของสินค้าเครื่องแต่งกายของผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยจึงมีความสำคัญในการกำหนดแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากแนวคิดในการออกแบบอย่างยั่งยืน ซึ่งมีรายละเอียดของรูปแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นในปัจจุบันดังจะได้อธิบายในหัวข้อถัดไป

2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นในปัจจุบัน⁴

ประเภทของสินค้าเครื่องแต่งกายในปัจจุบันนี้สามารถแบ่งประเภทของเครื่องแต่งกายได้ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ตามลักษณะการขายสินค้าเครื่องแต่งกายในปัจจุบันคือ

2.2.1 สินค้าเครื่องแต่งกายพื้นฐาน (Basic Merchandise)

เป็นสินค้าหลักหรือสินค้าพื้นฐานที่ลูกค้าซื้อเป็นประจำ เช่น กางเกงขายาวทรงธรรมดากะโปรงทรงสอบ เสื้อยืด เป็นต้น

2.2.2 สินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่น (Fashion Merchandise)

เป็นสินค้าเครื่องแต่งกายที่เป็นที่นิยมในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ที่ผู้บริโภคเห็นจากการโฆษณาสินค้า หรือนิตยสารแฟชั่น แล้วตัดสินใจซื้อสินค้านั้นทันที เป็นสินค้าที่มีรูปแบบใหม่ ๆ ตามกระแสแนวโน้มแฟชั่น (Trend) สินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยังสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทดังนี้

2.2.2.1 เครื่องแต่งกายแฟชั่นชั้นสูง (Haute Couture) เป็นสินค้าที่มีความเป็นแฟชั่นมากที่สุด มีความเป็นเอกลักษณ์ของนักออกแบบมากที่สุด มีราคาแพง มีการตัดเย็บประณีตสวยงาม มีจำนวนจำกัดและได้รับความยอมรับจากกลุ่มผู้นำแฟชั่น

2.2.2.2 เครื่องแต่งกายแฟชั่นจากนักออกแบบ (Designer Fashion) เป็นสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตโดยนักออกแบบ (Designer House) แต่ไม่ได้เป็นสินค้าที่ผลิตเป็นจำนวนมากเหมือน

⁴ พัดชา อุทิศวรรณกุล, เอกสารประกอบการสอน *Fashion and Merchandise* การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น (กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาานฤมิตศิลป์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

สินค้าที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรม มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ อาจจะมีการปรับเปลี่ยนหรือดัดแปลงจากเครื่องแต่งกายแฟชั่นชั้นสูง หากแต่นำมาผลิตและจำหน่ายในราคาต่ำกว่า

2.2.2.3 เครื่องแต่งกายสินค้าแฟชั่นสำเร็จรูป (Pret A Porter Apparel) เป็นสินค้าที่ดัดแปลงหรือลดทอนจากสินค้าแฟชั่นชั้นสูงให้กลายเป็นสินค้าที่มีราคาถูกลง เป็นสินค้าสำเร็จรูปพร้อมสวมใส่ มักผลิตในปริมาณมาก มีต้นทุนการผลิตต่ำ เนื่องจากมีการใช้วัสดุและการสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพต่ำกว่าสินค้าแฟชั่นจากนักออกแบบ

2.2.2.4 เครื่องแต่งกายแฟชั่นพร้อมสวมใส่ (Ready to Wear) คือสินค้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตให้มีขนาดมาตรฐาน โดยมากมักผลิตจากโรงงานในปริมาณมากและมีราคาถูกลง นอกจากนี้ยังสามารถแบ่งประเภทของสินค้าเครื่องแต่งกายตามโอกาสที่สวมใส่ได้โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทได้ดังนี้

2.2.2.4.1 เครื่องแต่งกายสำหรับทำงาน (Business Wear) มีรูปแบบเครื่องแต่งกายที่เป็นทางการ สุภาพเรียบร้อย ยังสามารถแบ่งย่อยได้อีกดังนี้

ชุดทำงานลำลอง (Formal Casual)

ชุดทำงานทางการ (Formal Formal)

ชุดทำงานปาร์ตี้ (Formal Party)

2.2.2.4.2 เครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์ (Party Wear) มักใช้สวมใส่ในโอกาสพิเศษ มีลักษณะที่มีความหรูหรา สวยงาม เช่น สำหรับใส่ไปงานแต่งงาน งานกลางคืน เป็นต้น และยังสามารถแบ่งย่อยได้อีกดังนี้

ชุดปาร์ตี้ลำลอง (Party Casual)

ชุดปาร์ตี้ทางการ (Party Formal)

ชุดปาร์ตี้ปาร์ตี้ (Party Party)

2.2.2.4.3 เครื่องแต่งกายลำลอง (Casual Wear) มีรูปแบบหรือลักษณะที่สวมใส่ในชีวิตประจำวันทั่วไป หรือชุดที่ใส่ในวันหยุดพักผ่อน มีรูปแบบที่หลากหลายแล้วแต่โอกาสและสถานที่สวมใส่ สามารถแบ่งย่อยได้อีกดังนี้

ชุดลำลองลำลอง (Casual Casual)

ชุดลำลองทางการ (Casual Formal)

ชุดลำลองปาร์ตี้ (Casual Party)

กล่าวโดยสรุปคือเครื่องแต่งกายนอกจากจะหมายถึงสิ่งที่ห่อหุ้มปกป้องร่างกายจากสภาพแวดล้อมภายนอก แสดงถึงสภาพภูมิอากาศ บุคลิกลักษณะและฐานะทางสังคมของผู้สวมใส่แล้ว⁵ ยังสามารถแยกประเภทของเครื่องแต่งกายตามลักษณะของสินค้าและโอกาสที่สวมใส่ได้อีกด้วย

⁵ สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ซึ่งในปัจจุบันวิถีชีวิตของคนที่มีความเป็นชุมชนเมืองมากขึ้น ทำให้คนหันมาสวมใส่เครื่องแต่งกายที่สามารถตอบสนองการใช้งานและกิจกรรมต่างๆ ได้ตลอดทั้งวัน เช่น เครื่องแต่งกายที่สวมใส่ไปทำงานในตอนกลางวันและสามารถสวมใส่ไปงานเลี้ยงสังสรรค์ในตอนกลางคืนได้ เป็นต้น ดังนั้นเครื่องแต่งกายในปัจจุบันส่วนใหญ่จึงมีลักษณะที่มีรูปแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นพร้อมสวมใส่ (Ready to Wear) ที่มีรูปแบบล้าลองมากขึ้นตอบสนองวิถีชีวิตที่เน้นความสะดวกสบายและรวดเร็ว

อย่างไรก็ตามรูปแบบสินค้าเครื่องแต่งกายพร้อมสวมใส่ (Ready to Wear) ในตลาดสินค้าแฟชั่นของไทยในปัจจุบันมีตราสินค้าอยู่มากมายที่ตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน การศึกษาข้อมูลของตลาดสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายจึงเป็นสิ่งสำคัญในการวางแนวทางของผลิตภัณฑ์ในตลาดดังกล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

2.3 ตลาดสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีของไทยในปัจจุบัน⁶

ตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายในประเทศไทยสามารถจำแนกโดยใช้ราคาของสินค้าเป็นเกณฑ์ในการแบ่งดังนี้

2.3.1 ตลาดสินค้าราคาสูง (High Class/ High Market) เป็นสินค้าในตลาดระดับสูง ผลิตโดยห้องเสื้อชั้นสูง (Haute Couture) อาจจะเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ หรือเป็นสินค้าของนักออกแบบ (Designer Brand) สินค้าในกลุ่มตลาดนี้มีราคาสูง ราคาเฉลี่ยประมาณ 10,000-300,000 บาทต่อชิ้น มีรายละเอียดบนเสื้อผ้าที่มีการตกแต่งอย่างประณีต สวยงาม ผลิตในจำนวนจำกัด กลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง มีรสนิยม ไม่คำนึงถึงราคาสินค้านัก

2.3.2 ตลาดสินค้าราคาปานกลางค่อนข้างสูง (Rather High Class/ Middle Market) เป็นตลาดสินค้าสำเร็จรูประดับปานกลางค่อนข้างสูง มีการผลิตสินค้าในปริมาณมาก มีขนาดที่เป็นมาตรฐานของเครื่องแต่งกาย มีคุณภาพของสินค้าดีทั้งวัสดุและการตกแต่งรายละเอียด แต่อาจจะมี การลดทอนรายละเอียดจากสินค้าในกลุ่มตลาดราคาสูง ราคาของสินค้าโดยเฉลี่ยประมาณ 1,500-8,000 บาทต่อชิ้น กลุ่มผู้บริโภคของสินค้าในกลุ่มตลาดนี้เป็นผู้บริโภคที่มีฐานะค่อนข้างดี มีรายได้พอที่จะลงทุนหรือใช้เงินตามฐานะของตนเอง

2.3.3 ตลาดสินค้าราคาปานกลาง (Medium Class/ Mass Product) เป็นสินค้าระดับปานกลาง เป็นตลาดสินค้าที่มีการลงทุนเพราะต้องมีการโฆษณา มีการทำการตลาดของตราสินค้า สินค้าเครื่องแต่งกายในกลุ่มตลาดนี้มีคุณภาพปานกลาง ราคาไม่แพงมากนัก มีการผลิตสินค้าจำนวนมาก และมีการลดต้นทุนในการผลิต ผู้บริโภคสินค้าในตลาดนี้เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีฐานะปานกลาง มีรายได้พอใช้ ไม่สามารถใช้จ่ายฟุ่มเฟือยได้มาก

⁶ พัดชา อุทิศวรรณกุล.

2.3.4 ตลาดสินค้าราคาถูก (Low Class/ Low Market/ Mass Market) เป็นตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายระดับล่าง เน้นการผลิตจำนวนมากว่าคุณภาพของสินค้า รูปแบบของสินค้าเครื่องแต่งกายอาจมีการลอกเลียนแบบสินค้าในตลาดระดับสูงแต่ลดทอนรายละเอียดและคุณภาพในการตัดเย็บราคาของสินค้าประมาณ 100-800 บาทต่อชิ้น เป็นกลุ่มตลาดที่มีขนาดใหญ่ในปัจจุบัน กลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่มคนที่มีรายได้จำกัด ไม่ใช่จ่ายฟุ่มเฟือย มีความสนใจในสินค้าแฟชั่นน้อย

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยต้องการสร้างตราสินค้าในกลุ่มตลาดในระดับปานกลางค่อนข้างสูงที่มีการจัดจำหน่ายในกรุงเทพมหานครและในตัวเมืองของจังหวัดเชียงราย เพื่อต้องการให้สินค้าเป็นที่รู้จักและยอมรับในวงกว้าง สามารถเข้าถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้ง่ายและสามารถสวมใส่ในชีวิตประจำวันได้จริง เน้นตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเมืองหลวง ที่เป็นกลุ่มคนทำงาน คนรุ่นใหม่ที่มีความทันสมัย แต่ในขณะที่เดียวกันก็ยอมรับในสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นหรือสินค้าที่ผลิตจากธรรมชาติที่มีคุณภาพดี มีอาชีพการงานมั่นคงและมีรายได้พอที่จะบริโภคสินค้าแฟชั่นที่มีราคาค่อนข้างสูงได้ อีกทั้งตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นภูมิปัญญาและใช้แรงงานของคนในท้องถิ่น รวมถึงการผลิตในจำนวนจำกัดทำให้ไม่สามารถทำการตลาดในกลุ่มตลาดในระดับล่างได้

2.4 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

ในงานวิจัยนี้ต้องการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรี โดยจากการศึกษาเกณฑ์การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามหลักประชากรศาสตร์โดยแบ่งตามช่วงอายุของผู้บริโภค สามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ดังนี้⁷

2.4.1 กลุ่มเจน-บี (Gen-B: Generation B) คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ.2489-2507 หรือมีอายุระหว่าง 49-67 ปี

2.4.2 กลุ่มเจน-เอ็กซ์ (Gen-X: Generation X) คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ.2508-2522 หรือมีอายุระหว่าง 34-48 ปี

2.4.3 กลุ่มเจน-วาย (Gen-Y: Generation Y) คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ.2523-2533 หรือมีอายุระหว่าง 23-33 ปี

2.4.4 กลุ่มเจน-เอ็ม (Gen-M: Generation M) คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ.2538-2552 หรือมีอายุระหว่าง 18-23 ปี

ซึ่งกลุ่มสตรีที่เป็นเป้าหมายของกลุ่มผู้บริโภคในงานวิจัยนี้คือ กลุ่มผู้บริโภคสตรีที่มีอายุระหว่าง 33-45 ปี ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ตามหลักทางด้านประชากรศาสตร์ จัดอยู่ในกลุ่มวัยผู้ใหญ่

⁷ สารคดี.คอม, "พฤติกรรมผู้บริโภค Gen B, Gen X, Gen Y และ Gen M" http://sara-dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=227:consumer-%20behavior-gen- (accessed 20 สิงหาคม 2556).

หรือวัยทำงาน อยู่ในกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Gen-X: Generation X) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีหน้าที่การงานที่มั่นคงในระดับหนึ่ง อาจจะเป็นกลุ่มของผู้ประกอบการหรือสืบทอดกิจการของครอบครัว หรือเป็นหัวหน้างาน ผู้จัดการ เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มคนที่มีความทันสมัย มีความมั่นใจในตัวเองและเชื่อมั่นในความสามารถของตน

ในด้านลักษณะจิตนิสัยซึ่งเป็นการนำปัจจัยในด้านบุคลิกภาพ ด้านสังคมและการดำเนินชีวิต มาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคนั้น กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในสังคมระดับชนชั้นกลางส่วนบน (Upper-Middle Class) เป็นกลุ่มคนที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ มีการศึกษาดี มีความเป็นอยู่ที่ดี มีกำลังซื้อสินค้าที่มีชื่อเสียง คำนึงถึงภาพลักษณ์ของตนเอง

ในส่วนของการวิเคราะห์บุคลิกภาพทางแฟชั่นของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายนั้น จัดอยู่ในกลุ่มสตรีที่ชอบความอิสระ มั่นใจในตัวเอง มีความเรียบง่าย มีความเป็นธรรมชาติสูง รักความสงบ ในขณะเดียวกันก็ชอบความทันสมัยและต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ

ซึ่งสินค้าเครื่องแต่งงานสตรีของงานวิจัยนี้สามารถเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกลุ่มตลาดในระดับปานกลางค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีขนาดที่เป็นมาตรฐานและใช้วัตถุดิบที่ดีในการผลิต อีกทั้งยังมีรูปแบบเครื่องแต่งกายที่มีลักษณะลำลองที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ต้องการภาพลักษณ์ที่ดี แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องการความสะดวกสบายด้วยลักษณะของวิถีชีวิตที่มีความเป็น คนเมือง นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ มีฐานะและอาชีพการงานที่มั่นคง มีวุฒิภาวะของความเป็นผู้ใหญ่ที่คำนึงถึงคุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

2.5 วิเคราะห์และสรุปปัญหาของงานวิจัย แนวทางตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของงานวิจัย

จากที่มาของปัญหาของงานวิจัยและข้อมูลสนับสนุนของงานวิจัยที่กล่าวโดยสรุปได้คือ ทำอย่างไรที่จะสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีที่ยกระดับงานพื้นถิ่นคือผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายให้เป็นสินค้าระดับชาติที่ได้รับความนิยมสวมใส่ในชีวิตประจำวันและมีรูปแบบที่ทันสมัย โดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) เพื่อเป็นการส่งเสริมและสืบทอดงานศิลปะท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป และเป็นทางเลือกของตลาดสินค้าในปัจจุบันที่ไม่เพียงเป็นสินค้าเครื่องแต่งกายที่สามารถสวมใส่ได้จริงในชีวิตประจำวันและมีรูปแบบที่ทันสมัย แต่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่นับวันจะลดน้อยลง เรียกได้ว่าเป็นความยั่งยืนทั้งในแง่ของความยั่งยืนทางศิลปวัฒนธรรมและยั่งยืนในแง่ของสิ่งแวดล้อมด้วย

ซึ่งจากปัญหาของงานวิจัย และการศึกษารูปแบบสินค้าเครื่องแต่งกาย และตลาดของสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายของไทยในปัจจุบัน สามารถสรุปแนวทางของภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของ

งานวิจัยคือ เป็นสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีในรูปแบบลำลอง ทั้งรูปแบบลำลองทางการและรูปแบบลำลองปาร์ตี้ โดยอยู่ในกลุ่มของตลาดสินค้าแฟชั่นสำเร็จรูป (Ready to Wear) ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง ที่มีการผลิตที่เป็นมาตรฐาน ใช้วัสดุดีและการตัดเย็บที่ประณีต เรียบร้อย ตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 33-45 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มเจน-เอ็กซ์ (Gen-X) เป็นกลุ่มวัยทำงานที่เริ่มมีฐานะและมีรายได้ที่มั่นคง อาจจะเป็นกลุ่มผู้บริหารตอนต้น ผู้ประกอบการ หรือผู้จัดการ มีการศึกษาและมีความเป็นอยู่ที่ดี อยู่ในกลุ่มสังคมระดับปานกลางส่วนบน (Upper-Middle Class) ในแง่ของจิตนิสัยและบุคลิกภาพ เป็นกลุ่มสตรีที่มีความทันสมัย มีความเป็นตัวของตัวเอง ชอบความเรียบง่าย มีความเป็นธรรมชาติสูง ชอบความสงบและชอบสินค้าที่มีคุณค่าและมีคุณภาพดี ทำให้ภาพลักษณ์ของตราสินค้ามีความเรียบง่าย และในขณะเดียวกันก็ต้องแสดงถึงความมีคุณภาพ ทันสมัย และใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งสามารถเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้าได้

ส่วนที่ 2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) แนวคิดที่สำคัญ และแนวทางในการนำไปใช้ในการแก้ปัญหา

ในส่วนนี้จะเป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน ทั้งความหมาย หลักการสำคัญและตัวอย่างงานออกแบบที่ใช้แนวคิดนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสินค้าเครื่องแต่งกายเพื่อแก้ปัญหาของงานวิจัยต่อไป ดังมีรายละเอียดในแต่ละหัวข้อดังนี้

2.6 ความหมายและแนวคิดของการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design)

แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) บ้างก็เรียกว่า การออกแบบเชิงนิเวศน์เศรษฐกิจ (Economic and Ecological Design: Eco Design) หรือ การออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendly Design)⁸ แม้จะมีคำเรียกที่แตกต่างกัน แต่ต่างมีความหมายที่เหมือนกัน คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ เป็นการผนวกรวมแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์และด้านสิ่งแวดล้อมเข้าไปในขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิต การนำไปใช้ การนำกลับมาใช้ใหม่และช่วงหลังการใช้งานผลิตภัณฑ์⁹ ซึ่งจะคำนึงถึงความคุ้มค่าและประสิทธิผลที่ได้ในแต่ละขั้นตอนของการผลิตพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด หรือไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเลย ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจ ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งของการพัฒนาโลกอย่างยั่งยืน

ภาวะโลกร้อนและทรัพยากรธรรมชาติที่ค่อย ๆ หมดลงไปในปัจจุบันเป็นปัญหาที่โลกมีการพูดถึงและตระหนักมาในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เพราะปัญหาเหล่านี้ล้วนกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของทุกชีวิตบนโลก ความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การใช้ทรัพยากรอย่างไม่คุ้มค่าสิ้นเปลืองโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแม้ว่าจะทำให้ชีวิตของมนุษย์สะดวกสบายขึ้น แต่ไม่ใช่แนวทางในความยั่งยืนของสิ่งมีชีวิตในอนาคต ดังนั้นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจึงเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถขยายตลาดไปสู่ประเทศที่เข้มงวดด้านสิ่งแวดล้อม ทำให้สินค้ามีมูลค่าสูงขึ้น ในขณะที่ผู้บริโภคก็ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง สามารถใช้งานได้ดี และมีภาพลักษณ์ที่สวยงาม ปลอดภัย ไม่ทำร้ายตัวเองและสิ่งแวดล้อม ทำให้มุมมองในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เปลี่ยนไปสู่แนวคิดที่มีการพิจารณาด้านอื่น ๆ มากขึ้น คือ ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรมและจริยธรรม อีกทั้งทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้นการใช้พลังงานให้เกิด

⁸ วิชาการ.คอม, "Eco Design เพื่อโลก (เพื่อเรา)" <http://www.vcharkarn.com/varticle/40878> (accessed 10 สิงหาคม 2556).

⁹ คณะกรรมการบริหารศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (สวทช), "Ecodesign คืออะไร" <http://www.mtec.or.th/ecodesign2012/> (accessed 10 สิงหาคม 2556).

ประโยชน์สูงสุดและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะพลังงานที่ใช้แล้วหมดไป จึงเชื่อว่าเป็นแนวทางหนึ่งที่จะทำให้สังคมโลกพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งจริง ๆ แล้วแนวคิดนี้ไม่ใช่เรื่องใหม่แต่อย่างใด มีการนำมาพิจารณาครั้งแรกในปี ค.ศ.1980 ในการประชุมยุทธศาสตร์การรักษโลก (World Conversation Strategy)¹⁰ ซึ่งเป็นการประกาศใช้โดยองค์การสหประชาชาติ ที่มีแนวคิดที่ว่า มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอนุรักษ์ธรรมชาติเพื่ออนาคตของมนุษย์เอง ซึ่งนับเป็นครั้งแรกที่มีการเสนอว่า การอนุรักษ์ธรรมชาติกับการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมเป็นสิ่งที่ดำเนินการควบคู่กันไปด้วย¹¹

ในส่วนของผลิตภัณฑ์แฟชั่นนั้น แนวทางหนึ่งของการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) คือ อีโคแฟชั่น (Eco Fashion) หรือ การออกแบบเครื่องแต่งกายที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งสิ่งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิตในธรรมชาติ¹² อีโคแฟชั่นนั้นเริ่มขึ้นประมาณปี ค.ศ.1970 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการก่อการปฏิวัติ เครื่องแต่งกายในยุคนี้เน้นการใช้สอยเพื่อตอบสนองต่อรูปแบบการใช้ชีวิตมากกว่า เพื่อการทำธุรกิจ มีการทำผลิตภัณฑ์ด้วยมือ (Handmade) ที่มีรูปแบบเฉพาะตัว รูปแบบงานที่มีการนำเอาวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ เช่น เส้นใยธรรมชาติที่ได้จากขนสัตว์ การย้อมสีด้วยสีธรรมชาติ เป็นต้น ต่อมาในปี ค.ศ.1990 รูปแบบเครื่องแต่งกายอีโคแฟชั่น มีความเป็นธุรกิจหรือเพื่อการค้ามากขึ้น มีการแสดงออกถึงการตระหนัก ผลักดันและให้ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เห็นได้จากการประกวดออกแบบผลิตภัณฑ์ของหน่วยงานเอกชนต่าง ๆ เป็นต้น หลักการออกแบบเครื่องแต่งกายตามแนวคิดอีโคแฟชั่น (Eco Fashion) นี้มีความใกล้เคียงกับแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์อื่น ๆ (Eco Design) ซึ่งจะได้กล่าวถึงหลักการในการออกแบบ รวมถึงวิธีการในการออกแบบในหัวข้อถัดไป

2.7 หลักการในการออกแบบตามแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน

กระบวนการและวิธีในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) นั้นวิธีการจะแตกต่างกันไปแล้วแต่ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ซึ่งนอกจากจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นวัสดุจากธรรมชาติ หรือมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดแล้ว ยังมีหลักการสำคัญคือหลัก 4อาร์ (4Rs)¹³ ที่สามารถนำมาใช้ได้ในทุกช่วงในอายุของผลิตภัณฑ์ซึ่งหลัก 4อาร์ คือ

¹⁰ ibid.

¹¹ Learning by Doing, "การพัฒนาที่ยั่งยืน" <https://sites.google.com/site/arbaloover/rayngan-phuthth-sersthsastr/bth-thi6-kar-prayukt-chi/kar-phathna-thi-yang-yun> (accessed 10 สิงหาคม 2556).

¹² ชไมพร มิตินันท์วงศ์, "การสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีสำเร็จรูปเพื่อสวมใส่ได้หลากหลายโอกาสโดยใช้แนวทางอีโคแฟชั่น (Eco Fashion)" (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554).

¹³ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, "Ecodesign การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิตที่ยั่งยืน" <http://www.nstda.or.th/news/419-ecodesign> (accessed 10 สิงหาคม 2556).

2.7.1 การลด (Reduce) ในที่นี้คือ การลดการใช้ทรัพยากรในช่วงต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การลดกระดาษที่ใช้ในการออกแบบ ลดการใช้วัตถุดิบและพลังงานในกระบวนการผลิต ลดขั้นตอนการผลิต ลดการเกิดของเสียระหว่างกระบวนการผลิตและระหว่างการใช้งาน

2.7.2 การใช้ซ้ำ (Reuse) การใช้ซ้ำหมายถึงทั้งการใช้ซ้ำทั้งในขณะที่ยังเป็นผลิตภัณฑ์เดิม หรือการนำบางส่วนของผลิตภัณฑ์มาใช้งานใหม่ หรือใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์แบบเดิมในรูปแบบใหม่เป็นต้น หรือสามารถนำบางส่วนของผลิตภัณฑ์มาใช้ร่วมกันกับผลิตภัณฑ์อื่นหรือนำมาประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นต้น

2.7.3 การรีไซเคิล (Recycle) คือ การนำมาผ่านกระบวนการเพื่อนำมาใช้ใหม่ หมายถึง การนำผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุการใช้งานแล้ว หรือนำบางส่วนของผลิตภัณฑ์มาผ่านกระบวนการผลิต เพื่อนำไปเป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อไป กระบวนการรีไซเคิลนี้เป็นวิธีการหนึ่งที่นักออกแบบนิยมนำมาใช้ในการออกแบบ เพราะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยลดของเสียหรือขยะหลังจากผลิตภัณฑ์หมดอายุการใช้งาน ซึ่งมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2.7.4 การซ่อมบำรุง (Repair) หมายถึง การซ่อมบำรุงผลิตภัณฑ์เพื่อยืดอายุการใช้งาน ซึ่งช่วยลดปริมาณขยะที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ลดการผลิต ลดการใช้พลังงานในการผลิตสินค้า อีกทั้งยังหมายถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ง่ายต่อการซ่อมบำรุง การซ่อมบำรุงจะเกิดขึ้นระหว่างการใช้งานของผลิตภัณฑ์แตกต่างจากการใช้ซ้ำที่เป็นการใช้หลังจากหมดอายุของผลิตภัณฑ์แล้วแต่นำกลับมาใช้ใหม่

ในส่วนของการออกแบบสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายตามแนวทางของการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) อีโคแฟชั่น (Eco-Fashion) เป็นแนวทางหนึ่งที่จะนำไปสู่การออกแบบอย่างยั่งยืน ซึ่งอีโคแฟชั่นมีหลักการคล้ายกันกับหลัก 4อาร์ ดังกล่าวข้างต้นแต่มีสาระสำคัญอื่น ๆ ซึ่งเป็นหลักในการออกแบบรวม 8 ประการด้วยกันดังนี้

1.การคิดทบทวนถึงกระบวนการออกแบบในทุกขั้นตอนของผลิตภัณฑ์ (Re-Thinking for the Entire Fashion Life Cycle) คือ การออกแบบที่คำนึงถึงในทุกช่วงอายุของผลิตภัณฑ์จนกระทั่งย่อยสลายไปเช่น การใช้งาน การนำกลับมาใช้ใหม่ จนกระทั่งหมดอายุการใช้งาน และการย่อยสลายผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

2.การบำรุงรักษาและการนำวัสดุเหลือใช้ หรือใช้ไม่ได้แล้วนำกลับมาใช้ใหม่ (Reclaim and Re-Use Waste Material)

3.การรีไซเคิล (Recycle) คือ การนำของเหลือใช้มาปรับปรุง พัฒนาให้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างดี เพื่อยืดอายุการใช้งาน

4. การซ่อมแซมและการสร้างโครงสร้างใหม่ (Repair and Remodel) คือ การซ่อมแซมปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้นหรือใช้งานได้ดีเหมือนเดิม และการนำสิ่งที่มีอยู่หรือเท่าที่มีอยู่มาสร้างสรรค์เป็นสิ่งใหม่ เป็นงานชิ้นใหม่ที่ได้ประโยชน์ใช้สอยใหม่ เป็นต้น

5. การลดทอนการสิ้นเปลือง (Reduce) คือ การออกแบบที่ลดการสิ้นเปลืองที่เกิดจากการใช้พลังงานในการผลิต การใช้น้ำ การใช้วัสดุให้น้อยลง หรือลดกระบวนการผลิตที่ทำให้สูญเสียพลังงานอย่างสิ้นเปลือง

6. การใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Use Ecological Material) คือ การใช้วัสดุในการทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น เส้นใยผ้าจากธรรมชาติหรือย่อยสลายได้ หรือเส้นใยอื่น ๆ ที่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

7. เสื้อผ้าที่มีอายุการใช้งานมากขึ้น (Longer Lasting Fashion) คือ การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้วยวัสดุ วัสดุดีและกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพสูง สวยงามและทนทาน

8. เสื้อผ้าที่สามารถสวมใส่ได้หลายโอกาส (Multifunction Clothes) คือ เสื้อผ้าที่ออกแบบให้สามารถสวมใส่ได้มากกว่าหน้าที่การใช้งาน โอกาส หรือโครงสร้างที่เอื้ออำนวยต่อโอกาสการสวมใส่ที่มากขึ้น¹⁴

จะเห็นได้ว่าทั้งหลักการของการออกแบบอย่างยั่งยืนหรือการออกแบบเชิงนิเวศน์เศรษฐกิจ และหลักการของอีโคแฟชั่น (Eco-Fashion) มีวิธีการและหลักการที่คล้ายคลึงกันซึ่งต่างมีจุดมุ่งหมายเดียวกันนั่นคือ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด ลดการใช้พลังงาน วัสดุดีหรือทรัพยากรธรรมชาติให้น้อยที่สุด

2.8 ตัวอย่างงานออกแบบตามแนวความคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน

การศึกษาตัวอย่างงานออกแบบที่ใช้แนวความคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน เป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยให้เห็นภาพและเข้าใจการนำแนวคิดนี้มาใช้ในการออกแบบอย่างชัดเจนขึ้น แล้วนำมาประยุกต์หรือเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยต่อไป ซึ่งตัวอย่างงานออกแบบที่ใช้แนวความคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนที่ผู้วิจัยได้ศึกษา คือ ตราสินค้ากรกต (Korakot) ตราสินค้าสปายะ (Zappaya)

2.8.1 ตราสินค้ากรกต (Korakot)

ประวัติความเป็นมา แนวคิด รูปแบบผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้ากรกต ก่อตั้งโดยคุณกรกต อารมย์ดี ซึ่งเป็นผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งหลังจากจบการศึกษาจากคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากรก็มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานออกแบบอย่างที่ตั้งใจไว้ โดยเริ่มจากการฝึกคนงาน 10 คน เพื่อต้องการให้กลุ่มคนงานมีรายได้ที่มั่นคงและ

¹⁴ ชไมพร มิตินันท์วงศ์.

เพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพ ซึ่งผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้ากรกตนี้โดยมากเป็นงานประติมากรรม โคมไฟตั้งพื้น โคมไฟแขวน งานประดับฝาผนัง เป็นต้น ซึ่งได้จากการนำทักษะของการผลิตข้าวและ การสานเครื่องมือดักปลาในถิ่นกำเนิดของชาวประมงในจังหวัดเพชรบุรี อันได้แก่ การตัดหวาย การ ทอลาย การผูกเงื่อน มาต่อยอดให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบแปลกใหม่ ทันสมัยและตอบสนองต่อ ความต้องการของผู้บริโภค โดยผลิตภัณฑ์ทั้งหมดทำจากวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ไผ่ เชือกปอ เป็นต้น¹⁵ ซึ่งเป็นการนำเอาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นมาผนวกกับทักษะและการสร้างสรรค์ เทคโนโลยีที่เหมาะสม ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางด้านคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังสร้างรายได้ สร้างอาชีพให้กับคนใน ชุมชนและต่อยอดงานพื้นถิ่นให้ยังคงอยู่ต่อไปอีกด้วย¹⁶ ซึ่งนับว่าเป็นตัวอย่างหนึ่งของแนวทางในการ ออกแบบงานพื้นถิ่นตามแนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืน



รูปที่ 2.1 ผลงานของตราสินค้ากรกต

ที่มา : <http://www.korakot.net>



รูปที่ 2.2 โคมไฟตั้งพื้นของตราสินค้ากรกต

ที่มา : <http://www.korakot.net>

¹⁵ part korakot international ltd., "Korakot International Limited Partnership"
<http://www.korakot.net/about/about.htm> (accessed 22 สิงหาคม 2556).

¹⁶ สุวิทย์ วงศ์จิวราณีชัย.



รูปที่ 2.3 โคมไฟตั้งพื้นของตราสินค้ากรกต

ที่มา : <http://www.korakot.net>

รูปที่ 2.4 โคมไฟแบบแขวนในรูปแบบต่าง ๆ ของตราสินค้ากรกต

ที่มา : <http://www.korakot.net>

ตารางที่ 2.1 ตารางวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ตราสินค้ากรกตตามแนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืน

หัวข้อ	กรกต (Korakot)	แนวความคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน
โครงร่างเงา (Silhouette)	เป็นโครงร่างเงาที่เรียบง่ายมีทั้งที่เป็นรูปทรงเรขาคณิต (Geometric Form) และรูปทรงอิสระ (Free Form) ให้ความรู้สึกที่ไม่หยุดนิ่ง มีการเคลื่อนไหว	ในกรณีที่เป็นรูปทรงเรขาคณิตเป็นการใช้รูปทรงที่เรียบง่าย เป็นการลดทอน (Reduce) รูปทรงลง
สี (Colour)	เป็นสีธรรมชาติของวัสดุที่นำมาทำผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นวัสดุในท้องถิ่น	เป็นสีธรรมชาติของตัววัสดุเอง ลด (Reduce) การใช้สีเคมี อีกทั้งยังลดกระบวนการในการผลิตด้วย อาจจะเป็นเพียงการทำสีเคลือบเพื่อให้วัสดุแข็งแรง

		และคงทนซึ่งเป็นการยืดอายุการใช้งาน ลดการผลิตใหม่และเป็นการลดการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติอีกด้วย
วัตถุดิบ (Material)	เน้นการใช้วัสดุจากธรรมชาติและหาได้ง่ายในท้องถิ่น เช่น ไม้ไผ่ เชือกปอ เป็นต้น	ในส่วนของตราสินค้ากรกตมีการเลือกใช้วัสดุที่เป็นธรรมชาติ เช่น ไม้ไผ่ เชือกปอ ถือเป็นจุดสำคัญที่มีความชัดเจนในเรื่องการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเป็นวัสดุที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งระหว่างการใช้งานและหลังการหมดอายุการใช้งาน สามารถย่อยสลายได้ง่าย
รายละเอียดการออกแบบ (Details)	นำทักษะของการผลิตว่าวจุฬาและการทำเครื่องจักรสาน เครื่องมือตัดปลาของชาวประมง มาประยุกต์ต่อยอดและสร้างสรรค์ให้เกิดผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ที่ทันสมัย ในขณะเดียวกันก็มีกลิ่นอายของงานพื้นถิ่นซึ่งถือเป็นศิลปวัฒนธรรมที่ควรรักษาไว้	เป็นกรรมวิธีการผลิตที่ไม่เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ใช้แรงงานคน ลดผลเสียที่เกิดจากการใช้แรงงานของเครื่องจักรกล อีกทั้งยังเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจในชุมชน อีกทั้งยังต่อยอดศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่เป็นแนวทางหนึ่งของการมีชีวิตอยู่อย่างยั่งยืนของคนในชุมชน

2.8.2 ตราสินค้าสัปายะ (Zappaya)

ประวัติความเป็นมา แนวคิด รูปแบบผลิตภัณฑ์¹⁷

ตราสินค้าสัปายะเป็นผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านที่ทำจากเศษไม้หรือไม้ที่กำลังจะทิ้ง นำมาเป็นวัตถุดิบในการออกแบบโดยผสมผสานรูปแบบ (Form) และการใช้งาน (Function) เข้าด้วยกันอย่างลงตัว ด้วยประสบการณ์กว่า 30 ปีในการทำงานไม้ งานฝีมือ และการตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ผลิตจึงมุ่งมั่นที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบที่คงคุณค่าความงามของผลิตภัณฑ์ไว้อย่างยาวนาน ซึ่งทำจากไม้ที่มีคุณภาพหรือเศษไม้ที่เหลือทิ้งในป่า

ผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าสัปายะมีทั้งที่เป็นเก้าอี้ ม้านั่ง โต๊ะ โคมไฟและของตกแต่งบ้าน ซึ่งงานออกแบบมีรูปแบบที่ร่วมสมัยและได้แรงบันดาลใจในการออกแบบทั้งจากประเทศในแถบตะวันตก

¹⁷ Ltd. Eiwlee Industrial Co., "Zappaya Environmentally Friendly" <http://www.zappaya.com> (accessed 22 สิงหาคม 2556).

และตะวันออก ในการผลิตสินค้านั้นผู้ผลิตได้คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ เช่น การใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น ไม้ เศษไม้ที่เหลือใช้ เป็นต้น ซึ่งเป็นไม้ที่มีคุณภาพดีซึ่งเมื่อสิ้นอายุการใช้งานแล้วมีปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์น้อยกว่าผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกหรืออิฐ รวมถึงกระบวนการออกแบบที่ลดการสูญเสียไม้และได้ประสิทธิภาพสูงสุดของวัสดุที่นำมาใช้ นอกจากนี้ยังคำนึงถึงกระบวนการผลิตที่ทำให้เกิดฝุ่นละอองและมีความปลอดภัยต่อพนักงานอีกด้วย



รูปที่ 2.5 ผลิตภัณฑ์โต๊ะ เก้าอี้ของตราสินค้าสัปปายะ

ที่มา : <http://www.zappaya.com>



รูปที่ 2.6 ผลิตภัณฑ์ของแต่งบ้านและเก้าอี้ของตราสินค้าสัปปายะ

ที่มา : <http://www.zappaya.com>

ตารางที่ 2.2 ตารางวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ตราสินค้าสัปปายะตามแนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืน

หัวข้อ	สัปปายะ (Zappaya)	แนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืน
โครงร่างเงา (Silhouette)	เป็นโครงร่างเงาที่เรียบง่ายมีทั้งที่เป็นรูปทรงเรขาคณิต (Geometric Form) ที่เกิดจากการนำชิ้นส่วนที่มีรูปทรงเหมือนกันมาจัดวางซ้ำ ๆ เป็น	ในกรณีที่เป็นรูปทรงเรขาคณิตเป็นการใช้รูปทรงที่เรียบง่าย เป็นการลดทอน (Reduce) นอกจากนี้ยังมีการใช้ซ้ำของรูปทรงเดิมมา

	รูปแบบใหม่ และรูปทรงอิสระ (Free Form) ที่เป็นรูปทรงของตัวเอง ให้ความรู้สึกรักที่ เกิดการเคลื่อนไหว ไม่หยุดนิ่ง	ประกอบหรือจัดวางให้เป็นรูปทรงใหม่
สี (Colour)	เป็นสีธรรมชาติของวัสดุที่นำมาทำผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นวัสดุในท้องถิ่น	เป็นสีธรรมชาติของตัววัสดุเอง ลด (Reduce) การใช้สีเคมี อีกทั้งยังลดกระบวนการในการผลิตด้วย อาจจะเป็นเพียงการทาสีเคลือบเพื่อให้วัสดุแข็งแรง และคงทนซึ่งเป็นการยืดอายุการใช้งาน ลดการผลิตใหม่และเป็นการลดการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติอีกด้วย
วัตถุดิบ (Material)	เนื่องจากผู้ผลิตมีความชำนาญในการทำงานไม้ วัตถุดิบส่วนใหญ่จึงทำมาจากไม้	ไม้ที่ผู้ผลิตนำมาใช้มีทั้งที่เป็นเศษไม้ที่เกิดจากกระบวนการผลิต แล้วนำกลับมาใช้ใหม่ ไม้ที่เกิดจากกระบวนการรีไซเคิลและเศษไม้เหลือทิ้ง ซึ่งเป็นการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ลดของเสียที่เกิดจากการผลิต เป็นวัสดุที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งระหว่างการใช้งานและหลังการหมดอายุการใช้งาน สามารถย่อยสลายได้ง่าย
รายละเอียดการออกแบบ (Details)	ด้วยความชำนาญการทำงานไม้และมีประสบการณ์กว่า 30 ปีทำให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีรูปแบบที่ร่วมสมัย ผสมผสานระหว่างความเป็นตะวันตกและตะวันออก และเนื่องจากผลิตภัณฑ์ทำจากเศษไม้เหลือใช้ จึงมักใช้เทคนิคในการใช้รูปทรงซ้ำ ๆ นำมาจัดวางหรือประกอบให้เป็นรูปทรงใหม่	เป็นเทคนิคการผลิตที่ไม่เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ใช้แรงงานคน ลดผลเสียที่เกิดจากการใช้แรงงานของเครื่องจักรกล อีกทั้งยังเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจในชุมชน

2.8.3 วิเคราะห์และสรุปแนวคิดสำคัญจากตัวอย่างงานออกแบบของตราสินค้ากรกต และสัปปายะที่สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนได้ดังนี้

2.8.3.1 การลดทอนรูปทรงของผลิตภัณฑ์ คือ การใช้รูปทรงเรียบง่าย เช่น รูปทรงเรขาคณิตหรือการใช้รูปทรงเดิมของวัตถุดิบเลย แต่ในขณะเดียวกันก็คำนึงถึงความทันสมัยและตอบสนองการใช้งานที่ดี

2.8.3.2 การลดทอนการใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบอย่างสิ้นเปลือง ลดของเสียที่จะเกิดจากการผลิต อีกทั้งยังรวมถึงการใช้วัตถุดิบที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เช่น การใช้เศษไม้ หรือชิ้นส่วนชิ้นเล็ก ๆ ที่สามารถนำมาประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ เป็นต้น

2.8.3.3 การใช้วัตถุดิบในการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือสามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่น ดังตัวอย่างข้างต้นมักใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ย่อยสลายได้ง่าย เช่น ไม้ ไม้ไผ่ เซือกปอ เป็นต้น

2.8.3.4 การลดการใช้สีเคมี หรือใช้สีธรรมชาติของวัตถุดิบ

2.8.3.5 การนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต หรือการใช้แรงงานของคนในท้องถิ่นซึ่งนอกจากจะลดการใช้เครื่องจักรกลที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังเป็นการสร้างงานและคงภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีอยู่ต่อไป ดังเช่น แนวคิดของตราสินค้ากรกต เป็นต้น

2.8.3.6 การยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ทั้งในแง่ของความคงทนของผลิตภัณฑ์ และในแง่ของความงามของผลิตภัณฑ์ที่ถูกออกแบบให้ไม่น่าเบื่อหน่าย หรือคงความสวยงามในทุกยุคทุกสมัย

จากการศึกษาถึงแนวคิด ความหมายและหลักการของการออกแบบอย่างยั่งยืน รวมถึงการศึกษาตัวอย่างงานออกแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดนี้ ทำให้ได้แนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีของงานวิจัยที่ตอบสนองและสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนในขณะเดียวกันก็เป็นการสืบทอดงานพื้นถิ่นของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายให้ยังคงอยู่ต่อไป ซึ่งจะได้กล่าวถึงรายละเอียดดังนี้

2.9 แนวทางในการออกแบบสินค้าเครื่องแต่งกายที่ตอบสนองต่อแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design)

จากที่ได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน หรือการออกแบบนิเวศน์ เศรษฐกิจ (Eco-Design) ทำให้ทราบความหมายและหลักการสำคัญของแนวคิดนี้คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเริ่มตั้งแต่กระบวนการออกแบบ กระบวนการผลิต การใช้งาน ไปจนถึงตลอดอายุของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีหลักการสำคัญที่เรียกว่าหลัก 4อาร์ (4Rs) คือ การลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) การรีไซเคิล (Recycle) การซ่อมบำรุง (Repair) ซึ่งในงานวิจัยนี้

นอกจากจะเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อยังยืนในแง่ของผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติแล้ว ยังรวมไปถึงความยั่งยืนของภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งในที่นี้คือผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายให้ยังคงอยู่ต่อไปด้วย

โดยมีแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อตอบสนองต่อแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนโดยมีรายละเอียดในแต่ละส่วนดังนี้

ตารางที่ 2.3 ตารางแสดงแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อตอบสนองต่อแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน

หัวข้อ	แนวทางในการออกแบบ
โครงสร้างเงา	<p>จากการศึกษาตัวอย่างงานออกแบบของตราสินค้ากรกดและสัปปายะที่มีแนวทางการออกแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน ต่างมีการใช้รูปทรงทั้งรูปทรงที่เรียบง่าย เช่น รูปทรงเรขาคณิตผสมกับรูปทรงอิสระเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์</p> <p>ในส่วนโครงสร้างเงาของงานออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัยนั้น จะใช้โครงสร้างเงาที่มีลักษณะเรียบง่าย เช่น รูปทรงเรขาคณิต ซึ่งมาจากลักษณะการแต่งกายของคนในชุมชนของอำเภอเวียงเชียงรุ้งที่มีรูปแบบการแต่งกายที่เรียบง่าย สวมใส่สบาย เช่น การนุ่งผ้าซิ่นที่มีลักษณะรูปทรงกระบอก เป็นต้น ผสมกับรูปทรงอิสระเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ในขณะเดียวกันก็มีความสวยงามและตอบสนองต่อการใช้งานได้ดี</p>
สี	<p>เน้นการใช้สีย้อมจากธรรมชาติ ลดการใช้สีเคมีที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีทั้งสีที่เป็นสีพื้นฐาน (Basic Colour) และสีที่อยู่ในกระแสแนวโน้มแฟชั่น (Trend Colour) เพื่อให้สินค้ามีความทันสมัย สามารถแข่งขันกับตราสินค้าอื่น ๆ</p>
วัสดุดิบ	<p>เน้นการใช้เส้นใยจากธรรมชาติที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ฝ้าย ไหม เป็นต้น</p> <p>จากการศึกษาเกี่ยวกับผ้าทอมือในอำเภอเวียงเชียงรุ้งพบว่า วัสดุดิบในการทอผ้าทำจากไหมเป็นส่วนใหญ่ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในการใช้เส้นใยธรรมชาติ นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาการผลิตวัสดุดิบผ้าทอมือตามแนวทางในการพัฒนาผ้าทอมือ ซึ่งมีทั้งการคงรูปแบบลวดลายดั้งเดิมของผ้าทอลายรังผึ้งที่เป็นผ้าทอที่นิยมทอมากที่สุดและการพัฒนาหรือสร้างสรรค์ลวดลายใหม่ ๆ เพื่อสร้างความสนใจให้กับผ้า หรือการพัฒนาการใช้เส้นใยที่แตกต่าง เช่น ใหญ่ เล็ก หนา บาง เป็นต้น</p> <p>ใช้วัสดุตกแต่งก็เป็นวัสดุที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือเป็นวัสดุจากธรรมชาติเช่นกัน ซึ่งนอกจากเน้นการใช้ผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้งแล้ว ยังอาจจะใช้เส้นใย</p>

	<p>ธรรมชาติจากแหล่งอื่น ๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าลินิน ผ้าที่ทำจากใยกล้วย เป็นต้น</p> <p>ลดการสิ้นเปลืองของวัตถุดิบ ลดเศษเหลือที่เกิดจากการผลิต รวมถึงการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่าและเกิดประสิทธิวิธามากที่สุด</p>
รายละเอียด อื่นๆ	<p>การนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต ในงานวิจัยนี้คือการนำผ้าทอมือของคนในชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย ตอบสนองการใช้งานในปัจจุบัน ซึ่งนอกจากจะเป็นการต่อยอดงานพื้นถิ่นให้ยังคงอยู่ต่อไปแล้วยังเป็นสร้างงานให้คนในท้องถิ่น การลดการใช้เครื่องจักรกลในการผลิตซึ่งช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม</p> <p>การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความคงทนทั้งในแง่ของการใช้งานและความงาม มีรูปแบบที่ร่วมสมัย สามารถนำไปใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย</p> <p>การออกแบบที่สามารถสวมใส่ได้ในหลากหลายโอกาส หรือสามารถนำไปสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ ซึ่งช่วยลดการผลิตสินค้าและยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อีกด้วย</p>

จากการศึกษาความหมาย หลักการ ตัวอย่างผลงานตามแนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืน และตารางสรุปแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืนของงานวิจัย อาจจะสรุปได้ว่า การออกแบบอย่างยั่งยืน ในที่นี้คือ การออกแบบที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ตั้งแต่กระบวนการออกแบบ ขั้นตอนการผลิต ตลอดจนอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ไปจนถึง เมื่อผลิตภัณฑ์นั้นหมดอายุการใช้งานแล้วต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด โดยมีหลักการสำคัญคือ หลัก 4อาร์ คือ การลด การใช้ซ้ำ การรีไซเคิลและการซ่อมบำรุง นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์นั้นยังจะต้องสามารถตอบสนองการใช้งานต่อผู้บริโภคและสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการด้วย ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจ ชุมชนและสิ่งแวดล้อม

ในส่วนของความเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ (Sustainable Product) ของงานวิจัยนี้ จากตารางสรุปแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืน อาจจะกล่าวสรุปถึงความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ได้ ดังนี้

1.ความยั่งยืนในแง่ของสิ่งแวดล้อม คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดของเสียที่เกิดจากการผลิต หรือการใช้เส้นใยที่มาจากธรรมชาติ การใช้สีย้อมจากธรรมชาติ ลดผลกระทบจากสารเคมีทั้งต่อสิ่งแวดล้อมและตัวผู้ผลิตเอง

2.ความยั่งยืนในแง่ของศิลปวัฒนธรรมชุมชนหรืองานพื้นถิ่น ในงานวิจัยนี้คือ กรณีศึกษา ผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย

3.ความยั่งยืนในแง่ของการใช้งาน คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีการตัดเย็บที่ดี มีความสวยงาม สามารถสวมใส่ได้ทุกยุคทุกสมัย ในขณะที่เดียวกันก็สามารถสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ เป็นการเพิ่มโอกาสการใช้งานของตัวผลิตภัณฑ์เองและเพิ่มรูปแบบของเครื่องแต่งกาย เช่น สามารถสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่นในโอกาสแบบลำลองและยังสามารถสวมใส่เพื่อโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์แบบลำลองได้อีกด้วย เป็นต้น

นอกจากนี้การกำหนดตลาดและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเบื้องต้น ทำให้ได้ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ชัดเจนขึ้นคือ ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่นิ่ง เรียบง่าย สวยงาม ให้ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติจากการใช้วัสดุจากธรรมชาติ แต่มีความทันสมัยและมีกลิ่นอายของงานพื้นถิ่นอยู่



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย

จากที่ได้ศึกษาข้อมูลของแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน และการสรุปแนวทางเบื้องต้นที่จะนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยแล้ว ในส่วนนี้จะกล่าวถึงข้อมูลของผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย ทั้งในเรื่องแนวคิด ความสำคัญขอผ้าทอมือในชุมชนนี้ เอกลักษณ์ ลักษณะโดดเด่น ลวดลายของผ้า วัสดุที่ใช้ในการทอผ้า สีที่ใช้ในผ้าทอและกรรมวิธีการกระบวนการในการผลิต ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้จะเป็แนวทางในการพัฒนาและประยุกต์ผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง เพื่อใช้สำหรับเป็นวัตถุดิบหลักในการออกแบบเครื่องแต่งกายที่สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนของงานวิจัยต่อไป ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละหัวข้อดังนี้

2.10 ข้อมูลทั่วไปของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย

อำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายเป็นอำเภอที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำลาว มีลักษณะเป็นเนินสูง ชุมชนแรกที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานคือ ที่บ้านดงชัย ในตำบลทุ่งก้อในปัจจุบัน แต่เดิมเรียกว่า “ดงหนองเขียว” เมื่อประมาณ 300 กว่าปีที่ผ่านมา ซึ่งอพยพมาจากจังหวัดเชียงใหม่ ต่อจากนั้น ก็มีผู้คนอพยพเข้ามาอยู่เพิ่มขึ้นโดยลำดับ มาจากหลายเมือง อาทิ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง และจากภาคอีสาน มาตั้งหมู่บ้านอยู่จากเดิมที่มีเพียงตำบลทุ่งก้อเพียงตำบลเดียวเมื่อมีการเพิ่มจำนวนประชากร ความเจริญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จึงได้มีการแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 3 ตำบล คือ ตำบลทุ่งก้อ ตำบลป่าซาง และตำบลดงมหาวัน ดังเช่นในปัจจุบัน¹⁸



รูปที่ 2.7 แผนที่แสดงที่ตั้งของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง ในจังหวัดเชียงราย

ที่มา : <http://www.chiangraifocus.com/2010/images/map/CDF6agGutN.gif>

¹⁸ เชียงรายโฟกัส, "ข้อมูลอำเภอเวียงเชียงรุ้ง" <http://www.chiangraifocus.com/2010/aumpher.php?aid=7> (accessed 23 สิงหาคม 2556).

จากข้อมูลทั่วไปของอำเภอเวียงเชียงรุ้งที่ประกอบไปด้วย 3 ตำบล ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อสอบถามผู้เชี่ยวชาญและช่างทอในพื้นที่ตำบลต่าง ๆ คือ คุณศิริรัตน์ ภารรักษา แกนนำกลุ่มทอผ้า อำเภอเวียงเชียงรุ้งในตำบลป่าซาง คุณทองมูข บุตรวงศ์และคุณรณ เดชทัน ช่างทอผ้าในหมู่บ้านร่องหวาย ตำบลดงมหาวัน คุณพัน บุญสิงห์และสมภาร ลาวีราช กลุ่มทอผ้าบ้านป่าเลา ตำบลดงมหาวัน โดยในแต่ละตำบลจะมีการสร้างเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน ซึ่งจากการสอบถามพบว่าในแต่ละตำบลมีลวดลายการทอผ้าที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.11 แนวคิด ความสำคัญของผ้าทออำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย

ในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายนี้มีการทอผ้ามาช้านานตั้งแต่บรรพบุรุษ ซึ่งมีทั้งคนในท้องถิ่นเดิมและกลุ่มคนที่อพยพมาจากภาคอีสานเช่น จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดขอนแก่น เป็นต้น¹⁹ ซึ่งได้นำเอาวัฒนธรรม รูปแบบของการทอผ้าดั้งเดิมของตนเข้ามาด้วย เกิดการผสมผสานวัฒนธรรมระหว่างคนในท้องถิ่นเดิมและคนที่อพยพเข้ามา ดังเช่น ผ้าทอลายรังผึ้งที่ได้รับการพัฒนาประยุกต์มาจากผ้าทอชาวเขา²⁰ จากเดิมใช้ฝ้ายในการผลิต มีการประยุกต์นำเอาไหมซึ่งเป็นวัตถุดิบที่นิยมในภาคอีสานมาใช้ ทำให้เกิดผ้าใหม่ที่มีลักษณะต่างออกไปจากเดิมกลายเป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอในชุมชน ซึ่งการผสมผสานของวัฒนธรรมท้องถิ่นเดิมและของคนอีสานที่อพยพเข้ามาทำให้บริเวณนี้มีการทอผ้าที่แตกต่างจากผ้าทอภาคเหนือโดยทั่วไป เช่น วัตถุดิบและลวดลายที่คล้ายคลึงกับการทอผ้าในภาคอีสาน หรือการทอผ้าไหมเป็นส่วนใหญ่แทนที่จะเป็นผ้าฝ้ายดังเช่นชุมชนท้องถิ่นอื่น ๆ ของภาคเหนือ เป็นต้น ความสำคัญของการทอผ้าในชุมชน จากเดิมทอผ้าเพื่อใช้ในครัวเรือน เช่น ใช้ทำเป็นผ้าซิ่นเพื่อสวมใส่ในงานสำคัญต่าง ๆ ใช้ทำผ้าห่ม ผ้าปูที่นอน เป็นต้น กลายมาเป็นการทอเพื่อการค้าและธุรกิจมากขึ้น เช่น การทำผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ เพื่อส่งขายให้นักลงทุน เป็นต้น ซึ่งเป็นผลมาจากวิถีชีวิตของคนี่เปลี่ยนไป มีความเป็นชุมชนเมืองมากขึ้น คนหันไปบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรมที่ผลิตได้รวดเร็วและมีรูปแบบที่หลากหลาย คนรุ่นใหม่หันไปประกอบอาชีพอื่นให้ความสนใจผ้าทอในชุมชนน้อยลง อย่างไรก็ตามก็ยังคงมีการทอผ้าในชุมชนอยู่แม้จะมีวัตถุประสงค์เพื่อการค้ามากขึ้น แต่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้การทอผ้าและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนยังคงอยู่และเป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้เสริมให้กับคนในชุมชนจากการทำการเกษตรซึ่งเป็นอาชีพหลัก

¹⁹ กรมศิลปากร.

²⁰ ศิริรัตน์ ภารรักษา.

2.12 รูปแบบ ลวดลายผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง

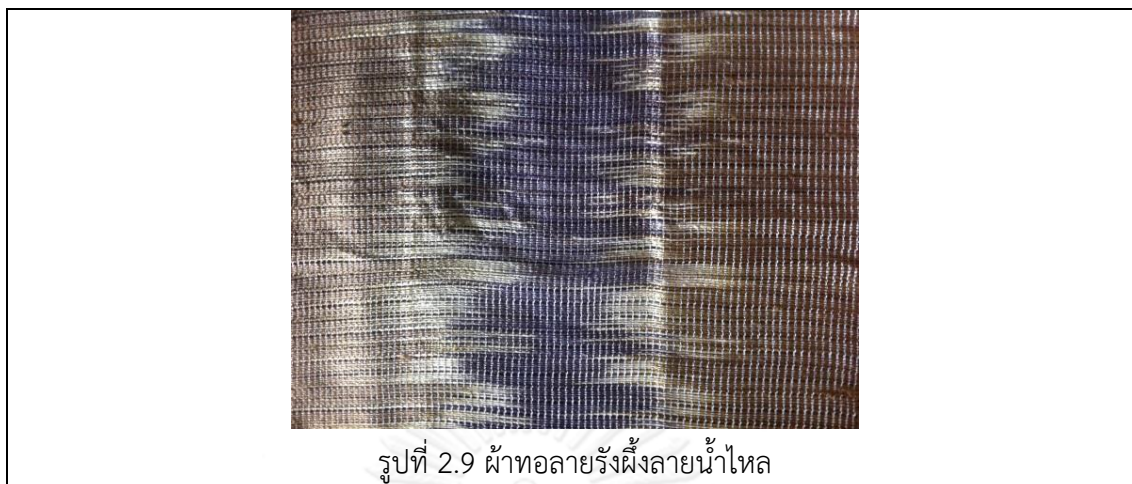
ผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายนี้ โดยมากมักเป็นการทอผ้าไหมมากกว่าผ้าฝ้าย มีทั้งไหมพันธุ์พื้นเมืองที่เส้นไหมมีสีเหลืองอ่อนและพันธุ์ไหมจากจีนที่มีเส้นไหมสีขาวนวล เนื่องจากกลุ่มทอผ้าบรรพบุรุษอพยพมาจากภาคอีสานเช่น จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี เป็นต้น ซึ่งได้นำเอาการทอผ้าของท้องถิ่นเดิมเข้ามาด้วย ลวดลายบนผ้าจึงเป็น ลวดลายที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษที่มีลักษณะของผ้าทอในภาคอีสาน เช่น ผ้าชิ้นมัดหมี่ลายหมากจัน ลายกาบดอกไม้ ผ้าโสร่งไหมผู้ชายอีสาน ผ้าชิ้นมัดหมี่ลายจับหว่านตีนโยงลายขอและลายซ่อ ชิ้นลายสายฝน ลายลูกแก้ว ลายกระสอบ เป็นต้น และยังมีผ้าทอของไทยยวนเดิม เช่น ผ้าชิ้นตาล่อง ชิ้นตาเต็บ เป็นต้น²¹ แต่ในปัจจุบันจากคำบอกเล่าของนางศิริรัตน์ ภารรักษา²² ซึ่งเป็นแกนนำกลุ่มทอผ้าในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย พบว่า ในปัจจุบันในชุมชนนิยมทอผ้าลวดลายดั้งเดิมน้อยลง มักทอลายรังผึ้งเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากเป็นลายที่ดูทันสมัย ได้รับความนิยมจากกลุ่มลูกค้ามากกว่า โดยทำเป็นผ้าพันคอและผ้าคลุมไหล่ ซึ่งมีกลุ่มนายทุนเป็นผู้ว่าจ้างให้ชาวบ้านทอผ้าให้ ดังนั้นลวดลายดั้งเดิมจึงค่อย ๆ หายไปเหลือเพียงลวดลายที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ ลวดลายที่นิยมทอกันในอำเภอเวียงเชียงรุ้งในปัจจุบันมีดังนี้

ตารางที่ 2.4 ตารางแสดงลายผ้าทอมือที่นิยมทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้งในปัจจุบัน

ลายรังผึ้ง
<p>ลายรังผึ้งเป็นลวดลายที่นิยมทอมากที่สุดในการนี้ โดยมากมักทำเป็นผ้าคลุมไหล่ และผ้าพันคอ ซึ่งเป็นลายที่พัฒนาจากผ้าทอชาวเขา ผ้าทอลายรังผึ้งนี้มีการใช้สีที่ทำให้เกิดลวดลายที่ต่างไปจากเดิมอีก คือ การใช้สีเดียวทั้งผืนและการใช้สีที่เกิดจากการมดย้อมของเส้นด้ายพุ่ง เรียกว่า ลายน้ำไหล</p> 
รูปที่ 2.8 ผ้าทอลายรังผึ้งแบบสีเดียวทั้งผืน

²¹ กรมศิลปากร.

²² ศิริรัตน์ ภารรักษา.



รูปที่ 2.9 ผ้าทอลายรังผึ้งลายน้ำไหล

ลักษณะต่างๆ	ลักษณะทางรูปธรรม	ลักษณะทางนามธรรม
ลักษณะเด่น	มีลักษณะของลายผ้าที่มีการทอเว้นช่องไว้เป็นช่วง ๆ มีลักษณะคล้ายตารางหรือรังผึ้ง ริมขอบผ้าทอที่บ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นขอบผ้าชัดเจน	ด้วยลักษณะที่เป็นช่อง ๆ คล้ายรังผึ้งทำให้ผ้ามีพื้นผิว (Texture) ที่แปลกใหม่ให้ความรู้สึกที่ไม่เรียบลื่นและมีมิติของผ้ามากขึ้น
สี	สีที่ใช้มีหลากหลาย มีทั้งสีจากธรรมชาติและสีเคมี ซึ่งมักเป็นสีที่ทำตามคำสั่งของลูกค้า ซึ่งไม่มีสีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในชุมชน แต่สีที่ได้รับความนิยมเป็นส่วนมากเช่น สีน้ำเงิน สีขาวนวล สีชมพู สีน้ำตาล สีม่วง เป็นต้น	เนื่องจากมีการใช้สีในโทนสีที่หลากหลาย จึงทำให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน แต่สีที่ย้อมจากสีธรรมชาติให้ความรู้สึกที่อ่อนโยนและดูเป็นธรรมชาติมากกว่ามีย้อมเคมีที่ให้ความรู้สึกสดใส จัดจ้าน
วัตถุดิบ	โดยมากมักเป็นการทอผ้าไหมมากกว่าผ้าฝ้าย มีทั้งไหมพันธุ์พื้นเมืองที่เส้นไหมมีสีเหลืองอ่อนและพันธุ์ไหมจากจีนที่มีเส้นไหมสีขาวนวล โดยด้านเส้นยืนจะใช้ไหมเส้นเล็ก และด้ายเส้นพุ่งจะใช้ไหมที่มีขนาดใหญ่กว่า	ฝ้าย ผ้าที่ทอจากฝ้ายจะมีลักษณะแข็งกระด้างมากกว่า พื้นผิวมีลักษณะที่บิด้าน ไหม ผ้าที่ทอจากไหมจะมีน้ำหนักของผ้ามากกว่า มีลักษณะที่ตัว พริ้วไหว มีความมันเงาเล็กน้อย ทำให้ผ้าที่ทอจากไหมมีความสวยงามกว่า จึงได้รับความนิยมจากลูกค้ามากกว่า
กรรมวิธีพิเศษ	การทอ ที่มีการเว้นเป็นช่องเป็นระยะๆ คล้ายรังผึ้ง การใช้เส้นไหมยืนและเส้นด้ายพุ่งที่มีขนาดต่างกัน ทำให้มี	ทำให้ผ้าดูมีมิติมากขึ้น

	ลักษณะเป็นช่อง ๆ ทึบโปร่งสลับกันไป	
	การใช้สี การใช้สีพื้นทั้งผืนผ้าและการมัดย้อมสีเส้นด้ายพุ่ง และทอให้สีเดียวกันอยู่ในช่วงเดียวกันหรือเรียกว่าลายน้ำไหล โดยมากมักทำเป็นสามสี คือ สีส่วนกลาง ส่วนถัดจากตรงกลาง และส่วนริมผ้า	ผ้าทอลายรังผึ้งลายน้ำไหล ที่มีการย้อมสีด้ายเส้นพุ่งทำให้ตัวผ้ามีพื้นผิวที่แตกต่างจากเดิมไปอีก มีสีสันที่หลากหลาย น่าสนใจขึ้นให้ความรู้สึกที่ไม่หยุดนิ่ง เคลื่อนไหว และมีมิติมากขึ้น
<p>ลายสายฝน</p>  <p>รูปที่ 2.10 ผ้าทอลายสายฝน ที่มา : กรมศิลปากร, 2547: หน้า 122.</p>		
ลักษณะต่างๆ	ลักษณะทางรูปธรรม	ลักษณะทางนามธรรม
ลักษณะเด่น	เป็นผ้าทอที่เกิดจากการย้อมเส้นด้ายพุ่งและเส้นด้ายยืน เป็นช่วงๆ โดยมากมักย้อมเพียงสองสี แล้วทอลายขัดตามปกติ เกิดเป็นลวดลายที่มีลักษณะเป็นเส้น ๆ เป็นช่วง ๆ คล้ายสายฝน	ลวดลายให้ความรู้สึกที่เคลื่อนไหว กระจัดกระจาย ไม่เป็นระเบียบ ทำให้เกิดมิติบนผืนผ้า
สี	มีการใช้สีที่หลากหลายเช่นเดียวกัน โดยสีที่นิยมคือ สีแดงเข้ม สีเปลือกมังคุด สีเขียว สีน้ำเงิน สีน้ำตาล เป็นต้น โดยมากมักเป็นสีเข้ม พบสีอ่อนได้น้อย เนื่องจากจะเห็นลายไม่ชัดเจน	เนื่องจากผ้าทอลายนี้มักใช้สีเข้มเพื่อให้เห็นลายได้ชัดเจน ทำให้สีผ้าส่วนใหญ่ให้ความรู้สึกทึบ มีด ดูภูมิฐาน สูงวัย
วัตถุดิบ	มีทั้งใช้ผ้าฝ้าย และผ้าไหมในการผลิต	ถ้าเป็นผ้าไหมจะให้ความรู้สึกที่ภูมิฐาน หูหรรกว่าจากความเงางามของตัวผ้า

		และมีพื้นผิวสัมผัสที่นุ่มมือกว่าผ้าฝ้าย ผ้าฝ้ายให้ความรู้สึกที่แข็งแรง กระด้าง มากกว่า
กรรมวิธีพิเศษ	คือการมัดย้อมสีเส้นด้ายพุ่งและเส้นด้าย ยืนเป็นช่วง ๆ แล้วนำไปทอโดยไม่ได้ กำหนดตาย ทำให้เกิดลายที่มีลักษณะ กระจัดกระจาย ไม่เป็นระเบียบ	ให้ความรู้สึกที่ไม่เป็นระเบียบ เกิดการ เคลื่อนไหว และเพิ่มมิติให้กับตัวผ้า
ลายลูกแก้ว		
		
รูปที่ 2.11 ผ้าทอลายลูกแก้ว ที่มา : http://www.google.com		
ลักษณะต่างๆ	ลักษณะทางรูปธรรม	ลักษณะทางนามธรรม
ลักษณะเด่น	เป็นผ้าทอที่เกิดจากการยก หรือข้าม เส้นด้ายพุ่งในขณะทอลาย ชัดกับ เส้นด้ายยืนเกิดเป็นลวดลายที่มีลักษณะ ต่อเนื่องกันซ้ำ ๆ จนเต็มผืนผ้า ลายมี ลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน ต่อเนื่องกันคล้ายลายตารางเฉียง	ให้ความรู้สึกที่เป็นระเบียบ เรียบร้อย หรูหรา มีมิติบนผืนผ้า
สี	มีการใช้สีที่หลากหลายทั้งสีธรรมชาติ และสีเคมี ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะในการ ใช้สี บางใช้สีโทนอ่อน บางใช้สีโทนเข้ม แต่มักจะใช้สีเส้นด้ายยืนและเส้นด้ายพุ่ง ต่างกัน เพื่อให้เกิดลวดลายที่ชัดเจน บางครั้งมีการใช้เส้นด้ายยืนหลายสีทำให้ เกิดลายของเส้นด้ายยืนอีกมิติหนึ่ง	โทนสีเข้มให้ความรู้สึกที่ภูมิฐาน ทึม ในขณะที่ถ้าใช้โทนสีอ่อนให้ความรู้สึก อ่อนโยน เรียบร้อย หุหรา

วัตถุดิบ	มีทั้งการใช้ฝ้ายและไหมในการผลิต บางครั้งมีการใช้ทั้งไหมและฝ้ายผสมกัน เช่น ใช้เส้นด้ายยืนใช้ฝ้าย เส้นด้ายพุ่งใช้ไหมเป็นต้น	ผ้าที่ทอด้วยฝ้ายให้ความรู้สึกที่แข็งแรง ทนทาน แข็งกระด้าง ในขณะที่ผ้าที่ทอด้วยไหมจะอ่อนนุ่มกว่า มีความหรูหรา มีลักษณะมันเงามากกว่า เกิดเป็นมิติของผ้า ชัดเจนกว่าผ้าฝ้าย
กรรมวิธีพิเศษ	การทอ คือการใช้เส้นด้ายพุ่งข้ามหรือยกผ่านเส้นด้ายยืนเป็นช่วง ๆ อย่างเป็นระเบียบเกิดเป็นลวดลายซ้ำ ๆ ตลอดทั้งผืนผ้า	ทำให้ผ้าเกิดมิติ และลวดลายที่เป็นระเบียบ ให้ความรู้สึกเรียบร้อย หรูหรา
	สี การใช้สีเส้นด้ายยืนและเส้นด้ายพุ่งที่ต่างกัน เกิดเป็นลวดลายที่ชัดเจน หรือในบางครั้งมีการใช้สีในเส้นด้ายยืนมากกว่าสีเดียว เพิ่มมิติให้กับผืนผ้ามากขึ้นไปอีก	ให้ความรู้สึกที่หรูหรา เป็นระเบียบ ถ้าใช้เส้นด้ายยืนหลายสีก็ทำให้ผ้ามีมิติมากขึ้น โทนสีอ่อนตัวผ้าให้ความรู้สึกนุ่มนวล อ่อนโยน
ลายกระสอบ <div style="text-align: center;">  <p>รูปที่ 2.12 ผ้าทอลายกระสอบ ที่มา : http://www.google.com</p> </div>		
ลักษณะต่างๆ	ลักษณะทางรูปธรรม	ลักษณะทางนามธรรม
ลักษณะเด่น	ลักษณะที่โดดเด่นของลายกระสอบคือ การทอลายขัดของเส้นด้ายยืนและเส้นด้ายพุ่งปกติ แต่มีการใช้เส้นด้ายที่ใหญ่ หนา และมีบางครั้งมีการใช้สีเส้นด้ายพุ่งและเส้นด้ายยืนที่ต่างกัน ทำให้เกิดลวดลายขัดที่ชัดเจน	ลายกระสอบให้ความรู้สึกที่หยาบ พื้นผิวสัมผัสไม่เรียบเนียน ถ้ามีการใช้สีเส้นด้ายยืนและเส้นด้ายพุ่งต่างกันจะทำให้ผ้ามีมิติ ให้ความรู้สึกที่ผ้าไม่เรียบขรุขระ

สี	มีทั้งการใช้สีธรรมชาติ และสีเคมี ไม่มีข้อกำหนดตายตัวในการใช้สี และมีทั้งการใช้สีเดียวกันตลอดทั้งผืน หรือมีการใช้สีเส้นด้ายยืนและเส้นด้ายพุ่งต่างกัน	สีที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติจะให้ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติมากกว่า เช่นสีน้ำตาล เป็นต้น
วัตถุดิบ	มีทั้งการใช้ฝ้ายและไหม	ฝ้ายจะให้ความรู้สึกที่แข็งกระด้าง ทึบหนัก ในขณะที่ไหมมีน้ำหนักมากกว่าจึงให้ความรู้สึกที่พริ้วไหว อ่อนนุ่มมากกว่า และมีความมันเงา ให้ความรู้สึกหรูหรา มากกว่าฝ้าย
กรรมวิธีพิเศษ	คือใช้สีที่ต่างกันของเส้นด้ายยืนและเส้นด้ายพุ่ง ทำให้เกิดมิติบนผืนผ้าชัดเจน	เพิ่มความมีมิติของตัวผ้าชัดเจนขึ้น
<p>ลายลอน</p>  <p>รูปที่ 2.13 ผ้าทอลายลอน</p>		
ลักษณะต่างๆ	ลักษณะทางรูปธรรม	ลักษณะทางนามธรรม
ลักษณะเด่น	ผ้าทอลายลอนเป็นลายทอหนึ่งที่ได้รับ ความนิยมในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง มีการทอลายอยู่ในหลายหมู่บ้าน ลักษณะเด่น คือ มีการทอด้วยเส้นด้ายพุ่งที่มีขนาด ใหญ่เล็กต่างกัน โดยทอเส้นด้ายพุ่งที่มีเส้นใยขนาดใหญ่ระยะหนึ่งแล้วทอเส้นด้ายพุ่งที่มีขนาดเล็กสลับกันเป็น ช่วง ๆ ที่เท่ากันเกิดเป็นลายทาง	ผ้าทอลายนี้ให้ความรู้สึกที่มีมิติของตัว ผ้า ลวดลายมีความหยาบหนาผสมกับ ความละเอียด ลายทางให้ความรู้สึกถึงความคลาสสิก (Classic) ผสมกับความ เป็นพื้นถิ่น (Ethnic)

	(Striped) โดยเส้นด้ายที่ต่างขนาดกัน มักใช้สีต่างกัน ช่วงที่เป็นแถบกว้างมักเป็นเส้นด้ายที่มีขนาดใหญ่ อาจมีการมัดย้อมทำให้เกิดลวดลายและมิติเพิ่มขึ้น	
สี	มีการใช้สีที่หลากหลาย มีทั้งโทนสีอ่อนและโทนสีเข้ม โดยมากเส้นด้ายพุ่งเส้นใหญ่และเส้นด้ายพุ่งเส้นเล็กที่ทอสลักกันมักมีสีต่างกัน เส้นด้ายพุ่งเส้นใหญ่บางครั้งมีการมัดย้อมสี	ให้ความรู้สึกที่หลากหลายตามโทนสีที่เลือกใช้ ถ้าเส้นด้ายที่ทอสลักกันมีการใช้สีในโทนเดียวกันจะให้ความรู้สึกที่กลมกลืน แต่ถ้าเส้นด้ายที่ทอสลักกันใช้โทนสีที่ต่างกันจะทำให้เห็นลายทอชัดเจนขึ้น
วัตถุดิบ	มีทั้งการใช้ฝ้ายและไหม แต่โดยมากมักใช้เส้นไหม มีการใช้เส้นใยผสมกันบ้างแต่ไม่ค่อยได้รับความนิยม	ถ้าใช้เส้นไหมจะมีความนุ่มของพื้นผิวสัมผัสมากกว่าเส้นฝ้าย มีลักษณะพริ้วไหว มีน้ำหนัก และมีความมันเงามากกว่าฝ้าย
กรรมวิธีพิเศษ	คือการทอด้วยเส้นด้ายพุ่งที่มีขนาดต่างกัน การมัดย้อมสีเส้นด้ายพุ่งเส้นใหญ่ นอกจากนี้ในบางครั้งมีการแทรกด้ายเส้นใหญ่อยู่ตรงกลางของช่วงที่มีการทอเส้นด้ายขนาดเล็กด้วย เพิ่มความซับซ้อนของลวดลายมากขึ้น	การทอด้วยเส้นด้ายพุ่งที่มีขนาดต่างกัน สลับเป็นช่วง ๆ ทำให้ตัวผ้ามีมิติ ไม่แบนเรียบ มีพื้นผิวสัมผัสที่ขรุขระผสมกับความเรียบละเอียด นอกจากนี้การมัดย้อมเส้นด้ายพุ่งยังทำให้ผ้าทอมีมิติเพิ่มขึ้น ให้ความรู้สึกที่ไม่เป็นระเบียบ เคลื่อนไหว ขรุขระ

จากตารางดังกล่าวจะเห็นถึงลวดลายของผ้าที่ทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง ซึ่งมีลวดลายและกรรมวิธีในการผลิตที่แตกต่างกันไป แต่วัตถุดิบส่วนใหญ่เหมือนกันคือ ไหมและฝ้าย แต่นิยมทอด้วยผ้าไหมมากกว่า ส่วนการใช้สีในการทอนั้นไม่มีสีที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่ชัดเจน โดยมากมักใช้สีเคมี มีการใช้สีย้อมธรรมชาติบ้าง ซึ่งผ้าทอในแต่ละลายก็ให้ความรู้สึก พื้นผิวสัมผัสที่ต่างกันไปขึ้นอยู่กับการใช้สี วัตถุดิบและกรรมวิธีในการทอด้วย ซึ่งในปัจจุบันลายที่นิยมทอมากที่สุดและถือเป็นลายที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนนี้คือ ผ้าทอลายรังผึ้ง

2.13 วัตถุดิบที่ใช้ในการทอผ้า

ผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้งนี้ แม้จะมีลวดลายสีสันทันที่หลากหลายแต่วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการทอผ้าเป็นส่วนใหญ่คือ ฝ้ายและไหม ซึ่งขั้นตอนในการเตรียมเส้นใยฝ้ายและไหมก่อนนำเส้นด้ายไปทอเป็นผืนผ้านั้นมีกระบวนการต่างกันเพียงเล็กน้อย

2.13.1 ฝ้าย ฝ้ายเป็นที่นิยมในการทอผ้าพื้นบ้านของไทย มีกรรมวิธีในการทำเส้นใย การพอกย้อมไม่ยุ่งยากซับซ้อนเหมือนไหม และดูดซึมสีธรรมชาติได้ดี ฝ้ายในประเทศไทยที่นิยมนำมาใช้ในการทอผ้ามี 2 ชนิดคือ พันธุ์ที่ให้ปุ๋ยฝ้ายสีน้ำตาลและพันธุ์ที่ให้ปุ๋ยฝ้ายสีขาวนวล

การเตรียมเส้นใยฝ้าย ต้นฝ้ายจะเริ่มปลูกในช่วงต้นฤดูฝน ประมาณ 6-7 เดือนก็จะได้สมอหรือฝักที่แก่เก็บได้ การเก็บจะคัดเอาแต่ปุ๋ยฝ้ายที่มีเมล็ดติด ฝักแตกจนแห้งแล้วนำมาอัดหรือหีบเพื่อเอาเมล็ดออก เมื่อได้จำนวนมากพอจึงนำไปใส่ในกะเพียดใช้คันไถงหรือไม้ตี ตีให้เป็นปุ๋ย นำมาแผ่เป็นแผ่นแล้วนำมาม้วนเป็นหลอดด้วยไม้ล้อฝ้าย จากนั้นนำไปเข้าเครื่องหลาหรือโม่เพื่อป่น ดึงหลอดฝ้ายให้กลายเป็นเส้นใยหรือเส้นด้ายเรียกว่า เซ็นฝ้าย เมื่อเส้นด้ายมีจำนวนมากพอจะนำมารวมกันเป็นกลุ่มก้อนหรือเป็นปอยที่เรียกว่า ทำเช็ด ทำใจ โดยใช้ไม้เปียด้าย แล้วจึงนำไปเข้าสู่การย้อมสีก่อนนำไปทอต่อไป²³

2.13.2 ไหม ไหมที่ใช้ในชุมชนเป็นพันธุ์พื้นเมืองเป็นส่วนใหญ่ เส้นใยไหมมีสีเหลือง มีความแข็งแรงทนทาน เหมาะกับสภาพอากาศร้อน ในส่วนของตัวไหมนั้นในชุมชนได้ใช้พันธุ์ไหม ก.ช.ก.10²⁴ ซึ่งสามารถต้านทานโรคสูง โดยเส้นไหมที่ได้จะมีขนาดและมีความละเอียดสวยงามแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับขั้นตอนในการนำรังไหมไปสาวเส้นไหม โดยเส้นไหมที่ได้ในแต่ละช่วงของการสาวไหมจะทำให้ได้เส้นใยที่ต่างกัันดังนี้

2.13.2.1 ไหมล่องหรือไหมเลย คือการสาวไหมครั้งเดียวจนใยไหม หมดจากรังไหม เส้นใยใหญ่ คุณภาพปานกลาง

2.13.2.2 ไหมเปลือกนอกหรือไหมลิบ คือการสาวไหมเอาเฉพาะเปลือกนอกแล้วพักรังไหมทิ้งไว้ ไหมที่ได้จะแข็ง มีความมันวาวน้อย คุณภาพน้อยกว่าไหมเลย

2.13.2.3 ไหมน้อย หรือเป็นไหมเส้นเล็กสุด มีความมันวาว เป็นการนำรังไหมลิบที่พักไว้มาสาวไหมต่อ

2.13.2.4 ไหมชี้กระเพย เป็นไหมชั้นในสุด เป็นเปลือกที่หุ้มดักด้ว้ด้วย เส้นไหมที่ได้จะเต็มไปด้วยเปลือกดักด้ว้ที่มีลักษณะเป็นปุ่มปม หรือที่เรียกว่าชี้ไหม

เส้นไหมที่ได้จากการสาวไหมแล้วมักเป็นเส้นใยที่แข็งกระด้าง จึงมักนำไปพอกด้วยน้ำต่างให้เส้นใยไหมขาวขึ้นและนิ่มขึ้น พร้อมทั้งจะนำไปย้อมสีหรือนำไปทอเป็นผืนผ้าต่อไป

²³ กรมศิลปากร.

²⁴ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านเนินไทรพัฒนา, การอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ (เชียงราย).

2.14 สีที่ใช้ในผ้าทออำเภอเวียงเชียงรุ้ง และข้อมูลการใช้สีย้อมธรรมชาติ

สีที่ใช้ในผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายนี้ไม่มีการใช้สีใดสีหนึ่งที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น มีการใช้สีที่หลากหลาย ทั้งในโทนสีเข้มและโทนสีสว่าง สีที่นิยมนำมาใช้เช่น สีชมพูอ่อน สีชมพูเข้ม สีเขียว สีฟ้า สีน้ำเงิน สีม่วง สีน้ำตาล สีธรรมชาติ เป็นต้น สีที่ไม่นิยมในการทอคือ สีเหลือง และสีเขียวสดเพราะไม่เป็นที่นิยมของลูกค้า²⁵

สีที่ใช้ในการย้อมเส้นใยมีทั้งการใช้สีธรรมชาติและสีเคมี สีธรรมชาติให้สีสันทึบสวยงามเป็นธรรมชาติ สีเคมีมีหลากหลายสี ทำได้รวดเร็ว ได้มาตรฐานและทนทานมากกว่าสีธรรมชาติ แต่อย่างไรก็ตามการย้อมเส้นใยด้วยสีเคมีย่อมมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและตัวผู้ย้อมเองในระยะยาว

ในการย้อมสีธรรมชาตินั้นเป็นสีที่ได้จากวัสดุจากธรรมชาติ มักเป็นสีที่สกัดจากส่วนต่าง ๆ ของพืชที่หาได้ในท้องถิ่นหรือจากสัตว์เช่น ครั่ง เป็นต้น สีย้อมธรรมชาติเหล่านี้โดยหลักคือสีที่ได้จากครั่งให้สีแดง แก่นขนุนให้สีเหลือง ต้นครามให้สีน้ำเงิน ต้นมะเกลือให้สีดำ เป็นต้น ทั้งนี้กระบวนการมีความคล้ายคลึงกันคือการสกัดสีโดยการต้ม บางแห่งมีเคล็ดลับเพิ่มเติมที่ทำให้สีติดได้ดีขึ้นเช่น นำไปแช่ในน้ำปลักควายหรือแช่น้ำสนิมเหล็ก เป็นต้น เมื่อย้อมผ้าแล้วถ้าจะให้สีจับผ้าไม่ตกง่ายเติมใช้น้ำสารส้มและน้ำมะกรูดย้อมทับอีกที

ตารางที่ 2.5 ตารางแสดงตัวอย่างสีย้อมจากธรรมชาติที่ได้จากพืชชนิดต่าง ๆ²⁶

สีที่ได้	วัตถุดิบที่ได้จากพืชและสัตว์
สีเหลือง	หัวขมิ้น หรือหัวขมิ้นกับใบฝรั่งหรือรากยอป่า หรือแก่นแกแล หรือแก่นขนุน ใบมะขามไทย ยางรง ดอกทองกวาว
สีเหลืองอ่อน	แก่นแกแล หรือรากไม้ยอป่ากับผิวมะกรูด หรือเปลือกไม้ นมแมว ไยมะพร้าวอ่อน รากคำฝอย ใบฝรั่ง เปลือกผลมังคุด
สีเหลืองแก่	แก่นขนุน ดอกคำแสด ดอกกรรณิกา
สีนวล	รากยอป่า
สีจ๋าปา	ดอกคำฝอย ดอกกรรณิกา
สีกาเกี	แก่นขนุน เปลือกไม้เบนหนาม ขมิ้นชันและใบสัก เปลือกเพกา
สีกาเกีแกมเขียว	ใบสมอป่า
สีเขียวตองอ่อน	ใบสับปะรดอ่อนกับน้ำมะนาวหรือน้ำมะกรูด
สีเขียวมะกอก	ใบสัก กระบะก เปลือกต้นตะแบก
สีเขียวอ่อน	ใบแค

²⁵ ศิริรัตน์ ภารรักษา.

²⁶ กรมศิลปากร.

สีเขียวแก่	เปลือกสมอกับใบสมอ
สีเขียวขี้ม้า	ใบตะขบไทย ใบหูกวางแก่ เปลือกและผลสมอภีเพก
สีแสด	ผลแสด หรือผลและใบแสด ใบเทียนกิ่ง ดอกยมหอม
สีแดง	รากยอป่า ต้นมะไฟป่า น้ำมันปลา น้ำมันหมูและน้ำมันเมล็ดกระทงลาย หรือต่างไม้เหมือด 3 ส่วนน้ำมันปลา 1 ส่วน และรากยอป่าหรือผลคำแฝด รากยอ ไม้ฝาง ดอกคำฝอย รากและดอกคำป่า เปลือกสะเดา ไม้มะกกล้ำต้น
สีแดงยอ	เปลือกต้นสมอ
สีคราม	รากและใบต้นครามหรือห้อม
สีดำ	ผลสมอแคน หรือเปลือกและใบเบน หรือเปลือกและใบสมอ หรือผลมะเกลืออ่อน กับใบกะเม็งและรากชะพลู กับใบต้นกะเนียง มะกั้ม รกฟ้า ตับเต่าตัน มะยมป่า
สีน้ำตาล	หมาก อ้อยช้าง นนทรี เปลือกโกกงาง พะยอม เคี่ยม สีเสียด
สีม่วง	หว่า

2.15 กรรมวิธีและกระบวนการทอผ้า

ผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้งมีลายทอที่นิยมในปัจจุบันเหลือเพียงไม่กี่ลายจากในอดีต ลายที่นิยมและถือว่าเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของผ้าทอในชุมชนคือผ้าทอลายรังผึ้ง ซึ่งผ้าทอลายต่าง ๆ มีกรรมวิธีและกระบวนการทอไม่แตกต่างกันมากนัก โดยเครื่องมือที่ใช้ในการทอผ้านั้นคือ หูก ทอมือ หรือที่พื้นบ้าน ในที่ทอผ้าหลักหนึ่งนั้นประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 2.6 ตารางแสดงส่วนประกอบของกี่ทอผ้า²⁷

อุปกรณ์	ลักษณะและการใช้งาน
<p>พืม</p>  <p>รูปที่ 2.14 ภาพของพืม</p> <p>ที่มา : http://northencottonweaving.blogspot.com/</p>	<p>เป็นเครื่องมือสำคัญในการทอผ้า มีลักษณะเป็นกรอบสี่เหลี่ยมผืนผ้า ตัวกรอบพืมทำจากไม้เนื้อแข็ง ภายในเป็นฟันซี่เล็ก ๆ เหลาด้วยไม้ไผ่เรียงกันลักษณะคล้ายฟันของหวี พืมทำหน้าที่เป็นตัวกระแทกให้เส้นด้ายพุ่งและเส้นด้ายยืนแน่นติดกัน พืมที่มีเส้นด้ายยืนสอดอยู่พร้อมที่จะทอเป็นผ้าเรียกว่าหูก</p>

²⁷ ibid.

<p style="text-align: center;">เขาหรือตะกอ</p>  <p style="text-align: center;">รูปที่ 2.15 เขาหรือตะกอ</p> <p>ที่มา : http://app1.bedo.or.th/fabric/ToolInfo.aspx?Id=9</p>	<p>เป็นเครื่องมือที่ใช้ร่วมกับฟืม เขา หรือ ตะกอ เป็นที่ร้อยเส้นด้ายออกจากฟืม เรียกว่าด้านทางเครือ (เส้นยืน) ทั้งนี้เขาจะทำหน้าที่ยกเส้นด้ายยืนหรือด้ายทางเครือขึ้นลงสลับกัน เมื่อสอดเส้นด้ายพุ่ง ด้ายเส้นยืนและเส้นพุ่งจะขัดกันเป็นลวดลายผ้า เขาหรือตะกอจะมีอย่างน้อย 2 เขาสำหรับทำผ้าพื้นหรือผ้าลายทาง ถ้ามีเขาหรือตะกอที่มี 4 เขาหรือ 6 เขาก็จะได้ลวดลายบนผ้าที่สลับซับซ้อนยิ่งขึ้น ตัวเขานี้จะใช้คู่กับไม้เหยียบที่อยู่ด้านล่าง เรียกว่า ไม้เหยียบหูก เป็นไม้กลมยาวประมาณ 1.50 – 2.00 เมตร มีเชือกผูกโยงกับเขาแต่ละอัน เมื่อเหยียบไม้ลงเขาที่ที่เชือกโยงอยู่ก็จะยกเขานั้นขึ้น โดยปกติจำนวนของเขาคือเท่ากับจำนวนของไม้เหยียบหูก</p>
<p style="text-align: center;">ไม้พาดหรือหาบหูก</p>  <p style="text-align: center;">รูปที่ 2.16 ไม้หาบหูก</p> <p>ที่มา : http://202.29.22.173/php/information2/pattarapon/musme.html</p>	<p>เป็นไม้ที่สอดร้อยกับเชือกที่ผูกเขาด้านบน เพื่อให้หูกยึดติดกับที่ ไม้หาบหูกจะมีเพียงอันเดียวแม้ว่าจะมีเขาหรือตะกอหลายเขาก็ตาม</p>
<p style="text-align: center;">กระสวย</p>  <p style="text-align: center;">รูปที่ 2.17 กระสวย</p> <p>ที่มา : http://arc.m.rmu.ac.th/newlocaldb/stdlocal/2554/chumrune/hh.html</p>	<p>ทำจากไม้เนื้อแข็ง ยาวประมาณ 1 ฟุต หัวท้ายมีรูปร่างเรียว งอน ตรงกลางเป็นรางสำหรับใส่หลอดด้ายเส้นพุ่ง แต่ในปัจจุบันมีกระสวยที่ทำสำเร็จซึ่งทำมาจากพลาสติกด้วย</p>

<p style="text-align: center;">ไม้ค้ำพันหรือไม้ม้วนผ้า</p>  <p style="text-align: center;">รูปที่ 2.18 ไม้ค้ำพัน</p> <p>ที่มา : http://silksurinthailand.blogspot.com/</p>	<p>ใช้สำหรับพันหรือม้วนผ้าที่ทอเสร็จแล้ว ปลายด้านหนึ่งเจาะรูสำหรับยึดติดกับหลักที่ เมื่อหยุดทอจะเก็บหูกออกจากที่ เรียกว่า กู้ หูก โดยจะม้วนเส้นด้ายขึ้นมารวมกันที่พืม แล้วใช้เชือกด้านล่างเข้าขึ้นมาผูกยึดไว้กับพืม ปลายไม้หาบหูกลง แล้วนำไปเก็บได้</p>
<p style="text-align: center;">หลอด</p>  <p style="text-align: center;">รูปที่ 2.19 หลอด</p> <p>ที่มา : http://arc.m.rmu.ac.th/newlocaldb/stdlocal/2554/chumrone/hh.html</p>	<p>ทำจากเถาวัลย์หรือไม้ไผ่ที่ตรงกลางกลวง หรือจะใช้ไม้อื่นที่มีรูตรงกลางก็ได้ นำมาตัดเป็นท่อนๆ ยาวประมาณ 3 นิ้ว เวลาใช้จะมี ไม้สอดยึดติดกับกระสวยเรียกว่าไม้ขอหลอด ปัจจุบันชาวบ้านบางคนใช้หลอดพลาสติก</p>
<p style="text-align: center;">ฝั้ง</p>  <p style="text-align: center;">รูปที่ 2.20 ฝั้ง</p> <p>ที่มา : http://app1.bedo.or.th/fabric/ToolInfo.aspx?id=12</p>	<p>ทำด้วยไม้ไผ่เหลา มีเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 0.5 เซนติเมตร ยาวกว่าความกว้างของผ้าในพืมเล็กน้อย ทำปลายทั้งสองข้างให้แหลม ใช้สำหรับขึงผ้าให้ตึงไม่ห้อยนเข้าหากันระหว่างทอ</p>
<p style="text-align: center;">แผงหมู</p>	<p>เป็นแปลงทำจากต้นตาลเอาเฉพาะที่เป็นเส้น ยืน ใช้แปรงด้ายเส้นยืนไม่ให้พันกัน</p>

อุปกรณ์ดังกล่าวเป็นอุปกรณ์พื้นฐานของกี้อผ้า สามารถทอผ้าได้หลายประเภท ขึ้นอยู่กับ ลวดลาย เทคนิค ลักษณะการทอต่าง ๆ ที่อาจจะมื่ออุปกรณ์ในส่วนอื่น ๆ เพิ่มขึ้น

ลักษณะการทอ ลักษณะของผ้าทอในชุมชนมีทั้งการทอลายสานธรรมดาและการย้อมสี มัดหมี่

2.15.1 ลักษณะการทอสานธรรมดา โดยใช้ไม้เขา 2 เขาเป็นการขัดสานกันธรรมดา ระหว่าง เส้นด้ายพุ่งกับเส้นด้ายยืน ใช้ทำเป็นผ้าพื้น ผ้าลายทาง เป็นต้น

2.15.2 ผ้ามัดหมี่ เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีคนอีสานอาศัยอยู่มากหรือแม้แต่ในภาคเหนือเอง ในบางกลุ่มชาติพันธุ์ก็มีการทำผ้ามัดหมี่เช่นเดียวกับภาคอีสาน แต่มีลวดลายและองค์ประกอบอื่น ๆ แตกต่างกันไป ลักษณะของผ้ามัดหมี่คือการทอลวดลายบนผืนผ้าบนเส้นด้ายพุ่งที่เกิดจากการมัดย้อมสี เป็นส่วน ๆ แล้วนำไปทอให้เกิดลวดลายต่าง ๆ การทอผ้ามัดหมี่จึงแตกต่างจากผ้าชนิดอื่น ๆ มีการ เตรียมเส้นด้ายพุ่งที่ต้องอาศัยภูมิปัญญาและความชำนาญที่มีกระบวนการที่ซับซ้อนยุ่งยากมากกว่า การทอผ้าทั่วไป ผ้ามัดหมี่อาจแบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภทตามลักษณะของลายที่ทำ คือ




2.15.2.1 หมี่ลวดหรือหมี่ห่วย คือ ผ้ามัดหมี่ที่มัดและทอด้วยลายเดียวกันตลอด ทั้งผืน

2.15.2.2 หมี่คั่น คือ ผ้ามัดหมี่ที่ทอลายผ้ามัดหมี่สลับกับการทอด้วยเส้นด้ายสี ธรรมดาเป็นช่วงๆ ตลอดทั้งผืน

ในส่วนของการทอลายรังผึ้งที่ถือว่าเป็นลายที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอเวียงเชียงรุ้งนี้ และยังเป็นลายที่นิยมทอเป็นส่วนใหญ่ในปัจจุบัน เป็นการทอด้วยการสานธรรมดา โดยด้ายเส้นยืนจะเป็น เส้นไหมเส้นเดียวหรือสองเส้น ห่างกันเป็นช่วง ๆ ส่วนด้ายพุ่งเป็นเส้นไหมขนาดใหญ่ทอขัดกับไหมเส้น ยืน ในแต่ละช่วงจะมีการเว้นช่องของลายเอาไว้ ทำให้ลายผ้ามีลักษณะเป็นช่อง ๆ เป็นระยะ ๆ ส่วน ริมขอบผ้าจะทอสานกันถ้าไม่มีเว้นช่องเอาไว้ ซึ่งลายทอนี้มีทั้งทอด้วยสีพื้นสีเดียวตลอดทั้งผืน และมึ การนำเส้นด้ายพุ่งไปมัดย้อมสี เมื่อนำมาทอผืนผ้าบริเวณด้านริมผ้าซ้ายขวาจะมีสีเดียวกัน ส่วนตรง กลางผ้าจะย้อมเป็นสีที่ตัดกัน แล้วแต่การวางสี ทำให้ผ้ามีสีสันที่น่าสนใจขึ้น เรียกว่า ลายน้ำไหล

จากที่ได้ศึกษาผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง ทั้งในเรื่องของลวดลาย สี วัสดุดิบ และ กรรมวิธีในการทอผ้าข้างต้น ทำให้ทราบถึงลักษณะเด่นของลวดลายที่นิยมทอในปัจจุบันและลายที่ เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การใช้สีบนผืนผ้า กรรมวิธีในการทอผ้าลวดลายต่าง ๆ ที่เป็นข้อมูลและ แนวทางในการพัฒนาผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้งในการทำงานวิจัยต่อไป ซึ่งสามารถสรุปลักษณะ สำคัญในแต่ละส่วนได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.7 ตารางสรุปลักษณะสำคัญของผ้าทอมืออำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย

หัวข้อ	รายละเอียด
<p>แนวคิดและ ความสำคัญ</p>	<p>จากแต่เดิมเป็นการทอผ้าเพื่อใช้ในครัวเรือน เช่นเป็นเครื่องนุ่งห่ม ใช้ทำผ้าห่ม เป็นต้นกลายเป็นการทอผ้าเพื่อการค้าและธุรกิจ หรือเพื่อหารายได้เสริมแทนการทอเพื่อนำมาใช้เอง ซึ่งสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้านี้จากบรรพบุรุษที่อพยพมาจากภาคอีสาน ทำให้ผ้าทอในชุมชนนี้แตกต่างจากผ้าทอภาคเหนือในชุมชนอื่น เช่น มีลวดลายที่คล้ายกับผ้าทอภาคอีสานและมีการทอผ้าไหมเป็นส่วนใหญ่ เป็นต้น</p>
<p>ลวดลาย มีลายที่สำคัญคือ</p> <p>ลายรังผึ้ง</p> <p>ลายสายฝน</p> <p>ลายลูกแก้ว</p> <p>ลายกระสอบ</p> <p>ลายลอน</p>	<p>ซึ่งนิยมทอมากที่สุดและเป็นลายที่พัฒนาขึ้นจากคนในชุมชนเอง มีลักษณะลายทอเป็นช่อง ๆ ขนาดเท่ากันคล้ายรังผึ้ง ให้ความรู้สึกถึงพื้นผิวที่ไม่เรียบ มีส่วนทึบโปร่ง มีมิติ</p> <p>เกิดจากการมัดย้อมสีเส้นด้ายพุ่งเป็นช่วง ๆ ทำให้เกิดลวดลายที่กระจัดกระจาย ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว และมีมิติ</p> <p>เป็นผ้าทอที่เกิดจากการยกหรือข้ามเส้นด้ายพุ่ง ทำให้เกิดลวดลายขึ้นบนผืนผ้า ลายมีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน มีระยะและขนาดเท่ากันตลอดทั้งผืน ให้ความรู้สึกที่เป็นระเบียบ เรียบร้อยและหรูหรา</p> <p>มีลักษณะที่มีการใช้ด้ายเส้นใหญ่ อาจจะใช้เส้นด้ายยืนและเส้นด้ายพุ่งคนละสี เพื่อเพิ่มมิติให้กับผืนผ้า ให้ความรู้สึกที่ขรุขระ พื้นผิวไม่เรียบ มีมิติ</p> <p>ลายลอนเป็นลายที่มีการใช้เส้นด้ายพุ่งที่มีขนาดต่าง ๆ กัน โดยทอเส้นด้ายพุ่งเส้นใหญ่ช่วงหนึ่งแล้วทอเส้นด้ายพุ่งเส้นเล็กช่วงหนึ่งโดยมีขนาดแคบกว่า ทอสลับกันไปตลอดทั้งผืน โดยใช้สีเส้นด้ายที่มีขนาดใหญ่เล็กต่างกัน เกิดเป็นลายทาง ที่ดูคลาสสิก และดูมีมิติ มีการผสมผสานพื้นผิวสัมผัสที่มีความขรุขระและความละเอียดเข้าด้วยกัน</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div> <p style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> ผ้าทอลายรังผึ้ง ผ้าทอลายสายฝน ผ้าทอลายลูกแก้ว </p>

		
สี	<p>ผ้าทอลายกระสอบ ผ้าทอลายลอน</p> <p>ในอำเภอเวียงเชียงรุ้งนี้ มีการใช้สีที่หลากหลาย ไม่มีสีที่เป็นเอกลักษณ์โดยเฉพาะ มีทั้งโทนสีที่เป็นสีเข้มและโทนสีอ่อน ซึ่งในปัจจุบันมักเป็นสีที่ลูกค้าที่เป็นผู้ว่าจ้าง กำหนด สีที่พบเห็นโดยส่วนใหญ่คือ สีน้ำตาล สีชมพูอ่อน สีชมพูเข้ม สีแดงเข้ม สีน้ำตาล สีน้ำเงิน เป็นต้น สีที่ไม่นิยมทอคือ สีเขียวสดและสีเหลือง</p> <p>ในชุมชนนี้มีการใช้สีย้อมทั้งสีเคมีและสีธรรมชาติ ซึ่งการใช้สีย้อมจากธรรมชาติสี จะมีลักษณะอ่อน ไม่จัดจ้าน ดูเป็นธรรมชาติ ส่วนสีย้อมเคมีจะมีสีที่สดใส จัดจ้าน แต่ในขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและผู้ผลิตในระยะยาว</p>	
วัตถุดิบ	<p>วัตถุดิบที่ใช้ในการทอผ้าในชุมชน มีทั้งฝ้ายและไหม โดยนิยมทอผ้าไหมมากกว่า เนื่องจากเป็นที่นิยมของลูกค้าและให้ผิวสัมผัสที่อ่อนนุ่ม พริ้วไหว และสวยงามกว่า ในขณะที่ผ้าฝ้ายให้ความรู้สึกที่แข็งแรง กระด้าง ไม่มีน้ำหนัก</p>	

จากลักษณะเด่นในแต่ละส่วนของผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง สามารถเป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้งสำหรับเป็นวัตถุดิบในการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีที่ทันสมัยในงานวิจัยต่อไป

2.16 แนวทางในการพัฒนาผ้าทอมืออำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย

เนื่องด้วยสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงและการแข่งขันในตลาดสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายที่มีมากขึ้น ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างจุดเด่นให้กับสินค้าจึงมีความสำคัญ ด้วยลักษณะเดิมของผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายนี้โดยมากมักทำเป็นสินค้าประเภทผ้าคลุม อีกทั้งลวดลายและสีสันทนยังตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าในวงจำกัด การสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายโดยผ้าทอมือเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นสตรีวัยทำงานจึงมีความจำเป็นที่ต้องหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ้าทอซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต ให้มีความทันสมัย แปลกใหม่ทั้ง สี สัน รูปแบบ ลวดลาย เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และสร้างความน่าสนใจให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีส่วนสำคัญที่ต้องคำนึงถึงคือ

ส่วนที่ยังคงอยู่ คือ สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอในชุมชน ในที่นี้คือผ้าทอลายรังผึ้ง ที่มีการทอเป็นส่วนใหญ่อีกทั้งยังเป็นลวดลายที่มีการพัฒนาจากการทอผ้าชาวเขาโดยภูมิปัญญาของคนในชุมชนเอง ซึ่งเป็นลักษณะเด่นที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และควรคงไว้ต่อไป

ส่วนที่สามารถสร้างสรรค์และพัฒนาได้ ส่วนที่สามารถพัฒนาได้ของผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้งสามารถแบ่งออกเป็นรายละเอียดปลีกย่อยได้ดังนี้

2.16.1 การพัฒนาเรื่องสี เนื่องจากในชุมชนเองไม่มีการใช้สีใดที่เป็นเอกลักษณ์โดยเฉพาะ เพราะมีการใช้สีที่หลากหลายทั้งโทนสีเข้มและโทนสีอ่อน แต่สามารถพัฒนาให้มีการใช้สีทั้งเป็นสีพื้นฐาน (Basic Colour) เช่น สีเบจ สีดำ สีขาว และสีตามแนวโน้มแฟชั่น (Trend Colour) เพื่อให้สินค้ามีความทันสมัย ทันต่อกระแสแฟชั่นที่มีความสำคัญในสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่น

ในขณะเดียวกันการพัฒนาเรื่องสีไม่เฉพาะการพัฒนาในด้านของโทนสีที่จะใช้เท่านั้น แต่ยังคงจะรวมไปถึงกระบวนการย้อมสีที่เป็นสีย้อมธรรมชาติ ที่ต้องหาแนวทางในการพัฒนาให้มีการย้อมสีที่ได้มาตรฐาน สีไม่ซีดหรือสีตก อีกทั้งลดขั้นตอนในการผลิต หรือเพิ่มประสิทธิภาพในการย้อมสีให้ได้มาตรฐาน รวดเร็วและในขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งการใช้สีธรรมชาตินี้สามารถนำมาเป็นจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากชุมชนอื่นและเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้

2.16.2 การพัฒนาการใช้วัตถุดิบ แนวทางในการพัฒนาวัตถุดิบในการทอผ้านี้คือ การพัฒนาการใช้เส้นใยธรรมชาติต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นวัตถุดิบที่สำคัญที่สุดของการทำผ้าทอ โดยอาจจะประยุกต์การใช้เส้นใยที่มีความหนา บาง เล็ก ใหญ่ แตกต่างกันในผ้าผืนเดียวกัน เป็นต้น หรือการผสมผสานระหว่างเส้นใยธรรมชาติชนิดต่าง ๆ เพื่อให้เกิดรูปแบบใหม่เช่น ผ้าทอที่ผสมเส้นใยของฝ้ายและเส้นใยของไหมที่มีความมันเงา หรือการใช้เส้นใยใหม่ ๆ ในการทอผ้าแบบเดิมเช่น แต่เดิมผ้าทอใช้เส้นใยที่มีขนาดใหญ่ หนา เปลี่ยนมาใช้เส้นใยที่บาง เล็ก โดยยังคงลายทอผ้าแบบเดิมซึ่งอาจจะทำให้เกิดลวดลายหรือผิวสัมผัส (Texture) ที่ต่างไปจากเดิม เป็นต้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับวัตถุดิบและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้

2.16.3 การพัฒนาลายทอ การพัฒนาลายทอผ้านั้นอาจจะเป็นการประยุกต์ลวดลายใหม่จากลวดลายเดิม การนำลวดลายเดิมมาผสมกับลวดลายใหม่ที่คิดค้นขึ้น หรือแม้แต่การนำองค์ประกอบของลวดลายเดิมบางส่วนมาจัดองค์ประกอบศิลป์ใหม่เกิดเป็นลวดลายใหม่ขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ยังอาจจะรวมถึงแนวทางในการพัฒนากีฬาให้ใช้งานได้ง่าย และสะดวกรวดเร็วขึ้น

ดังที่ได้ศึกษาถึงลักษณะเด่น เอกลักษณ์ รูปแบบ ขั้นตอนกรรมวิธีในการผลิตผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายรวมถึงแนวทางเบื้องต้นในการพัฒนาผ้าทอซึ่งถือเป็นวัตถุดิบหลักของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุดนั้น นอกจากจะเป็นข้อมูล

เบื้องต้นเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้วยังแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่คำนึงถึงธรรมชาติ เช่น การใช้เส้นใยจากธรรมชาติ หรือการย้อมสีผ้าด้วยวัตถุดิบจากธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมหรือการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) ซึ่งนอกจากจะยั่งยืนในแง่ของการออกแบบที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติแล้ว ในอีกแง่หนึ่งยังเป็นความยั่งยืนของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญของไทยให้ยังคงอยู่ต่อไป ที่ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาในงานวิจัยอีกทั้งยังเสริมสร้างศักยภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง มีความโดดเด่น จากการที่เป็นตราสินค้าที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อให้สามารถแข่งขันกับตราสินค้าอื่น ๆ ในตลาดเดียวกันได้



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 3

ผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย

พฤติกรรมผู้บริโภคและวิถีชีวิตของคนในปัจจุบันมีหลากหลายตามอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ เช่น เพศ อาชีพ สถานะทางสังคม เป็นต้น ดังนั้นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภคจึงมีความสำคัญในการทำตราสินค้าแฟชั่นในปัจจุบันให้ประสบผลสำเร็จ อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการทำสินค้าให้ตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายให้มากที่สุดด้วย

ในบทนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลของผู้บริโภค การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามหลักเกณฑ์ต่าง ๆ และพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อหาแนวทางในการกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง ซึ่งจะเป็นข้อมูลในการสร้างตราสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละหัวข้อดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค

- 3.1 การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)
- 3.2 การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)
- 3.3 การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะจิตนิสัย (Psychographic Segmentation)
- 3.4 การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรม (Behavioristic Segmentation)

ส่วนที่ 2 การกำหนดและวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก ผู้บริโภคเป้าหมายรอง

- 3.5 ข้อมูลการสำรวจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย
- 3.6 การกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง

ส่วนที่ 3 สรุปกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักและผู้บริโภคเป้าหมายรอง

- 3.7 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก
- 3.8 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค¹

คุณลักษณะของแต่ละบุคคลเช่น เพศ อายุ อาชีพ ลักษณะอุปนิสัย รูปแบบการดำเนินชีวิต สิ่งเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคทั้งสิ้น ซึ่งหากทำการศึกษาคุณลักษณะของผู้บริโภคนี้ ก็จะช่วยทำให้เข้าใจแนวทางของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น โดยสามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคได้ตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้ คือ แบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ แบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ แบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะจิตนิสัย และแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะอุปนิสัย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะภูมิศาสตร์ (Geographic Segmentation)

เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ย่อยต่อการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค โดยหากอยู่ในภูมิภาคเดียวกันจะมีลักษณะทั่วไปที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ การบริโภคที่คล้ายกัน เช่น ถ้าต้องการทำสินค้าสำหรับตลาดต่างประเทศ จะต้องทำการวิเคราะห์ลักษณะของผู้บริโภคในประเทศนั้น ๆ เช่น ประชากร รายได้ต่อบุคคล นโยบายการค้าของประเทศนั้น รสนิยมและการแข่งขันในตลาด เป็นต้น

3.2 การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation)

การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะประชากรศาสตร์ คือ การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามตัวแปรทางประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ ขนาดครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ เป็นต้น โดยแต่ละตัวแปรล้วนมีผลต่อการตัดสินใจ และการบริโภคสินค้าแฟชั่นทั้งสิ้น

3.2.1 เพศ ลักษณะทางเพศและบทบาททางเพศในสังคมมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นแตกต่างกัน อุปนิสัยในการซื้อสินค้าแฟชั่นของชายหญิงก็แตกต่างกัน สินค้าแฟชั่นโดยมากมักมุ่งเน้นไปในกลุ่มตลาดสินค้าของผู้หญิง ซึ่งการเลือกซื้อสินค้าของผู้หญิงมักมองทางเลือกมากกว่าหนึ่ง และสามารถเพิ่มทางเลือกสินค้าเพิ่มขึ้นได้ตลอด แต่ในปัจจุบันผู้ผลิตเริ่มให้ความสำคัญกับสินค้าแฟชั่นผู้ชายมากขึ้น เพราะผู้ชายให้ความสนใจในการแต่งกายมากขึ้นกว่าในอดีต

3.2.2 อายุ อายุมีผลต่อความคิด ค่านิยม ทักษะคิดต่าง ๆ ในการใช้ชีวิต ซึ่งล้วนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า การเลือกซื้อสินค้ายังคงจะแตกต่างกันได้จากรสนิยมการบริโภคสินค้าในแต่ละช่วงอายุ เช่น รถยนต์ เสื้อผ้า เฟอร์นิเจอร์ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ รายการโทรทัศน์ที่ชอบ เป็นต้น

การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามช่วงอายุนักการตลาดมักจะแบ่งกลุ่มผู้บริโภคออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

3.2.2.1 กลุ่มเจน-บี (Gen-B: Generation B) คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2489-2507 หรือมีอายุระหว่าง 49-67 ปี

¹ พัดชา อุทิศวรรณกุล.

3.2.2.2 กลุ่มเจน-เอ็กซ์ (Gen-X: Generation X) คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508-2522 หรือมีอายุระหว่าง 34-48 ปี

3.2.2.3 กลุ่มเจน-วาย (Gen-Y: Generation Y) คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523-2533 หรือมีอายุระหว่าง 23-33 ปี

3.2.2.4 กลุ่มเจน-เอ็ม (Gen-M: Generation M) คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2538-2532 หรือมีอายุระหว่าง 18-23 ปี

3.2.2.5 กลุ่มเจน-แซด (Gen-Z: Generation Z) คือ กลุ่มผู้บริโภครุ่นที่เกิดใน พ.ศ. 2537-2554 มีอายุระหว่าง 1-17 ปี

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงลักษณะกลุ่มผู้บริโภคในช่วงอายุต่าง ๆ

กลุ่มผู้บริโภค/ลักษณะต่างๆ	รายละเอียด
กลุ่มเจน-บี (Gen-B)	
รูปแบบการดำเนินชีวิตและทัศนคติ	<ul style="list-style-type: none"> - มีอายุระหว่าง 49-67 ปี - ร้อยละ 60 มีฐานะเป็นพ่อแม่ หรือผู้ที่เกิดในช่วงระยะต้น ๆ มีฐานะเป็นปู่ย่าตายายแล้ว - เป็นกลุ่มที่มีชีวิตเพื่อการทำงาน อดทน - เริ่มวางแผนชีวิตเพื่อการปลดเกษียณ - ต้องการความเป็นหนุ่มสาว ต่อด้านการสูงวัยของตัวเอง - ค่อนข้างมีความอนุรักษ์นิยม
พฤติกรรมการซื้อและบริโภคสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงเพราะมีฐานะมั่นคงแล้ว มีกำลังซื้อในปริมาณมาก เลือกซื้อเพื่อตัวเองและคนใกล้ชิด - ต้องการบริการที่รวดเร็วและให้ผู้ขายคำนึงถึงความเป็นส่วนตัว - ไม่ค่อยตามกระแสแฟชั่นมากนัก นิยมสินค้าที่มีรูปแบบอนุรักษ์นิยม - คำนึงถึงคุณภาพและการใช้งานที่ดี มีความคงทน
กลุ่มเจน-เอ็กซ์ (Gen-X)	
รูปแบบการดำเนินชีวิตและทัศนคติ	<ul style="list-style-type: none"> - มีอายุระหว่าง 34-48 ปี - มีอิสระทางความคิด และทำงานอิสระมากกว่ากลุ่มเจน-บี เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจโดยรวมดีกว่า - มีทางเลือกในการประกอบอาชีพ เช่น อยากทำงานอะไร แบบไหน อย่างไร

	<ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่ทันสมัยและอิสระกว่ากลุ่มเจน-บี - ให้ความสำคัญกับสัมพันธภาพทั้งเพื่อนร่วมงานและครอบครัว - คำนึงถึงภาพลักษณ์ที่ดี
พฤติกรรมการซื้อขายและบริโภคสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้จ่ายอย่างระมัดระวังรอบคอบ แต่มีการโต้ตอบการเลือกซื้อสินค้าได้ดีกว่ากลุ่มเจน-บี - มีกำลังซื้อตราสินค้าที่มีชื่อเสียง กล้าใช้จ่ายฟุ่มเฟือย
กลุ่มเจน-วาย (Gen-Y)	
รูปแบบการดำเนินชีวิตและทัศนคติ	<ul style="list-style-type: none"> - มีอายุระหว่าง 23-33 ปี - ใจร้อนต้องการเห็นผลทุกอย่างสำเร็จอย่างรวดเร็วเพราะมั่นใจในศักยภาพของตน - เชื่อว่ารายได้ที่ตีมาจากการทำงานหนัก เป็นช่วงวัยทำงาน - มีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยี - มีความทันสมัย มั่นใจในตัวเอง
พฤติกรรมการซื้อขายและบริโภคสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> - มีการใช้จ่ายด้วยเครื่องมือที่หลากหลาย เช่น เงินสด บัตรเครดิต - มีการจับจ่ายใช้สอยมากกว่ารุ่นก่อน มีรสนิยมสูง ต้องการภาพลักษณ์ที่ดี - ต้องการความเป็นส่วนตัว หรือรูปแบบที่เฉพาะตัว
กลุ่มเจน-เอ็ม (Gen-M)	
รูปแบบการดำเนินชีวิตและทัศนคติ	<ul style="list-style-type: none"> - มีอายุระหว่าง 18-23 ปี - ได้รับการเลี้ยงดูมาอย่างดีจากพ่อแม่รุ่นก่อน ๆ - เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ และให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีเหล่านั้น เช่น คอมพิวเตอร์ ภาษาอังกฤษ - มีความคิดเป็นของตัวเอง - ไม่ต้องการเป็นลูกจ้าง มีอิสระทางความคิด
พฤติกรรมการซื้อขายและบริโภคสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องการสินค้าที่แสดงออกถึงความเป็นตัวของตัวเอง แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องการให้แสดงออกถึงความทันสมัยของตน - ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอย่างรวดเร็ว - เลือกและตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยความคิดของตัวเอง
กลุ่มเจน-แซด (Gen-Z)	
รูปแบบการดำเนินชีวิตและ	<ul style="list-style-type: none"> - เกิดมาพร้อมกับสังคมอินเทอร์เน็ต

ทัศนคติ	<ul style="list-style-type: none"> - มีการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน หรือ สื่อบันเทิง สื่อออนไลน์ต่าง ๆ - มีความเท่าเทียมทางเพศ มีความชัดเจนทั้งที่บ้านและที่โรงเรียน
พฤติกรรมการซื้อขายและบริโภคสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ที่จะกำหนดแนวโน้มการบริโภคสินค้าในอนาคต

3.2.3 สถานภาพคู่ครอง ผู้บริโภคที่เป็นโสดมีแนวโน้มที่จะให้ความสนใจในการบริโภคสินค้าแฟชั่นมากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว และมักมีความกล้าในการทดลองสินค้าแฟชั่นใหม่ ๆ มากกว่า คนที่แต่งงานแล้วมักจะให้ความสนใญ่้น้อยกว่าแต่ให้ความสำคัญกับครอบครัวมากขึ้นและแต่งตัวเรียบร้อยมากกว่า

3.2.4 ขนาดของครอบครัว ขนาดครอบครัวจะมีผลต่อรายจ่ายภายในครอบครัว เช่น ครอบครัวขนาดใหญ่มีค่าใช้จ่ายภายในบ้านมากกว่าครอบครัวขนาดเล็ก นอกจากนี้อายุของสมาชิกในครอบครัวก็ีผลต่อการบริโภคสินค้าแฟชั่นเช่นกัน เช่น ครอบครัวที่มีผู้สูงอายุอยู่ด้วยอาจจะต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ หรือมีผลต่อสุขภาพที่ดี ในขณะที่ครอบครัวที่มีเด็กเล็กก็ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย และง่ายต่อการดูแลรักษาความสะอาด เป็นต้น

3.2.5 รายได้ รายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่น ผู้ที่มีรายได้สูงมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อตราสินค้าแฟชั่นที่มีราคาแพงได้ หรือไม่คอยคำนึงถึงราคาของสินค้ามากเท่ากับ ความพึงพอใจของตนเอง รายได้ยังเป็นตัวกำหนดลักษณะการใช้ชีวิต กิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นให้มีความเหมาะสมในการทำกิจกรรมนั้น ๆ

3.2.6 อาชีพ อาชีพจะมีผลต่อรูปแบบของสินค้าแฟชั่นในรูปแบบที่เป็นทางการหรือไม่ทางการ ลักษณะการทำงานมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นให้เหมาะสมต่อการทำงานนั้น ๆ เป็นผู้บริหารหรือหัวหน้างานก็ต้องการเครื่องแต่งกายที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี ดูภูมิฐานและน่าเชื่อถือ เป็นต้น

3.2.7 การศึกษา การศึกษามีผลต่อรายได้และลักษณะการใช้ชีวิต การเลือกศึกษาในแขนงวิชาที่ต่างกันก็ีผลต่อการใช้ชีวิตและการเลือกซื้อสินค้าด้วย เช่น กลุ่มคนที่ศึกษาทางด้านศิลปะอาจจะคำนึงถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์มากกว่าการใช้งานหรือราคาของสินค้า เป็นต้น

3.2.8 ศาสนา ความเชื่อทางศาสนาที่แตกต่างกันของคน มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นให้สอดคล้องไปตามความเชื่อทางศาสนาของแต่ละบุคคล

3.2.9 เชื้อชาติ เชื้อชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อค่านิยมในการบริโภคสินค้าที่แตกต่างกันเช่น โทนสี ลวดลาย โครงร่างเงา เป็นต้น

จากการทบทวนข้อมูลการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามหลักประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคสตรีเจน-เอ็กซ์ (Gen-X) มีความสอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของงานวิจัย เพราะเป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีความมั่นคงในอาชีพการงาน มีรายได้ดี มีกำลังซื้อ ประกอบกับเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ตามกระแสแฟชั่นมากนัก ชอบความเรียบง่าย แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องการสินค้าที่มีความทันสมัย มีคุณภาพและแสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่ดี อีกทั้งผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้งโดยมากมักเป็นผ้าไหม ซึ่งมีราคาสูงและสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดูสวยงามและทันสมัยได้ อย่างไรก็ตามการเลือกกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายข้างต้นเป็นการคัดเลือกจากการสังเกตความแตกต่างของอายุของกลุ่มผู้บริโภคเท่านั้น ยังต้องวิเคราะห์ถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ ของผู้บริโภคต่อไปเพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนขึ้น ดังจะได้กล่าวในหัวข้อถัดไป

3.3 การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะจิตนิสัย (Psychographic Segmentation)

นอกจากการแบ่งผู้บริโภคตามลักษณะประชากรศาสตร์แล้ว ยังสามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะจิตวิทยาและประชากรศาสตร์ผสมกัน โดยมีปัจจัยเพิ่มขึ้นมา ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) บุคลิกภาพ ค่านิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ที่สะท้อนตัวตนของกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น การแบ่งตลาดในเชิงจิตนิสัยสามารถที่จะใช้เกณฑ์รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพ ขนชั้นทางสังคม ค่านิยม มาใช้ได้ดังนี้

3.3.1 ชั้นทางสังคม (Social Class) ขนชั้นทางสังคมมีอิทธิพลอย่างมากต่อความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ เช่น สังคมของชนชั้นสูง ชนชั้นกลาง หรือชนชั้นล่าง มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในเรื่องของการเลือกใช้สินค้าแฟชั่นต่างกัน

ตารางที่ 3.2 ตารางแสดงการแบ่งชนชั้นทางสังคมออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ

ชนชั้น	รายละเอียด
กลุ่มชนชั้นสูง (Upper Class)	
ชนชั้นสูงส่วนบน (Upper-Upper Class)	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นกลุ่มผู้ดีเก่า (Old Family) มีฐานะมั่งคั่งจากมรดกของบรรพบุรุษ - มักซื้อสินค้าที่มีราคาแพงเพราะมีอำนาจซื้อเพียงพอ - มีความอนุรักษ์นิยม มักซื้อตราสินค้าเดิม ๆ มีรสนิยมสูงแบบคลาสสิก
ชนชั้นสูงส่วนล่าง (Lower-Upper Class)	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นกลุ่มเศรษฐีใหม่ มีฐานะ อาจมีอาชีพเป็นผู้ประกอบการ - พฤติกรรมการเลือกซื้อคล้ายกับกลุ่มชนชั้นสูงส่วนบน แต่มักต้องการการยกย่องและยอมรับมากกว่า จึงมักซื้อสินค้าที่

	แสดงออกถึงความร่ำรวย
กลุ่มชนชั้นกลาง (Middle Class)	
กลุ่มชนชั้นกลางส่วนบน (Upper-Middle Class)	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มผู้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ - มีการศึกษาที่ดี ความเป็นอยู่ดี - มักเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ต้องการการยอมรับและยกย่อง หรือบริโภคสินค้าที่แสดงออกถึงสถานะและความสำเร็จของตน
กลุ่มชนชั้นกลางส่วนล่าง (Lower-Middle Class)	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นกลุ่มที่แสวงหาการยอมรับนับถือ - กลุ่มที่ทำงานในสำนักงาน และเจ้าของกิจการขนาดเล็ก - ต้องการแสดงออกถึงความสำเร็จและยอมรับจากสังคม แต่มีอำนาจในการซื้อน้อยกว่า - มักเลือกซื้อสินค้าที่มีความคงทน ประหยัด และเป็นสินค้าที่มีราคาปานกลาง
กลุ่มชนชั้นล่าง (Lower Class)	
กลุ่มชนชั้นล่างส่วนบน (Upper-Lower Class)	<ul style="list-style-type: none"> - แสวงหาความมั่นคงในงานที่ทำ - ต้องการพัฒนาสถานะทางสังคมให้ดีขึ้น - เป็นกลุ่มผู้ใช้แรงงานหรือทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม - บริโภคสินค้าที่คำนึงถึงความจำเป็นและประหยัดค่าใช้จ่าย
กลุ่มชนชั้นล่างส่วนล่าง (Lower-Lower Class)	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มผู้ใช้แรงงานที่มีรายได้ต่ำ กลุ่มคนว่างงาน กลุ่มคนในชุมชนแออัด - มีการศึกษาในระดับไม่สูงมาก มีรายได้น้อย - มักบริโภคสินค้าที่มีราคาถูก ประหยัด หรือมักซื้อสินค้าจากการกระตุ้นเป็นส่วนใหญ่ ขาดการพิจารณาที่ดี

3.3.2 ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต (Value and Lifestyle) ผู้บริโภคจะถูกจัดกลุ่มตามภาพลักษณ์ส่วนตัว ค่านิยมและความพึงพอใจ รวมทั้งเจตคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและรูปแบบการใช้ชีวิต โดยพิจารณาจากกิจกรรมที่กระทำ

3.3.3 บุคลิกภาพ (Personality) บุคลิกภาพเป็นลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ รวมทั้งมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของแต่ละคน นักการตลาดจึงใช้ตัวแปรทางบุคลิกภาพในการแบ่งส่วนตลาด โดยการสร้างบุคลิกตราสินค้าให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพของผู้บริโภค

การแบ่งตลาดตามลักษณะจิตนิสัยนี้ที่ได้รับความนิยมมากได้แก่ การวัดค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต (Value and Lifestyle: VALS Framework) ของสถาบันวิจัยสแตนด์ฟอร์ด (SRI Consulting Business Intelligence) ซึ่งแบ่งคนออกเป็น 8 กลุ่ม โดยใช้ข้อมูลแรงจูงใจของผู้บริโภค (Consumer Motivation) ประกอบด้วย อุดมคติ (Ideals) การประสบผลสำเร็จ (Achievement) การแสดงตัวตน (Self-expression) ในมิติแนวนอนและทรัพยากรของผู้บริโภค (Consumer Resources) ประกอบด้วย ความเชื่อมั่นในตนเอง สถิติปัญญา ความต้องการในสิ่งใหม่ ๆ ความคิดริเริ่ม ความรวดเร็วในการตัดสินใจ ความเป็นผู้นำ และความทะนงตัว ในมิติแนวตั้ง²

กลุ่มที่มีทรัพยากรของผู้บริโภคสูง 4 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มคนที่เน้นสินค้าด้านนวัตกรรม (Innovators) ผู้ที่ประสบความสำเร็จในชีวิต และมีความนับถือตนเองสูง จะมีรสนิยมสูง ต้องการบริการพิเศษเหนือกว่าผู้อื่น เป็นคนทันสมัย ชอบเทคโนโลยี คำนึงถึงภาพลักษณ์ของตน

กลุ่มคนที่ชอบสินค้าแนวความคิด (Thinkers) ชอบสินค้าที่มีคุณค่าในตัวเอง ผู้ที่มีความพึงพอใจในตนเอง ใช้เหตุผล มีค่านิยมในระเบียบวินัย ความรู้ และความรับผิดชอบ จะเลือกบริการและผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน มีประโยชน์ และมีคุณค่า

กลุ่มคนที่ชอบสินค้าที่เน้นความสำเร็จ (Achievers) ผู้ที่ทำงานที่มั่นคง มีความสำเร็จ มีความรักในอาชีพและครอบครัว จะเลือกบริการ และผลิตภัณฑ์ที่มีความพิเศษ เพื่อให้ญาติมิตรได้รับรู้ถึงความสำเร็จของตน

กลุ่มคนที่ชอบสินค้าที่เน้นการมีประสบการณ์ร่วม (Experiencer) กลุ่มคนที่ใช้สินค้าที่เน้นด้านอารมณ์ เช่น บันเทิง แฟชั่น หรือการร่วมกิจกรรมสังคม คนวัยหนุ่มสาว มีความกระตือรือร้นแสวงหาความหลากหลาย และความตื่นเต้นในชีวิต จะเลือกบริการและผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย อยู่ในกระแสนิยม และสิ่งใหม่ ๆ

กลุ่มที่มีทรัพยากรของผู้บริโภคต่ำ 4 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มคนที่ชอบสินค้าเดิมแบบที่ตนเชื่อถือ (Believers) ผู้ที่ยึดมั่นติดอยู่กับของเดิม อนุรักษ์นิยม ไม่ชอบเปลี่ยนแปลง จะเลือกสินค้าหรือบริการที่คุ้นเคย รู้จักดีอยู่แล้วไม่ชอบลองของใหม่

กลุ่มคนที่ชอบสินค้าตามกระแสสังคม (Strivers) กลุ่มคนที่ใช้สินค้าตามกระแสสังคม ผู้ที่ต้องต่อสู้ในการทำงาน และการดำรงชีวิต แต่ชอบความทันสมัย และความสนุกสนาน แต่ด้วยทรัพยากรไม่มากพอ จึงนิยมบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่เลียนแบบของบริการหรือผลิตภัณฑ์ชั้นสูง

กลุ่มคนที่ชอบสินค้าที่เน้นการใช้งานจริง (Makers) ผู้ที่ยึดหลักความพอเพียง ความดีดินเข้าใจสถานภาพการณ์ของตนเอง จะเลือกบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่แพงแต่ได้ประโยชน์

² สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ, "การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค"

<http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=2208.0> (accessed 23 สิงหาคม 2556).

กลุ่มคนที่ไม่ชอบเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้า (Survivors) ผู้สูงวัย มีประสบการณ์ต้องการชีวิตที่สงบสุข มั่นคง จะยึดมั่นกับบริการ หรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมของคนส่วนใหญ่ และได้เคยใช้มาแล้ว ไม่ชอบเปลี่ยนแปลงไปสู่ของใหม่

นอกจากนี้ยังสามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามจิตนิสัย ยังสามารถแบ่งกลุ่มตามรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) โดยจำแนกได้ดังนี้

กลุ่มผู้นำทางแฟชั่น (Fashion Leader) เป็นกลุ่มผู้นำทางแฟชั่น มีการศึกษาที่ดี เป็นกลุ่มที่ได้รับความคิดและอิทธิพลจากเทคโนโลยีใหม่ ๆ ชอบทดลอง สนุกกับสินค้าใหม่ ๆ เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีความกระตือรือร้นในการใช้จ่าย เป็นกลุ่มที่ไม่คำนึงถึงราคามากนัก แต่เน้นไปที่คุณภาพ นิยมสินค้าที่มีความมั่นคง หรุธรา แสดงภาพพจน์และฐานะที่ดี ต้องการบรรลุเป้าหมายให้สำเร็จ

กลุ่มผู้ตามแฟชั่น (Fashion Follower) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมแฟชั่น ทันสมัย แต่ว่ามีกำลังทรัพย์น้อย ไม่คำนึงถึงคุณภาพมากนัก และมีความกังวลเรื่องราคา

กลุ่มผู้นิยมแฟชั่นแต่มีทรัพยากรต่ำ (Fashion Imaginators) เป็นกลุ่มที่นิยมแฟชั่นแต่มีทรัพยากรต่ำ มีความสนใจในแนวโน้มแฟชั่น นิยมสินค้าที่มีราคาต่ำกว่าคุณภาพสูง สามารถซื้อของปลอมได้เพื่อแสดงให้เห็นว่าทันสมัย

กลุ่มมุ่งเน้นการประสบความสำเร็จ (Achiever) มุ่งเน้นการประสบความสำเร็จ มีทรัพยากรมาก ได้รับการศึกษาสูง โดยมากเป็นหัวหน้างาน หรือผู้บริหาร เป็นกลุ่มที่ทุ่มเทให้กับการทำงานและชีวิตครอบครัว มีความรับผิดชอบ มีเหตุผล นิยมสินค้าที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียง หรุธรา เพื่อแสดงให้เห็นว่าเป็นผู้ประสบความสำเร็จและต้องการการยอมรับ

กลุ่มผู้ต้องการเลื่อนฐานะทางสังคม (Social Climber) เป็นกลุ่มที่ต้องการความสำเร็จ ตั้งแต่ยังเป็นหนุ่มสาว มีกำลังทรัพย์ปานกลาง และมีความกังวลในเรื่องราคาสินค้ามากกว่ากลุ่มมุ่งเน้นการประสบความสำเร็จ แต่ก็นิยมสินค้าที่มีชื่อเสียง มีความชอบสังคม และการทำกิจกรรม

กลุ่มคนดิ้นรนต่อสู้ (Striver) เป็นกลุ่มที่เน้นความสำเร็จ แต่มีทรัพยากรต่ำ เป็นกลุ่มที่ไม่พอใจกับชีวิต แม้จะมีความต้องการประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน แต่มีจำนวนน้อยคนที่มีอาชีพถาวร

กลุ่มมุ่งเน้นชนบทรรมนิยมเดิม (Privileged Traditionalist) เป็นกลุ่มที่มุ่งเน้นชนบทรรมนิยมเดิม มีทรัพยากรสูง ได้รับการศึกษาสูง โดยมากมักทำงานในวงราชการ ให้คุณค่ากับชีวิตครอบครัว ชนบทรรมนิยม ไม่ให้ความสนใจในแฟชั่นมากนัก แต่เน้นที่คุณภาพของสินค้า

กลุ่มมุ่งเน้นชนบทรรมนิยมเดิมชนชั้นกลาง (Middle Class Traditionalist) เป็นกลุ่มที่นิยมชนบทรรมนิยมเดิม แต่มีทรัพยากรปานกลาง ระมัดระวังในเรื่องของการใช้จ่าย

กลุ่มอนุรักษ์นิยมที่มีทรัพยากรต่ำ (Underprivileged Traditionalist) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมขนบธรรมเนียมเดิม มีทรัพยากรต่ำ ความเป็นอนุรักษ์นิยมที่สุด มีกำลังในการซื้อน้อย ซื้อของเท่าที่จำเป็น

กลุ่มที่มีทรัพยากรมากมั่งหวังชีวิตระดับปานกลาง (Privileged Moderates) เป็นกลุ่มที่มุ่งหวังที่มีชีวิตระดับปานกลาง แต่มีทรัพยากรมาก

กลุ่มระดับปานกลาง (Middle Class Moderates) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีชีวิตระดับปานกลาง และมีทรัพยากรน้อย

3.4 การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรม (Behavioristic Segmentation)

เป็นรูปแบบการแบ่งตามพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น การซื้อสินค้านั้นเป็นประจำหรือนาน ๆ ครั้ง เป็นต้น ยกตัวอย่างเช่น คนกลุ่มหนึ่งของตลาดจะซื้อผลิตภัณฑ์ตราสินค้าเดียวเสมอ ในขณะที่คนอีกกลุ่มหนึ่งของตลาดมักซื้อผลิตภัณฑ์เปลี่ยนตราสินค้าไปเรื่อย ๆ อีกตัวอย่างหนึ่ง เช่น คนที่เป็นนักดื่มที่มีประสบการณ์มักจะดื่มเครื่องดื่มมินเมา โดยยึดติดกับตราสินค้าของเครื่องดื่มที่ตนชอบ แต่สำหรับนักดื่มที่ไม่มีประสบการณ์มักจะลองดื่มเครื่องดื่มมินเมาที่แตกต่างกัน หรือเปลี่ยนตราสินค้าไปเรื่อย ๆ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการบริโภคสินค้าแฟชั่น

จากการทบทวนการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่พบว่ากลุ่มผู้บริโภคเจน-เอ็กซ์ ซึ่งเป็นการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามช่วงอายุ มีความสอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มเจน-วาย ประกอบกับการศึกษาการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะจิตนิสัยซึ่งมีปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่บ่งชี้ถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น เช่น ชนชั้นทางสังคม ลักษณะการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพ เป็นต้น ทำให้ได้รายละเอียดของกลุ่มเจน-วายซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่คาดว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติม คือ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายอยู่ในกลุ่มชนชั้นกลางค่อนข้างสูง และอยู่ในกลุ่มคนที่มทรัพยากรของผู้บริโภคสูง เช่น เป็นคนที่กลุ่มมุ่งเน้นการประสบความสำเร็จ (Achiever) มีทรัพยากรมาก ได้รับการศึกษาสูง โดยมากเป็นหัวหน้างาน หรือผู้บริหาร เป็นกลุ่มที่ทุ่มเทให้กับการทำงานและชีวิตครอบครัว มีความรับผิดชอบ มีเหตุผล นิยมสินค้าที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียง หรุหราเพื่อแสดงให้เห็นว่าเป็นผู้ประสบความสำเร็จและต้องการการยอมรับ หรือกลุ่มคนที่ชอบสินค้าแนวความคิด (Thinker) ที่มีความพึงพอใจในตัวเอง มีเหตุผล มีความรู้และความรับผิดชอบ เลือกรสินค้าและบริการที่มีประโยชน์ มีคุณค่า หรือ กลุ่มมุ่งเน้นการประสบความสำเร็จ (Achiever) ที่เป็นกลุ่มที่เริ่มทำงานที่มั่นคง ประสบความสำเร็จในอาชีพการงานซึ่งเป็นกลุ่มที่ต้องการบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความพิเศษ หรือ กลุ่มคนที่ชอบสินค้าที่เน้นการมีประสบการณ์ร่วม (Experiencer) ที่เป็นคนวัยหนุ่มสาว แสวงหาความหลากหลาย ตั้งการความทันสมัยและสิ่งใหม่ ๆ ทั้งนี้เพราะเป็นกลุ่ม

ที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคนเจน-วายและเจน-เอ็กซ์ ซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงานที่เริ่มมีความมั่นคงในอาชีพ
การงานและประสบความสำเร็จในชีวิต ได้รับการศึกษาที่ดี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ส่วนที่ 2 การกำหนดและวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภครายหลัก ผู้บริโภครายรอง

นอกจากการแบ่งกลุ่มผู้บริโภครายหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ทำให้เราได้ทราบแนวทางเบื้องต้นของกลุ่มผู้บริโภครายหลักแล้ว การทำแบบสอบถามหรือการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริโภครายรองเบื้องต้นนั้น จะทำให้ทราบถึงข้อมูล พฤติกรรมการซื้อ ของกลุ่มผู้บริโภครายรองชัดเจนขึ้น รวมถึงเป็นข้อมูลและแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยต่อไป

3.5 ข้อมูลการสำรวจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภครายรอง

ซึ่งจากข้อมูลการแบ่งกลุ่มผู้บริโภครายรองทำให้ทราบว่ากลุ่มผู้บริโภครายรองที่คาดว่าจะ เป็นมากที่สุดคือกลุ่มเจน-เอ็กซ์ โดยผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามจำนวน 50 ชุด เพื่อสำรวจความต้องการ พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกายและแนวโน้มในการตอบรับต่อผลิตภัณฑ์เครื่อง แต่งกายจากผ้าทอมือพื้นถิ่น โดยมุ่งเจาะไปที่กลุ่มผู้บริโภครายรองที่คาดว่าจะเป็กลุ่มผู้บริโภครายรองคือ กลุ่มเจน-วาย โดยเนื้อหาของแบบสอบถามมีรายละเอียดในแต่ละส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความชอบและการดำเนินชีวิต

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกและลักษณะของผู้บริโภค

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าทอมือและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

โดยจากการทำแบบสอบถามสามารถสรุปข้อมูลในส่วนต่างๆ ได้ดังนี้

3.5.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

อายุของผู้บริโภค จากข้อมูลเบื้องต้นที่คาดคะเนได้ว่ากลุ่มผู้บริโภครายหลักคือกลุ่ม เจน-เอ็กซ์ ผู้บริโภคจึงได้เจาะจงทำแบบสอบถามผู้บริโภคสตรีในช่วงอายุ 30-49 ปี โดยผลจากการ สัมภาษณ์ผู้บริโภครายรองเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป มีผลจากการสำรวจดังนี้

3.5.1.1 การศึกษา

ร้อยละ 80 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี

ร้อยละ 20 จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

3.5.1.2 สถานภาพ

ร้อยละ 73 มีสถานะภาพโสด

ร้อยละ 27 แต่งงานแล้ว

3.5.1.3 อาชีพ

ร้อยละ 60 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน

ร้อยละ 40 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

โดยส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งหัวหน้างาน ผู้จัดการ เจ้าของกิจการ โดยอยู่ในสายงาน ออกแบบเช่น สถาปนิก ดีไซน์เนอร์ ครีเอทีฟ เป็นต้น

3.5.1.4 ที่พักอาศัย

ร้อยละ 87 อาศัยอยู่ในบ้านเดี่ยว

ร้อยละ 13 อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมในใจกลางเมือง

3.5.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความชอบและการดำเนินชีวิต

จากผลสำรวจกิจกรรมส่วนใหญ่ในยามว่างของผู้บริโภคคือ การพบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน ในร้านอาหาร หรือห้างสรรพสินค้า อินเทอร์เน็ต อ่านหนังสือหรือนิตยสาร ท่องเที่ยวในสถานที่ทาง วัฒนธรรมหรือธรรมชาติ ขอบปิ้ง ทำงานศิลปะหรืองานฝีมือและทำอาหาร ออกกำลังกาย ตามลำดับ

3.5.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับบุคลิกและลักษณะของผู้บริโภค

จากผลสำรวจ บุคลิกลักษณะของผู้บริโภค โดยให้ผู้บริโภคเลือกข้อที่คิดว่าตรงกับตัวเองมากที่สุด ผลสรุปส่วนใหญ่ผู้บริโภคมีลักษณะที่ใกล้เคียงกันคือ ร่าเริง แต่ในขณะเดียวกันก็มีความเงียบขรึม รักสงบ ชอบความเป็นส่วนตัว มีความมั่นใจในตัวเอง กล้าแสดงออก ชื่นชอบศิลปะ เจ้าระเบียบ ตรงต่อเวลา ไม่ชอบโดดเด่นแต่ในขณะเดียวกันก็ชอบที่จะไม่เหมือนใคร ชอบความหรูหราแต่เรียบง่าย แสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่ดี

3.5.4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย

จากผลสำรวจพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย ผู้บริโภคในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ชอบ เครื่องแต่งกายที่มีโครงหลวมและเข้ารูปเล็กน้อย สวมใส่สบาย โดยสีที่ชอบคือกว่าร้อยละ 70 คือ ชอบ สีที่หลากหลาย ผสมผสานกัน รองลงมาคือสีโทนมืด ขาว เทา ดำ ภาพลักษณ์ที่ชอบคือ มีความทะมัดทะแมง (Smart) มีความเป็นผู้หญิง (Feminine) ชอบความคลาสสิก เรียบหรู ไม่ชอบ ภาพลักษณ์ที่เซ็กซี่ (Sexy) หรือน่ารัก (Cute) เนื้อผ้าที่เลือกใช้ส่วนใหญ่ คือผ้าที่ให้ความรู้สึกเรียบหรู รองลงมาคือเส้นใยธรรมชาติ เช่น ผ้าฝ้ายหรือผ้าไหม เป็นต้น สถานที่ที่นิยมเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย คือ ห้างสรรพสินค้าชั้นนำที่มีชื่อเสียงหรือในย่านใจกลางเมือง โดยสิ่งที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้คำนึงถึง และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายคือ รูปแบบ รายละเอียดบนเสื้อผ้าที่น่าสนใจ คุณภาพการตัดเย็บที่ดี ราคา เนื้อผ้า ลวดลาย สี สัน รูปแบบที่กำลังเป็นที่นิยม ตามลำดับ

นอกจากนี้ผู้บริโภคกว่าร้อยละ 40 ซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายเดือนละ 2-3 ครั้ง รองลงมาคือ เดือนละครั้ง โดยในแต่ละครั้งซื้อสินค้าจำนวน 1-2 ชิ้นถึงร้อยละ 73 รองลงมา คือ ซื้อจำนวนมากบ้าง น้อยบ้าง โดยราคาของสินค้าเครื่องแต่งกายที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ คือ ราคาตั้งแต่ 1,500 ถึง 4,500 บาท ต่อชิ้น และผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคาดหวังว่าสินค้าเครื่องแต่งกายที่ซื้อไปนั้นจะสามารถสวมใส่ได้นาน 1 ปีขึ้นไป

นอกจากนี้ผู้บริโภคเป้าหมายยังต้องการสินค้าเครื่องแต่งกายที่สามารถสวมใส่กับเสื้อผ้าอื่น ๆ ได้ง่าย (Mix and Match) สามารถสวมใส่ได้ตลอดและอยากได้สินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นไม่เหมือนใคร และกว่าร้อยละ 33 มักเลือกซื้อตราสินค้าเดิมซ้ำ ๆ

3.5.5 ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าทอมือและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ในส่วนนี้จะเป็นการสำรวจการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ผ้าที่ทำจากเส้นใยธรรมชาติต่าง ๆ เพื่อดูความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทนี้ โดยผลของการสำรวจ คือ กว่าร้อยละ 53 เลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายจากเส้นใยธรรมชาติอย่างน้อยครั้ง ร้อยละ 33 ซื้อบ่อยครั้ง แต่โดยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 60 ไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการเลือกใช้สินค้าเครื่องแต่งกาย มีเพียงร้อยละ 33 เท่านั้นที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากสินค้าที่ตนเลือกใช้ แต่อย่างไรก็ตามกว่าร้อยละ 80 มีความสนใจและต้องการทดลองใช้สินค้าเครื่องแต่งกายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้เส้นใยธรรมชาติ คือ ผ้าฝ้าย ผ้าไหม ลินิน แต่ต้องการรูปแบบเครื่องแต่งกายที่ทันสมัย ไม่ดูสูงวัยและราคาที่เหมาะสม ผล มีเพียงส่วนน้อยที่กังวลเรื่องการดูแลรักษาโดยเฉพาะผ้าไหม เนื่องจากเห็นว่าดูแลรักษายาก

นอกจากนี้ยังมีการสำรวจของคอตตอนยูเอสเอ ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งของเนชั่นแนลคอตตอนเคาน์ซิล ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ทำการสำรวจเป็นประจำทุก 2 ปี เพื่อวัดประสิทธิภาพและการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องหมายการค้า คอตตอนยูเอสเอ ผลปรากฏว่าผู้หญิงไทยวัย 25-34 ปี ตอบรับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุด³ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่กำลังจะเข้าสู่กลุ่มเจน-เอ็กซ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้บริโภคยังมีความต้องการสินค้าที่เป็นเส้นใยธรรมชาติอยู่ แต่ถ้าเป็นวัสดุที่ทำจากเส้นใยไหมต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ สี สันที่ทันสมัย ไม่ดูสูงวัยและดูแลรักษาไม่ยุ่งยากมากนัก

ซึ่งจากข้อมูลทั้งการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามเกณฑ์ต่าง ๆ และการทำแบบสอบถามเบื้องต้นสามารถกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง ทั้งทางด้านข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และข้อมูลด้านจิตนิสัยและพฤติกรรมได้ดังนี้

3.6 การกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง

จากการศึกษาการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามหลักเกณฑ์ต่าง ๆ และการทำแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย สามารถสรุปกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองได้ดังตารางต่อไปนี้

³ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์, "ผลสำรวจหญิงไทยอายุ 25-34 ใช้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น" <http://www.ryt9.com/s/tpd/921385> (accessed 16 สิงหาคม 2556).

ตารางที่ 3.3 ตารางแสดงกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง

หัวข้อ	กลุ่มเป้าหมายหลัก	กลุ่มเป้าหมายรอง
กลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะทางภูมิศาสตร์	เป็นคนที่อาศัยอยู่ในเมืองหลวง มีชีวิตอยู่ในย่านใจกลางเมือง หรือในย่านแหล่งธุรกิจ อาศัยอยู่ในบ้านเดี่ยวแล้วเข้ามาทำงานในเมือง หรืออาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมย่านใจกลางเมือง เป็นต้น	คนที่อาศัยอยู่ต่างจังหวัด หรือต่างประเทศ ที่ต้องมีกิจกรรมหรือเข้ามาทำงาน หรือท่องเที่ยวในเมืองหลวงบ้าง
กลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะประชากรศาสตร์		
เพศ อายุ	เป็นสตรีในกลุ่มเจน-เอ็กซ์ ที่มีอายุระหว่าง 33 -45 ปี เป็นกลุ่มคนวัยทำงาน มีอาชีพการงาน และรายได้ที่มั่นคง คำนึงถึงภาพลักษณ์ที่ดีของตนเอง มีความมั่นใจในตัวเอง รักความสงบ ชอบความหรูหราแต่เรียบง่าย คลาสสิก	เป็นสตรี อยู่ในกลุ่มเจน-วาย ที่มีอายุระหว่าง 27-33 ปี เป็นกลุ่มวัยทำงาน มีความคิดอิสระ มีรายได้ดี และมีความคิดเป็นของตัวเอง มีความเป็นส่วนตัวสูง
สถานภาพคู่ครอง	โสดและแต่งงานแล้ว	โสดและแต่งงานแล้ว
ขนาดของครอบครัว	เป็นครอบครัวขนาดเล็กที่แยกตัว ออกมาอยู่เองจากพ่อแม่ หรืออยู่คนเดียว เนื่องจากเป็นคนที่ชอบความเป็นส่วนตัวและรักอิสระ	เป็นคนที่อยู่ในครอบครัวขนาดใหญ่ หรือ แยกตัวออกมาอยู่คนเดียว
รายได้	เป็นกลุ่มที่มีรายได้ดีมีรายได้ตั้งแต่ 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป	เป็นกลุ่มที่มีรายได้ดี อยู่ในวัยสร้างฐานะ มีรายได้ตั้งแต่ 25,000 บาทต่อเดือน
อาชีพ	เป็นกลุ่มคนที่เป็นนักธุรกิจ ประกอบอาชีพส่วนตัว หรือกลุ่มคนที่เป็นพนักงานบริษัทในระดับผู้บริหาร ผู้จัดการ หรือหัวหน้า	เป็นกลุ่มคนที่ทำอาชีพอิสระ หรือพนักงานบริษัทเอกชนที่แต่งกายแบบลำลองไปทำงาน เช่น สถาปนิก นักออกแบบ

	งาน ที่ต้องการภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ เป็นต้น	มัณฑนากร หรือ เป็น ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ผู้จัดการ เป็นต้น
การศึกษา	จบปริญญาตรีขึ้นไป	จบปริญญาตรีขึ้นไป
ศาสนา	นับถือศาสนาพุทธ	นับถือศาสนาอื่น ๆ
เชื้อชาติ	เชื้อชาติไทย	เชื้อชาติอื่น ๆ เช่น ชาวจีน ญี่ปุ่น ยุโรป เป็นต้น
กลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะจิต นิสัย		
ชนชั้นทางสังคม	มีฐานะในระดับสูง	มีฐานะในระดับปานกลาง ค่อนข้างสูง
ค่านิยม รูปแบบการใช้ชีวิต	มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่ทันสมัย ชอบความเป็นส่วนตัว มีความ เป็นตัวของตัวเองสูง ชอบใช้ของ ที่มีคุณภาพ มีการออกแบบที่ดู สะอาดตา ชอบความ สะดวกสบาย ชอบท่องเที่ยว สถานที่ทางธรรมชาติหรือ วัฒนธรรม	รูปแบบการใช้ชีวิตที่ทันสมัย ชอบความสวยงาม ความเป็น ตัวของตัวเอง กล้าแสดงออก
บุคลิกภาพ	เป็นคนที่มีความมั่นใจในตัวเอง มี ความทะมัดทะแมง มีความ ต้องการความสะดวกสบาย เป็น กลุ่มผู้บริโภคที่ชอบแต่งตัวเรียบ ง่าย เน้นคุณภาพของสินค้าและ สามารถสวมใส่ได้ตลอด มีความ นิ่งสงบ เนื่องจากเป็นกลุ่มวัย ทำงานที่เป็นเจ้าของกิจการ หรือ หัวหน้างานที่ต้องการภาพลักษณ์ ที่ดี อาจจะอยู่ในกลุ่มที่มี ทรัพยากรในการบริโภคสูง เช่น กลุ่มมุ่งเน้นการประสบ	โดยอาจจะอยู่ในกลุ่ม กลุ่มนักคิด (Thinkers) หรือ ผู้ที่มีความพึงพอใจในตนเอง ใช้ เหตุผล มีค่านิยมในระเบียบ วินัย ความรู้ และความ รับผิดชอบ จะเลือกบริการและ ผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน มี ประโยชน์ และมีคุณค่า อยู่ในกลุ่มผู้ตามแฟชั่น (Fashion Follower) หรือกลุ่ม ผู้ที่นิยมแฟชั่นที่อยู่ในกระแส กลุ่มคนที่ชอบสินค้าที่เน้นการ

	<p>ความสำเร็จ (Achievers) คือ ผู้ที่ทำงานที่มั่นคง ความสำเร็จ มีความรักในอาชีพและครอบครัว จะเลือกบริการ และผลิตภัณฑ์ที่มีความพิเศษ เพื่อให้ญาติมิตรได้รับรู้ถึงความสำเร็จ</p> <p>กลุ่มคนที่ชอบสินค้า</p> <p>แนวความคิด (Thinker) คือ กลุ่มคนที่ชอบสินค้าที่มีแนวคิดที่ดี มีความรับผิดชอบ มีประโยชน์ และมีคุณค่าในตัวเอง</p> <p>กลุ่มคนที่เน้นสินค้าด้านนวัตกรรม (Innovators) คือ ผู้ที่ประสบความสำเร็จในชีวิต และมีความนับถือตนเองสูง จะมีรสนิยมสูง ต้องการบริการพิเศษเหนือกว่าผู้อื่น</p>	<p>มีประสบการณ์ร่วม (Experiencer) คือกลุ่มคนวัยหนุ่มสาว มีความกระตือรือร้นแสวงหาความหลากหลาย และความตื่นเต้นในชีวิต จะเลือกบริการและผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย อยู่ในกระแสนิยม และสิ่งใหม่ ๆ</p>
<p>ผู้บริโภคตามลักษณะพฤติกรรม</p>	<p>เป็นคนที่ซื้อสินค้าแฟชั่นเป็นประจำ เช่นเดือนละ 2-3 ครั้ง และมีความชอบในการซื้อสินค้าที่ตนคุ้นเคย ชอบซื้อตราสินค้าเดิมซ้ำ ๆ</p>	<p>เป็นคนทันสมัย มีความสุขในการซื้อสินค้าแฟชั่น และไม่ยึดติดกับตราสินค้า ชอบทดลองสินค้าใหม่ ๆ</p>

ส่วนที่ 3 สรุปกลุ่มผู้บริโภครายหลักและผู้บริโภครายรอง

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นเราสามารถสรุป ลักษณะของกลุ่มผู้บริโภครายหลัก กลุ่มรายรองได้ดังนี้

3.7 กลุ่มผู้บริโภครายหลัก

กลุ่มสตรีที่เป็นกลุ่มผู้บริโภครายหลักในงานวิจัยนี้คือ กลุ่มผู้บริโภครายหลักที่มีอายุระหว่าง 33-45 ปี ซึ่งกลุ่มผู้บริโภครายหลักนี้ตามหลักทางด้านประชากรศาสตร์ จัดอยู่ในกลุ่มวัยผู้ใหญ่หรือวัยทำงาน อยู่ในกลุ่มเจน-เอ็กซ์ (X-Generation) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภครายหลักที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2508-2522 เป็นกลุ่มคนวัยทำงานหรือเป็นช่วงวัยที่มีฐานะ มีหน้าที่การงานที่มั่นคงในระดับหนึ่ง หรืออยู่ในกลุ่มของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เจ้าของกิจการหรือสืบทอดกิจการของครอบครัว เป็นต้น ถ้าเป็นคนทำงานในองค์กรของเอกชน ก็มีตำแหน่งในระดับหัวหน้างาน หรือผู้บริหารรุ่นใหม่ เป็นต้น เป็นกลุ่มคนที่มีความทันสมัย มีความมั่นใจในตัวเอง เชื่อมมั่นในความสามารถของตน

ในด้านลักษณะจิตนิสัยซึ่งเป็นการนำปัจจัยในด้านบุคลิกภาพ ด้านสังคม และการดำเนินชีวิต มาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มผู้บริโภครายหลักนั้น กลุ่มผู้บริโภครายหลักเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในสังคมระดับชนชั้นกลางส่วนบน (Upper-Middle Class) เป็นกลุ่มคนที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ มีการศึกษาดี มีความเป็นอยู่ที่ดี ชอบการพบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อนในร้านอาหาร หรือห้างสรรพสินค้า อินเทอร์เน็ต อ่านหนังสือหรือนิตยสาร ท่องเที่ยวในสถานที่ทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติ ชอบปีน ทำงานศิลปะหรืองานฝีมือและทำอาหาร ออกกำลังกาย เป็นต้น

ในส่วนของการวิเคราะห์บุคลิกภาพทางแพชชั่นของผู้บริโภครายหลักนั้น จัดอยู่ในกลุ่มสตรีที่ชอบอยู่กับตัวเอง มีความเรียบง่าย มีความเป็นธรรมชาติสูง รักความสงบ ความเงียบขรึม รักสงบ ชอบความเป็นส่วนตัว มีความมั่นใจในตัวเอง กล้าแสดงออก ชื่นชอบศิลปะ เจ้าระเบียบ ตรงต่อเวลา ชอบความหรูหราแต่เรียบง่าย แสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่ดี ในขณะที่เดียวกันก็ชอบความทันสมัยและต้องการสินค้าที่ดีมีคุณภาพ ไม่ดูสูงวัย มีรูปแบบ รายละเอียดบนเสื้อผ้าที่น่าสนใจ คุณภาพการตัดเย็บที่ดี สามารถสวมใส่กับเสื้อผ้าอื่น ๆ ได้ง่าย (Mix and Match) สามารถสวมใส่ได้ตลอดและอยากได้สินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นไม่เหมือนใคร

3.8 กลุ่มผู้บริโภครายรอง

กลุ่มรายรองคือสตรีที่มีอายุระหว่าง 23-33 ปี ซึ่งอยู่ในกลุ่มเจน-วาย (Gen-Y) ที่มีอายุน้อยกว่ากลุ่มรายหลัก เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ในวัยทำงาน ที่อยู่ในช่วงสร้างฐานะ การเลือกคู่ครองมีรายได้ค่อนข้างดี มีอิสระทางความคิด มีความมั่นใจในตัวเอง ชอบความทันสมัย เป็นตัวของตัวเองสูง อาจจะอยู่ในกลุ่มของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ประกอบอาชีพอิสระหรือทำงานในบริษัทเอกชน ที่มีวิถี

ชีวิตแบบล่าลง ไม่ทางการมากนัก มีความสุขในการซื้อสินค้าแฟชั่น และไม่ยึดติดกับตราสินค้า ชอบทดลองสินค้าใหม่ ๆ มีการจับจ่ายใช้สอยมากกว่ารุ่นก่อน มีรสนิยมสูง ต้องการภาพลักษณ์ที่ดี ต้องการความเป็นส่วนตัว หรือรูปแบบที่เฉพาะตัวไม่เหมือนใคร



บทที่ 4

ตลาดและคู่แข่ง

จากการศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคเพื่อกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรองแล้ว การวิเคราะห์ตลาดและตราสินค้าคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ก็มีความสำคัญและจำเป็นในการออกแบบสินค้าเครื่องแต่งกาย เพราะในตลาดสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายของไทยมีอยู่หลากหลาย ดังนั้นการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดและตราสินค้าคู่แข่งในปัจจุบันจะทำให้ทราบถึงแนวทางตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย รวมถึงแนวทางในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สามารถเติมช่องว่างทางการตลาดและแข่งขันกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งได้ โดยสามารถแบ่งรายละเอียดออกเป็นส่วน ๆ ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายและการแบ่งตลาดตามเกณฑ์ต่าง ๆ

- 4.1 การแบ่งตลาดตามลักษณะการผลิต
- 4.2 การแบ่งตลาดโดยใช้ราคาเป็นตัวกำหนด
- 4.3 การจำแนกสินค้าเครื่องแต่งกายโดยใช้โอกาสในการสวมใส่เป็นเกณฑ์
- 4.4 การแบ่งตลาดตามลักษณะการขายผลิตภัณฑ์
- 4.5 การแบ่งตลาดตามลักษณะจุดขายของร้านค้าสินค้าแฟชั่น

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่งทางการตลาด ตำแหน่งทางการตลาด (Position)/หลักส่วนผสมทางการตลาด 7พี (7P)และหลักการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis)

- 4.6 ความหมายของส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7พี (7P) และการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis)
- 4.7 หลักเกณฑ์ในการเลือกตราสินค้าคู่แข่งในการวิเคราะห์
- 4.8 วิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่งคือ ดอยตุง บริษัทอินเดียนและซิมพลิซิตี้ ตามหลักส่วนผสมทางการตลาด 7พี และการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis)

ส่วนที่ 3 สรุปรูปแบบของตราสินค้าของงานวิจัย

ส่วนที่ 1 ตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายและการแบ่งตลาดตามเกณฑ์ต่าง ๆ

จากการศึกษาเกี่ยวกับตลาดสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายนั้น การแบ่งตลาดออกเป็นส่วนย่อย ๆ สามารถใช้เกณฑ์ในการแบ่งตลาดได้หลากหลาย เช่น การแบ่งตามลักษณะการผลิตหรือจำนวนในการผลิต การแบ่งตามลักษณะการใช้สอย การแบ่งตามราคาของผลิตภัณฑ์และการแบ่งตามลักษณะหรือสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ดังมีรายละเอียดของการแบ่งตลาดในแต่ละหลักเกณฑ์ดังนี้

4.1 การแบ่งตลาดตามลักษณะการผลิต¹

สามารถแบ่งตลาดออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ

4.1.1 ตลาดสินค้าแฟชั่นชั้นสูง (Couture Fashion) เป็นกลุ่มสินค้าที่ผลิตในปริมาณจำกัด มีราคาสูง และได้รับการออกแบบและตัดเย็บโดยนักออกแบบที่มีชื่อเสียง โดยกลุ่มลูกค้ามักเป็นกลุ่มคนผู้มีชื่อเสียง และได้รับการยอมรับจากผู้นำแฟชั่น ซึ่งมีผลต่อแนวโน้มแฟชั่นใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้น

4.1.2 ตลาดสินค้าแฟชั่นสำเร็จรูป (Ready to Wear) เป็นกลุ่มสินค้าที่มีการผลิตที่ได้มาตรฐาน มักผลิตจากโรงงานซึ่งผลิตในปริมาณมากกว่าและมีราคาถูกกว่าสินค้าแฟชั่นชั้นสูงที่มีต้นทุนของสินค้าสูง ซึ่งกลุ่มสินค้านี้ยังสามารถแบ่งย่อยได้อีกดังนี้

4.1.2.1 สินค้าแฟชั่นจากนักออกแบบ (Designer Fashion) เป็นสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะตัว มีรูปแบบตามกระแสแนวโน้มแฟชั่น ซึ่งมักเป็นสินค้าที่มีชื่อของนักออกแบบเป็นชื่อตราสินค้า ทั้งนี้ นักออกแบบอาจจะลดหรือปรับเปลี่ยนรายละเอียดจากสินค้าแฟชั่นชั้นสูง และมีจำนวนในการผลิตที่มากกว่าและราคาต่ำกว่าสินค้าแฟชั่นชั้นสูง

4.1.2.2 สินค้าแฟชั่นมวลชน (Mass Fashion) เป็นสินค้าในกลุ่มตลาดขนาดใหญ่ ซึ่งมีกระบวนการผลิตที่รวดเร็ว ผลิตในปริมาณมาก และมีขนาดที่เป็นมาตรฐาน มีต้นทุนการผลิตต่ำ ทำให้ราคาสินค้าถูกกว่าสินค้าแฟชั่นชั้นสูงและสินค้าแฟชั่นจากนักออกแบบ ส่วนรูปแบบของสินค้ามักเกิดจากการลอกเลียนแบบหรือลดทอนรายละเอียดจากกลุ่มสินค้าแฟชั่นชั้นสูงหรือจากกลุ่มนักออกแบบ เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่ตามติดกระแสแฟชั่นในราคาปานกลางจนถึงต่ำ

4.1.2.3 สินค้าแฟชั่นคลาสสิก (Classic Fashion) เป็นสินค้าที่มีรูปแบบที่เป็นมาตรฐาน มีการออกแบบอย่างเรียบง่ายสามารถสวมใส่ได้ทุกยุคทุกสมัย เช่น กางเกงยีนส์สีวายส์ เป็นต้น

นอกจากนี้ในส่วนของสินค้าแฟชั่นสำเร็จรูปยังสามารถจำแนกโดยใช้ที่มาของแหล่งผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย โดยสามารถแบ่งได้ดังนี้

1.สินค้านำเข้า (Import Brand) สามารถแบ่งย่อยออกได้อีก 2 ประเภทคือ

¹ พัดชา อุทิศวรรณกุล.

สินค้านำเข้าระดับสูง (Import Luxury Brand) เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด มีราคาแพง เป็นสินค้าในกลุ่มนักออกแบบแฟชั่นที่มีชื่อเสียง เช่น ดิออร์ (Dior) หลุยส์ วิตตอง (Louis Vuitton) เป็นต้น

สินค้านำเข้าระดับกลาง เป็นกลุ่มสินค้านำเข้าที่มีราคาปานกลางหรือราคาต่ำกว่าสินค้านำเข้าระดับสูง เช่น ซาร่า (Zara) เอ็มเอ็นจี (MNG) ดีเคเอ็นวาย (DKNY) เป็นต้น

สินค้านำเข้าระดับล่าง เป็นกลุ่มสินค้านำเข้าที่มีราคาถูก มีการผลิตในจำนวนมาก

2.สินค้าจากนักออกแบบในประเทศ (Local Designer Brand) รูปแบบของสินค้าที่ออกแบบและผลิตโดยนักออกแบบในประเทศ มีราคาสูง เช่น คลอเซต (Kloset) ดิษยา (Disaya) อาชวา (Asava) เป็นต้น

3.สินค้าลิขสิทธิ์ (License Brand) เป็นสินค้าที่มีลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ แต่มีการผลิตในประเทศไทยหรืออาจจะมีการนำเข้าวัตถุดิบบ้าง เป็นต้น

4.สินค้าในประเทศ (Local Brand) เป็นสินค้าที่มีการออกแบบและผลิตในประเทศไทยผลิตในปริมาณมาก

นอกจากการแบ่งตลาดตามลักษณะการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าแล้ว ยังสามารถใช้ราคาของสินค้าแบ่งกลุ่มตลาดได้อีกด้วย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.2 การแบ่งตลาดโดยใช้ราคาเป็นตัวกำหนด²

การแบ่งกลุ่มตลาดโดยใช้ราคาของผลิตภัณฑ์เป็นตัวกำหนดนี้ เป็นการแบ่งสินค้าเป็นกลุ่ม ๆ ตามราคาของสินค้าตั้งแต่สินค้านำเข้าระดับสูงไปจนถึงระดับล่าง ซึ่งเกิดจากต้นทุนในการผลิตที่ต่างกัน ดังนี้รายละเอียดดังนี้

4.2.1 ตลาดสินค้าราคาสูง (High Class/ High Market) เป็นสินค้าในตลาดระดับสูง ผลิตโดยห้องเสื้อชั้นสูง (Haute Couture) อาจจะเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศหรือเป็นสินค้าของนักออกแบบ (Designer Brand) สินค้าในกลุ่มตลาดนี้มีราคาสูง ราคาเฉลี่ยประมาณ 10,000-300,000 บาทต่อชิ้น มีรายละเอียดเสื้อผ้าที่มีการตกแต่งอย่างสวยงาม ประณีต ผลิตในจำนวนจำกัด กลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง มีรสนิยม ไม่คำนึงถึงราคาสินค้ามากนัก

4.2.2 ตลาดสินค้าราคาปานกลางค่อนข้างสูง (Rather High Class/ Middle Market) เป็นตลาดสินค้าสำเร็จรูประดับปานกลางค่อนข้างสูง มีการผลิตที่มีจำนวนมาก มีขนาดมาตรฐานของเครื่องแต่งกาย มีคุณภาพของสินค้าดีทั้งวัสดุและการตกแต่งรายละเอียด แต่อาจจะมีการลดทอนรายละเอียดจากสินค้าในกลุ่มตลาดราคาสูง ราคาของสินค้าโดยเฉลี่ยประมาณ 1,500-8,000 บาทต่อ

² ibid.

ชั้น กลุ่มผู้บริโภคของสินค้าในกลุ่มตลาดนี้เป็นผู้บริโภคที่มีฐานะค่อนข้างดี มีรายได้พอที่จะลงทุนหรือใช้จ่ายเงินตามฐานะของตนเอง

4.2.3 ตลาดสินค้าราคาปานกลาง (Medium Class/ Mass Product) สินค้าระดับปานกลาง เป็นตลาดสินค้าที่มีการลงทุนเพราะต้องมีการโฆษณา มีการทำการตลาดของตราสินค้า สินค้าเครื่องแต่งกายในกลุ่มตลาดนี้มีคุณภาพปานกลาง ราคาไม่แพงมากนัก มีการผลิตสินค้าจำนวนมาก และมีการลดต้นทุนในการผลิต ผู้บริโภคสินค้าในตลาดนี้เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีฐานะปานกลาง มีรายได้พอใช้ไม่สามารถใช้สอยฟุ่มเฟือยได้มาก

4.2.4 ตลาดสินค้าราคาถูก (Low Class/ Low Market/ Mass Market) เป็นตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายระดับล่าง เน้นจำนวนการผลิตมากกว่าคุณภาพของสินค้า รูปแบบของสินค้าเครื่องแต่งกายอาจมีการลอกเลียนแบบสินค้าในตลาดระดับสูงแต่ลดทอนรายละเอียดและคุณภาพในการตัดเย็บราคาของสินค้าประมาณ 100-800 บาทต่อชิ้น เป็นกลุ่มตลาดที่มีขนาดใหญ่ในปัจจุบัน กลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่มคนที่มีรายได้จำกัด ไม่ใช้สอยฟุ่มเฟือย มีความสนใจในสินค้าแฟชั่นน้อย

นอกจากนี้ยังสามารถใช้โอกาสในการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นเกณฑ์ในการแบ่งตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายได้อีกด้วย ดังมีรายละเอียดดังนี้

4.3 การจำแนกสินค้าเครื่องแต่งกายโดยใช้โอกาสในการสวมใส่เป็นเกณฑ์³

เครื่องแต่งกายแฟชั่นสามารถจำแนกออกตามโอกาสการสวมใส่ได้ 3 ลักษณะ ตามลักษณะการใช้งาน คือ กาลเทศะ ช่วงเวลาและสถานที่ ดังนี้

4.3.1 เครื่องแต่งกายสำหรับทำงาน (Business Wear) มีลักษณะเป็นทางการ สุภาพ เรียบร้อย มีความทันสมัย หรือแสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

ชุดทำงานลำลอง (Formal-Casual)

ชุดทำงานงานการ (Formal-Formal)

ชุดทำงานปาร์ตี้ (Formal-Party)

4.3.2 เครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์ (Party Wear) เป็นเครื่องแต่งกายสำหรับโอกาสพิเศษ หรือใช้ในงานเลี้ยงสังสรรค์ต่าง ๆ เช่น งานแต่งงาน งานสังคม งานcocktail เป็นต้น สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

ชุดปาร์ตี้ลำลอง (Party-Casual)

ชุดปาร์ตี้ทางการ (Party-Formal)

ชุดปาร์ตี้ปาร์ตี้ (Party-Party)

³ ibid.

4.3.3 เครื่องแต่งกายลำลอง (Casual Wear) มีลักษณะเป็นเครื่องแต่งกายที่ใช้สวมใส่ในชีวิตประจำวัน หรือชุดที่สวมใส่ในวันหยุดพักผ่อน หรือไปท่องเที่ยว เป็นต้น มีลักษณะสวมใส่สบาย คล่องตัว สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

ชุดลำลองลำลอง (Casual-Casual)

ชุดลำลองทางการ (Casual-Formal)

ชุดลำลองปาร์ตี้ (Casual-Party)

นอกจากนี้ยังสามารถจำแนกตลาดตามลักษณะการขายสินค้าซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.4 การแบ่งตลาดตามลักษณะการขายผลิตภัณฑ์ สามารถแบ่งออกได้ดังนี้⁴

4.4.1 ขายปลีก (Retail) คือลักษณะการขายที่ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เป็นชิ้น ๆ โดยคละรูปแบบไม่จำกัดจำนวน ลักษณะสินค้ามีรูปแบบที่ทันสมัยหรือตามกระแสแนวโน้มนิยมแฟชั่น สินค้าในกลุ่มตลาดนี้มักมีอายุการขายสั้น สามารถขายสินค้าได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องขายอย่างรวดเร็ว หรือมีการทำโปรโมชั่นสินค้า

4.4.2 ขายส่ง (Wholesale) คือลักษณะการขายสินค้ารูปแบบหนึ่ง ๆ จำนวนมาก โดยมากมักมีจำนวนในการซื้อขั้นต่ำตามข้อกำหนดของผู้ขาย ตัวผลิตภัณฑ์มักมีรูปแบบพื้นฐาน (Basic) หรือมีแนวโน้มนิยมแฟชั่นเพียงเล็กน้อย ราคาของสินค้าถูก เน้นการขายในปริมาณมาก

4.4.3 ขายตรง (Direct Sale) คือการขายที่ผู้ขายนำเสนอสินค้าต่อผู้บริโภคโดยตรง ไม่ผ่านศูนย์กลาง ผู้ขายอาจนำเสนอสินค้าถึงที่พักของผู้บริโภค หรือผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ทางอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ หรือโทรทัศน์ เป็นต้น ลักษณะของสินค้ามีรูปแบบเบสิก มีความเป็นแฟชั่นน้อย สามารถใช้ได้ยาวนาน ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบมากนัก เช่น ชุดนอน เป็นต้น

4.4.4 ขายตามสั่ง (Catalogue Sale) คือการขายสินค้า ตามรายการในนิตยสาร หรือสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น เป็นสินค้าที่มีการผลิตไว้แล้ว มีรูปแบบพื้นฐาน เรียบง่าย

4.5 การแบ่งตลาดตามลักษณะจุดขายของร้านค้าสินค้าแฟชั่น

4.5.1 จุดขายที่เป็นร้านบูติก (Stand Alone Shop) คือจุดขายที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า หรือในย่านธุรกิจแฟชั่นที่สำคัญ มีลักษณะเป็นห้องเสื้อ สินค้ามีลักษณะเป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือผู้บริโภคสามารถสั่งตัดได้ มีการตกแต่งร้านค้าอย่างเต็มรูปแบบตามลักษณะของตราสินค้า

4.5.2 จุดขายที่เป็นร้านค้าในพลาซ่า (Shop in Plaza) คือร้านค้าที่อยู่ในส่วนพลาซ่าของห้างสรรพสินค้า เช่น เซนทรัลเวิลด์ สยามพารากอน สยามดิสคัฟเวอรี เป็นต้น มีลักษณะเป็นห้องเสื้อ

⁴ ibid.

เดี่ยว มีการตกแต่งร้านค้าพอสมควร มีทั้งสินค้านำเข้า (Import Brand) สินค้าลิขสิทธิ์ (License Brand) และสินค้าในประเทศ (Local Brand)

4.5.3 จุดขายที่เป็นคอร์เนอร์ในห้างสรรพสินค้า (Corner in Department Store) จุดขายที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าบริเวณพื้นที่ด้านข้างหรือกลางทางเดิน หรืออยู่ในส่วนของพื้นที่ที่ห้างสรรพสินค้าจัดเอาไว้ (Department Store) ร้านค้ามักไม่มีการตกแต่งแบบถาวรมากนัก สินค้าอยู่ร่วมกับตราสินค้าอื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน มีทั้งสินค้านำเข้า สินค้าลิขสิทธิ์ และสินค้าในประเทศ มีขนาดพื้นที่ประมาณ 20-35 ตารางเมตร

จากการศึกษาการแบ่งกลุ่มตลาดข้างต้นจะเห็นได้ว่า การแบ่งกลุ่มตลาดสามารถใช้เกณฑ์ในการแบ่งได้หลากหลาย และสามารถเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยกำหนดตลาดของผลิตภัณฑ์ หรือตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในตลาดเพื่อเสริมช่องว่างทางการตลาดและสามารถแข่งขันกับตราสินค้าอื่น ๆ ได้นอกจากนี้การกำหนดตลาดที่ชัดเจนจะช่วยให้ผู้ออกแบบมีแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับตลาดเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้มากที่สุด

ในส่วนของตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายตามแนวทางของการออกแบบอย่างยั่งยืนนั้นสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทอีโคแฟชั่น (Eco Fashion) มีแนวทางที่สอดคล้องกับการออกแบบอย่างยั่งยืนมากที่สุดคือ การออกแบบเครื่องแต่งกายที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ใช้เส้นใยธรรมชาติเป็นวัตถุดิบหลัก หรือเครื่องแต่งกายที่ทำจากวัสดุเหลือใช้ เป็นต้น ในตลาดประเทศไทยยังพบเห็นสินค้าในกลุ่มอีโคแฟชั่นและมีสัดส่วนการแข่งขันในตลาดที่ค่อนข้างน้อย แต่ด้วยกระแสของการออกแบบในแขนงต่าง ๆ ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ดังที่เห็นได้จากการจัดการประกวดงานออกแบบในเชิงงานออกแบบนิเวศน์เศรษฐกิจ (Eco-Design) ซึ่งทำให้ผู้บริโภครู้จักงานออกแบบในแขนงนี้มากขึ้นและมีแนวโน้มที่จะเติบโตในอนาคต⁵ อีกทั้งตราสินค้าแฟชั่นของไทยที่มีชื่อเสียงหลายบริษัทเริ่มให้ความสนใจและตระหนักถึงสินค้าที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น คุณชนิตา ปรีชาวิทยากุล เจ้าของตราสินค้าเครื่องแต่งกายซีเนดา (Seneda) ที่ตระหนักและให้ความสำคัญกับสินค้าอีโคแฟชั่น ซึ่งสามารถนำสินค้าส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นซึ่งมีมาตรฐานของสินค้าสูง และยังให้ความเห็นว่าผู้ผลิตต้องปรับตัวและให้ความสำคัญกับการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นเพื่อเพิ่มทางเลือกและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค⁶ จะเห็นได้ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวทางของอีโคแฟชั่นเป็นช่องว่างทางการตลาดหนึ่งที่เป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการและสามารถสร้างจุดเด่นให้กับตราสินค้าได้ แต่ในขณะเดียวกันก็ท้าทายต่อ

⁵ คณะกรรมการบริหารศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (สวทช).

⁶ อาศิรา พนาราม, "คุยกับชนิตา ปรีชาวิทยากุลแห่ง Seneda ว่าด้วยการสร้างแบรนด์และการผลักดันธุรกิจแฟชั่นไทยให้พัฒนา", ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ <http://www.tcdc.or.th/src/14972/www-tcdcconnect-com/> (accessed 8 มกราคม 2557).

ผู้ประกอบการที่ผลิตภัณฑ์นั้นต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค สามารถสวมใส่ได้จริงและมีรูปแบบที่ทันสมัย ที่สามารถแข่งขันกับตราสินค้าอื่น ๆ ได้

ดังนั้นการวิเคราะห์หรือเปรียบเทียบข้อมูลในด้านต่าง ๆ กับตราสินค้าที่เป็นคู่แข่งทางการตลาดจึงเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ดังมีรายละเอียดในส่วนถัดไป



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่งทางการตลาด ตำแหน่งทางการตลาด (Position) หลัก ส่วนผสมทางการตลาด 7พี (7P) และหลักการวิเคราะห์สถานะแวดล้อม (SWOT Analysis)

ในการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่งทางการตลาดนั้น มักนิยมใช้หลักการส่วนผสมทางการตลาด 7พี (7P) และการวิเคราะห์สถานะแวดล้อม (SWOT Analysis) เป็นหลักการในการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่ง โดยมีรายละเอียดของหลักการ ดังนี้

4.6 ความหมายของส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7พี (7P) และการวิเคราะห์สถานะแวดล้อม (SWOT Analysis)⁷

ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือตัวแปรทางการตลาดในด้านต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยหลัก 7พี (7P) อันได้แก่

4.6.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) คือรูปแบบของผลิตภัณฑ์ เช่น โครงร่างเงา สี ลวดลาย วัสดุ ลักษณะและรูปแบบการใช้สอย และยังรวมถึงสัดส่วนของประเภทสินค้าด้วย

4.6.2 สถานที่ (Place) คือ สถานที่หรือลักษณะการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ตลาดเป้าหมายที่เหมาะสม หมายถึงร้านค้าที่ผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายเข้าไปเลือกซื้อ

4.6.3 การส่งเสริมการขาย (Promotion) คือการแจ้งให้ผู้บริโภคเป้าหมายได้รับรู้เพื่อส่งเสริมหรือเพิ่มปริมาณในการขายสินค้ามากขึ้น ซึ่งเป็นหน้าที่โดยตรงในส่วนของตลาด และยังรวมถึงการโฆษณาหรือแสดงออกถึงภาพลักษณ์ของตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักต่อผู้บริโภคด้วย

4.6.4 การตั้งราคา (Price) การตั้งราคาสินค้าที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และสอดคล้องกับต้นทุนการผลิต ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีความคล้ายคลึงกัน

4.6.5 คน (People) ในที่นี้หมายถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

4.6.6 บรรจุภัณฑ์ (Packaging) คือสิ่งที่ห่อหุ้มหรือบรรจุผลิตภัณฑ์ เพื่อปกป้องผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพเดิมหรือเพื่อการพกพา ขนส่ง บางครั้งบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความน่าสนใจให้กับลูกค้าและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

4.6.7 การจดจำใหม่ (Purple Cow) หมายถึง การสร้างปรากฏการณ์ใหม่หรือการสร้างสรรคจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภค

ในส่วนของหลักการวิเคราะห์สถานะแวดล้อม (SWOT Analysis) นั้น เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ของตราสินค้า โดยวิเคราะห์จากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายนอกและสภาพการณ์ภายใน โดยเป็นการวิเคราะห์หาจุดแข็ง จุดอ่อนของตราสินค้าเพื่อเป็นประโยชน์ใน

⁷ พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, การออกแบบและพัฒนาแพคเกจจิ้งและฉลากภัณฑ์ (กรุงเทพมหานคร: วิสคอมเซ็นเตอร์, 2550).

การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับตราสินค้าอื่น ๆ ได้ โดยหลักการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม ประกอบด้วย

จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ (Strengths) เป็นปัจจัยภายในองค์กรของผลิตภัณฑ์ ที่สร้างประโยชน์หรือเป็นจุดแข็งที่สร้างความแตกต่างจากตราสินค้าอื่น ๆ ได้ เช่น บริษัทขนาดใหญ่มีจุดแข็งคือ มีเงินทุนมาก เป็นต้น

จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ (Weakness) เป็นปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นสิ่งที่ตรงข้ามกับจุดแข็งข้างต้นหรือเป็นข้อเสียเปรียบของผลิตภัณฑ์ เช่น ทำเลของร้านไม่ดี เป็นต้น

โอกาสที่จะดำเนินการได้ (Opportunities) เป็นปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อธุรกิจทางใดทางหนึ่ง ที่เกิดผลดีต่อองค์กร เช่น การแข่งขันที่ไม่รุนแรง คู่แข่งยกเลิกกิจการ เป็นต้น

อุปสรรค (Threats) เป็นปัจจัยภายนอกองค์กรที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ที่อาจจะส่งผลหรือเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร

4.7 หลักเกณฑ์ในการเลือกตราสินค้าคู่แข่งในการวิเคราะห์

ในการเลือกตราสินค้าคู่แข่งที่จะนำมาวิเคราะห์นั้น จำเป็นที่จะต้องมีเกณฑ์ในการเลือกตราสินค้าที่ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย หรือมีแนวทางในการออกแบบที่ใกล้เคียงกับแนวคิดที่ศึกษาเพื่อนำข้อมูลที่เปรียบเทียบและวิเคราะห์นั้นมาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป โดยมีหลักเกณฑ์ในการเลือกตราสินค้าคู่แข่ง ดังนี้

4.7.1 เป็นตราสินค้าที่มีแนวทางที่สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน เช่น การใช้เส้นใยธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบ เช่น ฝ้าย ไหม ลินิน เป็นต้น หรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

4.7.2 เป็นตราสินค้าที่มีลักษณะของงานพื้นถิ่นหรืองานใช้วัตถุดิบของชุมชน หรืองานหัตถกรรม เป็นต้น

4.7.3 เป็นตราสินค้าที่อยู่ในกลุ่มตลาดระดับปานกลางค่อนข้างสูงมีราคาสินค้าเฉลี่ย 1,500-9,000 บาท

4.7.4 รูปแบบสินค้ามีลักษณะจำลองหรือทางการที่สามารถสวมใส่ได้จริง มีรูปแบบที่ทันสมัย

4.7.5 ตราสินค้ามีรูปแบบที่ใกล้เคียงกับอายุของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายคือวัยทำงาน อายุระหว่าง 33-45 ปี

4.7.6 รูปแบบสินค้ามีลักษณะที่แสดงออกถึงความเรียบง่าย สงบ นิ่ง ทันสมัย มีคุณภาพดีซึ่งตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

ซึ่งจากเกณฑ์ที่กำหนดในการเลือกตราสินค้าคู่แข่งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกตราสินค้าที่จะนำมาวิเคราะห์ดังนี้ ดอยตุง (Doi Tung) บริติชอินเดียน (British India) และซิมพลิซิตี (Simplicity) โดย

วิเคราะห์ตามหลักการของส่วนผสมทางการตลาด 7พี (Marketing Mix 7P) และหลักการวิเคราะห์สถานะแวดล้อม (SWOT Analysis) ซึ่งมีรายละเอียดของการวิเคราะห์ตราสินค้าดังนี้

4.8 วิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่งคือ ดอยตุง บริษัทอินเดียนและซิมพลิซิตี้ ตามหลักส่วนผสมทางการตลาด 7พี (7P) และการวิเคราะห์สถานะแวดล้อม (SWOT Analysis)

ตราสินค้าที่เลือกมาเพื่อนำมาวิเคราะห์ตามหลักส่วนผสมทางการตลาด 7พี และการวิเคราะห์สถานะแวดล้อม มีรายละเอียดดังนี้

4.8.1 ดอยตุง (Doi Tung)



รูปที่ 4.1 ดอยตุง Spring Summer 2012

ที่มา : www.doitung.org

ตราสินค้าดอยตุงเป็นร้านค้าที่มีผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ในชีวิตประจำวันมากมาย เช่น ของแต่งบ้าน เสื้อผ้า ของใช้ ของกิน เป็นต้น เป็นตราสินค้าในมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงในสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ที่ต้องการพัฒนาและสร้างอาชีพของคนชาวเขาในจังหวัดเชียงรายให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นโครงการที่นำเอาแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนมาใช้ คือ มุ่งเน้นการพัฒนาใน 3 ด้าน คือ การพัฒนาคน การพัฒนาสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน⁸

การพัฒนาคน เช่น การสร้างอาชีพ สร้างงานให้กับคนในชุมชน การพัฒนาสิ่งแวดล้อม คือ การให้คนในชุมชนอยู่ร่วมกับป่าไม้ได้อย่างยั่งยืน ให้ชาวบ้านดูแลป่าและใช้ประโยชน์จากป่านั้นเอง ใน

⁸ Doitung Development Project, "Doitung Sustainable Design คืออะไร" http://www.doitung.org/news_events.php?id=174 (accessed 31 สิงหาคม 2556).

ขณะเดียวกันก็สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน คือ การสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับคนในชุมชน เพิ่มศักยภาพ ความสามารถโดยการให้ความรู้ และฝึกสอนให้คนในชุมชนเป็นแรงงานที่มีฝีมือ มีทักษะ สามารถประกอบอาชีพเลี้ยงตัวเองได้อย่างยั่งยืน ซึ่งนับว่าเป็นตราสินค้าที่เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ที่ได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายของดอยตุงนั้น สามารถวิเคราะห์ตามหลักส่วนผสมทางการตลาด 7พี (7P) และวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis) ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ตารางวิเคราะห์ตราสินค้าดอยตุง

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
ผลิตภัณฑ์ (Product)				
- ผลิตภัณฑ์ตรา สินค้าดอยตุงนี้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ ผลิตวัตถุดิบใน ท้องถิ่น เป็นผ้าที่ ทอด้วยแรงงานคน ในท้องถิ่น ใช้ วัตถุดิบที่เป็นเส้น ใยธรรมชาติ เช่น ฝ้าย เป็นส่วนใหญ่ - มีรูปแบบเครื่อง แต่งกายในแบบ ลำลอง - มีภาพลักษณ์ที่ ทันสมัย ทะมัดทะแมง ไม่มี ลักษณะของความ เป็นผู้หญิงมากนัก	- จุดเด่นของ ผลิตภัณฑ์ คือ ความเป็น ธรรมชาติและมี ลักษณะของชน เผ่าที่ผสมผสาน กัน - มีเรื่องราวของ คนในท้องถิ่นที่ สร้างความ น่าสนใจให้กับ ผู้บริโภค - เป็นองค์กร ขนาดใหญ่ ได้รับ การสนับสนุน อย่างดี มีการ พัฒนาที่เป็น ระบบ - ผลิตภัณฑ์มีการ	- รูปแบบของ ผลิตภัณฑ์ที่ อาจจะสวมใส่ได้ ยาก - การใช้ผ้าฝ้าย เป็นวัตถุดิบหลัก เป็นส่วนใหญ่ ให้ ความรู้สึกที่แข็ง กระด้าง - รูปแบบของ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ หลากหลายมาก นัก	- ด้วยเรื่องราว ของคนในท้องถิ่น สร้างจุดเด่นให้กับ ผลิตภัณฑ์ สร้าง ความน่าสนใจ ให้กับผู้บริโภค ชาวต่างชาติได้ - ตราสินค้าเป็นที่ รู้จักในวงกว้าง เนื่องจากได้รับ การสนับสนุนจาก มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง และการ ประชาสัมพันธ์ที่ ดี - มีตราสินค้าที่ คำนึงถึงธรรมชาติ น้อย คู่แข่งทาง การตลาดยังมี น้อย	- กระแสแนวโน้ม แฟชั่นที่มีการ แข่งขันสูง - ข้อจำกัดในการ ใช้วัสดุธรรมชาติ อาจจะทำให้ได้ รูปแบบที่ไม่ ดูดีหรือสะดุด ตาเท่ากับ ผลิตภัณฑ์ที่ทำ จากวัสดุ สังเคราะห์ที่มี สีสดใส จัด จ้าน

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
	ตัดเย็บเรียบร้อย มีคุณภาพดี			
สถานที่ (Place)				
- สถานที่ในการ จัดจำหน่ายมีทั้งที่ ในต่างจังหวัดใหญ่ ๆ เช่น เชียงราย เชียงใหม่ ส่วนใน กรุงเทพมหานคร นั้น มีร้านค้า เฉพาะที่บริเวณ ถนนพระรามสี่ และมีร้านค้าใน ห้างสรรพสินค้า ใหญ่ ๆ เช่น เอ็ม โพเรียม เป็นต้น - บรรยากาศ ภายในร้านให้ ความรู้สึกของ ความเป็น ธรรมชาติ ความเป็น พื้นถิ่น	- ร้านค้ามีขนาด ใหญ่ และมี ประเภทสินค้า หลากหลาย เห็น ภาพลักษณ์ของ สินค้าได้ชัดเจน	- แม้จะมีร้านค้า หลายร้านใน กรุงเทพมหานคร แต่ในย่านใจกลาง ธุรกิจสินค้าแฟชั่น ยังไม่มีร้านค้า ตั้งอยู่ หรือ ตอบสนองต่อกลุ่ม คนในย่านใจกลาง เมืองเช่น บริเวณ สยาม สยามพารา กอน เป็นต้น - มีการแสดง สินค้าเครื่องแต่ง กายน้อย มีให้ เลือกน้อย เนื่องจากต้อง แสดงร่วมกับ สินค้าประเภทอื่น	- โอกาสในการจัด แต่งร้านให้เห็น ภาพลักษณ์ที่ ชัดเจน - การกระจาย ร้านค้าไปใน บริเวณต่าง ๆ เพิ่มช่องทางใน การจัดจำหน่าย และทำให้ตรา สินค้าเป็นที่รู้จัก เข้าถึงได้ง่าย	- ร้านค้าที่ไม่ได้ ตั้งอยู่ในย่านใจ กลางธุรกิจแฟชั่น อาจจะเข้าถึงได้ ยาก เช่น บริเวณ ลุมพินี เป็นต้น - ร้านค้าคู่แข่ง ทางการตลาดที่ เกิดขึ้นมากมาย
ส่งเสริมการขาย (Promotion)				
- การส่งเสริมการ ขาย เช่นการ โฆษณาในสื่อต่าง ๆ - การสร้าง	- เป็นองค์กร ขนาดใหญ่ มี เงินทุนในการทำ การตลาด - มีภาพลักษณ์	- ใช้งบประมาณ ในการโฆษณา เพิ่มต้นทุน - ผลกำไรที่ลดลง จากการลดราคา	- เพิ่มโอกาสใน การขายสินค้าได้ มากขึ้น - ลดจำนวนสินค้า เก่า	- คู่แข่งมีการลด ราคาเช่นเดียวกัน และมีรูปแบบที่ หลากหลาย มากกว่า

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
เรื่องราวและ ภาพลักษณ์ที่ดีมา ยาวนาน - การลดราคา สินค้าสำหรับ สินค้าในคอล เลกชันเดิม เป็น ต้น	ของตราสินค้าที่ดี มีคุณภาพ มี เรื่องราวของ ผลิตภัณฑ์ สร้าง ความน่าเชื่อถือ ต่อผู้บริโภคได้ ง่าย	สินค้า	- ทำให้ลูกค้ารู้จัก ตราสินค้ามากขึ้น - เพิ่มโอกาสใน การสร้างลูกค้า ใหม่จากการลด ราคาสินค้า สร้าง ความน่าสนใจ ให้กับกลุ่ม ผู้บริโภค	- ค่าใช้จ่ายที่มาก ขึ้น
ราคา (Price)				
- ราคาสินค้าอยู่ใน กลุ่มตลาดระดับ ปานกลางค่อนข้าง สูง	- สามารถตั้ง ราคาสินค้าได้สูง เนื่องจากเป็น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ แรงงานคนใน ท้องถิ่น และมี เรื่องราวของ ผลิตภัณฑ์ที่ น่าเชื่อถือ - ราคาสินค้าอยู่ ในระดับที่ สามารถซื้อได้	- ราคาสินค้า ค่อนข้างสูงเมื่อ เทียบกับรูปแบบ ของผลิตภัณฑ์ คู่แข่งที่มีลักษณะ ใกล้เคียงกัน - เนื่องจากเป็น สินค้าจากเส้นใย ธรรมชาติและใช้ แรงงานในท้องถิ่น ทำให้ต้นทุนสินค้า สูง	- คู่แข่งทาง การตลาดมีน้อย สามารถตั้งราคา ได้สูง - เป็นการสร้าง ภาพลักษณ์ของ สินค้าที่เป็นสินค้า ที่มีคุณภาพ ตัด เย็บเรียบร้อย ใช้ วัสดุที่มีคุณภาพดี จึงมีราคาสูงกว่า ปกติ	- ตราสินค้าคู่แข่ง ที่มีราคาถูกกว่า - ลักษณะของ สภาพทาง เศรษฐกิจของ ประเทศที่ลดลง มีผลต่อการ บริโภคที่น้อยลง ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้ยาก ขึ้น
คน (People)				
- กลุ่มผู้บริโภค เป็นสตรีที่อยู่ในวัย ทำงาน มีอาชีพ การงานที่ดี มี ฐานะมั่นคงใน ระดับหนึ่ง มี	- เป็นกลุ่ม ผู้บริโภคที่มีกำลัง ซื้อ มีฐานะ อาชีพการงานที่ มั่นคง - เป็นกลุ่มคนที่	- ผู้บริโภคใน ปัจจุบันตาม กระแสแนวโน้ม ค่อนข้างมาก ดังนั้นหากไม่ใช่ กลุ่มผู้บริโภค	- เนื่องจากเป็น กลุ่มคนที่มีกำลัง ซื้อ ทำให้เพิ่ม มูลค่าในการขาย สินค้า - การพูดต่อแบบ	- ในกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มนี้บางส่วน เริ่มสร้าง ครอบครัว อาจจะต้อง คำนึงถึงการใช้

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
<p>ศักยภาพในการจับจ่ายใช้สอย</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นกลุ่มคนที่ชอบความเป็นธรรมชาติ ชอบงานพื้นถิ่น - เป็นกลุ่มคนที่ชอบความทันสมัย เป็นคนรุ่นใหม่ มีความมั่นใจในตัวเอง - เป็นสตรีที่มีบุคลิกทะมัดทะแมงไม่มีความเป็นผู้หญิงมากนัก 	ทันสมัย เปิดรับรูปแบบสินค้าที่แปลกใหม่	เป้าหมายอาจจะไม่ได้รับความสนใจจากคนกลุ่มนี้ ทำให้ผู้บริโภคสินค้าอยู่กลุ่มคนจำกัด	ปากต่อปาก อาจจะทำให้เพิ่มกลุ่มผู้บริโภคได้มากขึ้น	<p>จ่ายในด้านอื่น ๆ เช่น เฟิงเริ่มมีบุตร เป็นต้น</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นกลุ่มคนที่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้า จึงต้องรักษามาตรฐานของสินค้าไว้อย่างดี ถ้ามีข้อผิดพลาดอาจจะทำให้เสียกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)				
<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะบรรจุภัณฑ์มีความเรียบง่าย แสดงออกถึงภาพลักษณ์ของตราสินค้าได้ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - บรรจุภัณฑ์มีตราสินค้าที่ชัดเจน แสดงออกถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นธรรมชาติและความเป็นพื้นถิ่นได้ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นการเพิ่มต้นทุนให้กับสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - การมีตราสินค้าที่ชัดเจนบนบรรจุภัณฑ์เป็นการโฆษณาตราสินค้าทางอ้อม - ลูกคามีความรู้สึกว่าได้รับความสำคัญและแสดงถึงความใส่ใจในรายละเอียดต่าง ๆ ของ 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นการเพิ่มต้นทุนสินค้า และเพิ่มกระบวนการผลิต

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
			ผลิตภัณฑ์ สร้าง ภาพลักษณ์ที่ดี	
การจดจำใหม่ (Purple Cow)				
- สร้างการจดจำ โดยเน้นไปที่ความ เป็นธรรมชาติ ผสมผสานกับงาน พื้นถิ่น งานทำมือ - มีเรื่องราวของ คนในชุมชน คือ ชาวเขาใน ภาคเหนือสร้าง ความน่าสนใจ ให้กับตราสินค้า	- มีเรื่องราว ภาพลักษณ์ที่ ชัดเจน และโดดเด่นจาก ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในตลาดสินค้า แฟชั่นในปัจจุบัน เป็นที่จดจำได้ ง่ายต่อผู้บริโภค	- เมื่อกระแส แนวโน้มแฟชั่น เปลี่ยนแปลงไป นิยมภาพลักษณ์ ในด้านอื่น ๆ ที่ ไม่ใช่งานท้องถิ่น อาจจะไม่ได้รับความสนใจจาก กลุ่มผู้บริโภคกลุ่ม ใหม่เท่าที่ควร	- ยังมีคู่แข่งทาง การตลาดน้อย สร้างความโดดเด่นและการจดจำ ได้ง่าย	- การรักษา ภาพลักษณ์และ คุณภาพให้คงอยู่ แต่ในขณะที่ เดียวกับก็สร้างความน่าสนใจ ให้กับผู้บริโภคไม่รู้สึกรู้สึกรู้สึกเบื่อหน่าย

4.8.2 ซิมพลิซิตี (Simplicity)

เป็นตราสินค้าที่มีผู้ผลิตและจัดจำหน่ายโดย บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด มีรูปแบบเครื่องแต่งกายในลักษณะลำลอง เน้นการใช้เส้นใยธรรมชาติเป็นวัตถุดิบ เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าลินิน เป็นต้น รูปแบบของสินค้ามีรูปแบบที่เรียบง่าย สวมใส่สบาย มักเป็นโครงเสื้อผ้าแบบหลวม ๆ ซึ่งมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ และการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis) ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ตารางวิเคราะห์ตราสินค้าซิมพลิซิตี

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
ผลิตภัณฑ์ (Product)				
- เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบลำลอง	- ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติทำให้	- รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ไม่	- มีตราสินค้าที่เน้นการใช้เส้นใย	- กระแสแนวโน้มแฟชั่นที่มีการ

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
<p>เป็นส่วนใหญ่</p> <p>- ทำจากเส้นใยธรรมชาติ เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าลินิน เป็นส่วนใหญ่</p> <p>- มีรูปแบบที่ทันสมัย สวมใส่สบาย มีรายละเอียดของความเป็นผู้หญิงบ้างเล็กน้อย แต่ให้ภาพลักษณ์ที่ดูสวมใส่สบาย เป็นธรรมชาติ ไม่ดูตูดหรือเซ็กซี่ ค่อนข้างอนุรักษ์นิยม เรียบร้อย</p>	<p>สวมใส่สบาย มีรูปแบบลำลอง</p> <p>- รูปแบบที่ค่อนข้างเรียบง่าย มีแนวโน้มแฟชั่นน้อยทำให้สวมใส่ได้ตลอด</p> <p>- สามารถนำไปใส่กับสินค้าอื่นๆ ได้ง่าย</p> <p>- ผลិតภัณฑ์มีการตัดเย็บเรียบร้อย มีคุณภาพ</p>	<p>ตามกระแส</p> <p>แนวโน้มแฟชั่นมากน่าจะอาจทำให้สินค้าไม่น่าสนใจ เรียกความสนใจจากผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ ได้น้อย</p>	<p>ธรรมชาติเป็นหลักค่อนข้างน้อย ทำให้คู่แข่งทางการตลาดมีไม่มาก</p> <p>- การมีรูปแบบที่เป็นธรรมชาตินี้เองอาจจะสร้างความแตกต่างและสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์</p>	<p>แข่งขันสูง</p> <p>- ข้อจำกัดในการใช้วัสดุธรรมชาติ อาจจะทำให้ได้รูปแบบที่ไม่ดูตูด เช่น ได้สีสันทึบไม่สดใส เหมือนเส้นใยสังเคราะห์ เป็นต้น ทำให้เรียกความน่าสนใจจากกลุ่มลูกค้าได้น้อย</p>
สถานที่ (Place)				
<p>- มีร้านค้าส่วนมากอยู่ในส่วนที่เป็นดิพาร์ทเมนต์สโตร์ (Department Store) ซึ่งไม่มีร้านที่แยกออกมาชัดเจน อยู่ร่วมกับตราสินค้าอื่น ๆ</p> <p>- มีจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าใจ</p>	<p>- ร้านตั้งอยู่ในย่านใจกลางเมือง เข้าถึงได้ง่าย</p> <p>- มีการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่ชัดเจนว่าเป็นแบรนด์ที่เรียบง่าย ใส่ใจธรรมชาติ</p>	<p>- ไม่มีร้านค้าแยกออกมาเฉพาะ อยู่ร่วมกับตราสินค้าอื่น ๆ ที่มีผลิตภัณฑ์ในลักษณะเดียวกัน ทำให้การจัดร้านทำได้ไม่เต็มที่</p> <p>- การอยู่ใกล้กับตราสินค้าคู่แข่งทำให้ผู้บริโภคมี</p>	<p>- โอกาสในการเข้าถึงได้ง่ายของผู้บริโภค เนื่องจากอยู่ในย่านใจกลางเมือง</p> <p>- การอยู่ร่วมกับตราสินค้าอื่น ๆ เป็นโอกาสให้เห็นถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์กับตราสินค้าอื่น ๆ</p>	<p>- ร้านค้าของคู่แข่งที่มีลักษณะใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ เกิดทางเลือกสำหรับผู้บริโภค โอกาสในการซื้อสินค้าน้อยลง</p> <p>- ข้อจำกัดของสถานที่ ทำให้ตกแต่งร้าน หรือ</p>

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
กลางเมือง เช่น เซนทรัลชิดลม (Central Chidlom) เซน (Zen) เป็นต้น - แม้จะมีพื้นที่ขนาดเล็กแต่ก็มี การประดับ บริเวณร้านให้มี กลิ่นอายของ ความเป็น ธรรมชาติ เช่น การประดับด้วยกิ่งไม้ เป็นต้น		ทางเลือก และ ตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ของตรา สินค้าได้ยากขึ้น - พื้นที่ที่มีขนาด จำกัด ทำให้สินค้า ค่อนข้างหนาแน่น ในราวแขวนหนึ่ง ๆ		สร้างภาพลักษณ์ ที่ชัดเจนของ ผลิตภัณฑ์ได้ยาก
ส่งเสริมการขาย (Promotion)				
- การลดราคา สินค้าสำหรับ สินค้าในคอล เลกชั่นเดิม เป็นต้น - การบริการและ ให้คำแนะนำที่ดี ของพนักงานต่อ ลูกค้า	- เป็นตราสินค้าที่ ได้รับการยอมรับ ในระดับหนึ่ง ง่าย ต่อการโฆษณา และ ประชาสัมพันธ์ - เพิ่มโอกาสใน การขายสินค้าได้ มากขึ้นจากการ ลดราคา	- ใช้งบประมาณ ในการโฆษณาทำ ให้เพิ่มต้นทุน - ผลกำไรที่ลดลง จากการลดราคา สินค้า - ยังไม่ค่อยมีการ โฆษณาหรือทำ การตลาดในสื่อ ต่าง ๆ เช่น ใน นิตยสาร หรือ สื่อ ออนไลน์มากนัก ทำให้ผลิตภัณฑ์	- เพิ่มโอกาสใน การขายสินค้าได้ มากขึ้น - ลดสต็อกสินค้า เก่า - ลูกค้าเกิดความ เชื่อถือและ ตัดสินใจซื้อสินค้า ได้ง่ายขึ้นเมื่อ ได้รับการบริการ หรือคำแนะนำ จากพนักงานที่ดี	- คู่แข่งมีการลด ราคาเช่นเดียวกัน และมีรูปแบบที่ หลากหลาย มากกว่า - ค่าใช้จ่ายที่มาก ขึ้น - คู่แข่งทาง การตลาดมีกล ยุทธ์ในการทำ การตลาดในสื่อ ต่างๆ ทำให้ตรา สินค้าอื่น ๆ เป็น

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
		เป็นที่รู้จักในวงแคบ		ที่รู้จักในวงกว้างมากกว่า
ราคา (Price)				
- ราคาสินค้าอยู่ในกลุ่มตลาดระดับปานกลางค่อนข้างสูง ราคาสินค้าเฉลี่ยประมาณ 1,500-3,500 บาท	- การตั้งราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เป็นราคาที่กลุ่มผู้บริโภคสามารถซื้อได้	- ราคาสินค้ามีความใกล้เคียงหรือไม่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ทำให้เกิดข้อเปรียบเทียบ - เนื่องจากเป็นเส้นใยธรรมชาติที่มีรูปแบบล้าลองเป็นธรรมชาติจึงมีภาพลักษณ์ของสินค้าที่ไม่สามารถตั้งราคาได้สูง ดังเช่นผลิตภัณฑ์ที่มีความหรูหรา หรือที่มีรูปแบบที่เป็นแฟชั่นมากกว่า	- คู่แข่งทางการตลาดมีน้อย เพิ่มโอกาสในการตั้งราคาสินค้าได้สูงขึ้น	- ราคาสินค้าที่ใกล้เคียงกับตราสินค้าอื่น ๆ เกิดทางเลือกกับผู้บริโภค ลดโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์ลง - ลักษณะของสภาพทางเศรษฐกิจของประเทศที่ลดลง มีผลต่อการบริโภคที่น้อยลง ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ยากขึ้น
คน (People)				
- กลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีฐานะและมีอาชีพที่มั่นคงในระดับหนึ่ง มีกำลัง	- เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อเพิ่มโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น	- แม้จะเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ทันสมัยแต่กลุ่มผู้บริโภคยังมีความต้องการสินค้าที่ตาม	- เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อ ทำให้เพิ่มมูลค่าในการขายสินค้า	- ในกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้บางส่วนเริ่มสร้างครอบครัว อาจจะต้อง

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
<p>ซื้อสูง</p> <p>- เป็นกลุ่มคนที่ชอบความเรียบง่าย ความเป็นธรรมชาติ ไม่ชอบรูปแบบที่ตามกระแสแฟชั่นมากนัก</p>	<p>- เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ชอบความเรียบง่าย มีรายละเอียดเล็กน้อย ไม่ตามกระแสแฟชั่นมากนัก ทำให้ลดต้นทุนในการผลิตหรือลดกระบวนการในการผลิตสินค้าลง</p>	<p>กระแสแนวโน้มแฟชั่นค่อนข้างน้อย ทำให้รูปแบบสินค้าอาจจะไม่น่าสนใจเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นแฟชั่นมากกว่า</p> <p>- เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ค่อยชอบการเปลี่ยนแปลงหรือรูปแบบที่โดดเด่นมากนัก คำเนืงถึงการใช้สอยและควมคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์</p>	<p>- เป็นกลุ่มคนที่คำเนืงถึงภาพลักษณ์ในการแต่งกายหรือไม่ค่อยมีความมั่นใจในการแต่งกาย การแนะนำที่ดีของผู้ขายอาจจะเพิ่มโอกาสในการซื้อสินค้าของลูกค้กลุ่มนี้ได้มากขึ้น</p>	<p>คำเนืงถึงการใช้จ่ายในด้านอื่น ๆ เช่น เพิ่งเริ่มมีบุตร เป็นต้น</p> <p>- เป็นกลุ่มคนที่คำเนืงถึงคุณภาพของสินค้า จึงต้องรักษามาตรฐานของสินค้าไว้อย่างดี ถ้ามีข้อผิดพลาดอาจจะทำให้เกิดความไม่มั่นใจและสูญเสียกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้</p>
<p>บรรจุภัณฑ์ (Packaging)</p>				
<p>- เนื่องจากร้านค้าส่วนใหญ่อยู่ในส่วนที่เป็นดีพาร์ตเมนต์สโตร์ (Department Store) ของห้างสรรพสินค้า ไม่มีร้านค้าของตนเองที่ชัดเจน</p>	<p>- ลดต้นทุน มีความเรียบง่าย และบรรจุผลิตภัณฑ์อย่างเรียบร้อย</p>	<p>- ลดโอกาสในการโฆษณาสินค้าทางอ้อมผ่านทางถุงบรรจุภัณฑ์</p> <p>- ภาพลักษณ์ของตราสินค้าไม่ชัดเจน</p>	<p>- ลดขั้นตอนในการผลิต</p>	<p>- ลดโอกาสในการโฆษณาสินค้าผ่านทางบรรจุภัณฑ์</p> <p>- ผู้บริโภคไม่รู้สึกรู้สีกเกิดความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าอื่น ๆ</p>

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
บรรจุภัณฑ์จึง กลายเป็นตรา สินค้าของ ห้างสรรพสินค้า แทน				ที่มีลักษณะ ใกล้เคียงกัน
การจดจำใหม่ (Purple Cow)				
- ยังไม่มีการสร้าง การจดจำใหม่ที่ ชัดเจนมากนัก แต่ ที่เห็นถึงความ แตกต่างจากตรา สินค้าอื่น ๆ คือ ภาพลักษณ์ของ ตราสินค้าที่ใช้เส้น ใยธรรมชาติเป็น ส่วนใหญ่	- คู่แข่งทาง การตลาดที่เน้น การใช้เส้นใย ธรรมชาติยังมี น้อย และ สามารถ ตอบสนองต่อ กลุ่มผู้บริโภคที่ ต้องการความ เรียบง่าย เป็น ธรรมชาติ	- รูปแบบของ สินค้ายังไม่มี การสร้างการจดจำ ใหม่ที่ชัดเจน หรือ สร้างความโดดเด่น จากผลิตภัณฑ์ ใกล้เคียง	- เป็นช่องทางใน การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้ ได้รับความสนใจ ต่อผู้บริโภคได้	- การสร้างความ จดจำใหม่เป็น การเพิ่มต้นทุน และมีความเสี่ยง ที่ทำให้ผู้บริโภค เกิดความสับสน

4.8.3 บริติชอินเดียน (British India)

บริติชอินเดียนก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ.1994 มีจำหน่ายในประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และไทย เป็นต้น เป็นตราสินค้าที่มีภาพลักษณ์คือเป็นตราสินค้าของเมืองท่องเที่ยวในเขตเมืองร้อน มีความเป็นพื้นถิ่น เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าผู้มีรายได้สูงที่ชอบการเดินทาง ชอบท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม ตัวสินค้าทำจากวัสดุจากธรรมชาติ สวมใส่สบาย และมีรายละเอียดของความเป็นพื้นถิ่น หรืองานฝีมือของคนพื้นเมืองในแถบเมืองท่องเที่ยวชายทะเล เป็นต้น



รูปที่ 4.2 รูปภาพแสดงหน้าร้านบริติชอินเดีย

ที่มา : <http://britishindia.com.my>

ตารางที่ 4.3 ตารางวิเคราะห์ตราสินค้าบริติชอินเดีย

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
ผลิตภัณฑ์ (Product)				
<ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบเครื่องแต่งกายที่มีลักษณะล้าลอง รูปแบบที่คลาสสิก สามารถสวมใส่ได้ตลอด - ผลิตภัณ์มักทำจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น ฝ้าย ลินิน เป็นต้น - มีรายละเอียดของงานปักถักหรืองานฝีมือ ที่เป็นเมือง 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติทำให้สวมใส่สบาย มีรูปแบบล้าลอง - มีรูปแบบที่แสดงออกถึงงานพื้นถิ่นหรือเป็นเมืองท่องเที่ยว อย่างชัดเจน ทำให้ภาพลักษณ์ของตราสินค้ามีความชัดเจนโดดเด่น เป็นที่จดจำได้ง่ายของ 	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตามกระแส แนวโน้มแฟชั่นมากนักอาจจะทำให้สินค้าไม่น่าสนใจ เรียกความสนใจจากผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ ได้น้อย อาจจะคู่ค้าสมัยในบางผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจน เป็นที่จดจำได้ง่ายของผู้บริโภค มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - ความนิยมของผู้บริโภคที่ตามกระแสแนวโน้มแฟชั่นมากขึ้น ผู้บริโภคอาจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อื่นที่มีรูปแบบที่ทันสมัยและตามกระแสแฟชั่นมากกว่า

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
ท่องเที่ยวเซตร้อน ในแถบชายทะเล เป็นต้น - มีกลิ่นอายของ วัฒนธรรมอินเดีย -ผลิตภัณฑ์มีการ ตัดเย็บที่ดี มี คุณภาพ	ผู้บริโภค - สามารถนำไปใส่ กับสินค้าอื่น ๆ ได้ - ผลิตภัณฑ์มีการ ตัดเย็บเรียบร้อย มีคุณภาพ - รูปแบบสินค้ามี ความหลากหลาย			
สถานที่ (Place)				
- มีร้านค้า ส่วนมากอยู่ใน ส่วนที่เป็น ดิพาร์ทเมนต์สโตร์ (Department Store) ซึ่งไม่มี ร้านที่แยกออกมา ชัดเจน อยู่ร่วมกับ สินค้าอื่น ๆ - มีจำหน่ายใน ห้างใจกลางเมือง เช่น เซนทรัลชิด ลม (Central Chidlom) เซน (Zen) เป็นต้น - แม้จะมีพื้นที่ จำกัดแต่ก็มีการ ประดับตกแต่ง บริเวณร้านให้มี กลิ่นอายของการ	- ร้านตั้งอยู่ใน ย่านใจกลางเมือง เข้าถึงได้ง่าย - มีการสร้าง ภาพลักษณ์ของ ตราสินค้าที่ ชัดเจน มีการ ตกแต่งร้านที่ สวยงามด้วยของ แต่งร้านที่ แสดงออกถึง ภาพลักษณ์ของ ตราสินค้า สร้าง ความจดจำให้กับ ผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น - สถานที่ดูโล่ง โปร่ง ไม่อึดอัด	- ไม่มีร้านค้า เฉพาะทำให้อยู่ ร่วมกับผลิตภัณฑ์ อื่น ๆ ที่มีลักษณะ ใกล้เคียงกัน เพิ่ม ทางเลือกให้กับ ผู้บริโภค ลด โอกาสในการซื้อ ตราสินค้าลง - พื้นที่ที่มีขนาด จำกัด ทำให้สินค้า ค่อนข้างแน่นใน ราวแขวนหนึ่ง ๆ	- โอกาสในการ เข้าถึงได้ง่ายของ ผู้บริโภค เนื่องจากอยู่ใน ย่านใจกลางเมือง และมีหลายสาขา - ด้วยภาพลักษณ์ ที่ชัดเจน แม้จะอยู่ ร่วมกับตราสินค้า อื่น ๆ แต่ก็เป็นที่ จดจำได้ง่ายต่อ ผู้บริโภค สร้าง ความแตกต่าง ให้กับผลิตภัณฑ์ - สถานที่จัด จำหน่ายอยู่ใน ย่านใจกลางเมือง มีคนมาก เพิ่ม โอกาสในการซื้อ ของผู้บริโภค	- ร้านค้าของ คู่แข่งที่มีลักษณะ ใกล้เคียงกับ ผลิตภัณฑ์ เกิด ทางเลือกสำหรับ ผู้บริโภค โอกาส ในการซื้อสินค้า น้อยลง - ด้วยสถานที่ที่มี จำกัด ทำให้ ตกแต่งร้านได้ไม่ เต็มที่

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
เป็นเมือง ท่องเที่ยว หรือ งานพื้นถิ่น			ได้มากขึ้น	
ส่งเสริมการขาย (Promotion)				
<ul style="list-style-type: none"> - การลดราคาสินค้าสำหรับสินค้าในคอลเล็กชันเดิม เป็นต้น - มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น มีเว็บไซต์บนสื่อออนไลน์ที่ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รู้จักผลิตภัณฑ์มากขึ้น - การบริการและให้คำแนะนำที่ดีของพนักงานต่อลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ชัดเจน สร้างความแตกต่างและความน่าสนใจให้กับผู้บริโภคได้เพิ่มโอกาสในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ - เพิ่มโอกาสในการขายสินค้าได้มากขึ้นจากการลดราคา - มีการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น ทางอินเทอร์เน็ต ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้งบประมาณในการโฆษณาเพิ่มเติมทุน - ผลกำไรที่ลดลงจากการลดราคาสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มโอกาสในการขายสินค้าได้มากขึ้น - ลดปริมาณสินค้าเก่า - ลูกค้าเข้าถึงสื่อต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคได้รู้จักตราสินค้ามากขึ้น - เพิ่มโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - คู่แข่งมีการลดราคาเช่นเดียวกันและมีรูปแบบที่ทันสมัย ตามกระแสแฟชั่นมากกว่า - ค่าใช้จ่ายที่มากขึ้น - คู่แข่งทางการตลาดมีกลยุทธ์ในการทำการตลาดในสื่อต่าง ๆ เช่นกัน
ราคา (Price)				
<ul style="list-style-type: none"> - ราคาสินค้าอยู่ในกลุ่มตลาดระดับปานกลางค่อนข้างสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - มีราคาค่อนข้างสูง แต่ด้วยภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ 	<ul style="list-style-type: none"> - ราคาสินค้าค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่มี 	<ul style="list-style-type: none"> - คู่แข่งทางการตลาดมีน้อย - เพิ่มโอกาสในการตั้งราคาสินค้าได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะของสภาพทางเศรษฐกิจของประเทศที่ลดลง

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
ราคาสินค้าเฉลี่ย ประมาณ 2,500- 4,500 บาท	ชัดเจน ประกอบ กับตัวผลิตภัณฑ์ที่ ผลิตด้วยวัตถุดิบ ที่ดี มีการตัดเย็บ เรียบร้อย ทำให้ ผู้บริโภคที่มีกำลัง ซื้อเกิดความสนใจ	ลักษณะใกล้เคียง กันทำให้เกิดข้อ เปรียบเทียบกับ ตราสินค้าอื่น	สูงขึ้น	มีผลต่อการ บริโภคที่น้อยลง ผู้บริโภคตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์ได้ ยากขึ้น
คน (People)				
- กลุ่มผู้บริโภค เป็นกลุ่มวัยทำงาน ที่มีฐานะและมี อาชีพที่มั่นคงใน ระดับหนึ่ง มีกำลัง ซื้อสูง - เป็นกลุ่มคนที่ ชอบความเรียบ ง่าย สวมใส่สบาย ชอบความเป็น ธรรมชาติ ชอบ ท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติและ วัฒนธรรม - กลุ่มผู้บริโภค ส่วนหนึ่งเป็น ผู้บริโภค ชาวต่างชาติที่ขึ้น ชองงาน หัตถกรรมหรือ งานพื้นถิ่น	- เป็นกลุ่ม ผู้บริโภคที่มีกำลัง ซื้อสูง เพิ่มโอกาส ในการซื้อ ผลิตภัณฑ์	- เป็นกลุ่ม ผู้บริโภคที่ชอบ ความเป็นพื้นถิ่น ซึ่งอาจจะทำให้มี รูปแบบของ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ ค่อยทันสมัย หรือ ตามกระแส แนวโน้มแฟชั่น มากนัก	- เนื่องจากเป็น กลุ่มคนที่มีกำลัง ซื้อสูง ทำให้เพิ่ม มูลค่าในการขาย สินค้า ผู้บริโภคไม่ ค่อยคำนึงถึงราคา สินค้านัก เน้น รูปแบบที่ตนเองพอใจ	- เป็นกลุ่มคนที่ คำนึงถึงคุณภาพ ของสินค้า จึงต้อง รักษามาตรฐาน ของสินค้าไว้อย่าง ดี และคง เอกลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์ไว้ - เนื่องจากเป็น กลุ่มลูกค้าที่มี กำลังซื้อสูง จึงมี ทางเลือกในการ เลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ของ ตราสินค้าอื่น ๆ ได้ง่าย

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)				
<p>- ถุงบรรจุภัณฑ์เป็นตราของห้างสรรพสินค้าเนื่องจากอยู่ในส่วนของดีพาร์ตเมนต์สตรี (Department Store) ไม่มีร้านค้าแยกออกมาโดยเฉพาะ</p> <p>- แม้จะไม่มีถุงบรรจุภัณฑ์ที่แสดงตราสินค้าอย่างชัดเจนแต่ก็มีการบรรจุหีบห่อเรียบร้อย และมีป้ายแสดงตราสินค้าในส่วนอื่นๆ ชัดเจน เช่น ป้ายบนผลิตภัณฑ์ เป็นต้น</p>	<p>- มีการบรรจุผลิตภัณฑ์อย่างเรียบร้อย</p> <p>- ใช้ถุงบรรจุภัณฑ์ของห้างสรรพสินค้าทำให้ลดต้นทุนและขั้นตอนในการผลิต</p>	<p>- ไม่มีถุงบรรจุภัณฑ์ที่แสดงตราสินค้าของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ขาดโอกาสในการโฆษณา</p>	<p>- ลดขั้นตอนในการผลิต</p>	<p>- ขาดโอกาสในการโฆษณาสินค้าบนถุงบรรจุภัณฑ์</p> <p>- ผู้บริโภคอาจเกิดความสับสนและไม่เห็นความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าอื่น ๆ</p>
การจดจำใหม่ (Purple Cow)				
<p>- สร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่มีลักษณะเป็นงานหัตถกรรม หรือ</p>	<p>- มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจน โดดเด่นแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นที่</p>	<p>- การจดจำใหม่ที่เป็นงานหัตถกรรมหรืองานพื้นถิ่นอาจจะ</p>	<p>- ภาพลักษณ์ที่ชัดเจนสร้างความจดจำได้ง่าย</p>	<p>- หากไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาจสร้างความเบื่อหน่ายให้กับ</p>

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
งานพื้นถิ่นของ เมืองท่องเที่ยว ชายทะเล ที่มี ความหรูหรา คลาสสิก	ใกล้เคียงกัน เป็น ที่จดจำของ ผู้บริโภคร	ตอบสนองต่อ ผู้บริโภครเฉพาะ เพียงบางกลุ่ม		ผู้บริโภคร

4.8.4 สรุปจุดแข็งและจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์จากตราสินค้าคู่แข่ง

จากการศึกษาและวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่งตามหลักส่วนผสมทางการตลาด 7พี (7P) และการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis) แล้วนั้น สามารถสรุปจุดแข็งและจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาตราสินค้าของงานวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 4.4 ตารางสรุปจุดแข็งและจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

องค์ประกอบ 7 พี (7P)	ดอยตุง (Doi tung)	ซิมพลิซิตี้ (Simplicity)	บริทิชอินเดียน (British India)
จุดแข็ง			
ผลิตภัณฑ์ (Product)	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ของตราสินค้าและมีเรื่องราวของตราสินค้าที่ชัดเจนคือมีลักษณะของงานร่วมสมัยและงานพื้นถิ่น - สินค้ามีคุณภาพและการตัดเย็บที่ดี - มีรูปแบบที่ทันสมัยเป็นเอกลักษณ์ - ใช้วัตถุดิบเป็นมิตรและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม - สวมใส่สบาย 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการตัดเย็บที่ได้คุณภาพมีมาตรฐาน - รูปแบบสินค้าเรียบง่ายสวมใส่ได้ตลอดทุกยุคทุกสมัย - มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย - ใช้วัตถุดิบที่เป็นเส้นใยจากธรรมชาติ คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม - สวมใส่สบาย 	<ul style="list-style-type: none"> - มีภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ชัดเจน เป็นที่จดจำของผู้บริโภคร - สินค้ามีรายละเอียดของงานพื้นถิ่นหรืองานฝีมือสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ - ใช้วัตถุดิบที่เป็นเส้นใยธรรมชาติ - มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย - สวมใส่สบาย
สถานที่	- ร้านค้ามีขนาดใหญ่	- อยู่ในย่านใจกลางเมือง	- อยู่ในย่านใจกลางเมือง

(Place)	สามารถจัดร้านและ ตกแต่งร้านได้ง่าย	ย่านธุรกิจสินค้าแฟชั่น ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย	ย่านธุรกิจสินค้าแฟชั่น ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย - มีการตกแต่งร้านที่ แสดงออกถึงภาพลักษณ์ ของตราสินค้าที่ชัดเจน
การส่งเสริม การขาย (Promotion)	- มีการโฆษณาหรือ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีมา โดยตลอด สร้างความ น่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค - มีการลดราคาสินค้า เพิ่มโอกาสในการขาย มากขึ้น	- มีการลดราคาสินค้า เพิ่ม โอกาสในการขายและลด ปริมาณสินค้าเก่า	- นอกจากจะมีการลด ราคาสินค้า เพิ่มโอกาสใน การขายแล้ว ยังมีการ โฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น มีเวปไซต์ในสื่อออนไลน์ที่ บอกเล่าเรื่องราวของ ผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด
ราคา (Price)	- มีการตั้งราคา ที่เหมาะสม เมื่อเทียบกับ ภาพลักษณ์ที่ดีของ ผลิตภัณฑ์	- มีราคาที่ถูกกว่าทั้งตรา สินค้า เพิ่มโอกาสในการ ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	- มีราคาค่อนข้างสูง แต่ ด้วยภาพลักษณ์ที่ชัดเจน แตกต่างและคุณภาพของ สินค้าทำให้ผู้บริโภค สามารถซื้อได้
คน (People)	- กลุ่มผู้บริโภคมีกำลัง ซื้อ - กลุ่มผู้บริโภคเปิดรับ รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ทันสมัย มีรูปแบบที่ แตกต่าง	- กลุ่มผู้บริโภคมีกำลังซื้อ	- เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มี กำลังซื้อสูง
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	- บรรจุภัณฑ์แสดงตรา สินค้าชัดเจน แสดงออก ถึงภาพลักษณ์ของตรา สินค้า มีความเรียบง่าย และบรรจุภัณฑ์ เรียบร้อย	- มีบรรจุภัณฑ์ที่เรียบร้อย พอสมควร	- มีบรรจุภัณฑ์ที่เรียบร้อย พอสมควร
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	- มีเรื่องราวของ ผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึง	- มีภาพลักษณ์ที่เป็นตรา สินค้าที่ใช้เส้นใยธรรมชาติ	- เป็นงานหัตถกรรม งาน พื้นถิ่นของอินเดีย หรือ

	ธรรมชาติ เป็นงานทำ มือ งานพื้นถิ่นของ ชาวเขา	เป็นวัตถุดิบหลัก	เมืองท่องเที่ยวในแถบ เมืองร้อน
จุดอ่อน			
ผลิตภัณฑ์ (Product)	- รูปแบบสินค้าบางครั้ง มีรูปแบบที่สวมใส่ได้ ยากนำไปสวมใส่กับ เสื้อผ้าอื่น ๆ ได้ยาก - ด้วยตัวผลิตภัณฑ์ส่วน ใหญ่เป็นผ้าฝ้ายให้ ความรู้สึกที่แข็งกระด้าง - รูปแบบสินค้าไม่ หลากหลายมีให้เลือก น้อย	- รูปแบบผลิตภัณฑ์อาจจะ มีความเรียบง่ายมาก เกินไป ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ น่าสนใจ ไม่โดดเด่น	- ผลิตภัณฑ์บางรูปแบบมี ความล้าสมัย หรือดูสูงวัย
สถานที่ (Place)	- บางร้านค้าไม่ได้อยู่ใน ย่านใจกลางเมือง เข้าถึง ได้ยาก	- สถานที่ที่มีจำกัด จัดแต่ง ร้านค้าได้ยากและสินค้ามี ความหนาแน่น - อยู่ร่วมกับตราสินค้าอื่น ๆ ในส่วนที่ ห้างสรรพสินค้าจัดไว้ให้ เกิดการเปรียบเทียบและ เพิ่มทางเลือกให้กับ ผู้บริโภค ลดโอกาสในการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์	- สถานที่ที่มีจำกัด การ ตกแต่งร้านค้าทำได้ไม่ เต็มที่ และสินค้ามีความ หนาแน่นเช่นกัน - อยู่ร่วมกับตราสินค้าอื่น ๆ เกิดการเปรียบเทียบ และทางเลือกให้กับ ผู้บริโภค
การส่งเสริม การขาย (Promotion)	- การลดราคาสินค้าทำ ให้ได้กำไรลดลง - ผู้บริโภคอาจซื้อสินค้า ราคาเต็มน้อยลง เนื่องจากรอสินค้าที่ลด ราคา	- การลดราคาสินค้าทำให้ ได้กำไรน้อยลง - ผู้บริโภคอาจซื้อสินค้า ราคาเต็มน้อยลงเนื่องจาก รอสินค้าที่ลดราคา - ไม่มีการโฆษณาหรือการ ทำการตลาดในสื่อต่าง ๆ	- การลดราคาสินค้าทำให้ ได้กำไรน้อยลง - ผู้บริโภคอาจซื้อสินค้า ราคาเต็มน้อยลงเนื่องจาก รอสินค้าที่ลดราคา

		เพื่อให้ผู้บริโภครู้จัก ผลิตภัณฑ์ค่อนข้างน้อย ลดโอกาสในการซื้อสินค้า	
ราคา (Price)	- อาจจะมีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน	- ด้วยราคาที่น้อยกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ลดกำไรที่ควรจะได้มากขึ้น	- ราคาค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบใกล้เคียงกันกับตราสินค้าอื่น ๆ
คน (People)	- เป็นกลุ่มคนที่ค่อนข้างมีความมั่นใจ ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและแตกต่าง	- เป็นกลุ่มคนที่ค่อนข้างยึดติดกับความเรียบง่าย ไม่มั่นใจในการแต่งกาย ทำให้รูปแบบสินค้ามีรูปแบบเดิม ๆ ไม่น่าสนใจ	- เป็นกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อสูง มีโอกาสในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ง่าย
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	- มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามแสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่ชัดเจน แต่ก็เป็นการเพิ่มต้นทุนสินค้า	- เป็นบรรจุภัณฑ์ของห้างสรรพสินค้า อาจทำให้เกิดความสับสนกับผู้บริโภค - ลดโอกาสในการโฆษณาสินค้าผ่านถุงบรรจุภัณฑ์ - ผู้บริโภคไม่เห็นถึงความแตกต่างและโดดเด่นจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	- ไม่มีถุงบรรจุภัณฑ์ที่แสดงตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ลดโอกาสในการโฆษณาสินค้า และอาจจะสร้างความสับสนกับผู้บริโภค
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	- หากไม่มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อาจสร้างความเบื่อหน่ายให้กับผู้บริโภค	- ยังไม่มีการสร้างการจดจำใหม่ที่ชัดเจน	- แม้มີภาพลักษณ์ที่ชัดเจน แต่ถ้าไม่มีการพัฒนาสินค้า อาจสร้างความเบื่อหน่ายให้กับผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 สรุปรูปแบบของตราสินค้าของงานวิจัย

จากตารางแสดงถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์จากตราสินค้าคู่แข่งข้างต้นทำให้เห็นแนวทางหรือช่องว่างทางการตลาดที่สามารถนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในตลาดเป้าหมาย ซึ่งสามารถสรุปลักษณะโดยรวมของตราสินค้าของงานวิจัยได้ดังนี้

1. เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายสตรีที่อยู่ในกลุ่มตลาดระดับปานกลางค่อนข้างสูง
 2. จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ คือ มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์มีลักษณะลำลอง โดยเพิ่มรูปแบบที่มีลักษณะเป็นทางการและเครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์ โดยใช้ผลิตภัณฑ์จากงานพื้นถิ่นหรือใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ซึ่งแตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งที่เน้นลักษณะรูปแบบของเครื่องแต่งกายแบบลำลองเป็นส่วนใหญ่ เป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่ต้องการผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ
 3. มีภาพลักษณ์ที่มีความร่วมสมัย มีบุคลิกที่มีความมั่นใจ สุขุม ชอบความเรียบง่าย แต่ในขณะเดียวกันก็มีรายละเอียดบนเสื้อผ้าที่น่าสนใจ ตอบสนองการใช้ชีวิตที่ทันสมัยแต่ในขณะเดียวกันก็มีกลิ่นอายของความเป็นตะวันออก ความเป็นพื้นถิ่นของไทย
 4. ใช้วัตถุดิบในการผลิตจากธรรมชาติที่หลากหลายขึ้น เช่น ฝ้าย ไหม เป็นต้น เพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์
 5. เพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย ดูอ่อนกว่าวัย และเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบที่ตามกระแสแนวโน้มแฟชั่นบ้าง เพื่อเพิ่มโอกาสในการซื้อของผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ และผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้
 6. การผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพการตัดเย็บที่ดี เรียบร้อย
 7. ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน มีการโฆษณาและเผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น
 8. กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเป็นกลุ่มสตรีอายุระหว่าง 33-45 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีฐานะและอาชีพค่อนข้างมั่นคง มีกำลังซื้อสูง รายได้โดยเฉลี่ย 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป
 9. ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายประกอบด้วย เสื้อตัวนอก เสื้อตัวใน กางเกง กระโปรง ชุดติดกัน เป็นต้น เพื่อเพิ่มทางเลือกและโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์
 10. ราคาสินค้าโดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1,500-9,000 บาท
 11. เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น
- ซึ่งสามารถวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ตามหลักส่วนผสมทางการตลาด 7P และวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 4.5 ตารางวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยตามหลักส่วนผสมทางการตลาด 7พี และ หลักการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
ผลิตภัณฑ์ (Product)				
<ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบในลักษณะจำลองกิ่งทางการ และจำลองปาร์ตี้ ที่สามารถสวมใส่ได้หลายโอกาส - มีรูปแบบที่คลาสสิก แต่ในขณะเดียวกันก็มีผลิตภัณฑ์ที่ดูทันสมัย ตามกระแสแนวโน้มแฟชั่นเล็กน้อย - มีลักษณะของงานปักถักรีดที่มีความร่วมสมัย - เน้นการใช้วัตถุดิบและกระบวนการผลิตที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด 	<ul style="list-style-type: none"> - มีจุดเด่นที่นอกจากจะใช้เส้นใยธรรมชาติแล้ว ยังมีรูปแบบที่ทันสมัยแต่ในขณะเดียวกันก็มีกลิ่นอายของงานปักถักรีดที่วันออกมีความเป็นธรรมชาติ มีภาพลักษณ์ของเครื่องแต่งกายที่แสดงออกถึงความมั่นใจ เรียบง่าย ทันสมัย สวมใส่สบาย มีรูปแบบที่ผสมผสานระหว่างความเป็นผู้ชาย (Masculine) และความเป็นผู้หญิง (Feminine) - มีสินค้าให้เลือก 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการผลิตในจำนวนไม่มาก - เนื่องจากเน้นการใช้เส้นใยและการย้อมสีจากธรรมชาติ ทำให้สีสันอาจจะไม่สดใส จัดจ้านเหมือนสีสังเคราะห์ 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นทางเลือกใหม่ให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นตราสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 	<ul style="list-style-type: none"> - การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การสร้างความเข้าใจให้ผู้บริโภคให้เห็นถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ เช่น คุณลักษณะต่างๆ ของเส้นใยธรรมชาติ เป็นต้น

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
	หลากหลาย สามารถนำมา จับคู่กับผลิตภัณฑ์ อื่น ๆ ได้ง่าย และ ใช้ได้หลายโอกาส			
สถานที่ (Place)				
- อยู่ใน ห้างสรรพสินค้า ชั้นนำใน กรุงเทพมหานคร และอาจจะมี ร้านค้าในตัวเมือง จังหวัดเชียงราย	- ผู้บริโภคเข้าถึง ได้ง่าย - เป็นย่านใจกลาง ธุรกิจหรือย่านใจ กลางเมือง มีคน มากเพิ่มโอกาสใน การซื้อผลิตภัณฑ์	- มีผลิตภัณฑ์ คู่แข่งมาก - มีค่าใช้จ่ายใน การเช่าพื้นที่ ค่อนข้างสูง	- เพิ่มโอกาสให้ สินค้าเป็นที่รู้จัก ในวงกว้าง ผู้บริโภคเข้าถึงได้ ง่าย	- ค่าใช้จ่ายที่ เพิ่มขึ้น - คู่แข่งทาง การตลาดที่มาก ขึ้นและมีการ แข่งขันสูง
ส่งเสริมการขาย (Promotion)				
- เน้นการสร้าง ตราสินค้าให้เป็นที่ รู้จัก เช่น การ โฆษณาใน นิตยสารแฟชั่น หรือ สื่อออนไลน์ เป็นต้น	- ทำให้ตราสินค้า เป็นที่รู้จักมากขึ้น	- ค่าใช้จ่ายที่มาก ขึ้น เพิ่มต้นทุน ของสินค้า	- เนื่องจากเป็น ตราสินค้าใหม่ ถ้า ได้รับการ ประชาสัมพันธ์ที่ดี สามารถสร้าง ความน่าสนใจ ให้กับผู้บริโภคได้ - มีสื่อในการ โฆษณาที่ หลากหลาย	- คู่แข่งทาง การตลาดที่มีการ โฆษณา เช่นเดียวกัน - ค่าใช้จ่ายที่มาก ขึ้น - เป็นตราสินค้า ใหม่ ใช้ระยะเวลา เพื่อให้เป็นที่รู้จัก และยอมรับของ ผู้บริโภค
ราคา (Price)				
- อยู่ในกลุ่มตลาด สินค้าระดับปาน	- เป็นราคาที่ ผู้บริโภคสามารถ	- อาจมีราคา ค่อนข้างสูงเมื่อ	- เป็นราคาที่ ผู้บริโภคสามารถ	- คู่แข่งทาง การตลาดที่มี

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
กลางค่อนข้างสูง มีราคาสินค้าเฉลี่ย ประมาณ 2,500 - 9,000 บาท แล้วแต่ประเภท ของสินค้า	ซื้อได้และใน ขณะเดียวกันก็ไม่ ขาดทุน	เปรียบเทียบกับ ตราสินค้าอื่น ๆ ที่ มีผลิตภัณฑ์ที่มี ลักษณะใกล้เคียง กัน	ซื้อได้ - ด้วยภาพลักษณ์ ของตราสินค้าที่ใช้ วัตถุดิบที่มาจาก ธรรมชาติและเป็น งานพื้นถิ่นทำให้ สามารถตั้งราคา ได้ค่อนข้างสูง	ราคาสินค้าสูงกว่า - เนื่องจากเป็น ตราสินค้าใหม่ การตั้งราคาที่ไม่ เหมาะสมอาจทำ ให้ไม่ได้รับความ สนใจจาก ผู้บริโภค
คน (People)				
- เป็นกลุ่ม ผู้บริโภคที่มีอายุ ระหว่าง 33-45 ปี อยู่ในช่วงวัย ทำงานที่มีความ ประสบความสำเร็จใน อาชีพการงาน มี รายได้ดี มีกำลัง ซื้อสูง - เป็นกลุ่มคนที่ อาศัยอยู่ในเมือง หลวง หรือเมือง ใหญ่ที่มีชีวิตแบบ คนเมือง แต่ใน ขณะเดียวกันก็ ชอบความเป็น ธรรมชาติ หรือ สนใจในงานพื้น ถิ่น	- เป็นกลุ่มคนที่มี กำลังซื้อสูง - เป็นกลุ่มคนที่ ชอบความ ทันสมัย มั่นใจใน ตัวเอง และชอบ ทดลองสินค้าใหม่ ๆ ที่มีรูปแบบที่ไม่ ตามกระแสแฟชั่น มากเกินไป	- เป็นกลุ่มคนที่ คำนึงถึงการใช้จ่ายที่คุ้มค่า มีผล ต่อการตัดสินใจ ซื้อสินค้าซ้ำ	- เป็นกลุ่มคนที่มี กำลังซื้อสูง ต้องการ ภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อให้เป็นที่ ยอมรับ - มีความทันสมัย สามารถเพิ่ม รูปแบบที่ตาม กระแสแฟชั่นได้ แต่ไม่มาก จนเกินไป	- บางคนเป็นช่วง วัยที่มีการสร้าง ครอบครัว หรือมี การใช้จ่ายในด้าน อื่น ๆ เช่น เพ็ญ เริ่มมีบุตร เป็นต้น

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)				
<ul style="list-style-type: none"> - มีถุงบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย เรียบง่าย ใช้วัตถุดิบที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม - มีรูปแบบที่แสดงออกถึงภาพลักษณ์ของตราสินค้าชัดเจน คือ ความทันสมัย และมีกลิ่นอายของความเป็นพื้นถิ่น 	<ul style="list-style-type: none"> - เรียบง่าย มีกระบวนการผลิตที่ไม่ยุ่งยาก - แสดงภาพลักษณ์ตราสินค้าได้ชัดเจน - บรรจุภัณฑ์ทำด้วยวัตถุดิบที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด 	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าใช้จ่ายของต้นทุนสินค้าที่เพิ่มขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นการโฆษณาตราสินค้าบนถุงบรรจุภัณฑ์ - สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้บริโภค แสดงให้เห็นถึงการใส่ใจในรายละเอียดใน ส่วนต่าง ๆ ของตราสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าใช้จ่ายและกระบวนการผลิตที่เพิ่มขึ้น
การจดจำใหม่ (Purple Cow)				
<ul style="list-style-type: none"> - ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่มีความทันสมัย ผสมผสานระหว่างความเป็นเมืองและความเป็นพื้นถิ่น - เป็นตราสินค้าที่เป็นสินค้าที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ใช้ 	<ul style="list-style-type: none"> - การแสดงของสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Design) ได้รับความนิยมมากขึ้น ผู้บริโภคเริ่มหันมาให้ความสนใจและตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ที่ 	<ul style="list-style-type: none"> - ถ้ามีกระแสแนวโน้มแฟชั่นที่มีลักษณะของความล้ำยุค หรือเทคโนโลยีที่ทันสมัย ผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าอาจจะได้รับความนิยมน้อยลง 	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - การให้ความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับผู้บริโภค

องค์ประกอบ 7P/SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
เส้นใยและสีย้อม จากธรรมชาติ	ตนเองเลือกใช้			

จากการศึกษาและวิเคราะห์ตลาดในประเทศไทยรวมถึงการวิเคราะห์ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์จากตราสินค้าคู่แข่ง ทำให้ได้ทราบแนวทางของตลาดและรูปแบบของตราสินค้าของงานวิจัย นอกจากนี้ยังทำให้เห็นถึงช่องว่าง ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของผลิตภัณฑ์คู่แข่งที่สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าในงานวิจัยต่อไป

บทที่ 5

รูปแบบผลิตภัณฑ์

ในบทนี้จะกล่าวถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลในบทอื่น ๆ ที่ผ่านมา เช่น วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ตลาดสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายและตราสินค้า คู่แข่ง เพื่อหาลักษณะพิเศษจำเพาะของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ในแง่ต่าง ๆ ทั้งในด้านประโยชน์ใช้สอยและในด้านความงาม ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละหัวข้อดังนี้

ส่วนที่ 1 การระบุลักษณะพิเศษจำเพาะของผลิตภัณฑ์

5.1 ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ เช่น ภาพลักษณ์ของตราสินค้า แนวคิดของตราสินค้าของงานวิจัย กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ตลาดของผลิตภัณฑ์

5.2 ลักษณะพิเศษจำเพาะที่โดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างจากตราสินค้าอื่น

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์

5.3 ประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์

5.4 ประโยชน์ใช้สอยรองของผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 1 การระบุลักษณะพิเศษจำเพาะของผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลในบทก่อนหน้านี้ ทั้งวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ข้อมูลการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคและการกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดสินค้าแฟชั่น เครื่องแต่งกายของไทยและการแบ่งส่วนตลาดเพื่อกำหนดตลาดของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด ล้วนเป็นแนวทางในการกำหนดลักษณะรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อการแก้ปัญหาของงานวิจัยและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

5.1 ข้อมูลของผลิตภัณฑ์

ข้อมูลของผลิตภัณฑ์นี้ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ในบทที่ผ่านมาที่ได้จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและจากการสอบถามกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งเป็นแนวทางในการกำหนดลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ดังนี้

ตารางที่ 5.1 ตารางแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์

ลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
ภาพลักษณ์ของตราสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบที่ทันสมัยแบบวิถีชีวิตของคนเมืองผสมกับกลิ่นอายของความเป็นพื้นถิ่นของไทย มีความเป็นธรรมชาติและ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เน้นรูปแบบที่มีความคลาสสิก (Classic) สามารถสวมใส่ได้ทุกยุคทุกสมัย ตามกระแสแนวโน้มแฟชั่นเล็กน้อย
แนวคิดของตราสินค้าในงานวิจัย	<p>ใช้แนวคิดในการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) เป็นแนวคิดในการออกแบบที่ได้ข้อสรุปจากการศึกษาและวิเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีรายละเอียด คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้สีเขียวธรรมชาติ ลดการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต - เน้นการใช้เส้นใยธรรมชาติ ซึ่งมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เช่น ไหม ฝ้าย ลินิน เป็นต้น - เน้นการใช้วัสดุตกแต่งที่ได้จากธรรมชาติ เช่น หนัง โลหะ หิน เป็นต้น ลดการใช้วัตถุที่เป็นสารเคมีหรือมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด - ลดการสูญเสียวัตถุดิบ ลดเศษเหลือที่เกิดจากการผลิต รวมถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด - มีความคงทนในแง่ของการใช้งาน คือ มีการตัดเย็บที่ดี ประณีต เรียบร้อย และคงทนในแง่ของความงาม คือ มีรูปแบบที่ร่วมสมัย

	<p>คลาสสิก สามารถสวมใส่ได้ทุกยุคทุกสมัย</p> <ul style="list-style-type: none"> - สวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ และสามารถสวมใส่ได้หลากหลายโอกาส - มีความร่วมสมัยผสมกับกลิ่นอายของงานพื้นถิ่น ซึ่งงานพื้นถิ่นในงานวิจัยนี้คือ ผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย
<p>กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย</p>	<p>จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภค สามารถสรุปกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองได้ดังนี้</p> <p>กลุ่มเป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นสตรีที่อยู่ในกลุ่มเจน-วาย (Gen-X) ที่มีอายุระหว่าง 33-45 ปี - อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร - มีสถานภาพโสดหรือแต่งงานแล้ว - เป็นกลุ่มวัยทำงานที่ทำงานในบริษัทเอกชนในตำแหน่งผู้จัดการ ผู้บริหาร หรือ กลุ่มที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ดี มีฐานะในระดับปานกลางค่อนข้างสูง - จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป - มีความนับถือในตัวเองสูง รสนิยมสูง ต้องการภาพลักษณ์ที่ดี มีรูปแบบที่เรียบหรู ไม่ตามกระแสแฟชั่นมากนัก เน้นคุณภาพของสินค้า ต้องการการบริการที่พิเศษ และไม่ต้องการสินค้าที่ทำให้ดูสูงวัย <p>กลุ่มเป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นสตรีที่อยู่ในกลุ่มเจน-เอ็กซ์ (Gen-Y) ที่มีอายุระหว่าง 23-33 ปี - อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร หรือ ต่างจังหวัดที่เป็นเมืองใหญ่ - มีสถานภาพโสดหรือแต่งงานแล้ว - เป็นกลุ่มวัยทำงานที่ทำงานในบริษัทเอกชนในตำแหน่งผู้จัดการ หรือ เป็นผู้ประกอบการใหม่ มีรายได้ดี มีฐานะในระดับปานกลางค่อนข้างสูง - จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป - มีความมั่นใจในตัวเอง ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ มีภาพลักษณ์ที่ดี ชอบความเรียบง่ายแต่มีรายละเอียดที่น่าสนใจ ชอบท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

<p>ตลาดสินค้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> - อยู่ในตลาดสินค้าระดับปานกลางค่อนข้างสูง - เป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนักออกแบบในประเทศ (Local Designer Brand) - เป็นเครื่องแต่งกายสตรีที่มีรูปแบบลำลอง โดยเน้นไปที่รูปแบบเครื่องแต่งกายแบบลำลองทางการ (Casual-Formal) และลำลองปาร์ตี้ (Casual-Party) ตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคที่มีวิถีชีวิตที่แต่งกายแบบลำลองมากขึ้น แต่สามารถปรับใช้ได้หลากหลายโอกาส - มีราคาสินค้าเฉลี่ยประมาณ 1,500-9,000 บาท - มีร้านค้าอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำใจกลางเมือง เช่น สยามพารากอน เซน เป็นต้น โดยอาจจะอยู่ในส่วนของดีพาร์ตเมนต์สโตร์ (Department Store) ซึ่งเป็นพื้นที่ของห้างสรรพสินค้าที่ถูกจัดไว้ให้ตราสินค้าต่าง ๆ
<p>รูปแบบของผลิตภัณฑ์</p>	<p>จากการสอบถามผู้บริโภคโดยการทำแบบสอบถาม ประกอบกับแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางของรูปแบบผลิตภัณฑ์เบื้องต้นได้ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบที่มีลักษณะลำลองโดยเน้นที่รูปแบบลำลองทางการและลำลองปาร์ตี้ เพื่อให้โดดเด่นจากผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าอื่นที่เน้นเส้นใยธรรมชาติเหมือนกันแต่มีลักษณะลำลองมากกว่า - มีรูปแบบที่ทันสมัย มีความทันสมัยแบบวิถีชีวิตคนเมืองผสมกับความเป็นพื้นถิ่นของชาวชนบท - มีรูปแบบที่เรียบง่าย มีความคลาสสิก สามารถสวมใส่ได้ตลอด ไม่ตามกระแสแฟชั่นมากนักแต่ในขณะเดียวกันก็มีรายละเอียดบนเสื้อผ้าที่น่าสนใจ แตกต่างจากสินค้าในตลาดระดับล่าง - เน้นความเป็นธรรมชาติ ใช้เส้นใยจากธรรมชาติ ใช้สีย้อมธรรมชาติ เป็นต้น - มีรูปแบบที่ทันสมัย ไม่ดูสูงวัย - มีการตัดเย็บที่ดี มีขนาดที่ได้มาตรฐาน - มีรูปแบบที่โดดเด่นจากตราสินค้าอื่น ๆ ที่นอกจากจะใช้เส้นใยธรรมชาติแล้ว ยังมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย แสดงออกถึงความมั่นใจ มีความเรียบง่ายแต่มีรายละเอียดบนเสื้อผ้า มีลักษณะที่ผสมระหว่างความเป็นผู้ชาย (Masculine)และความเป็นผู้หญิง (Feminine)

จากตารางแสดงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวข้างต้น ทำให้ทราบข้อมูลในด้านต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองต่อผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามการที่ผลิตภัณฑ์มีลักษณะพิเศษ หรือมีลักษณะที่โดดเด่น แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าอื่น ๆ ในกลุ่มตลาดเดียวกัน ทำให้ตราสินค้าที่มีลักษณะพิเศษนั้นมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภคให้หันมาทดลองซื้อและเลือกใช้สินค้าได้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์สร้างเสริมศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งทางการตลาดได้

5.2 ลักษณะพิเศษจำเพาะที่โดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างจากตราสินค้าอื่น

นอกจากข้อมูลของผลิตภัณฑ์ดังตาราง 5.1 แล้ว ยังมีลักษณะพิเศษจำเพาะของผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากตราสินค้าอื่น ๆ ที่เกิดจากการศึกษาและวิเคราะห์การใช้แนวคิดในการออกแบบอย่างยั่งยืนและวัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์ซึ่งเป็นผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

5.2.1 เป็นตราสินค้าที่ตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เน้นแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Sustainable Product) โดยมีความหมายของความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ในแง่ต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 5.2 ความหมายของความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยในแง่ต่าง ๆ

<p>ความยั่งยืนในแง่ของสิ่งแวดล้อม</p>	<p>เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ตั้งแต่กระบวนการผลิต ไปจนถึงหมดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ โดยมีรายละเอียดคือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การใช้เส้นใยหรือวัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น ไหม ฝ้าย ปอ เป็นต้น เนื่องจากย่อยสลายได้ง่ายและเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยเมื่อหมดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ หรือการใช้วัตถุดิบที่มาจากโรงงานผลิตที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม - การใช้สีย้อมที่ได้จากธรรมชาติ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่ได้จะมีสีในโทนที่เป็นธรรมชาติ ไม่จัดจ้าน สดใสเหมือนสีเคมี ซึ่งเป็นการลดผลกระทบที่เกิดจากสารเคมีทั้งต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและตัวผู้ผลิตเอง - การใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบอย่างคุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดลดของเสียที่เกิดจากการผลิต
--	---

<p>ความยั่งยืนในแง่ของงานศิลปวัฒนธรรมชุมชนหรืองานพื้นถิ่น</p>	<p>คือ การนำเอาผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย มาใช้เป็นวัตถุดิบในการออกแบบเครื่องแต่งกายที่ทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นการส่งเสริมงานพื้นถิ่นให้ยังคงอยู่ต่อไปท่ามกลางวิถีชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเป็นชุมชนเมืองมากขึ้น โดยมีวิธีการนำไปใช้ คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การนำเอาผ้าทอของชุมชนแบบดั้งเดิมมาใช้โดยตรง โดยยังคงรูปแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ - การประยุกต์หรือพัฒนาลวดลายใหม่ ๆ โดยอาจจะประยุกต์หรือต่อยอดจากลวดลายดั้งเดิมของท้องถิ่น เช่น การเปลี่ยนมาใช้เส้นใยที่มีขนาดต่าง ๆ กัน การเปลี่ยนสีหรือจับคู่สีใหม่หรือการเพิ่มรายละเอียดการตกแต่งลงบนลวดลายเดิม เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ทันสมัยและดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค
<p>ความยั่งยืนในแง่ของการใช้งาน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - คือ ผลิตภัณฑ์มีการตัดเย็บที่ดี ประณีต มีคุณภาพ สามารถสวมใส่ได้นาน - ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่ร่วมสมัย สามารถสวมใส่ได้ทุกยุคสมัย มีความคลาสสิก - สามารถสวมใส่ได้กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ (Mix and Match) เพื่อเพิ่มโอกาสการใช้งานของตัวผลิตภัณฑ์เอง และยังเพิ่มรูปแบบของเครื่องแต่งกายด้วย เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบลวดลายการ เมื่อนำมาจับคู่ใช้กับผลิตภัณฑ์ชิ้นอื่นสามารถสวมใส่ในโอกาสแบบลวดลายปาร์ตี้ได้ด้วย เป็นต้น

5.2.2 มีลักษณะที่ร่วมสมัย มีรูปแบบที่ผสมผสานระหว่างวิถีชีวิตแบบคนเมืองและกลิ่นอายของงานพื้นถิ่น วิถีชีวิตแบบคนเมือง คือได้รูปแบบเครื่องแต่งกายที่มีความทันสมัย มีแนวโน้มตามกระแสแฟชั่นเล็กน้อย มีลักษณะเครื่องแต่งกายแบบลวดลายการและลวดลายปาร์ตี้ ส่วนกลิ่นอายของงานพื้นถิ่นนั้น เช่น ใช้วัตถุดิบของชุมชนท้องถิ่น หรือมีลักษณะที่มีรายละเอียดของงานฝีมือในท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งในงานวิจัยนี้คือ ผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีผ้าที่มีลายทอที่เป็นเอกลักษณ์คือลายรังผึ้ง ซึ่งมีทั้งลายทอแบบดั้งเดิมและลายที่ประยุกต์ขึ้นในรูปแบบใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์

5.2.3 มีภาพลักษณ์ของเครื่องแต่งกายที่มีความเรียบง่าย ดูสงบนิ่ง แต่ในขณะเดียวกันก็มีรายละเอียดหรือการตกแต่งที่น่าสนใจบนผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ในส่วนนี้ เป็นการวิเคราะห์ถึงประโยชน์ใช้สอยหลัก ประโยชน์ใช้สอยรองของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

5.3 ประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์

ประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์นั้น คือ เป็นเครื่องแต่งกายสำหรับสตรีที่มีอายุระหว่าง 33-45 ปี ที่ช่วยปกป้องและหล่อหุ้มร่างกาย ซึ่งจากการสรุปลักษณะพิเศษจำเพาะของผลิตภัณฑ์ในแง่ของการใช้งานที่สอดคล้องกับแนวคิดของการออกแบบอย่างยั่งยืน คือ มีรูปแบบที่ร่วมสมัย มีความคลาสสิก สามารถสวมใส่ได้ตลอดแล้ว ยังสามารถเพิ่มโอกาสการใช้งานของผลิตภัณฑ์หรือนำมาสวมใส่กับผลิตภัณฑ์ชิ้นอื่น ๆ เพื่อเพิ่มรูปแบบของเครื่องแต่งกายได้อีกด้วย โดยรูปแบบของเครื่องแต่งกายมีลักษณะเป็นรูปแบบลำลองเป็นหลัก โดยมีรายละเอียดโอกาสในการใช้สอยผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

5.3.1 ใช้เป็นเครื่องแต่งกายแบบลำลองลำลอง (Casual-Casual) ใช้ในโอกาสที่ต้องการความสะดวกสบาย หรือสวมใส่ไปพักผ่อนในสถานที่ต่างๆ เช่น ไปท่องเที่ยว เป็นต้น

5.3.2 ใช้เป็นเครื่องแต่งกายแบบลำลองทางการ (Casual-Formal) โดยมีรูปแบบที่มีลักษณะลำลองแบบทางการ คือ สามารถสวมใส่ไปในโอกาสที่ผู้บริโภคร้องขอความเรียบร้อย เช่น สวมใส่ไปทำงานได้ เป็นต้น

5.3.3 ใช้เป็นเครื่องแต่งกายแบบลำลองปาร์ตี้ (Casual-Party) ใช้ในโอกาสที่ต้องไปงานเลี้ยงสังสรรค์แบบไม่เป็นทางการมากนัก สวมใส่สบาย แต่ในขณะที่เดียวกันก็มีความหรูหรา มีลักษณะพิเศษที่โดดเด่นเหมาะกับงานเลี้ยงสังสรรค์

โดยตราสินค้ามีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายที่สามารถเลือกนำไปใช้ ซึ่งมีรายละเอียดประเภทของผลิตภัณฑ์ของตราสินค้านี้

ตารางที่ 5.3 ตารางแสดงรายละเอียดประเภทของผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า

ประเภทของผลิตภัณฑ์	ราคาโดยประมาณ
เสื้อตัวใน (Blouse)	2,000 – 3,000 บาท
เสื้อแขนกุดหรือเสื้อกล้าม (Tank Top)	2,000 – 2,500 บาท
เสื้อตัวนอกเช่น แจ็กเกต (Jacket) เบลูเซอร์ (Blazer)	3,500 – 4,500 บาท
กางเกงขาสั้น (Shorts)	2,500 – 3,000 บาท
กางเกงขายาว (Trousers)	3,000 – 4,500 บาท
กระโปรงสั้น (Short Skirt)	2,500 – 3,500 บาท
กระโปรงยาว (Long Skirt)	3,000 – 6,000 บาท

ชุดติดกันสั้น (Short Dress)	3,500 – 6,000 บาท
ชุดติดกันยาว (Party Dress)	3,500 – 9,000 บาท
อื่นๆ เช่น ผ้าพันคอ เครื่องประดับ เป็นต้น	1,000 – 2,000 บาท

5.4 ประโยชน์ใช้สอยรองของผลิตภัณฑ์

นอกจากประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์ที่ใช้สวมใส่ในเวลาและโอกาสต่าง ๆ แล้ว ยังสามารถวิเคราะห์ถึงประโยชน์ใช้สอยรอง ซึ่งด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย มีรูปแบบและลักษณะเด่นที่แตกต่างกัน สามารถนำไปประกอบเป็นเครื่องแต่งกายกับผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าอื่น ๆ ได้ นอกจากนี้ประโยชน์ใช้สอยรองในอีกแง่หนึ่งคือ เป็นเครื่องที่แสดงออกถึงความเป็นตัวตนของผู้บริโภค บ่งบอกถึงฐานะและลักษณะการดำเนินชีวิตของผู้สวมใส่ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติยังมีประโยชน์ในแง่ของการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเมื่อหมดอายุการใช้งานอีกด้วย

บทที่ 6

การอ้างอิงแนวโน้มน้ำมัน

ในบทนี้จะกล่าวถึงข้อมูลและการวิเคราะห์แนวโน้มน้ำมันเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมกับงานวิจัย ซึ่งจะเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับแนวโน้มน้ำมันและตลาดสินค้าเครื่องแต่งกาย รวมถึงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่คาดการณ์ว่าจะเกิดขึ้นด้วย โดยมีเนื้อหาและหัวข้อดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การอ้างอิงแนวโน้มน้ำมัน

- 6.1 เกณฑ์ในการเลือกแนวโน้มน้ำมัน
- 6.2 ข้อมูลแนวโน้มน้ำมัน

ส่วนที่ 2 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ตัวอย่างผลงานเพื่อใช้สนับสนุนแนวทางการออกแบบ

- 6.3 กำหนดเกณฑ์ในการเลือกตัวอย่างผลงาน
- 6.4 กำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน
- 6.5 การวิเคราะห์ผลงานตัวอย่าง

ส่วนที่ 1 การอ้างอิงแนวโน้มแฟชั่น

นอกจากการกำหนดลักษณะพิเศษจำเพาะของผลิตภัณฑ์จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นและแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าอื่น ๆ ในกลุ่มตลาดเดียวกันแล้ว สิ่งหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยสอดคล้องกับกระแสแนวโน้มแฟชั่น ถึงแม้ว่าจากการศึกษาและวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ในบทก่อนหน้านี้จะแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคในงานวิจัยต้องการเครื่องแต่งกายที่สามารถสวมใส่ได้ทุกยุคสมัย ไม่ตามกระแสแฟชั่นมากนัก แต่ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบที่สอดคล้องกับกระแสนิยม มีส่วนช่วยให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีความน่าสนใจและทันสมัย ดังนั้นการศึกษาและวิเคราะห์กระแสแนวโน้มแฟชั่นที่คาดว่าจะเกิดขึ้น จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่สำคัญ ที่จะทำให้ผู้ผลิตสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อผู้บริโภคได้มากที่สุด

แนวโน้มแฟชั่นที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบนี้ เป็นแนวโน้มแฟชั่นประจำฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาวในปี ค.ศ.2014 ในปัจจุบันมีบริษัทที่จัดทำข้อมูลแนวโน้มแฟชั่นสำหรับผู้ออกแบบอยู่มากมาย โดยผู้วิจัยได้เลือกศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่นของบริษัท เนลลี่ โรดี (Nelly Rodi) เป็นแนวโน้มหลักของงานวิจัย โดยมีแนวโน้มแฟชั่นของบริษัท ดับเบิลยูจีเอสเอ็น (WGSN) และ สไตลส์ไซต์ (Stylesight) เป็นแนวโน้มสนับสนุน โดยมีหลักเกณฑ์ในการเลือกแนวโน้มแฟชั่น ดังนี้

6.1 เกณฑ์ในการเลือกแนวโน้มแฟชั่น

จากการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับบรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในบทที่ 2 คือ ข้อมูลผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย และแนวคิดในการออกแบบอย่างยั่งยืน รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค ข้อมูลของตลาดสินค้าแฟชั่นในประเทศไทย คู่แข่งทางการตลาดและข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะพิเศษจำเพาะ ทำให้ทราบแนวทางเบื้องต้นในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อแก้ปัญหาของงานวิจัยและตอบสนองต่อผู้บริโภค ซึ่งจะมีส่วนในการกำหนดแนวโน้มแฟชั่นให้สอดคล้องกับแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น โดยมีเกณฑ์ในการเลือกแนวโน้มแฟชั่น ดังนี้

6.1.1 สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวคิดที่การออกแบบผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติน้อยที่สุด ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบการผลิต ไปจนถึงตลอดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้กล่าวถึงความหมายของความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 ส่วนด้วยกันคือ

6.1.1.1 ความยั่งยืนในแง่ของความเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้เส้นใยธรรมชาติ การใช้สีย้อมธรรมชาติแทนการใช้สีย้อมเคมี หรือการลดการเกิดของเสียจากการผลิต เป็นต้น

6.1.1.2 ความยั่งยืนในแง่ของงานศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งในงานวิจัยนี้คือ ผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย โดยนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ในงานวิจัย

6.1.1.3 ความยั่งยืนในแง่ของการใช้งาน คือ มีการตัดเย็บที่ดี มีคุณภาพ มีความคลาสสิก สามารถสวมใส่ได้ทุกยุคสมัยและสามารถสวมใส่ได้หลากหลายโอกาส

ซึ่งจากแนวคิดในการออกแบบดังกล่าว อาจจะไม่เลือกแนวโน้มแฟชั่น ที่ให้ความรู้สึกของความเป็นธรรมชาติ เรียบง่ายและผ่อนคลาย อาจจะมีโทนสีที่เป็นธรรมชาติ เช่น สีในแนวเอิร์ธโทน (Earth Tone) เป็นต้น หรือเน้นการใช้วัสดุจากธรรมชาติและเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

6.1.2 เป็นแนวโน้มที่มีลักษณะของความเป็นพื้นถิ่น งานหัตถกรรม งานฝีมือ เป็นต้น

6.1.3 มีภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะลำลอง โดยเน้นไปที่รูปแบบลำลองทางการและลำลองปาร์ตี้

6.1.4 เป็นแนวโน้มที่เหมาะสมกับช่วงอายุของผู้บริโภคคือ กลุ่มสตรีที่มีอายุระหว่าง 33-45 ปี

6.2 ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่น

จากการศึกษาแนวโน้มแฟชั่นของบริษัทต่าง ๆ พบว่า แนวโน้มแฟชั่นของฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาวของปี ค.ศ.2014 มีความสอดคล้องกับแนวคิดในการออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัย กล่าวคือ มีเรื่องราวของความเรียบง่าย ความเป็นธรรมชาติหรือมีลักษณะของพื้นถิ่นหรืองานฝีมือ โดยแนวโน้มแฟชั่นของบริษัท เนลลี่ โรดี (Nelly Rodi) ในหัวข้อ เจนเทิล วิเมน (Gentle Women) มีความสอดคล้องหรือมีแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อการออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัยมากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้เลือกเป็นแนวโน้มหลัก และมีแนวโน้มแฟชั่นของบริษัท ดับเบิลยูจีเอสเอ็น (WGSN) และสไตล์ไซต์ (Stylesight) เป็นแนวโน้มสนับสนุน โดยมีรายละเอียดของเนื้อหาของแต่ละหัวข้อที่เลือกมา ดังนี้

6.2.1 ข้อมูลแนวโน้มหลักของบริษัท เนลลี่ โรดี (Nelly Rodi)

แนวโน้มแฟชั่นของบริษัท เนลลี่ โรดี ในฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาวปี ค.ศ.2014 ในหัวข้อ เจนเทิล วิเมน (Gentle Women) ที่ผู้วิจัยได้เลือกเป็นแนวโน้มหลักนี้ มีเนื้อหาเกี่ยวกับความสวยงาม ความคลาสสิกในแบบฉบับเมืองชนบทของอังกฤษ มีความเป็นธรรมชาติ เรียบง่าย อ่อนโยน ความสวยงามของดอกไม้ในชนบท ของใช้ของตกแต่งแบบของเก่าที่มีคุณค่า ใช้โทนสีที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย อบอุ่น เช่น สีในโทนสีพาสเทล (Pastel) เป็นต้น ซึ่งมีความสอดคล้องและคล้ายคลึงกับงานวิจัยในหลายส่วนด้วยกัน เช่น เรื่องราวที่นำเสนอความสวยงามและคุณค่าของเมืองในชนบท มีความเป็นธรรมชาติ เรียบง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยที่มีความเป็นงานพื้นถิ่น งานฝีมือในท้องถิ่นของชาวชนบทในจังหวัดเชียงราย และการใช้วัสดุที่มาจากธรรมชาติ รวมถึงโทนสีที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น อ่อนโยน

คล้ายคลึงกับสิ่งที่ได้จากสื่อย้อนธรรมชาติที่มีได้สีโนโทนอ่อน ไม่จัดจ้าน อีกทั้งภาพลักษณ์ของสตรีในหัวข้อเจนเทิล วิเมน มีลักษณะที่มีความเรียบง่าย ไม่แต่งตัวฉูดฉาดหรือโดดเด่นมากนักซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งมีรายละเอียดและสามารถวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบในการออกแบบได้ดังนี้



รูปที่ 6.1 แนวโน้มแฟชั่นในหัวข้อเจนเทิล วิเมน (Gentle Women)

ตารางที่ 6.1 ตารางวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบต่าง ๆ ของแนวโน้มหลักหัวข้อ เจนเทิล วิเมน (Gentle Women)

หัวข้อ	รายละเอียด	สิ่งที่จะนำไปใช้
แนวคิดและเรื่องราว	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความสวยงามของเมืองชนบทในอังกฤษที่มีความคลาสสิก มีคุณค่า - สิ่งของเครื่องใช้ในแบบร่วมสมัย อาจจะเป็นของเก่าที่มีการออกแบบที่ดี มีคุณค่าและสวยงามตลอดในทุกยุคทุกสมัย โข่วเนื้อแท้ของวัสดุ - วิถีชีวิตในชนบทที่มีความนิ่งสงบ ความเรียบง่าย อ่อนโยน - ให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลาย นิ่งสงบ หรืออาจจะดู 	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอเรื่องราวของชนบทของไทย วิถีชีวิตของคนชนบทที่เรียบง่าย - สิ่งของเครื่องใช้ที่มีความร่วมสมัย แม้จะมีความทันสมัยแต่ก็มีรูปลักษณะที่มีกลิ่นอายของงานพื้นถิ่น - อารมณ์และความรู้สึกที่ผ่อนคลาย

	เจียบเหงาในบางครั้ง - เรื่องราวของพรรณไม้ให้ธรรมชาติ ในท้องถิ่น	คลาย สงบนิ่ง - เรื่องราวของธรรมชาติ และพรรณไม้ ดอกไม้ในชนบท - การใช้วัสดุจากธรรมชาติ แสดงเนื้อแท้ของวัสดุ
คำสำคัญ (Key Word)	ความเรียบง่าย (Simplicity) สงบนิ่ง (Still Life) ความอ่อนโยน (Gentleness) ความเป็นเนื้อแท้ (Authenticity) ความเป็นชนบทอังกฤษ (English Bucolic) ความสบายอบอุ่น (Cosy Comfort) ดอกไม้ (Botanical) คลาสสิก (Classic)	ความเรียบง่าย (Simplicity) ความสงบนิ่ง (Still Life) ความคลาสสิก (Classic) ดอกไม้ พรรณไม้ (Botanical) ธรรมชาติ (Nature)
โครงร่างเงา (Silhouette)	- มีรูปแบบที่ดูคลาสสิกหรือดูเป็นเครื่องแต่งกายของคนอังกฤษในชนบท - โครงเสื้อผ้าแบบตัวหลวม สวมใส่สบาย  - โครงร่างเงารูปทรงกระบอก หรือทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีรูปทรงที่เรียบง่าย - เสื้อตัวนอกมีลักษณะเป็นเสื้อตัวใหญ่ โครงหลวม คล้ายเสื้อผู้ชาย - เสื้อตัวในมีทั้งในลักษณะที่เป็นตัวโครงหลวม และแบบที่เข้ารูปเล็กน้อย เน้นทรงหลวมสวมใส่สบาย - ชุดติดกันเป็นโครงร่างเงารูปทรงกระบอก หรือรูปทรงเอที่ชายกระโปรงบานเล็กน้อย - กางเกงเป็นทรงกระบอกยาว ปลายขาแคบ	- ผู้วิจัยเลือกใช้โครงร่างเงาที่เป็นโครงร่างเงาแบบเรียบง่าย คลาสสิก เช่น โครงร่างเงาทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า - เน้นโครงเสื้อผ้าที่หลวม สวมใส่สบาย - โครงร่างเงาของกางเกงและกระโปรงที่มีความกว้างส่วนบน และปลายสอบและแคบเข้าในส่วนล่าง - กระโปรงทรงเอ
สี (Colour)	โทนสีที่กลมกลืนกัน สีพาสเทล (Pastel) ให้	เนื่องจากใช้แนวคิดการออกแบบ

	<p>ความรู้สึกอ่อนโยน เป็นธรรมชาติ</p> 	<p>อย่างยั่งยืนในการออกแบบผู้วิจัย เลือกใช้สีย้อมจากธรรมชาติที่ให้สี ในโทนอ่อน เบาบาง ไม่จัดจ้าน เช่น สีเทา สีโอรส และโทนสี ธรรมชาติ เช่น สีนํ้าตาลเข้ม สี นํ้าตาลอ่อน เป็นต้น</p>
วัสดุ (Material)	<p>ผ้าลูกไม้ (Lace) ผ้าที่ทำเครื่องแต่งกายผู้ชาย (Masculine Fabric) ผ้ากำมะหยี่ ผ้าสักหลาด (Flannel) ผ้าไหม (Silk)</p>	<p>เน้นเลือกใช้วัสดุที่มาจาก ธรรมชาติ เช่น ผ้าไหม และผ้าใน ท้องถิ่น</p>
รายละเอียด (Details)	<ul style="list-style-type: none"> - การตัดต่อผ้า มีระบาย - การผูก มัด - การจับจีบ หรือการทบผ้า หรือพาดทับ - การเดรปปิ้ง (Draping) 	<ul style="list-style-type: none"> - เลือกใช้การตัดต่อผ้า - การผูกและการมัด - เลือกใช้การจับจีบ ทบผ้า หรือ พาดผ้า ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิต ของคนไทยในชนบทที่นิยมนุ่ง ผ้าซิ่นที่ใช้การพาดทับ การมัด เป็นต้น รวมถึงการนุ่งเสื่อของชาว ล้านนาในภาคเหนือที่มีลักษณะ พาดทับแล้วผูกไว้ที่เอว
ลายพิมพ์ (Prints)	<ul style="list-style-type: none"> - ลายพิมพ์ดอกไม้หรือพรรณไม้ (Botanical) ใน โทนสีที่กลมกลืน ไม่โดดเด่นออกมาชัดเจน - ลายทาง (Stripe) ที่เป็นลายบนผ้าของผู้ชาย - ลายตาราง 	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นลวดลายที่เป็นของท้องถิ่น ในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง ซึ่งมีลายที่ เรียกว่า ลายลอน ลายตาเต็บ ที่ สอดคล้องกับแนวโน้มนั้แพชั่นคือ ลายทาง (Stripe)

นอกจากแนวโน้มนั้แพชั่นหลักที่ผู้วิจัยเลือกของบริษัทเนลลี่ โรดี (Nelly Rodi) ในหัวข้อ เจนเทิล วีเมน (Gentle Women) แล้วยังมีแนวโน้มนั้แพชั่นของบริษัทอื่นที่จะเป็นข้อมูลเพื่อเสริมแนวโน้มนั้แพชั่นหลัก โดยได้เลือกแนวโน้มนั้แพชั่นของบริษัทดับเบิลยูจีเอสเอ็น (WGSN) และ สไตลส์ไซด์ (Stylesight) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

6.2.2 การวิเคราะห์แนวโน้มสนับสนุนของบริษัท ดับเบิลยูจีเอสเอ็น (WGSN) หัวข้อ โมเดิร์นมิธ (Modern Myth)


แนวโน้มแฟชั่นของบริษัท ดับเบิลยูจีเอสเอ็น (WGSN) ที่สอดคล้องหรือมีแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อการออกแบบของงานวิจัย และสามารถนำมาสนับสนุนแนวโน้มหลักที่เลือกไว้ได้ คือ หัวข้อ โมเดิร์นมิธ (Modern Myth) ซึ่งมีเนื้อหาที่กล่าวถึงเรื่องราวของประเพณี เรื่องเล่าท้องถิ่นที่สามารถตอบสนองต่อวัฒนธรรมแบบร่วมสมัยได้ กล่าวถึงสิ่งธรรมดาสามัญที่คาบเกี่ยวระหว่างความเป็นตะวันตกและตะวันออกผ่านทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และประเพณี ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ต้องการเน้นการพัฒนางานพื้นถิ่นของไทยให้มีความทันสมัย ตอบสนองต่อวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ โดยมีรายละเอียดของหัวข้อ โมเดิร์นมิธ (Modern Myth) ดังนี้



รูปที่ 6.2 แนวโน้มแฟชั่นในหัวข้อโมเดิร์นมิธ (Modern Myth)

ตารางที่ 6.2 ตารางวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ของแนวโน้มสนับสนุนหัวข้อโมเดิร์น มิธ (Modern Myth)

หัวข้อ	รายละเอียด	สิ่งที่จะนำไปใช้
แนวคิดและ เรื่องราว	<ul style="list-style-type: none"> - เรื่องราวของประเพณี เรื่องเล่าท้องถิ่นที่สามารถตอบสนองต่อวัฒนธรรมแบบร่วมสมัยได้ - สิ่งธรรมดาสามัญ โลกที่เปิดกว้างทำให้วิถีชีวิตของ 	<ul style="list-style-type: none"> - นำเรื่องราวของการผสมผสานระหว่างความเป็นตะวันตกและตะวันออก

	<p>คนมีลักษณะที่ผสมผสานระหว่างความเป็นตะวันตกและตะวันออก เกิดเป็นวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ของตนเอง</p> <ul style="list-style-type: none"> - คนรุ่นใหม่ที่ไม่ได้เชื่อหรือศรัทธาในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ แต่มีการผสมผสานความเชื่อที่หลากหลาย - การเฉลิมฉลองตำนานหรือเทพนิยายโบราณ - แต่ในขณะที่เดียวกันก็มีความสนใจในเรื่องอวกาศ การท่องเที่ยวนอกโลก เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> - เรื่องราวของท้องถิ่น หรือ ประเพณีที่ตอบสนองต่อ วัฒนธรรมร่วมสมัยได้
<p>คำสำคัญ (Key Word)</p>	<p>การผสมผสานความเชื่อ (Mix Religions) การเฉลิมฉลองตำนานหรือเทพนิยายโบราณ (A Celebration of Myths) การผสมผสานวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออก (Fusion of Culture)</p>	<p>การผสมผสานวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออก (Fusion of Culture)</p>
<p>โครงร่างเงา (Silhouette)</p>	 <ul style="list-style-type: none"> - เสื้อตัวนอกเป็นโครงร่างเงาแบบทรงสี่เหลี่ยม ทรงกระบอกยาว โครงหลวม - เสื้อตัวในเป็นทรงสี่เหลี่ยม และรูปทรงเอ (A-Line) ที่มีชายเสื้อบานเล็กน้อย - กระโปรงเป็นรูปทรงเอที่มีชายกระโปรงบานเล็กน้อย (A-Line) - ชุดติดกันเป็นโครงหลวม และเข้ารูปเล็กน้อย รูปทรงกระบอกยาว - กางเกงมีทั้งกางเกงขากระบอกตรง และทรงปลายขาแคบ 	<ul style="list-style-type: none"> - เลือกใช้โครงร่างเงา ทรงกระบอกยาว โครงหลวม - เสื้อทรงเอ หรือปลายชายเสื้อ บานเล็กน้อย - เลือกใช้กระโปรงทรงเอ - เลือกใช้กางเกงทรงปลายขาแคบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มหลัก

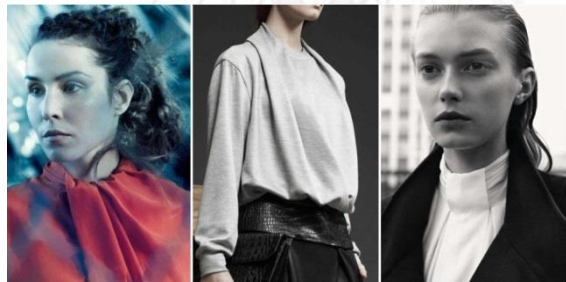
สี (Colour)	<p>เป็นสีที่ผสมผสานระหว่างสีในโทนจัดจ้านและสีโทนเย็น ให้ความรู้สึกที่ดูเป็นงานประเพณี โอ้อ่า และมั่งคั่ง</p> 	<p>เลือกใช้การผสมสีในโทนที่ต่างกัน สีที่ให้ความรู้สึกเป็นงานประเพณี เป็นต้น</p>
วัสดุ (Material)	<p>มีค่อนข้างหลากหลาย เช่น ผ้าทวิต (Tweed) ผ้าลายตาราง ผ้าไหม ผ้าแจกคาดแบบงานพื้นถิ่น (Folklore Jacquard) ผ้าไหมออแกนซ่า ผ้าคอตตอน ผ้าที่มีลักษณะเหลือบแวววาว</p>	<p>- เลือกใช้ผ้าที่เป็นเส้นใยธรรมชาติ ผ้าของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง เช่น ผ้าไหมที่มีลักษณะแวววาวเล็กน้อย เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน</p>
รายละเอียด (Details)	<p>มีรายละเอียดที่หลากหลายเช่น</p>  <p>การสร้างพื้นผิว (Texture) ให้กับเสื้อผ้าด้วยการตกแต่งในแบบต่าง ๆ</p> <p>การตกแต่งให้เป็นแถบ หรือลายทางบนเสื้อผ้า</p> <p>การประดับตกแต่งด้วยเพชร หรือพลอย</p>	<p>- เลือกใช้การสร้างพื้นผิวให้กับผ้า (Texture)</p> <p>- การสร้างแถบหรือลายทางบนเสื้อผ้า</p> <p>- เลือกตกแต่งด้วยวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ เช่น ทองเหลือง เงิน หิน เป็นต้น</p> <p>- การตกแต่งในลักษณะที่เป็นพู่ (Fringe)</p> <p>- การพับหรือจับจีบบริเวณคอเสื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้วหลัก</p> <p>- การตกแต่งบริเวณรอบคอเสื้อด้วยวัสดุที่หลากหลาย ซึ่งในงานวิจัยเลือกใช้วัสดุตกแต่งที่จากธรรมชาติ</p>



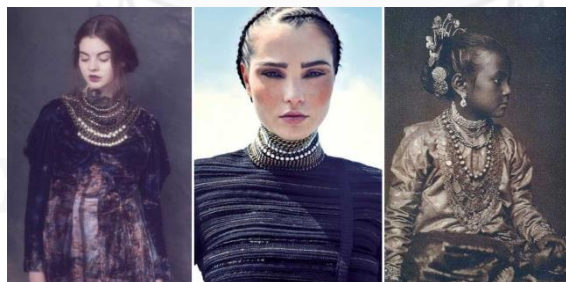
การประดับตกแต่งด้วยทองเหลือง หรือสีทองที่มีลวดลายเหมือนเทพนิยาย หรือบริเวณคอเสื้อ



การตกแต่งในลักษณะที่เป็นพู่ (Fringe)



การพับ การจับจีบบริเวณคอเสื้อ



การตกแต่งรอบคอด้วยอุปกรณ์หรือเครื่องตกแต่งที่หลากหลายตามแบบประเพณี

<p>ลายพิมพ์ (Prints)</p>	 <p>ลายผ้าและลายพิมพ์ที่มีลักษณะเหมือนการวาดภาพ</p> <p>ลายผ้าที่มีกลิ่นอายของงานประเพณี</p>	<p>- เลือกใช้ลวดลายของผ้าทอมือ ในท้องถิ่นของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญของงานวิจัย</p>
------------------------------	--	--

6.2.3 การวิเคราะห์แนวโน้มสนับสนุนของบริษัท สไตส์ไซด์ (Stylesside) ในหัวข้อ ความสงบเงียบ (Quietude)

หัวข้อความสงบเงียบ (Quietude) ของบริษัทสไตส์ไซด์ นี้กล่าวถึงเรื่องราวของความสงบเงียบ ให้ความรู้สึกที่อ่อนโยน เงียบสงบ เรื่องราวของธรรมชาติ การใช้สีในโทนสีอ่อน ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มหลักที่เลือกไว้จึงได้นำมาเป็นแนวโน้มสนับสนุน และยังมีเรื่องราวของการนำกลับมาใช้ใหม่ซึ่งเป็นแนวคิดของการออกแบบอย่างยั่งยืนที่นำมาปฏิบัติใช้อย่างจริงจัง ซึ่งมีรายละเอียดของหัวข้อความสงบเงียบ (Quietude) ดังนี้

	เบาบาง - กล่าวถึงความสวยงามของธรรมชาติ	
คำสำคัญ (Key Word)	ความเป็นมินิมอล (Minimalism) ความเงียบสงบ (Silence) ความอ่อนโยน เบาบาง (Soft) ธรรมชาติและเทคโนโลยี (Technature)	ความเป็นมินิมอล (Minimalism) ความเงียบสงบ ความอ่อนโยน ธรรมชาติและเทคโนโลยี่
โครงร่างเงา (Silhouette)	 <p>โครงร่างเงาส่วนใหญ่มีโครงเสื้อผ้าแบบหลวม ๆ ไม่เข้ารูป</p> <ul style="list-style-type: none"> - เสื้อตัวนอกมักเป็นเสื้อไหล่ตัก โครงร่างเงาแบบวงรี - เสื้อตัวในเป็นโครงร่างเงาแบบทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า - กางเกงมีโครงร่างเงาแบบสามเหลี่ยม ช่วงบนมีขนาดพองใหญ่ ช่วงล่างแคบและเล็กลง - กระโปรงเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า เอวสูง ชายกระโปรงสอบ ความยาวประมาณหน้าแข้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - เลือกใช้โครงร่างเงาแบบโครงหลวม รูปทรงกระบอก ทรงสี่เหลี่ยม - โครงกางเกงและกระโปรงที่มีช่วงบนพองใหญ่และช่วงปลายสอบและแคบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มหลัก
สี (Colour)	โทนสีที่กลมกลืนกัน สีพาสเทล (Pastel) ให้ความรู้สึกอ่อนโยน เบาบาง เงียบสงบ เช่น สีเทา สีขาว สีโอรส สีม่วงอ่อน เป็นต้น และสีที่เป็นธรรมชาติ เช่น สีน้ำตาล เป็นต้น	<ul style="list-style-type: none"> - เลือกใช้โทนสีที่ให้ความรู้สึกอ่อนโยน เบาบาง ผ่อนคลาย เช่น สีในโทนพาสเทล สีในโทนสีธรรมชาติ เป็นต้น

วัสดุ (Material)	ผ้าวูล (Wool) ผ้าถัก (Knit) เส้นใยสังเคราะห์และ ผ้าฝ้าย หนังเนื้อบาง เป็นต้น	- เลือกใช้หนังและผ้าฝ้ายซึ่งเป็น เส้นใยที่มาจากธรรมชาติ สอดคล้องกับแนวคิดการ ออกแบบอย่างยั่งยืน
รายละเอียด (Details)	- การจับจีบ - การซ้อนซับ (Layering) - เสื้อโอหล่ตก ผ่าถ่วงที่ส่วนคอ - การทับ การพาด ที่สองข้างไม่เท่ากัน (Asymmetry) - การติดเทป หรือแถบผ้า	- เลือกใช้การซ้อนทับ - เสื้อโอหล่ตก - การพาด การทับที่สองข้างไม่ เท่ากัน - การใช้แถบผ้า
ลายพิมพ์ (Prints)	 เป็นลายพิมพ์ที่ให้ความรู้สึกสงบนิ่ง อ่อนโยน เบา บาง และดูกลมกลืน ไม่โดดเด่นมาก เช่น ลายที่มี ลักษณะไม่ชัดเจน (Blur) ลายพิมพ์ดอกไม้ (Botanical) ลายกราฟิก เป็นต้น	- อาจจะเลือกใช้ลักษณะของการ เบลอ หรือภาพแบบขุ่นมัวมาใช้ ในการย้อมสีธรรมชาติ เช่น การ มัดย้อมที่ไม่มีขอบสีชัดเจน

จากการวิเคราะห์และศึกษาแนวโน้มแฟชั่นในฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาว ปี ค.ศ.2014 ของบริษัทต่าง ๆ โดยเลือกแนวโน้มในหัวข้อ เจนเทิล วิเมน (Gentle Women) ของบริษัท เนลลี่ โรดี (Nelly Rodi) เป็นแนวโน้มหลัก และมีแนวโน้มของบริษัท ดับเบิลยูจีเอสเอ็น (WGSN) และ บริษัท สไตลส์ไซต์ (Stylesight) เป็นแนวโน้มสนับสนุน ซึ่งมีสัดส่วนของแนวโน้มแฟชั่นของแต่ละบริษัทที่นำมาใช้แตกต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 6.4 ตารางแสดงสัดส่วนและการเลือกองค์ประกอบในส่วนต่าง ๆ มาใช้ในงานวิจัย

แนวโน้ม	ร้อยละ	องค์ประกอบที่นำมาใช้ในแนวโน้มของงานวิจัย					
		แนวคิด	โครงร่าง เงา	สี	วัสดุ	รายละเอียด ตกแต่ง	ลายพิมพ์
เนลลี โรดี (Nelly Rodi)	50	✓	✓	✓	-	✓	✓
ดับเบิลยูจีเอส เอ็น (WGSN)	20	-	✓	-	✓	✓	-
สไตล์ไซต์ (Stylesight)	30	✓	✓	✓	-	✓	-

จากตารางดังกล่าวจะเห็นสัดส่วนและการนำมาใช้ของแนวโน้มแฟชั่นของแต่ละบริษัทแตกต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปองค์ประกอบของการออกแบบและสร้างเป็นแนวโน้มแฟชั่นใหม่ (New Trend) เพื่อนำมาใช้ในงานวิจัย ดังจะได้กล่าวในส่วนถัดไป

	<p>สมัยและมีกลิ่นอายของความเป็นตะวันออก ที่ได้รับการออกแบบที่สามารถตอบสนองต่อคนในสมัยปัจจุบันที่มีความทันสมัย มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และมีวิถีชีวิตแบบคนเมืองหรือแบบตะวันตกได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอความเป็นธรรมชาติ การแสดงออกของเนื้อแท้ของวัสดุ
คำสำคัญ (Key Words)	<p>ความเป็นพื้นถิ่นและความเป็นเมือง (Folklore and Urban) ความเรียบง่าย (Simplicity) ความอ่อนโยน (Softness) (Gentle) (Subtle) ความเบาบาง (Sparse) ความสงบนิ่ง (Silence) คลาสสิก (Classic) ความเป็นธรรมชาติ (Nature) ความเป็นชนบท (Bucolic)</p>
สี (Colour) และการใช้สี	<p>เน้นการใช้สีย้อมจากธรรมชาติ โดยอาจแบ่งเป็นโทนสีดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - สีที่แสดงออกหรือให้ความรู้สึกถึงความเป็นธรรมชาติ เช่น สีน้ำตาลเข้ม สีน้ำตาลอ่อน เป็นต้น - สีของเนื้อวัสดุ เช่น สีของไหมที่ไม่ได้ผ่านการย้อมสี เป็นต้น - สีที่ให้ความรู้สึกอ่อนโยน เจียบสงบ เช่น สีเทา สีดำถ่าน สีโอรส เป็นต้น - สีที่ให้ความรู้สึกของความเป็นประเพณี เก่าแก่ หรือดั้งเดิม เช่น โทนสีเข้ม ทึม เป็นต้น - การใช้สีที่มีความกลมกลืน ไม่โดดเด่นหรือสะดุดตามากนัก 
วัสดุ (Materials)	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการใช้ผ้าที่เป็นเส้นใยที่ได้มาจากธรรมชาติ เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าไหม ผ้าลินิน ไหมอแกนซ่า วูล เป็นต้น - เน้นการใช้ผ้าที่หาได้ในท้องถิ่น เช่น ไหม - การใช้หนัง - ผ้าที่ให้พื้นผิวสัมผัสที่อ่อนนุ่ม เช่น ขนสัตว์ - ผ้าทอลายทweed (Tweed) เป็นต้น
โครงร่างเงา (Silhouette)	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นโครงเสื้อผ้าแบบตัวหลวม - โครงร่างเงาแบบสี่เหลี่ยม โครงร่างแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้า โครงร่างแบบทรงเอ และโครงร่างเงาแบบส่วนบนใหญ่ พองและแคบเข้าส่วนปลาย  <p>ทรงสี่เหลี่ยม รูปทรงประบอก รูปทรงปลายแคบเล็ก รูปทรงเอ ตามลำดับ</p>

<p>รายละเอียด (Details)</p>	<p>- การจับจีบ การป้ายทาบหรือการพาด</p>  <p>- การผูก การมัด</p>  <p>- การจับเดรป การถ่วง เช่นบริเวณรอบคอเสื้อ</p>  <p>- การทำให้เป็นแถบหนา หรือลายทาง (Striped)</p>  <p>- การประดับตกแต่งบริเวณรอบคอด้วยทอง หรือวัสดุต่าง ๆ กัน ในงานวิจัยนี้เน้นการประดับตกแต่งด้วยวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ เช่น หิน ไม้ ทองเหลือง เงิน เปลือกหอย เป็นต้น</p>
---------------------------------	--

	 <p data-bbox="512 853 804 898">- การประดับตกแต่งด้วยฟู่</p>  <p data-bbox="512 1193 884 1285">- การซ้อนทับ (Layering) - เสื้อไหล่ตก (Lower Shoulder)</p>
<p data-bbox="284 1305 400 1397">ลายพิมพ์ (Prints)</p>	<p data-bbox="512 1305 943 1456">- ลายพรรณไม้ ลายดอกไม้ในธรรมชาติ - ลายทาง - หรือลายที่ดูมัว ไม่ชัดเจน (Blur)</p>

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ตัวอย่างผลงานเพื่อใช้สนับสนุนแนวทางการออกแบบ

นอกจากการศึกษาแนวโน้มแฟชั่นเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกาย ที่ทันต่อกระแสที่คาดการณ์ว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตแล้ว การศึกษาตัวอย่างผลงานของนักออกแบบคนอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบของงานวิจัย ซึ่งสามารถช่วยสนับสนุนและทำให้มองเห็นภาพผลงานได้ชัดเจนขึ้น

6.3 กำหนดเกณฑ์ในการเลือกตัวอย่างผลงาน

การเลือกผลงานออกแบบของนักออกแบบท่านอื่น ๆ นั้นจะต้องมีความสอดคล้องกับแนวคิดที่ใช้ในการออกแบบของงานวิจัย และมีสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ไว้แล้ว โดยมีหลักเกณฑ์ในการเลือกผลงานดังนี้

6.3.1 เกณฑ์ในการเลือกผลงานที่สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน

6.3.1.1 เป็นเครื่องแต่งกายที่ใช้วัสดุหรือเนื้อผ้าที่เป็นเส้นใยธรรมชาติ การใช้สีย้อมธรรมชาติแทนสีเคมี ลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติหลังจากหมดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์

6.3.1.2 เป็นผลงานที่มีลักษณะที่มีกลิ่นอายของงานพื้นถิ่นที่มีความร่วมสมัย อาจจะมีลักษณะเป็นงานฝีมือ หรือแสดงออกถึงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นต่าง ๆ

6.3.1.3 ผลงานการออกแบบเครื่องแต่งกายนั้นมีรูปแบบที่มีลักษณะลำลอง โดยเน้นไปที่รูปแบบลำลองทางการ และลำลองปาร์ตี้ มีรูปแบบที่เรียบง่าย คลาสสิก (Classic) สามารถสวมใส่ได้ตลอดในทุกยุคทุกสมัย

6.3.2 เกณฑ์ในการเลือกผลงานที่สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นและผู้บริโภค

6.3.2.1 เป็นเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมสำหรับสตรีที่มีอายุระหว่าง 33-45 ปี

6.3.2.2 มีการใช้สีที่ให้ความรู้สึกของสีธรรมชาติ หรือสีที่เป็นเนื้อแท้ของวัสดุ

6.3.2.3 มีการใช้โทนสีที่ให้ความรู้สึกนึ่งสงบ อ่อนโยน ตามแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้

6.3.2.4 มีโครงสร้างของเสื้อผ้าแบบโครงหลวม มีรูปทรงสี่เหลี่ยม รูปทรงกระบอก รูปทรงปลายบาน (A-Line) และรูปทรงที่มีลักษณะส่วนบนพองใหญ่และแคบบริเวณส่วนปลาย

6.3.2.5 มีรายละเอียดของการจับจีบ การป้ายหรือพาดทับ การมัด การเดรป และรายละเอียดอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับแนวโน้มที่วิเคราะห์ไว้

ซึ่งจะเห็นได้ว่าเกณฑ์ในการเลือกผลงาน คือ มีความสอดคล้องกับแนวคิดของงานวิจัย ผู้บริโภคเป้าหมายและแนวโน้มแฟชั่นที่ได้ทำการวิเคราะห์ไว้

6.4 กำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน

การกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ผลงานตัวอย่างสามารถกำหนดตามองค์ประกอบของการออกแบบเช่น โครงร่างเงา สีและการใช้สี วัสดุ และรายละเอียดของเสื้อผ้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 6.6 เกณฑ์ในการวิเคราะห์ผลงานตัวอย่างตามองค์ประกอบของการออกแบบ

องค์ประกอบในการออกแบบ	เกณฑ์ในการวิเคราะห์ผลงาน
โครงร่างเงา	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้โครงหลวม เรียบง่าย สวมใส่สบาย รูปทรงกระบอก รูปทรงสี่เหลี่ยม รูปทรงปลายบาน และ รูปทรงส่วนบนใหญ่ ส่วนล่างแคบ
สีและการใช้สี	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้สีที่ดูเป็นสีธรรมชาติ - สีเนื้อแท้ของวัสดุ - สีตามแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ คือ สีโทนอ่อนที่ให้ความรู้สึก สงบนิ่ง อ่อนโยน - มีการใช้สีที่มีความกลมกลืน ไม่ขัดแย้งกัน
วัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้วัสดุที่เป็นเส้นใยธรรมชาติ หรือ ที่ได้จากธรรมชาติและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เช่น ไหม คอตตอน ลินิน หนั่ง เป็นต้น - มีการใช้ผ้าที่มีพื้นผิว (Texture) ที่แสดงออกถึงความเป็นพื้นถิ่น หรือ ให้ความรู้สึกที่อ่อนนุ่ม สะอาดตา
รายละเอียด	<ul style="list-style-type: none"> - มีรายละเอียดของการจับจีบ การเดรป การป้ายหรือพาดทับ การผูก การมัด - มีการจับจีบบริเวณคอ - การประดับตกแต่งด้วยวัสดุต่าง ๆ บริเวณคอเสื้อ โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติเช่น ทองเหลือง เป็นต้น - การใช้แถบผ้า หรือแถบประดับ เป็นลายทาง (Stripe) - การประดับด้วยพู่ - เสื้อไหล่ตก

ซึ่งจากหลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์ผลงานดังตารางข้างต้น มีรายละเอียดของตัวอย่างผลงานออกแบบในแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้

6.5 การวิเคราะห์ผลงานออกแบบตัวอย่าง

รายละเอียดของการวิเคราะห์ตัวอย่างผลงานออกแบบของนักออกแบบท่านอื่น ๆ นี้ ได้แยกประเภทผลงานตามองค์ประกอบของการออกแบบ คือ โครงร่างเงา สีและการใช้สี วัสดุและรายละเอียดต่าง ๆ โดยเลือกผลงานตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละหัวข้อดังนี้

6.5.1 ตัวอย่างผลงานที่เลือกโดยใช้เกณฑ์ของโครงร่างเงา

จากการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นแล้วนั้น ได้รูปแบบของโครงร่างเงาของเสื้อผ้าที่มีโครงหลวม สวมใส่สบาย มีโครงร่างเงาที่เรียบง่าย มีทั้งรูปทรงกระบอก รูปทรงสี่เหลี่ยม รูปทรงเอ รูปทรงปลายแคบและเล็ก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเครื่องแต่งกายในชนบทของไทยที่มีความเรียบง่าย มีรูปทรงกระบอก หรือทรงสี่เหลี่ยม เช่น การนุ่งผ้าซิ่น เป็นต้น อีกทั้งการใช้รูปทรงที่เรียบง่าย ช่วยลดความซับซ้อนและกระบวนการในการผลิตสินค้าลง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการออกแบบอย่างยั่งยืน ตามหลักการลด (Reduce) ในหลักการ 4อาร์ ซึ่งมีตัวอย่างผลงานที่นำมาวิเคราะห์ดังนี้




รูปที่ 6.5 ผลงานตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ของโครงร่างเงา

ตารางที่ 6.7 ตารางวิเคราะห์ผลงานออกแบบโดยใช้เกณฑ์ของโครงสร้างเงา

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="354 407 619 443">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 1</p>  <p data-bbox="284 1276 676 1527">รูปที่ 6.6 ผลงานชิ้นที่ 1 กาเบรียล โคลานเจโล (Gabriele Colangelo) ฤดูใบไม้ร่วง ฤดูหนาว (Fall Winter) ปี ค.ศ.2014 ที่มา : www.vogue.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีโครงสร้างเงารูปทรงกระบอก - โครงเสื้อตัวนอกเป็นโครงหลวม รูปทรงกระบอก ตัวเสื้อยาวเลยเข่า คล้ายเสื้อตัวนอกของผู้ชาย มีรูปแบบที่เรียบง่าย เน้นการตัดเย็บที่ดี - เสื้อตัวในเป็นผ้าเนื้อบาง ใช้สีขาวดูสะอาดตา มีรูปทรงตัวหลวม คือเสื้อสูง สามารถนำไปใส่กับกางเกงหรือกระโปรงอื่น ๆ ได้ - การเกงมีรูปทรงปลายขาแคบ มีรูปทรงที่เรียบง่าย นำไปสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ง่าย เน้นรูปทรงของเสื้อผ้าและการตัดเย็บประณีต ไม่มีการประดับตกแต่งมากนัก - มีการใช้โทนสีที่ดูสะอาดตา สงบนิ่ง - รูปแบบเครื่องแต่งกายมีความเรียบง่าย คลาสสิก สามารถสวมใส่ได้ตลอด - มีรูปแบบจำลองทางการ - สามารถนำไปใช้กับเครื่องแต่งกายรูปแบบอื่นได้ง่าย - รูปแบบมีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และไม่ดูสูงวัย

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="355 349 617 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 2</p>  <p data-bbox="284 1435 662 1585">รูปที่ 6.7 ผลงานชิ้นที่ 2 ซิลีน (Celine) ในฤดูใบไม้ร่วง ฤดูหนาว (Fall Winter) ปี ค.ศ.2013</p> <p data-bbox="284 1597 507 1632">ที่มา : www.vogue.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีโครงร่างเงารูปทรงสี่เหลี่ยม และรูปทรงเอลาย (A-Line) - ตัวเสื้อเป็นโครงร่างแบบตัวหลวม รูปทรงสี่เหลี่ยม มีคอตั้งสูง รูปแบบเรียบง่าย เน้นโครงร่างเงาและวัสดุของตัวผ้า ไม่มีการประดับตกแต่งมากนัก ความยาวเสื้อยาวถึงช่วงสะโพกบน - ตัวกระโปรงมีโครงร่างเงารูปทรงเอลาย (A-Line) ความยาวเลยเข่า ไม่มีการประดับตกแต่งเช่นกัน เน้นโครงร่างเงาและเนื้อผ้า - มีการใช้ทริสสีอ่อน หรือสีพาสเทล (Pastel) ที่ดูอ่อนโยน สงบสนิ่ง มีการใช้สีที่กลมกลืนกัน ไม่ใช่สีที่โดดเด่นสะดุดตาหรือจัดจ้าน เป็นสีที่เข้ากับกลุ่มสีอื่น ๆ ได้ง่าย - มีรูปแบบที่เรียบง่าย เน้นโชว์เนื้อแท้ของวัสดุ ไม่มีการประดับตกแต่งมากนัก สามารถนำไปสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ง่าย - มีรูปแบบเครื่องแต่งกายในแบบล้าลองทางการ เหมาะกับช่วงอายุของผู้บริโภค

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="355 349 617 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 3</p>  <p data-bbox="284 1644 667 1843">รูปที่ 6.8 ผลงานชิ้นที่ 3 ซิลีน (Celine) รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ. 2014 ที่มา : www.pinterest.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีโครงสร้างเงารูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า และรูปทรงปลายแคบ - เสื้อตัวในมีรายละเอียดของการจับจีบบริเวณคอเสื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่น มีโครงสร้างเงาที่สวมใส่สบาย - เสื้อตัวนอกมีโครงสร้างเงาของเสื้อผ้าแบบตัวหลวม เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม มีรูปแบบที่คลาสสิก สามารถสวมใส่ได้ตลอด ไม่มีกระประดับตกแต่งมากนัก ส่วนแขนมีการเลือกใช้ผ้าเนื้อบางกว่าส่วนตัวเสื้อ สร้างความแตกต่างของพื้นผิวของวัสดุ สร้างความน่าสนใจ - กางเกงมีรูปทรงปลายขาแคบ มีการรีดให้เป็นเส้นกลางหน้าขา มีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่มีการประดับตกแต่ง - ลักษณะการใช้สีที่ให้ความรู้สึกสงบ นิ่ง ดูภูมิฐาน เครื่องแต่งกายไม่มีลวดลายฉูดฉาด เป็นสีพื้นเรียบ ๆ - การใช้เส้นใยธรรมชาติ เช่น ผ้าไหม เกิดความมันเงาของวัสดุเล็กน้อยเพิ่มความหรูหราให้กับเครื่องแต่งกาย - รูปแบบของเครื่องแต่งกายมีลักษณะลำลองทางการ มีความเรียบง่าย คลาสสิก สวมใส่ได้ตลอด และนำไปสวมใส่กับเครื่องแต่งกายชิ้นอื่น ๆ ได้ มีการใช้สีพื้น ไม่มีลวดลายหรือการประดับตกแต่ง เน้นการแสดงรูปทรงและวัสดุของเสื้อผ้า

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="355 349 619 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 4</p>  <p data-bbox="284 1659 683 1910">รูปที่ 6.9 ผลงานชิ้นที่ 4 คาลวิน ไคลน์ (Calvin Klein) ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ. 2014 ที่มา : www.vogue.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีโครงร่างเงาแบบรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าหรือทรงกระบอก และรูปทรงเอลาย (A-Line) - ตัวเสื้อเป็นเสื้อแขนสั้นยาวประมาณข้อศอก มีรูปแบบเรียบง่าย มีการตัดต่อผ้าที่ผ้าโปร่ง เน้นการใช้วัสดุต่างกันเพื่อสร้างความน่าสนใจ ไม่มีการประดับตกแต่งมากนัก มีโครงหลวมสวมใส่สบาย และสามารถสวมใส่ได้ทุกยุคทุกสมัย อาจจะไปใส่คู่กับกระโปรงหรือกางเกงในรูปแบบอื่น ๆ ได้ - มีการเพิ่มรายละเอียดให้กับตัวเสื้อ มีลายทางบนผืนผ้า แต่เลือกใช้โทนสีที่ดูกลมกลืน ไม่โดดเด่น แต่ก็สร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ได้ - ส่วนท่อนล่างเป็นกระโปรงทรงเอ มีการจับจีบ มีการปล่อยชายลุ่ย ไม่มีการเก็บริมผ้า มีรูปแบบที่เรียบง่าย และสามารถสวมใส่ได้ตลอด - เครื่องแต่งกายมีการใช้สีขาว ซึ่งเป็นโทนสีพื้นฐาน ที่สามารถสวมใส่ได้ตลอด และสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ง่าย ให้ความรู้สึกที่ดูสงวนนิ่ง เรียบง่าย การใช้ผ้าโปร่งให้ความรู้สึกที่ไม่ทึบหนาจนเกินไป เกิดความอ่อนโยน เพิ่มความเป็นผู้หญิงให้กับเครื่องแต่งกาย - รูปแบบเครื่องแต่งกายมีลักษณะลำลอง และมีรูปแบบที่ผู้บริโภคเป้าหมายสามารถสวมใส่ได้ ไม่ดูสูงวัย

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="355 349 617 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 5</p>  <p data-bbox="284 1736 667 1982">รูปที่ 6.10 ผลงานชิ้นที่ 5 สเตลลา แมคคาร์ทนี (Stella McCartney) ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ.2014 ที่มา : www.vogue.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีโครงร่างเงาแบบสี่เหลี่ยม และรูปทรงปลายแคบ - ตัวเสื้อมีโครงร่างเงารูปทรงสี่เหลี่ยม มีรูปคอเป็นแบบสามเหลี่ยมกว้าง ความยาวแขนสี่ส่วน มีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่มีการประดับตกแต่ง เน้นโครงร่างเงา การตัดเย็บและเนื้อผ้าที่มีคุณภาพ - ตัวกางเกงมีรูปทรงปลายขาแคบ เป็นกางเกงขายาว ช่วงบนมีลักษณะหลวม ส่วนปลายแคบเข้าลักษณะพอดีกับขา มีลักษณะเช่นเดียวกับตัวเสื้อ คือ ไม่มีการประดับตกแต่ง เน้นการตัดเย็บและเนื้อผ้าที่มีคุณภาพ - โครงร่างเงาสวมใส่สบาย มีทั้งส่วนที่เป็นโครงหลวมและที่มีลักษณะเข้ารูป แต่มีลักษณะที่สวมใส่สบาย - มีการใช้สีเดียวกันทั้งตัวเสื้อและกางเกง เป็นโทนสีอ่อน ไม่ฉูดฉาด ให้ความรู้สึกเรียบง่าย สงบนิ่ง - เครื่องแต่งกายแม้จะไม่มีมีการประดับตกแต่งมากนัก แต่ก็มีรูปแบบที่ดูทันสมัย เป็นรูปแบบที่สามารถสวมใส่ได้ตลอด - รูปแบบมีความเหมาะสมกับช่วงวัยของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

6.5.2 สรุปรูปตัวอย่างผลงานที่เลือกโดยใช้เกณฑ์ของโครงร่างเงา



รูปที่ 6.11 รูปภาพแสดงโครงร่างเงาของผลงานตัวอย่าง

กล่าวโดยสรุปผลการวิเคราะห์ผลงานตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ของโครงร่างเงา คือ มีโครงร่างเงาที่มีความเรียบง่าย เช่น รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าหรือทรงกระบอก รูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส รูปทรงเอกลาย และรูปทรงปลายแคบ โดยทุกโครงร่างเงามักเป็นโครงหลวม รูปแบบเสื้อผ้าที่สวมใส่สบาย ไม่เข้ารูปหรือไม่เน้นสัดส่วนของผู้สวมใส่มากนัก สามารถสวมใส่ได้ทุกยุคทุกสมัยและเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

6.5.3 ตัวอย่างผลงานที่เลือกโดยใช้เกณฑ์ของสี

จากแนวคิดของการออกแบบอย่างยั่งยืนที่เน้นผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้วิจัยได้เน้นการใช้สีย้อมธรรมชาติแทนการใช้สีเคมี หรือการใช้สีของตัววัสดุเอง ซึ่งมีที่ได้จากการย้อมสีธรรมชาติจะมีโทนสีอ่อน ไม่ฉูดฉาดเหมือนสีเคมี ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ ซึ่งมีโทนสีที่ให้ความรู้สึกถึงความเรียบง่าย สงบนิ่ง อ่อนโยน ซึ่งเป็นโทนสีอ่อนหรือพาสเทล (Pastel) และสีที่ให้ความรู้สึกถึงความเป็นธรรมชาติ เช่น สีนํ้าตาลอ่อน สีนํ้าตาลเข้ม สีเบจ เป็นต้น ซึ่งมีตัวอย่างผลงานและรายละเอียดของการวิเคราะห์ดังนี้



รูปที่ 6.12 ตัวอย่างผลงานโดยใช้เกณฑ์ของสี

ตารางที่ 6.8 ตารางวิเคราะห์ผลงานออกแบบโดยใช้เกณฑ์ของสี

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="352 965 616 1003">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 6</p>  <p data-bbox="284 1832 667 1982">รูปที่ 6.13 ผลงานชิ้นที่ 6 ซิลีน (Celine) รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ. 2014</p> <p data-bbox="284 1995 507 2029">ที่มา : www.vogue.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="710 965 1401 1173">- มีการใช้สีโทนที่ให้ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติ เป็นสีโทนเอิร์ธโทน (Earth Tone) เช่น สีน้ำตาล สีเบจ เป็นต้น มีการเลือกจับคู่ผลิตภัณฑ์ในโทนสีเข้มอ่อนและสัดส่วนของสีต่างกัน แต่มีความกลมกลืน <li data-bbox="710 1189 1401 1285">- นอกจากนี้ยังเป็นโทนสีที่ให้ความรู้สึกสงบนิ่ง ผ่อนคลาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ <li data-bbox="710 1301 1401 1451">- เป็นโทนสีที่มีความคลาสสิก จับคู่สวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ง่าย และสวมใส่ได้ทุกโอกาส อีกทั้งยังเป็นสีพื้นฐานที่สามารถสวมใส่ได้ทุกยุคทุกสมัย

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="355 349 617 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 7</p>  <p data-bbox="284 1794 651 1995">รูปที่ 6.14 ผลงานชิ้นที่ 7 โคลเอ้ (Chloe') ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ.2014 ที่มา : www.vogue.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีการใช้สีในโทนสีธรรมชาติ เช่น สีเขียว สีน้ำตาลเหลืองเทา ให้ความรู้สึกของความเรียบง่าย ผ่อนคลาย สงบนิ่งและเป็นธรรมชาติ - มีการจับคู่สีในลักษณะที่มีความกลมกลืนกัน แม้จะมีสีเข้มอ่อนแตกต่างกัน โดยให้สีเข้มซึ่งเป็นสีของตัวเสื้อ มีสัดส่วนที่น้อยกว่าสีอ่อน อีกทั้งตัวเสื้อที่มีลักษณะของส่วนทึบและโปร่ง ทำให้สัดส่วนของสีเข้มไม่ดูหนักและทึบจนเกินไป - ในส่วนของกางเกง มีการทอดด้วยสีของเส้นใยที่แตกต่างกัน แต่เมื่อนำมาทอรวมกันแล้วเกิดความกลมกลืน มีสีเหลืองกัน เวลากระทบแสง ซึ่งเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบเรียบง่าย ไม่มีการประดับตกแต่ง - มีสีที่มีลักษณะของสีย้อมธรรมชาติ เช่น ในส่วนของกางเกง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการออกแบบอย่างยั่งยืน และแนวโน้มนำแฟชั่นที่วิเคราะห์ไว้ - เป็นสีที่มีความคลาสสิก สามารถจับคู่สวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ง่าย และสามารถนำมาใช้ได้ในทุกยุคสมัย

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="355 349 617 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 8</p>  <p data-bbox="288 1765 667 1960">รูปที่ 6.15 ผลงานชิ้นที่ 8 ซิลีน (Celine) รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ. 2014 ที่มา : www.vogue.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="710 349 1406 723">- เสื้อตัวนอก และกางเกง มีการใช้สีในโทนอ่อน คือ สีเทา ซึ่งให้ความรู้สึกเหมือนเป็นสีย้อมธรรมชาติ มีความเรียบง่าย สงบนิ่งและผ่อนคลาย ซึ่งสอดคล้องกันแนวคิดของงานวิจัย และแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ ในขณะที่เสื้อตัวในมีการเลือกใช้สีในโทนที่เข้มขึ้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและจุดเด่นให้กับเครื่องแต่งกาย แต่ก็ยังคงความกลมกลืน และให้ความรู้สึกเดียวกับสีในโทนอ่อน <li data-bbox="710 741 1406 891">- เป็นโทนสีที่มีความคลาสสิก สามารถสวมใส่ได้ตลอด และจับคู่ใส่กับผลิตภัณฑ์ที่มีสีอื่น ๆ ได้ง่าย ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น <li data-bbox="710 909 1406 1059">- มีลักษณะของสีที่เป็นสีกลาง เหมาะกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ที่อยู่ในช่วงวัยทำงานที่ต้องการภาพลักษณ์ที่ดี แต่ในขณะเดียวกันก็ดูทันสมัย ไม่สูงวัย

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="355 349 617 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 9</p>  <p data-bbox="284 1809 673 1957">รูปที่ 6.16 ผลงานชิ้นที่ 9 โคลเอ้ (Chloe') รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ. 2013</p> <p data-bbox="284 1973 507 2004">ที่มา : www.vogue.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="710 349 1407 562">- มีการใช้โทนสีที่ดูสว่างขึ้นและดูเป็นผู้หญิงมากขึ้น ในโทนสีพาสเทล (Pastel) เช่น สีชมพู สีเบจ เป็นต้น ที่ยังคงให้ความรู้สึกที่เรียบง่าย สงบนิ่ง อ่อนโยนและผ่อนคลายอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับสีของแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ <li data-bbox="710 573 1407 842">- มีการจับคู่สีที่มีความกลมกลืนกัน แต่ใช้ในสัดส่วนที่ต่างกัน เช่น การใช้สีเบจอ่อน ๆ กับกางเกงขายาวสีโอรส เป็นต้น ซึ่งตัวกางเกงแม้จะมีเทคนิคของการตัดต่อผ้า เพื่อสร้างที่น่าสนใจ แต่ก็ยังคงเป็นสีในโทนสีอ่อน ซึ่งในผลงานนี้เลือกใช้สีขาวเป็นตัวสร้างจุดสนใจให้กับกางเกง ซึ่งดูกลมกลืน ไม่ขัดแย้ง <li data-bbox="710 853 1407 1001">- เป็นโทนสีที่สามารถสวมใส่ได้ตลอดในทุกยุคทุกสมัย แต่จับคู่กับผลิตภัณฑ์ที่มีสีอื่น ๆ ได้ง่าย อีกทั้งยังแสดงออกถึงความเป็นผู้หญิงด้วย

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="347 353 625 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 10</p>  <p data-bbox="284 1832 673 2024">รูปที่ 6.17 ผลงานชิ้นที่ 10 โคลเอ้ (Chloe') รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ. 2014 ที่มา : www.vogue.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> - จะเห็นได้ว่าในผลงานนี้จะมีการใช้สีในโทนสีอ่อนทั้งหมด โดยใช้เสื้อตัวในและกางเกง เป็นสีขาว ซึ่งเป็นสีกลางที่จับคู่กับสีอื่น ๆ ได้ง่าย และสามารถสวมใส่ได้ตลอด โดยในตัวอย่างผลงานใส่คู่กับเสื้อตัวนอกสีน้ำตาลอ่อนซึ่งเป็นสีที่เข้มกว่า ซึ่งสร้างความน่าสนใจและจุดเด่นให้กับเครื่องแต่งกาย - เป็นโทนสีที่ให้ความรู้สึกสงบนิ่ง ผ่อนคลาย เรียบง่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ - เป็นโทนสีที่สามารถสวมใส่ได้ตลอดในทุกยุคสมัย และเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ไม่ดูสูงวัย - ในตัวอย่างผลงานนอกจากเสื้อตัวนอกที่สร้างความน่าสนใจให้กับเครื่องแต่งกายแล้ว นักออกแบบยังได้เลือกใช้สีของรองเท้าให้แตกต่างและโดดเด่นขึ้นมา แต่ก็ยังคงลักษณะที่เป็นสีในโทนอ่อนที่ดูกลมกลืน ไม่ฉูดฉาดและไม่ใช้สีในโทนสีเข้มหรือจัดจ้าน

6.5.4 สรุปรูปตัวอย่างผลงานที่เลือกโดยใช้เกณฑ์ของสี



รูปที่ 6.18 รูปภาพแสดงตัวอย่างผลงานโดยใช้เกณฑ์ของสี

จากการข้อมูลการวิเคราะห์ตัวอย่างผลงานโดยใช้เกณฑ์ของสี สามารถสรุปได้ว่า มีการใช้สีในโทนสีอ่อน เช่น สีพาสเทล (Pastel) หรือสีที่ให้ความรู้สึกของความเป็นธรรมชาติ เช่น สีน้ำตาลเข้ม สีเบจ เป็นต้น ซึ่งเป็นสีกลางที่สามารถสวมใส่ได้ตลอดทุกยุคทุกสมัยและเป็นสีที่จับคู่สวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ง่าย นอกจากนี้ยังมีการใช้สีที่มีลักษณะกลมกลืน แต่สร้างจุดเด่นให้กับเครื่องแต่งกายโดยการใช้สีเข้มอ่อนในสัดส่วนที่ต่างกัน โดยมากมักใช้สีเข้มในสัดส่วนที่น้อยกว่า ซึ่งสีที่ใช้และวิธีการใช้สีดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นและแนวคิดของงานวิจัย

6.5.5 ตัวอย่างผลงานที่เลือกโดยใช้เกณฑ์ของวัสดุ

ในส่วนของตัวอย่างผลงานโดยใช้เกณฑ์ของวัสดุนี้ จะเลือกผลงานที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนและแนวโน้มแฟชั่น คือ การเลือกผลงานที่ใช้วัสดุที่ทำจากธรรมชาติ เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าลินิน หรือหนัง เป็นต้น ซึ่งเป็นวัสดุที่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดเมื่อสิ้นสุดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ โดยมีตัวอย่างของผลงานและรายละเอียดการวิเคราะห์ดังนี้



รูปที่ 6.19 รูปภาพแสดงตัวอย่างผลงานโดยใช้เกณฑ์ของวัสดุ

ตารางที่ 6.9 ตารางวิเคราะห์ผลงานออกแบบโดยใช้เกณฑ์ของวัสดุ

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="347 405 624 443">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 11</p>  <p data-bbox="284 1825 667 1973">รูปที่ 6.20 ผลงานชิ้นที่ 11 ชิ ลีน (Celine) รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ. 2014</p> <p data-bbox="284 1989 507 2022">ที่มา : www.vogue.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="710 405 1406 1003">- รูปแบบเครื่องแต่งกายมีลักษณะของการใช้วัสดุหรือเส้นใยที่เป็นเส้นใยธรรมชาติ โดยในผลงานตัวอย่างเป็นผ้าลินิน (Linen) ทั้งตัวเสื้อและกางเกง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการออกแบบอย่างยั่งยืนในแง่ของความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม เพราะเป็นเส้นใยที่เมื่อสิ้นอายุการใช้งานแล้ว เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย สามารถย่อยสลายในธรรมชาติได้ง่าย โดยตัวเสื้อมีลักษณะของการป้ายหรือพาดทับ แล้วผูกไว้ที่เอว ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับแนวโน้มนำแฟชั่น และมีรูปแบบที่สอดคล้องกับการแต่งกายของชาวไทยลื้อในภาคเหนือด้วย นอกจากนี้ยังมีการใช้โทนสีที่ให้ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติ ดูสงบนิ่ง <li data-bbox="710 1010 1406 1167">- ลักษณะของเครื่องแต่งกายที่มีลักษณะลำลอง มีรูปแบบที่คลาสสิก สามารถสวมใส่ได้ตลอดและเหมาะกับช่วงอายุของผู้บริโภคเป้าหมาย

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="347 349 624 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 12</p>  <p data-bbox="284 1720 651 1910">รูปที่ 6.21 ผลงานชิ้นที่ 12 มุกุ (Muku) ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ.2013 ที่มา : http://thispaper.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="710 349 1406 555">- ตัวอย่างผลงานนี้เน้นการใช้ผ้าลินิน ซึ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติ และเกิดผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดเมื่อสิ้นอายุของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนในแง่ของความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม <li data-bbox="710 566 1406 891">- มีรูปแบบเครื่องแต่งกายที่มีลักษณะลำลอง ตัวเสื้อเป็นเสื้อแบบไม่มีแขน รูปทรงเรียบง่าย และมีโครงหลวม สวมใส่สบาย ซึ่งทำจากผ้าลินิน ที่มีเส้นใยต่างสีกัน แต่นำมาทอด้วยกันเพื่อสร้างพื้นผิวของผ้าให้มีความน่าสนใจมากขึ้น ในส่วนของกระโปรงก็เป็นรูปแบบที่เรียบง่ายเช่นกันโดยใช้ผ้าลินินเป็นวัตถุดิบ <li data-bbox="710 902 1406 1171">- เนื่องจากเครื่องแต่งกายนี้ทำจากผ้าลินิน จึงให้ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติ มีความเรียบง่าย และผ่อนคลาย สามารถสวมใส่ได้ตลอดในทุกยุคสมัย อีกทั้งยังเป็นวัตถุดิบที่มีความคงทนต่อการใช้งาน มีสีในโทนสีอ่อน ซึ่งเป็นสีธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่น และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="347 349 625 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 13</p>  <p data-bbox="284 1574 679 1821">รูปที่ 6.22 ผลงานชิ้นที่ 13 เทมเพอริ ลอนดอน (Temperly London) ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ.2014 ที่มา : www.elle.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ผลงานตัวอย่างนี้เป็นตัวอย่างผลงานที่มีการใช้ผ้าไหม ซึ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติเป็นวัตถุดิบหลักในการออกแบบ มีความสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนของงานวิจัย - มีรูปแบบในลักษณะลำลองปาร์ตี้ มีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่มีรายละเอียดตกแต่งมากนัก เน้นที่โครงสร้างของเสื้อผ้าและวัสดุที่นำมาตัดเย็บ โดยมีเสื้อตัวนอกและท่อนล่างที่ใช้ผ้าไหมเป็นวัตถุดิบหลัก ให้พื้นผิวสัมผัสแบบมันวาว ให้ความรู้สึกที่หรูหรา สวยงาม - มีการใช้โทนสีอ่อน เช่น สีชมพูอ่อน สีเทาอ่อน สีขาว เป็นต้น ซึ่งให้ความรู้สึกที่อ่อนโยน สงบนิ่ง สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ - มีรูปแบบที่สามารถสวมใส่ได้ทุกยุคสมัย และถึงแม้จะเป็นการใช้ผ้าไหม แต่ก็มีรูปแบบที่ตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายไม่ดูสูงวัย

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="347 349 625 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 14</p>  <p data-bbox="284 1794 657 1944">รูปที่ 6.23 ผลงานชิ้นที่ 14 มาร์นี (Marni) รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ. 2014</p> <p data-bbox="284 1955 485 1989">ที่มา : www.elle.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="710 349 1406 555">- มีการใช้เส้นใยธรรมชาติที่มีทั้งผ้าไหม และผ้าฝ้าย โดยเสื้อตัวในและกางเกงใช้ผ้าฝ้าย ส่วนเสื้อตัวนอกเป็นผ้าไหมที่มีลักษณะมันเงาเล็กน้อย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในการออกแบบของงานวิจัย <li data-bbox="710 566 1406 723">- การใช้ผ้าที่ต่างกันทำให้เครื่องแต่งกายมีความน่าสนใจมากขึ้น เช่นผ้าฝ้ายก็จะมีลักษณะพื้นผิวด้าน ส่วนผ้าไหมก็มีลักษณะพื้นผิวมันเงาเล็กน้อย <li data-bbox="710 734 1406 891">- รูปแบบเครื่องแต่งกายมีลักษณะลำลองทางการ ที่มีรูปแบบที่ทันสมัย และสามารถสวมใส่ได้ตลอดทุกยุคสมัย มีรูปแบบที่เหมาะสมกับช่วงอายุของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย <li data-bbox="710 902 1406 1059">- เครื่องแต่งกายมีการใช้สีโทนสีเข้ม ซึ่งมีลักษณะกลมกลืนกัน ตัวเสื้อมีสีน้ำเงินเพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับเครื่องแต่งกายมากขึ้น

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="347 353 625 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 15</p>  <p data-bbox="284 1144 689 1395">รูปที่ 6.24 ผลงานชิ้นที่ 15 โพรเอน ซ่า สกรูเลอร์ (Proenza Schouler) ฤดูใบไม้ร่วง ฤดูหนาว (Fall Winter) ปี ค.ศ.2012 ที่มา : www.vogue.com</p>	<p data-bbox="708 353 1407 723">- ตัวอย่างผลงานนี้เป็นตัวอย่างหนึ่งของการใช้วัสดุหรือเส้นใยที่มาจากธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนในแง่ของความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยตัวอย่างผลงานนี้เป็นการใช้วัสดุที่แตกต่างกัน นำมาตัดเย็บเข้าด้วยกัน ส่วนแขนเป็นหนังแกะ ส่วนของลำตัวเป็นผ้าไหม ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นวัสดุที่เกิดผลกระทบต่อด้านลบน้อย เมื่อสิ้นสุดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์</p>

6.5.6 สรุปตัวอย่างผลงานที่เลือกโดยใช้เกณฑ์ของวัสดุ

จากการวิเคราะห์ตัวอย่างผลงานที่เลือกโดยใช้เกณฑ์ของวัสดุ จะเห็นว่ามีการใช้วัสดุหรือผ้าที่เป็นเส้นใยจากธรรมชาติ เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าไหม ผ้าลินิน หนัง เป็นต้น และบางครั้งมีการใช้วัตถุดิบธรรมชาติที่ต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของการออกแบบอย่างยั่งยืนในแง่ของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เพราะเป็นวัตถุดิบที่เกิดผลกระทบต่อด้านลบเมื่อสิ้นสุดอายุการใช้งานแล้ว อีกทั้งยังมีความคงทน และนำมาใช้ในรูปแบบเครื่องแต่งกายที่หลากหลาย เช่น รูปแบบลำลอง รูปแบบลำลองทางการ และรูปแบบลำลองปาร์ตี้ เป็นต้น และวัสดุต่าง ๆ ยังให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน ผ้าฝ้าย ลินิน ให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลาย เรียบง่าย สวมใส่สบาย ในขณะที่ผ้าไหมที่มีลักษณะมันเงาเล็กน้อยให้ความรู้สึกที่หรูหรา สวยงาม ภูมิฐาน เป็นต้น

6.5.7 ตัวอย่างผลงานที่เลือกโดยใช้เกณฑ์ของรายละเอียดและการตกแต่ง

เป็นการศึกษาและวิเคราะห์ตัวอย่างผลงานที่มีลักษณะของรายละเอียดและการตกแต่งที่สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ ซึ่งประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

6.5.7.1 มีลักษณะของงานที่เป็นแบบพื้นถิ่นหรืองานหัตถกรรม

6.5.7.2 มีรายละเอียดของการจับจีบ การเดรป การป้ายหรือพาดทับ การผูก การมัด

6.5.7.3 มีการจับจีบบริเวณคอ

6.5.7.4 การประดับตกแต่งด้วยวัสดุต่าง ๆ บริเวณคอเสื้อ โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติเช่น ทองเหลือง เป็นต้น

6.5.7.5 การใช้แถบผ้า หรือแถบประดับ เป็นลายทาง (Stripe)

6.5.7.6 การประดับด้วยฟู

6.5.7.7 เสื้อไหล่ตก

โดยมีตัวอย่างผลงานและการวิเคราะห์ในแต่ละส่วนดังนี้



รูปที่ 6.25 ตัวอย่างผลงานที่เลือกโดยใช้เกณฑ์ของรายละเอียดและการตกแต่ง

ตารางที่ 6.10 ตารางวิเคราะห์ผลงานออกแบบโดยใช้เกณฑ์ของรายละเอียดและการตกแต่ง

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="347 405 625 443">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 16</p>  <p data-bbox="284 898 676 1144">รูปที่ 6.26 ผลงานชิ้นที่ 16 ดรีส แวน โนทเทิน (Dries Van Noten) ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ.2014 ที่มา : www.vogue.com</p>	<p data-bbox="708 405 1401 719">- ตัวเสื้อมีรายละเอียดของการใช้ผ้าที่มีลักษณะของงานพื้นถิ่นงานหัตถกรรม นอกจากนี้บริเวณรอบคอเสื้อยังมีการปักประดับด้วยเปลือกหอย ซึ่งเป็นวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ ทำให้เครื่องแต่งกายมีรูปแบบที่แปลกใหม่และมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีลักษณะที่สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้</p>
<p data-bbox="347 1158 625 1196">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 17</p>  <p data-bbox="284 1787 676 2033">รูปที่ 6.27 ผลงานชิ้นที่ 17 โพรเอน ซ่า สกรูเลอร์ (Proenza Schouler) ฤดูใบไม้ร่วง ฤดูหนาว (Fall Winter) ปี ค.ศ.2011 ที่มา : www.vogue.com</p>	<p data-bbox="708 1158 1401 1637">- ตัวอย่างผลงานที่นำมาวิเคราะห์นี้มีลักษณะของการใช้ผ้าที่มีรูปแบบ ลวดลาย ที่แสดงออกถึงความเป็นพื้นถิ่นหรือชนเผ่า แต่มีการออกแบบเครื่องแต่งกายให้มีรูปแบบที่ทันสมัยตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคที่มีความเป็นเมือง มีโครงสร้างเงาที่เรียบง่าย สวมใส่สบายและสามารถสวมใส่ได้ทุกยุคสมัย</p> <p data-bbox="708 1435 1401 1637">- นอกจากลักษณะลวดลายผ้าที่มีความเป็นพื้นถิ่นแล้ว ยังมีรายละเอียดของการป้ายทับหรือพาดทับตรงส่วนกระโปรง ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ อีกทั้งยังมีความคล้ายคลึงกับการนุ่งผ้าซิ่นของชาวชนบทของไทยด้วย</p>

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="347 349 625 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 18</p>  <p data-bbox="284 1039 683 1288">รูปที่ 6.28 ผลงานชิ้นที่ 18 อเล็กซานเดอร์ แวง (Alexander Wang) เตรียมฤดูหนาว (Pre-Fall) ปี ค.ศ. 2013 ที่มา : www.vogue.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ตัวอย่างผลงานชิ้นนี้มีรายละเอียดของการจับจีบและการเดรป (Draping) บริเวณคอเสื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ ตัวเสื้อมีโครงหลวม สวมใส่สบาย มีการใช้โทนสีแบบสีกลาง ที่สามารถสวมใส่ได้ตลอด อีกทั้งยังสามารถจับคู่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ง่าย - ในส่วนของกระโปรงนั้น มีรายละเอียดของการป้ายทับหรือพาดทับ อีกทั้งยังเพิ่มการจับจีบบริเวณด้านหน้าด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่น และคล้ายคลึงกับลักษณะของการป้ายทับของการนุ่งผ้าชิ้นในชนบทของไทย มีการใช้สีดำซึ่งเป็นสีที่มีความคลาสสิก สามารถใช้ได้ทุกยุคสมัยและจับคู่กับสีอื่น ๆ ได้ง่าย
<p data-bbox="347 1301 625 1339">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 19</p>  <p data-bbox="284 1816 683 2018">รูปที่ 6.29 ผลงานชิ้นที่ 19 ซิลีน (Celine) รีสอร์ท (Resort) ปี ค.ศ. 2014 ที่มา : www.celine.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ตัวเสื้อของผลงานตัวอย่างมีรายละเอียดของการป้ายทับหรือพาดทับ และมีการผูกเชือกไว้บริเวณเอว ซึ่งมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับการนุ่งเสื้อของชาวไทลื้อในภาคเหนือ และสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่น ลักษณะของการป้ายทับนี้ ทำให้รูปแบบเสื้อผ้ามีความน่าสนใจ สามารถสวมใส่ได้ตลอดทุกยุคสมัย นอกจากนี้เชือกที่ผูกรัดที่เอวยังสามารถปรับเปลี่ยนโครงร่างเงาของเสื้อผ้าได้อีกด้วย เช่น ถ้าอาจจะผูกรัดให้มีลักษณะเข้ารูปหรือสวมใส่แบบเสื้อตัวหลวม เป็นต้น

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="347 349 625 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 20</p>  <p data-bbox="284 969 673 1122">รูปที่ 6.30 ผลงานชิ้นที่ 20 ชาแนล (Chanel) เตรียมฤดูหนาว (Pre-Fall) ปี ค.ศ.2012</p> <p data-bbox="284 1133 507 1167">ที่มา : www.vogue.com</p>	<p data-bbox="708 349 1410 775">ผลงานตัวอย่างแสดงรายละเอียดของการประดับตกแต่งบริเวณคอเสื้อด้วยวัสดุที่เป็นทองหรือทองเหลือง ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ นอกจากนี้แนวคิดของการออกแบบอย่างยั่งยืนที่เน้นการใช้วัสดุหรือวัตถุดิบจากธรรมชาติ ดังนั้นในงานวิจัยนี้อาจจะปรับใช้วัสดุตกแต่งที่มาจากโลหะต่าง ๆ เช่น ทองเหลือง เงิน เป็นต้น ซึ่งจะทำให้เครื่องแต่งกายมีความน่าสนใจและสามารถเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ได้อีกด้วย</p>
<p data-bbox="347 1180 625 1218">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 21</p>  <p data-bbox="284 1787 673 1939">รูปที่ 6.31 ผลงานชิ้นที่ 21 วีราแวง (Vera Wang) ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ. 2013</p> <p data-bbox="284 1951 507 1984">ที่มา : www.vogue.com</p>	<p data-bbox="708 1180 1410 1496">ผลงานตัวอย่างนี้เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการประดับตกแต่งด้วยวัสดุเช่น ทอง หรือทองเหลือง เป็นต้น ซึ่งรูปทรงของวัสดุมีลักษณะที่แตกต่างกัน แล้วนำมาจัดวางหรือตกแต่งเป็นรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจและจุดเด่นให้กับเครื่องแต่งกาย โดยในตัวอย่างผลงานนี้มีลักษณะการจัดวางที่เป็นรูปวงกลมวางประดับตกแต่งบริเวณคอ ไปจนถึงบริเวณไหล่</p>

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="347 349 625 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 22</p>  <p data-bbox="284 898 676 1151">รูปที่ 6.32 ผลงานชิ้นที่ 22 กาเบรียล โคลานเจโล (Gabriele Colangelo) ฤดูใบไม้ร่วง ฤดูหนาว (Fall Winter) ปี ค.ศ.2014 ที่มา : www.elle.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="708 349 1410 779">- ตัวอย่างผลงานมีรายละเอียดของการใช้ฟู (Fringe) ประดับตกแต่งอยู่บริเวณเสื้อ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ ตัวเสื้อมีลักษณะเป็นผ้าถักที่มีลายลายบนพื้นผิวของตัวผ้า โดยฟูที่ประดับตกแต่งนี้อยู่บริเวณด้านหน้าของตัวเสื้อเริ่มจากบริเวณไหล่ยาวลงมาจนถึงชายเสื้อ และอยู่บริเวณแขนเสื้อด้วย มีลักษณะของการตกแต่งแบบไม่สมมาตร (Asymmetry) เพื่อสร้างจุดเด่นและนำสายตาแก่ผู้พบเห็นเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ <li data-bbox="708 788 1410 936">- นอกจากนี้ตัวเสืวยังมีรูปแบบของเสื้อไหล่ตก (Dropped Shoulder) ซึ่งเป็นรายละเอียดหนึ่งตามแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้
<p data-bbox="347 1167 625 1205">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 23</p>  <p data-bbox="284 1783 676 2045">รูปที่ 6.33 ผลงานชิ้นที่ 23 คาลวิน ไคลน์ (Calvin Klein) ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ. 2014 ที่มา : www.vogue.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="708 1167 1410 1541">- ตัวอย่างผลงานนี้มีการแสดงรายละเอียดของการใช้ฟู (Fringe) เช่นกัน ซึ่งประดับตกแต่งอยู่บริเวณคอเสื้อ รอบวงแขน ชายเสื้อและบริเวณกลางหน้า มีลักษณะของฟูที่มีขนาดเล็กกว่าตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 22 และเป็นการประดับตกแต่งในลักษณะที่สมมาตร (Symmetry) ซึ่งการใช้ฟูนี้มีความสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้มีการวิเคราะห์ไว้ และช่วยสร้างความน่าสนใจและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

ตัวอย่างผลงาน	รายละเอียดการวิเคราะห์ผลงาน
<p data-bbox="284 349 564 387">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 24</p>  <p data-bbox="284 943 663 1189">รูปที่ 6.34 ผลงานชิ้นที่ 24 ฐากูล (Thakoon) ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ. 2012 ที่มา : www.elle.com</p>	<p data-bbox="708 349 1410 779">ตัวอย่างผลงานนี้เป็นตัวอย่างของรายละเอียดที่มีลักษณะเป็นแถบ หรือเป็นลายขวาง (Striped) ซึ่งเป็นรายละเอียดที่สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ โดยในผลงานนี้มีการใช้แถบสีทองแดง สีเงิน บริเวณ กระโปรงและชายกระโปรง ซึ่งสร้างจุดเด่นและเพิ่มความน่าสนใจให้กับเครื่องแต่งกาย นอกจากนี้ลักษณะที่เป็นแถบหรือลายขวางนี้ยังมีความสอดคล้องและคล้ายคลึงกับลายผ้าทอที่เรียกว่า ลายลอน ของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง ซึ่งเป็นกรณีศึกษาของงานวิจัยนี้อีกด้วย</p>
<p data-bbox="284 1205 564 1243">ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 25</p>  <p data-bbox="284 1769 679 2016">รูปที่ 6.35 ผลงานชิ้นที่ 25 คาลวิน ไคลน์ (Calvin Klein) ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (Spring Summer) ปี ค.ศ. 2014 ที่มา : www.vogue.com</p>	<p data-bbox="708 1205 1410 1523">มีรายละเอียดของเสื้อผ้าที่เป็นเสื้อไหล่ตก หรือเส้นไหล่อยู่ต่ำกว่าเส้นจริง (Dropped Shoulder) ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ โครงเสื้อเป็นโครงหลวม สวมใส่ได้ง่าย และสวมใส่ได้ทุกโอกาส นอกจากนี้ยังมีลักษณะของการตัดต่อผ้าที่มีพื้นผิวและความโปร่ง ทึบ แตกต่างกัน ซึ่งทำให้เสื้อไม่ดูทึบหนักจนเกินไป และมีรายละเอียดที่น่าสนใจขึ้น</p>

6.5.8 สรุปตัวอย่างผลงานที่เลือกโดยใช้เกณฑ์ของรายละเอียดและการตกแต่ง

จากที่ได้ศึกษาและวิเคราะห์ตัวอย่างผลงานโดยใช้เกณฑ์ของรายละเอียดและการตกแต่งที่สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นแล้วนั้น ทำให้ได้ทราบวิธีการ รูปแบบการตกแต่ง ของนักออกแบบท่านอื่น ๆ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์หรือปรับใช้ในงานวิจัยต่อไป ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดและการตกแต่งได้ดังนี้

ตารางที่ 6.11 ตารางสรุปของรายละเอียดและการตกแต่ง

รูปภาพ	รายละเอียดและการตกแต่ง
	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะของงานพื้นถิ่นหรืองานหัตถกรรมที่นำมาออกแบบเครื่องแต่งกายให้มีความทันสมัย เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่
	<ul style="list-style-type: none"> - การจับจีบ การจัดเดรป การพาดทับหรือป้ายทับ
	<ul style="list-style-type: none"> - การประดับตกแต่งบริเวณรอบคอเสื้อ ซึ่งอาจจะตกแต่งด้วยโลหะ เช่น ทองเหลือง เงิน เป็นต้น หรือการประดับตกแต่งด้วยวัสดุจากธรรมชาติ เช่น เปลือกหอย
	<ul style="list-style-type: none"> - การประดับด้วยพู่ (Fringe)
	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะที่เป็นแถบ หรือลายขวาง (Striped)
	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะของเสื้อไหล่ตก (Dropped Shoulder)

จากที่ได้มีการศึกษาแนวโน้มแฟชั่นเครื่องแต่งกายที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในฤดูใบไม้ร่วง ฤดูหนาว ปี ค.ศ.2014 ทำให้ทราบแนวทางและแนวโน้มของการออกแบบของบริษัทต่าง ๆ แล้วผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และเลือกใช้แนวโน้มที่เหมาะสมกับแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์และความต้องการของผู้บริโภคของงานวิจัย ประกอบกับการศึกษาตัวอย่างผลงานของนักออกแบบท่านอื่น ๆ ที่มีแนวทางสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ผู้วิจัยได้สรุปไว้ ทำให้เห็นภาพรวมและแนวทางในการออกแบบที่ชัดเจนขึ้น อย่างไรก็ตามการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในแต่ละคอลเลกชัน (Collection) การมีเรื่องราวหรือแรงบันดาลใจที่สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นจะทำให้เครื่องแต่งกายในคอลเลกชันนั้น มีความเป็นเอกภาพและสามารถสื่อสารเรื่องราวให้กับผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน สร้างความน่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภคได้มากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยจะได้กล่าวถึงเรื่องราวและแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องแต่งกายในบทถัดไป

บทที่ 7

แรงบันดาลใจในการออกแบบ

ในบทนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับแรงบันดาลใจในการออกแบบ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการกำหนดแนวทางการออกแบบ เช่น แนวคิดในการออกแบบ อารมณ์และความรู้สึก (Mood and Tone) ของคอลเลกชัน สีและการใช้วัสดุ เป็นต้น โดยจะได้กล่าวถึงข้อมูลและการวิเคราะห์แรงบันดาลใจในการออกแบบ เกณฑ์ในการเลือกแรงบันดาลใจในการออกแบบและผลสรุปองค์ประกอบที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลแรงบันดาลใจ เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป โดยมีรายละเอียดในแต่ละส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การเลือกแรงบันดาลใจในการออกแบบ

7.1 เกณฑ์การเลือกแรงบันดาลใจในการออกแบบ

7.2 ข้อมูลแรงบันดาลใจ

ส่วนที่ 2 ผลสรุปองค์ประกอบการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลแรงบันดาลใจ

ส่วนที่ 1 การเลือกแรงบันดาลใจในการออกแบบ

แรงบันดาลใจในการออกแบบเป็นเหมือนแนวคิดหรือเรื่องราวของคอลเลกชันเครื่องแต่งกายนั้น ๆ ที่นักออกแบบต้องการสื่อสารให้กับผู้บริโภค ซึ่งแรงบันดาลใจนี้อาจจะเกิดขึ้นมาจากความต้องการ ความชอบของนักออกแบบ หรือเกิดจากความต้องการของผู้บริโภค หรือมาจากการวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นที่คาดการณ์ว่าจะเกิดขึ้นและนำมาต่อยอดแนวความคิดเพื่อนำมาเป็นแรงบันดาลใจของการออกแบบ การเลือกแรงบันดาลใจที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดของการแก้ปัญหาหรือสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่น เป็นแนวทางหนึ่งที่จะเป็นแนวทางในการผลิตสินค้าที่ตอบโจทย์ของงานวิจัย อีกทั้งยังตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอีกด้วย

7.1 เกณฑ์การเลือกแรงบันดาลใจในการออกแบบ

ในงานวิจัยนี้มีหลักเกณฑ์ในการเลือกแรงบันดาลใจในการออกแบบอยู่หลายส่วนด้วยกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

7.1.1 มีเรื่องราวที่สอดคล้องหรือสนับสนุนกับแนวความคิดของการออกแบบอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นแนวคิดหลักในการแก้ไขปัญหาของงานวิจัย โดยในงานวิจัยนี้นอกจากจะหมายถึง การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งเป็นแนวคิดหลักของการออกแบบอย่างยั่งยืนแล้ว ยังมีความหมายในแง่อื่น ๆ อีกซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

7.1.1.1 ความยั่งยืนในแง่ของสิ่งแวดล้อม คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดของเสียที่เกิดจากการผลิต หรือการใช้เส้นใยที่มาจากธรรมชาติ การใช้สีย้อมจากธรรมชาติ ลดผลกระทบจากสารเคมีทั้งต่อสิ่งแวดล้อมและตัวผู้ผลิตเอง ซึ่งแรงบันดาลใจที่จะนำมาใช้อาจจะเป็นเรื่องราวของการตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เป็นต้น

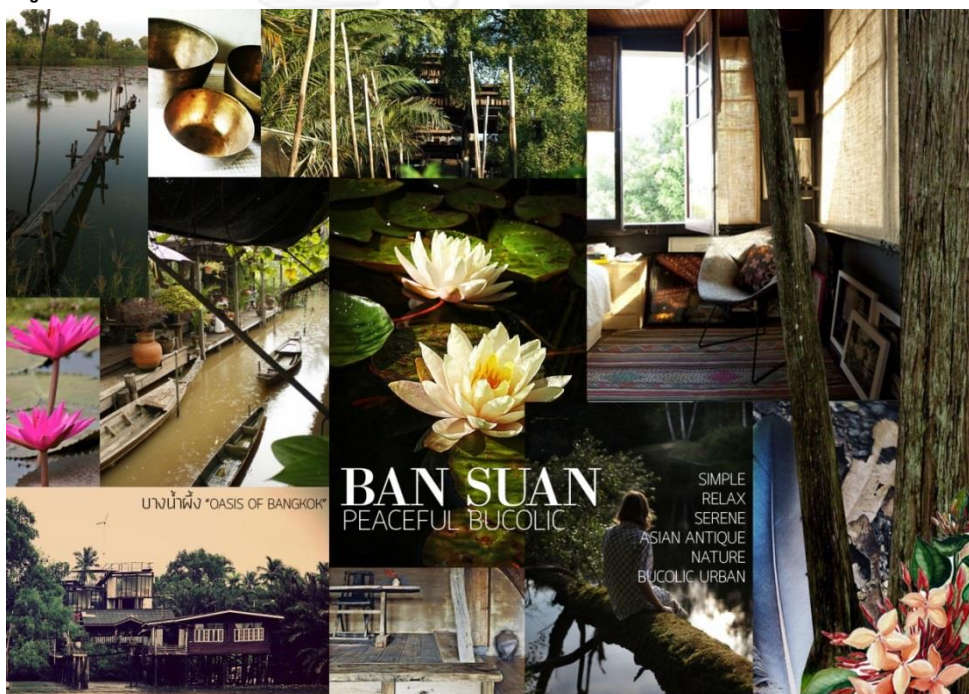
7.1.1.2 ความยั่งยืนในแง่ของศิลปวัฒนธรรมชุมชนหรืองานพื้นถิ่น ในงานวิจัยนี้คือ ทัศนศึกษาผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้งจังหวัดเชียงราย ซึ่งแรงบันดาลใจที่นำมาใช้อาจจะเกี่ยวกับงานพื้นถิ่นหรือสนับสนุนศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่มีการออกแบบที่ร่วมสมัยตอบสนองต่อคนรุ่นใหม่ เป็นต้น

7.1.1.3 ความยั่งยืนในแง่ของการใช้งาน คือ ผลิตภัณฑ์มีการตัดเย็บที่ดี มีความสวยงาม สามารถสวมใส่ได้ทุกยุคทุกสมัย ในขณะเดียวกันก็สามารถสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ เป็นการเพิ่มโอกาสการใช้งานของตัวผลิตภัณฑ์เองและเพิ่มรูปแบบของเครื่องแต่งกาย เช่น สามารถสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่นในโอกาสแบบลำลองและยังสามารถสวมใส่เพื่อโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์แบบลำลองได้อีกด้วย เป็นต้น

7.1.2 มีเรื่องราวที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งในงานวิจัยนี้เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 33-45 ปี ที่มีบุคลิกลักษณะที่ทันสมัย ชอบความเรียบง่ายและใส่ใจสิ่งแวดล้อม

7.1.3 มีเรื่องราวที่สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่น ซึ่งจากข้อมูลการวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ โดยมีหัวข้อแนวโน้มใหม่คือ ความสวยงามของเมืองชนบท (Bucolic Beauty) ซึ่งกล่าวถึงเรื่องราวของเมืองในชนบท เหมือนเป็นบ้านพักตากอากาศในต่างจังหวัดที่มีความเงียบสงบ เรียบง่าย ผ่อนคลาย หลีกหนีจากความวุ่นวายของเมืองหลวง มีสภาพแวดล้อมที่มีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ ต้นไม้และพรรณไม้ต่าง ๆ เป็นต้น นำเสนอความเป็นธรรมชาติแสดงเนื้อแท้ของวัสดุ

7.2 ข้อมูลแรงบันดาลใจ



รูปที่ 7.1 รูปภาพแรงบันดาลใจในหัวบ้านสวน ความสงบเงียบของเมืองชนบท (Peaceful Bucolic)

จากหลักเกณฑ์ในการเลือกแรงบันดาลใจทำให้ได้แนวทางในการเลือกแรงบันดาลใจในการออกแบบคอลเล็กชันเครื่องแต่งกายของงานวิจัย โดยผู้วิจัยได้ต่อยอดความคิดจากแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้โดยนำเอาค่าที่สำคัญ คือ ความเป็นพื้นถิ่นและเมือง (Folklore and Urban) ความเรียบง่าย (Simplicity) ความสงบนิ่ง (Silence) คลาสสิก (Classic) ความเป็นธรรมชาติ (Nature) ความเป็นชนบท (Bucolic) เป็นต้น เพื่อนำมาสร้างเรื่องราวใหม่ โดยใช้ชื่อแรงบันดาลใจที่สร้างขึ้นว่า บ้านสวน

ความสงบเงียบของเมืองชนบท (Peaceful Bucolic) ซึ่งเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับ บ้านสวนหรือบ้านพักตากอากาศในบริเวณบางน้ำผึ้ง ในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งได้รับการขนานนามว่า โอเอซิสของ

กรุงเทพมหานคร (Oasis of Bangkok) เป็นส่วนที่อยู่ในส่วนที่เรียกว่ากะเพาะหมูในแผนที่ของ กรุงเทพมหานคร และเป็นสถานที่ที่มีการกำหนดให้ควบคุมการก่อสร้างหรือการเพาะปลูก และมีการ ส่งเสริมจากภาครัฐบาลเพื่ออนุรักษ์ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติของคนเมืองใน กรุงเทพมหานคร โดยแรงบันดาลใจของผู้วิจัยนี้เป็นเสมือนบ้านสวนหรือบ้านพักตากอากาศของ ผู้บริโภค ที่ต้องการหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายในเมืองหลวง อาจจะเป็นสถานที่ริมสระบัวที่ให้ บรรยากาศในชนบทที่ยังมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งสร้างความร่มรื่น ผ่อนคลาย เยียบ สงบ ให้คนหันมาให้ความสนใจกับความสงบสุขภายในจิตใจของตนเอง ซึ่งเป็นความสุขทางด้านจิตใจ โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับแรงบันดาลใจในหัวข้อบ้านสวน ความสงบเยียบของเมืองชนบท (Peaceful Bucolic) อื่น ๆ ดังนี้

7.2.1 เป็นเรื่องราวของบ้านสวน มีสระบัว หรือบ้านริมแม่น้ำในชนบท ที่มีความสงบเยียบ และมีต้นไม้หรือพรรณไม้ต่าง ๆ ที่อุดมสมบูรณ์

7.2.2 มีความเป็นพื้นที่อันผสมกับความเป็นเมือง มีกลิ่นอายของความเป็นไทย

7.2.3 ให้อารมณ์ความรู้สึกที่สงบนิ่ง เรียบง่าย ผ่อนคลาย

7.2.4 เน้นความเป็นธรรมชาติ แสดงออกถึงเนื้อแท้ของวัสดุ ปราศจากการปรุงแต่งต่าง ๆ

7.2.5 นำเสนอข้าวของเครื่องใช้ หรือการตกแต่งแบบร่วมสมัย ที่มีทั้งของเก่าโบราณแบบ ชนบท และของที่มีลักษณะร่วมสมัยที่ตอบสนองต่อวิถีชีวิตแบบชุมชนเมือง





ซึ่งเรื่องราวของแรงบันดาลใจนี้มีความสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ โดย สามารถสรุปองค์ประกอบการออกแบบ ที่ได้จากแรงบันดาลใจซึ่งจะนำเสนอในส่วนถัดไป

ส่วนที่ 2 ผลสรุปองค์ประกอบการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลแรงบันดาลใจ

จากข้อมูลแรงบันดาลใจในหัวข้อ บ้านสวน ความสงบเงียบของเมืองชนบท (Peaceful Bucolic) นี้สามารถสรุปและวิเคราะห์องค์ประกอบในการออกแบบเพื่อจะไปเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อไป ได้ดังนี้

ตารางที่ 7.1 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลแรงบันดาลใจ

หัวข้อ	รายละเอียด	ที่มา
แนวความคิด ของแรงบันดาลใจ แรงบันดาลใจ (Concept)	แรงบันดาลใจหัวข้อ บ้านสวน ความสงบเงียบของเมืองชนบท (Peaceful Bucolic) มีเรื่องราวหรือแนวคิดดังนี้ - เรื่องราวของสถานที่หรือบ้านริมแม่น้ำที่มีสระบัว มีต้นไม้และพรรณไม้ต่าง ๆ ที่อุดมสมบูรณ์ มีความสงบ - เรื่องราวของธรรมชาติ ความเรียบง่าย แสดงเนื้อแท้ของวัสดุ - การประดับตกแต่งที่มีความร่วมสมัย มีทั้งของเก่าแบบดั้งเดิมหรืองานพื้นถิ่นและของที่มีการออกแบบที่มีความร่วมสมัย - ให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลาย สงบนิ่ง และเรียบง่าย - มีกลิ่นอายของความเป็นไทย	เป็นเรื่องราวที่สอดคล้องกับแนวโน้มนำแฟชั่นใหม่ในหัวข้อ ความสวยงามของชนบท (Bucolic Beauty) ที่เป็นเรื่องราวของวิถีชีวิตในชนบท มีความเรียบง่าย สงบนิ่ง ผ่อนคลาย และเรื่องราวของธรรมชาติเช่นกัน
คำสำคัญ (Key Words)	ความสงบ (Peaceful) ความเรียบง่าย (Simplicity) ความผ่อนคลาย (Relax) ธรรมชาติ (Nature) การแสดงเนื้อแท้ (Raw Material) ร่วมสมัย (Contemporary) ความคลาสสิก (Classic) พื้นถิ่น (Folklore) ความอ่อนโยน (Gentle) ความเบาบาง (Sparse)	เป็นคำสำคัญจากแรงบันดาลใจและจากแนวโน้มนำแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ ซึ่งมีความสอดคล้องกัน
สี (Colour)	- กลุ่มโทนสีที่ให้ความรู้สึกถึงความเป็นธรรมชาติ เช่น สีน้ำตาลเข้ม สีน้ำตาลอ่อน สีดำถ่าน สีเขียว เป็นต้น - กลุ่มสีที่ให้ความรู้สึกสงบนิ่ง เงียบ เช่น สีขาวนวล สีเทา เป็นต้น	- สีที่ได้เป็นสีที่ได้จากแนวโน้มนำแฟชั่น ที่สอดคล้องกับแรงบันดาลใจ และสีที่มาจากเรื่องราวในแรงบันดาลใจ เช่น สีของดอกบัว เป็นต้น

	<p>- กลุ่มสีที่เป็นเนื้อแท้ของวัสดุ</p> <p>- กลุ่มสีที่แสดงออกถึงความเป็นพื้นถิ่น ดั้งเดิม ที่มีคุณค่า เช่น สีทองเหลือง เป็นต้น</p> <p>โดยกลุ่มสีที่ได้สามารถแยกเป็นสีที่เป็นสีพื้นฐาน (Basic Colour) สีที่เป็นสีกลางที่สามารถใช้ได้กับทุกคอลเลกชั่น (Running Colour) และกลุ่มสีแฟชั่น (Fashion Colour) โดยมีรายละเอียด ดังนี้</p> <p>สีพื้นฐาน (Basic Colour)</p>  <p>สีแฟชั่น (Fashion Colour)</p>  <p>สีกลาง (Running Colour)</p> 	<p>- นอกจากนี้ยังเน้นการใช้สีวัฒนธรรมชาติ ซึ่งมาจากแนวคิดหลักในการออกแบบของงานวิจัย</p> <p>- สีที่เป็นเนื้อแท้ของวัสดุ เช่น สีของไหมที่ยังไม่มีการย้อมสีใด ๆ เป็นต้น</p>
<p>วัสดุ (Material)</p>	<p>- เน้นการใช้เส้นใยธรรมชาติ เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าไหม ผ้าลินิน เป็นต้น</p> <p>- วัสดุตกแต่งอาจจะทำด้วย หนัง หรือ โลหะ เช่น ทองเหลือง เป็นต้น</p>	<p>- เป็นวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของแรงบันดาลใจและแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้</p>
<p>โครงร่างเงา (Silhouette)</p>	<p>เนื่องจากเป็นเรื่องราวของชนบท ดอกบัว และความสงบนิ่ง ผ่อนคลาย จึงได้วิเคราะห์ถึงโครงร่างเงาที่เป็นโครงหลวม สวมใส่สบาย เป็นโครงร่างเงาที่มีความเรียบง่าย เช่น รูปทรงสี่เหลี่ยม รูปทรงกระบอก เป็นต้น โดยมีโครงร่างเงา ดังนี้</p>  <p>รูปทรงสี่เหลี่ยม รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าหรือรูปทรงกระบอก รูปทรงปลายแคบ และรูปทรงเอลาย</p>	<p>- ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลแรงบันดาลใจและแนวโน้มแฟชั่น</p>

	<p>เป็นต้น</p> <ul style="list-style-type: none"> - นอกจากนี้ยังมีรูปทรงที่เป็นรูปทรงอิสระ ซึ่งเป็นรูปทรงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ 	
<p>รายละเอียด (Details)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การจีบ หรือ ป้ายทับหรือพาดทับ ตามลักษณะการนุ่งผ้าซิ่นหรือการห่มสไบของชาวชนบทไทย - การผูก การมัด - การจับเตรป เช่น บริเวณคอเสื้อ - ลักษณะของลายทาง (Stripped) - ไหล่ตก - การซ้อนทับ - ลักษณะของพู่ - การประดับตกแต่ง ซึ่งในแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้มีการประดับตกแต่งบริเวณรอบคอเสื้อ ซึ่งใช้วัสดุที่เป็นโลหะ เช่น ทองเหลือง เงิน เป็นต้น ซึ่งเป็นของที่มีคุณค่า และสอดคล้องกับแรงบันดาลใจ 	<ul style="list-style-type: none"> - มาจากลักษณะของการแต่งกายของไทยในชนบท เช่น การนุ่งซิ่น การห่มสไบ หรือลักษณะของผ้าพาดคอของชาวไทยมอญในพื้นที่ของบางน้ำผึ้ง เป็นต้น - หรือรายละเอียดที่มาจาก การวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่น (Trend) เช่น ไหล่ตก การจับเตรปบริเวณคอเสื้อ ลักษณะของลายทาง ลักษณะของพู่ เป็นต้น

จากข้อมูลของแรงบันดาลใจและการสรุปองค์ประกอบในการออกแบบที่ได้จากแรงบันดาลใจนี้ จะเป็นแนวทางในการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายจากผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายต่อไป

บทที่ 8

สรุปผลการวิเคราะห์และการออกแบบ

ในบทนี้เป็นการสรุปผลของการวิเคราะห์ในแต่ละบทก่อนหน้า โดยชี้ให้เห็นถึงที่มาและความสำคัญของปัญหา และแนวคิดหรือแนวทางที่นำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาของงานวิจัย ซึ่งมีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ รวมถึงการกำหนดตลาดสินค้าของผลิตภัณฑ์และการวิเคราะห์คู่แข่งของผลิตภัณฑ์ เพื่อหาช่องว่างและแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยให้ตอบสนองต่อตลาดและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมากที่สุด นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบยังต้องสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่คาดการณ์ว่าจะเกิดขึ้น ซึ่งได้มีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่นของบริษัทต่าง ๆ รวมถึงการสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสินค้าเครื่องแต่งกายของงานวิจัยต่อไป โดยสามารถสรุปเนื้อหาได้เป็นส่วน ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- 8.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา
- 8.2 สรุปประเด็นปัญหา
- 8.3 แนวคิดในการแก้ไขปัญหา
- 8.4 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
- 8.5 สรุปกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง
- 8.6 สรุปตลาดของผลิตภัณฑ์
- 8.7 สรุปข้อมูลของผลิตภัณฑ์
- 8.8 สรุปองค์ประกอบการออกแบบที่ได้จากแนวโน้มแฟชั่นและแรงบันดาลใจ

ส่วนที่ 2 งานออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัย

- 8.9 การเตรียม และ พัฒนาผ้าทอมือที่ใช้ในการออกแบบ
- 8.10 การออกแบบเครื่องแต่งกายจากผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง
- 8.11 ผลงานออกแบบเครื่องแต่งกายจากผ้าทออำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย โดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 1 ประเด็นปัญหา

ในส่วนนี้เป็นการสรุปประเด็นปัญหาของงานวิจัยซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

8.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทำให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์กลายเป็นสังคมเมืองมากขึ้น รวมถึงความก้าวหน้าทางด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอที่สามารถผลิตเครื่องแต่งกายด้วยเส้นใยที่หลากหลายสามารถผลิตได้รวดเร็วและในปริมาณมาก ทำให้ความนิยมในการทอผ้าเพื่อใช้ในครัวเรือนน้อยลง หันไปบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปมากขึ้น มีเพียงในบางชุมชนของแต่ละภูมิภาคที่ยังคงอนุรักษ์การทอผ้าท้องถิ่นอยู่ แต่ก็ยังไม่ได้รับความนิยมในการนำมาสวมใส่ เป็นเพียงสินค้าที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นส่วนมาก อย่างไรก็ตามในปัจจุบันผ้าไทยเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นทั้งจากภาคเอกชนและหน่วยงานของรัฐบาล เห็นได้จากการจัดประกวดออกแบบเครื่องแต่งกายที่ทำจากผ้าไทย เช่น การประกวดของสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรมกับโครงการ “จากเส้นใยสู่ภูมิปัญญา จากภูมิปัญญาสู่อาภรณ์” ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาออกแบบรุ่นใหม่ที่น่าผ้าของไทยมาประยุกต์ให้ร่วมสมัยและช่วยต่อยอดให้แพชชั่นผ้าไทยเป็นที่ยอมรับในระดับโลก¹ ซึ่งนอกจากจะเป็นการต่อยอดภูมิปัญญาเกี่ยวกับผ้าไทยแล้ว ยังก่อให้เกิดประโยชน์ในการเสริมสร้างเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของประเทศอีกด้วย ผ้าไทยในแต่ละภูมิภาคมีความสวยงามและโดดเด่นต่างกันตามวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ ค่านิยมที่ต่างกัน ผ้าไทยภาคเหนือเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่มีผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาเนื่องจากเป็นผ้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นโดยเฉพาะลวดลาย สี สัน เช่น ผ้าชิ้นตีนจก เป็นต้น

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย เพราะผ้าทอในชุมชนนี้มีความสวยงาม มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น ที่เกิดจากการผสมผสานวัฒนธรรมของคนในชุมชนที่บรรพบุรุษอพยพมาจากภาคอีสาน เช่น จังหวัดขอนแก่น จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นต้น นอกจากนี้ภายในชุมชนยังมีการรวมกลุ่มกันทอผ้า มีแรงงานที่มีทักษะ มีความชำนาญ มีศักยภาพที่สามารถพัฒนาการทอผ้าให้มีคุณภาพและสามารถนำไปต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ ในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรุ้งนี้มีการทอผ้าพื้นเมืองมายาวนานมีการทอผ้าทั้งผ้าไหมและผ้าฝ้าย แต่โดยมากมักทอผ้าไหม มีลวดลายต่าง ๆ ที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษเช่น ลายจับหว่านตีนโยง ลายลูกแก้ว ลายสายฝน เป็นต้น จากการสัมภาษณ์ คุณศิริรัตน์ ภารรักษา² ซึ่งเป็นแกนนำกลุ่มทอผ้าในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย พบว่า ในปัจจุบันชุมชนในอำเภอเวียงเชียงรุ้งนิยมทอผ้า

¹ ไทยแคทวอล์ก.

² ศิริรัตน์ ภารรักษา.

ลวดลายดั้งเดิมน้อยลง มักทอลายรังผึ้งเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากเป็นลายที่ดูทันสมัย ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากวัฒนธรรมการทอผ้าที่เปลี่ยนไปจากแต่เดิมทอใช้ในครัวเรือนหรือใช้ในโอกาสงานสำคัญต่าง ๆ กลายเป็นการทอเพื่อการค้ามากขึ้น แม้ผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้งจะได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มผู้บริโภคแต่ปัญหาที่พบคือ การขาดแคลนแรงงานในการผลิต เนื่องจากคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจในการทอผ้าน้อยลง หันไปประกอบอาชีพอื่นมากขึ้น ปัญหาแรงงานของชุมชนอื่นที่ค่าแรงถูกกว่า เช่น กลุ่มนายทุนหันไปว่าจ้างแรงงานจากประเทศลาว ทำให้เกิดการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งมีผลต่อเอกลักษณ์ของผ้าทอในท้องถิ่นดั้งเดิม นอกจากนี้ยังขาดการสร้างแบรนด์สินค้า การโฆษณา การทำการตลาด นอกจากนี้รูปแบบของผ้าทอมือและผลิตภัณฑ์ยังคงเป็นรูปแบบเดิม ไม่เป็นที่นิยมนำมาใช้ในชีวิตประจำวันตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปเป็นสังคมเมืองและตามกระแสแนวโน้มแฟชั่น (Trend) มากขึ้น ขาดการประยุกต์ พัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับสินค้าแฟชั่นในตลาดปัจจุบันได้ แต่ถึงแม้ว่าตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายในปัจจุบันจะมีความหลากหลาย มีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่หรือมีการพัฒนากระบวนการผลิตต่าง ๆ ที่รวดเร็วและแปลกใหม่ จนอาจจะลืมนึกถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาเหล่านี้ เช่น ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต เป็นต้น ดังนั้นการหันกลับมาให้ความสนใจกับการสร้างสรรค์พัฒนาผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ มีกระบวนการผลิตหรือวัตถุดิบที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างความแตกต่างหรือเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจให้กับผลิตภัณฑ์ได้ อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของชาติให้ดำรงคงอยู่ รวมถึงการตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์อย่างยั่งยืนต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดในการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) ซึ่งเป็นแนวคิดของการออกแบบที่คำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม

จากข้อมูลผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้งดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปประเด็นปัญหาซึ่งเป็นที่มาของงานวิจัย คือ จะทำการออกแบบสินค้าเครื่องแต่งกายอย่างไรให้ผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย ได้รับความนิยมในการนำมาสวมใส่ในชีวิตประจำวันและแข่งขันกับตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายในปัจจุบันได้ อีกทั้งยังสามารถเสริมสร้างเศรษฐกิจในชุมชนและคงศิลปประเพณีปัญญาของท้องถิ่นของผ้าทอในชุมชนนี้ต่อไปอย่างยั่งยืน

8.2 สรุปประเด็นปัญหา

การออกแบบสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีสำเร็จรูปจากผ้าทอมือพื้นถิ่นของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายอย่างไร ให้เป็นสินค้าที่มีความทันสมัยและสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน

8.3 แนวคิดในการแก้ไขปัญหา

แนวคิดในการแก้ไขปัญหาในงานวิจัยนี้คือ แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) หรือ การออกแบบเชิงนิเวศน์เศรษฐกิจ (Economic and Ecological Design: Eco Design) หรือ การออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendly Design)³ แม้จะมีคำเรียกที่แตกต่างกัน แต่ต่างมีความหมายที่เหมือนกัน คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กล่าวคือเป็นการผนวกรวมแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์และด้านสิ่งแวดล้อมเข้าไปในขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิต การนำไปใช้ การนำกลับมาใช้ใหม่และช่วงหลังการใช้งานผลิตภัณฑ์⁴ ซึ่งจะคำนึงถึงความคุ้มค่าและประสิทธิผลที่ได้ในแต่ละขั้นตอนของการผลิตพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด หรือไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเลย ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจ ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งของการพัฒนาโลกอย่างยั่งยืน ซึ่งมีหลักการสำคัญคือ หลัก 4อาร์ (4Rs) ซึ่งประกอบไปด้วย การลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) การรีไซเคิล (Recycle) และการซ่อมบำรุง (Repair)

ในส่วนของการออกแบบสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายตามแนวทางของการออกแบบอย่างยั่งยืนนั้น (Sustainable Design) อีโคแฟชั่น (Eco-Fashion) ซึ่งมีแนวทางในการนำแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนมาใช้ดังนี้

ตารางที่ 8.1 ตารางแสดงแนวแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อตอบสนองต่อแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน

หัวข้อ	แนวทางในการออกแบบ
โครงสร้างเงา	<p>จากการศึกษาตัวอย่างงานออกแบบของตราสินค้ากรกตและสัปปายะที่มีแนวทางการออกแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน ต่างมีการใช้รูปทรงทั้งรูปทรงที่เรียบง่าย เช่น รูปทรงเรขาคณิตผสมกับรูปทรงอิสระเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์</p> <p>ในส่วนโครงสร้างเงาของงานออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัยนั้น จะใช้โครงสร้างเงาที่มีลักษณะเรียบง่าย เช่น รูปทรงเรขาคณิต ซึ่งมาจากลักษณะการแต่งกายของคนในชุมชนของอำเภอเวียงเชียงรุ้งที่มีรูปแบบการแต่งกายที่เรียบง่าย สวมใส่สบาย เช่น การนุ่งผ้าซิ่นที่มีลักษณะรูปทรงกระบอก เป็นต้น ผสมกับรูปทรงอิสระ เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ในขณะเดียวกันก็มีความสวยงามและ</p>

³ วิชาการ.คอม.

⁴ คณะกรรมการบริหารศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (สวทช).

	ตอบสนองต่อการใช้งานได้ดี
สี	เน้นการใช้สีย้อมจากธรรมชาติ ลดการใช้สีเคมีที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีทั้งสีที่เป็นสีพื้นฐาน (Basic Colour) และสีที่อยู่ในกระแสแนวโน้มแฟชั่น (Trend Colour) เพื่อให้สินค้ามีความทันสมัย สามารถแข่งขันกับตราสินค้าอื่น ๆ
วัตถุดิบ	เน้นการใช้เส้นใยจากธรรมชาติที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ฝ้าย ไหม เป็นต้น จากการศึกษาเกี่ยวกับผ้าทอมือในอำเภอเวียงเชียงรุ้งพบว่า วัตถุดิบในการทอผ้าทำจากไหมเป็นส่วนใหญ่ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในการใช้เส้นใยธรรมชาติ นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาการผลิตวัตถุดิบผ้าทอมือตามแนวทางในการพัฒนาผ้าทอมือ ซึ่งมีทั้งการคงรูปแบบลวดลายดั้งเดิมของผ้าทอลายรังผึ้งที่เป็นผ้าทอที่นิยมทอมากที่สุด และการพัฒนาหรือสร้างสรรค์ลวดลายใหม่ ๆ เพื่อสร้างความสนใจให้กับผ้า หรือการพัฒนาการใช้เส้นใยที่แตกต่างเช่น ใหญ่ เล็ก หนา บาง เป็นต้น
	ใช้วัสดุตกแต่งก็เป็นวัสดุที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือเป็นวัสดุจากธรรมชาติเช่นกัน ซึ่งนอกจากเน้นการใช้ผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้งแล้ว ยังอาจจะใช้เส้นใยธรรมชาติจากแหล่งอื่น ๆ เพื่อสร้างความน่าสนใจและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น ฝ้าย ฝ้ายลินิน ผ้าที่ทำจากใยกล้วย เป็นต้น
	ลดการสิ้นเปลืองของวัตถุดิบ ลดเศษเหลือที่เกิดจากการผลิต รวมถึงการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่าและเกิดประสิทธิวิภาพมากที่สุด
รายละเอียดอื่น ๆ	การนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต ในงานวิจัยนี้คือการนำผ้าทอมือของคนในชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย ตอบสนองการใช้งานในปัจจุบัน ซึ่งนอกจากจะเป็นการต่อยอดงานพื้นถิ่นให้ยังคงอยู่ต่อไปแล้วยังเป็นการสร้างงานให้คนในท้องถิ่น การลดการใช้เครื่องจักรกลในการผลิตซึ่งช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
	การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความคงทนทั้งในแง่ของการใช้งานและความงาม มีรูปแบบที่ร่วมสมัย สามารถนำไปใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย
	การออกแบบที่สามารถสวมใส่ได้ในหลาย ๆ โอกาส หรือสามารถนำไปสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ ซึ่งช่วยลดการผลิตสินค้าและยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อีกด้วย

จากตารางสรุปแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืน อาจกล่าวสรุปถึงความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ได้ ดังนี้

8.3.1 ความยั่งยืนในแง่ของสิ่งแวดล้อม คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดของเสียที่เกิดจากการผลิต หรือการใช้เส้นใยที่มาจากธรรมชาติ การใช้สีย้อมจากธรรมชาติ ลดผลกระทบจากสารเคมีทั้งต่อสิ่งแวดล้อมและตัวผู้ผลิตเอง

8.3.2 ความยั่งยืนในแง่ของศิลปวัฒนธรรมชุมชนหรืองานพื้นถิ่น ในงานวิจัยนี้คือ ภูมิศึกษาผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้งจังหวัดเชียงราย



8.3.3 ความยั่งยืนในแง่ของการใช้งาน คือ ผลิตภัณฑ์มีการตัดเย็บที่ดี มีความสวยงามสามารถสวมใส่ได้ทุกยุคทุกสมัย ในขณะเดียวกันก็สามารถสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ เป็นการเพิ่มโอกาสการใช้งานของตัวผลิตภัณฑ์เองและเพิ่มรูปแบบของเครื่องแต่งกาย เช่น สามารถสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่นในโอกาสแบบลำลองและยังสามารถสวมใส่เพื่อโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์แบบลำลองได้อีกด้วย เป็นต้น

8.4 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและมีความสำคัญในงานวิจัยนี้คือ ผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้งจังหวัดเชียงราย ซึ่งสามารถสรุปลักษณะสำคัญและจุดเด่นของผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้งจังหวัดเชียงราย ได้ดังนี้

ตารางที่ 8.2 ตารางแสดงลักษณะสำคัญของผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย

หัวข้อ	รายละเอียด
แนวคิดและความสำคัญ	จากแต่เดิมเป็นการทอผ้าเพื่อใช้ในครัวเรือน เช่นเป็นเครื่องนุ่งห่ม ใช้ทำผ้าห่ม เป็นต้นกลายเป็นการทอผ้าเพื่อการค้าและธุรกิจ หรือเพื่อหารายได้เสริมแทนการทอเพื่อนำมาใช้เอง ซึ่งสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้านี้จากบรรพบุรุษที่อพยพมาจากภาคอีสาน ทำให้ผ้าทอในชุมชนนี้แตกต่างจากผ้าทอภาคเหนือในชุมชนอื่น เช่น มีลวดลายที่คล้ายกับผ้าทอภาคอีสานและมีการทอผ้าไหมเป็นส่วนใหญ่ เป็นต้น
ลวดลายมีลายที่สำคัญคือลายรังผึ้ง	ซึ่งนิยมทอมากที่สุดและเป็นลายที่พัฒนาขึ้นจากคนในชุมชนเอง มีลักษณะลายทอเป็นช่อง ๆ ขนาดเท่ากันคล้ายรังผึ้ง ให้ความรู้สึกถึงพื้นผิวที่ไม่เรียบ มีส่วนทึบโปร่ง มีมิติ
ลายสายฝน	เกิดจากการมัดย้อมสีเส้นด้ายพุ่งเป็นช่วง ๆ ทำให้เกิดลวดลายที่กระจัดกระจาย ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว และมีมิติ

<p>ลายลูกแก้ว</p> <p>ลายกระสอบ</p> <p>ลายลอน</p>	<p>เป็นผ้าทอที่เกิดจากการยกหรือข้ามเส้นด้ายพุ่ง ทำให้เกิดลวดลายขึ้นบนผืนผ้า ลายมีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน มีระยะและขนาดเท่ากันตลอดทั้งผืน ให้ความรู้สึกที่เป็นระเบียบ เรียบร้อยและหรูหรา</p> <p>มีลักษณะที่มีการใช้ด้ายเส้นใหญ่ อาจจะใช้เส้นด้ายยืนและเส้นด้ายพุ่งคนละสี เพื่อเพิ่มมิติให้กับผืนผ้า ให้ความรู้สึกที่ขรุขระ พื้นผิวไม่เรียบ มีมิติ</p> <p>ลายลอนเป็นลายที่มีการใช้เส้นด้ายพุ่งที่มีขนาดต่าง ๆ กัน โดยทอเส้นด้ายพุ่งเส้นใหญ่ช่วงหนึ่งแล้วทอเส้นด้ายพุ่งเส้นเล็กช่วงหนึ่งโดยมีขนาดแคบกว่า ทอสลับกันไปตลอดทั้งผืน โดยใช้สีเส้นด้ายที่มีขนาดใหญ่เล็กต่างกัน เกิดเป็นลายทาง ที่ดูคลาสสิก และดูมีมิติ มีการผสมผสานพื้นผิวสัมผัสที่มีความขรุขระและความละเอียดเข้าด้วยกัน</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <p>ผ้าทอลายรังผึ้ง</p> <p>ผ้าทอลายสายฝน</p> <p>ผ้าทอลายลูกแก้ว</p> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;">   </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <p>ผ้าทอลายกระสอบ</p> <p>ผ้าทอลายลอน</p> </div>
<p>สี</p>	<p>ในอำเภอเวียงเชียงรุ้งนี้ มีการใช้สีที่หลากหลาย ไม่มีสีที่เป็นเอกลักษณ์โดยเฉพาะ มีทั้งโทนสีที่เป็นสีเข้มและโทนสีอ่อน ซึ่งในปัจจุบันมักเป็นสีที่ลูกค้าที่เป็นผู้ว่าจ้างกำหนด สีที่พบเห็นโดยส่วนใหญ่คือ สีน้ำตาล สีชมพูอ่อน สีชมพูเข้ม สีแดงเข้ม สีน้ำตาล สีน้ำเงิน เป็นต้น สีที่ไม่นิยมทอคือ สีเขียวสดและสีเหลือง</p> <p>ในชุมชนนี้มีการใช้สีย้อมทั้งสีเคมีและสีธรรมชาติ ซึ่งการใช้สีย้อมจากธรรมชาติสีจะมีลักษณะอ่อน ไม่จัดจ้าน ดูเป็นธรรมชาติ ส่วนสีย้อมเคมีจะมีสีที่สดใส จัดจ้าน แต่ในขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและผู้ผลิตในระยะยาว</p>
<p>วัตถุดิบ</p>	<p>วัตถุดิบที่ใช้ในการทอผ้าในชุมชน มีทั้งฝ้ายและไหม โดยนิยมทอผ้าไหมมากกว่า เนื่องจากเป็นที่นิยมของลูกค้าและให้ผิวสัมผัสที่อ่อนนุ่ม พริ้วไหว และสวยงามกว่า ในขณะที่ผ้าฝ้ายให้ความรู้สึกที่แข็งแรง กระด้าง ไม่มีน้ำหนัก</p>

ซึ่งจากข้อมูลผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายดังตารางข้างต้น สามารถสรุปแนวทางในการพัฒนาผ้าทอมือ เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัย โดยสามารถแบ่งแนวทางออกได้เป็น 2 ส่วนคือ

8.4.1 ส่วนที่ยังคงอยู่ คือ สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอในชุมชน ในที่นี้คือผ้าทอลายรังผึ้ง ที่มีการทอเป็นส่วนใหญ่อีกทั้งยังเป็นลวดลายที่มีการพัฒนาจากการทอผ้าชาวเขาโดยภูมิปัญญาของคนในชุมชนเอง ซึ่งเป็นลักษณะเด่นที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และควรคงไว้ต่อไป

8.4.2 ส่วนที่สามารถสร้างสรรค์และพัฒนาได้ ส่วนที่สามารถพัฒนาได้ของผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้งสามารถแบ่งออกเป็นรายละเอียดปลีกย่อยได้ดังนี้

8.4.2.1 การพัฒนาเรื่องสี เนื่องจากในชุมชนเองไม่มีการใช้สีใดที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะ เพราะมีการใช้สีที่หลากหลายทั้งโทนสีเข้มและโทนสีอ่อน แต่สามารถพัฒนาให้มีการใช้สีทั้งเป็นสีพื้นฐาน (Basic Colour) เช่น สีเบจ สีดำ สีขาว และสีตามแนวโน้มแฟชั่น (Trend Colour) เพื่อให้สินค้ามีความทันสมัย ทันต่อกระแสแฟชั่นที่มีความสำคัญในสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่น

ในขณะเดียวกันการพัฒนาเรื่องสีไม่เฉพาะการพัฒนาในด้านของโทนสีที่จะใช้เท่านั้น แต่ยังคงรวมไปถึงกระบวนการย้อมสีที่เป็นสีเขียวธรรมชาติ ที่ต้องหาแนวทางในการพัฒนาให้มีการย้อมสีที่ได้มาตรฐาน สีไม่ซีดหรือสีตก อีกทั้งลดขั้นตอนในการผลิต หรือเพิ่มประสิทธิภาพในการย้อมสีให้ได้มาตรฐาน รวดเร็วและในขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

8.4.2.2 การพัฒนาการใช้วัตถุดิบ แนวทางในการพัฒนาวัตถุดิบในการทอผ้านี้คือการพัฒนาการใช้เส้นใยธรรมชาติต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นวัตถุดิบที่สำคัญที่สุดของการทำผ้าทอ โดยอาจจะประยุกต์การใช้เส้นใยที่มีความหนา บาง เล็ก ใหญ่ แตกต่างกันในผ้าผืนเดียวกัน เป็นต้น หรือการผสมผสานระหว่างเส้นใยธรรมชาติชนิดต่าง ๆ เพื่อให้เกิดรูปแบบใหม่

8.4.2.3 การพัฒนาลายทอ การพัฒนาลายทอผ้านี้จะเป็นการประยุกต์ลวดลายใหม่จากลวดลายเดิม การนำลวดลายเดิมมาผสมกับลวดลายใหม่ที่คิดค้นขึ้น หรือแม้แต่การนำองค์ประกอบของลวดลายเดิมบางส่วนมาจัดองค์ประกอบศิลป์ใหม่เกิดเป็นลวดลายใหม่ขึ้น เป็นต้น

8.5 สรุปกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง

จากการศึกษาและวิเคราะห์การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคและการทำแบบสอบถาม สามารถสรุปกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง ได้ดังนี้

8.5.1 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก

คือ กลุ่มสตรีที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในงานวิจัยนี้คือ กลุ่มผู้บริโภคสตรีที่มีอายุระหว่าง 33-45 ปี ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ตามหลักทางด้านประชากรศาสตร์ จัดอยู่ในกลุ่มวัยผู้ใหญ่หรือวัยทำงาน อยู่ในกลุ่มเจน-เอ็กซ์ (Gen-X) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2508-2522 เป็นกลุ่ม

คนวัยทำงานหรือเป็นช่วงวัยที่มีฐานะ มีหน้าที่การงานที่มั่นคงในระดับหนึ่ง หรืออยู่ในกลุ่มของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เจ้าของกิจการหรือสืบทอดกิจการของครอบครัว เป็นต้น ถ้าเป็นคนที่ทำงานในองค์กรของเอกชน ก็มีตำแหน่งในระดับหัวหน้างาน หรือผู้บริหารรุ่นใหม่ เป็นต้น เป็นกลุ่มคนที่มีความทันสมัย มีความมั่นใจในตัวเอง เชื่อมั่นในความสามารถของตน

ในด้านลักษณะจิตนิสัยซึ่งเป็นการนำไปปัจจัยในด้านบุคลิกภาพ ด้านสังคม และการดำเนินชีวิตมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคนั้น กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในสังคมระดับชนชั้นกลางส่วนบน (Upper-Middle Class) เป็นกลุ่มคนที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ มีการศึกษาดี มีความเป็นอยู่ที่ดี ชอบการพบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อนในร้านอาหาร หรือห้างสรรพสินค้า อินเทอร์เน็ต อ่านหนังสือหรือนิตยสาร ท่องเที่ยวในสถานที่ทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติ ชอบปิ้ง ทำงานศิลปะหรืองานฝีมือและทำอาหาร ออกกำลังกาย เป็นต้น

ในส่วนของการวิเคราะห์บุคลิกภาพทางแฟชั่นของผู้บริโภคเป้าหมายนั้น จัดอยู่ในกลุ่มสตรีที่ชอบอยู่กับตัวเอง มีความเรียบง่าย มีความเป็นธรรมชาติสูง รักความสงบ ความเงียบขรึม รักสงบ ชอบความเป็นส่วนตัว มีความมั่นใจในตัวเอง กล้าแสดงออก ชื่นชอบศิลปะ เจ้าระเบียบ ตรงต่อเวลา ชอบความหรูหราแต่เรียบง่าย แสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่ดี ในขณะที่เดียวกันก็ชอบความทันสมัยและต้องการสินค้าที่ดีมีคุณภาพ ไม่ดูสูงวัย มีรูปแบบ รายละเอียดบนเสื้อผ้าที่น่าสนใจ คุณภาพการตัดเย็บที่ดี สามารถสวมใส่กับเสื้อผ้าอื่น ๆ ได้ง่าย (Mix and Match) สามารถสวมใส่ได้ตลอดและอยากได้สินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นไม่เหมือนใคร

8.5.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง

กลุ่มเป้าหมายรองคือสตรีที่มีอายุระหว่าง 23-33 ปี ซึ่งอยู่ในกลุ่มเจน-วาย (Gen-Y) ที่มีอายุน้อยกว่ากลุ่มเป้าหมายหลัก เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ในวัยทำงาน ที่อยู่ในช่วงสร้างฐานะ การเลือกคู่ครองมีรายได้ค่อนข้างดี มีอิสระทางความคิด มีความมั่นใจในตัวเอง ชอบความทันสมัย เป็นตัวของตัวเองสูง อาจจะอยู่ในกลุ่มของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ประกอบอาชีพอิสระหรือทำงานในบริษัทเอกชน ที่มีวิถีชีวิตแบบลำลอง ไม่ทางการมากนัก มีความสุขในการซื้อสินค้าแฟชั่น และไม่ยึดติดกับตราสินค้า ชอบทดลองสินค้าใหม่ ๆ มีการจับจ่ายใช้สอยมากกว่ารุ่นก่อน มีรสนิยมสูง ต้องการภาพลักษณ์ที่ดี ต้องการความเป็นส่วนตัว หรือรูปแบบที่เฉพาะตัวไม่เหมือนใคร



รูปที่ 8.1 ภาพแสดงบุคลิก (Character) ของผู้บริโภคเป้าหมาย



รูปที่ 8.2 ภาพแสดงรสนิยมการบริโภค (Taste of Life) ของผู้บริโภคเป้าหมาย



รูปที่ 8.3 ภาพแสดงที่พักอาศัย (Taste of Housing) ของผู้บริโภครุ่นเป้าหมาย



รูปที่ 8.4 ภาพแสดงลักษณะกิจกรรม (Activities) ของผู้บริโภครุ่นเป้าหมาย

8.6 สรุปตลาดของผลิตภัณฑ์

8.6.1 อยู่ในตลาดสินค้าระดับปานกลางค่อนข้างสูง

8.6.2 เป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนักออกแบบในประเทศ (Local Designer Brand)

8.6.3 เป็นเครื่องแต่งกายสตรีที่มีรูปแบบลำลอง โดยเน้นไปที่รูปแบบเครื่องแต่งกายแบบลำลองทางการ (Casual-Formal) และลำลองปาร์ตี้ (Casual-Party) ตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคที่มีวิถีชีวิตที่แต่งกายแบบลำลองมากขึ้น แต่สามารถปรับใช้ได้หลากหลายโอกาส

8.6.4 มีราคาสินค้าเฉลี่ยประมาณ 1,500-9,000 บาท

8.6.5 มีร้านค้าอยู่ในห้างสรรพสินค้าชั้นนำย่านใจกลางเมือง เช่น สยามพารากอน เซน เป็นต้น โดยอาจจะอยู่ในส่วนของดีพาร์ตเมนต์สโตร์ (Department Store) ซึ่งเป็นพื้นที่ของห้างสรรพสินค้าที่ถูกจัดไว้ให้ตราสินค้าต่าง ๆ

8.7 สรุปข้อมูลของผลิตภัณฑ์

จากการสอบถามผู้บริโภคโดยการทำแบบสอบถาม ประกอบกับแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางของรูปแบบผลิตภัณฑ์เบื้องต้นได้ดังนี้

8.7.1 ข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์

8.7.1.1 มีรูปแบบที่มีลักษณะลำลองแบบทางการและลำลองปาร์ตี้

8.7.1.2 มีรูปแบบที่ทันสมัย มีความทันสมัยแบบวิถีชีวิตคนเมืองผสมกับความเป็นพื้นถิ่นของชาวชนบท

8.7.1.3 มีรูปแบบที่เรียบง่าย มีความคลาสสิก สามารถสวมใส่ได้ตลอด ไม่ตามกระแสแฟชั่นมากนักแต่ในขณะเดียวกันก็มีรายละเอียดบนเสื้อผ้าที่น่าสนใจ แตกต่างจากสินค้าในตลาดระดับล่าง

8.7.1.4 เน้นความเป็นธรรมชาติ ใช้เส้นใยจากธรรมชาติ ใช้สีย้อมธรรมชาติ เป็นต้น

8.7.1.5 มีรูปแบบที่ทันสมัย ไม่ดูสูงวัย

8.7.1.6 มีการตัดเย็บที่ดี มีขนาดที่ได้มาตรฐาน

ตารางที่ 8.3 ตารางแสดงรายละเอียดประเภทของผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า

ประเภทของผลิตภัณฑ์	ราคาโดยประมาณ
เสื้อตัวใน (Blouse)	2,000 – 3,000 บาท
เสื้อแขนกุดหรือเสื้อกล้าม (Tank Top)	2,000 – 2,500 บาท
เสื้อตัวนอกเช่น แจ็กเกต (Jacket) เบรสเซอร์ (Blazer)	3,500 – 4,500 บาท
กางเกงขาสั้น (Shorts)	2,500 – 3,000 บาท

กางเกงขายาว (Trousers)	3,000 – 4,500 บาท
กระโปรงสั้น (Short Skirt)	2,500 – 3,500 บาท
กระโปรงยาว (Long Skirt)	3,000 – 6,000 บาท
ชุดติดกันสั้น (Short Dress)	3,500 – 6,000 บาท
ชุดติดกันยาว (Party Dress)	3,500 – 9,000 บาท
อื่นๆ เช่น ผ้าพันคอ เครื่องประดับ เป็นต้น	1,000 – 2,000 บาท

8.7.2 ลักษณะพิเศษจำเพาะที่โดดเด่นของผลิตภัณฑ์

ลักษณะพิเศษจำเพาะของผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น มีดังนี้

8.7.2.1 เป็นตราสินค้าที่ตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เน้นแนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืนมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Sustainable Product) โดยมีความหมายของความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ในแง่ต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 8.4 ความหมายของความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยในแง่ต่าง ๆ

ความยั่งยืนในแง่ของสิ่งแวดล้อม	<p>เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ตั้งแต่กระบวนการผลิต ไปจนถึงหมดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ โดยมีรายละเอียดคือ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การใช้เส้นใยหรือวัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น ไหม ฝ้าย ลินิน เป็นต้น เนื่องจากย่อยสลายได้ง่ายและเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยเมื่อหมดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ - การใช้สีย้อมที่ได้จากธรรมชาติ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่ได้จะมีสีในโทนที่เป็นธรรมชาติ ไม่จัดจ้าน สดใสเหมือนสีเคมี ซึ่งเป็นการลดผลกระทบที่เกิดจากสารเคมีทั้งต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและตัวผู้ผลิตเอง - การใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบอย่างคุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ลดของเสียที่เกิดจากการผลิต
ความยั่งยืนในแง่ของงานศิลปวัฒนธรรมชุมชนหรืองานพื้นถิ่น	<p>คือ การนำเอาผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย มาใช้เป็นวัตถุดิบในการออกแบบเครื่องแต่งกายที่ทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นการส่งเสริมงานพื้นถิ่นให้ยังคงอยู่ต่อไปท่ามกลางวิถีชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเป็นชุมชนเมืองมากขึ้น โดยมีวิธีการนำไปใช้ คือ</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - การนำเอาผ้าทอของชุมชนแบบดั้งเดิมมาใช้โดยตรง โดยยังคงรูปแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ - การประยุกต์หรือพัฒนาลวดลายใหม่ ๆ โดยอาจจะประยุกต์หรือต่อยอดจากลวดลายดั้งเดิมของท้องถิ่น เช่น การเปลี่ยนมาใช้เส้นใยที่มีขนาดต่าง ๆ กัน การเปลี่ยนสีหรือจับคู่สีใหม่หรือการเพิ่มรายละเอียดการตกแต่งลงบนลวดลายเดิม เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ทันสมัยและดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค
<p>ความยั่งยืนในแง่ของการใช้งาน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - คือ ผลิตภัณฑ์มีการตัดเย็บที่ดี ประณีต มีคุณภาพ สามารถสวมใส่ได้นาน - ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่ร่วมสมัย สามารถสวมใส่ได้ทุกยุคสมัย มีความคลาสสิก - สามารถสวมใส่ได้กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ (Mix and Match) เพื่อเพิ่มโอกาสการใช้งานของตัวผลิตภัณฑ์เอง และยังเพิ่มรูปแบบของเครื่องแต่งกายด้วย เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบลำลองทางการ เมื่อนำมาจับคู่ใช้กับผลิตภัณฑ์ชิ้นอื่นสามารถสวมใส่ในโอกาสแบบลำลองปาร์ตี้ได้ด้วย เป็นต้น

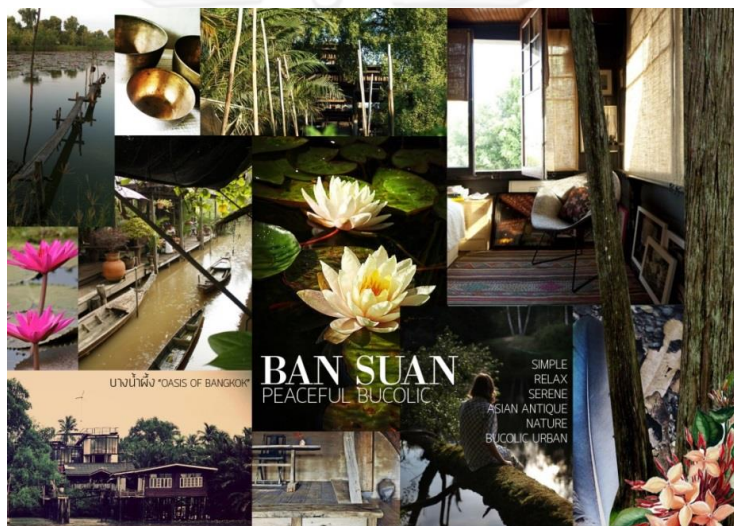
8.7.2.2 มีลักษณะที่ร่วมสมัย มีรูปแบบที่ผสมผสานระหว่างวิถีชีวิตแบบคนเมืองและกลิ่นอายของงานพื้นถิ่น ซึ่งในงานวิจัยนี้คือ ผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีผ้าที่มีลายทอที่เป็นเอกลักษณ์คือลายรังผึ้ง ซึ่งมีทั้งลายทอแบบดั้งเดิมและลายที่ประยุกต์ขึ้นในรูปแบบใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์

8.7.2.3 มีภาพลักษณ์ของเครื่องแต่งกายที่มีความเรียบง่าย ดูสงบนิ่ง แต่ในขณะเดียวกันก็มีรายละเอียดหรือการตกแต่งที่น่าสนใจบนผลิตภัณฑ์

8.8 สรุปแนวโน้มแฟชั่นและแรงบันดาลใจในการออกแบบ

จากการวิเคราะห์และศึกษาแนวโน้มแฟชั่นในฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาว ปี ค.ศ.2014 ของบริษัทต่าง ๆ โดยเลือกแนวโน้มในหัวข้อ เจนเทิล วีเมน (Gentle Women) ของบริษัท เนลลี่ โรดี (Nelly Rodi) เป็นแนวโน้มหลัก และมีแนวโน้มของบริษัท ดับเบิลยูจีเอสเอ็น และ บริษัท สไตลีสิต เป็นแนวโน้มสนับสนุน ซึ่งมีสัดส่วนของแนวโน้มแฟชั่นของแต่ละบริษัทที่นำมาใช้แตกต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้

นี้เป็นเสมือนบ้านส่วนหรือบ้านพักตากอากาศของผู้บริโภค ที่ต้องการหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายในเมืองหลวง อาจจะเป็นสถานที่ริมสระบัวที่ให้บรรยากาศในชนบทที่ยังมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งสร้างความร่มรื่น ผ่อนคลาย เยียบสงบ ให้คนหันมาให้ความสนใจกับความสงบสุขภายในจิตใจของตนเอง ซึ่งเป็นความสุขทางด้านจิตใจ มีความเป็นพื้นถิ่นผสมกับความเป็นเมือง มีกลิ่นอายของความเป็นไทย ให้อารมณ์ความรู้สึกที่สงบนิ่ง เรียบง่าย ผ่อนคลาย เน้นความเป็นธรรมชาติ แสดงออกถึงเนื้อแท้ของวัสดุ ปรากฏจากการปรุงแต่งต่าง ๆ และนำเสนอสิ่งของเครื่องใช้หรือการตกแต่งแบบร่วมสมัย ที่มีทั้งของเก่าโบราณแบบชนบท และของที่มีลักษณะร่วมสมัยที่ตอบสนองต่อวิถีชีวิตแบบชุมชนเมือง



รูปที่ 8.6 แรงบันดาลใจในหัวบ้านสวน ความสงบเยียบของเมืองชนบท (Peaceful Bucolic)




โดยสามารถสรุปเป็นองค์ประกอบของการออกแบบ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่อไป ได้ดังนี้



8.9 สรุปองค์ประกอบของการออกแบบที่ได้จากแนวโน้มนำแฟชั่นและแรงบันดาลใจ

เป็นการสรุปองค์ประกอบของการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์แนวโน้มนำแฟชั่นและเรื่องราวของแรงบันดาลใจ

ตารางที่ 8.6 ตารางสรุปองค์ประกอบของการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลแรงบันดาลใจ

หัวข้อ	รายละเอียด
แนวความคิดของแรงบันดาลใจ (Concept)	แรงบันดาลใจหัวข้อ บ้านสวน ความสงบเยียบของเมืองชนบท (Peaceful Bucolic) มีเรื่องราวหรือแนวคิดดังนี้ - เรื่องราวของสถานที่หรือบ้านริมแม่น้ำที่มีสระบัว มีต้นไม้และพรรณไม้ต่าง ๆ

	<p>ที่อุดมสมบูรณ์ มีความเรียบง่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - เรื่องราวของธรรมชาติ ความเรียบง่าย แสดงเนื้อแท้ของวัสดุ - การประดับตกแต่งที่มีความร่วมสมัย มีทั้งของเก่าแบบดั้งเดิมหรืองานพื้นถิ่น และของที่มีการออกแบบที่มีความร่วมสมัย - ให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลาย สงบนิ่ง และเรียบง่าย - มีกลิ่นอายของความเป็นไทย
<p>คำสำคัญ (Key Words)</p>	<p>ความสงบ (Peaceful) ความเรียบง่าย (Simplicity) ความผ่อนคลาย (Relax) ธรรมชาติ (Nature) การแสดงเนื้อแท้ (Raw Material) ร่วมสมัย (Contemporary) ความคลาสสิก (Classic) พื้นถิ่น (Folklore) ความอ่อนโยน (Gentle) ความเบาบาง (Sparse)</p>
<p>สี (Colour)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มโทนสีที่ให้ความรู้สึกถึงความเป็นธรรมชาติ เช่น สีน้ำตาลเข้ม สีน้ำตาลอ่อน สีดำถ่าน สีเขียว เป็นต้น - กลุ่มสีที่ให้ความรู้สึกสงบนิ่ง เรียบ เช่น สีขาวนวล สีเทา เป็นต้น - กลุ่มสีที่เป็นเนื้อแท้ของวัสดุ - กลุ่มสีที่แสดงออกถึงความเป็นพื้นถิ่น ดั้งเดิม ที่มีคุณค่า เช่น สีทองเหลือง เป็นต้น โดยกลุ่มสีที่ได้สามารถแยกเป็นสีที่เป็นสีพื้นฐาน (Basic Colour) สีที่เป็นสีกลางที่สามารถใช้ได้กับทุกคอลเลกชัน (Running Colour) และกลุ่มสีแฟชั่น (Fashion Colour) โดยมีรายละเอียดดังนี้ <p>สีพื้นฐาน (Basic Colour)</p>  <p>สีแฟชั่น (Fashion Colour) โดยดึงสีจากสีของดอกไม้ ดอกบัว</p>  <p>สีกลาง (Running Colour)</p> 
<p>วัสดุ (Material)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นการใช้เส้นใยธรรมชาติ เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าไหม ผ้าลินิน เป็นต้น - วัสดุตกแต่งอาจจะทำด้วย หนัง หรือ โลหะ เช่นทองเหลือง เป็นต้น
<p>โครงร่างเงา (Silhouette)</p>	<p>ในงานวิจัยนี้ เนื่องจากต้องการภาพลักษณ์ของสินค้าที่มีความทันสมัย ตอบสนองต่อวิถีชีวิตของคนในเมือง จึงเน้นโครงร่างเงาที่อิงกับกระแสแนวโน้มน แฟชั่นเป็นหลัก แต่ในขณะเดียวกันก็คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค ที่ต้องการโครงร่างเงาของเสื้อผ้าที่มีความเรียบง่ายและสวมใส่ได้จริงใน</p>

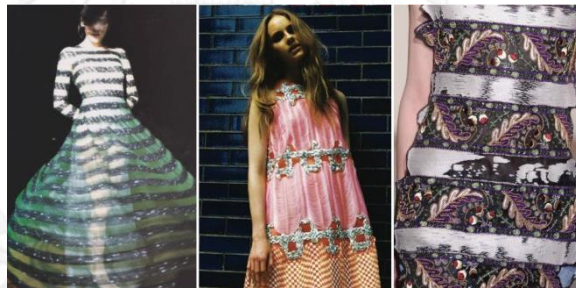
	<p>ชีวิตประจำวันด้วยเช่นกัน ซึ่งโครงร่างเงาของแนวโน้มแพชชั่นมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค คือ มีโครงร่างเงาที่มีความเรียบง่าย เช่น โครงร่างเงารูปทรงเรขาคณิต เป็นต้น อีกทั้งการแต่งกายของชาวชนบทท้องถิ่น ที่ได้นำเอาวัตถุดิบมาใช้ในงานวิจัยนี้ คือผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย ก็มีการแต่งกายในรูปแบบที่เรียบง่าย มีโครงร่างเงาแบบรูปทรงเรขาคณิต เช่น รูปทรงสี่เหลี่ยม เป็นต้น เช่นกัน โดยสามารถสรุปโครงร่างเงาที่ได้จากการวิเคราะห์แนวโน้มแพชชั่นและแรงบันดาลใจ เพื่อนำมาใช้ในงานออกแบบได้ดังนี้</p> <p>เนื่องจากเป็นเรื่องราวของบ้านสวน ความสงบเงียบของเมืองในชนบท ที่บางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ และ ความสงบนิ่ง ผ่อนคลาย จึงได้วิเคราะห์ถึงโครงร่างเงาที่เป็นโครงหลวม สวมใส่สบาย เป็นโครงร่างเงาที่มีความเรียบง่าย เช่น รูปทรงสี่เหลี่ยม รูปทรงกระบอก เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มแพชชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ โดยมีโครงร่างเงาดังนี้</p>  <p>รูปทรงสี่เหลี่ยม รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าหรือรูปทรงกระบอก รูปทรงปลายแคบ และรูปทรงเอกลาย เป็นต้น</p> <ul style="list-style-type: none"> - นอกจากนี้ยังมีรูปทรงที่เป็นรูปทรงอิสระ ซึ่งเป็นรูปทรงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ
<p>รายละเอียด (Details)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การจีบ หรือ ป้ายทับหรือพาดทับ ตามลักษณะการนุ่งผ้าซิ่นหรือการห่มสไบของชาวชนบทไทย  <ul style="list-style-type: none"> - การผูก การมัด



- การจับเดรป การถ่วง เช่นบริเวณรอบคอเสื้อ หรือลักษณะของผ้าพาดคอของชาวไทยมอญในอำเภอบางน้ำผึ้ง



- การทำให้เป็นแถบหนา หรือลายทาง (Striped)



- การประดับตกแต่งบริเวณรอบคอด้วยทอง หรือวัสดุต่าง ๆ กัน ในงานวิจัยนี้เน้นการประดับตกแต่งด้วยวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ เช่น หิน ไม้ ทองเหลือง เงิน เปลือกหอย เป็นต้น



	<p>- การประดับตกแต่งด้วยฟู่</p>  <p>- การซ้อนทับ (Layering) - เสื้อไหล่ตก (Lower Shoulder) - ลักษณะของฟู่ ที่สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นด้วย - การประดับตกแต่ง ซึ่งในแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้มีการประดับตกแต่งบริเวณรอบคอเสื้อ ซึ่งใช้วัสดุที่เป็นโลหะ เช่น ทองเหลือง เงิน เป็นต้น ซึ่งเป็นของที่มีคุณค่า และสอดคล้องกับแรงบันดาลใจ</p>
--	--

จากการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนต่างๆ ทั้งแนวคิดในการแก้ไขปัญหา หลักการสำคัญที่จะนำมาใช้ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง การกำหนดตลาดของผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดที่วิเคราะห์ถึงจุดแข็งจุดอ่อนของตราสินค้าคู่แข่ง ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย ลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นในฤดูใบไม้ร่วง ฤดูหนาวปี ค.ศ.2014 และข้อมูลของแรงบันดาลใจของคอลเลกชันที่จะทำการออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัย ทำให้ทราบถึงแนวทางและหลักการสำคัญในการออกแบบ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการทดลองและทำการออกแบบเครื่องแต่งกายตามแนวทางดังกล่าว โดยจะมีรายละเอียดในส่วนถัดไป

ส่วนที่ 2 งานออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัย

ในส่วนนี้จะเป็นการนำผลสรุปจากการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนต่าง ๆ ตามที่ได้ศึกษามาในบทก่อนหน้า เช่น แนวคิดและหลักการในการออกแบบอย่างยั่งยืน ความต้องการของผู้บริโภคเป้าหมาย กลุ่มตลาดของผลิตภัณฑ์ ลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย แนวโน้มแฟชั่นในฤดูกาลใบไม้ร่วง-ฤดูหนาวปี ค.ศ.2014 และแรงบันดาลใจ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัย โดยมีข้อสำคัญหลัก ๆ ที่ต้องคำนึงถึงคือ

1. สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน
2. แนวทางในการพัฒนาผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นกรณีศึกษาของงานวิจัยและเป็นวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตเครื่องแต่งกายของงานวิจัยนี้
3. องค์กรประกอบในการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นและแรงบันดาลใจ

8.10 การเตรียมและพัฒนาผ้าทอมือที่ใช้ในการออกแบบ

สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการออกแบบสินค้าเครื่องแต่งกายซึ่งถือเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต คือ ผ้าทอ โดยในงานวิจัยนี้ได้เลือกใช้ผ้าที่เป็นเส้นใยจากธรรมชาติ เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าไหม ผ้าลินิน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน ที่ต้องการลดผลกระทบที่จะเกิดต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้งจังหวัดเชียงราย ที่นิยมใช้เส้นไหมซึ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติเป็นวัตถุดิบหลักในการทอผ้า นอกจากนี้ในงานวิจัยนี้ยังเน้นการใช้สีย้อมจากธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน และถือเป็นลักษณะจำเพาะที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจากการศึกษา วิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นและแรงบันดาลใจ ทำให้ทราบถึงสีที่ต้องการใช้ในคอลเลกชันเครื่องแต่งกายของงานวิจัยนี้ คือ กลุ่มโทนสีที่ให้ความรู้สึกถึงความเป็นธรรมชาติ เช่น สีน้ำตาลเข้ม สีน้ำตาลอ่อน สีดำถ่าน กลุ่มสีที่ให้ความรู้สึกสงบนิ่ง เยียบ เช่น สีขาวนวล สีเทา กลุ่มสีที่เป็นเนื้อแท้ของวัสดุ เช่น สีของเส้นไหมที่ปราศจากการย้อมสีใด ๆ และกลุ่มสีที่เป็นสีแฟชั่น (Accent Colour) ซึ่งในงานวิจัยนี้ คือ สีที่ได้จากสีของดอกไม้ ดอกบัว คือ สีชมพูม่วง เป็นต้น โดยมีรายละเอียดในการย้อมสีต่าง ๆ นี้ดังตาราง 8.7

8.10.1 การเตรียมเส้นใยไหมก่อนนำไปทอผ้า

จากที่ได้กำหนดสีที่จะใช้ในคอลเลกชันการออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัยนี้แล้วนั้น ขั้นตอนต่อไปคือการย้อมสีเส้นไหม ให้ได้ตามที่ต้องการโดยใช้กระบวนการการย้อมสีจากธรรมชาติ ดังได้แสดงในตาราง 8.7 ดังนี้

ตารางที่ 8.7 ตารางแสดงกลุ่มสีที่ใช้ในการออกแบบและวัตถุดิบที่ใช้ในการย้อมสี

	สีที่ใช้	วัตถุดิบที่ใช้ในการย้อมสี	อัตราส่วน
	สีธรรมชาติของเส้นไหม ซึ่ง เป็นสีขาวเหลืองอ่อน	ไม่ได้ย้อมสี	ไม่ได้ย้อมสี
	สีเทาอ่อน	ดอกอัญชัญ	2 กิโลกรัม ต่อ เส้นไหม 1 กิโลกรัม
	สีน้ำตาลอ่อน	ฝักคูณแก่ (หรือฝักของต้นราช พฤกษ์)	5 กิโลกรัม ต่อ เส้นไหม 1 กิโลกรัม โดยนำมา แช่น้ำไว้ 1 คืนก่อน นำไปย้อมสี
	สีดำถ่าน หรือ เทาเข้ม	ผลมะเกลือดิบ	4 กิโลกรัม ต่อ เส้นไหม 1 กิโลกรัม โดยนำมา แช่น้ำไว้ก่อน 1 คืน ย้อมแล้วนำไปตากแดด จัด ก่อนนำมาย้อมซ้ำ ทำเช่นนี้จนได้สีที่เข้ม ตามต้องการ
	สีชมพูม่วง	คลั่ง	2 กิโลกรัม ต่อ เส้นไหม 1 กิโลกรัม
	สีดำถ่าน ผสมกับสีเทาอ่อน และสีชมพูม่วง	ใช้การมัดย้อม ซึ่งเป็นอีกวิธี หนึ่งที่นิยมทำกันในชุมชน	โดยมัดเป็นช่วง ๆ สี ต่าง ๆ ตามต้องการ ใน งานวิจัยนี้ย้อมทั้งหมด สามสี ความกว้างสีละ 10 เซนติเมตร



รูปที่ 8.7 เส้นไหมที่ได้จากการย้อมสีธรรมชาติก่อนนำไปทอผ้า

ซึ่งการใช้สีธรรมชาตินี้นอกจากจะสอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนโดยเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดแล้ว ยังสามารถนำมาเป็นจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากชุมชนอื่นและเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้

8.10.2 การพัฒนาผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย

หลังจากได้เส้นใยที่ได้สีย้อมตามที่ต้องการแล้ว ในขั้นตอนต่อไปคือการนำไปทอ โดยในงานวิจัยนี้เน้นการใช้ผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย ซึ่งจากการที่ได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลทำให้ได้ทราบว่า ในชุมชนนี้นิยมทอผ้าอยู่หลายลายด้วยกันคือ ลายรังผึ้ง ลายสายฝน ลายลูกแก้ว ลายกระสอบ ลายลอน เป็นต้น โดยในงานวิจัยนี้ มีแนวทางในการพัฒนาลายทอให้มีความทันสมัย แปลกใหม่ทั้ง สี สัน รูปแบบ ลวดลาย เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และสร้างความน่าสนใจให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีส่วนสำคัญที่ต้องคำนึงถึงคือ

ส่วนที่ยังคงอยู่ คือ สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอในชุมชน ในที่นี้คือผ้าทอลายรังผึ้ง ที่มีการทอเป็นส่วนใหญ่อีกทั้งยังเป็นลวดลายที่มีการพัฒนาจากการทอผ้าชาวเขาโดยภูมิปัญญาของคนในชุมชนเอง ซึ่งเป็นลักษณะเด่นที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และควรคงไว้ต่อไป

ส่วนที่สามารถสร้างสรรค์และพัฒนาได้ ส่วนที่สามารถพัฒนาได้ของผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกพัฒนาลายทอที่ผู้วิจัยมีความคิดว่า มีความสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นและแรงบันดาลใจที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ไว้ และเป็นลวดลายที่มีความเป็นสากล ดูทันสมัย คือ ลายลอนเป็นหลัก ซึ่งเป็นลายที่มีลักษณะของลายทาง (Stripped) ซึ่งเป็นลวดลายที่มีความคลาสสิก สามารถสวมใส่ได้ตลอดทุกยุคทุกสมัย โดยมีแนวคิดในการพัฒนาผ้าทอมือ ดังนี้

ตารางที่ 8.8 ตารางแสดงแนวทางในการพัฒนาผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง

แนวทางการพัฒนา	รายละเอียด	
การพัฒนาการใช้สี	<p>ซึ่งในที่นี้คือการใช้สีย้อมธรรมชาติ ตามที่ได้เลือกไว้</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>สีน้ำตาล</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>สีเทาอ่อน</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;">  <p>สีเทาอ่อน ผสม กับสีน้ำตาล</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>สีธรรมชาติของเส้นไหม</p> </div> </div>	
การใช้ขนาดของเส้นด้ายพุ่งที่แตกต่างกัน	เพื่อสร้างพื้นผิว (Texture) ใหม่ ๆ ให้กับผ้าทอหลายเดิม	
	<p>ลวดลายเดิม</p>  <p>แต่เดิมใช้เส้นใยขนาดใหญ่ และใกล้เคียงกัน</p>	<p>ลายลายใหม่ที่พัฒนา</p>  <p>เปลี่ยนเส้นใย โดยส่วนสีม่วงใช้เส้นด้ายพุ่งที่มีขนาดเล็กลง ส่วนสีน้ำตาลใช้เส้นใยที่มีขนาดใหญ่ขึ้น</p>

		 <p>มัตย้อมสีเส้นด้ายพุ่ง และเปลี่ยนขนาดเส้นใยให้มีขนาดใหญ่ขึ้นกว่าปกติ ได้พื้นผิวใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากเดิม</p>
<p>การสอดแทรก หรือ เพิ่มเส้นด้ายพุ่ง</p>	<p>เพื่อสร้างพื้นผิว และเพิ่มความแปลกใหม่และน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์</p>	 <p>โดยในงานวิจัยนี้ ได้แทรกเส้นด้ายยืน เป็นช่วง ๆ โดยทำเป็นลักษณะพุ่ง เพื่อสร้างมิติให้กับผืนผ้า และยังสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นและแรงบันดาลใจที่ได้วิเคราะห์ไว้</p>

จากตารางผู้วิจัยได้นำเอาเส้นไหม ซึ่งได้นำไปย้อมสีธรรมชาติตามที่ต้องการ แล้วนำมาทอเป็นผืนผ้า โดยช่างทอในท้องถิ่น โดยได้ประยุกต์และพัฒนาลายทอโดยเน้นที่ลายลอนเป็นหลัก เนื่องจากเป็นลายที่มีลักษณะของลายทาง (Striped) ซึ่งเป็นลายที่มีความคลาสสิกสามารถสวมใส่ได้ตลอด อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นที่ได้วิเคราะห์ไว้ และผู้วิจัยยังคงลายรังผึ้งซึ่งเป็นลายที่นิยมทอเป็นส่วนใหญ่ในชุมชนไว้ แต่เปลี่ยนสีเส้นด้ายให้ดูแปลกใหม่ และทันสมัยขึ้น โดยใช้เป็นสีพื้น เช่น สีขาวเหลืองธรรมชาติของเส้นไหม สีเทา สีน้ำตาล เป็นต้น ซึ่งเป็นสีพื้นฐานที่สามารถสวมใส่กับสีอื่น ๆ ได้ง่ายและสวมใส่ได้ในทุกยุคสมัย

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้นำเอาผ้าที่เป็นเส้นใยธรรมชาติผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับการรับรองเรื่องการอนุรักษ์และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการผลิตมาใช้ เช่น ผ้าที่มีลักษณะโปร่ง บาง เบา เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับงานออกแบบ ก่อนจะนำไปตัดเย็บเป็นเครื่องแต่งกาย ดังจะได้กล่าวถึงขั้นตอนการออกแบบเครื่องแต่งกายต่อไป

8.11 การออกแบบเครื่องแต่งกายจากผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง

จากแนวโน้มแฟชั่นและแรงบันดาลใจที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และสรุปองค์ประกอบในการออกแบบ ทั้งโครงสร้างเงา สี วัสดุดิบ และรายละเอียดบนเครื่องแต่งกาย ผู้วิจัยจึงได้ทำการทำแบบร่าง (Sketch) เครื่องแต่งกายในงานวิจัย โดยใช้วัสดุดิบจากผ้าทอมืออำเภอเวียงเชียงรุ้ง เป็นวัสดุดิบหลัก โดยได้พัฒนาแบบร่างให้สมบูรณ์ก่อนจะทำการ ขึ้นต้นแบบผ้าดิบ และนำไปตัดเย็บโดยใช้ผ้าจริงต่อไป โดยเครื่องแต่งกายของงานวิจัยนี้มีทั้งหมด 8 ชุด โดยสามารถแบ่งประโยชน์ใช้สอยในโอกาสต่าง ๆ กัน ดังนี้ เครื่องแต่งกายแบบลำลองทางการ เครื่องแต่งกายแบบลำลองปาร์ตี้



รูปที่ 8.8 แบบร่างเครื่องแต่งกายครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2



รูปที่ 8.9 แบบร่างเครื่องแต่งกายครั้งที่ 3



รูปที่ 8.10 แบบร่างเครื่องแต่งกายครั้งที่ 4



รูปที่ 8.11 รูปภาพแสดงแบบเครื่องแต่งกายขั้นสุดท้าย (Final Sketch)

จากกระบวนการในการทำแบบร่างเครื่องแต่งกายจนได้แบบร่างเครื่องแต่งกายขั้นสุดท้าย (Final Sketch) ก่อนที่จะนำแบบร่างนี้ไปทำชุดผ้าดิบและตัดเย็บเครื่องแต่งกายโดยใช้วัสดุดิบจริงต่อไป

8.12 ผลงานออกแบบเครื่องแต่งกายจากผ้าทออำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย โดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน

จากการศึกษาแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนซึ่งเป็นแนวคิดสำคัญของงานวิจัย วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ศึกษาและพัฒนาผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายเพื่อนำมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการออกแบบ รวมทั้งสำรวจความต้องการของผู้บริโภค กำหนดตลาดของผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นและแรงบันดาลใจ จนได้ข้อสรุปออกมาเป็นองค์ประกอบในการออกแบบเครื่องแต่งกาย และได้ทำการร่างแบบเพื่อนำมาตัดเย็บเป็นเครื่องแต่งกายของงานวิจัยทั้งหมด 8 ชุด โดยแบ่งออกเป็น ชุดลำลองทางการ และชุดลำลองปาร์ตี้ เป็นส่วนใหญ่ โดยมีรายละเอียดของแต่ละชุดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 8.9 ตารางแสดงรายละเอียดผลงานออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัย

ผลงานออกแบบ	รายละเอียด
 <p data-bbox="306 1137 689 1182">รูปที่ 8.12 ผลงานออกแบบชุดที่ 1</p>	<p data-bbox="737 405 1002 450">ผลงานออกแบบชุดที่ 1</p> <p data-bbox="737 461 1407 555">เป็นชุดลำลองแบบทางการ สามารถสวมใส่ไปทำงานได้ ประกอบด้วยเสื้อและกระโปรง</p> <p data-bbox="737 566 1407 779">ตัวเสื้อ เป็นผ้าทอมือลายรังผึ้ง นำมาตัดต่อกับผ้าโปร่ง ที่ได้จากโรงงานทอผ้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ตัวเสื้อสีเทาอ่อน เป็นโครงหลวมสวมใส่สบายและสามารถนำไปใส่กับเสื้อผ้าอื่นได้ง่าย</p> <p data-bbox="737 790 1407 891">กระโปรง เป็นกระโปรงผ้าไหมทอมือ สีเทาดำ ตัดต่อกับผ้าโปร่งสีดำ โครงร่างเงาได้จากการวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่น</p>
 <p data-bbox="306 1977 689 2022">รูปที่ 8.13 ผลงานออกแบบชุดที่ 2</p>	<p data-bbox="737 1193 1002 1238">ผลงานออกแบบชุดที่ 2</p> <p data-bbox="737 1249 1407 1344">เป็นชุดลำลองแบบทางการ สามารถสวมใส่ไปทำงานได้ ประกอบด้วยเสื้อและกระโปรงและเสื้อตัวนอก</p> <p data-bbox="737 1355 1407 1568">ตัวเสื้อ เป็นเสื้อตัวหลวมแขนเลย ไหล่ตก เป็นผ้าทอมือลายรังผึ้ง สีเทา มีรายละเอียดของการจับตรบบริเวณคอเสื้อ มีโทสนีที่สามารถสวมใส่ได้ตลอดและสามารถจับคู่กับเสื้อผ้าอื่น ๆ ได้ง่าย</p> <p data-bbox="737 1579 1407 1787">กระโปรง เป็นกระโปรงผ้าไหมทอมือ สีเทาดำ ตัดต่อกับผ้าโปร่งสีดำบริเวณชายกระโปรง เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและทำให้กระโปรงดูทันสมัยขึ้น อีกทั้งยังทำให้เสื้อผ้าดูโปร่ง ไม่ทึบหนักเกินไป โครงร่างเงาได้จากการวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่น</p> <p data-bbox="737 1798 1407 2011">เสื้อตัวนอก เป็นเสื้อแขนกุด ผ้าลินินสีเทาดำ มีรายละเอียดของผ้าไหมโปร่ง ซึ่งดึงมาจากลักษณะของผ้าพันคอของชาวไทยมอญในบางน้ำฝั่ง สร้างความน่าสนใจให้กับตัวเสื้อ หรือสามารถปล่อยชายผ้าให้เป็นผ้าคลุมได้ ดังรูป</p>

ผลงานออกแบบ	รายละเอียด
 <p data-bbox="306 1122 689 1167">รูปที่ 8.14 ผลงานออกแบบชุดที่ 3</p>	<p data-bbox="737 349 1008 394">ผลงานออกแบบชุดที่ 3</p> <p data-bbox="737 405 1407 506">เป็นชุดลำลองแบบทางการ สามารถสวมใส่ไปทำงานได้ ประกอบด้วยเสื้อแขนกุดและกระโปรง</p> <p data-bbox="737 517 1407 775">ตัวเสื้อ เป็นผ้าทอมือลายรังผึ้ง นำมาตัดต่อกับผ้าโปร่ง ที่ได้จากโรงงานทอผ้าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ตัวเสื้อสีเทาอ่อน เป็นเสื้อแขนเลยไหล่ตักที่ได้จากการวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่น เป็นเสื้อตัวหลวมไม่เข้ารูปมาก สามารถสวมใส่กับเสื้อผ้าชิ้นอื่น ๆ ได้ง่าย และสามารถสวมใส่ได้ตลอด</p> <p data-bbox="737 786 1407 999">กระโปรง เป็นกระโปรงผ้าไหมทอมือที่ได้พัฒนาโดยการเพิ่มพื้นผิว (Texture) โดยมีลักษณะเป็นพู่ เป็นกระโปรงทรงสอบที่สามารถสวมใส่ได้ตลอด มีรายละเอียดของการจับจีบ การพาด การป้าย ตามรายละเอียดที่ได้วิเคราะห์ไว้</p>
 <p data-bbox="306 1971 689 2016">รูปที่ 8.15 ผลงานออกแบบชุดที่ 4</p>	<p data-bbox="737 1180 1008 1225">ผลงานออกแบบชุดที่ 4</p> <p data-bbox="737 1236 960 1281">เป็นชุดลำลองปาร์ตี้</p> <p data-bbox="737 1292 1407 1606">ชุดติดกัน ความยาวประมาณเข่า โดยใช้ผ้าทอมือที่ได้มีการเพิ่มพื้นผิวที่มีลักษณะเป็นพู่ ๆ และเพิ่มรายละเอียดของการจับเดรบริเวณคอเสื้อโดยใช้ผ้าทอมือลายรังผึ้งสีธรรมชาติที่ไม่ได้ย้อมสี เป็นเดรสแขนเลยไหล่ตัก สวมใส่กับเข็มขัดสีทองเหลือง ซึ่งโครงร่างเงามีรูปทรงที่เรียบง่ายและสามารถสวมใส่ได้ตลอด</p>

ผลงานออกแบบ	รายละเอียด
 <p data-bbox="306 1169 689 1214">รูปที่ 8.16 ผลงานออกแบบชุดที่ 5</p>	<p data-bbox="737 349 1008 394">ผลงานออกแบบชุดที่ 5</p> <p data-bbox="737 403 954 448">เป็นชุดลำลองปาร์ตี้</p> <p data-bbox="737 456 1407 721">ชุดติดกัน ความยาวถึงพื้น ทำจากผ้าไหมที่ได้จากโรงงานที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต มีรายละเอียดของการพาด การป้าย ที่มีลักษณะคล้ายผ้าสไบของไทย โดยใช้ผ้าทอลายรังผึ้งสีน้ำตาลและสีธรรมชาติในการตกแต่ง</p> <p data-bbox="737 730 1407 945">โครงร่างเงาของชุดเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม มีความเรียบง่าย แต่ในขณะเดียวกันก็มีรายละเอียดของการป้าย การพาดที่สร้างความน่าสนใจให้กับชุด สีของชุดเป็นสีที่ใช้ได้หลากหลายโอกาส</p>
 <p data-bbox="306 1989 689 2033">รูปที่ 8.17 ผลงานออกแบบชุดที่ 6</p>	<p data-bbox="737 1232 1008 1276">ผลงานออกแบบชุดที่ 6</p> <p data-bbox="737 1285 954 1330">เป็นชุดลำลองปาร์ตี้</p> <p data-bbox="737 1339 1407 1603">ตัวเสื้อ ทำจากผ้าทอมือลายรังผึ้งสีย้อมธรรมชาติสีน้ำตาล โดยมีรายละเอียดของการจับเดรปบริเวณคอเสื้อ มีลักษณะของสไบ สวมใส่กับกระโปรง อีกทั้งยังสามารถนำไปสวมใส่กับกางเกงเพื่อให้ดูลำลองมากขึ้นได้อีกด้วย สีที่ใช้ก็เป็นสีที่เข้ากับสีอื่น ๆ ได้ง่าย</p> <p data-bbox="737 1612 1407 1930">กระโปรง เป็นผ้าทอลายลอน ที่มีการมัดย้อมและประยุกต์เส้นด้ายพุ่งให้มีขนาดใหญ่และหนาขึ้นกว่าปกติ โครงร่างเงาของกระโปรงได้จากการวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่น และสามารถนำมาสวมใส่ได้กับเสื้อรูปแบบอื่น เพิ่มรายละเอียดของระบายกระโปรงให้น่าสนใจและทันสมัยขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องไม่มีรายละเอียดที่มากจนเกินไป</p>

ผลงานออกแบบ	รายละเอียด
 <p data-bbox="304 1088 687 1133">รูปที่ 8.18 ผลงานออกแบบชุดที่ 7</p>	<p data-bbox="735 349 1007 394">ผลงานออกแบบชุดที่ 7</p> <p data-bbox="735 405 979 450">เป็นชุดลำลองทางการ</p> <p data-bbox="735 461 1406 663">ตัวเสื้อ ทำจากผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง เป็นโครงตัวหลวมที่สวมใส่สบาย ทรงเข้ารูปเล็กน้อย มีรายละเอียดของการจับเดรป การป้าย การพาดทับและสามารถสวมใส่ได้ตลอด</p> <p data-bbox="735 674 1406 831">กางเกง เป็นกางเกงผ้าไหมสีธรรมชาติ ปราศจากการย้อมสี มีรูปทรงที่เรียบง่าย คลาสสิก สามารถสวมใส่ได้ตลอดและนำไปสวมใส่กับเสื้อผ้าชิ้นอื่น ๆ ได้ง่าย</p>
 <p data-bbox="304 1984 687 2029">รูปที่ 8.19 ผลงานออกแบบชุดที่ 8</p>	<p data-bbox="735 1144 1007 1189">ผลงานออกแบบชุดที่ 8</p> <p data-bbox="735 1200 959 1245">เป็นชุดลำลองปาร์ตี้</p> <p data-bbox="735 1256 1406 1570">ชุดติดกัน ทำจากผ้าทอมือสายลอนที่ได้จากกระประยุกต์ โดยใช้เส้นใยที่มีขนาดเล็กกว่าปกติ ทอห่าง ๆ ทำให้ตัวผ้ามีลักษณะเบาและโปร่งมากขึ้น ตัดต่อกับผ้าไหมทอมือสีเทาดำ มีรายละเอียดของการจับเดรปและระบายบริเวณช่วงเอว มีลักษณะของการปล่อยทิ้งของตัวผ้าเหมือนผ้าสไบ ทำให้ตัวชุดเกิดความน่าสนใจและทันสมัยขึ้น</p>

บทที่ 9

สรุปงานวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

9.1 สรุปงานวิจัย

ความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทำให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์กลายเป็นสังคมเมืองมากขึ้น รวมถึงความก้าวหน้าทางด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอที่สามารถผลิตเครื่องแต่งกายด้วยเส้นใยที่หลากหลายสามารถผลิตได้รวดเร็วและในปริมาณมาก ทำให้ความนิยมในการทอผ้าเพื่อใช้ในครัวเรือนน้อยลง หันไปบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปมากขึ้น มีเพียงในบางชุมชนของแต่ละภูมิภาคที่ยังคงอนุรักษ์การทอผ้าท้องถิ่นอยู่ แต่ก็ยังไม่ได้รับความนิยมในการนำมาสวมใส่ เป็นเพียงสินค้าที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นส่วนมาก อย่างไรก็ตามในปัจจุบันผ้าไทยเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นทั้งจากภาคเอกชนและหน่วยงานของรัฐบาล ซึ่งนอกจากจะเป็นการต่อยอดภูมิปัญญาเกี่ยวกับผ้าไทยแล้ว ยังก่อให้เกิดประโยชน์ในการเสริมสร้างเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของประเทศอีกด้วย ผ้าไทยในแต่ละภูมิภาคมีความสวยงามและโดดเด่นต่างกันตามวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อ ค่านิยมที่ต่างกัน ผ้าไทยภาคเหนือเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาเนื่องจากเป็นผ้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น โดยเฉพาะลวดลาย สี สัน เช่น ผ้าซิ่นตีนจก เป็นต้น

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย เพราะผ้าทอในชุมชนนี้มีความสวยงาม มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น ที่เกิดจากการผสมผสานวัฒนธรรมของคนในชุมชนที่บรรพบุรุษอพยพมาจากภาคอีสาน เช่น จังหวัดขอนแก่น จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นต้น นอกจากนี้ภายในชุมชนยังมีการรวมกลุ่มกันทอผ้า มีแรงงานที่มีทักษะ มีความชำนาญ มีศักยภาพที่สามารถพัฒนาการทอผ้าให้มีคุณภาพและสามารถนำไปต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันนี้พบว่า ชุมชนในอำเภอเวียงเชียงรุ้งนิยมทอผ้าลวดลายดั้งเดิมน้อยลง มักทอลายรังผึ้งเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากเป็นลายที่ดูทันสมัยและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากวัฒนธรรมการทอผ้าที่เปลี่ยนไปจากแต่เดิมทอใช้ในครัวเรือนหรือใช้ในโอกาสงานสำคัญต่าง ๆ กลายเป็นการทอเพื่อการค้ามากขึ้น แม้ผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้งจะได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มผู้บริโภคแต่ปัญหาที่พบคือ การขาดแคลนแรงงานในการผลิต เนื่องจากคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจในการทอผ้าน้อยลง หันไปประกอบอาชีพอื่นมากขึ้น ปัญหาแรงงานของชุมชนอื่นที่ค่าแรงถูกกว่า นอกจากนี้ยังขาดการสร้างแบรนด์สินค้า การโฆษณา การทำการตลาด อีกทั้งรูปแบบของผ้าทอมือและผลิตภัณฑ์ยังคงเป็นรูปแบบเดิม ไม่เป็นที่นิยมนำมาใช้ในชีวิตประจำวันตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปเป็นสังคมเมืองและตามกระแสแนวโน้มแฟชั่น (Trend) มากขึ้น ขาดการประยุกต์ พัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับสินค้าแฟชั่นในตลาดปัจจุบันได้ แต่ถึงแม้ว่า

ตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายในปัจจุบันจะมีความหลากหลาย มีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่หรือมีการพัฒนากระบวนการผลิตต่าง ๆ ที่รวดเร็วและแปลกใหม่ จนอาจจะลืมนึกถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาเหล่านี้ เช่น ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต เป็นต้น ดังนั้นการหันกลับมาให้ความสนใจกับการสร้างสรรค์พัฒนาผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ มีกระบวนการผลิตหรือวัตถุดิบที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างความแตกต่างหรือเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจให้กับผลิตภัณฑ์ได้ อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมของชาติให้ดำรงคงอยู่ รวมถึงการตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์อย่างยั่งยืนต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดในการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) ซึ่งเป็นแนวคิดของการออกแบบที่คำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม

จากข้อมูลผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้งดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปประเด็นปัญหาซึ่งเป็นที่มาของงานวิจัย คือ จะทำการออกแบบสินค้าเครื่องแต่งกายอย่างไรให้ผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย ได้รับความนิยมในการนำมาสวมใส่ในชีวิตประจำวันและแข่งขันกับตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายในปัจจุบันได้ อีกทั้งยังสามารถเสริมสร้างเศรษฐกิจในชุมชนและคงศิลปภูมิปัญญาของท้องถิ่นของผ้าทอในชุมชนนี้ต่อไปอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

9.1.1 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

9.1.1.1 เพื่อหาแนวทางในการสร้างสรรค์ตราสินค้าและออกแบบเครื่องแต่งกายโดยใช้วัตถุดิบหลักจากงานพื้นถิ่น คือผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย ให้เป็นสินค้าที่มีความทันสมัยและสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design)

9.1.1.2 เพื่อเพิ่มช่องทางทางการตลาดให้กับกลุ่มผู้บริโภคได้เลือกใช้ สามารถนำมาสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันได้และสามารถแข่งขันกับตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป (Ready to Wear) ในปัจจุบันได้

9.1.1.3 เพื่อเป็นการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

จากวัตถุประสงค์ของงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น งานวิจัยนี้มีแนวคิดสำคัญในการแก้ปัญหาคือแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน โดยจากการศึกษา แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable Design) มีความหมายคือ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิต การนำไปใช้ การนำกลับมาใช้ใหม่และช่วงหลังการใช้งาน

ผลิตภัณฑ์¹ ซึ่งมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด หรือไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเลย ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจ ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งของการพัฒนาโลกอย่างยั่งยืน ซึ่งมีหลักการสำคัญคือ หลัก 4อาร์ (4Rs) ซึ่งประกอบไปด้วย การลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) การรีไซเคิล (Recycle) และการซ่อมบำรุง (Repair) ในส่วนของการออกแบบสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายตามแนวทางของการออกแบบอย่างยั่งยืนนั้น สอดคล้องกับแนวคิดของอีโคแฟชั่น (Eco-Fashion)

ซึ่งจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการศึกษาตัวอย่างงานออกแบบที่สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนนี้ ผู้วิจัยได้สรุปความยั่งยืนของงานวิจัยนี้ในหลายแง่ด้วยกัน ดังนี้

ความยั่งยืนในแง่ของสิ่งแวดล้อม คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดของเสียที่เกิดจากการผลิต หรือการใช้เส้นใยที่มาจากรธรรมชาติ การใช้สีย้อมจากธรรมชาติ ลดผลกระทบจากสารเคมีทั้งต่อสิ่งแวดล้อมและตัวผู้ผลิตเอง

ความยั่งยืนในแง่ของศิลปวัฒนธรรมชุมชนหรืองานพื้นถิ่น ในงานวิจัยนี้คือ กรณีศึกษาผ้าทอของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย

ความยั่งยืนในแง่ของการใช้งาน คือ ผลิตภัณฑ์มีการตัดเย็บที่ดี มีความสวยงาม สามารถสวมใส่ได้ทุกยุคทุกสมัย ในขณะเดียวกันก็สามารถสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ เป็นการเพิ่มโอกาสการใช้งานของตัวผลิตภัณฑ์เองและเพิ่มรูปแบบของเครื่องแต่งกาย เช่น สามารถสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่นในโอกาสแบบลำลองและยังสามารถสวมใส่เพื่อโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์แบบลำลองได้อีกด้วย เป็นต้น

โดยสามารถสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัยที่สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนตามหลักองค์ประกอบในการออกแบบเครื่องแต่งกายได้ดังตาราง 9.1 ดังนี้

ตารางที่ 9.1 ตารางแสดงแนวแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อตอบสนองต่อแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน

หัวข้อ	แนวทางในการออกแบบ
โครงสร้างเงา	โครงสร้างเงาที่มีลักษณะเรียบง่าย เช่น รูปทรงเรขาคณิต ซึ่งมาจากลักษณะการแต่งกายของคนในชุมชนของอำเภอเวียงเชียงรุ้งที่มีรูปแบบการแต่งกายที่เรียบง่าย สวมใส่สบาย เช่น การนุ่งผ้าซิ่นที่มีลักษณะรูปทรงกระบอก เป็นต้น ผสมกับรูปทรงอิสระ เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ในขณะเดียวกันก็มีความสวยงามและตอบสนองต่อการใช้งานได้ดี

¹ Ibid.

สี	ใช้สีย้อมจากธรรมชาติ ลดการใช้สีเคมีที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
วัตถุดิบ	ใช้เส้นใยจากธรรมชาติที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ฝ้าย ไหม เป็นต้น
	ใช้วัสดุตกแต่งก็เป็นวัสดุที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือเป็นวัสดุจากธรรมชาติเช่นกัน
	ลดการสิ้นเปลืองของวัตถุดิบ ลดเศษเหลือที่เกิดจากการผลิต รวมถึงการใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด
รายละเอียด อื่นๆ	การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความคงทนทั้งในแง่ของการใช้งานและความงาม มีรูปแบบที่ร่วมสมัย สามารถนำไปใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย
	การออกแบบที่สามารถสวมใส่ได้ในหลาย ๆ โอกาส หรือสามารถนำไปสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ ซึ่งช่วยลดการผลิตสินค้าและยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อีกด้วย

ซึ่งนอกจากแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายที่สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนแล้ว ในงานวิจัยนี้เน้นการใช้ผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงรายเป็นวัตถุดิบหลักของงานออกแบบ เพื่อเป็นการต่อยอดและพัฒนาผ้าทอในชุมชนให้คงอยู่ต่อไป โดยผู้วิจัยได้พัฒนาในส่วนของสีย้อม โดยเน้นการใช้สีย้อมธรรมชาติ และส่วนของลายทอ โดยมีทั้งใช้ลายดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับ คือ ลายรังผึ้ง และการประยุกต์หรือดัดแปลงเพื่อสร้างพื้นผิวใหม่ ๆ ให้กับลายทอเดิม เช่น การใช้ขนาดเส้นใยที่แตกต่างกัน การแทรกเส้นด้ายพุ่งเพื่อเพิ่มมิติบนผืนผ้า เป็นต้น

นอกจากนี้การศึกษาและกำหนดตลาดของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและสามารถแข่งขันในตลาดสินค้าแฟชั่นได้ ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคและตลาดของผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค และกำหนดผู้บริโภคเป้าหมายเบื้องต้นที่สอดคล้องกับงานวิจัยคือ กลุ่มสตรีที่มีอายุระหว่าง 33-45 ปี ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ตามหลักทางด้านประชากรศาสตร์ จัดอยู่ในกลุ่มวัยผู้ใหญ่หรือวัยทำงาน อยู่ในกลุ่มเจน-เอ็กซ์ (X-Generation) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2508-2522 เป็นกลุ่มคนวัยทำงานหรือเป็นช่วงวัยที่มีฐานะ มีหน้าที่การงานที่มั่นคง มีรายได้ดี อยู่ในสังคมระดับชนชั้นกลางส่วนบน (Upper-Middle Class) เป็นกลุ่มคนที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ มีการศึกษาดี มีความเป็นอยู่ที่ดี จากนั้นจึงได้ทำการทำแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายจำนวน 50 ชุด เพื่อสำรวจความต้องการเบื้องต้น บุคลิก ลักษณะการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมกรรมการบริโภค โดยพบว่ากลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายส่วนใหญ่ ชอบอยู่กับตัวเอง มีความเรียบง่าย มีความเป็นธรรมชาติสูง รักความสงบ ความเรียบง่าย รักสงบ ชอบความเป็นส่วนตัว มีความมั่นใจในตัวเอง กล้าแสดงออก ชื่นชอบศิลปะ เจ้าระเบียบ ตรงต่อเวลา ชอบความหรูหราแต่เรียบง่าย แสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่ดี ในขณะที่เดียวกับก็ชอบความทันสมัยและต้องการ

สินค้าที่ดีมีคุณภาพ ไม่ดูสูงวัย มีรูปแบบ รายละเอียดบนเสื้อผ้าที่น่าสนใจ คุณภาพการตัดเย็บที่ดี สามารถสวมใส่กับเสื้อผ้าอื่น ๆ ได้ง่าย (Mix and Match) สามารถสวมใส่ได้ตลอดและอยากได้สินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นไม่เหมือนใคร ซึ่งข้อมูลของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายนี้จะเป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายให้มากที่สุด

นอกจากนั้นการกำหนดลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์ก็มีความสำคัญในการสร้างความแตกต่างและสามารถแข่งขันกับตราสินค้าอื่น ๆ ในตลาดเดียวกันได้ โดยจากการศึกษาแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน ผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย และผลสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ผู้วิจัยได้ทำการสรุปและวิเคราะห์ลักษณะเด่นจำเพาะของผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยได้ดังนี้

9.1.2 ลักษณะเด่นจำเพาะของผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย

9.1.2.1 เป็นตราสินค้าที่ตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เน้นแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Sustainable Product) โดยมีความหมายของความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ในแง่ต่าง ๆ คือ **ความยั่งยืนในแง่ของสิ่งแวดล้อม** คือ การไม่ใช้ใช้เคมี ลดของเสียที่เกิดจากจากผลิตโดยใช้ผ้าทออย่างคุ้มค่า การใช้เส้นใยจากธรรมชาติซึ่งเกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าเส้นใยสังเคราะห์หลังหมดอายุการใช้งาน **ความยั่งยืนในแง่ของศิลปวัฒนธรรมชุมชนหรืองานพื้นถิ่น** คือ การนำผ้าทอมือในชุมชนมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการตัดเย็บ การสืบสานภูมิปัญญาด้านการย้อมสีและทอผ้าดั้งเดิมให้ยังคงอยู่ต่อไป โดยมีการปรับเปลี่ยนสีย้อม หรือการแทรกเส้นด้ายพุ่งระหว่างการทอ เพื่อสร้างพื้นผิวและรูปแบบผ้าทอใหม่ ๆ ให้มีความน่าสนใจและทันสมัยขึ้นตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป **ความยั่งยืนในแง่ของการใช้งาน** คือ สามารถใช้ได้ทุกยุคสมัย สวมใส่ได้หลากหลายโอกาส และสามารถสวมใส่กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ง่าย

9.1.2.2 มีลักษณะที่ร่วมสมัย มีรูปแบบที่ผสมผสานระหว่างวิถีชีวิตแบบคนเมืองและกลิ่นอายของงานพื้นถิ่น

9.1.2.3 มีภาพลักษณ์ของเครื่องแต่งกายที่มีความเรียบง่าย ดูสงบนิ่ง แต่ในขณะเดียวกันก็มีรายละเอียดหรือการตกแต่งที่น่าสนใจบนผลิตภัณฑ์

และถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์จะมีลักษณะเด่นจำเพาะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในกลุ่มตลาดเดียวกัน การวิเคราะห์ถึงแนวโน้มแฟชั่น (Trend) ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นเพื่อนำมาเป็นแนวทางประกอบในการออกแบบ จะช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีความทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้น ๆ ได้มากขึ้น ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้วิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นในฤดูใบไม้ร่วง-ฤดูหนาวปี ค.ศ.2014 แล้วนำมาต่อยอดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบ หรือเรื่องราวในคอลเลกชันนั้น ๆ ที่ต้องการจะสื่อสารกับผู้บริโภค โดยมีเกณฑ์ในการเลือกแนวโน้มแฟชั่นและแรงบันดาลใจให้สอดคล้องกับแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน ซึ่งเน้นความเป็นธรรมชาติและเกิดผลกระทบต่อ

ธรรมชาติที่น้อยที่สุด โดยในการออกแบบเครื่องแต่งกายของงานวิจัยนี้ ได้แรงบันดาลใจมาจาก บ้านสวน ความสงบเงียบของเมืองชนบท (Peaceful Bucolic) โดยมีเรื่องราวของสถานที่หรือบ้านริมแม่น้ำที่มีสระบัว มีต้นไม้และพรรณไม้ต่าง ๆ ที่อุดมสมบูรณ์ มีความเงียบสงบ เรื่องราวของธรรมชาติ ความเรียบง่าย แสดงเนื้อแท้ของวัสดุ การประกับตกแต่งที่มีความร่วมสมัย มีทั้งของเก่าแบบดั้งเดิมหรืองานพื้นถิ่นและของที่มีการออกแบบที่มีความร่วมสมัย ให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลาย สงบนิ่ง และเรียบง่าย และมีกลิ่นอายของความเป็นไทยพื้นถิ่น เช่น ลายผ้าหรือลักษณะของการผูก การป้ายทาบตามแบบการแต่งกายของไทยพื้นถิ่น เป็นต้น โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกาย เช่น โครงร่างเงา สี ลวดลาย วัสดุ และรายละเอียดบนเสื้อผ้าที่สำคัญ เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบร่าง (Sketch) คอลเลกชันของงานวิจัย ก่อนจะทำการขึ้นผ้าดิบ และนำไปผลิตโดยใช้วัตถุดิบจริง จนได้ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายสตรีสำหรับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายจำนวน 8 ชุด โดยแบ่งออกเป็น ชุดลำลองทางการ ชุดลำลองปาร์ตี้ ซึ่งในกลุ่มตลาดสินค้าเครื่องแต่งกาย ตราสินค้าคู่แข่งที่เน้นการใช้เส้นใยธรรมชาติมักมีรูปแบบเครื่องแต่งกายเป็นแบบลำลอง-ลำลองเป็นส่วนใหญ่ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยสามารถเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคและเสริมช่องว่างทางการตลาดได้ อีกทั้งสามารถตอบสนองต่อผู้บริโภคเป้าหมายที่มีความทันสมัยและสามารถสวมใส่ได้จริงในชีวิตประจำวันตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

9.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้รูปแบบเครื่องแต่งกายสตรีที่ผลิตจากผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย โดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนนี้ ได้เกิดผลกระทบขึ้นในหลายส่วนด้วยกัน กล่าวคือ ช่วยสืบสานงานพื้นถิ่นหรือศิลปะชุมชนให้ยังคงอยู่ต่อไป ทั้งการนำมาใช้ต่อโดยตรงและการนำมาปรับแต่งเพิ่มเติมบางส่วนเพื่อสร้างความน่าสนใจใหม่ ๆ ให้กับผู้บริโภค และเข้ากับกระแสแนวโน้มแฟชั่นที่เปลี่ยนไป โดยทางอ้อมยังเป็นการสร้างงานและรายได้เสริมให้กับคนในชุมชนอีกด้วย หรือแนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนซึ่งเป็นแนวทางในการออกแบบที่คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้สีย้อมธรรมชาติ การใช้เส้นใยจากธรรมชาติ เช่น ฝ้าย หรือ ไหม เป็นต้น ซึ่งนอกจากจะเป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยสืบสานวัฒนธรรมและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังเป็นการสร้างลักษณะเด่นจำเพาะให้กับผลิตภัณฑ์ ให้เกิดความแตกต่างจากตราสินค้าคู่แข่งอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ตาม รูปแบบของเครื่องแต่งกายก็มีความสำคัญ เช่น รูปแบบเครื่องแต่งกายที่ตามกระแสแนวโน้มแฟชั่น หรือรูปแบบเครื่องแต่งกายที่มีความคลาสสิกสามารถสวมใส่ได้ตลอดทุกยุคสมัย เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและแข่งกันกับตราสินค้าอื่น ๆ ในกลุ่มตลาดเดียวกันได้

นอกจากนี้ในวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ.2557 นี้ได้มีการจัดงานแสดงผลงานของนิสิตปริญญาโท สาขาแพชชั่นและสิ่งทอ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในชื่องานว่า Phenomenal Reality ที่ห้างสรรพสินค้าสยามดีสคัฟเวอรี ซึ่งผู้วิจัยได้นำเอาผลงานของงานวิจัยบางส่วนจำนวน 6 ชุดจากผลงานวิจัยทั้งหมด 8 ชุดที่ได้เข้าร่วมแสดงผลงานด้วย นำไปสอบถามความคิดเห็นเบื้องต้นจากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายซึ่งเป็นสตรีที่มีอายุระหว่าง 33-45 ปีจำนวน 15 คน โดยในแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจให้ผู้บริโภครีบตอบแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยมีระดับของคะแนนเพื่อนำมาหาค่าเฉลี่ย โดยรายละเอียดดังนี้

ระดับคะแนนต่อผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยแบ่งออกเป็น

ช่วงระดับคะแนน 0.50 – 1.50 เห็นด้วยน้อยที่สุด

ช่วงระดับคะแนน 1.51 – 2.50 เห็นด้วยน้อย

ช่วงระดับคะแนน 2.51 – 3.50 เห็นด้วย

ช่วงระดับคะแนน 3.51 – 4.50 เห็นด้วยมาก

ช่วงระดับคะแนน 4.51 – 5.00 เห็นด้วยมากที่สุด

โดยมีผลของการสำรวจในวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยและสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันมีค่าเฉลี่ย คือ 4.20

ผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยสามารถเป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ย คือ 4.50

ผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยมีส่วนช่วยส่งเสริมงานศิลปะของชุมชนมีค่าเฉลี่ย คือ 4.80

ซึ่งจากการสำรวจความคิดเห็นเบื้องต้นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย ผู้บริโภคเป้าหมายเห็นด้วยว่าผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยมีความทันสมัยและสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน สามารถเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภคและช่วยส่งเสริมงานศิลปะของชุมชนได้ อย่างไรก็ตามเป็นเพียงการสำรวจความคิดเห็นเบื้องต้นของงานวิจัยซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายเพียง 6 ชุดจากเครื่องแต่งกายทั้งหมด 8 ชุด

9.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยการออกแบบเครื่องแต่งกายจากผ้าทอมือของอำเภอเวียงเชียงรุ้ง จังหวัดเชียงราย โดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืนนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในงานวิจัยดังนี้

9.3.1 งานวิจัยนี้เป็นแนวทางหนึ่งในการออกแบบเครื่องแต่งกายจากผ้าทอมือในชุมชนของไทย โดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน เพื่อให้ผู้ประกอบการ นักออกแบบ ให้ตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการออกแบบ รวมถึงการต่อยอดงานศิลปะพื้นบ้านของไทยให้ยั่งยืนควบคู่ไปกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ ที่มีความทันสมัยขึ้น

9.3.2 การออกแบบเครื่องแต่งกายจากผ้าทอมือของไทยควรพัฒนาควบคู่ไปกับการหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของผ้าทอของไทยให้มีคุณภาพมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึงตลอดสิ้นอายุขัยของผลิตภัณฑ์



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รายการอ้างอิง

Black, Sandy. *The Sustainable Fashion Handbook*. 1 ed. London: Thames & Hudson Ltd., 2012.

Doitung Development Project, "Doitung Sustainable Design คืออะไร"
http://www.doitung.org/news_events.php?id=174 (accessed 31 สิงหาคม 2556).

Eiwlee Industrial Co., Ltd., "Zappapy Environmentally Friendly" <http://www.zappaya.com>
(accessed 22 สิงหาคม 2556).

korakot international ltd., part, "Korakot International Limited Partnership"
<http://www.korakot.net/about/about.htm> (accessed 22 สิงหาคม 2556).

Learning by Doing, "การพัฒนาที่ยั่งยืน" <https://sites.google.com/site/arbaloover/rayngan-phuthth-sersthsastr/bth-thi6-kar-prayukt-chi/kar-phathna-thi-yang-yun> (accessed 10 สิงหาคม 2556).

ttistextiledigest.com, "“โมเดิร์น ไทยซิลค์” เตรียมพลิกโฉมไหมไทยสู่สากล", ttistextiledigest.com
<http://www.ttistextiledigest.com/news/fabrics/item/5161> (accessed 8 มกราคม 2557).

เฉลิมพล ไชยรัตน์ชัชวาลย์, "Eco-Textile ธุรกิจที่ได้ทั้งกำไรและได้ใจ", ttistextiledigest.com
<http://www.ttistextiledigest.com/articles/industry-outlook/item/1041-eco-textile>
(accessed 8 มกราคม 2557).

เฉลิมพล ไชยรัตน์ชัชวาลย์, "Eco Textiles - Green Market เปิดตลาดสินค้าสีเขียวรับกระแสรักษ์โลก",
ttistextiledigest.com <http://www.ttistextiledigest.com/articles/textile-insighttrend/item/2591-eco-textiles-green-market.html> (accessed 8 มกราคม 2557).

เชียงรายโพกัส, "ข้อมูลอำเภอเวียงเชียงรุ้ง"
<http://www.chiangraifocus.com/2010/aumpher.php?aid=7> (accessed 23 สิงหาคม 2556).

โครงการวิถีไทยก้าวไกลสู่แฟชั่น, "การผลิตผ้าทอมือ", โครงการวิถีไทยก้าวไกลสู่แฟชั่น สถาบันพัฒนา
อุตสาหกรรมสิ่งทอ
http://www.thaitextile.org/grandliving/content.php?id=ARC130821102120&act_type=358&content=article (accessed 8 มกราคม 2557).

- โครงการวิถีไทยก้าวไกลสู่แฟชั่น, "ประเภทของผ้าไหม", โครงการวิถีไทยก้าวไกลสู่แฟชั่น สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
http://www.thaitextile.org/grandliving/content.php?id=ARC130819171131&act_type=358&content=article (accessed 8 มกราคม 2557).
- โครงการวิถีไทยก้าวไกลสู่แฟชั่น, "ศิลปะการทอผ้าพื้นเมืองของไทยในปัจจุบัน", โครงการวิถีไทยก้าวไกลสู่แฟชั่น สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
http://www.thaitextile.org/grandliving/content.php?id=ARC130819173246&act_type=358&content=article (accessed 8 มกราคม 2557).
- ไทยแคทวอล์ก, "Contemporary Fashion Contest 2013" <http://thaicatwalk.com/?p=42325> (accessed 16 มิถุนายน 2556).
- กรมศิลปากร. ผ้าทอพื้นเมืองภาคเหนือ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ดอกเบญจ, 2547.
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, "กระทรวงเกษตรฯ จับมือพันธมิตร รณรงค์ใส่ผ้าไหมไทย มุ่งมั่นสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม ควบคู่สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้เกี่ยวกับผ้าไทย" http://www.moac.go.th/ewt_news.php?nid=6589&filename=NFC (accessed 11 กรกฎาคม 2554).
- กลุ่มทอผ้าไหมบ้านเนินไทรพัฒนา. การอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ (เชิงราย).
- ข่าวสดออนไลน์, "กรม.ปู ชูผ้าไทย สู้วิกฤตพลังงาน" http://www.khaosod.co.th/view_news.php?newsid=TUROc1IXUXdNVEV5TURNMU5nP T0= (accessed 16 มิถุนายน 2556).
- คณะกรรมการบริหารศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (สวทช), "Ecodesign คืออะไร" <http://www.mtec.or.th/ecodesign2012/> (accessed 10 สิงหาคม 2556).
- ชไมพร มิตินันท์วงศ์. "การสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีสำเร็จรูปเพื่อสวมใส่ได้หลากหลายโอกาสโดยใช้แนวทางอีโคแฟชั่น (Eco Fashion)." จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.

ชาญชัย สิริเกษมเลิศ, "นวัตกรรมสิ่งทอสีเขียว : Eco-Innovative Textiles", สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
http://www.thaitextile.org/environment/article_envi.php?id=ARC0120209150733
 (accessed 8 มกราคม 2557).

ทองมูข บุตรวงศ์. "ผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง." edited by ปรัชญ์ หาญกล้า, 2556.

ทิตกร สอนภาษา, "เอกลักษณ์-อัตลักษณ์"
<http://www.nationejobs.com/citylife/content.php?ContentID=1451> (accessed 16
 มิถุนายน 2556).

ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์ and วชิราภรณ์ วรพงศ์พัฒนา. รายงานการวิจัยโครงการวิจัยแบบบูรณาการเพื่อ
 พัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจชุมชนในเขตภาคเหนือ สู่ระดับสากลอย่างยั่งยืน (*Unseen Otop*).
 กลุ่มทอผ้าไหม บ้านเนินไทรพัฒนา, 2551.

พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. การออกแบบและพัฒนาแฟชั่นและมันทนภัณฑ์ กรุงเทพมหานคร: วิสคอมเซ็น
 เตอร์, 2550.

พัชชา อุทิศวรรณกุล. เอกสารประกอบการสอน *Fashion and Merchandise* การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น.
 กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาานฤมิตศิลป์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พัน บุญสิงห์. "ผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง." edited by ปรัชญ์ หาญกล้า, 2556.

รถ เดชทัน. "ผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง." edited by ปรัชญ์ หาญกล้า, 2556.

วิชาการ.คอม, "Eco Design เพื่อโลก (เพื่อเรา)" <http://www.vcharkarn.com/varticle/40878>
 (accessed 10 สิงหาคม 2556).

วิถี พาณิชพันธ์. ผ้าและสิ่งถักทอไท. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์ซิลค์เวอร์ม.

ศิริรัตน์ ภากรรักษา. "ผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง." edited by ปรัชญ์ หาญกล้า, 2556.

ศูนย์วิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอ, "โอกาสของธุรกิจ“สีเขียว”กับอุตสาหกรรมสิ่งทอ", สถาบันพัฒนา
 อุตสาหกรรมสิ่งทอ
http://www.thaitextile.org/environment/article_envi.php?id=ARC0120209153212
 (accessed 8 มกราคม 2557).

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, "ทิศทางตลาดสิ่งทอสีเขียว", สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
http://www.thaitextile.org/environment/article_envi.php?id=ARC0120221093954
 (accessed 8 มกราคม 2557).

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, "“รังสรรค์สิ่งทอไทยอย่างไร? สู่ความยั่งยืน” : How to Sustain Thai Textile
 Industries through Creative Textiles", สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
http://www.thaitextile.org/environment/article_envi.php?id=ARC0120220170115
 (accessed 8 มกราคม 2557).

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, "สินค้าฉลาดเขียว", สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
http://www.thaitextile.org/environment/article_envi.php?id=ARC0120209151904
 (accessed 8 มกราคม 2557).

สน สีมাত্রัง, มาลินี วิกรานต์, สมพงษ์ แสงอร่ามรุ่งโรจน์, สุรศักดิ์ รอดเพราะบุญ, ศศิวรรณ ดำรงศิริ
 and กนกอร สว่างศรี. ช่างทอ ร้อยใจ เทิดไท้องค์ราชัน ๗๒ พรรษา. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สยามทองกิง
 จำกัด, 2548.

สนั่น บุญลา, "การพัฒนาคุณภาพผ้าทอมือ", โครงการวิถีไทยก้าวไกลสู่แฟชั่น สถาบันพัฒนา
 อุตสาหกรรมสิ่งทอ
http://www.thaitextile.org/main/content.php?content_id=ARC130820115824&content_type=article (accessed 8 มกราคม 2557).

สมภาร ลาวิราช. "ผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้ง." edited by ประชัญ หาญกล้า, 2556.

สาระดีดี.คอม, "พฤติกรรมผู้บริโภค Gen B, Gen X, Gen Y และ Gen M" http://sara-dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=227:consumer-%20behavior-gen- (accessed 20 สิงหาคม 2556).

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. นีคือ..ผ้าทอพื้นบ้าน โครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการ การกำหนด
 มาตรฐานผ้าทอพื้นเมืองเพื่อสิ่งแวดล้อม. เชียงใหม่: หจก.วนิดาการพิมพ์, 2548.

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, "Ecodesign การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิต
 ที่ยั่งยืน" <http://www.nstda.or.th/news/419-ecodesign> (accessed 10 สิงหาคม 2556).

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, "กรณีศึกษา Eco Shop การสร้างความต่างในกิจการ
 สีเขียว" <http://www.nstda.or.th/news/12709-nstda> (accessed 8 มกราคม 2557).

สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ, "การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค"

<http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=2208.0> (accessed 23 สิงหาคม 2556).

สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง, "เครื่องแต่งกาย Costume"

<http://www.lib.ru.ac.th/journal/clothing.html> (accessed 16 มิถุนายน 2556).

สุจิต บัวพิมพ์, "การเก็บรักษาและการใช้ผ้าไทยอย่างถูกวิธี", โครงการวิถีไทยก้าวไกลสู่แฟชั่น สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

http://www.thaitextile.org/grandliving/content.php?id=ARC130819180008&act_type=358&content=article (accessed 8 มกราคม 2557).

สุวิทย์ วงศ์จุริราพาณิชย์. ดีไซน์...เปลี่ยนโลก *Sustainable Design*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, 2554.

หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์, "ผลสำรวจหญิงไทยอายุ 25-34 ใช้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น"

<http://www.ryt9.com/s/tpd/921385> (accessed 16 สิงหาคม 2556).

อาศิรา พนาราม, "คุยกับชนิตา ปรีชาวิทยากุลแห่ง Senada ว่าด้วยการสร้างแบรนด์และการผลักดันธุรกิจแฟชั่นไทยให้พัฒนา", ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ <http://www.tcdc.or.th/src/14972/www-tcdcconnect-com/> (accessed 8 มกราคม 2557).



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ในส่วนนี้จะได้กล่าวถึงข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเตรียมเส้นใยฝ้ายและไหม ซึ่งเป็นวิธีการแบบดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ ผ้าทอในอำเภอเวียงเชียงรุ้งนี้ แม้จะมีลวดลายสีสันทันหลากหลายแต่วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการทอผ้าเป็นส่วนใหญ่คือ ฝ้ายและไหม ซึ่งขั้นตอนในการเตรียมเส้นใยฝ้ายและไหมก่อนนำเส้นด้ายไปทอเป็นผืนผ้านั้นมีกระบวนการต่างกันเล็กน้อย โดยมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการเตรียมเส้นใยดังนี้

1. อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิตเส้นใย¹

อุปกรณ์เครื่องมือในการเตรียมเส้นใยส่วนมากทำจากไม้หรือไม้ไผ่ ซึ่งเป็นวัสดุที่ทำขึ้นเองและหาได้ในท้องถิ่น ได้แก่ อี้ว ไม้ตีดฝ้าย คันตีด ไม้ล้อฝ้าย หลาหรือโน ไม้เปีย กงและหลักตีนกง อัก ไม้ตอนอัก หลักคัน เป็นต้น

1.1 อี๊ดฝ้าย เป็นอุปกรณ์ในการแยกเมล็ดฝ้ายออกจากปุยฝ้าย มีลูกทึบทำด้วยไม้ 2 ท่อนเป็นเกลียวบิดคล้ายสว่านยึดติดกับหลัก 2 ข้าง ท่อนล่างยื่นออกไปมีมือหมุนเรียก แขนอี้ว นำปุยฝ้ายใส่เข้าไปในลูกทึบแล้วหมุน ลูกทึบจะแยกเมล็ดออกจากปุยฝ้าย



รูปที่ 1 อี๊ดฝ้าย

ที่มา : www.m-culture.in.th/

1.2 ไม้ตีดฝ้ายและคันโด้ง เป็นอุปกรณ์ในการผลิตเส้นใยฝ้าย โดยนำฝ้ายมาตีตีดให้ขึ้นปุยในกระเปียดที่มีลักษณะคล้ายตะกร้า การตีดฝ้ายจะทำในกระเปียดโดยใช้คันโด้งที่มีลักษณะคล้ายคันธนูเป็นตัวตีดให้ฝ้ายขึ้นปุย

¹ กรมศิลปากร.



รูปที่ 2 ไม้ตีฝ้ายและคันไต้ง

ที่มา : www.google.com

1.3 ไม้ล้อฝ้าย ประกอบด้วยไม้สองชิ้นใช้สำหรับม้วนพับฝ้ายที่ตีแล้วให้เป็นหลอด โดยการแบ่งฝ้ายออกเป็นแผ่นขนาดประมาณฝ่ามือแผ่นบนแผ่นกระดาน วางไม้ไผ่กลมลงกลางแผ่นแล้วคลึงม้วนพับไม้ให้แน่น จากนั้นถอดไม้ออกจะได้ฝ้ายเป็นหลอด ใช้ผ้าห่อให้แน่นเพื่อไม่ให้หลอดฝ้ายฟูขึ้นเพราะจะทำให้เข็นยาก



รูปที่ 3 ไม้ล้อฝ้าย

ที่มา : <http://www.openbase.in.th/node/5621>

1.4 หลาหรือไฉ สามารถนำไปใช้ได้ทั้งกับฝ้ายและไหม ถ้าใช้กับฝ้ายเป็นอุปกรณ์สำหรับใช้เพื่อเข็นหรือกรอฝ้ายจากฝ้ายให้เป็นเส้น และใช้ปั่นหลอดเพื่อทำเป็นเส้นพุ่ง ถ้าใช้กับไหมจะใช้เพื่อเข็นหรือปั่นไหม 2 เส้นเรียกว่า เข็นควบ หรือใช้แกว่งไหมเพื่อเก็บส่วนที่เป็นปมหรือขี้ไหมออกจากเส้นไหม และใช้ปั่นหลอดเพื่อทำเส้นพุ่งเช่นเดียวกับฝ้าย หลามีวงล้อทางขวามือยึดติดกับหลัก 2 หลัก มีที่จับเพื่อให้วงล้อหมุนเรียก แขนหลา มีไม้ทำเป็นคานออกไปซ้ายมือยาวประมาณ 80-100 เซนติเมตร มีไม้แผ่นเล็ก ๆ ติดอยู่ที่ปลายไม้เรียกว่า หัวหลา ที่หัวหลาจะยึดติดอยู่กับเหล็กปลายแหลมยาว

ประมาณ 15 เซนติเมตร เรียกว่า เหล็กไน ระหว่างเหล็กไนกับังวงล้อมีเชือกคล้องเรียกว่า สายหลา เมื่อวงล้อมุนเหล็กไนกัก็จะหมุนด้วย ปุยฝ้ายหรือไหมที่เส้นหรือกรอเป็นเส้นแล้วจะอยู่ที่เหล็กไนนี้



รูปที่ 4 หลาหรือไน

ที่มา : <http://www.openbase.in.th/node/5621>

1.5 เฝียน เป็นอุปกรณ์สำหรับกรอด้วยเพื่อนำไปโวนทำเส้นยืน

1.6 ไม้เปียด้าย ทำด้วยไม้ลักษณะแบน กว้างประมาณ 2 เซนติเมตร ยาวประมาณ 30-50 เซนติเมตร ที่ปลายมีไม้ปิดหัวท้ายยาวประมาณด้านละ 30 เซนติเมตร ใช้สำหรับเปียฝ้ายที่เส้นเป็นเส้นแล้วออกจากเหล็กไนทำให้เป็นใจหรือเซ็ด



รูปที่ 5 ไม้เปียด้าย

ที่มา : <http://app1.bedo.or.th/fabric/EN/ToolInfo.aspx?id=10>

1.7 กงและหลักตีนกง เป็นอุปกรณ์กรอเส้นใยฝ้ายหรือไหม โดยใส่ใจฝ้ายหรือไหมลงไปกรอ



รูปที่ 6 กงและหลักตีนกง

ที่มา : <http://www.phusing.com/?name=knowledge&file=readknowledge&id=27>

1.8 กวักและไม้คองกวัก ใช้กวักเส้นใยฝ้ายหรือไหมออกจากกงเพื่อนำไปคั่นทำเส้นยืน



รูปที่ 7 กวักและไม้คองกวัก

ที่มา : <http://arcm.rmu.ac.th/newlocaldb/stdlocal/2554/chumrone/hb.html>

1.9 เฝียขอ เป็นอุปกรณ์สำหรับคั่นเส้นใยที่กวักแล้วเพื่อทำเป็นเส้นยืน ใช้ทั้งกับฝ้ายและไหม เป็นกรอบไม้สี่เหลี่ยม คานไม้ที่อยู่ทางซ้ายและขวาจะมีไม้เล็ก ๆ ปักเป็นหลักอยู่เป็นระยะตลอดคานหลักแต่ละอันห่างกันประมาณ 20 เซนติเมตร



รูปที่ 8 เฝียขอ

ที่มา : <http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=sleeping-prince&group=17>

2.ฝ้าย

ฝ้ายเป็นที่นิยมในการทอผ้าพื้นบ้านของไทย มีกรรมวิธีในการทำเส้นใย การฟอกย้อมไม่ยุ่งยากซับซ้อนเหมือนไหม และดูดีมีสีสันธรรมชาติได้ดี ฝ้ายในประเทศไทยที่นิยมนำมาใช้ในการทอผ้ามี 2 ชนิดคือ พันธุ์ที่ให้ปุ๋ยฝ้ายสีน้ำตาลและพันธุ์ที่ให้ปุ๋ยฝ้ายสีขาวนวล

2.1 การเตรียมเส้นใยฝ้าย ต้นฝ้ายจะเริ่มปลูกในช่วงต้นฤดูฝน ประมาณ 6-7 เดือนก็จะได้สมอหรือฝักที่แก่เก็บได้ การเก็บจะคัดเอาแต่ปุ๋ยที่มีเมล็ดติด ฝักแตกจนแห้งแล้วนำมาอัดหรือหีบเพื่อเอาเมล็ดออก เมื่อได้จำนวนมากพอจึงนำไปใส่ในกะเพียด ใช้คันไถหรือไม้ตี ตีให้เป็นปุย นำมาแผ่เป็นแผ่นแล้วนำมาม้วนเป็นหลอดด้วยไม้ล้อฝ้าย จากนั้นนำไปเข้าเครื่องหลาหรือไนเพื่อปั่น ดึงหลอดฝ้ายให้กลายเป็นเส้นใยหรือเส้นด้ายเรียกว่า เซ็นฝ้าย เมื่อเส้นด้ายมีจำนวนมากพอจะนำมารวมกันเป็นกลุ่มก้อนหรือเป็นปอยที่เรียกว่า ทำเซ็ด ทำโจ โดยใช้ไม้เปียด้าย แล้วจึงนำไปเข้าสู่การย้อมสีก่อนนำไปทอต่อไป²

3.ไหม

ไหมที่ใช้ในชุมชนเป็นพันธุ์พื้นเมืองเป็นส่วนใหญ่ เส้นใยไหมมีสีเหลือง มีความแข็งแรงทนทานเหมาะกับสภาพอากาศร้อน

3.1 การเตรียมเส้นใยไหม³ ในการเตรียมเส้นใยไหมนั้นจะมีขั้นตอนและกระบวนการที่ยุงยากซับซ้อนกว่าฝ้าย เริ่มตั้งแต่การปลูกหม่อนสำหรับเลี้ยงไหม ต้นหม่อนจะใช้เวลาปลูกประมาณ 3-5 เดือนถึงจะใช้เลี้ยงไหมได้ การปลูกต้นหม่อนนิยมปลูกในช่วงต้นฤดูฝน การบำรุงรักษาต้นหม่อนคือ การพรุนดิน ให้ปุ๋ย กำจัดวัชพืชและการตัดแต่งกิ่งเพื่อให้ต้นหม่อนได้รับแสงแดดเต็มที่ การเก็บใบหม่อนเลี้ยงไหมนั้นมีวิธีการ คือ เก็บใบอ่อนสำหรับไหมตัวอ่อน และใบหม่อนแก่หรือใบล่างสำหรับไหมที่มีอายุขึ้น หรือเก็บเพียงครึ่งล่างครึ่งบนของต้น ปล่อยให้ใบติดลำต้นไว้

ในส่วนของตัวไหมนั้นในชุมชนได้ใช้พันธุ์ไหม ก.ข.ก. 10⁴ ซึ่งสามารถต้านทานโรคสูงโดยมีขั้นตอนในการเลี้ยง ดูแลไหมดังนี้

3.1.1 ขั้นที่ 1 ระยะที่เป็นไข่ เริ่มตั้งแต่แม่ผีเสื้อวางไข่และฟักเป็นตัวอ่อนใช้เวลาประมาณ 9-12 วัน

3.1.2 ขั้นที่ 2 ระยะตัวหนอน ซึ่งระยะนี้ตัวอ่อนสามารถกินได้เลย ในช่วงนี้ตัวหนอนไหมจะกินใบหม่อนสลักกับการนอนเป็นช่วงประมาณ 4-5 ช่วง โดยใช้เวลาประมาณ 20-25 วัน หลังจากนั้นตัวหนอนไหมจะเปลี่ยนจากสีขาวเป็นเหลืองใสเรียกว่า ตัวสุก ซึ่งจะไม่กินอาหารอีกต่อไป ผู้เลี้ยงไหมจะเก็บตัวสุกใส่จ่อ ซึ่งเป็นกระดังขนาดใหญ่ มีไส้ขดเป็นวงกลมซ้อนกันเป็นชั้นเพื่อให้ตัวสุกชักใย แล้วใช้ผ้าคลุมกันตัวไหมออกจากจ่อ

3.1.3 ขั้นที่ 3 ระยะดักแด่ หลังจากเก็บตัวสุกเข้าจ่อแล้วตัวสุกจะเริ่มชักใยเพื่อทำรัง โดยใช้เวลาประมาณ 1-2 วันจะทำรังเสร็จ จากนั้นจะนำรังไหมออกมาฝัด เพื่อเตรียมนำไปสาวไหมต่อไป

² ibid.

³ ibid.

⁴ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านเนินไทรพัฒนา.

3.2 ขั้นตอนการสาวไหม การสาวไหมเริ่มจากการนำรังไหมที่ผึ่งแดดแล้วมาต้มในหม้อน้ำ ใช้ไม้หีบซึ่งเป็นไม้ยาวประมาณ 70-90 เซนติเมตร มีปลายด้านหนึ่งเป็นง่าม เขี่ยรังไหมให้จมน้ำ จากนั้นจึงดึงเส้นไหมออกจากรัง ให้เส้นไหมผ่านง่ามไม้หีบขึ้นไปร้อยกับรอกแขวนหรือพวงสาว ที่ยึดกับปากหม้อ แล้วดึงเส้นไหมผ่านรอกลงในกระบุงหรือตะกร้า โดยต้องคอยเติมรังไหมในหม้อต้มน้ำ โดยไหมที่ได้จะแตกต่างกันดังนี้

3.2.1 ไหมล่งหรือไหมเลย คือ การสาวไหมครั้งเดียวจนใยไหมหมดจากรังไหม เส้นใยใหญ่ คุณภาพปานกลาง

3.2.2 ไหมเปลือกนอกหรือไหมลืบ คือ การสาวไหมเอาเฉพาะเปลือกนอกแล้วพักรังไหมทิ้งไว้ ไหมที่ได้จะแข็ง มีความมันวาวน้อย คุณภาพน้อยกว่าไหมเลย

3.2.3 ไหมน้อย เป็นไหมเส้นเล็กที่สุด มีความมันวาว เป็นการนำรังไหมลืบที่พักไว้มาสาวไหมต่อ

3.2.4 ไหมซี้กระเพย เป็นไหมชั้นในสุด เป็นเปลือกที่หุ้มดักแต่ไว้ด้วย เส้นไหมที่ได้จะเต็มไปด้วยเปลือกดักแต่ที่มีลักษณะเป็นปุ่มปม หรือที่เรียกว่า ซี้ไหม

อย่างไรก็ตามหลังจากที่สาวไหมแล้วเส้นไหมที่ได้มักเป็นเส้นใยที่แข็งกระด้าง จึงมักนำไปฟอกด้วยน้ำด่างให้เส้นใยไหมนิ่ม และมีสีขาวขึ้น

3.3 การฟอกเส้นไหม การฟอกเส้นไหม มีทั้งการใช้สารเคมีและน้ำด่างธรรมชาติ ซึ่งในงานวิจัยนี้เน้นการใช้น้ำด่างจากธรรมชาติโดยเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาโดยการนำเอาวัสดุท้องถิ่นที่มีอยู่เช่น ก้านมะพร้าวแห้ง กาบกล้วยแห้ง เปลือกจิ้งหรีดแห้ง เปลือกขุ่น โดยนำมาเผาให้เป็นขี้เถ้า กรองเอาน้ำใสเรียกว่า เตอะ ใช้เป็นน้ำด่างในการฟอก โดยน้ำด่างจะมีความลื่นหรือนำมาตะที่ลื่นแล้วรู้สึกสแบลันแสดงว่าน้ำด่างสามารถนำไปใช้ได้ ขั้นตอนในการฟอกไหมมีดังนี้

3.3.1 เตรียมเส้นไหมโดยใช้เชือกฟอกรัดไหมเป็นปอย

3.3.2 นำปอยไหมใส่ในถุงเพื่อกันเส้นไหมพันกันและเส้นไหมแตก ใช้ผ้ารัดปากถุงให้แน่น

3.3.3 ต้มน้ำให้เดือดนำน้ำด่างผสมกับสบู่บดให้ละเอียด คนน้ำด่างและสบู่ให้เข้ากัน แล้วนำเส้นไหมที่เตรียมไว้ลงไปต้ม กลับด้านเส้นไหมไปมาเพื่อให้ น้ำด่างทั่วเส้นไหม ต้มทิ้งไว้ประมาณ 45 นาที เสร็จแล้วนำเส้นไหมมาล้างในน้ำสะอาด

3.3.4 นำเส้นไหมที่ล้างน้ำแล้วมากระตุกให้เส้นไหมเรียบตึงและตากให้แห้งสนิท

3.3.5 นำเส้นไหมที่กระตุกแล้วเกลียวเป็นปอยเก็บไว้ในตุ้มมัดขีดเพื่อป้องกันความชื้นและแมลงกัดเส้นใย

น้ำด่างและน้ำล้างน้ำด่างนำไปทิ้งโดยผ่านบ่อบำบัดน้ำเสีย เส้นไหมที่ฟอกแล้วจะมีสีขาวขึ้น นุ่มขึ้นพร้อมที่จะนำไปย้อมสีหรือนำไปทอเป็นผืนผ้าต่อไป

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ นามสกุล นายปรัชญ์ หาญกล้า
วัน เดือน ปีเกิด 9 สิงหาคม พ.ศ.2526
วุฒิการศึกษา สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ.2550
ประวัติการทำงาน
ปี พ.ศ.2554-2556
พนักงานตำแหน่ง ดีไซน์เนอร์ บริษัท ไหมทอง จำกัด
ปี พ.ศ.2553-2554
ศึกษาที่ สถาบันออกแบบนานาชาติचनाพัฒนา
ปี พ.ศ.2550-2552
พนักงานตำแหน่ง สถาปนิก บริษัท ดีไซน์ 103 อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
ปี พ.ศ.2550
ฝึกงานตำแหน่งสถาปนิก Dorin Stefan Birou de Architectura, Romania
ติดต่อ อีเมล : prach_hankla@hotmail.com