



รายงานการวิจัยและนวัตกรรมฉบับสมบูรณ์

เรื่อง

การพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C - K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัย

กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

Development From Concept of C-K Theory towards *Contemporary* Cultural Capital

Fashion Goods Identity

Case Study : Sabai Mon, Pathum Thani Province

โดย

อาจารย์ ดร.พรนารี ชัยดิเรก

เอกการออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ได้รับทุนสนับสนุนจากเงินงบประมาณรายได้ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประจำปีงบประมาณ 2564

สิงหาคม 2565

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C – K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย
กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี เป็นงานวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนจากเงินงบประมาณรายได้ คณะ
ศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีงบประมาณ 2564 โดยเริ่มงานวิจัย ตั้งแต่ปี
พ.ศ. 2564 และสิ้นสุดงานวิจัย ปี พ.ศ. 2565 และมีหัวหน้าโครงการ คือ อาจารย์ ดร.พรนารี ชัยดิเรก เป็น
ผู้วิจัยหลัก

โครงการวิจัยนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์จากทุกท่านที่ให้ข้อมูลในการ
สัมภาษณ์และใช้เครื่องมืองานวิจัยต่าง ๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณหน่วยงานและผู้ให้ข้อมูลและความกรุณาใน
การสละเวลาทุกท่าน อันประกอบด้วย วัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านสไบ
มอญและทุนวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี อาจารย์และผู้เชี่ยวชาญด้านด้านการออกแบบเรขศิลป์และการ
ออกแบบสินค้าแฟชั่นจากหลายสถาบัน กลุ่มผู้นิยมผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม กลุ่มอาจารย์
และนิสิตในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์
รังสิต จังหวัดปทุมธานี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลงานวิจัยจากโครงการนี้จะทำให้เกิดการยกระดับและพัฒนาสินค้าผ้า
สไบมอญ รวมถึงได้องค์ความรู้ในการนำผ้าสไบมอญไปผลิตเป็นสินค้าแฟชั่นรูปแบบอื่นๆ ที่แสดงถึงอัต
ลักษณ์สินค้าทุนวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี หรือนำไปพัฒนาต่อยอดกับผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทอื่น ๆ ซึ่ง
ทำให้มีการยกระดับและพัฒนาสินค้าทุนวัฒนธรรมมากขึ้น เป็นการต่อยอดภูมิปัญญาพื้นถิ่น ยกระดับสินค้า
ภายในชุมชน สร้างรายได้ที่มั่นคงมากขึ้นให้แก่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าภายในจังหวัดปทุมธานี ส่งผลให้กลุ่มผู้ผลิต
สไบมอญภายในจังหวัดมีความเป็นอยู่คุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนที่ดีขึ้น

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการวิจัย การพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C – K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษา ทบทวน รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับผ้าสไบมอญและทุนทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ของจังหวัดปทุมธานี สำหรับนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบสร้างสรรค์ร่วมกันให้เกิดผลิตภัณฑ์สินค้ารูปแบบใหม่ที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยของจังหวัดปทุมธานีได้ 2) เพื่อศึกษาทฤษฎี C – K และแนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ให้เกิดสินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยได้ 3) เพื่อค้นหาและนำเสนอคอลเลกชั่นผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยประเภทผ้าสไบมอญ ของจังหวัดปทุมธานีได้

ที่มาของการวิจัยและปัญหามาของโครงการวิจัยนี้ คือ การสร้างสรรค์และออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นที่มาจากผ้าสไบมอญที่แสดงถึงภาพลักษณ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์ผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี ด้วยการนำเสนออัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นที่ครอบคลุมสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องตกแต่ง เพื่อเพิ่มโอกาสการขายสินค้าและช่วยส่งเสริมให้สินค้ามีรูปแบบและมีความเฉพาะตัวมากยิ่งขึ้น สะท้อนภาพลักษณ์ของสินค้าผ้าสไบมอญให้เด่นชัดมากขึ้น ผู้วิจัยมีความสนใจในการใช้แนวคิดทฤษฎี C – K มาช่วยพัฒนาให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และแนวทางต้นแบบใหม่ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือตราสินค้าใหม่ให้เกิดขึ้นได้จริง รวมถึงการใช้ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น และการสำรวจแนวโน้มกระแสสินค้าแฟชั่นจะช่วยให้การออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นที่มาจากผ้าสไบมอญมีความสมบูรณ์และทันสมัยเป็นที่ต้องการมากยิ่งขึ้น ซึ่งโครงการวิจัยนี้นำเสนอคอลเลกชั่นแนวทางต้นแบบการออกแบบสินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ ซึ่งเป็นสินค้าทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยของจังหวัดปทุมธานีที่ประกอบด้วย เครื่องแต่งกาย 5 ชิ้น เครื่องประดับ 2 ชิ้น และเครื่องประกอบการแต่งกาย 2 ชิ้น งานวิจัยนี้สามารถสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าทุนวัฒนธรรมประจำจังหวัดที่โดดเด่น เดิมเต็มและเพิ่มศักยภาพโอกาสในการขายสินค้าได้มากขึ้น ส่งผลให้ผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานีเป็นที่รู้จัก สร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตภายในชุมชนและท้องถิ่น ทำให้เกิดการสืบทอดอนุรักษ์ภูมิปัญญาการผลิตผ้าสไบมอญให้คงอยู่ตลอดไป

โครงการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กับการสร้างสรรค์ผลงาน โดยผู้วิจัยกำหนดข้อมูลสำหรับงานวิจัยไว้ 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสำรวจ สัมภาษณ์ และแจกแบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิ ด้วยการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา และงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผลจากการศึกษาทั้งหมดจะนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นและรูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากผ้าสไบมอญ ซึ่งถือเป็นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยที่สำคัญของจังหวัดปทุมธานี โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 7 ช่วงใหญ่ได้ดังนี้

ช่วงที่ 1 ผู้วิจัยศึกษา ทบทวนวรรณกรรม สํารวจ รวบรวมข้อมูล งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกั้บด้านต่าง ๆ ได้แก่

- 1.1 ข้อมูลด้านสินค้าผ้าสไบมอญ และทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี
- 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดอัตลักษณ์ ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น ทฤษฎีบุคลิกภาพ ทฤษฎีการตลาด ทฤษฎีภาพตัวแทน ทฤษฎีการออกแบบสวดลาย
- 1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์และแนวคิดท้องถิ่นวิวัตน์
- 1.4 ข้อมูลด้านแนวคิดทฤษฎี C – K
- 1.5 ข้อมูลด้านกระแสเทรนด์โลกและแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นที่เกี่ยวข้อง

ช่วงที่ 2 หลังจากการศึกษา รวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยอื่น ๆ แล้ว ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญด้วยการสัมภาษณ์นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องด้วยการใช้เทคนิคการวิจัยเชิงอนาคต (Ethnographic Delphi Futures Research- EDFR) โดยการสัมภาษณ์กำหนดไว้ 2-3 รอบ โดยรอบแรกจะใช้วิธีการสัมภาษณ์ ด้วยการใส่แบบสอบถามปลายเปิด และไม่ชี้แนะให้ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนวทางของข้อมูลต่าง ๆ หลังจากการสัมภาษณ์รอบแรก ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ สังเคราะห์แล้วสร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์รอบที่ 2 และ 3 ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกคำตอบที่มีแนวโน้มความเป็นไปได้มากที่สุด

ช่วงที่ 3 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้วยการบันทึกเสียง เพื่อหาข้อมูลที่เป็นองค์ประกอบของการออกแบบในด้านต่าง ๆ โดยใช้เทคนิคการสรุปสะสม (Cumulative Summarization Technique) เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ มีความเที่ยงตรง (Validity) และมีความเชื่อมั่น (Reliability)

ช่วงที่ 4 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมใน 2 วิธี คือ การแจกแบบสอบถามและการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมจากภาพถ่ายของสื่อออนไลน์ทั้งต่างประเทศและในประเทศ เพื่อหารูปแบบ สี สัน รสนิยม ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม

ช่วงที่ 5 ผู้วิจัยรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดด้วยการใช้วิธีการวิเคราะห์แบบผสมผสานทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ เพื่อหาข้อสรุป แนวทาง และองค์ประกอบด้านการออกแบบจากทุกด้านที่ศึกษา เพื่อนำไปสังเคราะห์ และประยุกต์ใช้สร้างสรรค์ผลงานในงานวิจัย

ช่วงที่ 6 ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์ข้อมูล และนำมาเป็นข้อกำหนดในการออกแบบ (Design Criteria) เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดโจทย์การออกแบบ (Design Brief) ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบและทดลองผลิตผลงานต้นแบบ (Prototype Design) คอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมตาม

แนวความคิดและโจทย์การออกแบบที่ตั้งไว้ ประกอบด้วย เครื่องแต่งกาย 5 ชิ้น เครื่องประดับ 2 ชิ้น และ เครื่องประกอบการแต่งกาย 2 ชิ้น

ช่วงที่ 7 ผู้วิจัยอาศัยเทคนิคการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR อีกครั้ง ด้วยการตัดสินใจด้านรูปแบบ ภาพลักษณ์ของสินค้าอีกครั้งจากคณะผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้รูปแบบของผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุน วัฒนธรรมที่ตรงกับวัตถุประสงค์งานวิจัยมากที่สุด หลังจากนั้นผู้วิจัยนำมาพัฒนา ปรับปรุง ออกแบบและ นำเสนอเป็นผลงานต้นแบบ และจัดนิทรรศการแสดงผลงานต้นแบบจริงของคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้า แฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม โดยมีการประเมินคุณภาพผลงานวิจัยจากคณะผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มเป้าหมายและ ผู้เข้าร่วมชมผลงานนิทรรศการเป็นขั้นตอนสุดท้าย

ช่วงที่ 8 การสรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ามีหลายด้านที่ให้คำตอบเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการออกแบบสินค้า แฟชั่นที่สำคัญ คือ โครงร่างเงา ลวดลาย สี สัน รายละเอียดการตกแต่ง และลักษณะจำเพาะด้านวัสดุ กรรมวิธีการผลิต ได้แก่ ด้านสินค้าผ้าสไบมอญและทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี ด้านแนวคิดทฤษฎี C-K และด้านกระแสเทรนด์โลกแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่น ส่วนด้านทฤษฎีบุคลิกภาพให้คำตอบ เกี่ยวกับอารมณ์ของสินค้า ด้านทฤษฎีการออกแบบลวดลายให้ข้อสรุปเกี่ยวกับเทคนิคการออกแบบและ ลักษณะลวดลายผ้าสไบมอญรูปแบบประยุกต์ จากการสังเคราะห์ข้อมูลที่สรุปได้จากผลการวิเคราะห์ทุก ด้านนำไปสู่ข้อสรุปอัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบและองค์ประกอบด้านการออกแบบ สไบมอญและสินค้า แฟชั่นจากผ้าสไบมอญ ข้อกำหนดเงื่อนไขในการออกแบบและแนวทางการออกแบบสไบมอญประยุกต์ รูปแบบลวดลายใหม่ และคอลเลกชันสินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญที่ออกแบบขึ้นใหม่

ตามี่วัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการค้นหาคำตอบใน 2 ประเด็นหลัก คือ ด้านข้อมูลเกี่ยวกับ งานวิจัยที่เกี่ยวกับผ้าสไบมอญและทุนทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ของจังหวัดปทุมธานี และด้านทฤษฎี C - K และแนวคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการ ออกแบบสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดแนวทางต้นแบบของการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรม สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ด้านข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับผ้าสไบมอญและทุนทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ของจังหวัด ปทุมธานี ด้านอัตลักษณ์สินค้าผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ที่เชื่อมโยงกับองค์ประกอบในการออกแบบ แฟชั่นที่สามารถสรุปได้ ดังนี้ 1) ด้านโครงร่างเงาของผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี - สีเหลืองผืนผ้าที่มี ลักษณะหน้าแคบแถบยาว และมีขอบหยักรอบรูปร่างสีเหลือง 2) ด้านลวดลายของผ้าสไบมอญ จังหวัด ปทุมธานี - ลวดลายของดอกไม้ 6 ประเภท ได้แก่ ลายดอกพิกุล ลายมะตาด ลายดอกกุหลาบ ลายดอก ขบา ลายดอกมะเขือ และลายดอกบัวหลวง และเน้นลายดาวล้อมเดือนผสมผสานลายประยุกต์สมัยใหม่ 3)

ด้านสีสันทของผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี – การใช้สีเน้นสีสันทสดใส เน้นความโดดเด่นสะดุดตา การเลือกสีผ้าสไบกับเลือกสีไหมปักของลวดลายต่างๆ ที่เน้นความแตกต่างขัดแย้งเพื่อให้มองเห็นลวดลายที่ชัดเจน ซึ่งตรงกับแนวคิดการเลือกใช้สีคู่ตรงข้าม(Complementary) 4) ด้านรายละเอียดการตกแต่งบนผ้าของผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี – เน้นการปักมือเป็นหลักร่วมกับการใช้วัสดุอื่น ๆ เช่น เลื่อม ดิ้นทอง ฯลฯ บ้างเล็กน้อย 5) ด้านลักษณะจำเพาะของผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี – ด้านวัสดุผ้าสไบมอญควรเป็นผ้าสีโทนเรียบหรือสีพื้น โดยมีด้านทิวทัศน์ธรรมชาติของจังหวัดปทุมธานีในการสร้างสรรค์ผลงานสำหรับโครงการวิจัยนี้ ร่วมกับอัตลักษณ์ผ้าสไบมอญจังหวัดปทุมธานีเดิม ได้แก่ ข้าวหอมปทุม ฯ เจริญมอญ ประเพณีแห่ทางหงส์ ธงตะขาบและประเพณีตักบาตรพระร้อย และธงตะขาบ

2. ด้านทฤษฎี C – K และแนวคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทิวทัศน์ธรรมชาติ แนวคิดทฤษฎี C - K ประกอบด้วยพื้นที่ C (Creative) คือ พื้นที่แห่งการสร้างสรรค์ที่ไม่จำกัด และพื้นที่ K (Knowledge) คือ พื้นที่แห่งความรู้ดั้งเดิมที่ไม่ควรเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เชื่อมโยงกับด้านองค์ประกอบเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) โครงร่างเงา – รูปร่างของสไบมอญ(พื้นที่ K) จังหวัดปทุมธานีต้องเป็นสิ่งเหลี่ยมผืนผ้าที่มีลักษณะหน้าแคบแถบยาว และมีขอบหยักรอบรูปร่างสี่เหลี่ยม โดยที่เส้นขอบหยักสามารถมีรูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้อีก(พื้นที่ C) 2) สีสันท - สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีสีสันทในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้ไม่จำกัด(พื้นที่ C) 3) ลวดลาย - สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีลวดลายในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้ (พื้นที่ C) 4) รายละเอียดการตกแต่ง - สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีวัสดุตกแต่งในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ มาปักกร่วมได้ (พื้นที่ C) 5) ลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ในเรื่องของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต การใช้งาน – วัสดุผ้าที่มาผลิตสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีสามารถเป็นผ้าอื่น ๆ ได้หลากหลายไม่จำกัด(พื้นที่ C)

3. แนวคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทิวทัศน์ธรรมชาติ ประกอบด้วย 1) ด้านแนวคิดอัตลักษณ์ – แนวทางการออกแบบสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าด้วยการใช้วิธีต่าง ๆ ได้แก่ การใช้ลวดลายจากศิลปะและวัฒนธรรมเข้าไปผสมผสาน การจัดวางลวดลายดั้งเดิมให้เป็นแบบแผน การเปลี่ยนความคิดให้นอกกรอบ การดัดแปลงรูปแบบการใช้งานและความหมายให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้ซื้อสินค้า การใช้ตัวแทนของสถานที่หรือมาศคอตมาออกแบบ 2) ด้านทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น – ควรคำนึงถึงองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค ธีมการออกแบบ สไตล์หรือรูปแบบการแต่งกาย แนวโน้มแฟชั่นหรือเทรนด์ และองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นที่ต้องคำนึงถึง ได้แก่ โครงร่างเงา สี เนื้อผ้า พื้นผิว ลวดลาย รายละเอียดการตกแต่ง วัสดุและกรรมวิธีการผลิต โดยหลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีที่สอดคล้องและส่งเสริมกับการออกแบบผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี คือ การซ้ำ (Repetition) จังหวะ (Rhythm) ทิศทาง (Direction) ความกลมกลืน

(Harmony) และความขัดแย้ง (Contrast) 3) ด้านทฤษฎีบุคลิกภาพ - บุคลิกภาพที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับหัวข้อวิจัยมากที่สุด ได้แก่ Casual Dynamic Natural Chic 4) ด้านทฤษฎีการตลาด - ทฤษฎีและแนวคิดการตลาดที่ควรคำนึงถึง ได้แก่ ด้านคุณประโยชน์ที่มีอยู่จริงของสินค้า คือด้านการใช้งานและรูปลักษณ์ของสินค้า(Product Image) ด้วยองค์ประกอบด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านคุณค่าของสินค้าที่มีผลต่อความรู้สึกและจิตใจของผู้บริโภคในด้านนามธรรม ด้านบุคลิกภาพของสินค้าที่สะท้อนถึงตัวตนของผู้ใช้งาน 5) ด้านทฤษฎีภาพตัวแทน - การสื่อสารถึงภาพตัวแทนของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีด้วยการดัดแปลง ลวดทอน ประยุกต์ และออกแบบเป็นลวดลายทุนวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี 6) ด้านทฤษฎีการออกแบบลวดลาย - การออกแบบลวดลายสไบมอญตามโจทย์โครงการวิจัยนี้เป็นการใช้ลวดลายเพื่อสร้างคุณค่าด้านการสื่อสารถึงเรื่องราวของจังหวัดปทุมธานี ใช้ลวดลายสร้างความแปลกตาและความงาม การใช้ลวดลายแสดงถึงความเป็นชาวไทยเชื้อสายมอญในจังหวัดปทุมธานีในปัจจุบัน การใช้ลวดลายสื่อถึงความรู้สึกนึกคิดรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย และการใช้ลวดลายสื่อถึงสัญลักษณ์เครื่องหมายต่าง ๆ ของชาวมอญ จังหวัดปทุมธานี โดยรูปแบบและลักษณะของลวดลายที่เหมาะสมคือ รูปแบบลวดลายเรขาคณิต รูปแบบลวดลายนามธรรม และลวดลายประยุกต์จากของจริง ลวดลายที่ปรากฏเป็นลายดอกไม้ 6 ประเภท ได้แก่ ลายดอกมะตาด ดอกมะเขือ ดอกชบา ดอกบัวหลวง ดอกพิกุลและดอกกุหลาบ และลายจากทุนวัฒนธรรม 5 ลาย ได้แก่ ลายข้าวหอมปทุม ฯ ลายธงตะขาบ ลายประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ ลายเจดีย์มอญและลายประเพณีตักบาตรพระร้อยตามลำดับ 7) ด้านแนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย - ทุนทางวัฒนธรรมที่สะท้อนถึงคุณค่าของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีควรมีเอกลักษณ์ แสดงถึงสภาพแวดล้อม ประเพณี วัฒนธรรม วัสดุ และกรรมวิธีการผลิตของท้องถิ่นที่มีความสวยงามและความน่าสนใจ 8) ด้านแนวคิดโลกาภิวัตน์ - แนวคิดนี้เป็นการสนับสนุนการประยุกต์ ต่อยอด พัฒนาสไบมอญให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าอย่างมากมายที่มีวางขายอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ เครื่องแต่งกาย เสื้อผ้า กระเป๋า หมวก หน้ากากผ้า ฯลฯ มีผลทำให้อัตลักษณ์ของชาวมอญ จังหวัดปทุมธานีเป็นที่รู้จักในโลกภายนอกมากขึ้น 9) ด้านแนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์ - แนวคิดนี้สอดคล้องกับชุมชนที่ยังมีการผลิตสไบมอญ มีการอนุรักษ์และถ่ายทอดวิธีการผลิตส่งต่อให้คนอื่น ๆ ภายในชุมชนผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้เกิดชมรมและวิสาหกิจชุมชนที่มีการทำสไบมอญอย่างมากมาย ทำให้สามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าสไบมอญและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยสรุปองค์ประกอบการออกแบบแฟชั่นที่ได้จากสไบมอญ และทุนวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี และด้านกระแสเทรนด์แนวโน้มสินค้าแฟชั่นในปี 2022-2024 เพื่อนำเสนอต้นแบบคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยประเภทผ้าสไบมอญ ของจังหวัดปทุมธานี สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้ 1) ด้านโครงร่างเงา - เน้นรูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีลักษณะหน้าแคบแถบยาว และมีเส้นขอบหยักเป็นกรอบ โดยเส้นขอบหยักสามารถเป็นลวดลายที่มาจากจินตนาการที่เน้นเรื่องความโค้งหยักที่มีจังหวะแตกต่างจากเดิมได้ 2) ด้านลวดลาย - ลวดลายของดอกไม้เน้นรูปแบบ

ลวดลายประยุกต์จากของจริงและผสมผสานลวดลายจากจินตนาการ ส่วนลวดลายของทุนวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานีเน้นรูปแบบลวดลายเรขาคณิตที่ผสมผสานกับลวดลายนามธรรม ซึ่งลวดลายจากทุนวัฒนธรรมได้แก่ ลายข้าวหอมปทุม ฯ ลายเจดีย์มอญ ลายประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ ลายประเพณีตักบาตรพระร้อย และลายธงตะขาบ โดยลวดลายที่ออกแบบใช้เทคนิคการวางลายซ้ำ ๆ การใช้จังหวะ การใช้รูปและพื้นเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างลวดลาย การใช้การลดหลั่น การใช้ตารางการจัดวางลวดลาย การใช้ความใกล้ชิด และการใช้การต่อลวดลายตามแนวนอนหรือแนวตั้ง 3) ด้านสีสันทัน – ผ้าสไบมอญมีสีพื้นทีสะอาดตาและลวดลายปักและลายขอบริมสไบที่ใช้สีเส้นสดใสเน้นสีที่ตัดกันฉูดฉาด ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญประเภทเครื่องแต่งกายเน้นสีพื้นของชุดเป็นสีขาวหรือสีครีม ลวดลายปักและลายขอบริมสไบที่ใช้สีเส้นสดใส สินค้าประเภทเครื่องประกอบการแต่งกายเน้นสีสันทันที่ฉูดฉาดทั้งชิ้น ส่วนเครื่องประดับเน้นการใช้สีที่เชื่อมโยงเข้ากันกลมกลืนกับชุดเสื้อผ้า 4) ด้านรายละเอียดการตกแต่งบนผ้า – ควรเน้นรูปแบบการปักที่สามารถทำได้ด้วยการปักมือ การทำระบายตกแต่งชุด การทำดอกไม้ 3 มิติ การตกแต่งด้วยการใช้เพชร พลอยเทียม และส่วนตกแต่งเรซินต่าง ๆ 5) ด้านลักษณะจำเพาะ ด้วยการเลือกวัสดุมาทำสไบมอญ – ควรเป็นผ้าสีโทนสว่างหรือสีพื้นที่ไม่สร้างความขัดแย้งกับลวดลาย สามารถปักมือให้สวยงามได้ง่าย เช่น ผ้าป่าน ผ้าลินิน ซึ่งเป็นผ้าทอจากธรรมชาติด้วย 6) ด้านรูปแบบของคอลเลกชันสินค้าแฟชั่นนำเสนอและอ้างอิงสไตล์แฟชั่นฤดูกาล Spring / Summer 2022-2023 – รูปแบบของเครื่องแต่งกายประเภทชุดในสไตล์โรแมนติก ชุดที่สวมใส่สบาย และชุดราตรีที่สะท้อนความเป็นผู้หญิง รูปแบบเครื่องประดับเน้นการออกแบบเครื่องสวมศีรษะและกรอบแว่นตาขนาดใหญ่ รูปแบบของเครื่องประกอบการแต่งกายเน้นการออกแบบกระเป๋าทรงขนาดใหญ่ กระเป๋าใบเล็กสำหรับคล้องข้อมือ 7) ด้านอารมณ์ของผลงานออกแบบ – เน้นบุคลิกภาพของสินค้าที่สะท้อนถึง Casual Dynamic Natural และ Chic

สรุปผลข้อมูลภายหลังการสร้างสรรคผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้ประเมินผลความพึงพอใจและการรับรู้ผลงานต้นแบบสไบมอญและต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี จากคณะผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น และผู้เข้าชมงานนิทรรศการซึ่งได้ผลสรุปต่อผลงานต้นแบบสไบมอญจากผู้ประเมินทุกกลุ่ม อยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.80 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.32 และผลความพึงพอใจและการรับรู้ต่อคอลเลกชันผลงานต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีจากผู้ประเมินทุกกลุ่ม อยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.67 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.30 และจากการจัดแสดงผลงานสร้างสรรค์คอลเลกชันผลงานต้นแบบจากการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวม ความคิดเห็น ผลการประเมินความพึงพอใจในการจัดงานนิทรรศการจากกลุ่มผู้เข้าชมนิทรรศการแสดงผลงานการออกแบบต้นแบบสไบมอญและผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีภายในงาน “ดอกไม้เรไร แม่ป้ามาปัก” ณ ศาลา

200 ปี วัดโบสถ์(หลวงปู่เทียณ) ตั้งแต่วันที่ 26-28 กรกฎาคม พ.ศ.2566 ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้เข้าชม นิทรรศการจำนวน 180 คน ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดนิทรรศการในภาพรวมในระดับพึงพอใจมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.67 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.23 ซึ่งประเด็นด้านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมของสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม เอกสารการเผยแพร่ผลงานนิทรรศการมีความน่าสนใจ รูปแบบการนำเสนอผลงานมีความเหมาะสมและน่าสนใจ และการได้รับความรู้ความเข้าใจจากการเข้าชมงานนิทรรศการนี้ได้คะแนนสูงสุดในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 5.00 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.00

งานวิจัยครั้งนี้มีประโยชน์ คือ

1.ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี ที่สามารถนำมาสร้างสรรค์ต่อยอดร่วมกับสินค้าทุนวัฒนธรรมอื่น ๆ ของจังหวัดปทุมธานีได้

2.ทราบถึงหลักการแนวคิดทฤษฎี C – K และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ ทำให้เกิดเป็นองค์ความรู้ในการวิจัยด้านสินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย

3.นำเสนออัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย และนำผลการวิจัยมาสร้างสรรค์ให้เกิดผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมประเภทผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานีที่มีรูปแบบใหม่ โดยมีเอกลักษณ์และความแตกต่างจากผ้าสไบมอญพื้นถิ่นอื่น ทั้งเป็นการต่อยอดภูมิปัญญาพื้นถิ่น ยกกระดับสินค้าภายในชุมชน สร้างรายได้ที่มากขึ้นและมั่นคงให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าภายในจังหวัดปทุมธานีมากขึ้น

4.นำผลการวิจัยและผลงานต้นแบบที่เป็นองค์ความรู้ ตีพิมพ์ เผยแพร่ในวารสารเพื่อให้หน่วยงานและสถาบันอื่น ๆ สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้

5.นำผลงานออกแบบสร้างสรรค์ที่ได้จดสิทธิบัตรด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างรายได้และผลประโยชน์จากโครงการวิจัยเมื่อเข้าสู่การผลิตในเชิงพาณิชย์

การนำไปใช้ประโยชน์ / ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับในด้านต่าง ๆ ได้แก่

1.ด้านวิชาการ - ในการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าสไบมอญรูปแบบใหม่ ทำให้เกิดการยกระดับและพัฒนาสินค้าผ้าสไบมอญ รวมถึงได้แนวทางการรู้ในการนำผ้าสไบมอญไปผลิตเป็นสินค้าแฟชั่นรูปแบบอื่นๆ ที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าทุนวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานีได้มากขึ้น

2.ด้านสังคม - ด้านชุมชนและพื้นที่ ได้ผลิตภัณฑ์สินค้าผ้าสไบมอญรูปแบบใหม่และสินค้าแฟชั่นที่ผลิตจากผ้าสไบมอญที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนและสังคม ก่อให้เกิดความรักและความซาบซึ้งในการอนุรักษ์ศิลปะทุนวัฒนธรรมของท้องถิ่น และเกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทางจิตใจของคนในชุมชน

3.ด้านเศรษฐกิจ - ช่วยยกระดับเศรษฐกิจของครอบครัว ชุมชนและตำบล ด้วยการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้าและเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าทุนวัฒนธรรมประจำจังหวัดปทุมธานีให้มากขึ้น

ผลกระทบ (Expected Impacts) ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในด้านต่าง ๆ ได้แก่

1.ด้านวิชาการ - สามารถนำแนวทางต้นแบบผลงานจากงานวิจัยนี้ ไปพัฒนาต่อยอดกับผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทอื่น ๆ ให้มีการยกระดับและพัฒนาสินค้าทุนวัฒนธรรมมากขึ้น

2.ด้านสังคม - ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นสร้างสรรค์จากผ้าสไบมอญจังหวัดปทุมธานีมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากจังหวัดอื่น ๆ ที่มีการผลิตผ้าสไบมอญเหมือนกัน ทำให้ชุมชนและพื้นที่ต่างๆในจังหวัดปทุมธานีเป็นที่รู้จักมากขึ้นในด้านประวัติศาสตร์ เรื่องราว สินค้าทุนวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว

3.ด้านเศรษฐกิจ - ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นสร้างสรรค์จากผ้าสไบมอญและผ้าสไบมอญเป็นที่รู้จักมากขึ้น และเป็นที่ต้องการของตลาดในและต่างประเทศ ทำให้มีความเป็นอยู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สามารถสร้างเป็นรายได้หลักให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าและทำให้มีจำนวนผู้ผลิตสินค้าผ้าสไบมอญมีมากขึ้น

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C – K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี เป็นงานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษา ทบทวน รวบรวม ข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับผ้าสไบมอญและทุนทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ของจังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อ ศึกษาทฤษฎี C – K และแนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมที่สามารถนำมา ประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ให้เกิดสินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยได้ 3) เพื่อค้นหาและ นำเสนอคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยประเภท ผ้าสไบมอญ ของจังหวัดปทุมธานีได้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการใช้แบบสำรวจและแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่าอัตลักษณ์ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ในด้านองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นที่ ควรให้ความสำคัญ ได้แก่ ด้านโครงร่างเงา ด้านลวดลาย และด้านสีเส้นตามลำดับ ด้านทุนวัฒนธรรมของ จังหวัดปทุมธานีที่ควรให้ความสำคัญได้แก่ ธงตะขาบ ประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบและประเพณีตักบาตร พระร้อย เจดีย์มอญ และข้าวหอมปทุม ฯ ตามลำดับ บุคลิกภาพตามทฤษฎีบุคลิกภาพการสื่อสารของ Shigenobu ที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับหัวข้อวิจัยมากที่สุด ได้แก่ Casual Dynamic Natural และChic ด้านการออกแบบลวดลายด้วยการออกแบบลายดอกไม้ในรูปแบบลวดลายประยุกต์จากของจริงและ ลวดลายจากจินตนาการ และลวดลายของทุนวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี ด้วยรูปแบบลวดลายเรขาคณิต และลวดลายประยุกต์จากของจริง ด้านแนวคิดทฤษฎี C – K ตามองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่น พื้นที่ ผัง C ได้แก่ ด้านลวดลายขอบหยักและลวดลายบนผืนผ้า ด้านสีเส้น ด้านรายละเอียดการตกแต่งบน และ ด้านลักษณะจำเพาะ และพื้นที่ผัง K ได้แก่ ด้านโครงร่างเงาที่เป็นรูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้าหน้าแคบแถบยาว และมีขอบหยักโดยรอบ ด้านกระแสเทรนด์แนวโน้มสินค้าแฟชั่นในปี 2022-2024 นำเสนอและอ้างอิงสไตล์ แฟชั่นฤดูกาล Spring / Summer 2022-2023 – รูปแบบของเครื่องแต่งกายประเภทชุดในสไตล์โรแมน ดิก ชุดที่สวมใส่สบาย และชุดราตรีที่สะท้อนความเป็นผู้หญิง รูปแบบเครื่องประดับเน้นการออกแบบเครื่อง สวมศีรษะและกรอบแว่นตาขนาดใหญ่ รูปแบบของเครื่องประกอบการแต่งกายเน้นการออกแบบกระเป๋า ทรงถุงขนาดใหญ่ กระเป๋าใบเล็กสำหรับคล้องข้อมือ ซึ่งผลงานวิจัยเป็นการนำเสนอคอลเลกชันผลิตภัณฑ์ สินค้าแฟชั่นต้นแบบ ประกอบด้วย เครื่องแต่งกาย 5 ชิ้น เครื่องประดับ 2 ชิ้น และเครื่องประกอบการแต่ง กาย 2 ชิ้น ผลงานวิจัยนี้ ส่งผลให้ผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานีเป็นที่รู้จัก สร้างรายได้ให้กับผู้ผลิต ภายในชุมชนและท้องถิ่น ทำให้เกิดการสืบทอดอนุรักษ์ภูมิปัญญาการผลิตผ้าสไบมอญให้คงอยู่ตลอดไป

คำสำคัญ :

แนวคิดทฤษฎี C – K , อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่น, ทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย, สไบมอญ, จังหวัดปทุมธานี

Abstract

The research project on Developing concepts and theory C – K towards product identity, fashion capital, contemporary culture, case study: Sabai Mon, Pathum Thani Province. The objectives of this research are: 1) To study, review and collect information on research related to Sabai Mon clothes and other cultural capitals of Pathum Thani province 2) To study C – K theory and the concepts that related to product development from cultural capital that can be applied in the creative design of fashion products with contemporary cultural capital. 3) To find and present a collection of prototype products that demonstrate the identity of fashion products, contemporary cultural capital in the category of Sabai Mon clothes of Pathum Thani Province. The researcher used a qualitative research method by collecting data by using in-depth interviews with the experts and combined with a quantitative research by using surveys and questionnaires with the target groups. The results found that the identity of Sabai Mon Pathum Thani province in terms of fashion design elements that should be paid attention to the silhouette, patterns, and colors respectively. The cultural capital of Pathum Thani province that should be emphasized and can lead to inspiring the creation with Sabai Mon in Pathum Thani province include the centipede flag, the tradition of the Hong-hang parade and the centipede flag and the tradition of offering alms to monks, the Mon chedi, and Pathumthani rice respectively. According to Shigenobu's communication personality theory, the most consistent and connected to the research topic are Casual, Dynamic, Natural and Chic. For the pattern design with floral design in the form of applied patterns from the real and imaginary patterns and the patterns of cultural capital Pathum Thani province with geometric patterns and patterns applied from the real things. On the conceptual of the theory C – K according to the elements of fashion design, the C area the jagged edges and the patterns on the fabric, color, decoration details on and characteristics and the K area is the silhouette is a narrow rectangular shape with a longitudinal stripe and a jagged edge around it. In terms of the fashion trends 2022-2024, present and reference fashion styles for the Spring / Summer 2022-2023 season with the design of apparel in a romantic style, casual outfit. The research result is to present a collection of prototype products that

represent the identity of the fashion capital of contemporary culture in the type of Sabai Mon fabrics consisting of 5 clothes, 2 jewelries and 2 accessories.

Keywords :

C – K Theory, Fashion Product Identity, Contemporary Culture Capital, Sabai Mon, Pathum Thani Province



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อ	ญ
Abstract	ฎ
สารบัญ	ฐ
สารบัญตาราง	ด
สารบัญภาพ	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2.ปัญหำนำการวิจัย	3
3.วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
4.กรอบแนวความคิดและแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย	3
5.วิธีดำเนินการวิจัย	6
6.ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย	8
7.สมมุติฐานของการวิจัย	9
8.คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	9
9.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
ส่วนที่ 1 - ด้านสินค้าผ้าสไบมอญ และทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี	11
ส่วนที่ 2 - ด้านแนวคิดอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่น หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์	80

	สินค้าแฟชั่น	
	ส่วนที่ 3 - ด้านแนวคิดทฤษฎีวิวัฒนาการร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์ และแนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์	142
	ส่วนที่ 4 - ด้านการออกแบบสร้างสรรค์จากแนวคิดทฤษฎี C - K	150
	ส่วนที่ 5 - ด้านกระแสเทรนด์โลกและแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นที่เกี่ยวข้อง	156
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย	196
	ช่วงที่ 1 ผู้วิจัยศึกษา ทบทวนวรรณกรรม สํารวจ รวบรวมข้อมูล งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านต่าง ๆ	197
	ช่วงที่ 2 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญด้วยการสัมภาษณ์ นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง	198
	ช่วงที่ 3 ผู้วิจัยสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง	201
	ช่วงที่ 4 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจาก ทฤษฎีวิวัฒนาการด้วยการแจกแบบสอบถามและการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทฤษฎีวิวัฒนาการ	202
	ช่วงที่ 5 ผู้วิจัยรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาทั้งหมด	208
	ช่วงที่ 6 ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์ข้อมูล และสรุปเป็นข้อกำหนดในการออกแบบ (Design Criteria)	209
	ช่วงที่ 7 ผู้วิจัยสรุปด้านรูปแบบภาพลักษณ์ของสินค้าอีกครั้งจากคณะผู้เชี่ยวชาญ	210
	ช่วงที่ 8 การสรุปและอภิปรายผลการวิจัย	211
บทที่ 4	ผลการวิจัย	213
	การวิเคราะห์ด้านสินค้าผ้าสไบมอญ และทฤษฎีวิวัฒนาการของจังหวัดปทุมธานี	214
	การวิเคราะห์ด้านแนวคิดอัตลักษณ์ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่นทฤษฎี	231

บุคลิกภาพทฤษฎีการตลาดทฤษฎีภาพตัวแทนและทฤษฎีการออกแบบลวดลาย	
การวิเคราะห์ด้านแนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์ และแนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์	243
การวิเคราะห์ด้านการออกแบบสร้างสรรค์จากแนวคิดทฤษฎี C – K	244
การวิเคราะห์ด้านกระแสเทรนด์โลกและแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นที่เกี่ยวข้อง	252
การสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรม สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี	277
การสรุปอัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบและองค์ประกอบด้านการออกแบบ ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี และข้อกำหนดเงื่อนไขในการออกแบบ	283
การออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี	290
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	304
สรุปผลการวิจัย	305
สรุปผลข้อมูลภายหลังการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี	310
อภิปรายผล	311
ข้อเสนอแนะ	313
บรรณานุกรม	315
บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ	321
ภาคผนวก	323
ภาคผนวก ก ประวัติผู้วิจัย	324

ณ

ภาคผนวก ข เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	330
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์	331
ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเพื่อการวิจัย	345
ภาคผนวก จ ภาพการจัดแสดงนิทรรศการ	366
ภาคผนวก ฉ ภาพการเผยแพร่ผลงานต้นแบบผ่านช่องทางสื่อออนไลน์	374



สารบัญตาราง

	หน้า
บทที่ 3	
ตารางที่ 1 การลดลงของความคลาดเคลื่อนและจำนวนของผู้เข้าร่วมโครงการ	201
ตารางที่ 2 การลดลงของความคลาดเคลื่อนและจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ ของท่าไร่ ยามาเน่	204
บทที่ 4	
ตารางที่ 3 สีสันของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี	215
ตารางที่ 4 ลักษณะของลวดลายบนสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี	216
ตารางที่ 5 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านองค์ประกอบในการออกแบบ แฟชั่นของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี	220
ตารางที่ 6 ด้านทุนวัฒนธรรม 8 ด้านของจังหวัดปทุมธานี	222
ตารางที่ 7 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านอาหาร ของจังหวัดปทุมธานี	223
ตารางที่ 8 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านการแต่งกาย ของจังหวัดปทุมธานี	224
ตารางที่ 9 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านที่อยู่อาศัย / สถานที่ของจังหวัดปทุมธานี	225
ตารางที่ 10 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านประเพณี ของจังหวัดปทุมธานี	226
ตารางที่ 11 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านภาษาของ จังหวัดปทุมธานี	227

ตารางที่ 12 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านอาชีพของ จังหวัดปทุมธานี	228
ตารางที่ 13 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านความเชื่อของ จังหวัดปทุมธานี	229
ตารางที่ 14 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านศิลปะพื้นถิ่น ของจังหวัดปทุมธานี	230
ตารางที่ 15 การออกแบบลวดลายของดอกไม้ 6 ประเภทที่มีอยู่เดิมใน รูปแบบต่าง ๆ	239
ตารางที่ 16 การออกแบบลวดลายรูปแบบต่าง ๆ ตามประเภทของ ทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานีที่สรุปได้	240
ตารางที่ 17 การให้คะแนนลวดลายของดอกไม้ 6 ประเภทจากผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบ	241
ตารางที่ 18 การให้คะแนนลวดลายของทุนวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ	242
ตารางที่ 19 ผู้เชี่ยวชาญด้านสไลมอญ จังหวัดปทุมธานีตอบคำถามที่ 1 และ 2 ที่เชื่อมโยงกับ องค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่น	247
ตารางที่ 20 รูปแบบต่าง ๆ ตามองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นตาม คำตอบของพื้นที่ฝั่ง C	248
ตารางที่ 21 การให้คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญในรูปแบบต่าง ๆ ตามคำตอบ ของพื้นที่ฝั่ง C	249
ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านรูปแบบและ ประเภทของสินค้า สี สัน วัสดุที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ฤดูกาล Spring / Summer 2022-2023	257
ตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านรูปแบบและ ประเภทของสินค้า สี สัน วัสดุที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	259

ฤดูกาล Autumn / Winter 2022-2024

ตารางที่ 24 การสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้า
แฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี 282

ตารางที่ 25 สรุปองค์ประกอบด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น
ทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี 287

ตารางที่ 26 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลงานต้นแบบสไบมอญ
จังหวัดปทุมธานีจากผู้ประเมิน 3 กลุ่ม 302

ตารางที่ 27 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อคอลเล็กชั่นผลงาน
ต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีจาก
ผู้ประเมิน 3 กลุ่ม 303

บทที่ 5

ตารางที่ 28 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจในการจัดงานนิทรรศการ
จากกลุ่มผู้เข้าชมนิทรรศการแสดงผลงานการออกแบบต้นแบบสไบมอญ
และผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี 311

สารบัญภาพ

	หน้า
บทที่ 2	
ภาพประกอบ 1 ภาพแสดงแผนที่จังหวัดปทุมธานี	13
ภาพประกอบ 2 ภาพแสดงตราสัญลักษณ์ประจำจังหวัดปทุมธานี	13
ภาพประกอบ 3 ภาพแสดงธงประจำจังหวัดปทุมธานี	14
ภาพประกอบ 4 ภาพแสดงดอกบัวหลวง	15
ภาพประกอบ 5 ภาพแสดงต้นปาริชาติ (ทองเหลืองลาย)	15
ภาพประกอบ 6 ภาพแสดงลักษณะทางภูมิศาสตร์จังหวัดปทุมธานี	16
ภาพประกอบ 7 ภาพแสดงอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี	18
ภาพประกอบ 8 ภาพแสดงตลาดไท จังหวัดปทุมธานี	19
ภาพประกอบ 9 ภาพแสดงนาข้าว จังหวัดปทุมธานี	20
ภาพประกอบ 10 ภาพแสดงพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในจังหวัดปทุมธานี	21
ภาพประกอบ 11 ภาพแสดงวัดคู่ทางวัฒนธรรมที่เป็นมรดกของชุมชนที่สำคัญของจังหวัดปทุมธานี	22
ภาพประกอบ 12 ภาพแสดงวัดหงษ์ปทุมาวาส จังหวัดปทุมธานี	24
ภาพประกอบ 13 ภาพแสดงเรือเหล็กของคนมอญและเรือมอญจากบ้านศาลาแดงเหนือ	24
ภาพประกอบ 14 ภาพแสดงปลุกบ้านขวางแม่น้ำของชาวมอญ	25
ภาพประกอบ 15 ภาพแสดงปลุกบ้านขวางแม่น้ำของชาวมอญ	25
ภาพประกอบ 16 ภาพแสดงประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ จังหวัดปทุมธานี	26

ภาพประกอบ 17 ภาพแสดงประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ จังหวัดปทุมธานี	27
ภาพประกอบ 18 ภาพแสดงประเพณีมอญรำ จังหวัดปทุมธานี	28
ภาพประกอบ 19 ภาพแสดงตุ่มสามโคก จังหวัดปทุมธานี	28
ภาพประกอบ 20 ภาพแสดงอิฐมอญ จังหวัดปทุมธานี	29
ภาพประกอบ 21 ภาพแสดงวัฒนธรรมการแต่งกายของชาวมอญในประเทศพม่า	30
ภาพประกอบ 22 ภาพแสดงธงชาติมอญ	31
ภาพประกอบ 23 ภาพแสดงหงส์ สัญลักษณ์ที่สำคัญของชาวมอญ	31
ภาพประกอบ 24 ภาพแสดงภาษามอญ	32
ภาพประกอบ 25 ภาพแสดงอาหารท้องถิ่น จังหวัดปทุมธานี	33
ภาพประกอบ 26 ภาพแสดงกิจกรรมปักหน้ากากผ้าจากลายผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี	33
ภาพประกอบ 27 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ของใช้ประเภทอื่น ๆ จากลวดลาย สไบมอญ	34
ภาพประกอบ 28 ภาพแสดงธงตะขาบจำลอง จังหวัดปทุมธานี	35
ภาพประกอบ 29 ภาพแสดงภาพจิตรกรรมสีของสาวชาวมอญหลังประตู โบสถ์วัดบางน้ำผึ้งนอก	35
ภาพประกอบ 30 ภาพแสดงโตกของชาวมอญ	36
ภาพประกอบ 31 ภาพแสดงสไบจับ หรือสไบอัดพลีท	37
ภาพประกอบ 32 ภาพแสดงการห่มสไบผ้าขาวม้า	38
ภาพประกอบ 33 ภาพแสดงสไบมอญน้ำเค็ม จังหวัดสมุทรสาคร	39
ภาพประกอบ 34 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี	39

ภาพประกอบ 35 ภาพแสดงสไบมอญแบบ 4 ทบ	40
ภาพประกอบ 36 ภาพแสดงสไบมอญแบบ 2 ทบ	41
ภาพประกอบ 37 ภาพแสดงลักษณะของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี	42
ภาพประกอบ 38 ภาพแสดงการใช่มือปักผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี	42
ภาพประกอบ 39 ภาพแสดงผลิตรัณฑ์อื่น ๆ จากการต่อยอดงานผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี	43
ภาพประกอบ 40 ภาพแสดงสะพานโค้ง 100 ปีที่วัดบางหลวง จังหวัดปทุมธานี	45
ภาพประกอบ 41 ภาพแสดงลายปักริมขอบสไบ ที่ใช้เส้นหยักโค้งเส้นเดียวต่อเนื่อง	45
ภาพประกอบ 42 ภาพแสดงลายปักริมขอบสไบ ที่ใช้เส้นหยักโค้งเส้นผสมลาย ดอกพิกุลเดี่ยว	46
ภาพประกอบ 43 ภาพแสดงการปักลายดาวล้อมเดือนซึ่งเป็นลายพื้นฐาน	47
ภาพประกอบ 44 ภาพแสดงลายปักริมขอบสไบ ที่ใช้ลายดาวล้อมเดือน	47
ภาพประกอบ 45 ภาพแสดงผ้าสไบมอญลายไม้เลื้อย	49
ภาพประกอบ 46 ภาพแสดงผ้าสไบมอญลายช่อดอกไม้	50
ภาพประกอบ 47 ภาพแสดงผ้าสไบมอญลายดอกไม้เดี่ยว หรือลายเดี่ยว	51
ภาพประกอบ 48 ภาพแสดงลายดอกพิกุล	52
ภาพประกอบ 49 ภาพแสดงลายมะตาด	53
ภาพประกอบ 50 ภาพแสดงลายดอกกุหลาบ	53
ภาพประกอบ 51 ภาพแสดงลายดอกชบา	54
ภาพประกอบ 52 ภาพแสดงลายดอกมะเขือ	54
ภาพประกอบ 53 ภาพแสดงลายดอกบัวหลวง 1	55

ภาพประกอบ 54 ภาพแสดงลายดอกบัวหลวง 2	56
ภาพประกอบ 55 ภาพแสดงการแต่งกายของหญิงมอญจังหวัดสมุทรสาคร	57
ภาพประกอบ 56 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดสมุทรสาคร	57
ภาพประกอบ 57 ภาพแสดงสไบมอญของเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	58
ภาพประกอบ 58 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดนนทบุรี	59
ภาพประกอบ 59 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดนนทบุรี	60
ภาพประกอบ 60 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดอยุธยา	61
ภาพประกอบ 61 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดอยุธยา	61
ภาพประกอบ 62 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดอยุธยา	62
ภาพประกอบ 63 ภาพแสดงการช้อมร้ามอญของกลุ่มชาวมอญบ้านทุ่งเขิน	62
ภาพประกอบ 64 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดสุพรรณบุรี	63
ภาพประกอบ 65 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดเพชรบุรี	63
ภาพประกอบ 66 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดลำพูน	64
ภาพประกอบ 67 ภาพแสดงการคล้องสไบให้ชายของผ้าทั้งสองห้อยมาด้านหน้า	67
ภาพประกอบ 68 ภาพแสดงการคล้องสไบแบบเฉียง	67
ภาพประกอบ 69 ภาพแสดงการคล้องสไบแบบเฉียง	68
ภาพประกอบ 70 ภาพแสดงผู้ชายชาวมอญพาดผ้าปล่อยชายสองข้างไว้ด้านหลัง	69
ภาพประกอบ 71 ภาพแสดงผู้ชายชาวมอญพาดสไบเฉพาะไหล่ด้านซ้าย	69
ภาพประกอบ 72 ภาพแสดงอุปกรณ์ในการทำผ้าสไบมอญ	71
ภาพประกอบ 73 ภาพแสดงการวางผ้าและจัดวางลายที่จะเขียนตาม	72

ความยาวของสไลด์

ภาพประกอบ 74 ภาพแสดงการใช้ปากกาเขียนลายขอบโดยรอบและเขียนขอบลายด้วยแบบกระดาษแข็ง	72
ภาพประกอบ 75 ภาพแสดงแบบกระดาษไว้สร้างลวดลายบนสไลด์มอญ	73
ภาพประกอบ 76 ภาพแสดงการลอกลายโดยใช้กระดาษคาร์บอนเพื่อรองและวาดลายบนผ้า	73
ภาพประกอบ 77 ภาพแสดงแบบพลาสติกสำหรับวาดขอบสไลด์ แบบเจาะลายและแบบวาดริมผ้า	73
ภาพประกอบ 78 ภาพแสดงการวาดลวดลายลงบนผ้า	74
ภาพประกอบ 79 ภาพแสดงการเริ่มปักจากริมผ้าด้วยลายดาวล้อมเดือน	74
ภาพประกอบ 80 ภาพแสดงการปักลายดาวล้อมเดือน	75
ภาพประกอบ 81 ภาพแสดงปักลายดอกไม้ที่กลางผืนผ้า	75
ภาพประกอบ 82 ภาพแสดงการปักริมผ้าแบบคัตเวิร์ค	76
ภาพประกอบ 83 ภาพแสดงการผลิตสไลด์มอญและหน้ากากผ้าที่ได้แรงบันดาลใจมาจากลวดลายต่าง ๆ ของสไลด์มอญ	78
ภาพประกอบ 84 ภาพแสดงองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่น	86
ภาพประกอบ 85 ภาพแสดง Color Combination Image Scale ของ Shigenobu Kobayashi	89
ภาพประกอบ 86 ภาพแสดง Color Combination Image Scale ของ Shigenobu Kobayashi	90
ภาพประกอบ 87 ภาพแสดง Marketing Mix 4P's	93
ภาพประกอบ 88 ภาพแสดงการแบ่งส่วนตลาด	93

ภาพประกอบ 89 ภาพแสดงการเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)	94
ภาพประกอบ 90 ภาพแสดงจุดยืนของแบรนด์ (Market Positioning)	94
ภาพประกอบ 91 ภาพแสดงชุดสำหรับใส่ในโอกาสออกงานสังคม (Party Wear)	96
ภาพประกอบ 92 ภาพแสดงชุดสำหรับใส่ในโอกาสที่ใช้ในการทำงานอย่างเป็นทางการ (Formal Wear)	96
ภาพประกอบ 93 ภาพแสดงชุดสำหรับใส่ในโอกาสที่ใช้ในการสวมใส่ส่วนตัว (Casual Wear)	97
ภาพประกอบ 94 ภาพแสดงโอกาสในการสวมใส่ที่เชื่อมโยงกับประเภทและสไตล์ของชุดเครื่องแต่งกาย	97
ภาพประกอบ 95 ภาพแสดงประเภทของกระเป๋าสตางค์แฟชั่น	98
ภาพประกอบ 96 ภาพแสดงการออกแบบคอลเลกชันกระเป๋าสตางค์แฟชั่น	99
ภาพประกอบ 97 ภาพแสดงประเภทของรองเท้าแฟชั่น	100
ภาพประกอบ 98 ภาพแสดงการออกแบบรองเท้าแฟชั่น	100
ภาพประกอบ 99 ภาพแสดงประเภทของเครื่องประดับ	101
ภาพประกอบ 100 ภาพแสดงการอธิบายระบบการแปลงความหมายของชุดความคิดให้เป็นรูปธรรมผ่านสัญลักษณ์	104
ภาพประกอบ 101 ภาพแสดงลายที่มีลักษณะเป็นแถบ	107
ภาพประกอบ 102 ภาพแสดงลายที่มีลักษณะเป็นแผ่นพื้น	107
ภาพประกอบ 103 ภาพแสดงลายที่มีลักษณะเป็นรูปแบบเฉพาะ	108
ภาพประกอบ 104 ภาพแสดงลายที่ใช้ปลายชนปลาย	111
ภาพประกอบ 105 ภาพแสดงลายที่ใช้ปลายชนด้าน	111

ภาพประกอบ 106 ภาพแสดงลายที่ใช้ด้านกับด้านทับซ้อนกัน	112
ภาพประกอบ 107 ภาพแสดงลายที่ใช้การไขว้เกี่ยวสอดประสาน	112
ภาพประกอบ 108 ภาพแสดงลายที่ใช้ด้านคู่ขนาน	113
ภาพประกอบ 109 ภาพแสดงลายที่ใช้การผสมผสานกันหลายวิธีประกอบกัน	113
ภาพประกอบ 110 ภาพแสดงลายที่ให้ด้านกับด้านสัมผัสกัน	114
ภาพประกอบ 111 ภาพแสดงลายที่ให้มุมกับมุมสัมผัสกัน	114
ภาพประกอบ 112 ภาพแสดงลายที่ให้มุมกับด้านสัมผัสกัน	115
ภาพประกอบ 113 ภาพแสดงลายที่ให้ทับซ้อนคู่ขนานกัน	115
ภาพประกอบ 114 ภาพแสดงลายที่มีการเรียงลำดับโดยการซ้ำของรูปร่างและการสลับภาพซ้ายขวา	116
ภาพประกอบ 115 ภาพแสดงลายที่มีการหมุนรอบจุด	117
ภาพประกอบ 116 ภาพแสดงลายที่มีการสลับซ้ายขวาและหมุนรอบจุด	117
ภาพประกอบ 117 ภาพแสดงลายที่มีการสลับซ้ายขวาและเรียงลำดับ	117
ภาพประกอบ 118 ภาพแสดงลายที่มีการหมุนรอบจุดและเรียงลำดับ	118
ภาพประกอบ 119 ภาพแสดงลายที่มีการเรียงลำดับสลับจังหวะ	118
ภาพประกอบ 120 ภาพแสดงลายที่มีการผสมผสานระหว่างเรียงลำดับสลับซ้ายขวาและหมุนรอบจุด	118
ภาพประกอบ 121 ภาพแสดงลายที่มีจังหวะเกิดจากการซ้ำของหน่วยหรือสลับกันของหน่วยกับช่องไฟ9 ภาพแสดงตุ่มสามโคก จังหวัดปทุมธานี	119
ภาพประกอบ 122 ภาพแสดงลายที่มีจังหวะที่ไม่เท่ากัน	120
ภาพประกอบ 123 ภาพแสดงลายที่มีการซ้ำจังหวะสลับกัน	120

ภาพประกอบ 124	ภาพแสดงลายที่มีการซ้ำจังหวะด้วยการเน้นหรือการพัก	121
ภาพประกอบ 125	ภาพแสดงลายที่มีการซ้ำจังหวะด้วยการสร้างความแตกต่าง	121
ภาพประกอบ 126	ภาพแสดงลายที่มีการจัดจังหวะแบบทับซ้อน	122
ภาพประกอบ 127	ภาพแสดงลายที่มีการจัดจังหวะแบบลื่นไหล	122
ภาพประกอบ 128	ภาพแสดงลายที่มีการจัดจังหวะแบบเปลี่ยนทิศทาง	123
ภาพประกอบ 129	ภาพแสดงลายที่มีการการใช้รูปและพื้น	123
ภาพประกอบ 130	ภาพแสดงลายที่มีการใช้การลดหลั่น	124
ภาพประกอบ 131	ภาพแสดงลายที่มีการใช้ตารางการจัดวางลวดลาย	124
ภาพประกอบ 132	ภาพแสดงลายที่มีการใช้ความใกล้ชิด	125
ภาพประกอบ 133	ภาพแสดงการต่อลายตามแนวตั้ง	125
ภาพประกอบ 134	ภาพแสดงการต่อลายในลักษณะต่าง ๆ โดยอาศัยรูปทรงเรขาคณิต	126
ภาพประกอบ 135	ภาพแสดงการการแยกตัว	126
ภาพประกอบ 136	ภาพแสดงการสัมผัส	127
ภาพประกอบ 137	ภาพแสดงการซ้อน	127
ภาพประกอบ 138	ภาพแสดงการผ่านทะลุ	127
ภาพประกอบ 139	ภาพแสดงการรวม	128
ภาพประกอบ 140	ภาพแสดงการตัดรูป	128
ภาพประกอบ 141	ภาพแสดงการตัดกัน	128
ภาพประกอบ 142	ภาพแสดงการซ้อนทับกันสนิท	129

ภาพประกอบ 143 ภาพแสดงรูปแบบของลวดลายผ้าที่ประยุกต์จากของจริง	133
ภาพประกอบ 144 ภาพแสดงรูปแบบลวดลายผ้าเรขาคณิต	133
ภาพประกอบ 145 ภาพแสดงรูปแบบลวดลายผ้าจากความคิด	134
ภาพประกอบ 146 ภาพแสดงรูปแบบลวดลายผ้าจากนามธรรม	134
ภาพประกอบ 147 ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างงานออกแบบลวดลายผ้า	135
ภาพประกอบ 148 ภาพแสดงลวดลายหลัก	135
ภาพประกอบ 149 ภาพแสดงลวดลายรอง	136
ภาพประกอบ 150 ภาพแสดงรูปแบบลวดลายบนภาชนะที่ประยุกต์จากของจริง	136
ภาพประกอบ 151 ภาพแสดงรูปแบบลวดลายบนภาชนะจากเส้น	137
ภาพประกอบ 152 ภาพแสดงรูปแบบลวดลายบนภาชนะจากเรขาคณิต	137
ภาพประกอบ 153 ภาพแสดงรูปแบบลวดลายบนภาชนะจากลวดลายของภาชนะเดิม	138
ภาพประกอบ 154 ภาพแสดงขั้นตอนการจัดแบ่งลักษณะรูปทรงของภาชนะ	139
ภาพประกอบ 155 ภาพแสดงขั้นตอนการออกแบบลวดลายบนภาชนะ	140
ภาพประกอบ 156 ภาพแสดงอาร์มานด์ ฮัทชูเอล (Armand Hatchuel)	151
ภาพประกอบ 157 ภาพแสดงทฤษฎี C – K หรือทฤษฎีแนวคิด-ความรู้	152
ภาพประกอบ 158 ภาพแสดงโครงสร้างของทฤษฎี C-K	153
ภาพประกอบ 159 ภาพแสดงการนำทฤษฎี C-K มาใช้	154
ภาพประกอบ 160 ภาพแสดงเกิดแนวคิดบ้า ๆ ของทฤษฎี C – K	155
ภาพประกอบ 161 ภาพแสดงตัวอย่างการนำทฤษฎี C – K ไปใช้	156

ภาพประกอบ 162 ภาพแสดงแนวโน้มกระแสเทรนด์โลกด้านผู้คน (Population)	158
ภาพประกอบ 163 ภาพแสดงแนวโน้มกระแสเทรนด์โลกเรื่องสี	159
ภาพประกอบ 164 ภาพแสดงแนวโน้มกระแสเทรนด์โลกด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social & Culture)	159
ภาพประกอบ 165 ภาพแสดงแนวโน้มกระแสเทรนด์โลกด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technology)	160
ภาพประกอบ 166 ภาพแสดงแนวโน้มกระแสเทรนด์โลกด้านนิเวศและสิ่งแวดล้อม (Environment)	162
ภาพประกอบ 167 ภาพแสดงสรุปแนวทางของแต่ละอุตสาหกรรม	163
ภาพประกอบ 168 ภาพแสดงเทรนด์ Soul Space	164
ภาพประกอบ 169 ภาพแสดงโทนสีของเทรนด์ Soul Space	165
ภาพประกอบ 170 ภาพแสดงเทรนด์ Soft Profiles	165
ภาพประกอบ 171 ภาพแสดงเทรนด์ Kitchenbody	166
ภาพประกอบ 172 ภาพแสดงเทรนด์ Never - ending summer	167
ภาพประกอบ 173 ภาพแสดงเทรนด์ Desert rider	168
ภาพประกอบ 174 ภาพแสดงเทรนด์ Reclaimed romance	169
ภาพประกอบ 175 ภาพแสดงเทรนด์ Grounded	169
ภาพประกอบ 176 ภาพแสดงเทรนด์ Healing crafts	170
ภาพประกอบ 177 ภาพแสดงเทรนด์ Joyful nature	171
ภาพประกอบ 178 ภาพแสดงเทรนด์ Reborn boho	172
ภาพประกอบ 179 ภาพแสดงเทรนด์ Rustic elegance	173

ภาพประกอบ 180 ภาพแสดงเทรนด์ Eat This Bag, Plant This Shoe	173
ภาพประกอบ 181 ภาพแสดงเทรนด์ Snuggle Up to Your Tote	174
ภาพประกอบ 182 ภาพแสดงเทรนด์ Decorate Your Dome	175
ภาพประกอบ 183 ภาพแสดงเทรนด์ Get a Lift	175
ภาพประกอบ 184 ภาพแสดงเทรนด์ Hold on to Your Bag-celet	176
ภาพประกอบ 185 ภาพแสดงเทรนด์ Bug Out With Groovy Sunglasses	176
ภาพประกอบ 186 ภาพแสดงเทรนด์ Lace-Up Your Sandals	177
ภาพประกอบ 187 ภาพแสดงเทรนด์ Embrace the Unexpected	177
ภาพประกอบ 188 ภาพแสดงเทรนด์ Add These to Your Bucket List	178
ภาพประกอบ 189 ภาพแสดงเทรนด์ Squish as You Step	178
ภาพประกอบ 190 ภาพแสดงเทรนด์ Channel Your Inner “Carrie”	179
ภาพประกอบ 191 ภาพแสดงเทรนด์ New classics	180
ภาพประกอบ 192 ภาพแสดงเทรนด์ Transparent evening dresses	180
ภาพประกอบ 193 ภาพแสดงเทรนด์ Schoolgirl	181
ภาพประกอบ 194 ภาพแสดงเทรนด์ Corseted ballgowns	181
ภาพประกอบ 195 ภาพแสดงเทรนด์ Faux Fur	182
ภาพประกอบ 196 ภาพแสดงเทรนด์ Back to the 2000s	182
ภาพประกอบ 197 ภาพแสดงเทรนด์ Punk	183
ภาพประกอบ 198 ภาพแสดงเทรนด์ Ultraviolet	183
ภาพประกอบ 199 ภาพแสดงเทรนด์ Biker	184

ภาพประกอบ 200 ภาพแสดงเทรนด์ Micro-skirts	184
ภาพประกอบ 201 ภาพแสดงเทรนด์ New waistline	185
ภาพประกอบ 202 ภาพแสดงเทรนด์ Roaring Twenties	185
ภาพประกอบ 203 ภาพแสดงเทรนด์ Flaming silhouettes	186
ภาพประกอบ 204 ภาพแสดงเทรนด์ Dominatrix	186
ภาพประกอบ 205 ภาพแสดงเทรนด์ Catsuits	187
ภาพประกอบ 206 ภาพแสดงแนวโน้มกระแส Care Culture	188
ภาพประกอบ 207 ภาพแสดงแนวโน้มกระแส Care Culture	188
ภาพประกอบ 208 ภาพแสดงแนวโน้มเทรนด์ Alpine adventure	189
ภาพประกอบ 209 ภาพแสดงแนวโน้มเทรนด์ Gentle living	190
ภาพประกอบ 210 ภาพแสดงแนวโน้มเทรนด์ Hobbycore	191
ภาพประกอบ 211 ภาพแสดงแนวโน้มเทรนด์ Home-proud	192
ภาพประกอบ 212 ภาพแสดงแนวโน้มเทรนด์ Nature commuter	193
ภาพประกอบ 213 ภาพแสดงแนวโน้มเทรนด์ Character classics	194
ภาพประกอบ 214 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบสินค้าแฟชั่น เพื่อการส่งออก “ITSME Model”	195

บทที่ 3

ภาพประกอบ 215 ภาพแสดงตัวอย่างแฟนเพจ เฟซบุ๊ก(Facebook Fan Page)	205
ภาพประกอบ 216 ภาพแสดงตัวอย่างอินสตาแกรม (Instagram) ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม	207
ภาพประกอบ 217 ภาพแสดงแผนผังกระบวนการทำวิจัย	212

บทที่ 4

ภาพประกอบ 218 ภาพแสดงโครงสร้างเงาของสไบมอญในลักษณะของการคล้องคอเวลาใช้งานจริง	214
ภาพประกอบ 219 ภาพแสดงลักษณะลวดลายและรูปแบบของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี	217
ภาพประกอบ 220 ภาพแสดงชนิดของดอกไม้ประเภทต่าง ๆ ที่เป็นลวดลายของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี	218
ภาพประกอบ 221 ภาพแสดงวัสดุนำมาผลิตสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี	219
ภาพประกอบ 222 ภาพแสดงสีสันทันของบุคลิกภาพประเภท Casual	233
ภาพประกอบ 223 ภาพแสดงสีสันทันของบุคลิกภาพประเภท Dynamic	234
ภาพประกอบ 224 ภาพแสดงสีสันทันของบุคลิกภาพประเภท Natural	234
ภาพประกอบ 225 ภาพแสดงสีสันทันของบุคลิกภาพประเภท Chic	235
ภาพประกอบ 226 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบลวดลายที่สรุปได้	237
ภาพประกอบ 227 ภาพแสดงแนวคิดทฤษฎี C - K เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับด้านองค์ประกอบเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นสไบมอญจังหวัดปทุมธานี	251
ภาพประกอบ 228 ภาพแสดงสรุปแนวโน้มเครื่องแต่งกายจากข้อมูล WGSN ฤดูกาล SS 2022-2023	253
ภาพประกอบ 229 ภาพแสดงสรุปแนวโน้มเครื่องประดับและเครื่องประกอบการแต่งกาย ฤดูกาล SS 2022-2023	254
ภาพประกอบ 230 ภาพแสดงสรุปแนวโน้มเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับและเครื่องประกอบการแต่งกาย ฤดูกาล AW 2022-2024	255
ภาพประกอบ 231 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องแต่งกาย AnitaKloset	260

ภาพประกอบ 232 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องแต่งกาย - Thai-Craft Chiang Mai	261
ภาพประกอบ 233 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องแต่งกาย - Konomiya Menpu	263
ภาพประกอบ 234 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องแต่งกาย - baboon_tiedye	264
ภาพประกอบ 235 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องแต่งกาย - pattabrand	265
ภาพประกอบ 236 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ - afreenhandcraft	266
ภาพประกอบ 237 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประดับ- handmadewithlovebyaor	267
ภาพประกอบ 238 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเสื้อผ้าและเครื่องประดับ- Homnil	268
ภาพประกอบ 239 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประดับ- Sudtangjai	269
ภาพประกอบ 240 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประดับ- บ้านรักปักเชียงใหม่	270
ภาพประกอบ 241 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประกอบการแต่งกาย - รองเท้าแฮนด์เมดปักมือ By Flower Shoes	271
ภาพประกอบ 242 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประกอบการแต่งกาย - Handmade by Jeeraporn	272
ภาพประกอบ 243 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประกอบการแต่งกาย- preeyadaembroidering	273
ภาพประกอบ 244 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประกอบการแต่งกาย - ร้านฝ้ายหอม	274

ภาพประกอบ 245 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประกอบการแต่งกาย – ผ้าปัก by นิธิ	275
ภาพประกอบ 246 สรุปรูปแบบแนวโน้มกระแสแฟชั่นปี 2022-2024 และรูปแบบประเภทสินค้าจากการแจกแบบสอบถามกับกลุ่ม เป้าหมาย และการสำรวจภาพถ่ายจากสื่อออนไลน์ที่นำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมสโม่อยุธยา จังหวัดปทุมธานี	277
ภาพประกอบ 247 แรงบันดาลใจในการออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชัน	290
ภาพประกอบ 248 การพัฒนาแบบร่างผลงานในช่วงต้น	291
ภาพประกอบ 249 ภาพรวมของผลงานการออกแบบสวดลายสโม่อยุธยา	292
ภาพประกอบ 250 ต้นแบบผลงานสโม่อยุธยา	294
ภาพประกอบ 251 ภาพร่างคอลเลกชันต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ทุนวัฒนธรรมสโม่อยุธยา จังหวัดปทุมธานี	296
ภาพประกอบ 252 ภาพผลงานต้นแบบ – 1.ชุดเดรสยาวมีระบาย	297
ภาพประกอบ 253 ภาพผลงานต้นแบบ – 2.ชุดเดรสสั้น	297
ภาพประกอบ 254 ภาพผลงานต้นแบบ – 3.เสื้อเอวลอย	298
ภาพประกอบ 255 ภาพผลงานต้นแบบ – 4.เสื้อแขนกุด	298
ภาพประกอบ 256 ภาพผลงานต้นแบบ – 5.กางเกงขาสั้น	299
ภาพประกอบ 257 ภาพผลงานต้นแบบ – 6.กระเป๋าทรงถุงขนาดใหญ่	299
ภาพประกอบ 258 ภาพผลงานต้นแบบ – 7.กระเป๋าสะพายไหล่ที่ปรับเปลี่ยน เป็นกระเป๋าคล้องข้อมือได้	300
ภาพประกอบ 259 ภาพผลงานต้นแบบ – 8.ที่คาดผม	300
ภาพประกอบ 260 ภาพผลงานต้นแบบ – 9.แว่นตา	301

บทที่ 1

บทนำ

1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดที่มีประชากรหลากหลายเชื้อชาติและมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน โดยมีอายุไม่ต่ำกว่า 300 ปี ตั้งแต่ พ.ศ.2202 ในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชแห่งกรุงศรีอยุธยา ได้มีการกวาดต้อนอพยพครอบครัวชาวมอญจากเมืองเมาะตะมะ เพื่อหนีภัยจากศึกพม่าโดยพระองค์ให้ครอบครัวมอญไปตั้งบ้านเรือนอยู่ที่บ้านสามโคก ซึ่งต่อมาในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชแห่งกรุงธนบุรีและในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยได้มีการอพยพชาวมอญอีกหลายรอบ ทำให้จังหวัดปทุมธานีนั้นถือเป็นพื้นที่อยู่อาศัยของชุมชนชาวมอญแหล่งใหญ่แห่งหนึ่งในประเทศไทย

สไบมอญถือเป็นเอกลักษณ์การแต่งกายของชาวมอญ โดยใช้เป็นผ้าพาดบ่าสำหรับผู้หญิงและผู้ชาย เมื่อออกงานสำคัญ ๆ เช่น งานแต่งงาน งานบุญ ฯลฯ ปัจจุบันชาวไทยเชื้อสายมอญทุกคนยังนิยมห่มสไบไปงานทุกครั้ง ผ้าสไบมอญจึงนับได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นของชาวไทยเชื้อสายมอญ และถือเป็นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยของจังหวัดปทุมธานีที่สำคัญ รูปแบบของสไบมอญมีหลายแบบ เอกลักษณ์ของสไบมอญ คือ สีสันทอง ผ้าที่สวยงาม และขอบสไบจะเป็นลายคลื่น มีลายเล็ก ๆ เป็นดอกไม้ใบไม้เรียงรายกันไปตามลายคลื่น ซึ่งลวดลายที่ปักส่วนใหญ่เป็นดอกไม้จะมีชื่อและแฝงความหมายที่มีคุณค่าเอาไว้ด้วย (The Reporters, 2020) การผลิตผ้าสไบมอญเกิดจากภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดกันภายในครอบครัวที่มีมาแต่โบราณ และสามารถสร้างรายได้ให้ครอบครัวจากการจำหน่ายในท้องถิ่นเป็นหลักและจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในพื้นที่

ปัจจุบันด้วยสภาพการณ์และการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไป ทำให้เหลือครอบครัวที่ผลิตผ้าสไบมอญอยู่น้อยมาก และลวดลายปักบางลายเริ่มหายไป สไบมอญกลายเป็นสินค้าที่มีผู้ผลิตน้อยลงเนื่องจากต้องใช้ฝีมือความประณีต และเวลาในการปักแต่ละผืนค่อนข้างมาก ทำให้ราคาจำหน่ายต่อผืนค่อนข้างสูงทำให้ความนิยมในการซื้อสไบมอญน้อยลง ประกอบกับผ้าสไบมอญมีข้อจำกัดในด้านการใช้งานที่คนทั่วไปหรือนักท่องเที่ยวเมื่อซื้อไปนำไปใช้งานได้น้อย ทำให้ขาดโอกาสในการขายสินค้ามากขึ้น รวมถึงสินค้าประเภทสไบมอญนี้ไม่ได้มีแค่จังหวัดปทุมธานี แต่ยังมีจำหน่ายตามจังหวัดพื้นที่ที่มีชาวไทยเชื้อสายมอญอยู่ด้วย ได้แก่ จังหวัดสมุทรสาคร และในจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นต้น ดังนั้นการออกแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานีจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อสร้างความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์แก่ตัวสินค้าประจำจังหวัด

ปัญหานำของโครงการวิจัยนี้ คือ การสร้างสรรค์และออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นที่มาจากผ้าสไบมอญที่แสดงถึงภาพลักษณ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์ผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี ด้วยการนำเสนออัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นที่ครอบคลุมสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องตกแต่ง เพื่อเพิ่มโอกาสการขายสินค้าและช่วยส่งเสริมให้สินค้ามีรูปแบบและมีความเฉพาะตัวมากยิ่งขึ้น สะท้อนภาพลักษณ์ของสินค้าผ้าสไบมอญให้เด่นชัดมากขึ้น ผู้วิจัยมีความสนใจในการใช้แนวคิดทฤษฎี C – K มาช่วยพัฒนาให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และแนวทางต้นแบบใหม่ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือตราสินค้าใหม่ให้เกิดขึ้นได้จริง รวมถึงการใช้ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น และการสำรวจแนวโน้มกระแสสินค้าแฟชั่นจะช่วยให้การออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นที่มาจากผ้าสไบมอญมีความสมบูรณ์และทันสมัยเป็นที่ต้องการมากยิ่งขึ้น

ทฤษฎี C – K หรือทฤษฎีความรู้เชิงแนวคิด ได้รับการพัฒนาในหลักสูตรการเรียนการสอนด้านการออกแบบวิศวกรรมที่ศูนย์วิทยาการจัดการ Mines Paris Tech โดย Armand Hatchuel และ Benoit Weil ในปี 1996 โดยทฤษฎี C – K ถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และวิธีการอย่างเป็นระบบในการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าใหม่และให้เกิดขึ้นเป็นไปได้จริง ด้วยการตรวจสอบความคิดเชิงนามธรรม มีการวิเคราะห์ จัดกลุ่มอย่างเป็นระบบ โดยให้ความสำคัญกับความคิด 2 พื้นที่ใหญ่ ได้แก่ พื้นที่ความคิด (Concept-C) ประกอบด้วยสิ่งที่ไม่มีการกระทำ ไม่ใช่เรื่องจริง และไม่ใช่เรื่องเท็จ รวมไปถึงสิ่งที่ยังไม่มีปรากฏขึ้นบนโลก และพื้นที่ความรู้ (Knowledge-K) ประกอบด้วยสิ่งที่รู้อยู่แล้วเช่น ด้านเทคนิค กฎระเบียบ สังคม พาณิชนัย ฯลฯ โดยมีขั้นตอนเริ่มจากการนิยามแนวคิด แล้วเข้าสู่กระบวนการออกแบบ ด้วยการกำหนดปัญหา ร่างแนวทางการแก้ปัญหา (Solution) และการตรวจสอบ ดังนั้นทฤษฎี C – K จึงเป็นเครื่องมือที่สามารถช่วยสร้างวัตถุหรือทำให้เกิดการออกแบบใหม่ได้ด้วยการคิดนอกกรอบในสิ่งที่เป็นไปได้ไม่ได้ให้เป็นไปได้บนพื้นที่ความคิด และช่วยสร้างสิ่งที่แปลกใหม่ภายใต้ความเป็นไปได้หรือข้อจำกัดที่ถูกกำหนดไว้ให้เป็นที่ยอมรับ ซึ่งถือเป็นทฤษฎีแนวคิดสร้างสรรค์ที่ช่วยสร้างความคิดใหม่ในการออกแบบให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ได้เป็นอย่างดี (มยุรี เสือคำราม, พรสวรรค์ ทิพย์ชัน, มณีรัตน์ จันทร์กระจ่าง, ศรีลัดดา เทพารักษ์และกิติมา แซ่โห, 2019)

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นประกอบด้วยแนวคิดทฤษฎีแฟชั่นต่าง ๆ ดังนี้ ทฤษฎีบุคลิกภาพ ทฤษฎีสี ทฤษฎีวงจรแฟชั่น ฯลฯ โดยองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นประกอบด้วย 1. สี เนื้อผ้า พื้นผิว 2. รายละเอียดการตกแต่ง 3. โครงร่างเงา 4. ลายพิมพ์ 5. ลักษณะจำเพาะทางแฟชั่น ประกอบด้วย ช่วงเวลา (Period) สถานที่ (Area) การใช้ชีวิต (Life Style) และลักษณะพิเศษ (Character) (วราฐ ทรัพย์ศรีสัญชัย, พัดชา อุทิศวรรณกุลและรวีเทพ มุสิกะปาน, 2560) และแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นแต่ละปีที่จะช่วยให้ภาพลักษณ์ของสินค้ามีความทันสมัยเป็นที่ต้องการของตลาดได้อย่างมั่นใจ

จากที่มา เหตุผล กรอบแนวความคิด และทฤษฎีทั้งหมด ผู้วิจัยมีความเห็นควรว่าหัวข้อวิจัยเรื่องการพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C – K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบ

มอญ จังหวัดปทุมธานี เป็นงานวิจัยเพื่อนำเสนอคอลเลกชันแนวทางต้นแบบการออกแบบสินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญซึ่งเป็นสินค้าทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยของจังหวัดปทุมธานีที่ประกอบด้วย เครื่องแต่งกาย 5 ชิ้น เครื่องประดับ 2 ชิ้น และเครื่องประกอบการแต่งกาย 2 ชิ้น งานวิจัยนี้สามารถสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าทุนวัฒนธรรมประจำจังหวัดที่โดดเด่น เดิมเต็มและเพิ่มศักยภาพโอกาสในการขายสินค้าได้มากขึ้น ส่งผลให้ผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานีเป็นที่รู้จัก สร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตภายในชุมชนและท้องถิ่น ทำให้เกิดการสืบทอดอนุรักษ์ภูมิปัญญาการผลิตผ้าสไบมอญให้คงอยู่ตลอดไป

2.ปัญหานำการวิจัย

1. แนวคิดทฤษฎี C – K จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยได้อย่างไร
2. ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น และการสำรวจแนวโน้มกระแสสินค้าแฟชั่นจะช่วยให้การออกแบบ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นที่มาจากผ้าสไบมอญมีลักษณะอย่างไร
3. ข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานีที่สามารถนำมาสร้างสรรค์ร่วมกับผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานีได้ มีอะไรบ้าง
4. อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยประเภทผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีจะมีลักษณะอย่างไร

3.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา ทบทวน รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับผ้าสไบมอญและทุนทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ของจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาทฤษฎี C – K และแนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรม
3. เพื่อค้นหาและนำเสนอคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยประเภทผ้าสไบมอญ ของจังหวัดปทุมธานี

4.กรอบแนวความคิดและแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่องนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะค้นหาและนำเสนออัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยและรูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ใหม่ ๆ ของสินค้าทุนวัฒนธรรมประเภทผ้าสไบมอญ ของจังหวัดปทุมธานี ด้วยการใช้วิธีเก็บข้อมูลศึกษา สำนวจวิเคราะห์ และสังเคราะห์ให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่จากหลัก

แนวคิดทฤษฎี C – K โดยเน้นด้านการสร้างอัตลักษณ์สินค้าและด้านการออกแบบสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่จากทุนวัฒนธรรมเดิม ด้วยความคาดหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลงานวิจัยที่ได้จะทำให้เกิดแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์ อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย ประเภทผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานีนี้ จะช่วยส่งเสริมศักยภาพด้านการออกแบบและการผลิตสินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมให้แก่ผู้ประกอบการในท้องถิ่นรวมถึงนักออกแบบไทยและสร้างรายได้ให้มากขึ้นอย่างยั่งยืน โดยทฤษฎี และกรอบแนวความคิดของโครงการวิจัยมีดังนี้

1.ทฤษฎีและเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- ด้านสินค้าผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี
- แนวคิดอัตลักษณ์ ทฤษฎีสินค้าแฟชั่น ทฤษฎีบุคลิกภาพ ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น
- ทฤษฎีการตลาด ทฤษฎีภาพตัวแทนและทฤษฎีการออกแบบลวดลาย
- แนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์และแนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์
- แนวคิดทฤษฎี C – K
- กระแสเทรนด์โลกและแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นที่เกี่ยวข้อง

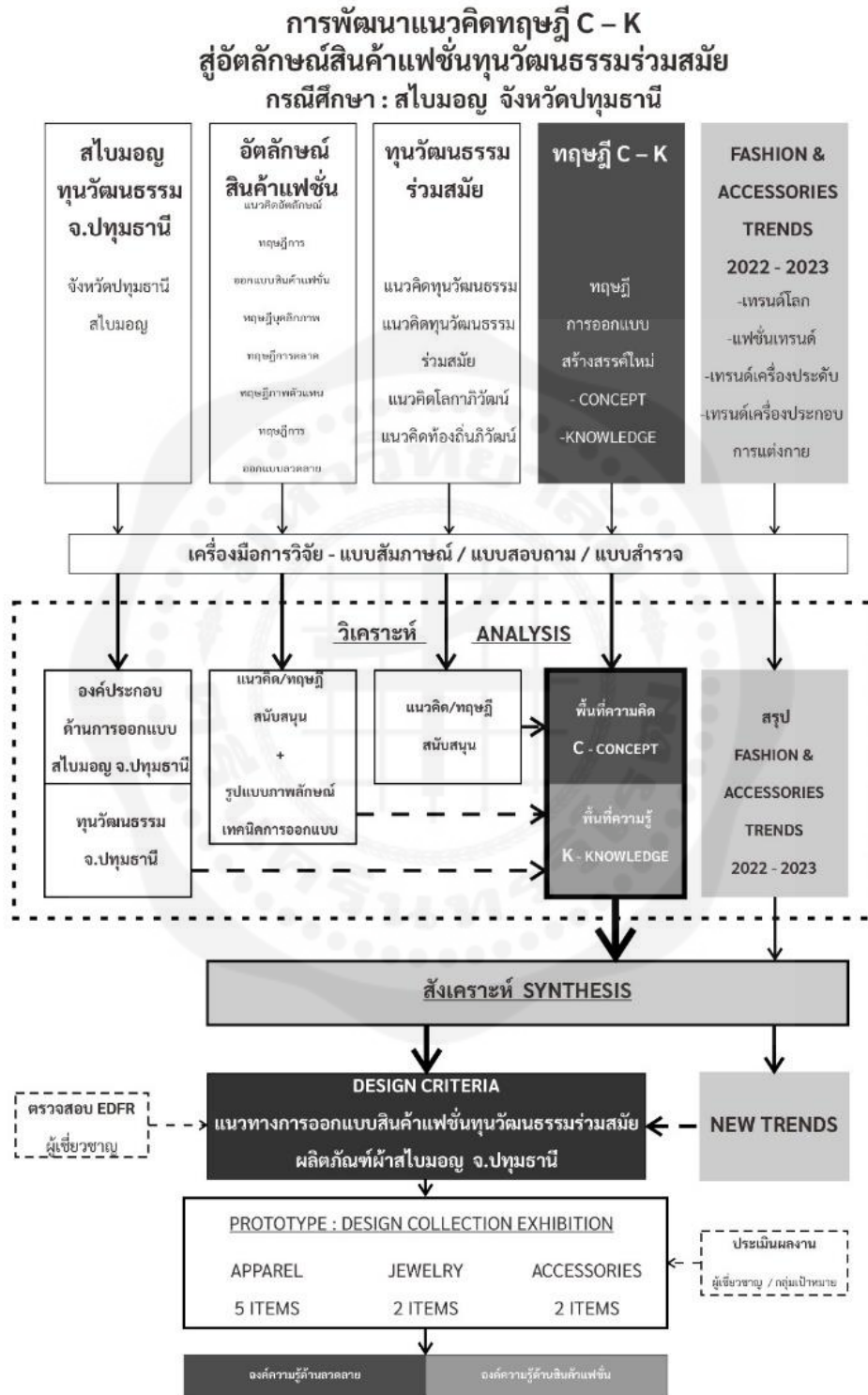
2.ขอบเขตของการวิจัย

-เน้นการศึกษาจะครอบคลุมเฉพาะสินค้าทุนทางวัฒนธรรมประเภทผ้าสไบมอญที่มีการผลิตภายใน จังหวัดปทุมธานีเท่านั้น

-ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ประชากรผู้ผลิตสินค้าผ้าสไบมอญและกลุ่มตัวอย่างสินค้าผ้าสไบมอญภายในจังหวัดปทุมธานี ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรและสินค้าผ้าสไบมอญทั้งหมดของจังหวัดปทุมธานี

-เน้นขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย ประกอบด้วยพื้นที่ภายในจังหวัดปทุมธานีเท่านั้น

3.กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย



5. วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยการพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C – K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กับการสร้างสรรค์ผลงาน โดยผู้วิจัยกำหนดข้อมูลสำหรับงานวิจัยไว้ 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสำรวจ สัมภาษณ์ และแจกแบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิ ด้วยการศึกษาจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผลจากการศึกษาทั้งหมดจะนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นและรูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากสินค้าผ้าสไบมอญ ซึ่งถือเป็นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยที่สำคัญของจังหวัดปทุมธานี โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย แบ่งออกเป็น 7 ช่วงใหญ่ได้ดังนี้

ช่วงที่ 1 ผู้วิจัยศึกษา ทบทวนวรรณกรรม สำรวจ รวบรวมข้อมูล งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านต่าง ๆ ได้แก่

- 1.1 ข้อมูลด้านสินค้าผ้าสไบมอญ และทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี
- 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดอัตลักษณ์ ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น ทฤษฎีบุคลิกภาพ ทฤษฎีการตลาด ทฤษฎีภาพตัวแทน ทฤษฎีการออกแบบลวดลาย
- 1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์และแนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์
- 1.4 ข้อมูลด้านแนวคิดทฤษฎี C – K
- 1.5 ข้อมูลด้านกระแสเทรนด์โลกและแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นที่เกี่ยวข้อง

ช่วงที่ 2 หลังจากการศึกษา รวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยอื่น ๆ แล้ว ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญด้วยการสัมภาษณ์นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ด้วยการใช้เทคนิคการวิจัยเชิงอนาคต (Ethnographic Delphi Futures Research- EDFR) โดยการสัมภาษณ์กำหนดไว้ 2-3 รอบ โดยรอบแรกจะใช้วิธีการสัมภาษณ์ ด้วยการใช้แบบสอบถามปลายเปิด และไม่ชี้นำเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนวทางของข้อมูลต่าง ๆ หลังจากการสัมภาษณ์รอบแรก ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ สังเคราะห์แล้วสร้างเครื่องมือแบบสอบถามปลายปิดและการสัมภาษณ์รอบที่ 2 และ 3 ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกคำตอบที่มีแนวโน้มความเป็นไปได้มากที่สุด ซึ่งหัวข้อในการสัมภาษณ์ประกอบด้วยด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 2.1 ด้านสินค้าผ้าสไบมอญ และทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี

2.2 ด้านแนวคิดอัตลักษณ์ ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น ทฤษฎีบุคลิกภาพ ทฤษฎีการตลาด ทฤษฎีภาพตัวแทน ทฤษฎีการออกแบบลวดลาย

2.3 ด้านแนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์และแนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์

2.4 ด้านแนวคิดทฤษฎี C – K

2.5 ด้านกระแสเทรนด์โลกและแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นที่เกี่ยวข้อง

ช่วงที่ 3 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้วยการบันทึกเสียง เพื่อหาข้อมูลที่เป็นองค์ประกอบของการออกแบบในด้านต่าง ๆ โดยใช้เทคนิคการสรุปสะสม (Cumulative Summarization Technique) เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ มีความเที่ยงตรง (Validity) และมีความเชื่อมั่น (Reliability)

ช่วงที่ 4 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมใน 2 วิธี ดังนี้

4.1 ผู้วิจัยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามด้วยการสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็นส่วนต่าง ๆ ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งส่วนมากเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้นิยมผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม ข้อมูลด้านรสนิยมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม และข้อมูลด้านแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นที่ต้องการ แล้วนำไปหาคุณภาพของเครื่องมือด้วยการให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบและนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปแจกกับกลุ่มเป้าหมายจริง จำนวน 400 คน ซึ่งวิธีที่แจกแบบสอบถามใช้การแจกทางออนไลน์เป็นหลัก

4.2 ผู้วิจัยใช้การสำรวจกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมจากภาพถ่ายของเว็บไซต์ต่างประเทศและในประเทศ เพื่อหารูปแบบ สี สัน รสนิยม ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม

ช่วงที่ 5 ผู้วิจัยรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดด้วยการใช้วิธีการวิเคราะห์แบบผสมผสานทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ เพื่อหาข้อสรุป แนวทาง และองค์ประกอบด้านการออกแบบจากทุกด้านที่ศึกษา เพื่อนำไปสังเคราะห์ และประยุกต์ใช้สร้างสรรค์ผลงานในงานวิจัย

ช่วงที่ 6 ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์ข้อมูล และนำมาเป็นข้อกำหนดในการออกแบบ (Design Criteria) เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดโจทย์การออกแบบ (Design Brief) ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบและทดลองผลิตผลงานต้นแบบ (Prototype Design) คอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมตาม

ช่วงที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูล												
ช่วงที่ 6 สังเคราะห์ข้อมูลออกแบบ ผลิตผลงาน												
ช่วงที่ 7 แสดงผลงาน												
ช่วงที่ 8 การสรุปอภิปราย เผยแพร่ ผลการวิจัย												

7. สมมติฐานของการวิจัย

1. แนวคิดทฤษฎี C – K สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์สินค้าแฟชั่น
วัฒนธรรมร่วมสมัยได้

2. แนวคิดทฤษฎี C – K สามารถนำมาสร้างสรรค์ให้เกิดผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ร่วมสมัยที่มาจาก
สินค้าทุนวัฒนธรรมประเภทผ้าสไบมอญ ของจังหวัดปทุมธานีได้

3. ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ใหม่ของสินค้าทุนวัฒนธรรมประเภทผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีที่ได้จาก
ผลงานวิจัยจะช่วยส่งเสริมให้มียอดขายและรายได้แก่ผู้ประกอบการในท้องถิ่นให้มากขึ้น ทั้งยังเป็นองค์
ความรู้ด้านการออกแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมอีกด้วย

8. คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

แนวคิดทฤษฎี C – K หมายถึง ทฤษฎีความรู้เชิงแนวคิดโดย Armand Hatchuel และ Benoit
Weil ในปี 1996 เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และวิธีการอย่างเป็นระบบในการ
ออกแบบผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าใหม่ และให้เกิดขึ้นเป็นไปได้อย่างแท้จริง โดยให้ความสำคัญกับความคิด 2
พื้นที่ใหญ่ ได้แก่ พื้นที่ความคิด (Concept – C) และพื้นที่ความรู้ (Knowledge – K) ทฤษฎี C – K
เป็นเครื่องมือที่สามารถช่วยสร้างวัตถุหรือทำให้เกิดการออกแบบใหม่ได้ด้วยการคิดนอกกรอบในสิ่งที่
ไม่ได้ให้เป็นไปได้บนพื้นที่ความคิด และช่วยสร้างสิ่งที่แปลกใหม่ภายใต้ความเป็นไปได้หรือข้อจำกัดที่ถูก
กำหนดไว้ให้เป็นที่ยอมรับ ซึ่งถือเป็นทฤษฎีแนวคิดสร้างสรรค์ที่ช่วยสร้างความคิดใหม่ในการออกแบบให้
เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ได้เป็นอย่างดี

อัตลักษณ์ หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้

สินค้าแฟชั่น หมายถึง สินค้าที่เป็นที่นิยมโดยทั่วไปและมีความสอดคล้องกับแนวโน้มกระแสความนิยมของคนหมู่มาก ประกอบไปด้วยหลากหลายประเภทย่อย ได้แก่ เครื่องแต่งกาย เช่น เสื้อ กางเกง กระโปรง และเครื่องแต่งตัว เช่น ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ เข็มขัด กระเป๋า รองเท้า หรือแว่นตา เป็นต้น

ทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย หมายถึง ผลผลิตทางวัฒนธรรมที่ถูกพัฒนาสร้างสรรค์ขึ้นใหม่ในยุคสมัยเดียวกันและเกิดขึ้นในสมัยปัจจุบัน โดยมีวัฒนธรรมเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างสรรค์ หรือมีกระบวนการหรือแนวความคิดของสังคมและวัฒนธรรมปัจจุบันเป็นพื้นฐาน โดยเกิดจากความคิดและถูกประยุกต์อย่างบูรณาการ ทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยมีทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ เช่น โบราณสถาน มรดกทางวัฒนธรรม ผลงานศิลปะแขนงต่าง ๆ ทั้งภาพวาด ทัศนกรรม ดนตรี ภาพยนตร์ วรรณกรรม เหล่านี้มักจะมีมูลค่าเป็นตัวเงินได้ ส่วนทุนวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ความเชื่อ จารีต ประเพณี วิถีชีวิต

สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี หมายถึง งานหัตถกรรมผ้าสไบของคนไทยเชื้อสายมอญ ที่มีการสืบทอดผ่านรุ่นแล้วรุ่นเล่า เป็นผลิตภัณฑ์สร้างชื่อเสียงให้กับชาวไทยเชื้อสายมอญในจังหวัดปทุมธานี ภายใต้ภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีมาแต่อดีต ซึ่งแสดงถึงอัตลักษณ์ของชาวมอญด้วยสีสันและลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ เช่นลายดอกมะเขือ ลายดาวล้อมเดือน ลายหงส์ ลายดอกบัว ฯลฯ

9.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี ที่สามารถนำมาสร้างสรรค์ต่อยอดร่วมกับสินค้าทุนวัฒนธรรมอื่น ๆ ของจังหวัดปทุมธานีได้
- 2.ทราบถึงหลักการแนวคิดทฤษฎี C – K และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ทำให้เกิดเป็นองค์ความรู้ในการวิจัยด้านสินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย
- 3.นำเสนออัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย และนำผลการวิจัยมาสร้างสรรค์ให้เกิดผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมประเภทผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานีที่มีรูปแบบใหม่ โดยมีเอกลักษณ์และความแตกต่างจากผ้าสไบมอญพื้นที่อื่น ทั้งเป็นการต่อยอดภูมิปัญญาพื้นถิ่น ยกระดับสินค้าภายในชุมชน สร้างรายได้ที่มากขึ้นและมั่นคงให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าภายในจังหวัดปทุมธานีมากขึ้น
- 4.นำผลการวิจัยและผลงานต้นแบบที่เป็นองค์ความรู้ ตีพิมพ์ เผยแพร่ในวารสารเพื่อให้หน่วยงานและสถาบันอื่น ๆ สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้
- 5.นำผลงานออกแบบสร้างสรรค์ที่ได้จดสิทธิบัตรด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างรายได้และผลประโยชน์จากโครงการวิจัยเมื่อเข้าสู่การผลิตในเชิงพาณิชย์

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี ข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยต่างๆที่ใช้ในโครงการวิจัยการพัฒนาแนวคิด ทฤษฎี C – K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณควบคู่กับการสร้างสรรค์ตัวอย่างผลงานการออกแบบที่สะท้อนถึง คำตอบของงานวิจัยที่ได้ ผลจากการวิจัยจะนำไปสู่แนวทางการนำเสนออัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นที่มาจาก วัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา รวบรวมข้อมูลในส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้องที่ประกอบด้วย เรื่องต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 - ด้านสินค้าผ้าสไบมอญ และทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี

ส่วนที่ 2 - ด้านแนวคิดอัตลักษณ์ ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น ทฤษฎีบุคลิกภาพ ทฤษฎี การตลาด ทฤษฎีภาพตัวแทน ทฤษฎีการออกแบบลวดลาย

ส่วนที่ 3 - ด้านแนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์และแนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์

ส่วนที่ 4 - ด้านการออกแบบสร้างสรรค์จากแนวคิดทฤษฎี C – K

ส่วนที่ 5 - ด้านกระแสเทรนด์โลกและแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 1 - ด้านสินค้าผ้าสไบมอญ และทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี

1.1บริบททางธรรมชาติ สังคม เศรษฐกิจ และศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี

จังหวัดปทุมธานี (2562) มีบันทึกไว้ว่า ปทุมธานีเป็นชุมชนโบราณตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา ซึ่งเป็น ที่รู้จักในนามของสามโคกตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายณ์ ปทุมธานีมีลักษณะพื้นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำเจ้าพระยา มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูก และเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าจำนวนมาก เช่น เสือ ช้าง กวาง สมัน ฯลฯ มีคลองธรรมชาติและคลองขุดจำนวนมาก โดยในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชได้โปรดเกล้าฯ ให้ชาวมอญที่อพยพมาจากเมืองเมาะตามะเพื่อลี้ภัยสงครามมาตั้งบ้านเรือนที่สามโคกราว 10,000 คน และจากข้อมูลทางประวัติศาสตร์พบว่าสามโคกเป็นชุมชนเก่าก่อนรัชกาลสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง โดยมี ตำนานพื้นบ้านที่สอดคล้องกับการประกอบอาชีพและวิถีชีวิตของชาวมอญที่ระบุว่า สามโคกคือแหล่งเตา

เผาที่ชาวมอญเป็นผู้สร้างขึ้นเพื่อผลิตเครื่องใช้ในชุมชนและส่งไปขายตามทีต่าง ๆ ทางเรือ (เหมือนพิมพ์สุวรรณภาค, 2558) ซึ่งในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินพบว่า มีหลายชนชาติที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานที่นี่ ได้แก่ คนไทย จีน มอญ มุสลิม ลาว และญวน ทำให้จังหวัดปทุมธานีในปัจจุบันมีวัฒนธรรมที่หลากหลาย และในสมัยรัชกาลที่ 2 ได้เสด็จ ฯ ทางชลมารคและชาวมอญส่วนมากได้ถวายดอกบัวเพื่อแสดงความจงรักภักดี พระองค์จึงได้พระราชทานนามเมืองให้ใหม่ว่า “ประทุมธานี” เป็นหัวเมืองชั้นตรี และต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 6 เปลี่ยนเป็น “ปทุมธานี” ดอกบัวหลวงเป็นดอกไม้ประจำจังหวัดปทุมธานี เพราะที่นี้อุดมด้วยดอกบัว และมีประเพณีการเก็บดอกบัวไปถวายพระเจ้าแผ่นดินในพระราชพิธีเทคนัมมหาชาติทุกปี คำขวัญของจังหวัดปทุมธานี คือ ถิ่นบัวหลวง เมืองรวงข้าว เชื้อชาวมอญ นครธรรมะ พระตำหนักรวมใจ สดใสเจ้าพระยา ก้าวหน้าอุตสาหกรรม

ปทุมธานีเป็นจังหวัดในภาคกลางของประเทศไทยอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ๓ 46 กิโลเมตรไปทางทิศเหนือ มีเนื้อที่ 1,525,856 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 953,660 ไร่ แบ่งเป็น 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองปทุมธานี อำเภอสสามโคก อำเภอลาดหลุมแก้ว อำเภอธัญบุรี อำเภอหนองเสือ อำเภอคลองหลวง และอำเภอลำลูกกา ภูมิประเทศของจังหวัดปทุมธานีส่วนมากเป็นที่ราบลุ่มอุดมสมบูรณ์ มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านใจกลางจังหวัด มีลำคลองธรรมชาติและคลองชลประทานหลายสาย สำนักบริหารโครงการ กรมชลประทาน (2562) อ้างว่า พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่มริมสองฝั่งแม่น้ำ โดยมีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านใจกลางจังหวัดในเขตอำเภอเมืองปทุมธานีและอำเภอสสามโคกทำให้พื้นที่ของจังหวัดถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ฝั่งตะวันตกของจังหวัดหรือบนฝั่งขวาของแม่น้ำเจ้าพระยา ได้แก่ พื้นที่ ในเขตอำเภอลาดหลุมแก้วกับพื้นที่บางส่วนของอำเภอเมือง และอำเภอสสามโคก กับฝั่งตะวันออกของจังหวัดหรือบนฝั่งซ้ายของแม่น้ำเจ้าพระยา ได้แก่ พื้นที่อำเภอเมืองบางส่วน อำเภอธัญบุรีอำเภอคลองหลวง อำเภอหนองเสือ อำเภอลำลูกกา และบางส่วนของอำเภอสสามโคก โดยมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดอื่นๆดังนี้

ทางทิศเหนือติดกับจังหวัดอยุธยา และจังหวัดสระบุรี

ทางทิศใต้ติดกับจังหวัดนนทบุรีและกรุงเทพฯ

ทางทิศตะวันออกติดกับจังหวัดนครนายกและฉะเชิงเทรา

ทางทิศตะวันตกติดกับจังหวัดนนทบุรี

ภาพประกอบ 2 ภาพแสดงตราสัญลักษณ์ประจำจังหวัดปทุมธานี

ที่มา : สำนักงานจังหวัดปทุมธานี ศาลากลางจังหวัดปทุมธานี. (2565). *สัญลักษณ์ประจำจังหวัดปทุมธานี*.

สืบค้นจาก <http://www2.pathumthani.go.th/index.php>

1.1.2 ธงประจำจังหวัดปทุมธานี

ความหมายของธงประจำจังหวัด ประกอบด้วย สีน้ำเงิน หมายถึง พระมหากษัตริย์ สีขาว หมายถึง ศาสนา ดอกบัวหลวงกับต้นข้าว หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ด้วยพืชพันธุ์ธัญญาหารโดยเฉพาะ ดอกบัวและข้าว ความสำคัญของธงประจำจังหวัดปทุมธานีเป็นการเชิดชูเกียรติและบ่งบอกถึงสัญลักษณ์ของจังหวัด เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวหัวใจชาวจังหวัดปทุมธานีให้มีความรักท้องถิ่นและมีความร่วมมือร่วมใจกัน สร้างสรรค์ความเจริญ และมีความเอื้ออารีต่อกัน (สำนักงานจังหวัดปทุมธานี กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2563)



ภาพประกอบ 3 ภาพแสดงธงประจำจังหวัดปทุมธานี

ที่มา : สำนักงานจังหวัดปทุมธานี ศาลากลางจังหวัดปทุมธานี. (2565). *สัญลักษณ์ประจำจังหวัดปทุมธานี*.

สืบค้นจาก <http://www2.pathumthani.go.th/index.php>

1.1.3 ดอกไม้ประจำจังหวัดปทุมธานี คือ ดอกบัวหลวง

เป็นพรรณไม้น้ำประเภทพืชล้มลุก มีลำต้นและหัวอยู่ในดินใต้น้ำ การเจริญชูก้านใบและดอก ขึ้นมาบนผิวน้ำ ใบมีลักษณะกลมกว้างใหญ่ ผิวใบเรียบสีเขียวขอบน้ำตาล ดอกเป็นกลีบซ้อนกันหลายชั้นมีสีขาว ชมพู เหลือง ลักษณะ สีสันขนาดของใบและดอกขึ้นอยู่กับชนิดของพันธุ์



ภาพประกอบ 4 ภาพแสดงดอกบัวหลวง

ที่มา : สำนักงานจังหวัดปทุมธานี ศาลากลางจังหวัดปทุมธานี. (2565). *สัญลักษณ์ประจำจังหวัดปทุมธานี*.

สืบค้นจาก <http://www2.pathumthani.go.th/index.php>

1.1.4 ต้นไม้ประจำจังหวัดปทุมธานี คือ ต้นปาริชาติ (ทองกลางลาย)



ภาพประกอบ 5 ภาพแสดงต้นปาริชาติ (ทองกลางลาย)

ที่มา : สำนักงานจังหวัดปทุมธานี ศาลากลางจังหวัดปทุมธานี. (2565). *สัญลักษณ์ประจำจังหวัดปทุมธานี*.

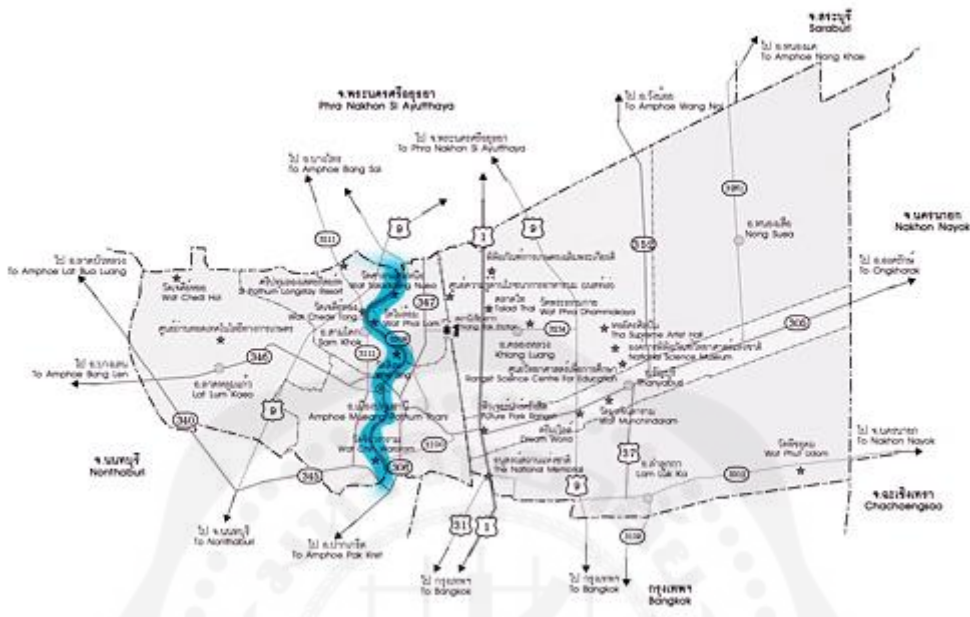
สืบค้นจาก <http://www2.pathumthani.go.th/index.php>

ซึ่งบริบททางธรรมชาติ สังคม เศรษฐกิจ และศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานีมีรายละเอียดดังนี้

1.1.5 บริบททางธรรมชาติ

สภาพแวดล้อมและธรรมชาติของจังหวัดปทุมธานี ในด้านของการใช้ประโยชน์ที่ดิน จำแนกได้เป็นพื้นที่เกษตรกรรม 496,648 ไร่ หรือประมาณร้อยละ 52.23 ของจังหวัด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพื้นที่นาประมาณร้อยละ 39.42 ของจังหวัด หรือคิดเป็นร้อยละ 75.47 ของพื้นที่เกษตรกรรมทั้งหมด ทรัพยากรดินส่วนมากในจังหวัดเป็นดินในที่ราบลุ่มมีเนื้อที่ร้อยละ 89.65 ของจังหวัดทำให้เหมาะสมต่อการทำอาชีพด้านเกษตรกรรมเป็นอย่างมาก ด้านทรัพยากรน้ำจังหวัดปทุมธานีตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ 2 ลุ่มน้ำ คือ ลุ่มน้ำเจ้าพระยาซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดหรือประมาณร้อยละ 76.92 ของพื้นที่ทั้งหมด และลุ่มน้ำบางปะกงมีพื้นที่ประมาณร้อยละ 23.08 ของพื้นที่ทั้งหมด โดยทรัพยากรน้ำส่วนมากจะถูกนำไปใช้ใน 4 กิจกรรม

หลัก ได้แก่ ความต้องการใช้น้ำเพื่อการอุปโภคบริโภค เพื่อ รักษาระบบนิเวศทำนน้ำ ความต้องการน้ำเพื่อการเกษตร และความต้องการน้ำเพื่ออุตสาหกรรม



ภาพประกอบ 6 ภาพแสดงลักษณะทางภูมิศาสตร์จังหวัดปทุมธานี

ที่มา : สำนักงานจังหวัดปทุมธานี ศาลากลางจังหวัดปทุมธานี. (2565). ลักษณะทางภูมิศาสตร์.

สืบค้นจาก <http://www2.pathumthani.go.th/index.php>

1.1.6 บริบททางสังคม

ลักษณะทางสังคมของจังหวัดปทุมธานี เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงสภาพทางสังคมจากเดิมที่เป็นสังคมชนบทกลายเป็นสังคมเมืองและมีการเปลี่ยนแปลงการผลิตจากภาคเกษตรกรรมเป็นการผลิตในภาคอุตสาหกรรม ทำให้ปัจจุบันจังหวัดปทุมธานีเป็นแหล่งรองรับการเข้ามาหางานทำจากคนในทุกภูมิภาคของประเทศ รวมทั้งแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาหางานทำ นอกจากนี้ยังเป็นที่ตั้งของสถานศึกษาทั้งในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษาหลายแห่ง ทำให้มีเยาวชนเข้ามาศึกษาในจังหวัดปทุมธานีเป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงมีปัญหาที่เกิดขึ้นจากปัจจัยดังกล่าว เช่น ปัญหาการแพร่ระบาดของยาเสพติด ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาสิ่งแวดล้อม และมลพิษที่เกิดจากโรงงานอุตสาหกรรมและชุมชนที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ประชากรส่วนใหญ่ของจังหวัดปทุมธานี นับถือศาสนาพุทธ จากการสำรวจข้อมูลจากสำมะโนประชากรและเคหะ สำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่า มีประชากรประมาณร้อยละ 95.8 ที่นับถือศาสนาพุทธ รองลงมานับถือศาสนาอิสลามร้อยละ 2.7 ศาสนาคริสต์ร้อยละ 0.7 และศาสนาอื่น ๆ ร้อยละ 0.8 จังหวัดปทุมธานีไม่มีความขัดแย้งเรื่องความแตกต่างด้านเชื้อชาติหรือศาสนาแต่อย่างใด

นโยบายด้านสังคมของจังหวัดปทุมธานี โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีเป้าหมายในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของคนและชุมชนในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีอาชีพ มีรายได้ที่มั่นคงส่งผลต่อสังคมอยู่เย็นเป็นสุข ด้วยโครงการต่าง ๆ เช่น การพัฒนาอาชีพเพื่อเพิ่มทักษะด้านอาชีพให้แรงงาน การเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยการบูรณาการร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดปทุมธานี โรงพยาบาลปทุมธานี สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดปทุมธานี แรงงานจังหวัดปทุมธานี เป็นต้น โดยมุ่งเน้นในองค์ประกอบหลัก ๆ ได้แก่ สิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ระบบการดูแลสุขภาพที่บ้านและในชุมชน การจัดสวัสดิการที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุแต่ละราย การเพิ่มทักษะการประกอบอาชีพให้แก่ผู้สูงอายุ รวมทั้งสนับสนุนการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถช่วยเหลือตนเองได้ และสามารถใช้ชีวิตประจำวันได้โดยไม่เป็นภาระพึ่งพิงแก่ผู้ดูแล นอกจากนี้จังหวัดปทุมธานีได้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับการขยายตัวของเมือง มีการติดตั้งกล้องวงจรปิด CCTV และไฟส่องสว่าง การตรวจตราควบคุมชั้นสถานบริการและจุดเสี่ยงเพื่อดูแลสุขภาพปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน ในการแก้ไขปัญหายาเสพติดจังหวัดปทุมธานีได้มีการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อแก้ไขปัญหายาเสพติด โดยสถานศึกษาและโรงเรียนเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันและดูแลเด็ก เยาวชน และวัยรุ่นให้ตระหนักถึงพิษภัยของยาเสพติด มีการตั้งด่านตรวจ จุดสกัด ปิดล้อม และตรวจค้นพื้นที่เป้าหมายสำคัญเพื่อเป็นการลดและปราบปรามผู้ค้าและผู้เสพให้ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยทุกภาคส่วนบูรณาการความร่วมมือในการดำเนินงานปราบปราม ป้องกัน และแก้ไขปัญหายาเสพติดให้หมดไปจากพื้นที่จังหวัดปทุมธานี และบริเวณพื้นที่ใกล้เคียง และมีการเปิดโอกาสให้ผู้ติดยาเสพติดเข้ารับการบำบัดรักษาและฟื้นฟูร่างกายจากการติดยาเสพติด และนำไปสู่การฝึกอาชีพเพื่อสร้างอาชีพไม่ให้เป็นภัยเกี่ยวกับยาเสพติดอีก จากผลการพัฒนาคุณภาพของคนและชุมชนในช่วงที่ผ่านมา ทำให้ประชากรในครัวเรือนของจังหวัดปทุมธานีมีระดับความสุขเฉลี่ยที่ 8.55 อยู่ในลำดับ 3 ของประเทศ (สำนักงานจังหวัดปทุมธานี กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2563)

1.1.7 บริบททางเศรษฐกิจ

ลักษณะทางเศรษฐกิจของจังหวัดปทุมธานี ในด้านประชากรของจังหวัดปทุมธานี ในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 500,792 ครัวเรือน จำนวนประชากรโดยรวมทั้งสิ้น 1,129,115 คน แนวโน้มจำนวนประชากรในอนาคตของจังหวัดปทุมธานีเมื่อทำการคำนวณอัตราการเจริญเติบโตของประชากร เพื่อประมาณการจำนวนประชากรในอนาคตอีก 20 ปีข้างหน้า โดยใช้ปี พ.ศ. 2560 เป็นปีฐาน พบว่า ประชากรในจังหวัดปทุมธานีมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2.19 ซึ่งมีผลทำให้ในอีก 20 ปีข้างหน้าหรือในปี พ.ศ.2580 จะมีจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นเป็น 1,741,254 คน

จังหวัดปทุมธานีมีอัตราความหนาแน่นของประชากรต่อตารางกิโลเมตรอยู่ที่ประมาณ 735.6 คนต่อตารางกิโลเมตร อำเภอที่มีความหนาแน่นของประชากรต่อตารางกิโลเมตรสูงสุดคืออัญบุรี 1,865.9 คน รองลงมาได้แก่ อำเภอเมืองปทุมธานีประมาณ 1,701.4 คนต่อตารางกิโลเมตร อำเภอหนองเสือจะมีความหนาแน่นของประชากรต่ำสุดที่ 129.9 คนต่อตารางกิโลเมตรเนื่องจากยังมีสภาพส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทำการเกษตร จังหวัดปทุมธานีมีจำนวนประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป รวมทั้งสิ้น 1,359,259 คน ซึ่งอยู่ในกำลังแรงงาน 930,671 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 68.5 และเป็นผู้ที่ไม่อยู่ในกำลังแรงงาน 428,588 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.5 สำหรับกลุ่มผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงาน 930,671 คน นั้นแยกได้เป็น ผู้มีงานทำ 916,802 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 ของผู้อยู่ในกำลังแรงงาน และผู้ว่างงาน หมายถึง ผู้ไม่มีงานทำและพร้อมที่จะทำงานมีจำนวน 13,869 คน หรือคิดเป็นอัตราการว่างงานร้อยละ 1.0

จากข้อมูลล่าสุดของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในปี พ.ศ. 2560 จังหวัดปทุมธานีมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Province Product : GPP) 380,688 ล้านบาท เป็นมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจนอกภาคเกษตรเป็นส่วนใหญ่ร้อยละ 98.4 มูลค่าเพิ่มในภาคการเกษตรมีเพียงประมาณร้อยละ 1.6 ผลิตภัณฑ์จังหวัดต่อคน (GPP Per Capita) ประมาณ 235,596 บาทต่อคนสูงอยู่ลำดับที่ 13 ของประเทศ และต่ำกว่าระดับค่าเฉลี่ยของกลุ่มจังหวัดปริมณฑล โดยอยู่ในลำดับที่ 5 รองจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร สมุทรสาคร สมุทรปราการ นนทบุรี ทั้งนี้จังหวัดปทุมธานียังมีอุตสาหกรรมการผลิต มีการจัดตั้งเขตประกอบการอุตสาหกรรม สวนอุตสาหกรรมมินิแพคเตอร์รี่ แลนด์ ประเภทอุตสาหกรรมที่มีจำนวนการประกอบกิจการเป็นลำดับต้น ๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์โลหะ 560 แห่ง รองลงมาคือ อุตสาหกรรมอาหาร 400 แห่ง อุตสาหกรรมขนส่ง 328 แห่ง และอุตสาหกรรมพลาสติก 327 แห่ง



ภาพประกอบ 7 ภาพแสดงอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี

ที่มา : Nava Nakorn Industrial Zone. (2022). *เขตส่งเสริมอุตสาหกรรมปทุมธานี*.

สืบค้นจาก <https://www.navanakorn.co.th/th/location/industrial/nava-nakorn-pathumthani>

ในด้านการค้าของจังหวัดปทุมธานีเป็นที่ตั้งของศูนย์การค้าส่งสินค้าทางการเกษตรประเภท พืชผัก และผลไม้ขนาดใหญ่ของประเทศ ได้แก่ ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดผลไม้เกรตคิตพิเศษที่ตลาด ไอยรา และเป็นที่ตั้งของศูนย์การค้าขนาดใหญ่หลายแห่ง ได้แก่ พิวเจอร์พาร์ครังสิต ศูนย์สินค้าไอทีขนาดใหญ่ที่ เชียงรังสิต ตลอดจนห้างค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่เป็นจำนวนมาก เนื่องจากทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้กับ กรุงเทพมหานคร และมีการขยายตัวของชุมชนที่อยู่อาศัยเป็นจำนวนมากในช่วงเวลาที่ผ่านมา การค้าส่งและ ค้าปลีกเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างงานสร้างรายได้ให้กับประชาชนในจังหวัดปทุมธานีเป็นจำนวนมาก โดยมีผู้ทำงานอยู่ในภาคนี้ประมาณ 195,937 คน หรือร้อยละ 21.4 ของผู้มีงานทำ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ จังหวัดเป็นอันดับสองรองจากภาคอุตสาหกรรมการผลิต ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2560 มีมูลค่า 65,358 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP)



ภาพประกอบ 8 ภาพแสดงตลาดไท จังหวัดปทุมธานี

ที่มา : Post Today. (2562). *Pathum Thani Market 4.0 เชื่อมตลาดในประเทศ สู่ตลาดการค้าโลก*. สืบค้นจาก <https://www.navanakorn.co.th/th/location/industrial/nava-nakorn-pathumthani>

ด้านการเกษตรของจังหวัดปทุมธานี เป็นพื้นที่เกษตร 510,504 ไร่ คิดเป็น 53.53 % ของพื้นที่ ทั้งหมด มีครัวเรือนเกษตรกร 23,345 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 3.98 ของครัวเรือนทั้งหมด และมีการถือครองที่ดินเพื่อทำการเกษตรด้วยการเช่าเป็นส่วนใหญ่ พืชเศรษฐกิจหลักคือข้าว ที่มีเนื้อที่เพาะปลูกมากที่สุด 311,184 ไร่ มีครัวเรือนเกษตรกรที่ปลูก 11,602 ครัวเรือน รองลงมาเป็นการปลูกพืชอื่น ๆ ผสมผสานกันไป ซึ่งที่ปลูกมากเป็นลำดับต้น ๆ ได้แก่ หนุ่ยปูดอน กัญชงหอม ส่วนไม้ผลที่ปลูกมากที่สุด ได้แก่ ปาล์ม น้ำมัน การเกษตรด้านอื่นที่มีการประกอบอาชีพรองลงมา ได้แก่ การทำประมง และการปศุสัตว์



ภาพประกอบ 9 ภาพแสดงนาข้าว จังหวัดปทุมธานี

ที่มา : 77ข่าวเด็ด. (2020). *ชาวนาเมืองปทุม เฮ !! นาข้าวกว่า 30,000 ไร่ รอดภัยแล้ง ทีมปทุมธานีเร่งสูบน้ำเข้าคลอง*. สืบค้นจาก <https://www.77kaoded.com/news/panor-chompusri/1260896>

ด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัด เนื่องจากจังหวัดปทุมธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวแบบเรียนรู้ เช่น พิพิธภัณฑ์การเกษตรเฉลิมพระเกียรติ สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ สังกัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี หอจดหมายเหตุแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติและหออัครศิลป์ สังกัดกระทรวงวัฒนธรรม รวมถึงศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษารังสิต สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ จังหวัดปทุมธานียังมีจุดเด่นในเรื่องอาหารการกินรวมถึงวิถีชีวิตธรรมชาติ ชุมชนริมน้ำ และวิถีชีวิตวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายมอญที่น่าสนใจ ทำให้มีความหลากหลายทั้งทางด้านประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน โดยเฉพาะการมีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านและ 2 ฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นวัดต่าง ๆ มากมาย เช่น วัดหงส์ปทุมมาวาส วัดศาลเจ้า วัดไผ่ล้อม ฯลฯ ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งนอกจากดอกบัวแล้ว ของที่ระลึกที่เป็นภาพลักษณ์ซึ่งเป็นที่รู้จักของจังหวัดปทุมธานี คือ “ตุ่มสามโคก” ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เครื่องปั้นดินเผาของชาวมอญของสามโคก นอกจากนั้นยังมีสินค้าโอท็อป (OTOP) ที่สำคัญ เช่น เครื่องปั้นดินเผาเบญจศิริ ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินไทย-ญี่ปุ่น น้ำมันงา เปลือกไขวิจิตร กระเป่ารองเท้าหนัง หมูทุบ และน้ำพริกคลองรังสิต ซึ่งในปี พ.ศ. 2561 จังหวัดปทุมธานีมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 2,098,344 คน เป็นชาวไทยจำนวน 1,498,155 คน เป็นชาวต่างประเทศจำนวน 600,189 คน นักท่องเที่ยวมีเวลาพำนักโดยเฉลี่ยประมาณ 2.17 วัน โดยมีห้องพักสำหรับพักแรมจำนวน 2,702 ห้อง และสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 3,391.23 ล้านบาท



ภาพประกอบ 10 ภาพแสดงพิพิธภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในจังหวัดปทุมธานี
ที่มา : พิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). (2555).

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติธรณีวิทยาเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดปทุมธานี.

สืบค้นจาก <https://db.sac.or.th/museum/museum-detail/1264>

ด้านเศรษฐกิจชุมชนภายในจังหวัดปทุมธานี ทางภาครัฐมีการสนับสนุนการเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชน โดยการส่งเสริมการตลาดใหม่ ๆ และการจับคู่เจรจาธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตที่เป็นวิสาหกิจชุมชน ซึ่งในปี พ.ศ. 2561 มียอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งสิ้น 1,138,6 ล้านบาทและมีการขยายตัวของมูลค่ายอดการจำหน่ายเฉลี่ยถึงร้อยละ 22.9 ต่อปี โดยผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สร้างรายได้มากที่สุด ได้แก่ สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่งและของที่ระลึก อาหาร ผ้าและเครื่องแต่งกาย และเครื่องตีตามลำดับ (สำนักงานจังหวัดปทุมธานี กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2563)

1.1.8 บริบททางศิลปวัฒนธรรม

รูปแบบและลักษณะทางศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมที่สำคัญภายในจังหวัดปทุมธานีหรือเป็นวัตถุทางวัฒนธรรมที่เป็นมรดกของชุมชนที่สำคัญ ได้แก่ หินกรองน้ำโบราณ พระหยกขาว ธรรมาสันยอดนางชี เรือโบราณ บ้านเรือนมอญ หอไตรปิฎก เจดีย์ประจำวัด กุฏิพระอาจารย์ในวัดต่าง ๆ ด้วยประชากรภายในจังหวัดที่มีความหลากหลายชาติพันธุ์ พบว่าชาวมอญในจังหวัดปทุมธานีมีจำนวนมากซึ่งมีการอพยพมาตั้งถิ่นที่อยู่ตั้งแต่สมัยโบราณและมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตในปัจจุบันไม่น้อย ซึ่งปัจจุบันหน่วยงานที่มีบทบาทที่สำคัญในการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมของชาวมอญในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ สภาวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่อยู่ภายในจังหวัดและใกล้เคียง สมาพันธ์ชาวไทยเชื้อสายรามัญจังหวัดปทุมธานี ชาวมอญชุมชนต่าง ๆ ภายในจังหวัด กลุ่มวัฒนธรรมอาเซียนมอญในชุมชนต่าง ๆ กลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ในหมู่บ้านต่าง ๆ (เหมือนพิมพ์ สุวรรณภาค, 2558)



ภาพประกอบ 11 ภาพแสดงวัตถุทางวัฒนธรรมที่เป็นมรดกของชุมชนที่สำคัญของจังหวัดปทุมธานี
ที่มา : DooAsia ข้อมูลท่องเที่ยว. ศิลปหัตถกรรมและงานช่าง. สืบค้นจาก
<http://www.dooasia.com/siam/oldcity/pathumthani5.shtml>

1.2 ชาวมอญในจังหวัดปทุมธานี

ศรัทธา ลากวัฒนา (2546) กล่าวว่า “มอญ” มี 2 ความหมาย คือ เป็นที่หนึ่ง และผู้นับถือพระรามปางพระนารายณ์หรือแทนด้วยคำว่า “รามัญ” มอญเป็นชาติที่เจริญรุ่งเรืองและมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดอารยธรรมอินเดียให้แก่ชนชาติอื่น ๆ ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ชาวมอญเคยมีอำนาจและความเจริญสูงสุดในแถบลุ่มแม่น้ำอิระวดี สาละวิน และสะโตง สุภรณ์ โอเจริญ (2541) กล่าวว่า ชาวมอญในเมืองไทยส่วนมากอพยพมาจากอาณาจักรมอญหรือรามัญประเทศในบริเวณแถบพม่าตอนล่าง ซึ่ง ได้แก่ แถบพะสิม พะโค และเมาะตะมะ โดยมีการตั้งถิ่นที่อยู่บริเวณสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาตั้งแต่ นครสวรรค์ กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี กรุงเทพมหานคร ปทุมธานี และสมุทรปราการ การอพยพของชาวมอญเข้าสู่ประเทศไทยมีลักษณะที่ต่าง ๆ กัน คือ

- 1.ย้ายเข้ามาในฐานะเป็นเชลยสงคราม
- 2.เข้ามาโดยการหลบหนีจากกองทัพพม่า
- 3.เข้ามาในฐานะผู้ลี้ภัยทางการเมือง

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2300 ได้ตกเป็นเมืองขึ้นของพม่า ชาวมอญที่อพยพย้ายถิ่นมา ได้มีการสร้างสำนักร่วมเพื่อรักษาวัฒนธรรมประเพณีมอญเอาไว้ ด้วยการสร้างอัตลักษณ์ใหม่เชิงการเมืองที่สื่อถึงการแยกตัวจากพม่า ผ่านเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และการใช้สัญลักษณ์ร่วมกัน ได้แก่ การใช้ธงชาติมอญ เพลงชาติมอญ ชุดประจำชาติ และสัตว์สัญลักษณ์ที่เป็นหงส์ (สุกัญญา เบนิต, 2552) โดยการตั้งถิ่นที่อยู่ของชาวมอญในประเทศไทย ส่วนมากจะอยู่ริมแม่น้ำโดยเฉพาะบริเวณสองฝั่งของแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งได้รับเป็นที่ดินพระราชทานให้อยู่และทำมาหากินแถบชานเมือง โดยเฉพาะในสมัยกรุงธนบุรี ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ชาวมอญส่วนมากไปอยู่ที่ปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และสามโคก จังหวัดปทุมธานี ต่อมาในสมัย

พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยได้โปรดให้ย้ายชาวมอญบางส่วนจากเมืองปทุมธานี ไปอยู่ที่นครเขื่อนขันธ์หรือปากลัด ซึ่งเป็นพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการในปัจจุบัน ทำให้เมืองทั้งหมดที่กล่าวมาเป็นเมืองใหญ่ ๆ ที่พบว่ามิชาวไทยเชื้อสายมอญอยู่มาก จากการสำรวจเพื่อทำสำมะโนครัวในสมัยรัชกาลที่ 5 พบว่า มีจำนวนชาวมอญที่อาศัยในเมืองใหญ่ทั้งหมดประมาณ 143,909 คน สภาพความเป็นอยู่ของชาวมอญส่วนมากเป็นการรวมกลุ่มที่มีการปกครองในระดับหมู่บ้าน มีการติดต่อกับคนภายนอกน้อยมาก ทำให้สามารถดำรงความเป็น “มอญ” ได้ในระยะแรก ต่อมาเมื่อมีจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น มีการขยายพื้นที่อยู่อาศัยออกไปทำให้มีการติดต่อกับคนไทยมากขึ้น และมีการถ่ายทอดวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพทางวัฒนธรรมและสังคมเป็นแบบผสมกลมกลืนระหว่างไทยกับมอญ อาชีพที่สำคัญของชาวมอญในประเทศไทย คือ การทำนาและการปลูกพืชอื่น ๆ และการทำงานหัตถกรรมในครัวเรือน ได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา การทอผ้า ทอเสื่อ งานจักสาน และงานเย็บและทำหลังคามุงจาก ศรัทธา ลาวัฒนา (2546) อ้างว่า ในจังหวัดปทุมธานีซึ่งเป็นเมืองหลักที่ชาวมอญอพยพมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้น โดยมีวัดสิงห์เป็นวัดแห่งแรกของที่นี่ ซึ่งวัดต่าง ๆ ในจังหวัดได้ปรากฏหลักฐานที่เป็นศิลปหัตถกรรมของชาวมอญ เช่น หม้อข้าวแช่ เตาสามโคก พระพุทธรูปดินเผา เครื่องลายคราม ภาพจิตรกรรมฝาผนังที่แสดงถึงวิถีชีวิตของชาวมอญสมัยก่อน เจดีย์โบราณสถานที่ได้รับอิทธิพลศิลปะมอญและพม่าที่ดูคล้ายกับเจดีย์ที่เมืองหงสาวดี

ในสมัยโบราณชาวมอญส่วนมากมาตั้งถิ่นฐานที่เมืองสามโคก และส่วนมากมีอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผา เช่น อิฐมอญ ตุ่ม หม้อน้ำ หม้อข้าวแช่ ฯลฯ ในอดีตเมืองสามโคกมีชื่อเรียกว่าทุ่งพญาเมือง ซึ่งมีการตั้งเป็นบ้านเมืองมาก่อนสถาปนารุงศรีอยุธยา แต่ต่อมาเมืองล่มสลายและมีชนชาติมอญมาตั้งถิ่นฐานขึ้นแทน ส่วนชื่อสามโคกมีปรากฏตั้งแต่สมัยพระเจ้าปราสาททองว่า เมืองสามโคกเป็นหัวเมืองหนึ่งที่ขึ้นตรงต่อกรมพระกลาโหม เหมือนพิมพ์ สุวรรณกาศ (2558) อ้างว่า ลักษณะของหมู่บ้านพื้นที่อยู่อาศัยของชาวมอญมีลักษณะ ดังนี้

1. เป็นหมู่บ้านใหญ่ตั้งบ้านเรือนกันอยู่หนาแน่นเปียดเสียดริมฝั่งแม่น้ำ โดยมีชายคาติดกันมีทางเดินส่วนรวมแคบ ๆ
2. มีวัดเป็นศูนย์กลางชุมชน โดยมีสัญลักษณ์ของเจดีย์มอญ เสาหงส์ ธงตะขาบและหอสวดมนต์



ภาพประกอบ 12 ภาพแสดงวัดหงษ์ปทุมาวาส จังหวัดปทุมธานี
ที่มา : Thaiza Travel. *เที่ยววัดหงษ์ปทุมาวาส วัดของชาวมอญ ปทุมธานี.*
สืบค้นจาก <https://www.thaiza.com/travel/city/411789/>

3. มีการประกอบอาชีพค้าขาย ทำไร่นาและมีการต่อเรือหลายขนาด ทั้งใหญ่และเล็กเพื่อใช้ในการค้าขาย มีการทำเครื่องปั้นดินเผาและงานฝีมือ เช่น กระบุง ตะกร้า กระดัง กระซอนผักและผลไม้



ภาพประกอบ 13 ภาพแสดงเรือเหล็กของคนมอญและเรือมอญจากบ้านศาลาแดงเหนือ
ที่มา : สิทธิพร เนตรนิยม. (2563). *ชีวิตชาวเรือพ่อค้าแม่ขายชาวมอญ บ้านศาลาแดงเหนือ ปทุมธานี*
สืบค้นจาก <https://sac.or.th/portal/th/article/detail/137>

4. มีการปลูกต้นโมกเป็นสัญลักษณ์ของบ้านเรือนมอญไว้ริมรั้วบ้านริมทางเดินต่าง ๆ

5. ลักษณะการปลูกบ้านจะปลูกบ้านขวางแม่น้ำ โดยมีลักษณะเหมือนเรือนไทยบ้าง เรือนปั้นหยาบ้าง โดยหันด้านข้างให้แม่น้ำในลักษณะขวางแม่น้ำ หรือเรียกว่ามอญขวาง



ภาพประกอบ 14 ภาพแสดงปลูกบ้านขวางแม่น้ำของชาวมอญ
ที่มา : สำนักบรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. ที่มา...มอญขวาง
สืบค้นจาก https://library.stou.ac.th/odi/mawn-qarng/P_2.html

1.2.1 ประเพณีที่สำคัญของชาวมอญ

โดยชาวมอญมีประเพณีที่สำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับศาสนาพุทธ ความเชื่อเรื่องผี และการดำรงชีวิต ซึ่งประเพณีและพิธีกรรมของชาวมอญ ที่สำคัญ ได้แก่

-พิธีเป็งซังกรานต์ เป็นพิธีในเทศกาลวันสงกรานต์ ซึ่งถือว่าเป็นวันขึ้นปีใหม่ของชาวมอญ และมีการทำข้าวแช่เพื่อเฉลิมฉลองความเป็นสิริมงคลเหมือนประเพณีก่อพระเจดีย์ทราย โดยเฉพาะวัดที่อยู่ริมแม่น้ำจะจัดงานประเพณีนี้



ภาพประกอบ 15 ภาพแสดงปลุกบ้านขวางแม่น้ำของชาวมอญ

ที่มา : ประเพณีของจ.ปทุมธานี. *ประเพณีการทุงข้าวแช่ (เป็งสงกรานต์)*

สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/praphenikhngcpthumthani/prapheni-khxng-canghwad-pthumthani>

-ประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ ถือเป็นประเพณีสำคัญของชาวมอญในช่วงเทศกาลสงกรานต์ด้วยการแห่ธงไปถวายเป็นพุทธบูชาที่เสาหงส์ โดยมีการประดิษฐ์ธงในแบบฉบับของชาวมอญ เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองการที่พระพุทธเจ้าเสด็จกลับมาয়โลกมนุษย์หลังจากไปจำพรรษาบนสวรรค์ เพื่อแสดงอิทธิธรรมเจ็ดคัมภีร์จนพระมารดาได้บรรลุนิโรธดับ ซึ่งการทำธงตะขาบมีความหมายทั้งทางโลกและทางธรรม มีนัยยะที่สำคัญเพื่อปัดสิ่งไม่ดีออกไปจากหมู่บ้านและช่วยให้เกิดโชคชัยต่าง ๆ มาสู่ทุกคน



ภาพประกอบ 16 ภาพแสดงประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ จังหวัดปทุมธานี

ที่มา : จังหวัดปทุมธานี. *ประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ จังหวัดปทุมธานี.*

สืบค้นจาก

<https://www.stou.ac.th/offices/rdec/nakornnayok/main/onlineexhibitions/Phatum/T.html>

-ประเพณีมอญคั้ง ในวันออกพรรษาจะมีการแต่งเรื่องตลกและซักจูงเรือของพระสงฆ์ออกไป และมีการแข่งเรือกันอย่างสนุกสนานรื่นเริงกันในการเล่นเรือทำให้เรียกกันว่า มอญคั้งหรือคั้ง

-ประเพณีล้างเท้าพระสำหรับในช่วงออกพรรษาโดยชาวบ้านจะเตรียมขันใส่น้ำสะอาดผสมน้ำอบและกลีบดอกไม้ และทำการปลดสไบและผ้าขาวม้าจากไหล่ปูเป็นทางให้พระได้เดินไปยังอุโบสถและนำน้ำมาราดที่เท้าพระ

-ประเพณีตักบาตรพระร้อย เป็นการทำบุญตักบาตรทางน้ำเพื่อสืบสานพระพุทธศาสนามีอายุกว่า 100 ปี โดยในงานจะมีการจับหมายเลขเพื่อเรียงลำดับเรือรับบิณฑบาตจำนวนมาก โดยมีเรือพระพุทธานำขบวนและมีการชิงเชือกเป็นแนวจากเหนือไปได้ เพื่อใช้สาวและยึดกันเรือล่ม เนื่องจากในฤดูนี้จะมีกระแสน้ำที่หลากและมีความแรงมาก แต่ปัจจุบันประเพณีนี้มีการเปลี่ยนแปลงไปอาจจะจัดบริเวณลานวัดแทน



ภาพประกอบ 17 ภาพแสดงประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ จังหวัดปทุมธานี

ที่มา : ธรรมะไทย. *ประเพณีตักบาตรพระร้อย (ทางน้ำ) จังหวัดปทุมธานี.*

สืบค้นจาก http://www.dhammathai.org/day/takbat100_pathumthani.php

-ประเพณีรำพาข้าวสาร จะเป็นการพายเรือไปตามทำนน้ำหน้าบ้านคนและร้องเพลงบอกบุญขอข้าวสารนิยมนำในเทศกาลออกพรรษาในช่วงหัวค่ำตั้งแต่เวลาทุ่มไปจนถึงเที่ยงคืน โดยมีคนบนเรือราว 20 ถึง 30 คนใช้เรือขนาดใหญ่โดยข้าวสารที่มารับบริจาคจะนำไปใช้ในงานทอดกฐินสามัคคี

-ประเพณีตักบาตรน้ำผึ้ง โดยประเพณีนี้จะมีการจัดหาน้ำผึ้งหรือน้ำตาลเอาไว้ทำกระยาสารท หรือน้ำอ้อยใส่ขวดโหลแทนน้ำผึ้งก็ได้ และสิ่งที่คู่กับน้ำผึ้งคือข้าวต้มมัด ซึ่งน้ำผึ้งถือว่าเป็นยาอย่างหนึ่งที่ให้พระสงฆ์สามารถจะทานได้ในยามวิกาล

1.2.2 ศิลปะและการละเล่นของชาวมอญ

ศิลปะและการละเล่นของชาวมอญที่สำคัญ ได้แก่ ปี่พาทย์มอญ มอญรำ การแข่งลูกหนูสะบ้ามอญ เป็นต้น

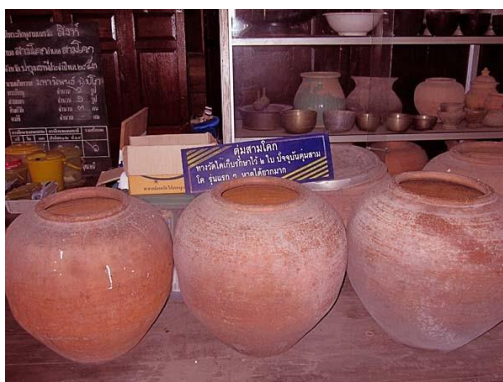




ภาพประกอบ 18 ภาพแสดงประเพณีมอญรำ จังหวัดปทุมธานี
ที่มา : Post Today. (2562). ขาวรามัญรำมอญถวายเจ้าพ่อหลักเมืองเชื่อมความสามัคคี.
สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/social/local/588583>

1.2.3 ภูมิปัญญาของชาวมอญ

ภูมิปัญญาของชาวมอญ ได้แก่ ตุ่มสามโคกและเรือกระแซง ซึ่งเป็นยานพาหนะที่สำคัญในการค้าขายตุ่มสามโคก โดยเรือกระแซงเป็นเรือขนาดใหญ่ที่มีลักษณะคล้ายเรือเอี่ยมจุ่นแต่เล็กกว่า สามารถจะบรรทุกของหนักหนัก ได้แก่ ข้าวเปลือก ข้าวสาร ไม้ ฟืน หิน ทราย อิฐ โอง ภาชนะดินเผา และตุ่มสามโคก เพื่อล่องไปขายตามลำน้ำต่าง ๆ ได้ ลักษณะเด่นของเรือกระแซงจะมีประทุนหรือหลังคาโค้งค้อมตามลำเรือ เป็นที่อาศัยหลบแดดหลบฝนซึ่งกระแซงคือเครื่องบังแดดฝนเย็บด้วยใบเตยหรือใบจาก (เหมือนพิมพ์สุวรรณภาค, 2558) ตุ่มสามโคกหรือตุ่มอีเล็งเป็นเครื่องปั้นดินเผาฝีมือชาวมอญตำบลสามโคก จังหวัดปทุมธานี ที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ปีพ.ศ. 2199 โดยลักษณะของตุ่มที่สำคัญ คือ มีเนื้อดินสีแดงส้มเหมือนสีอิฐ หรือสีมันปู รูปทรงของตุ่มเตี้ยป้อมตรงกลางป่องกลม ปากโองแคบคอโองติดกับไหล่ ปากและกันโองมีขนาดที่ใกล้เคียงกัน คุณสมบัติของโองในการใช้งานที่สำคัญ คือ สามารถเก็บรักษาความเย็นของน้ำได้ดี เนื่องจากผลิตจากเนื้อดินเผาแบบไม่เคลือบน้ำยา น้ำจึงซึมซับจับเนื้อดิน นอกจากนี้ตุ่มสามโคกยังถูกนำไปใช้ในพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยาตั้งแต่สมัยอยุธยาอีกด้วย (บุญยงค์ เกศเทศ, 2556)



ภาพประกอบ 19 ภาพแสดงตุ่มสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ที่มา : Review Thai Travel. (2020). *ตุ่มสามโคก*.

สืบค้นจาก <https://www.reviewthaitravel.com>

การทำอิฐมอญถือเป็นอีกหนึ่งภูมิปัญญาที่สำคัญ อิฐมอญเป็นอิฐดินเผาสีน้ำตาลส้มมีหลายขนาดใช้ในการก่อสร้างบ้านเรือน อิฐมอญจากสามโคกมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมมากเพราะมีความแข็งแรงทนทานซึ่งผลิตจากดินเลนที่ขุดขึ้นจากแม่น้ำเจ้าพระยาภายในจังหวัด



ภาพประกอบ 20 ภาพแสดงอิฐมอญ จังหวัดปทุมธานี

ที่มา : พิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร(องค์การมหาชน). *พิพิธภัณฑ์วัดสิงห์*.

สืบค้นจาก <https://db.sac.or.th/museum/museum-detail/252>

1.2.4 การแต่งกายของชาวมอญ

เหมือนพิมพ์ สุวรรณภาค (2558) กล่าวว่า ในการแต่งกายของชาวมอญนั้น ทั้งผู้หญิงและผู้ชายจะต้องมีผ้าสไบในพิธีงานบุญต่าง ๆ โดยผ้าสไบของผู้ชายนิยมเป็นผ้าขาวม้าจะพาดจากไหล่ซ้ายไปด้านหลัง อ้อมรักแร้ขวาแล้วขึ้นไปทับบนไหล่ซ้ายอีกทีหรือหากเป็นงานที่ไม่เป็นทางการ เช่น งานรื่นเริงสนุกสนานจะใช้ผ้ามาคล้องคอแทน ซึ่งสามารถจะคล้องได้ทั้งหน้าและหลังสำหรับผู้ชาย หลักฐานที่พบทางด้าน การแต่งกายของคนมอญในสมัยอยุธยาและรัตนโกสินทร์ตอนต้นพบว่า มีลักษณะคล้ายคนพม่าที่ชอบนุ่งผ้าลายตาหมากรุก โดยผู้ชายจะนุ่งผ้าสะล่อง สวมเสื้อคอกลมผ่าอก แขนทรงกระบอก และมีเสื้อตัวสั้นแบบแจคเก็ตทับข้างนอกคล้ายชายพม่า ในช่วงแรกนิยมโพกศีรษะแต่ต่อมาไว้ทรงผมเหมือนชายไทย ส่วนผู้หญิงนิยมนุ่งผ้าซิ่นหรือเรียกว่าผ้ากานิน (Ganin) หรือผ้าตาโถง ที่คล้ายกับผ้าสะล่องของผู้ชายแต่เล็กกว่าและส่วนมากเป็นสีพื้นหรือลายตาเล็ก ๆ สาว ๆ มักเลือกผ้าซิ่นที่มีลายดอกสีสดใส ผ้าซิ่นนี้ไม่ต้องเย็บปลายสองด้านติดกัน เวลานุ่งแค่เอาชายผ้าทั้งสองด้านมาจับกัน จึงทำให้เห็นขาเวลาก้าวเดิน นิยมนุ่งแบบยาวกรอมส้นเท้าหรือยาวลากพื้น ผ้าซิ่นมีการเย็บตีเกร็ดหลังและใช้แถบผ้าฝ้ายสีดำกว้าง 3 นิ้วเย็บต่อที่ขอบเอว ซึ่งเวลาสวมใส่ผ้าซิ่นจะเข้ารูปะโปกพอดี และแถบผ้าฝ้ายสีดำจะช่วยให้เวลาเห็นบชายผ้าแน่นขึ้นไม่หลุดง่าย สุกัญญา

เบานิด (2552) อ้างว่า เสื้อของผู้หญิงบางครั้งทำจากผ้าลูกไม้ ผ้าโปร่งบางหลากสี เสื้อทรงเข้ารูปแขนยาว ทรงกระบอก ผ่าหน้าหรือป้ายข้างติดกระดุมผ้า ชายเสื้อสอบเข้าเอวสั้นเหนือสะโพกขึ้นไป ผู้หญิงมอญนิยม ไฝผมยาวและเกล้ามวยต่ำ ๆ ก่อนไปทางด้านหลัง ซึ่งตรงข้ามกับหญิงพม่าที่เกล้ามวยสูงขึ้นไปข้างบน แต่ต่อมานิยมไฝผมแบบสตรีไทยเช่นกัน ทั้งผู้ชายและผู้หญิงนิยมสวมรองเท้าแตะแบบคิบบ ในการแต่งกาย สำหรับออกงานทั้งผู้ชายและผู้หญิงจะมีผ้าคล้องคอที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญ โดยเฉพาะในประเพณีสงกรานต์ ที่ถือเป็นประเพณีที่สำคัญที่สุดของชาวมอญ ที่มีการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่มีสีสันจัด สดใสงดงาม ผ้าสไบเป็นสิ่งที่ไม่ขาดไม่ได้ โดยผ้าสไบมีตั้งแต่แบบลูกไม้ถัก สไบปัก สไบจีบอัดกลีบที่มีหลากหลายสีสัน โดยนำมาพาดที่ไหล่ซ้าย ส่วนผู้หญิงมีอายุนิยมใส่เสื้อสีขาว ผ้าถุงลายหรือสีพื้น และผ้าสไบสีน้ำตาล



ภาพประกอบ 21 ภาพแสดงวัฒนธรรมการแต่งกายของชาวมอญในประเทศพม่า

ที่มา : Doo Asia ข้อมูลท่องเที่ยว. *ประวัติศาสตร์ประเทศพม่า*.

สืบค้นจาก <http://www.dooasia.com/info-myanmar>

สุกัญญา เบานิด (2552) อ้างว่า ในปีพ.ศ.2513 คนมอญได้คิดค้นชุดประจำชาติขึ้นใหม่ ด้วยการสำรวจจากผ้ามอญพื้นบ้านโบราณ โดยเลือกเอาลวดลาย และสีสันทันทีใช้กันมากที่สุดและนำมาปรับปรุงให้เป็นชุดมอญใหม่ที่มีเอกลักษณ์ คือ ผู้ชายมอญต้องใส่เสื้อทรงพื้นแดงลายตารางคล้ายคันทนา มีแถบขาวคาดที่กลางผืนซึ่งตรงนี้เองที่มีความแตกต่างจากเสื้อพม่า และสวมเสื้อสีขาวพื้นคอกลมแขนยาวผ่าหน้าผูกเชือกหรืออาจมีลายตารางสีแดงบนพื้นขาวก็ได้ ส่วนผู้หญิงต้องนุ่งผ้าถุงแดง ลายดอกบนพื้นแดงมีเชิง สวมเสื้อสีขาวหรือสีชมพูอ่อนแขนยาว คอกลมผ่าหน้าผูกเชือก ชายเสื้อยาวปิดสะโพกซึ่งแตกต่างจากผู้หญิงพม่า แต่ในปัจจุบันเสื้อหรือผ้าถุงมอญไม่จำเป็นต้องสีแดง แต่นิยมหลากสีสันทันแต่ยังคงไว้ในรูปแบบและลวดลายแบบเดิม การสวมใส่เครื่องแต่งกายมอญถือว่าเป็นการแสดงออกเรื่องชาตินิยม นอกจากเรื่องเครื่องแต่งกายที่ถูกคิดค้นขึ้นใหม่แล้ว ยังมีธงชาติ เพลงชาติมอญ สัตว์สัญลักษณ์ของมอญ ซึ่งได้แก่ หงส์อีกด้วย



ภาพประกอบ 22 ภาพแสดงธงชาติมอญ

ที่มา : โรม บุญนาค. (2565). เหตุที่มอญถือหงส์เป็นสัญลักษณ์! แผ่นดินผุดขึ้นตรงหงส์ ๒ ตัวเล่นน้ำ เป็นเมืองหงสาวดี!! สืบค้นจาก <https://mgronline.com/onlinesection/detail/9650000012445>

1.2.5 สัญลักษณ์ที่สำคัญของชาวมอญ

หงส์เป็นสัญลักษณ์ประจำชาติของมอญที่เชื่อมโยงกับตำนานการสร้างเมืองหงสาวดี ซึ่งลักษณะของหงส์มอญจะคล้ายเป็ด หรือหงส์อ้วน สัญลักษณ์หงส์จะถูกนำมาใช้ในหลาย ๆ โอกาส ที่สำคัญที่พบเห็นได้ คือ งานสำคัญทางศาสนาหรืองานบุญประเพณีต่าง ๆ จะมีหงส์มาประดับตกแต่งในงาน นอกจากนี้ ลักษณะท่าทางของหงส์จะมีหลายรูปแบบหลายความหมายแตกต่างกันไป เช่น หงส์ 2 ตัวซ้อนกัน หมายถึง หงส์ในตำนานที่เกี่ยวกับการสร้างเมืองหงสาวดี หงส์บิน หมายถึง ในเชิงการเมือง หงส์ยกเท้า หมายถึง การก้าวขา หรือการก้าวไปข้างหน้า



ภาพประกอบ 23 ภาพแสดงหงส์ สัญลักษณ์ที่สำคัญของชาวมอญ

ที่มา : โรม บุญนาค. (2565). เหตุที่มอญถือหงส์เป็นสัญลักษณ์! แผ่นดินผุดขึ้นตรงหงส์ ๒ ตัวเล่นน้ำ เป็นเมืองหงสาวดี!! สืบค้นจาก <https://mgronline.com/onlinesection/detail/9650000012445>

1.2.6 ความเชื่อของชาวมอญ

บุญยงค์ เกศเทศ (2556) อ้างว่า ความเชื่อของชาวมอญในจังหวัดปทุมธานี คือ ความเชื่อเรื่องผีมอญ โดยมีพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น ห่มผ้าผีมอญ พิธีรับผี และการทำอาหารเลี้ยงในพิธีต่าง ๆ การทำบุญผี

กระจาด คนมอญมี “โต้ง” หรือระบบความเชื่อเกี่ยวกับเรื่อง ผีบรรพชน ผีบ้าน ผีเรือน ผีประจำตำกูล ซึ่งปรากฏในพิธีกรรม พิธีรำผีมอญ และในรูปสัญลักษณ์ของพืช สัตว์ต่าง ๆ เช่น มะพร้าว กระบอกไม้ไผ่ ข้าวเหนียว งู เต่า ม้า ไก่ ฯลฯ สุภรณ์ โอเจริญ (2552) กล่าวถึง ความเชื่อด้านไสยศาสตร์ถือเป็นสัญลักษณ์ของคนมอญ ประเพณีแห่ตะโพนหรือประเพณีแห่ทางหงส์และธงตะขาบ จะจัดขึ้นในเทศกาลสงกรานต์ โดยชาวมอญจะจัดเตรียมการเย็บผ้า ประดิษฐ์ดอกขบาจากเศษผ้าสีต่าง ๆ สำหรับประดับทางหงส์ และใช้ลูกตะกร้อสานเพื่อประดับและถ่วงน้ำหนัก ทางหงส์ของชาวมอญนั้นมีความเชื่อว่าเป็นสิ่งที่ใช้กำหนดทิศทางในการดำรงชีวิตในแต่ละปี ซึ่งในพิธีนี้จะมีการถวายธงตะขาบไปพร้อมกันด้วย

1.2.7 การอนุรักษ์รักษาคulture อัตลักษณ์ของชาวมอญในปัจจุบัน

การรักษาคulture อัตลักษณ์และตัวตนทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายมอญในจังหวัดปทุมธานีมีอยู่ 5 ประเภทได้แก่

1. ด้านภาษามอญ



ภาพประกอบ 24 ภาพแสดงภาษามอญ

ที่มา : วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2565). *ภาษามอญ*.

สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/ภาษามอญ>

2. ด้านอาหารท้องถิ่น ได้แก่ อาหารประเภทปลา เช่น ปลาร้า ปลาเจ่า ปลาเค็ม และปลาอย่างเพราะมีความอุดมสมบูรณ์ของแม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลองต่าง ๆ รวมทั้งพืชผักของชาวมอญ เช่น มะตาด กระเจี๊ยบเขียวบอนหรือกราวหน้า



ภาพประกอบ 25 ภาพแสดงอาหารท้องถิ่น จังหวัดปทุมธานี
ที่มา : Online News Business Day. (2022). รวมของอร่อยขึ้นชื่อเมืองปทุม.
สืบค้นจาก <http://www.bday.net>

3.ด้านเครื่องแต่งกาย ปัจจุบันทางสมาพันธ์ชาวไทยเชื้อสายรามัญของจังหวัดปทุมธานี มีการส่งเสริมการแต่งกายตามแบบวัฒนธรรมมอญในวันพระหรือวันงานประเพณีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมมอญ โดยมีการจัดอบรมและให้ความรู้และรณรงค์อนุรักษ์เกี่ยวกับการปักสไบมอญ ซึ่งผ้าสไบมอญถือเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชาวมอญ สำหรับใช้ในพิธีต่าง ๆ ปัจจุบันได้มีการนำลวดลายผ้าปักบนสไบมอญไปใช้ เพื่อเพิ่มความสวยงามให้กับผลิตภัณฑ์ของใช้ประเภทอื่น ๆ อีก เช่น กระเป๋า ผ้าเช็ดหน้า ที่รองแก้ว เป็นต้น



ภาพประกอบ 26 ภาพแสดงกิจกรรมปักหน้ากากผ้าจากลายผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี
ที่มา : ประภาพรรณ ขาวขำ. (2022). ปทุมธานี – กิจกรรมปักหน้ากากผ้าจากลายผ้าสไบมอญให้แก่กลุ่มสตรีในชุมชนเพื่อสร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ในครัวเรือน.
สืบค้นจาก <https://www.pheupuangchon.com/156382/>



ภาพประกอบ 27 ภาพแสดงผลผลิตภัณฑ์ของใช้ประเภทอื่น ๆ จากลวดลายสไบมอญ

ที่มา : งามัญคดี. (2016). สไบมอญในโลกโลกาภิวัตน์.

สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/644670595672195/posts/716990048440249/>

4.ด้านการละเล่นและการแสดง มีการรื้อฟื้นการแสดงมอญรำ เป็นการแสดงประจำจังหวัดปทุมธานีโดยในการแสดงจะมีการแต่งกายประกอบด้วยผ้าถุงลายเชิง เสื้อแขนยาวทรงกระบอก และการผลัดผ้าสไบบนไหล่ซ้าย ซึ่งถ้าเป็นงานรื่นเริงจะมีสีสันสดใสสวยงามแต่ถ้าเป็นงานอวมงคลจะเน้นที่สีขาวดำเป็นหลัก

5.ด้านประเพณีพิธีกรรม จะเป็นพิธีที่เกี่ยวกับพุทธศาสนาและการนับถือผี รวมถึงชีวิตเกษตรกรรมที่สะท้อนความเป็นชาวไทยเชื้อสายรามัญได้อย่างดี ซึ่งพิธีทำที่ได้รับการอนุรักษ์ที่สำคัญ คือ การประดิษฐ์ธงตะขาบจำลอง เพื่อใช้ในงานสักการะศาลหลักเมืองศาลประจำหมู่บ้านของชาวมอญในจังหวัดปทุมธานี ธงตะขาบถือเป็นสิ่งสำคัญของประเพณีในการแห่ทางหงส์ในวันสุดท้ายของเทศกาลสงกรานต์ ลักษณะเด่นของธงตะขาบเป็นสัญลักษณ์ที่ชัดเจนของชาวมอญ ที่มาของธงตะขาบนั้นแฝงด้วยเรื่องราวที่มีคติทั้งทางโลกและทางธรรม คือ ตะขาบเป็นสัตว์ที่มีลำตัวยาว มีเขี้ยวเล็บที่เป็นพิษ สามารถต่อสู้กับศัตรูที่มาระรานได้ เปรียบเสมือนคนมอญที่ไม่เคยหวาดหวั่นต่อศัตรู ชาวมอญจะตัดผมของตัวเองผูกติดไว้กับธงตะขาบเพื่อถวายเป็นพุทธบูชา ซึ่งธงตะขาบนั้นเปรียบเสมือนสิ่งมงคลสิ่งหนึ่งที่เป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญ(นันทพร ไพรเวส, อภิสักดิ์ สิ้นธุภัก, ธเนศ ภิรมย์การ, 2019) ในปัจจุบันมีการย่อขนาดของธงตะขาบให้เล็กลงสำหรับการตั้งโชว์หรือประดับบนหิ้งพระได้



ภาพประกอบ 28 ภาพแสดงธงตะขาบจำลอง จังหวัดปทุมธานี
ที่มา : MD Travel. (2019). *สัมผัสวิถีชุมชนทุ่งนามอญ จุดเช็คอินใหม่ใกล้กรุงเทพฯ | ปทุมธานี*.
สืบค้นจาก <https://www.kidjapak.com/archives/9688>

1.3 สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

สไบมอญมีความสำคัญกับวิถีชีวิตของชาวมอญมาตั้งแต่สมัยโบราณ จากหลักฐานภาพจิตรกรรมสีของสาวชาวมอญหลังประตูโบสถ์วัดบางน้ำผึ้งนอก ต.บางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ ซึ่งที่นี่เป็นวัดที่สร้างตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนปลาย พ.ศ.2210 จะเห็นได้ว่าหญิงชาวมอญมีการแต่งกายนุ่งผ้าแหวกและใช้ผ้าสไบแบบคล้องคอที่ลักษณะการใช้สไบเหมือนในปัจจุบัน



ภาพประกอบ 29 ภาพแสดงภาพจิตรกรรมสีของสาวชาวมอญหลังประตูโบสถ์วัดบางน้ำผึ้งนอก
ที่มา : Splendor. (2555). *สองคนรวมกันแล้วเกินร้อย* ตระเวนแหล่งศิลปวัฒนธรรมและลัทธิวิถีไทย
ตอนที่ 30 วัดบางน้ำผึ้งนอก. สืบค้นจาก

<https://2g.pantip.com/cafe/blueplanet/topic/E11921311/E11921311.html>

ผ้าสไบมอญเป็นอัตลักษณ์ของชาวไทยรามัญอย่างหนึ่งที่สำคัญ โดยชาวมอญทั่วไปเรียกผ้าสไบมอญว่า "หยาดอะหริ่มโตะ หรือ หยาดอะเหมินโตะ" ซึ่งหมายถึง ผ้าที่มีลวดลายพัฒนามาจากลายขอบหยักของโตกทองเหลืองของชาวมอญ โดยคำว่า หยาดหมายถึงผ้า อะหริ่มหมายถึงขอบ และมาจากภาษามอญว่า "หยาดอะหริ่มเต่าฮ์" หมายถึง "ผ้าคลุมนม" สำหรับให้ผู้หญิงใช้พรางหน้าอก ขณะใส่บาตรทำบุญและนั่งพับเพียบไหว้พระบนศาลาวัด การห่มสไบจะช่วยให้กระชับคอเสื้อให้แนบกับลำตัวป้องกันการเกิดภาพในทางกามารมณ์ (อาโด้ด , 2017) ซึ่งผ้าสไบมอญนั้นเป็นเครื่องแต่งกายที่สำคัญที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชาวมอญที่แตกต่างจากชาวพม่าและชาติพันธุ์อื่น ๆ ขนาดของหยาดอะหริ่มโตะกว้างประมาณ 1 ศอก ยาวประมาณ 4 ศอก ปักลายดอกไม้ตรงริมผ้าตลอดทั้งผืน ลายดอกส่วนใหญ่ใช้สีสวยงามเน้นการตัดกับสีพื้นของผืนผ้า สีสดใสที่นิยม เช่น แดง ส้ม เขียวทองอ่อน เหลือง ขาว ฟ้า ชมพู



ภาพประกอบ 30 ภาพแสดงโตกของชาวมอญ

ที่มา : สไบมอญ - หยาดอะหริ่มโตะ. (2019). *สไบมอญ - หยาดอะหริ่มโตะ*. สืบค้นจาก
https://m.facebook.com/permalink.php?story_fbid=112362470197189&id=1053554442312

สไบมอญเป็นสินค้าของที่ระลึกที่มีลักษณะเฉพาะที่น่าสนใจของจังหวัดปทุมธานี ซึ่งของที่ระลึกนี้เป็นสินค้าประเภทศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นที่เน้นความทรงจำที่นักท่องเที่ยวส่วนมากสามารถนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน โดยมีวัตถุประสงค์ตามหลักของการออกแบบของที่ระลึก คือ เพื่อเป็นที่ระลึกของฝากโดยไม่ได้จำกัดราคาว่าแพงหรือถูก โดยความหมายของของที่ระลึกคือสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดความคิดถึงและนึกถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้อง การนำเสนอที่เป็นทุนวัฒนธรรมทางท้องถิ่นของจังหวัดปทุมธานีมาประยุกต์ใช้ในการ

ผลิตผ้าสไบมอญ จะทำให้เกิดเป็นนวัตกรรมเชิงความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบที่ทำให้ผลิตภัณฑ์สินค้าผ้าสไบมอญมีอัตลักษณ์ความเป็นจังหวัดปทุมธานีมากขึ้น การสร้างนวัตกรรมสินค้าของที่ระลึกจากทุนวัฒนธรรมสามารถใช้การผสมผสานทางเรขาคณิต เช่น ด้านลวดลายสีเส้นหรือตัวอักษร ทั้งนี้งานกราฟิกที่ใช้ในการออกแบบควรมีความชัดเจนที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ให้ได้มากที่สุด

สาวบางแค22 (2564) อ้างว่า สไบถือว่าเป็นของสูงสำหรับชาวมอญ นิยมใช้ในงานพิธีกรรมและประเพณีต่าง ๆ และเป็นสัญลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นชาวมอญของทั้งชายและหญิง ซึ่งปรากฏในหลักฐานคำทำนายโบราณ “แม่เงน” ที่กล่าวถึงเหตุแห่งการล่มสลายของชนชาติมอญ 1 ใน 10 ประการ คือ “หญิงมอญจะละทิ้งสไบ” ที่สะท้อนความสำคัญของสไบต่อการมีอยู่ของชนชาติมอญมาแต่โบราณ และหากใครไปวัดแล้วไม่นำสไบติดตัวไปจะรู้สึกอับอายเป็นอย่างมาก

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรสาคร (2564) อ้างว่า ในวิถีชีวิตของคนมอญนั้นจะมีรูปแบบของผ้าสไบหลายรูปแบบ ดังนี้

1.สไบพื้นเรียบ เป็นผ้าไหม ผ้าแพร หรือผ้าเนื้อดีสีเดียวกันตลอดทั้งผืน ที่ใช้ได้ทั้งชายและหญิง พบเห็นมากในชุมชนมอญแถบพระประแดง

2.สไบจีบ หรือสไบอัตพลีท เป็นสไบที่ได้รับความนิยมในสมัยอดีต จะนิยมใช้เฉพาะในงานพิเศษเท่านั้น เช่น เทศกาลสงกรานต์ งานทอดกฐิน งานแต่งงาน เป็นต้น ถือเป็นวัฒนธรรมร่วมของกลุ่มคนไทยและมอญ ปัจจุบันยังพบเห็นได้ที่ชุมชนมอญพระประแดง



ภาพประกอบ 31 ภาพแสดงสไบจีบ หรือสไบอัตพลีท

ที่มา : สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรสาคร. (2564). สไบมอญน้ำเค็ม.

สืบค้นจาก https://www.m-culture.go.th/samutsakhon/ewt_news.php?nid=1199&filename=index

3.สไบไหมพรม เป็นสไบที่ถักขึ้นด้วยไหมพรม มีหลายหลายลวดลายและสีสันทัน มีความหนานุ่มโดยจะเป็นที่นิยมของชาวมอญสมุทรสาครในสมัยก่อน ซึ่งไม่ได้รับความนิยมแล้ว

4.สไบลูกไม้ ผลิตจากผ้าสไบลูกไม้สำเร็จรูป ส่วนใหญ่จะมีสีขาว สีชมพู สีเหลืองและสีฟ้าอ่อน นิยมใช้กันมากในช่วงปีพ.ศ.2530-2550 เพราะมีความสวยงาม มีลวดลายในตัว หาซื้อได้ง่าย ราคาไม่แพง น้ำหนักเบาและดูแลรักษาได้ง่าย

5.สไบผ้าขาวม้า เป็นผ้าขาวม้าที่เอามาห่มแบบผ้าสไบที่ใช้เฉพาะผู้ชายเท่านั้น



ภาพประกอบ 32 ภาพแสดงการห่มสไบผ้าขาวม้า
ที่มา : สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรสาคร. (2564). สไบมอญน้ำเค็ม.

สืบค้นจาก https://www.m-culture.go.th/samutsakhon/ewt_news.php?nid=1199&filename=index

6.สไบปัก หรืออีกชื่อว่าสไบมอญน้ำเค็ม มีลักษณะรูปแบบและลวดลายอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างอย่างชัดเจน มาจากชื่อที่คนมอญในชุมชนแห่งอื่น ๆ ของไทยนิยมเรียกคนมอญแถบสมุทรสาครและบางกระดี กรุงเทพมหานคร ว่า "มอญน้ำเค็ม" ซึ่งปัจจุบันพบเห็นการใช้สไบนี้ได้มากในแถบชุมชนมอญสมุทรสาคร สไบมอญน้ำเค็ม หมายถึง ผ้าสไบซึ่งมีลวดลายที่เกิดจากการปักด้วยมือตลอดทั้งผืน โดยชาวมอญย่านตำบลบ้านเกาะและตำบลท่าทราย จังหวัดสมุทรสาครเป็นกลุ่มที่เริ่มทำขึ้นเป็นกลุ่มแรก และถือว่าเป็นผ้าสไบที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มของชุมชนมอญแถบจังหวัดสมุทรสาคร



ภาพประกอบ 33 ภาพแสดงสไบมอญน้ำเค็ม จังหวัดสมุทรสาคร
ที่มา : สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรสาคร. (2564). สไบมอญน้ำเค็ม.

สืบค้นจาก https://www.m-culture.go.th/samutsakhon/ewt_news.php?nid=1199&filename=index

ลักษณะสไบมอญของจังหวัดปทุมธานีจะมีขนาดความกว้าง 15-18 ซม. และความยาวประมาณ 2-2.25 เมตร แต่เดิมเป็นผ้าสไบถักเป็นลายกุหลาบและลายข้าวหลามตัด โดยเพ็ญจะเปลี่ยนเป็นผ้าผืนงานปักเมื่อประมาณสองปีที่ผ่านมา ซึ่งทางวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานีได้ส่งเสริมให้สมาชิกในจังหวัดแต่ละกลุ่มปักผ้าสไบมอญในลักษณะตามรูปแบบของผ้าสไบมอญน้ำเค็มของจังหวัดสมุทรสาคร โดยมีลักษณะคือ เป็นผ้าพื้นสีพื้นแล้วปักเป็นลาย เช่น ลายดาวล้อมเดือน หรือลายดอกไม้ทั่วไปเป็นหลัก



ภาพประกอบ 34 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี
ที่มา : กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา. (2563). สไบมอญ ลดว่างงาน-ความรุนแรงในครอบครัว ผ่านการ ‘ถักปักร้อย’ โยงวัฒนธรรมเชื่อมชุมชน. สืบค้นจาก <https://www.eef.or.th/article-26-10-2020/>

1.3.1 รูปแบบและลักษณะของผ้าสไบมอญ
สไบมอญจะมีการผลิต 2 รูปแบบ คือ

-สไบมอญแบบ 4 ทบ จะเป็นสไบมอญที่มีการผลิตและใช้งานในสมัยก่อน จะมีความกว้างมากกว่า เพื่อที่จะพับครึ่งตามยาวและคลี่ออกเพื่อการใช้งานในโอกาสที่สำคัญ เช่น วางรองปูบนพื้นให้พระสงฆ์เดินผ่าน โดยลวดลายที่ปักจะมีความกว้างยาวเท่ากับขนาดของผ้าสไบที่มากกว่าผ้าสไบแบบ 2 ทบ ทำให้การทำผ้าสไบแบบนี้ใช้ระยะเวลาในการผลิตและฝีมือในการปักมากกว่าจึงมีราคาขายค่อนข้างสูง ทำให้ไม่สามารถตอบรับกับความต้องการของตลาดได้



ภาพประกอบ 35 ภาพแสดงสไบมอญแบบ 4 ทบ

ที่มา : Thaibuntern ThaiPBS. (2017). หัวใจในลายผ้า : ลวดลายผ้าในวิถีมอญน้ำเค็มเจ็ดริ้ว.

สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=_dvtWbUAHLE

-สไบมอญแบบ 2 ทบ เกิดจากการแก้ปัญหาในการลดระยะเวลาในการผลิตผ้าสไบมอญแบบ 4 ทบที่ผลิตนานต้องการความประณีตและมีราคาสูง และเพื่อให้ทันกับความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น ด้วยขนาดของความกว้างประมาณ 12-15 เซนติเมตรและความยาวประมาณ 2 เมตร ซึ่งความกว้างของสไบที่ปักจะเหลือเพียง 1 ใน 4 ของแบบ 4 ทบ ทำให้สามารถแก้ปัญหาด้านระยะเวลาการผลิตและราคาขายที่ย่อมเยาลงได้ ในปัจจุบันการทำสไบมอญจึงมักจะทำแต่แบบ 2 ทบกันเป็นส่วนใหญ่



ภาพประกอบ 36 ภาพแสดงสไบมอญแบบ 2 ทบ
ที่มา : ยุวดี ศรีห้วยยอด. (2564). สไบมอญเจ็ดริ้ว. สืบค้นจาก
<https://communityarchive.sac.or.th/blog/118>

โดยรูปแบบของสไบมอญในจังหวัดปทุมธานีมีลักษณะ ดังนี้

1.3.1.1 ลักษณะเฉพาะของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี

เอกลักษณ์ของผ้าสไบมอญของที่นี่ คือ เป็นสไบมอญแบบ 2 ทบ ลักษณะของขอบผ้าสไบจะเป็นลายคลื่นหรือลายหยักและมีลายเล็ก ๆ ของดอกไม้และใบไม้เรียงรายกันไปตามลายคลื่น จะนิยมปักริมผ้าขอบสไบเป็นลายหยัก และปักลายดอกไม้ต่าง ๆ ตลอดผืน มีสีสันสดใสสวยงาม นิยมใช้สไบที่ปักให้ตัดกับสีพื้นของพื้นผ้า โดยสีที่นิยมใช้ ได้แก่ สีแดง ส้ม เขียวทองอ่อน เหลือง ขาว ฟ้า ชมพู (กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการพัฒนาสังคม สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 1 จังหวัดปทุมธานี, 2559)



ภาพประกอบ 37 ภาพแสดงลักษณะของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี
ที่มา : The Reporters. (2020). ‘ถัก ปัก ร้อย’ ภูมิปัญญาเศรษฐกิจ ลดความรุนแรงในครอบครัว.
สืบค้นจาก <https://www.thereporters.co/culture/sabaimorn-pathumthani/>

1.3.1.2 ความสวยงามของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี

ความสวยงามของสไบมอญจะอยู่ที่ลวดลาย ว่ามีความละเอียดมากน้อยแค่ไหนและคุณภาพฝีมือในการปักซึ่งเริ่มตั้งแต่การวาดลายลงบนผืนผ้า โดยเอกลักษณ์เฉพาะและเสน่ห์ของสไบมอญเมืองปทุมธานี คือ การใช้มือปักทั้งผืนมากกว่าการใช้จักรปัก นั่นแสดงให้เห็นว่าผู้ปักสไบมอญจะต้องมีความใจเย็นไปตามลักษณะของลวดลายอันอ่อนช้อย และจะมีความแม่นยำในการปักไปตามลวดลายต่าง ๆ โดยลักษณะของลวดลายจะไม่ขีดหรือห่างกันเกินไป (ครูตุ๊ก, 2021)





ภาพประกอบ 38 ภาพแสดงการใช้มือปักผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี
ที่มา : The Reporters. (2020). ‘ถัก ปัก ร้อย’ ภูมิปัญญาเศรษฐกิจ ลดความรุนแรงในครอบครัว.
สืบค้นจาก <https://www.thereporters.co/culture/sabaimorn-pathumthani/>

การออกแบบลวดลายต่าง ๆ ของผ้าสไบมอญมีทั้งลายแบบดั้งเดิม และลายสมัยใหม่ที่นำมาประยุกต์ให้มีความทันสมัยขึ้น ลวดลายต่าง ๆ ได้แก่ ลายปักขอบ ลายไม้เลื้อย ลายดอกไม้ ลายดาว ลายดอกกุหลาบ ลายดอกชบา ลายดอกแก้ว ลายดอกมะเขือ ลายแถวดอกไม้ ลายดาวล้อมเดือนและลวดลายที่คิดขึ้นใหม่เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดปทุมธานีได้แก่ ลายดอกบัวหลวง ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำจังหวัด เนื่องจากการผลิตผ้าสไบมอญสมัยก่อน ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ เพราะคนที่อายุน้อยยังขาดทักษะและวิธีในการเขียนลวดลาย รวมถึงระยะเวลาในการผลิตต่อชิ้นค่อนข้างนานประมาณ 1 สัปดาห์ต่อผืน ลวดลายตามท้องตลาดเป็นลวดลายแบบเดิม ๆ ซ้ำ ๆ จึงทำให้ขาดเอกลักษณ์เฉพาะของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี ซึ่งอาจารย์สุรจิต วิทยากรและอาจารย์ประจำสาขาวิชาวัฒนธรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย กล่าวว่า ลวดลายส่วนมากที่ปักบนสไบมอญเป็นลวดลายแบบเดิม ๆ ลวดลายแบบใหม่ ๆ ยังมีน้อย การมีลวดลายใหม่ ๆ จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสไบมอญมากขึ้น ลวดลายที่เกิดขึ้นสามารถเป็นลายประยุกต์จากลวดลายแบบโบราณผสมผสานกับลวดลายสมัยใหม่เข้าด้วยกันและสามารถนำไปต่อยอดในงานผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ อีก เช่น เสื้อผ้า ผ้าถุง กระเป๋า ผ้ารองกราบและงานผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เป็นต้น (ข่าวสดออนไลน์, 2564)





ภาพประกอบ 39 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากการต่อยอดงานผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี
ที่มา : จากผู้วิจัย

1.3.1.3 รูปแบบลวดลายปักของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ลวดลายแบบดั้งเดิมที่มีการปักจะมีอยู่ 3 ลาย คือ ลายดาวล้อมเดือน ลายดอกมะเขือ และลายดอกมะตาด ที่มีการผลิตอยู่ในอำเภอเมืองปทุมธานี อำเภอสสามโคก และอำเภอลาดหลุมแก้ว ซึ่งรูปแบบลวดลายปักของสไบมอญสามารถแบ่งลวดลายออกตามโครงสร้างตำแหน่งของการปักได้ ดังนี้

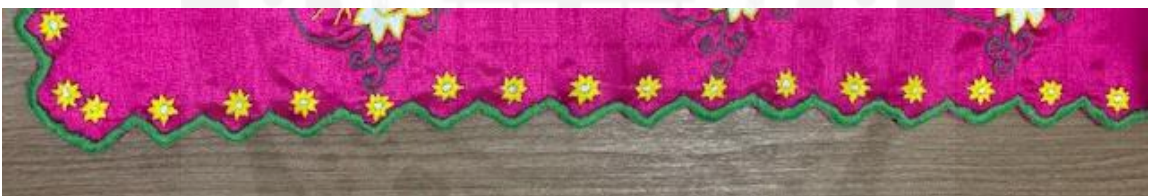
1.ลายเส้นปักริมขอบผ้า – เป็นลายที่ไว้ใช้ปักเก็บริมขอบผ้าสไบ มีลักษณะยาวต่อกันเป็นเส้นโค้งหยักแบบเส้นคลื่นเส้นเดียวรอบริมขอบผ้าด้านนอก โดยเส้นหยักที่เป็นลายปักนั้นมีที่มาจากหลายความเชื่อ เช่น เป็นเส้นที่เป็นลอนคลื่นของแม่น้ำหรือทะเล เนื่องจากชาวมอญส่วนมากมักตั้งบ้านเรือนอยู่ริมน้ำ และสำหรับสไบมอญของชุมชนบางหลวง จังหวัดปทุมธานี ลายปักริมขอบสไบนั้นมาจากรูปทรงของสะพานโค้ง 100 ปีที่วัดบางหลวง ซึ่งเป็นวัดที่อยู่คู่ชุมชนและสร้างมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 (ทุกทิศทั่วไทย, 2561) มาเป็นลายเอกลักษณ์ของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี



ภาพประกอบ 40 ภาพแสดงสะพานโค้ง 100 ปีที่วัดบางหลวง จังหวัดปทุมธานี
 ที่มา : เทศบาลตำบลบางหลวง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี. (2557). วัดบางหลวง.
 สืบค้นจาก <http://www.bangluangcity.go.th/2014-11-22-02-52-39/2014-11-19-05-30-50/2014-11-20-11-07-16>

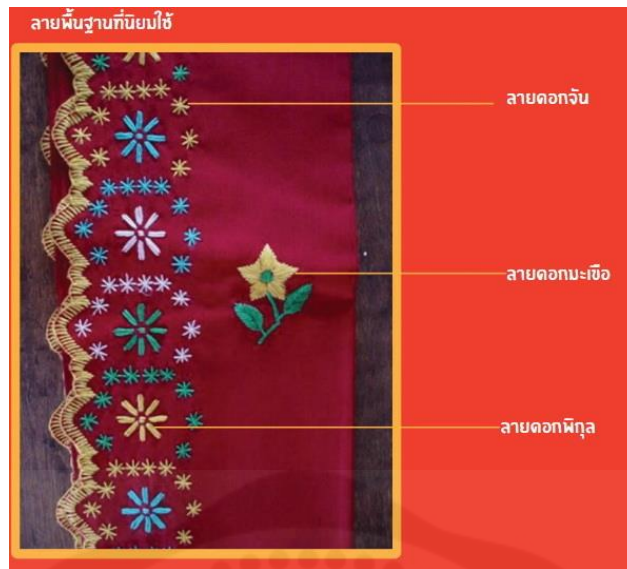


ภาพประกอบ 41 ภาพแสดงลายปักริมขอบสไบ ที่ใช้เส้นหยักโค้งเส้นเดียวต่อเนื่อง
 ที่มา : จากผู้วิจัย



ภาพประกอบ 42 ภาพแสดงลายปักริมขอบสไบ ที่ใช้เส้นหยักโค้งเส้นผสมลายดอกพิกุลเดี่ยว
ที่มา : จากผู้วิจัย

2.ลายดาวล้อมเดือน - เป็นลายโบราณและลายพื้นฐานที่สื่อความหมายถึงความจงรักภักดีที่มีต่อพระมหากษัตริย์ (ทุกทิศทั่วไทย, 2561) ลายดวงดาวนั้นมาจากดอกจัน และลายเดือนมาจากดอกพิกุล และส่วนมากลายดาวล้อมเดือนที่ปักจะเป็นลายที่วางลื้อไปตามลายปักริมขอบผ้าตามความยาวของสไบ ในสมัยก่อนการปักดาวล้อมเดือนจะเป็นดาวแปดแฉกและเดือนแปดกลีบ มีทั้งทรงยาว ทรงตรง เล็กใหญ่ตามความชอบของคนทำ



ภาพประกอบ 43 ภาพแสดงการปักลายดาวล้อมเดือนซึ่งเป็นลายพื้นฐาน
 ที่มา : Chatchanan Pookrongtong. (2016). *คู่มือการปักสไบมอญ New*.
 สืบค้นจาก <https://issuu.com/chutchanan/docs>





ภาพประกอบ 44 ภาพแสดงลายปักริมขอบสไบ ที่ใช้ลายดาวล้อมเดือน
ที่มา : จากผู้วิจัย

3.ลายบนผืนสไบ ส่วนมากเป็นลายพรรณพฤกษาของดอกไม้ต่างๆที่มาจาก
ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในการพักอาศัยของชาวมอญที่รู้จักคุ้นเคยกันดี โดยการจัดวางลวดลายบนผืนสไบ
นั้นมีลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

-ลายไม้เลื้อยหรือลายเถา





ภาพประกอบ 45 ภาพแสดงผ้าสไบมอญลายไม้เลื้อย
ที่มา : จากผู้วิจัย

-ลายช่อดอกไม้





ภาพประกอบ 46 ภาพแสดงผ้าสไบมอญลายช่อดอกไม้
ที่มา : จากผู้วิจัย

-ลายดอกไม้เดี่ยว หรือลายเดี่ยว





ภาพประกอบ 47 ภาพแสดงผ้าสไบมอญลายดอกไม้เดี่ยว หรือลายเดี่ยว
ที่มา : จากผู้วิจัย

โดยเอกลักษณ์ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีนั้น ส่วนมากนิยมปักเป็นลวดลาย
ของดอกไม้ต่าง ๆ ดังนี้

1. ลายดอกพิกุล พบการปักดอกพิกุล 8 กลีบหรือ 8 แฉกเฉพาะในส่วนที่ปักริม
ขอบสไบเท่านั้น โดยจะอยู่ตรงกลางดั่งภาพ และรายล้อมด้วยดอกดาวเรืองเล็ก ๆ รอบ ๆ ประกอบเป็นลาย
ดาวล้อมเดือน



ภาพประกอบ 48 ภาพแสดงลายดอกพิกุล
ที่มา : จากผู้วิจัย

2.ลายมะตาด มะตาดหรือแอปเปิ้ลมอญ ต้นไม้อนุรักษ์ของคนมอญ ไว้ใช้ทำอาหารปลูกเพื่ออาศัยร่มเงา และใช้เป็นไม้พุ่มได้อีกด้วย



ภาพประกอบ 49 ภาพแสดงลายมะตาด

ที่มา : จากผู้วิจัย

3.ลายดอกกุหลาบ



ภาพประกอบ 50 ภาพแสดงลายดอกกุหลาบ

ที่มา : จากผู้วิจัย

4.ลายดอกชบา



ภาพประกอบ 51 ภาพแสดงลายดอกชบา

ที่มา : จากผู้วิจัย

5.ลายดอกมะเขือ



ภาพประกอบ 52 ภาพแสดงลายดอกมะเขือ

ที่มา : ชมรมรักษ์วัฒนธรรมวัดโบสถ์. (2021). *ผลิตภัณฑ์*.

สืบค้นจาก <https://www.sabaimon.com/product>

6.ลายดอกบัวหลวง



ผ้าสไบบอญลายดอกบัวหลวง
ปักโดยครูช่างชมรมรักชีวิตชนธรรมวัดโบสถ์ หลวงปู่เทียน



ภาพประกอบ 53 ภาพแสดงลายดอกบัวหลวง 1

ที่มา : จากผู้วิจัย



ภาพประกอบ 54 ภาพแสดงลายดอกบัวหลวง 2

ที่มา : วิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบลบางหลวง (2020). ผ้าสไบมอญ#เอกลักษณ์.

สืบค้นจาก

https://www.facebook.com/permalink.php?id=890726574379174&story_fbid=3076397902478686

1.3.1.4 ลักษณะรูปแบบสไบมอญของจังหวัดอื่น ๆ

1.สไบมอญของจังหวัดสมุทรสาคร เป็นต้นกำเนิดของสไบมอญน้ำเค็ม ชาวมอญจังหวัดสมุทรสาครใช้วิธีบ่งบอกชาติพันธุ์ผ่านการปักผ้าสไบ ด้วยรูปแบบลวดลายแบบดั้งเดิมคือ ลายดอกพิกุลและลายดอกจันทร์ล้อมรอบดอกพิกุล ลายดาวล้อมเดือน ในปัจจุบันมีการคิดค้นลวดลายใหม่ ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดขึ้น ได้แก่ ลวดลายปลาทุ ลายกล้วยไม้ ฯลฯ



ภาพประกอบ 55 ภาพแสดงการแต่งกายของหญิงมอญจังหวัดสมุทรสาคร
ที่มา : Thaibuntern ThaiPBS. (2017). หัวใจในลายผ้า : ลวดลายผ้าในวิถีมอญน้ำเค็มเจ็ดริ้ว.
สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=_dvtWbUAHLE





ภาพประกอบ 56 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดสมุทรสาคร
ที่มา : ยุวดี ศรีห้วยยอด. (2564). สไบมอญเจ็ดริ้ว. สืบค้นจาก
<https://communityarchive.sac.or.th/blog/118>

2.สไบมอญของจังหวัดกรุงเทพมหานคร ส่วนมากมีการทำในชุมชนมอญที่อยู่ในพื้นที่เขตต่าง ๆ เช่น ชุมชนมอญบางกระบือ ชุมชนมอญลาดกระบัง ซึ่งเป็นกลุ่มที่อพยพมาจากพระประแดง และสมุทรสาครตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 อุตสาหกรรมชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเขตลาดกระบัง คือ สไบมอญ ธง ตะขาบ ดอกกระเจี๊ยบแดง ฝักกระเจี๊ยบเขียว และนก ซึ่งอัตลักษณ์ส่วนมากสะท้อนมาจากด้านวิถีชีวิต ประเพณีปล่อยนก และอาหารท้องถิ่นของชาวมอญเขตลาดกระบัง(นันทพร ไพรวาส, อภิสักก์ สิ้นธุภัก, ธเนศ ภิรมย์การ, 2019)





ภาพประกอบ 57 ภาพแสดงสไบมอญของเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ที่มา : นันทพร ไพรวาส, อภิสักดิ์ สิ้นธุภาค, ธเนศ ภิรมย์การ. (2019). *ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง*.

สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/ejes/article/view/209162/145937>

3.สไบมอญของจังหวัดนนทบุรี ชาวมอญเกาะเกร็ดและบางตะไนย์เป็นชุมชนชาวมอญที่อพยพมาตั้งแต่สมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ลวดลายที่นิยมนำมาใช้ปักบนผ้าสไบ ได้แก่ ลายดาวล้อมเดือน ลายมะตาด ลายดอกหน่อกะลา ลายดอกบัว ลายดอกกล้วยไม้ ลายดอกกุหลาบ ฯลฯ



ภาพประกอบ 58 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดนนทบุรี
ที่มา : อุบลวรรณ กลิ่นอัน. (2563). *การพัฒนาเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าสไบมอญ และปรับปรุงช่องทางจำหน่ายออนไลน์ ของตำบลบางตะไนย์ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี*.

สืบค้นจาก <https://communityarchive.sac.or.th/blog/118>



ภาพประกอบ 59 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดนนทบุรี
ที่มา : สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนนทบุรี. (2564). รองผู้ว่าฯ นนทบุรี นำทีมลงพื้นที่พิจารณาคัดสรร
พัฒนาชุมชนดีเด่น ประจำปี 2564 ประเภทหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง อยู่เย็น เป็นสุข รอบชิงชนะเลิศ
ระดับจังหวัด.

สืบค้นจาก <https://nonthaburi.cdd.go.th/2021/06/29>

4.สไบมอญของจังหวัดอยุธยา ชุมชนชาวมอญไทรน้อยเป็นชุมชนชาวมอญที่
อพยพมาจากพม่าตั้งแต่สมัยอยุธยา ลวดลายที่นิยมปัก ได้แก่ ลายดอกมะเขือ ลายดาวล้อมเดือน ลาย
ดอกไม้ และลายหงส์



ภาพประกอบ 60 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดอยุธยา
 ที่มา : กาญจนา आयวัฒน์ธนชัย. (2021). “มอญสอนผ้า” เทียบบ้านมอญอยุธยา ชุมชนน่าเที่ยวไม่น้อยแห่ง
 ไทรน้อย. สืบค้นจาก <https://communityarchive.sac.or.th/blog/118>



ภาพประกอบ 61 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดอยุธยา
 ที่มา : ผसानใจสไบมอญ จังหวัดอยุธยา. (2021). ภาพโปรไฟล์.
 สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/108056941366541/>



ภาพประกอบ 62 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดอยุธยา

ที่มา : ภูมิปัญญา. (2021). มอญซ้อนผ้า เส้นสายลายสไบ.

สืบค้นจาก <https://www.blockdit.com/posts/60a0dee586c7040c3c2093e9>

5.สไบมอญของจังหวัดสุพรรณบุรี ชาวมอญบ้านทุ่งเข็นเป็นชุมชนเล็ก ๆ แห่งเดียวใน จ.สุพรรณบุรี ที่ยังคงมีการอนุรักษ์วิถีชีวิตชาวมอญไว้ทั้งทางด้านประเพณี การรำมอญ และการแต่งกาย โดยการรื้อฟื้นวัฒนธรรมมอญได้รับการถ่ายทอดมาจากชาวมอญเกาะเกร็ด ดังนั้นรูปแบบสไบมอญของที่นี่จึงคล้ายกับสไบมอญของทางจังหวัดนนทบุรีค่อนข้างมาก



ภาพประกอบ 63 ภาพแสดงการซ้อมรำมอญของกลุ่มชาวมอญบ้านทุ่งเข็น

ที่มา : Thai PBS News. (2557). ศึนชีวิตชาวมอญบ้านทุ่งเข็น.

สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=sgTXFyS4oks>



ภาพประกอบ 64 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดสุพรรณบุรี

ที่มา : รัมมัญคตี. (2019). “สุพรรณบุรีก็มีมอญ”.

สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/RamannMon/posts/2623862407688595/>

6.สไบมอญของจังหวัดเพชรบุรี มีชุมชนชาวมอญบางลำภูที่มีการปักผ้าสไบใช้เองกัน แต่ลวดลายที่ใช้ปักไม่ใช่ลายที่เป็นที่นิยมกันแบบในปัจจุบัน เพราะฉะนั้นในการฟื้นฟูการปักผ้าสไบ ชาวมอญบางลำภูจึงได้นำผ้าสไบมอญเจ็ดริ้วของจังหวัดสมุทรสาครมาเป็นต้นแบบ ซึ่งจะเป็นสไบลายดอกมะเขือเป็นหลัก จากนั้นจึงมีการสร้างสรรค์ลายอื่น ๆ เพิ่มเติมขึ้นใหม่ เช่น ลายดาวลอมเดือนที่มักจะปักรูปดาวเล็ก ๆ ไขว้รอบ ๆ ลายดอกพิกุลแปดแฉก ลายดอกมะเขือเป็นลายที่พบบนสไบมอญแต่ดั้งเดิม ลายดอกลำพูเป็นลายดอกไม้สัญลักษณ์ประจำท้องถิ่นบางลำภู ลายดอกกลีลาวดีเป็นลายดอกไม้สัญลักษณ์ประจำจังหวัดเพชรบุรี ลายดอกไม้ต่าง ๆ ตามจินตนาการและความชื่นชอบของผู้ปัก ลายสัตว์ต่าง ๆ ในสิ่งแวดล้อมพื้นถิ่นที่อยู่อาศัยของชาวมอญบางลำภู เช่น กุ้ง หอย ปู ปลา เป็นต้น ลายไม้เลื้อยเป็นลายที่มีการปักเส้นเลื้อยยาวต่อเนื่องไปตลอดทั้งผืนพร้อมด้วยดอกและใบไม้ในรูปแบบต่างๆ และลายหงส์ที่เป็นสัญลักษณ์ของชาวมอญ(ทวี นวมนิม, 2563)





ภาพประกอบ 65 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดเพชรบุรี

ที่มา : ทวี นวมนิม. (2563). *ผ้าสไบมอญบางลำภู*.

สืบค้นจาก <https://localphetchaburi.net/eLocal/items/show/14#?c=&m=&s=&cv=&xywh=-51%2C-46%2C1012%2C699>

7. สไบมอญของจังหวัดลำพูน ชุมชนชาวมอญเวียงเกาะกลาง จังหวัดลำพูนอาศัยอยู่ที่บ้านหนองคูและบ้านบ่อควา ถือเป็นชุมชนชาวมอญโบราณที่อยู่มาตั้งแต่ยุคทริภุญไชย ลวดลายของผ้าสไบมอญของที่นี่จากเดิมเคยปักลวดลายเป็นดอกพิกุล และดอกมะเขือตลอดทั้งผืน ต่อมาสตรีชาวมอญที่บ้านบ่อควาได้ประยุกต์เอาลวดลายใบไม้และดอกไม้ที่พบจากปฐมนั้นประดับโบราณสถานเวียงเกาะกลาง สถาปัตยกรรมล้านนามาถอดแบบเป็นลวดลายใหม่ที่ปักเพิ่มเติมและใช้สีสดใส เช่น แดง ส้ม เขียวทองอ่อน เขียวเข้ม เหลือง ขาว ฟ้ำ ชมพู ส่วนบริเวณกลางผ้าจะปักเป็นลาย “หงส์สีทอง” โดยผ้าที่ใช้ปักนั้นส่วนมากมักเป็นผ้าไหม



สไบมอญเวียงเกาะกลาง สีสดใส
เห็นลวดลายหลักที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะ

ก้านใบไม้สีเขียวคือการประดิษฐ์ลวดลายขึ้นมาใหม่
โดยเลียนแบบใบไม้จากปฐมนั้น



หญิงสาวเชื้อสายมอญในไทยหันสไบใส่เสื้อแขนกระบอกยาว
(ภาพจากคุณสุกัญญา เบนเน็ด)

ภาพประกอบ 66 ภาพแสดงสไบมอญของจังหวัดลำพูน
ที่มา : ทีมงานคนล้านนา. (2564). สไบมอญลุ่มแม่ระมิงค์.
สืบค้นจาก <https://konlanna.com/contents/read/50>

1.3.2 ประโยชน์ใช้สอยของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี

กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการพัฒนาสังคม สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 1 จังหวัดปทุมธานี (2559) กล่าวว่า นอกจากวัฒนธรรมการใช้ผ้าสไบมอญของคนมอญทั้งชายและหญิงที่สืบทอดกันมาในโอกาสการเข้าวัดเข้าวาแล้ว ยังมีความนิยมใช้ผ้าสไบมอญเป็นผ้ารองกราบพระพุทธพระสงฆ์ และใช้ในงานประเพณีต่าง ๆ ทั้ง 12 เดือน เช่น ประเพณีไหว้ผิบรรพบุรุษ งานแต่งงาน งานขึ้นบ้านใหม่ งานบวชนาค และการรำพื้นบ้าน เป็นต้นนอกจากนี้ยังใช้เป็นผ้าห่อของเวลาเข้าป่า และใช้เปลี่ยนเป็นผ้าอาบน้ำได้อีกด้วย

ผ้าสไบมอญถือว่าเป็นสิ่งหนึ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์วิถีชีวิตของชาวมอญตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้การแต่งกายนั้นมีความสวยงามประณีตและมีความละเอียดอ่อน ซึ่งแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชาวมอญ ผ้าสไบมอญยังใช้บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม โดยผู้มีสถานะร่ำรวยจะใช้ผ้าไหมเป็นพื้นแล้วปักด้วยด้ายสีหรือด้ายใจที่ทำจากไหมสอดด้วยด้ายสีทองอย่างงดงามมีความประณีตมาก สำหรับผู้มีรายได้น้อยกว่าอาจใช้ผ้าไทเล หรือผ้าธรรมดาเป็นผ้าพื้นแล้วปักด้วยด้ายสีธรรมดาเป็นรูปดาวดอกพิกุลหรือลวดลายต่าง ๆ เป็นต้น

สาวบางแค22 (2564) สรุปว่า ความสำคัญของสไบในวิถีชีวิตของชาวมอญ มีดังนี้

- 1.ใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมทางพุทธศาสนา
- 2.ใช้เป็นเครื่องประดับตกแต่งในงานประเพณีและในพิธีกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลสงกรานต์

3.ใช้เป็นสัญลักษณ์ในการประกอบพิธีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อเรื่องผีบรรพบุรุษ เช่น ความเชื่อเรื่องผีมอญ โดยในแต่ละบ้านของชาวมอญจะมีการห่อผ้าผีมอญวางไว้บนเรือนตรงเสาเอก ภายในบรรจุผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้าผ้าแดง ผ้าขาว อย่างละ 1 ผืน แหวนทองคำห้อยพลอยแดง และหม้อดิน 1 ใบ โดยในหม้อใส่ข้าวเหนียว เงิน ข้าวตอกดอกไม้ เพื่อเป็นสัญลักษณ์แห่งวิญญาณหรือผีของบรรพบุรุษ บางบ้านจะมีผ้าสไบเป็นส่วนหนึ่งของสมบัติผีร่วมด้วย

4.ใช้เป็นสัญลักษณ์แสดงอัตลักษณ์ความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์มอญในปัจจุบัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์เฉพาะของชนชาติมอญในด้านประเพณีพิธีกรรมและศิลปวัฒนธรรม

1.3.3 วิธีการห่มผ้าสไบมอญและโอกาสการใช้งานในรูปแบบต่าง ๆ

สำหรับผ้าสไบมอญแบบ 4 ทบ จะมีวิธีการห่มผ้าสไบมอญจะเริ่มจากนำผืนผ้ามาพับตามแนวยาวเป็น 4 ทบ โดยให้เหลือเพียง 1 ใน 4 ส่วนของความกว้างของผืนผ้า และพาดจากไหล่ซ้ายไปด้านหลังโดยเอาด้านที่มีลายดอกไม้ออก เวลาไปงานรื่นเริงต่าง ๆ จะใช้คล้องคอแทน การพับ 4 ทบของสไบมอญจะทำให้เห็นลวดลายเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น แต่การที่ปกคลุมลายทั้งผืนเนื่องจากเมื่อนำผ้าสไบมอญไปใช้ในงานพิธีต่าง ๆ เช่น การล้างเท้าพระในเทศกาลออกพรรษาสไบจะถูกคลี่ออกสำหรับปูรอง หรือในงานแต่งงานแม่ของฝ่ายหญิงจะคลี่ผ้าสไบห่มไหล่ในขั้นตอนรับขันหมากเป็นต้น นั่นจึงเป็นเหตุผลของการปกคลุมลายสไบแบบทั้งผืน ทำให้เห็นลวดลายที่สวยงามหรือเมื่อใช้สไบมอญในระยะเวลาหนึ่ง แล้วเกิดการชำรุดเสียหายหรือสีซีด ก็สามารถพลิกเอาอีกด้านหนึ่งออกมาใช้ได้

การคล้องผ้าสไบเรียกว่า “หยาดโดด” โดยมีวิธีการห่มที่แตกต่างกันไปตามโอกาสการใช้งาน เช่น เมื่อเข้าวัดจะนำผ้าสไบพาดจากไหล่ซ้ายไปด้านหลัง อ้อมใต้รักแร้ขวาแล้วขึ้นไปทับบนไหล่ซ้าย แต่เมื่อไปงานรื่นเริงจะใช้ในการคล้องคอแทนหรือการพาดลงมาตรง ๆ บนไหล่ซ้ายสำหรับผู้ชาย ในบางพื้นที่เช่นมอญบางชั้นจะนิยมใช้สไบที่เป็นผ้าฝ้ายสีขาว หรือผ้าที่ถักด้วยไหมพรมและผ้าแพรเงินเนื้อละเอียดมีลายในตัวแทนเรียกว่าผ้าแพรสีทอง ชาวมอญบางชั้นหมากจะพาดผ้าสไบแทบทุกคน เพราะมีความเชื่อว่าการคล้องผ้าสไบจะมีอานิสงส์ในการทำบุญเพิ่มมากขึ้น สาวบางแคว 22 (2564) อ้างว่า รูปแบบการคล้องหรือห่มผ้าสไบมอญของผู้หญิงจะขึ้นอยู่กับโอกาสการใช้งานสำหรับงานประเภทต่าง ๆ ซึ่งมี 3 รูปแบบที่พบ ดังนี้

1.การคล้องสไบแบบให้ชายของผ้าทั้งสองห้อยมาด้านหน้า สำหรับใช้ในเทศกาลงานรื่นเริงต่าง ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา เช่น การใช้ในขบวนแห่ทางหงส์ธงตะขาบในเทศกาลสงกรานต์ หรืองานมงคลต่าง ๆ การพาดผ้าสไบแบบนี้จะเป็นลักษณะเฉพาะของผู้หญิงเท่านั้น ซึ่งผ้าสไบที่ใช้มีทั้งแบบที่เป็นผ้าแพรเรียบ ผ้าสไบจีบ ผ้าสไบไหมพรมถัก ผ้าสไบลูกไม้ และผ้าสไบปัก



ภาพประกอบ 67 ภาพแสดงการคล้องสไบให้ชายของผ้าทั้งสองห้อยมาด้านหน้า
ที่มา : สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี. (2563). *อปทุมธานี ถิ่นบัวหลวง “พช.ปทุมธานี เปิด
โครงการยกระดับกลุ่มสตรีสร้างโอกาสผ่านการพัฒนาสไบมอญสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จังหวัดปทุมธานี”*.

สืบค้นจาก <https://pathumthani.cdd.go.th/2020/10/17>

2. การคล้องสไบแบบเฉียง เป็นการพาดผ้าจากไหล่ซ้ายอ้อมใต้รักแร้ขวาและอ้อมไหล่ทับ
บนไหล่ซ้ายอีกครั้ง ซึ่งลักษณะนี้เป็นแบบแผนการไปงานบุญหรือว่าไปวัด ใช้ในการประกอบกิจกรรมทาง
พุทธศาสนา ที่ต้องมีพิธีสงฆ์เข้ามาเกี่ยวข้องเช่นเดียวกับการพาดผ้าสไบของผู้ชาย





ภาพประกอบ 68 ภาพแสดงการคล้องสไบแบบเฉียง

ที่มา : พงศ์พัทธ์ วงศ์ยะลา. (2018). ชาวเมืองปทุมฯร่วมสืบสานประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือ
ประเพณีเก่าแก่ของชาวมอญที่ยังคงสืบทอดสู่รุ่นต่อรุ่นกว่า 100 ปี.

สืบค้นจาก <https://www.77kaoded.com/news/panor-chompusri/202699>

3.การพาดผ้าสไบที่ไหลซ้ายข้างเดียว พบเห็นการพาดลักษณะนี้ในพิธีการรำมอญหรือรำ
ทะแยมอญเป็นส่วนมาก



ภาพประกอบ 69 ภาพแสดงการคล้องสไบแบบเฉียง

ที่มา : Thai PBS. (2561). ชุมชนทั่วไทย : ปักผ้าสไบมอญแบบชุมชนบางหลวง.

สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=KQ12oz5Eacl>

ส่วนผู้ชายชาวมอญนิยมคล้องสไบใน 2 รูปแบบ คือ

1. พาดผ้าปล่อยชายสองข้างไว้ด้านหลังสำหรับใช้ในเทศกาลงานรื่นเริง



ภาพประกอบ 70 ภาพแสดงผู้ชายชาวมอญพาดผ้าปล่อยชายสองข้างไว้ด้านหลัง

ที่มา : รอนแรม. (2559). *มามองมอญ มาท่องบางกระดี่*.

สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/life/travel/453808>

2. พาดไหล่ด้านซ้ายเป็นการพาดผ้าสไบบนไหล่ซ้ายแล้วทิ้งชายทั้งสองข้างในช่วงที่มีการ
รำรำหรือเช่นสรวงบูชา



ภาพประกอบ 71 ภาพแสดงผู้ชายชาวมอญพาดสไบเฉพาะไหล่ด้านซ้าย

ที่มา : รังสิตซิตี้.คอม. (2558). *ปทุมธานี ชาวมอญสามโคก ฉลองครบรอบ 385 ปี*

พร้อมแห่ทางหงส์องค์เขาบ.

สืบค้นจาก <http://www.rangsitcity.com/pubrelnews>

1.3.4 ขนาดสัดส่วนของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี

ขนาดของผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานีในปัจจุบัน ส่วนมากมีการผลิตแบบสไบ 2 ทบ ซึ่งจะมีขนาดตัดผ้ารูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาดกว้างประมาณ 12-15 เซนติเมตร ยาวประมาณ 180 - 225 เซนติเมตร

1.3.5 กรรมวิธีการผลิตของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี

การปักผ้าสไบมอญนับว่าเป็นงานฝีมือของผู้หญิงมอญที่ต้องลงมือทำด้วยตนเองทุกคนในทูลครวเรือน เพื่อเอาไว้อวดฝีมือกัน และเอาไว้ใช้สอยเมื่อยามออกงานต่าง ๆ ขั้นตอนการทำผ้าสไบมอญจะเริ่มจากการเตรียมวัสดุอุปกรณ์ ได้แก่

1. ผ้า ควรใช้ผ้าพื้นๆที่ไม่มีลวดลาย มีพื้นสีที่สดใส เนื้อแน่น ซึ่งส่วนมากมักใช้ผ้าโทเรเนื้อดีหรือผ้าไหมอิตาลี ซึ่งจะต้องผ่านการอบและรองผ้ากาวแล้ว
2. ด้ายสำหรับปัก จะนิยมใช้สีด้ายที่ตัดกับผ้าพื้น 2 - 6 สีตามความต้องการ และเน้นการจับคู่สีตรงข้ามกัน
3. สะดิง เป็นอุปกรณ์ที่เป็นกรอบไม้วงกลม หรือพลาสติกใช้สำหรับชิงผ้าในเวลาปักด้าย โดยสะดิงมี 2 แบบ คือ สะดิงกลมใช้สำหรับปักงานชิ้นเล็ก และสะดิงสี่เหลี่ยมสำหรับปักงานชิ้นใหญ่ การใช้สะดิงจะต้อชิงให้ตึงเพื่อบังคับผ้าที่ปักให้แน่นและอยู่ได้นาน ช่วยให้งานปักประณีตเรียบร้อย และปักได้สะดวก รวดเร็วขึ้น
4. เข็ม
5. กรรไกร
6. หมอนปักเข็ม
7. ดินสอเขียนผ้า
8. ไม้บรรทัด
9. เตารีด



ภาพประกอบ 72 ภาพแสดงอุปกรณ์ในการทำผ้าสไบมอญ

ที่มา : กลุ่มปักผ้าสไบมอญ ต.เจ็ดริ้ว อ.บ้านแพ้ว จ.สมุทรสาคร. (2018). *อุปกรณ์ปักผ้าสไบมอญ*.

สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/1727329027505212/posts/2160501270854650/>

การผลิตผ้าสไบมอญสามารถผลิตคนเดียวหรือช่วยกันผลิตได้ โดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนใหญ่ ๆ (okmd, 2562) คือ

1. การเขียนลาย
2. การปัก นิยมใช้ช่างปัก 1 คนต่อ 1 ผืน จะได้ระดับฝีมือแน่นๆ คุณภาพในการปักที่เท่า ๆ กันทั้งผืน

วิธีการขั้นตอนในการผลิตสไบมอญของจังหวัดปทุมธานีเป็นแบบ 2 ทบปักด้านเดียว มีขั้นตอนดังนี้

1. ตัดผ้าตามขนาดที่ต้องการ โดยพับครึ่งผ้าตามแนวยาวของผ้าสไบ และใช้เตารีดรีดตามแนวพับครึ่งที่พับไว้ และนำผ้าที่รีดแล้วทำการวัดขอบโดยรอบตามแบบที่เตรียมไว้ โดยใช้ดินสอดูปากกา หรือดินสอเขียนผ้าวาดลายต่าง ๆ โดยเริ่มจากวงแบบริมขอบผ้าและเขียนเส้นขอบผ้าที่เป็นเส้นหยัก และเขียนสัญลักษณ์ของลวดลายปักอื่น ๆ ตามตำแหน่งที่ต้องการ



ภาพประกอบ 73 ภาพแสดงการวางผ้าและจัดวางลายที่จะเขียนตามความยาวของสไบ
ที่มา : ฐานเศรษฐกิจ. (2564). *หัตถเขียนลาย เพิ่มมูลค่า 'สไบมอญ' เสริมรายได้กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้าน
กระแซง.*

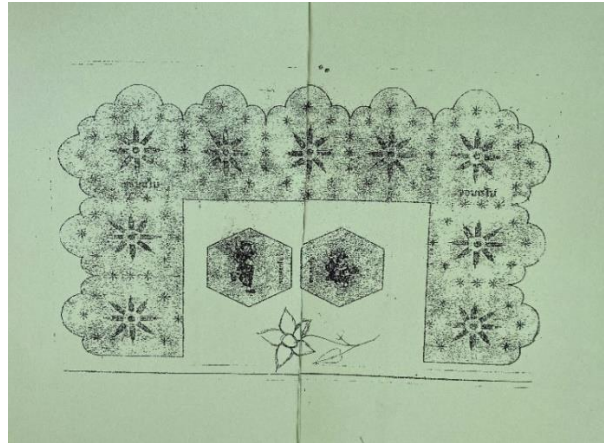
สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com/lifestyle/490676>

โดยวิธีการสร้างลายบนสไบมอญ ปัจจุบันมีการสร้างและใช้เครื่องมือในหลาย ๆ รูปแบบ ได้แก่



ภาพประกอบ 74 ภาพแสดงการใช้ปากกาเขียนลายขอบโดยรอบและเขียนขอบลายด้วยแบบกระดาษแข็ง
ที่มา : Chatchanan Pookrongtong. (2016). *คู่มือการปักสไบมอญ New.*

สืบค้นจาก <https://issuu.com/chutchanan/docs>

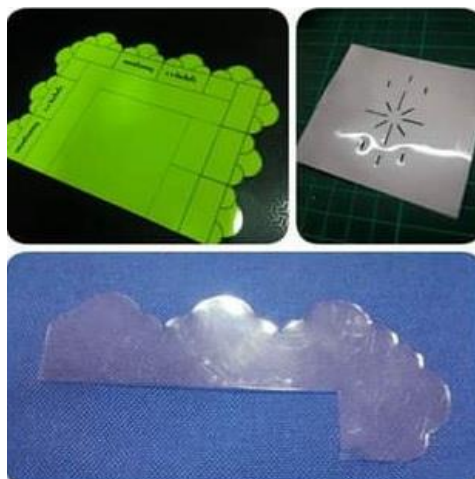


ภาพประกอบ 75 ภาพแสดงแบบกระดาษไว้สร้างลวดลายบนสไบมอญ

ที่มา : จากผู้วิจัย



ภาพประกอบ 76 ภาพแสดงการลอกลายโดยใช้กระดาษคาร์บอนเพื่อรองและวาดลายบนผ้า
ที่มา : ฐานเศรษฐกิจ. (2564). หัตถเขียนลาย เพิ่มมูลค่า 'สไบมอญ' เสริมรายได้กลุ่มแม่บ้านเกษตรบ้าน
กระแซง.สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com/lifestyle/490676>



ภาพประกอบ 77 ภาพแสดงแบบพลาสติกสำหรับวาดขอบสไบ แบบเจาะลาย และแบบวาดริมผ้า

ที่มา : สไบมอญเจ็ดริ้ว. (2016). ชุดอุปกรณ์การวาดลายสไบมอญ.

สืบค้นจาก <https://m.facebook.com/644670595672195/posts/729130103892910/>

2. วาดลวดลายลงบนผ้า โดยผู้วาดลายจะต้องอาศัยความประณีตในการวาด และวางลายที่โดดเด่นลงบนผืนผ้าตามความยาวของผืนผ้า



ภาพประกอบ 78 ภาพแสดงการวาดลวดลายลงบนผ้า

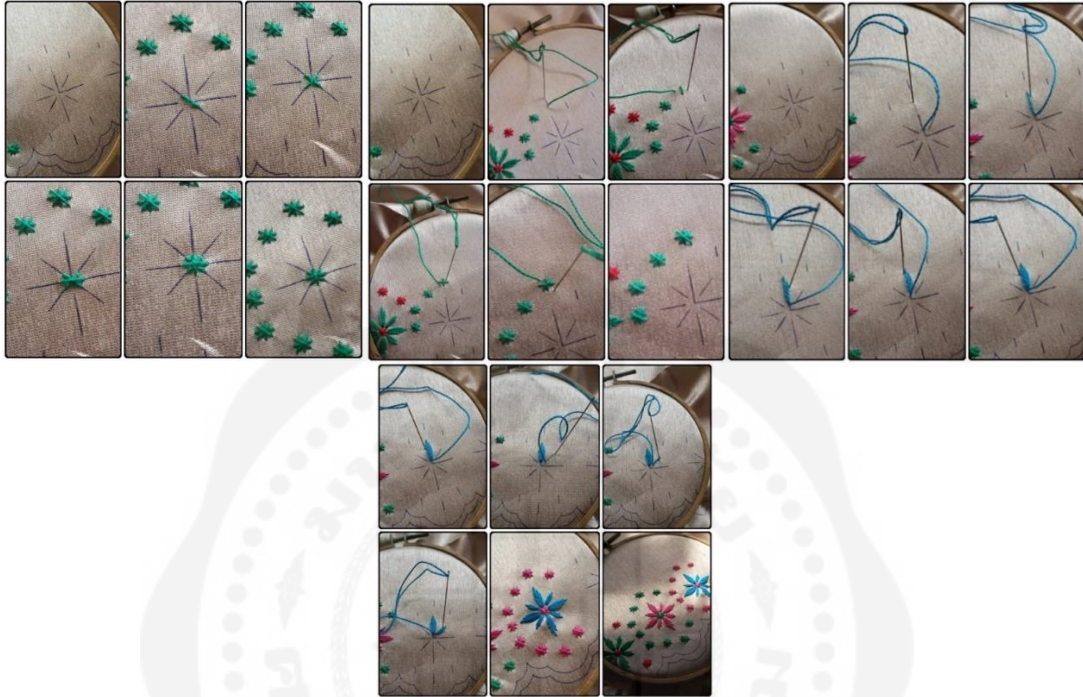
ที่มา : ฐานเศรษฐกิจ. (2564). หัตถเขียนลาย เพิ่มมูลค่า 'สไบมอญ' เสริมรายได้กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านกระแซง.

สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com/lifestyle/490676>

3. การปักผ้าและตกแต่งริมผ้า ทำจากมือทุกขั้นตอน โดยขึ้นอยู่กับฝีมือของแต่ละบุคคลในเรื่องของความละเอียดและความพิถีพิถันในการปัก การปักจะเริ่มจากริมผ้าด้วยการปักลายดอกไม้ อาจเป็นลายดาวล้อมเดือนหรือลายดอกพิกุลตลอดความยาวของริมผืนผ้าในด้านใดด้านหนึ่งเพียงหนึ่งด้าน



ภาพประกอบ 79 ภาพแสดงการเริ่มปักจากริมผ้าด้วยลายดาวล้อมเดือน
 ที่มา : Chatchanan Pookrongtong. (2016). *คู่มือการปักลไบมอญ New*.
 สืบค้นจาก <https://issuu.com/chutchanan/docs>



ภาพประกอบ 80 ภาพแสดงการปักลายดาวล้อมเดือน
 ที่มา : สไบมอญเจ็ดริ้ว. (2017). *วิธีการปักลไบมอญ...>>> แบบฉบับโรงเรียนวัดเจ็ดริ้ว*.
 สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/ID0811788171/posts/827591897380063/>

4. เมื่อปักลายด้านริมขอบผ้า อาจเป็นลายดาวล้อมเดือนเสร็จแล้ว ให้เริ่มปักลายดอกไม้หรือลายอื่น ๆ ที่กลางผืนผ้าและเว้นระยะห่างให้ดูสวยงาม



ภาพประกอบ 81 ภาพแสดงปักลายดอกไม้ที่กลางผืนผ้า

ที่มา : กาญจนา आयुวัฒน์ธนชัย. (2021). *มอญซ่อนผ้า เทียบบ้านมอญอยุธยา ชุมชนน่าเที่ยวไม่น้อยแห่ง
ไทรน้อย.*

สืบค้นจาก <https://onceinlife.co/sainoi-ayutthaya>

5. จากนั้นใช้การปักริมผ้าแบบคัตเวิร์ค ให้ริมขอบผ้าทั้งสองด้านติดกันโดยการเนา หรือใช้ เข็มหมุดตรึงให้เสมอกันไว้ก่อน ด้วยการปักแบบแบบคัตเวิร์คซึ่งเป็นการปักริมผ้าที่สวยงามและไม่ยากใน การทำ การปักริมผ้าแบบคัตเวิร์ค จะช่วยปักริมผ้าให้ติดกันด้วยการประกบผ้าให้ริมเสมอกันทั้งสองด้าน

วิธีการปักผ้าแบบคัตเวิร์ค

- เริ่มจากจุดที่ 1 แทงเข็มนขึ้นมา ดึงด้ายควัดปลายเข็ม
- แทงเข็มลงจุดที่ 2 ให้เข็มมาจุดที่ 3 ดังภาพ



ภาพประกอบ 82 ภาพแสดงการปักริมผ้าแบบคัตเวิร์ค

ที่มา : Chatchanan Pookrongtong. (2016). *คู่มือการปักสไบมอญ New.*

สืบค้นจาก <https://issuu.com/chutchanan/docs>

6. เมื่อปักบนผ้าและริมผ้าแบบคัตเวิร์คเสร็จหมดแล้ว ใช้กรรไกรขนาดเล็กมาตัดให้ตัดขอบ
ตามรอย

หยักตลอดริมผ้าด้วยความระมัดระวังและความประณีตเพื่อไม่ให้ผ้าเกิดความเสียหายจากการตัดได้

7. เมื่อปักสไบเสร็จแล้ว ให้นำไปซักด้วยน้ำยาซักผ้าเอารอยต่าง ๆ ที่เกิดจากवादลายออก ล้างด้วยน้ำสะอาด แล้วนำไปตากให้แห้ง

8. นำสไบมารีด โดยอย่าให้หน้าเตารีดสัมผัสกับสไบมอญโดยตรง อาจรีดลงบนผ้ารองทับอีกที ให้รีดทั่วทั้งผืนให้เรียบร้อย

จะเห็นได้ว่าขั้นตอนการผลิตผ้าสไบมอญนั้นต้องอาศัยความชำนาญ ทักษะ ฝีมือ และใช้เวลา ค่อนข้างมากซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสืบสานภูมิปัญญาการทำผ้าสไบมอญประสบปัญหาคือ

1. การทำผ้าสไบมอญในปัจจุบันเป็นเพียงกิจกรรมเสริมจากการประกอบอาชีพหลัก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ความชอบของแต่ละบุคคล

2. การมีเวลาว่างจากงานประจำที่ไม่ตรงกัน ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับผ้าสไบมอญ ไม่ได้ ได้รับความสนใจเท่าที่ควร

3. กระบวนการทำผ้าสไบมอญจะต้องมีความประณีตและละเอียดทุกขั้นตอน จะต้องใช้เวลา สมานธิ และสายตาที่ดี ต้องมีความมุ่งมั่นอดทนและใจรัก จึงทำให้มีเพียงสมาชิกจำนวนน้อยที่สามารถผลิต จนชิ้นงานเสร็จสิ้น(กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการพัฒนาสังคม สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 1 จังหวัดปทุมธานี, 2559)

1.3.6 ชุมชนในจังหวัดปทุมธานีที่มีการผลิตผ้าสไบมอญ

ปัจจุบันพื้นที่ชุมชนในจังหวัดปทุมธานีที่มีการผลิตผ้าสไบมอญ ได้แก่

1. ชมรมเรารักษ์วัฒนธรรมวัดโบสถ์ ตำบลบ้านกลาง อำเภอเมืองปทุมธานี
2. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรบ้านกระแซง ตำบลบ้านกระแซง อำเภอเมือง ปทุมธานี
3. วิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบลบางหลวง อำเภอเมืองปทุมธานี
4. กลุ่มสมาชิพตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว
5. ชุมชนมอญสามโคก อำเภอสามโคก
6. ชุมชนศาลาแดงเหนือ อำเภอสามโคก

1.3.7 การเผยแพร่ให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

ผู้วิจัยพบว่า มีหลักสูตรการปักผ้าสไบมอญขั้นพื้นฐานสำหรับประชาชนทั่วไป ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายนอกระบบโรงเรียนของการศึกษานอกโรงเรียนในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีหลายแห่ง เช่น ตำบลตลาดจินดา เพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและสืบทอดวิถีชีวิตของชาวมอญให้แก่ผู้เรียน กลุ่มผู้สนใจที่ต้องการศึกษาและยึดเป็นอาชีพ เพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว โดยหลักสูตรจะมีสอนทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ 35 ชั่วโมง แบ่งเป็นภาคทฤษฎี 2 ชั่วโมงและภาคปฏิบัติ 33 ชั่วโมง เมื่อเรียนจบทางศน.จะมีวุฒิบัตรการศึกษาให้ด้วย (Suvalai S., 2020) การผลิตผ้าสไบมอญสามารถจะสร้างรายได้อีกทางหนึ่ง โดยค่าแรงงานปักผ้าสไบมอญในแต่ละชิ้นงานมีไม่ต่ำกว่าชิ้นละ 400 บาท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลวดลายที่วาดและความยากง่ายของชิ้นงาน สำหรับราคาส่งทำผ้าสไบมอญจะไม่ต่ำกว่าชิ้นละ 800 - 2000 บาทต่อชิ้นหรือมากกว่านั้นขึ้นอยู่กับผ้า ด้ายและลวดลายต่าง ๆ ที่ต้องการ และปัจจุบันได้มีองค์กรและเครือข่ายหลายหลายแห่งร่วมกันอนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญาการผลิตผ้าสไบมอญให้แก่ชุมชนต่าง ๆ ภายในจังหวัดปทุมธานี อาทิเช่น วัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานีร่วมมือกับเครือข่ายกลุ่มสตรีอนุรักษ์วัฒนธรรมสองฝั่งโบสถ์ และชมรมอนุรักษ์วัฒนธรรมวัดโบสถ์ ชุมชนคุณธรรมวัดโบสถ์ ตำบลบ้านกลางอำเภอเมืองจังหวัดปทุมธานี ได้ร่วมกันผลิตสไบมอญและหน้าากผ้าที่ได้แรงบันดาลใจมาจากลวดลายต่าง ๆ ของสไบมอญ (ประภาพรรณ ขาวขำ, 2022)



ภาพประกอบ 83 ภาพแสดงการผลิตสไบมอญและหน้ากากผ้า
ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากลวดลายต่าง ๆ ของสไบมอญ

ที่มา : กระทรวงวัฒนธรรม. (2565). ชุมชนคุณธรรมวัดโบสถ์ อำเภอเมืองปทุมธานี ร่วมกับสำนักงาน
วัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี จัดกิจกรรมปักหน้ากากผ้าจากลายสไบมอญ ให้แก่กลุ่มสตรีในชุมชนตลอดจน
ผู้สนใจเพื่อสร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ในครัวเรือน.

สืบค้นจาก https://www.m-culture.go.th/th/article_view.php?nid=167244

กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการพัฒนาสังคม สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 1 จังหวัด
ปทุมธานี (2559) สรุปว่า ปัจจุบันผลงานของชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัดปทุมธานีที่เกี่ยวกับสไบมอญมีหลาย
ลักษณะ โดยผลงานที่ผลิตจะมีการส่งประกวดในงานประเพณีของจังหวัดที่มีการสนับสนุนจากหลายภาค
ส่วน เช่น กรมส่งเสริมวัฒนธรรมกระทรวงวัฒนธรรม อาทิเช่น การประกวดผ้าสไบมอญเชิงอนุรักษ์ การ
ประกวดผลิตภัณฑ์จากผ้าสไบมอญต่าง ๆ เช่น ผ้ารองกราบรูปดอกบัว ผ้ารองพระพุทธรูป ฯลฯ ทางจังหวัด
ปทุมธานีได้มีการดำเนินการสืบทอดวัฒนธรรมผ้าสไบมอญเอาไว้ในหลายช่องทาง ได้แก่

1. การอนุรักษ์ด้วยการส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผ้าสไบมอญการฟื้นฟูภูมิ
ปัญญาการผลิตผ้าสไบมอญที่กำลังจะสูญหายให้กลับมามีคุณค่าและมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิต
2. การพัฒนาด้วยการสนับสนุนผลงานในแบบสร้างสรรค์ ทั้งเชิงอนุรักษ์และพัฒนาปรับปรุงผ้า
สไบมอญให้มีความเหมาะสมกับยุคสมัย สามารถจัดเกิดประโยชน์ในการดำรงชีวิตในปัจจุบันได้
3. การถ่ายทอดภูมิปัญญาการผลิตผ้าสไบมอญให้กับเด็กเยาวชน ชุมชน สังคม โดยผ่านสถาบัน
ครอบครัว สถาบันการศึกษา และการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ การส่งเสริมกิจกรรมให้เกิดเครือข่าย
สืบสานและพัฒนาภูมิปัญญาภายในชุมชนต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง
4. การเผยแพร่แลกเปลี่ยน โดยมีตัวแทนเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชาวมอญ
ผ่านผ้าสไบมอญไปในสถานที่ต่าง ๆ
5. การเสริมสร้างผู้สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยการส่งเสริมสนับสนุนความรู้ด้านภูมิปัญญาผ้า
สไบมอญแก่เด็ก เยาวชน ชุมชน ที่มีความสนใจให้ได้เรียนรู้ เพื่อสืบสานวัฒนธรรมต่อไป

ส่วนที่ 2 - ด้านแนวคิดอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่น หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น

2.1 ด้านแนวคิดอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ (Identity) เป็นผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่เป็นจุดเด่นที่ทำให้เป็นที่รู้จักและจดจำได้ (พรนารี ชัยดิเรก, 2562) อัตลักษณ์เป็นลักษณะพิเศษที่มีการแสดงออกผ่านทางสัญลักษณ์ที่เข้าใจร่วมกันได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น พิธีกรรม ประเพณี ศาสนา วัฒนธรรม หรือตำนาน ซึ่งสัญลักษณ์นั้น ๆ เป็นการสร้างความหมายผ่านระบบสัญลักษณ์ภาพตัวแทนที่มีลักษณะเป็นพลวัต สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามเวลาและสังคม ณ ช่วงเวลานั้น ๆ ได้ (ปิยะวรรณ ปันแก้ว, เกียรติศักดิ์ เขียวมั่ง และพรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2560)

สุกฤตา หิรัญชวลิต (2559) กล่าวว่า อัตลักษณ์ไทย คือ คุณลักษณะเฉพาะของบุคคล สังคม หรือชุมชนของไทยที่ไม่เหมือนกับประเทศอื่น ๆ อันได้แก่ เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม และศาสนา ที่แสดงถึงความเป็นตัวตนอย่างไทยที่สะท้อนชีวิตประจำวันหรือวิถีชีวิตแบบไทย อัตลักษณ์เป็นสิ่งเฉพาะที่มีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งสร้างคุณค่าให้กับผู้ซื้อและสร้างความประทับใจให้กับผู้รับได้

รพีพัฒน์ มั่นพรม และนิรัช สุตสังข์ (2554) อ้างถึง ความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นเป็นการแสดงลักษณะพิเศษจากสิ่งที่ปรากฏเด่นชัดของคน สิ่งของ หรือสถานที่ที่มีความโดดเด่นเฉพาะด้าน ที่ไม่เหมือนที่อื่น ๆ อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ และบุคลิกภาพเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นการแสดงออกในเชิงนามธรรมและรูปธรรมให้กับผู้ที่ต้องการสื่อสารได้รับรู้ ทำให้เกิดความประทับใจจดจำต่อผลิตภัณฑ์สินค้าหรือองค์กรได้ ความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์เป็นลักษณะที่โดดเด่นของบุคคลสังคมและองค์กร ซึ่งเป็นการบ่งบอกถึงว่ามีลักษณะอย่างไรผ่านการแสดงออกทางสัญลักษณ์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความเข้าใจร่วมกัน เช่น พิธีกรรม ประเพณี ศาสนา วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์เรื่องเล่า และปรากฏการณ์ทางสังคม ซึ่งอัตลักษณ์นั้นเกิดจากกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เป็นการสร้างความหมายผ่านระบบสัญลักษณ์ภาพตัวแทนที่แสดงถึงว่าอะไรเป็นเรา และแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร ซึ่งเป็นการสร้างภาพจากสิ่งที่เป็นอยู่จริงเพื่อให้เกิดการรับรู้ต่อตนเองและผู้อื่น และมีการสืบทอดสร้างใหม่ ซึ่งมีความเป็นพลวัตที่สามารถเปลี่ยนแปลงตามเงื่อนไขของเวลาและสังคมได้ (ฐปนัท แก้วปาน, สราวุธ อิศรานูวัฒน์ และจรรยา แผลงนอก, 2020)

อัตลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นลักษณะพิเศษที่ปรากฏเด่นชัดของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง สิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่มีความโดดเด่นเฉพาะด้านที่ไม่เหมือนกับที่อื่น มีความเฉพาะของสังคมที่มีอยู่ทั้งจากทางธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมภายในท้องถิ่น (รพีพัฒน์ มั่นพรม และนิรัช สุตสังข์, 2554)

ปิยะวรรณ ปิ่นแก้ว, เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง และพรสนอง วงศ์สิงห์ทอง (2560) สรุปไว้ว่า การสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ตัวแทนของจังหวัด สามารถนำบริบททางธรรมชาติ สังคม เศรษฐกิจ และศิลปวัฒนธรรมมาสร้างให้เกิดความงามและความประทับใจ เพื่อให้เกิดคุณค่าและมูลค่าให้กับจังหวัดหรือท้องถิ่นได้ ด้วยการสร้างสรรค์ผลงานผ่านการพิจารณาด้านลักษณะของภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ องค์ประกอบศิลป์และการสร้างความแตกต่างของภาพลักษณ์สินค้าผ่านคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ เพื่อกระตุ้นความต้องการในการบริโภคสินค้าให้มากขึ้น ด้วยการนำอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างจากที่พบเห็นทั่วไป มาสร้างเป็นจุดเด่นหรือคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ให้กับสินค้าโดยเปลี่ยนความหมายหรือเปลี่ยนหน้าที่จากบริบทในวัฒนธรรมพื้นถิ่นเดิมให้เหมาะกับวิถีชีวิตแบบร่วมสมัยของผู้บริโภคชนชั้นกลางผ่านการออกแบบ การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแบบผสมผสานวัฒนธรรมพื้นถิ่นให้เข้ากับความร่วมมือ ซึ่งทำให้วัฒนธรรมพื้นถิ่นที่นำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบนั้นมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวและมีความยืดหยุ่นในบริบทความร่วมมือที่มีความหลากหลายและอิสระมากยิ่งขึ้น (มาริยา ทรงปัญญา และสันต์ สุวัจนราภินันท์, 2013)

จิตติ กิจพงษ์ประพันธ์ และคณะ (2562) กล่าวว่า การให้นิยามความหมายของตนเองและแสดงตนเองต่อบุคคลหรือสังคมว่าเราเป็นใครนั้น เป็นกระบวนการหนึ่งของการเลือกใช้และสามารถแสดงออกโดยผ่านระบบของการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) ได้ ซึ่งมีการจัดแบ่งประเภทของอัตลักษณ์ออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับอัตลักษณ์ ส่วนบุคคล (Personal Identity) และระดับอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity)

การสร้างอัตลักษณ์สินค้าด้วยการใช้หลักการสื่อความหมายด้วยทฤษฎีการรับรู้ ทฤษฎีการสร้างบุคลิกภาพ และทฤษฎีการจัดองค์ประกอบศิลป์ โดยอาจใช้ทฤษฎีอย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งหมดผสมผสานกัน ควรถ่ายทอดให้เป็นรูปธรรมและมองเห็นได้ ผ่านองค์ประกอบทางการออกแบบ ได้แก่ ภาพประกอบตัวอักษร ลวดลายกราฟิก และสีสันทัน (พิบูล ไวจิตรกรรม, 2016)

การระบุอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ และองค์ประกอบศิลป์ตามบริบทของจังหวัดปทุมธานี เป็นการกำหนดคุณลักษณะเชิงรูปธรรมและนามธรรมที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์หรือจุดเด่นที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะที่โดดเด่น ด้วยการนำสิ่งที่ภายในจังหวัดมีอยู่แล้วมาทำให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไป เพื่อให้เกิดการจดจำได้ ความประทับใจในด้านบวกต่อจังหวัด และสามารถเป็นแรงบันดาลใจที่นักออกแบบนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบได้ต่อไป

2.1.1 แนวคิดสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดอัตลักษณ์

ผู้วิจัยพบว่า ปัจจุบันมีหลายแนวคิดที่น่าสนใจสามารถนำมาใช้ในโครงการวิจัยนี้ ได้แก่

1. แนวทางการออกแบบสินค้าของที่ระลึกจากทุนวัฒนธรรมที่สามารถนำมาใช้ในโครงการวิจัยนี้ได้ (สุกฤตา หิรัญชวลิต, 2559) ดังนี้

- การใช้ลวดลายจากศิลปะและวัฒนธรรมเข้าไปผสมผสาน
- การปรับเปลี่ยนสีของสินค้าแบบเดิมให้เป็นสีแบบไทย
- การปรับเปลี่ยนการใช้วัสดุแบบสำเร็จรูปที่มีขายทั่วไปให้เป็นวัสดุที่หาได้จากท้องถิ่น
- วิธีการเชื่อมโยงสิ่งที่มีลักษณะคล้ายกันมาประยุกต์หรือดัดแปลงเป็นสินค้า
- การจัดวางลวดลายแบบดั้งเดิมให้เป็นแบบแผน
- การเลียนแบบหรือทดแทนด้วยวัสดุของไทย
- การปรับเปลี่ยนหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณค่า
- การเปลี่ยนความคิดให้นอกกรอบ
- การดัดแปลงรูปแบบการใช้งานและความหมายให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
- การใช้ตัวแทนของสถานที่หรือมาศออกมาออกแบบ

2. แนวทางการศึกษาศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน 5 ประการของมารุตอัมรานนท์ (สุวิทย์ อินทิพย์, 2555) ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นโครงสร้างแนวทางการศึกษาวิจัย ประกอบด้วย

- ด้านวัตถุประสงค์ในการผลิตและการนำไปใช้
- ด้านแหล่งผลิต เพื่อให้ทราบถึงที่มาและความเป็นมาของการสร้างสรรค์งาน
- ด้านกรรมวิธีการผลิตเทคนิคขั้นตอนอุปกรณ์การผลิต
- ด้านลักษณะรูปแบบ ลวดลายและรายละเอียดในการตกแต่งต่าง ๆ ที่ปรากฏ
- ด้านคติความเชื่อที่แฝงอยู่ใน

3. แนวทางในการวิเคราะห์ตลาดเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ของพรสนอง วงสิงห์ทอง ซึ่งสามารถสรุปแนวทางในการวิเคราะห์ตลาดทางด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าสไบมอญได้ 3 ประการ คือ

- ด้านความสวยงามที่ตลาดต้องการ

- ขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมและเป็นที่ต้องการของตลาด
- ประโยชน์ใช้สอยที่ตลาดต้องการ

4. แนวคิดในการออกแบบงานหัตถกรรม 5 แนวทางของวิบูลย์ ลี้สุวรรณ ได้แก่

- ลักษณะเฉพาะถิ่น
- ความสวยงาม
- ประโยชน์ใช้สอย
- ขนาดสัดส่วน
- กรรมวิธีการผลิต

5. การประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ไทยกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้า สามารถมีได้หลายรูปแบบ (สุกฤตา ทิรัญชวลิต, 2559) ดังนี้

- การนำภาพมาเลียนแบบวัฒนธรรมชาติและพิมพ์ลงไปในสินค้าที่ระลึก
- การใช้วัสดุจริงจากธรรมชาติมาประกอบบนสินค้า
- การเลียนแบบกรรมวิธีการบรรจุแบบดั้งเดิม
- การใช้สีแบบดั้งเดิม
- การใช้ตัวอักษรแบบดั้งเดิม
- การใช้สัญลักษณ์แบบดั้งเดิม
- การใช้การจัดวางองค์ประกอบศิลป์แบบดั้งเดิม ด้วยการจัดวางแบบสมมาตร และการจัดวาง แบบซ้ำ ๆ

จะเห็นได้ว่าความต้องการของผู้ซื้อซึ่งเป็นผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ผู้จำหน่ายและผู้ผลิตงานหัตถกรรมผ้าสไบมอญมีผลเป็นอย่างมากที่เป็นตัวกำหนดทิศทางแนวทางในการออกแบบ และจะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ผ้าสไบมอญรูปแบบใหม่ร่วมสมัยได้ ซึ่งแนวคิดในการออกแบบทั้งหมดเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้เป็นตัวกำหนดและใช้เป็นเงื่อนไขในการออกแบบโครงการวิจัยนี้ได้

2.2 ทฤษฎีและการออกแบบสินค้าแฟชั่น

2.2.1 ความหมายของแฟชั่น

ชโรธรณ์ ทิพย์อุปลัมภ์ (2010) กล่าวว่า แฟชั่น หมายถึง แนวทางการดำเนินชีวิตที่แฝงด้วยมุมมองในเรื่องของความงามอย่างหลากหลาย ที่มีต่อกิจกรรมต่าง ๆ ในการดำรงชีวิต เช่น การแต่งกายดนตรี ภาษา โดยเกิดจากการเห็นดีเห็นชอบของคนในสังคมกลุ่มหนึ่งในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ที่สามารถกระจายหรือขยายความนิยมให้เกิดเป็นกระแสแพร่หลายได้ในเวลาต่อมาทั้งนี้ปัจจัยพื้นฐาน ขึ้นอยู่กับสถานะสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และช่วงเวลานั้น ๆ เป็นหลัก

อัจฉรา สโรบล (2561) อ้างว่า แฟชั่น คือ สิ่งที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและล้ำสมัยได้ แฟชั่นมีความหมายรวมถึง เสื้อผ้า แบบเสื้อผ้ากระโปรง กางเกง ทรงผม และทุกสิ่งทุกอย่าง เช่น เครื่องสำอาง รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ แฟชั่นเป็นภาพสะท้อนของความนิยมแห่งยุคสมัยที่สังคมยอมรับ แฟชั่นเป็นแรงผลักดันของการดำรงชีวิตในสังคมที่เป็นเหมือนอิทธิพลต่อลักษณะภายนอกของคนและสิ่งของ แฟชั่นเป็นตัวขับเคลื่อนที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเป็นสัญลักษณ์บ่งชี้โดยผ่านกระบวนการเปลี่ยนผ่านจากสิ่งหนึ่งมาสู่อีกสิ่งหนึ่งได้

แฟชั่นเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อความหมายและส่งข้อความถึงกันภายในกลุ่ม ซึ่งแสดงถึงการมีตัวตนในสังคม แฟชั่นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาอย่างไม่สิ้นสุด ขึ้นอยู่กับบริบทของเวลาและสถานที่หรือสถานการณ์ ณ ขณะนั้น บทบาทของเสื้อผ้าแฟชั่นมีดังนี้

1. แต่งกายเพื่อปกป้องตนเองจากสภาวะอากาศและสภาพภายนอก
2. แต่งกายเพื่อแสดงออกทางสังคม
3. แต่งกายเพื่อแสดงสถานะทางจิตใจ
4. แต่งกายเพื่อแสดงถึงความจงรักภักดี หรือสัญลักษณ์ของกลุ่ม ผ่านทางภาพลักษณ์ที่แสดงถึงความคิดและคุณค่าต่าง ๆ

เสื้อผ้าแฟชั่น หมายถึง เสื้อผ้าที่เป็นที่นิยมในหมู่คนที่รักการแต่งตัว โดยทั่วไปลักษณะทั่วไปของเสื้อผ้าแฟชั่นจะสอดคล้องกับกระแสความนิยมของเสื้อผ้าที่กำลังได้รับความนิยมกันอยู่ในยุคสมัยนั้น ได้แก่ เสื้อ กางเกงกระโปรง และเครื่องแต่งตัวต่าง ๆ เช่น ผ้าพันคอ เข็มขัด ผ้าคลุมไหล่ รองเท้า กระเป๋า หรือแว่นตา ลักษณะพิเศษของเสื้อผ้าแฟชั่นคือ จะเป็นเสื้อผ้าที่ออกแบบมาให้เป็นที่นิยมของกลุ่มลูกค้าในช่วงเวลาใดช่วงเวลานึง ซึ่งทางการตลาดจำเป็นต้องใส่ใจและทำความเข้าใจว่ากลุ่มลูกค้าหลักของเสื้อผ้าแฟชั่นนั้น ๆ ว่าเป็นกลุ่มใดซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทของแฟชั่นประเภทต่าง ๆ ด้วย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องรู้จักกลุ่มเป้าหมาย ลูกค้าแฟชั่นของตัวเอง การทำการตลาดสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นด้วยการคาดเดาแนวโน้มของตลาดและระดับของลูกค้า รวมถึงรสนิยมของลูกค้าด้วยซึ่งส่วนใหญ่แล้วลักษณะแฟชั่นเสื้อผ้าในประเทศ

ไทย ประชากรส่วนใหญ่จะได้รับอิทธิพลมาจากประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียง เช่น ประเทศจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ (รัตน โพธิ์วรรณ, 2562)

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์แฟชั่นมีหลายประเภท ได้แก่ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เครื่องประกอบเครื่องแต่งกาย เช่น กระเป๋า รองเท้า ฯลฯ เป็นเหมือนเครื่องบอกถึงบุคลิกภาพในแต่ละสถานที่ เวลา ฤดูกาล และเป็นการสื่อสารถึงวัฒนธรรมที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของผู้สวมใส่ที่สะท้อนถึง รสนิยม อารมณ์ ความรู้สึก (สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย, 2559) ซึ่งจุดหมายหลักของการสวมใส่เสื้อผ้าหรือเครื่องประดับนั้นไม่ใช่แค่ปกปิดร่างกายหรือให้เกิดความสวยงาม แต่สามารถสื่อไปถึงการแสดงออก ความชอบ บุคลิกลักษณะของคนที่สามารถใส่ได้ (สุวิธ สาดสังข์ และเตือนตา พรหมตาวรงค์, 2561)

2.2.2 หลักการออกแบบสินค้าแฟชั่น

การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นเป็นลักษณะของการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกาย ซึ่งหมายถึง การประยุกต์ความงามทางศิลปะเพื่อพัฒนาหรือออกแบบเครื่องแต่งกาย โดยผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบกับการแนวความคิดการใช้ชีวิต หรือกระแสสังคม ณ ขณะนั้นให้เกิดการยอมรับจากกลุ่มคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการผลิตและการจัดจำหน่ายทางการตลาดด้วย (ชโรธรณ์ ทิพย์อุปลัมภ์, 2010)

ธโนทัย มงคลศิลป์ และพัชชา อุทิสวรรณกุล (2019) กล่าวว่า องค์ประกอบทางการออกแบบแฟชั่น ได้แก่ สี โครงสร้างเงา วัสดุ รายละเอียดตกแต่ง และเทคนิค การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นโดยใช้แนวคิดดีเอ็นเอทางวัฒนธรรมของไทย (Thai Cultural DNA) สามารถแบ่งเป็น 4 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

- กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย (Target Group)
- ธีม (Theme)
- สไตล์หรือรูปแบบการแต่งกาย (Style)
- แนวโน้มทางแฟชั่นหรือเทรนด์ (Trend)

อัจฉรา สโรบล (2561) สรุปว่า หลักการออกแบบแฟชั่น มีดังนี้

1. สัดส่วน

2. ความสมดุล

3. จังหวะ

4. การเน้น

5. ความกลมกลืน

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นประกอบด้วยแนวคิดทฤษฎีแฟชั่นต่าง ๆ ดังนี้ ทฤษฎีบุคลิกภาพ ทฤษฎีสี ทฤษฎีวงจรแฟชั่น ฯลฯ โดยองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่น ที่นำไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานประกอบด้วย

1. สี เนื้อผ้า พื้นผิว

2. รายละเอียดการตกแต่ง

3. โครงร่างเงา

4. ลายพิมพ์

5. ลักษณะจำเพาะทางแฟชั่น ประกอบด้วย ช่วงเวลา (Period) สถานที่ (Area) การใช้ชีวิต (Life Style) และลักษณะพิเศษ (Character) (วรฐู ทรัพย์ศรีสัญชัย, พัดชา อุทิศวรรณกุลและรวีเทพ มุสิกะปาน, 2560)



ภาพประกอบ 84 ภาพแสดงองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่น

ที่มา : Tamara Novikova. (2014). *Mood Boards, Color Stories and Apparel Design Projects*.

สืบค้นจาก <https://www.behance.net/gallery/17673995/MoodBoards-Color-Stories-and-Apparel-Design-Projects->

หลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบ (phuket, 2561) ประกอบด้วย

1. การซ้ำ (Repetition) เกิดจากการนำองค์ประกอบที่มีลักษณะเหมือนกันตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป วางอยู่ในที่ว่าง โดยองค์ประกอบอาจเกิดขึ้นจาก จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง สี พื้นผิว ลวดลาย ฯลฯ รูปแบบของการซ้ำ ได้แก่

- การซ้ำแบบเหมือนกัน เป็นการซ้ำขององค์ประกอบที่มีลักษณะเดียวกันเรียงต่อเนื่องกันไป

- การซ้ำแบบลดหลั่น เป็นการซ้ำขององค์ประกอบที่มีลักษณะแตกต่างกันเรียงจากมากไปน้อยหรือน้อยไปมาก

- การซ้ำเป็นจังหวะ เป็นการซ้ำของชุดองค์ประกอบที่มีลักษณะเหมือนกันเรียงต่อเนื่องกันไป ซึ่งภายใน 1 ชุดนี้ จะประกอบด้วยหน่วยย่อยที่มีขนาดน้ำหนักหรือลักษณะแตกต่างกัน

- การซ้ำแบบไม่เป็นจังหวะ เป็นการซ้ำของชุดองค์ประกอบอย่างอิสระ ไม่มีระเบียบที่ชัดเจน

2. จังหวะ (Rhythm) เกิดจากการซ้ำกันขององค์ประกอบอย่างต่อเนื่อง และมีเอกภาพขององค์ประกอบที่มีลักษณะเหมือนกันตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไปบนพื้นที่ว่าง รูปแบบของจังหวะมีดังนี้

- จังหวะซ้ำ เป็นจังหวะขององค์ประกอบที่มีเหมือนกันเรียงต่อเนื่องกันไป

- จังหวะสลับ เป็นจังหวะขององค์ประกอบที่สลับกันไปมาอย่างเป็นระเบียบ

- จังหวะแปร เป็นจังหวะขององค์ประกอบที่มีการเปลี่ยนแปลงของลักษณะไปที่ละเล็กน้อย

3. การลดหลั่น (Gradation) เป็นการจัดลำดับขององค์ประกอบต่าง ๆ เช่น เส้น รูปร่าง รูปทรง สี ลักษณะพื้นผิว ฯลฯ ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามลำดับ เช่น การไล่สีจากสีอ่อนไปสีแก่ ลักษณะผิวเรียบไปสู่ขรุขระ รูปทรงเล็กไปหารูปใหญ่

4. ทิศทาง (Direction) การชักนำสายตาให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวไปในทางใดทางหนึ่ง หรือหลายทิศทางด้วยองค์ประกอบในงาน เช่น ทิศทางของเส้น รูปร่าง รูปทรง ฯลฯ

5. ความกลมกลืน (Harmony) เป็นการนำองค์ประกอบที่มีความคล้ายหรือเหมือนกัน มาจัดวางให้สัมพันธ์กัน เกิดการประสานกัน มีความลงตัวดูแล้วไม่สะดุดหรือขัดตา

6. ความขัดแย้ง (Contrast) เป็นการจัดองค์ประกอบที่มีลักษณะหรือคุณสมบัติต่างกันไปไว้ด้วยกัน ซึ่งมีหลายระดับตั้งแต่แตกต่างกันเล็กน้อยจนถึงแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ทำให้งานดูขัดแย้งไม่เป็นระเบียบ แต่ทำให้เกิดความโดดเด่นชัดเจน ดึงดูดความสนใจ ลดความน่าเบื่อจากความกลมกลืนที่มีมากเกินไปได้

2.3 ทฤษฎีบุคลิกภาพ

บุคลิกภาพตรงกับคำว่า Personality ซึ่งคำว่า Persona ในภาษาละติน แปลว่า หน้ากากที่ใช้สวมในการเล่นละครกรีกสมัยโบราณ และหมายถึงบทบาทของตัวละคร นอกจากนี้บุคลิกภาพคือลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลและลักษณะภายในตัวบุคคลบางประการหรือวิธีการแสดงออกของพฤติกรรมของแต่ละบุคคล

นัศรา หงษ์ร้อน (2564) สรุปไว้ว่า ทฤษฎีบุคลิกภาพตามคุณลักษณะ ได้กำหนดโครงสร้างของบุคลิกภาพ แบ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ หรือเรียกว่า The Big Five Raymond Cattell ได้จัดกลุ่มคุณลักษณะของคนออกเป็นบุคลิกภาพ 5 ลักษณะดังนี้

1. บุคลิกภาพแบบเปิดเผย (Extraversion) เป็นลักษณะของคนที่ชอบพูดมากทรงพลังและก้าวร้าว ชอบเข้าสังคม พูดและคุยได้ทุกเรื่อง ชอบเปิดเกมรุก และชอบแสดงออกทางอารมณ์ มีเรื่องที่ตื่นเต้นตลอดเวลา

2. บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) เป็นผู้มีอารมณ์ไม่มั่นคง มีความกังวลอยู่เสมอ มีอารมณ์หงุดหงิด ขุ่นมัวฉุนเฉียวง่าย และซึมเศร้า

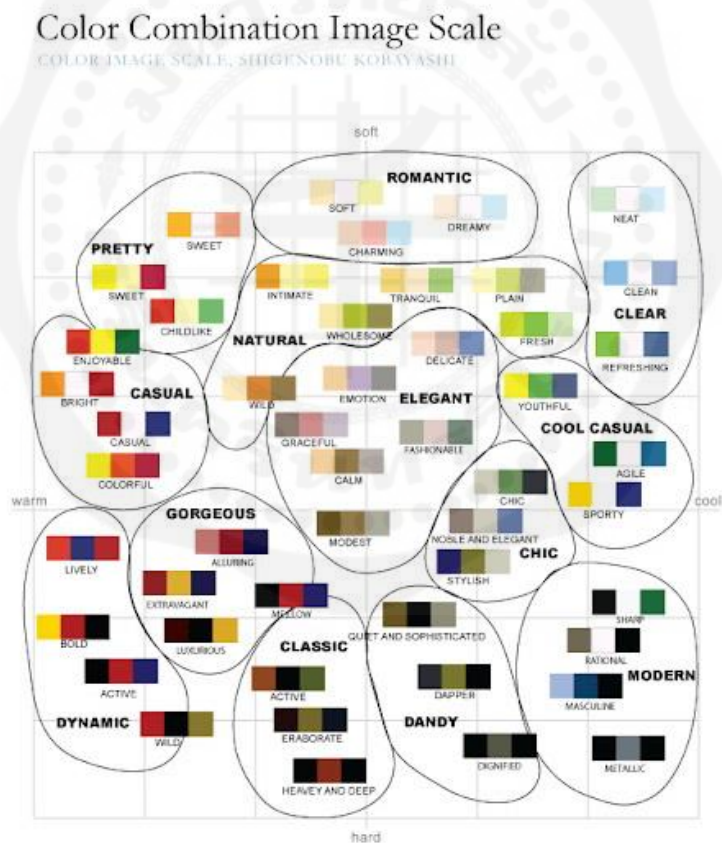
3. บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness) เป็นคนที่มีความไว้เนื้อเชื่อใจคนอื่นมีหลักปฏิบัติที่เห็นแก่ผู้อื่นอยู่เสมอ มีความกรุณาเมตตาชอบเข้าสังคมและช่วยเหลือผู้อื่น

4. บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) เป็นผู้ที่มีการคิดตรองสูง ชอบเจ้ากี้เจ้าการรอบคอบ เจ้าระเบียบมีแผนการ มีพฤติกรรมที่มุ่งสู่เป้าหมายเป็นสำคัญ มีความรู้สึกผิดชอบชั่วดี และมีการเตรียมจัดการในรายละเอียดต่าง ๆ มีการเตรียมตัวมาอย่างดีตลอดเวลา

5.บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to Experience) เป็นลักษณะของคนที่มีความสนใจต่อโลกกว้าง มีความเข้าใจอะไรได้ง่าย มีจินตนาการ สามารถมองเห็นสิ่งๆ ที่ตนเองสนใจ และมีความสนใจที่หลากหลาย

ซึ่งการที่เข้าใจถึงบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคลจะทำให้สามารถเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างบุคคลและการกำหนดคุณลักษณะที่สำคัญในงานออกแบบให้กับแต่ละบุคลิกกับภาพได้อย่างเหมาะสม

2.3.1 แนวคิดการแบ่งสีตามบุคลิกภาพ(Image Scale) ของShigenobu Kobayashi เพื่อใช้ในการสื่อสารด้านบุคลิกภาพสีที่ใช้ในการออกแบบ(สุกรี เจปะปุเตะ, 2561) มีรายละเอียดโดยการแบ่งออกเป็นแต่ละบุคลิกภาพที่สัมพันธ์กับการใช้สีได้ดังนี้



ภาพประกอบ 85 ภาพแสดง Color Combination Image Scale ของ Shigenobu Kobayashi

ที่มา : Khwanchai Sukkon. (2554). Image Color Scale.

สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/dograffssru/wicha-xxkbaeb-brrcu-phanth-2/imagecolorscale>

สุกรี เจปะเตะ (2561) สรุปว่า จากทฤษฎีบุคลิกภาพการสื่อสารของ Shigenobu Kobayashi สามารถแบ่งประเภทของบุคลิกภาพได้ ดังนี้

หมวดหลัก	บุคลิกภาพการสื่อสาร	
1. PRETTY	CUTE (น่ารักน่าเอ็นดู)	
	SWEET (อ่อนหวาน)	
2. CASUAL	AMUSING (รื่นรมย์เพลิดเพลิน)	BRIGHT (สว่างสดใส)
	CASUAL (สบายๆ ไม่มีกฎเกณฑ์)	CHEERFUL (ชื่นบาน น่ายินดี)
	COLORFUL (มีสีสัน)	DAZZLING (ตะลึงตะลึง)
	DELICIOUS (อร่อยชวนใจจับใจ)	ENJOYABLE (สนุกสนาน)
	FESTIVE (นำเฉลิมฉลองรื่นเริง)	FLAMBOYANT (ฟูฟ่า)
	MERRY (สนุกสนานว่าเจริง)	
3. DYNAMIC	BOLD (เด่นชัด อ้าหาญ)	HOT (ร้อนเผ็ด)
	FIERY (ดุเดือดคึกคัก)	LIVELY (มีชีวิตชีวา)
	DYNAMIC AND ACTIVE (เคลื่อนไหวกระฉับกระเฉง)	
4. GORGEOUS	AROMATIC (ดูมีกลิ่นหอม)	GLOSSY (เป็นมันเงา)
	DECORATIVE (ประดับประดา)	LUXURIOUS (ฟุ้งเฟ้อ หรูหรา)
	FASCINATING (ดูมีเสน่ห์ งดงาม)	MELLOW (สุกนุ่ม อ่อนนุ่ม)
5. ROMANTIC	AGREEABLE TO TOUCH (น่าสัมผัส)	DREAMY (งดงามเหมือนในฝัน)
	CHARMING (มีเสน่ห์ ดูน่าหลงใหล)	ROMANTIC (ชวมนุ่ม)
6. NATURAL	DOMESTIC (ดูเป็นพื้นถิ่น)	NATURAL (ดูเป็นธรรมชาติ)
	DRY (แห้งแล้ง)	MILD (อ่อนๆ)
	FRESH (ดูสดชื่น)	NOSTALGIC (ระลึกถึงความหลัง)
	GENTLE AND ELEGANT (สุภาพและโอ้อ่า)	PEACEFUL (ดูสงบ สบาย)
	SWEET-SOUR (เปรี้ยวๆ หวานๆ)	HEALTHY (ถูกหลักอนามัย ดูสุขภาพดี)
	SIMPLE AND APPEALING (เรียบง่ายและดึงดูด)	

หมวดหลัก	บุคลิกภาพการสื่อสาร	
7. ELEGANT	CALM (สงบนิ่ง)	CULTURED (มีวัฒนธรรม)
	DELICATE (ประณีต บรรจง)	ELEGANT (สะอาดสะอ้าน สวยแบบผู้ดี)
	EMOTIONAL (ละเอียดอ่อนอารมณ์)	GRACEFUL (สง่างาม นุ่มนวล)
	FEMININE (ดูเป็นหญิง อ่อนหวาน)	REFINED (สะอาดสะอ้าน ประณีต)
	SEDATE (สงบ ใจเย็น)	NOBLE (ดูสูงส่งมีเกียรติ)
	MYSTERIOUS (ลึกลับ น่าค้นหา)	PURE AND ELEGANT (บริสุทธิ์และโอ้อ่า)
8. CHIC	CHIC (เท่ ทันสมัยแบบผู้ดี)	NOBLE AND ELEGANT (สูงส่ง่า ทรงเกียรติ)
	STYLISH (มีท่า มีสไตล์)	QUIET AND SIMPLE (เรียบง่ายและเรียบง่าย)
9. CLASSIC	CLASSIC (ได้รับความนิยมมาโดยตลอด)	TRADITIONAL (ประเพณีนิยม)
	CONSERVATIVE (หัวเก่า อนุรักษ์นิยม)	ELABORATE (ประณีตบรรจง)
	HEAVY AND DEEP (หนักและเข้ม)	TASTEFUL (มีรสนิยม มีรสนิยม)
	STURDY (แข็งแรง ทนทาน)	
10. DANDY	ARISTOCRATIC (ดูเป็นชั้นสูง)	EMINENT (เด่น มีชื่อเสียง)
	STRONG AND ROBUST (แข็งแรง ทนทาน)	
11. FORMAL	PRECIOUS (ดูมีค่า)	FORMAL (ดูเป็นทางการ)
	DIGNIFIED (มีเกียรติยศ ดูภูมิฐาน)	
12. CLEAR	CLEAN (ดูสะอาด)	PURE (บริสุทธิ์)
	SIMPLE (เรียบง่าย)	REFRESHING (สดชื่น สบาย ผ่อนคลาย)
13. COOL-CASUAL	SMART (ฉลาด โก้ มีฉาย)	STERDY (มั่นคง หนักแน่น)
14. MODERN	METALLIC (ดูเป็นโลหะ มีแวว)	MODERN (ทันสมัย หัวใหม่)
	PRECISE (พิถีพิถัน ละเอียด)	URBAN (ผู้ดี เก๋ อย่างชาวกรุง)

ภาพประกอบ 86 ภาพแสดง Color Combination Image Scale ของ Shigenobu Kobayashi

ที่มา : สุกรี เจปะเตะ. (2561). การออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขาคณิตเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย มลายูสำหรับเจนเนอเรชันวาย. (วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

2.4 ทฤษฎีการตลาด

ในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นในปัจจุบัน จำเป็นต้องมีแนวคิดทางการตลาดเข้ามาร่วมด้วย กลยุทธ์ทางการตลาดสินค้าแฟชั่น ประกอบด้วย องค์ประกอบ 4 อย่างที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน ได้แก่

1. คุณประโยชน์ที่มีอยู่จริงของสินค้า จะเป็นองค์ประกอบขั้นพื้นฐานที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสได้ และรับรู้ได้ง่ายที่สุด โดยผู้เชี่ยวชาญจะแนะนำว่ารูปลักษณ์หรือหน้าตาของสินค้านั้นต้องดูดีและถูกกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย
2. รูปร่างหน้าตาที่มองเห็นได้ของสินค้า จะเป็นองค์ประกอบพื้นฐานแรก ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้า และลดเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อได้ดีที่สุด โดยสิ่งที่แนะนำให้ใช้ คือ ลักษณะสีสันทัน และวัสดุหรือบรรจุภัณฑ์ที่ต้องดึงดูดความสนใจ
3. คุณค่าของสินค้าที่มีผลต่อความรู้สึกของผู้บริโภค เป็นองค์ประกอบที่อ่อนไหวที่สุด เพราะผู้บริโภคไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปธรรมได้ แต่สามารถสัมผัสและรับรู้ได้จากความเชื่อถือและไวใจ เช่น การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและชุมชน หรือความคุ้มค่า มีคุณภาพยอดเยี่ยม
4. บุคลิกภาพของสินค้าที่สะท้อนไปถึงตัวตนของผู้บริโภค จะเป็นองค์ประกอบที่สร้างยากมากที่สุด เพราะเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสะท้อนกลับมาหลังจากได้ใช้สินค้านั้นแล้ว โดยจะเกิดภาพลักษณ์ที่ผู้บริโภคอยากจดจำ

2.4.1 ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix 4P's)

รัตน โพธิ์วรรณ (2562) กล่าวว่า ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมการตลาดเป็นเครื่องมือการตลาดที่ใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมายเป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์การตลาดที่ต้องใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดหมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ใช้เพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยเครื่องมือต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 1.ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาด เพื่อการใช้หรือบริโภคที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี คุณภาพ ตราสินค้า ผลิตภัณฑ์

จะต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถขายได้ สิ่งที่ต้องคำนึงถึง ได้แก่

1. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์
2. องค์ประกอบหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
3. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น
5. กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์และสายผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่าย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือคุณค่าทั้งหมด ให้คุ้มกับเงินที่จ่ายไป หรือหมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ

1. คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า
2. ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง
3. การแข่งขัน
4. ปัจจัยอื่น ๆ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ใช้สำหรับการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง และการจัดจำหน่าย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้า หรือบริการ หรือความคิดต่อบุคคล โดยใช้จุดใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์และมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อพฤติกรรมซื้อ ใช้ติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เครื่องมือที่ใช้ในการการส่งเสริมการตลาดมีหลากหลายช่องทาง ได้แก่

1. การโฆษณา
2. การขายโดยใช้พนักงานขาย

3.การส่งเสริมการขาย

4.การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์

5.การตลาดทางตรง

Marketing mix- 4P's



ภาพประกอบ 87 ภาพแสดง Marketing Mix 4P's

ที่มา : The intactone. *Marketing Mix.*

สืบค้นจาก <https://theintactone.com/2019/09/14/mm-u3-topic-1-marketing-mix/>

2.4.2 ทฤษฎีการตลาดสินค้าแฟชั่นอื่น ๆ

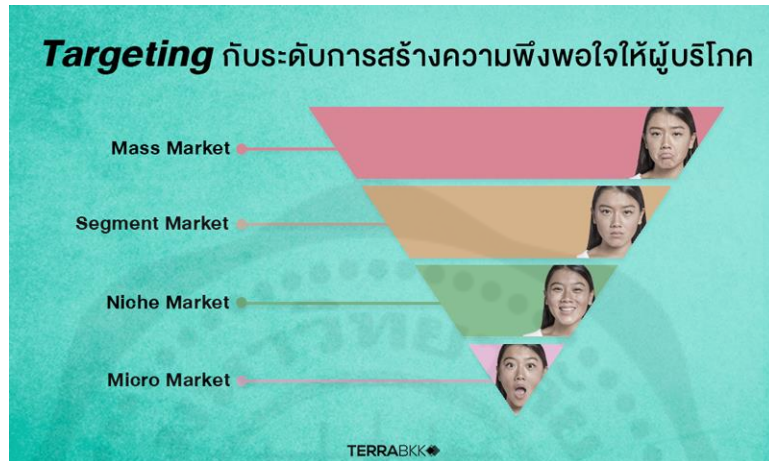
ประดิษฐ์ รัตน์วิจิตรตราศิลป์ (2552) อ้างว่า ทฤษฎีการตลาดสินค้าแฟชั่นสามารถวิเคราะห์ได้จากแนวทางการตลาด ดังต่อไปนี้

1.การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)

ภาพประกอบ 88 ภาพแสดงการแบ่งส่วนตลาด

ที่มา : Terra BKK. (2020). *STP Marketing กลยุทธ์เก่า แต่ยังคงอยู่*.
สืบค้นจาก <https://www.terrabbk.com/articles/197105/stp-marketing>

2.การเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)



ภาพประกอบ 89 ภาพแสดงการเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)

ที่มา : Terra BKK. (2020). *STP Marketing กลยุทธ์เก่า แต่ยังคงอยู่*.
สืบค้นจาก <https://www.terrabbk.com/articles/197105/stp-marketing>

3.จุดยืนของแบรนด์ (Market Positioning)



ภาพประกอบ 90 ภาพแสดงจุดยืนของแบรนด์ (Market Positioning)

ที่มา : Terra BKK. (2020). *STP Marketing กลยุทธ์เก่า แต่ยังคงอยู่*.
สืบค้นจาก <https://www.terrabbk.com/articles/197105/stp-marketing>

2.4.3 การจัดกลุ่มสินค้าแฟชั่น

ในการจัดกลุ่มสินค้าแฟชั่น สามารถแบ่งได้ตามวัตถุประสงค์การใช้งานต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. การแบ่งประเภทสินค้าตามการใช้งาน
2. การแบ่งประเภทสินค้าตามขนาด
3. การแบ่งประเภทสินค้าตามระดับราคา
4. การแบ่งประเภทสินค้าตามฤดูกาล โอกาสการใช้งานและโอกาสพิเศษ

โดยสินค้าตามการใช้งานประเภทเครื่องนุ่งห่มสตรี สามารถแบ่งได้เป็นประเภทสินค้าต่าง ๆ ได้

ดังนี้

1. เสื้อผ้าสำหรับใส่เล่นกีฬา
2. ชุดเดรส
3. ชุดราตรีและชุดแต่งงาน
4. ชุดคลุมท้อง
5. เสื้อผ้าที่ใส่ชั้นนอกหรือเสื้อคลุม
6. เสื้อสูทหรือชุดสูท
7. เสื้อผ้าใส่ออกกำลังกาย
8. ชุดว่ายน้ำและชุดชายหาด
9. ชุดชั้นใน
10. เครื่องประกอบการแต่งกาย
11. รองเท้า
12. เสื้อผ้าประเภทอื่น ๆ

ส่วนประเภทของสินค้าแฟชั่นที่มีการแบ่งตามลักษณะตามฤดูกาล โอกาสการใช้งานและโอกาสพิเศษ สามารถแบ่งได้ดังนี้

1.โอกาสออกงานสังคม (Party Wear)



ภาพประกอบ 91 ภาพแสดงชุดสำหรับใส่ในโอกาสออกงานสังคม (Party Wear)

ที่มา : Ellie Pithers. (2022). *Shop The 10 Key Spring/Summer 2022 Trends To Know Now*. สืบค้นจาก <https://www.vogue.co.uk/fashion/gallery/spring-summer-2022-fashion-trends>

2.โอกาสที่ใช้ในการทำงานอย่างเป็นทางการ (Formal Wear)

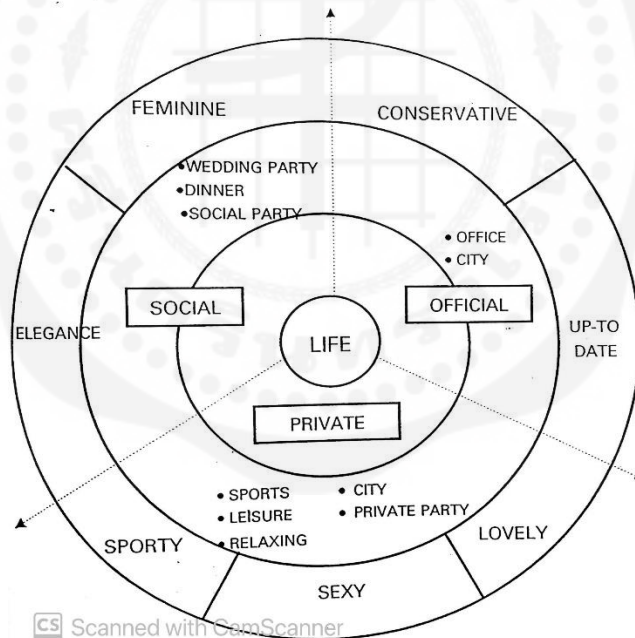


ภาพประกอบ 92 ภาพแสดงชุดสำหรับใส่ในโอกาสที่ใช้ในการทำงานอย่างเป็นทางการ (Formal Wear)
ที่มา : Dara Prant. (2022). *11 BREAKOUT FALL 2022 TRENDS FROM THE NEW YORK FASHION WEEK RUNWAYS*. สืบค้นจาก <https://www.vogue.co.uk/fashion/gallery/spring-summer-2022-fashion-trends>

3.โอกาสที่ใช้ในการสวมใส่ส่วนตัว (Casual Wear)



ภาพประกอบ 93 ภาพแสดงชุดสำหรับใส่ในโอกาสที่ใช้ในการสวมใส่ส่วนตัว (Casual Wear)
 ที่มา : Ellie Pithers. (2022). *Shop The 10 Key Spring/Summer 2022 Trends To Know Now.*
 สืบค้นจาก <https://www.vogue.co.uk/fashion/gallery/spring-summer-2022-fashion-trends>



ภาพประกอบ 94 ภาพแสดงโอกาสในการสวมใส่ที่เชื่อมโยงกับประเภทและสไตล์ของชุดเครื่องแต่งกาย
 ที่มา : สถาบันวิจัยแฟชั่นแห่งประเทศไทย. (2552). *OCCASION.*
 [คู่มือและเอกสารประกอบหลักสูตรการจัดการสินค้าแฟชั่น]. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
 กรุงเทพฯ.

พรนารี ชัยดิเรก (2560) ได้สรุปการจัดแบ่งสินค้าประเภทกระเป๋าที่ส่วนมากมีจำหน่ายในเว็บไซต์ขายสินค้าแฟชั่นออนไลน์ระดับโลก ไว้ดังนี้

1. กระเป๋าสะพายหลัง(Backpack)
2. กระเป๋าคาดเข็มขัด (Belt Bags)
3. กระเป๋ากลือขนาดเล็ก(Clutch Bags)
4. กระเป๋าสำหรับงานกลางคืน (Evening Bags)
5. กระเป๋าสำหรับท่องเที่ยวและเดินทาง(Luggage and Travel Bags)
6. กระเป๋าไซส์เล็ก(Mini Bags)
7. กระเป๋าสะพายไหล่(Shoulder Bags)
8. กระเป๋าสำหรับถือ(Top Handle Bags)
9. กระเป๋าทรงถุง(Tote Bags)
10. กระเป๋าใบเล็กและกระเป๋าตังค์(Bag Accessories)



ภาพประกอบ 95 ภาพแสดงประเภทของกระเป๋าแฟชั่น

ที่มา : Schaffer, J. and Saunders, S. (2012). *Fashion Design Course : Accessories*. China :

1010 Printing International Ltd.

collection, giving an accurate picture of the line.



ภาพประกอบ 96 ภาพแสดงการออกแบบคอลเล็กชั่นกระเป๋าแฟชั่น

ที่มา : Schaffer, J. and Saunders, S. (2012). *Fashion Design Course : Accessories*. China : 1010 Printing International Ltd.

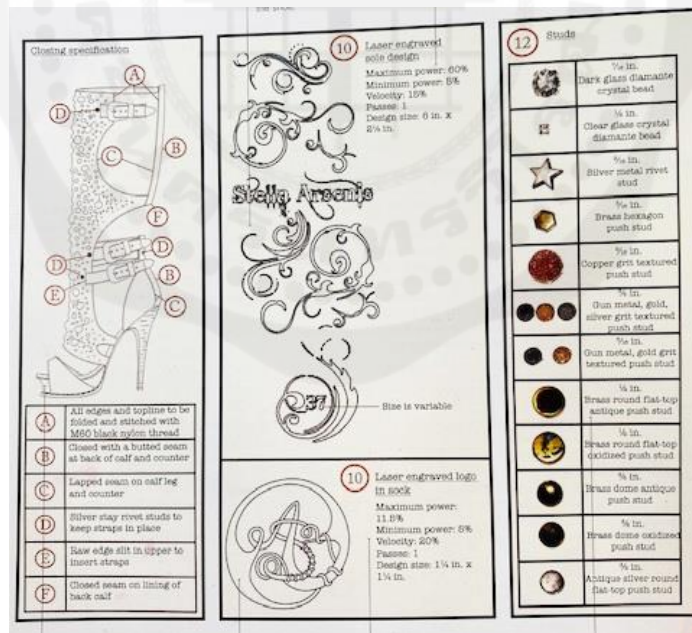
และประเภทของรองเท้าหนังแฟชั่นสตรีในเว็บร้านขายสินค้าแฟชั่นออนไลน์ระดับโลกไว้ดังนี้

1. รองเท้าบู๊ต(Boots)
2. รองเท้าส้นหนา(Block Heels)
3. รองเท้าสำหรับงานกลางคืน(Evening Shoes)
4. รองเท้าพื้นเชือกสาน(Espadrilles)
5. รองเท้าส้นเตี้ย(Flat Shoes)
6. รองเท้าส้นตึก(Platforms)
7. รองเท้าหุ้มส้น(Pumps)
8. รองเท้าแตะ(Sandals)
9. รองเท้ากีฬา(Sneakers)



ภาพประกอบ 97 ภาพแสดงประเภทของรองเท้าแฟชั่น

ที่มา : Schaffer, J. and Saunders, S. (2012). *Fashion Design Course : Accessories*. China : 1010 Printing International Ltd.



ภาพประกอบ 98 ภาพแสดงการออกแบบรองเท้าแฟชั่น

ที่มา : Schaffer, J. and Saunders, S. (2012). *Fashion Design Course : Accessories*. China : 1010 Printing International Ltd.

ส่วนเครื่องประดับ แนวคิดการออกแบบเครื่องประดับเป็นการวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบของเครื่องประดับให้เกิดประโยชน์สัมพันธ์กับความสวยงาม ซึ่งแนวคิดขั้นพื้นฐานที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบเครื่องประดับ คือ พื้นฐานความงามทางศิลปะด้านการออกแบบ ความเรียบง่ายของรูปทรงที่มีความสมบูรณ์ในตัวเอง การออกแบบด้านวัสดุ ประโยชน์ใช้สอย ส่วนประกอบสำหรับการออกแบบเครื่องประดับ มีรายละเอียด(ชนกฤต ใจสุตา ภรดี พันธุภากร และพรพิมล พจนานิมล, 2019) ดังนี้

- 1.เส้น (Line)
- 2.รูปร่าง รูปทรง และบริเวณพื้นที่ว่าง (Shape, Form, and Space)
- 3.สี (Color)
- 4.ความสมดุล (Balance)
- 5.ผิว (Texture)

ชนกฤต ใจสุตา (2564) สรุปประเภทของเครื่องประดับและหน้าที่ใช้สอย ไว้ดังนี้

1. แหวน (Ring)
2. ต่างหู (Earring)
3. จี้ (Pendent)
4. เข็มกลัด (Brooch)
5. สร้อยคอ (Necklace)
6. สร้อยข้อมือ (Bracelet) และกำไล (Bangle)



ภาพประกอบ 99 ภาพแสดงประเภทของเครื่องประดับ
ที่มา : Inatt. (2010). *องค์ประกอบในการออกแบบเครื่องประดับ*.
สืบค้นจาก <http://www.inattt.com/2010>

โดยประเภทของเครื่องประดับในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่

1. เครื่องประดับเชิงพาณิชย์ ประกอบด้วย

1. เครื่องประดับแท้ (Fine Jewelry)
2. เครื่องประดับคอสตูมและแฟชั่น (Costume and Fashion Jewelry)
3. เครื่องประดับร่วมสมัย (Contemporary Jewelry)
4. เครื่องประดับไทยนิยม (Traditional Thai Jewelry)

2. เครื่องประดับเชิงศิลปะ (Art Jewelry)

การประเมินคุณภาพของสินค้าในมุมมองผู้บริโภคสินค้าแฟชั่น เป็นการประเมินความคุ้มค่าของสินค้าโดยเปรียบเทียบกับราคากับคุณค่าที่ได้รับมี 2 ประเด็น คือ

1. การจัดลำดับความสำคัญในการเลือกของลูกค้า ซึ่งเป็นคุณภาพที่จับต้องได้ ได้แก่ รูปแบบรูปทรงขนาดผ้า และวัสดุถึงวัสดุอื่น ๆ การผลิต ฝีมือ ตะเข็บเย็บ และการตกแต่งสำเร็จรูปและการหีบห่ออื่น ๆ และด้านคุณภาพที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ราคา ยี่ห้อ บริษัทผู้ผลิต การนำเสนอสินค้า การโฆษณา

2. การกำหนดระดับคุณภาพการผลิต มี 3 ลักษณะ ได้แก่

- การเลือกใช้วัสดุคุณภาพสูงและมีการผลิตที่มีรายละเอียด เพื่อรักษาระดับคุณภาพ
- การใช้วัสดุที่ตีลระดับความพิถีพิถันที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ใส่ใจ
- การใช้วัสดุและการผลิตที่ตอบสนองต่อการใช้งานปกติและมีราคาต่ำ

2.5 ทฤษฎีภาพตัวแทน

ภาพตัวแทน (Representation) คือ ผลผลิตความหมายของสิ่งที่เราคิด (concept) ในสมองผ่านภาษา โดยเป็นการเชื่อมโยงระหว่างความคิดและภาษา ซึ่งทำให้เราสามารถอ้างอิงถึง ผู้คน โลกวัตถุจริง ๆ

เหตุการณ์ หรือจินตนาการต่าง ๆ ถึงโลกสมมติ ผู้คน และสิ่งต่าง ๆ ที่เราสมมติได้ (เอกรัฐ เลาหทัยวานิชย์, 2013) การสร้างภาพตัวแทนนั้นประกอบไปด้วย 2 กระบวนการ คือ

1. ระบบในการจัดจำแนกวัตถุ ผู้คน และเหตุการณ์ที่สัมพันธ์กับชุดความคิด (A Set of Concept) หรือภาพตัวแทนในความคิด (Mental Representation) ซึ่งมีอยู่ในสมองของเรา ถ้าไม่มีระบบนี้เราจะไม่สามารถตีความโลกแห่งความหมายได้ ซึ่งความหมายนั้นจะขึ้นอยู่กับระบบความคิด และภาพ (Image) ที่ถูกสร้างขึ้นใน สมองของเรา ซึ่งสามารถใช้แทนที่หรืออ้างอิงโลกวัตถุ ทำให้เราสามารถที่จะอ้างอิงถึงสิ่งต่าง ๆ ทั้งที่อยู่ในสมองและนอกสมองของเราได้ การที่เราเรียกระบบที่ช่วยจำแนกกว่าเป็นระบบการสร้างภาพตัวแทนก็เพราะว่ามันประกอบไปด้วย ความหลากหลายของความคิดในการรวบรวม การจัดกลุ่ม การจัดหมวดหมู่ การจัดประเภทของความคิด และสร้างความสัมพันธ์อันซับซ้อนระหว่างกันได้ เช่น เราใช้หลักเกณฑ์ความคล้ายคลึงและความแตกต่างในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความคิด หรือสร้างความแตกต่างของความคิดจากสิ่งต่าง ๆ เช่น เรามีความคิดว่า นกเหมือนกับเครื่องบินบนท้องฟ้า ซึ่งความคิดนี้ตั้งอยู่บนฐานของความจริงที่ว่า พวกมันเหมือนกันเพราะพวกมันบินได้ แต่ในขณะที่เดียวกันเราก็มีความคิดว่ามันก็มีความแตกต่างในประการอื่น ๆ อีก คือ นกเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ ในขณะที่เครื่องบินเป็นประดิษฐกรรมของมนุษย์ชาติ การผสมและจับคู่ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดต่าง ๆ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจ (Idea) และเห็นความซับซ้อนนั้นเป็นไปได้ นอกจากนี้ยังมีกฎเกณฑ์อื่น ๆ อีกในการจัดการแยกแยะซึ่งทั้งหมดทำงานภายใต้ระบบความคิด เช่น การจัดลำดับก่อนหลัง ความคิดใดมาก่อนและความคิดใดมาทีหลัง หรือการจัดลำดับตามหลักเหตุผล แผนที่ความคิด (Conceptual Map) ซึ่งเรามีในสมองนั้นย่อมมีความแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลและวัฒนธรรม ทำให้การตีความแต่ละสิ่งจะมีลักษณะเฉพาะและเป็นปัจเจก ดังนั้นถ้าเราอยู่ในวัฒนธรรมเดียวกัน เราสามารถสร้างความหมายในเชิงวัฒนธรรม สื่อสาร และสร้างโลกทางสังคมซึ่งพวกเราอาศัยอยู่ร่วมกันได้

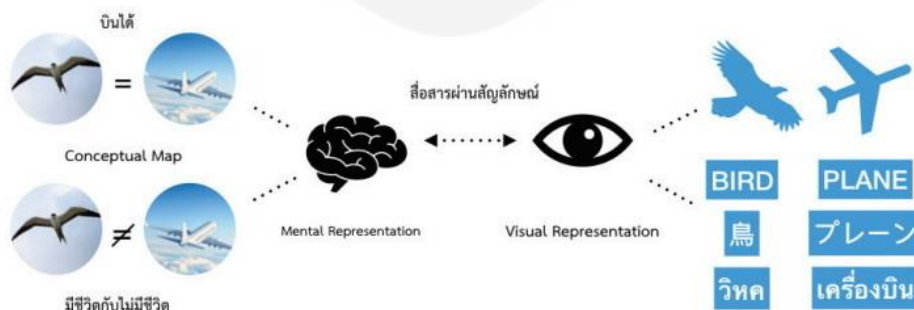
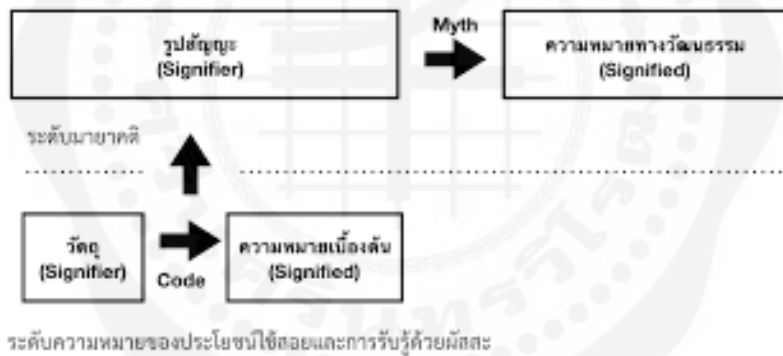
2. ระบบภาษา เป็นระบบการสร้างภาพตัวแทนระบบที่สอง ซึ่งเกี่ยวข้องในกระบวนการสร้างความหมายทั้งหมด ซึ่งภาษาจะสามารถจับคู่ความคิดและความเข้าใจต่าง ๆ เข้ากับคำที่ต้องการเขียน เสียงที่ต้องการพูด หรือภาพที่ปรากฏ ระบบสัญญาณถูกจัดการโดยภาษา ทำให้เราสามารถแปลงความคิดของเราไปสู่ถ้อยคำ เสียงหรือภาพ และทันทีที่มีการใช้สัญญาณ มันจะปฏิบัติการในฐานะภาษา แสดงความหมายและสื่อสารความคิดของเราไปยังคนอื่น ๆ ภาษายังรวมถึงภาพต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้มือ เครื่องจักร อิเล็กทรอนิกส์ ดิจิตอล หรืออื่น ๆ สร้างขึ้นมา หรือ “ภาษา” ของแพชชั่นผ่านเสื้อผ้าที่สื่อความหมาย ซึ่งในมุมมองนี้ทุกสิ่งล้วนถูกจัดเป็น “ภาษา” ทั้งสิ้น

โดยสรุปแก่นกลางของกระบวนการสร้างความหมายในวัฒนธรรมนั้น จะมีระบบการสร้างภาพตัวแทน 2 ระบบที่เกี่ยวข้อง คือ

1.ระบบในการจัดจำแนก จะทำให้เราสามารถให้ความหมายกับโลกผ่านการสร้างชุดของความสัมพันธ์ ด้วยการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้คน วัตถุ เหตุการณ์ ความคิดทางนามธรรมต่าง ๆ กับระบบความคิดหรือแผนที่ในความคิดของเรา

2.ระบบภาษา ขึ้นอยู่กับการสร้างชุดของความสัมพันธ์ระหว่าง”แผนที่ความคิดของเรา”กับ”ชุดสัญลักษณ์” โดยการจัดการหรือรวบรวมมันเข้าสู่ภาษาที่หลากหลาย ความสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งต่าง ๆ ความคิด และสัญลักษณ์ ที่เชื่อมโยงทั้งหมดเข้าด้วยกัน คือ “ภาพตัวแทน”

เทคนิคการสร้างภาพตัวแทน คือ การดึงคุณสมบัติที่เด่นชัด เข้าใจง่าย เป็นที่รับรู้ทั่วไปและลดทอนอัตลักษณ์ส่วนบุคคลลงไป การใช้วิธีการลดทอนเป็นวิธีหนึ่งที่สามารถทำให้เกิดภาพที่เข้าใจง่ายและเกินจริง หรือวิธีการสร้างอัตลักษณ์คู่ตรงข้าม เช่น การใช้สีขาวที่ตรงข้ามกับสีดำ วิธีการให้ค่าน้ำหนักที่ไม่เท่ากันหรือเทคนิคที่นำมาใช้อื่น ๆ ที่สร้างและเน้นที่ภาพตัวแทนที่ต้องการสื่อสารเป็นสำคัญ โดยภาพตัวแทนนั้นจะทำการคัดเลือกเพียงบางลักษณะของความเป็นจริง ออกมาดัดแปลง และตกแต่งให้โดดเด่นทำให้เกิดการสร้างความหมายขึ้น



ภาพประกอบ 100 ภาพแสดงการอธิบายระบบการแปลงความหมายของชุดความคิดให้เป็นรูปธรรมผ่านสัญลักษณ์

ที่มา : มาริญา ทรงปัญญา. (2563). การวิเคราะห์ภาพแทนจากรูปแบบตัวอักษรป้าย

ร้านค้าเมืองหลวงพระบาง ในกระแสโลกาภิวัตน์. *วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย*, 1(1). น. 13-37.

2.6 ทฤษฎีการออกแบบลวดลาย

อ้อยทิพย์ พลศรี (2542) สรุปว่า การออกแบบลวดลาย หมายถึง การจัดระบบความคิดผ่านกระบวนการสร้างสรรค์เป็นลวดลายต่าง ๆ โดยใช้องค์ประกอบของการออกแบบมาประยุกต์ให้เข้ากับวัสดุ เทคนิค วิธีการ เพื่อนำเสนอรูปแบบของงานออกแบบอย่างมีชั้นเชิง

ประเสริฐ ศรีรัตน์ (2538) อ้างว่า ลวดลาย หมายถึง แบบเต็มรูปที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้น โดยส่วนประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ตัวลาย ขนาดสัดส่วน จังหวะ บริเวณ พื้นที่ว่าง ทิศทางและตัวประกอบอื่น ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้ประกอบตกแต่งโครงสร้างสิ่งต่าง ๆ ให้มีคุณค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น

2.6.1 แหล่งที่มาของลวดลาย

แหล่งที่มาของลวดลายมีการจัดไว้หลายที่มาหลายรูปแบบ ดังนี้

1. ลวดลายจากธรรมชาติ โดยมนุษย์ได้แรงบันดาลใจจากรูปแบบ และลวดลายของสิ่งต่าง ๆ ในธรรมชาติมาสร้างสรรค์ดัดแปลงให้เป็นการออกแบบลวดลายสร้างสรรค์

2. ลวดลายจากมนุษย์สร้างขึ้น เป็นลวดลายที่ถูกสร้างขึ้นใหม่โดยฝีมือมนุษย์ ซึ่งแนวคิดในการออกแบบลวดลายจะมี 3 ลักษณะ ได้แก่

- การคิดลอกเลียนแบบ เป็นการถ่ายทอดรูปแบบให้เหมือนกับต้นแบบเดิมทุกประการ

- การคิดดัดแปลงแบบ เป็นการอาศัยจินตนาการด้วยการลดหรือเพิ่ม หรือปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ผิดแปลกไปจากเดิม

- การคิดสร้างสรรค์รูปแบบ เป็นการสร้างสรรค์ให้เกิดรูปแบบใหม่ให้แตกต่างไปจากรูปแบบต้นแบบเดิมและใส่ความรู้สึกหรือความต้องการด้านอื่น ๆ ผ่างลงไปด้วย ทำให้เกิดรูปแบบลวดลายใหม่ ๆ เกิดขึ้น ซึ่งที่มาและแนวคิดในการออกแบบลวดลายสามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ ดังนี้

อ้อยทิพย์ พลศรี (2542) สรุปว่า ที่มาของลวดลาย ได้แก่

1. ธรรมชาติ เช่น ลวดลายจากพืชชนิดต่าง ๆ ต้นไม้ สัตว์ วัตถุธรรมชาติ ก้อนหิน ทราย ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติต่าง ๆ

2. รูปทรงเรขาคณิต ด้วยการใช้เครื่องมือในการสร้าง ตัดทอน กำหนดสัดส่วนต่าง ๆ

3. รูปทรงอิสระ จะเป็นลักษณะที่ไม่มีรูปแบบแน่นอนตายตัว มีอิสระในการสร้างสรรค์ผลงาน

โดยรูปแบบลักษณะของลวดลายนั้นแบ่งตามลักษณะ ได้ดังต่อไปนี้

1. ลวดลายโบราณ คือ ลวดลายที่มีมาแต่ดั้งเดิมส่วนใหญ่จะแสดงถึงวิถีชีวิตของสังคมนั้น ๆ

2. ลวดลายเหมือนจริง แสดงถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่ต้องการสื่อให้เข้าใจโดยใช้วิธีการเลียนแบบธรรมชาติในการสร้างสรรค์

3. ลวดลายจินตนาการ จะมีลักษณะที่ต่างไปจากความจริง ดูแปลกตา และมีรูปแบบที่หลากหลาย

4. ลวดลายล้อเลียน เป็นลายในสมัยนิยมหรือที่คนกำลังสนใจในช่วงระยะเวลานั้น ๆ เช่น ลายการ์ตูนต่าง ๆ

5. ลวดลายนามธรรม คือลวดลายที่ไม่เน้นเนื้อหาให้เข้าใจ แต่จะแสดงออกในรูปแบบของความงามตามความพอใจของผู้สร้างสรรค์ด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ แทนค่าความรู้สึกมากกว่าเหตุผล

หรือแบ่งลักษณะของลวดลายออกเป็นตามการสร้างสรรค์ผลงานตามเทคนิควิธีการสร้างสรรค์สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. ลวดลายศิลปศึกษาด้วยการนำเอาเทคนิคต่าง ๆ มาสร้างสรรค์ให้เกิดลวดลาย เช่น การพิมพ์ การประดิษฐ์ การแกะสลัก

2. ลวดลายสัญลักษณ์ มักเป็นลักษณะที่เรียบง่ายสื่อความหมายได้ดี เช่น สัญลักษณ์ของบริษัท สัญลักษณ์ของสินค้าต่าง ๆ

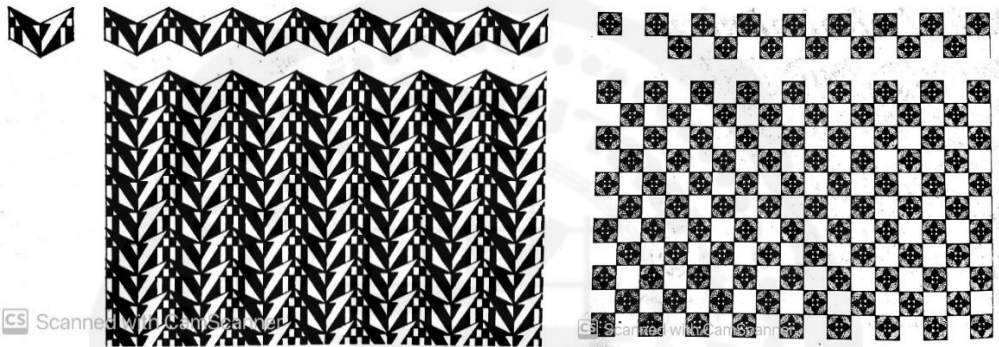
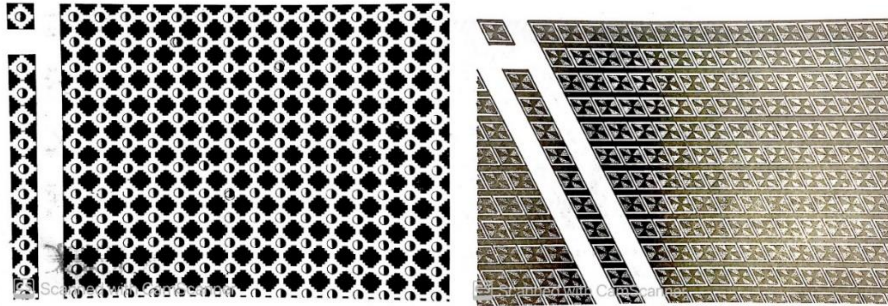
3. ลวดลายตัวอักษร ด้วยการออกแบบตัวอักษรในลักษณะรูปแบบต่าง ๆ

4. ลวดลายสมัยนิยม เป็นลวดลายที่กำลังนิยมกันในปัจจุบันและมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

ประเสริฐ ศีลรัตน์ (2538) กล่าวว่า ประเภทของลาย สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1. ประเภทลายที่มีลักษณะเป็นแถบ โดยมีลักษณะทางยาว ซึ่งแบ่งออกได้เป็นอีก 6 ชนิด ตามการกำหนดตำแหน่ง การจัดวางตัวลาย และทิศทางเคลื่อนไหวของตัวลาย ได้แก่ ลายแถบแนวนอน

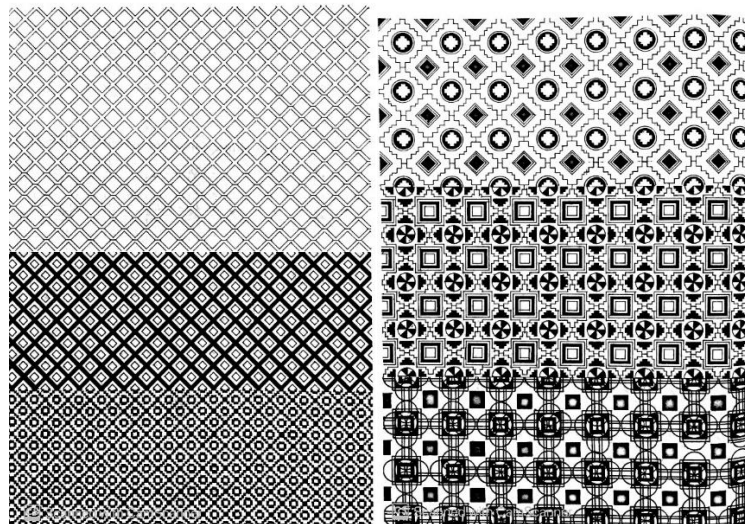
ลายแถบแนวตั้ง ลายแถบเส้นเฉียง ลายแถบเส้นหยัก ลายแถบลักษณะตาหมากรุก ลายแถบลักษณะ
ขั้นบันได เป็นต้น



ภาพประกอบ 101 ภาพแสดงลายที่มีลักษณะเป็นแถบ

ที่มา : ประเสริฐ ศิลรัตน์. (2563). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

2. ลายที่มีลักษณะเป็นแผ่นพื้น ด้วยการจัดประกอบตัวลายหรือแม่ลายต่อเข้าด้วยกัน จนเต็ม
พื้นที่ที่กำหนด ซึ่งแบ่งออกเป็นวิธีย่อยได้อีก 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปเรขาคณิตแบบสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม รูป
ลวดตาข่าย รูปหลายเหลี่ยม รูปวงกลม รูปเรขาคณิตผสมผสาน



ภาพประกอบ 102 ภาพแสดงลายที่มีลักษณะเป็นแผ่นพื้น

ที่มา : ประเสริฐ ศีลรัตน์. (2563). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

3. ลายที่มีลักษณะเป็นรูปแบบเฉพาะ เกิดจากการจัดวางแม่ลายหรือตัวลายในโครงสร้างรูปแบบต่าง ๆ กัน หน้าทีของลายรูปแบบเฉพาะเป็นลักษณะลายที่มีรูปแบบเอกเทศมีความโดดเด่นในตัวเอง ส่วนใหญ่เป็นลายที่ไม่เชื่อมต่อทางกายภาพสัมพันธ์กับลายอื่น ๆ แต่จะอยู่บนพื้นภาพอย่างโดดเด่นเพียงลำพัง ซึ่งการใช้อาจแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

-ใช้เป็นลายดอกลอย

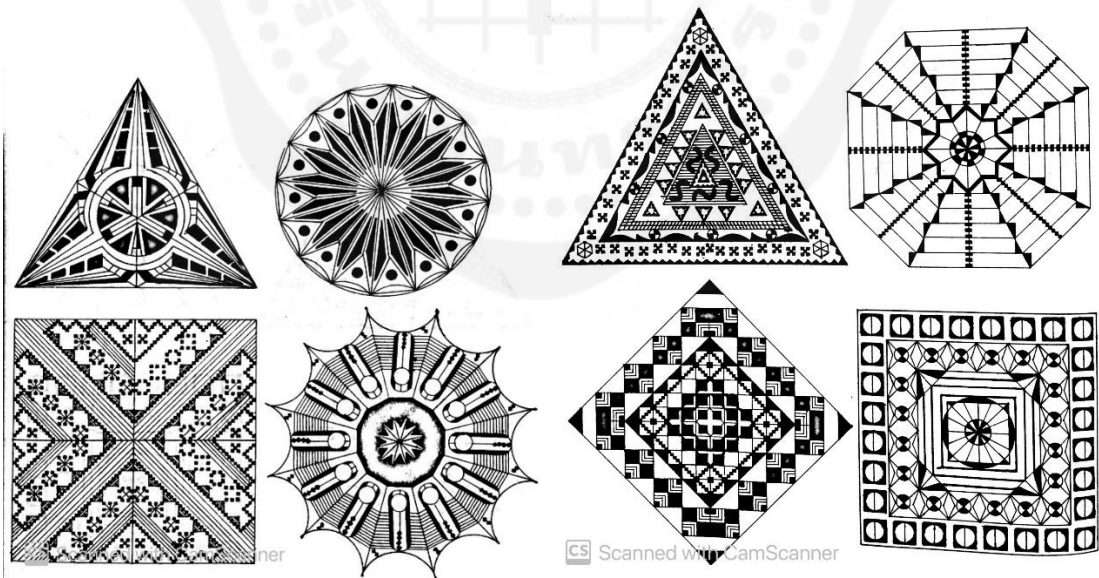
-ใช้เป็นตัวลายประกอบกับลายรวม

-ใช้เป็นจุดสนใจของลวดลาย

ซึ่งประเภทลายที่มีรูปแบบเฉพาะ สามารถแบ่งได้เป็น 2 วิธี คือ

-แบ่งโดยลากเส้นรัศมีหรือเส้นทแยงมุม

-แบ่งโดยสร้างรูปลักษณะเดียวกัน 2 คู่ขนาน



ภาพประกอบ 103 ภาพแสดงลายที่มีลักษณะเป็นรูปแบบเฉพาะ

ที่มา : ประเสริฐ ศีลรัตน์. (2563). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

ในการออกแบบลวดลายจะมีการกำหนดเนื้อหาเรื่องราวของลาย เพื่อถ่ายทอดถึงสิ่งที่ต้องการบอกเล่าผ่านลวดลาย ซึ่งมีสิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจใน 2 ประเด็น ได้แก่

1. เนื้อหาของลาย เป็นสาระใจความสำคัญของลายที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นการกำหนดเนื้อหาของลาย และเป็นการกำหนดสร้างรูปแบบของลายแบบที่ไม่มีเรื่องราวมาเกี่ยวข้องในตัวลายต่าง ๆ โดยที่ตัวลายต่าง ๆ จะไม่ถูกใช้เป็นตัวสื่อแทนหรือเกี่ยวข้องกับสิ่งใด คุณค่าของลวดลายในข้อนี้จึงเป็นคุณค่าทางด้านความสวยงามแปลกตามากกว่าการสื่อสารให้เป็นเรื่องราว

2. เรื่องราวของลาย เป็นลวดลายที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการสื่อสารสัญลักษณ์บอกเล่าถึงบุคคลเหตุการณ์ ปรากฏการณ์ สถานที่ ความเชื่อ ให้ผู้พบเห็นสามารถสร้างจินตนาการตามเรื่องราวที่ต้องการสื่อความหมายได้ เนื้อหาเรื่องราวจะเกิดขึ้นได้จากการจัดวางลวดลายจำนวนมากมาประกอบเป็นเรื่องราวรวมเข้าด้วยกัน โดยการจัดวางอาจจัดวางแยกตำแหน่งห่างหรือใกล้ชิดกันก็ได้ ให้ความความกลมกลืนเป็นเนื้อหาเรื่องราวเดียวกันในพื้นที่ภาพเดียวกัน

2.6.2 องค์ประกอบของลวดลาย

องค์ประกอบของลวดลายจะมีคุณลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน จัดเป็นส่วนประกอบย่อย ๆ เข้าด้วยกันให้มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ซึ่งองค์ประกอบและส่วนประกอบที่สำคัญของลาย มีดังนี้

1. ตัวลาย เป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดที่แสดงเนื้อหาหรือเรื่องราวของลายให้ปรากฏ ซึ่งเกิดจากการนำเอาเส้นหรือรูปมาใช้เป็นตัวลายและไปพัฒนาต่อเป็นแม่ลาย หรือต้นแบบจัดวางลวดลายเป็นลวดลายอื่น ๆ

2. ขนาดสัดส่วน แสดงถึงอัตราส่วนสัมพันธ์ของลายแต่ละลายที่บ่งบอกถึงความหนา บาง สั้น ยาวหนัก เบา เมื่อเปรียบเทียบกับกัน

3. ช่วงจังหวะ บางครั้งก็เรียกว่าช่องไฟ ช่วงจังหวะจะเป็นส่วนที่กำหนดระยะห่างของตัวลาย แต่ละตัวที่มาประกอบกันเป็นลวดลาย ให้ดูว่ามีความต่อเนื่องสม่ำเสมอ และดูสวยงามเป็นตัวกำหนดบังคับตัวลายให้จัดวางอยู่ในตำแหน่งที่แตกต่างกันหรือเหมือนกัน

4. บริเวณพื้นที่ว่าง หรือเรียกว่าฉากหลังของภาพจะต่างไปจากช่วงจังหวะ ช่วงจังหวะจะเป็นแค่ช่องไฟแต่บริเวณพื้นที่ว่างจะรวมตลอดครอบคลุมทั้งช่วงจังหวะและพื้นที่หลังและส่วนว่างอื่น ๆ ทั้งหมดของภาพที่มีการจัดวางลวดลาย

5.ทิศทาง จะเป็นตัวบ่งชี้การเคลื่อนไหวของตัวลายว่าไปในทิศทางใด และปรากฏเป็นรูปลักษณะเช่นไร เช่น เป็นแกวมนอนแนวตั้ง แนวโค้ง วงกลม หรือหลายทิศทาง เช่น ลายแฉก แนวรัศมี เป็นต้น

6.ตัวเสริมประกอบลาย เป็นส่วนประกอบอื่น ๆ เช่น พื้นผิว จุด สี แสงเงาที่มาเสริมให้กับลายและมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับส่วนประกอบอื่น ๆ อย่างเหมาะสมและเพิ่มความสมบูรณ์ให้กับลวดลายนั้น ๆ มากขึ้น

2.6.3 หลักการจัดองค์ประกอบลาย (ประเสริฐ ศีลรัตน์, 2538) มีดังนี้

1.ความเป็นเอกภาพ แสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน กลมกลืนกัน มีการเชื่อมโยงหรือประสานกันอย่างเป็นระเบียบขององค์ประกอบต่างๆของลายที่นำมาจัดวางเข้าด้วยกัน ซึ่งเอกภาพจะมีใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะขัดแย้งและลักษณะกลมกลืน ซึ่งความกลมกลืนอาจเกิดจากลักษณะรูปทรงของลายที่เหมือนกันหรือคล้ายกัน ขนาดที่เท่ากันหรือใกล้เคียงกัน การจัดวางทิศทางเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ช่วงจังหวะที่เท่า ๆ กัน หรือใช้การแปรเปลี่ยนและการซ้ำกันในรูปแบบเดียวกันได้เป็นต้น

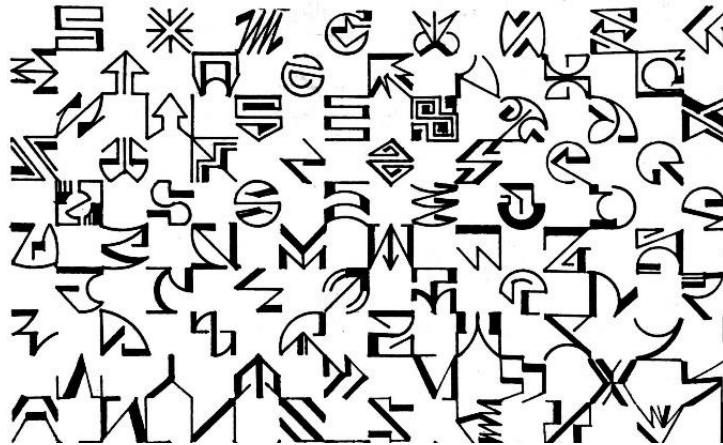
2.ความสมดุล ความสมดุลเป็นคุณลักษณะของเอกภาพ หมายถึง การถ่วงน้ำหนักที่เท่ากันในการจัดวางองค์ประกอบของลวดลาย ทำให้เกิดการประสานกลมกลืนกันพอเหมาะพอดีของลวดลาย ซึ่งอาจเกิดจากการจัดองค์ประกอบใน 2 วิธี คือ ความสมดุลของสิ่งที่ขัดแย้งกันหรือต่างกัน ความสมดุลของสิ่งที่ซ้ำกันหรือเหมือนกัน โดยพิจารณาจากเส้นแกนแห่งดุลยภาพเป็นหลัก

3.การสร้างจุดสนใจเป็นตัวกำหนดให้ตัวลายหรือลวดลายสามารถสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นได้ โดยแบ่งได้ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ รูปแบบของลายเป็นคุณลักษณะทางกายภาพของลายที่พบเห็นได้จากภายนอก สัมผัสได้จากทางสายตาและเนื้อหาเรื่องราว เป็นการจัดลวดลายในรูปแบบหรือสัญลักษณ์ที่ต้องการบอกกล่าวเล่าถึง เช่น เนื้อหาเรื่องราวของคน สัตว์ วัตถุ สิ่งของ เหตุการณ์ความเชื่อ ความจริงในธรรมชาติหรืออื่น ๆ เป็นต้น ทำให้ผู้พบเห็นสามารถสร้างจินตนาการไปตามรูปแบบลวดลายที่ต้องการสื่อสารถ่ายทอดออกไป

ประเสริฐ ศีลรัตน์ (2538) สรุปว่า หลักการจัดประกอบตัวลาย ในการใช้ตัวลายจัดประกอบรวมหน่วยต่าง ๆ เข้าด้วยกัน มีวิธีการจัดที่ต่างกันออกไปตามลักษณะของตัวลายใน 3 วิธี ได้แก่

1.หลักการจัดประกอบตัวลายลักษณะเส้น ด้วยการนำเส้นที่มีลักษณะเหมือนกันหรือแตกต่างกันมารวมกันให้เป็นหน่วยเดียว เพื่อให้ได้ลักษณะรูปแบบใหม่โดยมีวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

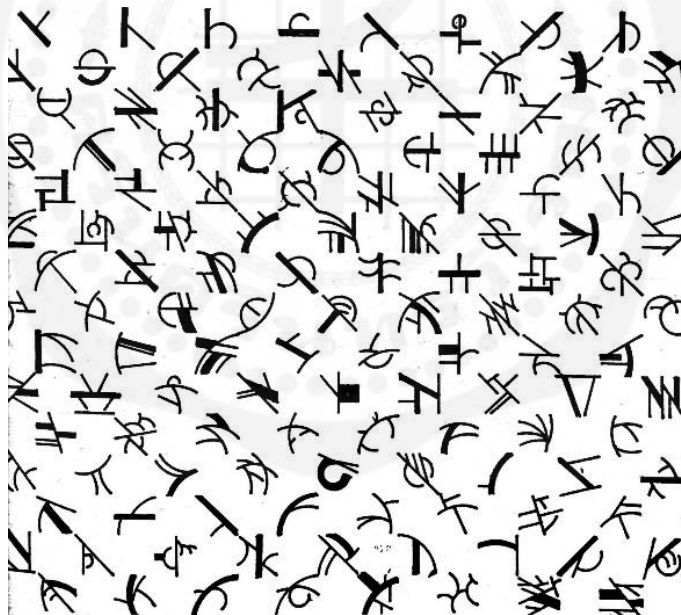
-ใช้ปลายชนปลาย ด้วยการนำเอาปลายของแต่ละเส้นมาต่อกันเป็นรูปตัวลาย



ภาพประกอบ 104 ภาพแสดงลายที่ใช้ปลายชนปลาย

ที่มา : ประเสริฐ ศิลรัตน์. (2563). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

-ใช้ปลายชนด้าน ด้วยการนำเอาเส้นของส่วนปลายของเส้นใดเส้นหนึ่งมาชนต่อกับส่วนด้านของอีกเส้นทำให้เกิดรูปตัวลาย

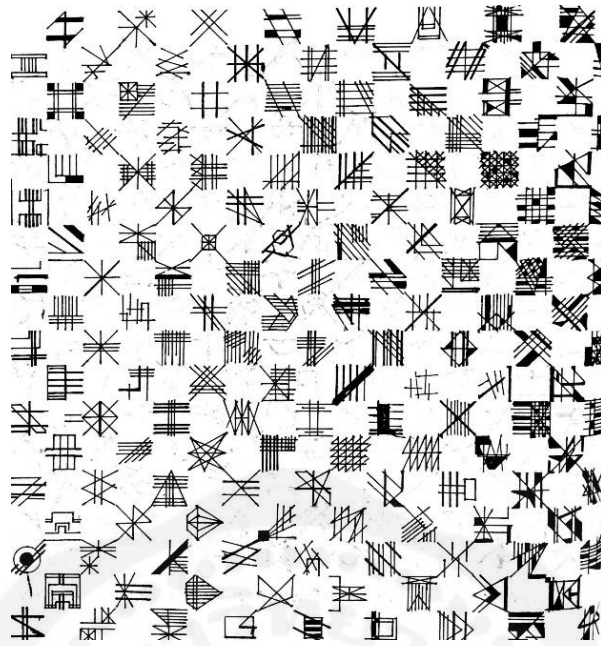


ภาพประกอบ 105 ภาพแสดงลายที่ใช้ปลายชนด้าน

ที่มา : ประเสริฐ ศิลรัตน์. (2563). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

-ใช้ด้านกับด้านทับซ้อนกัน โดยกำหนดให้ด้านของเส้นแต่ละเส้นตัดกันหรือตัดทับ

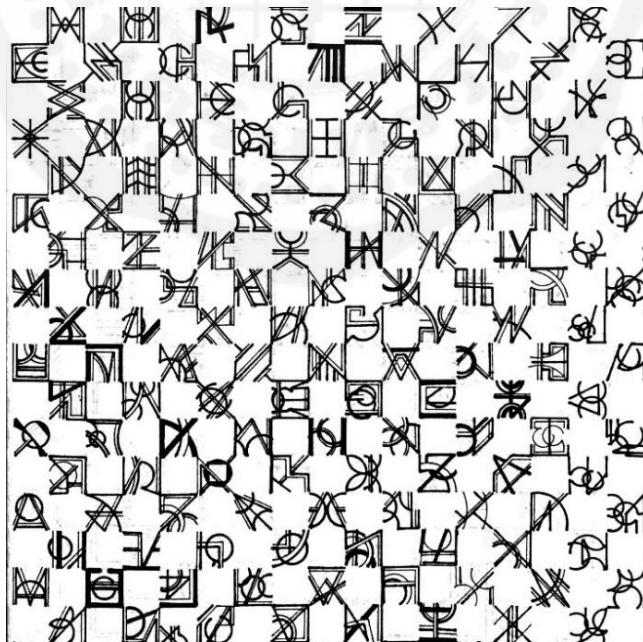
ซ้อนกัน



ภาพประกอบ 106 ภาพแสดงลายที่ใช้ด้านกับด้านทับซ้อนกัน

ที่มา : ประเสริฐ ศิลรัตน์. (2563). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

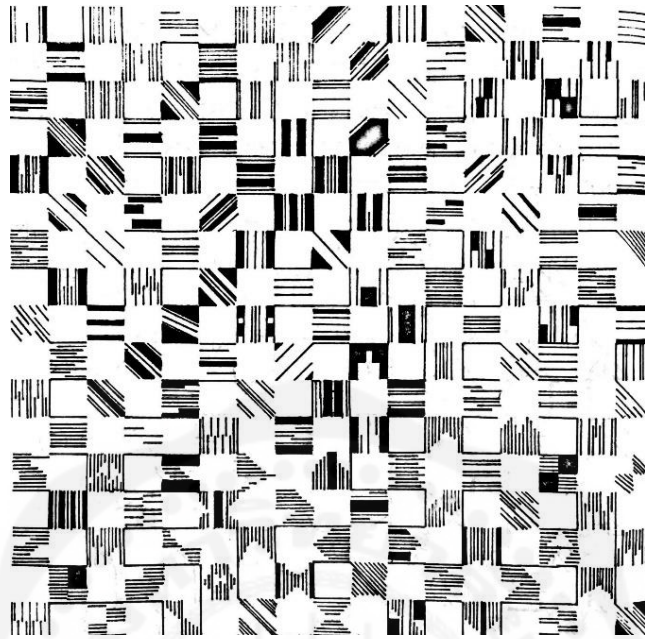
-ใช้การไขว้เกี่ยวสอดประสาน ด้วยการเอาเส้นตั้งแต่ 2 เส้นและด้านของเส้นแต่ละเส้นไขว้กันเกี่ยวกันบิด พัน สอดประสานเกี่ยวเข้าด้วยกันเป็นลวดลาย



ภาพประกอบ 107 ภาพแสดงลายที่ใช้การไขว้เกี่ยวสอดประสาน

ที่มา : ประเสริฐ ศิลรัตน์. (2563). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

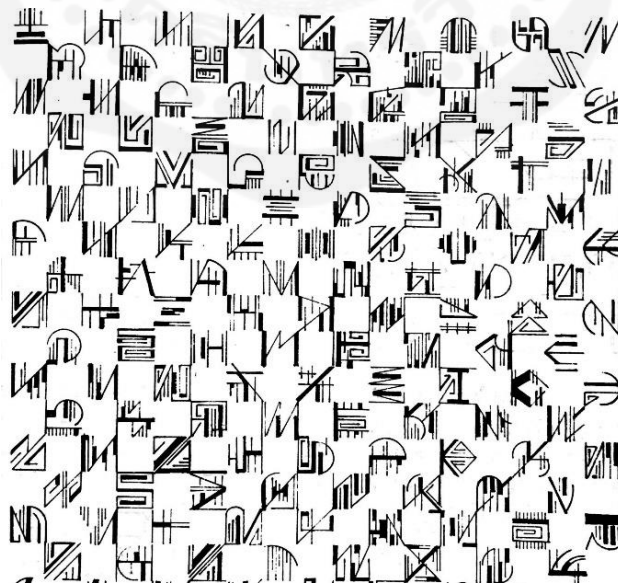
-ใช้ด้านคู่ขนาน โดยให้ด้านของเส้นแต่ละเส้นวางคู่ขนานกัน



ภาพประกอบ 108 ภาพแสดงลายที่ใช้ด้านคู่ขนาน

ที่มา : ประเสริฐ ศิลรัตน์. (2563). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

-ใช้การผสมผสานกันหลายวิธีประกอบกัน ด้วยการใช้อย่างไร ๆ เทคนิคมารวมเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดลวดลายใหม่

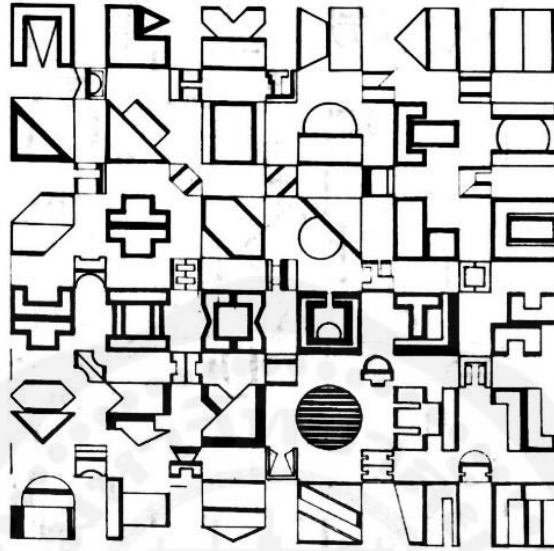


ภาพประกอบ 109 ภาพแสดงลายที่ใช้การผสมผสานกันหลายวิธีประกอบกัน

ที่มา : ประเสริฐ ศิลรัตน์. (2563). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

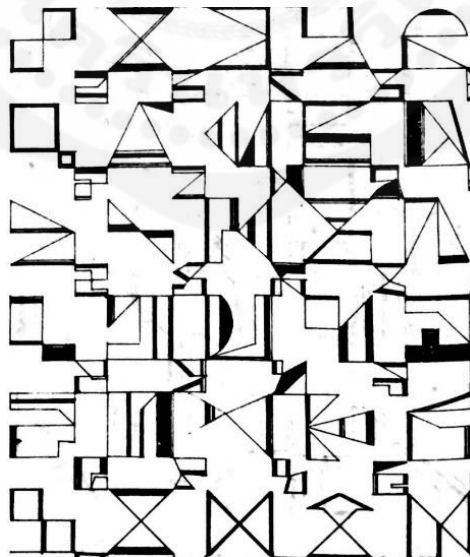
2. หลักการจัดประกอบตัวลายลักษณะรูป ด้วยวิธีการดังนี้

-ให้ด้านกับด้านสัมผัสกัน



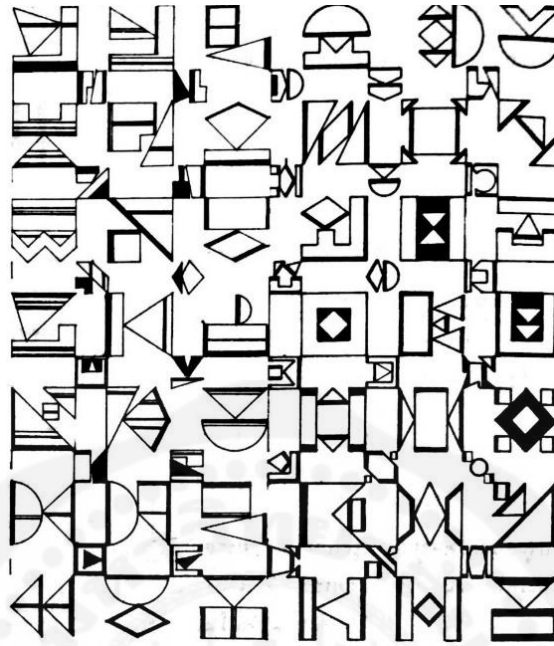
ภาพประกอบ 110 ภาพแสดงลายที่ให้ด้านกับด้านสัมผัสกัน
ที่มา : ประเสริฐ ศิลรัตน์. (2563). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

-ให้มุมกับมุมสัมผัสกัน



ภาพประกอบ 111 ภาพแสดงลายที่ให้มุมกับมุมสัมผัสกัน
ที่มา : ประเสริฐ ศิลรัตน์. (2563). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

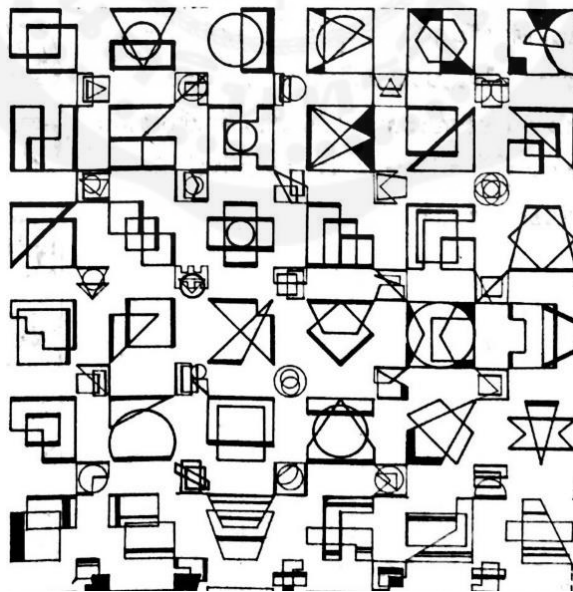
-ให้มุมกับด้านสัมผัสกัน



ภาพประกอบ 112 ภาพแสดงลายที่ให้มุมกับด้านสัมผัสกัน

ที่มา : ประเสริฐ ศีลรัตน์. (2563). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

-ให้ทับซ้อนคู่ขนานกัน



ภาพประกอบ 113 ภาพแสดงลายที่ให้ทับซ้อนคู่ขนานกัน

ที่มา : ประเสริฐ ศีลรัตน์. (2563). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

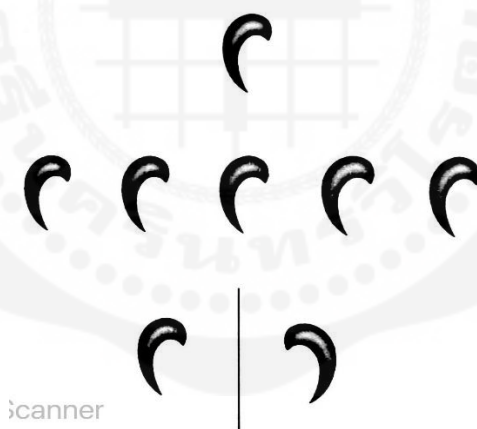
3. หลักการจัดประกอบตัวลายลักษณะเส้นและรูป ด้วยการนำเอารูปแบบลักษณะของเส้น มาจากการประกอบร่วมกับรูปให้เป็นหน่วยเดียวกันในลักษณะแบบใหม่ โดยผสมผสานวิธีการจัดประกอบ หลาย ๆ วิธีเข้าด้วยกัน

2.6.4 หลักการออกแบบลวดลาย

อ้อยทิพย์ พลศรี (2542) สรุปไว้ว่า หลักการออกแบบลวดลายด้วยการนำเอาหลักการออกแบบ ทางศิลปะมาประยุกต์ใช้ มีแนวทางที่สำคัญดังนี้

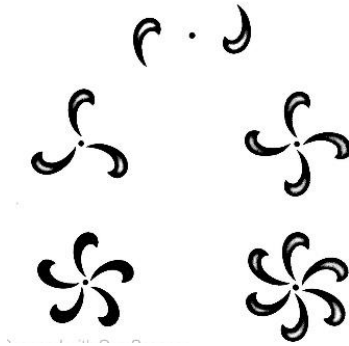
1. การสร้างแบบจากแม่ลายหรือรูปมาตรฐานต้นแบบ (Motif) หมายถึง การออกแบบ รูปทรงรูปใดรูปหนึ่งที่มีลักษณะเรียบง่าย 1 รูป แต่สามารถผูกเป็นลวดลายอื่น ๆ ต่อ ๆ ไปได้อีก โดย ลวดลายต้นแบบมักเป็นรูปธรรมดาที่ไม่มีความงดงาม แต่เมื่อนำลายนั้นมาต่อหรือผูกด้วยวิธีการต่าง ๆ สามารถจะสร้างลายอื่น ๆ ที่มีความงามขึ้นได้อีกจำนวนมาก วิธีการต่อลาย ได้แก่

1. การเรียงลำดับโดยการซ้ำของรูปร่างไปเรื่อย ๆ
2. การสลับภาพซ้ายขวา ด้วยลักษณะการสะท้อนผ่านกระจกเงา กลับซ้ายเป็นขวา



ภาพประกอบ 114 ภาพแสดงลายที่มีการเรียงลำดับโดยการซ้ำของรูปร่างและการสลับภาพซ้ายขวา
ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

3. การหมุนรอบจุด เป็นการวางลายต้นแบบรอบจุดศูนย์กลางในลักษณะของภาพ หมุน ซึ่งอาจใช้การวางซ้ำกันไปเรื่อย ๆ ในลักษณะที่แตกต่างกันออกไปได้



ภาพประกอบ 115 ภาพแสดงลายที่มีการหมุนรอบจุด

ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

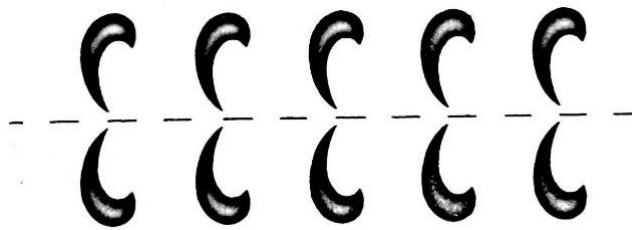
4.การสลับซ้ายขวาและหมุนรอบจุด



ภาพประกอบ 116 ภาพแสดงลายที่มีการสลับซ้ายขวาและหมุนรอบจุด

ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

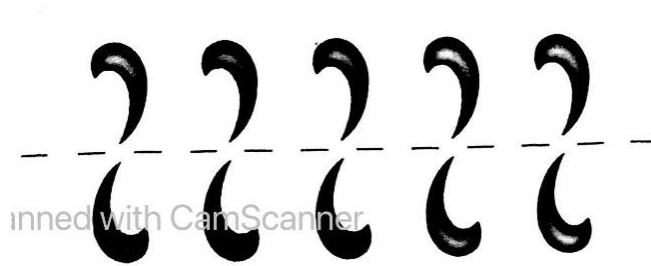
5.การสลับซ้ายขวาและเรียงลำดับ



ภาพประกอบ 117 ภาพแสดงลายที่มีการสลับซ้ายขวาและเรียงลำดับ

ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

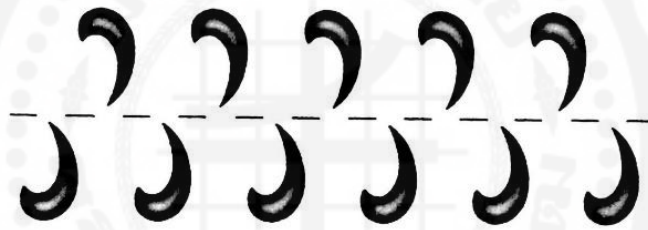
6. การหมุนรอบจุดและเรียงลำดับ



ภาพประกอบ 118 ภาพแสดงลายที่มีการหมุนรอบจุดและเรียงลำดับ

ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

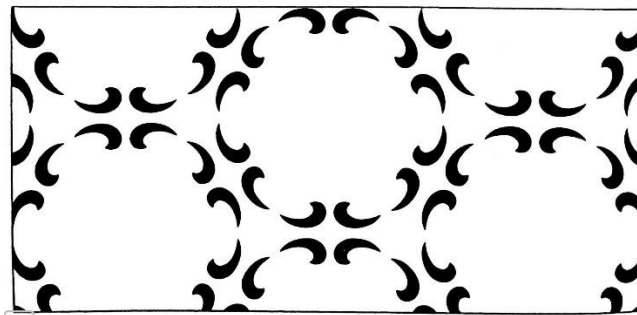
7. การเรียงลำดับสลับจังหวะ



ภาพประกอบ 119 ภาพแสดงลายที่มีการเรียงลำดับสลับจังหวะ

ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

8. การผสมผสานระหว่างเรียงลำดับ สลับซ้ายขวาและหมุนรอบจุด



ภาพประกอบ 120 ภาพแสดงลายที่มีการผสมผสานระหว่างเรียงลำดับ สลับซ้ายขวาและหมุนรอบจุด

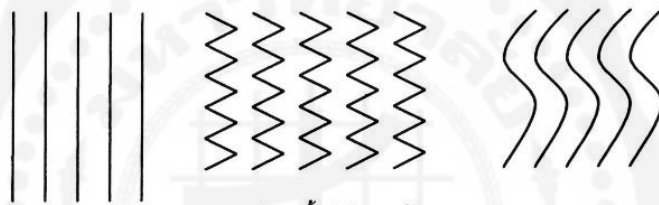
ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

2.การใช้จังหวะ เป็นหลักการสำคัญของการสร้างลวดลาย เพราะจังหวะที่ดีจะช่วยให้งาน
ออกแบบดูเป็นระเบียบเรียบร้อยและน่าสนใจ มี 2 ลักษณะ ดังนี้

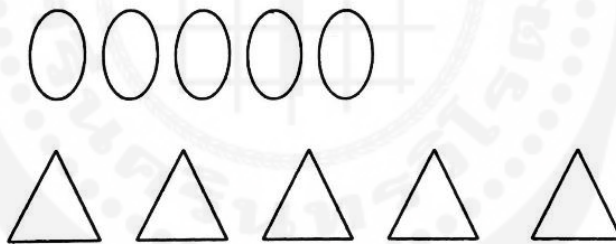
1.จังหวะเกิดจากการซ้ำของหน่วยหรือสลับกันของหน่วยกับช่องไฟ

2.เกิดจากการเลื่อนไหลต่อเนื่องกันของเส้น รูปทรง น้ำหนัก และสี ซึ่งการเกิดจังหวะ
ทั้ง 2 ข้อสามารถนำมาทำเป็นลวดลายและได้หลายวิธีการ ดังนี้

-การซ้ำจังหวะที่เท่า ๆ กัน โดยช่องไฟมีช่องว่างระหว่างหน่วยเท่า ๆ กัน



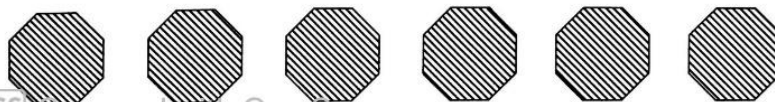
จังหวะซ้ำเท่ากันของเส้น



จังหวะซ้ำเท่ากันของรูปร่าง



จังหวะซ้ำเท่ากันของสีขาว-ดำ

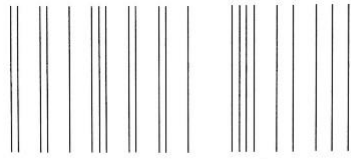


จังหวะซ้ำเท่ากันของลักษณะผิว

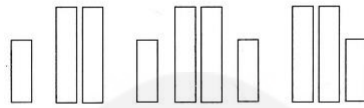
ภาพประกอบ 121 ภาพแสดงลายที่มีจังหวะเกิดจากการซ้ำของหน่วยหรือสลับกันของหน่วยกับช่องไฟ
ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ

สงขลา.

- จังหวะที่ไม่เท่ากัน อาจจะต่างกันที่ช่องไฟหรือรูปแบบของหน่วย ทำให้ลวดลายดูแปลกตามีการเคลื่อนไหวและน่าสนใจมากขึ้น



จังหวะซ้ำของเส้นไม่เท่ากัน



จังหวะซ้ำของรูปร่างไม่เท่ากัน



จังหวะซ้ำของขนาดไม่เท่ากัน

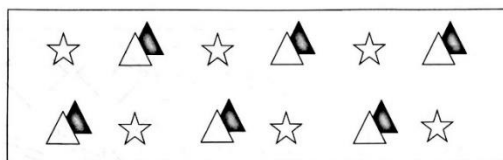


จังหวะซ้ำของขนาดและน้ำหนักไม่เท่ากัน

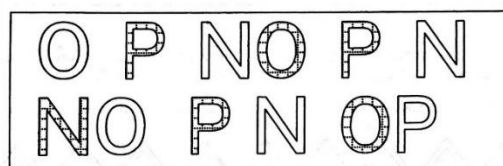
ภาพประกอบ 122 ภาพแสดงลายที่มีจังหวะที่ไม่เท่ากัน

ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏสงขลา.

- การซ้ำจังหวะสลับกัน เป็นการจัดจังหวะที่มีรูปแบบอย่างน้อย 2 ชุดขึ้นไป ให้มีความแตกต่างกันโดยจัดวางสลับให้ระยะห่างเท่ากันหรือไม่เท่ากันก็ได้



จังหวะซ้ำสลับกันแบบระยะห่างเท่ากัน

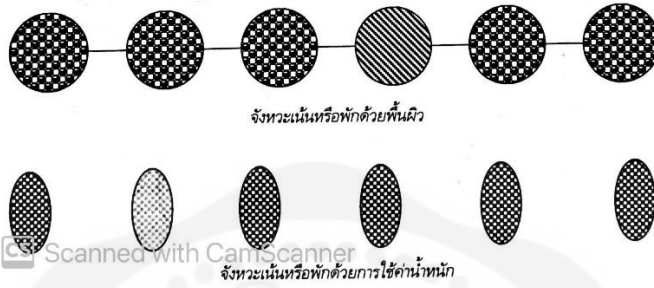


จังหวะซ้ำสลับกันแบบระยะห่างไม่สม่ำเสมอ

ภาพประกอบ 123 ภาพแสดงลายที่มีการซ้ำจังหวะสลับกัน

ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

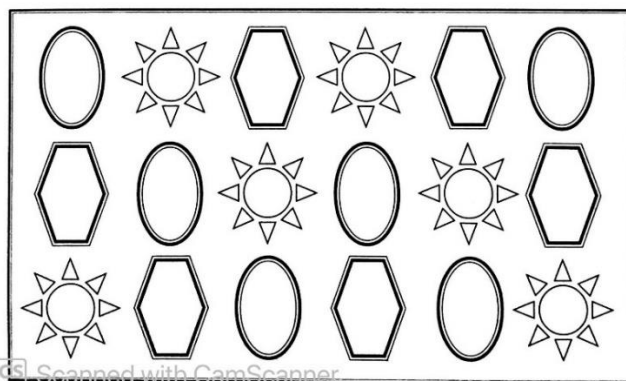
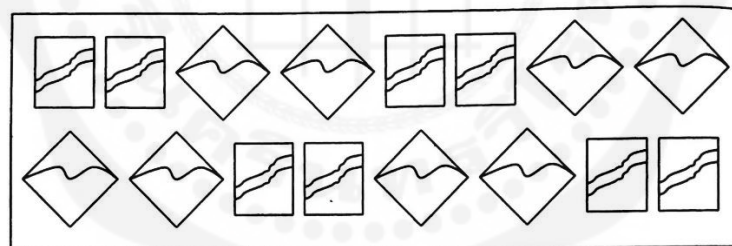
-การซ้ำจังหวะด้วยการเน้นหรือการพัก



ภาพประกอบ 124 ภาพแสดงลายที่มีการซ้ำจังหวะด้วยการเน้นหรือการพัก

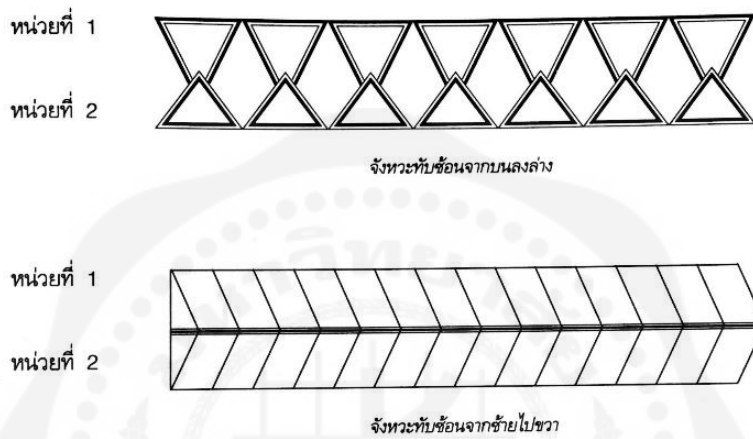
ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

-การซ้ำจังหวะด้วยการสร้างความแตกต่าง



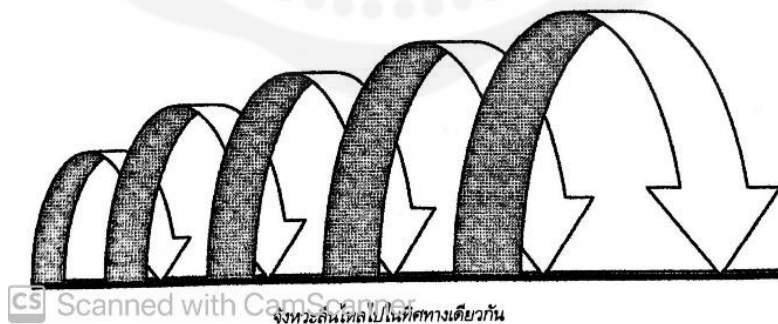
ภาพประกอบ 125 ภาพแสดงลายที่มีการซ้ำจังหวะด้วยการสร้างความแตกต่าง
ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

-การจัดจังหวะแบบทับซ้อน โดยจัดจังหวะของแต่ละหน่วยให้มีลักษณะทับซ้อน
ในทิศทางที่ต่างกันจะทำให้มีความหลากหลายมากขึ้น



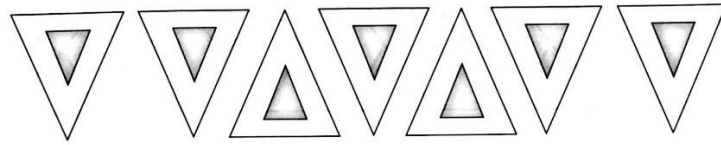
ภาพประกอบ 126 ภาพแสดงลายที่มีการจัดจังหวะแบบทับซ้อน
ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

-การจัดจังหวะแบบคลื่นไหล ให้มีความต่อเนื่องไปในทิศทางเดียวกัน



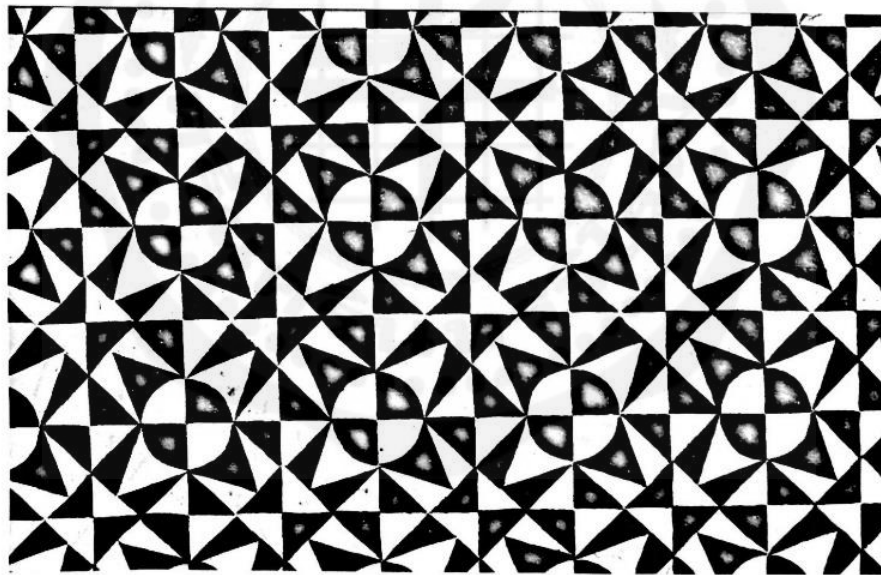
ภาพประกอบ 127 ภาพแสดงลายที่มีการจัดจังหวะแบบคลื่นไหล
ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

-การจัดจ้งหะแบบเปลี่ยนทิศทาง ด้วยการเปลี่ยนทิศทางของรูปร่างรูปทรงให้
แปลกไปจากกลุ่ม เช่น ทิศทางจากซ้ายไปขวาหรือบนลงล่าง



ภาพประกอบ 128 ภาพแสดงลายที่มีการจัดจ้งหะแบบเปลี่ยนทิศทาง
ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

3.การใช้รูปและพื้น เป็นการสร้างลวดลายที่คำนึงถึงความสัมพันธ์ของรูปและพื้นให้มี
ความประสานกลมกลืนจนแยกกันไม่ออกกว่าอันไหนรูปอันไหนพื้น ทำให้ลวดลายส่วนมากมีความกลมกลืน
กับผลงานที่ออกแบบ



ภาพประกอบ 129 ภาพแสดงลายที่มีการการใช้รูปและพื้น
ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

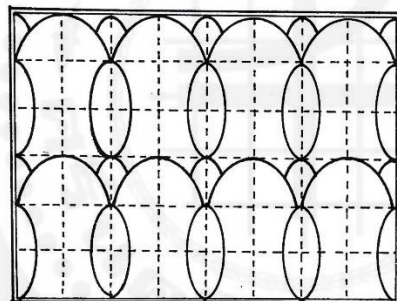
4.การใช้การลดหลั่น ด้วยการจัดวางลวดลายให้มีลักษณะลดหลั่นกันไป โดยการใช้
รูปแบบที่ซ้ำ ๆ กัน อาจจัดวางจากขนาดใหญ่ไล่ไปหาขนาดเล็กหรือเล็กไปหาใหญ่ จะช่วยทำให้เกิดค่า
น้ำหนักสีและมีมิติมากขึ้น



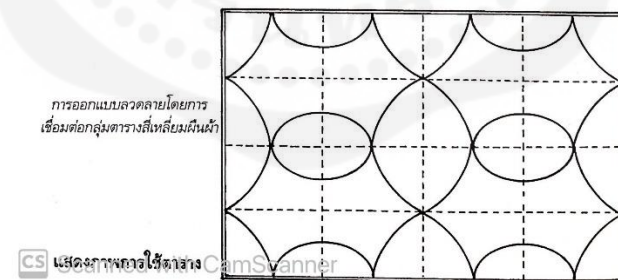
ภาพประกอบ 130 ภาพแสดงลายที่มีการใช้การลดหลั่น

ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

5. การใช้ตารางการจัดวางลวดลายให้อยู่ภายในกรอบของตาราง หรือเกิดจากการเชื่อมต่อระหว่างกลุ่มของตาราง โดยตารางอาจจะเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัสหรือสี่เหลี่ยมผืนผ้าก็ได้



การออกแบบลวดลายโดยการ
เชื่อมต่อกลุ่มตารางสี่เหลี่ยมจัตุรัส



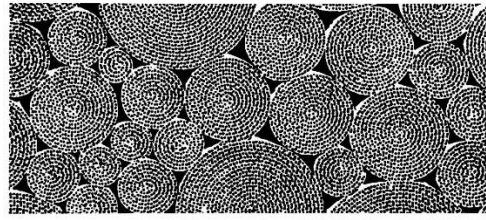
การออกแบบลวดลายโดยการ
เชื่อมต่อกลุ่มตารางสี่เหลี่ยมผืนผ้า

CS แอปพลิเคชันใช้ตาราง CamScanner

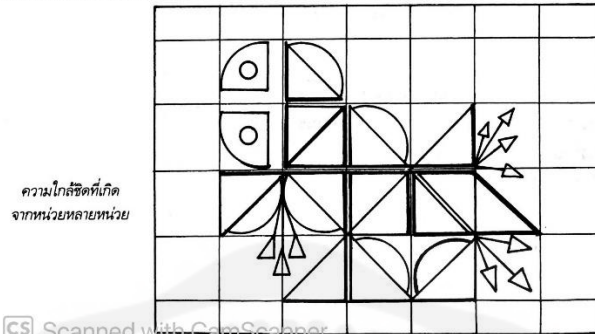
ภาพประกอบ 131 ภาพแสดงลายที่มีการใช้ตารางการจัดวางลวดลาย

ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

6. การใช้ความใกล้ชิดด้วยการจัดวางหน่วยของลายเป็นกลุ่มไม่กระจัดกระจาย ทำให้ดูมี
เอกภาพและเกิดการรับรู้โดยรวมได้ดี



ความใกล้ชิดที่เกิดจากจุด



ความใกล้ชิดที่เกิดจากหน่วยหลายหน่วย

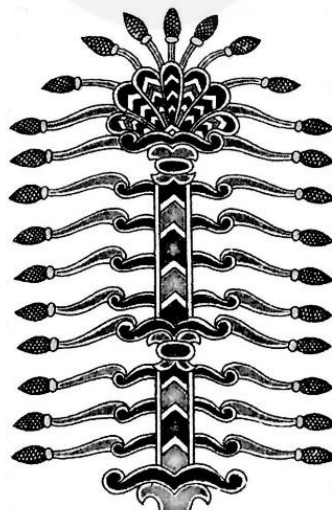
CS Scanned with CamScanner

ภาพประกอบ 132 ภาพแสดงลายที่มีการใช้ความใกล้ชิด

ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏสงขลา.

7. การใช้หลักการต่อลวดลาย การต่อหรือผูกปลาย หมายถึง การจัดวางประกอบตัวลายหรือแม่ลายร่วมกับองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ สอดคล้องสัมพันธ์กัน จนเห็นเป็นลวดลายรูปแบบต่างๆ ที่แสดงถึงเนื้อหาเรื่องราวที่ถูกประกอบกันขึ้น โดยการจัดวางระบบของลายให้สอดคล้องกับพื้นที่ว่างโดยใช้หลักการต่อลวดลายในสองแนวทางดังนี้

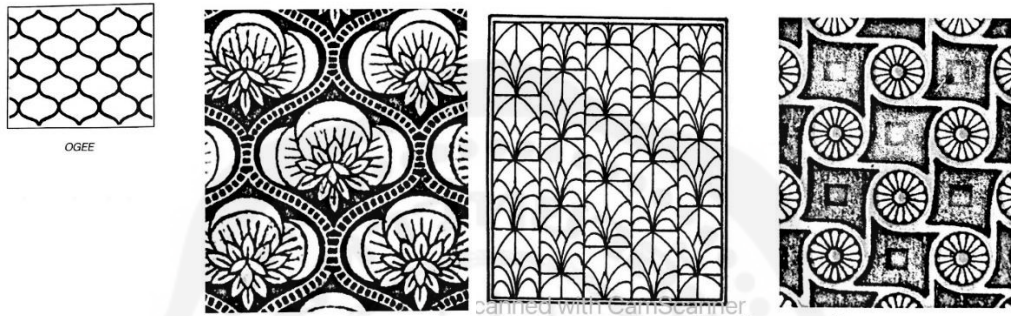
-การต่อลายตามแนวนอนหรือแนวตั้งหรือต่อลายแบบเส้นหยักหรือซิกแซกต่อลายแบบเส้นเสียด ต่อลายแบบตาทหมากรุก และต่อลายแบบขั้นบันได



ภาพประกอบ 133 ภาพแสดงการต่อลายตามแนวตั้ง

ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

-การต่อลายในลักษณะต่าง ๆ โดยอาศัยรูปทรงเรขาคณิต เช่น การต่อลายในลักษณะสี่เหลี่ยม หรือในลักษณะการเรียงอิฐแนวอนหรือแนวตั้งในรูปแบบลักษณะเรือนเพชร สามเหลี่ยม ลวดตาข่าย หกเหลี่ยม รูปพัด และวงกลม เป็นต้น

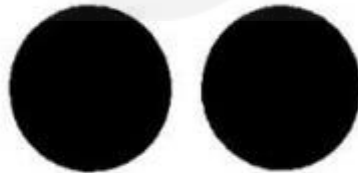


ภาพประกอบ 134 ภาพแสดงการต่อลายในลักษณะต่าง ๆ โดยอาศัยรูปทรงเรขาคณิต

ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏ
สงขลา.

หลักความสัมพันธ์ของรูปทรงในการต่อลวดลาย ซึ่งเป็นการผสานแต่ละรูปทรงเข้าด้วยกันจนเป็นภาพ ได้กำหนดไว้ 8 ลักษณะ(สุกรี เจาะปุเตะ, 2561) ดังนี้

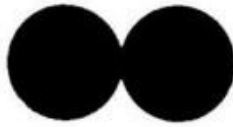
1.การแยกตัว (Detachment) ด้วยการวางลายให้อยู่ใกล้กันแต่ยังอยู่ห่างกัน



ภาพประกอบ 135 ภาพแสดงการการแยกตัว

ที่มา : สุกรี เจาะปุเตะ. (2561). การออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย
มลายูสำหรับเจนเนอเรชันวาย. (วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
กรุงเทพมหานคร.

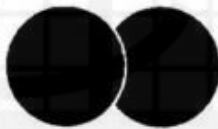
2.การสัมผัส (Touching) ด้วยการเคลื่อนย้ายเข้าหากันจนสัมผัสกัน ทำให้ที่ว่างระหว่างลายนั้นหายไป



ภาพประกอบ 136 ภาพแสดงการสัมผัส

ที่มา : สุกฤษี เจาะปุเตะ. (2561). การออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขาคณิตเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย มลายูสำหรับเจเนอเรชันวาย. (วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

3.การซ้อน (Overlapping) ด้วยการเคลื่อนย้ายเข้าหากันจนซ้อนทับกันทำให้ลายหนึ่งซ้อนทับบางส่วนของลายหนึ่ง จนดูเหมือนลายนั้นอยู่ด้านล่าง



ภาพประกอบ 137 ภาพแสดงการซ้อน

ที่มา : สุกฤษี เจาะปุเตะ. (2561). การออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขาคณิตเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย มลายูสำหรับเจเนอเรชันวาย. (วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

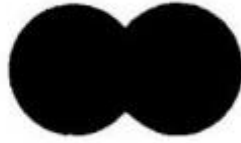
4.การผ่านทะลุ (Interpenetration) ด้วยการเคลื่อนย้ายเข้าหากันจนซ้อนทับกัน แต่ส่วนที่ทับกันจะโปร่งใส(Transparent) และแสดงให้เห็นลายส่วนที่ไม่ได้ทับซ้อนกัน



ภาพประกอบ 138 ภาพแสดงการผ่านทะลุ

ที่มา : สุกฤษี เจาะปุเตะ. (2561). การออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขาคณิตเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย มลายูสำหรับเจเนอเรชันวาย. (วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

5.การรวม (Union) ด้วยการเคลื่อนย้ายให้ซ้อนทับกัน จนเกิดเป็นรูปทรงของลายใหม่ที่ใหญ่กว่าเดิมหลอมรวมเป็นลายเดียวกัน แต่เสียพื้นที่บางส่วนจากการรวมลายกัน



ภาพประกอบ 139 ภาพแสดงการรวม

ที่มา : สุกีรี เจ๊ะปูเตะ. (2561). การออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขาคณิตเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย มลายูสำหรับเจเนอเรชันวาย. (วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

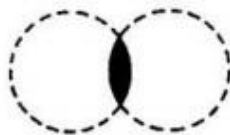
6.การตัดรูป (Subtraction) ด้วยการตัดลายบางส่วนออกเพราะส่วนที่โดนทับอยู่จะมองไม่เห็น



ภาพประกอบ 140 ภาพแสดงการตัดรูป

ที่มา : สุกีรี เจ๊ะปูเตะ. (2561). การออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขาคณิตเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย มลายูสำหรับเจเนอเรชันวาย. (วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

7.การตัดกัน (Intersection) ด้วยการเคลื่อนย้ายให้ซ้อนทับกันและแสดงให้เห็นเฉพาะส่วนที่ถูกตัดกันระหว่างสองลาย ทำให้เห็นเฉพาะลายที่เล็กกว่าเดิมและเป็นลายที่ดูไม่สื่อถึงที่มา



ภาพประกอบ 141 ภาพแสดงการตัดกัน

ที่มา : สุกีรี เจ๊ะปูเตะ. (2561). การออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขาคณิตเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย มลายูสำหรับเจเนอเรชันวาย. (วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

8. การซ้อนทับกันสนิท (Coinciding) ด้วยการเคลื่อนย้ายให้เข้าใกล้กันจนทับกันสนิท ทำให้เหลือเพียงลายเดียวที่มองเห็น



ภาพประกอบ 142 ภาพแสดงการซ้อนทับกันสนิท
ที่มา : สุกีรี เจปะปุเตะ. (2561). การออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขาคณิตเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย
มลายูสำหรับเจนเนอเรชันวาย. (วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
กรุงเทพมหานคร.

ในการออกแบบลวดลายผ้านี้ยังใช้หลักการซ้ำทางเรขาคณิต ด้วยการใช้นิวตันที่มีรูปทรง
เดียวกันมากกว่าหนึ่งครั้งขึ้นไปมาจัดองค์ประกอบใหม่ โดยการให้ความสำคัญกับจังหวะของลาย ที่มาเรียง
กันซ้ำ ๆ และทำให้เกิดความมีเอกภาพขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 8 วิธี ดังนี้

1. การซ้ำด้วยรูปร่าง (Repetition of Shape)
2. การซ้ำด้วยขนาด (Repetition of Size)
3. การซ้ำด้วยสี (Repetition of Color)
4. การซ้ำด้วยผิวสัมผัส (Repetition of Texture)
5. การซ้ำด้วยทิศทาง (Repetition of Direction)
6. การซ้ำด้วยตำแหน่ง (Repetition of Position)
7. การซ้ำด้วยที่ว่าง (Repetition of Space)
8. การซ้ำด้วยแรงดึงดูด (Repetition of Gravity)

ซึ่งขั้นตอนการผูกกลายมีดังนี้

1. กำหนดจุดประสงค์เป็นการตั้งเป้าหมายของการออกแบบในการวางแผนการออกแบบ
ลวดลาย เพื่อแสดงถึงเนื้อหาเรื่องราวที่ต้องการสื่อสาร เช่น ความเป็นเชื้อชาติ วัฒนธรรมหรือยุคสมัย

2.กำหนดเนื้อหาเรื่องราว ด้วยการกำหนดว่าจะใช้รูปแบบลักษณะใดให้มีความสวยงามแปลกตา ซึ่งการกำหนดเนื้อหาหรือเรื่องราวจะเกี่ยวข้องเชื่อมโยงไปกับตัวละครที่นำมาใช้ในการแสดงออกในการสื่อสาร

3.กำหนดแบ่งพื้นที่ เป็นการแบ่งพื้นที่ของพื้นที่ภาพออกเป็นส่วนย่อย ๆ ตามลักษณะประเภทของลาย เช่น การแบ่งพื้นที่ในลักษณะแผ่นผืน ในลักษณะแถบ ในลักษณะแบบผสมผสานระหว่างแผ่นพื้นที่กับแถบ ในลักษณะเฉพาะรูปแบบ

4.กำหนดตัวละคร เป็นการกำหนดรูปแบบของลวดลาย โดยขึ้นอยู่กับเนื้อหาหรือเรื่องราวที่ต้องการสื่อเป็นสำคัญ เช่น การสื่อความหมายแสดงถึงเรื่องราวของเหตุการณ์ สถานที่ ตัวละครที่นำมาใช้อาจเป็นสื่อสัญลักษณ์แทนสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากตัวละครรูปแบบธรรมชาติ ตัวอักษร เป็นสัญลักษณ์แทนสิ่งที่ต้องการก็ได้ ซึ่งตัวละครอาจแบ่งออกได้เป็นอีก 2 ประเภท ได้แก่

-ตัวละครที่แสดงเนื้อหา มี 2 แบบได้แก่ ตัวละครคงสภาพ เป็นตัวละครลักษณะปิด ที่มีลักษณะเป็นเอกภาพสมบูรณ์ในตัวเอง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงถึงแม้จะถูกนำไปใช้ด้วยกันซ้ำ ๆ กันออกไป และตัวละครแปรสภาพหรือตัวละครลักษณะเปิด เป็นตัวละครที่มีรูปแบบไม่สิ้นสุดไม่สมบูรณ์ในตัวมันเอง เมื่อใช้ในลักษณะของการสานแบบต่อเนื่อง สามารถจะนำตัวละครที่มีลักษณะเดียวกันมาเชื่อมได้ทั้งทางด้านข้าง ด้านบนและด้านล่างเป็นลายที่มีลักษณะเหมือนไม่สิ้นสุดลงตัว สามารถจะไปต่อได้อีกด้วยการเพิ่มหรือตัดทอนลดลงมา

-สองตัวละครแสดงเรื่องราว เป็นตัวละครที่เห็นเป็นรูปแบบต่าง ๆ ที่สามารถสื่อความหมายพัฒนาเชื่อมโยงไปถึงสิ่งต่าง ๆ ได้โดยตรง เมื่อนำลายลักษณะนี้มาต่อกันก็จะประสานกันเป็นเรื่องราวที่สื่อสารออกไปได้

2.6.5 หลักการใช้สีในการออกแบบลวดลาย

หลักการใช้สีในการออกแบบลวดลาย ต้องมีการทำความเข้าใจถึงคุณสมบัติของสี โดยหลักการใช้สีมีดังต่อไปนี้

1.วรรณะของสี ได้แก่ สีวรรณะร้อน สีวรรณะเย็น

2.ค่าของสี หมายถึง ค่าความอ่อนแก่ของสี แบ่งเป็นระดับความเข้มมากน้อยต่างกัน แล้วแต่ลักษณะของผลงาน

3.ความจัดของสี ที่แสดงถึงความเด่นชัดของสีว่าเป็นสีแท้หรือสีบริสุทธิ์ เช่น กลุ่มสีจาง กลุ่มสีเจิดจ้ากลุ่มสีสงบ กลุ่มสีเข้มลึก

4. สีเอกรงค์ ด้วยการใช้สีใดสีหนึ่งเพียงสีเดียว แล้วลดค่าของสีให้เกิดค่าน้ำหนักอ่อนแก่ตามต้องการ

5. สีกลมกลืน ด้วยการใช้สีข้างเคียงกันในวงจรสี การใช้สีในโทนเดียวกัน การใช้สีคู่ผสม

6. สีส่วนรวม หมายถึง สีหนึ่งสีใดที่มีอิทธิพลครอบงำสีอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้กัน

7. สีตัดกัน คือ สีที่อยู่คู่ตรงข้ามกันในวงจรสี มีลักษณะที่ตัดกันหรือขัดแย้งกันอย่างรุนแรง

8. ระยะเวลาของสี เป็นค่าความเข้มแตกต่างกันทำให้มีมิติตื้นลึกที่ไม่เท่ากัน

2.6.6 กระบวนการสร้างลวดลาย

เป็นกระบวนการที่มีระบบเป็นขั้นเป็นตอน มีดังนี้

1. ขั้นรวบรวมข้อมูล นักออกแบบรวบรวมข้อมูลในหลาย ๆ ด้านก่อนที่จะสร้างสรรค์ลวดลายออกมาเช่น วัตถุประสงค์ในการออกแบบ ความนิยมรูปแบบลวดลายลักษณะต่าง ๆ

2. ขั้นร่างแบบ เป็นการถ่ายทอดแนวความคิดให้เห็นเป็นรูปธรรม ควรร่างแบบหลาย ๆ แบบเพื่อเป็นแนวทางในการเลือกแบบที่ดีที่สุดมาสร้างสรรค์ ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นการตรวจสอบขั้นต้นที่ทำให้ความคิดกับผลงานออกมาในทิศทางเดียวกัน

3. การสร้างผลงานจริง เป็นขั้นตอนสุดท้ายหลังจากที่คัดเลือกตัดสินใจเลือกแบบร่างแล้ว นักออกแบบควรใช้ความละเอียดประณีตและมีความรู้ด้านเทคนิควิธีการสร้างสรรค์ เพื่อให้งานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้

2.6.7 ประโยชน์ของลวดลาย

ประโยชน์ของลวดลายเป็นคุณค่าของลวดลายที่สร้างสรรค์ขึ้นมาที่ปรากฏ ซึ่งเป้าหมายของการสร้างลวดลายมีดังนี้

1. ใช้เป็นลวดลายที่กำหนดความเป็นหมู่เหล่าหรือความแตกต่าง ด้วยการจัดวางในโครงสร้างที่เหมือนหรือแตกต่างกัน

2. ใช้ลวดลายสร้างคุณค่าด้านเนื้อหาเรื่องราวลงบนโครงสร้าง

3. ใช้ลวดลายสร้างคุณค่าด้านความงาม ความแปลกตาแก่โครงสร้าง

4. ใช้ลวดลายเป็นสื่อแสดงถึงความเป็นเชื้อชาติ วัฒนธรรมและยุคสมัย

5. ใช้ลวดลายเป็นสื่อในการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด
6. ใช้ลวดลายเป็นสื่อถ่ายทอดอารยธรรมทางปัญญา
7. ใช้ลวดลายเป็นเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์แทนสิ่งต่าง ๆ
8. ใช้ลวดลายเป็นตัวกระตุ้นสร้างความสนใจแก่โครงสร้าง

พินาลิน สาริยา (2549) กล่าวว่า ประเภทของรูปแบบงานที่มีการนำลวดลายไปใช้ ได้แก่

1. ลวดลายผ้า
2. ลวดลายทอจักสาน
3. ลวดลายฉลุ
4. ลวดลายบนภาชนะ
5. ลวดลายบรรจุภัณฑ์
6. ลวดลายเครื่องประดับ
7. ลวดลายตกแต่งสถาปัตยกรรม
8. ลวดลายสิ่งพิมพ์

2.6.8 โครงสร้างและขั้นตอนในการออกแบบลวดลายผ้า

ในงานวิจัยนี้จะเน้นไปที่การออกแบบลวดลายผ้า การออกแบบลวดลายบนผลิตภัณฑ์ภาชนะ และลวดลายเครื่องประดับเป็นหลัก ซึ่งโครงสร้างของการออกแบบลวดลายผ้าประกอบด้วย

1. ความคิดเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้นำลวดลายผ้าไปใช้หรือผู้ที่ใช้ประโยชน์จากลวดลายผ้า ย่อมมีความต้องการที่แตกต่างกันแล้วแต่วัตถุประสงค์ของผ้า นั้น ๆ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ เพศ วัย อาชีพ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเทศ ประเพณี ความสนใจ ค่านิยมที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่ม เพื่อให้เกิดการออกแบบลวดลายผ้าที่เหมาะสม

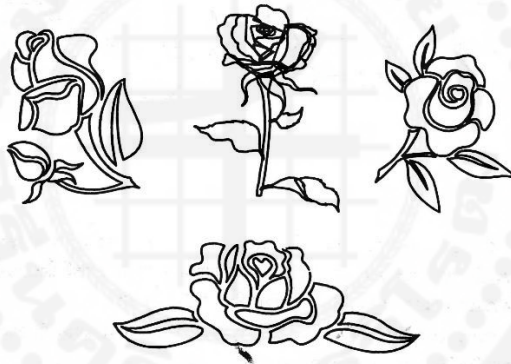
2. ความคิดเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายในการนำลวดลายผ้าไปใช้ หมายถึง การใช้ประโยชน์จากลวดลายของผ้าที่แตกต่างกันไปตามแต่ประโยชน์ใช้สอยเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบลวดลายเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกลมกลืนกับจุดมุ่งหมายของการนำลวดลายไปใช้

3.ความคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์จากสิ่งที่รับรู้ เพื่อใช้สร้างลวดลายผ้าด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่เป็นข้อมูลสำหรับการออกแบบลวดลาย แล้วนำมาวิเคราะห์พิจารณาว่าจะออกแบบลวดลายเป็นอย่างไรแนวไหน

4.ความคิดเกี่ยวกับความแตกต่างแปลกใหม่ในการสร้างสรรค์ลวดลายผ้า เพื่อให้เกิดผลงานที่มีความแปลกใหม่ โดดเด่น สะดุดตา และประทับใจแก่ผู้พบเห็น ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อเลือกใช้และทำให้เกิดความไม่จำเจกับสินค้าแบบเดิม ๆ

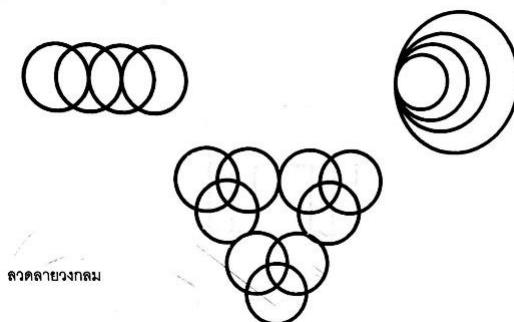
พินาลิน สาริยา (2549) ได้กำหนดรูปแบบของการออกแบบลวดลายผ้าไว้ ดังนี้

1.รูปแบบของลวดลายผ้าที่ประยุกต์จากของจริง (Applied Objective) เป็นการออกแบบที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากของจริงผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ของผู้ออกแบบลาย ด้วยการใช้นิเทศเพิ่มเติม ปรับ เปลี่ยน แต่ลายยังคงดูออกว่าเป็นลายอะไร



ภาพประกอบ 143 ภาพแสดงรูปแบบของลวดลายผ้าที่ประยุกต์จากของจริง
ที่มา : พินาลิน สาริยา. (2549). การออกแบบลวดลาย.กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรี้นติ้งเฮ้าส์.

2.รูปแบบลวดลายผ้าเรขาคณิต (Geometric) เป็นการออกแบบลวดลายที่ได้แรงบันดาลใจจากรูปร่าง รูปทรงทางคณิตศาสตร์ ซึ่งง่ายต่อการจดจำ

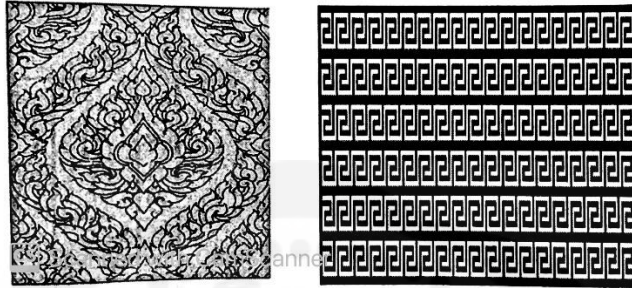


ลวดลายวงกลม

ภาพประกอบ 144 ภาพแสดงรูปแบบลวดลายผ้าเรขาคณิต

ที่มา : พินาลิน สาริยา. (2549). การออกแบบลวดลาย.กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.

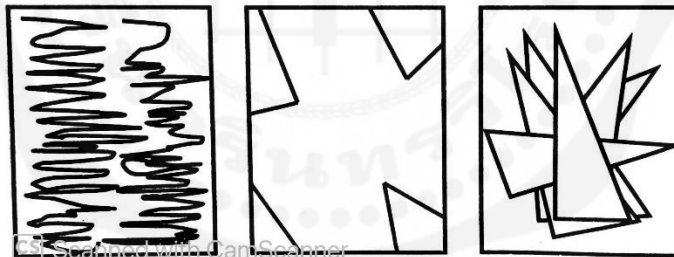
3.รูปแบบลวดลายผ้าจากความคิด (Idealistic) เป็นลวดลายที่ได้รับแรงบันดาลใจจากจินตนาการ ความเชื่อ สิ่งแวดล้อม เช่น ลวดลายจากวัฒนธรรมประเพณี ลวดลายประจำชาติต่าง ๆ



ภาพประกอบ 145 ภาพแสดงรูปแบบลวดลายผ้าจากความคิด

ที่มา : พินาลิน สาริยา. (2549). การออกแบบลวดลาย.กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.

4.รูปแบบลวดลายผ้าจากนามธรรม (Abstract) เป็นลวดลายจากความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ของผู้ออกแบบ ผลงานอาจเป็นเชิงศิลปะมาก ๆ ซึ่งผู้ที่ดูอาจไม่สามารถบอกได้ว่าเป็นลายอะไร



ภาพประกอบ 146 ภาพแสดงรูปแบบลวดลายผ้าจากนามธรรม

ที่มา : พินาลิน สาริยา. (2549). การออกแบบลวดลาย.กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.

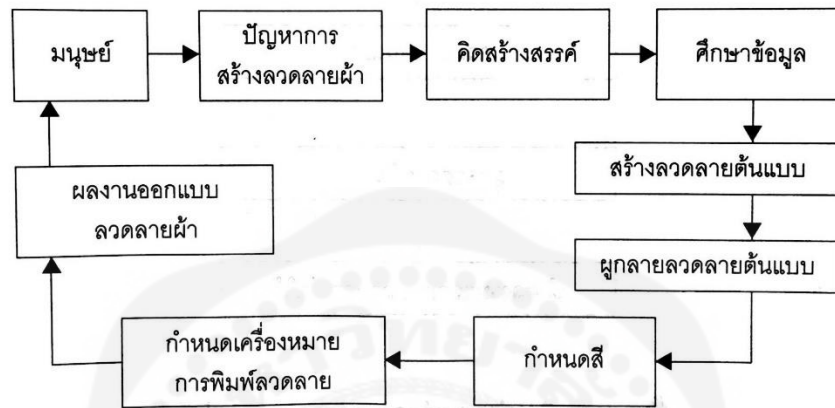
ขั้นตอนการสร้างงานออกแบบลวดลายผ้า มีขั้นตอนดังนี้

- 1.ขั้นการคิดสร้างสรรค์
- 2.ขั้นศึกษาข้อมูล
- 3.ขั้นสร้างลวดลายต้นแบบ
- 4.ขั้นต่อหรือผูกลวดลายต้นแบบ

5.ขั้นกำหนดสีสันทองลวดลาย

6.ขั้นกำหนดเทคนิคการผลิตลวดลายบนพื้นงานจริง

7.ขั้นผลิตงานจริง

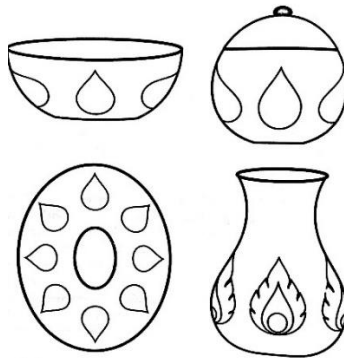


ภาพประกอบ 147 ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างงานออกแบบลวดลายผ้า
ที่มา : พินาลิน สาริยา. (2549). การออกแบบลวดลาย.กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรินต์ติ้งเฮ้าส์.

2.6.9 แนวทางการออกแบบลวดลายบนผลิตภัณฑ์ที่มีรูปทรงหรือภาชนะ

ส่วนแนวทางการออกแบบลวดลายบนภาชนะหรือผลิตภัณฑ์ที่มีรูปทรงเป็นผลงานประเภทงาน 3 มิติจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงรูปลักษณะของรูปทรงก่อนเป็นอันดับแรก เพื่อกำหนดจุดของการออกแบบลวดลายในเบื้องต้นซึ่งมี 3 ประเด็นหลักที่ต้องคำนึงถึง ดังนี้

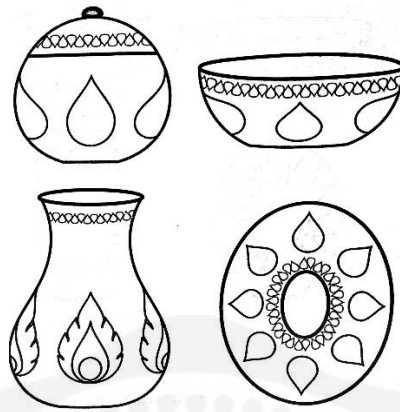
1.ลวดลายหลัก หมายถึง ลวดลายประธานเป็นลวดลายที่เน้นให้เห็นถึงความโดดเด่นมากกว่าลวดลายในส่วนอื่น ๆ ของภาชนะ



ภาพประกอบ 148 ภาพแสดงลวดลายหลัก

ที่มา : พินาลิน สาริยา. (2549). การออกแบบลวดลาย.กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรินต์ติ้งเฮ้าส์.

2. ลวดลายรอง เป็นลวดลายที่ช่วยเสริมให้ลวดลายหลักโดดเด่นสวยงามมากยิ่งขึ้น ส่วนใหญ่จะออกแบบให้มีความแตกต่างกัน เช่น ขนาด หรือสี



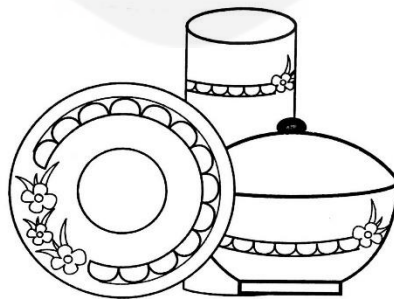
ภาพประกอบ 149 ภาพแสดงลวดลายรอง

ที่มา : พินาลิน สาริยา. (2549). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรี้นติ้งเฮ้าส์.

3. การนำภาชนะไปใช้ ซึ่งการใช้งานของแต่ละภาชนะจะมีความแตกต่างทางด้านรูปทรงและขนาดรวมถึงการทำความสะดวกสบายภาชนะด้วย

พินาลิน สาริยา (2549) ได้กำหนดรูปแบบของการออกแบบลวดลายบนภาชนะไว้ ดังนี้

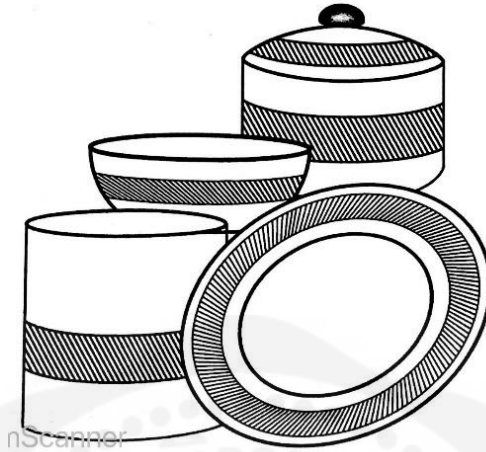
1. รูปแบบลวดลายบนภาชนะที่ประยุกต์จากของจริง เป็นการออกแบบที่ได้รับแรงบันดาลใจจากของจริงผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ของผู้ออกแบบ ด้วยการใช้เทคนิคเพิ่ม ลด ปรับ เปลี่ยน แต่ลายยังคงดูออกว่าเป็นลายอะไร



ภาพประกอบ 150 ภาพแสดงรูปแบบลวดลายบนภาชนะที่ประยุกต์จากของจริง

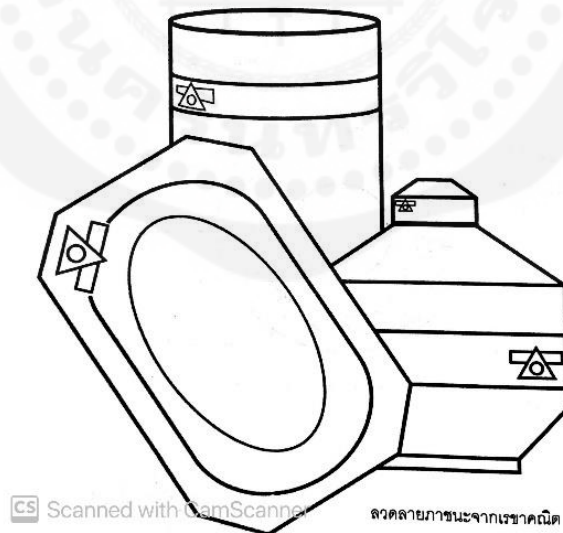
ที่มา : พินาลิน สาริยา. (2549). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรี้นติ้งเฮ้าส์.

2.รูปแบบลวดลายบนภาชนะจากเส้น เป็นการออกแบบที่ได้รับแรงบันดาลใจจากเส้นประเภทต่าง ๆ มาต่อเนื่องกันจนเกิดเป็นลวดลาย



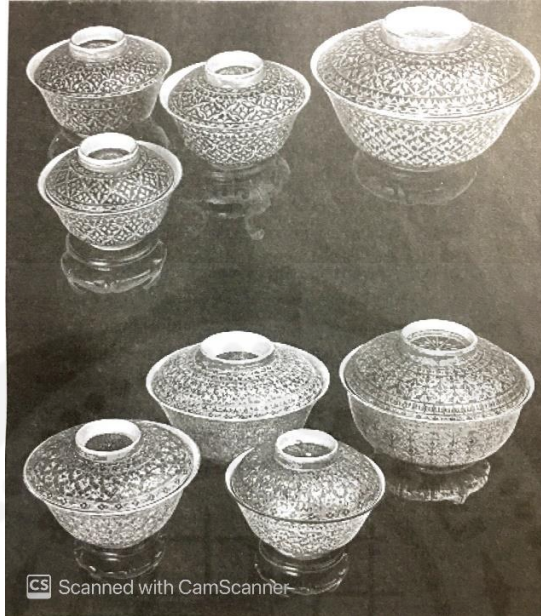
ภาพประกอบ 151 ภาพแสดงรูปแบบลวดลายบนภาชนะจากเส้น
ที่มา : พิณาลิน สาริยา. (2549). การออกแบบลวดลาย.กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.

3.รูปแบบลวดลายบนภาชนะจากเรขาคณิต เป็นการออกแบบที่ได้รับแรงบันดาลใจจากรูปร่าง รูปทรงทางคณิตศาสตร์ ซึ่งง่ายต่อการจดจำ



ภาพประกอบ 152 ภาพแสดงรูปแบบลวดลายบนภาชนะจากเรขาคณิต
ที่มา : พิณาลิน สาริยา. (2549). การออกแบบลวดลาย.กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.

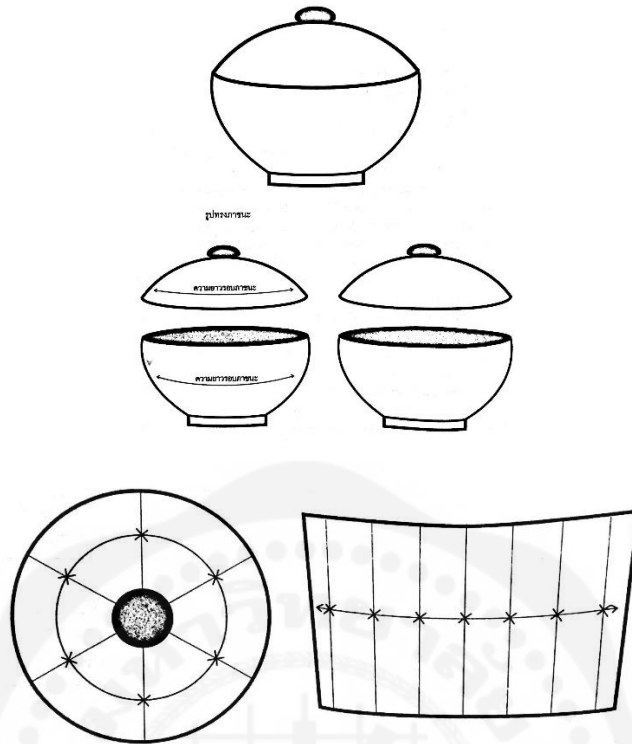
4.รูปแบบลวดลายบนภาชนะจากลวดลายของภาชนะเดิม เป็นการออกแบบที่ได้รับแรงบันดาลใจจากลวดลายบนภาชนะเดิมที่มีอยู่แล้ว เพียงแต่ปรับปรุงเพิ่มเติมให้เกิดลายใหม่ขึ้น หรืออาจลอกเลียนลายเก่าบางส่วนแล้วนำมาประยุกต์ให้เกิดลายใหม่ขึ้น



ภาพประกอบ 153 ภาพแสดงรูปแบบลวดลายบนภาชนะจากลวดลายของภาชนะเดิม
ที่มา : พิณาลิน สาริยา. (2549). การออกแบบลวดลาย.กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรี้นติ้งเฮ้าส์.

ขั้นตอนการออกแบบลวดลายบนภาชนะประกอบด้วย

- 1.สำรวจลักษณะรูปทรงของภาชนะ
- 2.ศึกษาการใช้งานของภาชนะ
- 3.กำหนดจุดลงลวดลายหลักของภาชนะ
- 4.กำหนดจุดลงลวดลายรองของภาชนะ
- 5.จัดแบ่งลักษณะรูปทรงของภาชนะ



ภาพประกอบ 154 ภาพแสดงขั้นตอนการจัดแบ่งลักษณะรูปทรงของภาชนะ
ที่มา : พินาลิน สาริยา. (2549). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.

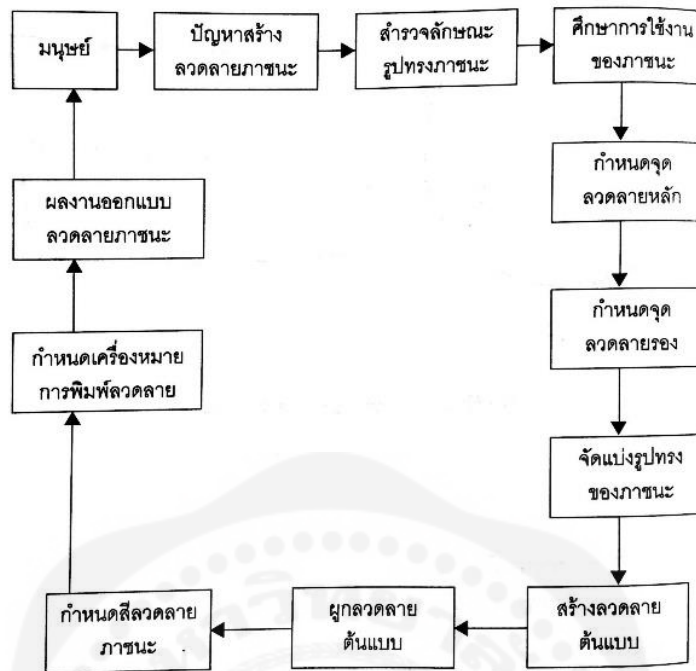
6. สร้างสรรค์ลวดลายต้นแบบ

7. ต่อหรือผูกลายลวดลายต้นแบบหรือตกแต่งด้วยลวดลายเสริม

8. กำหนดสีสันทลงในลวดลาย

9. กำหนดเทคนิคการผลิตลวดลาย

10. ผลงานจริง



ภาพประกอบ 155 ภาพแสดงขั้นตอนการออกแบบลวดลายบนภาชนะ
ที่มา : พิณาลิน สาริยา. (2549). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.

2.6.10 ความสำคัญของการออกแบบลวดลาย

ความสำคัญของการออกแบบลวดลาย ลวดลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่ถูกบริโภคใช้ในการพิจารณาตัดสินใจตามรสนิยม ค่านิยม ความสวยงามที่ตนเองพึงพอใจชื่นชอบ โดยเฉพาะในตลาดที่มีการแข่งขันของสินค้าสูง ลวดลายเป็นส่วนสำคัญที่เป็นปัจจัยหนึ่งที่กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจเลือกซื้อ การออกแบบลวดลายสามารถสะท้อนถึงประสบการณ์ เอกลักษณ์ของชุมชน เชื้อชาติ วิถีชีวิตของผู้คนในสังคม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ประวัติศาสตร์โดยลวดลายจะมีความแตกต่างกันในแต่ละยุคสมัยและมีส่วนสำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งของเครื่องใช้โดยเฉพาะสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย (พิณาลิน สาริยา, 2549) ความสำคัญของการออกแบบลวดลาย มีดังนี้

- 1.สามารถแก้ปัญหาพื้นที่ว่างในการสร้างสรรค์งานได้
- 2.สามารถเพิ่มคุณค่าด้านความงาม
- 3.สามารถสื่อให้เห็นถึงแนวความคิดที่มาทางวัฒนธรรมได้
- 4.สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบประเภทอื่น ๆ ได้

2.6.11 แนวคิดด้านการออกแบบประยุกต์ลวดลายที่เชื่อมโยงกับแนวคิดการออกแบบอัตลักษณ์ (นันทพร ไพรเวส, อภิสักก์ สิ้นธุภาค, ธเนศ ภิรมย์การ, 2019). มีลักษณะดังนี้

1. มีลักษณะเฉพาะตัว(Uniqueness) ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนและมีความเฉพาะตัวในรูปแบบใหม่ที่สามารถจดจำและรับรู้ได้ว่าแตกต่างจากที่อื่น
2. เป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า(Value) ด้วยรูปสัญลักษณ์ที่มีพลังสามารถดึงดูดให้เกิดความสนใจและดูสะดุดตา
3. มีความแตกต่าง(Differentiate) เป็นรูปแบบลวดลายที่มีความแปลกตาแต่ยังคงความเป็นอัตลักษณ์ไว้อย่างชัดเจน
4. สื่อสารแตกต่างกัน(Tone of Voice) โดยลวดลายสามารถสื่อสารหรืออธิบายถึงความหมายภายในตัวลวดลายเองได้
5. มีความงามเป็นเลิศ(Graphic Excellence) ลวดลายมีความสวยงามสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เข้ากับผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสมและมีความหลากหลาย
6. ใช้งานได้นาน(Longevity) เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย โดยมีความเป็นตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์สามารถเข้าได้กับทุกยุค

ทั้งนี้งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานีในบริบทต่าง ๆ ได้แก่ ทางธรรมชาติ สังคม เศรษฐกิจ และศิลปวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยศึกษาแนวคิดรูปแบบ วัสดุอุปกรณ์และกระบวนการผลิต เพื่อชี้ชวนหรือสร้างแรงกระตุ้นให้กับผู้พบเห็นสินค้าได้ร่วมระลึกถึงเหตุการณ์ สถานที่และสิ่งต่างๆที่เกี่ยวกับจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นเหมือนภาพตัวแทนถึงเรื่องราวต่างๆของจังหวัดได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยมีความสนใจในการนำองค์ความรู้ทางการออกแบบและการตลาดมาช่วยพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าสไบมอญผสมผสานกับศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เอกลักษณ์ของจังหวัดปทุมธานี ทั้งนี้เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้มากขึ้นและเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์จังหวัดได้อีกทางหนึ่ง ด้วยการนำเสนอผลการศึกษาอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ บุคลิกภาพของจังหวัดปทุมธานี ผ่านการนำเสนอผลงานออกแบบด้านองค์ประกอบศิลป์ เรขศิลป์ในบริบทต่าง ๆ ที่ได้ศึกษามา ออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าสไบมอญรูปแบบใหม่นั้น เป็นการค้นหาสัญลักษณ์ ภาพตัวแทนบุคคล เหตุการณ์ เรื่องราว สิ่งของ หรือสถานที่ ทั้งนี้ผลงานออกแบบทั้งหมดของโครงการที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำให้คิดถึงหรือนึกถึงจังหวัดปทุมธานี ผ่านการนำเสนอเป็นผลงานออกแบบสร้างสรรค์ที่ประกอบด้วย เครื่องแต่งกาย 5 ชิ้น เครื่องประดับ 2 ชิ้น และเครื่องประกอบการแต่งกาย 2 ชิ้น โดยผลงาน

ทั้งหมดเน้นเรื่องการนำองค์ความรู้ด้านการออกแบบลวดลายผ้าสไบมอญ และการสร้างสรรค์สินค้าแฟชั่น จากผ้าสไบมอญในรูปแบบใหม่ร่วมสมัยเป็นหลัก

ส่วนที่ 3 - ด้านแนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์และแนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์

3.1 แนวคิดทุนวัฒนธรรม

วัฒนธรรม หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของคนในสัตว์ในส่วนใหญ่ของสังคมและท้องถิ่นซึ่งมีแนวประพฤติปฏิบัติมาอย่างยาวนาน วัฒนธรรมคือทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ ภาษา ขนบธรรมเนียม ประเพณีศาสนา กฎหมาย ศิลปะ จริยธรรม ภูมิปัญญา วิทยาการ และเทคโนโลยีต่าง ๆ วัฒนธรรมมีความเป็นพลวัตทำให้ภูมิปัญญาในแต่ละท้องถิ่นมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค, 2020)

วัฒนธรรม คือ ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้า และศีลธรรมอันดีของประชาชน เป็นลักษณะพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ทั้งตัวบุคคลและสังคมอย่างมีแบบแผน (กัมพล แสงเอี่ยม, 2559)

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (2546) กล่าวว่า วัฒนธรรมเป็นเรื่องของวิธีการดำเนินชีวิตตามปกติของมนุษย์ซึ่งปรากฏอยู่ในทั้งสินค้าและบริการ แนวคิดทุนวัฒนธรรม (Cultural Embodiment) คือ แนวความคิดเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) ที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนัยทางวัฒนธรรม โดยสินค้าวัฒนธรรมนั้นหมายถึง สินค้าและบริการที่วัฒนธรรมได้ฝังตัวในสินค้าหรือบริการนั้น ๆ สามารถอธิบายให้เข้าใจได้ว่า เมื่อซื้อสินค้าวัฒนธรรมใด ๆ เราไม่ได้แค่ตัวสินค้า แต่เราได้ “วัฒนธรรม” ที่ฝังอยู่ในตัวสินค้าด้วย ซึ่งระดับความเข้มข้นของแต่ละสินค้าวัฒนธรรมมีค่าความชัดเจนที่ไม่เท่ากัน ทุนวัฒนธรรมเติบโตได้จากการมีอุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรมเป็นหลัก กระบวนการแปรวัฒนธรรมเป็นสินค้า (Commoditization of Culture) เป็นปัจจัย ชัยพื้นฐานที่นำ วัฒนธรรมมาแปรสภาพเป็นสินค้า และเป็นเงื่อนไขที่สำคัญก่อให้เกิดและเติบโตของทุนวัฒนธรรม โดยระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมนั้นมีบทบาทสำคัญด้วยกระบวนการสร้างอุปสงค์ หรือความต้องการซื้อสินค้า วัฒนธรรม ซึ่งความต้องการสินค้าวัฒนธรรมนั้น ๆ สามารถแปรเปลี่ยนไปได้ตามกาลเวลาและปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กระแสความนิยม ระบบเศรษฐกิจของประเทศในช่วงเวลานั้น

วัฒนธรรมและภูมิปัญญาเป็นเครื่องแสดงถึงบุคลิกลักษณะของชาติที่ส่งผลต่อความเจริญของคนในสังคมการนำมิติทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชาติมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาออกแบบผลงาน เพื่อให้เกิดการขายและสร้างความแตกต่างนั้น สามารถนำไปสู่การต่อยอดให้เป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ได้ การนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญามาใช้ในการออกแบบจำเป็นต้องมีการศึกษา เพื่อทำความเข้าใจวัฒนธรรม

ด้วยการค้นหาความเชื่อแนวความคิด ทศนคติของชุมชนในช่วงเวลาที่ผลิตสิ่งของวัตถุชิ้นนั้น ๆ ขึ้นก่อนที่จะนำไปต่อยอดและพัฒนาเป็นผลงานใหม่ (กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค, 2020)

ทุนทางวัฒนธรรม คือ มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ หรือหมายถึงสินทรัพย์ที่มีการฝังตัวสะสมและให้คุณค่าทางวัฒนธรรมนอกเหนือจากมูลค่าทางเศรษฐกิจของสินทรัพย์ ซึ่งปัจจุบันกระทรวงวัฒนธรรมได้แบ่งทุนทางวัฒนธรรมออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อและศิลปะพื้นถิ่น (สุกฤตา หิรัญชวลิต, 2559)

3.1.1 ประเภทของทุนวัฒนธรรม

ทุนวัฒนธรรมเป็นสินทรัพย์หนึ่งที่มีการฝังตัวอยู่ในท้องถิ่น และให้ความสำคัญด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมนอกเหนือจากมูลค่าทางเศรษฐกิจ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท (ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์, 2559) คือ

1. ทุนวัฒนธรรมที่จับต้องได้ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ผลงานศิลปะ หรือผลงานต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น

2. ทุนวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความคิด การปฏิบัติ ความเชื่อ ค่านิยม พิธีกรรม หรือทรัพย์สินทางปัญญาที่ไม่ใช่วัตถุ

3.1.2 ลักษณะเด่นของทุนวัฒนธรรม มีดังนี้

1. ทุนวัฒนธรรมขับเคลื่อนได้ด้วยสินค้าวัฒนธรรม ซึ่งหมายถึง สินค้าหรือบริการที่มีนัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมในด้านใดด้านหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ความศรัทธา บรรทัดฐานทางจริยธรรม แบบแผนการดำรงชีวิต การแต่งกาย ฯลฯ

2. ทุนวัฒนธรรมสามารถพบได้ในหลาย ๆ ภาคอุตสาหกรรม เช่น เครื่องแต่งกาย รองเท้า ภาพยนตร์ สิ่งพิมพ์ คอมพิวเตอร์ เครื่องใช้ต่าง ๆ ฯลฯ

3. ทุนวัฒนธรรมถือเป็นนโยบายภาครัฐบาลที่ใช้ในการบริหารประเทศด้านเศรษฐกิจ โดยเฉพาะด้านการค้าเสรีกับตลาดต่างประเทศ

4. กลุ่มทุนวัฒนธรรมนั้นมีขอบเขตที่กว้าง และสามารถเชื่อมโยงทำสัญญาเป็นพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์กับกลุ่มทุนอื่น ๆ ได้ เช่น กลุ่มทุนโทรคมนาคม กลุ่มทุนสันทนาการ

5. กลุ่มทุนวัฒนธรรมมีบทบาทในการผลักดันให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นวัตกรรมของสินค้าทุนวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการวิจัยและพัฒนาใหม่ ๆ

6.สินค้าทุนวัฒนธรรมก็เหมือนสินค้าอื่น ๆ ที่ใช้กฎเกณฑ์ทางการตลาดเหมือนกัน เช่น การแบ่งส่วนทางการตลาด การสร้างความภักดีต่อयीห้อ ฯลฯ โดยกลุ่มทุนวัฒนธรรมมักนิยมให้การสนับสนุนกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกัน

7.ในบางครั้งกลุ่มทุนวัฒนธรรมอาจมีการปรับผลผลิตหรือตัวสินค้าให้สอดคล้องกับรสนิยมและวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศที่ส่งสินค้าออกไปได้ แสดงว่าสินค้าทุนวัฒนธรรมสามารถปรับเปลี่ยนและไม่ยึดติดกับรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

จากแนวคิดดีเอ็นเอทางวัฒนธรรมของคนไทย ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวทางวัฒนธรรมที่สามารถส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น และมีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศ ซึ่งดีเอ็นเอทางวัฒนธรรมของคนไทยประกอบด้วย 5Fs ได้แก่

1. ความสนุกสนาน
2. ความยืดหยุ่น
3. ความเป็นมิตร
4. ความมีรสนชาติ
5. การเต็มที่กับชีวิต

ซึ่งนำไปสู่ 5F โมเดล ได้แก่

1. ศิลปะการป้องกันตัว
2. เทศกาล
3. อาหาร
4. แฟชั่น
5. ภาพยนตร์แอนิเมชันและเกมส์

ทั้ง 5F โมเดลถือว่าเป็นทุนวัฒนธรรมของไทยที่สำคัญ และการนำแนวคิดทุนวัฒนธรรมนี้ไปใช้จะทำให้เกิดทางเลือกใหม่แก่กลุ่มผู้บริโภคและด้านการออกแบบได้ (ธโนทัย มงคลศิลป์ และพัชชา อุทิศวรรณกุล, 2019)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของโลกที่สามารถสร้างมูลค่าและเป็นที่ยอมรับของกระแสโลกมีทั้งหมด 9 อันดับ ซึ่งอันดับที่หนึ่งคือศิลปะและหัตถกรรมโดยเฉพาะข้อนี้สามารถสร้างมูลค่าได้ถึง 87,306 ล้านบาทในปีพ.ศ. 2557 ซึ่งเป็น 1 ในอุตสาหกรรมที่มีความโดดเด่นที่เน้นที่การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการใช้ประโยชน์ของจุดเด่นด้านทุนวัฒนธรรมและงานหัตถกรรมประสานกับกระบวนการผลิตและทักษะงานฝีมือดั้งเดิม

การออกแบบหัตถอุตสาหกรรมเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการคิดและการผลิตมาจากการผสมผสานระหว่างทักษะภูมิปัญญาวัฒนธรรม และความเชี่ยวชาญด้านศิลปหัตถกรรม มาผนวกกับความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ และกระบวนการวิธีผลิตแบบอุตสาหกรรม ทำให้เกิดรูปแบบที่มีความทันสมัยเหมาะสมกับวิถีชีวิตรสนิยมร่วมสมัย โดยมีกลิ่นอายทางวัฒนธรรมและสื่อถึงจิตวิญญาณของมนุษย์ ทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมนั้นมีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น สามารถต่อยอดทักษะเชิงช่างและสามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างยั่งยืน การนำแรงบันดาลใจจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถนำคุณค่าเชิงรูปธรรม ได้แก่ เส้นสาย ลวดลาย รูปลักษณะ รูปทรง สี สัน พื้นผิว และวัสดุและคุณค่าเชิงนามธรรมอื่น ๆ ได้แก่ ความซาบซึ้งในเรื่องราว คุณค่าและความหมาย จิตวิญญาณที่แฝงในปรัชญาแนวคิดมาใช้ในการออกแบบได้ กัมพล แสงเอี่ยม (2559)

3.2 แนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย

กัมพล แสงเอี่ยม (2559) สรุปรว่า วัฒนธรรมร่วมสมัย คือ การผสมผสานทางความคิดและวัฒนธรรมภายนอกของวัฒนธรรมตนเอง และเกิดการคัดสรรของวัฒนธรรมต่าง ๆ หล่อหลอมให้เกิดเป็นวัฒนธรรมใหม่ที่สอดคล้องกับบริบททางสังคมของสังคมนั้น ๆ จากวัฒนธรรมเดิมรวมเข้ากับวัฒนธรรมใหม่กลายเป็นวัฒนธรรมร่วมสมัย ซึ่งรูปแบบสาเหตุและปัจจัยที่ทำให้ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านเปลี่ยนไป มีดังนี้

1. การปรับเปลี่ยนวัสดุ โดยมีการนำเอาวัสดุสมัยใหม่ ซึ่งส่วนมากเป็นวัสดุสังเคราะห์เข้ามาใช้ในงาน สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคมเกษตรกรรมเข้าสู่สังคมอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมากขึ้น

2. การปรับเปลี่ยนผู้ใช้ เช่น จากผู้ใช้ที่เป็นชาวบ้านในชนบทกลายเป็นผู้ใช้ที่เป็นผู้มีอันจะกินในเมือง

3. การปรับเปลี่ยนสถานที่ จากเดิมที่เคยใช้งานศิลปหัตถกรรมในชนบทก็นำไปใช้ในเมืองหรือต่างประเทศได้ด้วย

4. การปรับเปลี่ยนหน้าที่ อาจเปลี่ยนแปลงด้วยการดัดแปลงให้เป็นสิ่งของที่เกิดเป็นหน้าที่ใหม่

5. การปรับเปลี่ยนรูปแบบ เนื่องจากการถูกเปลี่ยนหน้าที่ใช้สอยต่างจากที่เคยเป็น ทำให้รูปแบบหน้าตาของผลงานนั้นเปลี่ยนไป

ซึ่งการปรับเปลี่ยนรูปแบบของงานศิลปหัตถกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 2 แนวทางใหญ่ ๆ ได้แก่

-แนวทางที่ 1 การปรับแก้ไขรูปแบบ โดยการเพิ่มสีสันลวดลายให้มีความแตกต่างและความโดดเด่นที่ชัดเจนขึ้นตามบริบทของสังคมที่เปลี่ยนไป

-แนวทางที่สองการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่เคยมีแบบนี้มาก่อน เพื่อหารูปแบบด้วยการผสมผสานของวัฒนธรรมภายในและภายนอกชุมชน โดยเน้นไปที่ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก

ทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย คือ การผสมผสานทางความคิดและวัฒนธรรมภายนอกของวัฒนธรรมตัวเอง และเกิดการคัดสรรของวัฒนธรรมต่าง ๆ หล่อหลอมขึ้นเป็นวัฒนธรรมใหม่ ที่สอดคล้องกับบริบททางสังคมนั้น ๆ จากวัฒนธรรมเดิมรวมเข้ากับวัฒนธรรมใหม่ ทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย ซึ่งเห็นได้ชัดจากตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนแปลงทางการแต่งตัวของผู้คนในสังคมต่าง ๆ ที่ส่วนใหญ่แล้วเปลี่ยนไปตามกระแสภายนอก และมีความเป็นสากลมากขึ้น ซึ่งในแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงของผลงานการออกแบบศิลปหัตถกรรมหรือหัตถอุตสาหกรรมจำเป็นต้องดูที่แนวโน้มความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมไทยด้วย เพราะมีความสัมพันธ์กับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน เมื่อวัฒนธรรมเปลี่ยนย่อมส่งผลกระทบต่อสร้างสรรค์ผลงานรูปแบบและลักษณะเฉพาะถิ่นที่เปลี่ยนไป (กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค, 2020)

มิติต่าง ๆ ที่นำมาพิจารณาในการออกแบบงานหัตถอุตสาหกรรม หรือการออกแบบงานสร้างสรรค์ศิลปหัตถกรรมร่วมสมัย (กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค, 2020) คือ

1. มิติด้านเศรษฐกิจ แสดงถึงขีดความสามารถในการแข่งขัน และสามารถพึ่งตนเองได้ในทางเศรษฐกิจหรือแนวคิดหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อเชื่อมโยงถึงทิศทางของงานหัตถกรรมต่อไป

2. มิติด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นทุกสิ่งที่อยู่รอบตัวมนุษย์ ทั้งแบบมีชีวิตและไม่มีชีวิตในระบบนิเวศ โดยแสดงถึงส่วนสำคัญที่มนุษย์อยู่ร่วมกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติได้อย่างลงตัว มีความเชื่อมโยงและเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน

3. มิติด้านสังคม เป็นด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของท้องถิ่นซึ่งเป็นระเบียบที่วิถีชีวิตของคนในสังคม

ข้อมูลทั้ง 3 มิตินี้จะช่วยให้สามารถออกแบบผลงานหัตถกรรมร่วมสมัยได้อย่างลงตัวและยั่งยืน โดยที่ข้อมูลองค์รวมหรือองค์ความรู้สุดท้าย อันเกิดมาจากการหล่อหลอมข้อมูลจากความสัมพันธ์ทั้ง 3 มิติเข้าด้วยกันนั้นจะแสดงถึงจุดร่วมของทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยที่สำคัญที่สุด

นอกจากนี้การศึกษาแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นลักษณะแนวคิดทางการตลาดกับมรดกทางวัฒนธรรมที่มีทุนวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งทุนวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมและทุนทางวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เพิ่งเกิดขึ้นใหม่ซึ่งแนวทางในการทำงานสามารถแบ่งออกได้เป็น การสร้างสรรค์และการคงรักษา ซึ่งนำไปสู่แนวทางการบริหารจัดการแนวคิดทางการตลาดกับมรดกทางวัฒนธรรมใน 4 รูปแบบ ได้แก่

1.การสร้างความตระหนักความเข้าใจและเข้าถึงทุนวัฒนธรรมดั้งเดิม

2.การพัฒนาทุนวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม

3.การศึกษาติดตามวัฒนธรรมร่วมสมัย

4.การพัฒนาวัฒนธรรมร่วมสมัย ซึ่งในข้อนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างสรรค์ทุนทางวัฒนธรรมที่มีให้มีความสัมพันธ์กับสังคมสมัยใหม่ โดยพิจารณาถึงผลกระทบรอบด้านที่อาจเกิดขึ้นกับทุนวัฒนธรรมดั้งเดิมด้วย

3.2.1 หลักเกณฑ์องค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมร่วมสมัยของวัชรินทร์ จรุงจิต-สุนทร(2548) มีดังนี้

1.สะท้อนถึงคุณค่าของธรรมชาติหรืองานหัตถกรรม

2.มีเอกลักษณ์และศิลปะวัฒนธรรมของท้องถิ่น

3.วัสดุและกรรมวิธีการผลิตของท้องถิ่น

4.ผลิตได้จริง ใช้สอยดี เหมาะสมกับวัสดุท้องถิ่น

5.มีความสวยงามและความน่าสนใจ

6.มีรูปแบบที่แปลกใหม่และสะดุดตา

3.3 แนวคิดโลกาภิวัตน์

โลกาภิวัตน์ คือ สิ่งที่แสดงถึงการเจริญเติบโตของความสัมพันธ์ทางด้านต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และวัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงระหว่างปัจเจกบุคคล ชุมชน หน่วยงานธุรกิจ และรัฐบาล ทั่วทั้งโลก ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาด้านการติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง และเทคโนโลยี สารสนเทศ (ขวัญสุภาณัฐ พันธุ์เกษม, 2020)

โลกาภิวัตน์เป็นกระบวนการหนึ่งที่ทำให้โครงสร้างความสัมพันธ์ของโลกเปลี่ยนไป ด้วยการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารที่ทำให้ทั่วโลกสามารถเชื่อมโยงถึงกัน และทำให้คนที่อยู่ไกลสามารถติดต่อกันได้อย่างทันเวลา (RealTime) และรวดเร็ว มีผลทำให้แต่ละประเทศสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น เพราะช่องว่างพรมแดนระหว่างประเทศลดลงด้วยวิทยาการและเทคโนโลยีสมัยใหม่ โลกาภิวัตน์ทำให้ความเป็นท้องถิ่นหายไปหรือลดบทบาทลง เพราะเป็นกระบวนการพัฒนาแบบตะวันตกที่เน้นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ โดยเน้นที่การผลิตเพื่อขายเป็นหลักและเป็นการกระตุ้นให้เกิดเป็นสังคมบริโภคนิยมมากขึ้น มีลักษณะการส่งเสริมความเป็นปัจเจกบุคคลและเน้นการส่งเสริมการแข่งขันในตลาด (ณวิญญู เสริฐผล, 2020)

ความหลากหลายทางวัฒนธรรมในยุคโลกาภิวัตน์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันส่วนมากแล้วเป็นวัฒนธรรมที่มีการผสมผสานทั้งทางด้านแนวคิดรูปแบบและรสนิยม ส่งผลให้งานศิลปหัตถกรรมของท้องถิ่นเปลี่ยนไป และทำให้เกิดศิลปหัตถกรรมแบบร่วมสมัยเกิดขึ้นมากมาย (กัมพล แสงเอี่ยม, 2559) ณวิญญู เสริฐผล(2020) อ้างว่า ถึงแม้โลกาภิวัตน์มีอิทธิพลต่อภูมิปัญญาท้องถิ่นและงานศิลปหัตถกรรมมากขึ้น แต่ในปัจจุบันพบว่าภูมิปัญญาส่วนใหญ่ยังคงถูกจัดการผ่านกระบวนการที่หลากหลายในหลายวิธี เช่น การอนุรักษ์ (Conservation) การฟื้นฟู (Recovery) การประยุกต์ (Modification) การพัฒนาต่อยอด (Development) และการสร้างสรรค์ (Creative) ขึ้นมาใหม่ จึงทำให้ในปัจจุบันภูมิปัญญาท้องถิ่นและงานศิลปหัตถกรรมสามารถดำรงอยู่ได้ในสถานะที่หลากหลาย ดังนี้

1.เป็นทางเลือกในการพัฒนา การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นเครื่องมือการกำหนดและขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะ และการใช้ทุนทางสังคมมาเป็นฐานในการขับเคลื่อนนโยบายและการจัดการที่โดดเด่นในชุมชน

2.เป็นเครื่องมือการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยการนำภูมิปัญญามาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งกระตุ้นให้ชุมชนมีความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจ และเป็นการส่งเสริมในลักษณะของการให้ความรู้ เพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ในการสร้างเครือข่ายของชุมชน และเครือข่ายด้านวิชาการการถ่ายทอดภูมิปัญญาของชุมชน ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงและการขยายระดับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่นและชุมชนออกไปได้

3.เป็นทุนหรือสินค้าทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญที่สุด ที่ทำให้ชุมชนและท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยชุมชนได้นำภูมิปัญญามาแปรรูปเป็นสินค้าหรือให้ความหมายของภูมิปัญญาใหม่ด้วยการเปลี่ยนแปลงด้านรูปลักษณ์และหน้าที่ ซึ่งรูปทรงที่เปลี่ยนไปนี้ย่อมส่งผลต่อบทบาทหน้าที่ของตัวสินค้าให้เปลี่ยนไปเป็นสิ่งอื่นได้ แสดงว่าการนำภูมิปัญญามาเป็นจุดขายสามารถสร้างให้เกิดรายได้ และยังเกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ตามความโดดเด่นของชุมชนแต่ละแห่ง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะทำให้สินค้าทางวัฒนธรรมมีความโดดเด่นมากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวนิยมซื้อสินค้าเพื่อเป็นของที่ระลึกและของฝากจากแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ

4. เป็นเครื่องจรรโลงจิตใจ ภูมิปัญญาท้องถิ่นบางอย่างเป็นสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่เป็นวิถีที่แสดงถึงการดำรงชีวิตของชุมชน โดยเฉพาะในมิติด้านสังคมและวัฒนธรรมที่มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น บทเพลง ดนตรี การละเล่น ประเพณีและวัฒนธรรม ภูมิปัญญาเหล่านี้ทำให้ชุมชนมีความบันเทิง เป็น การผ่อนคลายความตึงเครียดระหว่างสมาชิกในชุมชน และยังคงทรงคุณค่าด้านจิตใจเป็นเครื่องจรรโลงจิตใจที่ส่งผลให้สมาชิกในชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

5. เป็นความมั่นคงของชุมชน ภูมิปัญญามีลักษณะที่ยืดหยุ่น สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างความมั่นคงให้กับชุมชนได้ในหลายมิติและเป็นเครื่องมือในการสร้างความมั่นคงและสร้างรายได้ในการดำรงชีพได้เป็นอย่างดี

6. เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน การเปลี่ยนแปลงของสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ส่งผลให้ความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนมีความโดดเด่นมากขึ้น ภูมิปัญญาจึงมีอัตลักษณ์ที่มีความโดดเด่นในตัวเอง คือ มีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละชุมชนบนพื้นฐานความแตกต่างด้านภูมิประเทศ สังคม วัฒนธรรมและความคิด ส่งผลให้ชุมชนคิดและสร้างผลผลิตของภูมิปัญญาออกมาในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรม และการที่สังคมเปลี่ยนไปมาจากฐานเดิมมากเท่าไร ความเป็นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญายังมีความโดดเด่นมากขึ้น เช่น ในสังคมที่ใช้สินค้าที่ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ที่ผลิตจากโรงงานเป็นหลัก ยิ่งสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างหรือเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาที่ส่วนมากผลิตจากวัสดุจากธรรมชาติเป็นหลัก

7. เป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต (Basic Need) ภูมิปัญญาเป็นเครื่องมือในการดำรงชีพอย่างยั่งยืน ที่ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ เพราะมีลักษณะบูรณาการและสามารถอยู่ร่วมกันอย่างมีสัมพันธ์ไมตรี มีความโอ้ออมอารีและตอบแทนกันและกัน

ในยุคโลกาภิวัตน์ปัจจุบันชุมชนได้เปลี่ยนแปลงไปมากจากการปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ทำให้ชุมชนรับวิทยาการสมัยใหม่ที่เป็นองค์ความรู้ของประเทศตะวันตกเป็นหลัก ส่งผลให้ภูมิปัญญาของชุมชนมีลักษณะเปลี่ยนไปเป็นแบบผสมผสานเพื่อให้เหมาะแก่การดำรงชีวิตในบริบทใหม่ โดยภูมิปัญญาของชุมชนยังคงอยู่เพราะมีลักษณะยืดหยุ่น (Flexibility) และสามารถบูรณาการเข้ากับองค์ความรู้ใหม่จากภายนอกได้เป็นอย่างดี ภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมีความหลากหลายเรื่องราวและคุณค่า ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมที่มีการสร้างสรรค์แบบผสมผสานข้ามแดนภายใต้บริบททางวัฒนธรรมร่วมสมัย นั้นทำให้ภูมิปัญญาสามารถดำรงอยู่ต่อไปในรูปแบบที่หลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น

3.4 แนวคิดท้องถิ่นภูวัตน์

ในยุคโลกาภิวัตน์สังคมทั่วโลกได้เชื่อมโยงกัน และกำหนดความเป็นไปของท้องถิ่น แนวคิดท้องถิ่นภูวัตน์มีรากฐานจากชุมชน ซึ่งเป็นแนวคิดที่ตรงข้ามกับกระแสโลกาภิวัตน์ที่แสดงถึงความผูกพันของมนุษย์ที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติ ชุมชนและวัฒนธรรม ค่านิยม ประเพณี ที่บ่งบอกถึงรากเหง้าของตัวมนุษย์ ซึ่งหมายถึงความสัมพันธ์ของมนุษย์ชุมชนและสิ่งแวดล้อม แนวคิดท้องถิ่นภูวัตน์จะให้ความสำคัญกับความ เป็นชุมชนที่อยู่ร่วมกันกับคนอื่น ๆ ในลักษณะพึ่งพาอาศัย และให้ความสำคัญกับรากเหง้าความเป็นมาของชุมชนผ่านประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ที่สั่งสมถ่ายทอดกันมา คุณค่าของภูมิปัญญา สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ โดยแนวคิดท้องถิ่นภูวัตน์ได้พยายามทำให้ท้องถิ่นชุมชนและชาวบ้าน มีความแข็งแกร่งมากขึ้น สามารถดำรงอยู่ได้และเลี้ยงตัวเองได้ ทำให้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เป็นรากเหง้า กลายเป็นสินค้าที่ขายได้ ด้วยการเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และ แอปพลิเคชันต่าง ๆ ผ่านกลไกทางการตลาดภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ (รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข, 2557)

ส่วนที่ 4 – ด้านการออกแบบสร้างสรรค์จากแนวคิดทฤษฎี C – K

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (2559) ได้ให้ความหมายของ “ศิลปะการออกแบบ” ว่าเป็นงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการออกแบบและพัฒนาสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตและความต้องการที่เหมาะสมกับคนแต่ละยุค นอกจากการคำนึงถึงด้านประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามที่ลงตัวแล้ว ศิลปะการออกแบบยังเป็นการผสมผสานระหว่างศิลปะ ธรรมชาติ สภาพแวดล้อมและเทคโนโลยีอีกด้วย เพื่อตอบสนองการใช้งานตามรสนิยมและความต้องการของผู้บริโภค โดยสามารถแบ่งงานสร้างสรรค์ออกได้หลายแขนง เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับตกแต่ง สิ่งทอ เครื่องเรือน งานกราฟิก งานภาพประกอบ งานบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ ทั้งนี้ศิลปะร่วมสมัยแบ่งออกได้ 6 กลุ่ม 9 สาขา ได้แก่ ทัศนศิลป์ สถาปัตยกรรม วรรณศิลป์ ดนตรีและการแสดง ภาพยนตร์และสื่อเคลื่อนไหว

ศิลปะการออกแบบของไทยมีพัฒนาการมาจากงานประณีตศิลป์ งานวิจิตรศิลป์และงานมัณฑนศิลป์ โดยในช่วงศตวรรษที่ 21 มีการรวมเอามิติทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม นวัตกรรม และความหลากหลายทางวัฒนธรรมเข้าไปด้วย ซึ่งแนวโน้มด้านศิลปะและการออกแบบในวิถีชีวิตของสังคมไทยในปัจจุบัน เน้นการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมที่สะท้อนคุณค่าด้านงานฝีมือ การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าในรูปแบบทำมือ (Handmade Product) จึงได้รับการยอมรับจากสังคมไทยและชาวต่างชาติอย่างมากมาย จะเห็นได้ว่าการใช้ความคิดในการสร้างสรรค์และออกแบบเป็นสิ่งสำคัญในการผลิตผลงานศิลปหัตถกรรมให้มีความหลากหลาย ผู้วิจัยเห็นว่าแนวคิดทฤษฎี C – K มีเนื้อหาที่น่าสนใจและเชื่อมโยงกับการสร้างสรรค์ผลงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยได้มาก ซึ่งเนื้อหาของทฤษฎี มีดังนี้

4.1 แนวคิดทฤษฎี C – K

ในส่วนของทฤษฎี C – K หรือทฤษฎีแนวคิด-ความรู้ ถูกคิดค้นโดยอาร์มานด์ ฮัทชูเอล (Armand Hatchuel) จากนั้นจึงพัฒนาโดยเบนอต์ เวล (Benoit Weil) เพื่อเอาไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Hatchuel, A., 1996) ทฤษฎีนี้เป็นการผสมรวมระหว่างทฤษฎีการออกแบบและทฤษฎีการให้เหตุผล ซึ่งการกำหนดเหตุผลในการออกแบบเป็นกระบวนการขยายความ ซึ่งรวมถึงแนวคิดการออกแบบอย่างเป็นระบบ การออกแบบเชิงสัจพจน์ ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ อธิบายการประดิษฐ์ การสร้างสรรค์ และการค้นพบภายในกรอบงานเดียวกัน (Braha D. and Maimon O., 1998)



ภาพประกอบ 156 ภาพแสดงอาร์มานด์ ฮัทชูเอล (Armand Hatchuel)

ที่มา : CK-THEORY.ORG. (2022). *What is C-K ?*.

สืบค้นจาก <https://www.ck-theory.org/c-k-theory/?lang=en>

มยุรี เสือคำราม, พรสวรรค์ ทิพจันทร์, มณีนีรัตน์ จันทร์กระจ่าง, ศรีลัดดา เทพารักษ์ และกิตติมา แซ่โท (2562) อ้างถึง ทฤษฎี C-K ว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยให้นักออกแบบสามารถพัฒนาด้านความคิดสร้างสรรค์ให้มีความใหม่และมีความเป็นไปได้ในโลกความเป็นจริง โดยเฉพาะด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับการสร้างพื้นที่ด้วยการตรวจสอบความคิดใหม่เชิงนามธรรม โดยชื่อของทฤษฎีนี้มาจากความแตกต่างระหว่างสองพื้นที่ใหญ่ ซึ่งพื้นที่นี้ประกอบด้วย

1. พื้นที่แนวคิด (Concept – C) ประกอบด้วยสิ่งที่ไม่มิตรรกะไม่มีเหตุผล หรืออาจไม่ใช่เรื่องจริง และอาจใหม่มากยิ่งขึ้นไม่มีปรากฏบนโลก ซึ่งความคิดในพื้นที่นี้จะเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการออกแบบสิ่งใหม่ ๆ ได้

2. พื้นที่ความรู้ (Knowledge – K) ประกอบด้วยสิ่งที่รู้อยู่แล้วทางด้านต่าง ๆ อาจเป็นองค์ความรู้ที่มีการเรียนรู้กันมาแต่เดิมในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านเทคนิค พาณิชย สังคม ฯลฯ



ภาพประกอบ 157 ภาพแสดงทฤษฎี C – K หรือทฤษฎีแนวคิด-ความรู้

ที่มา : CK-THEORY.ORG. (2022). *What is C-K ?*.

สืบค้นจาก <https://www.ck-theory.org/c-k-theory/?lang=en>

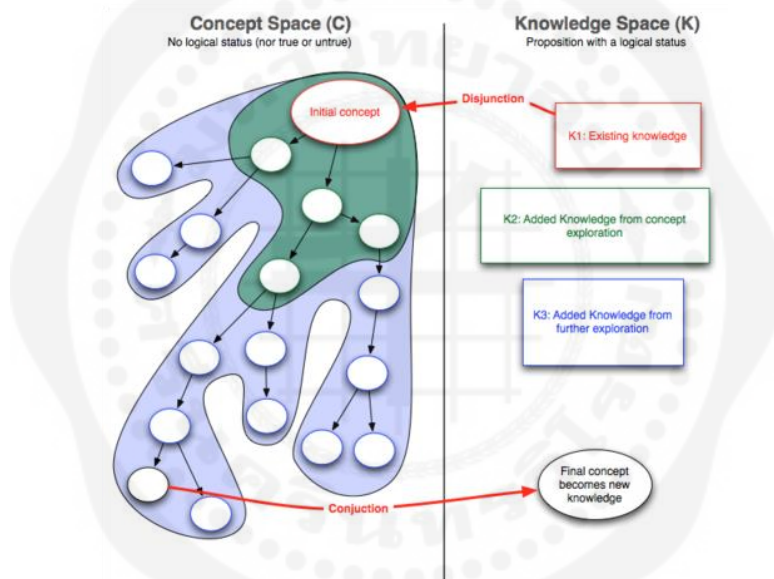
4.2 ขั้นตอนการนำทฤษฎี C-K มาใช้

การนำทฤษฎี C-K มาใช้มีขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดโจทย์หรือเป้าหมายที่ต้องการจากชิ้นงานที่จะสร้างขึ้น
2. หาข้อมูลหรือความรู้ตามคำสำคัญ (Keyword) ในโจทย์ที่กำหนด โดยเพิ่มเติมลงไปในผังความรู้ (Knowledge)
3. แยกความคิดที่เกี่ยวข้องในผังแนวคิด (Concept) อาจเขียนในลักษณะผังความคิด (Mind Map) โดยพยายามแตกหรือแสดงความคิดใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมี ทั้งความคิดที่เป็นไปได้และเป็นไปไม่ได้ในปัจจุบัน
4. พิจารณาความคิดใหม่ที่เกิดขึ้นว่า ต้องการข้อมูลหรือความรู้ใดที่จะช่วยสร้างความกระจ่างชัดหรือไม่ และตรวจสอบความเป็นไปได้ของความคิดใหม่นั้นด้วยการหาข้อมูลเพิ่มเติมในผังความรู้ (Knowledge)
5. สรุปและยุติความคิด เมื่อได้ความคิดใหม่ที่ผ่านการตรวจสอบแล้วว่าเป็นไปได้ และเป็นที่ยอมรับของสังคม โดยมีเงื่อนไขว่าความคิดสร้างสรรค์นี้เป็นความคิดใหม่ที่ส่งผลทางบวกไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนต่อตนเองและผู้อื่น

การแตกความคิดของคำต่าง ๆ ในฝั่งพื้นที่ C และ K จะมีลักษณะ 4 แบบ โดยแต่ละแบบเกิดจากการปฏิบัติการโยกย้ายไปมาระหว่าง 2 ฝั่งและถูกกำหนดให้เป็นการขยายสองเท่าของพื้นที่ (Kazakçı, A.O.; Tsoukias, A., 2008) ดังนี้

- ย้ายจาก K ไป C เมื่อคำนั้น ๆ สามารถจะขยายความคิดไปได้อีกบนพื้นที่ฝั่ง C
- ย้ายจาก C ไป C เมื่อคำนั้น ๆ ย้ายจาก K ไป C สามารถขยายออกไปได้อีกไม่จำกัด
- ย้ายจาก K ไป K เมื่อคำนั้น ๆ แสดงถึงความรู้ที่มีอยู่ และยังต้องการความรู้อื่น ๆ เพิ่มเติม
- ย้ายจาก C ไป K เมื่อคำนั้น ๆ แสดงถึงการปฏิบัติที่มีอยู่จริง ไม่ใช่เรื่องใหม่หรือเป็นเรื่องที่มีอยู่แล้ว



ภาพประกอบ 158 ภาพแสดงโครงสร้างของทฤษฎี C-K

ที่มา : Wikipedia. (2021). *C – K Theory*.

สืบค้นจาก https://en.wikipedia.org/wiki/C-K_theory

ดังนั้นผลลัพธ์ที่เกิดจากการปฏิบัติการ C – K คือการสร้างวัตถุหรือการออกแบบใหม่ เพื่อเปลี่ยนคุณสมบัติจากพื้นที่ฝั่ง C ที่แต่ละคำดูเป็นไปไม่ได้ให้ไปสู่พื้นที่ฝั่ง K ด้วยการหาข้อมูลเพิ่มเติมและพัฒนาไต่เต้าให้มีความเป็นไปได้จริงมากขึ้น ดังเช่นตัวอย่างดังต่อไปนี้

จากโจทย์ “การสร้างเก้าอี้พกพา (แคมป์ปิ้ง) ที่มีน้ำหนักเบาและราคาถูก” เมื่อนำโจทย์มาแบ่งตามกลุ่มพื้นที่ฝั่ง C และ K จะได้ดังนี้

กลุ่มพื้นที่ฝั่ง K ประกอบด้วย สิ่งที่เราารู้อยู่แล้วเกี่ยวกับเก้าอี้ คือ

1. เป็นชิ้นส่วนของเฟอร์นิเจอร์ที่มีพื้นผิวที่ใช้ในการนั่ง
2. เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับมนุษย์ไว้ใช้งาน
3. รูปแบบลักษณะของเก้าอี้ส่วนใหญ่จะมี 4 ขาและมีพนักพิง

จากข้อมูลของกลุ่มพื้นที่ฝั่ง K เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อแล้ว สามารถต่อยอดเพิ่มไอเดียความคิดบางข้อไปยังพื้นที่ฝั่ง C ได้ คือ

- 1.รูปแบบการนั่งของมนุษย์ มีแบบใดบ้าง แบบไหนควรจะเหมาะสมต่อการนั่งตอนไปแคมป์ปิ้งมากที่สุด
- 2.รูปแบบลักษณะของเก้าอี้จำเป็นต้องมี 4 ขาและมีพนักพิงเท่านั้นหรือไม่ หรือเป็นลักษณะอื่น ๆ ได้



ภาพประกอบ 159 ภาพแสดงการนำทฤษฎี C-K มาใช้

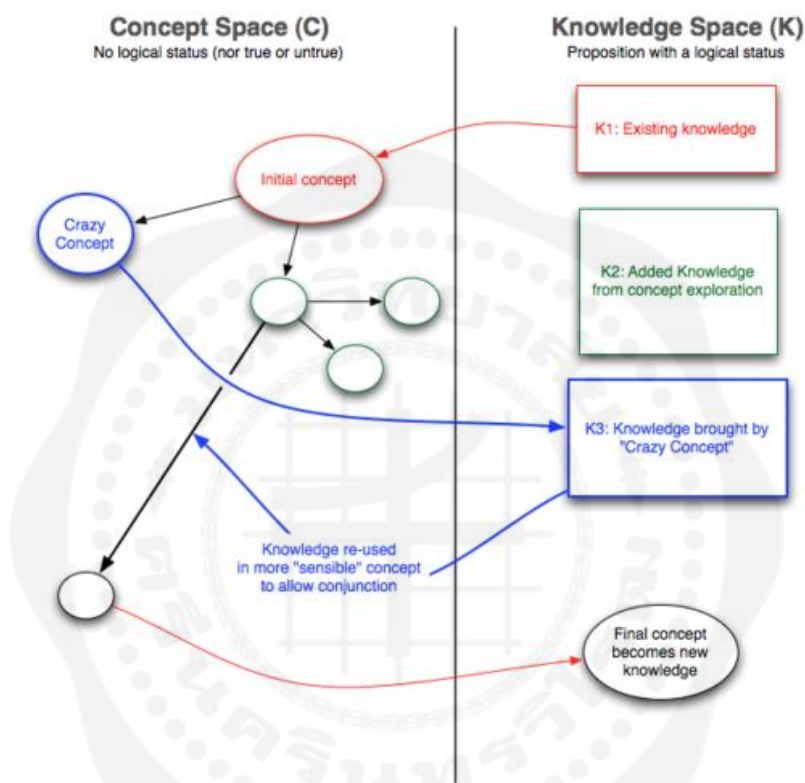
ที่มา : มยุรี เสือคำราม, พรสวรรค์ ทิพจันทร์, มณีรัตน์ จันทร์กระจ่าง, ศรีลัดดา เทพารักษ์ และกิตติมา แซ่โง. (2562). *ผลการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียน โดยใช้ C-K Theory ในรายวิชาการจัดการ ตรี*

สินค้า: *กรณีศึกษา นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*

สืบค้นจาก http://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal/394/115_133.pdf

จะเห็นได้ว่าข้อมูลในกลุ่มพื้นที่ฝั่ง C นั้นอาจจะเป็นรูปแบบประโยคคำถามที่เป็นสมมุติฐาน ที่เกี่ยวเนื่องมาจากข้อมูลในกลุ่มพื้นที่ K และขั้นตอนต่อไปคือ การหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อขยายไอเดียและแนวความคิดของกลุ่มพื้นที่ C ทั้ง 2 ข้อแตกออกไปอีก ก็จะทำให้ได้คำตอบของการออกแบบเก้าอี้ที่ช่วยให้เกิดความคิดใหม่ในการออกแบบเก้าอี้ให้กับผู้ออกแบบได้ ซึ่งประโยชน์และเอกลักษณ์ของการนำทฤษฎี C – K ไปใช้ ส่วนมากแล้วจะมีจุดมุ่งหมายเพื่อทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ด้านความคิดริเริ่มใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น และการให้ได้คำตอบหรือแนวทางที่หลากหลายโดยไม่ถูกจำกัดจากสิ่งที่เคยเห็นหรือเคยรับรู้มาก่อน

และการคิดได้อิสระไม่จำกัดความคิด ไม่ผูกติดหรือยึดติดกับความรู้ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ในบางครั้งในพื้นที่ C อาจเกิดแนวคิดบ้า ๆ (Crazy Concepts) หรือแนวคิดที่ดูเหมือนไร้สาระในกระบวนการออกแบบ แต่ทฤษฎี C-K นั้นเห็นว่าแนวคิดที่บ้า ๆ บอ ๆ สามารถเป็นประโยชน์ต่อกระบวนการออกแบบได้ และบางครั้ง "แนวคิดบ้า ๆ" นั้นจะใช้เพื่อกำหนด "แนวคิดที่สมเหตุสมผล" เพิ่มเติมและ นำไปสู่การรวมกันและองค์ความรู้ใหม่ในที่สุด

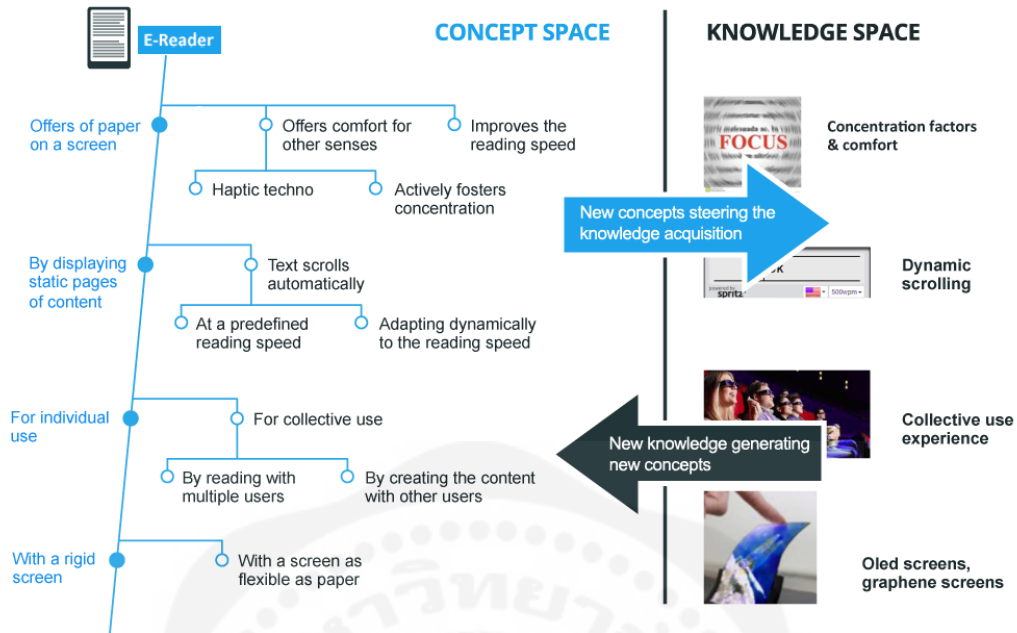


ภาพประกอบ 160 ภาพแสดงเกิดแนวคิดบ้า ๆ ของทฤษฎี C - K

ที่มา : Wikipedia. (2021). C - K Theory.

สืบค้นจาก https://en.wikipedia.org/wiki/C-K_theory

Hatchuel, A. ; Le Masson, P. and Weil, B. (2009) กล่าวว่า ทฤษฎี C-K ถูกนำไปใช้ในบริบททางอุตสาหกรรมหลายอย่างตั้งแต่ปี 1998 ซึ่งส่วนใหญ่ในประเทศฝรั่งเศส สวีเดน และเยอรมนี โดยทั่วไปจะใช้เป็นวิธีการที่เพิ่มขีดความสามารถด้านนวัตกรรมการออกแบบและในแผนกการออกแบบและพัฒนา (R&D) นอกจากนี้ทฤษฎี C-K ยังเป็นแรงบันดาลใจใหม่สำหรับนวัตกรรมการออกแบบ โดยมีเป้าหมายเพื่อเอาชนะข้อจำกัดของการออกแบบแบบมาตรฐานทั่วไป ด้วยวิธีการแนวคิดของทฤษฎีนี้คล้ายคลึงกับแนวคิดการบังคับในทฤษฎีเซตและการสร้างแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ (Kazakci, Akin, and Hatchuel, A., 2009)



ภาพประกอบ 161 ภาพแสดงตัวอย่างการนำทฤษฎี C – K ไปใช้

ที่มา : CK-THEORY.ORG. (2022). *What is C-K ?*.

สืบค้นจาก <https://www.ck-theory.org/c-k-theory/?lang=en>

ส่วนที่ 5 – ด้านกระแสเทคโนโลยีและแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นที่เกี่ยวข้อง

อรรถพันธ์ พงษ์เลาหพันธ์ (2563) กล่าวว่า การคาดการณ์แนวโน้มแฟชั่น คือ การคาดเดาความต้องการความเป็นไปของกระแสนิยมในตลาด เป็นการคาดการณ์ตลาดสินค้าแฟชั่นล่วงหน้า เพื่อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจด้านการออกแบบ การวางแผนการตลาดของสินค้าแฟชั่น ในการคาดการณ์แนวโน้มแฟชั่นให้ถูกต้องจำเป็นต้องศึกษาเรื่องแนวโน้มแฟชั่นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและศึกษาล่วงหน้าถึงปีแฟชั่นต่าง ๆ ในอนาคต การคาดการณ์แนวโน้มแฟชั่นจะช่วยให้การผลิตสินค้ามีความถูกต้องตามความต้องการของผู้บริโภค ลดความเสี่ยงการขาดทุน ช่วยลดต้นทุนการผลิต และสามารถเพิ่มผลกำไรให้แก่แบรนด์ได้อีกด้วย

แนวโน้มแฟชั่นต่าง ๆ จะถูกสร้างหรือกำหนดขึ้นจากองค์กร สถาบัน หรือกลุ่มคนที่ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและสถานการณ์ต่าง ๆ ที่สำคัญที่เกิดขึ้นทั่วโลก แล้วนำมาสรุปเป็นข้อมูลที่เป็นแรงบันดาลใจในรูปแบบของแผนภาพหรือมุดบอร์ด โดยมีคำอธิบายต่าง ๆ ให้แก่นักออกแบบหรือผู้ใช้แนวโน้มต่าง ๆ ระยะเวลามาตรฐานของการนำแนวโน้มแฟชั่นไปใช้เพื่อการออกแบบจะอยู่ที่ 18 - 24 เดือนก่อนสินค้าจะถูกจัดจำหน่ายจริง โดยปกติแนวโน้มแฟชั่นหนึ่ง ๆ จะได้รับความนิยมอยู่ในช่วงระหว่าง 6 เดือนถึง 5 ปีแล้วค่อย ๆ ลดความนิยมลงไป ซึ่งสินค้าแฟชั่นมักจะได้รับคามนิยมสูงสุดประมาณ 1 ฤดูกาลของการจัด

จำหน่ายสินค้าอื่น ๆ โดยสามารถจะต่อยอดสู่ฤดูกาลถัดไปได้ ซึ่งแฟชั่นประจำฤดูกาลส่วนใหญ่แล้วมักจะ เป็นผลมาจากการนำเสนอของแฟชั่นโชว์ก่อนฤดูกาลที่จะจัดจำหน่ายจริง

ปัจจุบันแนวโน้มแฟชั่นสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มในการนำไปใช้ ได้แก่

1. ใช้เป็นแนวทางสำหรับนักออกแบบแฟชั่น ในรูปแบบแผนภาพแรงบันดาลใจ และมีคำอธิบายประกอบ
2. ใช้เป็นแนวทางสำหรับธุรกิจในการวางแผนการตลาดในอนาคต ด้วยการคาดการณ์ในระยะยาว 15 - 20 ปีจากสภาพการตลาดในปัจจุบัน
3. ใช้ในธุรกิจแฟชั่นสำหรับผู้ผลิต เช่น เสื้อผ้า วัสดุ เส้นใย และรายละเอียดต่าง ๆ

5.1 กระแสเทรนด์โลก(Global Trend) ปี 2022-2023

แนวโน้มกระแสโลก(Global Trend) ถือเป็นแนวโน้มกระแสหลัก อาจเป็นเหตุการณ์หรือกระแสที่ถูกคาดการณ์ว่าน่าจะได้รับความนิยมในอนาคตซึ่งเป็นสิ่งที่วิเคราะห์มาจากหลายที่มา เช่น ด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ความก้าวหน้า เทคโนโลยีนวัตกรรมและปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และนำมาสู่การวิเคราะห์ข้อมูลด้านแนวโน้มกระแสแฟชั่น ซึ่งปัจจุบันผู้ที่กำหนดแนวโน้มกระแสแฟชั่นโลกมีหลายองค์กร เช่น คาร์แลง(Carlin), เนลลี โรดี(Nelly Rodi), แพนโทน(Pantone), ดับบลิว จีเอสเอ็น(WGSN) โดยเนื้อหาในการนำเสนอประกอบไปด้วย เทรนด์หลัก แนวความคิดด้านสี และองค์ประกอบภาพรวม Mood & Tone และกรณีศึกษา ตัวอย่างวัสดุ ดังนั้นผู้วิจัยจำเป็นต้องศึกษาหาภาพรวมของแนวโน้มกระแสโลกและแนวโน้มกระแสแฟชั่นของสินค้าต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสำหรับโครงการนี้ เพื่อนำไปสู่ภาพรวมของการออกแบบผลงานสุดท้ายต่อไป

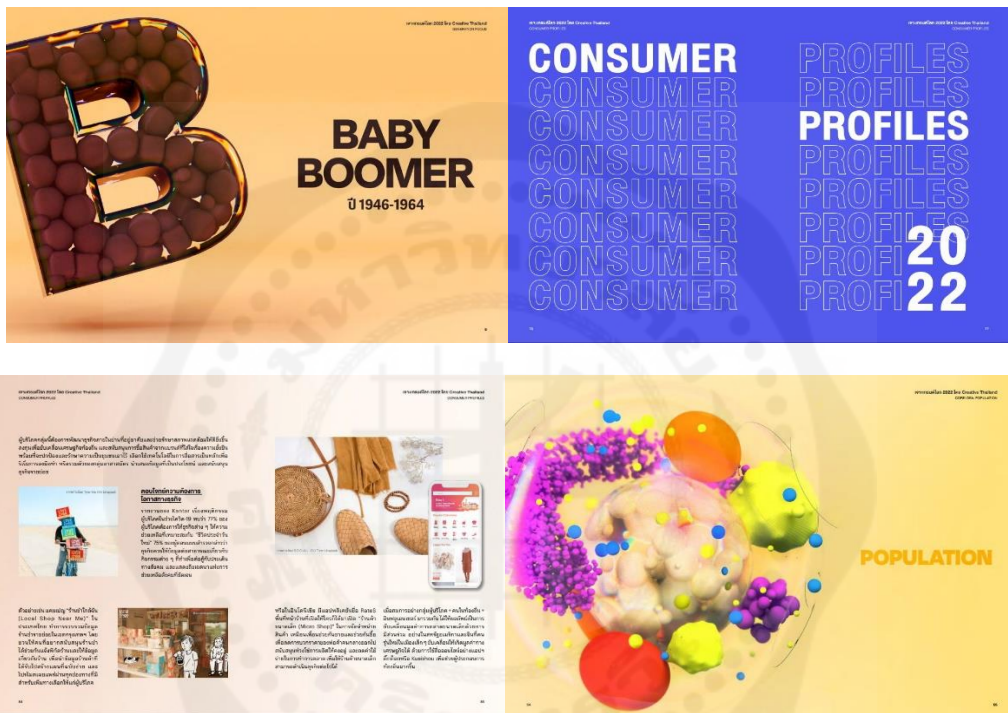
5.1.1 ภาพรวมแนวโน้มกระแสเทรนด์โลก(Global Trend) ปี 2022-2023

จากการสำรวจแนวโน้มกระแสเทรนด์โลกจากศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ (TCDC) (2022) พบว่า กระแสเทรนด์โลกในปี 2022-2023 ซึ่งเป็นปีที่ความปกติใหม่(New Normal) ไม่ได้แปลว่าอนาคตจะ ได้ใช้ชีวิต เหมือนเดิม แต่อาจจะต้องมีการปรับเปลี่ยนหรือยืดหยุ่นชีวิตในบางเรื่อง ความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นต่าง ๆ รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปใน 4 ด้านที่สำคัญมีรายละเอียดดังข้อมูลด้านล่าง ซึ่งข้อมูลที่น่ามานี้ผู้วิจัยเน้น เฉพาะในเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับโครงการวิจัยเท่านั้น ดังนี้

1.ด้านผู้คน (Population)

จากข้อมูลแนวโน้มกระแสเทรนด์โลกจากศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ (TCDC) ได้กล่าวถึงช่วงอายุของประชากรในช่วงวัยต่าง ๆ ซึ่งส่วนมากได้รับผลกระทบตั้งแต่สถานการณ์COVID-19 ใน

ปีก่อนด้วยกันทั้งสิ้น และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจในช่วงปีนี้เป็นเหตุให้พวกเขาเบี่ยงเบนเมอร์บางส่วนหรือคนที่มีช่วงอายุ 58-76 ปีวางแผนเลื่อนเวลาการเกษียณอายุออกไป และเน้นการอยู่บ้านและความต้องการสร้างรายได้จากที่บ้านมากขึ้นกว่าเดิม โดยเฉพาะคนกลุ่มนี้หันมาใช้งานและพึ่งพาเครื่องมืออุปกรณ์เกี่ยวกับดิจิทัลมากขึ้น ในส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นจะให้ความสำคัญกับการซื้อจากร้านค้าขนาดเล็ก (Micro Shop) ในการจัดจำหน่ายสินค้าเหมือนเพื่อนกับเพื่อนช่วยกันซื้อขายหรือในลักษณะการซื้อกับคนในท้องถิ่น ไม่ต้องมีพ่อค้าคนกลาง ซึ่งทำให้ตลาดขนาดเล็กยังสามารถคงอยู่ได้



ภาพประกอบ 162 ภาพแสดงแนวโน้มกระแสเทรนด์โลกด้านผู้คน (Population)

ที่มา : TCDC. (2564). *Trend 2022 เจาะเทรนด์โลก : READY SET GO.*

สืบค้นจาก <https://www.tcdc.or.th/th/all/service/resource-center/e-book/33202-Trend-2022>

จากข้อมูลในส่วนนี้สามารถสะท้อนออกมาในรูปแบบของสี่สีที่แสดงถึงที่มาของกลุ่มสี่สีที่สื่อถึงเจตสืออร์แกนิกไปจนถึงเจตสีสังเคราะห์ ซึ่งหมายความถึงแรงผลักดันด้านจิตใจและการแสวงหาความสุข ความต้องการความแปลกใหม่กับความต้องการแบบเดิม ๆ อันคุ้นเคยที่จะช่วยนำความรู้สึกตื่นเต้นและการมองโลกในแง่ดีมาสู่ฤดูกาล ซึ่งสีหลักของ 7 กลุ่มสีนี้เกิดจากกระบวนการวิเคราะห์และคัดกรองจากสำนักเทรนด์ต่าง ๆ และคาดว่าน่าจะได้รับคามนิยมในปีหน้า



ภาพประกอบ 163 ภาพแสดงแนวโน้มกระแสเทรนด์โลกเรื่องสี
 ที่มา : TCDC. (2564). *Trend 2022 เจาะเทรนด์โลก : READY SET GO.*

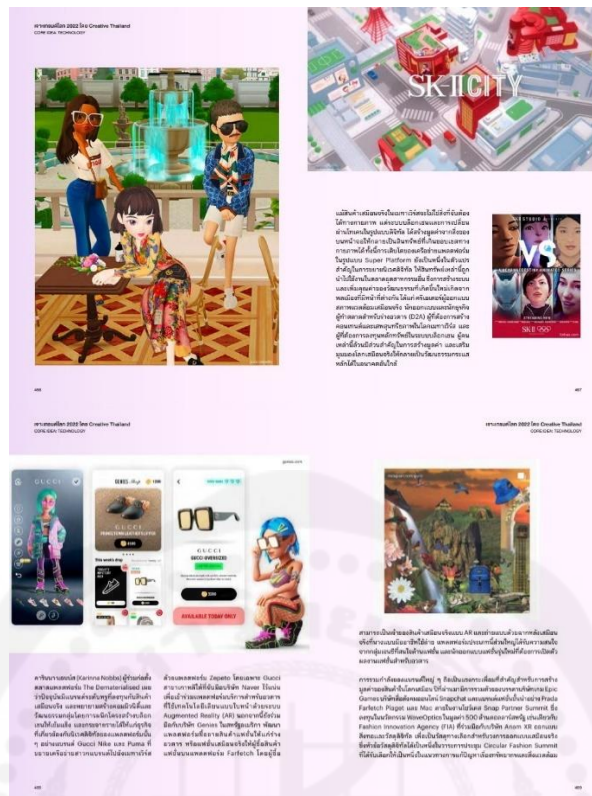
สืบค้นจาก <https://www.tcdc.or.th/th/all/service/resource-center/e-book/33202-Trend-2022>

2.ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social & Culture)

โลกาภิวัตน์ได้กระจายตัวออกไปทั่วโลกด้วยการเชื่อมต่อของเทคโนโลยีโลกดิจิทัล ทำให้สินค้าและบริการ รวมถึงข่าวสารข้อมูล และวัฒนธรรมถูกเผยแพร่ออกไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดความเป็นท้องถิ่นแบบสุดขีด(Hyper-Localism) ซึ่งทำให้เกิดพื้นที่และการรับฟังของคนชายขอบ คนกลุ่มน้อยและคนที่ถูกมองข้ามมากขึ้น และการเน้นให้ความสำคัญกับ 4C ได้แก่ การเชื่อมต่อกัน (Connection) การป้องกันรักษา(Conservation) การสื่อสาร(Communication) และการอยู่ร่วมกัน(Community)



ภาพประกอบ 164 ภาพแสดงแนวโน้มกระแสเทรนด์โลกด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social & Culture)
 ที่มา : TCDC. (2564). *Trend 2022 เจาะเทรนด์โลก : READY SET GO.*



ภาพประกอบ 165 ภาพแสดงแนวโน้มกระแสเทรนด์โลกด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technology) ที่มา : TCDC. (2564). *Trend 2022 เจาะเทรนด์โลก : READY SET GO.*

สืบค้นจาก <https://www.tcdc.or.th/th/all/service/resource-center/e-book/33202-Trend-2022>

4.ด้านนิเวศและสิ่งแวดล้อม (Environment)

การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมไม่เป็นเพียงกลยุทธ์ระยะสั้นอีกต่อไป แต่จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจเติบโตได้ในระยะยาว ด้วยการเปลี่ยนทัศนคติเรื่องสิ่งแวดล้อมจากคิดเพื่อสิ่งแวดล้อม (Think Green) สู่การเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อม (Be Green) วิธีการต่าง ๆ มีการนำเสนอขึ้นมาใหม่มากมาย รวมถึงเรื่องทึบห่อแบบรักษ์โลก การใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ง่าย การนำกลับไปใช้ใหม่และการรีไซเคิล ซึ่งประเด็นเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญมากขึ้น การสร้างสรรค์งานฝีมือแฮนด์เมดในลักษณะ DIFY (Do It For Your - self) ที่นอกเหนือจากสินค้าแฟชั่นกระแสหลักจะได้รับความนิยมมากขึ้นเพราะเป็นสิ่งที่แสดงถึงตัวตนและการพึ่งพาตัวเองคล้ายกับสไตล์สินค้าของพวกฮิปบี้ แนวคิดฮิปสเตอร์ (Hipstader) จะเป็นนิยามใหม่ของผู้บริโภคที่ใช้ชีวิตอยู่แต่ในบ้านและใช้จ่ายไปกับสินค้าที่มีพลังบวกกลับมา ดังนั้นจึงคาดการณ์ว่าน่าจะมีแนวโน้มการขายชุดเครื่องมืออุปกรณ์ DIY หรืองานคราฟท์ (Craft) ต่าง ๆ ออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถผลิตงานได้ด้วยตนเองในราคาที่ย่อมเยากว่าการซื้อสินค้าสำเร็จรูป



ภาพประกอบ 166 ภาพแสดงแนวโน้มกระแสเทรนด์โลกด้านนิเวศและสิ่งแวดล้อม (Environment)

ที่มา : TCDC. (2564). Trend 2022 เจาะเทรนด์โลก : READY SET GO.

สืบค้นจาก <https://www.tcdc.or.th/th/all/service/resource-center/e-book/33202-Trend-2022>

สรุปแล้วจากแนวโน้มกระแสเทรนด์โลกที่กล่าวมา อุตสาหกรรมกลุ่มแฟชั่นและกลุ่มศิลปะ งานหัตถกรรม ควรให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และการพึ่งพาเทคโนโลยีโลกดิจิทัลให้มากขึ้น เพื่อให้ก้าวทันไปกับกระแสของโลกวิถีชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนไป



ภาพประกอบ 167 ภาพแสดงสรุปแนวทางของแต่ละอุตสาหกรรม
ที่มา : TCDC. (2564). *Trend 2022 เจาะเทรนด์โลก : READY SET GO.*

สืบค้นจาก <https://www.tcdc.or.th/th/all/service/resource-center/e-book/33202-Trend-2022>

5.2 กระแสเทรนด์สินค้าแฟชั่น (Fashion Product Trend) ปี 2022-2024

แนวโน้มการออกแบบเครื่องแต่งกาย (Fashion Trend) การออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Trend) และเครื่องประกอบการแต่งกาย (Accessories Trend) ปี 2022-2024 ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวโน้มแฟชั่นจากหลายแหล่งที่มา ซึ่งสามารถแบ่งตามฤดูกาลแฟชั่นได้ดังนี้

5.2.1 แนวโน้มกระแสแฟชั่นเครื่องแต่งกาย การออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Trend) และเครื่องประกอบการแต่งกาย (Accessories Trend) สำหรับฤดูใบไม้ผลิ / ฤดูร้อน (S/S) ปีค.ศ.2022-2023

5.2.1.1 แนวโน้มกระแสแฟชั่นเครื่องแต่งกาย สำหรับฤดูใบไม้ผลิ / ฤดูร้อน (S/S) ปี 2022-2023

ข้อมูลของ World Global Style Network (WGSN) (2022) สรุปแนวโน้มการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกาย สำหรับฤดูใบไม้ผลิ / ฤดูร้อน (S/S) ปี 2022-2023 ระบุว่า เทรนด์อวกาศวิญญาณ (Soul Space) เป็นเทรนด์ที่ถูกขับเคลื่อนด้วยการแสวงหาความพึงพอใจและความปลอดภัย ซึ่งจะเกิดขึ้นทุกที่ไม่ว่าจะในธรรมชาติหรือที่บ้าน โครงสร้างเงาสำหรับชุดเสื้อผ้าผู้หญิงจะดูผ่อนคลายมากขึ้น วัสดุที่ใช้จะ

อ่อนนุ่มและเน้นการใช้สีและลวดลายที่ดูอ่อนคลาญ เทรนด์นี้มาจากแรงบันดาลใจที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นความโรแมนติกของชนบทไลฟ์สไตล์ ความสะดวกสบายของบ้าน ความน่าดึงดูดใจของสถานที่ห่างไกล หรือความคิดถึงในยามไกล ผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมสุขภาพ การดูแลตนเอง ส่วนผสมและกระบวนการทางธรรมชาติต่าง ๆ เช่น สีจากอาหารสัตว์ ฟีนผิวที่ขูดขึ้นมาดิบ ๆ และวัสดุหรือบรรจุภัณฑ์ที่ถูกนำกลับมาใช้ใหม่ ผลลัพธ์ของธรรมชาติที่มีจุดต่างค่าและคาดเดาไม่ได้จะกลายเป็นความหมายใหม่ของความหายากและความหรูหรา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีก็จะมีผลสำคัญเช่นกัน เนื่องจากนวัตกรรมชีวภาพมีมากขึ้น ส่งผลให้มีการออกแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เทรนด์นี้ใช้สีตามอารมณ์ ตั้งแต่สีฟ้าไปจนถึงสีเหลืองสดและสีชมพู สีส้ม ภาพพิมพ์ที่หลากหลายสไตล์ รวมถึงลายดอกไม้แบบเก๋และแบบโอเวอร์ไซส์ ลวดลายทอผ้า และลายตาราง



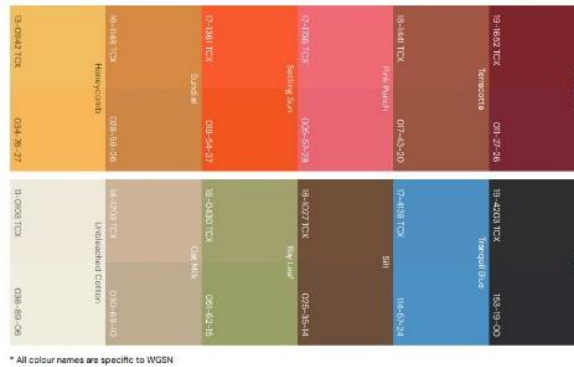
ภาพประกอบ 168 ภาพแสดงเทรนด์ Soul Space

ที่มา : WGSN. (2022). *Womenswear Forecast S/S 23: Soul Space*.

สืบค้นจาก <https://media-wgsn->

[com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

ซึ่งจากกระแสแนวโน้มหลักของเทรนด์อวกาศวิญญาน (Soul Space) สามารถสรุปออกมาเป็นโทนสีได้ ดังนี้



ภาพประกอบ 169 ภาพแสดงโทนสีของเทรนด์ Soul Space

ที่มา : WGSN. (2022). *Womenswear Forecast S/S 23: Soul Space*.

สืบค้นจาก [https://media-wgsn-](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

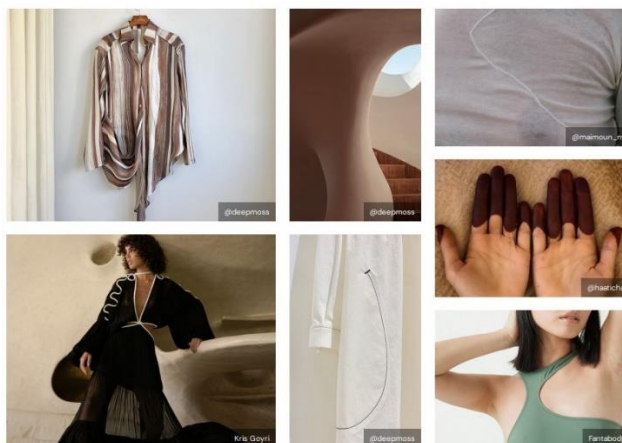
[com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

และแบ่งเป็นเทรนด์ย่อยออกได้เป็น 10 เทรนด์ ดังนี้

1. Soft Profiles

แนวความคิด: การใช้เส้นที่นุ่มนวลและโครงสร้างเงาที่โค้งมนให้ความรู้สึกสงบและมั่นคง ซึ่งเข้ากันได้กับทิศทางของเทรนด์หลัก รูปทรงที่ลื่นไหล(Fluid Forms) และแรงบันดาลใจจากการออกแบบเชิง พื้นที่และสไตล์เลานจ์(Lounge) คุณลักษณะนี้ให้รูปลักษณ์ที่นุ่มนวลกว่าแบบมินิมลิสต์ (Minimalist) ด้วยรูปแบบที่ผ่อนคลายและมีความสบายมากขึ้น

รายละเอียด: การเย็บตะเข็บและขอบด้านนอกแบบคัตเอาท์ ชายกระโปรงและลวดลาย ที่ลื่นไหล การพิมพ์ลวดลาย การใช้วัสดุธรรมชาติเป็นหัวใจสำคัญ เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าลินิน งามี ผ้าป่าน และผ้าไหม การเลือกใช้เส้นด้ายที่ไม่ย้อมสี หรือใช้สีย้อมจากธรรมชาติที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย



ภาพประกอบ 170 ภาพแสดงเทรนด์ Soft Profiles

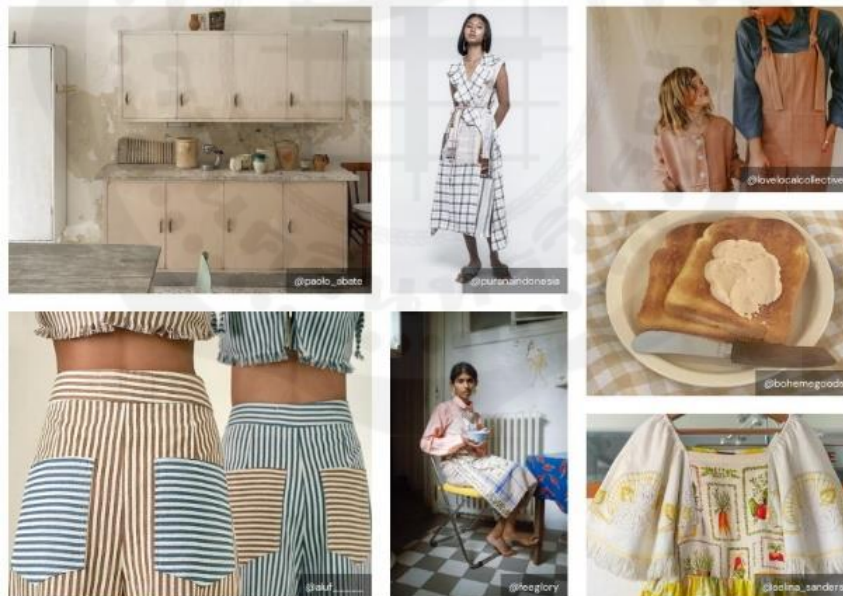
ที่มา : WGSN. (2022). *Womenswear Forecast S/S 23: Soul Space*.

สืบค้นจาก [https://media-wgsn-](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

[com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

2. Kitchen body

แนวความคิด: ได้แรงบันดาลใจจากการให้บ้านเป็นพื้นที่บำบัด และห้องครัวเป็นเหมือน ศูนย์กลางของทุกสิ่งที่น่าสนใจต่าง ๆ มารวมกัน เป็นอิมที่นำความเสน่ห์ที่น่าดึงดูดใจของคนรุ่นก่อน มาผสมผสานกับทิศทางใหม่ ชุดแบบจำลองที่มีรูปแบบเอนกประสงค์ แสดงถึงการผสมผสานระหว่างบ้าน กับแฟชั่น โครงร่างเงาที่เรียบง่าย ไม่เกะกะรุงรังด้วยรายละเอียดที่ได้รับแรงบันดาลใจจากผ้ากันเปื้อน และ รูปทรงบ้านที่นุ่มนวลหรือโค้ง มนที่ใช้ได้กับขนาดและรูปร่างที่แตกต่างกัน โทนสีที่แสดงถึงความอบอุ่นที่ได้รับแรงบันดาลใจจากอาหารต่าง ๆ ควบคู่ไปกับเฉดสีอ่อน ๆ ของผ้าคอตตอนและกระเบื้องดินเผา การใช้ผ้าที่เส้นใยมาจากธรรมชาติ และการนำวัสดุที่มักกลับมาใช้ใหม่



ภาพประกอบ 171 ภาพแสดงเทรนด์ Kitchenbody

ที่มา : WGSN. (2022). *Womenswear Forecast S/S 23: Soul Space*.

สืบค้นจาก [https://media-wgsn-](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

[com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

3. Never - ending summer

แนวความคิด: หลังจากช่วงเวลาแห่งความเครียด ความวิตกกังวล และเวลาที่ ติดอยู่ภายในบ้าน ผู้บริโภคจำนวนมากต้องการแสงจากธรรมชาติ การใช้ชีวิตกลางแจ้ง และฤดูร้อนที่ไม่มีสิ้นสุด โครงร่างเงาของชุดเสื้อผ้าพักผ่อนที่แบบเรียบง่ายที่ใช้งานได้ตั้งแต่ห้องนั่งเล่นไปจนถึงเดินชายหาด การใช้สีที่ซีด แดด กราฟิกแบบวินเทจ และผ้าที่มีเส้นใยธรรมชาติ การใช้วัสดุผ้าขนหนูเป็นแนวทางสำคัญควบคู่ไปกับผ้าลินิน เนื้อแน่น และผ้าฝ้าย การใช้สีซีด จาง และสีพาสเทลควบคู่ไปกับสีที่ได้รับแรงบันดาลใจจากเวลาพระอาทิตย์ขึ้น และตก ลวดลายแบบลายทางที่ชวนให้นึกถึงอดีต หรือลายพระอาทิตย์ตก ต้นปาล์ม ทิวทัศน์ริมทะเล และ ข้อความสโลแกนที่ให้ความรู้สึกดี ๆ ที่เขียนด้วยลายมือสไตล์วินเทจ ชุดเสื้อผ้าแบบชุดจับคู่ เช่น เสื้อยืด ชุดท่อน ล่าง ชุดชายหาด และชุดพักผ่อน



ภาพประกอบ 172 ภาพแสดงเทรนด์ Never - ending summer

ที่มา : WGSN. (2022). *Womenswear Forecast S/S 23: Soul Space*.

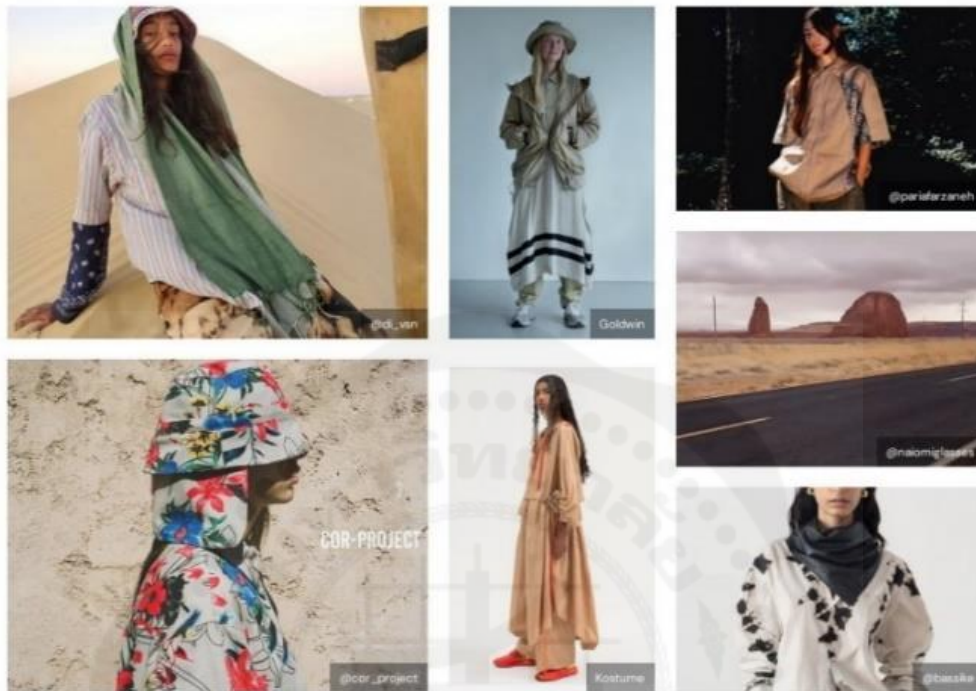
สืบค้นจาก [https://media-wgsn-](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

[com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

4. Desert rider

แนวความคิด: แรงบันดาลใจจากทิวทัศน์ทะเลทรายผสมผสานกับวัสดุ ธรรมชาติ และความงามแบบสปอร์ต ชุดออกกำลังกายและชุดลำลองสไตล์สตรีทแวร์ รวมไปถึงชุดแบบเอ้าท์ดอร์ เป็นทิศทางสำคัญของตลาดที่กำลังเติบโต โครงร่างเงาของเสื้อผ้าแบบไม่แบ่งบอเพศ(Unisex) การออกแบบแบบเลย์เออร์ผสมผสานการใช้ผ้าลินินและผ้าฝ้าย รูปแบบเสื้อผ้าที่เรียบง่ายเน้นประสิทธิภาพการใช้งาน และ

มีคุณสมบัติ พิเศษ เช่น การระบายความร้อน การแห้งเร็ว และป้องกันรังสียูวีเป็นตัวเลือกที่สำคัญ การใช้ผ้าพันหัว ผ้าพันคอ และหมวกที่มีรูปแบบรากฐานมาจากตะวันออกกลางและเอเชียใต้



ภาพประกอบ 173 ภาพแสดงเทรนด์ Desert rider

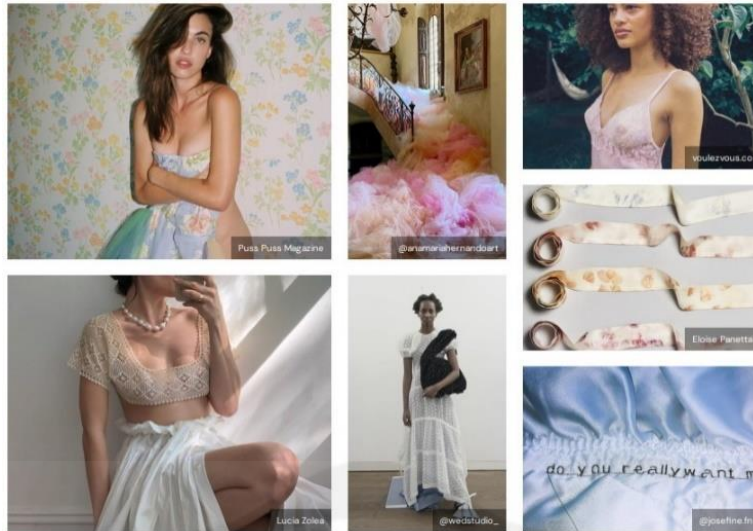
ที่มา : WGSN. (2022). *Womenswear Forecast S/S 23: Soul Space*.

สืบค้นจาก [https://media-wgsn-](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

[com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

5. Reclaimed romance

แนวความคิด: แม้ว่างานแต่งงานและโอกาสต่าง ๆ จะค่อย ๆ กลับมาอีกครั้ง เมื่อมีการยกเลิกการล็อกดาวน์ แต่ผู้บริโภคที่ประหยัดและใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ด้วยการถ่วงการซื้อสินค้าและวิธีแก้ปัญหา การนำพวกผ้ามือสองมาใช้ใหม่ เช่น ใช้เชือกผูกรองเท้ามือสองที่เก็บรวบรวมระหว่างการ จัดหาทริปท่องเที่ยวทั่วประเทศ ตลอดจนการออกแบบที่ปราศจากขยะ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การสร้างสรรค์ผลงานที่สามารถสวมใส่ได้หลายโอกาส รวมถึงการเช่าและการขายต่อสินค้าแบรนด์เนม การใช้ผ้าไหม ย้อมที่มีเสน่ห์แบบมรดกตกทอด และงานปักทำด้วยมือกับชุดออกงาน และชุดเจ้าสาวที่แสนโรแมนติก



ภาพประกอบ 174 ภาพแสดงเทรนด์ Reclaimed romance

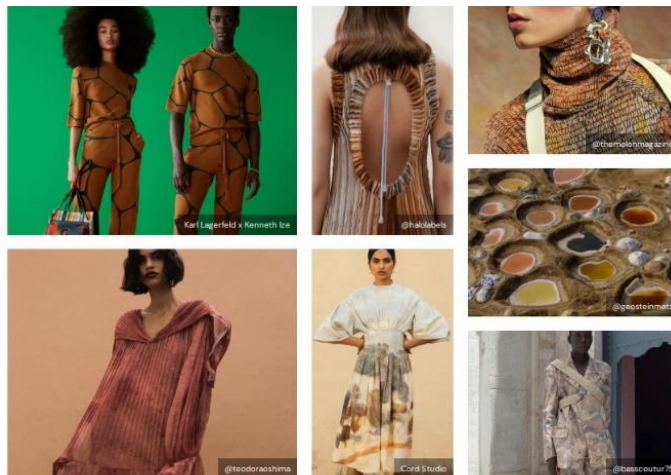
ที่มา : WGSN. (2022). *Womenswear Forecast S/S 23: Soul Space*.

สืบค้นจาก <https://media-wgsn->

[com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

6. Grounded

แนวความคิด: ในปัจจุบันความหลงใหลในธรรมชาติไม่มีสัญญาณของการชะลอตัว ดังนั้นพื้นผิวที่เป็นธรรมชาติจะยังคงสร้างแรงบันดาลใจให้กับรูปแบบและสิ่งทอต่อไป โดยการใช้หนังสือตัวลายดอก ลายทางและลายพราง สีที่ได้จากธรรมชาติเป็นหัวใจสำคัญ ผ้าถักและผ้าทอ ผ้าฝ้าย ผ้าไหม ธรรมชาติ ผ้าลินิน และผ้าป่าน ผ้าลายนูนที่มีโครงสร้างสามมิติ สำหรับ การใช้วัสดุคอมพิวเตอร์แกนิกมาเป็นกระดุม



ภาพประกอบ 175 ภาพแสดงเทรนด์ Grounded

ที่มา : WGSN. (2022). *Womenswear Forecast S/S 23: Soul Space*.

สืบค้นจาก [https://media-wgsn-](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

[com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

7. Healing crafts

แนวความคิด: ตลอดช่วงล็อกดาวน์นี้ให้นักออกแบบและแบรนด์ต่าง ๆ ทั่วโลก หันมาสนใจสุนทรียศาสตร์ของงานฝีมือ ซึ่งงานฝีมือนั้นมีบทบาทและความหมายที่ลึกซึ้งตั้งแต่การควบคุมพลังทางจิตวิญญาณไปจนถึงการช่วยเหลือชุมชนด้วย การสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับช่างฝีมือท้องถิ่น การพิมพ์ภาพลงบนผ้าขนสัตว์สำหรับทำชุดเสื้อผ้า เทคนิคการพิมพ์แบบเก่า



ภาพประกอบ 176 ภาพแสดงเทรนด์ Healing crafts

ที่มา : WGSN. (2022). *Womenswear Forecast S/S 23: Soul Space*.

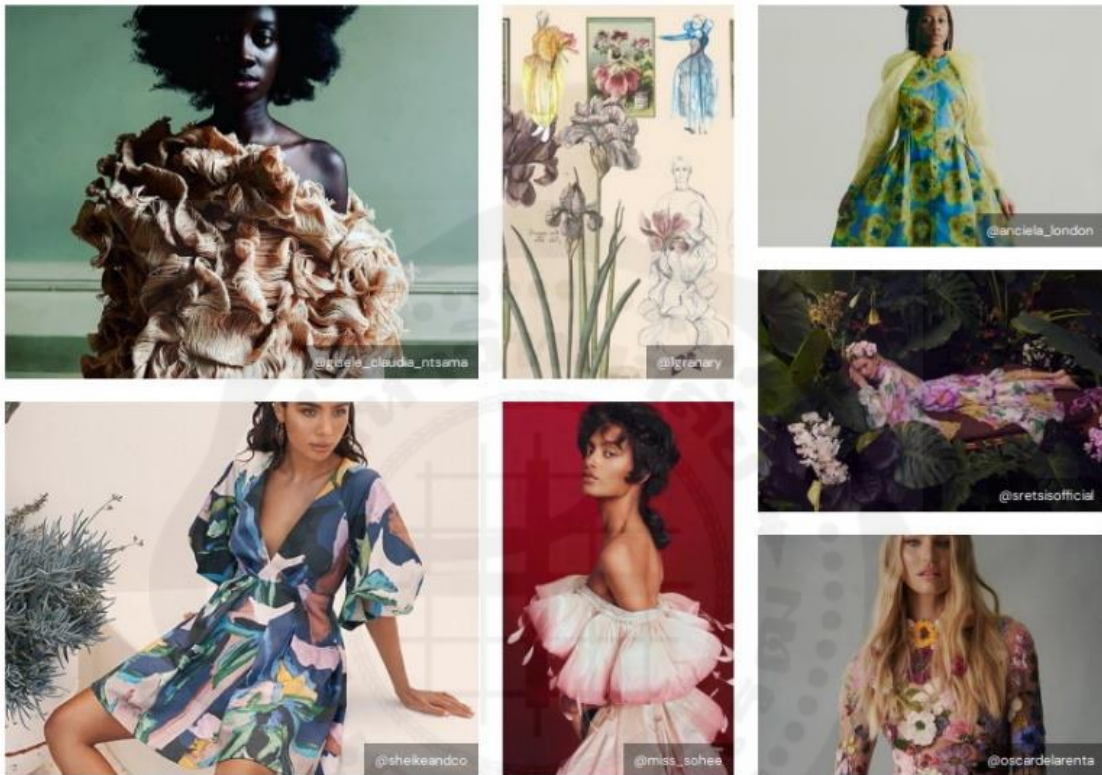
สืบค้นจาก [https://media-wgsn-](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

[com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

8. Joyful nature

แนวความคิด: พื้นผิวของใบไม้ ดอกไม้และพืช เป็นแรงบันดาลใจให้งานดีไซน์ ตั้งแต่ภาพซิลูเอตต์ไปจนถึงงานปักและการพิมพ์ ซึ่งเป็นลวดลายที่สนุกสนานและมีชีวิตชีวา เสื้อผ้าใยกล้วย งานพิมพ์

ลายดอกไม้ที่สื่อถึงการจัดดอกไม้สำหรับการเฉลิมฉลอง การเน้นรายละเอียด เช่น บริเวณแขนเสื้อ ปกเสื้อ และ ชายเสื้อ เพื่อให้เหมาะกับการใช้งานในเชิงพาณิชย์มากขึ้น ภาพพิมพ์และกราฟิกของพืชหายากไปจนถึงดอกไม้ ขนาดใหญ่พิเศษและพฤกษศาสตร์ในธีมเขตร้อน การถักโครเชต์ งานปัก และงานปักลายดอกไม้ การพิมพ์ลายดิจิทัลเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



ภาพประกอบ 177 ภาพแสดงเทรนด์ Joyful nature

ที่มา : WGSN. (2022). *Womenswear Forecast S/S 23: Soul Space*.

สืบค้นจาก <https://media-wgsn->

[com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

9. Reborn boho

แนวความคิด: การเติบโตอย่างน่าประหลาดใจของความสนใจในการขายต่อ และงานวินเทจ ผู้บริโภคสูงอายุที่ย้อนอดีตด้วยชุดเครื่องประดับปะติดปะต่อของผ้าไหมมีความล้ำค่าและการ ตกแต่งที่น่ากลับมาใช้ใหม่ เสื้อเบลล่าส์ขนาดใหญ่และชุดรีสอร์ทพิมพ์ลายจุด ความตั้งใจในการออกแบบ การสร้างสิ่งที่เราอยากกลับมาใหม่ สินค้าแบบใช้ครั้งเดียว ผ้าคลุมเตียง ผ้าปูโต๊ะ และของโบราณอื่น ๆ ที่หาซื้อในท้องถิ่น



ภาพประกอบ 178 ภาพแสดงเทรนด์ Reborn boho

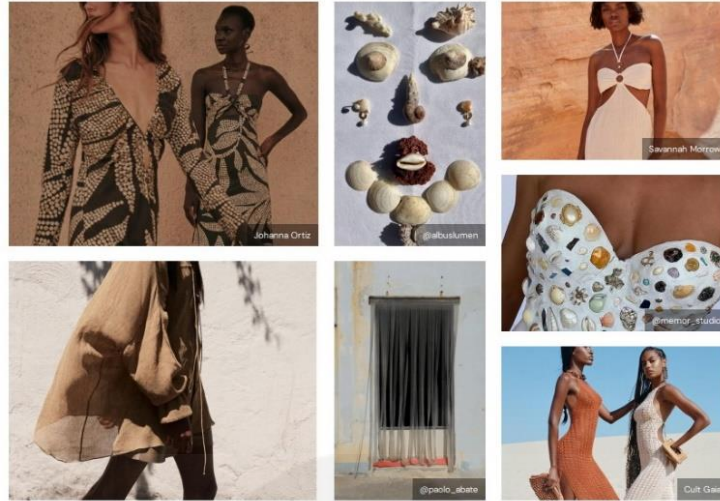
ที่มา : WGSN. (2022). *Womenswear Forecast S/S 23: Soul Space*.

สืบค้นจาก [https://media-wgsn-](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

[com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

10. Rustic elegance

แนวความคิด: ทิศทางของฤดูร้อนนี้ยังคงไว้ซึ่งความรู้สึกแบบชนบทและช่างฝีมือ ในขณะที่เดียวกันก็นำเสนอความงามแบบผู้หญิง สไตล์ชายหาด ลูกที่ดูเรียบง่ายและเข้ายวนด้วยโครงร่างแบบเรียบง่าย คอวีลิก เดรสผ้าลินิน กระโปรงผ้าชีนและเสื้อเบลลาส์ขนาดใหญ่ตัดเย็บจากผ้าหน้าหนักเบา ผ้าไหมหรือมา คราเม่และโครเซต สีและลวดลายของการใช้สีอ่อนและสีที่ได้จากธรรมชาติ ภาพพิมพ์มีโทนสีและลวดลายต่าง ๆ ตั้งแต่ธรรมชาติไปจนถึงของสะสมริมชายฝั่ง การใช้ผ้าลินินเพื่อให้สัมผัสนุ่ม มีเนื้อหยาบและการใช้เส้นด้ายโลหะ มันวาวที่ผสมกับโพลีเอสเตอร์ เครื่องแต่งกายที่เป็นชุดสำคัญ คือ ชุดรีสอร์ท ชุดเดรส เสื้อ เบลาส์ และท่อนล่าง



ภาพประกอบ 179 ภาพแสดงเทรนด์ Rustic elegance

ที่มา : WGSN. (2022). *Womenswear Forecast S/S 23: Soul Space*.

สืบค้นจาก [https://media-wgsn-](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

[com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23_Soul_Space.pdf)

5.2.2.2 แนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Trend) และเครื่องประกอบการแต่งกาย (Accessories Trend) สำหรับฤดูใบไม้ผลิ / ฤดูร้อน (S/S) ปี 2022-2023

Steff Yotka (2021) จากโว้ก(Vouge) สรุปเทรนด์การออกแบบเครื่องประดับและเครื่องประกอบการแต่งกาย สำหรับฤดูใบไม้ผลิ / ฤดูร้อน (S/S) ปี 2022 ว่ามี 11 แนวคิดใหม่ที่จะเกิดขึ้นในฤดูกาลนี้ ได้แก่

1. Eat This Bag, Plant This Shoe

การใช้วัสดุเน้นความยั่งยืน(Sustainable Materials) เช่น หนังที่ทำจากเห็ด ยางจากต้นไม้ และวัสดุย่อยสลายได้ทางชีวภาพเป็นวัสดุที่สำคัญของฤดูกาลนี้



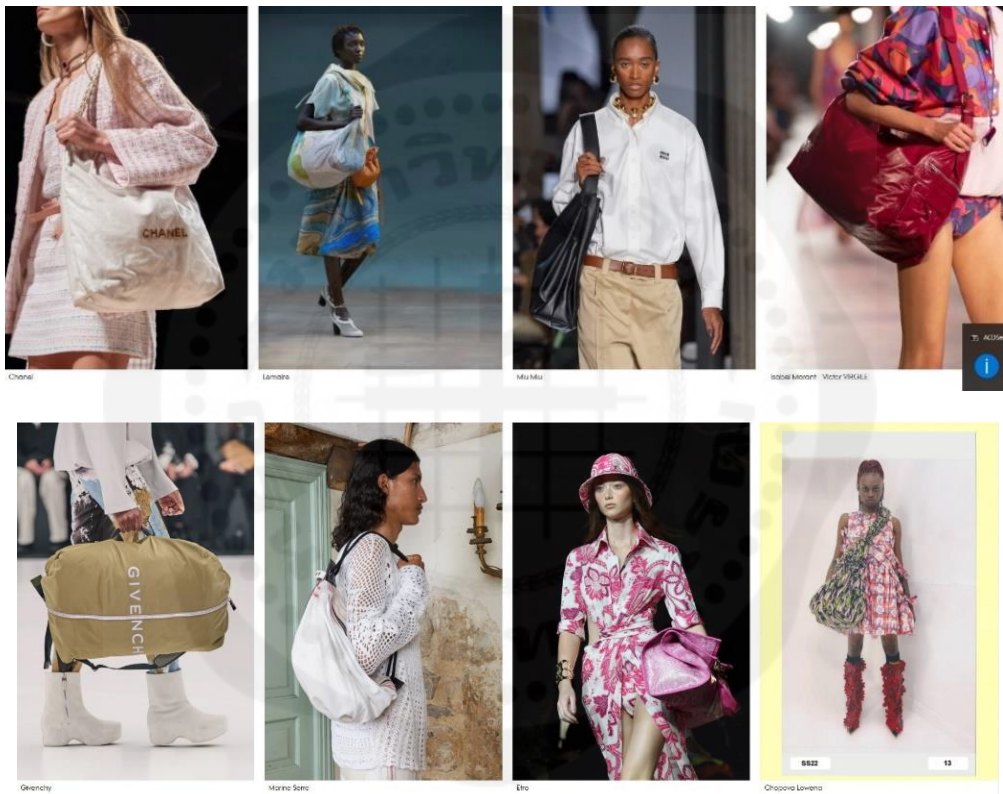
ภาพประกอบ 180 ภาพแสดงเทรนด์ Eat This Bag, Plant This Shoe

ที่มา : Steff Yotka. (2021). *11 New Accessory Trends for the Spring 2022 Season*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.com/article/spring-2022-accessory-trends>

2. Snuggle Up to Your Tote

กระเป๋าทรงถุงขนาดใหญ่พอสำหรับใส่สิ่งต่าง ๆ เช่น แลปท็อป ขวดน้ำ หูฟัง โน้ตบุ๊ก กระเป๋าใส่อาหารกลางวัน กระเป๋าสตางค์ กุญแจ ลิปบาล์ม ฯลฯ กระเป๋าใบใหญ่ที่มีรูปทรงหนาแน่นแสนสบายที่ช่วยบรรจุทุกสิ่งทุกอย่างได้



ภาพประกอบ 181 ภาพแสดงเทรนด์ Snuggle Up to Your Tote

ที่มา : Steff Yotka. (2021). *11 New Accessory Trends for the Spring 2022 Season*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.com/article/spring-2022-accessory-trends>

3. Decorate Your Dome

เครื่องประดับศีรษะในรูปแบบที่ได้รับความนิยมจากยุค 1920 จะเป็นที่ยอดนิยมอีก

ครั้งหนึ่ง



ภาพประกอบ 182 ภาพแสดงเทรนด์ Decorate Your Dome

ที่มา : Steff Yotka. (2021). *11 New Accessory Trends for the Spring 2022 Season*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.com/article/spring-2022-accessory-trends>

4. Get a Lift

รองเท้าประเภทรองเท้าพื้นหนาหรือแพลตฟอร์มจะเป็นรูปแบบที่กลับมาอีกครั้ง ไม่ว่าจะเป็รรองเท้าประเภทอะไรก็จะส่วนมากมีลักษณะของพื้นหนาสูง



ภาพประกอบ 183 ภาพแสดงเทรนด์ Get a Lift

ที่มา : Steff Yotka. (2021). *11 New Accessory Trends for the Spring 2022 Season*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.com/article/spring-2022-accessory-trends>

5. Hold on to Your Bag-celet

กระเป๋าสายข้อมือ(Bag-celet) ที่เปรียบเสมือนเครื่องประดับในตัวของตัวหนึ่ง จะเป็นลุคไฮไลท์ของยุค 2022 นี้



ภาพประกอบ 184 ภาพแสดงเทรนด์ Hold on to Your Bag-celet
ที่มา : Steff Yotka. (2021). *11 New Accessory Trends for the Spring 2022 Season*.
สืบค้นจาก <https://www.vogue.com/article/spring-2022-accessory-trends>

6. Bug Out With Groovy Sunglasses

แว่นกันแดดที่มีกรอบเฟรมขนาดใหญ่แบบตาแมลง(Bug-eyes glasses)



ภาพประกอบ 185 ภาพแสดงเทรนด์ Bug Out With Groovy Sunglasses
ที่มา : Steff Yotka. (2021). *11 New Accessory Trends for the Spring 2022 Season*.
สืบค้นจาก <https://www.vogue.com/article/spring-2022-accessory-trends>

7. Lace-Up Your Sandals

รองเท้าแตะและรองเท้าส้นเตี้ยที่เดินง่าย ที่มีรูปแบบเชือกพันขาหรือข้อเท้าจะเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการกลับไปใช้รองเท้าในฤดูใบไม้ผลินี้ สวมใส่ได้กับทุกอย่างตั้งแต่ชุดมินิเดรสไปจนถึงเดรสสายเล็ท สไตล์นี้มีเสน่ห์ในการใส่ทำงานจริงด้วย



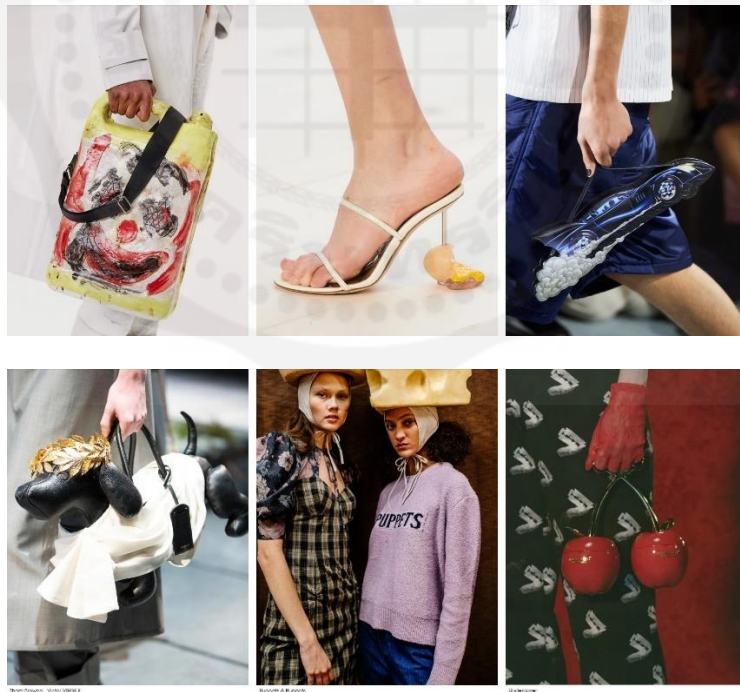
ภาพประกอบ 186 ภาพแสดงเทรนด์ Lace-Up Your Sandals

ที่มา : Steff Yotka. (2021). *11 New Accessory Trends for the Spring 2022 Season*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.com/article/spring-2022-accessory-trends>

8. Embrace the Unexpected

เครื่องประดับตลก ๆ แปลกประหลาดที่ดูแล้วไม่น่าจะใช้งานได้จริง หรือของจำลองต่าง ๆ ที่สร้างความขบขันและฉงนสนเท่ห์จะได้รับความสนใจมาก



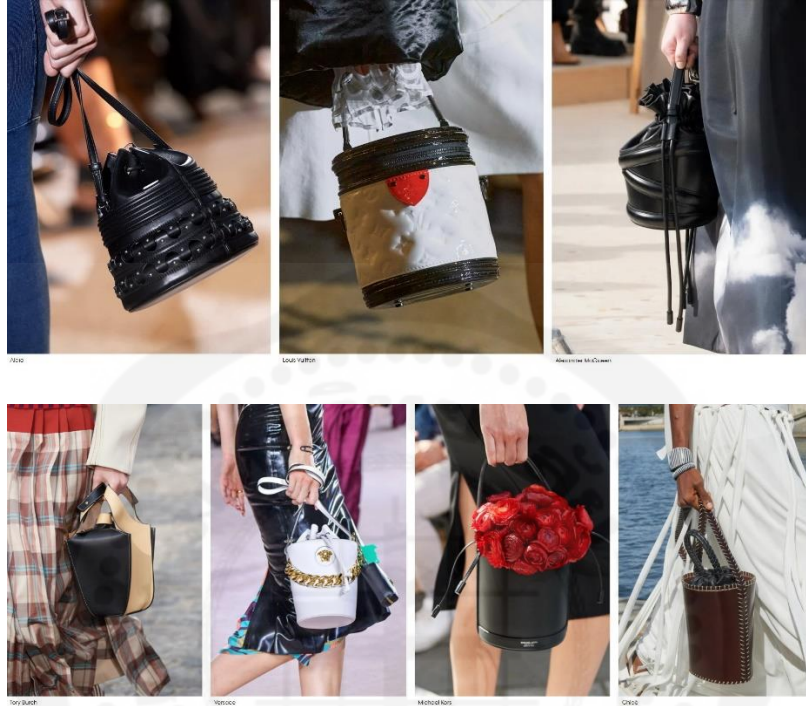
ภาพประกอบ 187 ภาพแสดงเทรนด์ Embrace the Unexpected

ที่มา : Steff Yotka. (2021). *11 New Accessory Trends for the Spring 2022 Season*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.com/article/spring-2022-accessory-trends>

9. Add These to Your Bucket List

กระเป๋าแบบมีโครงสร้างรูปทรงถัง(Bucket Bag) ที่สามารถใส่จุของได้เยอะ ไม่ว่าจะ
ขนาดใหญ่หรือเล็ก



ภาพประกอบ 188 ภาพแสดงเทรนด์ Add These to Your Bucket List

ที่มา : Steff Yotka. (2021). *11 New Accessory Trends for the Spring 2022 Season*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.com/article/spring-2022-accessory-trends>

10. Squish as You Step

รองเท้าทรงบ๊อบบี้ที่มีความโค้ง พองและนุ่มนวล ถือว่าเป็นความหิวหา โฉบเฉี่ยว
ล้ำสมัยของเทรนด์นี้



ภาพประกอบ 189 ภาพแสดงเทรนด์ Squish as You Step

ที่มา : Steff Yotka. (2021). *11 New Accessory Trends for the Spring 2022 Season*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.com/article/spring-2022-accessory-trends>

11. Channel Your Inner “Carrie”

การนำเข็มขัดหรือสายเชือกมาพันรอบเอวหรือสะโพก ถือว่าเป็นไอเท็มเครื่องประดับอย่างหนึ่งของฤดูกาล



ภาพประกอบ 190 ภาพแสดงเทรนด์ Channel Your Inner “Carrie”

ที่มา : Steff Yotka. (2021). *11 New Accessory Trends for the Spring 2022 Season*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.com/article/spring-2022-accessory-trends>

5.2.2 แนวโน้มกระแสนแฟชั่นเครื่องแต่งกาย การออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Trend) และเครื่องประกอบการแต่งกาย (Accessories Trend) สำหรับฤดูใบไม้ร่วง / ฤดูหนาว (A/W) ปีค.ศ. 2022-2024

5.2.2.1 แนวโน้มกระแสนแฟชั่นเครื่องแต่งกาย สำหรับฤดูใบไม้ร่วง / ฤดูหนาว (A/W) ปี 2022-2023

HÉLOÏSE SALESSY (2022) ได้สรุปแนวโน้มกระแสนแฟชั่นเครื่องแต่งกาย สำหรับฤดูใบไม้ร่วง / ฤดูหนาว ปี 2022-2023 เอาไว้ 15 เทรนด์ ดังนี้

1. New classics

ในฤดูกาลนี้เสื้อกล้ามสีขาวที่มีสไตล์ลำลองดูเก๋ไก๋เป็นชิ้นไอเท็มที่สำคัญ



ภาพประกอบ 191 ภาพแสดงเทรนด์ New classics

ที่มา : HÉLOÏSE SALESSY. (2022). *15 fashion trends to know for Fall-Winter 2022-2023*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.fr/fashion/galerie/fashion-trends-fall-winter-2022-2023>

2. Transparent evening dresses

ชุดเดรสสีดำยาวที่มีความโปร่งใสและสวมทับด้วยชุดชั้นใน นำเสนอความสง่างามและความเซ็กซี่อันละเอียดอ่อน



ภาพประกอบ 192 ภาพแสดงเทรนด์ Transparent evening dresses

ที่มา : HÉLOÏSE SALESSY. (2022). *15 fashion trends to know for Fall-Winter 2022-2023*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.fr/fashion/galerie/fashion-trends-fall-winter-2022-2023>

3. Schoolgirl

เสื้อผ้าเครื่องแบบของนักเรียนหญิงกลับมาอีกครั้ง ไอเท็มสำคัญ ได้แก่ เสื้อเชิ้ตสีขาว เนคไท กระโปรง เบลเซอร์ และกางเกงขายาว เป็นแฟชั่นที่ขาดไม่ได้ของฤดูกาล



ภาพประกอบ 193 ภาพแสดงเทรนด์ Schoolgirl

ที่มา : HÉLOÏSE SALESSY. (2022). *15 fashion trends to know for Fall-Winter 2022-2023*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.fr/fashion/galerie/fashion-trends-fall-winter-2022-2023>

4. Corseted ballgowns

รูปแบบของคอร์เซ็ตที่เน้นเส้นสาย โครงสร้างและเทคนิคการตัดเย็บมาพบกับความ ลื่นไหลและความเย้ายวนของชุดราตรียาว แสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้หญิงร่วมสมัยรูปแบบใหม่ได้ถือกำเนิด ขึ้น



ภาพประกอบ 194 ภาพแสดงเทรนด์ Corseted ballgowns

ที่มา : HÉLOÏSE SALESSY. (2022). *15 fashion trends to know for Fall-Winter 2022-2023*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.fr/fashion/galerie/fashion-trends-fall-winter-2022-2023>

5. Faux Fur

การเลิกใช้ขนสัตว์แท้และสร้างขนปลอมที่สมบูรณ์แบบและมีสีสันธรรมชาติที่ดูเหมือน

จริง



ภาพประกอบ 195 ภาพแสดงเทรนด์ Faux Fur

ที่มา : HÉLOÏSE SALESSY. (2022). *15 fashion trends to know for Fall-Winter 2022-2023*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.fr/fashion/galerie/fashion-trends-fall-winter-2022-2023>

6. Back to the 2000s

กางเกงหรือกระโปรงแบบรอบเอวที่ต่ำเป็นพิเศษเหมือนในยุค 2000's



ภาพประกอบ 196 ภาพแสดงเทรนด์ Back to the 2000s

ที่มา : HÉLOÏSE SALESSY. (2022). *15 fashion trends to know for Fall-Winter 2022-2023*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.fr/fashion/galerie/fashion-trends-fall-winter-2022-2023>

7. Punk

เทรนด์พังค์ ผ้ายาหมากรุกแบบเย็บปะติดปะต่อ ลายเส้นเรียบง่าย และหัวเข็มขัด

โลหะ



ภาพประกอบ 197 ภาพแสดงเทรนด์ Punk

ที่มา : HÉLOÏSE SALESSY. (2022). *15 fashion trends to know for Fall-Winter 2022-2023*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.fr/fashion/galerie/fashion-trends-fall-winter-2022-2023>

8. Ultraviolet

แพนโทน(Pantone) ทำนายว่าสีม่วงจะเป็นสีดาราแห่งปี Stella



ภาพประกอบ 198 ภาพแสดงเทรนด์ Ultraviolet

ที่มา : HÉLOÏSE SALESSY. (2022). *15 fashion trends to know for Fall-Winter 2022-2023*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.fr/fashion/galerie/fashion-trends-fall-winter-2022-2023>

9. Biker

แจ็กเก็ตหนังขี่มอเตอร์ไซด์ ถุงมือ กระโปรงหลายกระเป่า และอุปกรณ์หนังที่จำเป็นในการแข่งรถ เป็นสไตล์ที่โดดเด่นของฤดูกาลนี้



ภาพประกอบ 199 ภาพแสดงเทรนด์ Biker

ที่มา : HÉLOÏSE SALESSY. (2022). *15 fashion trends to know for Fall-Winter 2022-2023*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.fr/fashion/galerie/fashion-trends-fall-winter-2022-2023>

10. Micro-skirts

กระโปรงสั้นมาก ๆ แบบมินิไมโคร นาโน



ภาพประกอบ 200 ภาพแสดงเทรนด์ Micro-skirts

ที่มา : HÉLOÏSE SALESSY. (2022). *15 fashion trends to know for Fall-Winter 2022-2023*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.fr/fashion/galerie/fashion-trends-fall-winter-2022-2023>

11. New waistline

การใช้ผ้ามาพันผูกถักรอบเอวแบบหลวม ๆ สบายๆ เป็นการสร้างสไตล์ที่น่าสนใจ



ภาพประกอบ 201 ภาพแสดงเทรนด์ New waistline

ที่มา : HÉLOÏSE SALESSY. (2022). *15 fashion trends to know for Fall-Winter 2022-2023*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.fr/fashion/galerie/fashion-trends-fall-winter-2022-2023>

12. Roaring Twenties

ชุดราตรีที่ดูสง่างามและการเน้นรายละเอียดแบบอาร์ตเดโค หนังงูเหลือม และรายละเอียดที่ส่องประกายช่วยฟื้นคืนความหลังให้กับยุค 1920's



ภาพประกอบ 202 ภาพแสดงเทรนด์ Roaring Twenties

ที่มา : HÉLOÏSE SALESSY. (2022). *15 fashion trends to know for Fall-Winter 2022-2023*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.fr/fashion/galerie/fashion-trends-fall-winter-2022-2023>

13. Flaming silhouettes

สีแดงเป็นสีหลักที่โดดเด่นเหมือนริมฝีปากที่เข้ายวน



ภาพประกอบ 203 ภาพแสดงเทรนด์ Flaming silhouettes

ที่มา : HÉLOÏSE SALESSY. (2022). *15 fashion trends to know for Fall-Winter 2022-2023*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.fr/fashion/galerie/fashion-trends-fall-winter-2022-2023>

14. Dominatrix

รูปลักษณะที่เข้ายวนของชุดไวนิล เดรส รองเท้าบูท ชุดยางและคอร์เซ็ทที่โดดเด่น



ภาพประกอบ 204 ภาพแสดงเทรนด์ Dominatrix

ที่มา : HÉLOÏSE SALESSY. (2022). *15 fashion trends to know for Fall-Winter 2022-2023*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.fr/fashion/galerie/fashion-trends-fall-winter-2022-2023>

15. Catsuits

ชุดเดรสสีดำตัวเล็ก ๆ รัดรูป การสวมชุดหนัง การใส่ชุดกีฬาและชุดชั้นในที่มีความ
แข็งแรงและเซ็กซี่



ภาพประกอบ 205 ภาพแสดงเทรนด์ Catsuits

ที่มา : HÉLOÏSE SALESSY. (2022). *15 fashion trends to know for Fall-Winter 2022-2023*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.fr/fashion/galerie/fashion-trends-fall-winter-2022-2023>

5.2.2.2 แนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Trend) และเครื่องประกอบการแต่งกาย (Accessories Trend) สำหรับฤดูใบไม้ร่วง / ฤดูหนาว (A/W) ปี 2023-2024

จากการสำรวจข้อมูลของ World Global Style Network (WGSN) (2022) สรุปแนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Trend) และเครื่องประกอบการแต่งกาย (Accessories Trend) ประจำฤดูใบไม้ผลิและฤดูหนาว ปี 2023-2024 ไว้ว่า ภายหลังจากระบาดครั้งใหญ่ของ COVID-19 และวิกฤตสภาพภูมิอากาศ ผู้คนส่วนมากได้ให้ความสำคัญกับการดูแลเป็นพิเศษ (Care Culture) ไม่ว่าจะเป็นการดูแลสุขภาพ การดูแลตนเอง การดูแลและซ่อมแซมทรัพย์สินที่มีอยู่ หรือการดูแลวัฒนธรรมและประเพณี นอกจากนี้ยังพบว่าประชากรในโลกมีรูปแบบการอพยพใหม่ เนื่องจากผู้คนหันหลังให้กับเมืองที่แออัดและหลีกเลี่ยงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมากขึ้น ซึ่งการปรับทิศทางครั้งใหญ่นี้จะกระตุ้นความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความยืดหยุ่น อเนกประสงค์ และนำไปได้ทุกที่ ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากวิถีชีวิตเร่ร่อนทั้งแบบดั้งเดิมและร่วมสมัย การออกแบบที่ใช้งานได้หลากหลายและให้ความสบายเป็นสิ่งสำคัญ ชีวิตที่ขับเคลื่อนด้วยไลฟ์สไตล์ที่ยืดหยุ่นและการอพยพย้ายถิ่นที่เพิ่มขึ้น และการดึงดูดใจของความสบายเหมือนอยู่บ้าน การทำกิจกรรมนอกบ้าน และสไตล์คลาสสิก ผู้คนให้ความสำคัญกับความสบายที่ดีมากกว่าการทำงาน ความสำเร็จของชุมชนที่อยู่เหนือการแข่งขัน และความสำเร็จของโลกมากกว่าการสร้างผลกำไร



ภาพประกอบ 206 ภาพแสดงแนวโน้มกระแส Care Culture

ที่มา : WGSN. (2022). *Women's Footwear,*

Accessories & Jewellery Forecast A/W 23/24: Care Culture.

สืบค้นจาก <https://www-wgsn-com.eu1.proxy.openathens.net/fashion/article/93125#page3>

ซึ่งจากกระแสแนวโน้มหลักเรื่องการดูแลเป็นพิเศษ(Care Culture) สามารถสรุปออกมาเป็นโทนสีได้ ดังนี้



ภาพประกอบ 207 ภาพแสดงแนวโน้มกระแส Care Culture

ที่มา : WGSN. (2022). *Colour - Care Culture A/W 23/23.*

สืบค้นจาก <https://www-wgsn-com.eu1.proxy.openathens.net/fashion/article/93125#page3>

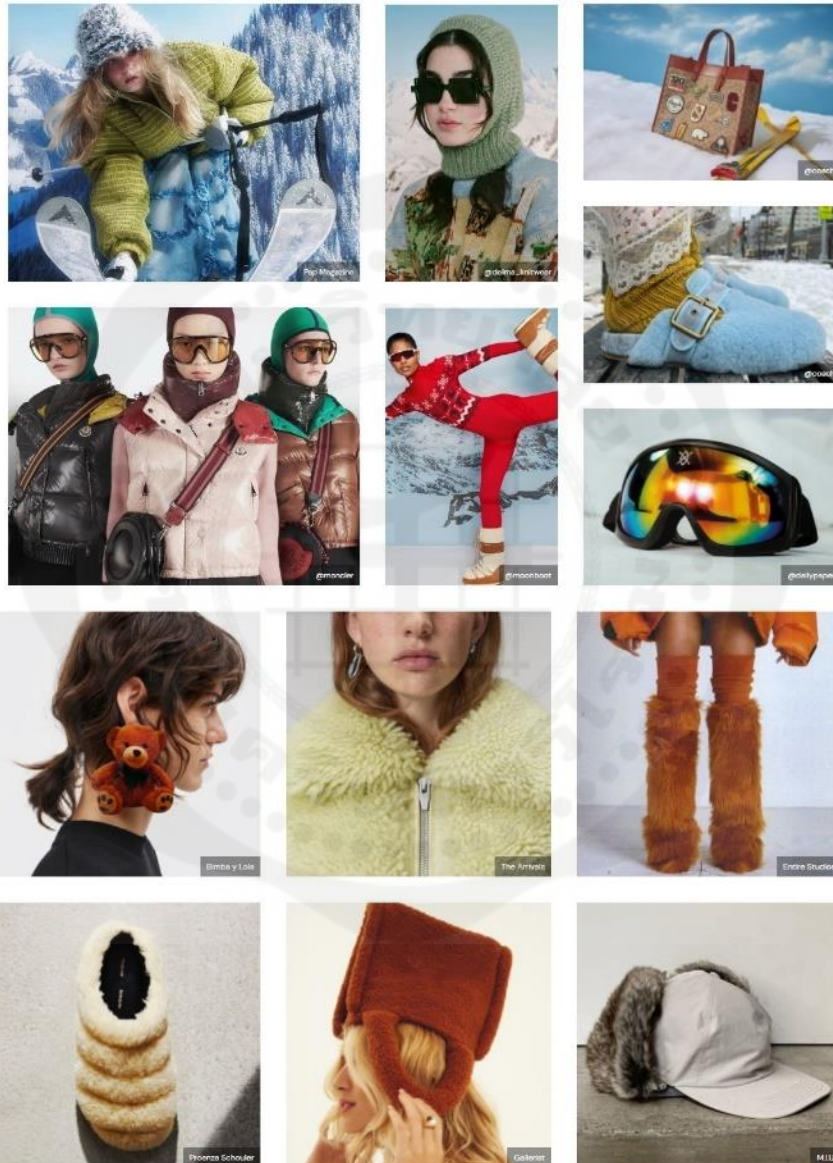
และแบ่งเป็นเทรนด์ย่อยออกได้เป็น 6 เทรนด์ ดังนี้

1.การผจญภัยบนเทือกเขาแอลป์(Alpine adventure)

แนวคิด: กิจกรรมกีฬาฤดูหนาวที่มีอิทธิพลต่อแฟชั่น ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากโอลิมปิกฤดูหนาวปี 2022 ที่ปักกิ่ง

ทิศทางการออกแบบ: สีมนี้เกี่ยวกับการสร้างรูปลักษณ์ที่มาจากกีฬาประเภทสกี สำหรับเครื่องประดับจะมีรูปแบบที่อ่อนนุ่มทำจากไหมพรม ได้แก่ ที่คาดผม หมวกคลุมศีรษะ แวนดาที่มีกรอบขนาดใหญ่ รองเท้าสไตร์ลุยหิมะ และกระเป๋าที่มีดีไซน์แบบคลาสสิก

วัสดุ: ใช้ขนเทียมที่ทำจากขยะรีไซเคิล (PET) มีความหนาและอ่อนนุ่ม



ภาพประกอบ 208 ภาพแสดงแนวโน้มเทรนด์ Alpine adventure

ที่มา : WGSN. (2022). *Colour - Care Culture A/W 23/23*.

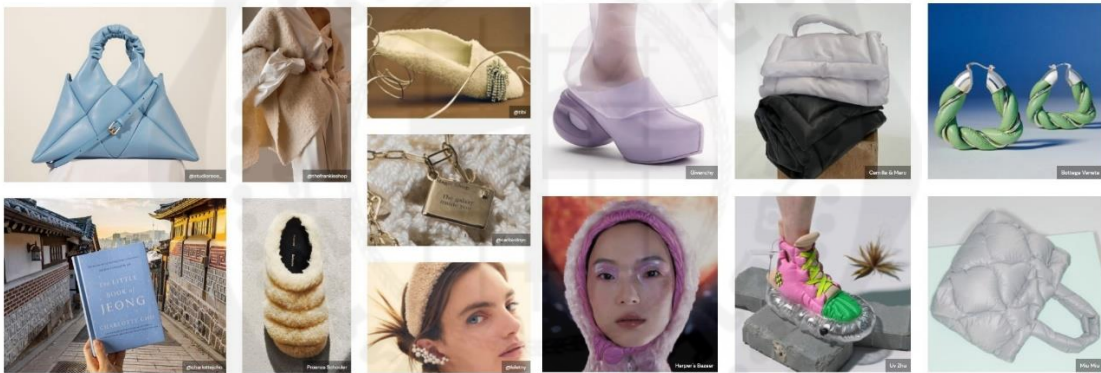
สืบค้นจาก <https://www-wgsn-com.eu1.proxy.openathens.net/fashion/article/93125#page3>

2.การใช้ชีวิตอย่างอ่อนโยน(Gentle living)

แนวคิด: แนวคิดวัฒนธรรมเกาหลีของจอง(Jeong) ซึ่งบรรยายถึงศิลปะในการสร้างความสัมพันธ์อันลึกซึ้งกับผู้คนและสถานที่ต่างๆ ได้กำหนดธีมนี้ ซึ่งผลิตภัณฑ์จะได้รับการออกแบบให้มีผลดีต่ออารมณ์

ทิศทางการออกแบบ: เครื่องประดับและรองเท้าที่มีความสบาย และสามารถสวมใส่เพื่อพักผ่อนที่บ้านได้เป็นหัวใจสำคัญของธีมนี้ สำหรับรองเท้าจะเน้นที่รองเท้าแตะและวัสดุที่มีพื้นผิวแบบไฮเปอร์ และใช้วัสดุที่นุ่มฟู กระเป๋าและเครื่องประดับที่มีรูปแบบโบราณ เน้นความอ่อนนุ่ม ตกแต่งประดับด้วยอัญมณีแบบหยาบ การแต่งกายแบบผ้าห่ม เช่น ผ้าคลุม ผ้าคลุมไหล่ และปอนโชยังคงเป็นกุญแจสำคัญ

วัสดุ: วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หนัทางเลือกที่ผลิตจากพืช และรูปทรงที่บุนวม



ภาพประกอบ 209 ภาพแสดงแนวโน้มนเทรนด์ Gentle living

ที่มา : WGSN. (2022). *Colour - Care Culture A/W 23/23*.

สืบค้นจาก <https://www-wgsn-com.eu1.proxy.openathens.net/fashion/article/93125#page3>

3.ความคิดของนักสะสม(Hobbycore)

แนวคิด: ความคิดถึงและความคิดของนักสะสม รวมถึงกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งต่าง ๆ เช่น เทนนิส สเก็ตบอร์ด รวมกันเป็นธีมนี้ และงานอดิเรกต่าง ๆ รวมถึงการนั่งรถไฟและการดูนก

ทิศทางการออกแบบ: เน้นรูปแบบผลงานเหมือนสไตล์งานอดิเรก ภาพพิมพ์ และลวดลาย กระเป๋าที่มีอุปกรณ์เสริม(Modular Pockets) ที่ช่วยการจัดเก็บและให้เข้าถึงอุปกรณ์ได้ง่าย การปรับแต่งอย่างสร้างสรรค์ของผู้ใช้งานเองคล้ายรองเท้าที่ตกแต่งโดย Crocs จะเป็นกุญแจสำคัญ



ภาพประกอบ 210 ภาพแสดงแนวโน้มเทรนด์ Hobbycore

ที่มา : WGSN. (2022). *Colour - Care Culture A/W 23/23*.

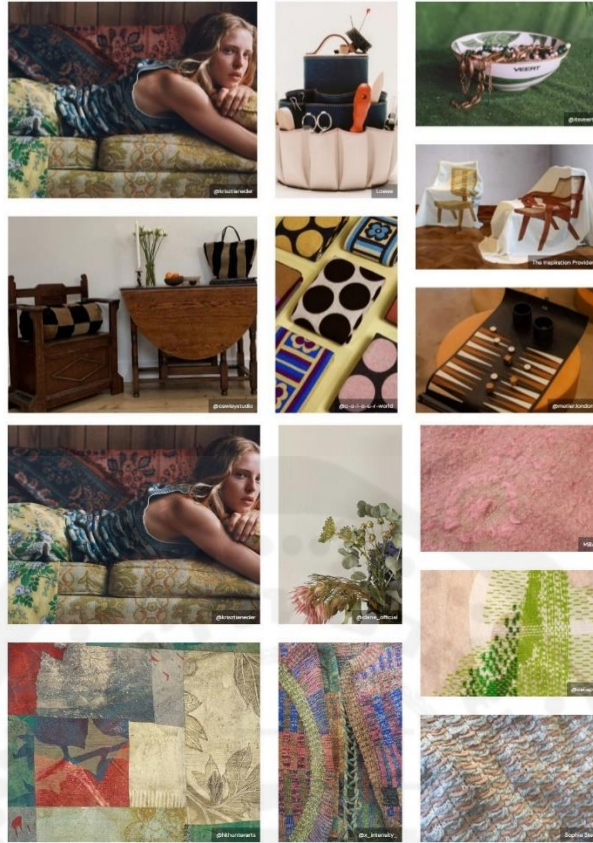
สืบค้นจาก <https://www-wgsn-com.eu1.proxy.openathens.net/fashion/article/93125#page3>

4.บ้านที่น่าภูมิใจ(Home-proud)

แนวคิด: เนื่องจากผู้บริโภคใช้เวลาอยู่ที่บ้านมากขึ้นและมีความภาคภูมิใจในสิ่งแวดล้อมรอบตัว ทำให้เกิดการออกแบบที่ได้แรงบันดาลใจจากแฟชั่นและการตกแต่งภายใน ซึ่งทำให้เกิดโอกาสใหม่ในการขยายขอบเขตผลิตภัณฑ์และการออกแบบที่เน้นรายละเอียดใหม่ ๆ ขึ้น

ทิศทางการออกแบบ: การออกแบบผลิตภัณฑ์ประเภทหนังและวัสดุที่ไม่ใช่หนัง ให้เป็นอุปกรณ์เสริมที่ประณีตสำหรับใช้ในบ้านได้ รวมถึงที่เก็บของแบบแยกส่วนสำหรับใส่เครื่องประดับ ชามใส่ของเล็กๆ น้อยๆ ถาดและกล่องที่ถูกใช้เพื่อการตกแต่งและมอบในโอกาสการให้ของขวัญในช่วงเทศกาล ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ที่ไร้เพศ ลวดลายงานพิมพ์ที่ได้แรงบันดาลใจจากงานเฟอร์นิเจอร์

วัสดุ: สำหรับเครื่องประดับจะเน้นที่ความอ่อนนุ่ม ผ้าที่ให้ความรู้สึกสบายและให้ความรู้สึกโยหยหาอดีต ผ้าคลุมเบาะหรือพรมที่เข้าชุดกัน รวมถึงผ้าห่มที่สามารถสวมใส่หรือใช้ตกแต่งบ้านได้ รูปแบบเครื่องแต่งกาย กระเป๋า และของตกแต่งบ้านที่มาจากวัสดุชนิดเดียวกัน



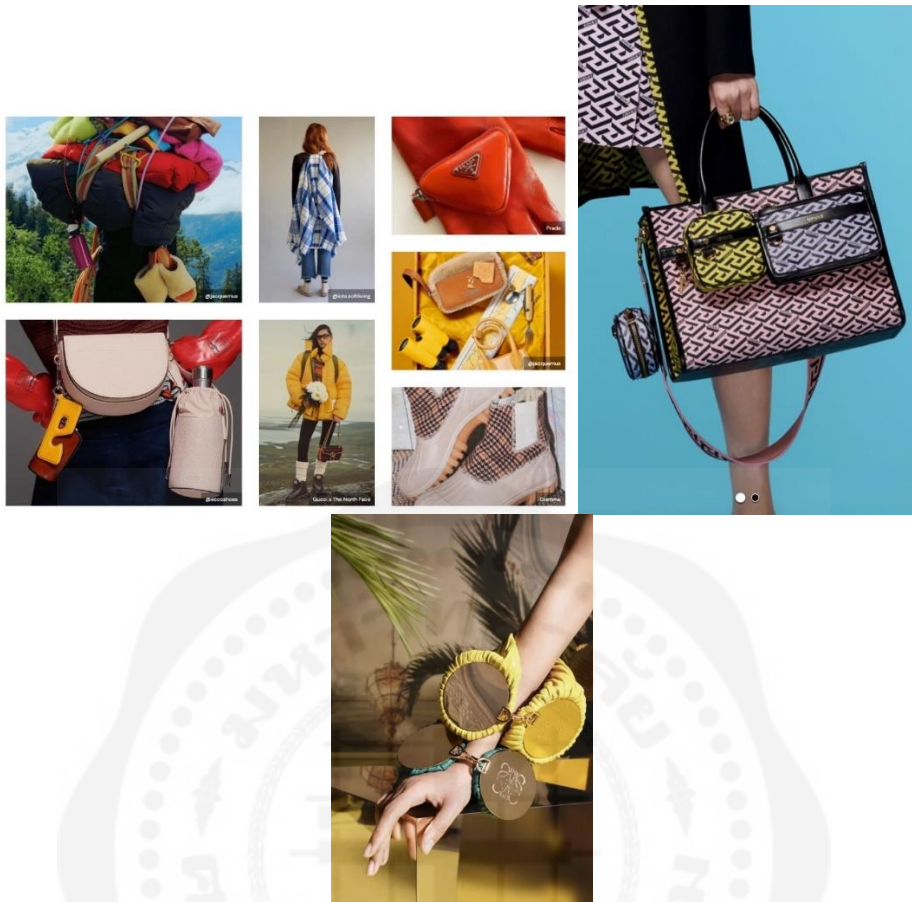
ภาพประกอบ 211 ภาพแสดงแนวโน้มเทรนด์ Home-proud
ที่มา : WGSN. (2022). *Colour - Care Culture A/W 23/23*.

สืบค้นจาก <https://www-wgsn-com.eu1.proxy.openathens.net/fashion/article/93125#page3>

5.ธรรมชาติสัญจร (Nature commuter)

แนวคิด: ภายหลังเกิดโรคระบาดทำให้รูปแบบวิถีชีวิตและการทำงานรูปแบบใหม่เกิดขึ้น ซึ่งจะกระตุ้นความต้องการแฟชั่นที่ยืดหยุ่นและใช้งานได้หลากหลาย

ทิศทางการออกแบบ: ในขณะที่ผู้บริโภคเริ่มต้นใหม่หรือทำงานจากสถานที่ต่างๆ กัน รวมถึงพื้นที่กลางแจ้งตามธรรมชาติ การออกแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อการใช้งาน จำเป็นต้องมีความสะดวกสบาย เน้นการออกแบบชิ้นส่วนประกอบแบบโมดูลาร์ที่สามารถแยกชิ้นส่วนและประกอบเข้าด้วยกันได้ง่าย รองเท้าที่มีพื้นดอกยางผลิตจากยางธรรมชาติหรือยางรีไซเคิลที่สามารถใช้งานบนพื้นผิวต่างๆ กระเป๋าแบบMulti Bag Set มีรูปทรงที่สวมใส่สบาย เช่น กระเป๋าเป้สะพายหลังและกระเป๋าสะพายข้างจะเป็นกุญแจสำคัญ โดยมีฮาร์ดแวร์ที่ไว้ใส่อุปกรณ์เสริมแบบหนีบ คลิปหนีบ รวมไปถึงขวดน้ำ การออกแบบที่มีช่องหรือกระเป๋าหลายใบ(Modular Pockets) เพื่อไว้ใส่อุปกรณ์เสริม แว่นตาที่มีขนาดใหญ่ และผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานนวัตกรรมร่วมด้วย



ภาพประกอบ 212 ภาพแสดงแนวโน้มเทรนด์ Nature commuter

ที่มา : WGSN. (2022). *Colour - Care Culture A/W 23/23*.

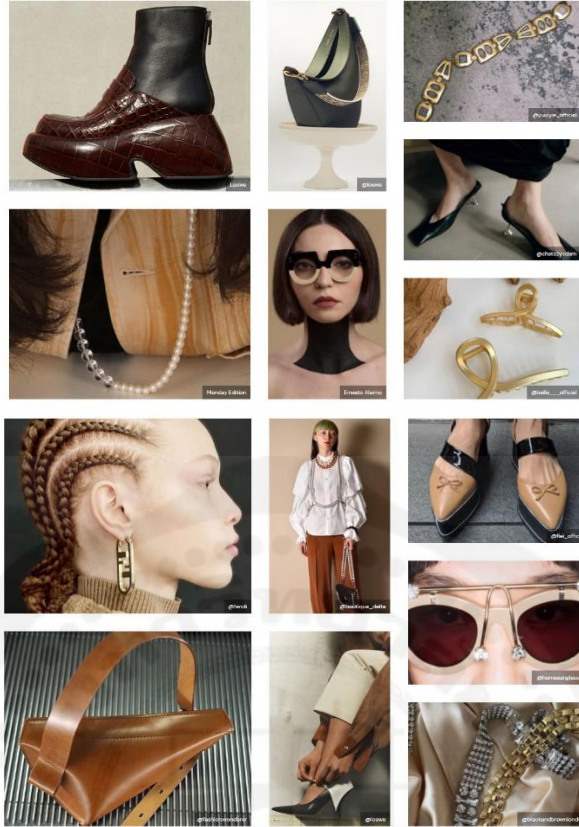
สืบค้นจาก <https://www-wgsn-com.eu1.proxy.openathens.net/fashion/article/93125#page3>

6.ตัวละครคลาสสิก(Character classics)

แนวคิด: ความสนใจในแนวคิดเรื่องอายุยืนมีความก้าวหน้า โดยเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจแบบหมุนเวียน(A Circular Design Strategy) ซึ่งสอดคล้องกับธีม Soulful Minimalism

ทิศทางการออกแบบ: เป็นการพัฒนาแนวคิด Maxi-Minimal ของ S/S 23 ซึ่งเน้นการออกแบบให้เรียบง่าย ทันสมัย พร้อมรายละเอียดสูงสุด แนวคิดนี้เป็นการพัฒนาสไตล์ของตัวละครแบบคลาสสิก โครงร่างเงาแบบย้อนยุคผสมผสานความล้ำสมัย แนวทางการออกแบบที่เน้นรูปแบบที่น่าสนใจและเรียบง่าย กระเป๋า สั่นรองเท้าที่เก๋ เครื่องประดับมุกแบบคลาสสิกที่นำมาทำใหม่

วัสดุ: ใช้หนังจากพืชขัดมันอย่างดี กรอบแว่นตาที่ใช้วัสดุรีไซเคิล



ภาพประกอบ 213 ภาพแสดงแนวโน้มเทรนด์ Character classics

ที่มา : WGSN. (2022). *Colour - Care Culture A/W 23/23*.

สืบค้นจาก <https://www-wgsn-com.eu1.proxy.openathens.net/fashion/article/93125#page3>

ซึ่งจากการรวบรวมข้อมูลในทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง จะนำไปสู่การสร้างตราสินค้าและแนวทางการออกแบบสินค้าแฟชั่นคอลเลกชันต้นแบบที่เป็นคำตอบของงานวิจัยต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบสินค้าแฟชั่น “ITSME Model” ที่ประกอบด้วยการศึกษาในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

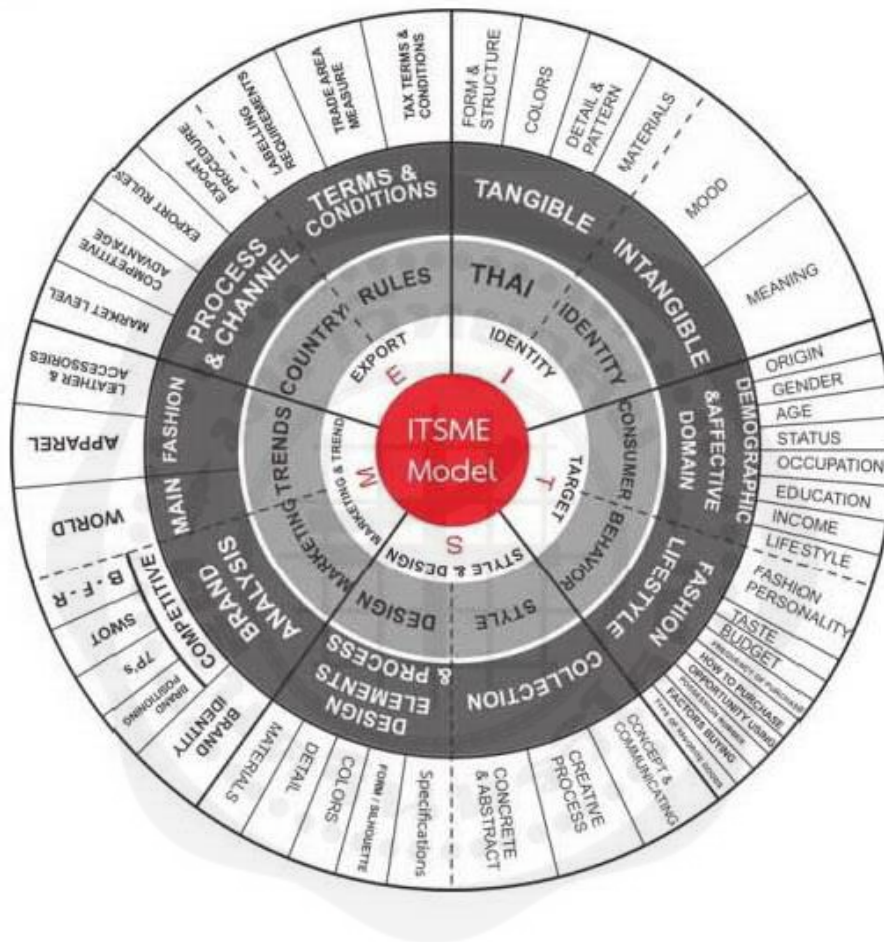
1.ด้าน I – เกี่ยวกับการพิจารณาในด้านอัตลักษณ์ ทั้งทางด้านรูปธรรม ได้แก่ รูปร่างรูปทรง โครงสร้างเงา ลวดลาย รายละเอียด วัสดุ และนามธรรม ได้แก่ อารมณ์ของสินค้าและการสื่อความหมาย

2.ด้าน T – เกี่ยวกับการพิจารณาในด้านกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สินค้า สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ รูปแบบลักษณะการใช้ชีวิต การใช้งานสินค้า ภายนอกและจิตภาพ

3.ด้าน S – เกี่ยวกับการพิจารณาในด้านรูปแบบ ภาพลักษณ์และการออกแบบสินค้า องค์ประกอบในการออกแบบสินค้า ไปจนถึงแนวความคิดในการออกแบบคอลเลกชันสินค้า

4.ด้าน M – เกี่ยวกับการพิจารณาในด้านการตลาด ได้แก่ แนวทางของแบรนด์ อัตลักษณ์แบรนด์ แนวทางการวางแผนการตลาด และแนวโน้มสินค้าเพื่อการออกแบบ

5.ด้าน E – เกี่ยวกับการพิจารณาในด้านการส่งออกหรือการขายในพื้นที่นั้น ๆ ได้แก่ ลักษณะประเทศหรือพื้นที่ที่วางจำหน่าย กฎระเบียบ เงื่อนไข ประเพณีวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ๆ



ภาพประกอบ 214 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบสินค้าแฟชั่นเพื่อการส่งออก “ITSME Model”
 ที่มา : พรนารี ชัยดิเรก. (2560). แนวทางการออกแบบแฟชั่นเครื่องนุ่งส่งออกประเทศไทย : การ
 สร้างสรรค์อัตลักษณ์หัตถกรรมไทย ในรูปแบบอวองท์-การ์ด หลังยุคสมัยใหม่. (วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศา
 สตรดุษฎีบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยการพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C – K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย
กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กับการสร้างสรรค์
ผลงาน โดยผู้วิจัยกำหนดข้อมูลสำหรับงานวิจัยไว้ 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสำรวจ สัมภาษณ์
และแจกแบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิ ด้วยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
ผลจากการศึกษาทั้งหมดจะนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นและรูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จาก
สินค้าผ้าสไบมอญ ซึ่งถือเป็นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยที่สำคัญของจังหวัดปทุมธานี โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย
แบ่งออกเป็น 7 ช่วงใหญ่ ได้ดังนี้

ช่วงที่ 1 ผู้วิจัยศึกษา ทบทวนวรรณกรรม สำรวจ รวบรวมข้อมูล งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านต่าง ๆ

ช่วงที่ 2 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญด้วยการสัมภาษณ์นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และ
ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง

ช่วงที่ 3 ผู้วิจัยสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญที่
เกี่ยวข้อง

ช่วงที่ 4 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม ด้วยการ
แจกแบบสอบถามและการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม

ช่วงที่ 5 ผู้วิจัยรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาทั้งหมด

ช่วงที่ 6 ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์ข้อมูล และสรุปเป็นข้อกำหนดในการออกแบบ (Design Criteria)

ช่วงที่ 7 ผู้วิจัยสรุปด้านรูปแบบภาพลักษณ์ของสินค้าอีกครั้งจากคณะผู้เชี่ยวชาญ และนำมาพัฒนา
ปรับปรุงออกแบบเป็นผลงานต้นแบบจริงของคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม และ
นำเสนอเป็นนิทรรศการแสดงผลงาน

ช่วงที่ 8 การสรุปและอภิปรายผลการวิจัย

โดยรายละเอียดของแต่ละช่วงกระบวนการทำวิจัย มีดังนี้

3.1 ช่วงที่ 1 ผู้วิจัยศึกษา ทบทวนวรรณกรรม สํารวจ รวบรวมข้อมูล งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านต่าง ๆ ได้แก่

1. ข้อมูลด้านสินค้าผ้าสไบมอญ และทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี โดยศึกษาถึงบริบททางธรรมชาติ สังคม เศรษฐกิจ และศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี ชาวมอญในจังหวัดปทุมธานี สไบมอญของจังหวัดปทุมธานี รูปแบบและลักษณะของผ้าสไบมอญ ลักษณะเฉพาะของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี ความสวยงามของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี รูปแบบลวดลายปักของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี ลักษณะรูปแบบสไบมอญของจังหวัดอื่น ๆ ประโยชน์ใช้สอยของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี ขนาดสัดส่วนของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี กรรมวิธีการผลิตของสไบมอญจังหวัดปทุมธานี ชุมชนในจังหวัดปทุมธานีที่มีการผลิตผ้าสไบมอญ และการเผยแพร่ให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

2. ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่น หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น โดยศึกษาถึงด้านแนวคิดอัตลักษณ์ แนวคิดสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดอัตลักษณ์ ทฤษฎีและการออกแบบสินค้าแฟชั่น หลักการออกแบบสินค้าแฟชั่น ทฤษฎีบุคลิกภาพ ทฤษฎีการตลาด ทฤษฎีภาพตัวตน และทฤษฎีการออกแบบลวดลาย

3. ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์และแนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์ โดยศึกษาถึงด้านแนวคิดทุนวัฒนธรรม แนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์ และแนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์

4. ข้อมูลด้านการออกแบบสร้างสรรค์จากแนวคิดทฤษฎี C – K โดยศึกษาถึงด้านแนวคิดทฤษฎี C – K ขั้นตอนการนำทฤษฎี C-K มาใช้

5. ข้อมูลด้านกระแสเทรนด์โลกและแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาถึงด้านแนวโน้มกระแสเทรนด์โลก (Global Trend) ปี 2022-2023 ที่ประกอบด้วยเรื่องราวของผู้คน (Population) ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social & Culture) ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technology) ด้านนิเวศและสิ่งแวดล้อม (Environment) และด้านกระแสเทรนด์สินค้าแฟชั่น (Fashion Product Trend) ปี 2022-2024 ที่ประกอบด้วยแนวโน้มการออกแบบเครื่องแต่งกาย (Fashion Trend) การออกแบบเครื่องประดับ (Jewelry Trend) และเครื่องประกอบการแต่งกาย (Accessories Trend) ของปี 2022-2024

3.2 ช่วงที่ 2 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญด้วยการสัมภาษณ์นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง

หลังจากการศึกษา รวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยอื่น ๆ แล้ว ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญด้วยการสัมภาษณ์นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงอนาคต (Ethnographic Delphi Futures Research- EDFR) โดยการสัมภาษณ์ กำหนดไว้ 2-3 รอบ โดยรอบแรกใช้วิธีการสัมภาษณ์ ด้วยการใช้แบบสอบถามปลายเปิด และไม่ชี้แนะเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนวทางของข้อมูลต่าง ๆ หลังจากการสัมภาษณ์รอบแรก ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ สังเคราะห์แล้วสร้างเครื่องมือแบบสอบถามปลายเปิดและการสัมภาษณ์รอบที่ 2 และ 3 ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกคำตอบที่มีแนวโน้มความเป็นไปได้มากที่สุด ซึ่งหัวข้อในการสัมภาษณ์ นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย 2 ด้านใหญ่ ได้แก่

1. ด้านที่เกี่ยวกับสไบมอญ และทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี
2. ด้านที่เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น

โดยข้อสรุปที่เป็นคำตอบที่ได้จะอยู่ภายใต้กรอบการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบที่สอดคล้องกับด้านองค์ประกอบการออกแบบด้านรูปธรรมในเรื่อง รูปร่าง รูปทรง โครงสร้าง สี สัน รายละเอียด วัสดุ และด้านนามธรรมในเรื่องของอารมณ์และความรู้สึกในงานออกแบบ

3.2.1 การสร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อใช้สัมภาษณ์สำหรับการเก็บข้อมูลกับนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญจำนวนทั้งหมด 2 ชุด ดังนี้

- 1.แบบสัมภาษณ์เรื่องสไบมอญ และทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสัมภาษณ์ในลักษณะปลายเปิดภายหลังจากที่ได้ทำการศึกษาและทบทวนวรรณกรรม โดยส่วนมากเป็นคำถามที่มีประเด็นสำคัญในเรื่องของสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี และทุนวัฒนธรรมต่าง ๆ ภายในจังหวัดปทุมธานี

- 2.แบบสัมภาษณ์เรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ผู้วิจัยได้ทำการสร้างสัมภาษณ์ในลักษณะปลายเปิดภายหลังจากที่ได้ทำการศึกษาและทบทวนวรรณกรรม โดยส่วนมากเป็นคำถามที่มีประเด็นสำคัญในเรื่องของแนวคิดอัตลักษณ์ ทฤษฎีและหลักการออกแบบสินค้าแฟชั่น บุคลิกภาพของ

สินค้า การออกแบบตลาด การนำทฤษฎี C-K มาใช้ และแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นที่เหมาะสมต่อการนำมาใช้ในการออกแบบ

การสัมภาษณ์ในงานวิจัยนี้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR เป็นเทคนิคการวิจัยอนาคตเชิงปทัสสถาน (Normative Forecasting) เป็นการสำรวจเพื่อศึกษาแนวโน้มคำตอบที่น่าจะเป็นไปได้ในการสัมภาษณ์รอบแรกนั้นผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนวทางของคำตอบในทุกเรื่อง ภายหลังจากการสัมภาษณ์รอบแรกผู้วิจัยนำข้อมูล ที่ได้มาวิเคราะห์สังเคราะห์แล้วทำการสัมภาษณ์รอบที่ 2 และ 3 ด้วยการใช้เครื่องมือแบบสอบถามปลายปิด ด้วยการใช้แบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 1 โดยมีคำตอบให้ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านเลือกคำตอบที่มี แนวโน้มความเป็นไปได้มากที่สุดและเป็นข้อมูลที่ซ้ำกัน เพื่อนำข้อสรุปที่ได้เป็นคำตอบที่เชื่อมโยงกับองค์ประกอบด้านการออกแบบและใช้ในขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงานต่อไป

3.2.2 การกำหนดนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญในงานวิจัย

ผู้เชี่ยวชาญที่ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์ในงานวิจัยนี้เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่สัมภาษณ์เป็นอย่างดีเพื่อให้ผลการวิจัยถูกต้องและมีความเชื่อถือได้ รวมไปถึงผู้ที่มีประสบการณ์ตรงที่สามารถให้ข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการในด้านต่าง ๆ ได้ โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญนั้นผู้วิจัยมีการกำหนดคุณสมบัติและขนาดของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญไว้ ดังนี้

1. ด้านที่เกี่ยวกับสไบมอญ และทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยกำหนดการสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญไว้ จำนวน 5 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

- 1.เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาเป็นคนอยู่ในจังหวัดปทุมธานี
- 2.เป็นผู้ที่มีประสบการณ์และเกี่ยวข้องกับสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี
- 3.เป็นผู้ที่มีประสบการณ์และเกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมและประเพณีภายในจังหวัด

ปทุมธานี

ซึ่งรายชื่อให้นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อนี้ มีดังนี้

1.คุณนภาพร นวลประดิษฐ์

นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการ สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี

2.คุณวัลย์ลิกา เรืองสุวรรณ

ประธานชมรมเรารักษ์วัฒนธรรมวัดโบสถ์และผู้ใหญ่บ้านหมู่ 4 ตำบลบ้านกลาง อำเภอมือง จังหวัดปทุมธานี

3.คุณวรรณสกล รักปทุม

บริษัท มีเทรตติ้ง จำกัด

4.วิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบลบางหลวง อำเภอมือง จังหวัดปทุมธานี

5.กลุ่มสัมมาชีพตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

2. ด้านที่เกี่ยวกับอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่น ผู้วิจัยกำหนดการสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญไว้ จำนวน 5 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

1.เป็นผู้ที่มีประสบการณ์และเกี่ยวข้องกับแวดวงการออกแบบลวดลายเรขศิลป์หรือผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ไม่ต่ำกว่า 10 ปี

2.เป็นผู้ที่มีประสบการณ์หรือเป็นผู้ที่นิยมใช้สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ

ซึ่งรายชื่อนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อนี้ มีดังนี้

1.ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิธ สาดสังข์

สาขาวิชาการออกแบบแฟชั่นและสินค้าไลฟ์สไตล์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

2.อาจารย์ ดร.ศิวรี อรัญนารถ

ภาควิชาคณิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภุต ใจสุตา

สาขาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

4.อาจารย์ ดร.ทงจิต อิมสำอาง

สาขาคอมพิวเตอร์กราฟิกและสื่อสร้างสรรค์ คณะศิลปวิจิตร สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์
กระทรวงวัฒนธรรม

5.อาจารย์ณัฐวดี ศรีคชา

คณะเทคโนโลยีดิจิทัล สถาบันเทคโนโลยีจิตรลดา

การกำหนดขนาดของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญไว้ตั้งแต่ 5 - 9 คน โดยแต่ละด้านมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ 1.20-0.70 และความคลาดเคลื่อนลดลงที่ 0.5

ตารางที่ 1 การลดลงของความคลาดเคลื่อนและจำนวนของผู้เข้าร่วมโครงการ

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ (panel size)	การลดลงของความคลาดเคลื่อน (error reduction)	การเปลี่ยนแปลงสุทธิ (net change)
1 - 5	1.20 - 0.70	0.5
5 - 9	0.70 - 0.58	0.12
9 - 13	0.58 - 0.54	0.04
13 - 17	0.54 - 0.50	0.04
17 - 21	0.50 - 0.46	0.02
21 - 25	0.48 - 0.46	0.02
25 - 29	0.46 - 0.44	0.02

ที่มา : Macmillan (1971 อ้างถึงใน เกษม บุญอ่อน, 2522)

3.3 ช่วงที่ 3 ผู้วิจัยสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้วยการบันทึกเสียง เพื่อหาข้อมูลที่เป็นองค์ประกอบของการออกแบบในด้านต่าง ๆ โดยใช้เทคนิคการสรุปสะสม (Cumulative Summarization Technique) เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ มีความเที่ยงตรง (Validity) และมีความเชื่อมั่น (Reliability) โดยข้อมูลสรุปมาจาก 2 ด้าน คือ

1. ด้านที่เกี่ยวกับสไบมอญ และทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี ที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญไว้ จำนวน 5 คน

2. ด้านที่เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญไว้ จำนวน 5 คน

ซึ่งแนวทางของคำตอบที่ได้จะเป็นทางเลือก (Alternative) ทั้งหมด 3 คำตอบ ได้แก่

1. คำตอบที่น่าจะเป็นไปได้มากที่สุด
2. คำตอบที่น่าจะเป็นไปได้รองลงมา
3. คำตอบที่น่าจะเป็นไปได้น้อยที่สุด

คำตอบที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญคาดว่าจะมีโอกาสเป็นไปได้จริงจะเป็นคำตอบที่น่าจะเป็นไปได้มากที่สุดและถือเป็นฉันทามติที่มีผู้เห็นด้วยในคำตอบซึ่งมีความถี่มากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยจะนำไปใช้เป็นข้อสรุปและเงื่อนไขในการออกแบบต่อไป

3.4 ช่วงที่ 4 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมด้วยการแจกแบบสอบถามและการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม

ในงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยต้องการเก็บข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ซึ่งเป็นผู้ที่ชื่นชอบและนิยมซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยต้องการผลคำตอบด้านรูปแบบของสินค้ารวมถึงแนวโน้มกระแสเทรนด์แฟชั่น และทำการใช้เครื่องมือวิจัยใน 2 วิธี ดังนี้

1. ผู้วิจัยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ ด้วยการสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็นส่วนต่าง ๆ ประกอบด้วย

- ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งส่วนมากเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้นิยมผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม
- ข้อมูลด้านรสนิยมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม
- ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม
- ข้อมูลด้านรูปแบบภาพลักษณ์ ประเภทสินค้าแฟชั่น และแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมที่ต้องการ

ในการทำแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยนำไปหาคุณภาพของเครื่องมือด้วยการให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ และนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปทำเป็นแบบสอบถามเพื่อไปแจกกับกลุ่มเป้าหมายจริง จำนวน

400 คน ซึ่งวิธีที่แจกแบบสอบถามใช้การแจกทางออนไลน์เป็นหลัก โดยมีวิธีการสร้างเครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัย ดังนี้

1.ศึกษาข้อมูลและรายละเอียดจากหนังสือ บทความ สื่อออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวกับกลุ่มผู้บริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม การออกแบบสินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม แนวโน้มกระแสสินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิด โครงสร้างของแบบสอบถาม และแนวทางในการออกแบบสร้างสรรค์ในขั้นต่อไป

2.จัดทำกรอบแนวคิด และกำหนดโครงสร้างของแบบสอบถาม

3.หาคุณภาพของเครื่องมือของแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัย ด้วยการนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม เพื่อตรวจสอบความตรงกับเนื้อหาและครอบคลุมประเด็นตามวัตถุประสงค์การวิจัย ความถูกต้องสมบูรณ์ในการใช้ภาษา ด้วยการหาค่าดัชนี ความเที่ยงของแบบสอบถาม (IOC : Index of item Objective Congruence) ผลจากการตรวจสอบพบว่า ผลคะแนนทั้ง 3 ท่าน ได้ 2.5 คะแนน = ค่าความเที่ยงตรง 0.83 ซึ่งแปลว่า แบบสอบถามที่ใช้ ในงานวิจัยนี้มีค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ได้

4.นำผลจากการตรวจสอบเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามใหม่ อีกครั้งตามคำแนะนำ

5.นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงใหม่ไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค จำนวน 20 คน เพื่อวัดคุณภาพความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามว่าแต่ละข้อคำถามสอดคล้องกันหรือไม่ ซึ่งจากการวัดเครื่องมือแบบสอบถามงานวิจัยนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาค่าความเชื่อมั่นที่ ระดับ 0.95 ซึ่งเป็นค่าที่มากกว่าเกณฑ์ยอมรับแสดงว่าสามารถยอมรับได้ ผู้วิจัยจึงนำเอาแบบสอบถามนี้ไปใช้ในงานวิจัยต่อไป

6.ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้ได้แก่ กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคสตรี ซึ่งชื่นชอบและนิยมซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม มีอายุ 25 – 55 ปี เป็นกลุ่มตั้งแต่วัยทำงานตอนต้นจนถึงวัยผู้ใหญ่ อาศัยอยู่ในเมืองหลวง ยังศึกษาอยู่หรือทำงานในหลากหลายอาชีพ ซึ่งกลุ่มประชากรดังกล่าวมีมากกว่า 100,000 คน จึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 400 คน ตามแนวคิดการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างประชากรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่มีความคลาดเคลื่อน 5% และระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95 ซึ่งผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบบชุดแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ไว้ในภาคผนวกท้ายเล่ม

ตารางที่ 2 การลดลงของความคลาดเคลื่อนและจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการของทาโร ยามาเน่

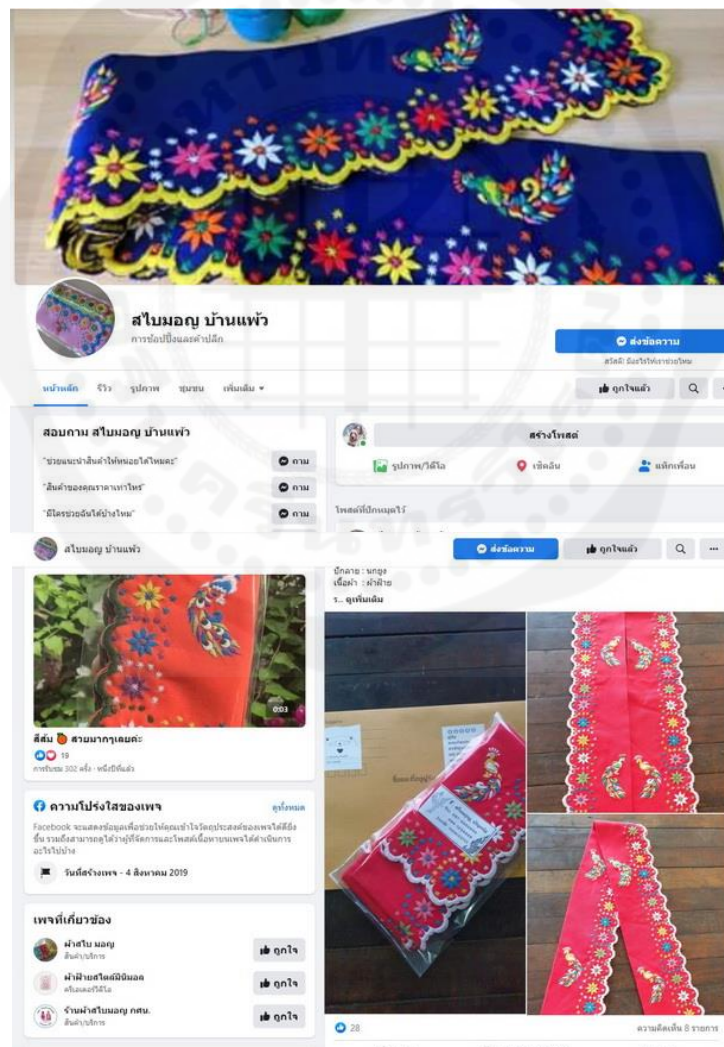
ขนาด ประชากร	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ขนาดความคลาดเคลื่อน (e)					
	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 10%
500	*	*	*	*	222	83
1,000	*	*	*	385	286	91
1,500	*	*	638	441	316	94
2,000	*	*	714	476	333	95
2,500	*	1250	769	500	345	96
3,000	*	1364	811	517	353	97
3,500	*	1458	843	530	359	97
4,000	*	1538	870	541	364	98
4,500	*	1607	891	549	367	98
5,000	*	1667	909	556	370	98
6,000	*	1765	938	566	375	98
7,000	*	1842	959	574	378	99
8,000	*	1905	976	580	381	99
9,000	*	1957	989	584	383	99
10,000	5000	2000	1000	588	385	99
15,000	6000	2143	1034	600	390	99
20,000	6667	2222	1053	606	392	100
25,000	7143	2273	1064	610	394	100
50,000	8333	2381	1087	617	397	100
100,000	9091	2439	1099	621	398	100
∞	10000	2500	1111	625	400	100

ที่มา : ปราณี สวัสดิสิรร์ และมารยาท โยทองยศ (2557)

2. ผู้วิจัยใช้การสำรวจกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมจากภาพถ่ายของสื่อออนไลน์ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อค้นหารูปแบบ ประเภทของสินค้าและองค์ประกอบในการออกแบบสินค้าแฟชั่นที่ตรงกับความต้องการของตลาด อันได้แก่ สี เนื้อผ้าวัสดุ พื้นผิว รายละเอียดการตกแต่ง โครงร่าง ลวดลาย หรือลักษณะจำเพาะทางแฟชั่นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม โดยพื้นที่หลักในการสำรวจ ได้แก่ แฟนเพจ เฟซบุ๊ก (Facebook Fan Page) และ

อินสตาแกรม (Instagram) ผู้วิจัยทำการสำรวจข้อมูลภาพถ่ายจากแต่ละแหล่งข้อมูล โดยแบ่งประเภทสินค้าแฟชั่นประเภทละ 5 แปรนต์สินค้า

แฟนเพจ เฟซบุ๊ก(Facebook Fan Page) คือ เพจที่สร้างขึ้นมาจากเพื่อที่จะประชาสัมพันธ์สิ่งต่าง ๆ เช่น ข่าวสาร กิจกรรม ตลอดจนสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้กับบุคคลอื่น ๆ ที่กำลังมองหาหรือมีความสนใจในสิ่งที่ประชาสัมพันธ์ การใช้ประโยชน์จากแฟนเพจได้ในหลาย ๆ ด้าน เช่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร โฆษณาสินค้า เพื่อติดตามคิรารหรือตั้งเป็นแฟนคลับ เผยแพร่ข้อมูลจากเว็บไซต์และบริการต่าง ๆ ในเชิงธุรกิจได้ และยังสามารถเข้าถึงกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง ทำให้ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการโฆษณา และเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะคนที่อยู่บนโลกออนไลน์ (Kapook, 2019)




ผ้าสไบมอญ

- เปิดรับผลิต-ประดิษฐ์การปักผ้าสไบมอญ
- สร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว และส่งเสริมทักษะอาชีพให้แก่กลุ่มแม่บ้าน เพื่อใช้จุนเจือครอบครัว
- ผ้าสไบมอญเป็นเครื่องแต่งกายพื้นเมืองของชาวมอญ ชาวไทยจะแต่งกายช่วงเทศกาล หรือประเพณีสำคัญๆ เช่น ตักบาตรน้ำผึ้ง เป็นต้น

โดย...กลุ่มแม่บ้าน กศน. ตำบลบางตะไนย์





ร้านผ้าสไบมอญ กศน.

สินค้าบริการ

โทรเลข

หน้าหลัก ร้านค้า ทีวี รูปภาพ เติมน้ำมัน

ถูกใจ ส่งข้อความ

เกี่ยวกับ

เป็นของครูคุณแม่ฝาก

734 คน ถูกใจสิ่งนี้

763 คนคลิกเพื่อดูหน้า

090 248 1962

ร้านผ้าสไบมอญ กศน.

สร้างโพสต์


รูปภาพ/วิดีโอ

เช็คอิน

แท็กเพื่อน

ร้านผ้าสไบมอญ กศน. 23 พฤษภาคม 2021


วิดีโอ



ติดต่อสอบถามโทรเลข: 06-7685-8434

ภาพนิ่ง 155 ฟิล์ม 2 ฟิล์ม

ร้านค้า



ผ้าสไบมอญ 8800.00

ผ้าสไบมอญ 8800.00


ความโปร่งใสของเพจ


Facebook จะตรวจสอบข้อมูลในรายงานที่เผยแพร่เป็นประจำเพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลในบัญชีนี้ตรงตามรายละเอียดที่ระบุไว้เกี่ยวกับข้อมูลและรายละเอียดของรายงานที่เราได้ดำเนินการแล้วหรือไม่

สินค้ามอญบ้านหม่อมเหนือ

28 มีนาคม 2021

เดินมีลายผ้าสไบมอญชุดละ 399 บาทจากผ้าสไบปักบ้านหม่อมเหนือ





กันตียา สินค้าผ้าฝ้าย ผ้าสาหล งานปักมือ

@kantiyashop 5 ทีวี 1 รายการ

ส่งข้อความ

สมัคร: 20 มิถุนายน 2016

หน้าหลัก กลุ่ม ทีวี วิดีโอ เติมน้ำมัน

ถูกใจ

เกี่ยวกับ

SANK 88

Pratthana

สินค้าของ San Kamphaeng Chiang Mai 50130

สร้างโพสต์

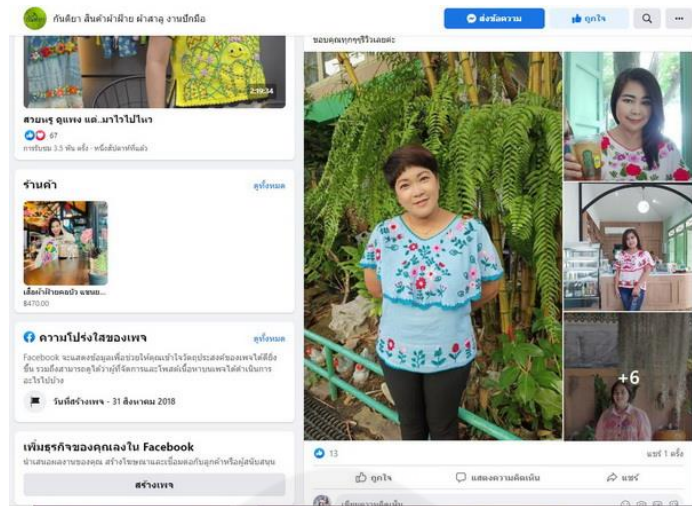
รูปภาพ/วิดีโอ

เช็คอิน

แท็กเพื่อน

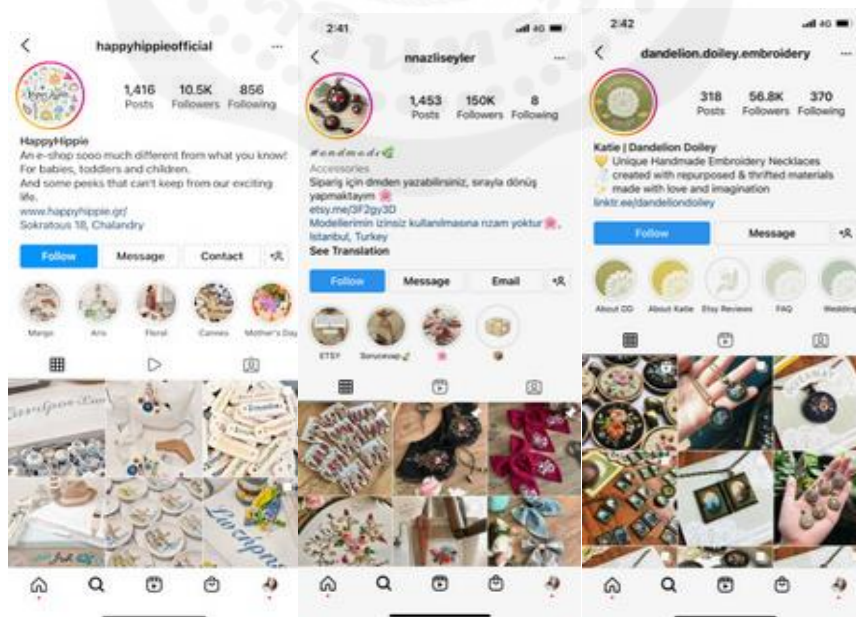
กันตียา สินค้าผ้าฝ้าย ผ้าสาหล งานปักมือ

เมื่อวานนี้ เวลา 10:43 น.



ภาพประกอบ 215 ภาพแสดงตัวอย่างแพนเพจ เฟซบุ๊ก(Facebook Fan Page) ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม
ที่มา : จากผู้วิจัย

อินสตาแกรม (Instagram) หรือที่เรียกกันสั้น ๆ ว่า ไอจี เป็นแอปพลิเคชันฟรีสำหรับการแชร์รูปภาพและวิดีโอที่ผู้ใช้สามารถส่งรูปภาพหรือวิดีโอที่อยาก让别人ได้เห็น ซึ่งจำเป็นต้องมีแอคเคาท์ในการใช้ โดยจุดประสงค์ในการใช้งานนั้นแตกต่างกันออกไป เช่น เพื่อเป็นช่องทางในการโปรโมทสินค้าหรือบริการ เพื่อเป็นไดอารี่ส่วนตัว เพื่ออัปเดตผลงาน เพื่อบันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับการเรียน การอ่านหนังสือ ไปจนถึงการจำลองทำข้อสอบแบบจับเวลาพร้อมกับข้อความบรรยายของตัวเองได้ (ดิจิทัลทิปส์, 2019)



ภาพประกอบ 216 ภาพแสดงตัวอย่างอินสตาแกรม (Instagram)

ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม

ที่มา : จากผู้วิจัย

ซึ่งผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์และประเด็นในการวิเคราะห์จากภาพถ่ายของทั้ง 2 แหล่งสื่อออนไลน์ ด้วยการมุ่งวิเคราะห์ด้านองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม ดังนี้

- 1.ประเภทของสินค้า
- 2.ด้านโครงสร้างเงา
- 3.ด้านสี
- 4.ด้านเนื้อผ้าวัสดุ พื้นผิว
- 5.ด้านลวดลาย
- 6.ด้านรายละเอียดการตกแต่ง
- 7.ด้านลักษณะจำเพาะทางแฟชั่นอื่น ๆ

3.5 ช่วงที่ 5 ผู้วิจัยรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาทั้งหมด

ผู้วิจัยทำการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดด้วยการใช้วิธีการวิเคราะห์แบบผสมผสานทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ เพื่อหาข้อสรุปแนวทางและองค์ประกอบด้านการออกแบบจากทุกด้านที่ศึกษา เพื่อนำไปสังเคราะห์ และประยุกต์ใช้สร้างสรรค์ผลงานในงานวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการทางสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ช่วยในการวิเคราะห์ ที่ประกอบด้วย การประมาณค่าการคำนวณหาค่าสถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้วยการนำเสนอเป็นแผนภูมิ แผนผัง และตารางประกอบเรื่องราวในประเด็นต่าง ๆ ตาม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for windows เพื่อคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) โดยมีหลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์ผลและการแปลผลหลัก ๆ ที่ใช้ ดังนี้

1.การวิเคราะห์คะแนนคำตอบในแต่ละข้อของคำตอบ เป็นการคิดค่าคะแนนโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบแต่ละข้อดังนี้

มากที่สุด เท่ากับ 5 คะแนน

มาก เท่ากับ 4 คะแนน

ปานกลาง เท่ากับ 3 คะแนน

น้อย เท่ากับ 2 คะแนน

น้อยที่สุด เท่ากับ 1 คะแนน

2. การวิเคราะห์คำร้อยละคำตอบในแต่ละข้อของคำตอบ เป็นการคิดคำร้อยละโดยมีเกณฑ์การให้คำร้อยละของคำตอบแต่ละข้อดังนี้

มากที่สุด ร้อยละ 80 - 100

มาก ร้อยละ 70 - 79

ปานกลาง ร้อยละ 60 - 69

น้อย ร้อยละ 50 - 59

น้อยที่สุด ร้อยละ น้อยกว่า 50

ทั้งนี้เพื่อหาข้อสรุป แนวทาง และองค์ประกอบด้านการออกแบบจากทุกด้านที่ศึกษาเพื่อนำไปสังเคราะห์ และประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์งานวิจัยต่อไป

3.6 ช่วงที่ 6 ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์ข้อมูล และสรุปเป็นข้อกำหนดในการออกแบบ (Design Criteria)

ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ข้อมูล และนำมาเป็นข้อกำหนดในการออกแบบ (Design Criteria) เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดโจทย์การออกแบบ (Design Brief) และสร้างนิเวทรนด์ (New Trend) สำหรับคอลเลกชันผลงานต้นแบบของโครงการวิจัย เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ ประเภทของการสังเคราะห์งานวิจัยนี้จึงจัดอยู่ในประเภทของการสังเคราะห์ทั้งเชิงคุณลักษณะและเชิงปริมาณ

1. การสังเคราะห์เชิงคุณลักษณะ (Qualitative Synthesis) เป็นการสังเคราะห์เนื้อหาสาระเฉพาะส่วนที่เป็นข้อค้นพบของรายงานการวิจัย โดยใช้วิธีการบรรยายบทสรุปรวมข้อค้นพบของรายงานการวิจัยตามสาระของงานวิจัยแต่ละเรื่องไว้ด้วย

2. การสังเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Synthesis) เป็นการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ (Analysis of analysis) ด้วยการใช้ระเบียบวิธีทางสถิติ ตัวเลข เป็นการนำเสนอข้อค้นพบจากงานวิจัยทุกเรื่องในหน่วยมาตรฐานเดียวกัน แล้วนำมาอธิบายด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ห่อภิมาณ

3.7 ช่วงที่ 7 ผู้วิจัยสรุปด้านรูปแบบภาพลักษณ์ของสินค้าอีกครั้งจากคณะผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยอาศัยเทคนิคการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR อีกครั้ง ด้วยการตัดสินใจด้านรูปแบบภาพลักษณ์ของสินค้าอีกครั้งจากคณะผู้เชี่ยวชาญภายหลังจากสรุปข้อกำหนดในการออกแบบ (Design Criteria) เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดโจทย์การออกแบบ (Design Brief) เพื่อให้ได้รูปแบบของผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมที่ตรงกับวัตถุประสงค์งานวิจัยมากที่สุด

หลังจากนั้นผู้วิจัยนำมาพัฒนา ปรับปรุง ออกแบบและนำเสนอเป็นผลงานต้นแบบ (Prototype Design) ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบและทดลองผลิตผลงานต้นแบบ (Prototype Design) คอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมตามแนวความคิดและโจทย์การออกแบบที่ตั้งไว้ ประกอบด้วยเครื่องแต่งกาย 5 ชิ้น เครื่องประดับ 2 ชิ้น และเครื่องประกอบการแต่งกาย 2 ชิ้น และจัดนิทรรศการแสดงผลงานต้นแบบจริงของคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม โดยมีการประเมินคุณภาพผลงานวิจัยจากคณะผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มเป้าหมายและผู้เข้าร่วมชมผลงานนิทรรศการเป็นขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ โดยมีขั้นตอนรายละเอียด ดังนี้

1. ผู้วิจัยสรุปคำตอบที่ได้เป็นองค์ประกอบเพื่อการออกแบบ ได้แก่ รูปร่างรูปทรง โครงสร้าง สี สัน ลวดลาย รายละเอียด และอารมณ์ของงาน และนำเสนอแนวความคิดในการออกแบบ (Design Concept)

2. ผู้วิจัยสรุปด้านแนวโน้มกระแสแฟชั่นทั้งหมด และนำมาสร้างเป็นแนวโน้มกระแสแฟชั่นใหม่ (New Trend) และแรงบันดาลใจที่จะใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานคอลเลกชันนี้

3. ผู้วิจัยทำการร่างแบบผลงาน โดยแบ่งคอลเลกชันสินค้าแฟชั่นผลิตภัณฑ์ทุนวัฒนธรรม ออกเป็นตามฤดูกาลและประเภทของสินค้า

4. ผู้วิจัยนำผลงานไปตรวจสอบ เพื่อประเมินด้านรูปแบบภาพลักษณ์ของสินค้าอีกครั้งกับคณะผู้เชี่ยวชาญ ด้วยการตัดสินใจจากการใช้เทคนิคการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR อีกครั้ง เพื่อให้ได้ข้อสรุปด้านรูปแบบของสินค้าแฟชั่นผลิตภัณฑ์ทุนวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับความต้องการและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

5.ผู้วิจัยนำเสนอผลงานต้นแบบงานวิจัยผ่านคอลเลกชันสินค้าแฟชั่นผลิตภัณฑ์ทุนวัฒนธรรม ด้วยการจัดนิทรรศการแสดงผลงานต้นแบบสินค้าแฟชั่นผลิตภัณฑ์ทุนวัฒนธรรมเป็นขั้นตอนสุดท้ายสู่สาธารณชน

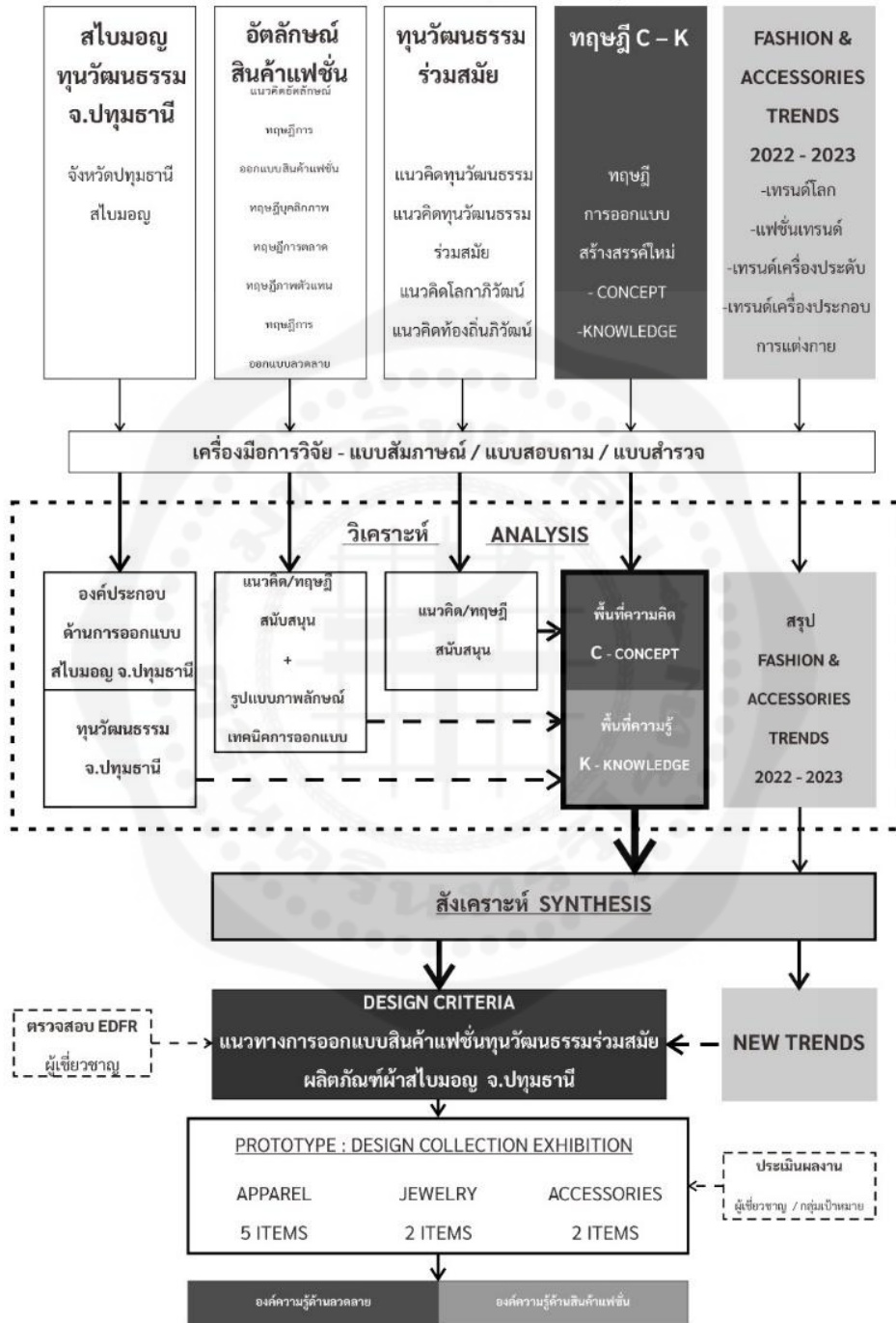
3.8 ช่วงที่ 8 การสรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ภายหลังจากการจัดแสดงนิทรรศการแสดงผลงานต้นแบบจริงของคอลเลกชัน ผู้วิจัยได้ทำการประเมินผลความพึงพอใจของคณะผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคและผู้เข้าชมงาน เพื่อนำมาสรุปและอภิปรายผล โดยเน้นใน 2 ประเด็นที่ต้องสรุปให้ได้เป็นองค์ความรู้ใหม่ ได้แก่

- 1.องค์ความรู้ด้านการออกแบบลวดลายใหม่สำหรับสไบมอญ จ.ปทุมธานี
- 2.องค์ความรู้ด้านการออกแบบสินค้าแฟชั่นจากสไบมอญ จ.ปทุมธานี รูปแบบใหม่

ผู้วิจัยสรุปโครงการวิจัยพร้อมข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคตต่อไป

การพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C - K
 ผู้อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย
 กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี



ภาพประกอบ 217 ภาพแสดงแผนผังกระบวนการทำวิจัย

ที่มา : จากผู้วิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องการพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C-K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎี C-K และนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานีที่สามารถนำมาสร้างสรรค์ให้เกิดสินค้าทุนวัฒนธรรมประเภทผ้าสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี และเพื่อค้นหาเสนออัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยและแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ จากสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีได้ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ได้แก่ การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ การแจกแบบสอบถาม และการสังเกตจากภาพถ่ายจากสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อหาข้อสรุปที่เป็นองค์ประกอบของการออกแบบในด้านต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยมีการวิเคราะห์ข้อมูลในหลายส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 – การวิเคราะห์ด้านสินค้าผ้าสไบมอญ และทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี

ส่วนที่ 2 – การวิเคราะห์ด้านแนวคิดอัตลักษณ์ ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น ทฤษฎีบุคลิกภาพ ทฤษฎีการตลาด ทฤษฎีภาพตัวตน และทฤษฎีการออกแบบลวดลาย

ส่วนที่ 3 – การวิเคราะห์ด้านแนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์ และแนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์

ส่วนที่ 4 - การวิเคราะห์ด้านการออกแบบสร้างสรรค์จากแนวคิดทฤษฎี C-K

ส่วนที่ 5 -การวิเคราะห์ด้านกระแสเทรนด์โลกและแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 6 – การสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

ส่วนที่ 7 – การสรุปอัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบและองค์ประกอบด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี และข้อกำหนดเงื่อนไขในการออกแบบ

ส่วนที่ 8 - การออกแบบคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

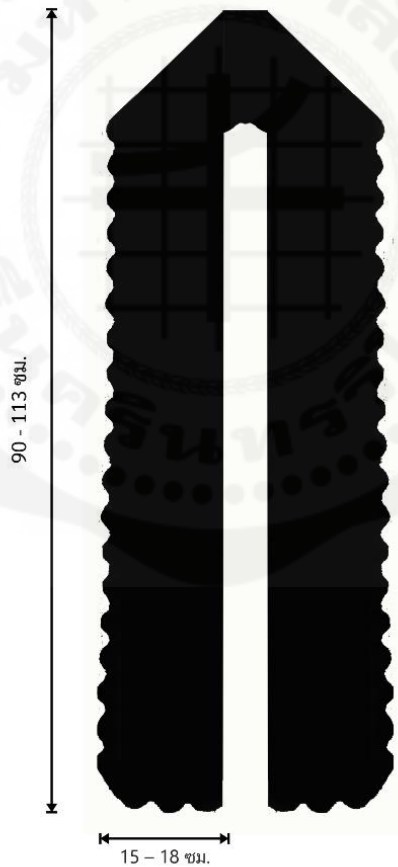
4.1 การวิเคราะห์ด้านสินค้าผ้าสไบมอญ และทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี

ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสินค้าผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยวิธีการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมตลอดจนการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้วยการบันทึกเสียงแล้วใช้เทคนิคการสรุปสะสมในการสรุปคำตอบที่ได้ ซึ่งผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ผลได้ ดังนี้

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมด้านสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

ผู้วิจัยพบว่า องค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี คือ

1.ด้านโครงร่างเงา - สไบมอญของจังหวัดปทุมธานีมีรูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีริมขอบหยักโดยรอบ ของริมผ้าที่ไม่ใช่ฝั่งพับทบ โดยที่เส้นหยักไม่ได้จำกัดรูปร่างความโค้งและจังหวะสัดส่วนของการหยักที่แน่นอน มีขนาดกว้างประมาณ 12-15 เซนติเมตร ยาวประมาณ 180 - 225 เซนติเมตร



ภาพประกอบ 218 ภาพแสดงโครงร่างเงาของสไบมอญในลักษณะของการคล้องคอเวลาใช้งานจริง
ที่มา : จากผู้วิจัย

2.ด้านสีสัน เนื้อผ้า พื้นผิว - สีสันโดยรวมของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีมีสีสันสดใส เน้นสีของ ลวดลายที่ตัดกับสีของพื้นผ้า ลวดลายดอกส่วนใหญ่ใช้สีของไหมปักที่เน้นการตัดกับสีพื้นของพื้นผ้า ซึ่งสีที่ นิยมปัก ได้แก่ แดง ส้ม เขียวทองอ่อน เหลือง ขาว ฟ้า ชมพู ฯลฯ ผ้าที่นำมาผลิตสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ส่วนมากเป็นผ้าโทเรหรือผ้าไหมอิตาลีที่มีพื้นผิวส่วนใหญ่เรียบแต่มองเห็นเส้นทอของผ้าเล็กน้อย พื้นผิวของ สไบมอญมาจากลวดลายที่ปักลงไปบนลักษณะภาพทูนต่ำตามลักษณะของภาพที่ปักลงไป

ตารางที่ 3 สีสันของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี		
สีสัน	สีของผ้าสไบ	
	สีของไหมปักที่เป็นลวดลาย	

ที่มา : จากผู้วิจัย

3.ด้านลวดลาย – รูปแบบลวดลายปักของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี มีโครงสร้างตำแหน่งของ การปักใน 3 ตำแหน่ง คือ

1. ลายเส้นปักริมขอบผ้า

2. ลายปักถัดจากกริมขอบผ้า ส่วนมากใช้ลายดาวล้อมเดือนมาปักลื้อไปตามความยาวของสไบที่มีริมขอบหยักตลอดทั้งผืน

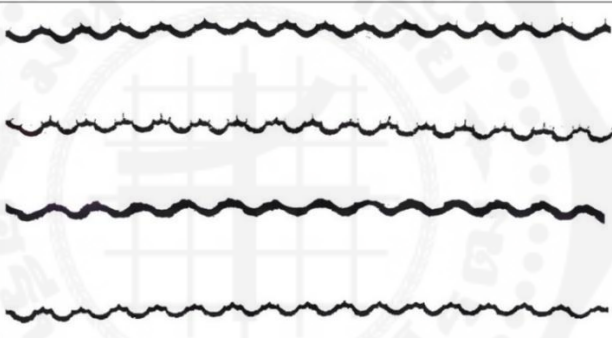
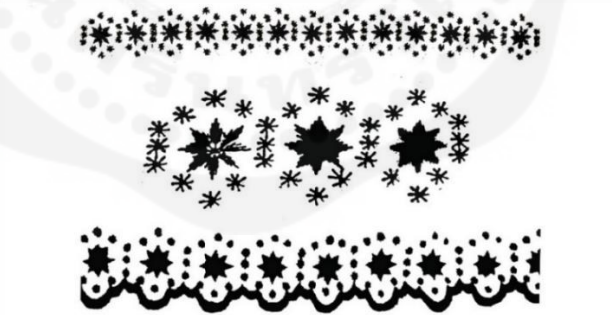

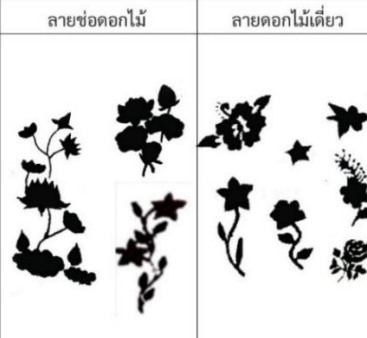
3. ลายบนผืนสไบ จะมีหลายลักษณะ สามารถแบ่งได้ 3 ลักษณะ คือ

1.ลายไม้เลื้อยหรือลายเถา

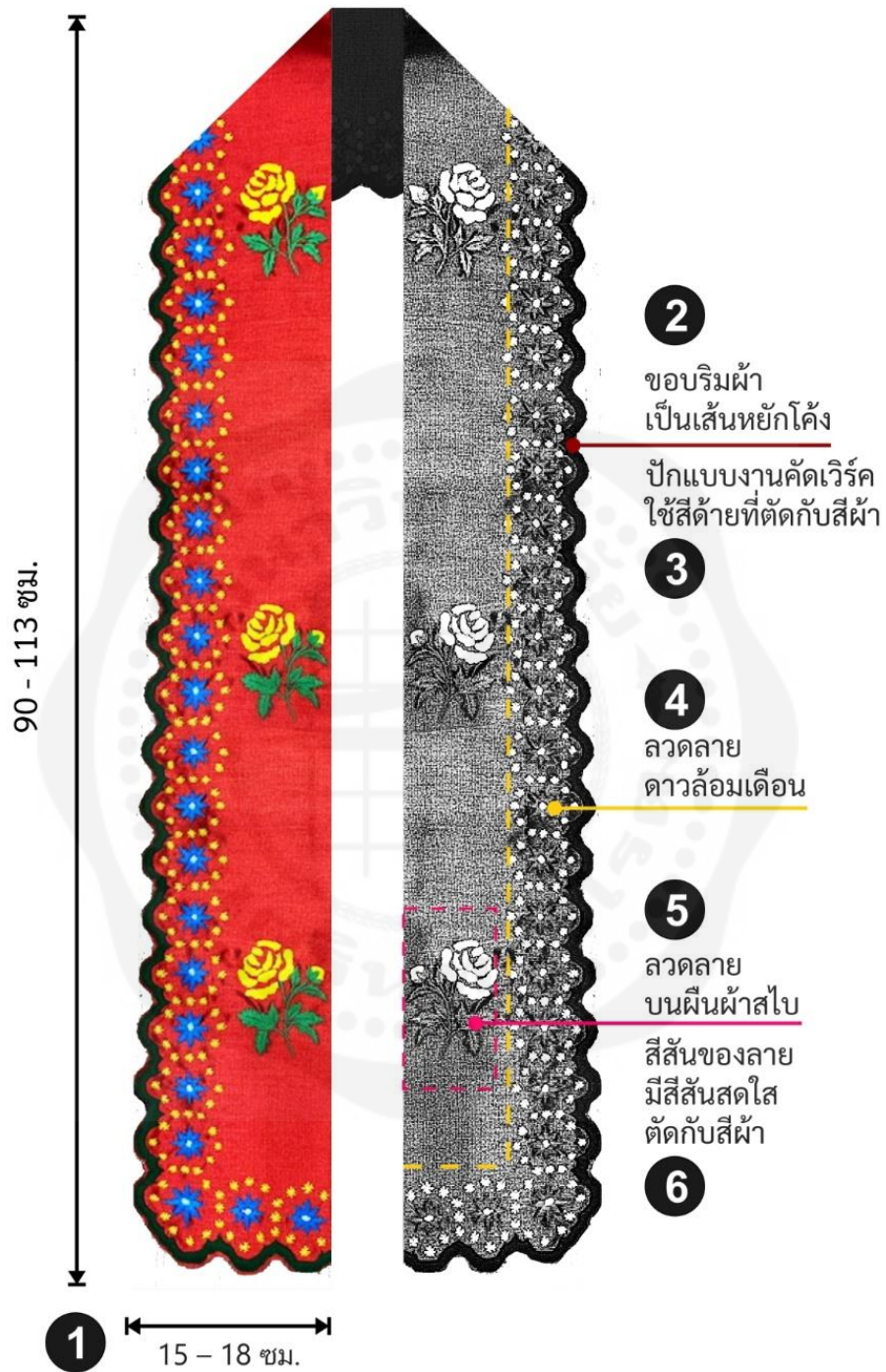
2.ลายช่อดอกไม้

3.ลายดอกไม้เดี่ยวหรือลายเดี่ยว

ตารางที่ 4 ลักษณะของลวดลายบนสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี				
ลวดลาย	ลายเส้นปักกริมขอบผ้า			
	ลายดาวล้อมเดือน			
ลายบนผืนสไบ	ลายไม้เลื้อย	ลายช่อดอกไม้	ลายดอกไม้เดี่ยว	
				

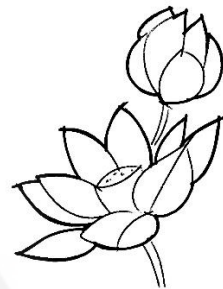
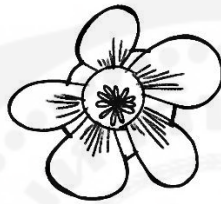
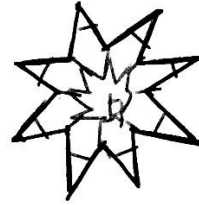
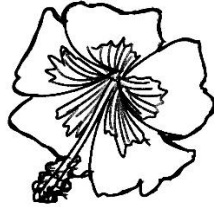
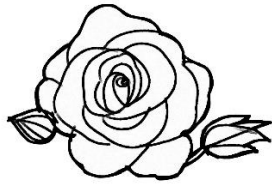
ที่มา : จากผู้วิจัย



ภาพประกอบ 219 ภาพแสดงลักษณะลวดลายและรูปแบบของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

ที่มา : จากผู้วิจัย

รูปแบบของลวดลายที่ใช้ปัก ส่วนมากเป็นลวดลายพรรณพฤกษาของดอกไม้ประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ลายดอกพิกุล ลายมะตาด ลายดอกกุหลาบ ลายดอกชบา ลายดอกมะเขือ และลายดอกบัวหลวง



ภาพประกอบ 220 ภาพแสดงชนิดของดอกไม้ประเภทต่าง ๆ ที่เป็นลวดลายของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี
ที่มา : จากผู้วิจัย

และในปัจจุบัน สไบมอญ จังหวัดปทุมธานีจะมีการปักลวดลายตามริมขอบผ้าสไบใน 2 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ

1. การปักลวดลายของสไบในรูปแบบดั้งเดิม ใช้ลวดลายดาวล้อมเดือนที่วางขนานคู่ไปกับเส้นหยักตามริมขอบผ้าสไบตลอดทั้งผืน

2. การปักลวดลายของสไบในรูปแบบสมัยใหม่ เป็นลวดลายแบบประยุกต์จากลายดาวล้อมเดือน หรือเป็นลายอื่น ๆ ที่มีลักษณะโค้งหยักคล้ายของดั้งเดิมแต่คิดลายขึ้นมาใหม่ตามริมขอบผ้าสไบหรือปล่อยริมผ้าให้โค้งเรียบมีแต่เส้นหยักและการปักเพียงเล็กน้อย

4.ด้านรายละเอียดการตกแต่ง - สำหรับด้านรายละเอียดการตกแต่งที่พบจากสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีนั้น ผู้วิจัยพบว่าฝีมือการปักของสไบมอญแต่ละผืนนั้นมีความประณีตที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับประสบการณ์การปักของช่างผู้ผลิต ยังมีประสบการณ์ในการทำมาก การปักผ้าสไบมอญยังมีลวดลายฝีมือในการปักที่ละเอียดและมีคุณภาพสูง สไบมอญ จังหวัดปทุมธานีส่วนมากจะเน้นที่ลวดลายงานปักที่ผลิตด้วยการปักมือ ทำให้แต่ละผืนมีความสวยงามที่ไม่เหมือนกันในลักษณะของงานแฮนด์เมด (Handmade)

นอกจากนี้ในการตกแต่งสไบในบางผืนบางครั้งมีการใช้วัสดุอื่น ๆ ร่วมด้วย เช่น ไหมสีทองหรือสอดด้วยด้ายสีทองทำให้สไบมอญมีความสวยงามพิเศษและโดดเด่นมากขึ้น

5.ด้านลักษณะจำเพาะทางแพชชั่น ในที่นี้คือ ด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต - ด้านวัสดุนำมาผลิตผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีส่วนมากใช้ผ้าโทเรหรือผ้าไหมอิตาลีที่เอื้อต่อการปักลวดลาย ทำให้ปักลวดลายได้ง่ายและมีความแน่นของลายปักสามารถปักลายออกมาอย่างสวยงามได้ง่าย การผลิตสไบมอญประกอบด้วยขั้นตอน การเขียนลายและการปัก ซึ่งการเขียนลายมีทั้งการเขียนลายด้วยการใช้มือวาดลายแบบฟรีแฮนด์และการใช้เครื่องมือแม่แบบวาดลาย ส่วนการปักจะใช้มือปักทั้งผืนมากกว่าการใช้จักรปัก



ภาพประกอบ 221 ภาพแสดงวัสดุนำมาผลิตสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี
ที่มา : จากผู้วิจัย

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้านสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

จากการสัมภาษณ์ด้านองค์ประกอบในการออกแบบแพชชั่นของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีกับผู้เชี่ยวชาญผู้วิจัยพบว่าผู้เชี่ยวชาญส่วนมากให้ความสำคัญและเลือกองค์ประกอบในการออกแบบแพชชั่นเรียงจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้ดังนี้

ตารางที่ 5 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ ตั้งแต่มากที่สุด(5) - น้อยที่สุด(1)					
ผู้เชี่ยวชาญ	โครงร่างเงา	สีสันทัน	ลวดลาย	รายละเอียดการตกแต่ง เช่น ฝีมือการปัก / ใช้วัสดุอื่น ๆรวม	ลักษณะจำเพาะ วัสดุ เนื้อผ้า พื้นผิว
1. คุณนภาพร นวลประดิษฐ์	5	3	3	3	2
2. คุณวัลย์ลิกา เรืองสุวรรณ	5	5	5	4	3
3. คุณวรรณสกล รักปทุม	4	3	5	2	1
4. กลุ่มสัมมาชีพตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	5	2	5	3	2
5. วิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบล บางหลวง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	5	4	5	5	5
รวมคะแนน	24	17	23	17	13

ที่มา : จากผู้วิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ผู้เชี่ยวชาญส่วนมากให้องค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นในด้านโครงร่างเงา 24 คะแนนมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็น 80% ในด้านลวดลาย 23 คะแนนเป็นอันดับที่ 2 คิดเป็น 76.7% และด้านสีสันทันกับรายละเอียดการตกแต่งบนผ้า เช่น ฝีมือการปัก หรือการใช้วัสดุอื่น ๆ เช่น เลื่อม ดิ้นทอง ฯลฯ ได้ 17 คะแนนคิดเป็น 56.7% และด้านวัสดุการใช้ผ้ามาทำสไบมอญได้ 13 คะแนนคิดเป็น 43.3% เป็นด้านที่ได้คะแนนน้อยที่สุดตามลำดับ

โดยส่วนมากให้ความเห็นโดยรวมว่า องค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ในด้านโครงร่างเงา คือ ความเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าหน้าแคบแถบยาว และมีขอบหยักไปตามรูปร่างของสไบถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่เป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญ และลวดลายที่ปักลงไปบนสไบเป็นสิ่งสำคัญรองลงมา ถือเป็นสิ่งที่แสดงถึงเรื่องราว เอกลักษณ์ และสิ่งแวดล้อมของชาวมอญจังหวัดปทุมธานี ส่วนด้านสีสันทันนั้นสามารถใช้สีสันทันของด้ายปักหรือผืนผ้าอะไรก็ได้ไม่มีกำหนดตายตัว แต่สามารถทำให้ลวดลายของสไบมีความโดดเด่นเห็นลายได้อย่างชัดเจน ด้านรายละเอียดการตกแต่งบนผ้า เช่น ฝีมือการปักนั้นส่วนมากให้ความสำคัญกับการปักด้วยมือเพราะมีคุณภาพและมีคุณค่ากว่าการใช้จักรปักแต่ไม่ได้กำหนดว่าต้องเป็น

งานปักด้วยมือเท่านั้น หรือการใช้วัสดุอื่น ๆ เช่น เลื่อม ดิ้นทอง ฯลฯ สามารถจะใช้ร่วมได้เพื่อให้ลวดลายมีความสวยงามและโดดเด่นไปตามโอกาสการใช้งานของสไบมอญและควรคำนึงถึงการดูแลรักษาผ้าร่วมด้วย และด้านลักษณะจำเพาะ เช่น การเลือกวัสดุหรือการใช้ผ้ามาทำสไบมอญนั้นสามารถเป็นผ้าอะไรก็ได้ที่ส่งเสริมให้ลวดลายงานปักนั้นมีความสวยงามเห็นลายได้ชัดเจนหรือเป็นผ้าสีเรียบสีพื้นที่ไม่บดบังลวดลาย

4.1.3 สรุปรูปแบบอัตลักษณ์สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

สรุปแล้วผู้วิจัยพบว่าอัตลักษณ์ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ในด้านองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นที่ควรให้ความสำคัญและสามารถนำไปสู่เงื่อนไขในการออกแบบสร้างสรรค์สำหรับโครงการวิจัยเรียงลำดับตามความสำคัญ ได้ดังนี้

- 1.ด้านโครงร่างเงา - ควรเป็นสีเหลี่ยมผืนผ้าที่มีลักษณะหน้าแคบแถบยาว และมีขอบหยักรอบรูปร่างสี่เหลี่ยม
- 2.ด้านลวดลาย - ควรเป็นลวดลายที่แสดงถึงเรื่องราว เอกลักษณ์ และสิ่งแวดล้อมของชาวมอญจังหวัดปทุมธานี ซึ่งปัจจุบันที่นิยมปักเป็นลายของดอกไม้ 6 ประเภทหลักในรูปแบบการปักแบบสไบมอญดั้งเดิมที่เน้นลายดาวล้อมเดือนเหมือนสไบมอญน้ำเค็ม และลายสมัยใหม่ประยุกต์ที่คิดค้นลายต่าง ๆ ขึ้นมาใหม่หลายรูปแบบ
- 3.ด้านสีสันทัน - ควรใช้สีที่ส่งเสริมให้ลวดลายของสไบที่ปักบนผืนผ้ามีความโดดเด่นเห็นลายได้อย่างชัดเจน ซึ่งไม่มีกำหนดโครงสร้างที่ตายตัว สามารถใช้สีอะไรก็ได้ที่เน้นการตัดกันของสีกับผืนผ้าสไบที่นำมาปัก
- 4.ด้านรายละเอียดการตกแต่งบนผ้า - ควรเน้นรูปแบบการปักที่สามารถทำได้ด้วยการปักมือ เพราะจะทำให้งานมีคุณภาพและมีคุณค่ามากกว่าการใช้จักรปัก และการใช้วัสดุอื่น ๆ เช่น เลื่อม ดิ้นทอง ฯลฯ หรือการใช้เทคนิคอื่น ๆ มาร่วมด้วยสามารถทำได้เพื่อให้สไบมอญมีความสวยงามโดดเด่นมากยิ่งขึ้น
- 5.ด้านลักษณะจำเพาะ เช่น การเลือกวัสดุมาทำสไบมอญ - ควรเป็นผ้าสีโทนเรียบหรือสีพื้นที่ไม่บดบังลวดลายแต่ไม่ได้กำหนดชัดเจนสามารถเป็นผ้าอะไรก็ได้ที่ส่งเสริมให้ลวดลายงานปักนั้นมีความสวยงามเห็นลายได้สวยงามชัดเจน

4.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมด้านทุนวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมด้านทุนวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยพบว่าสามารถแบ่งได้ตามทุนทางวัฒนธรรม 8 ด้านของกระทรวงวัฒนธรรมได้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6 ด้านทุนวัฒนธรรม 8 ด้านของจังหวัดปทุมธานี

ทุนวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี	
ประเภท	รายละเอียด
1. อาหาร	ข้าวหอมปทุม ฯ / มะตาด / กระจับปี่เขียวบอน / น้ำมันงา / น้ำพริกคลองรังสิต / ปลาร้า / ปลาเจ้า / ปลาเค็ม / ปลาอย่าง
2. การแต่งกาย	สไบมอญ / โสร่งพื้นแดงลายตาราง / เสื้อทรงเข้ารูปแขนยาวทรงกระบอก
3. ที่อยู่อาศัย / สถานที่	เรือนมอญขวาง / หอไตรปิฎก / เจดีย์มอญ
4. ประเพณี	ประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ / ประเพณีมอญคั่ง / ประเพณีรำพาข้าวสาร / ประเพณีล้างเท้าพระ / ประเพณีตักบาตรพระร้อย / ประเพณีพิธีกรรม
5. ภาษา	ภาษามอญ
6. อาชีพ	อิฐมอญ / ตุ่มสามโคก / สไบมอญ / ผลิตภัณฑ์ของฝาก
7. ความเชื่อ	ดอกบัวหลวง / พระหยกขาว / รวงข้าวต้นข้าว / เส้าหงส์ / ธงตะขาบ / ต้นปารีชาติ(ทองเหลืองลาย) / หอสวดมนต์ / ศาสนาพุทธ / ผีมอญ
8. ศิลปะพื้นถิ่น	เครื่องปั้นดินเผาเบญจศิริ / หม้อข้าวแช่ / ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินไทย - ญี่ปูน / สไบมอญ / เปลือกไขวิจิตร / ตุ่มสามโคก / เรือกระแซง

ที่มา : จากผู้วิจัย

4.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้านทุนวัฒนธรรม 8 ด้านของจังหวัดปทุมธานี จากการสัมภาษณ์ด้านทุนวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานีกับผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยพบว่าผู้เชี่ยวชาญส่วนมากเลือกทุนวัฒนธรรม 8 ด้านของจังหวัดปทุมธานี โดยเรียงจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้ดังนี้

ตารางที่ 7 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านอาหารของจังหวัดปทุมธานี

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ ตั้งแต่มากที่สุด(5) - น้อยที่สุด(1)									
ทุนวัฒนธรรม : ประเภทอาหาร	ข้าวหอมปทุม ฯ	มะตาด	กระเจี๊ยบเขียวบอน	น้ำมันงา	น้ำพริกคลองรังสิต	ปลาร้า	ปลาเจ้า	ปลาเค็ม	ปลาย่าง
1. คุณนภาพร นวลประดิษฐ์	5	3	3	1	3	4	1	1	1
2. คุณวัลย์ลิกา เรืองสุวรรณ	4	5	5	3	5	5	1	4	4
3. คุณวรรณสกล รักปทุม	5	5	5	1	5	1	1	1	3
4. กลุ่มสัมมาชีพตำบลบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	4	5	5	4	3	4	4	4	3
5. วิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบล บางหลวง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	5	4	4	1	1	4	4	2	2
รวมคะแนน	23	22	22	10	17	18	11	12	13

ที่มา : จากผู้วิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านอาหารของจังหวัดปทุมธานี ผู้เชี่ยวชาญส่วนมากให้อันดับที่ 1 ได้แก่ ข้าวหอมปทุม ฯ 23 คะแนนมากที่สุดคิดเป็น 76.7% อันดับที่ 2 ได้แก่ มะตาดและกระเจี๊ยบเขียวบอน 22 คะแนนคิดเป็น 73.3% รองลงมาได้แก่ ปลาร้า 18 คะแนนคิดเป็น 60% และน้ำพริกคลองรังสิต ปลาย่าง ปลาเค็ม ปลาเจ้า และน้ำมันงาได้คะแนนน้อยที่สุดตามลำดับ

ตารางที่ 8 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านการแต่งกายของจังหวัดปทุมธานี

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ ตั้งแต่มากที่สุด(5) - น้อยที่สุด(1)			
ทุนวัฒนธรรม : ประเภทการแต่งกาย	สไบมอญ	โสร่งพื้นแดงลายตาราง	เสื่อทรงเข่ารูปขนยาวทรงกระบอก
1. คุณนวพร นวลประดิษฐ์	5	3	3
2. คุณวัลย์ลิกา เรืองสุวรรณ	5	3	5
3. คุณวรรณสกล รักปทุม	5	1	3
4. กลุ่มสัมมาชีพตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	5	5	4
5. วิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบล บางหลวง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	5	2	2
รวมคะแนน	25	14	17

ที่มา : จากผู้วิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านการแต่งกายของจังหวัดปทุมธานี ผู้เชี่ยวชาญส่วนมากให้อันดับที่ 1 ได้แก่ สไบมอญ 25 คะแนนมากที่สุดคิดเป็น 100% อันดับที่ 2 ได้แก่ เสื่อทรงเข่ารูปขนยาวทรงกระบอก 17 คะแนนคิดเป็น 56.7% และโสร่งพื้นแดงลายตารางได้ 14 คะแนนน้อยที่สุดตามลำดับคิดเป็น 46.7%

ตารางที่ 9 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านที่อยู่อาศัย / สถานที่ของจังหวัดปทุมธานี

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ ตั้งแต่มากที่สุด(5) - น้อยที่สุด(1)			
ทุนวัฒนธรรม : ประเภทที่อยู่อาศัย / สถานที่	เรือนมอญขวาง	หอไตรปิฎก	เจดีย์มอญ
1. คุณนวพร นวลประดิษฐ์	5	4	5
2. คุณวัลย์ลิกา เรืองสุวรรณ	2	3	4
3. คุณวรรณสกล รักปทุม	3	4	5
4. กลุ่มสัมมาชีพตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	4	4	5
5. วิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบล บางหลวง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	3	2	5
รวมคะแนน	17	17	24

ที่มา : จากผู้วิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านที่อยู่อาศัย / สถานที่ของจังหวัดปทุมธานี ผู้เชี่ยวชาญส่วนมากให้อันดับที่ 1 ได้แก่ เจดีย์มอญ 24 คะแนนมากที่สุดคิดเป็น 80% อันดับที่ 2 ได้คะแนนเท่ากัน คือ เรือนมอญขวางและหอไตรปิฎก 17 คะแนนตามลำดับคิดเป็น 56.7%

ตารางที่ 10 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านประเพณีของจังหวัดปทุมธานี

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ ตั้งแต่มากที่สุด(5) - น้อยที่สุด(1)						
ทุนวัฒนธรรม : ประเภทประเพณี	แห่ทางหงส์ธงตะขาบ	มอญคั่ง	รำพาข้าวสาร	ล้างเท้าพระ	ตักบาตรพระร้อย	พิธีธรรม
1. คุณนวพร นวลประดิษฐ์	5	3	5	1	5	3
2. คุณวัลย์ลิกา เรืองสุวรรณ	5	5	5	2	5	3
3. คุณวารชนสกล รักปทุม	5	2	4	1	5	1
4. กลุ่มสัมมาชีพตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	5	2	5	2	5	5
5. วิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบล บางหลวง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	5	5	5	5	5	4
รวมคะแนน	25	17	24	11	25	16

ที่มา : จากผู้วิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านประเพณีของจังหวัดปทุมธานี ผู้เชี่ยวชาญส่วนมากให้อันดับที่ 1 ได้แก่ ประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบและประเพณีตักบาตรพระร้อยเท่ากันที่ 25 คะแนนมากที่สุดคิดเป็น 100% อันดับที่ 2 ได้แก่ ประเพณีรำพาข้าวสาร 24 คะแนนคิดเป็น 80% รองลงมาได้แก่ รำมอญคั่ง 17 คะแนนคิดเป็น 56.7% และการสวดพิธีธรรม และประเพณีล้างเท้าพระได้คะแนนน้อยที่สุดตามลำดับ

ตารางที่ 11 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านภาษาของจังหวัดปทุมธานี

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ ตั้งแต่มากที่สุด(5) - น้อยที่สุด(1)	
ทุนวัฒนธรรม : ประเภทภาษา	ภาษามอญ
1. คุณนภาพร นวลประดิษฐ์	4
2. คุณวัลย์ลิกา เรืองสุวรรณ	2
3. คุณวรรณสกล รักปทุม	1
4. กลุ่มสัมมาชีพตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	4
5. วิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบล บางหลวง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	2
รวมคะแนน	13

ที่มา : จากผู้วิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านภาษาของจังหวัดปทุมธานี ผู้เชี่ยวชาญส่วนมากให้ภาษามอญมากที่สุด 4 คะแนน และให้คะแนนน้อยที่สุด 1 คะแนน โดยมีคะแนนรวมทั้งสิ้น 13 คะแนนคิดเป็น 43.3%

ตารางที่ 12 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านอาชีพของจังหวัดปทุมธานี

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ ตั้งแต่มากที่สุด(5) - น้อยที่สุด(1)				
ทุนวัฒนธรรม : ประเภทอาชีพ	อิฐมอญ	ตุ่มสามโคก	สไปมอญ	ผลิตอาหารของฝาก
1. คุณนภาพร นวลประดิษฐ์	1	1	4	5
2. คุณวัลย์ลิกา เรืองสุวรรณ	1	1	5	5
3. คุณวรรณสกล รักปทุม	1	1	5	3
4. กลุ่มสัมมาชีพตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	3	5	5	5
5. วิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบล บางหลวง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	1	1	5	4
รวมคะแนน	7	9	24	22

ที่มา : จากผู้วิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านอาชีพของจังหวัดปทุมธานี ผู้เชี่ยวชาญส่วนมากให้อันดับที่ 1 ได้แก่ สไปมอญ 24 คะแนนมากที่สุดคิดเป็น 80% อันดับที่ 2 ได้แก่ การผลิตอาหารและของฝาก 22 คะแนนคิดเป็น 73.3% รองลงมาได้แก่ ตุ่มสามโคก 9 คะแนนคิดเป็น 30% และอิฐมอญได้คะแนนน้อยที่สุดตามลำดับ

ตารางที่ 13 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านความเชื่อของจังหวัดปทุมธานี

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ ตั้งแต่มากที่สุด(5) - น้อยที่สุด(1)									
ทุนวัฒนธรรม : ประเภทความเชื่อ	ดอกบัวหลวง	พระหยกขาว	รวงข้าวต้นข้าว	เสาหงส์	ธงตะขาบ	ต้นปาริชาติ (ทองกลางลาย)	หอสวดมนต์	ศาสนาพุทธ	ผีมอญ
1. คุณนพพร นวลประดิษฐ์	4	1	5	5	5	1	2	5	3
2. คุณวัลย์ลิกา เรืองสุวรรณ	3	1	3	4	5	1	3	3	4
3. คุณวรรณสกล รักปทุม	5	1	5	5	5	2	3	5	1
4. กลุ่มสมาชิทตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	5	4	4	5	5	4	3	4	5
5. วิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบล บางหลวง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	5	2	5	5	5	3	3	5	5
รวมคะแนน	22	9	22	24	25	11	14	22	18

ที่มา : จากผู้วิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านความเชื่อของจังหวัดปทุมธานี ผู้เชี่ยวชาญส่วนมากให้อันดับที่ 1 ได้แก่ ธงตะขาบ 25 คะแนนมากที่สุดคิดเป็น 100% อันดับที่ 2 ได้แก่ เสาหงส์ 24 คะแนนคิดเป็น 80% รองลงมาได้แก่ ดอกบัวหลวง รวงข้าวต้นข้าว ศาสนาพุทธได้เท่ากันที่ 22 คะแนนคิดเป็น 73.3% และผีมอญ หอสวดมนต์ ต้นปาริชาติ(ทองกลางลาย) และพระหยกขาวได้คะแนนน้อยที่สุดตามลำดับ

ตารางที่ 14 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านศิลปะพื้นถิ่นของจังหวัดปทุมธานี

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ ตั้งแต่มากที่สุด(5) - น้อยที่สุด(1)							
ทุนวัฒนธรรม : ประเภทศิลปะพื้นถิ่น	เครื่องปั้นดินเผาเบญจศิริ	หม้อข้าวแช่	ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินไทย - ญี่ปุ่น	สโม่มอญ	เปลือกไข่วิจิตร	ตุ่มสามโคก	เรือกระแซง
1. คุณนภาพร นวลประดิษฐ์	3	1	3	5	4	5	3
2. คุณวัลย์ลิกา เรืองสุวรรณ	4	4	5	5	2	2	4
3. คุณวรรณสกล รักปทุม	3	2	3	5	1	1	1
4. กลุ่มสัมมาชีพตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	4	4	3	5	3	5	5
5. วิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบลบางหลวง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	2	5	5	5	1	2	3
รวมคะแนน	16	16	19	25	11	15	16

ที่มา : จากผู้วิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านทุนวัฒนธรรมด้านศิลปะพื้นถิ่นของจังหวัดปทุมธานี ผู้เชี่ยวชาญส่วนมากให้อันดับที่ 1 ได้แก่ สโม่มอญ 25 คะแนนมากที่สุดคิดเป็น 100% อันดับที่ 2 ได้แก่ ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินไทย-ญี่ปุ่น 19 คะแนนคิดเป็น 63.3% รองลงมาได้แก่ เครื่องปั้นดินเผาเบญจศิริ หม้อข้าวแช่ เรือกระแซงได้คะแนนเท่ากันที่ 16 คะแนนคิดเป็น 53.3% ตุ่มสามโคกและเปลือกไข่วิจิตรได้คะแนนน้อยที่สุดตามลำดับ

4.1.6 สรุปทุนวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานีที่สามารถนำไปออกแบบสร้างสรรค์ได้

โดยคำตอบที่ผ่านการสรุปและสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญที่ได้คะแนนมากที่สุดในแต่ละด้านและสามารถนำไปสู่การออกแบบสร้างสรรค์สำหรับโครงการวิจัยนี้ ได้แก่

1. ทุนวัฒนธรรมด้านอาหาร - ข้าวหอมปทุม ฯ ได้คะแนนสูงสุด 23 คะแนนคิดเป็น 76.7%
2. ทุนวัฒนธรรมด้านการแต่งกาย - สโม่มอญ ได้คะแนนสูงสุด 25 คะแนนคิดเป็น 100%
3. ทุนวัฒนธรรมด้านที่อยู่อาศัย / สถานที่ - เจดีย์มอญ ได้คะแนนสูงสุด 24 คะแนนคิดเป็น

80%

4.ทุนวัฒนธรรมด้านประเพณี – ประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบและประเพณีตักบาตรพระร้อย ได้คะแนนสูงสุด 25 คะแนนคิดเป็น 100%

5.ทุนวัฒนธรรมด้านภาษา – ภาษามอญ ได้คะแนนสูงสุด 13 คะแนนคิดเป็น 43.3%

6.ทุนวัฒนธรรมด้านอาชีพ – สไบมอญ ได้คะแนนสูงสุด 24 คะแนนคิดเป็น 80%

7.ทุนวัฒนธรรมด้านความเชื่อ – ธงตะขาบ ได้คะแนนสูงสุด 25 คะแนนคิดเป็น 100%

8.ทุนวัฒนธรรมด้านศิลปะพื้นถิ่น – สไบมอญ ได้คะแนนสูงสุด 25 คะแนนคิดเป็น 100%

โดยสรุปแล้วจากคะแนนและเปอร์เซ็นต์สูงสุดที่ได้ ผู้วิจัยพบว่าด้านทุนวัฒนธรรมของจังหวัด ปทุมธานีที่ควรให้ความสำคัญและสามารถนำไปสู่การสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานสำหรับ โครงการวิจัยนี้ร่วมกับสไบมอญจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ข้าวหอมปทุม ฯ เจดีย์มอญ ประเพณีแห่ทางหงส์ธง ตะขาบและประเพณีตักบาตรพระร้อย และธงตะขาบ

4.2 การวิเคราะห์ด้านแนวคิดอัตลักษณ์ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่นทฤษฎีบุคลิกภาพทฤษฎี การตลาดทฤษฎีภาพตัวแทนและทฤษฎีการออกแบบลวดลาย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรม เพื่อสรุปหาแนวทางที่สามารถ นำไปใช้ร่วมกับการออกแบบสร้างสรรค์ร่วมกับผ้าสไบมอญได้ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์ด้านแนวคิดอัตลักษณ์

ภาพลักษณ์ตัวแทนของจังหวัดแสดงถึงลักษณะเฉพาะที่เป็นจุดเด่นภาพรวมที่ทำให้จังหวัด ปทุมธานีเป็นที่รู้จักและจดจำได้ ในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของจังหวัดปทุมธานีผ่านการออกแบบสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ด้านคุณลักษณะทางรูปธรรมและนามธรรม ผู้วิจัยพบว่าแนวทางการออกแบบสินค้า ของที่ระลึกจากทุนวัฒนธรรมและแนวคิดการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าของสุก ฤตดา หิรัญชวลิต มีความสอดคล้องกับหัวข้อวิจัยมากที่สุด ซึ่งมีวิธีการนำอัตลักษณ์วัฒนธรรมจังหวัด ปทุมธานีมาประยุกต์ได้ ดังนี้

1.การใช้สีแบบดั้งเดิม

2.การใช้สัญลักษณ์แบบดั้งเดิม

3.การใช้การจัดวางองค์ประกอบศิลป์แบบดั้งเดิม ด้วยการจัดวางแบบสมมาตรและการจัดวาง แบบซ้ำ ๆ ทำให้เกิดลวดลายต่าง ๆ

แนวทางการออกแบบสินค้าของที่ระลึกจากทุนวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัย มีดังนี้

1. การใช้ลวดลายจากศิลปะและวัฒนธรรมเข้าไปผสมผสาน
2. การจัดวางลวดลายดั้งเดิมให้เป็นแบบแผน
3. การเปลี่ยนความคิดให้นอกกรอบ
4. การดัดแปลงรูปแบบการใช้งานและความหมายให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ซื้อสินค้า

5. การใช้ตัวแทนของสถานที่หรือมาสคอตมาออกแบบ

4.2.2 การวิเคราะห์ด้านทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น

การออกแบบสินค้าแฟชั่นเป็นการออกแบบเสื้อผ้าและเครื่องแต่งตัวต่างๆที่จำเป็นต้องเข้าใจถึงกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคสินค้า ระดับลูกค้า รสนิยมของลูกค้า แนวโน้มการตลาด เวลาและฤดูกาลที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมของผู้ใช้งาน ผู้วิจัยพบว่าแนวคิดDNA ทางวัฒนธรรมของไทยที่ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1. กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค
2. อิมการออกแบบ
3. สไตล์หรือรูปแบบการแต่งกาย
4. แนวโน้มแฟชั่นหรือเทรนด์

และองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นเพื่อสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบที่เป็นคำตอบของการวิจัย ต้องคำนึงถึง

1. สี เนื้อผ้า พื้นผิว
2. รายละเอียดการตกแต่ง
3. โครงร่างเงา
4. ลวดลาย
5. ลักษณะจำเพาะทางแฟชั่น ได้แก่ ช่วงเวลา สถานที่ การใช้ชีวิต หรือลักษณะพิเศษอื่น ๆ

เช่นวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

จากการวิเคราะห์หลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบเพื่อสร้างสรรค์ผลงานสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยพบว่ามีหลายหลักการที่สอดคล้องและควรให้ความสำคัญ คือ

1. การซ้ำ (Repetition) ที่เกิดจากรูปารังริบขอบหยักเป็นการซ้ำแบบเหมือนกันและลวดลายบน

สไบมอญ ที่ส่วนมากเป็นการซ้ำเป็นจังหวะต่อเนื่องกันไป

2. จังหวะ (Rhythm) รูปแบบจังหวะของลวดลายบนสไบมอญ พบว่าส่วนมากเป็นการใช้จังหวะซ้ำ และจังหวะสลับอย่างเป็นระเบียบที่มีจังหวะเท่า ๆ กันสม่ำเสมอ

3. ทิศทาง (Direction) ลวดลายบนสไบมอญส่วนมากเป็นลวดลายที่ล้อเลียนไปตามรูปร่างของผืนผ้าที่เป็นสี่เหลี่ยมหน้าแคบ เมื่อสวมใส่สไบจึงทำให้เกิดทิศทางทางแนวตั้งเป็นแนวยาวจากล่างขึ้นบนตามรูปแบบการพาดสไบเมื่อใช้งาน ลวดลายบนสไบมอญส่วนมากจึงเป็นลายแถบ ลายเถา หรือลายเดี่ยวที่มีจังหวะเรียงกันเป็นเส้นตรงหรือเส้นตั้ง

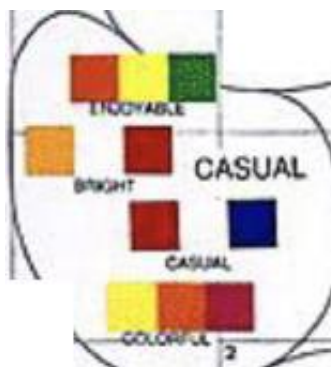
4. ความกลมกลืน (Harmony) ลวดลายบนสไบมอญส่วนมากเป็นลวดลายของดอกไม้พันธุ์ต่าง ๆ จึงทำให้เกิดความลงตัวกลมกลืนกันในเรื่องราวและลวดลายที่เชื่อมโยงกันของใบไม้ ดอกไม้ต่าง ๆ

5. ความขัดแย้ง (Contrast) สไบมอญส่วนมากมีการใช้สีของลวดลายปักและสีของผืนผ้าที่เน้นการใช้ความเข้มของสีที่จัดจ้านและการเลือกสีสันทัดกันอย่างรุนแรงมาอยู่ด้วยกัน ทำให้เกิดความโดดเด่นของลวดลายที่มองเห็นชัดเจนและสะดุดตา

4.2.3 การวิเคราะห์ด้านทฤษฎีบุคลิกภาพ

การเข้าใจถึงทฤษฎีบุคลิกภาพ ทำให้เข้าใจถึงบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมาย และผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นที่เราออกแบบได้มากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยพบว่า ทฤษฎีบุคลิกภาพเพื่อการสื่อสารของShigenobu สามารถเชื่อมโยงกับประเภทของบุคลิกภาพและการแบ่งสีตามบุคลิกภาพ ซึ่งสามารถนำไปสู่การออกแบบสร้างสรรค์ผลงานในโครงการวิจัยได้ ซึ่งจากประเภทของบุคลิกภาพการสื่อสารของShigenobu ทั้งหมด 14 ประเภท บุคลิกภาพที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับหัวข้อวิจัยมากที่สุด ได้แก่

1. Casual - ที่สื่อถึง ความสว่างสดใส(Bright) สบาย ๆ ไม่มีกฎเกณฑ์(Casual) และมีสีสัน(Colorful)

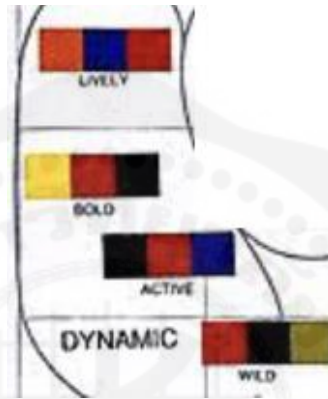


ภาพประกอบ 222 ภาพแสดงสีสันของบุคลิกภาพประเภท Casual

ที่มา : Khwanchai Sukkon. (2554). Image Color Scale.

สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/dograffssru/wicha-xxkbaeb-brrcu-phanth-2/imagecolorscale>

2.Dynamic – ที่สื่อถึง ความมีชีวิตชีวา(Lively) และการเคลื่อนไหวกระฉับกระเฉง(Dynamic and Active)

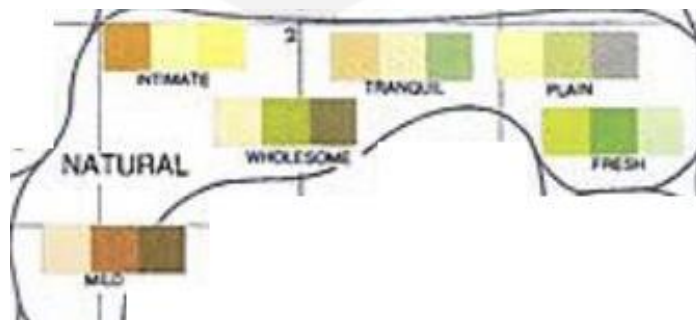


ภาพประกอบ 223 ภาพแสดงสีสันของบุคลิกภาพประเภท Dynamic

ที่มา : Khwanchai Sukkon. (2554). Image Color Scale.

สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/dograffssru/wicha-xxkbaeb-brrcu-phanth-2/imagecolorscale>

3.Natural – ที่สื่อถึง ความเป็นพินถิ่น(Domestic) ความเป็นธรรมชาติ(Natural) และดูสดชื่น(Fresh)

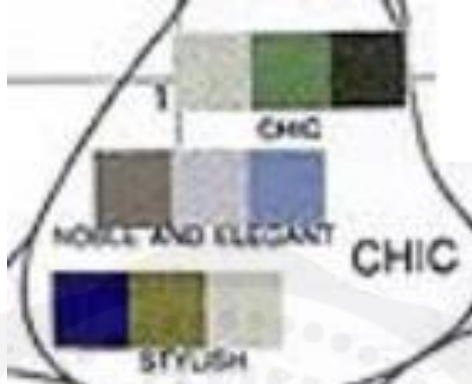


ภาพประกอบ 224 ภาพแสดงสีสันของบุคลิกภาพประเภท Natural

ที่มา : Khwanchai Sukkon. (2554). Image Color Scale.

สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/dograffssru/wicha-xxkbaeb-brrcu-phanth-2/imagecolorscale>

4.Chic – ที่สื่อถึง ความเก๋(Chic) และความมีสไตล์(Stylish)



ภาพประกอบ 225 ภาพแสดงสีสันทของบุคลิกภาพประเภท Chic

ที่มา : Khwanchai Sukkon. (2554). Image Color Scale.

สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/dograffssru/wicha-xxkbaeb-brrcu-phanth-2/imagecolorscale>

4.2.4 การวิเคราะห์ด้านทฤษฎีการตลาด

ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นและการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ผู้วิจัยพบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดสินค้าแฟชั่นด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน มีความเชื่อมโยงกับโครงการวิจัยที่สามารถทำให้เข้าใจถึงผลิตภัณฑ์สินค้าและทำให้เราออกแบบให้มีความเหมาะสมตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้มาก ซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านคุณสมบัติที่มีอยู่จริงของสินค้า ด้วยการให้ความสำคัญด้านคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง เช่น ด้านการใช้งานและรูปลักษณ์ของสินค้า(Product Image)
2. รูปร่างภาพลักษณ์ของสินค้าด้วยองค์ประกอบด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์
3. คุณค่าของสินค้าที่มีผลต่อความรู้สึกและจิตใจของผู้บริโภคในด้านนามธรรม เช่น ความเป็นมิตรกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม หรือการใช้แล้วรู้สึกว่าคุณค่า
4. บุคลิกภาพของสินค้าที่สะท้อนถึงตัวตนของผู้ใช้งาน(User)หรือกลุ่มเป้าหมาย(Target)ที่ต้องการอย่างแท้จริง

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังใช้แนวคิดการจัดการสินค้าแฟชั่นประเภทต่าง ๆ ตามการใช้งานและฤดูกาล และการจัดแบ่งสินค้าในแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย เครื่องประกอบการแต่งกาย และเครื่องประดับ มาใช้ในการค้นหาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายด้านรสนิยมและความต้องการซื้อสินค้าประเภทต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การออกแบบสร้างสรรค์ผลงานของโครงการวิจัยนี้

4.2.5 การวิเคราะห์ด้านทฤษฎีภาพตัวแทน

จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องทฤษฎีบุคลิกภาพตัวแทน ผู้วิจัยพบว่าการสร้างภาพตัวแทนเพื่อสื่อสารถึงอัตลักษณ์สไบมอญและทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานีตามหัวข้อโครงการวิจัยนั้น ด้วยการคัดเลือกบางลักษณะและดึงคุณสมบัติของสิ่งที่เราต้องการบางอย่างมาดัดแปลง ลดทอน ประยุกต์ ทำให้สามารถสื่อสารถึงภาพตัวแทนของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีได้

4.2.6 การวิเคราะห์ด้านทฤษฎีการออกแบบลวดลาย

จากการทบทวนวรรณกรรมด้านทฤษฎีการออกแบบลวดลาย ผู้วิจัยพบว่าที่มาของลวดลายของสไบมอญจังหวัดปทุมธานีนั้น ส่วนมากมาจากลวดลายจากธรรมชาติประเภทพรรณพฤกษาดอกไม้ประเภทต่าง ๆ ซึ่งลักษณะของลวดลายจะเป็นลวดลายเหมือนจริงที่เลียนแบบภาพในธรรมชาติ ด้วยเทคนิคการสร้างสรรคด้านการปักผ้าด้วยมือเป็นสำคัญ ซึ่งประเภทของลายปักสไบมอญจะแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1. ลายริมขอบผ้า เป็นลักษณะลายแถบซิดริมขอบเป็นกรอบของสไบมอญ

2. ลายบนผืนผ้า จะมีรูปแบบเฉพาะเป็นลายดอกลอย ลายเถาหรือลายไม้เลื้อยที่มีการประกอบตัวแม่ลายกับลายรวม

ผู้วิจัยพบว่าด้านหลักการออกแบบลวดลายของ อ้อยทิพย์ พลศรี(2542) ด้วยการใช้แนวทางในการออกแบบที่ประกอบด้วย

1. การสร้างแบบจากแม่ลายด้วยการวางลายซ้ำ ๆ กันในหลายหลายเทคนิค สามารถทำให้เกิด ลายประยุกต์อื่น ๆ ขึ้นใหม่ได้

2. การใช้จังหวะในการออกแบบ เป็นหลักการสำคัญของการสร้างลวดลาย ซึ่งจังหวะที่เกิดขึ้นมาจากหลาย ๆ เทคนิค

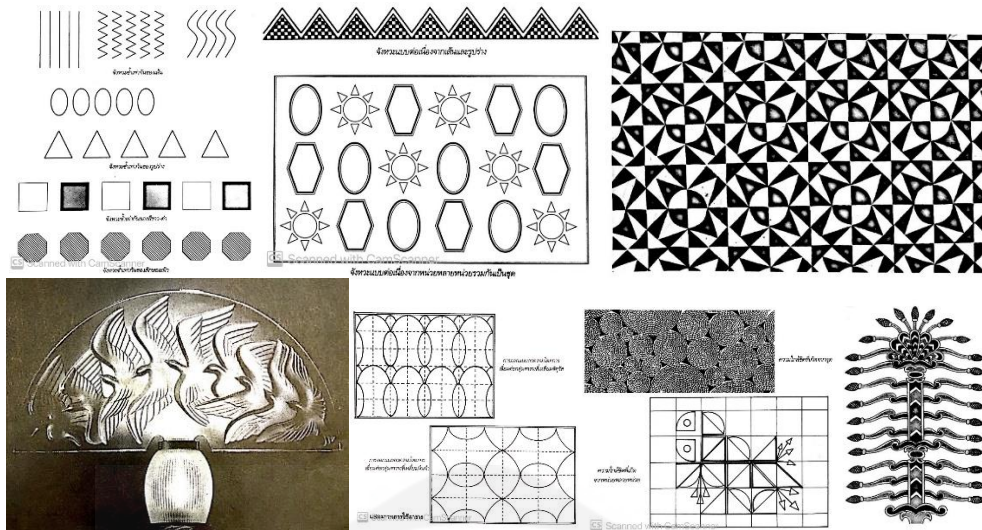
3. การใช้รูปและพื้นเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างลวดลาย

4. การใช้การลดทอนทำให้เกิดลวดลายใหม่ ๆ

5. การใช้ตารางการจัดวางลวดลาย

6. การใช้ความใกล้ชิดด้วยการจัดวางลวดลาย

7. การใช้หลักการต่อลวดลายตามแนวนอนหรือแนวตั้ง



ภาพประกอบ 226 ภาพแสดงแนวทางการออกแบบลวดลายที่สรุปได้
ที่มา : อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์
สถาบันราชภัฏสงขลา.

4.2.6.1 สรุปด้านการออกแบบลวดลายเรขาคณิตสำหรับสไบมอญจังหวัดปทุมธานี

แม่ลายของสไบมอญส่วนใหญ่เป็นลักษณะตัวลายคงสภาพที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงแม้จะถูกใช้ซ้ำ ๆ กัน ลายดอกไม้ต่าง ๆ บนสไบมอญแสดงถึงเรื่องราวที่สื่อถึงสิ่งแวดล้อมที่ชาวมอญส่วนใหญ่ในจังหวัดปทุมธานีรู้จักและคุ้นเคย โดยสีเส้นของลวดลายส่วนใหญ่จะเป็นสีสดใสที่มีความจัดของสีและความเข้มของสีมากในลักษณะสีที่ใช้แบบตัดกันอย่างรุนแรงทั้งสีของลวดลายและพื้นผ้า

นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่าในการออกแบบลวดลายของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีตามโจทย์โครงการวิจัยนั้นสามารถสร้างคุณค่าจากการออกแบบลวดลาย โดยใช้ลวดลายเป็นตัวสื่อสารถึงชีวิตและวัฒนธรรมมอญของจังหวัดปทุมธานีที่แตกต่างจากจังหวัดอื่น ๆ ดังนี้

1. ใช้ลวดลายเพื่อสร้างคุณค่าด้านการสื่อสารถึงเรื่องราวลงบนโครงสร้างของสไบมอญ
2. ใช้ลวดลายสร้างความแปลกตาและความงาม
3. ใช้ลวดลายแสดงถึงความเป็นเชื่อชาติมอญในยุคสมัยปัจจุบัน
4. ใช้ลวดลายสื่อถึงความรู้สึกนึกคิดรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย
5. ใช้ลวดลายสื่อถึงสัญลักษณ์เครื่องหมายต่าง ๆ ของชาวมอญ จังหวัดปทุมธานี

ในการออกแบบลวดลายสำหรับสไบมอญนั้น ผู้วิจัยต้องออกแบบโครงสร้างของลวดลายผ้า ซึ่งจำเป็นต้องได้ข้อมูลในการออกแบบมาจากความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย จุดประสงค์ของการใช้งานสไบ

มอญ และแนวทางการสร้างสรรค์ลวดลายให้เกิดความแตกต่างแปลกใหม่ ซึ่งลวดลายใหม่ที่จะเกิดขึ้นนั้นมีหลายรูปแบบ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์และการออกแบบสินค้าแฟชั่น เพื่อทำการให้คะแนนและคัดเลือกรูปแบบและลักษณะของลวดลายที่เหมาะสมจากลวดลายของดอกไม้ 6 ประเภทที่มีอยู่เดิมและลวดลายจากทิวทัศน์ธรรมชาติผ่านการคัดเลือกและได้คะแนนสูงสุดที่สรุปได้ ดังตารางและเงื่อนไขในการคัดเลือก ดังนี้































ผู้เชี่ยวชาญทำการคัดเลือกลวดลายที่เหมาะสมที่สุดสำหรับสไบมอญจังหวัดปทุมธานี ด้วยการใส่คะแนนในแต่ละภาพ โดยให้คะแนนตั้งแต่ 1 – 5 (Rating Scale) โดยมีรายละเอียดการให้คะแนนและเงื่อนไขในการพิจารณา ดังนี้

- ให้คะแนน 5 คะแนน สำหรับลวดลายที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมมากที่สุด
- ให้คะแนน 4 คะแนน สำหรับลวดลายที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมมาก
- ให้คะแนน 3 คะแนน สำหรับลวดลายที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมปานกลาง
- ให้คะแนน 2 คะแนน สำหรับลวดลายที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมน้อย
- ให้คะแนน 1 คะแนน สำหรับลวดลายที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมน้อยที่สุด

เงื่อนไขในการพิจารณาลวดลาย มีดังนี้








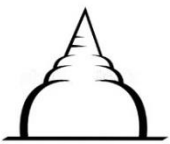








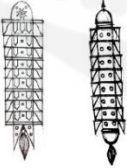
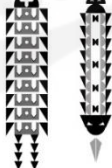


1. เป็นแม่ลายที่เหมาะสมต่อการวาดและเขียนลายด้วยมือบนผืนผ้า โดยมีลักษณะที่ไม่ยากต่อการวาดจนเกินไป
2. เป็นแม่ลายที่เหมาะสมต่อการปักลวดลายด้วยมือ โดยมีลักษณะที่ไม่ซับซ้อนและเอื้อต่อการปักมือ
3. เป็นแม่ลายที่เหมาะสมต่อการนำไปต่อเป็นลวดลายในลักษณะต่าง ๆ เช่น เรียงกันเป็นแถว หรือการวางลายซ้ำ ๆ

ตารางที่ 15 การออกแบบลวดลายของดอกไม้ 6 ประเภทที่มีอยู่เดิมในรูปแบบต่าง ๆ

การออกแบบพัฒนาลวดลายรูปแบบต่าง ๆ ตามประเภทของดอกไม้ที่ปักบนสไบมอญเดิม					
แม่ลายจาก ดอกไม้ประเภทต่าง ๆ	รูปแบบลวดลาย	ลวดลายประยุกต์ จากของจริง	ลวดลาย เรขาคณิต	ลวดลายจาก จินตนาการ	ลวดลาย นามธรรม
1. ดอกกุหลาบ					
2. ดอกชบา					
3. ดอกพิกุล					
4. ดอกมะเขือ					
5. ดอกมะตาด					
6. ดอกบัวหลวง					

ที่มา : จากผู้วิจัย

























ตารางที่ 16 การออกแบบลวดลายรูปแบบต่าง ๆ ตามประเภทของทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานีที่สรุปได้

การออกแบบลวดลายรูปแบบต่าง ๆ ตามประเภทของทุนวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี					
แม่ลายจาก ทุนวัฒนธรรมจ.ปทุมธานี	รูปแบบลวดลาย	ลวดลายประยุกต์ จากของจริง	ลวดลาย เรขาคณิต	ลวดลายจาก จินตนาการ	ลวดลาย นามธรรม
1. ข้าวหอมปทุม ฯ					
2. เจดีย์มอญ					
3. ประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ					
4. ประเพณีตักบาตรพระร้อย					
5. ธงตะขาบ					

ที่มา : จากผู้วิจัย

ซึ่งจากการคัดเลือกลวดลายดอกไม้และลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานีในรูปแบบลักษณะต่าง ๆ ตามตาราง ผู้เชี่ยวชาญได้ทำการคัดเลือกและให้คะแนนรูปแบบลวดลายต่าง ๆ ดังตารางต่อไปนี้






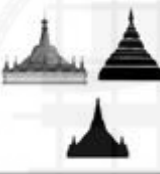


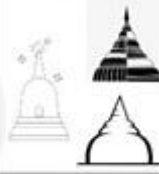
















ตารางที่ 17 การให้คะแนนลวดลายของดอกไม้ 6 ประเภทจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

การออกแบบพัฒนาลวดลายรูปแบบต่าง ๆ ตามประเภทของดอกไม้ที่ปักบนสไบมอญเดิม					
แม่ลายจาก ดอกไม้ประเภทต่าง ๆ	รูปแบบลวดลาย	ลวดลายประยุกต์ จากของจริง	ลวดลาย เรขาคณิต	ลวดลายจาก จินตนาการ	ลวดลาย นามธรรม
1. ดอกกุหลาบ					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		34	30	26	33
2. ดอกชบา					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		39	43	37	37
3. ดอกพิกุล					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		26	36	40	35
4. ดอกมะเขือ					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		29	44	31	43
5. ดอกมะตาด					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		31	46	37	39
6. ดอกบัวหลวง					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		20	36	37	43
คะแนนรวม		179	235	208	230

ที่มา : จากผู้วิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านด้านการออกแบบเรขาคณิตและการออกแบบสินค้าแฟชั่น ผู้เชี่ยวชาญส่วนมากให้อันดับที่ 1 ได้แก่ ลวดลายประเภทเรขาคณิต 235 คะแนนมากที่สุดคิดเป็น 65.3% อันดับที่ 2 ได้แก่ ลวดลายนามธรรม 230 คะแนนคิดเป็น 63.8% รองลงมาได้แก่ ลวดลายจากจินตนาการ 208 คะแนนคิดเป็น 57.8% และลวดลายประยุกต์จากของจริงได้คะแนนน้อยที่สุดตามลำดับ

ตารางที่ 18 การให้คะแนนลวดลายของทุนวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานีจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

การออกแบบลวดลายรูปแบบต่าง ๆ ตามประเภทของทุนวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี					
แม่ลายจาก ทุนวัฒนธรรมจ.ปทุมธานี	รูปแบบลวดลาย	ลวดลายประยุกต์ จากของจริง	ลวดลาย เรขาคณิต	ลวดลายจาก จินตนาการ	ลวดลาย นามธรรม
1. ข้าวหอมปทุม ๆ					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		36	44	38	44
2. เจดีย์มอญ					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		29	40	38	33
3. ประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		37	42	42	28
4. ประเพณีตักบาตรพระร้อย					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		37	35	26	22
5. ธงตะขาบ					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		34	44	27	22
คะแนนรวม		173	205	171	149

ที่มา : จากผู้วิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขาคณิตและการออกแบบสินค้าแฟชั่น ผู้เชี่ยวชาญส่วนมากให้อันดับที่ 1 ได้แก่ ลวดลายประเภทเรขาคณิต 205 คะแนนมากที่สุดคิดเป็น 56.9% อันดับที่ 2 ได้แก่ ลวดลายประยุกต์จากของจริง 173 คะแนนคิดเป็น 48.1% รองลงมาได้แก่ ลวดลายจากจินตนาการ 171 คะแนนคิดเป็น 47.5% และลวดลายจากจินตนาการได้คะแนนน้อยที่สุดตามลำดับ

จากการประเมินรูปแบบลวดลายประเภทต่าง ๆ พบว่า ทั้งลวดลายดอกไม้และลายทิวทัศน์ธรรมชาติมีการออกแบบในรูปแบบลวดลายเรขาคณิตได้คะแนนมากที่สุด และรูปแบบลวดลายนามธรรมกับลวดลายประยุกต์จากของจริงได้คะแนนรองลงมา โดยลายดอกไม้ที่ได้รับคะแนนมากที่สุด ได้แก่ ลายดอกมะตาด ดอกมะเขือ ดอกชบา ดอกบัวหลวง ดอกพิกุลและดอกกุหลาบตามลำดับ ลายทิวทัศน์ธรรมชาติได้รับคะแนนมากที่สุด ได้แก่ ลายข้าวหอมปทุม ๆ ลายธงตะขาบ ลายประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ ลายเจดีย์มอญและลายประเพณีตักบาตรพระร้อยตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยได้นำคำตอบเหล่านี้มาออกแบบเป็นลักษณะของแม่ลายหรือลวดลายหลักและลวดลายรองสำหรับโครงการวิจัยที่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นประเภทเครื่องแต่งกาย เครื่องประกอบการแต่งกาย และเครื่องประดับที่เป็นผลงานสร้างสรรค์ต้นแบบต่อไป

4.3 การวิเคราะห์ด้านแนวคิดทิวทัศน์วัฒนธรรมร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์ และแนวคิดท้องถิ่นวิทัศน์

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ผู้วิจัยใช้ วิธีการทบทวนวรรณกรรม เพื่อสรุปหาแนวทางที่สามารถนำไปใช้ร่วมกับการออกแบบสร้างสรรค์ร่วมกับสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีได้ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

4.3.1 การวิเคราะห์ด้านแนวคิดทิวทัศน์วัฒนธรรมร่วมสมัย

จากการทบทวนวรรณกรรมด้านแนวคิดทิวทัศน์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี สามารถแบ่งได้ตามทิวทัศน์วัฒนธรรม 8 ด้านของกระทรวงวัฒนธรรม ได้แก่ อาหาร การแต่งกาย ที่อยู่อาศัย ประเพณี ภาษา อาชีพ ความเชื่อและศิลปะพื้นถิ่น โดยผู้วิจัยพบว่าในแต่ละด้านมีคำสำคัญที่สามารถนำไปสู่ภาพลักษณ์ตัวแทนของจังหวัดได้

ผู้วิจัยพบว่าในการออกแบบผลงานต้นแบบของโครงการวิจัยที่เป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยตามหลักเกณฑ์องค์ประกอบการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของวัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร(2548) ควรเป็นทิวทัศน์วัฒนธรรมที่สะท้อนถึงคุณค่าของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีที่มีเอกลักษณ์ แสดงถึงสภาพแวดล้อม ประเพณี วัฒนธรรม วัสดุ และกรรมวิธีการผลิตของท้องถิ่นที่มีความสวยงามและความน่าสนใจ

4.3.2 การวิเคราะห์ด้านแนวคิดโลกาภิวัตน์

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยพบว่าโลกาภิวัตน์มีส่วนสนับสนุนทำให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูการทำสไบมอญของจังหวัดปทุมธานี และทำให้เกิดการประยุกต์ ต่อยอด พัฒนาสไบมอญให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าอย่างมากมายที่มีวางขายอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ เครื่องแต่งกาย เสื้อผ้า กระเป๋า หมวก หน้ากากผ้า ฯลฯ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดโลกาภิวัตน์ที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาภูมิปัญญาเศรษฐกิจ ทำให้ชุมชนมีรายได้และความมั่นคงมากขึ้น ซึ่งมีผลทำให้อัตลักษณ์ของชาวมอญ จังหวัดปทุมธานีเป็นที่รู้จักในโลกภายนอกมากขึ้น

4.3.3 การวิเคราะห์ด้านแนวคิดท้องถิ่นวิวัตน์

จากแนวคิดท้องถิ่นวิวัตน์ ผู้วิจัยพบว่าชุมชนที่ยังมีการผลิตสไบมอญในจังหวัดปทุมธานีนั้น มีการอนุรักษ์และให้ความสำคัญกับการทำสไบมอญมากขึ้น มีการถ่ายทอดวิธีการผลิตส่งต่อให้คนอื่น ๆ ภายในชุมชนผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้เกิดชมรมและวิสาหกิจชุมชนที่มีการทำสไบมอญอย่างมากมาย ทำให้สามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าสไบมอญและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นไปและสอดคล้องกับแนวคิดท้องถิ่นวิวัตน์

4.4 การวิเคราะห์ด้านการออกแบบสร้างสรรค์จากแนวคิดทฤษฎี C - K

ในการวิเคราะห์ด้านนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสินค้าแฟชั่นเพื่อสรุปหาคำตอบที่นำมาใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ร่วมกับสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

4.4.1 การวิเคราะห์ด้านแนวคิดทฤษฎี C - K

ทฤษฎี C - K เป็นเครื่องมือที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นต้นแบบจากสไบมอญจังหวัดปทุมธานีได้ ดังนี้

โจทย์ : การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ด้วยการวิเคราะห์ตามทฤษฎี C - K ดังนี้

พื้นที่ K : สิ่งที่เราารู้อยู่แล้วเป็นข้อมูลชุดความรู้ดั้งเดิมเกี่ยวกับสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี บางครั้งไม่สามารถเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมได้ ต้องคงความเป็นเอกลักษณ์เดิมไว้ จากข้อมูล การวิเคราะห์ผ่านองค์ประกอบในการออกแบบสินค้าแฟชั่น คือ

1.ด้านโครงร่างเงา - ควรเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีลักษณะหน้าแคบแถบยาว และมีขอบหยักรอบรูปร่างสี่เหลี่ยม

2.ด้านลวดลาย - ควรเป็นลวดลายที่แสดงถึงเรื่องราว เอกลักษณ์ และสิ่งแวดล้อมของชาวมอญจังหวัดปทุมธานี ซึ่งปัจจุบันที่นิยมปักเป็นลายของดอกไม้ 6 ประเภทหลักในรูปแบบการปักแบบสไบ

มอญดั้งเดิมที่เน้นลายดาวล้อมเดือนเหมือนสไบมอญน้ำเค็ม และลายสมัยใหม่ประยุกต์ที่คิดค้นลายต่าง ๆ ขึ้นมาใหม่หลายรูปแบบ

3.ด้านสีสันทัน – ควรใช้สีที่ส่งเสริมให้ลวดลายของสไบที่ปักบนผืนผ้ามีความโดดเด่นเห็นลายได้อย่างชัดเจน ซึ่งไม่มีกำหนดโครงสร้างที่ตายตัว สามารถใช้สีอะไรก็ได้ที่เน้นการตัดกันของสีกับผืนผ้าสไบที่นำมาปัก

4.ด้านรายละเอียดการตกแต่งบนผ้า – ควรเน้นรูปแบบการปักที่สามารถทำได้ด้วยการปักมือเพราะจะทำให้งานมีคุณภาพและมีคุณค่ามากกว่าการใช้จักรปัก และการใช้วัสดุอื่น ๆ เช่น เลื่อม ดิ้น ทอง ฯลฯ หรือการใช้เทคนิคอื่น ๆ มาร่วมด้วยสามารถทำได้เพื่อให้สไบมอญมีความสวยงามโดดเด่นมากยิ่งขึ้น

5.ด้านลักษณะจำเพาะ เช่น การเลือกวัสดุมาทำสไบมอญ - ควรเป็นผ้าสีโทนเรียบหรือสีพื้นที่ไม่บดบังลวดลายแต่ไม่ได้กำหนดชัดเจนสามารถเป็นผ้าอะไรก็ได้ที่ส่งเสริมให้ลวดลายงานปักนั้นมีความสวยงามเห็นลายได้สวยงามชัดเจน

จากข้อมูลของพื้นที่ฝั่ง K เมื่อพิจารณาแต่ละองค์ประกอบสามารถต่อยอดไอเดีย ไปฝั่งด้านพื้นที่ C ได้ ด้วยการสร้างคำถามในรูปแบบของ 2 คำถามในแต่ละองค์ประกอบในการออกแบบสินค้าแฟชั่นได้ดังนี้

1. โครงร่างเงา

คำถามที่ 1 - โครงร่างเงา ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี จำเป็นต้องเป็นสีเหลี่ยมผืนผ้าที่มีลักษณะหน้าแคบแถบยาว และมีขอบหยักรอบรูปร่างสีเหลี่ยมเท่านั้น

คำถามที่ 2 - โครงร่างเงา ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีขอบหยักในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้อีก

2. สีสันทัน

คำถามที่ 1 - สีสันทัน ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี จำเป็นต้องมีโครงสร้างที่ตายตัวเท่านั้น

คำถามที่ 2 - สีสันทัน ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีสีสันทันในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้อีก

3. ลวดลาย

คำถามที่ 1 - ลวดลาย ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี จำเป็นต้องเป็นลวดลายของดอกไม้ 6 ประเภทหลักในรูปแบบการปักแบบสไบมอญดั้งเดิมที่เน้นลายดาวล้อมเดือนเท่านั้น

คำถามที่ 2 - ลวดลาย ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีลวดลายในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้อีก

4. รายละเอียดการตกแต่ง

คำถามที่ 1 - รายละเอียดการตกแต่ง ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ไม่สามารถมีวัสดุตกแต่งอื่นใดมาช่วยในการปักด้วย

คำถามที่ 2 - รายละเอียดการตกแต่ง ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีวัสดุตกแต่งในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ มาปักร่วมได้อีก

5. ลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ในเรื่องของวัสดุผ้าที่นำมาผลิต

คำถามที่ 1 - ลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุผ้าที่นำมาผลิต ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี จำเป็นต้องเป็นผ้าสีโทนเรียบหรือสีพื้นเท่านั้น

คำถามที่ 2 - ลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุผ้าที่นำมาผลิต ของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถเป็นวัสดุผ้าอื่น ๆ ได้อีก

จากการสร้างคำถามเหล่านี้ ผู้วิจัยได้นำคำถามเหล่านี้ไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี พบว่าผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ตอบคำถาม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 19 ผู้เชี่ยวชาญด้านสโม่อยุธยา จังหวัดปทุมธานีตอบคำถามที่ 1 และ 2 ที่เชื่อมโยงกับ องค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่น

ผู้เชี่ยวชาญตอบคำถามที่ 1 และ 2 เกี่ยวกับองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่น

คำถามที่ 1 – “.....” ของสโม่อยุธยา จังหวัดปทุมธานี จำเป็นต้องเป็น.....เท่านั้น											
คำถามที่ 2 – “.....” ของสโม่อยุธยา จังหวัดปทุมธานี สามารถมี.....รูปแบบเป็นลักษณะอื่น ๆ ได้อีก											
ผู้เชี่ยวชาญ	คำถามที่	โครงสร้างเงา		สีสันทัน		ลวดลาย		รายละเอียดการตกแต่ง		ลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์	
		1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
1. คุณนภาพร นวลประดิษฐ์		✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
2. คุณวัลย์ลิกา เรืองสุวรรณ		✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
3. คุณวรรณสกล รักปทุม		✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
4. กลุ่มสัมมาชีพตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี		✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
5. วิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบล บางหลวง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี		✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✓
รวมคะแนน		✓ = 5	✓ = 5	✗ = 5	✓ = 5	✗ = 5	✓ = 5	✗ = 5	✓ = 5	✗ = 5	✓ = 5

ที่มา : จากผู้วิจัย

คำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์ใน 2 คำถามจากแนวคิดทฤษฎี C – K นั้น ผู้วิจัยสรุปคำตอบที่ได้ ดังนี้





















จากคำถามที่ 1 – “.....” ของสโม่อยุธยา จังหวัดปทุมธานี จำเป็นต้องเป็น.....เท่านั้น แสดงถึงองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นที่เหมาะสมกับสโม่อยุธยา จังหวัดปทุมธานีที่มีอยู่แล้วดั้งเดิม ไม่ควรเปลี่ยนแปลงใหม่ (พื้นที่ K) ได้แก่ ด้านโครงสร้างเงาของสโม่อยุธยา จังหวัดปทุมธานี ที่ผู้เชี่ยวชาญส่วนมากเห็นสมควรว่าควรเป็นสีเหลี่ยมผืนผ้าที่มีลักษณะหน้าแคบแถบยาว และมีขอบหยักลึบตามกรอบสีเหลี่ยม

จากคำถามที่ 2 – “.....” ของสโม่อยุธยา จังหวัดปทุมธานี สามารถมี.....รูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้อีก ซึ่งแสดงว่าในด้านเหล่านี้สามารถเปลี่ยนแปลงสร้างสรรค์ให้เกิดรูปแบบใหม่ ๆ ได้

(พื้นที่ C) ได้แก่ เส้นปักที่เป็นขอบหยัก สีสัน ลวดลาย วัสดุตกแต่งร่วมกับการปัก และวัสดุที่นำมาผลิตผ้าสไบ

จากการวิเคราะห์คำตอบใน 2 คำถามจะสะท้อนถึงพื้นที่ทั้ง C และ K โดยพื้นที่ฝั่ง C สามารถทำให้เกิดผลงานประยุกต์อย่างอิสระไม่จำกัด ซึ่งนำไปสู่การออกแบบผลงานสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ได้ ซึ่งผู้วิจัยได้นำคำตอบของพื้นที่ฝั่ง C มาแตกออกได้อีกหลายรูปแบบ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 20 รูปแบบต่าง ๆ ตามองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นตามคำตอบของพื้นที่ฝั่ง C




พื้นที่ K - อปก.การออกแบบ	พื้นที่ C - รูปแบบ	A	B	C	D
1. เส้นขอบหยัก K - ขอบตามแบบสไบมอญน้ำเค็ม - ขอบแบบสะพานโค้ง ๑๐๐ ปี					
2. สีสัน K - สีสด ความเข้มจัด - ใช้สตัดกันระหว่างลายกับผืนผ้า					
3. ลวดลาย K - แบบ ๒ มิติ - ดอกไม้ ๖ สายพันธุ์					
4. วัสดุตกแต่งร่วมกับการปัก K - ไหมด้นทอง - เลื่อม ลูกปัด					
5. วัสดุที่นำมาผลิตผ้าสไบ K - ผ้าไหมอิตาลีสีพื้น - ผ้าโทเรสีพื้น					

ที่มา : จากผู้วิจัย

และนำตารางนี้มาให้ผู้เชี่ยวชาญได้ทำการคัดเลือกแนวคิดที่น่าสนใจที่สามารถผสมผสานกับคำตอบของพื้นที่ฝั่ง K ซึ่งเป็นฝั่งที่เป็นข้อมูลความรู้ รูปแบบลักษณะที่มีอยู่เดิม เพื่อนำไปสู่การออกแบบสร้างผลงานต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีได้ ด้วยการคัดเลือก

และให้คะแนนของพื้นที่ฝั่ง C ในแต่ละด้านขององค์ประกอบในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น โดยแนวคิดที่ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนมากที่สุด มีดังนี้

ตารางที่ 21 การให้คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญในรูปแบบต่าง ๆ ตามคำตอบของพื้นที่ฝั่ง C

อปก.การออกแบบ	รูปแบบ	A	B	C	D
1. เส้นขอบหยัก					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		23	22	20	24
2. สีส้น					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		23	20	22	16
3. ลวดลาย					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		23	23	24	22
4. วัสดุ เทคนิคตกแต่งร่วมกับ การปัก					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		16	22	24	18
5. วัสดุที่นำมาผลิตผ้าสไบ					
คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ		20	16	22	22

ที่มา : จากผู้วิจัย

องค์ประกอบในแต่ละด้านที่ได้คะแนนมากที่สุด คือ

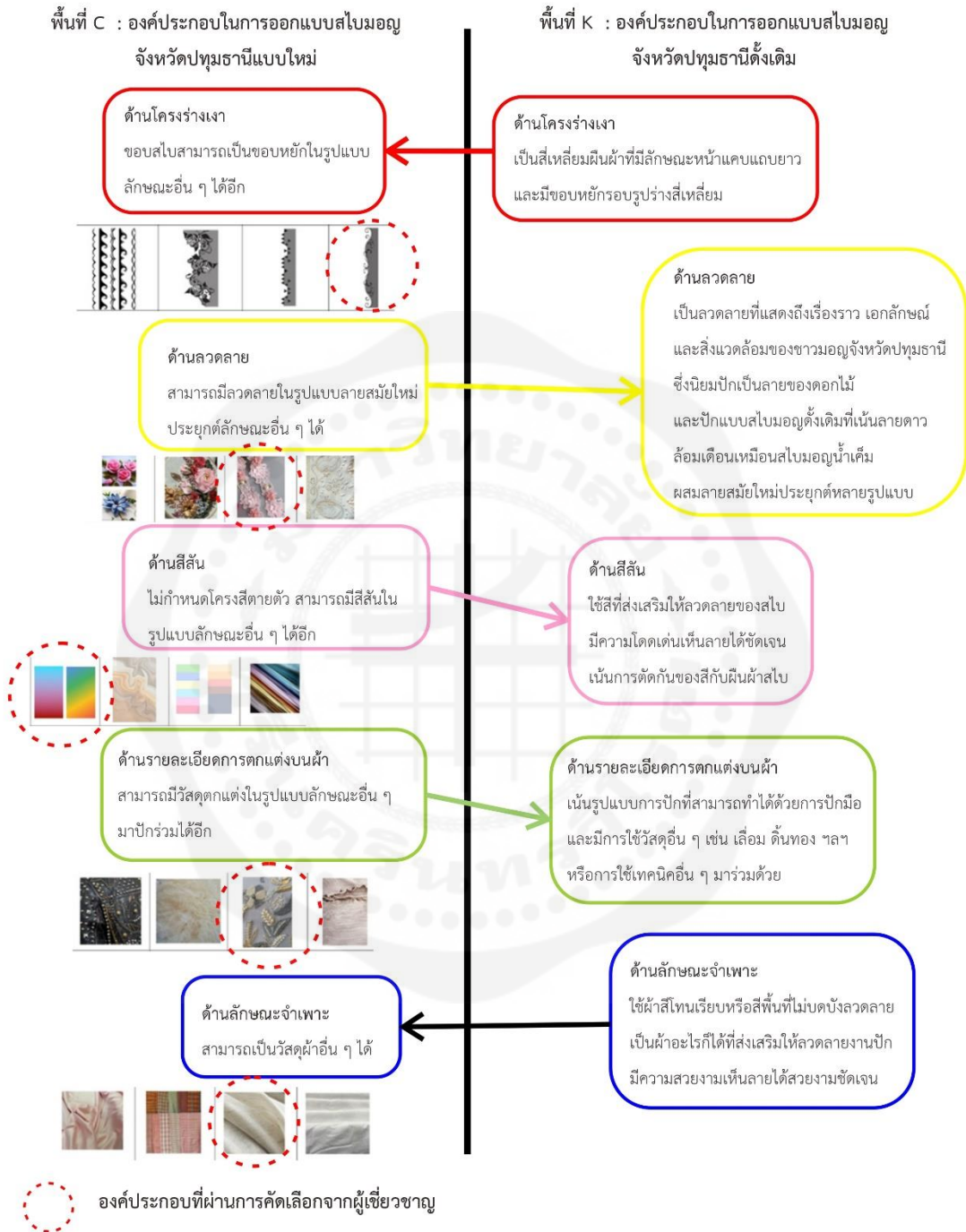
- 1.เส้นขอบหยัก - รูปแบบ D ที่เป็นเส้นโค้งแบบก้นหอยผสมกับเส้นคลื่นที่มีจังหวะสม่ำเสมอไหลลื่นเหมือนคลื่นน้ำ
- 2.สีสัน - รูปแบบ A ที่เป็นสีสันฉูดฉาดตัดกันไล่โทนจากสีโทนร้อนไปเย็นแบบเห็นได้ชัด
- 3.ลวดลาย - รูปแบบ C ที่เป็นการนำเสนอลวดลายแบบ 3 มิติ ด้วยการซ้อนทับลาย ๆ ชั้น (Layers)
- 4.วัสดุ เทคนิคตกแต่งร่วมกับการปัก - รูปแบบ C เป็นการตกแต่งด้วยการปักร่วมกับวัสดุ เลื่อม ลูกปัด มุก ฯลฯ
- 5.วัสดุที่นำมาผลิตผ้าสไบ - รูปแบบ C และ D เป็นผ้าประเภทผ้าใยธรรมชาติ เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าป่าน ผ้าลินิน ที่มองเห็นลวดลายจากการทอตามธรรมชาติ และผ้าลูกไม้ฉลุที่ลวดลายฉลุกับเนื้อผ้าเป็นสีพื้นเดียวกัน

4.4.2 สรุปแนวคิดทฤษฎี C - K ที่นำไปใช้

สรุปแนวคิดทฤษฎี C - K ที่นำมาใช้ ทำให้ผู้วิจัยได้คำตอบเกี่ยวกับด้านองค์ประกอบเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี และนำไปสู่ข้อกำหนดในการออกแบบ (Design Criteria) มีดังนี้

- 1.โครงร่างเงา - รูปร่างของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีต้องเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีลักษณะหน้าแคบแถบยาว และมีขอบหยักรอบรูปร่างสี่เหลี่ยม โดยที่เส้นขอบหยักสามารถมีรูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้อีก
- 2.สีสัน - สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีสีสันในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้ไม่จำกัด
- 3.ลวดลาย - สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีลวดลายในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้
- 4.รายละเอียดการตกแต่ง - สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีวัสดุตกแต่งในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ มาปักร่วมได้
- 5.ลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ในเรื่องของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต การใช้งาน - วัสดุผ้าที่ผลิตสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถเป็นผ้าอื่น ๆ ได้หลากหลายไม่จำกัด

แนวคิดทฤษฎี C - K เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับ
ด้านองค์ประกอบในการออกแบบสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี



ภาพประกอบ 227 ภาพแสดงแนวคิดทฤษฎี C - K เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับ
ด้านองค์ประกอบเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี
ที่มา : จากผู้วิจัย

4.5 การวิเคราะห์ด้านกระแสเทรนด์โลกและแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นที่เกี่ยวข้อง

ในการวิเคราะห์ส่วนนี้ผู้วิจัยใช้การทบทวนวรรณกรรม การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสินค้าแฟชั่น และการสำรวจด้านภาพถ่ายสินค้าแฟชั่นบนวัฒนธรรมจากสื่อออนไลน์ เพื่อค้นหารูปแบบและประเภทของสินค้าแฟชั่นเพื่อนำไปสู่การออกแบบสร้างสรรค์ร่วมกับสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ ดังนี้

4.5.1 การวิเคราะห์ด้วยการทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยพบว่า แนวโน้มกระแสเทรนด์โลกของ TCDC ในปี 2022-2024 นั้น ได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มประชากรเบบี้บูมเมอร์ที่มีอายุ 58 ถึง 76 ปี ที่มีการอยู่บ้านและต้องการสร้างรายได้ ด้วยการทำงานจากที่บ้าน และอาศัยช่องทางดิจิทัลและสื่อออนไลน์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สินค้ามากขึ้น ด้านนิเวศและสิ่งแวดล้อมที่ให้ความสำคัญของการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่านการออกแบบที่รับผิดชอบต่อสังคม และการสร้างสรรค์งานฝีมือแฮนด์เมดที่สอดคล้องกับผลงานต้นแบบของโครงการวิจัย

ทางด้านกระแสเทรนด์แนวโน้มสินค้าแฟชั่นประเภทต่าง ๆ ในปี 2022-2024 ผู้วิจัยพบว่ามีแนวโน้มที่สอดคล้องและสนับสนุนกับหัวข้อโครงการวิจัย ดังนี้

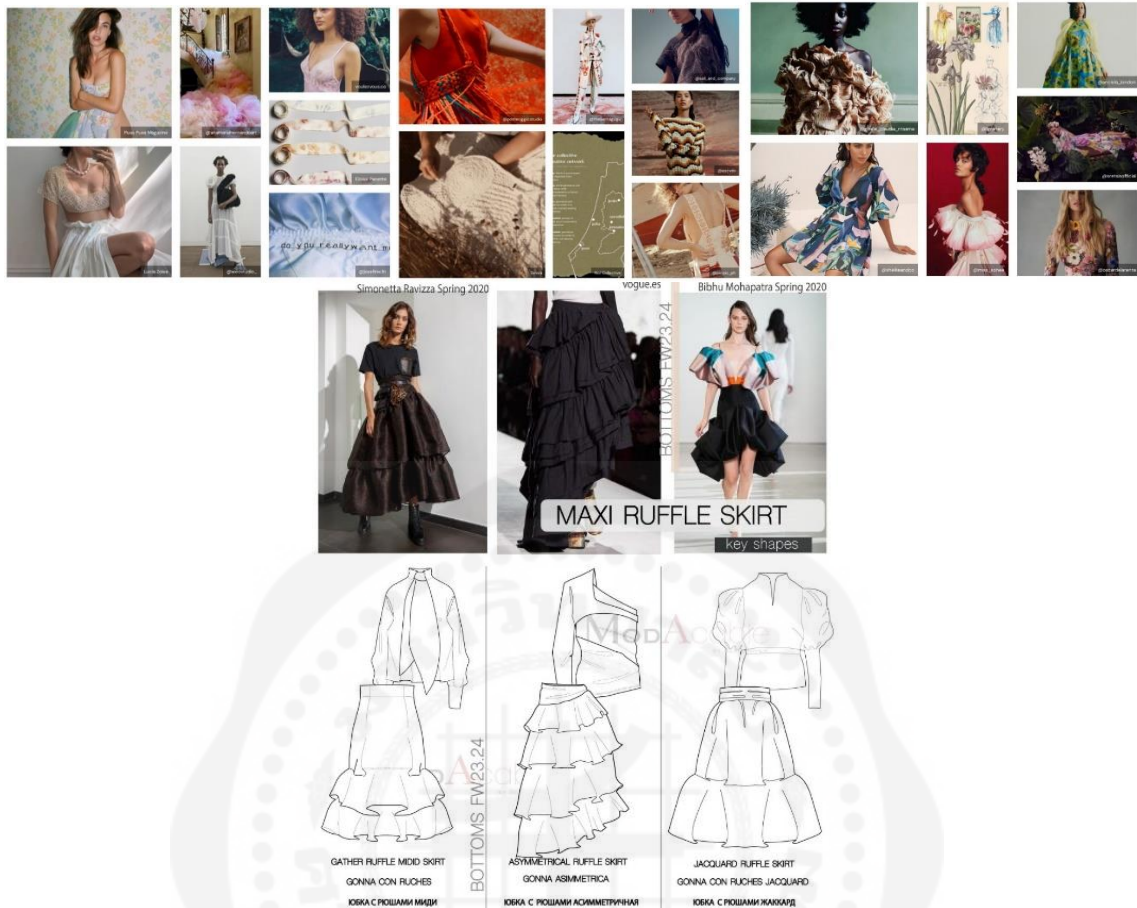
1. ฤดูกาล Spring / Summer 2022-2023

1.1 แนวโน้มเครื่องแต่งกายจากข้อมูล WGSN ได้แก่

- Reclaimed romance ที่แสดงถึงการสร้างสรรค์ผลงานจากงานปักด้วยมือ และการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม วัสดุที่สำคัญคือ ผ้าไหม และรูปแบบชุดราตรีออกงาน ชุดเจ้าสาวในสไตล์โรแมนติก มีระบายตกแต่ง

- Healing crafts ที่เน้นด้านสุนทรียศาสตร์ของงานฝีมือ ซึ่งงานฝีมือนั้นมีบทบาทและความหมายที่ลึกซึ้งตั้งแต่การควบคุมพลังทางจิตวิญญาณไปจนถึงการช่วยเหลือชุมชนด้วย เทคนิคการพิมพ์ภาพลงบนผ้าขนสัตว์สำหรับทำชุดเสื้อผ้าและเทคนิคการพิมพ์แบบย้อนยุค งานปักด้วยมือ

- Joyful nature ที่พูดถึงธรรมชาติ พื้นผิวของใบไม้ ดอกไม้และพืชมาเป็นแรงบันดาลใจในงานออกแบบ การใช้วัสดุผ้าใยกล้วย งานพิมพ์ ลายดอกไม้ที่สื่อถึงการจัดดอกไม้สำหรับการเฉลิมฉลอง การเน้นรายละเอียดต่าง ๆ เช่น บริเวณแขนเสื้อ ปกเสื้อ และ ชายเสื้อ เพื่อให้เหมาะกับการใช้งานในเชิงพาณิชย์มากขึ้น ภาพพิมพ์และภาพของพืชหายากต่าง ๆ ไปจนถึงดอกไม้ขนาดใหญ่พิเศษ และพฤกษศาสตร์ในธีมเขตร้อน การถักโครเชต์ งานปักลายดอกไม้ การพิมพ์ลายดิจิทัล



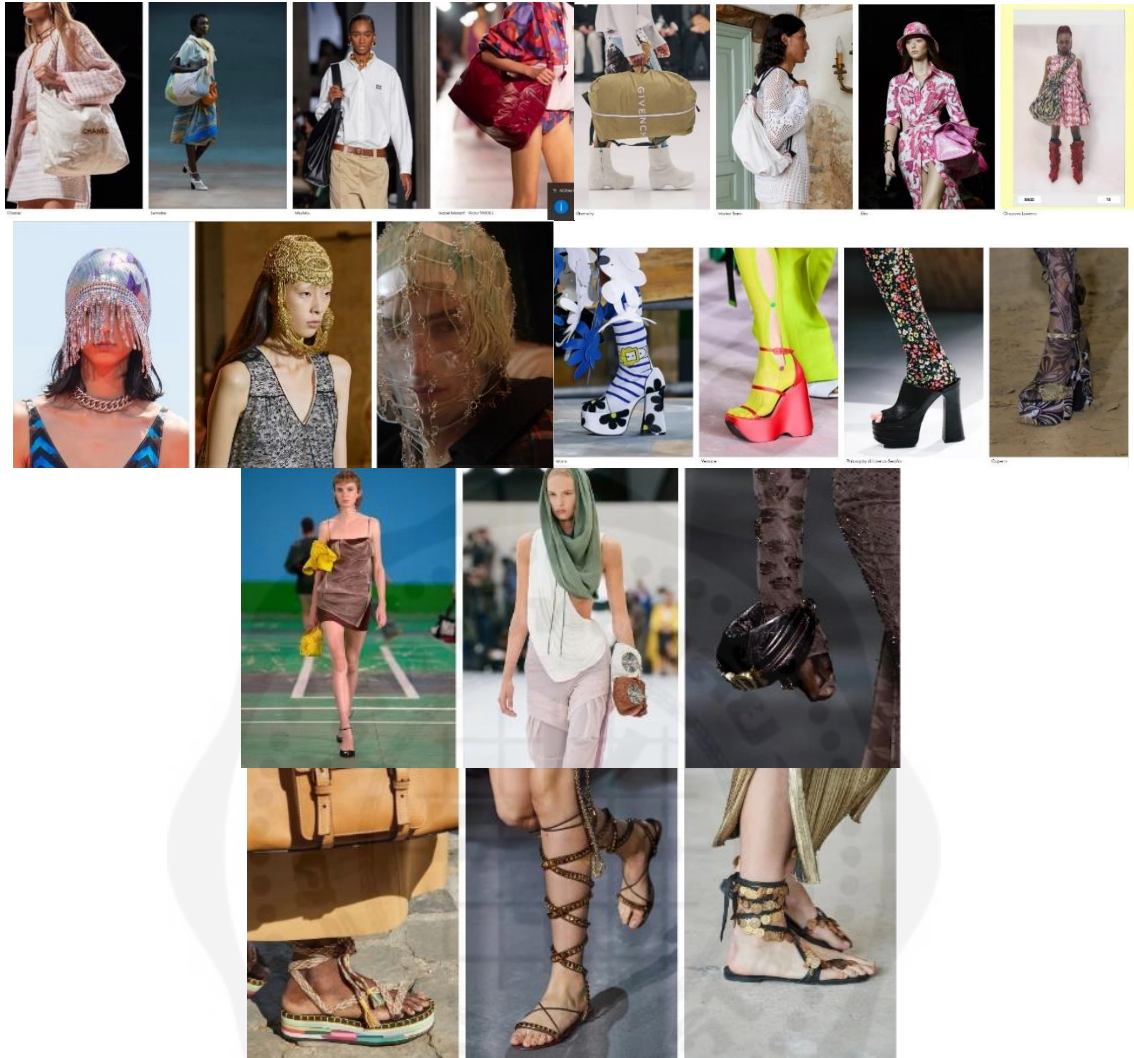
ภาพประกอบ 228 ภาพแสดงสรูปแนวโน้มเครื่องแต่งกายจากข้อมูล WGSN ฤดูกาล SS 2022-2023

ที่มา : <https://media-wgsn->

[com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23](https://media-wgsn-com.libproxy.hongik.ac.kr/fo_image_store/boards/91557/Womenswear_Forecast_S_S_23)

1.2 แนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับและเครื่องประกอบการแต่งกาย

- Snuggle up to your tote รูปแบบของกระเป๋าทรงถุงขนาดใหญ่ และกระเป๋าใบเล็ก สำหรับคล้องข้อมือ (Hold bag-celet or Wrist bag)
- Decorate your dome เครื่องสวมศีรษะและเข็มขัด
- Get a lift รองเท้าแบบแพลตฟอร์มหนา
- Lace up your sandals รองเท้าแตะที่ตกแต่งด้วยผ้าลูกไม้



ภาพประกอบ 229 ภาพแสดงสรูปแนวโน้มเครื่องประดับและเครื่องประกอบการแต่งกาย
ฤดูกาล SS 2022-2023

ที่มา : Steff Yotka. (2021). *11 New Accessory Trends for the Spring 2022 Season*.

สืบค้นจาก <https://www.vogue.com/article/spring-2022-accessory-trends>

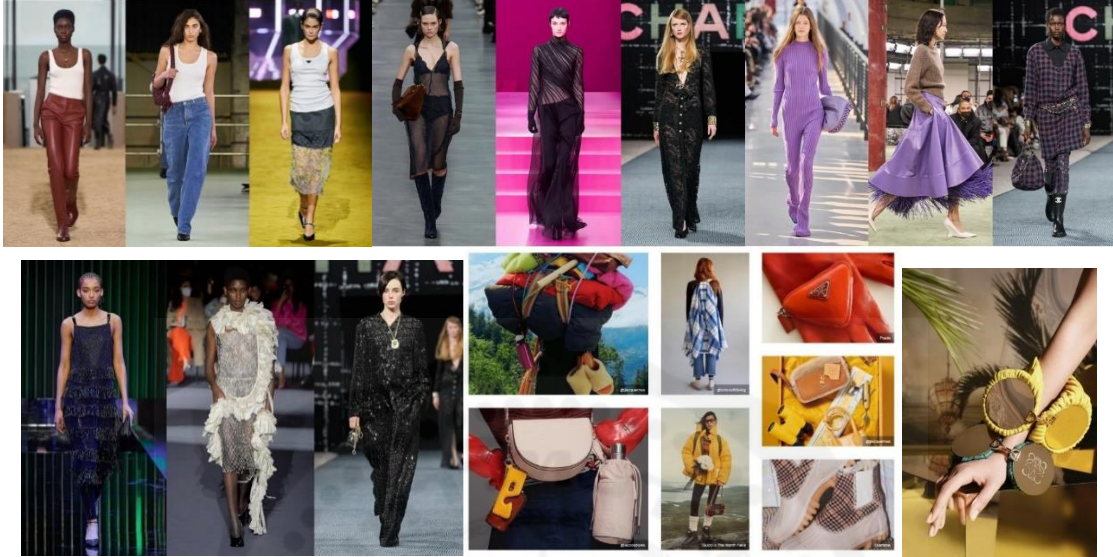
2. ฤดูกาล Autumn / Winter 2022-2024

2.1 แนวโน้มเครื่องแต่งกาย

- New classics/ evening dress/ roaring twenties มีรูปแบบชุดราตรีสีม่วง (Ultra violet)
สีส้มของสีม่วงกำมะหยี่และสีแดงกำมะหยี่เป็นที่นิยม

2.2 เครื่องประดับ

- Nature commuter การใช้ชีวิตในพื้นที่ร่วมกับธรรมชาติ กระเป๋าแบบมีหลายช่อง กระเป๋าสะพายหลัง กระเป๋าสะพายข้างที่มีกระเป๋าลูกเล็ก ๆ หลาย ๆ ใบ และกรอบแว่นตาขนาดใหญ่



ภาพประกอบ 230 ภาพแสดงสรุปแนวโน้มเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับและเครื่องประกอบการแต่งกาย
ฤดูกาล AW 2022-2024

ที่มา : WGSN. (2022). *Colour - Care Culture A/W 23/23*.

สืบค้นจาก <https://www-wgsn-com.eu1.proxy.openathens.net/fashion/article/93125#page3>

4.5.2 การวิเคราะห์ด้วยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย

จากข้อมูลเทรนด์แนวโน้มทั้งหมดที่สรุปได้เพื่อการออกแบบผลงานสร้างสรรค์ที่ตรงกับความ
ต้องการและรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายนั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่สรุปได้ไปสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน
400 คนเพื่อค้นหารูปแบบและประเภทของสินค้า สี สัน วัสดุที่ต้องการ ได้ดังนี้

1. ฤดูกาล Spring / Summer กลุ่มเป้าหมายส่วนมากเลือกเครื่องแต่งกาย เครื่อง
ประกอบการแต่งกาย และเครื่องประดับ สี สัน วัสดุ โดยมีคะแนนจากมากไปน้อยตามลำดับ ดังนี้

- เครื่องแต่งกายประเภท ชุดเดรสมีระบายได้ 180 คะแนนเท่ากับ 45% เสื้อแขนกุดเสื้อ
เอวลอยได้ 140 คะแนนเท่ากับ 35% กางเกงขาสั้นได้ 60 คะแนนเท่ากับ 15% และชุดชายหาดได้ 20
คะแนนเท่ากับ 5%


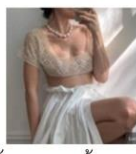




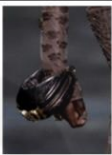

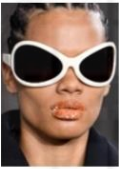




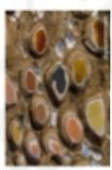






- เครื่องประกอบการแต่งกายประเภท กระเป๋าทรงขนาดใหญ่ได้ 200 คะแนนเท่ากับ
50% กระเป๋าสะพายไหล่ได้ 100 คะแนนเท่ากับ 25% กระเป๋าคีลองข้อมือได้ 80 คะแนนเท่ากับ 20%
และกระเป๋าทรงถังได้ 20 คะแนนเท่ากับ 5%

-เครื่องประดับประเภท แวนตาใต้ 200 คะแนนเท่ากับ 50% เครื่องสวมศีรษะใต้ 180 คะแนนเท่ากับ 45% ผ้าคลุมผมใต้ 60 คะแนนเท่ากับ 15% และรองเท้าแพลตฟอร์มใต้ 20 คะแนนเท่ากับ 5%

ส่วนด้านลวดลายสีสันทันและวัสดุ กลุ่มเป้าหมายส่วนมากให้คะแนน โดยมีคะแนนจากมากไปน้อยตามลำดับ ดังนี้ ด้านลวดลายสีสันทัน ลวดลายสนุกสีสันทันสดใสใต้ 180 คะแนนเท่ากับ 45% ลายปักดอกไม้และพืชใต้ 180 คะแนนเท่ากับ 45% ผ้าลายนูนสามมิติใต้ 20 คะแนนเท่ากับ 5% และลายดิจิทัลเรียบง่ายใต้ 20 คะแนนเท่ากับ 5% ด้านวัสดุในการผลิต ผ้าธรรมชาติคอตตอน ลินินใต้ 220 คะแนนเท่ากับ 55% ผ้าไหมใต้ 100 คะแนนเท่ากับ 25% ผ้าพิมพ์ลายใต้ 60 คะแนนเท่ากับ 15% และผ้าไนตติ้งใต้ 20 คะแนนเท่ากับ 5%

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย ส่วนมากต้องการสินค้าแฟชั่นประเภทชุดเดรสมีระบาย เสื้อแขนกุดเสื้อเอวลอย กางเกงขาสั้น กระเป๋าทรงขนาดใหญ่ กระเป๋าสะพายไหล่ กระเป๋าคล้องข้อมือ แวนตา และเครื่องสวมศีรษะ โดยมีลวดลายสีสันทันสดใส และลวดลายปักดอกไม้และพืชบนพื้นผ้าโทนเรียบสีสว่างสะอาดตา ทำให้เห็นลวดลายที่โดดเด่นชัดเจน และวัสดุที่เป็นผ้าธรรมชาติประเภทลินินหรือคอตตอนเป็นหลัก

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านรูปแบบและประเภทของสินค้า สี สัน วัสดุที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ฤดูกาล Spring / Summer 2022-2023

รูปแบบ	A	B	C	D
อปก.การออกแบบ ฤดูกาล Spring / Summer 2022-2023 1. รูปแบบและประเภทของสินค้า -เครื่องแต่งกาย				
	ชุดเดรสมีระบาย	เสื้อแขนกุศเสื้อเอวลอย	กางเกงขาสั้น	ชุดชายหาด
คะแนนจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 400 คน = 100%	180 = 45%	140 = 35%	60 = 15%	20 = 5%
-เครื่องประกอบการแต่งกาย				
	กระเป๋าทรงถุง	กระเป๋าสะพายไหล่	กระเป๋าคล้องข้อมือ	กระเป๋าทรงถัง
คะแนนจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 400 คน = 100%	200 = 50%	100 = 25%	80 = 20%	20 = 5%
-เครื่องประดับ				
	แว่นตา	เครื่องสวมศีรษะ	ผ้าคลุมผม	รองเท้าแพลตฟอร์ม
คะแนนจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 400 คน = 100%	200 = 50%	120 = 30%	60 = 15%	20 = 5%
2. ลวดลายและสี				
	ลวดลายสนุกสีสดใส	ผ้าลายบนสามมิติ	งานปักมือลวดลายดอกไม้และพืช	ลวดลายดิจิทัลเรียบง่าย
คะแนนจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 400 คน = 100%	180 = 45%	20 = 5%	180 = 45%	20 = 5%
3. วัสดุ				
	ผ้าคอตตอน ลินิน	ผ้าไหม	ผ้าพิมพ์ลาย	ผ้าเน็ตตั้ง
คะแนนจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 400 คน = 100%	220 = 55%	100 = 25%	60 = 15%	20 = 5%

ที่มา : จากผู้วิจัย

2. ฤดูกาล Autumn / Winter กลุ่มเป้าหมายส่วนมากเลือกเครื่องแต่งกาย เครื่องประกอบการแต่งกาย และ เครื่องประดับ สี สัน วัสดุ ตามลำดับดังนี้












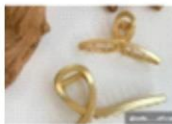








-เครื่องแต่งกายประเภท ชุดเดรสยาวได้ 200 คะแนนเท่ากับ 50% ชุดสูทได้ 100 คะแนนเท่ากับ 25% เสื้อกั๊กได้ 20 คะแนนเท่ากับ 5% และคอร์เซ็ทได้ 80 คะแนนเท่ากับ 20%

-เครื่องประกอบการแต่งกายประเภท กระเป๋าหลายใบคล้องมือได้ 200 คะแนนเท่ากับ 50% กระเป๋าที่มีดีไซน์แบบคลาสสิกได้ 120 คะแนนเท่ากับ 30% รองเท้าสไตล์ลุยหิมะได้ 60 คะแนนเท่ากับ 15% และรองเท้ายางได้ 20 คะแนนเท่ากับ 5%

-เครื่องประดับประเภท ที่คาดผมได้ 220 คะแนนเท่ากับ 55% แว่นตาที่มีกรอบขนาดใหญ่ได้ 100 คะแนนเท่ากับ 25% หมวกคลุมศีรษะได้ 60 คะแนนเท่ากับ 15% และที่หนีบผมได้ 20 คะแนนเท่ากับ 5%

ส่วนด้านลวดลายสีสันทันและวัสดุ กลุ่มเป้าหมายส่วนมากให้คะแนน โดยมีคะแนนจากมากไปน้อยตามลำดับ ดังนี้ ด้านลวดลายสีสันทัน ลวดลายที่กลมกลืนกับสีผ้าได้ 20 คะแนนเท่ากับ 5% ลวดลายเย็บปะติดปะต่อได้ 140 คะแนนเท่ากับ 35% ผ้าสีม่วงและสีแดงได้ 180 คะแนนเท่ากับ 45% ลายลูกไม้ได้ 60 คะแนนเท่ากับ 15% ด้านวัสดุในการผลิต ผ้ากำมะหยี่ได้ 180 คะแนนเท่ากับ 45% ผ้าขนสัตว์ได้ 180 คะแนนเท่ากับ 45% ไหมพรมได้ 20 คะแนนเท่ากับ 5% และไวนิลหนังต่าง ๆ ได้ 20 คะแนนเท่ากับ 5%

ตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการด้านรูปแบบและประเภทของสินค้า สี สัน วัสดุที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ฤดูกาล Autumn / Winter 2022-2024

อปก.การออกแบบ	รูปแบบ	A	B	C	D
ฤดูกาล Autumn / Winter 2022-2024	รูปแบบและประเภทของสินค้า -เครื่องแต่งกาย	 ชุดเดรสยาว	 ชุดสูท	 เสื้อกล้าม	 คอร์เซ็ท
		คะแนนจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 400 คน = 100%	200 = 50%	100 = 25%	20 = 5%
	-เครื่องประกอบการแต่งกาย	 กระเป๋าที่มีดีไซน์แบบคลาสสิก	 กระเป๋าลายใบคลั่งมือ	 รองเท้าสไตลล์ลุยหิมะ	 รองเท้ายาง
		คะแนนจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 400 คน = 100%	120 = 30%	200 = 50%	60 = 15%
	-เครื่องประดับ	 ที่คาดผม	 หมวกคลุมศีรษะ	 แว่นตากว้างใหญ่	 ที่หนีบผม
		คะแนนจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 400 คน = 100%	220 = 55%	60 = 15%	100 = 25%
2. ลวดลายและสี		 ลวดลายที่กลมกลืนกับสีผ้า	 ลวดลายเข้บปะติดปะต่อ	 ผ้าสีม่วงและสีแดง	 ลายลูกไม้
		คะแนนจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 400 คน = 100%	20 = 5%	140 = 35%	180 = 45%
3. วัสดุ		 ผ้ากำมะหยี่	 ผ้าขนสัตว์	 ไหมพรม	 ไวนิล
		คะแนนจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 400 คน = 100%	180 = 45%	180 = 45%	20 = 5%

ที่มา : จากผู้วิจัย

4.5.3 การวิเคราะห์โดยการสำรวจด้านภาพถ่ายสินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมจากสื่อออนไลน์
จากการสำรวจภาพถ่ายสินค้าแฟชั่นจากสื่อออนไลน์ เพื่อสำรวจเป็นกรณีศึกษาด้านรูปแบบ
และประเภทสินค้าที่มีการผลิตและจำหน่ายมากที่สุดในปัจจุบัน โดยแบ่งตามประเภทของสินค้าประเภทละ
5 แบรินด์สินค้า ดังนี้

1. แบรินด์ที่จำหน่ายเครื่องแต่งกายแฟชั่นทุนวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยทำการคัดเลือกและ
สำรวจแบรินด์ที่มีสินค้าใกล้เคียงกับงานวิจัยที่เน้นสินค้าแฟชั่นงานฝีมือที่เน้นการปักมือ ได้แก่



🌿 Dress DOLLY Collection 3D 🌿 1290.-/pcs.

😊 * °❖ งานเกรดpremium.ชุดสวยพร้อมส่ง 16,06.66

❤️❤️ขนาดและราคาได้ภาพจ้า! งานเสื้อ🌸

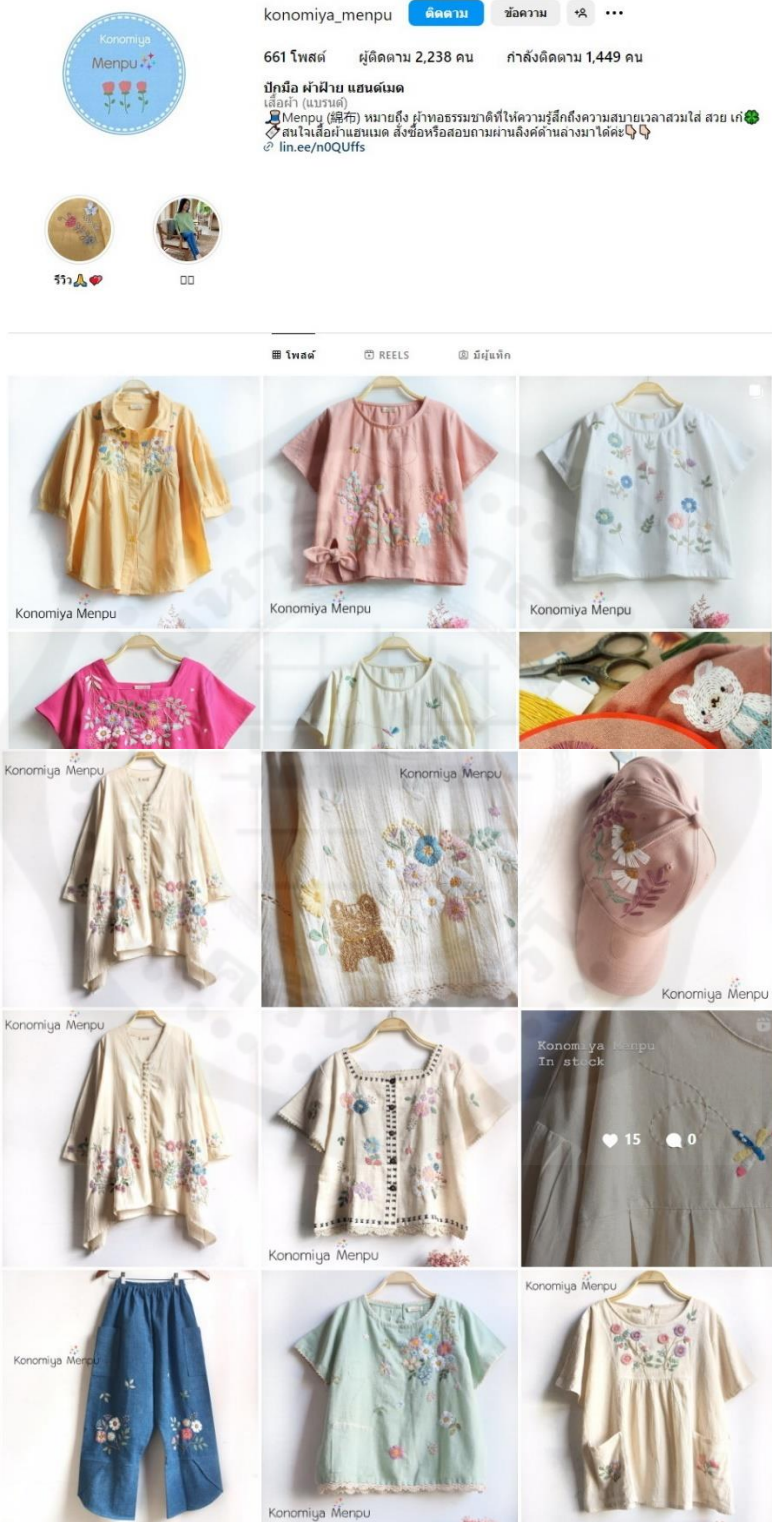
👗ผ... ดูเพิ่มเติม





ภาพประกอบ 231 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องแต่งกาย AnitaKloset
ที่มา : <https://www.facebook.com/AnitaClosetHandEmbroidered/>





ภาพประกอบ 233 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องแต่งกาย - Konomiya Menpu
ที่มา : <https://www.instagram.com/p/CuGiXHULUnl/>



ภาพประกอบ 234 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องแต่งกาย - baboon_tiedye
ที่มา : https://www.instagram.com/baboon_tiedye/?hl=en

pattabrand กำลังติดตาม ๖ ข้อความ +๖ ...

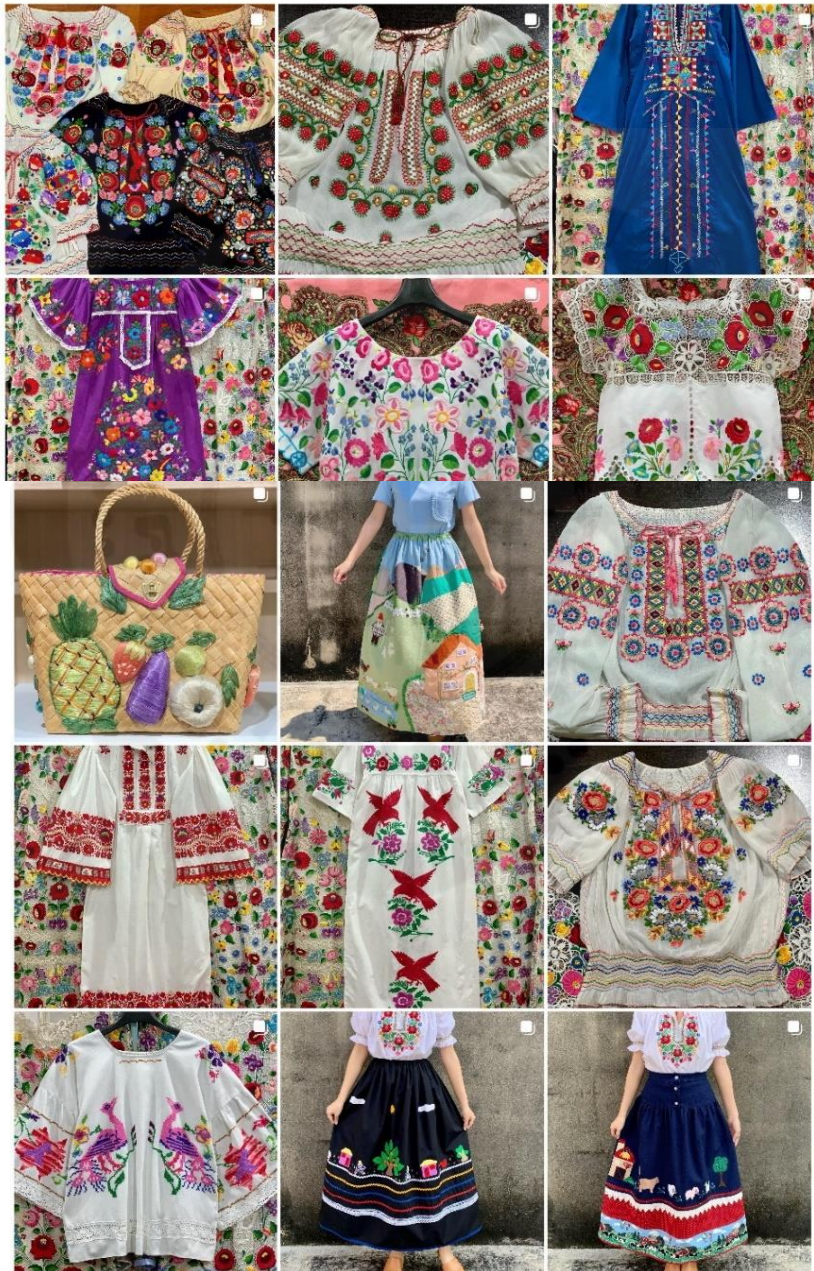
3,720 โฟสต์ ผู้ติดตาม 12.1K คน กำลังติดตาม 0 คน



Vintage Shop รินเทียนผ้า
เสื้อผ้า (แบรนด์)
Patta(พีต-ทา)Thailand 2015
งานวิเศษต่างถิ่นๆ ทุกตัว
ไม่รับเปลี่ยน/คืน/ฝากขาย
Accept PayPal & Ship worldwide
Line : pattabrand
๙ www.pattabrand.com

ติดตามโดย vintage_pookkie และ art_craft_holidays_2

โพสต์ มีผู้แท็ก

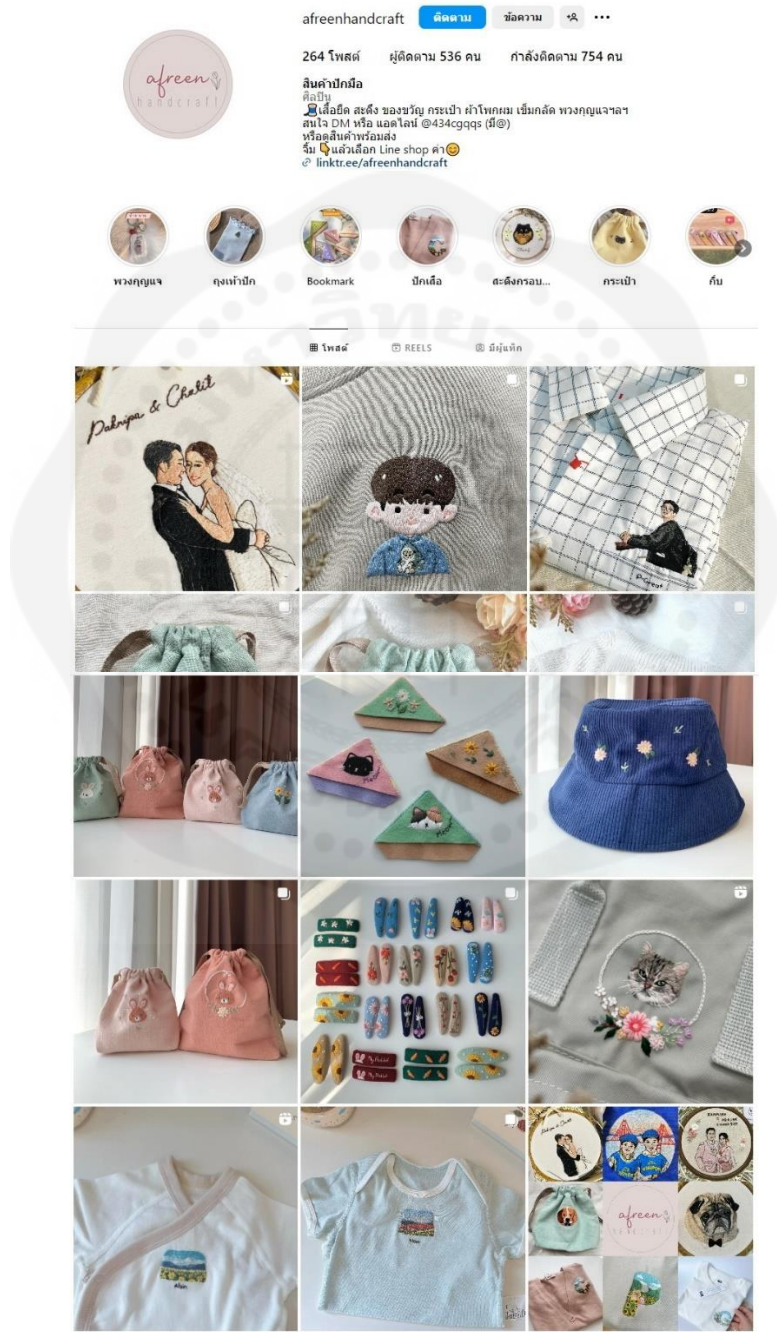


ภาพประกอบ 235 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องแต่งกาย - pattabrand

ที่มา : <https://www.instagram.com/pattabrand/>

ซึ่งผู้วิจัยพบว่าแต่ละแบรนด์มีการผลิตสินค้าที่เน้นรูปแบบและประเภทสินค้าเรียงจากควมถึ
มากไปน้อยที่พบ ได้แก่ ชุดกระโปรง เสื้อ เสื้อเอวลอย กางเกงขายาว กางเกงขาสั้น

2. แรนต์ที่จำหน่ายเครื่องประดับ ได้แก่



ภาพประกอบ 236 ภาพแสดงแรนต์ที่จำหน่ายเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ - afreehandcraft

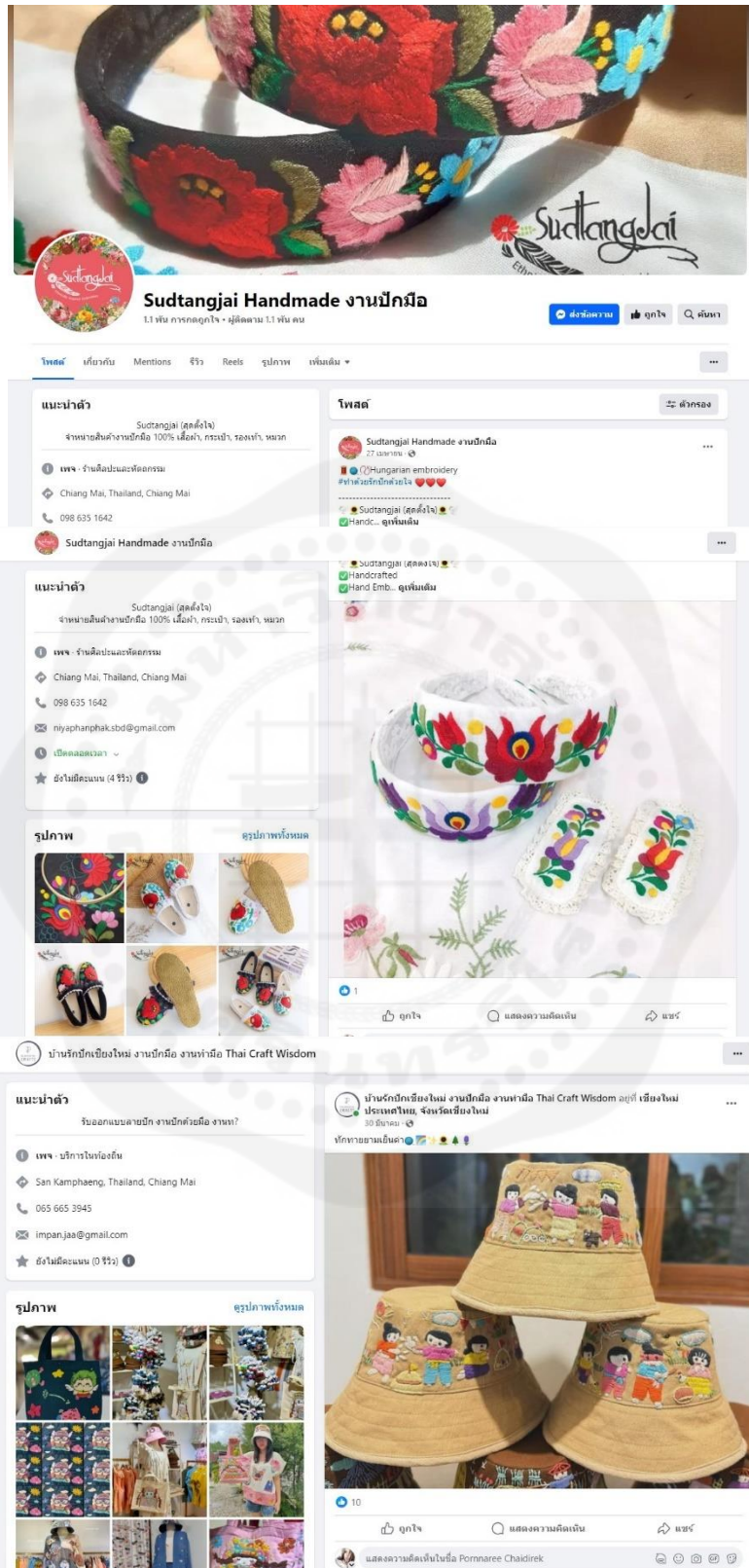
ที่มา : <https://www.instagram.com/afreehandcraft/>



ภาพประกอบ 237 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประดับ- handmadewithlovebyaor
ที่มา : <https://www.instagram.com/handmadewithlovebyaor/>

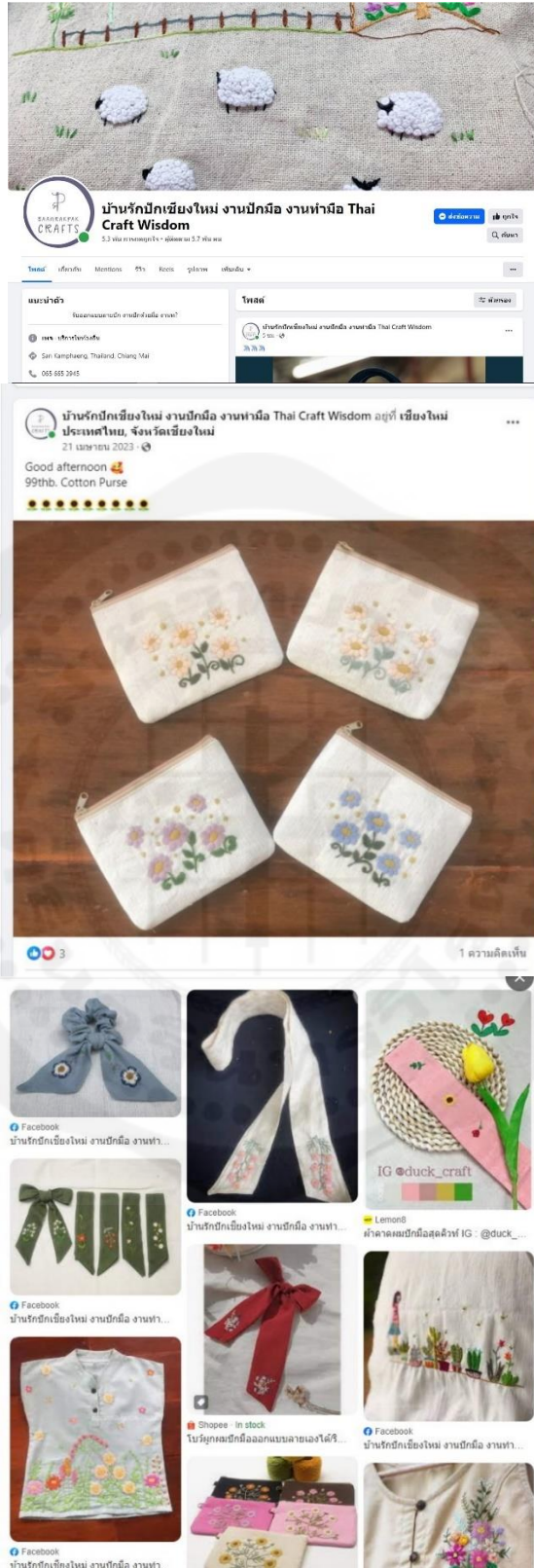


ภาพประกอบ 238 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเสื้อผ้าและเครื่องประดับ- Homnil
ที่มา : <https://www.facebook.com/p/Homnil-100063562778044/>



ภาพประกอบ 239 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประดับ- Sudtangjai

ที่มา : <https://www.facebook.com/SudtangjaiHandmade/>

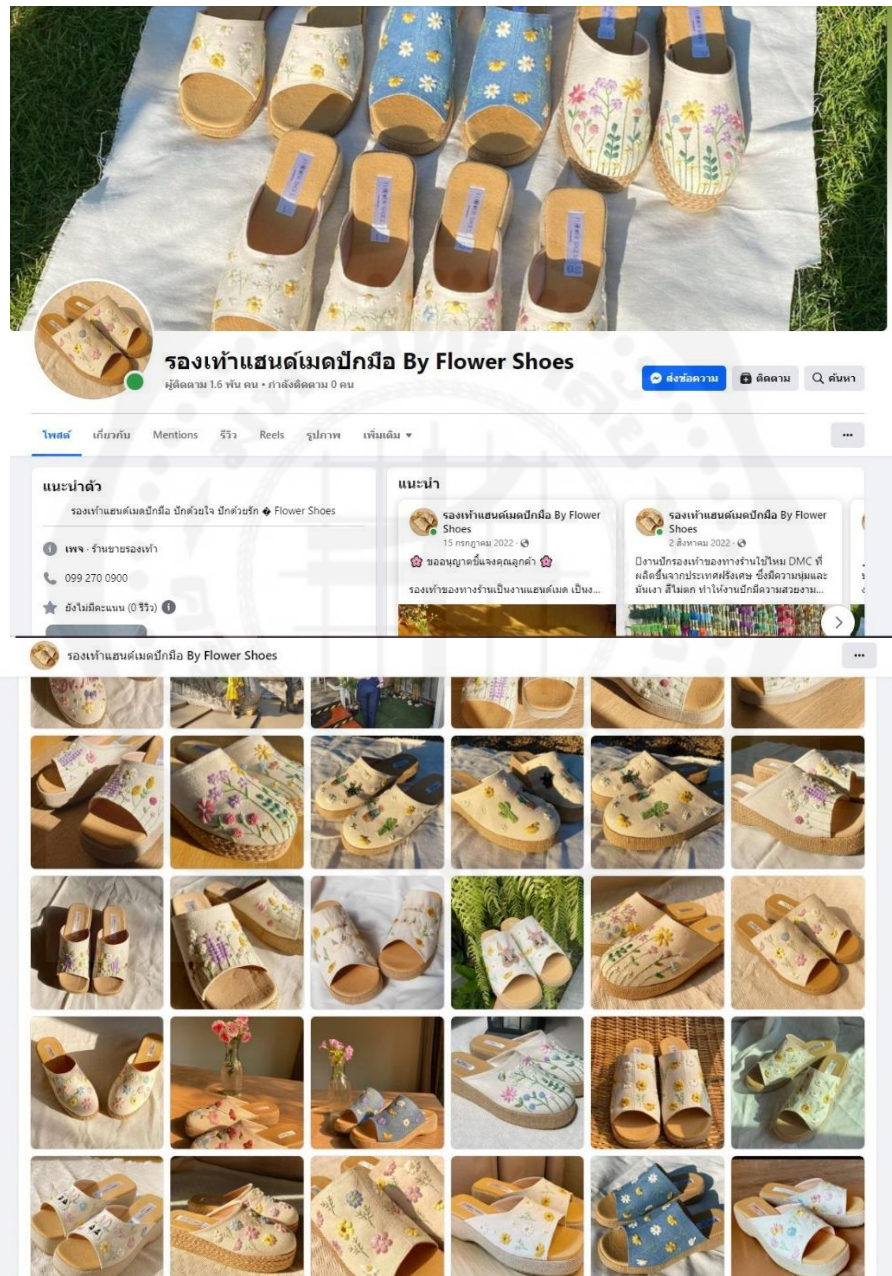


ภาพประกอบ 240 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประดับ- บ้านรักปักเชียงใหม่

ที่มา : <https://www.facebook.com/baanrakpacnx>

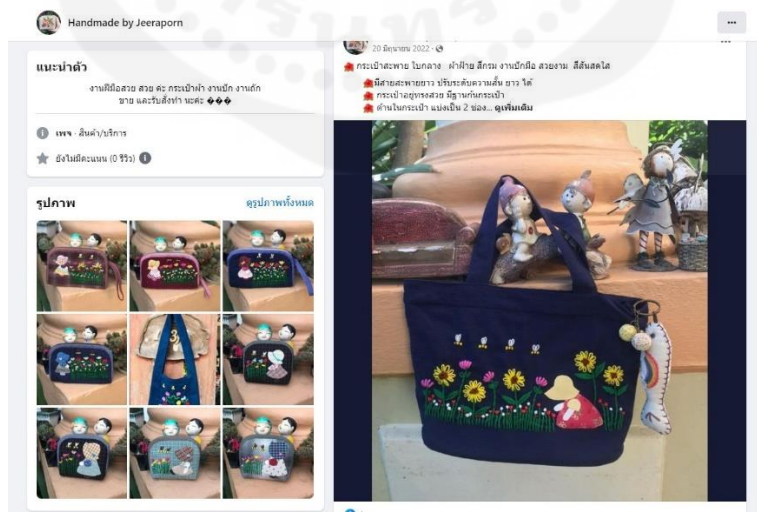
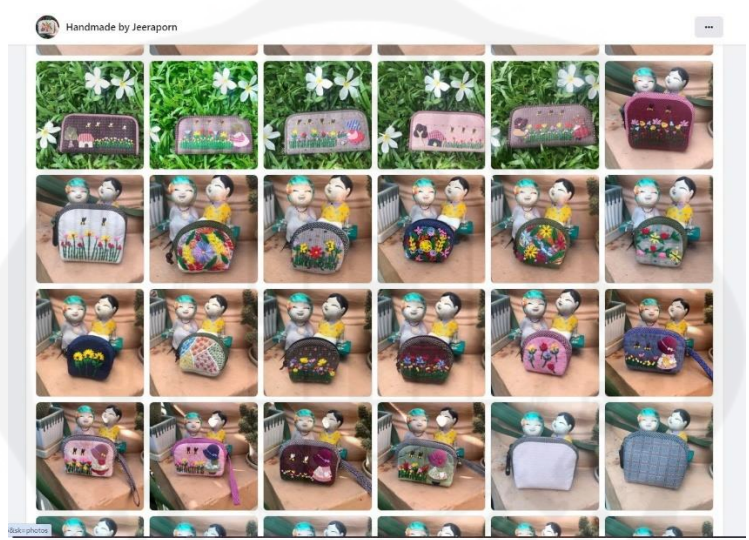
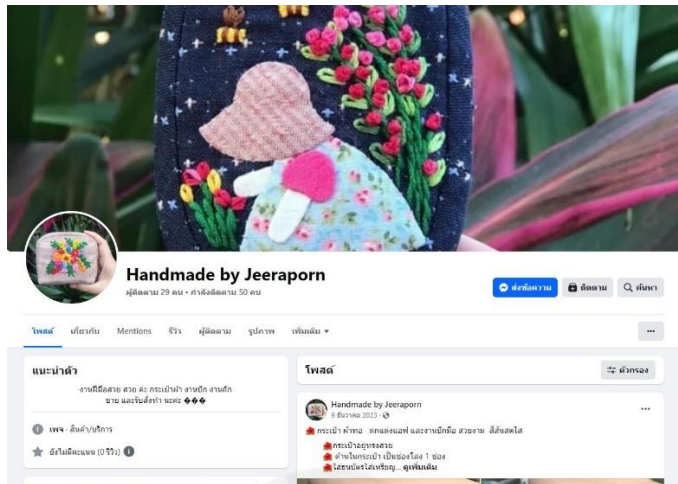
ผู้วิจัยพบว่าแต่ละแบรนด์มีการผลิตสินค้าเครื่องประดับที่เน้นรูปแบบและประเภทสินค้าเรียงจากความถี่มากไปน้อยที่พบ ได้แก่ หมวก ที่คาดผม กีบติดผม หน้ากากผ้า กระเป๋าสตางค์ สร้อยคอ โบว์ผูกผม

3.แบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประกอบการแต่งกาย ได้แก่



ภาพประกอบ 241 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประกอบการแต่งกาย - รองเท้าแฮนด์เมดปักมือ By Flower Shoes

ที่มา : <https://www.facebook.com/Flower.Shoes/>



ภาพประกอบ 242 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประกอบการแต่งกาย - Handmade by Jeeraporn

ที่มา : <https://www.facebook.com/profile.php?id=100043452823715>

preyadaembroidering [ติดตาม](#) [ข้อความ](#) [🔒](#) [...](#)

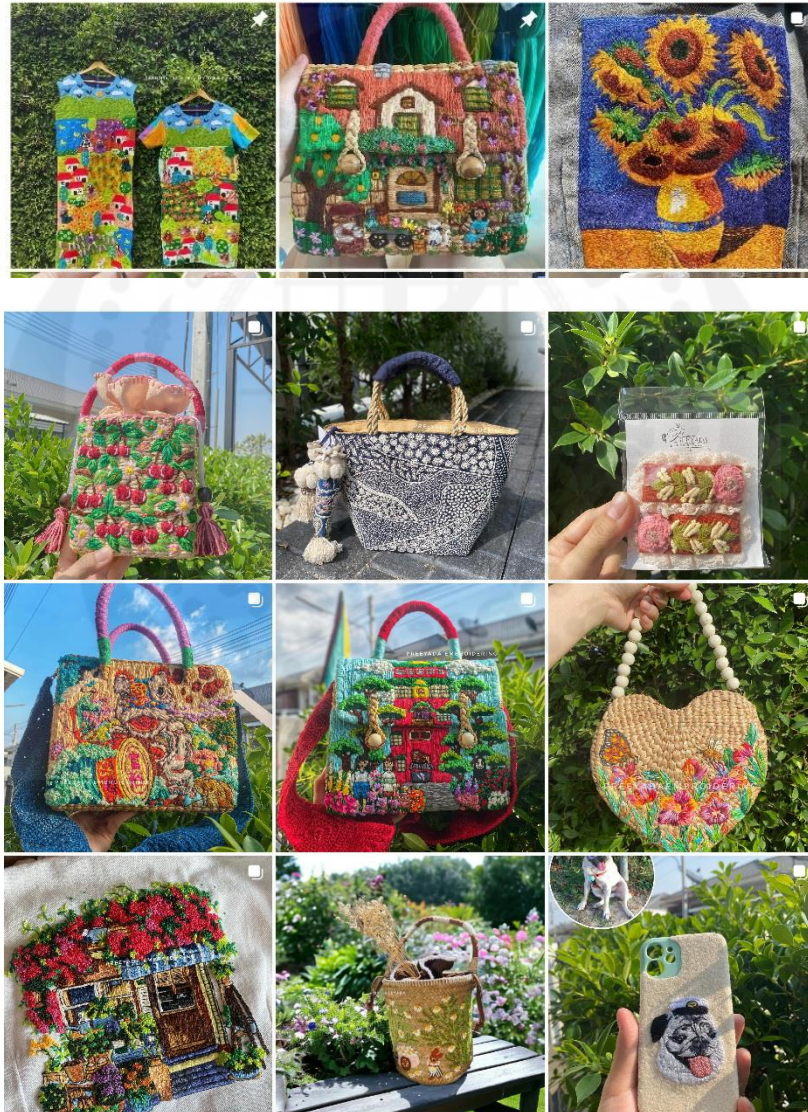
773 โฟสต์ ผู้ติดตาม 22.4K คน กำลังติดตาม 4,989 คน

PREEYADA
การช้อปปิ้งและค้าปลีก
The whole shop is hand-embroidered.design work
Make in Thailand 🇹🇭
:สอบถาม/สั่งซื้อสินค้าได้ที่ลิงค์นี้เลยค่า DM Line @skt41191 📞
📍 lin.ee/vprZics + 1

ติดตามโดย [secondhand_bags.shop](#) และ [glittering_vintage](#)

[Dress](#) [Bag](#) [Shose](#) [Bag](#) [Krajood ...](#) [leather ...](#) [video sh...](#)

📖 โฟสต์ REELS มีผู้แท็ก



ภาพประกอบ 243 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประกอบการแต่งกาย -
preyadaembroidering

ที่มา : <https://www.instagram.com/preyadaembroidering/>

ฝ้ายหอม
ผลิตและจำหน่าย
ฝ้าย งานฝ้ายไทย

ร้านฝ้ายหอม ฝ้ายฝ้าย ฝ้ายพื้นเมือง ฝ้ายปัก งานทำมือ
เชียงใหม่ Hand embroidered
4.4 นั้มน การกดถูกใจ • ผู้ติดตาม 4.6 นั้มน คน

ส่งข้อความ
ถูกใจ ค้นหา

โพสต์ เกี่ยวกับ Mentions Reels รูปภาพ วิดีโอ เพิ่มเติม

แนะนำ
ร้านฝ้ายหอม ฝ้ายฝ้าย ฝ้ายพื้นเมือง ฝ้ายปัก งานทำมือ เชียงใหม่ Hand...
24 ตุลาคม 2020 · 🌐
👍👍👍 สวัสดิ์ดีคะคุณลูกค้าท่าน👍👍👍
ขอเชิญทางร้านได้จัดทำโลโก้รูปขึ้นมาใหม่...

แนะนำ
ร้านฝ้ายหอม ฝ้ายฝ้าย ฝ้ายพื้นเมือง ฝ้ายปัก งานทำมือ เชียงใหม่ Hand embroidered
รูปภาพของ ร้านฝ้ายหอม ฝ้ายฝ้าย ฝ้ายพื้นเมือง ฝ้ายปัก งานทำมือ เชียงใหม่ Hand embroidered ลบบน

24 images in a grid showing various hand-embroidered items: bags, shoes, and stuffed animals.

ภาพประกอบ 244 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประกอบการแต่งกาย - ร้านฝ้ายหอม

ที่มา : https://www.facebook.com/faihomcnx/?locale=th_TH



ภาพประกอบ 245 ภาพแสดงแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องประกอบการแต่งกาย – ผ้าปัก by นิธิ

ที่มา : https://www.facebook.com/PhapukByNithee?locale=th_TH

ผู้วิจัยพบว่าแต่ละแบรนด์มีการผลิตสินค้าเครื่องประกอบการแต่งกาย ที่เน้นรูปแบบและประเภทสินค้าเรียงจากความถี่มากไปน้อยที่พบ ได้แก่ กระเป๋าถุงผ้า กระเป๋าถือ กระเป๋าสะพายไหล่ กระเป๋าสตางค์ และรองเท้าแตะ

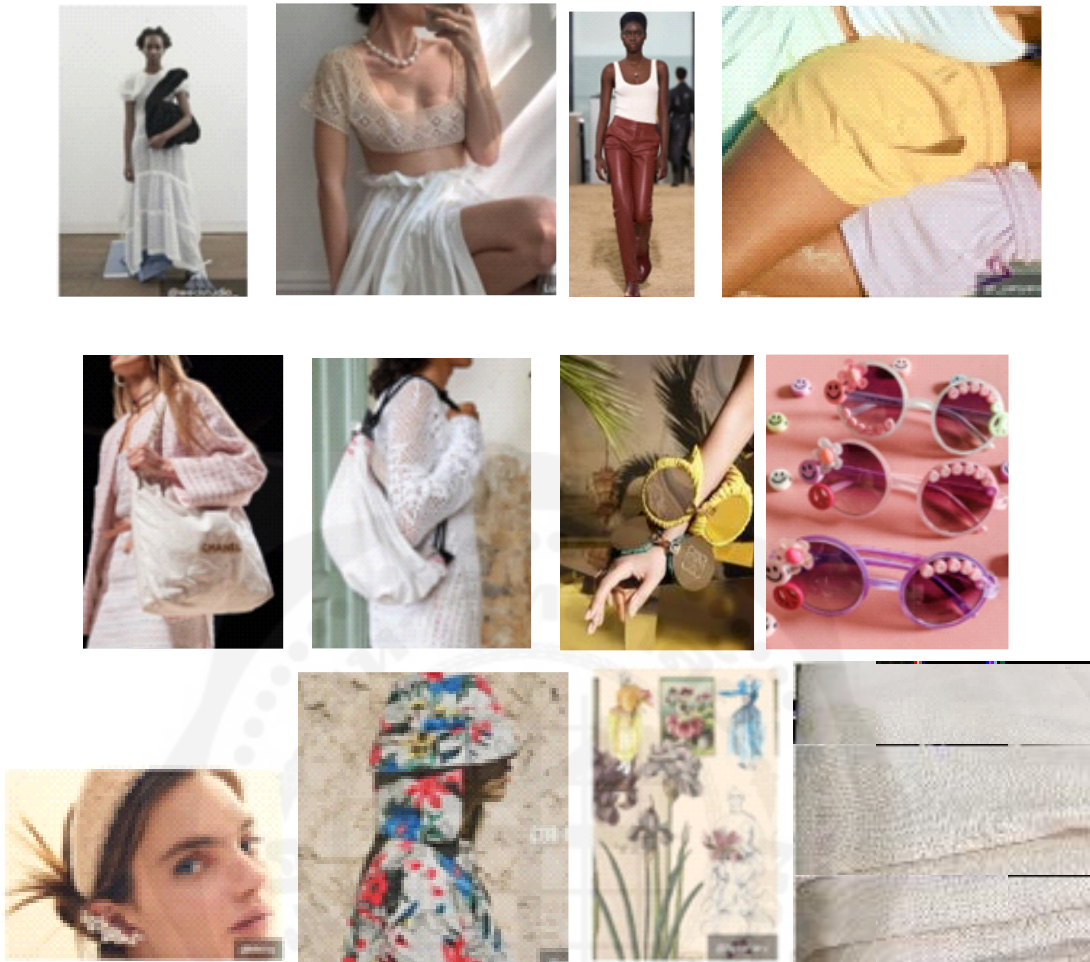
สรุปจากการสำรวจภาพถ่ายสินค้าแฟชั่นจากสื่อออนไลน์ ผู้วิจัยพบว่ารูปแบบและประเภทสินค้าที่ได้รับความนิยมมีการผลิตและจำหน่ายมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่

- เครื่องแต่งกายประเภท ชุดกระโปรง เสื้อ เสื้อเอวลอย
- เครื่องประกอบการแต่งกายประเภท กระเป๋าถุงผ้า กระเป๋าถือ กระเป๋าสะพายไหล่
- เครื่องประดับประเภท แว่นตา หมวก ที่คาดผม กิ๊บติดผม

4.5.4 สรุปแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นปี 2022-2024 และรูปแบบประเภทสินค้าจากการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย และการสำรวจภาพถ่ายจากสื่อออนไลน์ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการออกแบบคอลเลกชันผลงานต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

ด้านรูปแบบแนวโน้มกระแสแฟชั่นปี 2022-2024 ผู้วิจัยได้เลือกฤดูกาล Spring / Summer 2022-2023 มาออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชันผลงานต้นแบบ เนื่องจากมีรูปแบบและประเภทของสินค้าสีสด และวัสดุที่เชื่อมโยงและส่งเสริมกับสไบมอญมากกว่าฤดูกาล Autumn / Winter 2022-2024 ซึ่งสรุปลักษณะรูปแบบประเภทสินค้าแฟชั่นฤดูกาล Spring / Summer 2022-2023 และการสำรวจภาพถ่ายสินค้าแฟชั่นจากสื่อออนไลน์ ที่จะนำไปออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชันผลงานต้นแบบได้ ดังนี้

- เครื่องแต่งกายประเภทชุดเดรสยาวมีระบาย เสื้อแขนงุด เสื้อเอวลอย กางเกงขาสั้น
- เครื่องประกอบการแต่งกายประเภท กระเป๋าทรงถุงขนาดใหญ่ กระเป๋าสะพายไหล่ กระเป๋าคอลเลกชันข้อมือ
- เครื่องประดับประเภท แว่นตา ที่คาดผม กิ๊บติดผม
- ด้านลวดลายสีสด ประเภทลวดลายสนุกสีสดใส ลายปักดอกไม้และพืช
- ด้านวัสดุในการผลิต ผ้าธรรมชาติคอตตอน ลินิน



ภาพประกอบ 246 สรุปรูปแบบแนวโน้มกระแสแฟชั่นปี 2022-2024 และรูปแบบประเภทสินค้าจากการแจกแบบสอบถามกับกลุ่ม เป้าหมาย และการสำรวจภาพถ่ายจากสื่อออนไลน์ที่นำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมสโม่อยุ จังหวัดปทุมธานี
ที่มา : จากผู้วิจัย

4.6 – การสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสโม่อยุ จังหวัดปทุมธานี

การสังเคราะห์ข้อมูล คือ กระบวนการหรือผลของการนำเอาข้อมูลสองอย่างหรือมากกว่านั้น นำมารวมกันเป็นหนึ่งเดียวจากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาจัดระบบให้เกิดสิ่งใหม่ รูปแบบใหม่ เรื่องใหม่ หรือโครงสร้างใหม่ (ไพฑูรย์ วุฒิโส, 2562) ซึ่งการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการที่นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมาประมวลผล เพื่อสร้างแนวคิดและออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้และกลุ่มเป้าหมายในตลาด ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยทั้งหมด สามารถสรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 – การสังเคราะห์ด้านสินค้าผ้าสไบมอญ และทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี

ด้านอัตลักษณ์สินค้าผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ในด้านองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นที่ควรให้ความสำคัญและสามารถนำไปสู่เงื่อนไขในการออกแบบสร้างสรรค์สำหรับโครงการวิจัย ได้แก่

- 1.ด้านโครงร่างเงา - สีเหลี่ยมผืนผ้าที่มีลักษณะหน้าแคบแถบยาว และมีขอบหยักรอบรูปร่างสี่เหลี่ยม
- 2.ด้านลวดลาย - ลวดลายของดอกไม้ 6 ประเภท ได้แก่ ลายดอกพิกุล ลายมะตาด ลายดอกกุหลาบ ลายดอกชบา ลายดอกมะเขือ และลายดอกบัวหลวง และเน้นลายดาวล้อมเดือนผสมผสานลายประยุกต์สมัยใหม่
- 3.ด้านสีสันทัน - การใช้สีเน้นสีสันทันสดใส เน้นความโดดเด่นสะดุดตา การเลือกสีผ้าสไบกับเลือกสีใหม่ปักของลวดลายต่างๆ ที่เน้นความแตกต่างชัดเจนเพื่อให้มองเห็นลวดลายที่ชัดเจน ซึ่งตรงกับแนวคิดการเลือกใช้สีคู่ตรงข้าม(Complementary)
- 4.ด้านรายละเอียดการตกแต่งบนผ้า - เน้นการปักมือเป็นหลักร่วมกับการใช้วัสดุอื่น ๆ เช่น เลื่อม ดิ้นทอง ฯลฯ
- 5.ด้านลักษณะจำเพาะ - ด้านวัสดุผ้าสไบมอญควรเป็นผ้าสีโทนเรียบหรือสีพื้น

ด้านทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานีในการสร้างสรรค์ผลงานสำหรับโครงการวิจัยนี้ร่วมกับอัตลักษณ์ผ้าสไบมอญจังหวัดปทุมธานีเดิม ได้แก่ ข้าวหอมปทุม ฯ เจริญมอญ ประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ และประเพณีตักบาตรพระร้อย และธงตะขาบ

ส่วนที่ 2 – การสังเคราะห์ด้านแนวคิดอัตลักษณ์ ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น ทฤษฎีบุคลิกภาพ ทฤษฎีการตลาด ทฤษฎีภาพตัวแทน และทฤษฎีการออกแบบลวดลาย

ด้านแนวคิดอัตลักษณ์ - แนวทางการออกแบบสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าด้วยการใช้วิธีต่าง ๆ ได้แก่ การใช้ลวดลายจากศิลปะและวัฒนธรรมเข้าไปผสมผสาน การจัดวางลวดลายดั้งเดิมให้เป็นแบบแผน การเปลี่ยนความคิดให้นอกกรอบ การดัดแปลงรูปแบบการใช้งานและความหมายให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้ซื้อสินค้า การใช้ตัวแทนของสถานที่หรือมาสคอตมาออกแบบ

ด้านทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น – ควรคำนึงถึงองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภค

ธีมการออกแบบ สไตล์หรือรูปแบบการแต่งกาย แนวโน้มแฟชั่นหรือเทรนด์ และองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นที่ต้องคำนึงถึง ได้แก่ โครงร่างเงา สี เนื้อผ้า พื้นผิว ลวดลาย รายละเอียดการตกแต่ง วัสดุ และกรรมวิธีการผลิต โดยหลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีที่สอดคล้องและส่งเสริมกับการออกแบบผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี คือ

- การซ้ำ (Repetition) ที่เกิดจากรูปร่างริมขอบหยักเป็นการซ้ำแบบเหมือนกันและ ลวดลายบนสไบมอญที่ส่วนมากเป็นการซ้ำเป็นจังหวะต่อเนื่องกันไป
- จังหวะ (Rhythm) รูปแบบจังหวะของลวดลายบนสไบมอญเป็นการใช้จังหวะซ้ำ และ จังหวะสลับอย่างเป็นระเบียบที่มีจังหวะเท่า ๆ กันสม่ำเสมอ
- ทิศทาง (Direction) ลวดลายบนสไบมอญเป็นทิศทางทางแนวตั้งที่เป็นแนวยาวจาก ล่างขึ้นบนตามรูปแบบการพาดสไบเมื่อใช้งาน ลวดลายบนสไบมอญส่วนมากจึงเป็น ลายแถบ ลายเถา หรือลายเดี่ยวที่มีจังหวะเรียงกันเป็นเส้นตรงหรือเส้นตั้ง
- ความกลมกลืน (Harmony) เน้นความกลมกลืนกันในเรื่องราวของแม่ลายและลาย ต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกัน
- ความขัดแย้ง (Contrast) การใช้สีของลวดลายปักและสีของผืนผ้าที่เน้นการใช้ความ เข้มของสีที่จัดจ้านและการเลือกสีเส้นที่ตัดกันอย่างรุนแรงมาอยู่ด้วยกัน ทำให้เกิด ความโดดเด่นของลวดลายที่มองเห็นชัดเจนและสะดุดตา

ด้านทฤษฎีบุคลิกภาพ – บุคลิกภาพที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับหัวข้อวิจัยมากที่สุด ได้แก่

- Casual - ที่สื่อถึงความสว่างสดใส(Bright) สบาย ๆ ไม่มีกฎเกณฑ์(Casual) และมี สีสีน(Colorful)
- Dynamic – ที่สื่อถึง ความมีชีวิตชีวา(Lively) และการเคลื่อนไหวกระฉับกระเฉง (Dynamic and Active)
- Natural – ที่สื่อถึง ความเป็นพื้นถิ่น(Domestic) ความเป็นธรรมชาติ(Natural) และ ดูสดชื่น(Fresh)
- Chic – ที่สื่อถึง ความเก๋(Chic) และความมีสไตล์(Stylish)

ด้านทฤษฎีการตลาด - ทฤษฎีและแนวคิดการตลาดที่ควรคำนึงถึง ได้แก่

- ด้านคุณประโยชน์ที่มีอยู่จริงของสินค้า คือด้านการใช้งานและรูปลักษณ์ของสินค้า (Product Image) ด้วยองค์ประกอบด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์
- คุณค่าของสินค้าที่มีผลต่อความรู้สึกและจิตใจของผู้บริโภคในด้านนามธรรม
- บุคลิกภาพของสินค้าที่สะท้อนถึงตัวตนของผู้ใช้งาน

ด้านทฤษฎีภาพตัวแทน – การสื่อสารถึงภาพตัวแทนของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีด้วยการดัดแปลง ลวดทอน ประยุกต์ และออกแบบเป็นลวดลายทิวทัศน์วัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี

ด้านทฤษฎีการออกแบบลวดลาย – การออกแบบลวดลายสไบมอญตามโจทย์โครงการวิจัยนี้เป็นการใช้ลวดลายเพื่อสร้างคุณค่าด้านการสื่อสารถึงเรื่องราวของจังหวัดปทุมธานี ใช้ลวดลายสร้างความแปลกตาและความงาม การใช้ลวดลายแสดงถึงความเป็นชาวไทยเชื้อสายมอญในจังหวัดปทุมธานีในปัจจุบัน การใช้ลวดลายสื่อถึงความรู้สึกนึกคิดรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย และการใช้ลวดลายสื่อถึงสัญลักษณ์เครื่องหมายต่าง ๆ ของชาวมอญ จังหวัดปทุมธานี โดยรูปแบบและลักษณะของลวดลายที่เหมาะสมคือ รูปแบบลวดลายเรขาคณิต รูปแบบลวดลายนามธรรม และลวดลายประยุกต์จากของจริง ลวดลายที่ปรากฏเป็นลายดอกไม้ 6 ประเภท ได้แก่ ลายดอกมะตาด ดอกมะเขือ ดอกชบา ดอกบัวหลวง ดอกพิกุลและดอกกุหลาบ และลายจากทิวทัศน์วัฒนธรรม 4 ได้แก่ ลายข้าวหอมปทุม ฯ ลายธงตะขาบ ลายประเพณีแห่หางหงส์ธงตะขาบ ลายเจดีย์มอญและลายประเพณีตักบาตรพระร้อยตามลำดับ

ส่วนที่ 3 – การสังเคราะห์ด้านแนวคิดทิวทัศน์วัฒนธรรมร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์ และแนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์

ด้านแนวคิดทิวทัศน์วัฒนธรรมร่วมสมัย - ทิวทัศน์วัฒนธรรมที่สะท้อนถึงคุณค่าของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีควรมีเอกลักษณ์ แสดงถึงสภาพแวดล้อม ประเพณี วัฒนธรรม วัสดุ และกรรมวิธีการผลิตของท้องถิ่นที่มีความสวยงามและความน่าสนใจ

ด้านแนวคิดโลกาภิวัตน์ – แนวคิดนี้เป็นการสนับสนุนการประยุกต์ ต่อยอด พัฒนาสไบมอญให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าอย่างมากมายที่มีวางขายอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ เครื่องแต่งกาย เสื้อผ้า กระเป๋า หมวก หน้ากากผ้า ฯลฯ มีผลทำให้อัตลักษณ์ของชาวมอญ จังหวัดปทุมธานีเป็นที่รู้จักในโลกภายนอกมากขึ้น

ด้านแนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์ – แนวคิดนี้สอดคล้องกับชุมชนที่ยังมีการผลิตสไบมอญ มีการอนุรักษ์ และ ถ่ายทอดวิธีการผลิตส่งต่อให้คนอื่น ๆ ภายในชุมชนผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้เกิดชมรมและวิสาหกิจชุมชนที่มีการทำสไบมอญอย่างมากมาย ทำให้สามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าสไบมอญ และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 4 - การสังเคราะห์ด้านการออกแบบสร้างสรรค์จากแนวคิดทฤษฎี C-K

สรุปแนวคิดทฤษฎี C - K เกี่ยวกับด้านองค์ประกอบเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี และนำไปสู่ข้อกำหนดในการออกแบบ (Design Criteria) มีดังนี้

- โครงร่างเงา - รูปร่างของสไบมอญ(พื้นที่ K) จังหวัดปทุมธานีต้องเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีลักษณะหน้าแคบแถบยาว และมีขอบหยักรอบรูปร่างสี่เหลี่ยม โดยที่เส้นขอบหยักสามารถมีรูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้อีก(พื้นที่ C)

- สีส้น - สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีสีส้นในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้ไม่จำกัด(พื้นที่ C) - ลวดลาย - สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีลวดลายในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้

(พื้นที่ C) - รายละเอียดการตกแต่ง - สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีวัสดุตกแต่งในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ มาประกอบรวมได้ (พื้นที่ C)

- ลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ในเรื่องของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต การใช้งาน - วัสดุผ้าที่มาผลิตสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีสามารถเป็นผ้าอื่น ๆ ได้หลากหลายไม่จำกัด(พื้นที่ C)

ส่วนที่ 5 -การสังเคราะห์ด้านกระแสนวัตกรรมโลกและแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยเลือกแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นฤดูกาล Spring / Summer 2022-2023 มาออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชันผลงานต้นแบบ เนื่องจากมีรูปแบบและประเภทของสินค้า สีส้น และวัสดุที่เชื่อมโยงและส่งเสริมกับสไบมอญ และการสำรวจภาพถ่ายสินค้าแฟชั่นจากสื่อออนไลน์ ซึ่งแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชันผลงานต้นแบบ คือ

- เครื่องแต่งกายประเภทชุดเดรสยาวมีระบาย เสื้อแขนกุด เสื้อเอวลอย กางเกงขาสั้น

- เครื่องประกอบการแต่งกายประเภท กระเป๋าทรงถุงขนาดใหญ่ กระเป๋าสะพายไหล่ กระเป๋าคล้องข้อมือ

- เครื่องประดับประเภท แว่นตา ที่คาดผม กิ๊บติดผม

- ด้านลวดลายสีส้น ประเภทลวดลายสนุกสีส้นสดใส ลายปักดอกไม้และพืช

- ด้านวัสดุในการผลิต ผ้าธรรมชาติคอตตอน ลินิน

จากการสรุปข้อมูลที่สังเคราะห์ทั้งหมด ผู้วิจัยได้นำมาเชื่อมโยงกับองค์ประกอบด้านการออกแบบสินค้าแฟชั่น เพื่อนำไปสู่อัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบและองค์ประกอบด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้า

แฟชั่นวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีและแนวทางการออกแบบคอลเลกชั่นสินค้าแฟชั่น
วัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 24 การสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัด
ปทุมธานี

ข้อมูลงานวิจัย	อปก.การออกแบบ	KEYWORDS	FORM & SILHOUETTE	COLORS	PATTERN	DETAILS	MATERIALS & PRODUCTION
สินค้าผ้าสไบมอญ วัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี		สไบ มอญ วัฒนธรรม ปทุมธานี	สีเหลี่ยมผืนผ้าหน้าแคบ แถบยาว มีขอบหยัก	สีส้มสดใส สีคู่ตรงข้าม (Complementary)	ลายดอกพิกุล ลายมณฑป . ลายดอกกุหลาบ ลายดอกชบา ลายดอกมะเขือ ลายดอกบัวหลวง ลายดาวล้อมเดือน ข้าวหอมปทุม ฯ เจ็ดสีมอญ ประเพณีแห่ทางหงส์ระชาบ ประเพณีผ้ากบตรพระธัญ ธงระชาบ		การปักมือ EMBROIDERY ผ้าสีพื้น
แนวคิดอัตลักษณ์ ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น ทฤษฎีบุคลิกภาพ ทฤษฎีการตลาด ทฤษฎีภาพตัวแทน ทฤษฎีการออกแบบลวดลาย	การซ้ำ (Repetition) จังหวะ (Rhythm) ทิศทาง (Direction) ความกลมกลืน (Harmony) ความขัดแย้ง (Contrast)	Casual Dynamic Natural Chic	ความขัดแย้ง (Contrast)	ลวดลายเรขาคณิต ลวดลายนามธรรม ลวดลายประยุกต์ จากของจริง	การซ้ำ (Repetition) จังหวะ (Rhythm) ทิศทาง (Direction)	ความกลมกลืน (Harmony)	
แนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์ แนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์	เสื้อผ้า กระเป๋ หมวก หน้ากากผ้า สภาพแวดล้อม ประเพณี วัฒนธรรม						สไบมอญปักมือ
แนวคิดทฤษฎี C-K	แบบดั้งเดิม แบบประยุกต์	สีเหลี่ยมผืนผ้า หน้าแคบแถบยาว มีขอบหยัก	สีส้มไม่จืดจาง	ลวดลายไม่จืดจาง	รายละเอียดการตกแต่ง ไม่จืดจาง	ผ้าไม่จืดจาง	
เทรนด์โลก แนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่น	ชุดเดรสยาวมีระบาย เสื้อแขนชุด เสื้อแขวนลอย กางเกงขาสั้น กระเป๋ารุ่นขนาดใหญ่ กระเป๋าสตางค์ใบใหญ่ กระเป๋าสตางค์ซองซิโม่ แว่นตา ที่คาดผม ทับทิมผม						ผ้าธรรมชาติ คอตตอน ลินิน

ข้อมูลงานวิจัย	อปท.การออกแบบ	KEYWORDS	FORM & SILHOUETTE	COLORS	PATTERN	DETAILS	MATERIALS & PRODUCTION
สินค้าผ้าสไบมอญ ทุนวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี		สไบ มอญ ทุนวัฒนธรรม ปทุมธานี					
แนวคิดอัตลักษณ์ ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น ทฤษฎีบุคลิกภาพ ทฤษฎีการตลาด ทฤษฎีภาพตัวแทน ทฤษฎีการออกแบบลวดลาย		การซ้ำ (Repetition) จังหวะ (Rhythm) ทิศทาง (Direction) ความกลมกลืน (Harmony) ความขัดแย้ง (Contrast)	Casual Dynamic Natural Chic				
แนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์ แนวคิดท้องถิ่นวิวัฒน์		เสื้อผ้า กระเป๋า หมวก หน้ากากผ้า สภาพแวดล้อม ประเพณี วัฒนธรรม					
แนวคิดทฤษฎี C-K		แบบดั้งเดิม แบบประยุกต์					
เทรนด์โลก แนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่น		ชุดเดรสยาวมีระบาย เสื้อแขนกลุ่ด เสื้อเอวอวย กางเกงขาสั้น กระเป๋าทรงวงขนาดใหญ่ กระเป๋าสตางค์ กระเป๋าสตางค์ข้อมือ แว่นตา ที่คาดผม สีกบิตคลุม					

ที่มา : จากผู้วิจัย

4.7 – การสรุปอัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบและองค์ประกอบด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี และข้อกำหนดเงื่อนไขในการออกแบบ

ในการออกแบบสร้างคอลเลกชันผลงานต้นแบบของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้คำตอบจากงานวิจัยและวางแผนในการสร้างผลงานที่ประกอบด้วยผลงาน 2 ส่วน ได้แก่

1. ผลงานการออกแบบสไบมอญประยุกต์รูปแบบลวดลายใหม่
2. ผลงานการออกแบบคอลเลกชันสินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญที่ประยุกต์รูปแบบลวดลาย

ใหม่

ดังนั้นข้อสรุปอัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบและองค์ประกอบด้านการออกแบบ จึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

4.7.1 อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี
ลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคจดจำได้และซื้อสินค้า สินค้าใน
หัวข้อวิจัยนี้แบ่งการสรุปอัตลักษณ์จำเพาะออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ สไบมอญและสินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบ
มอญ ดังนี้

1. สรุปอัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบและองค์ประกอบด้านการออกแบบของสไบมอญ
จังหวัดปทุมธานี

- เป็นผ้าฝ้ายสีสดใสต่าง ๆ มีรูปร่างสี่เหลี่ยม ขนาดความกว้าง 15-18 ซม. ความยาว 1.80 -
2.25 ม.

- ขอบริมผ้าเป็นเส้นหยักโค้งโดยรอบของริมผ้า โดยที่เส้นหยักไม่ได้จำกัดรูปร่าง ความโค้ง
และจังหวะสัดส่วนของการหยักที่แน่นอน

- ขอบริมผ้าที่เป็นเส้นหยักโค้งใช้การปักแบบงานคัตเวิร์คและใช้สัปดาห์ที่ติดกับสีของผ้าฝ้าย

- ถัดจากเส้นหยักริมขอบผ้าจะเป็นลวดลายดาวล้อมเดือนที่วางขนานคู่ไปกับเส้นหยักตลอดทั้ง
ผืน แต่ในสไบแบบสมัยใหม่อาจเป็นลวดลายแบบประยุกต์จากลายดาวล้อมเดือนหรือเป็นลายอื่น ๆ ที่คิด
ขึ้นมาใหม่หรือปล่อยโล่งเรียบมีการปักเล็กน้อย

- ลวดลายบนผืนผ้าสไบส่วนมากเป็นลายดอกไม้ซึ่งจะมีลายหลายประเภท ได้แก่ ลายไม้เลื้อย
หรือลายเถา ลายช่อดอกไม้ ลายดอกไม้เดี่ยวหรือลายเดี่ยว โดยลายดอกไม้ที่นิยมปักได้แก่ ลายดอกพิกุล
ลายมะตาด ลายดอกกุหลาบ ลายดอกชบา ลายดอกมะเขือ ลายดอกบัวหลวง และลายจากทุนวัฒนธรรม
ได้แก่ ลายข้าวหอมปทุม ๆ ลายธงตะขาบ ลายประเพณีแห่หางหงส์ธงตะขาบ ลายเจดีย์มอญและลาย
ประเพณีตักบาตรพระร้อย

- รูปแบบและลักษณะของลวดลายที่เหมาะสมคือ รูปแบบลวดลายเรขาคณิต รูปแบบลวดลาย
นามธรรม และลวดลายประยุกต์จากของจริง

- สีสีนของไหมที่ปักลายมีสีสดใส เน้นสีของลวดลายปักที่ติดกับสีของผืนผ้า

2. สรุปอัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบและองค์ประกอบด้านการออกแบบของสินค้าแฟชั่นทุน
วัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

- สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ในหัวข้อวิจัยนี้ ประกอบด้วย
เครื่องแต่งกาย -ชุดเดรสยาวมีระบาย เสื้อแขนกุด เสื้อเอวลอย กางเกงขาสั้น

เครื่องประกอบการแต่งกาย – กระเป๋าทรงถุงขนาดใหญ่ กระเป๋าสะพายไหล่ กระเป๋าค้น
 ซ้อมมือ เครื่องประดับ - แวนตา ที่คาดผม กิ๊บติดผม

- สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ประเภทเครื่องแต่งกายมีรูปแบบที่
 เชื่อมโยงสัมพันธ์กับการนำสไบมอญมาตัดเย็บและตกแต่งชุด เช่น การนำสไบมอญทำเป็นระบายตกแต่ง
 เป็นต้น

-สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สะท้อนแนวโน้มเทรนด์แฟชั่นฤดูกาล
 Spring / Summer 2022-2023 ด้วยการจัดวางลวดลายที่สนุก มีสีสันสดใส เป็นสีคู่ตรงข้าม และด้านวัสดุ
 ในการผลิตชุดด้วยการใช้ผ้าธรรมชาติคอตตอน ลินิน ที่มีสีพื้นเรียบ และเน้นลายปักสีสดใส มองเห็น
 ลวดลายได้ชัดเจน

สรุปองค์ประกอบของอัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบและองค์ประกอบด้านการออกแบบ
 ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยพบว่าองค์ประกอบด้านแนวความคิด
 และอารมณ์ของสินค้าเป็นคีย์เวิร์ดที่สำคัญเชื่อมโยงกับองค์ประกอบของการออกแบบ(Design Elements)
 และลักษณะทางกายภาพของผลงาน ดังนี้

แนวความคิด(Concept)

-สไบมอญที่มีขนาดและรูปร่างแบบดั้งเดิม แต่มีลักษณะลวดลายและการจัดวางลายแบบใหม่
 ที่สะท้อนเรื่องราวของทุนวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี ทำให้สไบมอญนี้มีลักษณะผสมผสานและร่วมสมัย
 แปลกใหม่ สะดุดตา

-ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญที่นำผ้าสไบมอญมาตกแต่งเป็นส่วนหนึ่งของชุดอย่าง
 เห็นได้ชัด สะท้อนเรื่องราวขององค์ประกอบด้านการออกแบบสไบมอญและทุนวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี
 ประกอบด้วย เครื่องแต่งกาย เครื่องประกอบการแต่งกาย และเครื่องประดับ ที่นำเสนอสไตล์แฟชั่นสะท้อน
 แนวโน้มเทรนด์แฟชั่นฤดูกาล Spring / Summer 2022-2023

อารมณ์ของสินค้า(Mood)

ทั้งสไบมอญและผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญมีความเป็นแฟชั่นสไตล์(Stylish)
 ความเก๋(Chic) ที่สื่อถึง ความเป็นพื้นถิ่น(Domestic) ความเป็นธรรมชาติ(Natural) และดูสดชื่น(Fresh) ที่
 สื่อถึงความมีชีวิตชีวา(Lively) และการเคลื่อนไหวกระฉับกระเฉง(Dynamic and Active) มีความสว่าง
 สดใส(Bright) สบาย ๆ ไม่มีระเบียบกฎเกณฑ์(Casual) มากนักและมีสีสัน(Colorful)ที่ดูฉูดฉาดแต่สะอาดตา
 สะท้อนถึงคีย์เวิร์ดตามทฤษฎีบุคลิกภาพคือ Casual Dynamic Natural Chic ที่เป็นผลการวิจัย

รูปทรงและโครงร่างเงา(Form & Silhouettes)

-สไบมอญที่มีขนาดและรูปร่างสี่เหลี่ยมแถบยาว มีขอบริมผ้าเป็นเส้นหยักโค้งโดยรอบของริมผ้า

-ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญที่ประกอบด้วย เครื่องแต่งกายที่มีโครงร่างเงาแบบ หลวม ๆ เป็นธรรมชาติ สบาย ๆ และไม่สมมาตรไม่เป็นทางการ เครื่องประกอบการแต่งกายที่มีรูปทรง สี่เหลี่ยม เรขาคณิตเน้นสี่เหลี่ยม วงกลม และเครื่องประดับที่มีความเป็นธรรมชาติ สบาย ๆ แต่อยู่ในกรอบ ที่ชัดเจน

สีสันทัน(Colors)

-สไบมอญมีสีพื้นที่สะอาดตา และเป็นสีสว่าง ได้แก่ สีขาว สีครีม และลวดลายปักและลาย ขอบริมสไบที่ใช้สีสดใส เน้นความชัดเจนของลายจากสีที่ตัดกันจุดขาดของสีปฐมภูมิและทุติยภูมิ ได้แก่ แดง เหลือง น้ำเงิน เขียว ม่วง ชมพู ฯลฯ

-ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญประเภทเครื่องแต่งกายเน้นสีพื้นของชุดเป็น สีขาว สี ครีม และลวดลายปักและลายขอบริมสไบที่ใช้สีสดใส เน้นความชัดเจนของลายจากสีที่ตัดกันจุดขาดของ สีปฐมภูมิและทุติยภูมิ ได้แก่ แดง เหลือง น้ำเงิน เขียว ม่วง ชมพู ฯลฯ และส่วนงานตกแต่งเพิ่มเติมอื่น ๆ เช่น ดอกไม้ 3 มิติสีเดียวกับสีขาวเพื่อการสร้างมิติของชุดและความกลมกลืนกับชุด ทำให้สีลายที่มาจากสไบ มอญโดดเด่นสะดุดตามากกว่าส่วนอื่น ๆ สินค้าประเภทเครื่องประกอบการแต่งกาย ได้แก่ กระเป๋าทรงถุง ขนาดใหญ่ กระเป๋าสะพายไหล่ กระเป๋าล่องข้อมือ เน้นสีสันทันที่จุดขาดทั้งตัวกระเป๋าและลวดลาย ส่วน เครื่องประดับ ได้แก่ แวนดา ที่คาดผม เน้นการใช้สีที่เชื่อมโยงกับชุดเสื้อผ้า คือ เน้นสีขาว สีครีม เป็นพื้น และกรอบของงาน และเน้นสีสดใสที่ตัดกันจุดขาดเป็นลวดลายทำให้โดดเด่นสะดุดตา

รายละเอียด(Detail) และเทคนิคที่ใช้(Technique)

-สไบมอญที่มีลวดลายมาจากการวาดลายด้วยการเขียนมือ และปักลายด้วยการใช้มือปักตาม แนวทางการทำสไบมอญแบบดั้งเดิม

-ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญทั้ง 3 ประเภท มีการนำผ้าสไบมอญมาตกแต่งเป็น องค์ประกอบหลักของงานด้วยการเน้นเทคนิคการทำระบายตกแต่งชุด ทำให้ชุดมีความเป็นผู้หญิงหวานๆ สบาย ๆ และอิสระ การทำดอกไม้ 3 มิติที่สื่อถึงเรื่องราวของดอกไม้ต่าง ๆ บนสไบมอญและใช้วิธีการปัก เหมือนกัน การตกแต่งบนเครื่องประกอบการแต่งกายและเครื่องประดับให้มีความสวยงามเป็นพิเศษด้วย การใช้เพชร พลอยเทียม และส่วนตกแต่งเรซินต่าง ๆ

วัสดุ(Material)

-สไบมอญมีการผลิตด้วยการใช้ผ้าคอตตอน 100 % สีขาว และไหมปักสำเร็จรูปสีสดใส

-ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ เครื่องแต่งกายเน้นการใช้ผ้าคอตตอน 100 % และผ้าลูกไม้สีขาว และไหมปักสำเร็จรูปสีสดใส เครื่องประกอบการแต่งกาย ได้แก่ กระเป๋าประเภทต่าง ๆ ผลิตจากหนังสังเคราะห์ผสมการตกแต่งด้วยผ้าสไบและชิ้นส่วนจากผ้าสไบมอญ ส่วนเครื่องประดับ ได้แก่ แว่นตา ที่คาดผมผลิตจากพลาสติก เพชร พลอยเทียม ส่วนตกแต่งเรซินต่าง ๆ และชิ้นส่วนจากผ้าสไบมอญ

ตารางที่25 สรूपองค์ประกอบการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

สรूपองค์ประกอบการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี		
	สไบมอญ	ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ
แนวความคิด (Concept)		
อารมณ์ของสินค้า (Mood)	Casual Dynamic	Natural Chic
รูปร่างและโครงสร้างเงา (Form & Silhouettes)		
สีสันทัน (Colors)		
รายละเอียด (Detail) เทคนิคที่ใช้ (Technique)		
วัสดุ (Material)		

ที่มา : จากผู้วิจัย

จากตารางสรุปองค์ประกอบด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยพบว่าในองค์ประกอบด้านแนวความคิดคือเวิร์ด สามารถเชื่อมโยงกับองค์ประกอบของการออกแบบ(Design Elements) ที่แสดงถึงอารมณ์ในงานออกแบบสร้างสรรค์และนำไปสู่การเชื่อมโยงกับลักษณะทางกายภาพของผลงานคอลเลกชันต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

4.7.2 ข้อกำหนดเงื่อนไขในการออกแบบ

จากตารางที่ 24 การสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี และตารางที่ 25 การสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถอธิบายได้ว่าการออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชันผลงานต้นแบบ ผู้วิจัยสรุปเกณฑ์กำหนดด้านการออกแบบ (Design Criteria) ที่ได้จากการศึกษาวิจัยทุกด้าน เพื่อการออกแบบคอลเลกชันสินค้า ได้ดังนี้

1.แนวความคิดเพื่อการออกแบบ ประกอบด้วย

- สไบมอญมีขนาดและรูปร่างแบบดั้งเดิม แต่มีลวดลายและการจัดวางลายแบบใหม่
- ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญที่นำผ้าสไบมอญมาตกแต่งเป็นส่วนหนึ่งของชุดประกอบด้วย เครื่องแต่งกาย เครื่องประกอบการแต่งกาย และเครื่องประดับที่นำเสนอสไตล์แฟชั่นฤดูกาล Spring / Summer 2022-2023

2.อารมณ์ของสินค้า

- มีคำสำคัญ ได้แก่ Casual Dynamic Natural Chic

3.รูปทรงและโครงร่างเงา(Form & Silhouettes)

- สไบมอญที่มีขนาดและรูปร่างที่เหลี่ยมแถบยาว มีขอบริมผ้าเป็นเส้นหยัก
- ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญที่ประกอบด้วย เครื่องแต่งกายที่มีโครงร่างเงาแบบ หลวม ๆ เป็นธรรมชาติ สบาย ๆ เครื่องประกอบการแต่งกายที่มีรูปทรงที่เหลี่ยม เรขาคณิต เครื่องประดับที่มีความเป็นธรรมชาติ สบาย ๆ แต่อยู่ในกรอบที่ชัดเจน

4.สีสันท(Colors)

- ผ้าสไบมอญมีสีพื้นที่สะอาดตาและลวดลายปักและลายขอบริมสไบที่ใช้สีสันทสดใสเน้นสีที่ตัดกันฉูดฉาด

-ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญประเภทเครื่องแต่งกายเน้นสีพื้นของชุดเป็นสีขาว สีครีม และลวดลายปักและลายขอปริมสไบที่ใช้สีสดใส สีน้าประเภทเครื่องประกอบการแต่งกายเน้นสีที่ดูโดดเด่นทั้งชิ้น ส่วนเครื่องประดับเน้นการใช้สีที่เชื่อมโยงเข้ากันกลมกลืนกับชุดเสื้อผ้า

5.รายละเอียด(Detail) และเทคนิคที่ใช้(Technique)

-สไบมอญใช้การวาดลายและปักลายด้วยการใช้มือ
-ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญทั้ง 3 ประเภท มีการนำผ้าสไบมอญมาตกแต่งเป็นองค์ประกอบหลักของงานด้วยการเน้นเทคนิคการทำระบายตกแต่งชุด การทำดอกไม้ 3 มิติ การตกแต่งด้วยการใช้เพชร พลอยเทียม และส่วนตกแต่งเรซินต่าง ๆ

6.วัสดุ(Material)

-สไบมอญใช้ผ้าคอตตอน 100 % ผ้าพื้นสีขาว และไหมปักสีสดใส
-ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญใช้ผ้าคอตตอน 100 % ผ้าลูกไม้สีขาว และไหมปักสำเร็จรูปสีสดใส เครื่องประกอบการแต่งกายผลิตจากหนังสังเคราะห์ผสมการตกแต่งด้วยผ้าสไบ ส่วนเครื่องประดับผลิตจากพลาสติก เพชร พลอยเทียม เรซินต่าง ๆ และชิ้นส่วนจากผ้าสไบมอญ

เมื่อผู้วิจัยได้เกณฑ์กำหนดด้านการออกแบบแล้วจึงได้นำข้อสรุปนี้มาให้ผู้เชี่ยวชาญด้านด้านการออกแบบสินค้าแฟชั่นพิจารณาให้คำแนะนำอีกครั้ง ก่อนนำมาออกแบบเป็นคอลเลกชันสินค้าต้นแบบสำหรับงานวิจัยต่อไป

4.8 - การออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสโม่ญ จังหวัดปทุมธานี

4.8.1 แรงบันดาลใจในการออกแบบ(Inspiration)



ภาพประกอบ 247 แรงบันดาลใจในการออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชัน

ที่มา : จากผู้วิจัย

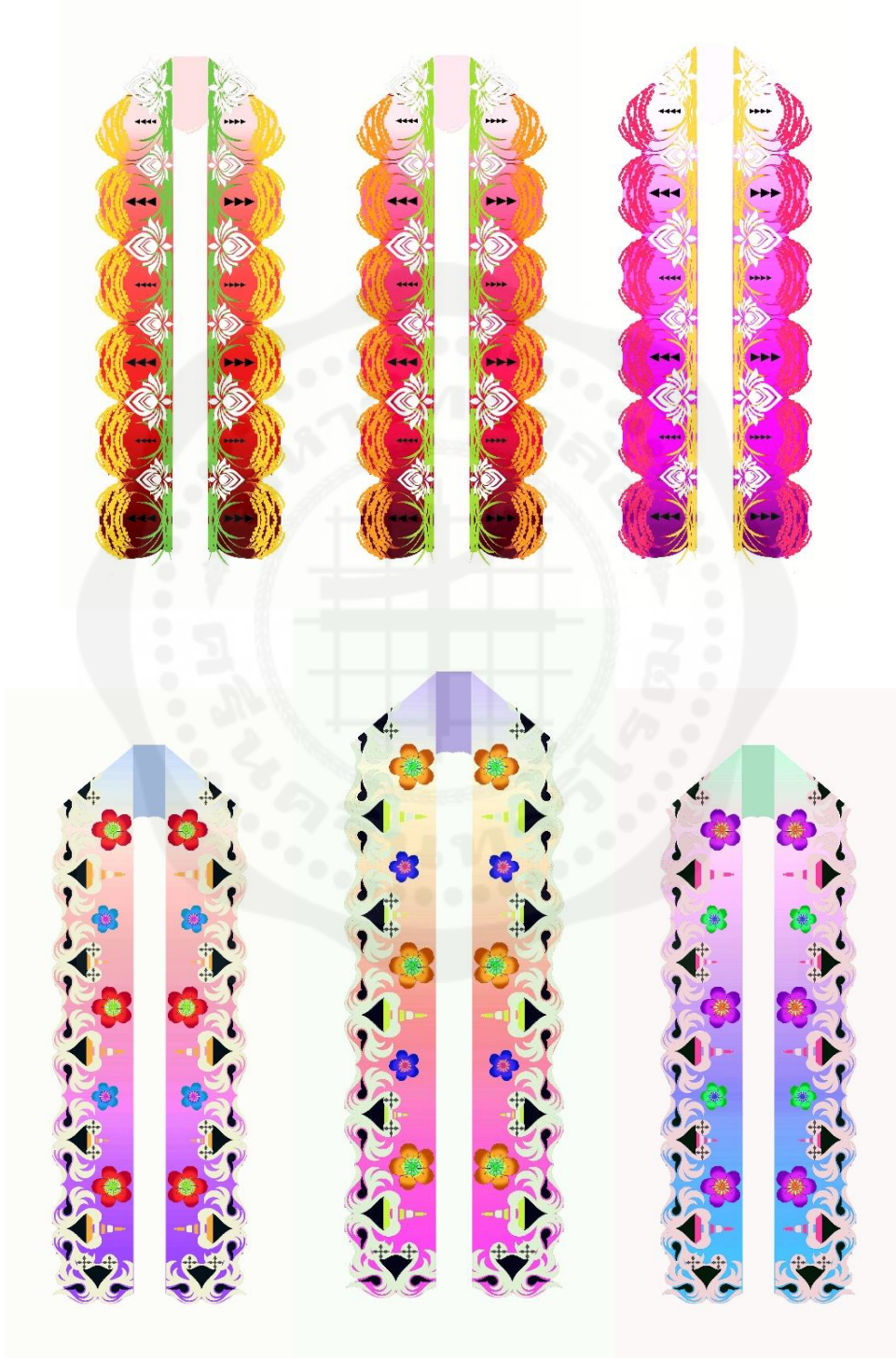
แนวความคิดในการออกแบบคอลเลกชันนี้นำเสนอเกี่ยวกับความงามของพรรณไม้ดอกต่าง ๆ ที่ตกแต่งบนเสื้อผ้าที่สวยงามของหญิงสาว รวากับชุดเจ้าสาวของสาวชนบทที่เน้นความพื้นบ้าน ที่สดใสสะอาดตาและหัตถกรรมงานปักผ้าแบบพื้นบ้าน

4.8.2 กระบวนการออกแบบพัฒนาคอลเลกชัน

ภายหลังจากที่ผู้วิจัยได้สรุปองค์ประกอบเพื่อการออกแบบจากการวิเคราะห์ในทุกด้าน ผู้วิจัยมีขั้นตอนการพัฒนาและสร้างสรรค์ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบคอลเลกชันจากผลการวิเคราะห์สรุปองค์ประกอบเพื่อการออกแบบและได้นำมาพัฒนาเป็นแบบร่าง โดยในคอลเลกชันประกอบด้วยสโม่ญและผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสโม่ญ จังหวัดปทุมธานี ที่ประกอบด้วย ชุดเดรสยาวมีระบาย เสื้อแขนกุด เสื้อเอว

ลอย กางเกงขาสั้น กระเป๋าทรงถุงขนาดใหญ่ กระเป๋าสะพายไหล่ กระเป๋าคล้อ้งข้อมือ แว่นตา ที่คาดผม
 ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบร่างสไบมอญเป็นขั้นตอนแรก ดังภาพ

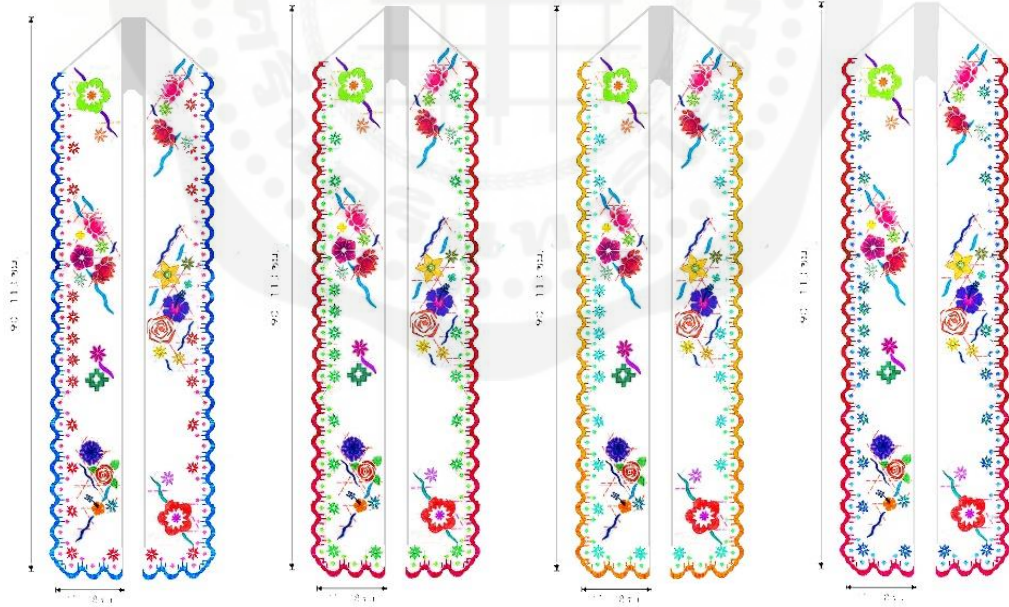


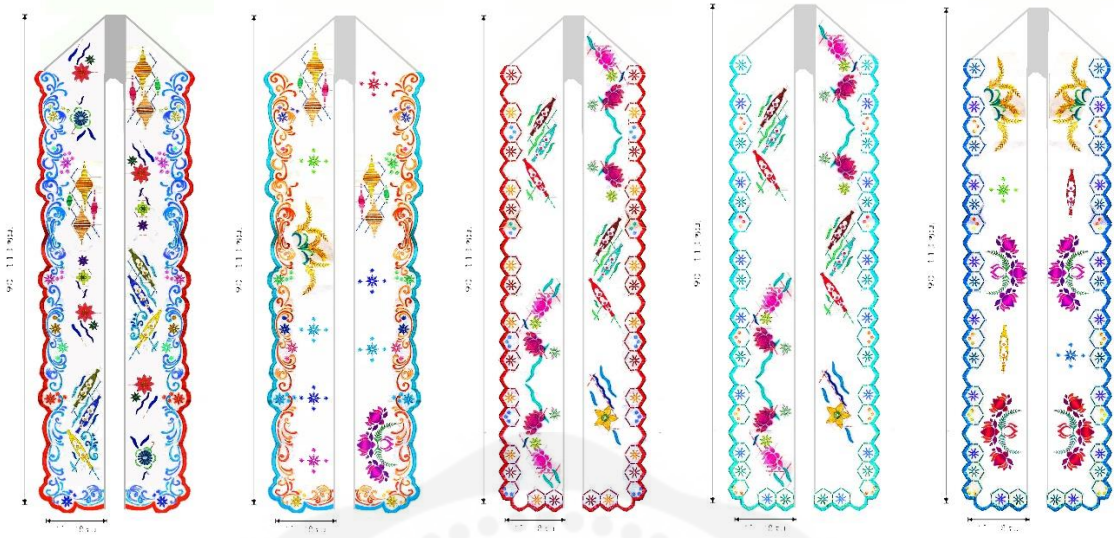


ภาพประกอบ 248 การพัฒนาแบบร่างผลงานในช่วงต้น

ที่มา : จากผู้วิจัย







ภาพประกอบ 249 ภาพรวมของผลงานการออกแบบลวดลายสไบมอญ

ที่มา : จากผู้วิจัย

2.จากภาพรวมของผลงานการออกแบบลวดลายสไบมอญทั้งหมด ผู้วิจัยได้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญคัดกรองคัดเลือกผลงานสไบมอญมาทำสินค้าต้นแบบ(Prototype) ที่มีการปักมือจริง ดังภาพ

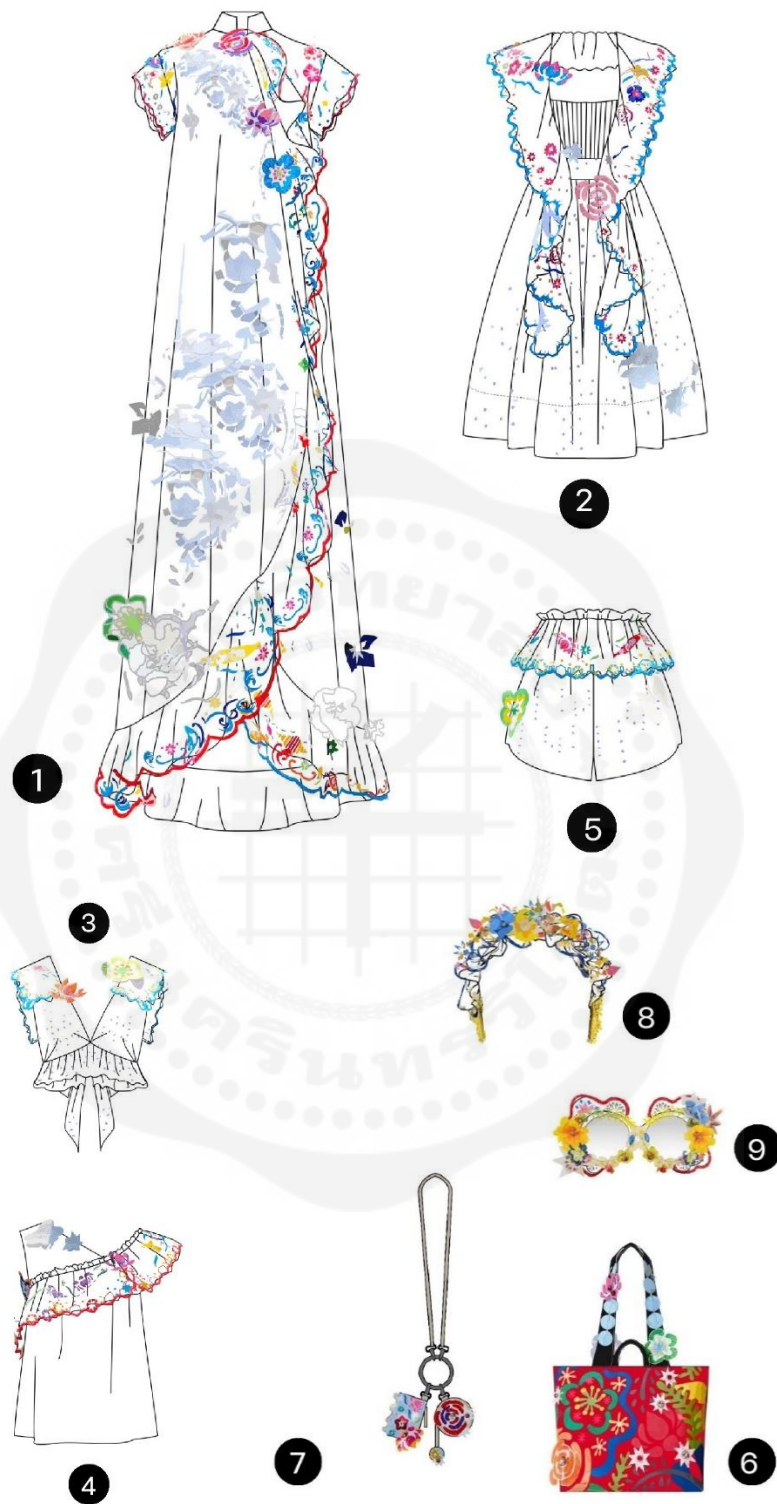




ภาพประกอบ 250 ตันแบบผลงานสไบมอญ

ที่มา : จากผู้วิจัย

3. ผู้วิจัยได้นำสไบมอญต้นแบบมาออกแบบและพัฒนาเป็นคอลเลกชันต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ที่ประกอบด้วย 1.ชุดเดรสยาวมีระบาย 2. ชุดเดรสสั้น 3.เสื่อเอวลอย 4.เสื่อแขนกุด 5.กางเกงขาสั้น 6.กระเป๋าทรงถุงขนาดใหญ่ 7.กระเป๋าสะพายไหล่ที่ปรับเปลี่ยนเป็นกระเป๋าคล้องข้อมือได้ 8.ที่คาดผม 9.แว่นตา และได้นำทั้งหมดไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งเพื่อคัดเลือกรูปแบบ พัฒนาและปรับปรุงรายละเอียดเป็นคอลเลกชันผลงานต้นแบบครั้งสุดท้าย(Final Collection) ดังภาพ



ภาพประกอบ 251 ภาพร่างคอลเล็กชั่นต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ
จังหวัดปทุมธานี
ที่มา : จากผู้วิจัย

4. ภายหลังจากการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อสรุปมาแก้ไขปรับปรุงเพื่อผลิตต้นแบบสินค้าคอลเลกชันต้นแบบครั้งสุดท้ายด้วยการใช้วัสดุจริง ดังภาพ



ภาพประกอบ 252 ภาพผลงานต้นแบบ – 1.ชุดเดรสยาวมีระบาย
ที่มา : จากผู้วิจัย



ภาพประกอบ 253 ภาพผลงานต้นแบบ – 2.ชุดเดรสสั้น
ที่มา : จากผู้วิจัย



ภาพประกอบ 254 ภาพผลงานต้นแบบ - 3.เสื่อเวยลอย
ที่มา : จากผู้วิจัย



ภาพประกอบ 255 ภาพผลงานต้นแบบ - 4.เสื่อแขนกุด
ที่มา : จากผู้วิจัย



ภาพประกอบ 256 ภาพผลงานต้นแบบ – 5.กางเกงขาสั้น
ที่มา : จากผู้วิจัย



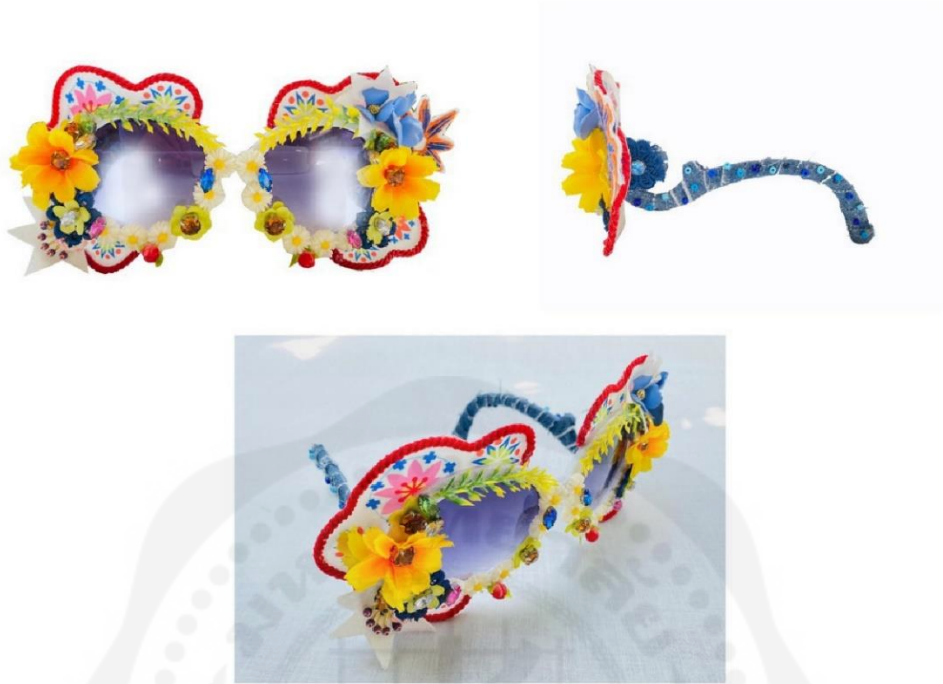
ภาพประกอบ 257 ภาพผลงานต้นแบบ – 6.กระเป๋าทรงถุงขนาดใหญ่
ที่มา : จากผู้วิจัย



ภาพประกอบ 258 ภาพผลงานต้นแบบ – 7.กระเป๋าสะพายไหล่ที่ปรับเปลี่ยนเป็นกระเป๋าล้วงข้อมือได้
ที่มา : จากผู้วิจัย



ภาพประกอบ 259 ภาพผลงานต้นแบบ – 8.ที่คาดผม
ที่มา : จากผู้วิจัย



ภาพประกอบ 260 ภาพผลงานต้นแบบ – 9.แว่นตา
ที่มา : จากผู้วิจัย

4.8.3การประเมินความพึงพอใจและการรับรู้ผลงานต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

ผู้วิจัยทำการประเมินผลความพึงพอใจและการรับรู้ผลงานต้นแบบสไบมอญและต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีจากคณะผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแฟชั่นและผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น และผู้เข้าชมงานนิทรรศการ เพื่อนำมาสรุปและอภิปรายผล โดยเน้นข้อสรุปใน 2 ประเด็นที่ต้องสรุปเพื่อให้ได้ 2 องค์ความรู้ใหม่ ได้แก่

- 1.องค์ความรู้ด้านการออกแบบลวดลายใหม่สำหรับสไบมอญ จ.ปทุมธานี
- 2.องค์ความรู้ด้านการออกแบบสินค้าแฟชั่นจากสไบมอญ จ.ปทุมธานี รูปแบบใหม่

ผู้วิจัยพบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลงานต้นแบบสไบมอญจากผู้ประเมินทุกกลุ่ม อยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.80 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.32 ซึ่งผลการประเมินแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 26 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลงานต้นแบบสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีจากผู้ประเมิน 3 กลุ่ม

ลำดับ	รายการการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบ เชลล์ปป์และ ผลิตภัณฑ์สินค้า แฟชั่น	กลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์สินค้า แฟชั่น	ผู้เชี่ยวชาญ นิทรรศการ	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	การแปล ความหมาย
1	ต้นแบบสไบมอญแสดงถึงคุณลักษณะของสไบมอญดั้งเดิม	5.00	4.00	5.00	4.67	0.58	ดี
2	ต้นแบบสไบมอญแสดงถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี	5.00	5.00	5.00	5.00	0.00	ดีมาก
3	ต้นแบบสไบมอญมีความแตกต่างกับสไบมอญของจังหวัดอื่น ๆ	5.00	4.00	5.00	4.67	0.58	ดี
4	ต้นแบบสไบมอญมีความสวยงาม แปลกใหม่และร่วมสมัย	4.00	5.00	5.00	4.67	0.58	ดี
5	ต้นแบบสไบมอญเหมาะสมกับการนำไปต่อยอดเป็นสินค้าแฟชั่น	5.00	5.00	5.00	5.00	0.00	ดีมาก
	รวม \bar{X}	4.80	4.60	5.00	4.80	0.32	ดี
	S.D.	0.45	0.55	0.00			
	แปลความหมาย	ดี	ดี	ดีมาก			

ที่มา : จากผู้วิจัย

ส่วนผลการประเมินความพึงพอใจต่อคอลเล็กชันผลงานต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น จากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีจากผู้ประเมินทุกกลุ่ม อยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.67 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.30 ซึ่งผลการประเมินแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 27 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อคอลเล็กชันผลงานต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีจากผู้ประเมิน 3 กลุ่ม

ลำดับ	รายการการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบ แฟชั่นและ ผลิตภัณฑ์สินค้า แฟชั่น	กลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์สินค้า แฟชั่น	ผู้เข้าชมงาน นิทรรศการ	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	การแปล ความหมาย
1	คอลเล็กชันผลงานต้นแบบ ๑ แสดงถึงการประยุกต์ต่อยอดสไบมอญได้ชัดเจน	5.00	5.00	5.00	5.00	0.00	ดีมาก
2	คอลเล็กชันผลงานต้นแบบ ๑ สะท้อนอัตลักษณ์ทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี	4.00	4.00	5.00	4.33	0.47	ดี
3	คอลเล็กชันผลงานต้นแบบ ๑ แสดงถึงความสร้างสรรค์เหมาะสมกับเป็นสินค้าแฟชั่น	5.00	5.00	5.00	5.00	0.00	ดีมาก
4	คอลเล็กชันผลงานต้นแบบ ๑ มีความสวยงาม และเอกลักษณ์ของตนเอง	4.00	4.00	5.00	4.33	0.47	ดี
5	คอลเล็กชันผลงานต้นแบบ ๑ มีโอกาสและความเป็นไปได้ในการต่อยอดเชิงพาณิชย์	5.00	5.00	4.00	4.67	0.57	ดี
	รวม	\bar{X} 4.60	4.60	4.80	4.67	0.30	ดี
		S.D. 0.55	0.55	0.45			
	แปลความหมาย	ดี	ดี	ดี			

ที่มา : จากผู้วิจัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยทำการสรุปผลวิจัยในหัวข้อวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C – K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นนวัตกรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี” งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ทบทวน รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับผ้าสไบมอญและทุนทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ของจังหวัดปทุมธานี สำหรับนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบสร้างสรรค์ร่วมกันให้เกิดผลิตภัณฑ์สินค้ารูปแบบใหม่ที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นนวัตกรรมร่วมสมัยของจังหวัดปทุมธานี เพื่อศึกษาทฤษฎี C – K และแนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ให้เกิดสินค้าแฟชั่นนวัตกรรมร่วมสมัยได้ และเพื่อค้นหาและนำเสนอคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นนวัตกรรมร่วมสมัยประเภทผ้าสไบมอญ ของจังหวัดปทุมธานี

วิธีการที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยการศึกษา ทบทวนวรรณกรรม สำรวจ รวบรวมข้อมูลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านสินค้าผ้าสไบมอญ และทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี แนวคิดอัตลักษณ์ทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น ทฤษฎีบุคลิกภาพ ทฤษฎีการตลาด ทฤษฎีภาพตัวแทน ทฤษฎีการออกแบบลวดลาย แนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย แนวคิดโลกาภิวัตน์ แนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์ ทฤษฎี C – K และกระแสเทรนด์โลกแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่นที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้นผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์และการออกแบบสินค้าแฟชั่น ตลอดจนใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้นิยมผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมจำนวน 400 คนและการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมจากภาพถ่ายของเว็บไซต์ต่างประเทศและในประเทศ หลังจากนั้นผู้วิจัยรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดด้วยการใช้วิธีการวิเคราะห์แบบผสมผสานทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ เพื่อหาข้อสรุป แนวทาง และองค์ประกอบด้านการออกแบบจากทุกด้านที่ศึกษา เพื่อนำไปสังเคราะห์ และประยุกต์ใช้สร้างสรรค์ผลงานที่เป็นคำตอบในงานวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ามีหลายด้านที่ให้คำตอบเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านการออกแบบสินค้าแฟชั่นที่สำคัญ คือ โครงร่างเงา ลวดลาย สี สัน รายละเอียดการตกแต่ง และลักษณะจำเพาะด้านวัสดุกรรมวิธีการผลิต ได้แก่ ด้านสินค้าผ้าสไบมอญและทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี ด้านแนวคิดทฤษฎี C-K และด้านกระแสเทรนด์โลกแนวโน้มเทรนด์สินค้าแฟชั่น ส่วนด้านทฤษฎีบุคลิกภาพให้คำตอบเกี่ยวกับอารมณ์ของสินค้า ด้านทฤษฎีการออกแบบลวดลายให้ข้อสรุปเกี่ยวกับเทคนิคการออกแบบและลักษณะลวดลายผ้าสไบมอญรูปแบบประยุกต์ จากการสังเคราะห์ข้อมูลที่สรุปได้จากผลการวิเคราะห์ทุก

ด้านนำไปสู่ข้อสรุปอัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบและองค์ประกอบด้านการออกแบบสไบมอญและสินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ ข้อกำหนดเงื่อนไขในการออกแบบและแนวทางการออกแบบสไบมอญประยุกต์รูปแบบลวดลายใหม่ และคอลเลกชันสินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญที่ออกแบบขึ้นใหม่

5.1สรุปผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการค้นหาคำตอบใน 2 ประเด็นหลัก คือ ด้านข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับผ้าสไบมอญและทุนทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ของจังหวัดปทุมธานี และด้านทฤษฎี C – K และแนวคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดแนวทางต้นแบบของการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1.1ด้านข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับผ้าสไบมอญและทุนทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ของจังหวัดปทุมธานี

ด้านอัตลักษณ์สินค้าผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ที่เชื่อมโยงกับองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นที่สามารถสรุปได้ ดังนี้

1.ด้านโครงสร้างเงาของผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี - สีเหลืองผืนผ้าที่มีลักษณะหน้าแคบแถบยาว และมีขอบหยักรอบรูปร่างสีเหลือง

2.ด้านลวดลายของผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี - ลวดลายของดอกไม้ 6 ประเภท ได้แก่ ลายดอกพิกุล ลายมะตาด ลายดอกกุหลาบ ลายดอกชบา ลายดอกมะเขือ และลายดอกบัวหลวง และเน้นลายดาวล้อมเดือนผสมผสานลายประยุกต์สมัยใหม่

3.ด้านสีสันทของผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี - การใช้สีเน้นสีสันสดใส เน้นความโดดเด่นสะดุดตา การเลือกสีผ้าสไบไปกับเลือกสีไหมปักของลวดลายต่างๆ ที่เน้นความแตกต่างชัดเจนเพื่อให้เห็นลวดลายที่ชัดเจน ซึ่งตรงกับแนวคิดการเลือกใช้สีคู่ตรงข้าม(Complementary)

4.ด้านรายละเอียดการตกแต่งบนผ้าของผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี - เน้นการปักมือเป็นหลักร่วมกับการใช้วัสดุอื่น ๆ เช่น เลื่อม ดิ้นทอง ฯลฯ บ้างเล็กน้อย

5.ด้านลักษณะจำเพาะของผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี - ด้านวัสดุผ้าสไบมอญควรเป็นผ้าสีโทนเรียบหรือสีพื้น

ด้านทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานีในการสร้างสรรค์ผลงานสำหรับโครงการวิจัยนี้ ร่วมกับอัตลักษณ์ผ้าสไบมอญจังหวัดปทุมธานีเดิม ได้แก่ ข้าวหอมปทุม ฯ เจริญมอญ ประเพณีแห่ทางหงส์ ธงตะขาบและประเพณีตักบาตรพระร้อย และธงตะขาบ

5.1.2ด้านทฤษฎี C – K และแนวคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรม

แนวคิดทฤษฎี C - K ประกอบด้วยพื้นที่ C (Creative) คือ พื้นที่แห่งการสร้างสรรค์ที่ไม่จำกัด และพื้นที่ K (Knowledge) คือ พื้นที่แห่งความรู้ดั้งเดิมที่ไม่ควรเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เชื่อมโยงกับด้านองค์ประกอบเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยสรุปได้ดังนี้

1.โครงร่างเงา – รูปร่างของสไบมอญ(พื้นที่ K) จังหวัดปทุมธานีต้องเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีลักษณะหน้าแคบแถบยาว และมีขอบหยักรอบรูปร่างสี่เหลี่ยม โดยที่เส้นขอบหยักสามารถมีรูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้อีก(พื้นที่ C)

2.สีส้น - สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีสีส้นในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้ไม่จำกัด (พื้นที่ C)

3.ลวดลาย - สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีลวดลายในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ ได้ (พื้นที่ C)

4.รายละเอียดการตกแต่ง - สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี สามารถมีวัสดุตกแต่งในรูปแบบลักษณะอื่น ๆ มาประกอบได้ (พื้นที่ C)

5.ลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ในเรื่องของวัสดุและกรรมวิธีการผลิต การใช้งาน – วัสดุผ้าที่มาผลิตสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีสามารถเป็นผ้าอื่น ๆ ได้หลากหลายไม่จำกัด(พื้นที่ C)

แนวคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรม ประกอบด้วย

1.ด้านแนวคิดอัตลักษณ์ – แนวทางการออกแบบสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้อัตลักษณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าด้วยการใช้วิธีต่าง ๆ ได้แก่ การใช้ลวดลายจากศิลปะและวัฒนธรรมเข้าไปผสมผสาน การจัดวางลวดลายดั้งเดิมให้เป็นแบบแผน การเปลี่ยนความคิดให้นอกกรอบ การดัดแปลงรูปแบบการใช้งานและความหมายให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้ซื้อสินค้า การใช้ตัวแทนของสถานที่หรือมาศออกมาออกแบบ

2.ด้านทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่น – ควรคำนึงถึงองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค อิมการออกแบบ สไตล์หรือรูปแบบการแต่งกาย แนวโน้มแฟชั่นหรือเทรนด์ และองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นที่ต้องคำนึงถึง ได้แก่ โครงร่างเงา สี เนื้อผ้า พื้นผิว ลวดลาย รายละเอียดการตกแต่ง วัสดุและกรรมวิธีการผลิต โดยหลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีที่สอดคล้องและส่งเสริมกับการออกแบบผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี คือ

- การซ้ำ (Repetition) ที่เกิดจากรูปร่างริมขอบหยักเป็นการซ้ำแบบเหมือนกัน และลวดลายบนสไบมอญที่ส่วนมากเป็นการซ้ำเป็นจังหวะต่อเนื่องกันไป
- จังหวะ (Rhythm) รูปแบบจังหวะของลวดลายบนสไบมอญเป็นการใช้จังหวะซ้ำ และจังหวะสลับอย่างเป็นระเบียบที่มีจังหวะเท่า ๆ กันสม่ำเสมอ
- ทิศทาง (Direction) ลวดลายบนสไบมอญเป็นทิศทางทางแนวตั้งที่เป็นแนวยาว จากล่างขึ้นบนตามรูปแบบการพาดสไบเมื่อใช้งาน ลวดลายบนสไบมอญส่วนมากจึงเป็นลายแถบ ลายเถา หรือลายเดี่ยวที่มีจังหวะเรียงกันเป็นเส้นตรงหรือเส้นตั้ง
- ความกลมกลืน (Harmony) เน้นความกลมกลืนกันในเรื่องราวของแม่ลายและลายต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกัน
- ความขัดแย้ง (Contrast) การใช้สีของลวดลายปักและสีของผืนผ้าที่เน้นการใช้ความเข้มของสีที่จัดจ้านและการเลือกสีเส้นที่ตัดกันอย่างรุนแรงมาอยู่ด้วยกัน ทำให้เกิดความโดดเด่นของลวดลายที่มองเห็นชัดเจนและสะดุดตา

3.ด้านทฤษฎีบุคลิกภาพ – บุคลิกภาพที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกับหัวข้อวิจัยมากที่สุด ได้แก่

- Casual - ที่สื่อถึงความสว่างสดใส(Bright) สบาย ๆ ไม่มีกฎเกณฑ์(Casual) และมีสีสัน(Colorful)
- Dynamic – ที่สื่อถึง ความมีชีวิตชีวา(Lively) และการเคลื่อนไหวกระฉับกระเฉง (Dynamic and Active)
- Natural – ที่สื่อถึง ความเป็นพื้นถิ่น(Domestic) ความเป็นธรรมชาติ(Natural) และดูสดชื่น(Fresh)
- Chic – ที่สื่อถึง ความเก๋(Chic) และความมีสไตล์(Stylish)

4.ด้านทฤษฎีการตลาด - ทฤษฎีและแนวคิดการตลาดที่ควรคำนึงถึง ได้แก่

- ด้านคุณประโยชน์ที่มีอยู่จริงของสินค้า คือด้านการใช้งานและรูปลักษณ์ของสินค้า(Product Image) ด้วยองค์ประกอบด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์
- คุณค่าของสินค้าที่มีผลต่อความรู้สึกและจิตใจของผู้บริโภคในด้านนามธรรม
- บุคลิกภาพของสินค้าที่สะท้อนถึงตัวตนของผู้ใช้งาน

5.ด้านทฤษฎีภาพตัวแทน - การสื่อสารถึงภาพตัวแทนของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ด้วยการตัดแปลง ลดทอน ประยุกต์ และออกแบบเป็นลวดลายทุนวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี

6.ด้านทฤษฎีการออกแบบลวดลาย - การออกแบบลวดลายสไบมอญตามโจทย์โครงการวิจัยนี้เป็นการใช้ลวดลายเพื่อสร้างคุณค่าด้านการสื่อสารถึงเรื่องราวของจังหวัดปทุมธานี ใช้ลวดลายสร้างความแปลกตาและความงาม การใช้ลวดลายแสดงถึงความเป็นชาวไทยเชื้อสายมอญในจังหวัดปทุมธานีในปัจจุบัน การใช้ลวดลายสื่อถึงความรู้สึกนึกคิดรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย และการใช้ลวดลายสื่อถึงสัญลักษณ์เครื่องหมายต่าง ๆ ของชาวมอญ จังหวัดปทุมธานี โดยรูปแบบและลักษณะของลวดลายที่เหมาะสมคือ รูปแบบลวดลายเรขาคณิต รูปแบบลวดลายนามธรรม และลวดลายประยุกต์จากของจริงลวดลายที่ปรากฏเป็นลายดอกไม้ 6 ประเภท ได้แก่ ลายดอกมะตาด ดอกมะเขือ ดอกชบา ดอกบัวหลวง ดอกพิกุลและดอกกุหลาบ และลายจากทุนวัฒนธรรม 5 ลาย ได้แก่ ลายข้าวหอมปทุม ฯ ลายธงตะขาบ ลายประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ ลายเจดีย์มอญและลายประเพณีตักบาตรพระร้อยตามลำดับ

7.ด้านแนวคิดทุนวัฒนธรรมร่วมสมัย - ทุนทางวัฒนธรรมที่สะท้อนถึงคุณค่าของสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีควรมีเอกลักษณ์ แสดงถึงสภาพแวดล้อม ประเพณี วัฒนธรรม วัสดุ และกรรมวิธีการผลิตของท้องถิ่นที่มีความสวยงามและความน่าสนใจ

8.ด้านแนวคิดโลกาภิวัตน์ - แนวคิดนี้เป็นการสนับสนุนการประยุกต์ ต่อยอด พัฒนาสไบมอญให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าอย่างมากมายที่มีวางขายอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ เครื่องแต่งกาย เสื้อผ้า กระเป๋า หมวก หน้ากากผ้า ฯลฯ มีผลทำให้อัตลักษณ์ของชาวมอญ จังหวัดปทุมธานีเป็นที่รู้จักในโลกภายนอกมากขึ้น

9.ด้านแนวคิดท้องถิ่นภิวัตน์ - แนวคิดนี้สอดคล้องกับชุมชนที่ยังมีการผลิตสไบมอญ มีการอนุรักษ์และ ถ่ายทอดวิธีการผลิตส่งต่อให้คนอื่น ๆ ภายในชุมชนผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้เกิดชมรมและวิสาหกิจชุมชนที่มีการทำสไบมอญอย่างมากมาย ทำให้สามารถสร้างรายได้จากการจำหน่ายสินค้าสไบมอญและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

5.1.3 สรूपองค์ประกอบการออกแบบแฟชั่นที่ได้จากสไบมอญ และทุนวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี และด้านกระแสเทรนด์แนวโน้มสินค้าแฟชั่นในปี 2022-2024 เพื่อนำเสนอต้นแบบคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยประเภทผ้าสไบมอญ ของจังหวัดปทุมธานี สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1.ด้านโครงสร้างเงา - เน้นรูปร่างที่เหลี่ยมผืนผ้าที่มีลักษณะหน้าแคบแถบยาว และมีเส้นขอบหยักเป็นกรอบ โดยเส้นขอบหยักสามารถเป็นลวดลายที่มาจากจินตนาการที่เน้นเรื่องความโค้งหยักที่มีจังหวะแตกต่างจากเดิมได้

2.ด้านลวดลาย - ลวดลายของดอกไม้เน้นรูปแบบลวดลายประยุกต์จากของจริงและผสมผสานลวดลายจากจินตนาการ ส่วนลวดลายของทุนวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานีเน้นรูปแบบลวดลายเรขาคณิตที่ผสมผสานกับลวดลายนามธรรม ซึ่งลวดลายจากทุนวัฒนธรรมได้แก่ ลายข้าวหอมปทุม ฯ ลายเจดีย์มอญ ลายประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ ลายประเพณีตักบาตรพระร้อย และลายธงตะขาบ โดยลวดลายที่ออกแบบใช้เทคนิคการวางลายซ้ำ ๆ การใช้จังหวะ การใช้รูปและพื้นเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างลวดลาย การใช้การลดหลั่น การใช้ตารางการจัดวางลวดลาย การใช้ความใกล้ชิด และการใช้การต่อลวดลายตามแนวนอนหรือแนวตั้ง

3.ด้านสีสันทัน - ผ้าสไบมอญมีสีพื้นทีสะอาดตาและลวดลายปักและลายขอบริมสไบที่ใช้สีสันทันสดใสเน้นสีที่ตัดกันฉูดฉาด ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญประเภทเครื่องแต่งกายเน้นสีพื้นของชุดเป็นสีขาวหรือสีครีม ลวดลายปักและลายขอบริมสไบที่ใช้สีสันทันสดใส สินค้าประเภทเครื่องประกอบการแต่งกายเน้นสีสันทันที่ฉูดฉาดทั้งชิ้น ส่วนเครื่องประดับเน้นการใช้สีที่เชื่อมโยงเข้ากับกลิ่นกับชุดเสื้อผ้า

4.ด้านรายละเอียดการตกแต่งบนผ้า - ควรเน้นรูปแบบการปักที่สามารถทำได้ด้วยการปักมือ การทำระบายตกแต่งชุด การทำดอกไม้ 3 มิติ การตกแต่งด้วยการใช้เพชร พลอยเทียม และส่วนตกแต่งเรซินต่าง ๆ

5.ด้านลักษณะจำเพาะ ด้วยการเลือกวัสดุมาทำสไบมอญ - ควรเป็นผ้าสีโทนสว่างหรือสีพื้นที่ไม่สร้างความขัดแย้งกับลวดลาย สามารถปักมือให้สวยงามได้ง่าย เช่น ผ้าป่าน ผ้าลินิน ซึ่งเป็นผ้าทอจากธรรมชาติด้วย

6.ด้านรูปแบบของคอลเลกชันสินค้าแฟชั่น นำเสนอและอ้างอิงสไตล์แฟชั่นฤดูกาล Spring / Summer 2022-2023 - รูปแบบของเครื่องแต่งกายประเภทชุดในสไตล์โรแมนติก ชุดที่สวมใส่สบาย และชุดราตรีที่สะท้อนความเป็นผู้หญิง รูปแบบเครื่องประดับเน้นการออกแบบเครื่องสวมศีรษะและ

กรอบแว่นตาขนาดใหญ่ รูปแบบของเครื่องประกอบการแต่งกายเน้นการออกแบบกระเป๋าทรงถุงขนาดใหญ่ กระเป๋าใบเล็กสำหรับคล้องข้อมือ

7.ด้านอารมณ์ของผลงานออกแบบ – เน้นบุคลิกภาพของสินค้าที่สะท้อนถึง Casual Dynamic Natural และChic

5.2 สรุปผลข้อมูลภายหลังการสร้างสรรคผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น วัฒนธรรมสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี

ผู้วิจัยได้ประเมินผลความพึงพอใจและการรับรู้ผลงานต้นแบบสไบมอญและต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี จากคณะผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์และผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น และผู้เข้าชมงานนิทรรศการซึ่งได้ผลสรุปต่อผลงานต้นแบบสไบมอญจากผู้ประเมินทุกกลุ่ม อยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.80 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.32 และผลความพึงพอใจและการรับรู้ต่อคอลเล็กชั่นผลงานต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีจากผู้ประเมินทุกกลุ่ม อยู่ในระดับดี มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.67 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.30 และจากการจัดแสดงผลงานสร้างสรรค์คอลเล็กชั่นผลงานต้นแบบจากการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวม ความคิดเห็น ผลการประเมินความพึงพอใจในการจัดงานนิทรรศการจากกลุ่มผู้เข้าชมนิทรรศการแสดงผลงานการออกแบบต้นแบบสไบมอญและผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีภายในงาน “ดอกไม้เรียงรำ แม่ป่ามาปัก” ณ ศาลา 200 ปี วัดโบสถ์ (หลวงปู่เทียน) ตั้งแต่วันที่ 26-28 กรกฎาคม พ.ศ.2566 ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้เข้าชมนิทรรศการจำนวน 180 คน ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดนิทรรศการในภาพรวมในระดับพึงพอใจมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.67 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.23 ซึ่งประเด็นด้านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมของสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม เอกสารการเผยแพร่ผลงานนิทรรศการมีความน่าสนใจ รูปแบบการนำเสนอผลงานมีความเหมาะสมและน่าสนใจ และการได้รับความรู้ความเข้าใจจากการเข้าชมงานนิทรรศการนี้ได้คะแนนสูงสุดในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 5.00 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.00 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 28 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจในการจัดงานนิทรรศการจากกลุ่มผู้เข้าชมนิทรรศการ แสดงผลงานการออกแบบต้นแบบสไลม์มอยูและผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไลม์มอยู จังหวัดปทุมธานี

ลำดับ	รายการการประเมิน	ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจ		
		ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	การแปล ความหมาย
ข้อมูลด้านการจัดนิทรรศการ				
1	การประชาสัมพันธ์ข่าวสารงานนิทรรศการมีความเหมาะสม	4.67	0.58	พึงพอใจมาก
2	สิ่งอำนวยความสะดวกมีความเหมาะสม	4.00	0.00	พึงพอใจมาก
3	บรรยากาศและสภาพแวดล้อมของสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม	5.00	0.00	พึงพอใจมากที่สุด
4	ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดนิทรรศการมีความเหมาะสม	4.67	0.58	พึงพอใจมาก
5	เอกสารการเผยแพร่ผลงานนิทรรศการมีความน่าสนใจ	5.00	0.00	พึงพอใจมากที่สุด
6	ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ของวิทยากร	4.67	0.58	พึงพอใจมาก
7	รูปแบบการนำเสนอผลงานมีความเหมาะสมและน่าสนใจ	5.00	0.00	พึงพอใจมากที่สุด
8	มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ตรงระหว่างผู้นำเสนอผลงานและผู้เข้าชมนิทรรศการ	4.00	0.00	พึงพอใจมาก
9	ท่านได้รับความรู้ความเข้าใจจากการเข้าชมงานนิทรรศการนี้	5.00	0.00	พึงพอใจมากที่สุด
10	ท่านมีความพึงพอใจในการจัดนิทรรศการนี้	4.67	0.58	พึงพอใจมาก
รวม \bar{X}		4.67	0.23	พึงพอใจมาก
S.D.		0.38		
แปลความหมาย				พึงพอใจมาก

ที่มา : จากผู้วิจัย

5.3 อภิปรายผล

ผู้วิจัยพบว่าข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานีที่สามารถนำมาสร้างสรรค์ร่วมกับการออกแบบผ้าสไลม์มอยูของจังหวัดปทุมธานีได้มีหลายระดับตั้งแต่สิ่งที่ประชาชนทั่วไปรู้จัก ได้แก่ ข้าวหอมปทุมฯ และสิ่งที่มีเฉพาะแต่ชาวจังหวัดปทุมธานีรู้จัก ได้แก่ ประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ ประเพณีตักบาตรพระร้อย ธงตะขาบ และเจดีย์มอยู ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการนำทุนวัฒนธรรมที่เป็นคำตอบจากงานวิจัยที่ได้เหล่านี้มาใช้สร้างสรรค์ผลงานด้านการออกแบบลวดลายสไลม์มอยูของจังหวัดปทุมธานีนี้จะช่วยส่งเสริมให้คนทั่วไปได้รู้จักเรื่องราวต่าง ๆ และอัตลักษณ์ของจังหวัดปทุมธานีได้มากขึ้น มีผลทำให้สินค้าของท้องถิ่นมีมูลค่าเพิ่มในตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับการเพิ่มมูลค่าให้แก่ทุนทางวัฒนธรรม ด้วยการ

พัฒนาคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรม นำมาสร้างสรรค์ต่อยอดให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม ทำให้เกิดคุณค่าทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม (สหัสวัฒน์ แน่นหนา, 2563)

อัตลักษณ์ของสินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยประเภทผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีนั้นแสดงถึงลักษณะของสไบมอญของจังหวัดปทุมธานีที่โดดเด่นและแตกต่างจากจังหวัดอื่น ๆ โดยอัตลักษณ์ของสินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยประเภทผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานีเกิดจากการนำผ้าสไบมอญที่ได้รับการออกแบบใหม่ในลักษณะสไบมอญประยุกต์ที่ผสมผสานรูปแบบดั้งเดิมกับการออกแบบลวดลายและริมนขอบสไบที่ประยุกต์ขึ้นใหม่ที่สะท้อนถึงทุนวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานีที่เป็นคำตอบจากงานวิจัย ได้แก่ ประเพณีแห่ทางหงส์ธงตะขาบ ประเพณีตักบาตรพระร้อย ธงตะขาบ และลายเจดีย์มอญ สอดคล้องกับที่ วิบูลพร วุฒิคุณและรัชนิกร กุศลานนท์ (2563) ได้ถึงแนวคิดวัฒนธรรมนำการออกแบบ Designethnogie (Design+ethnology) ว่า การนำวัตถุดิบทางวัฒนธรรมต้องอาศัยการวิเคราะห์และพิจารณาอย่างเหมาะสม การฟื้นฟูทั้งวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เหมาะสมกับบริบททางสังคมวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป

จากการวิจัยผู้วิจัยพบว่า แนวคิดทฤษฎี C – K สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อหาคำตอบที่เป็นเงื่อนไขสำคัญและนำไปสู่ข้อกำหนดในการออกแบบ (Design Criteria) ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ด้วยการใช้การวิเคราะห์หาเหตุผลเพื่อสร้างพื้นที่ 2 ส่วน คือ พื้นที่ที่เป็นข้อจำกัดเปลี่ยนแปลงไม่ได้และพื้นที่สร้างสรรค์ที่สามารถประยุกต์ต่อยอดและสร้างสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้นได้ การนำแนวคิดนี้มาใช้ในงานวิจัยทำให้ทราบถึงคำตอบและขอบเขตการสร้างสรรค์ผลงานที่จะเกิดขึ้นกับสไบมอญรูปแบบใหม่ของจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ รูปแบบเส้นริมนขอบหยัก สีเส้น ลักษณะลวดลาย รายละเอียดการตกแต่ง และวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่สามารถนำเสนอรูปแบบใหม่ได้ สอดคล้องกับที่ มยุรี เสือคำราม และอรุณพงศ์ แพทย์คชา (2561) ได้อ้างถึงแนวคิดทฤษฎี C – K ว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ที่เกิดจากการแยกพื้นที่ระหว่างแนวคิดดั้งเดิมกับความรู้ใหม่ ซึ่งการนำความรู้ใหม่มาขยายความคิดให้มากขึ้นจะทำให้เกิดความแปลกใหม่และเป็นการเพิ่มพื้นที่จินตนาการให้มากขึ้นด้วย

ส่วนทฤษฎีการออกแบบสินค้าแฟชั่นนั้นมียุคประกอบในการออกแบบสำคัญที่ต้องคำนึงถึง ได้แก่ โครงร่างเงา สี เนื้อผ้า พื้นผิว ลวดลาย รายละเอียดการตกแต่ง วัสดุและกรรมวิธีการผลิต ตลอดจนการสำรวจแนวโน้มกระแสสินค้าแฟชั่นจะช่วยให้การสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นที่มาจากผ้าสไบมอญมีความเป็นไปได้ในการขาย และสร้างความมั่นใจว่าสินค้าที่ออกแบบจะไม่เซย์ ล้าสมัย ตรงกับความต้องการของตลาดอย่างแท้จริง สอดคล้องกับ ชิสา สุวรรณาวิน (2564) ได้อ้างว่า การคาดการณ์แนวโน้มแฟชั่นมีไว้เพื่อช่วยลดความเสี่ยงให้น้อยลงด้วยการคาดการณ์ว่าสินค้าใดที่ควรออกแบบและผลิตขาย ช่วยลดและป้องกันการสูญเสียด้านค่าใช้จ่ายจากการออกแบบที่ไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ช่วยวางแผนการออกแบบและผลิตสินค้าให้เหมาะสมกับช่วงระยะเวลาที่จะเปิดตัวหรือวางจำหน่าย

โครงการวิจัยนี้นำเสนอด้านการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมประจำจังหวัดปทุมธานีให้โดดเด่น เดิมเต็มและเพิ่มศักยภาพโอกาสในการขายสินค้าได้มากขึ้น โดยพัฒนาต่อยอดและประยุกต์จากผ้าสไบมอญและทุนวัฒนธรรมด้านอื่น ๆ ของจังหวัดปทุมธานี เช่น ด้านอาหาร ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักมากกว่าเดิม ซึ่งผลลัพธ์ของงานวิจัยนี้คือ ต้นแบบสไบมอญประยุกต์ และต้นแบบคอลเลกชั่นสินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญประยุกต์ที่ประกอบด้วย เครื่องแต่งกาย 5 ชิ้น เครื่องประดับ 2 ชิ้น และเครื่องประกอบการแต่งกาย 2 ชิ้น ส่งผลกระทบให้เกิดความหลากหลายของรูปแบบสินค้าจากผ้าสไบมอญ และการสร้างรายได้ให้กับผู้ผลิตภายในชุมชนและท้องถิ่น ทำให้เกิดการสืบทอดอนุรักษ์ภูมิปัญญาการผลิตผ้าสไบมอญให้คงอยู่ตลอดไป

จากผลการวิจัยของโครงการ “การพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C – K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี” แสดงให้เห็นว่าการนำทฤษฎี C – K มาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาต่อยอดสินค้าผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ให้เป็นสินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยนั้น สามารถใช้ได้จริงและมีความเหมาะสมกับโครงการที่มีวัตถุประสงค์ความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมของท้องถิ่นให้มีรูปแบบแปลกใหม่สร้างสรรค์ในหลาย ๆ แนวทาง ไม่ว่าจะเป็นด้านการออกแบบภาพลักษณ์ ประโยชน์ใช้สอย หรือวิธีการใช้งาน ฯลฯ อย่างไรก็ตามข้อจำกัดของการวิจัยนี้ในด้านการประยุกต์ใช้ผลการวิจัย (Applicability Limitations) ในบริบทอื่นนอกเหนือจากบริบทสินค้าแฟชั่นตามหัวข้อวิจัยนี้ อาจจะต้องพิจารณาในหลาย ๆ ด้านเพิ่มเติม เช่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรม จริยธรรมหรือสังคมที่ทำให้มีผลต่อรูปแบบภาพลักษณ์ของผลงานที่จะเกิดขึ้น นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดมากมายที่เกี่ยวข้องในด้านการออกแบบและการตลาดที่ยังต้องการการศึกษาวิจัยแบบละเอียดลึกซึ้งเพื่อให้ได้ผลงานการออกแบบที่สมบูรณ์ที่สุด ซึ่งผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยนี้จะสามารถนำไปศึกษาเพื่อต่อยอดไปสู่เรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ในอนาคต

5.4 ข้อเสนอแนะ

โครงการวิจัยนี้เหมาะสมกับผู้ที่สนใจในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น สินค้าทุนวัฒนธรรม และต้องการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นให้มีความแปลกใหม่ แตกต่าง โดดเด่นและทันสมัย เช่น นักออกแบบผลิตภัณฑ์ นักออกแบบแฟชั่น นิสิต นักศึกษา อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และประชาชนทั่วไป ซึ่งผลจากงานวิจัยนี้คือแนวทางการออกแบบพัฒนาสินค้าคอลเลกชั่นต้นแบบที่สามารถนำไปประยุกต์ต่อยอดกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอื่น ๆ หรือปรับเปลี่ยนให้เกิดความเหมาะสมกับบริบทอื่น ๆ ผู้วิจัยแนะนำให้โครงการวิจัยเพิ่มเติมที่ควรทำในอนาคตควรเน้นไปที่การศึกษาวิจัยทางการตลาด (Marketing Research) ซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญสำหรับการทำความเข้าใจตลาดและลูกค้า และจะช่วยในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น แนวคิดการวิเคราะห์ที่ปัจจัย 4 อย่าง (SWOT Analysis) ส่วนประสมทางการตลาด

(Marketing Mix) เทคนิคการสร้างแบรนด์ การศึกษากรณีตัวอย่างแบรนด์ ฯลฯ ซึ่งผลิตภัณฑ์สินค้าสไปมอญในปัจจุบันยังขาดการศึกษาวิจัยในส่วนนี้และส่วนอื่น ๆ อีกมาก รวมไปถึงการวิจัยพัฒนาด้านการออกแบบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ซึ่งจะช่วยทำให้การพัฒนาสไปมอญและผลิตภัณฑ์สินค้าจากผ้าสไปมอญมีความครบถ้วนสมบูรณ์มากขึ้น



บรรณานุกรม

- กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการพัฒนาสังคม สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 1 จังหวัด
ปทุมธานี.(2559). ชุดความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำผ้าสไบมอญ. ปทุมธานี : แคมป์บัณฑิต.
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2559). ทิวทัศน์วัฒนธรรมไทย ผู้สร้างสรรค์เศรษฐกิจ. *อุตสาหกรรมสาร*. 58,
5.
- กัมพล แสงเอี่ยม. (2559). วัฒนธรรมร่วมสมัยสู่การปรับเปลี่ยนรูปแบบงานศิลปหัตถกรรมผ้าทอท้องถิ่น.
วารสารศิลปกรรมสาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 11(1), น. 1-12.
- กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค. (2020). แนวคิดการนำมิติทางวัฒนธรรมสู่การออกแบบสร้างสรรค์ที่สืบสน.
วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 21(2), น. 20-41.
- ขวัญสุภาณัฐ พันธุ์เกษม. (2020). บทที่ 1 โลกาภิวัตน์. สืบค้นจาก
https://cms.pblthai.com/admin/files/atth/62302903110202/6693549596900_20200422100758.pdf
- ข่าวสดออนไลน์. (2564). ผสานลวดลาย สิบสไบมอญ. สืบค้นจาก
https://www.khaosod.co.th/newspaper/newspaper-inside-pages/news_6541604
- ครูตุ๊ก. (2021). ศิลปะพื้นบ้านจังหวัดปทุมธานี. สืบค้นจาก <https://anyflip.com/xzatv/rgrp/basic>
- จังหวัดปทุมธานี. (2562). จังหวัดปทุมธานี Pathum Thani Quality 2019. ปทุมธานี
- จิตติ กิจพงษ์ประพันธ์ และคณะ. (2562). รายงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นฉบับสมบูรณ์ “โครงการวิจัยและ
พัฒนาการสื่อสารที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของโครงการวิจัยท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่น”. สำนักงาน
กรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)
- ชโรธรณ์ ทิพย์อุปลัมภ์. (2010). *ศิลปะการออกแบบเครื่องแต่งกาย*. [เอกสารประกอบการเรียนการสอน
รายวิชา ศิลปะในชีวิตประจำวัน]. พิษณุโลก : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.

- ชิสา สุวรรณาวิน. (2564). การศึกษาแนวโน้มแฟชั่นเพื่อออกแบบคอลเล็คชั่นเสื้อผ้า. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์*. 8(1), 252-273.
- ฐปนต์ แก้วปาน, สราวุธ อิศรานุวัฒน์ และจรรยาเพลงนอก. (2020). หลักการและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 22(2), น. 161-182.
- ณวิญ เสริฐผล. (2020). การดำรงอยู่ของภูมิปัญญาท้องถิ่นในสังคมโลกาภิวัตน์. *วารสารบัณฑิตแสงโคมคำ มหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 5(2), น. 313-331.
- ดิจิตัลทีปส์. (2019). Instagramกับประโยชน์ในการทำงานที่มากกว่าการโพสต์รูป. สืบค้นจาก <https://www.tot.co.th/blogs/>
- ทวี นวมนิม. (2563). ผ้าสไบมอญบางลำภู. สืบค้นจาก <https://localphetchaburi.net/eLocal/items/show/14#?c=&m=&s=&cv=&xywh=-51%2C-46%2C1012%2C699>
- ทุกทิศทั่วไทย. (2561). ชุมชนทั่วไทย : ปักผ้าสไบมอญแบบชุมชนบางหลวง. สืบค้นจาก <https://program.thaipbs.or.th/watch/dmC4OF>
- ชนกฤต ใจสุตา. (2564). การออกแบบเครื่องประดับจากมรดกทางวัฒนธรรม. [เอกสารคำสอนและเอกสารประกอบการสอน]. กรุงเทพฯ : คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชนกฤต ใจสุตา ภาวดี พันธุ์ภากร และพรพิมล พจนานิมล. (2019). เครื่องประดับอัตลักษณ์จันทบุรี : การศึกษาอัตลักษณ์เพื่อพัฒนารูปแบบเครื่องประดับในเชิงพาณิชย์. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 7(1), น. 178-193.
- ธโนทัย มงคลศิลป์ และพัชชา อุทิศวรรณกุล. (2019). การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์มัลติแบรนด์ โดยใช้แนวคิดดีเอ็นเอ ทางวัฒนธรรมของไทย สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นเอ็ม. *วารสาร BU ACADEMIC REVIEW*, 18(1), น. 66-83.
- นันทพร ไพรเวส, อภิสักก์ สินธุ์ศักดิ์, ธเนศ ภิรมย์การ. (2019). ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มอญ เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเขตลาคะบัง. *วารสาร e-Journal of Education Studies, Burapha University*, 1(2), น. 62-78.
- นัสรา หงส์ร่อน. (2564). แนวคิดทฤษฎีบุคคลิกภาพ. สืบค้นจาก [http://personnel.labour.go.th/attachments/article/1053/006%20\(1\).pdf](http://personnel.labour.go.th/attachments/article/1053/006%20(1).pdf)

บุญยงค์ เกศเทศ. (2556). มอญสยาม. มหาสารคาม : กากะเยีย.

ประดิษฐ์ รัตนวิจิตรตราศิลป์. (2552). การจัดการสินค้าแฟชั่น. [คู่มือและเอกสารประกอบหลักสูตรการจัดการสินค้าแฟชั่น]. กรุงเทพฯ : สถาบันแฟชั่นแห่งประเทศไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพฯ.

ประภาพรรณ ขาวขำ. (2022). ปทุมธานี-จัดกิจกรรมปักหน้ากากผ้าจากลายสไบมอญให้แก่กลุ่มสตรีในชุมชนเพื่อสร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ในครัวเรือน. สืบค้นจาก <https://www.hotnewstimeonline.com/26904>

ปิยะวรรณ ปิ่นแก้ว, เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง และพรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2560). การศึกษาภาพลักษณ์เอกลักษณ์บุคลิกภาพจังหวัดนครปฐม. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 37(1), น. 233-244.

ประเสริฐ ศीलรัตน. (2538). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

พรนารี ชัยดิเรก. (2560). *แนวทางการออกแบบแฟชั่นเครื่องนุ่งห่มส่งออกประเทศญี่ปุ่น : การสร้างสรรค์อัตลักษณ์หัตถกรรมไทย ในรูปแบบอวองท์-การ์ด หลังยุคสมัยใหม่*. (วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

พรนารี ชัยดิเรก. (2562). *แนวทางการออกแบบแฟชั่นสินค้าเครื่องนุ่งห่มส่งออกประเทศญี่ปุ่น : การสร้างสรรค์อัตลักษณ์หัตถกรรมไทยในรูปแบบอวองท์-การ์ด หลังยุคสมัยใหม่*. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 20(2), น. 77-89.

พิบูล ไวจิตรกรรม. (2016). การสร้างอัตลักษณ์สินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ AJNU ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 7(1), น. 95-107.

พินาลิน สารिया. (2549). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.

มยุรี เสือคำรามและอรุพงศ์ แพทย์คชา. (2561). การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ด้วย C - K Theory: มุมมองจากผู้เชี่ยวชาญและนักศึกษาปริญญาตรี Creativity Development with C - K Theory: Viewpoint from Expert and Undergraduate Students, “มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์: พลังปัญญาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน” รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 1 (น. 693-706). มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

มยุรี เสือคำราม, พรสวรรค์ ทิพย์ขัน, มณีนรัตน์ จันทร์กระจ่าง, ศรีลัดดา เทพารักษ์และกิติมา แซ่โฮ. (2019). ผลการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของผู้เรียนโดยใช้ C-K Theory ในรายวิชาการจัดการตรา

สินคำ : กรณีศึกษา นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 39(4), 115-133.

มาริยา ทรงปัญญา และสันต์ สุวัจจราภินันท์. (2013). การผสมผสานวัฒนธรรมอีสานร่วมสมัยในงาน ออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้า. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 5(2), น. 174-194.

รพีพัฒน์ มั่นพรม และนิรัช สุดสังข์. (2554). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรม เครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิชาการ AJNU ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 1(2), น. 82-90.

รังสรรค์ ณะพรพันธุ์. (2546). *ทุนวัฒนธรรม : วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก เล่ม 1*. กรุงเทพฯ ฯ : มติชน.

รัตนา โพธิวรรณ. (2562). *การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคใน เขตจตุจักรกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพมหานคร.

รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข. (2557). โลกาภิวัตน์ท้องถิ่นนิยมกับการโยกย้ายอดีต. *วารสารเศรษฐศาสตร์ การเมืองบูรพา*, 2(2), น. 1-15.

วรัฐ ทรัพย์ศรีสัญชัย, พัชชา อุทิศวรรณกุล และรวีเทพ มุสิกะปาน. (2560). การสร้างอัตลักษณ์การ ออกแบบแฟชั่นโดยใช้แนวคิดภาพต้นแบบตราสินค้า. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ*, 18(2), น. 107-114.

ศรัทธา ลากวัฒนา. (2546). *คนมอญ บนลุ่มน้ำภาคกลาง*. กรุงเทพฯ ฯ : วันชนะ.

ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์. (2559). การพัฒนางานทัศนศิลป์ร่วมสมัยสู่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมวัฒนธรรม : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์. *วารสารนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 34(1), น. 61 - 74.

สาวบางแค22. (2564). กศน.ร่วมอนุรักษ์ “สไบมอญ” มรดกวัฒนธรรมชุมชนมอญ. สืบค้นจาก https://www.technologychaoban.com/folkways/article_187945

สุกฤตา หิรัญชวลิต. (2559). นวัตกรรมของฝากจากทุนทางวัฒนธรรม. *วารสารนักบริหาร*, 36(2), น. 14 - 23.

สุกรี เจ๊ะปุเตะ. (2561). *การออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขาคณิตเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายู*

สำหรับเจเนอเรชันวาย. (วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

สุภรณ์ โอเจริญ. (2541). มอญในเมืองไทย กรุงเทพฯ ฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สุกัญญา เบนเนต. (2552). มอญในแผ่นดินสยาม. กรุงเทพฯ ฯ : ศรีบุรณคอมพิวเตอร์-การพิมพ์.

สุวิทย์ อินทิพย์. (2555). การพัฒนางานหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาในเอกลักษณ์ของชุมชนมอญปากเกร็ด สำหรับเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย. วารสารวิชาการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏ+ ลำปาง, 5(2), น. 89 - 101.

สุวิธ สาดสังข์ และเตือนตา พรหมตาวรงค์. (2561). ลวดลายภาพพิมพ์จากแรงบันดาลใจหมากรุกไทย. วารสารศิลปปริทัศน์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 6(2), น. 49 - 60.

สหวัดน์ แนนหนา. (2563). การเพิ่มมูลค่าให้แก่ทุนทางวัฒนธรรม. สืบค้นจาก <https://www.finearts.go.th/promotion/view/7297>

สำนักงานจังหวัดปทุมธานี กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2563). แผนพัฒนาจังหวัดปทุมธานี พ.ศ.2561 - พ.ศ.2565. สืบค้นจาก http://www.pathumthani.go.th/new_web/webplan/index.html

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรสาคร. (2564). สไล่มอญน้ำเค็ม. สืบค้นจาก https://www.m-culture.go.th/samutsakhon/ewt_news.php?nid=1199&filename=index

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย. (2559). ศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยในประเทศไทย. กรุงเทพฯ ฯ : สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม.

สำนักบริหารโครงการ กรมชลประทาน. (2562). รายงานแผนแม่บทการพัฒนาลุ่มน้ำระดับจังหวัด จังหวัดปทุมธานี. สำนักบริหารโครงการ กรมชลประทาน.

เหมือนพิมพ์ สุวรรณภาศ. (2558). มรดกทางวัฒนธรรม: การสร้างตัวตนคนมอญสามโคก จังหวัดปทุมธานี. สืบค้นจาก <https://museum.socanth.tu.ac.th/wp-content/uploads/2021/.pdf>

อรรถพันธ์ พงษ์เลาหพันธุ์. (2563). การคาดการณ์แนวโน้มแฟชั่นและการออกแบบแฟชั่นในศตวรรษที่ 21. ศิลปกรรมสาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 13(1), 131-144.

อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธ์และพัชชา อุทิศวรรณกุล. (2561). นวัตกรรมอัตลักษณ์ตราสินค้าสิ่งทอแฟชั่นไลฟ์สไตล์สำหรับสตรีสูงวัย. *ศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัยและสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. 5(2), 2-26.

อ้อยทิพย์ พลศรี. (2542). การออกแบบลวดลาย. สงขลา : คณะศิลปกรรมศาสตร์ สถาบันราชภัฏสงขลา.

อาโต้ด. (2017). ตำนานสไบมอญน้ำเค็ม. สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/RamannMon/posts/1345137168894465/>

อัจฉรา สโรบล. (2561). การออกแบบเสื้อผ้า มิติทางวิชาการสู่การประยุกต์ใช้. เชียงใหม่ : ศูนย์บริหารงานวิจัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เอกรัฐ เลาหทัยวานิชย์. (2013). แนวคิดการสร้างภาพแทน (Representation). สืบค้นจาก

<https://phdcommunication.wordpress.com/2013/03/07/-representation/>



บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ

- Braha D. and Maimon O. (1998). *A Mathematical Theory of Design: Foundations, Algorithms, and Applications*. Springer.
- Hatchuel, A. (1996). *Théories et modèles de la conception, Cours d'ingénierie de la conception*. Paris: École des Mines de Paris.
- Hatchuel, A. ; Le Masson, P. and Weil, B. (2009). *Design Theory and Collective Creativity: a Theoretical Framework to Evaluate KCP Process* Archived 20 July 2011 at the Wayback Machine. International Conference on Engineering Design, ICED'09, 24–27 August 2009, Stanford CA.
- Kapook. (2019). Fan Page คืออะไร. สืบค้นจาก https://fbguide.kapook.com/howto/fan_page.php?view=full
- Kazakçı, A.O.; Tsoukias, A. (2008). "Extending the C–K design theory : A theoretical background for personal design assistants". *Journal of Engineering Design*. 16 (4): 399–411.
- Kazakci, Akin, and Hatchuel, A. (2009). "creative subject" of Brouwer a designer? – an Analysis of Intuitionistic Mathematics from the Viewpoint of C-K Design Theory? Archived 20 July 2011 at the Wayback Machine, International Conference on Engineering Design, ICED'09, Stanford CA, 24–27 August 2009.
- Okmd. (2562). การทำสไล่มอญ. สืบค้นจาก <https://www.okmd.or.th/infographic/3368/>
- Phuket, (2561). หลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบ. สืบค้นจาก <http://www.phuketvc.ac.th/download/61/chapter308052561.pdf>
- Suvalai S. (2020). หลักสูตรผ้าสไล่มอญ-รามัญ35ชม. สืบค้นจาก <https://pubhtml5.com/lkun/amtn/basic>

The Reporters. (2020). 'ถัก ปัก ร้อย' กู้วิกฤตเศรษฐกิจ ลดความรุนแรงในครอบครัว. สืบค้นจาก
<https://www.thereporters.co/culture/sabaimorn-pathumthani/>





ภาคผนวก ก

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย)	นางสาวพรนารี ชัยดิเรก
ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ)	Miss Pornnaree Chaidirek
ตำแหน่งทางวิชาการ	อาจารย์
ที่ทำงาน	สาขาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
เบอร์โทรศัพท์	+668-1-8632113
Email	pornnaree@g.swu.ac.th
คุณวุฒิ สาขาวิชา และสถาบันที่สำเร็จการศึกษา	

วุฒิการศึกษา	คุณวุฒิ/สาขาวิชา	สถาบัน	ปีที่สำเร็จ
อ.บ.	การออกแบบอุตสาหกรรม	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2543
ศป.ม.	นฤมิตรศิลป์ สาขาแฟชั่นและสิ่งทอ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2552
ศป.ด.	ศิลปกรรมศาสตร์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2561

ความเชี่ยวชาญ

การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบตกแต่งภายใน สถาปัตยกรรมภายใน การออกแบบแฟชั่น
การออกแบบเครื่องหนัง

ผลงาน

1. งานวิจัย

1.1. บทความวิจัยตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับชาติและนานาชาติ

พรนารี ชัยดิเรก. แนวทางการออกแบบแฟชั่นเครื่องหนังส่งออกประเทศญี่ปุ่น: การสร้างสรรค์อัตลักษณ์
หัตถกรรมไทยในรูปแบบอวองท์-การ์ดหลังยุคสมัยใหม่. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. ปีที่20 ฉบับที่2(40) มกราคม-มิถุนายน2562 : 80-92.

1.2 บทความวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ฉบับเต็มจากการประชุมวิชาการระดับชาติหรือนานาชาติ

Bunnag, P., Chaidirek, P., Imsomang, T., Jotikasthira, T., Pornmuttawarong, T., Songcharoen, V. & Surasawadee, W. **Seniorpolis**. In: Art access and advocacy: promoting creativity and innovation in urban communication for the development of participatory and happy communities proceeding of The 12th Urban Research Plaza's Forum Thailand 7-8 March 2013. Chulalongkorn University, Thailand. 112-117.

2.ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

2.1 ผลงานวิชาการเพื่อพัฒนานโยบายสาธารณะ

1.โครงการถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงนวัตกรรมการออกแบบสู่ชุมชนและท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ได้รับทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรมภายใต้แผนงานวิจัย ด้านการจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้งาน ประโยชน์รวมการปฏิบัติการและการถ่ายทอดสู่พื้นที่ ประจำปีงบประมาณ 2565 การใช้ประโยชน์เชิงชุมชน (การส่งเสริมนวัตกรรมของชุมชนและท้องถิ่น) จากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

2.โครงการพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านครัว : ทุนวัฒนธรรมคลองแสนแสบกรุงเทพมหานคร ภายใต้แผนงานโครงการบริการวิชาการแก่ชุมชน ในพื้นที่ ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ณ ชุมชนบ้านครัวเหนือ เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ในวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ.2565

2.2 ผลงานวิชาการอื่น ๆ

-อาจารย์พิเศษ วิทยากร ผู้เขียนบทความที่ปรึกษา สาขาการออกแบบเครื่องหนังแฟชั่น สาขานฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สาขาการออกแบบงานนิทรรศการ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาบัณฑิต สาขาเรขศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จ.ชลบุรี

-วิทยากร ด้านการสร้างสรรค์แนวความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์และการสร้าง MOOD BOARD ให้กับโครงการ “ยกระดับสตรีสร้างโอกาสด้วยการพัฒนาสไบมอญสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ภายใต้การสนับสนุนของกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.) ปี 2021

-วิทยากร ด้านแนวโน้มการออกแบบเครื่องประดับปี 2021-2022 ในโครงการการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาเครื่องประดับอัตลักษณ์เชิงท้องถิ่นจังหวัดตราด

-วิทยากร ด้านกิจกรรมฝึกอบรม ภายใต้หัวข้อ "การทำผลิตภัณฑ์ของชุมชนจากเปลือก และการทำบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์" ณ ตำบลไทรทอง อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว ปี 2021

-วิทยากร ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ไทย วิชา THAINESS FOR BUSINESS ภาคการศึกษาที่ 1 / 2564 ระดับปริญญาโท วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

-วิทยากร ร่วมเสวนาในหัวข้อ “Future of Jewelry Design Beyond 2023” ที่สถาบันอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ออกอากาศวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ.2565 ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจของสถาบัน

3. ตำรา/หนังสือ/บทความทางวิชาการ

- เอกสารประกอบการสอนวิชา อบท.115 วิชาการออกแบบศิลปวัฒนธรรม ได้รับทุนสนับสนุนการตีพิมพ์เผยแพร่ จากโครงการตำราและเอกสารประกอบการสอน ประจำปีงบประมาณ 2564 คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

4. ทุนวิจัยที่ได้รับ

-โครงการวิจัย “การพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C – K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยกรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี” ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากเงินรายได้คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีงบประมาณ 2564

-โครงการ “การถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงนวัตกรรมการออกแบบสู่ชุมชนและท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี” ได้รับทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรม ของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ พ.ศ. 2565

5. ผลงานสร้างสรรค์อื่นๆ

- ปี 2015 – LEATHER & KIMONO BAG DESIGN COLLECTION FOR “KERIDIAHC”



- 2016 – LEATHER BAG DESIGN COLLECTION MADE FROM USED CLOTHES FOR SPAIN CUSTOMERS



- ปี 2017 – CROCODILE LEATHER BAG DESIGN COLLECTION FOR “SICHAA” SC SRIRACHA



- ปี 2018 – LEATHER BAG COLLECTION FROM THAI CRAFT IDENTITY FOR EXPORTING TO JAPAN



ภาคผนวก ข

เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

MF-04-version-2.0

วันที่ 18 ต.ค. 61



หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและใบยินยอม

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย SWUEC- 320/2564E

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจาก คณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและ ข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

ชื่อโครงการวิจัยเรื่อง: การพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C-K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยกรณีศึกษา: สไบมอญ จ.ปทุมธานี

ชื่อผู้วิจัยหลัก: อาจารย์ ดร.พรนารี ชัยดิเรก-

สังกัด: คณะศิลปกรรมศาสตร์

เอกสารที่รับรอง:

1. แบบเสนอโครงการวิจัย
2. โครงการวิจัย
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย
4. หนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย

เอกสารที่พิจารณาทบทวน

- | | |
|---|-------------------------------------|
| 1. แบบเสนอโครงการวิจัย | ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 19 ม.ค. 2565 |
| 2. โครงร่างการวิจัย | ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 19 ม.ค. 2565 |
| 3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย | ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 19 ม.ค. 2565 |
| 4. หนังสือให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย | ฉบับที่ 2 วัน/เดือน/ปี 19 ม.ค. 2565 |

(ลงชื่อ).....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทันตแพทย์หญิงณปภา เอี่ยมจิรกุล)

กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

(ลงชื่อ).....

(แพทย์หญิงสุรีพร ภัทรสุวรรณ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

หมายเลขรับรอง : SWUEC/E-320/2564

วันที่ให้การรับรอง : 19/01/2565

วันหมดอายุใบรับรอง : 19/01/2566

ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์



ที่ อว 8714 /

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กทม. 10110

มิถุนายน 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย

เรียน คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. สัญญารับทุน จำนวน 1 ชุด
2. แบบฟอร์มอนุมัติ จำนวน 1 ชุด

ด้วย อาจารย์ ดร. พรนารี ชัยดีเรก อาจารย์ประจำวิชาเอกการออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากเงินรายได้คณะศิลปกรรมศาสตร์ประจำปีงบประมาณ 2564 สำหรับโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C-K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สโม่มอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่าง การดำเนินงานการลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย

ในการนี้ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์เล็งเห็นว่า อาจารย์องค์ บรรจุน บุคลากรในสังกัดของท่านมีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านดังกล่าว จึงขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย ด้วยการใช้งบประมาณ แบบสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกภาพหรือเสียง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ข้อมูลงานวิจัยดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติกรณ์ นพุดมพันธุ์)
คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

โทร.0-2260-0123 ต่อ 143

โทร. 092-9406022 E-mail: sittichait@gs.wu.ac.th

นายสิทธิชัย เทพรส (ผู้ประสานงาน)



ที่ อว 8714 /

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กทม. 10110

มิถุนายน 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดปทุมธานี

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. สัญญารับทุน จำนวน 1 ชุด
2. แบบฟอร์มอนุมัติ จำนวน 1 ชุด

ด้วย อาจารย์ ดร. พรนารี ชัยดิเรก อาจารย์ประจำวิชาเอกการออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย จากเงินรายได้คณะศิลปกรรมศาสตร์ประจำปีงบประมาณ 2564 สำหรับโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C-K ผู้อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่าง การดำเนินงานการลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย

ในการนี้ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์เล็งเห็นว่า คุณนพพร นวลประดิษฐ์ บุคลากรในสังกัดของท่านมีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านดังกล่าว จึงขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย ด้วยการใช้งบประมาณ แบบสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกภาพหรือเสียง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ข้อมูลงานวิจัยดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติกรรณ์ นพอดมพันธ์)
คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

โทร.0-2260-0123 ต่อ 143

โทร. 092-9406022 E-mail: sittichait@g.swu.ac.th

นายสิทธิชัย เทพรส (ผู้ประสานงาน)



ที่ อว 8714 /

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กทม. 10110

มิถุนายน 2565

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย

เรียน คุณวัลย์ลีลา เรื่องสำรวจผู้ใหญ่อายุ 4

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. สัญญารับทุน จำนวน 1 ชุด
2. แบบฟอร์มอนุมัติ จำนวน 1 ชุด

ด้วย อาจารย์ ดร. พรนารี ชัยดิเรก อาจารย์ประจำวิชาเอกการออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย จากเงินรายได้คณะศิลปกรรมศาสตร์ประจำปีงบประมาณ 2564 สำหรับโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C-K ผู้อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่าง การดำเนินงานการลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย

ในการนี้ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จึงขอความอนุเคราะห์เก็บ ข้อมูลวิจัยด้วยการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกภาพหรือเสียง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ข้อมูลงานวิจัยดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติกรณ์ นพอุดมพันธุ์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

โทร.0-2260-0123 ต่อ 143

โทร. 092-9406022 E-mail: sittichait@swu.ac.th

นายสิทธิชัย เทพรส (ผู้ประสานงาน)



ที่ อว 8714 /

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กทม. 10110

มิถุนายน 2565

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย

เรียน วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรบ้านกระแซง จังหวัดปทุมธานี

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. สัญญารับทุน จำนวน 1 ชุด
2. แบบฟอร์มอนุมัติ จำนวน 1 ชุด

ด้วย อาจารย์ ดร. พรนารี ชัยดิเรก อาจารย์ประจำวิชาเอกการออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย จากเงินรายได้คณะศิลปกรรมศาสตร์ประจำปีงบประมาณ 2564 สำหรับโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C-K ผู้อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่าง การดำเนินงานการลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย

ในกรณีนี้ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จึงขอความอนุเคราะห์เก็บ ข้อมูลวิจัยด้วยการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกภาพหรือเสียง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ข้อมูลงานวิจัยดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติกรณ์ นพอุดมพันธุ์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

โทร.0-2260-0123 ต่อ 143

โทร. 092-9406022 E-mail: sittichait@swu.ac.th

นายสิทธิชัย เทพรส (ผู้ประสานงาน)



ที่ อว 8714 /

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กทม. 10110

มิถุนายน 2565

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย

เรียน วิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบลบางหลวง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. สัญญารับทุน จำนวน 1 ชุด
2. แบบฟอร์มอนุมัติ จำนวน 1 ชุด

ด้วย อาจารย์ ดร. พรนารี ชัยดิเรก อาจารย์ประจำวิชาเอกการออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย จากเงินรายได้คณะศิลปกรรมศาสตร์ประจำปีงบประมาณ 2564 สำหรับโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C-K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการดำเนินงานการลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย

ในกรณีนี้ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จึงขอความอนุเคราะห์เก็บ ข้อมูลวิจัยด้วยการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกภาพหรือเสียง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ข้อมูลงานวิจัยดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติกรณ์ นพอุดมพันธุ์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

โทร.0-2260-0123 ต่อ 143

โทร. 092-9406022 E-mail: sittichait@swu.ac.th

นายสิทธิชัย เทพรส (ผู้ประสานงาน)



ที่ อว 8714 /

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กทม. 10110

มิถุนายน 2565

เรื่อง ขอบขอมอนเคราะห้เก็บขอมูลวิจัย

เรียน กลุมสัมมาชีพตําบลคูบางหลวง อําเภอลาดหลุมแกว จังหวัดปทุมธานี

สิ่งที่สงมาดวย 1. สัญญารับทุน จํานวน 1 ชุด
2. แบบฟอร์มอนุมัติ จํานวน 1 ชุด

ดวย อาจารย์ ดร. พรนาริ ชัยดิเรก อาจารย์ประจำวิชาเอกการออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย จากเงินรายได้คณะศิลปกรรมศาสตร์ประจำปีงบประมาณ 2564 สำหรับโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C-K ผู้อัดลักษณะสินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่าง การดำเนินงานการลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย

ในการนี้ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จึงขอขอมอนเคราะห้เก็บ ขอมูลวิจัยดวยแบบการใช้สอบถาม แบบสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกภาพหรือเสียง

จึงเรียนมาเพื่อขอขอมอนเคราะห้ ขอมูลงานวิจัยดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติกรณ นพอดมพันธ์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

โทร.0-2260-0123 ต่อ 143

โทร. 092-9406022 E-mail: sittichait@swu.ac.th

นายสิทธิชัย เทพรส (ผู้ประสานงาน)



ที่ อว 8714 /

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กทม. 10110

มิถุนายน 2565

เรื่อง ขอบขอมอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย

เรียน ชุมชนมอญสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. สัญญารับทุน จำนวน 1 ชุด
2. แบบฟอร์มอนุมัติ จำนวน 1 ชุด

ด้วย อาจารย์ ดร. พรนารี ชัยดิเรก อาจารย์ประจำวิชาเอกการออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย จากเงินรายได้คณะศิลปกรรมศาสตร์ประจำปีงบประมาณ 2564 สำหรับโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C-K ผู้อัดลักษณะสินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่าง การดำเนินงานการลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย

ในการนี้ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จึงขอความอนุเคราะห์เก็บ ข้อมูลวิจัยด้วยการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกภาพหรือเสียง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ข้อมูลงานวิจัยดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติกรณ์ นพอดมพันธ์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

โทร.0-2260-0123 ต่อ 143

โทร. 092-9406022 E-mail: sittichait@swu.ac.th

นายสิทธิชัย เทพรส (ผู้ประสานงาน)



ที่ อว 8714 /

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กทม. 10110

มิถุนายน 2565

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย

เรียน ชุมชนศาลาแดงเหนือ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. สัญญารับทุน จำนวน 1 ชุด
2. แบบฟอร์มอนุมัติ จำนวน 1 ชุด

ด้วย อาจารย์ ดร. พรนารี ชัยดิเรก อาจารย์ประจำวิชาเอกการออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย จากเงินรายได้คณะศิลปกรรมศาสตร์ประจำปีงบประมาณ 2564 สำหรับโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C-K ผู้อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการดำเนินงานการลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย

ในกรณีนี้ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จึงขอความอนุเคราะห์เก็บ ข้อมูลวิจัยด้วยการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกภาพหรือเสียง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ข้อมูลงานวิจัยดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติกรณ์ นพอุดมพันธุ์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

โทร.0-2260-0123 ต่อ 143

โทร. 092-9406022 E-mail: sittichait@swu.ac.th

นายสิทธิชัย เทพรส (ผู้ประสานงาน)



ที่ อว 8714 /

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กทม. 10110

มิถุนายน 2565

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย

เรียน คุณวรรณสกล รักปทุม บริษัท มิเทรตติ้ง จำกัด

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. สัญญารับทุน จำนวน 1 ชุด
2. แบบฟอร์มอนุมัติ จำนวน 1 ชุด

ด้วย อาจารย์ ดร. พรนารี ชัยดิเรก อาจารย์ประจำวิชาเอกการออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย จากเงินรายได้คณะศิลปกรรมศาสตร์ประจำปีงบประมาณ 2564 สำหรับโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C-K ผู้อุตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไปมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่าง การดำเนินงานการลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย

ในการนี้ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จึงขอความอนุเคราะห์เก็บ ข้อมูลวิจัยด้วยการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกภาพหรือเสียง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ข้อมูลงานวิจัยดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติกรณ์ นพอุดมพันธุ์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

โทร.0-2260-0123 ต่อ 143

โทร. 092-9406022 E-mail: sittichait@swu.ac.th

นายสิทธิชัย เทพรส (ผู้ประสานงาน)



ที่ อว 8714 /

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กทม. 10110

มิถุนายน 2565

เรื่อง ขอบขอมอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย

เรียน คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. สัญญารับทุน จำนวน 1 ชุด
2. แบบฟอร์มอนุมัติ จำนวน 1 ชุด

ด้วย อาจารย์ ดร. พรนารี ชัยดิเรก อาจารย์ประจำวิชาเอกการออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย จากเงินรายได้คณะศิลปกรรมศาสตร์ประจำปีงบประมาณ 2564 สำหรับโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C-K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัย กรณีศึกษา : สไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการดำเนินงานการลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย

ในการนี้ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ เล็งเห็นว่า ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยารัตน์ วีระชนชัยกุล บุคลากรในสังกัดของท่านมีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านดังกล่าว จึงขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยด้วยการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกภาพหรือเสียง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ข้อมูลงานวิจัยดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติกรรณ์ นพอดมพันธ์)

คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

โทร.0-2260-0123 ต่อ 143

โทร. 092-9406022 E-mail: sittichait@g.swu.ac.th

นายสิทธิชัย เทพรส (ผู้ประสานงาน)



ที่ อว 8714.3 /

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กทม. 10110

มิถุนายน 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น

เรียน คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. สัญญารับทุน จำนวน 1 ชุด
2. แบบฟอร์มอนุมัติ จำนวน 1 ชุด

ด้วย ข้าพเจ้า อาจารย์ ดร. พรนารี ชัยดิเรก อาจารย์ประจำวิชาเอกการออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ปีงบประมาณ 2565 โครงการวิจัย : การถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงนวัตกรรมการออกแบบสู่ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการดำเนินงานลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย

ในการนี้ ข้าพเจ้าเล็งเห็นว่า ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิธ สาดสังข์ บุคลากรในสังกัดของท่าน มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านดังกล่าว จึงขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นด้วยการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกภาพหรือเสียง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ข้อมูลงานวิจัยดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.พรนารี ชัยดิเรก)

หัวหน้าโครงการวิจัย

โทร.0-2260-0123 ต่อ 143

โทร. 092-9406022 E-mail: sittichait@g.swu.ac.th

นายสิทธิชัย เทพรส (ผู้ประสานงาน)



ที่ อว 8714.3 /

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กทม. 10110

มิถุนายน 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น

เรียน คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. สัญญารับทุน จำนวน 1 ชุด
2. แบบฟอร์มอนุมัติ จำนวน 1 ชุด

ด้วย ข้าพเจ้า อาจารย์ ดร. พรนารี ชัยดิเรก อาจารย์ประจำวิชาเอกการออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ปีงบประมาณ 2565 โครงการวิจัย : การถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงนวัตกรรมการออกแบบสู่ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการดำเนินงานลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย

ในการนี้ ข้าพเจ้าเล็งเห็นว่า อาจารย์ ดร.ศิริ อรัญนารถ บุคลากรในสังกัดของท่านมีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านดังกล่าว จึงขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น ด้วยการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกภาพหรือเสียง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ข้อมูลงานวิจัยดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.พรนารี ชัยดิเรก)

หัวหน้าโครงการวิจัย

โทร.0-2260-0123 ต่อ 143

โทร. 092-9406022 E-mail: sittichait@g.swu.ac.th

นายสิทธิชัย เทพรส (ผู้ประสานงาน)



ที่ อว 8714.3 /

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กทม. 10110

มิถุนายน 2565

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น

เรียน คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. สัญญารับทุน จำนวน 1 ชุด
2. แบบฟอร์มอนุมัติ จำนวน 1 ชุด

ด้วย ข้าพเจ้า อาจารย์ ดร. พรนารี ชัยดิเรก อาจารย์ประจำวิชาเอกการออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ปีงบประมาณ 2565 โครงการวิจัย : การถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงนวัตกรรมการออกแบบสู่ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการดำเนินงานลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย

ในกรณีนี้ ข้าพเจ้าเล็งเห็นว่า ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกฤต ใจสุดา บุคลากรในสังกัดของท่าน มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านดังกล่าว จึงขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นด้วยการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกภาพหรือเสียง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ข้อมูลงานวิจัยดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.พรนารี ชัยดิเรก)

หัวหน้าโครงการวิจัย

โทร.0-2260-0123 ต่อ 143

โทร. 092-9406022 E-mail: sittichait@g.swu.ac.th

นายสิทธิชัย เทพรส (ผู้ประสานงาน)



ที่ อว 8714.3 /

คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
114 สุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
กทม. 10110

มิถุนายน 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่น

เรียน คณบดีวิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. สัญญารับทุน จำนวน 1 ชุด
2. แบบฟอร์มอนุมัติ จำนวน 1 ชุด

ด้วย ข้าพเจ้า อาจารย์ ดร. พรนารี ชัยดิเรก อาจารย์ประจำวิชาเอกการออกแบบผลิตภัณฑ์ สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ปีงบประมาณ 2565 โครงการวิจัย : การถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงนวัตกรรมการออกแบบสู่ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการดำเนินงานลงพื้นที่เก็บข้อมูลการวิจัย

ในการนี้ ข้าพเจ้าเล็งเห็นว่า อาจารย์ ดร.วราวุธ ทรัพย์ศรีสัญชัย บุคลากรในสังกัดของท่าน มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านดังกล่าว จึงขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นด้วยการใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และขออนุญาตบันทึกภาพหรือเสียง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ข้อมูลงานวิจัยดังกล่าวเพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.พรนารี ชัยดิเรก)

หัวหน้าโครงการวิจัย

โทร.0-2260-0123 ต่อ 143

โทร. 092-9406022 E-mail: sittichait@g.swu.ac.th

นายสิทธิชัย เทพรส (ผู้ประสานงาน)

ภาคผนวก ง

แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ชุดแบบสอบถามที่ 1 (Close Ended Questionnaire I) – สำหรับกลุ่มผู้บริโภคสินค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

ชื่อโครงการวิจัย

(ภาษาไทย) การพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C – K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยกรณีศึกษา : สไบมอญ จ.ปทุมธานี

(ภาษาอังกฤษ) Development From Concept of C-K Theory towards Contemporary Cultural Capital Fashion Goods Identity Case Study : Sabaimon, Pathum Thani Province

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทฤษฎี C – K และแนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ให้เกิดสินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยได้
2. เพื่อศึกษา ทบทวน รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับผ้าสไบมอญและทุนทางวัฒนธรรมอื่นๆของจังหวัดปทุมธานี สำหรับนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบสร้างสรรค์ร่วมกันให้เกิดผลิตภัณฑ์สินค้ารูปแบบใหม่ที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยของจังหวัดปทุมธานีได้
3. เพื่อค้นหาและนำเสนอคอลเลกชั่นผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยประเภทผ้าสไบมอญ ของจ.ปทุมธานีได้

ขอบเขตของการเก็บข้อมูล

เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคสินค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ที่ได้จากการสุ่มแบบเจาะจงตามหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมการวิจัย (Inclusion criteria) ดังนี้ กลุ่มเป้าหมายมีอายุระหว่าง 20-50ปี เป็นกลุ่มชนชั้นกลางที่มีรายได้ตั้งแต่ 18,001บาทขึ้นไป เป็นกลุ่มตัวแทนลูกค้าผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยและใช้ผลิตภัณฑ์จริง มีความนิยมชื่นชอบสินค้าทุนวัฒนธรรมแบบร่วมสมัย อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม : โปรดเลือกคำตอบที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดและตัวของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 1 - ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 อายุ

- A. 20-30 ปี
- B. 31-40 ปี
- C. 41-50 ปี

1.2 สถานะ

- A. ต่ำกว่าปริญญาตรี
- B. ระดับปริญญาตรี
- C. ระดับปริญญาโท
- D. ระดับปริญญาเอก

1.3 สถานะ

- A. โสด
- B. แต่งงานหรือมีครอบครัวแล้ว
- C. หย่าหรือแยกกันอยู่แล้ว
- D. อื่นๆ

1.4 อาชีพ

- A. นักเรียน / นักศึกษา
- B. แม่บ้าน
- C. พนักงานบริษัท
- D. เจ้าของกิจการ
- E. อาชีพอิสระ
- F. อื่นๆ

1.5 รายได้ต่อเดือน

- A. 18,001 – 25,000 บาท
- B. 25,001 – 35,000 บาท
- C. 35,001 – 45,000 บาท
- D. 45,001 – 50,000 บาท

1.6 ลักษณะการเดินทางในชีวิตประจำวัน

- A. รถยนต์นั่งส่วนบุคคล
- B. จักรยาน / จักรยานยนต์
- C. รถไฟฟ้า / รถใต้ดิน
- D. แท็กซี่ / รถประจำทาง / รถสาธารณะอื่นๆ
- E. อื่นๆ

ส่วนที่ 2 - ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1 ภายใน 1 ปี ท่านเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นประเภทใดมากที่สุด

- A. เสื้อ
- B. กระโปรง
- C. กางเกง
- D. ชุดเดรส หรือชุดเข้าเซ็ท(เสื้อ + กระโปรง / กางเกง)
- E. กระเป๋า
- F. รองเท้า
- G. เข็มขัด
- H. เครื่องประดับ

2.2 ส่วนใหญ่แล้วท่านเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นต่อครั้งราคาเท่าไร

- A. น้อยกว่า 1,000 บาท
- B. 1,001 – 5,000 บาท
- C. 5,001 – 10,000 บาท
- D. 10,001 – 20,000 บาท
- E. มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป

2.3 ปัจจัยทางด้านราคาหลักที่ท่านเลือกซื้อสินค้าแฟชั่น

- A. ราคาแพง แต่ได้สินค้าที่มีคุณภาพและสวยงามคุ้มค่า
- B. ราคาเหมาะสม ไม่ถูกไม่แพง
- C. ราคาถูกที่สุดเท่านั้น

2.4 ท่านซื้อสินค้าแฟชั่นบ่อยมากแค่ไหน

- A. ทุกวัน
- B. สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง
- C. สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง
- D. เดือนละ 1 ครั้ง

2.5 ส่วนมากท่านซื้อจากแหล่งใดมากที่สุด

- A. ห้างสรรพสินค้า
- B. แหล่งขายสินค้าเสื้อผ้าราคาส่ง / ราคาปลีก
- C. ร้านค้าออนไลน์
- D. งานแสดงสินค้า
- E. อื่นๆ

2.6 สาเหตุที่สำคัญที่สุดที่ท่านเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นในแต่ละครั้ง

- A. เลือกตามเทรนด์ที่กำลังนิยมในขณะนั้น
- B. เลือกตามความชอบในแบบสไตล์ที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของตนเอง
- C. เลือกตามความชอบในแบบของสินค้านั้นๆ
- D. เลือกตามสี / ขนาด / รายละเอียดของสินค้านั้นๆ
- E. เลือกตามคุณภาพและความคุ้มค่าที่จะได้รับจากสินค้านั้นๆ

ส่วนที่ 3 – ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.1 ในปัจจุบันท่านมีสินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมที่เคยซื้อไปบ้างหรือไม่

- A. มี จำนวนประมาณ.....ชิ้น
- B. ไม่มี

3.2 โอกาสการใช้สอยของสินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมที่ท่านต้องการ

- A. สำหรับใช้ไปทำงานแบบเป็นทางการ (Formal Occasion)
- B. สำหรับใช้ไปทำงานแบบไม่เป็นทางการ (Informal Occasion)
- C. สำหรับใช้ได้ทั้งวัน หลากหลายโอกาสภายในชุดเดียวกัน

- D. สำหรับใส่ในวันหยุด แบบลำลอง
- E. สำหรับใส่ในโอกาสพิเศษ ไปงานเลี้ยงออกงานต่างๆ (Special / Party Occasion)

3.3 เวลาที่ท่านใช้สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม รูปแบบการแต่งกาย(Style)ใดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด

- A. รูปแบบหญิงสาวน่ารัก หวานสดใส
- B. รูปแบบหญิงสาวเก๋ เท่แบบคนเมือง
- C. รูปแบบหญิงสาวเซ็กซี่ เปรี๊ยะฉี้ยว
- D. รูปแบบหญิงสาวอ่อนยุค วินเทจ
- E. รูปแบบหญิงสาวศิลปินอาร์ตซี
- F. รูปแบบหญิงสาวยูนิเซ็กซ์ ใส่ได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิงไม่บ่งบอกเพศที่ชัดเจน

3.4 ปัจจัยด้านองค์ประกอบในการออกแบบใดที่ท่านคิดว่าสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม

- A. รูปแบบ รูปทรง ขนาด โครงร่างเงาของสินค้า
- B. สีสีน
- C. ลวดลาย
- D. รายละเอียดต่างๆบนพื้นผิวของสินค้า
- E. เทคนิคการผลิต และมีมือการตัดเย็บ

3.5 ในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม ท่านคิดว่าท่านคาดหวังเรื่องใดของสินค้ามากที่สุด

- A. การถ่ายทอดนำเสนอเรื่องราว ความเป็นมาของตัวสินค้า
- B. รูปแบบและความสวยงามของสินค้า
- C. ราคาที่คุ้มค่าในการซื้อสินค้า
- D. สินค้ามีความแปลกใหม่ ทันสมัยอยู่ในกระแสนิยม ไม่เชยล้าสมัย

3.6 สินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมมีส่วนร่วมในการออกแบบที่มาจากทุนวัฒนธรรมของท้องถิ่นผสมผสานความเป็นสินค้าแฟชั่น ท่านคิดว่าสัดส่วนในการออกแบบใดที่ท่านต้องการมากที่สุด

- A. การออกแบบที่มาจากทุนวัฒนธรรมของท้องถิ่น 70%
ผสมผสานความเป็นสินค้าแฟชั่น 30%
- B. การออกแบบที่มาจากทุนวัฒนธรรมของท้องถิ่น 50%

- ผสมผสานความเป็นสินค้าแฟชั่น 50%
- C. การออกแบบที่มาจากทุนวัฒนธรรมของท้องถิ่น 30%
ผสมผสานความเป็นสินค้าแฟชั่น 70%
- D. การออกแบบที่มาจากทุนวัฒนธรรมของท้องถิ่น 90%
ผสมผสานความเป็นสินค้าแฟชั่น 10%



ชุดแบบสอบถามที่ 2 (Close Ended Questionnaire II) – สำหรับกลุ่มผู้บริโภคสินค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)

ชื่อโครงการวิจัย

(ภาษาไทย) การพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C – K ผู้อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยกรณีศึกษา : สไบมอญ จ.ปทุมธานี

(ภาษาอังกฤษ) Development From Concept of C-K Theory towards *Contemporary* Cultural Capital Fashion Goods Identity Case Study : Sabaimon, Pathum Thani Province

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทฤษฎี C – K และแนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ให้เกิดสินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยได้
2. เพื่อศึกษา ทบทวน รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับผ้าสไบมอญและทุนทางวัฒนธรรมอื่นๆของจังหวัดปทุมธานี สำหรับนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบสร้างสรรค์ร่วมกันให้เกิดผลิตภัณฑ์สินค้ารูปแบบใหม่ที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยของจังหวัดปทุมธานีได้
3. เพื่อค้นหาและนำเสนอคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยประเภทผ้าสไบมอญ ของจ.ปทุมธานีได้

ขอบเขตของการเก็บข้อมูล

เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคสินค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ที่ได้จากการสุ่มแบบเจาะจงตามหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมการวิจัย (Inclusion criteria) ดังนี้ กลุ่มเป้าหมายมีอายุระหว่าง 20-50ปี เป็นกลุ่มชนชั้นกลางที่มีรายได้ตั้งแต่ 18,001บาทขึ้นไป เป็นกลุ่มตัวแทนลูกค้าผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยและใช้ผลิตภัณฑ์จริง มีความนิยมชื่นชอบสินค้าทุนวัฒนธรรมแบบร่วมสมัย อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม : โปรดเลือกคำตอบที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดและตัวของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 1 – ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 อายุ

- A. 20-30 ปี
- B. 31-40 ปี
- C. 41-50 ปี

1.2 สถานะ

- A. ต่ำกว่าปริญญาตรี
- B. ระดับปริญญาตรี
- C. ระดับปริญญาโท
- D. ระดับปริญญาเอก

1.3 สถานะ

- A. โสด
- B. แต่งงานหรือมีครอบครัวแล้ว
- C. หย่าหรือแยกกันอยู่แล้ว
- D. อื่นๆ

1.4 อาชีพ

- A. นักเรียน / นักศึกษา
- B. แม่บ้าน
- C. พนักงานบริษัท
- D. เจ้าของกิจการ
- E. อาชีพอิสระ
- F. อื่นๆ

1.5 รายได้ต่อเดือน

- A. 18,001 – 25,000 บาท
- B. 25,001 – 35,000 บาท
- C. 35,001 – 45,000 บาท
- D. 45,001 – 50,000 บาท

1.6 ลักษณะการเดินทางในชีวิตประจำวัน

- A. รถยนต์นั่งส่วนบุคคล
- B. จักรยาน / จักรยานยนต์
- C. รถไฟฟ้า / รถใต้ดิน
- D. แท็กซี่ / รถประจำทาง / รถสาธารณะอื่นๆ
- E. อื่นๆ

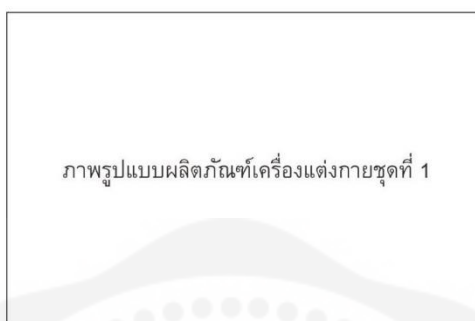
ส่วนที่ 2 – แบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคสินค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย ในรูปแบบของคอลเลกชันต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยกรณีศึกษา : สไบมอญ จ.ปทุมธานี ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- 1.เครื่องแต่งกาย 5 ชุด
- 2.เครื่องประดับ 2 ชิ้น
- 3.เครื่องประกอบการแต่งกาย 2 ชิ้น

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม : โปรดเลือกคำตอบด้วยการทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดและตัวของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว โดยมีความหมายของระดับความพึงพอใจ ดังนี้

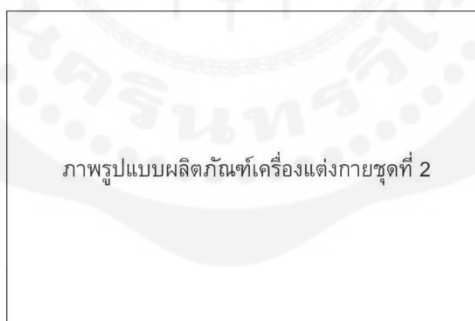
- 5 – พึงพอใจมากที่สุด
- 4 – พึงพอใจมาก
- 3 – พึงพอใจปานกลาง
- 2 – พึงพอใจน้อย
- 1 – พึงพอใจน้อยที่สุด

2.1 ภาพรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายชุดที่ 1 ราคา.....บาท ดังภาพด้านล่าง



ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ รูปทรง ขนาด และโครงสร้างที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
2. ผลิตภัณฑ์มีสีสันทันตรงกับความต้องการของท่าน					
3. ผลิตภัณฑ์มีสวดยืดหยุ่นที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
4. ผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดต่าง ๆ บนพื้นผิวของสินค้าที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
5. ผลิตภัณฑ์มีเทคนิคการผลิตและมีมือการตัดเย็บที่ตรงกับความต้องการของท่าน					

2.2 ภาพรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายชุดที่ 2 ราคา.....บาท ดังภาพด้านล่าง



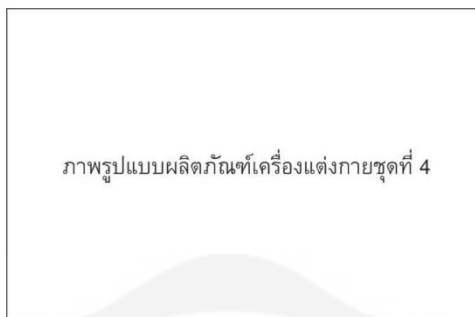
ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ รูปทรง ขนาด และโครงสร้างที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
2. ผลิตภัณฑ์มีสีสันทันที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
3. ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
4. ผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดต่าง ๆ บนพื้นผิวของสินค้าที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
5. ผลิตภัณฑ์มีเทคนิคการผลิตและมีมือการตัดเย็บที่ตรงกับความต้องการของท่าน					

2.3 ภาพรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายชุดที่ 3 ราคา.....บาท ดังภาพด้านล่าง



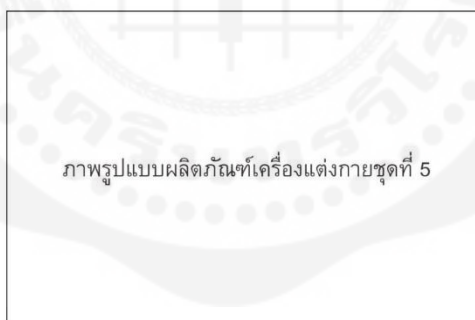
ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ รูปทรง ขนาด และโครงสร้างที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
2. ผลิตภัณฑ์มีสีสันทันที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
3. ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
4. ผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดต่าง ๆ บนพื้นผิวของสินค้าที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
5. ผลิตภัณฑ์มีเทคนิคการผลิตและมีมือการตัดเย็บที่ตรงกับความต้องการของท่าน					

2.4 ภาพรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายชุดที่ 4 ราคา.....บาท ดังภาพด้านล่าง



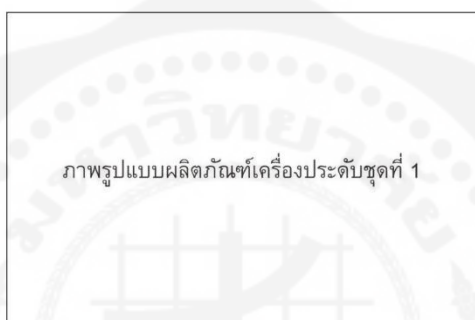
ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ รูปทรง ขนาด และโครงสร้างที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
2. ผลิตภัณฑ์มีสีสันทันที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
3. ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
4. ผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดต่าง ๆ บนพื้นผิวของสินค้าที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
5. ผลิตภัณฑ์มีเทคนิคการผลิตและมีมือการตัดเย็บที่ตรงกับความต้องการของท่าน					

2.5 ภาพรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายชุดที่ 5 ราคา.....บาท ดังภาพด้านล่าง



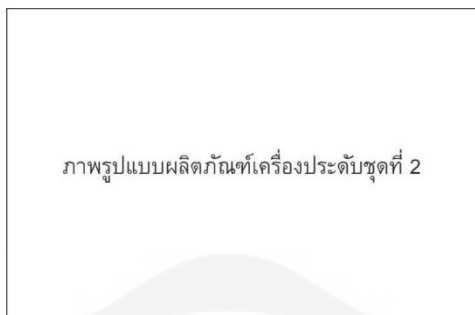
ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ รูปทรง ขนาด และโครงสร้างเงาที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
2. ผลิตภัณฑ์มีสีสันทันที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
3. ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
4. ผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดต่าง ๆ บนพื้นผิวของสินค้าที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
5. ผลิตภัณฑ์มีเทคนิคการผลิตและมีมือการตัดเย็บที่ตรงกับความต้องการของท่าน					

2.6 ภาพรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับชุดที่ 1 ราคา.....บาท ดังภาพด้านล่าง



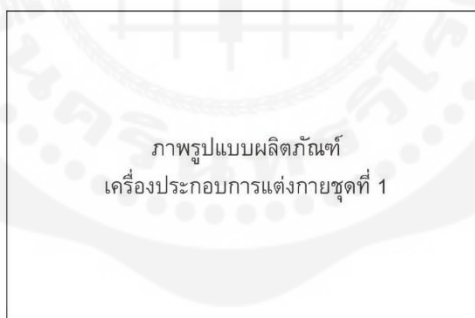
ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ รูปทรง ขนาด และโครงสร้างเงาที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
2. ผลิตภัณฑ์มีสีสันทันที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
3. ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
4. ผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดต่าง ๆ บนพื้นผิวของสินค้าที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
5. ผลิตภัณฑ์มีเทคนิคการผลิตและมีมือการตัดเย็บที่ตรงกับความต้องการของท่าน					

2.7 ภาพรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับชุดที่ 2 ราคา.....บาท ดังภาพด้านล่าง



ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ รูปทรง ขนาด และโครงสร้างที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
2. ผลิตภัณฑ์มีสีสันทันที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
3. ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
4. ผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดต่าง ๆ บนพื้นผิวของสินค้าที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
5. ผลิตภัณฑ์มีเทคนิคการผลิตและมีมือการตัดเย็บที่ตรงกับความต้องการของท่าน					

2.8 ภาพรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายชุดที่ 1 ราคา.....บาท ดังภาพด้านล่าง



ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ รูปทรง ขนาด และโครงสร้างเงาที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
2. ผลิตภัณฑ์มีสีสันทันที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
3. ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
4. ผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดต่าง ๆ บนพื้นผิวของสินค้าที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
5. ผลิตภัณฑ์มีเทคนิคการผลิตและมีมือการตัดเย็บที่ตรงกับความต้องการของท่าน					

2.9 ภาพรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประกอบการแต่งกายชุดที่ 2 ราคา.....บาท ดังภาพด้านล่าง



ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบ รูปทรง ขนาด และโครงสร้างเงาที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
2. ผลิตภัณฑ์มีสีสันทันที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
3. ผลิตภัณฑ์มีลวดลายที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
4. ผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดต่าง ๆ บนพื้นผิวของสินค้าที่ตรงกับความต้องการของท่าน					
5. ผลิตภัณฑ์มีเทคนิคการผลิตและมีมือการตัดเย็บที่ตรงกับความต้องการของท่าน					

ส่วนที่ 3 – แบบสอบถามเพื่อสำรวจปัจจัยทางการตลาดที่เหมาะสมที่สุดกับคอลเลกชันต้นแบบผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นรุ่นใหม่วัฒนธรรมร่วมสมัยกรณีศึกษา : สไปมอญ จ.ปทุมธานี ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. เครื่องแต่งกาย 5 ชุด
2. เครื่องประดับ 2 ชิ้น
3. เครื่องประกอบการแต่งกาย 2 ชิ้น

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม : โปรดเลือกคำตอบด้วยการทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดและตัวของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว โดยมีความหมายของระดับความพึงพอใจ ดังนี้

- 5 – พึงพอใจมากที่สุด
- 4 – พึงพอใจมาก
- 3 – พึงพอใจปานกลาง
- 2 – พึงพอใจน้อย
- 1 – พึงพอใจน้อยที่สุด

3.1 ด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ (Product)

ปัจจัยที่เหมาะสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ - ด้านรูปแบบของคอลเลกชันสินค้า	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบภาพลักษณ์ที่สวยงาม ร่วมสมัย					
2. ผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่ ทันสมัย ไม่เคยอยู่ในกระแสนิยม					
3. ผลิตภัณฑ์มีการถ่ายทอด และนำเสนอเรื่องราวความเป็นมาของตัวสินค้า					
4. ผลิตภัณฑ์สามารถเป็นตัวแทนสินค้าทุนวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี					
5. ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นและแตกต่างจากสินค้าทุนวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่ท่านเคยเห็น					

3.2 ด้านราคาของคอลเลกชันสินค้าทั้งหมด (Price)

ปัจจัยที่เหมาะสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ - ด้านราคาของคอลเลกชันสินค้า	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีการกำหนดช่วงราคาที่เหมาะสม					
2. ผลิตภัณฑ์มีการกำหนดช่วงราคาที่หลากหลายตรงกับความต้องการของท่าน					
3. ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าแต่ละชิ้น					

3.3 ด้านช่องทางการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ (Place)

ปัจจัยที่เหมาะสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ - ด้านช่องทางการจำหน่ายสินค้า	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีการจัดจำหน่ายผ่านทางหน้าร้านโดยตรง					
2. ผลิตภัณฑ์มีการจัดจำหน่ายผ่านทางช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย					
3. ผลิตภัณฑ์มีการจัดจำหน่ายผ่านทางหน้าร้านและช่องทางออนไลน์					

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ (Promotion)

ปัจจัยที่เหมาะสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ - ด้านการส่งเสริมการตลาดของสินค้า	5	4	3	2	1
1. ผลิตภัณฑ์มีการลดราคาตามฤดูกาลและช่วงการออกงานตามงานแสดงสินค้าต่างๆ					
2. ผลิตภัณฑ์มีการให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์เรื่องราวในแต่ละคอลเลคชั่นสินค้าที่เปิดตัว					
3. ผลิตภัณฑ์มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์และสื่อต่างๆ					



แบบสัมภาษณ์(Structured Interview) – สำหรับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญผู้ทรงคุณวุฒิ (Specialists Group)

ชื่อโครงการวิจัย

(ภาษาไทย) การพัฒนาแนวคิดทฤษฎี C – K สู่อัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยกรณีศึกษา : สไบมอญ จ.ปทุมธานี

(ภาษาอังกฤษ) Development From Concept of C-K Theory towards *Contemporary* Cultural Capital Fashion Goods Identity Case Study : Sabaimon, Pathum Thani Province

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทฤษฎี C – K และแนวคิดที่เกี่ยวกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ให้เกิดสินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยได้
2. เพื่อศึกษา ทบทวน รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับผ้าสไบมอญและทุนทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ของจังหวัดปทุมธานี สำหรับนำมาเป็นข้อมูลในการออกแบบสร้างสรรค์ร่วมกันให้เกิดผลิตภัณฑ์สินค้ารูปแบบใหม่ที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยของจังหวัดปทุมธานีได้
3. เพื่อค้นหาและนำเสนอคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยประเภทผ้าสไบมอญของจ.ปทุมธานีได้

ขอบเขตของการเก็บข้อมูล

เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคสินค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ที่ได้จากการสุ่มแบบเจาะจงตามหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมการวิจัย (Inclusion criteria) ดังนี้ กลุ่มเป้าหมายมีอายุระหว่าง 20-50ปี เป็นกลุ่มชนชั้นกลางที่มีรายได้ตั้งแต่ 18,001บาทขึ้นไป เป็นกลุ่มตัวแทนลูกค้าผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าแฟชั่นวัฒนธรรมร่วมสมัยและใช้ผลิตภัณฑ์จริง มีความนิยมชื่นชอบสินค้าทุนวัฒนธรรมแบบร่วมสมัย อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม : โปรดเลือกคำตอบที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดและตัวของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 1 – ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์

ชื่อ-นามสกุล.....
 อายุ.....เพศ.....
 ที่อยู่ปัจจุบันที่ติดต่อได้.....

 ตำแหน่ง / อาชีพ.....
 ที่ทำงาน.....

ส่วนที่ 2 – แนวทางการออกแบบคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นรุ่น
 วัฒนธรรมร่วมสมัยประเภทผ้าสไบมอญ ของจ.ปทุมธานี

หมายเหตุ : การเก็บข้อมูลนี้เป็นการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มที่เกิดขึ้นหลังจากผู้วิจัยได้แนวทางในการ
 ออกแบบคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบที่เป็นคำตอบของโครงการวิจัยเรียบร้อยแล้ว โดยนำเสนอผลการ
 ออกแบบทั้งคอลเลกชันสินค้า ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- 1.เครื่องแต่งกาย 5 ชุด
- 2.เครื่องประดับ 2 ชิ้น
- 3.เครื่องประกอบการแต่งกาย 2 ชิ้น

1.ท่านคิดว่ารูปแบบคอลเลกชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบของโครงการวิจัยนี้ ตรงกับความต้องการของ
 กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคหรือไม่ และท่านมีความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอย่างไร

.....

2.ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อองค์ประกอบด้านการออกแบบ ในการออกแบบคอลเลคชั่นผลิตภัณฑ์
สินค้าต้นแบบของโครงการวิจัยนี้

2.1ด้านรูปแบบ รูปทรง โครงร่างเงา ขนาด

.....
.....
.....
.....

2.2 ด้านสีสันทัน

.....
.....
.....

2.3 ด้านลวดลาย

.....
.....
.....

2.4ด้านรายละเอียดต่างๆบนพื้นผิวของสินค้า

.....
.....
.....

2.5ด้านวัสดุ เทคนิคการผลิตและฝีมือการตัดเย็บ

.....
.....
.....

3.ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการนำเทรนด์แฟชั่นปี 2023 เข้ามาร่วมใช้ในการออกแบบคอลเลคชั่น
ผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบของโครงการวิจัยนี้

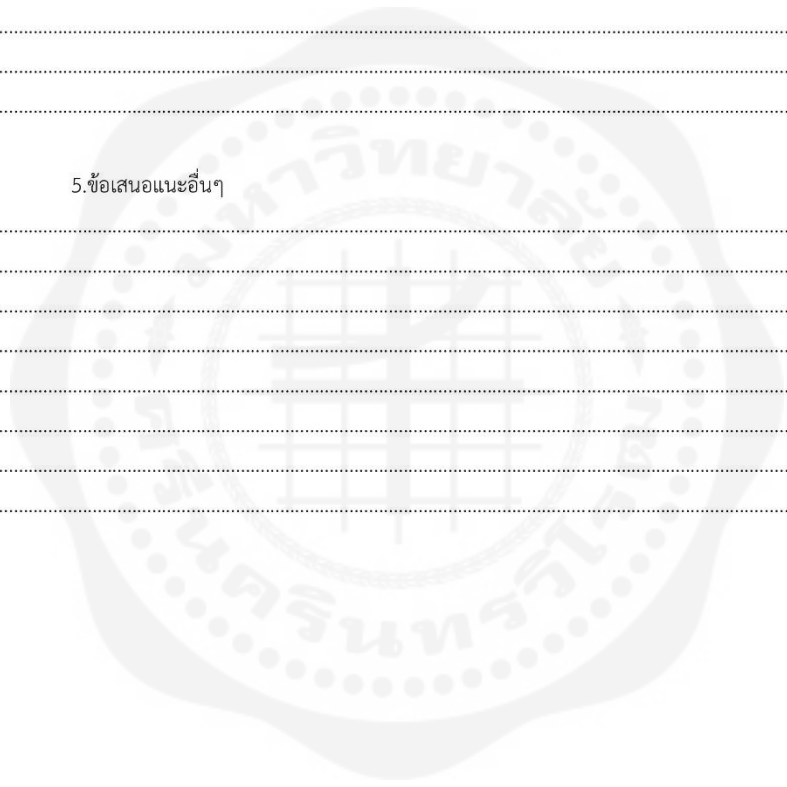
.....
.....
.....
.....

4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการออกแบบคอลเลคชันผลิตภัณฑ์สินค้าต้นแบบของโครงการวิจัยนี้
ในด้านการนำเสนออัตลักษณ์สินค้าแฟชั่นทุนวัฒนธรรมร่วมสมัยของจังหวัดปทุมธานี

.....
.....
.....
.....

5. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



ภาคผนวก จ

ภาพการจัดแสดงนิทรรศการ

ภายหลังจากการผลิตผลงานต้นแบบสร้างสรรค์เสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้จัดนิทรรศการเพื่อเผยแพร่ผลงานสร้างสรรค์สู่ชุมชน ภายใต้ชื่องานนิทรรศการ “ดอกไม้เร็งรำ แม่ป่ามาปัก – Embloomdery Sabai Mon : Pathum Thani” ระหว่างวันที่ 26-28 กรกฎาคม 2566 ณ ศาลา 200 ปี วัดโบสถ์(หลวงปู่เทียน) จังหวัดปทุมธานี

การถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงนวัตกรรมการออกแบบสู่ชุมชนและท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี
Design Innovative Knowledge Transfer to Communities And Localities For Fashion Product Development From Sabai Mon, Pathum Thani Province.

**ดอกไม้เร็งรำ
แม่ป่ามาปัก**
EMBLOOMDERY SABAI MON :
PATHUM THANI

SHOW EXHIBITION
26 - 28
กรกฎาคม 2566
เวลา 10.00 - 15.00 น.
ณ ศาลา 200 ปี วัดโบสถ์
(หลวงปู่เทียน) จ. ปทุมธานี

เวิร์กช็อป
" กุงฟ้ารำเร็ง "
ร่วมสร้างสรรค์และปักลาย
สไบมอญบนกุงผ้า ภายใน
วันที่ 27 - 28 กรกฎาคม 2566

ลงทะเบียนเข้าร่วมงาน
เพื่อชิงของพรีเมียม (จำนวนจำกัด)

กำหนดการพิธีเปิดงาน “ดอกไม้เร็งรำ แม่ป่ามาปัก”
นิทรรศการแสดงผลงานผู้เข้าอบรม
โครงการถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงนวัตกรรมการออกแบบสู่ชุมชนและท้องถิ่น
เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี
ในวันพุธที่ 26 กรกฎาคม 2566 ณ ศาลา 200 ปี
ณ วัดโบสถ์(หลวงปู่เทียน) จังหวัดปทุมธานี

เวลา 9.30 - 10.00 น.	ลงทะเบียนเข้าร่วมงาน
เวลา 10.00 - 10.30 น.	เชกผู้ที่มีเกียรติเข้าร่วมนิทรรศการพร้อมรับของที่ระลึก
เวลา 10.30 - 10.40 น.	พิธีกรกล่าวต้อนรับประธานและแขกผู้มีเกียรติในพิธีเปิด
เวลา 10.40 - 11.00 น.	หัวหน้าโครงการ ฯ กล่าวรายงานและความเป็นมาโครงการ ฯ
เวลา 11.00 - 11.10 น.	ประธานในพิธีกล่าวเปิดงานและทำพิธีเปิดงาน
เวลา 11.10 - 11.30 น.	การแสดง “รำมอญ ร้องรำทำเพลง” โดยชมรมเร็งรำจังหวัดปทุมธานี
เวลา 11.30 - 11.50 น.	พิธีกรประกาศผลรางวัลแก่ผู้เข้าร่วมการอบรมที่มีผลงานดีเด่น
เวลา 11.50 - 12.00 น.	ประธานมอบรางวัลและกล่าวแสดงความยินดี
เวลา 12.00 - 12.10 น.	หัวหน้าโครงการ ฯ มอบของที่ระลึกแก่ประธานในพิธี
เวลา 12.10 - 12.30 น.	ประธาน ชื่นชมโครงการ ฯ และขอบคุณผู้ที่มีเกียรติ
เวลา 12.30 - 13.00 น.	แขกผู้มีเกียรติร่วมชมภายในงานนิทรรศการ

หมายเหตุ : กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

ภาพโปสเตอร์งานนิทรรศการ



ผู้เข้าชมงานนิทรรศการลงทะเบียนเพื่อเข้าร่วมงาน



Photo by N | 2023.07.28 10:15

ผู้วิจัยกล่าวเปิดงานนิทรรศการ



นางลัษมา ธารีเกษ วัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานีเป็นประธานในพิธีเปิดงานนิทรรศการ



ชมรมเรารักษ์วัฒนธรรมวัดโบสถ์ แสดงรำมอญร่วมพิธีเปิดงานนิทรรศการ





ผู้วิจัย วัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญที่ปรึกษาในโครงการวิจัย และแขกผู้มีเกียรติร่วมถ่ายภาพหมู่



บรรยากาศภายในงานนิทรรศการ



กิจกรรมเวิร์คช็อปภายในงานนิทรรศการ - การฝึกเขียนและออกแบบลวดลายสไบมอญ







การจัดแสดงคอลเลกชันผลงานต้นแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นสไบมอญ จังหวัดปทุมธานี



ของที่ระลึกสำหรับแจกผู้เข้าร่วมงานนิทรรศการ

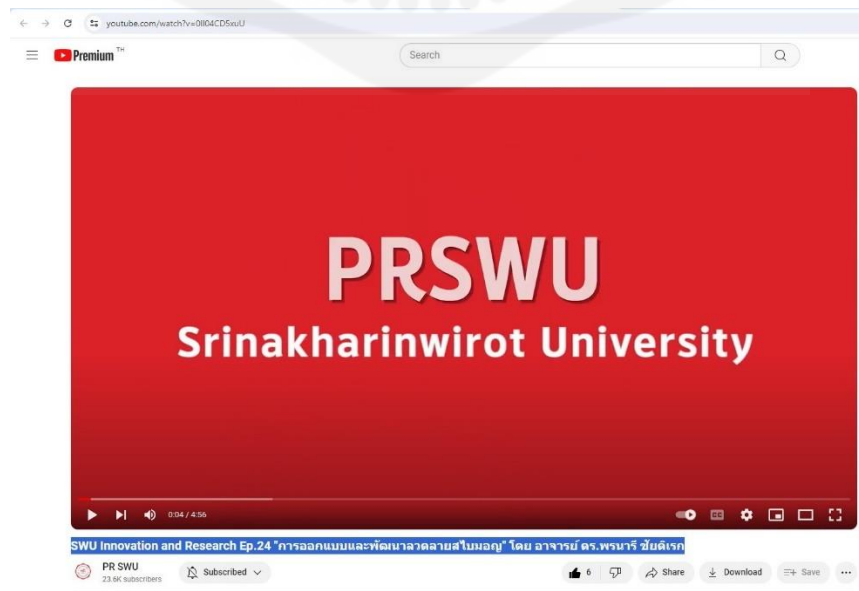


นิสิตคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒร่วมช่วยจัดงานนิทรรศการ

ภาคผนวก ฉ


ภาพการเผยแพร่ผลงานต้นแบบผ่านช่องทางสื่อออนไลน์

ผู้วิจัยได้แสดงผลงานโครงการวิจัยทางสื่อออนไลน์ยูทูป ผ่านรายการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ (PR SWU) เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2566 หัวข้อ SWU Innovation and Research Ep.24 "การออกแบบและพัฒนาลวดลายสไบมอญ" โดย อาจารย์ ดร.พรนารี ชัยดีเรก ออกอากาศเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2566



youtube.com/watch?v=0i04CD5xuU

Search



อาจารย์ ดร.พนารีย์ ชัยดีเรก
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


SWU Innovation and Research Ep.24 "การออกแบบและพัฒนาตลาดลายสไบมอญ" โดย อาจารย์ ดร.พนารีย์ ชัยดีเรก

PR SWU 23.6K subscribers

6 6 Share Download Save

youtube.com/watch?v=0i04CD5xuU

Search



Concept Space (C)
No logical status (nor true or untrue)

Knowledge Space (K)
Proposition with a logical status

Initial concept

Disjunction

K1: Existing knowledge

K2: Added Knowledge from concept exploration

K3: Added Knowledge from further exploration

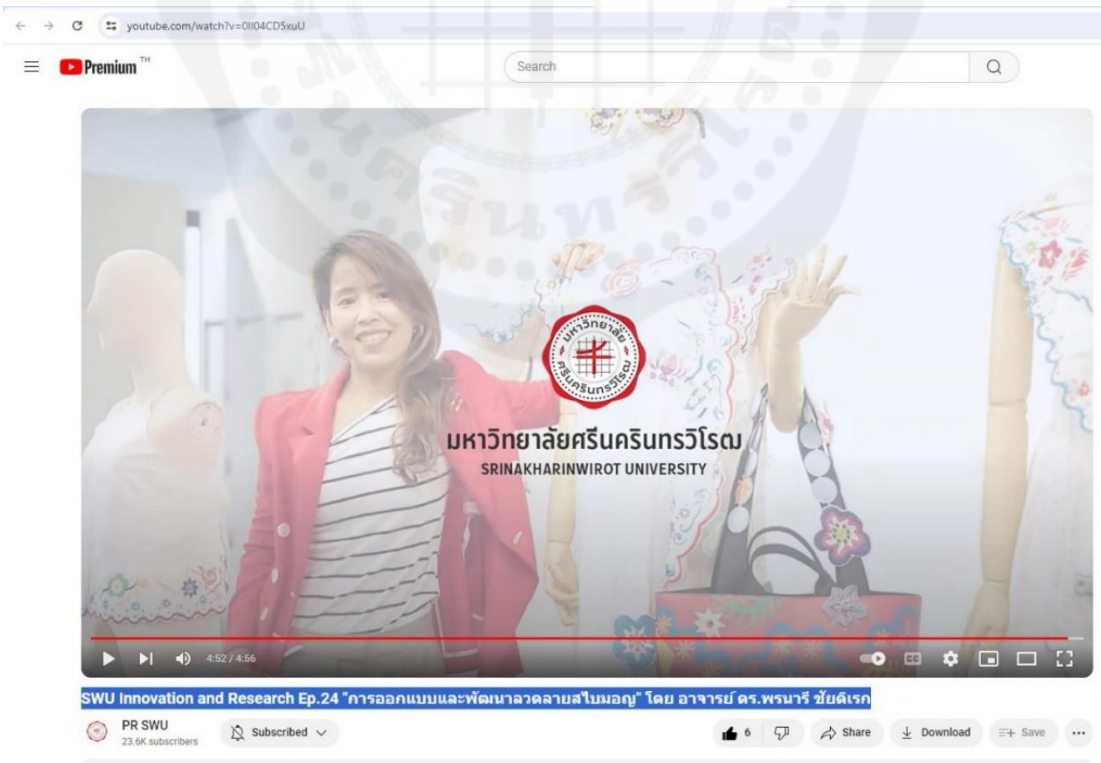
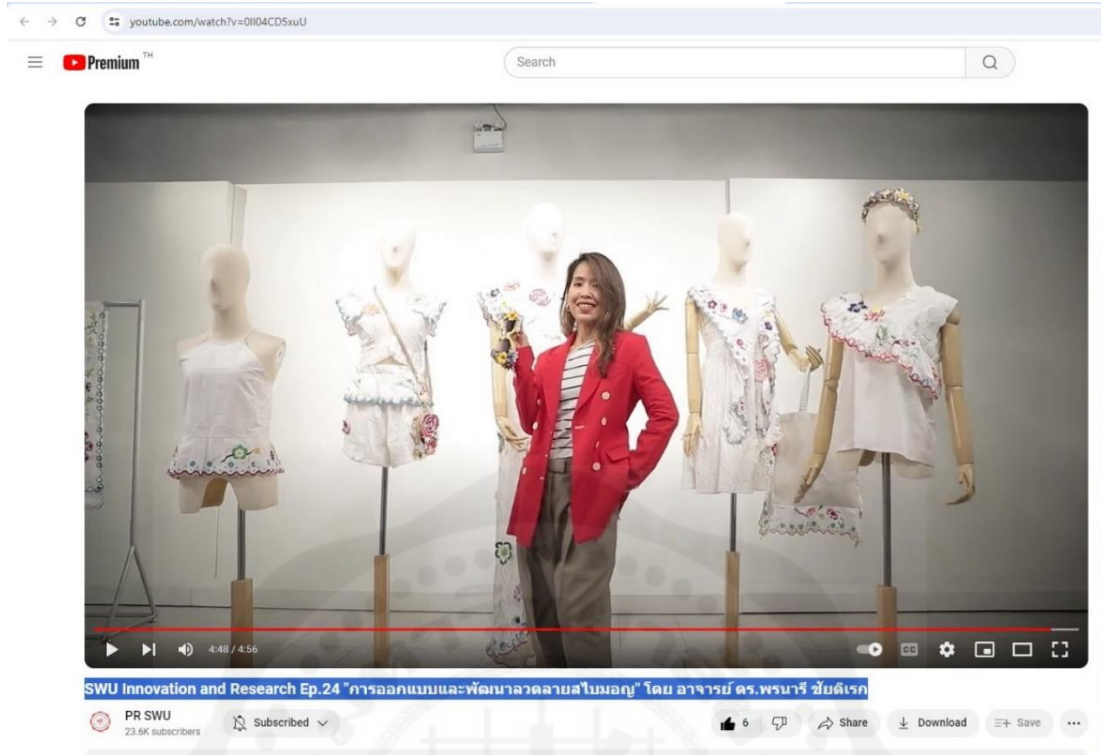
Conjunction

Final concept becomes new knowledge

SWU Innovation and Research Ep.24 "การออกแบบและพัฒนาตลาดลายสไบมอญ" โดย อาจารย์ ดร.พนารีย์ ชัยดีเรก

PR SWU 23.6K subscribers

6 6 Share Download Save



ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=0Il04CD5xuU>



ภาพขณะถ่ายทำรายการ เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2566