

การศึกษาและพัฒนาผลผลิตด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น
กรณีศึกษา ชุมชนบ้านคร้ว



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการออกแบบ
พฤษภาคม 2557

การศึกษาและพัฒนาผลผลิตด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น
กรณีศึกษา ชุมชนบ้านครัว



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมกรรมการออกแบบ

พฤษภาคม 2557

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาและพัฒนาผลผลิตด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น
กรณีศึกษา ชุมชนบ้านคร้ว



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการออกแบบ
พฤษภาคม 2557

ชัยญา มานะกุล. (2557). การศึกษาและพัฒนาลวดลายด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น กรณีศึกษา ชุมชนบ้านคร้ว. ปริญญาโท ศป.ม. (นวัตกรรมการออกแบบ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุมปริญญาโท: ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.รวิเทพ มุสิกะปาน, ดร.กรกมล คำสุข.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และพัฒนาลวดลายด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น กรณีศึกษา ชุมชนบ้านคร้ว โดยมีการศึกษาวิจัยตามความมุ่งหมายของการศึกษา คือศึกษาและพัฒนากรรมวิธีการผลิตที่เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมในการผลิตผ้าไหมทอมือให้พัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีความร่วมสมัยมากขึ้นโดยใช้องค์ความรู้ในการออกแบบภาพประกอบเป็นองค์ประกอบในการสร้างสรรค์ผลงาน และนำองค์ความรู้ในการออกแบบลายลงบนผ้าไหมไปพัฒนารูปแบบ โดยสร้างแบบประเมินความพึงพอใจที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นและวัยทำงาน และเป็นแนวทางในการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลมาจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าไหมในด้านการออกแบบลายผ้า และด้านการออกแบบภาพประกอบ และแบบสอบถามผู้บริโภค เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากผ้าไหมทอมือบ้านคร้วให้มีความร่วมสมัย ช่วยเพิ่มมูลค่าและขยายกลุ่มตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว เป็นการนำภูมิปัญญาไทยมาต่อยอดเป็นนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์

ผลจากการวิจัยพบว่าผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านคร้วโดยมากจะทอออกมาเป็นผ้าพื้น สำหรับตัดชุดสี่เหลี่ยม ผ้าลายตาราง และผ้าที่ลูกค้าออกแบบลวดลายเอง ผ้าไหมที่ผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าไหมทอมือเลือกมาใช้ในการออกแบบลวดลายเป็นลักษณะผ้าพื้นและผ้าลายตารางสำหรับการตัดชุด ด้านการออกแบบลวดลายกรรมวิธีที่เหมาะสมในการสร้างลวดลายภาพประกอบลงบนผ้าไหมทอมือมากที่สุดคือการพิมพ์ซิลค์สกรีน เนื่องจากเป็นกรรมวิธีที่ไม่เพิ่มต้นทุนในการผลิตมากเกินไปและชุมชนบ้านคร้วมีความชำนาญ จึงมีศักยภาพในการผลิตเองได้ทุกระบวนการ ลวดลายภาพประกอบที่ใช้เป็นลวดลายที่เรียบง่าย แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านคร้ว โดยการพัฒนาลวดลายกับผู้เชี่ยวชาญ ประกอบกับเทรนด์ในปี 2014 ในด้านของสี การออกแบบลวดลาย และแนวคิด สรุปและกำหนดรูปแบบได้จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลาย จากนั้นจึงนำมาพัฒนาเป็นแบบร่างลวดลายจำนวน 10 แบบและนำมาให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาพประกอบ และการออกแบบลวดลาย เลือกมาให้เหลือ 5 รูปแบบ จากนั้นจึงนำมาทำแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภค โดยจัดทำแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด เพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมที่จะนำมาพัฒนาเป็นลวดลายภาพประกอบเพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือมากที่สุดจำนวน 1 รูปแบบ จากนั้นจึงนำไปสร้างเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์แนวร่วมสมัยประเภทเครื่องแต่งกายจำนวน 1 คอลเลกชั่น ประกอบด้วย ผ้าตัดชุด ผ้าพันคอเอนกประสงค์ และ ชุดลาลองสำหรับสตรี ผลงานการออกแบบลวดลายภาพประกอบเพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือ เป็นการนำองค์ความรู้ในการออกแบบ มาประยุกต์กับภูมิปัญญาไทย เพื่อก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนาลวดลายเพื่อสร้างลวดลายที่มีเอกลักษณ์สะท้อนถึงชุมชนบ้านคร้วและมีความร่วมสมัยให้กับผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านคร้ว เพิ่มความน่าสนใจสำหรับกลุ่มผู้บริโภค ทำให้เกิดเป็นนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ ทำให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน และผู้ประกอบการธุรกิจผ้าไหมทอมือที่เหลืออยู่ และเป็นแนวทางในการพัฒนาและกา รเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือให้สามารถขยายกลุ่มตลาดให้กับผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้วมากขึ้น

THE STUDY AND DEVELOPMENT OF MOTIFS THROUGH THE ILLUSTRATION
PROCESSES FOR FASHION'S PRODUCTS: A CASE STUDY OF BAAN KRUA COMMUNITY.



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Fine Arts Degree in Design Innovation
at Srinakharinwirot University

May 2014

Chanya Manakul. (2014). *The Study and Development of Motifs Through The Illustration Processes For Fashion's Products: A Case Study of Baan Krua Community*. Master thesis, M.F.A.(Design Innovation).Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Associate Professor. Asst.Prof.Dr. Ravitep Musikapan, Dr.Koraklod Kumsook.

This research aims to study and develop the textile printing through the Illustration design processes for the innovative fashion's products by using the group of hand-woven silk at Baan Krua community as a case study. The research has been carried out in according to the aim of this study; that is to learn and understanding the development of the production process of the traditional wisdom hand-woven Thai silk's and able to develop into contemporary products by using the illustration design knowledge as an element for the creation of innovative textile designs. The evaluation of the consumer's satisfaction is required including the value-added and market group expansion for the hand-woven silk's product. This research has gathered the data from the interview with the experts and consumers questionnaire analysis to be the basis for bringing Thai traditional wisdom up to the creative innovation in design.

In summary Baan Krua's hand-woven silks comprise with three styles namely, plain pattern, stripes pattern and customer made to order pattern. The silk that expert advised were plain pattern for textile design printing and stripes pattern for dress making. For printing process, the expert has suggested silkscreen technique for silk as the cost saving and coincide with the Baan Krua community's specialization and potential. The illustration pattern used is simple and represents Baan Krua's identity. The illustration pattern has been developed by the advice of illustration and textile design experts. The spring/summer 2014 fashion's trend in terms of colors, pattern design, textile design and concept are used in drafting the illustration pattern designs as well the consumer's requirement data analysis as the criteria for the designing and creation of 10 draft models for representing to the experts in illustration and textile design which only 5 illustration pattern's draft models will be chosen. The 100 consumers were asked through the questionnaire in order to select only 1 pattern for the production of the prototypes of illustration textile pattern of Baan Krua's hand-woven silk as the contemporary fashion's products prototype for six models in one collection, multi-purpose scarf, cloth and women's casual wear. This illustration design is the modification of knowledge on fashion design and illustration design's elements and Thai traditional wisdom to achieve the new knowledge and creative innovation. This innovation will create more opportunity for the community by improving the silk production processes and silk products that meet the requirement of the consumers as well as adding the value to the products and benefits Baan Krua silk's business.

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาและพัฒนาผลผลิตด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น

กรณีศึกษา ชุมชนบ้านคร้ว

ของ

ชญญา มานะกุล

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบัณฑิตกรรมการออกแบบ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

วันที่.....เดือน พฤษภาคม พ.ศ.2557

อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ที่ปรึกษาหลัก

.....ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเทพ มุสิกะปาน)

(รองศาสตราจารย์สินีนาถ เลิศไพโรจน์)

.....ที่ปรึกษาร่วม

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข)

(อาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเทพ มุสิกะปาน)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.วิรัตน์ ปิ่นแก้ว)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเพราะผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์และความกรุณาอย่างสูงจากหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต วิชาเอก นวัตกรรมการออกแบบ ผู้ให้ความรู้ ข้อคิด ให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางในการศึกษา และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เป็นอย่างดีอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้า ตลอดจนคณาจารย์และบุคคลหลายท่านที่ได้ให้แนวทางและความช่วยเหลือในการทำปริญญานิพนธ์

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ รศ.สินีนาถ เลิศไพโรจน์ ประธานควบคุมปริญญานิพนธ์ อาจารย์ ผศ.ดร.รวิเทพ มุสิกะปาน อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้ ความช่วยเหลือและการสนับสนุนเป็นอย่างดี รวมถึงคณาจารย์ทุกๆ ท่านที่ได้ประสาทความรู้ ให้ข้อเสนอแนะ และคำแนะนำต่างๆ จนทำให้ปริญญานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบภาพประกอบ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ลวดลายผ้า และผู้เชี่ยวชาญด้านการทอผ้าไหมทอมือที่ช่วยสละเวลาอันมีค่าของท่านมาตอบแบบสัมภาษณ์แบบสอบถาม และให้ความคิดเห็นที่เป็นองค์ความรู้ที่ทรงคุณค่า คำแนะนำที่มีประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางในการทำปริญญานิพนธ์เล่มนี้

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และสมาชิกในครอบครัวทุกคนที่ให้ความสนับสนุน ตลอดจนกัลยามิตรทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด คุณค่าและประโยชน์ของปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาครูอาจารย์ พระคุณบิดา มารดา ตลอดจนผู้มีพระคุณที่ช่วยประสิทธิ์ประสาทความรู้แก่ผู้วิจัย

ชญญา มานะกุล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
ความสำคัญของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมุติฐานในการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ข้อมูลของภาพประกอบ.....	10
ความหมายและความเป็นมาของภาพประกอบ.....	10
การออกแบบภาพประกอบเพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์.....	12
ศิลปินที่ทำภาพประกอบ.....	14
ภาพประกอบกับการออกแบบลายผ้า.....	22
ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าไหมของชุมชนบ้านครัว.....	23
ประวัติความเป็นมาของชุมชนบ้านครัว.....	23
กรรมวิธีในการทอ.....	24
คุณลักษณะของผ้าไหม.....	29
ข้อมูลเกี่ยวกับกรรมวิธีสร้างลวดลายลงบนผ้าไหม.....	32
การพิมพ์ลายด้วยเทคนิคซิลค์สกรีน.....	32
ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา.....	36
ทฤษฎีการเขียนภาพประกอบ.....	36
ทฤษฎีที่ใช้ในการออกแบบลวดลาย.....	43
ความสำคัญของการออกแบบลวดลาย.....	44
การจัดวางองค์ประกอบลวดลาย.....	47
หลักการออกแบบลวดลาย.....	62
กระบวนการออกแบบ.....	67
ทฤษฎีทางการตลาด.....	69
ผู้บริโภคและพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	70
ตลาดแบบเฉพาะเจาะจง.....	75

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)	
แนวคิดเรื่องการบริโภคเชิงสัญญาะ.....	78
ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบเครื่องแต่งกาย.....	80
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	85
สรุปจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัย.....	87
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	88
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	88
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	89
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	90
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	91
4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	93
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	131
บรรณานุกรม.....	137
ภาคผนวก.....	140
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	179

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 สรุปผลจากข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เชี่ยวชาญ.....	98
2 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยเลือกเทรนด์สีในปี 2014 ในการออกแบบโดยพิจารณาตามความเหมาะสม.....	100
3 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านรูปแบบการออกแบบภาพประกอบ ที่เหมาะสมจะนำมาพัฒนาเป็นลวดลายจากภาพประกอบเพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือ	101
4 ภาพประกอบที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์ลวดลายและเทคนิคการพิมพ์ผ้าไหมทอมือ ชุมชนบ้านคร้ว.....	103
5 คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ.....	108
6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	109
7 ข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัย.....	109
8 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภค ด้านความต้องการในเรื่องลวดลาย จากภาพประกอบที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์ลวดลายและเทคนิคการพิมพ์ ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว.....	118
9 สรุปผลจากแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญชุดที่ 4 สำหรับผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการออกแบบ ผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว รวมถึงแบบสอบถามถึงกลุ่มเป้าหมาย และแนวโน้มเทรนด์แฟชั่นที่เหมาะสมจะนำมาออกแบบผ้าไหมทอมือ.....	124
10 สรุปผลจากแบบสอบถามชุดที่ 4 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านแนวทางการออกแบบ ผลิตภัณฑ์แฟชั่น จากผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว รวมถึงแบบสอบถามถึงกลุ่มเป้าหมาย และแนวโน้มเทรนด์แฟชั่นที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ.....	126
11 คำถามปลายเปิดให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ.....	127

บัญชีภาพประกอบ

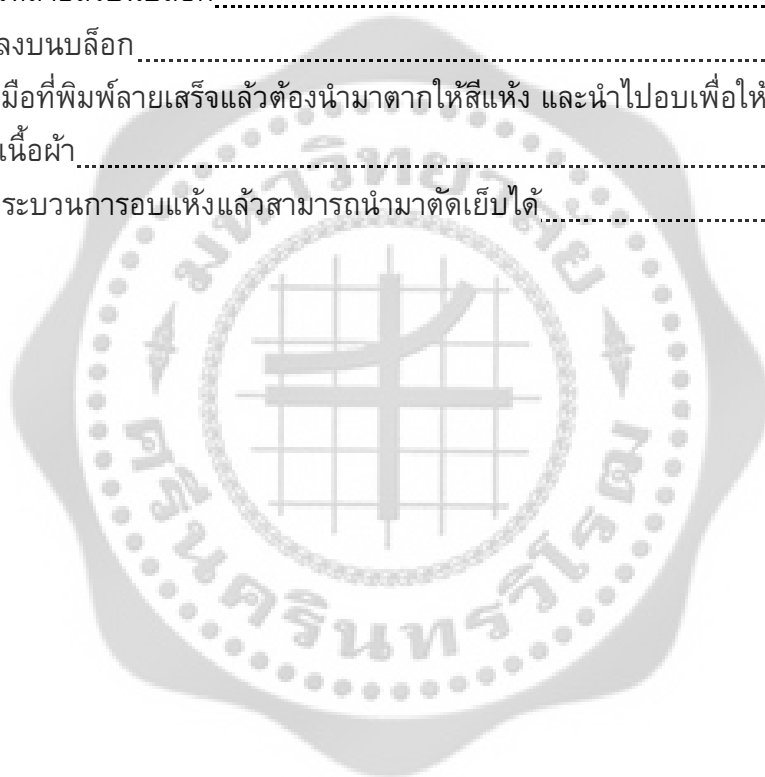
ภาพประกอบ	หน้า
1 ภาพประกอบของโคโค่ พัทท์ พิมพ์ลวดลายลงบนผ้า.....	15
2 งานภาพประกอบที่พิมพ์ลวดลายลงบนผ้า.....	15
3 ผลิตภัณฑ์กระเป๋่า.....	17
4 ผลิตภัณฑ์กระเป๋่า.....	17
5 ผ้าพิมพ์ลายดอกไม้ และลายจุด.....	19
6 ลายดอกไม้แบบ “Unikko” (อูนิโกะ) ที่มีชื่อเสียงของมารีเมคโกะ.....	22
7 การเรียงลำดับในลักษณะการซ้ำของรูปร่าง.....	49
8 การสลับภาพซ้อนขวา.....	49
9 การหมุนรอบจุด.....	50
10 การสลับซ้ายขวาและหมุนรอบจุด.....	50
11 การสลับซ้ายขวาเป็นลำดับ.....	50
12 การหมุนรอบจุดและเรียงลำดับ.....	51
13 การเรียงลำดับสลับจังหวัด.....	51
14 การผสมระหว่างเรียงลำดับ สลับซ้ายขวา และหมุนรอบจุด.....	51
15 จังหวัดซ้ำกันของเส้น.....	52
16 จังหวัดซ้ำเท่ากันของรูปร่าง.....	52
17 จังหวัดซ้ำเท่ากันของสีขาวย - ดำ.....	52
18 จังหวัดเท่ากันของลักษณะผิว.....	52
19 จังหวัดซ้ำของเส้นไม่เท่ากัน.....	52
20 จังหวัดซ้ำของรูปร่างไม่เท่ากัน.....	53
21 จังหวัดซ้ำของขนาดไม่เท่ากัน.....	53
22 จังหวัดซ้ำของขนาดและน้ำหนักไม่เท่ากัน.....	53
23 แถวบน: จังหวัดซ้ำสลับกันแบบระยะห่างเท่ากัน แถวล่าง: จังหวัดซ้ำสลับกันแบบระยะห่างไม่สม่ำเสมอ.....	53
24 จังหวัดเน้นหรือพักด้วยพื้นผิว.....	54
25 จังหวัดเน้นหรือพักด้วยการใช้ค่าน้ำหนัก.....	54
26 จังหวัดซ้ำที่เกิดจากความแตกต่าง.....	54
27 จังหวัดแบบต่อเนื่องจากเส้นและรูปร่าง.....	54
28 จังหวัดแบบต่อเนื่องจากหน่วยหลายหน่วยรวมกันเป็นชุด.....	54
29 จังหวัดทับซ้อนจากบนลงล่าง.....	55
30 จังหวัดทับซ้อนจากซ้ายไปขวา.....	55

บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
31 จังหวะลื่นไหลไปในทิศทางเดียวกัน	55
32 จังหวะเปลี่ยนทิศทาง	55
33 แสดงภาพการใช้รูปและพื้นที่	56
34 แสดงภาพการใช้การลดหลั่น	56
35 การออกแบบลวดลายภายในกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัส	56
36 การออกแบบลวดลายโดยการเชื่อมต่อกลุ่มตารางสี่เหลี่ยมจัตุรัส	57
37 การออกแบบลวดลายโดยการเชื่อมต่อกลุ่มตารางสี่เหลี่ยมผืนผ้า	57
38 ความใกล้ชิดที่เกิดจากหน่วยเดียวกัน	57
39 ความใกล้ชิดที่เกิดจากจุด	57
40 ความใกล้ชิดที่เกิดจากหน่วยหลายหน่วย	58
41 ทรงเดช ทิพย์ทอง “ศรีคำ(2)”	58
42 การต่อลวดลายแบบแนวตั้ง	58
43 การต่อลวดลายแบบเส้นหยักหรือซิกแซ็ก	59
44 การต่อหลายแบบเส้นเฉียง	59
45 การต่อลวดลายแบบตาหมากรุก	59
46 การต่อลายในลักษณะสี่เหลี่ยม (The Square Network)	60
47 การต่อลายในลักษณะการเรียงอิฐแนวนอนหรือแนวตั้ง (The Brick and Half Drop Network)	60
48 การต่อลายในลักษณะสามเหลี่ยม (The Triangle Network)	60
49 การต่อลายในลักษณะสามเหลี่ยม (The Triangle Network)	60
50 การต่อลายในลักษณะลวดตาข่าย (The Ogee Network)	61
51 การต่อลายในลักษณะหกเหลี่ยม (The Hexagon Network)	61
52 การต่อลายในลักษณะรูปพัด (The Scale Network)	61
53 การต่อลายในลักษณะวงกลม (The Circle Network)	61
54 แบบของลวดลายจากการคิดลอกเลียนแบบ	65
55 รูปแบบของลวดลายจากการคิดการคิดดัดแปลงแบบ	65
56 ลวดลายจากการคิดสร้างสรรค์รูปแบบ	66
57 ผ้าไหมลายพื้น	95
58 ผ้าไหมลายตาราง	95
59 ผ้าไหมที่ทอลายตามแบบลูกคำ	95
60 รูปแบบลวดลายภาพจากประกอบที่ 2	106

บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
61 รูปแบบลวดลายภาพ จากประกอบที่ 3.....	106
62 รูปแบบลวดลายภาพจากประกอบที่ 5.....	107
63 รูปแบบลวดลายภาพ จากประกอบที่ 7.....	107
64 รูปแบบลวดลายภาพจากประกอบที่ 9.....	107
65 การต่อลายแบบอิฐบล็อกจากการปรับลวดลายให้เหมาะสมกับการพิมพ์ซิลค์สกรีน.....	127
66 การเตรียมสีในการพิมพ์.....	128
67 การถ่ายลวดลายลงบนบล็อก.....	128
68 การปาดสีลงบนบล็อก.....	129
69 ผ้าไหมทอมือที่พิมพ์ลายเสร็จแล้วต้องนำมาตากให้สีแห้ง และนำไปอบเพื่อให้สีติดทน ลงไปบนเนื้อผ้า.....	129
70 ผ้าที่ผ่านกระบวนการอบแห้งแล้วสามารถนำมาตัดเย็บได้.....	130



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

คำว่า “ภาพประกอบ” ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “Illustration” ซึ่งมีผู้ให้คำนิยามของภาพประกอบไว้หลายความหมายด้วยกันดังนี้ รอสส์ ให้ความหมายของภาพประกอบว่า ภาพประกอบคือ หลักฐานที่จะช่วยอธิบายให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาสาระมากขึ้น ทั้งยังเป็น สิ่งช่วยตกแต่งให้หนังสือดูสวยงาม ภาพประกอบเป็นผลงานสร้างสรรค์ของศิลปินแต่ละคน อาจมีลักษณะเป็นลายเส้นขาว-ดำ มีการให้แสงเงาอ่อน-แก่ หรืออาจใช้สีหลายสีก็ได้ แต่การสร้างสรรค์ผลงานต้องมีลักษณะน่าสนใจ ปลุกเร้าความรู้สึกสามารถโน้มน้าวมโนคติของผู้อ่าน ทั้งนี้เพื่ อให้เกิดอารมณ์ร่วม มีจินตนาการและสนุกกับการอ่านคำและภาพสื่ บุคคลที่มีความสำคัญของการสร้างสรรค์ภาพประกอบนั้นก็คือนักเขียนภาพประกอบ (Illustrator) คือผู้ที่ใช้ความเชี่ยวชาญในการเพิ่มคุณค่าของงานเขียนโดยการสร้างภาพที่มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาภายในงาน โดยพยายามเพิ่มความกระจำจ้งของเนื้อหาที่ซับซ้อนหรือสิ่งที่ยากต่อการอธิบายด้วยตัวหนังสือ หรืออาจจะเขียนเพื่อความบันเทิงเช่นการเขียนบัตรอวยพรหรือปกหนังสือ หรือภาพเขียนภายในหนังสือหรือวารสารหรือโฆษณา หรือโปสเตอร์ นักเขียนภาพประกอบร่วมสมัยจะเขียนงานสำหรับหนังสือสำหรับเด็ก, โฆษณา, หนังสือพิมพ์ โดยนักวาดภาพประกอบจะใช้หมึกและปากกาหรือแอร์บรัชในการเขียนงาน ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์ทำให้วิธีสร้างงานเปลี่ยนไป แต่วิธีเขียนแบบเก่าก็ยังใช้กันอยู่ทั่วไป ในการเขียนภาพด้วยปากกาและหมึก, สีน้ำ, สีน้ำมัน, พาสเทล, งานแกะไม้, งานแกะยาง (Linocut) นักเขียนภาพประกอบมักจะทำงานเป็นอิสระโดยได้รับค่าจ้างจากสำนักพิมพ์หรือบริษัทโฆษณา ต่างๆ (วารางคณา ศิริปโชติ. 2542; อ้างอิงจาก Ross. n.p.: 1)

จิตรกรภาพประกอบ (Illustrator) คือจิตรกรกราฟิกที่มีความเชี่ยวชาญในการเพิ่มคุณค่าของงานเขียนโดยการสร้างภาพที่มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาภายในงาน จิตรกรอาจจะพยายามเพิ่มความกระจำจ้งของเนื้อหาที่ซับซ้อนหรือสิ่งที่ยากต่อการอธิบายด้วยตัวหนังสือ หรืออาจจะเขียนเพื่อความบันเทิงเช่นการเขียนบัตรอวยพรหรือปกหนังสือ หรือภาพเขียนภายในหนังสือหรือวารสารหรือโฆษณา หรือโปสเตอร์

จิตรกรภาพประกอบร่วมสมัยอาจจะเขียนงานสำหรับหนังสือสำหรับเด็ก, โฆษณา, หนังสือพิมพ์ จิตรกรในกลุ่มนี้มักจะใช้หมึกและปากกาหรือแอร์บรัชในการเขียน แต่คอมพิวเตอร์ทำให้วิธีสร้างงานเปลี่ยนไป แต่วิธีเขียนแบบเก่าก็ยังใช้กันอยู่ จิตรกรภาพประกอบมักจะทำงานเป็นอิสระโดยได้รับค่าจ้างจากสำนักพิมพ์หรือบริษัทโฆษณา งานภาพประกอบทางวิทยาศาสตร์และทางเทคนิคเรียกกันว่า “information graphics” เช่นงานเขียนภาพประกอบหนังสือกายภาควิทยาซึ่งผู้เขียนต้องได้รับการฝึกพิเศษ

ผ้าไหมไทย เป็นผ้าที่ทอขึ้นจากเส้นใยโปรตีนตามธรรมชาติที่มีคุณภาพ ที่ได้มาจากรังไหมของตัวไหม ซึ่งเป็นแมลงชนิดหนึ่งในจำพวกผีเสื้อที่มีชื่อว่า Bomyxmon เส้นไหมมีโครงสร้างพิเศษมีความเป็นระเบียบและความเป็นผลึกสูง มีคุณสมบัติที่โดดเด่นด้านความมันวาว และมีผิวเรียบ ดังนั้นเมื่อทอออกมาแล้วก็จะได้ผ้าที่สวยงามเป็นเงาวาวจับตาผู้พบเห็น นอกจากความสวยงามในตัวเส้นไหมแล้ว เส้นไหมยังมีคุณสมบัติพิเศษอื่นคือสามารถดูดความชื้น คายความเปียกได้ดี และไม่เปื้อนอันตรายต่อผู้สวมใส่อีกด้วย ผ้าไหมไทยเป็นมรดกทางศิลปวัฒนธรรมที่ยืนยาวจากอดีตสืบต่อมาจนปัจจุบัน ต้องประสบปัญหาและอุปสรรคมากมาย ทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีตและพัฒนาการอันยาวนาน เป็นสิ่งมีค่าซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการของสังคมไทย และการพัฒนาในการคิดค้นประดิษฐ์ผ้าขึ้น เพื่อสนองความต้องการใช้ของผู้บริโภค จากระบบหัตถกรรมในครัวเรือนมาสู่ระบบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจุบันการผลิตผ้าไหมไทยมาจากแหล่งผลิตสำคัญสองแห่งคือ การผลิตจากอุตสาหกรรมในครัวเรือน ตามท้องถิ่นต่างๆ ในลักษณะของผ้าไหมพื้นบ้าน การทอผ้าไหมแบบนี้ อาศัยฝีมือและความชำนาญที่สืบทอดกันมา มีลวดลายเฉพาะถิ่นแต่ละผืนจะไม่เหมือนกัน ปริมาณการผลิตไม่แน่นอน ลักษณะการจำหน่ายต้องผ่านพ่อค้าคนกลางรายย่อยเป็นส่วนใหญ่ สำหรับผ้าไหมที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรม จะผลิตเป็นจำนวนมากในรูปของ Mass Production โดยทำเป็นแบบเดียวกันเป็นจำนวนมากเท่าที่ต้องการ มีสีสันทันและลวดลายที่ใช้เทคนิคการพิมพ์แบบ สมัยใหม่ ผ้าที่ผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม เป็นการผลิตเพื่อสนองความต้องการของคนจำนวนมาก ต้องผลิตให้ได้ปริมาณมากรวดเร็ว ตามลักษณะของอุตสาหกรรมทั่วไป

_ชุมชนบ้านครัวเป็นชุมชนเก่าแก่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 200ปี จากบรรพชนอาณาจักรที่ร่วมปกป้องอธิปไตยของแผ่นดิน กรุงศรีอยุธยาเป็นต้นมาจนถึงกรุงรัตนโกสินทร์ ชุมชนบ้านครัวมีอัตลักษณ์อันโดดเด่นด้านศิลปหัตถกรรมที่ หญิงชาวจามหรือผู้หญิงบ้านครัวมี ความชำนาญในการทอผ้าไหม อันกลายเป็น อาชีพหลัก และทำให้ผ้าไหมไทยเป็นที่รู้จักทั่วโลก โดย จิม ทอมป์สัน เป็นผู้นำผ้าไหมบ้านครัวไปขายในตลาดต่างประเทศ

_ชุมชนบ้านครัวกับการผลิตผ้าไหม

_“เพราะมีไหมไทยบ้านครัว จึงมีไหมไทยจิม ทอมป์สัน

_เพราะมีไหมไทย จิม ทอมป์สัน ต้องจารึกไว้ในประวัติศาสตร์บ้านครัว”

_ (เรื่องศักดิ์ ดำริห์เลิศ. 2545)

_ ในจำนวนผ้าทั้งหลาย ผ้าไหม จัดเป็นผ้าที่มีความงามคงทน มีอายุการใช้งานนานหลายปี ผ้าไหมที่มีชื่อเสียงของไทยเป็นผ้าไหมจากภาคเหนือ ภาคอีสาน ซึ่งคนส่วนใหญ่รู้จักกัน ดี เช่นผ้าไหมจากเชียงใหม่ อุดรดิตถ์ สุรินทร์ ขอนแก่น ฯลฯ แต่ใครจะนึกบ้างว่าในกรุงเทพฯ จะมีแหล่งผลิตผ้าไหมอันลือชื่อที่มีคุณภาพทัดเทียมกับผ้าไหมจากแหล่งอื่นๆ นั่นคือ ผ้าไหมจากชุมชนบ้านครัว

_อาชีพทอผ้าไหมเป็นอาชีพเก่าแก่ดั้งเดิมของผู้หญิงในชุมชนบ้านครัวเหนือ ที่สืบทอดมาตั้งแต่ยังอยู่ที่เขมร เมื่อถูกกวาดต้อนมาอยู่ในประเทศไทยในสมัยรัชกาล พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้เขมรเหล่านี้ไปตั้งรกรากที่ริมคลองมหานาค พวกเขมรเหล่านี้ก็ทำมาหาเลี้ยงชีพด้วยอาชีพที่เคยทำ กล่าวคือผู้ชายที่มีความ สามารถในการเดินเรือ ก็

ประกอบอาชีพเดินเรือ โดยรับราชการเข้าเป็นทหารเรือ (อุทัย สินธุสารม. 2517: 719) ส่วนพวกผู้หญิงที่มีความสามารถในการทอผ้าไหมและกรอไหม ก็จะทอผ้าไหม กิจการทอผ้าไหมจึงถือกำเนิดขึ้นในบ้านครัวเหนือตั้งแต่นั้น (เสาวภา พรศิริพงษ์; และคณะ. 2532: 58) ดังนั้นการทอผ้าไหมในบ้านครัวจึงเป็นอาชีพครัวเรือนที่มีมานาน ชาวบ้านนำมาหากินด้วยการทอผ้าไหม โดยส่งไหมดิบจากเขมร เวียดนาม จีน และจากทางฝั่งอีสานแล้วนำมาฟอก ย้อม ตามขั้นตอน การย้อมก็ด้วยสีธรรมชาติ ผ้าที่ทอได้จะเป็นพวกผ้าซิ่น ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า ด้วยฝีมือที่ ประณีตเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป ทั้งของชาวบ้านในละแวกใกล้เคียงและผู้ที่ยืมผ้าไหมในจังหวัดอื่นๆ ทำให้ผ้าไหมบ้านครัวมีชื่อเสียงและรู้จักกันดีในนามของผ้าไหมบ้านครัว ดังนั้นอาชีพทอผ้าไหมจึงถือเป็นอาชีพที่ทำรายได้ให้กับครอบครัวเป็นอันดับหนึ่งในสมัยนั้น

_การทอผ้าไหมของบ้านครัวนั้นต่างจากที่อื่นๆ โดยเฉพาะกรรมวิธีการฟอกด้วยหม้อขนาดใหญ่ หุงข้าวได้ 3 ถัง ใส่น้ำเกือบเต็ม จึงฟอกได้เกลี้ยง เวลानำไปทอสีจะเสมอกันทั้งผืน ไม่เป็นรอยต่าง แต่ตามต่างจังหวัดจะใช้กระทะใบบัว เวลาฟอกจึงไม่เกลี้ยง ที่บ้านครัวเส้นไหมหนึ่งเส้นนั้นเกิดจากการนำเส้นไหมเล็กๆ ควบเข้าไปถึงหกเส้น และใช้เส้นไหมที่มีคุณภาพดีที่สุด ผ้าไหมจากบ้านครัวจึงมีคุณภาพ และมีชื่อเสียง (อรัญญาส. 2547: 216)

_การทอผ้าไหมที่บ้านครัวสมัยก่อนทอด้วยมือ ผืนหนึ่งต้องใช้เวลาทอ 2-3 วัน ไหมบ้านครัวโสร่งบ้านครัว มีชื่อเสียงที่สุดเพราะฝีมือนั้นประณีต การทอมือนั้นสิ้นเปลืองเวลามากกว่าจะได้ผ้าไหมแต่ละหลา ผืนหนึ่งก็ยาวไม่มากนัก จนกระทั่ง มิสเตอร์จิม ทอมป์สัน ฝรั่งเศสชาวอเมริกันเข้ามาในประเทศไทยระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 และมีส่วนสนับสนุนอุตสาหกรรมทอผ้าไหมที่บ้านครัว โดยมี ม.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นผู้พามา เมื่อเห็น ความสวยงามของ ผ้าไหมทอมือที่บ้านครัว จึงสั่งซื้อไปขายที่อเมริกา จนกลายเป็นผู้บุกเบิกตลาดผ้าไหมไทยให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ และเป็นผู้ที่เปลี่ยนแปลงจากการทอมือมาใช้เครื่องจักรซึ่งใช้มือ และเท้าทำให้สามารถทอได้ เร็วขึ้น ผ้าที่ทอได้ก็นำไปป้อนให้กับบริษัทของ มิสเตอร์จิม ทอมป์สัน แต่เพียงแห่งเดียวเท่านั้น จนกระทั่งผ้าไหมไทยจากบ้านครัวมีชื่อเสียง ทำให้ชาวบ้านครัวมีฐานะสภาพความเป็นอยู่ดีขึ้น แต่คนทั่วไปมักจะรู้จักผ้าไหมในนามของผ้าไหมจิม ทอมป์สัน มากกว่าผ้าไหมบ้านครัว แม้ว่าอาชีพฝีมือนี้อาจการทอผ้าไหมของชาวบ้านครัวก็ตาม

_ผ้าไหมบ้านครัวมีความรุ่งเรืองมากตั้งแต่ปี พ.ศ. 2489 ได้ประมาณ 21 ปี ก็ต้องซบซาลงเมื่อ จิม ทอมป์สัน ไปท่องเที่ยวป่าลึกในประเทศมาเลเซีย ในวันพฤหัสบดีที่ 23 มีนาคม 2510 เมื่อเขาอายุได้ 61 ปี และตั้งแต่นั้นมาวันอาทิตย์อีสเตอร์ จิมฯ หายลึกลับไปในป่าดงดิบอย่างไร้ร่องรอยจากเดือนเป็นปี ทำให้ธุรกิจและการเงินชะงักลง เมื่อเปลี่ยนผู้บริหารทำให้นโยบายการค้าขายผ้าไหมเปลี่ยนแปลงไป ชาวบ้านจึงหันไปค้าขายผ้าไหมกับรายอื่นๆ เพื่อที่จะได้เงินสดมาลงทุนหมุนเวียน แต่พบกับปัญหาการจ่ายเช็ค ค ทำให้การเงินขาดสภาพคล่อง ที่สำคัญคือ ราคาไหมดิบ สีย้อม และค่าแรงงานที่สูงขึ้น ผู้ประกอบอุตสาหกรรมผ้าไหมบ้านครัวจึงล้มเลิกกิจการลงเป็นส่วนมากด้วยไม่สามารถอดทนต่อการขาดทุนที่สะสมต่อเนื่องได้ (เรื่องศักดิ์ คำริห์เลิศ. 2545: 63)

_ภายในสภาพการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในเมืองหลวง ชาวมุสลิมในชุมชนบ้านครัวเหนือก็มีอาการอดพ้นจากการเปลี่ยนแปลงนั้นได้ ผู้คนในชุมชน ได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น โดยเฉพาะเด็กรุ่นใหม่ได้หันไปประกอบอาชีพนอกบ้าน ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ได้ละทิ้งการผลิตผ้าไหมซึ่งเป็นขบวนการที่ต้องทำร่วมกันในหมู่เครือญาติ เพราะต้องใช้แรงงานในการผลิตผ้าไหมที่มีกระบวนการผลิตหลายขั้นตอนกว่าจะได้เป็นผืนและต้องใช้เวลานาน ต้องอาศัยความอดทนอย่างมาก ผ้าไหมที่ขายได้ก็ไม่ได้ค่าตอบแทนมากนัก เมื่อเทียบกับการประกอบอาชีพอื่น

_การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับชุมชนบ้านครัวในปัจจุบันทำให้การทอผ้าไหมลดน้อยลง บางบ้านที่ยังประกอบอาชีพทอผ้าไหมอยู่ อย่างที่ร้านมาลิน ซึ่งเป็นร้านขายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านครัวที่มีชื่อเสียงร้านหนึ่ง ได้ยึดอาชีพการทอผ้าไหมมาหลายสิบปี ทำกันอย่างจริงจังจึงเป็นล่ำเป็นสันก็ต้องอาศัยลูกจ้างมาช่วยเหลือ ผู้ที่เข้ามาเป็นลูกจ้างทอผ้าไหมส่วนมากจะเป็นชาวอีสาน นอกจากมารับจ้างฟอก ย้อม ทอผ้าไหมแล้ว ยังมาเช่าบ้านอยู่อาศัยในหมู่บ้านครัวเพื่อไปประกอบอาชีพที่อื่นด้วย เป็นต้นว่าทำงานก่อสร้าง เป็นพนักงานที่ห้างสรรพสินค้าต่างๆ

_สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่เกิดขึ้น ในชุมชนบ้านครัวก็คือมีนายทุนจากต่างถิ่นทราบว่าชาวบ้านครัวมีฝีมือในการทอผ้าไหม จึงนำเส้นไหมดิบมาจ้างชาวบ้านครัวทำเพียงบางขั้นตอน เช่น นำเส้นไหมดิบมาให้ฟอกย้อม นำเส้นไหมเข้าหลอด หลังจากนั้นก็มารับเส้นไหมไปทอในโรงงานที่อื่น บ้างก็นำเส้นไหมที่เข้าหลอดแล้วมาจ้างให้ทอเป็นผืนผ้า ให้ค่าจ้างตามความสามารถที่ทอได้ การเปลี่ยนแปลงที่เห็นขึ้นนี้เห็นชัดเจนมาก เพราะในสมัยก่อนการทอผ้าไหมที่บ้านครัว จะทำเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องกันตั้งแต่ต้นจนถึงขั้นตอนสุดท้าย และเป็นการร่วมมือกันทำภายในครอบครัว แต่ในปัจจุบันเป็นการทำในลักษณะที่ค่อนข้างเป็นธุรกิจ มีการแบ่งงานกันทำตามความถนัดหรือตามการว่าจ้างของนายทุน มีชาวบ้านหลายครอบครัวที่อพยพไปอยู่ที่อื่น บ้างก็ไปประกอบอาชีพทอผ้าไหมให้นายจ้างตามโรงงาน แต่บางรายก็ไปประกอบอาชีพอื่น ที่ยังคงประกอบอาชีพทอผ้าไหมอยู่บ้านครัวเหลืออยู่เพียง 3-4 รายเท่านั้น (ปราณี กล่ำส้ม. 2545: 197-199)

_ด้วยเหตุผลทางข้อมูลดังกล่าว จึงมีแนวความคิดในการ นำวัสดุที่เป็นภูมิปัญญา ของชุมชนบ้านครัว และองค์ความรู้สากลในการออกแบบภาพประกอบ มาสร้างเป็นลวดลายบนผ้าไหมทอมือ และนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่น เพื่อสร้างมูลค่าผ่านกระบวนการออกแบบและพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายให้มีความให้มีความสมัยนิยมมากขึ้น โดยใช้ผนวกกับการใช้ภาพประกอบเป็นแนวทางในการออกแบบ ลวดลายและเพิ่มมิติให้กับงานผ้าไหม ทอมือ เพื่อส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ มีกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะ กลุ่มคนวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน เป็นการตอบสนองความต้องการของชุมชนบ้านครัวเหนือในการต่อยอดผ้าไหมทอมือ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของชุมชนและมีความร่วมสมัย เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และร่วมกับคนในชุมชนในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในการผลิตผ้าไหมทอมือต่อไป

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาและพัฒนากรรมวิธี การผลิตที่เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมในการผลิต ผ้าไหมทอมือ ให้พัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีความร่วมสมัยมากขึ้น โดยใช้องค์ความรู้ในการออกแบบภาพประกอบ เป็นองค์ประกอบในการสร้างสรรค์ผลงาน
2. นำองค์ความรู้ในการออกแบบลายลงบนผ้าไหม ไปพัฒนารูปแบบ และ สร้างสรรค์เป็น ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือบ้านคร้วที่มีความร่วมสมัยมากขึ้น

ความสำคัญของการวิจัย

ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในด้านแนวคิด เทคนิคและการพัฒนารูปแบบกลวิธีการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีองค์ประกอบมาจากภาพประกอบ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความ มสนใจในการ นำผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น มาเพิ่มมูลค่าโดยการ พัฒนารูปแบบ ไปสู่ผลิตภัณฑ์ แฟชั่นที่มีความร่วมสมัย และมีตลาดรองรับมากขึ้น

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีการสร้างภาพประกอบ

1.1 ลวดลายและรูปแบบที่มีความร่วมสมัย

1.2 เทคนิคที่ในการสร้างลวดลายลงบนผ้าไหมทอมือ

2. ออกแบบและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นแนวร่วมสมัย ประกอบด้วย ผ้าตัดชุด ผ้าพันคอ เอนกประสงค์ และ ชุดจำลองสำหรับสตรี

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือการออกแบบลวดลายลงบน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือจาก ชุมชนบ้านคร้ว

ตัวแปรที่ใช้ศึกษา

ตัวแปรต้น

การสร้างลวดลายลงบนผ้าไหม ทอมือโดยใช้ทฤษฎีและเทคนิคของการออกแบบ ภาพประกอบแฟชั่น

ตัวแปรตาม

การออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่ เหมาะสมกับกับคุณลักษณะของผ้าไหมทอมือที่ออกแบบ ลวดลายภาพประกอบ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ การออกแบบลวดลายลงบนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ จากชุมชนบ้านคร้ว โดยเลือก รูปแบบของลายผ้าที่มาจากภาพประกอบ จำนวน 10 รูปแบบ และทำการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ โดยพิจารณาจากเทคนิคการสร้างสรรค์ และความงาม รวมทั้ง ความเหมาะสมในการออกแบบลวดลายลงบนผ้าไหม ให้เหลือจำนวน 5 รูปแบบ จากนั้นทำการคัดเลือกจากผู้บริโภคให้เหลือ 1 รูปแบบที่มีความเหมาะสมและตรงกับความต้องการมากที่สุด เพื่อนำมาพัฒนาและทำการออกแบบสร้างสรรค์ให้กับผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคเพื่อใช้วัด ความพึงพอใจ และใช้ในการสรุป อภิปรายผลที่ได้รับจากการวิเคราะห์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ภาพประกอบ หมายถึง เนื้อหาส่วนที่เป็นภาพซึ่งปรากฏในเอกสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ นอกเหนือจากเนื้อหาข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพเหล่านี้อาจเป็นภาพวาด หรือภาพถ่ายก็ได้ และยังนับรวมถึงภาพกราฟิกต่างๆ เช่น จุด เส้น สี แถบกราฟิกหรือ ภาพลายเส้นเรขาคณิตอื่นๆ ที่ใช้ในการตกแต่งงานพิมพ์อีกด้วย
2. ผ้าไหมทอมือ หมายถึง เป็นผ้าไหมซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างจากผ้าไหมทั่วไป กล่าวคือ มีแสงแวววาวเป็นมันเลื่อม เนื้อผ้าฟูไม่เรียบ อ่อนนุ่ม มีน้ำหนัก บางชนิดเป็นปุ่มปมอันเนื่องมาจากระดับคุณภาพซึ่งเกิดในกระบวนการผลิตแต่ก็ทำให้ได้รับความนิยมของคนบางกลุ่ม เพราะดูแล้วมีความแปลกตา
3. กระบวนการผลิตผ้าไหม หมายถึง ขั้นตอนการผลิต แหล่ง/การได้มาซึ่งวัตถุดิบ(ไหม) การฟอก/การย้อม การกรอไหม การสาวไหม/ขึ้นหัวม้วน การเก็บตะกอก การทอ และการจำหน่าย

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. การออกแบบ ลวดลาย ผลิตภัณฑ์จากผ้า ไหมทอมือเป็นการช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญาในท้องถิ่น และช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยช่องทางความรู้ในการออกแบบให้มีมูลค่า และเปิดโอกาสให้ มีเป้าหมายทางการตลาดมากขึ้น
2. เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาไทยให้มีความร่วมสมัย เป็นประโยชน์ต่อนักออกแบบในอนาคต

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาและพัฒนากระบวนการออกแบบภาพประกอบ เพื่อการออกแบบลวดลายผ้าไหมทอมือและพัฒนาไปสู่การออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษา ชุมชนบ้านคร้ว



สมมุติฐานการวิจัย

ได้องค์ความรู้จากการนำทฤษฎีการออกแบบภาพประกอบแฟชั่นมาพัฒนาเทคนิค และกระบวนการในการสร้างลวดลายลงบนผ้าไหมทอมือซึ่งเป็นงานหัตถกรรมจากภูมิปัญญาของ ชุมชนบ้านครัว ซึ่งประสบปัญหาในการขายผ้าไหมทอมือที่มีผลตอบแทนน้อยเนื่องจากผ้าที่ทอ มีสีลวดลายที่ไม่หลากหลาย และยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ดัดแปลงมาจากผ้าไหมที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน โดยนำมาผ่านกระบวนการวิจัยและออกแบบให้ได้ผลิตภัณฑ์แฟชั่น ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้ผ้าไหมทอมือ และมีความร่วมสมัยขึ้น เพื่อขยายเป้าหมายทางการตลาดไปสู่กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ข้อมูลของภาพประกอบ
 - 1.1 ความหมายและความเป็นมาของภาพประกอบ
 - 1.2 การออกแบบภาพประกอบเพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์
 - 1.3 ศิลปินที่ทำภาพประกอบ
 - 1.4 ภาพประกอบกับการออกแบบลายผ้า
2. ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าไหมของชุมชนบ้านคร้ว
 - 2.1 ประวัติความเป็นมาของชุมชนบ้านคร้ว
 - 2.2 กรรมวิธีในการทอ
 - 2.3 คุณลักษณะของผ้าไหม
3. ข้อมูลเกี่ยวกับกรรมวิธีสร้างลวดลายลงบนผ้าไหม
 - 3.1 การพิมพ์ลายโดยเทคนิคซิลค์สกรีน (silk screen)
4. ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา
 - 4.1 ทฤษฎีการเขียนภาพประกอบ
 - 4.2 ทฤษฎีที่ใช้ในการออกแบบลวดลาย
 - 4.2.1 ความสำคัญของการออกแบบลวดลาย
 - 4.2.2 การจัดวางองค์ประกอบลวดลาย
 - 4.2.3 หลักการออกแบบลวดลาย
 - 4.2.4 กระบวนการออกแบบ
 - 4.3 ทฤษฎีทางการตลาด
 - 4.3.1 ผู้บริโภคและพฤติกรรมของผู้บริโภค
 - 4.3.2 ตลาดแบบเฉพาะเจาะจง
 - 4.3.3 แนวคิดเรื่องการบริโภคเชิงสัญญาะ
5. ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบเครื่องแต่งกาย
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. สรุปจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัย

1. ข้อมูลของภาพประกอบ

คำว่า “ภาพประกอบ” ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “Illustration” ซึ่งมีผู้ให้คำนิยามของภาพประกอบไว้หลายความหมายด้วยกันดังนี้ รอสส์ ให้ความหมายของภาพประกอบว่าภาพประกอบคือหลักฐานที่จะช่วยอธิบายให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาสาระมากขึ้น ทั้งยังเป็นสิ่งช่วยตกแต่งให้หนังสือสวยงาม ภาพประกอบเป็นผลงานสร้างสรรค์ของศิลปินแต่ละคน อาจมีลักษณะเป็นลายเส้นขาว-ดำ มีการให้แสงเงาอ่อน-แก่ หรืออาจใช้สีหลายสีก็ได้ แต่การสร้างสรรค์ผลงานต้องมีลักษณะน่าสนใจ ปลุกเร้าความรู้สึกสามารถโน้มน้าวมโนคติของผู้อ่าน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดอารมณ์ร่วม มีจินตนาการ และสนุกกับการอ่านคำและภาพสี (วารางคณา ศิริปโชค. 2542; อ้างอิงจาก Ross. n.d.: 1) นักเขียนภาพประกอบ (Illustrator) คือผู้ที่ใช้ความเชี่ยวชาญในการเพิ่มคุณค่าของงานเขียนโดยการสร้างภาพที่มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาภายในงาน โดยพยายามเพิ่มความกระจำจรัสของเนื้อหาที่ซับซ้อนหรือสิ่งที่ยากต่อการอธิบายด้วยตัวหนังสือ หรืออาจจะเขียนเพื่อความบันเทิงเช่นการเขียนบัตรอวยพรหรือปกหนังสือ หรือภาพเขียนภายในหนังสือหรือวารสาร หรือโฆษณา หรือโปสเตอร์ นักเขียนภาพประกอบร่วมสมัยจะเขียนงานสำหรับหนังสือสำหรับเด็ก , โฆษณา, หนังสือพิมพ์ โดยนักวาดภาพประกอบจะใช้หมึกและปากกาหรือแอร์บรัชในการเขียนงาน ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์ทำให้วิธีสร้างงานเปลี่ยนไป แต่วิธีเขียนแบบเก่าก็ยังใช้กันอยู่ทั่วไป ในการเขียน ภาพด้วยปากกาและหมึก , สีน้ำ, สีน้ำมัน, พาสเทล, งานแกะไม้, งานแกะยาง (Linocut) นักเขียนภาพประกอบมักจะทำงานเป็นอิสระโดยได้รับค่าจ้างจากสำนักพิมพ์หรือบริษัทโฆษณาต่างๆ ฯลฯ

1.1 ความหมายของภาพประกอบและความเป็นมา

ฮอฟท์ ให้ความหมายของภาพประกอบว่าเป็นการแปลข้อความของผู้เขียน เรื่องมาเป็นภาพซึ่งจะมีลักษณะลักษณะที่เป็นรูปธรรมมากกว่าข้อความ ทำให้ผู้อ่านเกิดจินตภาพ (Visual image) เมื่อได้อ่านเนื้อหาแล้ว ดังนั้นการที่ผู้เขียนภาพประกอบหนังสือจะเขียนภาพหนึ่งภาพใดออกมาจึงต้องเขียนให้ชัดเจน สามารถสื่อความหมายได้ดีที่สุด(วารางคณา ศิริปโชค. 2542: อ้างอิงจาก Haupt. 1975: 145) ซึ่ง Encyclopedia Americana ให้ความหมายของภาพประกอบว่า เป็นภาพ หรือ ส่วนประกอบเนื้อหาที่เป็นภาพ ภาพวาดและงานเขียนมีแหล่งกำเนิดแบบธรรมดาและจุดมุ่งหมายแรกของภาพประกอบคือการทำให้เข้าใจเนื้อหาที่ปรากฏในต้นฉบับ หรือเล่มที่ตีพิมพ์ ภาพประกอบมักเป็นส่วนของการตกแต่ง และส่วนของการตกแต่งกลายเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยเฉพาะในต้นฉบับสมัยกลาง (วารางคณา ศิริปโชค. 2542; อ้างอิงจาก Encyclopedia Americana. 1992: 787)

ภาพประกอบเป็น ภาพที่สร้างโดยศิลปิน ซึ่งอาจเป็นภาพวาดระบายสี ภาพร่าง หรือภาพถ่าย โดยเป็นภาพที่มาจาก การพบเห็น จ ากความทรงจำ หรือจากจินตนาการ ในปัจจุบันการพิมพ์เป็นวิธีการที่ใช้ในกระบวนการผลิตภาพประกอบได้รวดเร็วที่สุด การเขียนภาพประกอบใช้สำหรับประกอบ บทความ บทกวี หนังสือแฟชั๊ น นิตยสาร แสตมป์ และหนังสือภาพสำหรับเด็ก โดยมีจุดมุ่งหมายในการเขียนภาพประกอบคือเพื่อตกแต่ง หรือช่วยในการตีความเรื่องราว โดยถ่ายทอด ออกมาเป็นภาพที่แสดงให้เห็นถึงเนื้อหาบางส่วน ของบทความนั้น ๆ นอกจากนี้

ภาพประกอบยังมีการนำไปใช้เป็นภาพเชิงวิทยาศาสตร์ เช่น ภาพ วาดของต้นไม้ชนิดต่างๆ ภาพทางการแพทย์ หรือภาพทางชีววิทยา ภาพกระบวนการทางเคมี หรือภาพที่ใช้อธิบายวิธีการใช้ของบางสิ่ง การสร้างภาพประกอบสามารถใช้เทคนิคที่หลากหลายเช่น การระบายสีน้ำ สี น้ำผสมภาพหมึก สีน้ำมัน สีชอล์ก แท่งซาโคลล์ หรือภาพพิมพ์แกะไม้ ภาพวาดต้นฉบับ มักจะวาดลงบนผืนผ้าใบหรือบนแผ่นไม้ ขณะที่ภาพประกอบจะถูกพิมพ์ซ้ำออกมาเป็นจำนวนมาก ในระบบอุตสาหกรรม และกลายเป็นส่วนประกอบสำคัญในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์

(แปลบทความ: <http://en.wikipedia.org/wiki/Illustration>)

วิวัฒนาการของภาพประกอบนั้นพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วจากการคิดค้นแท่นพิมพ์ของ โยฮันเนส กูเตนเบิร์ก (Johannes Gutenberg) แต่เดิมภาพประกอบถูกเขียนขึ้นด้วยมือ เมื่อแท่นพิมพ์ถูกคิดค้นขึ้นได้มีการตีพิมพ์ หนังสือซึ่งมีการพิมพ์ภาพประกอบลงไปด้วย ในศตวรรษที่ 15 ภาพประกอบที่ตีพิมพ์ลงในหนังสือเป็นภาพพิมพ์แกะไม้ (Woodcut) ต่อมาในศตวรรษที่ 16-17 มีการเพิ่มเทคนิค การพิมพ์แบบกัดกรด (Etching) กับการพิมพ์โดยแกะแม่พิมพ์โลหะ (Engraving) ปลายศตวรรษที่ 18 การพิมพ์แม่พิมพ์หิน (Lithograph) ทำให้ภาพประกอบที่ถูกตีพิมพ์มีคุณภาพที่ดีกว่าเดิมและผลิตรายได้มากขึ้น นักวาดภาพประกอบที่มีชื่อเสียงในยุคนี้คือ วิลเลียม เบลค (William Blake) ที่ทำภาพประกอบด้วยเทคนิคการพิมพ์กัดกรด (Etching)

ช่วงต้นจนถึงกลางศตวรรษที่ 19 นักวาดภาพประกอบที่มีชื่อเสียงของยุคนี้ คือ จอห์น ลีช (John Leech), จอร์จ ครูกแซงค์ (George Cruikshank), แฮบล็อต ไนท์ บราวน์ (Hablot Knight Browne) ซึ่งเขียนภาพประกอบให้กับวรรณกรรมของ ชาร์ลส์ ดิกคินส์ (Charles Dickens) และในฝรั่งเศส โดมิเย (Honoré Daumier) วาดภาพประกอบแบบเสียดสีสังคมลงในนิตยสาร โดยมีการออกแบบคาแรกเตอร์ที่เป็นตัวแทนของชนชั้นต่างๆ ในสมัยนั้น นิตยสารเรื่องข่าวของประเทศอังกฤษที่ชื่อว่า “พังก์ (Punch)” ซึ่งตีพิมพ์ตั้งแต่ปี.ศ.1841 ตีพิมพ์ภาพการ์ตูนที่มีชื่อเสียงของครูกแซงค์ (1824-1840) จนถึงศตวรรษที่ 20 ภาพประกอบที่เป็นการ์ตูนล้อเลียน เสียดสีได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยศิลปินที่วาดภาพประกอบเหล่านี้ ล้วนฝึกฝนมาเพื่อทำงานจิตรศิลป์ แต่ประสบความสำเร็จในฐานะนักวาดภาพประกอบ นิตยสารที่มีชื่อเสียงสมัยนั้นอย่าง “พังก์” และ เลอร์ โวลเลอร์ (Le Voleur) ของฝรั่งเศส ตระหนักดีว่าภาพประกอบที่สวยงาม ทำให้หนังสือขายดีเท่ากับเนื้อหาที่มีความน่าสนใจในเล่ม

ยุคทองของการเขียนภาพประกอบ ในอเมริกาเริ่มต้นขึ้นในปี.ศ.1880 (ในยุโรปเริ่มก่อนหน้านั้นไม่กี่ทศวรรษ) จนถึงหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 หนังสือพิมพ์ นิตยสารที่ขายดี และหนังสือภาพประกอบได้กลายเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลในขณะนั้น และเข้าถึงผู้บริโภคทุกคน มีวิวัฒนาการของเทคโนโลยีการพิมพ์ ทำให้สามารถตีพิมพ์ภาพที่มีสีสันและเทคนิคใหม่ๆ ได้ ทำให้นักวาดภาพประกอบในยุคนี้ประสบความสำเร็จในด้านชื่อเสียงและ เงินทอง เป็นแรงบันดาลใจสำหรับคนอเมริกันที่ต้องการประสบความสำเร็จในสมัยนั้น

ในปัจจุบันพบว่าการให้ความสำคัญในการเก็บสะสม และความนิยมในการเขียนภาพประกอบที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ในหนังสือ นิตยสาร ไปสเตอร์ แผ่นพับ และ บล็อกต่างๆ ในอินเทอร์เน็ต มีการจัดแสดงภาพประกอบในนิทรรศการ การ กาลศิลปะ แม้ว่าบางครั้งนักวาดภาพประกอบจะถูกเปรียบเทียบกับมีความสำคัญน้อยกว่าศิลปินที่ทำงานวิจิตรศิลป์ และกราฟิกดีไซน์เนอร์ แต่อย่างไรก็ตามจากการเติบโตของวิดีโอเกม และหนังสือนวนิยายภาพ นอกจากนี้ยังกลับมานิยมใช้ภาพประกอบในนิตยสาร และสื่อด้านต่างๆ มากกว่าการใช้ภาพถ่าย ทำให้การเขียนภาพประกอบได้รับความนิยมมากขึ้น มีมูลค่าที่สูงขึ้น และสร้างกำไรให้กับนักเขียนภาพประกอบ และเป็นที่ต้องการของตลาด เช่น ในประเทศเกาหลี, ญี่ปุ่น, ฮองกง และสหรัฐอเมริกา ภาพประกอบที่เป็นภาพต้นฉบับของนักเขียนภาพประกอบที่มีชื่อเสียงในนิตยสารต่างๆ ถูกนำมาประมูลที่ราคาหลายร้อยถึงหลายพันเหรียญดอลลาร์สหรัฐ นักเขียนภาพประกอบชาวอเมริกันที่มีชื่อเสียงมากอย่าง นอร์แมน รอกก์เวลล์ (Norman Rockwell) ได้ราคาที่สูงกว่ามาตรฐานทั่วไป ผลงานของเขาที่ชื่อว่า “Breaking Home Ties” นำมาประมูลโซเธอบี (Sotheby's auction) ในปี ค.ศ. 2006 ได้ในราคา 15.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

เทคนิคในการเขียนภาพประกอบ

ภาพประกอบเป็น มีการประยุกต์ใช้เทคนิคต่างๆ ในการสร้างงาน เช่น การวาดเส้น , การระบายสี, การพิมพ์ และการตัดแปะ (Digolo & O. Mazrui: Art & Design Forms 1 and 2 หน้า: 51) เทคนิคเหล่านี้สามารถสร้างงานออกมาได้หลากหลายรูปแบบ และสร้างความรู้สึกให้ผู้ที่พบเห็นได้แตกต่างกันไป การเลือกใช้จึงต้องเลือกให้เหมาะสมกับสิ่งที่ผู้วาดต้องการจะสื่อสาร นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ เช่น ภาพประกอบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค , ข้อจำกัดของศิลปิน และต้นทุนในการผลิตงาน

นักวาดภาพประกอบในยุคปัจจุบันนี้มีการเขียนภาพที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละคน แตกต่างจากสมัยก่อนที่งานเขียนภาพประกอบจะมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน ในมหาวิทยาลัยต่างๆ มีการสอนการเขียนภาพประกอบเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรด้วย นักเขียนภาพประกอบรุ่นใหม่จึงได้เรียนรู้วิธีการเขียนภาพประกอบที่ส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม และสามารถพัฒนาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับรูปแบบความถนัดของแต่ละคน นอกจากนี้ยังมีการใช้เทคโนโลยีจากคอมพิวเตอร์มาช่วยในการออกแบบทำให้สามารถสร้างผลงานที่มีความหลากหลายมากขึ้น

1.2 การออกแบบภาพประกอบเพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์

การเพิ่มมูลค่าลงไปในผลิตภัณฑ์นอกจากความสวยงามที่ได้แล้ว ภาพประกอบที่นำมาสร้างเป็นลวดลายที่ได้รับการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภคจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้เพราะทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะใช้ผลิตภัณฑ์มากขึ้น นอกจากนี้การ วิจัยในครั้งนี้ยังมีการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในด้านการออกแบบ และผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการผลิตผ้าไหมไทย ยตรง จึงสามารถนำความคิดเห็นเหล่านี้มาสรุปออกมาเป็นข้อมูลในการสร้างผลิตภัณฑ์

การเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์มีหลักการดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์สามารถพิสูจน์ตัวเองได้ถ้า จะเสริมสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับตัวผลิตภัณฑ์สิ่งที่ต้องพิจารณาและให้ความสำคัญก่อนเป็นอันดับแรกก็คือเรื่องคุณสมบัติ เพราะผลิตภัณฑ์จะไม่มีมูลค่าและไม่สามารถตอบโจทย์ในเรื่องของความน่าเชื่อถือในสายตาผู้บริโภคได้เลยถ้าหากสินค้าไม่สามารถพิสูจน์ตนเองในเรื่องคุณสมบัติที่กล่าวอ้างมาได้จริง ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องทดสอบและพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติที่เหนือกว่าและตรงกับความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งคุณสมบัติที่ใช้กล่าวอ้างในการทำตลาดและโฆษณาต้องเป็นเรื่องที่สามารถพิสูจน์ได้ในเชิงประจักษ์ ี่ด้วย จึงจะมีผลช่วยสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ในท้ายที่สุด

มีผู้เชี่ยวชาญรับรอง วิธีการนี้เป็นที่นิยมนำไปใช้กันมากกับผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับสุขภาพร่างกายของผู้บริโภคหรือไม่สามารถเปิดตัวผลิตภัณฑ์ให้ทดสอบได้ อาทิ ยาสีฟัน สบู่ ยาสระผม คอนแทคเลนส์ ฯลฯ เป็นต้นการมีผู้เชี่ยวชาญในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติที่ผลิตภัณฑ์ต้องการนำเสนอมาเป็นผู้รับรองให้จึงเป็นวิธีการเสริมสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือได้เป็นอย่างดี ซึ่งความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์จะมีมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับผู้เชี่ยวชาญที่ มารับรองให้ว่าเขามีภูมิหลังต้นทุนทางสังคมดีขนาดไหนด้วย

อ้างอิงผลงานวิจัย การอ้างอิงผลงานวิจัยเป็นอีกหนึ่งวิธีที่นิยมทำกันมากกับผลิตภัณฑ์จำพวกอาหารเสริม วิตามินเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพชนิดต่าง ๆ และผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้บริโภค ที่มีจุด ขายอยู่ที่คุณประโยชน์ที่ร่างกายจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ตัวดังกล่าว ซึ่งวิธีการนี้จะสามารถสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือได้ดีกว่าแบบการรับรองโดยผู้เชี่ยวชาญมาก โดยนอกจากจะได้ในเรื่องของมูลค่าและความน่าเชื่อถือแล้วยังมีส่วนช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นการยกระดับให้กับตัวของผลิตภัณฑ์ไปโดยปริยายอีกด้วย แต่ก็มีข้อเสียอยู่ตรงที่วิธีการอ้างอิงผลงานวิจัยจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในระดับที่สูงมาก จึงต้องตรวจสอบในเรื่องของจุดคุ้มทุนทางธุรกิจให้ดีก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้วิธีการนี้

ประสบการณ์ตรงจากผู้ใช้ การนำผู้ที่ทดลองใช้สินค้าจริงมาแสดงและบอกเล่าถึงคุณสมบัติพร้อมประสบการณ์ดี ๆ จากการใช้ผลิตภัณฑ์ ถือว่าสามารถสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ในระดับที่สูงมาก ซึ่งวิธีการนี้ยังเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถพิสูจน์ได้ถึงคุณสมบัติและเปรียบเทียบให้เห็นถึงความแตกต่างกับของคู่แข่งได้อีกด้วย เช่น กรณีของแชมพูสระผมที่มักจะใช้วิธีการบอกเล่าผ่านประสบการณ์ตรงจากผู้ใช้ เป็นต้น ข้อดีของวิธีนี้ คือ สามารถทำได้ง่าย สะดวก และยังประหยัดที่สุดในบรรดาวิธีการต่าง ๆ ที่กล่าวมา แต่จะมีข้อเสียตรงที่วิธีการนี้มีธุรกิจนำไปใช้กันเป็นจำนวนมากจนบางครั้งมันอาจจะไม่สามารถสร้างความแปลกใหม่ให้เกิดขึ้นในธรรมชาติของผู้บริโภคได้มากเท่าที่ควร

การรับประกันหลากหลายรูปแบบ การสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ ด้วยวิธีการรับประกันในรูปแบบลักษณะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการคืนเงินหากไม่พอ ใจสินค้า ซ่อมฟรี เปลี่ยนสินค้า ฯลฯ ถือเป็นวิธีที่มีประโยชน์และได้รับความนิยมเป็นอย่างมากกับสินค้าที่มีราคาแพง อย่างเช่นเครื่องใช้ไฟฟ้า ที่ข้อจำกัดของตัวผลิตภัณฑ์ไม่ได้อยู่ที่ปริมาณแต่เป็นคุณภาพและความคงทนต่อการใช้งานเป็นระยะเวลานานต่างหาก ซึ่งนอกจากการรับประกันจะช่วยเพิ่มมูลค่าพร้อมความน่าเชื่อถือแล้วยังมีส่วนช่วยให้สามารถปิดการขายได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย จึงเหมาะกับผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงเป็นอย่างมาก

นารางวัลที่ได้รับมาแสดง เป็นวิธีที่สามารถทำได้ง่ายมากที่สุดซ้ำยังเป็นการสร้างมูลค่าพร้อมความน่าเชื่อถือที่รวดเร็วและเสียค่าใช้จ่ายน้อยมากที่สุดด้วย ซึ่งผลตอบรับที่ได้กลับคืนมาจากผู้บริโภคจะอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจและยังเป็นการช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ขึ้นไปอยู่อีกขั้นหนึ่ง จึงสามารถสร้างความเชื่อมั่นและเกรดของผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มขึ้นไปในตัวด้วยนั่นเอง

การเสริมสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ส่งผ่านไปยังผู้บริโภคจึงเป็นเรื่องสำคัญมากเพราะจะมีผลต่อการสร้างยอดขายโดยตรง เพราะหากลองคิดในทางกลับกันผู้ประกอบการก็คงไม่คิดที่จะซื้อสินค้าที่ไม่รู้ภูมิหลังและขาดไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือมาใช้งานอย่างแน่นอน (อ้างอิง: <http://incquity.com/articles/grow-your-biz/make-products-valuable-and-believable>)

1.3 ศิลปินที่ทำภาพประกอบ

โคโค พิทท์ (Coco Pitt)

โคโคเป็นชาวฝรั่งเศสจากการทำงานเป็นนักออกแบบแฟชั่นและออกแบบกราฟิกทำให้เธอมีความสนใจทางด้านแฟชั่น และงานศิลปะ เธอใช้เวลา 5ปีในการศึกษาศิลปะในปารีส จากนั้นก็ได้ทำงานเป็นที่ปรึกษาด้านการสื่อสารให้กับนักออกแบบแฟชั่นชั้นนำหลายคน ในปี ค .ศ. 2004 เธอย้ายไปลอนดอนเพื่อตั้งบริษัทที่รับให้คำปรึกษาด้านการวางแผนงานและเทคโนโลยี ทำให้เธอต้องเดินทางไปทำงานในต่างประเทศบ่อยๆ เช่น ญี่ปุ่น อเมริกา และหลายประเทศในเอเชีย ภายหลังเธอได้เดินทางกลับมาที่ปารีสและมีส่วนในการก่อตั้งกลุ่มนักออกแบบ INOUI Design Collective

โคโคมีประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมความงามและแฟชั่นหลายครั้ง และผลงานเธอได้รับการตีพิมพ์ลงสิ่งพิมพ์หลายฉบับด้วยกันอย่างTaschen, Gestalten, Victionary เช่นเดียวกับกับการแสดงผลงานของเธอในปารีส ลอนดอน ลอสแอนเจลิส และบาเซิลนา เธอได้รับเลือกให้สร้างงานภาพประกอบแฟชั่น ให้กับแบรนด์สินค้ารายใหญ่หลายแบรนด์ และตีพิมพ์ผลงานลงในสิ่งพิมพ์ที่อยู่ในกระแสหลักอย่าง Vogue, Elle, Nylon, Spur และ Muse

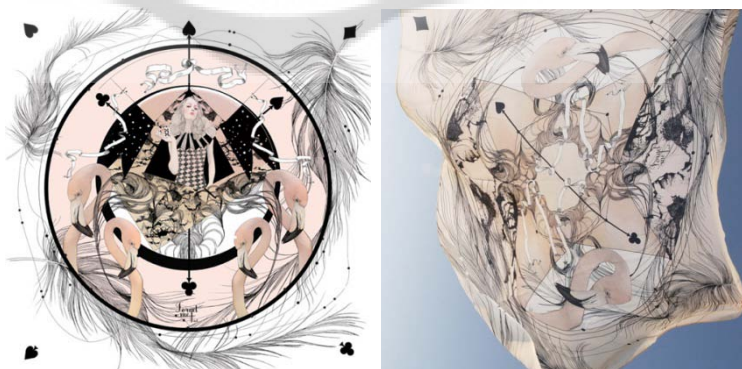
ต่อมาในปีค.ศ.2009 เธอได้ออกแบบคอลเลคชั่น“Forget me Not” ที่เป็นการนำภาพประกอบของเธอมาสร้างเป็นผ้าพิมพ์ลายแบบดิจิทัลและนำมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นต่างๆ เช่น ผ้าพันคอ ผ้าโพกศีรษะ และเครื่องแต่งกายจำลองที่ใช้ในบ้าน ในแต่ละชิ้นประกอบไปด้วยลวดลายที่เป็นดูเป็นเอกลักษณ์เป็นภาพ บรรยากาศ ของ ห้วงจักรวาล ที่อยู่ในแบบชวณผัน และจัดวางองค์ประกอบของสิ่งต่างๆในภาพได้อย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว คอลเลคชั่นนี้ของเธอได้ถูกส่งไปวางขายในร้านขายสินค้าชั้นนำต่างๆทั่วทุกมุมโลกอย่าง Barney's, Colette, Harods, Harvey Nichols, Tsum, Club 21, Tomorrowland เป็นต้น

งานภาพประกอบของโคโค ได้รับแรงบันดาลใจจากสถานที่หลายๆแห่งที่เธอเคยไป การที่เธอต้องเดินทางไป -กลับระหว่างกรุงปารีสและลอนดอน ทำให้เธอเกิดความคุ้นเคยกับภูมิประเทศของทั้งสองเมืองซึ่งเป็นเมืองแห่งศิลปะและแฟชั่น เป็นเมืองที่แสดงให้เห็นนวัตกรรมต่างๆที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ในการลงมือทำงานออกแบบเธอจะเริ่มโดยการใช้กระบวนการทำงานแบบดั้งเดิมเช่นการร่างภาพ การลงสี ก่อนที่ จะไปตกแต่งงานขั้นตอนสุดท้ายด้วยคอมพิวเตอร์ เธอชอบใช้งานกราฟิก ที่ดูโดดเด่นและการผสมผสานการทำงานหลากหลายเทคนิค งานภาพประกอบของ Coco มีความเป็น Minimalism และไม่ได้ต้องการบอกเล่าเรื่องราวมากนัก ดังนั้นจึงสร้างความรู้สึกให้คนดูเกิดการใช้จินตนาการต่อยอดเรื่องราวในงานนั้นออกไป
(แปลบทความ: [http:// cocopit.biz/category/portfolio/](http://cocopit.biz/category/portfolio/))



ภาพประกอบ 1 ภาพประกอบของโคโค พითท์ พิมพ์ลวดลายลงบนผ้า

ที่มา: [http:// cocopit.biz/about/](http://cocopit.biz/about/) (2556: ออนไลน์).



ภาพประกอบ 2 งานภาพประกอบที่พิมพ์ลวดลายลงบนผ้า

ที่มา: <http://cocopit.biz/category/portfolio/> (2556: ออนไลน์).

เออร์เฟส (Urface)

แบรนด์ “เออร์เฟส” (URFACE) เป็นแบรนด์สตรีทแฟชั่นของไทย เริ่มต้นด้วยการนำเอางานศิลปะ และแรงบันดาลใจของ สองนักกราฟิกดีไซน์เนอร์ “ตั้ม พฤษพล มุกดาสนิท” หรือมีชื่อเรียกในการทำงานกราฟิกดีไซน์ว่า “MAMAFKA (MMFK)” และ “กีฟ รักกิจ ควรหาเวช ” ที่มีชื่อในการทำงานกราฟิกดีไซน์ว่า “RUKKIT” เพื่อนที่ร่วมงานกันกับกลุ่มนักกราฟิกดีไซน์เนอร์ที่รับงานอิสระเรียกว่ากลุ่ม “B.O.R.E.D.” ที่รวมตัวกันทำโปรเจกงานกราฟิกต่างๆ มาตลอดอยู่แล้ว สำหรับ แบรนด์ “URFACE” ทั้งคู่ก็นำเอาผลงานภาพวาดและลวดลายกราฟิกเท่ๆ ที่สะสมมาตลอดระยะเวลา 15 ปีของทั้งสองมาพิมพ์เป็นลวดลายลงบนกระเป๋า ซึ่ง เป็นการนำเสนอผลงานในรูปแบบแฟชั่นที่ใกล้ตัวมากขึ้น สามารถหยิบจับมาใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน โดยเอกลักษณ์ของแบรนด์ “URFACE” ในคอลเลคชั่นแรกคือ การนำงานศิลปะหนึ่งงานมาผลิตกระเป๋าเพียงหนึ่งใบ ด้วยการปริ้นท์สกรีนผ่านวัสดุนำเข้าคุณภาพสูง และใช้หมึกพิมพ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทำให้กระเป๋า “URFACE” ทุกใบจะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยกระเป๋าแต่ละใบจะมีหมายเลข ชื่อศิลปินเจ้าของผลงาน และภาพงานศิลปะแบบเต็มแนบไปพร้อมกับ กระเป๋าให้เก็บเป็นที่ระลึกด้วย และเพื่อเป็นการกระตุ้นดีว่าสินค้าของ “URFACE” ทุกชิ้นนั้น ผลิตจากงานศิลปะต้นฉบับจริง ๆ ตอนนี้ดีไซ์นบางลายขายดีมากมีหลายคนที่จับจองเป็นเจ้าของของลายโปรดไม่ทัน ก็มีการเรียกร้องให้ทำเพิ่ม “URFACE” จึงสนองความต้องการโดยมีการเพิ่มจำนวนการผลิตเพิ่มขึ้น โดยหนึ่งงานศิลปะจะมีการนำมาทำเป็นกระเป๋ามากกว่าหนึ่งใบเพื่อเอาใจคนที่ชอบงานเดียวกัน

ประวัติส่วนตัวของ “ตั้ม พฤษพล มุกดาสนิท ” เกิดที่ จ.ขอนแก่น จบการศึกษาจากคณะศิลปกรรม สาขาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยรังสิต หลังจากนั้นได้เริ่มทำงานที่บริษัท Ogilvy & Mather และ Creative juice\Bangkok ระหว่างที่เริ่มทำงานได้ร่วมสร้างกลุ่ม “B.O.R.E.D.” ที่เป็นการรวมตัวกันของนักกราฟิกดีไซน์เนอร์และร่วมกันรับงานอิสระ ควบคู่กันไปด้วย ได้รับรางวัลในสาขากราฟิกดีไซน์จาก B.A.D award, Adsmen, Adfest, British council etc. มีโอกาสได้ร่วมทำงานออกแบบคาแรกเตอร์และลวดลายให้ กับแบรนด์และ สื่อต่างๆ มากมาย รวมทั้งยังเป็นผู้จัดงานนิทรรศการ Ride a life ซึ่งเป็นการแสดงงาน ศิลปะเกี่ยวกับจักรยาน ช่วงปีพ.ศ.2554 เป็นต้นมาได้เริ่มปรับตัวเป็นดีไซ์นเนอร์อิสระ ทำงานภาพประกอบ กราฟิกดีไซน์ รวมไปถึง งานด้านสตรีทอาร์ท ได้สร้างงานคาแรกเตอร์ที่เด่นชัดชื่อว่า "Mr.Hell Yeah!" ตัวการ์ตูนที่เน้นดวงตากกลมโต มีหนวด และขนทั่วทั้งตัว

ปัจจุบันมีผลงานที่เกิดขึ้นจากการได้ร่วมทำงานกับแบรนด์ชื่อดังต่างๆมากมาย ไม่ว่าจะเป็น Converse, VANS, K-Swiss, Billabong, Preduce Skateboard, CE Toys, M150, ISUZU, Smimoff, V.O.X, YAMAHA, TIGER BEER ฯลฯ และก่อนที่จะเดินทางไปร่วมงาน “Rip Curl Girls Go Surfing Day 2013” ที่ภูเก็ต กระทั่งประสบเหตุจมน้ำทะเลเสียชีวิต เขาก็เพิ่งขึ้นรับรางวัล “Best Illustrator Style Icon” ในงาน “Cheeze Award 2013” ของนิตยสารเล่มเดียวกัน เมื่อวันที่ กันยายน พ.ศ.2556

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิดของแบรนด์นี้มีความโดดเด่นในการใช้ ชักการออกแบบ ลวดลายจากงานกราฟิกดีไซน์มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยที่ผู้บริโภคจะสามารถเลือกลวดลายบนผลิตภัณฑ์ตามความชอบ และลวดลายนั้นยังมีความเป็นเอกลักษณ์ จากลายเส้นการวาดภาพและกราฟิกดีไซน์ของศิลปิน นอกจากนี้ยังมีการยึดหลักการออกแบบที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ดังที่ตั้ม พฤษ์พล มุกดาสนิท ได้กล่าวไว้ว่า "เราทำในสิ่งที่อยากทำ แต่เราต้องรับผิดชอบต่อสิ่งที่เราทำด้วย " แบรินด์จึงเลือกใช้วิธีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้ หมึกพิมพ์ที่มีคุณภาพสูง และวัสดุนำเข้าที่มีคุณภาพดีทำให้ผลิตภัณฑ์มีความทนทานต่อการใช้งาน นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์ให้แบรนด์เป็นที่รู้จักนอกเหนือจากกลุ่มคนที่ชอบงานกราฟิกดีไซน์ด้วยการให้นักแสดงที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักดีใช้ผลิตภัณฑ์กระเป๋า ทั้งหมดนี้ จึงทำให้แบรนด์ "เออร์เฟส" ได้รับความนิยมาจากกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นวัยรุ่นเป็นอย่างมาก



ภาพประกอบ 3 ผลิตภัณฑ์กระเป๋า

ที่มา: <http://hereilike.com/siam/hereilike/detail.aspx?cmsId=370&&cate=1&&posi=1>
(2556: ออนไลน์).



ภาพประกอบ 4 ผลิตภัณฑ์กระเป๋า

ที่มา: <http://hereilike.com/siam/hereilike/detail.aspx?cmsId=370&&cate=1&&posi=1>
(2556: ออนไลน์).

“แคท คิดสตัน” (Cate Kidston)

ชื่อแบรนด์ของ Cath Kidston ได้มาจากชื่อดีไซเนอร์ โดยสไตล์วินเทจที่กลายเป็นเครื่องหมายการค้าของเธอและแบรนด์ในเวลาต่อมา ได้รับแรงบันดาลใจมาจากชีวิตในวัยเด็กที่อาศัยอยู่ในย่านชนบทแถบ Hampshire และ Wiltshire ในอังกฤษ ซ้อปแรกของ แคท คิดสตัน เกิดขึ้นในปี 1993 ด้วยเงินลงทุนเพียง 15,000 ปอนด์ เป็นร้านเล็กๆ ในแถบ Holland Park และสินค้าที่เธอผลิตก็มีแค่ผ้าเช็ดจาน จานลายจุด และกล่องเก็บอุปกรณ์เย็บผ้า ด้วยสไตล์ที่โดดเด่นชัดเจน ที่สะท้อนถึงความเป็นชนบทของอังกฤษได้อย่างดี ซึ่งไม่เคยมีแบรนด์ใดหยิบความง่ายที่เห็นในชีวิตประจำวันเหล่านี้มาพัฒนาเป็นสินค้ามาก่อน ส่งผลให้ แคท คิดสตัน ประสบความสำเร็จได้อย่างงดงาม และถูกนำมาเปรียบเทียบกับ Laura Ashley อีกหนึ่งตำนานของดีไซเนอร์อังกฤษ ที่โด่งดัง และผลงานของเธอได้รับความนิยมอย่างมากในช่วงทศวรรษที่ 70 แต่ในทศวรรษที่ 90 เป็นต้นไป จนกระทั่งปัจจุบัน ต้องยกให้กับ แคท คิดสตัน ที่ตอนนี้ไลน์สินค้าของเธอได้ขยายครอบคลุมไปจนถึงเครื่องใช้ภายในบ้าน เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า อุปกรณ์ทำสวน ชุดปิกนิก และสิ่งของกระจุกกระจิกอีกมากมาย จนคนอังกฤษบางส่วนยอมรับว่า เครื่องใช้ที่ผลิตมาจากผ้าพิมพ์ลายวินเทจง่ายๆ ที่บ่งบอกถึงความงดงามในช่วงทศวรรษที่ 30 และ 40 ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนอังกฤษไปแล้ว “เราทำงานอย่างหนักเพื่อให้มั่นใจว่า สินค้าของเราน่ารัก ใช้งานได้ดี และที่สำคัญคือไม่แพงจนเกินไป” คิดสตัน ให้สัมภาษณ์ถึงสิ่งที่เธอยึดมั่นในทุกครั้งที่ออกแบบและพัฒนาสินค้าใหม่ นอกจากนี้ เธอตังใจให้บรรยากาศภายในร้านออกมาดูสนุก เพื่อให้การช้อปปิ้งไม่ใช่เรื่องน่าเบื่อ ซึ่งเธอก็หวังว่าผู้บริโภคจะรู้สึกชื่นชอบกับสิ่งที่เธอพยายามนำเสนอไม่ว่าสภาพเศรษฐกิจจะเป็นอย่างไร

ความตั้งใจและมุ่งมั่นในการผลิตสินค้าราคาปานกลางของเธอ เกิดผลลัพธ์ที่เด่นชัดที่สุดในช่วงวิกฤตการเงินของยุโรปเมื่อประมาณสองปี ที่แล้ว ในขณะที่แบรนด์สินค้าทั้งหลายต่างพากันเจ็บปวดจากการสูญเสียยอดขายมหาศาล แต่ แคท คิดสตัน เติบโตสวนกระแส กำไรเติบโตสูงถึง 60% และยอดขายก็ขยับจาก 19.2 ล้านปอนด์ เป็น 31 ล้านปอนด์

และที่ผ่านมา สไตล์ของเธอไม่เพียงแต่โดนใจคนอังกฤษเท่านั้น แต่ยังได้กลุ่มลูกค้า จากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศที่สร้างยอดขายเป็นอันดับสองให้กับแบรนด์รองจากอังกฤษ และ ตะวันออกกลางอีกมาก จนกระทั่งต้องเปิดซ้อปเพื่อรองรับความต้องการ และในปี ค.ศ. 2008 ก็มีแบรนด์แคท คิดส์ (Cath Kids) เป็นแบรนด์ย่อยสำหรับเด็ก จุดประสงค์ของแคท คือ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ใช้ง่าย คุณภาพดีสมราคา และมีความเป็นตัวของตัวเอง ปัจจุบัน แคท คิดสตัน มีซ้อปถึง 41 สาขาในสหราชอาณาจักร 2 สาขาในไอร์แลนด์ 15 สาขาในประเทศญี่ปุ่น และ 4 สาขาในเกาหลีใต้ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม แคท คิดสตัน กลับไม่ประสบความสำเร็จในสหรัฐอเมริกา ประเทศที่มี “มาร์ธา สจ๊วต”(Martha Stewart) ครองตำแหน่งเจ้าแม่ไลฟ์สไตล์อยู่อย่างเหนียวแน่น

คอลเล็กชันพิเศษ “แคท คิดสตัน”

นอกจากผลิตภัณฑ์ต้นแบบภายใต้แบรนด์ของตัวเองแล้ว ความเป็นเอกลักษณ์ของแคททำให้ได้รับความชื่นชมจากหลากหลายแบรนด์ตั้งให้ร่วมกันสร้างสรรค์คอลเล็กชันพิเศษมากมาย อาทิ ค่ายโทรศัพท์มือถือยักษ์ใหญ่อย่างโนเกีย และบริษัทคาร์โฟน แวร์เฮาส์ ได้เปิดตัวคอลเล็กชันพิเศษ กรอบโทรศัพท์มือถือโนเกีย Nokia 6111/ 6230i และเคสใส่โทรศัพท์มือถือแบล็คเบอร์รี่หลายแคท คิดสตัน ในปี 2006 จากนั้น ล่าสุด เมื่อเดือนมิ.ค. ที่ผ่านมายังร่วมกับแบรนด์ตั้งจากญี่ปุ่นอย่าง ยูนิโคล่ (Uniqlo) ตรีเอทเสื่อยืดคอลเล็กชันพิเศษเพื่อหารายได้สมทบทุนองค์กรจอยเซฟ (JOISEP- Japanese Organization for International Cooperation in Family Planning) อีกด้วย นอกจากนี้ ได้ร่วมมือกับแบรนด์ต่างๆ สร้างสรรค์คอลเล็กชันพิเศษแล้ว แคท ยังออกหนังสือ DIY สำหรับคนรัก สไตลิ่งวินเทจ ชอบงานฝีมือ และการตกแต่งสไตล์แคทอีกถึง 6 เล่ม โดยเล่มล่าสุดคือ “Patch!” หนังสือเย็บผ้าสไตล์แคท คิดสตัน ซึ่งเป็นเล่มต่อจาก “Stitch!” (2010), “Sew!” (2009) และ “Make!” (2008) หนังสือสอนวิธีทำของใช้ ของตกแต่งต่างๆ ในสไตล์แคท คิดสตัน ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก (Positioning Magazine. 2555: 46-54) (ที่มา: Positioning Magazine. 2555: 46-47)

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดของแบรนด์ “แคท คิดสตัน” (Cath Kidston) จุดเด่นของแบรนด์นี้คือการออกแบบลวดลายที่มีลักษณะ สะท้อนถึงความสวยงามของชีวิตในชนบทในประเทศอังกฤษของดีไซเนอร์ นำมาพิมพ์ลวดลายลงบนผ้าและเคลือบด้วยพลาสติกเพื่อให้กันน้ำ และเพิ่มความทนให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น ผ้าพิมพ์ลายดอกไม้ และลายจุด ตัวผลิตภัณฑ์ของแบรนด์นี้มีความหลากหลาย มีตั้งแต่เสื้อผ้า กระเป๋า ไป จนถึงเครื่องใช้ในครัวเรือน นอกจากนี้การที่แบรนด์ของเธอวางกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและมีแนวทางในการกำหนดราคาสินค้าที่เน้นความเหมาะสมทำให้ผลิตภัณฑ์ของเธอได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภค โดยให้ความสำคัญกับ ผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิง เด็ก และกลุ่มคนที่ชอบทำงานประดิษฐ์



ภาพประกอบ 5 ผ้าพิมพ์ลายดอกไม้ และลายจุด

ที่มา: <http://www.palmerstores.com/media/img/products/1-40046-cath-kidston-roses-duvet-cover-blue-5146-zoom.jpg> (2556: ออนไลน์).

“มารีเมกโกะ”(Marrimekko)

มารีเมกโกะ ในภาษาฟินแลนด์ แปลว่า “ชุดของเด็กผู้หญิง” ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 1951 โดยเริ่มต้นจากการซื้อกิจการโรงงานพิมพ์ผ้าสำหรับตกแต่งภายใน เมื่ออาร์มี ราเทีย ผู้ก่อตั้งตัดสินใจนำผืนผ้าจากโรงงานไปพัฒนาเป็นเสื้อผ้ารูปแบบเรียบง่าย ผลที่ได้คือแฟชั่นแนวสวนกระแสที่มีความสดใส ร่าเริง ซึ่งขัดกับชีวิตผู้คนฟินแลนด์ซึ่งถูกครอบงำจากสวีเดน และรัสเซีย ความถวิลหาเอกลักษณ์ของชาติจึงฝังลึกในความนึกคิดของผู้คนในประเทศนี้มาช้านาน

ส่วนคำว่า เมกโกะ ในภาษาฟินแลนด์โบราณแปลว่า “กระโปรงของเด็กผู้หญิงตัวน้อย” มารีเมกโกะ ได้ถ่ายทอดความร่าเริงสดใสแห่งวัยเจริญวัยด้วยการนำธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบตัวมาใช้ในงานออกแบบ นับตั้งแต่ผลงานยุคแรกๆ ของดีไซเนอร์ ไมยา อีโซลา จนถึงรุ่นหลังอย่าง ฟุจิโวะ อิชิโมตะ และแอนนา แดนิสสัน แรงบันดาลใจไม่รู้จบจากธรรมชาติและสิ่งของที่พบเห็นในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นไม้ใบหญ้า ก้อนหิน หรือแม้แต่ดวงจันทร์แปรสภาพเป็นสี สัน ผิวสัมผัส และรูปทรงเรขาคณิตไม่ซ้ำแบบ

จากจุดเริ่มต้นเล็กๆ ที่ได้แรงบันดาลใจจากลายดอกบ็อบบี้ (Unikko) กลายมาเป็นลวดลายบนผืนผ้าและพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ส่งผลให้ มารีเมกโกะ บริษัทออกแบบและผลิตเสื้อผ้าอันมีชื่อเสียงของประเทศฟินแลนด์ มีรายได้ปีละ 3,200 ล้านบาท ความสำเร็จของมารีเมกโกะ (marimekko) เกิดจากการผสมผสานอันลงตัวระหว่างวิสัยทัศน์ทางธุรกิจและความคิดสร้างสรรค์ของผู้ก่อตั้งอย่าง อาร์มี ราเทีย ซึ่งมีพื้นฐานมาจากธุรกิจโฆษณา ทำให้มีวิสัยทัศน์ที่ไม่ติดกรอบและให้อิสระกับดีไซเนอร์

แม้ว่าช่วงเริ่มแรก อาร์มี ราเทีย แสดงจุดยืนอย่างชัดเจนว่า บริษัทจะไม่ออกแบบลายผ้าด้วยลวดลายดอกไม้ เพราะเชื่อว่าดอกไม้ไม่มีความสวยงามในตัวเอง จึงไม่ควรลดคุณค่ามาเป็นเพียงลวดลายประดับ แต่เมื่อดีไซเนอร์รุ่นบุกเบิก ไมยา อีโซลา ออกแบบลายผ้าชุด “ดอกไม้ต้องห้าม” ในปี 1964 เมื่อ อาร์มี ราเทีย ได้เห็นผลงานออกแบบดังกล่าวกลับเปลี่ยนใจและส่งไปผลิตโดยไม่รีรอหนึ่งในผลงานที่ได้รับความนิยมสูงสุดจนถึงวันนี้คือ ลายดอกบ็อบบี้ “Unikko” (อูนิโกะ)

ในช่วงทศวรรษ 1960 มารีเมกโกะ เข้าสู่ยุคเฟื่องฟูสุดขีด ข้ามน้ำดังไปไกลถึงอเมริกา ขนาดสัญลักษณ์ของผู้นำแฟชั่นชั้นสูงอย่าง แจกเกอลีน เคนเนดี ภริยาของอดีตประธานาธิบดีจอห์น เอฟ. เคนเนดี ยังเลือกสวมใส่เสื้อผ้ามารีเมกโกะขึ้นปกนิตยสาร Sport Illustrated ส่วนนิตยสาร Life ได้ลงบทความกระแทกกระเทียบความนิยมของชุดมารีเมกโกะในหมู่นักศึกษาหญิงอเมริกัน อีกทั้งหนังสือพิมพ์ New York Herald Tribune ยังขนานนามชุดของมารีเมกโกะว่าเป็น “เครื่องแบบของปัญญาชน” หรือเสื้อผ้าเรียบๆ ของสาวสังคมสมัยใหม่ที่มึนงงรัดตัว

อย่างไรก็ตามเบื้องหลังความสำเร็จของเสื้อผ้าที่ถูกใจชาวอเมริกา กลับมีกลิ่นอายวัฒนธรรมท้องถิ่นฟินแลนด์อย่างเต็มเปี่ยม สมความตั้งใจของ อาร์มี ราเทีย ที่ได้กำหนดภาพลักษณ์มารีเมกโกะให้เป็นตัวแทนของฟินแลนด์ ตั้งแต่นำเสนอภาพโฆษณาเสื้อผ้าและแฟชั่นที่มีศักยภาพของฟินแลนด์เป็นฉากหลัง ไปจนถึงการนำลวดลายเก่าแก่และชุดแต่งกายพื้นเมือง มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ ทั้งยังตั้งชื่องานทุกชิ้นเป็นภาษาฟินแลนด์อีกด้วย

กระนั้นก็ตามเมื่อสังคมเปลี่ยนไปแฟชั่นก็เปลี่ยนตาม ทศวรรษ 1970 แฟชั่นกางเกงยีนส์ กับเสื้อผ้ามัลลาลองสบายๆ เริ่มได้รับความนิยม มาริเมกโกะเล็งเห็นว่าเสื้อผ้ายืดหยุ่นดี อาจไปไม่รอด ถ้าไม่ปรับเปลี่ยน จึงเป็นที่มาของเสื้อยืดผ้าฝ้ายเจอร์ซีย์ลายทาง ที่สวมใส่ได้ทั้งชายหญิง และยังคงเอกลักษณ์ของความเรียบง่ายแต่มีสีสัน

ทว่าในยุคตกอับถึงสุดขีด มาริเมกโกะแทบสิ้นชื่อหลังขาดหัวเรือใหญ่อย่างอาร์มี ราเทีย อีกทั้งยังสูญเสียจิตวิญญาณของบริษัท เมื่อถูกขายกิจการต่อให้กับกลุ่มบริษัทผลิตยาสูบเอเมอรั แต่แล้วมาริเมกโกะกลับมีชีวิตใหม่ขึ้นอีกครั้งเมื่อได้ เคิร์สติ พัคคาเนน ผู้บริหารหญิงคนใหม่ที่มีความเป็นผู้นำและเปี่ยมไปด้วยวิสัยทัศน์เช่นเดียวกับเจ้าของเดิม เข้ามากอบกู้สถานการณ์ ทุกวันนี้ดีไซน์เนอร์จึงล้วนมีอิสระอย่างเต็มที่ในการสร้างสรรค์ผลงานดังช่วงแรก

จากโรงงานพิมพ์ผ้าเล็กๆ มาริเมกโกะได้ไปสู่การขยายรูปแบบธุรกิจจนกลายเป็นบริษัท ออกแบบชั้นนำของประเทศที่ทำการผลิตและส่งออกเสื้อผ้าไปจนถึงเครื่องใช้ในครัวเรือนและเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันต่างๆ หรือที่เรียกกันว่า "ไลฟ์สไตล์ คอนเซปต์" โดยผลงานทั้งหมดจะแฝงความเป็นชาตินิยมของฟินแลนด์และลัทธิสมัยใหม่นิยม

“ต่อมาสถาปนิกและมัณฑนากรได้นำงานของมาริเมกโกะไปใช้ในงานตกแต่งภายใน ทำให้เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ครอบคลุมเครื่องใช้ในบ้าน งานตกแต่งภายในและสถาปัตยกรรม อีกทั้งในช่วง 1960 ยุคนั้น แจกเกอลีน เคนเนดี ต้องการแสดงให้เห็นว่าตนก็สามารถสวมใส่เสื้อผ้าที่มีราคาไม่แพง จึงมาใช้เสื้อผ้าของมาริเมกโกะ นับว่าเป็นโชคที่ทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง จนในที่สุดแนวคิดของมาริเมกโกะก็กลายเป็นแฟชั่นและเริ่มเข้าสู่สังคมทุกระดับ ” มาริเมกโกะ กล่าว ปัจจุบันมาริเมกโกะได้กลายเป็นสัญลักษณ์แห่งยุคและเป็นหนึ่งในตัวแทนการออกแบบในสไตล์ Finnish Modern Design และส่งเสริมวงการด้วยการสร้างนักออกแบบรุ่นใหม่จากการประกวด Young Designer

มาริเมกโกะ อาฟ นักประวัติศาสตร์ศิลปะและผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์งานออกแบบของฟินแลนด์ กล่าวว่า มาริเมกโกะ เกิดขึ้นในช่วงที่ผู้คนเริ่มย้ายจากชนบทเข้ามาอยู่ในเมือง แนวคิดเบื้องหลังการออกแบบคือการตอบสนองผู้บริโภคแบบยูนิเซ็กส์ สามารถใช้ได้ทั้งครอบครัว ในช่วงนั้นผู้บริโภคต้องการเสื้อผ้าพิมพ์แบบง่ายๆ ลงบนผ้าฝ้ายธรรมดา “งานที่ออกแบบมา ไม่มียุคสมัย ไม่ตามแฟชั่น ไม่เหมือนใคร ใช้สีสันสดใสลดลายกราฟฟิกสะดุดตา สร้างงานอันเป็นเอกลักษณ์ที่ยังลึกเกินกว่าลวดลายบนผืนผ้า ” มาริเมกโกะ กล่าว ปัจจุบันมาริเมกโกะได้กลายเป็นสัญลักษณ์แห่งยุคและเป็นหนึ่งในตัวแทนการออกแบบในสไตล์ Finnish Modern Design

(บทความ Marimekko ดอกไม้ดอกเดี่ยวสู่ธุรกิจพันล้าน : Textile Digest Magazine, Vol.1 No.146 June 2006)



ภาพประกอบ 6 ลายดอกป๊อบบี้ “Unikko” (อุนิโกะ) ที่มีชื่อเสียงของมาริเมคโกะ

ที่มา: <http://allanpeters.com/blog/2013/02/07/secret-of-marimekko/> (2556: ออนไลน์).

1.4 ภาพประกอบกับการออกแบบลายผ้า

วิรุณ ตั้งเจริญ (2526: 20) กล่าวถึงการออกแบบว่า การออกแบบคือการวางแผนสร้างสรรค์ โดยวางแผนจัดส่วนประกอบของการออกแบบให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย วัสดุ และสิ่งของที่ต้องการออกแบบนั้น โดยเน้นความเหมาะสมของรูปแบบ สี เส้น ฯลฯ ซึ่งเป็นองค์ประกอบทางความงามและคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย

ลาย หมายถึง รูปแบบทางทัศนศิลป์ประเภทหนึ่ง ประกอบด้วยเส้นเป็นสำคัญ ลักษณะแบบซ้ำเป็นหมู่ๆ หรือต่อเนื่องกันไป มีทั้งลายแบบธรรมชาติ และลายแบบประดิษฐ์ ใช้เขียน ปั้น ห หรือแกะสลักเพื่อตกแต่งให้สวยงาม ส่วนคำว่าลวดลาย หมายถึงลายต่างๆ ที่เขียน ปั้น หรือแกะสลัก

การออกแบบลวดลาย เป็นศิลป์ประยุกต์แขนงหนึ่งที่สร้างสรรค์องค์ประกอบทางศิลปะให้ปรากฏเป็นรูปแบบในลักษณะลวดลาย เพื่อเสริมแต่งโครงสร้างสิ่งต่างๆ ให้มีคุณค่ายิ่งขึ้นกว่าเดิมที่มีอยู่ (ประเสริฐ ศีลรัตน์. 2538: 4) นอกจากนี้ การออกแบบลวดลาย หมายถึง การจัดระบบความคิดผ่านกระบวนการสร้างสรรค์เป็นลวดลายต่างๆ โดยอาศัยองค์ประกอบของการออกแบบให้เข้ากับวัสดุเทคนิควิธีการ และรูปแบบของงานที่จะออกแบบอย่างมีชั้นเชิง

การออกแบบภาพประกอบเพื่อใช้ในการออกแบบลวดลายผ้า เป็นการนำภาพประกอบมาจัดวางองค์ประกอบ โดยใช้ทฤษฎีการออกแบบ ภาพประกอบ และการออกแบบ ลวดลาย ในการวางรูปแบบและลวดลายให้สอดคล้องกับพื้นที่ของผ้าผืนนั้น งานวิจัยชิ้นนี้จึงต้องการศึกษาการเขียนภาพประกอบที่มีคุณลักษณะเหมาะสมที่สุดที่จะออกแบบเป็นลวดลายลงไปบนผืนผ้าไหมของชุมชนบ้านครัว

2. ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าไหมของชุมชนบ้านคร้ว

2.1 ความเป็นมา

เมื่อพ.ศ. 2376 ตรงกับรัชสมัยสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ไทยทำสงครามกับเขมรได้กวาดต้อนเชลยสงครามชาวเขมรรวมทั้งชาวมอญเข้ามาตั้งบ้านเรือนอยู่ในกรุงเทพฯ ผ่านทางเมืองปราจีนบุรี ครอบครัวเขมรมีประมาณ 3,000 คนเศษ ได้แบ่งครอบครัวไว้สำหรับเมืองปราจีนบุรีบ้าง ที่เหลือนั้นทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้จัดครอบครัวเขมรไปอยู่ที่คลองมหานาคตลอดไปจนคลองหัวหมาก บางกะปิ เขมรพวกนี้ได้ชื่อว่าเป็นแขกเขมร โดยมีบิดาเป็นแขก มารดาเป็นเขมร ไทยเรียกว่าแขกคร้ว เพราะไทยกวาดครอบครัวมาทั้งหมด (ชวน ธนากร ขำสุวัฒน์. 2514: 21-22) ดังนั้นพวกจาม หรือแขกจามที่บ้านคร้ว ชุมชนกึ่งเพชร จึงมีชื่อเรียกอีกอย่างว่า “แขกคร้ว” แขกคร้วอพยพมาจากเมืองพระตะบอง ประเทศกัมพูชา มาอยู่ที่ชุมชนบ้านคร้วเหนือนี้ประมาณ 4ชั่วอายุคนแล้ว สมัยก่อนบริเวณนี้เรียกว่า บ้านแขกคร้ว เป็นมุสลิมจากหลายๆ ตำบลในเขมร(เสาวภา พรศิริพงษ์ พรทิพย์ อุศุภรัตน์; และดวงพร คำคุณวัฒน์. 2532: 6)

ปัจจุบันชุมชนบ้านคร้วแบ่งเป็น ชุมชนบ้านคร้วเหนือชุมชนบ้านคร้วตะวันตกซึ่งมีพื้นที่อยู่ในเขตราชเทวี และชุมชนบ้านคร้วใต้อยู่ในเขตปทุมวัน ประชากรส่วนใหญ่ส่วนใหญ่ของชุมชนบ้านคร้วนับถือศาสนาอิสลาม ภายในชุมชนมีโรงเรียน มัสยิด สุสาน ศูนย์ประชุม ศูนย์ดับเพลิงและสาธารณสุขชุมชน เป็นชุมชนมุสลิมใหญ่ที่สุดแห่งกรุงเทพมหานครที่มีสาธารณูปโภคพื้นฐานครบถ้วน ประชากรของชุมชนในอดีตจะมีแต่ชาวมุสลิมเกือบทั้งหมด จะมีอาชีพหลักคือทำธุรกิจผ้าไหม แต่ปัจจุบันนอกจากชาวมุสลิมแล้ว ยังมีกลุ่มคนไทยที่นับถือศาสนาอื่นได้แก่ กลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน กลุ่มคนไทยพุทธจากภาคอีสานและภาคอื่นๆ เข้ามาอยู่อาศัยร่วมกันในชุมชนอย่างสงบสุข ทั้งๆที่คนเหล่านี้มีแบบแผนการดำเนินชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ศาสนา และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน แต่ก็สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพกา รณ์ สิ่งแวดล้อมต่างๆภายในชุมชนได้เป็นอย่างดี แต่ในปัจจุบันธุรกิจผ้าไหมของชุมชนลดลงจนเหลือน้อยกว่าเดิมมาก รวมทั้งชุมชนได้มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสภาพแวดล้อม กลุ่มเชื้อชาติ สภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ไปจากอดีตอย่างมากมาย แต่อย่างไรก็ตามชุมชนบ้านคร้วนั้นยังนับว่าเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง มีความโดดเด่นในเรื่องอัตลักษณ์ของชุมชนและความสามัคคีร่วมมือโดยจะเห็นได้จากความรู้สึกร่วมกันและการมีส่วนร่วมในทางการเมือง กรณีพิพาทกับทางการพิเศษแห่งประเทศไทย คัดค้านการสร้างทางด่วนผ่านมัสยิดและสุสานของชุมชนจนมีความสำเร็จในระดับหนึ่ง

ภายหลังจากการหายตัวไปของจิม ทอมป์สันเมื่อปีพ .ศ.2510 ธุรกิจผ้าไหมของบ้านคร้วเหนือก็เริ่มซบเซาลง การลดบทบาทของอาชีพทอผ้าไหมของชุมชน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพเศรษฐกิจอย่างสำคัญ ชาวบ้านในชุมชนบ้านคร้วเหนือส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นเจ้าของกิจการผ้าไหมอีกต่อไป จากสภาพความเป็นจริงในปัจจุบันพบว่า ชาวบ้านในชุมชนบ้านคร้วเหนือมีสภาพเป็นลูกจ้างแรงงานของนายทุน ทั้งในและนอกชุมชน อาชีพทอผ้าไหมของคนในชุมชนบ้านคร้วมีจำนวนลดน้อยลงมาก จากงานวิจัยของ เสาวภา พรศิริพงษ์ และคณะ(2532: 75) ได้เขียนไว้ว่า อุตสาหกรรม

ผ้าไหมบ้านครัวเหนือนับเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนเก่าแก่ที่ทำกันมาเป็นร้อยๆ ปีจนถึงปัจจุบัน และนับเป็นสิ่งที่แปลกมากที่มีหมู่บ้านทอผ้าไหมอยู่ในใจกลางเมืองอย่างกรุงเทพมหานคร ขั้นตอนการทำก็ใช้เทคโนโลยีแบบพื้นบ้านที่ดัดแปลงมาใช้กันภายในครัวเรือนน่าที่จะได้รับ การสนับสนุน และส่งเสริมจากทางการในเรื่องของการตลาดและซื้อไหมดิบได้ในราคาที่ไม่แพงนัก มิฉะนั้นอีกไม่นานกิจการผ้าไหมในบ้านครัวเหนือก็คงจะหมดไป ซึ่งนับว่าสอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้

2.2 กรรมวิธีในการทอ

กระบวนการผลิตผ้าไหมของชุมชนบ้านครัวประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ดังนี้คือ

- การหาไหมดิบ
- การฟอกและการย้อมไหม
- การกรอไหม
- การสาวไหมและการขึ้นหัวม้วน
- การเก็บตะกอ
- การทอ
- การจัดจำหน่าย

การจัดการไหมดิบ

เนื่องจากชุมชนบ้านครัวไม่สามารถเลี้ยงไหมและปลูกหม่อนเองได้ เพราะพื้นที่ไม่เพียงพอ และสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสม จึงต้องไปซื้อไหมดิบจากแหล่งอื่นๆ ซึ่งในอดีตคือประเทศเขมรและจังหวัดทางอีสานของไทย แต่ปัจจุบันจะซื้อไหมดิบจากประเทศญี่ปุ่น สาธารณประชาธิปไตยประชาชนจีน บ ราซิล เกาหลี โดยผ่านตัวแทนในกรุงเทพฯ แต่ก็ยังซื้อจากอีสานอยู่ (เรียกว่าไหมพื้นเมืองหรือไหมไทย) และจากไร่ของก้านัลจุล คุ่มวงษ์ ซึ่งเป็นไหมไทยที่คุณภาพดีกว่าไหมพื้นเมืองอีสาน เส้นไหมที่ใช้ในการทอผ้าไหมโดยทั่วไปมีอยู่ 2 ชนิด คือ เส้นไหมยืน และเส้นไหมพุ่ง

“การสั่งไหมดิบ จะมีคนแถวอีสานเอามาขายในชุมชน หรือไม่ชาวชุมชนบ้านครัวก็จะขึ้นไปซื้อกันเองแถวโคราช(คุณภาพไหมจะไม่ดีเท่าไร) แต่ถ้าเป็นของขอนแก่น บ้านไผ่ จะเป็นไหมที่มีสีสวย แล้วจึงนำมาคัดทำ ซื้อไหมดิบแล้วก็เอามาฟอกย้อม แต่ถ้าเป็นไหมที่มาจากจีนจากเขมร จะเป็นไหมยืน(ไหมเส้นเล็ก) เนื้อไหมจะต่างกัน ไหมจีนก็จะมัน โดยเราจะสั่งไหมเงินได้จากบริษัทของจิ มหามาให้ ซึ่งจริงๆ แล้วสมัยก่อนไหมเงินจะไม่มีนะ จะเป็นไหมไทยจากทางอีสาน พอเลยยุคจิมถึงจะมาใช้ ถ้าเป็นไหมพื้นเมืองจะเป็นไหมพุ่ง ไหมยืนจะมาจากจันทบุรี ช่วงนายจิมอยู่ก็ยังไม่ไหมจิม นะ แต่จะเริ่มมาในช่วงที่นายจิมหายไปแล้วเพราะบริษัทเค้าตั้งคณะกรรมการขึ้นมาใหม่และซื้อที่ซื้ออะไรครบวงจร แล้วบริษัทรับเหมาของเขาจึงเป็นผู้ซื้อไหมเงินเข้ามา

ไหมของบ้านครัวจะซื้อของ “ก้านัลจุล” ไหมไทยแท้ๆ พอมาช่วงหลังเค้าจะเปลี่ยนแปลงไป เราก็คงไม่รู้มาจากไหน ไหมของก้านัลจุลจะมีชื่อเสียงโดดเด่น คุณภาพดีมาก (สนใจ เรื่องนิยม. 11 พฤศจิกายน 2548: สัมภาษณ์)

การฟอกและย้อมไหม

ไหมดิบจะทำมาเป็นใจเท่าๆกัน ก่อนฟอกต้องนำออกมาแกะออกจากใจ แล้วนำไปคลั่งไว้กับหวง (ในอดีตทำจากหวาย แต่ปัจจุบันหวายหายากจึงใช้เหล็กเส้นนำมาโค้งเป็นรูปตัวยูแล้วหุ้มด้วยยาง เพื่อให้ลื่นและไม่ติดเส้นไหม) แล้วนำไปฟอกในหม้อต้มน้ำเดือดที่ใส่สบู่และโซดาไฟ (สมัยก่อนใช้ขี้เถ้าและไม้แสม) เพื่อฟอกให้หมดเปลือก (กาว) ไยไหมโดยธรรมชาติจะมีกาวหรือ เซริซินที่เคลือบเส้นใยอยู่ ซึ่งสมบัติสำคัญประการหนึ่งของเซริซินคือ เป็นโปรตีนโซ่สั้นที่ดูดติดสีได้ง่ายและดี แต่สามารถละลายน้ำได้ ในการย้อมไหมนั้นกระบวนการสำคัญก่อนการย้อมคือการลอกกาว ซึ่งต้องทำอย่างดี ให้เซริซินหลุดออกอย่างสม่ำเสมอ มิฉะนั้นเมื่อนำไปย้อมสีจะไม่ติด เมื่อฟอกแล้วนำมาล้างทำความสะอาด บิดให้แห้งแล้วจึงนำไปย้อมสี สีที่ย้อมในอดีตใช้สีจากเปลือกไม้ แต่ปัจจุบันใช้สีสังเคราะห์ เมื่อย้อมแล้วจึงนำมาล้างทำความสะอาด บิดให้แห้งแล้วนำไปตาก เมื่อแห้งแล้วจะนำมาม้วนเป็นก้อนเพื่อนำไปกรอต่อไป

“สีที่ย้อมผ้าในอดีตจะใช้สีจากธรรมชาติ เช่น ขี้เถ้าใช้ฟอกสี โดยใช้ออกละ เปลือกไม้ และ ลูกแสด (วิธีใช้นั้น สำหรับแกะจะผ่านเป็นซี่เล็ก ๆ มาต้ม นำผ้าขาวมากรองเฉพาะน้ำไปใช้ย้อม ส่วนลูกแสดจะมีลักษณะเหมือนลูกเงาะ มีขน ใช้ทั้งลูกต้มแช่น้ำจะออกเป็นสีหมากสุก)”(มนัสนันท์ เบญจรงค์จินดา. 25 พฤศจิกายน 2548: สัมภาษณ์) “ตอนที่จิมนยังไม่เข้ามามีส่วนร่วมกับชาวชุมชนบ้านครัว เราก็จะใช้สีทำเองจากเปลือกไม้พวก “แกแล” ที่ให้สีเหลืองแก่ แล้วก็ “ลูกแสด” จะให้สีแดง ลักษณะคล้ายๆลูกเงาะ ที่โรงพยาบาลจุฬาฯ จะมีเยอะเลย พอแกะข้างในก็จะเอาเม็ดมาเป็นสีแดง มาถูเองกับอ่างดินเพื่อให้สีออกมา “ไม่ได้ใช้สารเคมีอื่น” (สมใจ เนื่องนิยม. 11 พฤศจิกายน 2548: สัมภาษณ์)

ส่วนการฟอกไหมในปัจจุบันนิยมใช้เคมีที่บรรจุของสำเร็จ ที่เรียกว่าต่างฟอกไหม หรือ โซเดียมคาร์บอเนต หรือโซดาแอช เป็นสารเคมีหลักที่ใช้ในการละลายเซริซิน และใช้สารช่วยให้เส้นใยเปื่อยหน้าและเซริซินพองบวมได้ดีที่นิยมเรียกว่า ผงมัน นั่นคือ สบู่เทียม นิยมใช้ชนิดผงบรรจุของเช่นกัน ขั้นตอนการลอกกาวไหมอธิบายได้ดังนี้การฟอกด้วย ประกอบด้วยกรรมวิธีดังนี้

ไหมดิบ 1 กิโลกรัม

น้ำ 30 ลิตร

ต่างฟอกไหม 50 กรัม (สำหรับไหมขาว) = (5% ของน้ำหนักไหม)

100 กรัม (สำหรับไหมเหลือง) = (10% ของน้ำหนักไหม)

สบู่เทียมชนิดผง 10 กรัม (สำหรับไหมขาว) = (1% ของน้ำหนักไหม)

20 กรัม (สำหรับไหมเหลือง) = (2% ของน้ำหนักไหม)

วิธีการ

1. ต้มน้ำให้มีอุณหภูมิ 90 องศาเซลเซียส
2. แบ่งนำมาละลายต่างฟอกไหม และสบู่เทียม เทลงในน้ำที่ต้มเตรียมไว้
3. นำไหมดิบลง ต้มในสารละลาย นาน 30-45 นาที

4. ล้างไหมด้วยน้ำให้สะอาด 3-5 ครั้ง

ปริมาณการของไหมแต่ละสายพันธุ์จะแตกต่างกันและมีสีที่ต่างกัน ดังนั้นความเข้มของสารเคมีที่ใช้ ระยะเวลาที่ใช้ หรือ ออกร การลอกขาวจะสามารถกำจัดสีตามธรรมชาติของไหมได้บางส่วนเท่านั้น หากไหมเป็นพันธุ์ที่มีสีเหลืองเข้มจะยังคงมีสีเหลืองอยู่มาก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องใช้กระบวนการฟอกขาวมาใช้ร่วมด้วยหากต้องการย้อมสีอ่อนในไหมเหลืองเพื่อให้สีที่ย้อมได้ตรงกับความต้องการ

สีสังเคราะห์ที่ใช้ในการย้อมในปัจจุบันมีกระบวนการดังนี้ผ้าไหมเป็นผ้าที่ทอด้วยเส้นไหมที่ย้อมสีมาก่อนในลักษณะเป็นเช็ด ส่วนมากใช้เครื่องมือแบบง่าย ๆ คือใช้หวายร้อยเช็ดไหม ต้มในน้ำปปนเตาไฟที่ใช้หุงต้ม ก่อนการย้อมสีเส้นไหม จะต้องได้รับการฟอกเอาขาวออกโดยการต้มกับน้ำสบู่เดือดผสมโซดาแอช จำนวนเล็กน้อย เป็นเวลา 1-2 ชั่วโมง หลังจากซักน้ำจนสะอาดแล้วจึงนำไปย้อมสีที่ต้องการ สีที่ใช้กันมากที่สุดสำหรับย้อมไหมไทย ได้แก่ สีประเภทไดเรคท์ (Direct Dyestuff) สีแอซิด (Acid Dyestuff) สีโครมมอร์แดนท์ (Chrome Mordant Dyestuff) สีเมทัลคอมเพล็กซ์ (Metal Complex Dyestuff) สีเว็ต (Vet Dyestuff) สีเว็ตที่ละลายน้ำได้ (Solubilised Vet Dyestuff) และสีรีแอคทีฟ (Reactive Dyestuff) สีเหล่านี้มีวิธีย้อมง่าย ๆ เหมาะสมกับเครื่องมือเครื่องใช้และมาตรฐานความรู้ทางเทคนิคที่มีอยู่ และปัจจุบันสีที่นิยมมากที่สุด และมีความทนทาน คือ สีเว็ตที่ละลายน้ำได้ หลังจากการย้อมสีแล้วเช็ดไหมจะถูกซักน้ำอย่างสะอาด กระตุกให้แตกกระจายแล้วตากแดดให้แห้ง

การกรอไหม สาวไหม และขึ้นหัวม้วน

หลังจากย้อมไหมและตากแห้งแล้ว จะต้องเอาไหมไปกรอ โดยสมัยก่อนใช้ระวิงที่หมุนด้วยแรงคน สมัยก่อนวิธีการทั้ง หมดนี้ใช้แรงงาน แต่ในปัจจุบันนี้ทั้งเครื่องกรอไหมที่เร็วกว่ากรอด้วยมือมาก การกรอไหมพุ่งมี 2 ระยะคือ กรอจากใจเข้าหลอดใหญ่ และกรอเข้าใส่หลอดเล็กเพื่อใส่ในกระสวยสำหรับทอไหมที่ใส่ในหลอด แล้วจะนำไปสาวแล้วนำขึ้นหัวม้วนเพื่อที่จะนำไปใส่ในกระสวยสำหรับทอ ซึ่งสมัยก่อนกรอด้วยใน (ใช้มือหมุน) ปัจจุบันก็มีการใช้เครื่องที่นำเอามอเตอร์มาดัดแปลง การกรอไหมขึ้นก็เช่นเดียวกันคือสมัยก่อนกรอด้วยมือ ปัจจุบันมีทั้งกรอด้วยมือและเครื่อง (ซึ่งแตกต่างกับเครื่องกรอไหมพุ่ง)

“ผ้าไหม 3-4เส้นที่ใช้ทำผ้ามานสมัยก่อนต้องเอาเข้า “อ๊ก” ก่อน แล้วมาควดตั้งเรียงแบบ 6หลอด มาเข้าอ๊ก แล้วก็เอามากรอด้วยมือ ก็ต้องเอามาตั้งโยง นั่งกรอด้วยมือ แต่เดี๋ยวนี้มีเครื่องกรอเราก็เอา 3 เส้นกรอเข้าหลอดเดียวกัน และอีกข้างหนึ่ง 3 เส้นก็ใช้ได้” (วรรณิ มนุทัศน์. 16 ธันวาคม 2548: สัมภาษณ์)

การสาวไหมและการขึ้นหัวม้วน

ไหมขึ้นที่กรอใส่หลอดแล้วจะต้องนำไปสาวแล้วนำขึ้นหัวม้วนเพื่อที่จะนำไปทอ การสาวไหมสมัยก่อนทำด้วยมือ ปัจจุบันสามารถจะสาวด้วยมือและด้วยเครื่อง คนทอผ้านิยมการสาวไหมด้วยมือเพราะทอง่ายกว่าการสาวด้วยเครื่อง (สุกัญญา กรวิวัฒน์ ยินยง 2 ธันวาคม 2548: สัมภาษณ์)

การเก็บตะกอ

ตะกอกเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องทอผ้า ทำด้วยเส้นด้ายร้อยกับกรองไม้สำหรับแยกเส้นไหม ยืนให้ขึ้นลงเพื่อให้ขัดกับเส้นไหมพุ่ง จากตะกอกจะมีเชือกโยงไปที่ไม้ ทำเหยียบทั้งสองข้าง เวลาทอ จะเหยียบไม้ทั้งสองข้างสลับกันเพื่อให้เส้นไหมยืนกระตุกขึ้นกระตุกลงสลับกัน กับไหมพุ่งทำให้เส้นไหมอัดกันแน่น ในอดีตมีแต่ที่พุ่งซึ่งไม่มีการเก็บตะกอก

การทอ

เมื่อผ่านขั้นตอนต่างๆดังกล่าวแล้ว ก็จะมาถึงขั้นตอนของการทอ ในอดีตนั้นทั้งเจ้าของกิจการและคนทอจะเป็นชาวไทยมุสลิมทั้งสิ้น โดยส่วนมากคนทอจะเป็นเครือญาติในครอบครัวเดียวกัน แต่ปัจจุบันเจ้าของกิจการมีทั้งชาวไทยมุสลิมและคนจีน แต่คนทอผ้าส่วนใหญ่เป็นชาวอีสาน มีมุสลิมและคนจีนน้อยมาก

คุณวรรณิเล่าว่า พ่อแม่ของสามี(คุณนิพนธ์)ทำผ้าไหมมาตั้งแต่สมัยก่อนสงครามโลกครั้งที่สอง ก่อนจิม ทอมป์สัน จะเข้ามา ปัจจุบันถือว่าร้านของคุณวรรณิเป็นร้านผ้าไหมรายใหญ่ที่สุดของบ้านครัว เคยได้รับรางวัล OTOP และของดีเขตราชเทวี ผ้าไหมของร้านนี้จะแตกต่างจากไหมที่อื่นๆ คือมีความโดดเด่นเรื่องเนื้อผ้า ลาย สี และคุณภาพ เป็นผ้าไหมของบ้านครัวแท้ๆ เพราะทอโดยคนอิสลามเชื้อสายเขมร (ไม่ใช่คนไทย คนจีน) การที่สามารถสืบทอดกิจการมาได้ทุกวันนี้ก็เพราะคุณภาพของผ้าไหม ทำให้มีการบอกกันปากต่อปากและมีตลาดเป็นร้านประจำที่ติดต่อกันมานาน เช่น ร้านในโรงแรมโอเรียนเต็ล, ดุสิตธานี, สยามซิตี และที่อื่นๆอีก (วรรณิ มนุทัศน์. 16 ธันวาคม 2548: สัมภาษณ์)

การสืบการทอผ้าไหมเกี่ยวกับแบบและลาย

คุณนิพนธ์เขาได้มาจากพ่อแม่ เพราะพ่อแม่เขาทำมาก่อน เขาคงมีสายเลือดทางนี้ สมัยรุ่นพ่อแม่ จิมเขาเข้ามา ก็จะบอกว่าทำแบบนี้ๆ โดยที่เราไม่ต้องออกแบบเอง แต่เดี๋ยวนี้เราต้องออกแบบเองว่าต้องทำอะไรเพื่อออกตลาด ถ้าเป็นผ้าธรรมดาที่อื่นก็มีทั้งนั้น นอกจากเราจะทำแบบแปลกๆ ออกมา อย่างผ้าตาก็คือเหมือนเมื่อก่อน แต่เราแต่งใหม่ให้ทันสมัยขึ้น ขึ้นอยู่กับว่าเขานิยมแบบไหน ซึ่งแต่ก่อนแม่ไม่ได้นิยมแบบนั้น กิจการของที่บ้าน ถ้าคุณวรรณิไม่ทำก็จะมีคนทำ อยากให้ลูกมาสืบทอดต่อ แต่ก็รู้ว่าเขาจะทำรีเปลา(วรรณิ มนุทัศน์. 16 ธันวาคม 2548: สัมภาษณ์)

การจัดจำหน่าย

เมื่อก่อนมีการส่งขายตามต่างจังหวัด และบริษัทจิม ทอมป์สัน ปัจจุบันส่งที่ร้านขายผ้าไหมตามโรงแรมใหญ่ๆ และนารายณ์ภักดิ์

ธุรกิจการทอผ้าไหมในอดีตและปัจจุบันของชุมชนบ้านครัว

ในอดีตนั้นธุรกิจการทอผ้าไหมเป็นอาชีพหลักของชุมชนบ้านครัว โดยมีการทอผ้าไหมแทบทุกครัวเรือน โดยทำกันในหมู่เครือญาติ และเจริญรุ่งเรืองอย่างมาก หลังจากจิม ทอมป์สันเข้ามา มีบทบาทในการทำธุรกิจผ้าไหมของชุมชนบ้านครัว โดยการเปลี่ยนแปลงไปใช้วิทยาศาสตร์ในการย้อม การใช้กระตุกแทนที่พุ่ง รวมทั้งรับซื้อผ้าไหมของชาวบ้าน โดยออก ทุนให้ก่อน และให้เจ้าของ

ธุรกิจผ้าไหมเข้ามาเป็นผู้มีส่วนหนึ่งของบริษัทผ้าไหมของจิม ทอมป์สัน ซึ่งทำให้ชื่อเสียงของผ้าไหมไทยบ้านครัวแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ มีผลให้เศรษฐกิจของชาวชุมชนบ้านครัวในช่วงนั้นรุ่งเรืองมาก จนกระทั่ง จิม ทอมป์สัน หายสาบสูญไปในปีพ .ศ. 2510 ทำให้ธุรกิจผ้าไหมของชุมชนบ้านครัวซบเซาลง เพราะไม่มีทุน และไม่มีตลาด จนปัจจุบันเหลือคนที่ทำธุรกิจผ้าไหมในชุมชนบ้านครัวเพียง รายเดียวที่ยังคงทำผ้าไหมแบบครบวงจร ทำให้มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของชาวชุมชนบ้านครัวเป็นอย่างมาก

สุภาพร (2545: 111-112) ได้ทำการศึกษา “ทัศนคติที่มีต่อผ้าไหมไทยของสุภาพสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร ” โดยการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อผ้าไหมไทยของสุภาพสตรีในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 4 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ญาติต่อเดือน และสถานภาพสมรส โดยศึกษาจากสตรีกลุ่มตัวอย่างสุภาพสตรี 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ สุภาพสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติต่อผ้าไหมไทย พบว่าการสวมใส่ผ้าไหมไทยทำให้รู้สึกสง่า แต่งกายเพื่อให้เกิดความสวยงามเพื่อความพึงพอใจของตนเองและของผู้อื่น ด้านการแต่งกายเป็นการใช้เครื่องแต่งกายเป็นตัวแบ่งช่วงเวลาพิเศษออกจากช่วงเวลาปกติความนิยมที่จะซื้อผ้าไหมไทยแท้มากกว่าผ้าไหมเทียม ผ้าไหมเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย ด้านราคาพบว่าสุภาพสตรีในเขตกรุงเทพมหานครมีทัศนคติต่อผ้าไหมด้านราคา คือต้องการให้มีหลายระดับราคาตามคุณภาพของผ้า ผ้าไหมไทยสีพื้นราคาถูก การสวมใส่ผ้าไหมไทยคุ้มค่าง่าราคาที่ต้องจ่าย ผ้าไหมไทยที่มีลวดลายราคาแพง และผ้าไหมไทยที่มีราคาแพงอาจไม่เหมาะจะนำมาใช้ใน ชีวิตประจำวัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สุภาพสตรีส่วนใหญ่มักนิยมซื้อผ้าไหมไทย จากร้านที่มีการจัดเรียงผ้าไหมไทยในร้านเรียบร้อยจึงให้เกิดความต้องการซื้อ นอกจากนี้มีความพอใจซื้อผ้าไหมไทยจากร้านค้าในกรุงเทพมหานครมากกว่าแหล่งผลิตในต่างจังหวัดถึงแม้ราคาจะแพง การซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ตไม่สามารถเห็นและจับต้องเนื้อผ้าได้อย่างชัดเจน จึงไม่ค่อยสนใจซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าสุภาพสตรีในเขตกรุงเทพมหานครมีทัศนคติต่อผ้าไหมไทยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับดี ด้านการออกแบบให้ฟรี การรณรงค์สวมใส่ผ้าไหมไทยทำให้เกิดการซื้อ การโปรโมชันราคาพิเศษและของสมนาคุณที่เป็นผ้าไหมไทย

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าผ้าไหมชุมชนบ้านครัวมีศักยภาพเพียงพอที่จะดำเนินและขยายธุรกิจผ้าไหมต่อไปได้ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่มีคุณภาพ มีทำเลที่ตั้งและแหล่งผลิตอยู่ใน กรุงเทพมหานครสามารถเดินทางได้สะดวก มีราคาไม่สูงจึงเหมาะที่จะนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน แต่ปัจจุบันปัญหาที่พบคือผ้าไหมบ้านครัวคือไม่ได้รับการ สนับสนุนทางธุรกิจ ในด้านการประชาสัมพันธ์ ขาดตลาดรองรับ และไม่มีรูปแบบที่หลากหลาย งานวิจัยชิ้นนี้จึงต้องการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมชุมชนบ้านครัว ถ้าได้รับการสนับสนุนในด้านการออกแบบ ลวดลาย และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและร่วมสมัยมากขึ้น และออกแบบเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมชุมชนบ้านครัวตรงกับความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด

2.3 คุณลักษณะของผ้าไหม

ผ้าไหม เป็นผ้าที่ทอขึ้นจากเส้นใยโปรตีนตามธรรมชาติที่มีคุณภาพ ที่ได้มาจากรังไหมของตัวไหม ซึ่งเป็นแมลงชนิดหนึ่งในจำพวกผีเสื้อที่มีชื่อว่า Bombyxmon เส้นไหมมีโครงสร้างพิเศษ มีความเป็นระเบียบและความเป็นผลึกสูง มีคุณสมบัติที่โดดเด่น ด้านความมันวาวและมีผิวเรียบ ดังนั้นเมื่อทอออกมาแล้วก็จะได้ผ้าที่สวยงามเป็นเงาวาวจับตาผู้พบเห็น นอกจากความสวยงามในตัวเส้นไหมแล้ว เส้นไหมยังมีคุณสมบัติพิเศษอื่นอีก คือสามารถดูดความชื้น คายความเปียกได้ดี และไม่เป็นอันตรายต่อผู้สวมใส่อีกด้วย

ผ้าไหม

ราชบัณฑิตยสถาน (2531: 556) ให้ความหมายของผ้าว่า หมายถึง สิ่งที่ทำด้วยเยื่อใย เช่น ผ้าไหม ขนสัตว์ โดยวิธีการทอหรืออัดให้เป็นผืน

ราชบัณฑิตยสถาน (2531: 885) ให้ความหมายของไหมว่า หมายถึง ผีเสื้อไหมชนิด Bombyx mori Linn ในวงศ์ Bombycidae ตัวอ่อนป้อม มีขนสีขาวคล้ายสีครีมคลุมเต็ม ปีกมีลายเส้นสีน้ำตาลอ่อนพาดตามขวางหลายเส้น ตัวหนอนสีขาวหรือสีครีม มีริยางค์เล็ก ๆ สั้น ๆ คล้ายเขาที่ปลายหาง กินใบหม่อนได้อย่างเดียว เมื่อโตเต็มที่จะถักใยหุ้มดักแด้ ซึ่งใยนี้สามารถสาวเป็นเส้นไหมนำมาทอเป็นเสื้อผ้าได้ ใยของสัตว์ชนิดนี้ เรียกว่า “ไหม” เรียกเครื่องนุ่งห่มที่ทำด้วยไหมว่า “ผ้าไหม”

อารียา ประภาพรหม (2543: 24) กล่าวว่าในการจัดคุณภาพเส้นไหมตามมาตรฐานสากลมีหลักในการพิจารณาที่สำคัญอันเกี่ยวกับการผลิตและคุณภาพของผ้าไหมดังนี้

1. ความสม่ำเสมอของเส้นไหม มีผลต่อการผลิตผ้าไหมดังนี้

1.1 การฟอกย้อมสี เส้นไหมที่มีขนาดไม่สม่ำเสมอ เล็กบ้างใหญ่บ้างเมื่อนำไปฟอกย้อมจะติดสีไม่สม่ำเสมอ ผ้าไหมที่ทอได้จะมีสีไม่สวยงาม

1.2 ผลผลิตของผ้าไหม เส้นไหมขนาดใหญ่ เมื่อนำไปทอจะได้ผ้าสั้นกว่า เช่น ผ้าไหม 1 กิโลกรัม ปกติทอผ้าได้ 40 หลา แต่ถ้าเส้นไหมมีขนาดใหญ่อาจทอได้เพียง 38 หลา ก็ได้

2. ปุ่มปมเส้นไหม มีผลกระทบต่อผลิตภณฑ์ไหม เช่นเดียวกับขนาดของเส้นไหมคือ มีผลต่อการฟอกย้อม จำนวนผ้าที่ทอได้และความเสื่อมมัน ผลกระทบที่สำคัญที่สุดของปุ่มปมเส้นไหมเกิดขึ้นในขบวนการทอ โดยเฉพาะในกรณีที่ใช้เส้นไหมที่มีปุ่มปมเป็นเส้นยืนพื้นหวี กระสวย มักจะสะดุดปุ่มปมทำให้เส้นไหมขาด ผ้าที่ทอได้จะไม่สวยงามทั้งด้านเนื้อผ้าและลวดลาย นอกจากนี้ยังทำให้เสียเวลาและแรงงานส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและคุณภาพของผ้า

3. ความสม่ำเสมอของสีเส้นไหมดิบมีผลต่อการฟอกย้อม หลังจากฟอกแล้วเส้นไหมฟอกมีสีไม่สม่ำเสมอซึ่งเป็นผลต่อเนื่องไปถึงการย้อมสี ทำให้เส้นไหมติดสีไม่สม่ำเสมอ

4. ชนิดของผ้าไหม อารียา ประภาพรหม (2543: 15) กล่าวว่าผ้าไหมที่ผลิตและจำหน่ายในประเทศไทย อาจจำแนกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ ผ้าไหมไทยและผ้าไหมจู้รี

1. ผ้าไหมไทย เป็นผ้าทอที่ทอด้วยไหมแท้ทั้งหมด ไม่ว่า จะมีสิ่งอื่นเป็นส่วนประกอบ เพื่อการตกแต่งหรือไม่ก็ตาม ผ้าไหมไทยยังสามารถจำแนกตามลักษณะ และตามคุณภาพของผ้าไหมได้อีก ผ้าไหมที่จำแนกตามลักษณะของผ้า คือ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าพื้น เป็นต้น

5. การเลือกซื้อผ้าไหมไทยและวิธีทดสอบ

5.1 การเลือกซื้อผ้าไหม

ผ้าไหมเป็นผ้าที่ได้จากธรรมชาติ เป็นสินค้าหัตถกรรม ซึ่งในแต่ละภูมิภาคจะมีรูปแบบ ลวดลาย รวมถึงวัตถุดิบแตกต่างกัน ในการที่เราจะเลือกซื้อผ้าไหมแต่ละชิ้นควรที่จะพิจารณา ลักษณะต่างๆ ประกอบในการตัดสินใจซื้อ เช่น

5.1.1 เนื้อผ้า ผ้าไหมที่ดี ควรมีเนื้อแน่นพอสมควร ไม่บางเกินไป ผ้าไหมเนื้อเรียบ อาจจะมีขี้ไหมอยู่บ้าง ส่วนใหญ่เนื้อหนาจะมีขี้ไหมอยู่ทั่วทั้งผืน ทั้งนี้จะเลือกซื้อผ้าไหมเนื้อเรียบหรือเนื้อหนา ก็แล้วแต่รสนิยมความชอบของผู้ซื้อ

5.1.2 ลายผ้า ควรเลือกซื้อลายที่มีความสม่ำเสมอกันตลอดทั้งผืน ผ้าบางชิ้นอาจจะ มีลายเล็กใหญ่ ไม่เสมอกัน ควรต้องใช้ความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อ

5.1.3 สี ควรเลือกผ้าที่มีสีสม่ำเสมอทั้งผืน ไม่อ่อนหรือเข้มต่าง ๆ กัน ยกเว้น ผ้าไหมที่มีริ้วลายของสี ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของผ้าไหมแบบนั้นๆ

5.2 วิธีการทดสอบ

ผ้าไหมเป็นผ้าที่ได้จากเส้นใยธรรมชาติ ซึ่งจะมีความแตกต่างจากเส้นใยสังเคราะห์ คือ จะมีความโปร่ง น้ำหนักเบา และถ่ายเทอากาศได้ดีกว่าเส้นใยสังเคราะห์ในปริมาณเท่ากัน แต่เส้นใยสังเคราะห์สามารถทำให้มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับผ้าไหมมาก

วิธีที่ 1 ผ้าไหมแท้ที่เนื้อละเอียด ยดจะมีความเงา ซึ่งทอจากไหมเส้นเล็ก อาจจะมี ขี้ไหมอยู่ บ้างเล็กน้อย ถ้าเป็นผ้าไหมเนื้อหยาบจะมีความเงา น้อย มีขี้ไหมอยู่ทั่วทั้งผืน ซึ่งเป็น ธรรมชาติของ ผ้าไหมเนื้อหยาบ

วิธีที่ 2 โดยการลองดึงเส้นไหมจากผ้าในแนวตั้งหรือเส้นยืนและแนวนอน หรือเส้นตั้ง เพราะผ้าไหมบางผืนอาจจะมีไหมแท้เพียงครึ่งเดียว คือ แนวนอนอาจเป็นใยสังเคราะห์ ซึ่งเมื่อสัมผัส ดูแล้วจะพบว่า มีลักษณะเนื้อหยาบและคม แต่แนวตั้งเป็นเส้นใยธรรมชาติ ซึ่งเมื่อสัมผัสดูแล้วจะ พบว่ามีลักษณะเนื้อละเอียดและไม่คม

วิธีที่ 3 โดยการเผาไฟ โดยดึงเส้นใยออกมาเผาไฟและสังเกตดู ถ้าเส้นใยที่ไหม้นั้น มี ลักษณะหดตัวเล็กน้อย ไม่เป็นก้อนและอาจมีกลิ่นเหม็นไหม้คล้ายกับผมไหม้ แสดงว่าเป็นเส้นใย ธรรมชาติ แต่ถ้าเส้นใยที่เผาไฟนั้น มีลักษณะหดตัว จับกันเป็นก้อนเหนียวและมีกลิ่นคล้ายพลาสติก ไหม้ แสดงว่าเป็นใยสังเคราะห์ นอกจากนี้ยังสังเกตได้จาก การ เผา ถ้าเป็นเส้นใยจากธรรมชาติจะมี ลักษณะเปราะ เมื่อใช้นิ้วมือบีบหรือขยี้จะแตกเป็นผง แต่ถ้าเป็นเส้นใยสังเคราะห์จะมีลักษณะเป็น ก้อนเหนียว

วิธีที่ 4 โดยการทดสอบทางเคมี (อารียา ประภาพรหม . 2543: 29) โดยถือ คุณสมบัติในการละลายและไม่ละลายในสารเคมีชนิดต่างๆ กล่าวคือ เส้นใยธรรมชาติ จะละลาย ในสารเคมีต่อไปนี้ คือ โซเดียม ไฮโปคลอไรต์ กรดซัลฟูริก และกรดไฮโดรฟลูออริก ไม่ละลาย ในกรดอซิติก อซิโตน กรดไฮโดรคลอริก กรดฟอร์มิก 1 , 4 ไดออกเซน เมตะคลอรีน โซโคลเฮกซาโนน ไดมethyl ฟอร์มมาไมด์

วิธีที่ 5 โดยการย้อมสี โดยวางชิ้นส่วนที่จะทำการทดสอบจำนวนเล็กน้อยบนแผ่นกระดาษชดชิ่งค์คลอไรด์ไอโอได ลงบนเส้นใยปิดด้วยกระดาษ ทับโดยไม่ให้มีฟองอากาศ แล้วดูด้วยกล้องจุลทรรศน์ ถ้าเป็นไหมแท้จะเป็นสีน้ำตาล หรือใช้ชิ้นส่วนทดสอบใส่ในบีกเกอร์แล้วรินยาเซอร์ลาสเตนเอ พอท่วมชิ้นทดสอบ แช่ไว้ 2-7 นาที แล้วนำมาล้างน้ำ ให้สะอาด ผึ่งให้แห้ง แล้วนำมาเทียบกับแผ่นสีตัวอย่าง ซึ่งมีสีของเส้นใยแต่ละชนิดไม่เหมือนกัน ถ้าเป็นไหมแท้จะเป็นสีน้ำตาล

6. การปฏิบัติรักษาผ้าไหมไทย

6.1 การตัดเย็บ ชั้นแรกให้จุ่มผ้าไหมลงในน้ำร้อน เพื่อไล่สีที่หลงเหลือหรือสีที่ไม่สามารถจับติดในเนื้อผ้าไหมให้ออกไป นอกจากนี้แล้วยังทำให้มีความงามเป็นประกายดีขึ้น หลังจากนั้นรีดผ้าไหมทางด้านหลังด้วยไฟอ่อน ๆ โดยพ่นน้ำเพียงเล็กน้อยก่อนรีด ฟังระลึกละเอียดว่า ให้พ่นฉีดยาน้ำบาง ๆ เท่านั้น อย่าถึงกับให้เปียกเพราะ ถ้าเปียกเวลารีดแล้วอาจทำให้ผ้าเกิดเป็นจุดที่ไม่สวยงาม หลังจากนั้นแล้วจึงจัดเส้นลายผ้าให้ตรง แล้วจึงทำการตัดและเย็บด้วยเข็มและด้ายที่เหมาะสมกับคุณภาพของผ้า

6.2 การรีด การรีดโดยทั่วไปหรือการรีดลรอยย่นหลังจากตัดเย็บแล้วหรือหลังจากการสวมใส่อุณหภูมิที่เหมาะสมในการรีดผ้าไหมโดยทั่วไป ควรรักษาอุณหภูมิให้อยู่ในระหว่าง 120 - 140 องศาเซลเซียส และการรีด ควรมีผ้าผ้ายหนา ๆ ทับบนผ้าไหม เพื่อป้องกันการสมผัส ผ้าไหมกับเตารีดโดยตรง ถ้าสัมผัสโดยตรงจะทำให้คุณสมบัติต่างๆ ของผ้าไหมสูญเสียไปได้

6.3 การซัก การซักแห้งนับว่าเหมาะสมที่สุด แต่ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะซัก แบบธรรมดา ควรใช้สารที่มีคุณภาพเป็นกลางในน้ำอุ่นให้ทั่ว อย่าให้ผ้าไหมกองหรือพับติดกัน หลังจากซักแล้วให้บิดเบา ๆ นำไปผึ่งในที่ร่ม ห้ามผึ่งแดดโดยเด็ดขาด

6.4 การระมัดระวังและเก็บรักษา หลังจากสวมใส่ทุกครั้งให้ตรวจสอบสิ่งสกปรกที่ติดอยู่อย่างระมัดระวัง ผึ่งให้เสื้อผ้าคงรูปเดิม ในที่ ๆ มีการถ่ายเทอากาศที่ดีปราศจากฝุ่นละออง ถ้าเสียรูปร่าง หรือรอยยับให้ใช้เตารีด รีดให้เรียบ การเตรียมการเก็บรักษา ก่อนเก็บเสื้อผ้าต้องอยู่ในสภาพเรียบ ไม่มีรอยยับแห้งและสะอาดอยู่เสมอ สารป้องกันแมลงเช่น ลูกเหม็น ควรวางไว้โดยไม่ให้สัมผัสกับผ้าไหมโดยตรง อย่าเก็บในที่ที่มีความชื้นและต้องปราศจากแมลงหรือราที่จะทำอันตรายกับผ้าไหม ควรเก็บใส่ถุงที่มีอุณหภูมิต่ำ และสะอาด อาจเก็บในถุงผ้า หรือถุงพลาสติก ก็ได้ การตากหรือผึ่งควรผึ่งในที่ที่มีการถ่ายเทอากาศที่ดี ความชื้นต่ำในระหว่างเวลา 10.00 - 14.00 น. เป็นระยะเวลาที่เหมาะสม อย่างไรก็ตามในฤดูฝนความชื้นสูงควรทำการป้องกันแมลง และเชื้อราต่าง ๆ ที่อาจทำอันตรายกับผ้าไหมได้ ในบ้านเรามีข้อจำกัดเพียงในฤดูฝนเท่านั้น ส่วนหน้าหนาวและหน้าร้อนเรา

สามารถฝังใหม่ได้ดี โดยไม่มีปัญหา นอกจากลูกหมิ้นแล้วสารอื่น เช่น สารฆ่าแมลงชนิดระเหย ประกอบด้วย DDVP 16% ใช้ในโรงเก็บเมล็ดพันธุ์มีความเป็นพิษต่อคนน้อย และสารอื่น ๆ เช่น คลอโรพิกริน (Chloropicrin), เมทิลโบรไมด์ (Methylbromide), ไฮโดรฟอสเฟท (Hydrophosphate) อย่างไรก็ตามสารฆ่าแมลงเหล่านี้ก่อนใช้ทุกครั้งขอให้อ่านคำแนะนำ หรือทำ การศึกษาจากผู้รู้จะทำให้ปลอดภัย

การผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยนั้นต้องใช้เวลา แรงงาน และความตั้งใจ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยมีคุณภาพและสวยงาม ถ้าใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยแล้วมีการปฏิบัติรักษาที่ดี ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยมีอายุการใช้งานได้นาน เป็นที่นิยมกันแพร่ หลาย ตลอดจนชื่อเสียงผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยก็จะยืนยาวคู่ชาติสืบไป

3. ข้อมูลเกี่ยวกับกรรมวิธีสร้างลวดลายลงบนผ้าไหม

3.1 การพิมพ์ลายด้วยเทคนิคซิลค์สกรีน (Silk screen)

การพิมพ์ลายลงบนผ้าไหม ช่วยเพิ่มความสวยงามให้ผ้าไหมสีพื้น ดูโดดเด่น เนื่องจากผ้าไหมเป็นเส้นใยที่มาจากโปรตีนธรรมชาติจึงมีบางเทคนิคที่ไม่สามารถใช้ในการพิมพ์ลายลงบนผ้าไหมได้ จากการศึกษาค้นคว้า เทคนิคการพิมพ์ที่เหมาะสม ที่สุดในการพิมพ์ลายลงบนผ้าไหมให้ลายสวยงามคมชัด มีคุณภาพดี ไม่ทำลายเนื้อผ้า และมีต้นทุนไม่สูงมากคือการพิมพ์ "ซิลค์สกรีน" โดยมีหลักการ คือ การปาดหมึกพิมพ์ ผ่านผ้าสกรีน ที่ยึดบนกรอบสี่เหลี่ยม ให้ลงไปติดกับวัสดุที่จะพิมพ์ หากต้องการให้หมึกผ่านผ้าสกรีนออกมาเป็นลวดลายใด ๆ ก็ทำให้รูผ้าเปิดหรือปิด ในส่วนที่ต้องการให้หมึกผ่านออกตามลวดลายนั้น ๆ การพิมพ์ระบบนี้สามารถใช้พิมพ์ ลงบนวัตถุ ได้แทบทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นวัสดุแบบ กลม เหลี่ยม หรือรูปทรงแปลก ๆ ทั้งหลาย การพิมพ์ระบบนี้ใช้การ ปาดหมึกพิมพ์ผ่านผ้าสกรีนลงไปติด บนวัสดุ ปริมาณ ของหมึกพิมพ์จึงผ่านลงไปเกาะยึด บนวัสดุที่พิมพ์ได้มากและดีกว่าการพิมพ์ระบบอื่น ๆ จึงทำให้ภาพพิมพ์แลดูสดสวยและคงทนผ้าซิลค์สกรีน

ผ้าซิลค์สกรีน คือ ผ้าที่ทอขึ้นเป็นพิเศษ ให้มีขนาดของรูผ้าเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส เล็ก ๆ ขนาดเท่ากันทุกรู รายละเอียดเกี่ยวกับผ้าสกรีน มีดังนี้คือ

1. ชนิดของเส้นใย มี 3 แบบ คือ ไนลอน โพลีเอสเตอร์ เส้นใยโลหะ
2. ลักษณะของเส้นใย มีอยู่ 2 แบบคือ แบบเส้นเดี่ยว (Mono Filament) และ แบบเส้นควบหรือหลายเส้น (Multi Filament)

3. ขนาดของเส้นใย หมายถึง ความหนา ของผ้า มีขนาดดังนี้คือ

S = Small เป็นผ้าชนิดบาง

M = Medium เป็นผ้าชนิดปานกลาง

T = Thick เป็นผ้าชนิดหนา

HD = Heavy Duty ผ้าหนาชนิดที่ต้อง การให้มีความทนทานสูง

4. ขนาดของรูผ้า หรือความห่าง ระหว่าง เส้นใย บอกขนาดเป็นนัมเบอร์ เช่น ผ้าซิลค์ เบอร์ 77, 80, 90, 100, 120, 150, 200 ตัวเลขนัมเบอร์ นี้มาจาก จำนวนเส้นด้าย /ซ.ม. หรือ นิ้ว ซึ่ง ส่วนใหญ่ที่ใช้กัน จะเป็นระบบเมตริก (ซ.ม.) เบอร์ ของผ้าซิลค์ยิ่งสูงขึ้น ขนาดของรูผ้าก็จะเล็กลง ซึ่ง ผ้าซิลค์มีอยู่หลายสิบเบอร์ให้เลือกตามความเหมาะสมของแบบที่จะพิมพ์ และวัสดุที่ใช้พิมพ์ซึ่งมี การดูดซึมของหมึกที่แตกต่างกัน การเลือกใช้เบอร์ ผ้าสกรีนให้ถูกต้องเหมาะสมกับงานที่จะพิมพ์ คือ

4.1 การพิมพ์ผ้า ใช้ประมาณ เบอร์ 18 - 70 เป็นผ้า Screen ที่มีขนาดรูของผ้าใหญ่ เพื่อให้หมึกลงได้มาก ส่วนใหญ่ในแบบหรือภาพที่มีเส้นใหญ่มีการดูดซึมของหมึกมาก

4.2 พิมพ์กระดาษ, ไม้, โปสเตอร์ ใช้ผ้าประมาณ เบอร์ 90 - 120 รูของผ้าปานกลาง ใช้ ในการพิมพ์ งานระดับธรรมดาจนถึงลายเส้นเล็ก

4.3 พิมพ์สติ๊กเกอร์ ป้ายฉลาก , ภาชนะพลาสติก ใช้ผ้าเบอร์ 130 - 200 เป็นผ้าที่มี ขนาดรูผ้าละเอียดมาก ใช้ใน การ พิมพ์งานลายเส้นเล็กและคมมาก ๆ ผ้าสกรีนที่บอกรายละเอียดว่า T90 NYMO หมายถึง ผ้าเบอร์ 90 แบบหนา (T = Thick) เป็นผ้าชนิดไนลอน (NY = Nylon) ทอ แบบเส้นเดี่ยว (MO = Mono) ผ้าสกรีน เบอร์ 150 S POMO จึงหมายถึง ผ้าเบอร์ 150 โพลีเอสเตอร์ แบบบาง และทอแบบ เส้นเดี่ยว

วิธีการทำแม่พิมพ์ซิลค์สกรีน

การทำแม่พิมพ์ สามารถทำได้หลายวิธี ซึ่งจะต้องพิจารณาเลือกวิธีที่เหมาะสมกับงาน ต้นฉบับปริมาณ คุณภาพ และงบประมาณ

1. วิธีตัดกระดาษ ใช้กระดาษหรือวัสดุอื่นที่มีลักษณะเป็น แผ่นแบน และ บางเช่นเดียวกับ กระดาษ ตัด หรือเจาะรูกระดาษให้เป็นช่อง หรือลวดลาย ตามที่ต้องการ แล้วนำไปติดลงบนผ้า สกรีนด้านที่จะกดลงทับกระดาษพิมพ์ วิธีการติด อาจใช้การปาดสี พิมพ์ติด การติดกาว หรือใช้เทปกาวก็ได้ เท่านี้ก็จะได้แม่พิมพ์ที่พร้อมที่จะใช้พิมพ์ วิธีนี้เหมาะกับงานพิมพ์ที่ไม่ต้องการความ ละเอียด และต้นฉบับเป็นลายเส้นขนาดใหญ่ เช่น ตัวเลข พิมพ์เบอร์เสื้อกีฬา

2. วิธีใช้สี, แลคเกอร์, กาว ใช้สี, แลคเกอร์ หรือกาวทาบนผ้าสกรีนมีเทคนิคการทำงานง่าย ๆ คือ ใช้กาว แลคเกอร์ หรือสีทาระบายลงบนผ้าสกรีนที่ขึงไว้บนกรอบแล้ว โดยทาตามแบบหรือ ลวดลายที่ได้เตรียมไว้ให้บางส่วนที่บางส่วนทะลุเป็นช่องตามลวดลาย เพื่อให้สีผ่านได้ในขั้นตอน การพิมพ์ วิธีนี้อาจไม่ทากาว หรือสีโดยตรงแต่ใช้วิธีตัดกระดาษให้เป็นลวดลายตามต้องการแล้ววาง กระดาษติดบนกรอบสกรีนด้านใน แล้วใช้สีหรือกาวปาดทับลง แล้วจึงเอากระดาษออกแม่พิมพ์จะมี รอยทะลุตรงส่วนที่มีกระดาษวางอยู่ก่อนวิธีนี้ไม่ตึงนัก ได้ลวดลายหยาบ ๆเท่านั้น

3. วิธีใช้ฟิล์มเขียว ฟิล์มเขียว มีลักษณะเป็นเยื่อบาง ๆ ของโพลีไวนิล (Polyvinyl Acitlate) เคลือบอยู่บนแผ่นพลาสติกใสสามารถลอกให้หลุดออกจากกันได้ วิธีทำคือ ตัดแผ่นฟิล์ม ให้มีขนาด โตกว่าต้นแบบพอสมควรแล้ววางฟิล์มทับลงกับต้นแบบ โดยหงายด้านที่เป็นฟิล์มขึ้น จากนั้นใช้คัตเตอร์ปาดลายแหลม หรือเข็มหรือคัทเตอร์ ชนิดที่ทำขึ้นมาสำหรับการใช้กับงานนี้โดยเฉพาะ กรีดลงบน

ฟิล์ม ตามลวดลายของต้นฉบับโดยจะต้องกรีดเพียงเบา ๆ พอให้ฟิล์มที่เคลือบอยู่บนแผ่นพลาสติกขาดเท่านั้น หลังจากกรีดจนเสร็จทุกส่วนแล้ว นำแผ่นฟิล์มไปติดกับกรอบผ้าสกรีนวิธีติดทำได้โดยวางแผ่นฟิล์มลงบนกระจกเรียบ หงายด้านฟิล์มขึ้น แล้ววางกรอบผ้าสกรีน กดทับลงไปให้แน่น จากนั้นใช้สาลีชุบทินเนอร์ให้ชุ่มพอควร ลูบฟิล์มผ่านผ้าสกรีนให้ทั่ว ทินเนอร์จะต้องใช้พอให้ชื้น อย่าให้เปียกโชกเพราะจะทำให้ฟิล์มละลาย แต่ถ้าทินเนอร์น้อยไปฟิล์มก็จะไม่ติดผ้า การสังเกตว่าฟิล์มติดหรือไม่ให้ดูสีฟิล์มจะเปลี่ยนเป็นสีเข้มขึ้น แสดงว่า ฟิล์มได้รับทินเนอร์เพียงพอแล้ว ปล่อยให้ประมาณ 2 - 4 นาที เพื่อให้ฟิล์มแห้งสนิท สังเกตได้จากสีที่จางลงเท่ากับสี ก่อนที่จะเปียกทินเนอร์ จากนั้น ค่อย ๆ ลอกแผ่นพลาสติกที่รองด้านหลังออก หากมี ส่วนใดของฟิล์มหลุดออก ก็ให้กดลง แล้วชุบทินเนอร์ซ้ำอีกครั้งหนึ่งด้วย แม่แบบที่ทำด้วยฟิล์มเขียวมีคุณภาพดีพอสมควร แต่ลวดลายที่จะทำแม่พิมพ์วิธีนี้จะได้เพียง หยาบ ๆ เท่านั้น เพราะจะต้องใช้ฝีมือ หรือความสามารถในการกรีดฟิล์มด้วยมือ เช่น ตัวอักษร หรือตัวเลขขนาดใหญ่ สีที่ใช้พิมพ์ จะใช้ได้เฉพาะสีเขื่อน้ำเท่านั้น ถ้าใช้สีเขื่อน้ำมันจะทำให้แผ่นฟิล์มละลาย การล้างแม่แบบล้างโดยใช้ทินเนอร์เช็ด

4. วิธีใช้ฟิล์มน้ำ ฟิล์มน้ำ หรือฟิล์ม Autocut มีลักษณะคล้าย กับฟิล์มเขียว แต่โปร่งใส เนื้อฟิล์ม และแผ่นรองรับ ไม่หดหรือขยายตัวง่าย ๆ ถูกน้ำจะละลาย ดังนั้นจึงติดกับกรอบผ้าสกรีนด้วยการใช้น้ำเป็นตัวทำให้ติด วิธีทำ แม่พิมพ์ มีวิธีการเช่นเดียวกับวิธีใช้ฟิล์มเขียว เพียงแต่เปลี่ยนจากทินเนอร์เป็นน้ำเท่านั้น วิธีพิมพ์ฟิล์มน้ำ ใช้พิมพ์ได้กับหมึกพิมพ์เขื่อน้ำมัน และหมึกพิมพ์เขื่อน้ำมัน สีพิมพ์ผ้าจะใช้ไม่ได้ ในกรณีที่ต้องการพิมพ์ด้วยหมึกเขื่อน้ำให้ใช้วิธี ฟิล์มเขียว การล้างเมื่อต้องการเปลี่ยนแบบใหม่ให้ล้างฟิล์มน้ำออกจากผ้าสกรีนโดยใช้น้ำหรือ น้ำอุ่น เหมาะสำหรับงานที่มีลายเส้นใหญ่ หรืองานที่คัดลอกด้วยมือได้ เหมาะสำหรับกรอบสกรีน ที่มี ขนาดใหญ่ ซึ่งการทำแม่พิมพ์แบบวิธีอื่นไม่สามารถทำงานได้สะดวก ในกรณีลายเส้นเล็ก ต้องใช้วิธีกาอัด หรือฟิล์มถ่าย

5. การทำแม่พิมพ์ด้วยวิธีฟิล์มม่วง

ฟิล์มม่วง เป็นฟิล์มที่มีความไวแสง ใช้ทำแม่พิมพ์ Silk screen ร่วมกับกาอัด ให้รายละเอียด และพิมพ์ได้คมชัดกว่าการใช้กาอัดเพียงอย่างเดียว เหมาะสำหรับการพิมพ์ หมึกพิมพ์เขื่อน้ำมัน มีวิธีการทำดังนี้คือ

1. ตัดฟิล์มม่วง ให้มีขนาดใหญ่กว่าแบบที่จะถ่ายพอประมาณ แล้วนำไปวาง บนกระจกเรียบหงายด้านฟิล์มขึ้น (ด้านผิวด้าน)
2. วางกรอบผ้าสกรีนทับแผ่นฟิล์ม จากนั้นใช้กาอัดที่ผสมน้ำยาไวแสงแล้ว ปาดผ่านผ้าสกรีนลง ไปรีดทับกับฟิล์ม
3. นำไปทำให้แห้งในที่มืด เมื่อแห้งแล้วให้ ลอกพลาสติกด้านหลังฟิล์มออก
4. นำกรอบผ้าสกรีน ที่เคลือบกาอัดติดฟิล์ม และแห้งแล้วนั้น ไปถ่ายแสงเช่นเดียวกับวิธีกาอัด แต่จะต้องเพิ่มแสงขึ้น ประมาณ 30 - 40 % ของ การถ่ายเฉพาะกาอัด

6. การทำแม่พิมพ์ด้วยกาวอัด เป็น วิธีที่นิยมใช้มากที่สุดในปัจจุบัน เพราะเป็นแม่พิมพ์ที่พิมพ์งานได้คุณภาพดี ทั้งลวดลายหยาบและละเอียด ทำได้ง่าย พิมพ์ได้ทั้งสีเขื่อน้ำและสีเขื่อน้ำมัน กาวอัด เป็นสารเคมีที่เมื่อผสมด้วยน้ำยาไวแสง แล้วนำไปปาดบนกรอบสกรีนที่ซึ่งผ้า นำไปเป่าให้แห้ง เมื่อแห้งแล้ว ส่วนใดที่ถูกแสงจะทำปฏิกิริยากับแสงจับตัวแข็ง และส่วนที่ไม่ถูกแสง จะอ่อนตัว เมื่อนำไปล้างในน้ำจะละลายตัวออก กาวอัดมีใช้กันอยู่ 3 แบบคือ กาวอัดสีฟ้าและกาวอัดสีชมพู และกาวอัดสีม่วง

การใช้งาน ใช้กาวอัดสีชมพู 5 ส่วน ผสมกับน้ำยาไวแสง 1 ส่วนโดยน้ำหนัก ส่วนกาวอัดสีฟ้าและสีม่วงให้ใช้กาวอัด 10 ส่วน ต่อน้ำยาไวแสง 1 ส่วน ควรผสมแต่พอใช้ ที่เหลือใช้ให้เก็บไว้ในที่มืดและเย็น

การทำแม่พิมพ์วิธีกาวอัด มีวิธีการ ขั้นตอน ดังนี้

1. ผสมกาวอัด กับน้ำยาไวแสงตามสัดส่วนของกาวอัดแต่ละชนิด คนให้เข้ากันอย่างดี วางทิ้งไว้สักครู่เพื่อให้ฟองอากาศหมดไป

2. เทกาวอัดที่ผสมแล้ว ลงบนกรอบสกรีนพอประมาณ ใช้ยาวปาด หรืออาจใช้ไม้บรรทัด ปาดกาวอัดให้เคลือบผ้าสกรีนให้เรียบทั้งสองหน้า

3. นำกรอบสกรีนที่ปาดกาวอัดแล้ว เข้าห้องมืด ซึ่งไม่จำเป็นจะต้องมืดสนิทก็ได้ เป่าด้วย เครื่องเป่าลมอุ่น ให้แห้ง

4. เมื่อแบบแห้งสนิทแล้ว นำแบบนี้ไปถ่ายภาพด้วยแสงแดด ในเวลาที่แดดจัด จะใช้ 30 วินาที ถึง 1 นาทีเท่านั้น

5. นำไปล้างน้ำสะอาดประมาณ 3 - 5 นาที ฉีดน้ำเป็นฝอยล้างบริเวณที่ถ่ายแบบ กาวอัด ส่วนที่ถูกแสงจะติดล้างไม่ออก กาวอัดส่วนที่ไม่ถูก แสงเนื่องจากต้นแบบส่วนที่เป็นสีดำบังเอาไว้ จะถูกน้ำล้างออก

6. นำไปเป่าให้แห้ง เตรียมการพิมพ์ต่อไป

การทำแม่พิมพ์วิธีใช้กาวอัด สามารถทำแม่พิมพ์ที่มีลวดลายได้ ละเอียดพอสมควร ใช้พิมพ์ได้ทั้งหมึกเขื่อน้ำและหมึกเขื่อน้ำมัน แต่การพิมพ์ด้วยหมึกเขื่อน้ำ แม่พิมพ์จะชำรุดเร็วขึ้น ซึ่งแก้ไขได้ โดยเคลือบแม่พิมพ์สกรีนด้วยน้ำยา แพ้ทลี่ (PATLY) เสียก่อน และควรใช้กาวอัดเป็นตัวอุดรูรั่วก่อนเคลือบ

วิธีการพิมพ์ซิลค์สกรีน

มีวิธีการพิมพ์ได้ทั้งแบบการพิมพ์ด้วยมือ และ การพิมพ์ด้วยเครื่อง โดยทั่วไปนิยมการพิมพ์ด้วยมือ สำหรับการพิมพ์ในปริมาณไม่มากนัก การพิมพ์ด้วยเครื่อง สามารถพิมพ์สอได้ ประณีต สวยงามยิ่ง เพราะน้ำหนักของการปาดหมึกพิมพ์ สามารถปรับตั้ง และควบคุมได้ตลอดการพิมพ์ ซึ่งการพิมพ์ด้วยมือทำได้ยาก เทคนิคของการพิมพ์ จะต้องอาศัยการฝึกทักษะปฏิบัติการพิมพ์จริงจึงจะสามารถพิมพ์ได้ดี การพิมพ์โดยทั่วไป นิยมนำกรอบสกรีนที่ถ่ายแบบเสร็จแล้วไปติด

กับโต๊ะพิมพ์ให้สามารถเปิดขึ้นลงได้ ทำจากที่โต๊ะพิมพ์เพื่อใส่ชิ้นงานให้ได้ตรงตำแหน่งเดิมที่ต้องการ ฉีดสเปรย์กาวเหนียวที่โต๊ะพิมพ์ ใส่หมึกพิมพ์ใส่ชิ้นงาน แล้วเริ่มพิมพ์ เทคนิคในการพิมพ์โดยละเอียด ต้องอาศัยการฝึก ฝึกจนจึงจะทำ ได้ดี อาจสอบถามจากผู้รู้ เพราะการพิมพ์ผ้า กระดาษ นามบัตรตัวหนู สติกเกอร์วงจรไฟฟ้า รูปลอก กำมะหยี่ ฯลฯ ซึ่งต่างก็มีเทคนิคที่แตกต่างกันไป

4. ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

4.1 ทฤษฎีการเขียนภาพประกอบ

งานสร้างภาพประกอบ เป็นงานศิลปะประเภทหนึ่งที่กระบวนการสร้างสรรค์ ต้องอาศัยหลักการและทฤษฎีทางศิลปะ จึงจะทำให้งานสร้างสรรค์ภาพประกอบมีคุณค่า ความงาม ความสะท้อนอารมณ์แก่ผู้ดู แม้ว่าจะถ่ายทอดด้วยเทคนิควิธีการใดๆ ก็ตาม ศิลปินผู้สร้างภาพประกอบ อาจจะเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสนใจ ในงานศิลปะที่ได้ฝึกทดลองสร้างสรรค์จนเกิดทักษะในการถ่ายทอดความคิดจินตนาการออกมาในตัวบุคคลคนเดียวกันอาจจะเป็นทั้งศิลปิน และนักสร้างสรรค์ภาพประกอบหรืออาจจะเป็นเพียงนักสร้างภาพประกอบมืออาชีพก็ได้ อย่างไรก็ตามกระบวนการสร้างสรรค์ในทุกๆ แขนง หลักการและทฤษฎีต่างๆ ที่ใช้ย่อมมีความประสานสัมพันธ์กัน เพียงแต่ว่าการสร้างสร้งงานในบางประเภท อาจจะเน้นหลักการทฤษฎีบางเรื่องที่จะช่วยส่งเสริมผลงานให้โดดเด่น หลักการและทฤษฎีที่ใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์ภาพประกอบมีดังนี้

1. ส่วนประกอบศิลปะ (Art Elements)

นับว่าเป็นพื้นฐานสำคัญที่นักสร้างสรรค์ภาพประกอบควรจะรู้และเข้าใจเพื่อจะใช้เป็นมูลฐานในการสร้างสร้งงาน ได้แก่

เส้น (Line) เส้นเป็นสิ่งที่แสดงระยะทาง และแสดงขอบเขตเมื่อปลายของเส้นที่เราลากมาบรรจบกัน เส้นมีหลายลักษณะและแต่ละลักษณะก็ให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป เช่น เส้นตรงให้ความรู้สึกมั่นคง แข็งแรง เส้นนอนให้ความรู้สึกสงบ ราบเรียบ แสดงพื้นระนาบ เส้นโค้งให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว นุ่มนวล อ่อนหวาน ขณะที่เส้นหยักก็ให้ความรู้สึกรุนแรง เคลื่อนไหวฉับพลัน และเส้นขดให้ความรู้สึกหมุนเวียน วกวน เป็นต้น นอกจากนี้ เส้นยังสามารถแสดงออกถึงบุคลิกภาพลักษณะความแตกต่างของบุคคลและวัตถุต่างๆ ที่ใช้ การใช้เส้นให้ประสานกลมกลืนกันจะช่วยให้แลดูมีระเบียบ แต่การใช้เส้นให้มีทิศทางขัดแย้งกันจะทำให้เกิดความสับสนและความไม่มีระเบียบ ในทำนองเดียวกัน การใช้เส้นโค้งในงานศิลปะหรือการออกแบบโดยให้ มีความประสานสัมพันธ์กัน จะช่วยให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ความสงบ และอ่อนโยน

ผู้สร้างงานศิลปะทุกๆ แขนง ต้องสามารถนำเอาลักษณะเด่นของเส้นต่างๆ มาใช้ประโยชน์ในการสร้างสร้งงานจะต้องสามารถเลือกใช้เส้นในโอกาสอันเหมาะสมที่จะช่วยส่งเสริมคุณค่าของผลงานทั้งลักษณะ วิจิตรศิลป์ และประยุกต์ศิลป์ ดังเช่นการสร้างสร้งภาพประกอบวาดเส้น ศิลปินจะต้องมีทักษะการใช้เส้นสร้างสร้ง เรื่องราว รูปภาพ และก่อให้เกิดพลังในการสื่อสาร

รูปร่างและรูปทรง (Shape and Form) รูปร่างและรูปทรงเป็นสิ่งที่เกิดจากการใช้เส้นใน รูปแบบต่าง ๆ ถ้าหากเพียงลากเส้นให้เกิดขอบเขตของภาพมีแต่ความกว้าง ความยาว เราเรียกรูปที่ เกิดขึ้นว่า รูปร่าง แต่เมื่อเพิ่มเติมเส้นให้เกิดเป็นรูปทรงปริมาตร หรือมีความหนาเกิดขึ้น เราเรียกว่า รูปทรง รูปร่างจึงมีลักษณะเป็น 2 มิติ ส่วนรูปทรงเป็น 3 มิติ ศิลปินผู้สร้างสรรค์ภาพประกอบ จำเป็นต้องเข้าใจในเรื่องรูปร่างรูปทรง เพื่อจะใช้ในการสื่อความหมายได้ตรงตามเรื่องราว และ บรรยากาศของภาพที่จะให้เกิดขึ้น

รูปร่างรูปทรงจะเปลี่ยนแปลงความรู้สึกได้ ถ้าอยู่ในพื้นที่ ทิศทาง และองศาประกอบ แวดล้อมแตกต่างกัน เช่นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า และรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส ให้ความรู้สึกคงที่สงบ แต่ถ้าจัดให้ รูปร่างนั้นวางเอียงหรือวางตรงมุม ความรู้สึกสมดุล ความสงบก็จะเปลี่ยนไปทันที ในงานศิลปะชิ้น หนึ่ง ๆ นั้น จะประกอบด้วยรูปร่างรูปทรงที่หลากหลายมาจัดวางเข้าด้วยกันในพื้นที่ภาพ ศิลปินจะต้อง แก้ปัญหาขนาดและสัดส่วนของรูปร่าง รูปทรงให้ เกิดภาพและความรู้สึกตามที่ต้องการ ในงาน สร้างสรรค์ภาพประกอบสิ่งที่ปรากฏในกรอบภาพก็จะมีรูปร่างรูปทรงหลากหลาย ต่างขนาดซึ่งเพิ่ม ความมีชีวิตชีวาของภาพ

พื้นผิว (Texture) หมายถึง ลักษณะความแตกต่างที่ปรากฏบนระนาบหรือบนพื้นผิวใด ๆ อาจจะเป็นผิวเรียบ หยาบ มัน ขรุขระ พื้นผิวถือเป็นส่วนประกอบศิลปะที่สำคัญที่จะช่วยบอกความ แตกต่างของวัตถุ บอกถึงบรรยากาศก่อให้เกิดอารมณ์สุนทรีย์แก่ผู้พบเห็น ในงานสร้างสรรค์ ภาพประกอบจำนวนมากนิยมให้คุณลักษณะของพื้นผิวเน้นเรื่องราวของภาพให้โดดเด่นน่าสนใจ อาจจะทำขึ้นด้วยการระบายสี การพิมพ์ การวาดเส้น หรือการปะติดด้วยวัสดุต่างๆ ในผลงาน ศิลปะนั้น คำว่าพื้นผิว หมายถึง คุณภาพด้านพื้นผิวที่ศิลปินพิจารณาเลือกสรรใช้ในการทำงาน ไม่ว่าจะ เป็นวิธีการระบายสีหรือการแกะสลัก โดยเลือกที่จะสร้างพื้นผิวให้เรียบขรุขระ พื้นผิวธรรมดาหรือ แปลกๆ ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายของศิลปิน ดังเช่น จิตรกรภาพเหมือนเลือกใช้ผ้าใบลินินเนื้อหยาบหรือ ละเอียดก็ขึ้นอยู่กับเขามุ่งจะถ่ายทอดภาพเหมือนชิ้นนั้นในแบบเนียนนุ่มตา หรือป้ายสีลงไปตรงๆ แสดงรอยแปรงเพื่อถ่ายทอดพลัง พวกศิลปินกลุ่มนามธรรมหรือกลุ่มที่ค้นคว้าการหาหนทางใหม่ๆ ก็ ต้องแสวงหาพื้นผิวใหม่ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการแสดงออกตามแนวคิดใหม่ให้พัฒนารุดหน้าไป

นอกจากนี้จิตรกรอาจหาทางสร้างพื้นผิวโดยการนำวัสดุต่างๆ มาใช้ในการสร้างพื้นผิว แบบพิเศษ เช่น ทราย ผงหินอ่อน กรวดเม็ดเล็กๆ มาตกแต่งเพิ่มเติมขึ้น นอกเหนือจากการระบาย ด้วยสีน้ำมัน บางครั้งก็เติมซีเมนต์ลง ในเนื้อสีที่ใช้ระบายทำให้เกิดพื้นผิวของภาพแปลกออกไป และ เราอารมณ์ความรู้สึกจากการสัมผัสทัศนศิลป์นั้น

สี (Color) สีเกิดจากแสงที่ส่องกระทบผิววัตถุ และสะท้อนแสงค่าของสีออกมาสู่สายตา สีที่ ปรากฏในวงจรรสีธรรมชาติมีมากมายหลายสี ได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีฟ้า สีม่วง สีแสด สีดำ ฯลฯ สี ต่างๆ เหล่านี้ช่วยให้งานสร้างสรรค์ศิลปะมีความน่าสนใจ และยังบอกเรื่องราวของปรากฏการณ์ วัตถุ ได้ใกล้เคียงความเป็นจริง นักสร้างสรรค์ภาพประกอบต้องมีความรอบรู้เรื่องสีซึ่งมีผู้คิดค้นไว้ หลายทฤษฎีประเภทของสี ทั้งนี้เพื่อจะสามารถใช้สีในการสร้างสรรค์ ค้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มี

ความหมาย และเสริมสร้างความเข้าใจแก่ผู้ชมภาพ สำหรับทฤษฎีสีที่ถูกนำมาอ้างอิงในการสร้างสรรค์งานศิลปะ ซึ่งเป็นที่รู้จักคุ้นเคยกันเป็นอย่างดีคือ ทฤษฎีสีของหลุยส์ แพรง (Louis Prang) มิลตัน แบริดลีย์ (Milton Bradley) อาร์เธอร์ โป๊ป (Arther Pope) เฮอริเบิร์ต อี.อีฟส์ (Herbert E.Ives) ซึ่งบุคคลที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ล้วนเป็นนักค้นคว้าด้านศิลปะที่มีชื่อเสียง ส่วนสาระเด่นของทฤษฎีสีของแพรงและคณะที่กล่าวมานี้ แบ่งวงสีออกเป็น 3 กลุ่ม ซึ่งมีความแตกต่างกันคือ ทฤษฎีสีบนพื้นฐานของเนื้อสี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน เมื่อจับคู่ผสมกันก็จะได้สีแก้อื่นๆ เพิ่มขึ้น และถ้านำสีพื้นฐานทั้ง 3 สีผสมกันก็จะได้สีดำ หรือสีน้ำตาลเข้ม

ทฤษฎีบนพื้นฐานสีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน นับว่าเป็นที่นิยมมากในยุโรป ช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 18 สีแดง เหลือง น้ำเงิน ในวงสีเรียกว่า สีหลักหรือสีขั้นที่หนึ่ง (Primary Colors) ซึ่งเชื่อกันว่าสีเหล่านี้ไม่สามารถผสมจากสีอื่นได้ แต่เมื่อนำสีคู่ใดคู่หนึ่งของสีหลักผสมกันก็จะได้สีขั้นที่สอง (Secondary Colors) คือสีเหลือง ผสมกับสีน้ำเงิน เกิดเป็นสีเขียว สีเหลืองผสมสีแดง เกิดเป็นสีส้ม สีแดงผสมกับสีน้ำเงินเกิดเป็นสีม่วง และถ้าผสมสีขั้นที่หนึ่งและสอง ซึ่งอยู่ใกล้กันในวงสีก็จะได้สีขั้นที่สาม (Tertiaries) คือ สีเหลืองส้ม ส้มแดง ม่วงแดง ม่วงน้ำเงิน น้ำเงินเขียว เขียวเหลือง อย่างไรก็ตามถ้าพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของสี ในวงสี เราเรียกว่า ความกลมกลืนของสี (Color Harmony) ซึ่งเป็นการใช้สีตั้งแต่ 2 สีขึ้นไปให้กลมกลืนกันส่วนสีกลมกลืนเอกรงค์ (Monochromatic Harmony) เป็นการใช้สีเพียงสีใดสีหนึ่งซึ่งมีน้ำหนักอ่อนแก่หลายน้ำหนักให้กลมกลืนกัน สีกลมกลืนคล้ายกัน (Analogous Harmony) เกิดจากสีที่อยู่ใกล้เคียงในวงสี เช่นกลุ่มสีส้ม สีเหลืองส้ม และสีเหลืองเป็นต้น สีกลมกลืนสามเส้า (Triad Harmony) เป็นการใช้สี 3 สีจากวงสี โดยเฉพาะอย่างยิ่งสีสามเส้าของสีขั้นที่หนึ่ง สีขั้นที่สอง และสีขั้นที่สาม นำมาใช้ร่วมกันนอกจากนี้ยังมีแนวคิดเกี่ยวกับสีตัดกันและกลมกลืนกันอีกมากมายหลายแนวคิดซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์กับนักออกแบบหรือศิลปินตลอดมา

สำหรับคุณสมบัติของสี (Color Property) ทฤษฎีหลายทฤษฎีได้แบ่งคุณสมบัติของสีไว้ 3 ลักษณะคือ สีแท้ (Hue) น้ำหนักสี (Value) และความเข้มของสี (Intensity)

สีแท้ คือ สีเด่นหรือ สีบริสุทธิ์สีใดสีหนึ่ง ซึ่งยังมิได้ผสมให้เกิดค่าสีต่างออกไป สีแดงแท้หมายถึงสีแดงบริสุทธิ์ที่ปราศจากสีดำ สีขาว หรือสีอื่นใด และเป็นพื้นฐาน ซึ่งก่อให้เกิดคุณสมบัติอื่นๆ ตามมา

น้ำหนักสี น้ำหนักสีคือ สีซึ่งสัมพันธ์กับความเบา - หนัก หรืออ่อน - แก่ (Lightness or Darkness) ของสีใดสีหนึ่ง น้ำหนักสีมีความสัมพันธ์กับระดับสีเทา (Gray Scale) ซึ่งไล่หนักจากสีขาวไปสู่สีดำหลายน้ำหนัก อาจเป็น 5, 7 หรือ 9 น้ำหนัก (หรือนับด้วยสิบหรือร้อยน้ำหนักก็ได้) ผู้มีความเชี่ยวชาญในเรื่องสี เช่นนักออกแบบหรือจิตรกร เมื่อเห็นสีแท้สีใดสีหนึ่ง ย่อมมองเห็นน้ำหนักสีของสีแท้นั้นไปพร้อมกัน น้ำหนักสีซึ่งเบากว่าน้ำหนักสีปกติ เรียกว่า สีค่าอ่อน (Tint) สีซึ่งมีน้ำหนักสีหนักกว่าน้ำหนักสีปกติของสีนั้นเรียกว่า สีค่าแก่ (Shade)

ความเข้มของสี (Intensity) มีความหมายคล้ายกับค่าสี (Chroma) หรือสภาพอิ่มตัวของสี (Saturation) ซึ่งเป็นสภาพบริสุทธิ์ของสีแต่ละสี เป็นสีที่ไม่มีค่าของสีเทาเจือปน ถ้ามีค่าสีเทาเจือปน อยู่ก็ถือว่าเป็นสีที่มีความเข้มต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าสีเทาหรือสีเทากลาง (Neutral Gray) ที่เกิด จากการผสมกับสีตรงข้ามผสมกับ สีเทา สีขาวหรือ สีดำ และสีความเข้มต่ำเหล่านี้เรียกว่า สีคล้ำ (Tone) ซึ่งถ้าหากพิจารณาสีที่ใช้อยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น สีน้ำตาล สีน้ำตาลเข้ม สีเนื้อ (Tan) ล้วน เป็นสีที่มีความเข้มต่ำ

ดังนั้นเมื่อศิลปินหรือนักออกแบบสร้างสรรค์งานจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับสี ซึ่งเป็นสื่อ ในการแสดงออก คุณภาพของสี เช่น คุณภาพดูดซับแสง เช่น สีน้ำมัน และสีอะคริลิก ตลอดจน ประสบการณ์เกี่ยวกับสีเหล่านี้เป็นประสบการณ์ที่ต้องเรียนรู้โดยตรง

จิตวิทยาเกี่ยวกับสีก็เป็น เรื่องที่ควรศึกษาเรียนรู้ โดยเฉพาะศิลปินด้านทัศนศิลป์และ ประยุกต์ศิลป์ เพราะสีแต่ละสีมีพลังปลุกเร้าการตอบสนองของอารมณ์นอกจากคุณภาพด้านอื่น ๆ แล้ว ยังมีอิทธิพลเชิงจิตวิทยาอยู่ในตัวของมัน เช่น สีแดง สีส้ม สีเหลือง ให้ความรู้สึกอุ่น และสัมพันธ์กับ แสงอาทิตย์ หรือไฟ สีน้ำเงินหรือสีเขียว สัมพันธ์กับป่า น้ำ ท้องฟ้า และให้ความรู้สึกเย็น เป็นต้น นัก ออกแบบและนักสร้างสรรค์ ย่อมต้องเรียนรู้และเข้าใจในเรื่องจิตวิทยาเกี่ยวกับสี ความสัมพันธ์ ระหว่างสีกับปฏิกิริยาตอบสนองของมนุษย์ และนำประโยชน์จากการเรียนรู้และประสบการณ์ไป สร้างสรรค์งานศิลปะหรืองานออกแบบ สีจึงเปรียบประดุจองค์ประกอบหลักที่สามารถควบคุมและ เปลี่ยนแปลงองค์ประกอบอื่น ทั้งนี้เพราะสีมีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบทุกอย่างที่ประกอบเป็น ภาพ และมีอิทธิพลเหนือจิตใจ และก่อให้เกิดความรู้สึกในด้านต่างๆ ได้ การใช้สีอาจใช้สี ๑ เดียว หรือหลายสี สีทุกสีจึงมีความหมายและมีสัญลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งจะให้ความรู้สึกทางด้านที่ดีและไม่ดี ไปตามลักษณะของสี ซึ่งอาจจะเปลี่ยนแปลงไปตามวัฒนธรรมของแต่ละสังคมด้วย เช่น สีแดง สำหรับชาวตะวันออกเป็นสีแห่งความสุขสมบูรณ์ สัญลักษณ์ของชีวิตและแสดงถึงความปิติยินดี ร่า เริง แต่ในประเทศทางตะวันตก สีแดงกลับมีความหมายไปในทางตรงกันข้ามกับชาวตะวันออก คือ มีความรู้สึกว่าเป็นสีที่แสดงถึงความไม่ปลอดภัย น่ากลัว และมักจะมี ความหมายไปในทำนองก่อความ อารมณ์ เป็นต้น ในการสร้างสรรค์งานภาพประกอบศิลปินที่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องสีเป็นอย่ างดี ย่อมสร้างสรรค์บรรยากาศของภาพวาดได้อย่างสมจริงสมจัง ตอบสนองอารมณ์ของผู้อ่าน

แสงและเงา (Light & Shade) แสงและเงา คือค่าความเข้มของแสง เมื่อแสงกระทบวัตถุ ส่วนที่รับแสงจะมีความสว่าง ส่วนด้านตรงข้ามที่แสงส่องจะเป็นเงาค่าของแสงและเงาช่วยให้การรับรู้ ของวัตถุ เกิดมิติ ตื้นลึก ในงานจิตรกรรมแสงและเงาเกิดจากการระบายน้ำหนักอ่อนแก่ของสี ส่วน งานประติมากรรมและสถาปัตยกรรมนั้น ค่าแสงเงาเกิดจากการที่แสงไปกระทบพื้นผิวประติมากรรม หรือสถาปัตยกรรม การสร้างสรรค์ศิลปะในแขนงอื่นๆ ก็เช่นเดียวกัน ก็ต้องคำนึงถึงค่าของแสงและ เงาด้วย เช่น การสร้างฉากละคร การสร้างภาพยนตร์ การสร้างศิลปะสมัยใหม่ รวมทั้งการใช้แสงและ เงาในงานประยุกต์ศิลป์อื่นๆ แสงและเงามีผลต่อความรู้สึกและการรับรู้ จึงเป็นเรื่องที่ผู้สร้างสรรค์ งานศิลปะจำเป็นต้องศึกษา ทั้งในด้านความงามในธรรมชาติ และในการสร้างสรรค์งานศิลปะ ปริมาณและชนิดของแสงที่ตกลงกระทบบนวัตถุ จะก่อให้เกิดอารมณ์และความรู้สึกที่แตกต่างกัน ออกไป เช่น แสงยามเย็นที่พระอาทิตย์กำลังจะลับขอบฟ้า จะทำให้รู้สึกหม่นหมอง สงบเงียบ แต่แสง ยามรุ่งอรุณที่เริ่มทอแสงทองสว่างก็จะทำให้รู้สึกสดชื่น มีพลังแห่งความหวัง

ทฤษฎีหลักการใช้แสงและเงา แสงและเงาสามารถแบ่งค่าออกเป็น 6 ค่า ดังนี้

1. แสงสว่างที่สุด (High Light) เป็นส่วนของวัตถุที่กระทบแสงโดยตรงจึงทำให้บริเวณที่มีแสงสว่างที่สุด มีลักษณะมันวาว ในการวาดเส้นแรเงาบริเวณนี้ จะมีน้ำหนักอ่อนที่สุด ซึ่งอาจทำขึ้นได้โดยใช้วิธีลบด้วยยางลบ

2. แสงสว่าง (Light) เป็นส่วนของวัตถุที่ไม่ได้ปะทะแสงโดยตรง แต่อยู่ในพื้นที่ที่ได้รับอิทธิพลจากแสงนั้น ในการแรเงาน้ำหนักบริเวณนี้จะต้องทำให้น้ำหนักอ่อนจาง แต่ก็ยังมีน้ำหนักแก่บริเวณที่เป็นแสงสว่างที่สุดเล็กน้อย

3. เงา (Shadow) เป็นส่วนของวัตถุที่ได้รับอิทธิพลของแสงเพียงเล็กน้อยการแรเงาน้ำหนักนี้จะต้องให้มีน้ำหนักแก่กว่าบริเวณแสงสว่างพอสมควร

4. เงามืด (Core of Shadow) เป็นส่วนของวัตถุที่ไม่มีอิทธิพลของแสงเลย จึงเป็นบริเวณที่จะต้องแร่น้ำหนักเข้มที่สุด ยิ่งกว่าส่วนอื่นๆ ทั้งหมด

5. แสงสะท้อน (Reflected Light) เป็นส่วนของวัตถุที่ไม่ได้กระทบแสงโดยตรง แต่เป็นบริเวณที่กระทบแสงสะท้อนจากวัตถุอื่นที่อยู่ใกล้ ๆ นั้น น้ำหนักบริเวณนี้จะอ่อนกว่าบริเวณเงามืด ค่าของแสงสะท้อนจะให้ความรู้สึกเหมือนจริง และมีอากาศอยู่โดยรอบ

6. เงาตกทอด (Cast Shadow) เป็นบริเวณที่เป็นเงาของวัตถุชิ้นนั้นทอดไปตามพื้นหรือรองรับ ซึ่งมีน้ำหนักแก่กว่าบริเวณที่เป็นแสงสะท้อน ขนาดและรูปร่างของเงาตกทอดจะเป็นอย่างไรย่อมขึ้นอยู่กับรูปร่างของวัตถุ ตำแหน่งและตำแหน่งกำเนิดแสงทำมุมกับพื้นระนาบ ประมาณ 45 องศา อย่างไรก็ตามในการวาดภาพภาพๆ หนึ่งย่อมประกอบด้วยรูปทรงหลากหลายลักษณะพื้นผิวต่างๆ ดังนั้นการแรเงาจะต้องบูรณาการวิธีการแร่น้ำหนักหลายวิธีด้วยกัน เพื่อความเหมาะสมและความสมบูรณ์ของงาน ส่วนการแรเงาในลักษณะแสงและเงากลมกลืนกัน โดยปกติการเกลี่ยระยะน้ำหนักแสงเงาสามารถแบ่งระยะน้ำหนัก อ่อนแก่ได้ 7 – 9 ระยะน้ำหนัก นับจากระยะขาวสุดจนถึงเข้มสุด การแรเงาในภาพโดยวิธีการเกลี่ยน้ำหนักให้เกิดความกลมกลืน จึงทำให้ได้ภาพที่ใกล้เคียงกับธรรมชาติมากที่สุด แต่การแรเงาในลักษณะแสงและเงาตัดกัน วิธีดังกล่าวจะแสดงถึงการใช้แสงเงาอย่างเด่นชัด ดังนั้นภาพที่ได้จึงให้แสงจัดเงาเข้ม งานสร้างภาพประกอบที่รู้จักใช้แสง และเงา จะช่วยให้ภาพดูมีชีวิตชีวา มีบรรยากาศของภาพตามเจตนาอารมณ์ของศิลปินผู้สร้างสรรค์ ทั้งนี้เพราะภาพที่สร้างสรรค์ขึ้นมาดูไม่จืดชืด หรือให้เกิดความรู้สึกแบนเรียบจนเกินไป

บริเวณว่าง (Space) คือพื้นที่ปรากฏ และยังรวมไปถึงมิติหรือ อวกาศต้นลึกของสิ่งที่ปรากฏในความรู้สึกทางการเห็นในงานทัศนศิลป์ มีบริเวณว่าง 2 มิติ และบริเวณว่างที่เป็นจริงแบบ 3 มิติ ที่สามารถสัมผัสความต้นลึกได้เช่น บริเวณว่างของประติมากรรม เครื่องปั้นดินเผา สถาปัตยกรรม ส่วนบริเวณว่าง 2 มิติ คือความกว้างและความยาว แต่อาจจะมีมิติที่ 3 ซึ่งเป็นมิติลวงตา ศิลปินที่มีความสามารถจะใช้บริเวณว่างเสริมคุณค่าการสร้างสรรค์ผลงานทัศนศิลป์ ทั้งด้านเนื้อหาที่ใช้สอยและความงาม

หลักศิลปะ (Principles of Art)

หลักการของศิลปะ คือ การนำเอาส่วนประกอบของศิลปะมาประสานเข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้ผลงานที่มีเอกภาพและความงามตามต้องการ ซึ่งจะช่วยเสริมคุณค่าทางสุนทรีย์ให้กับงานศิลปะนั้นๆ หลักการศิลปะที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์ภาพประกอบได้แก่

ความสมดุล (Balance)

ความสมดุลหรือดุลยภาพ คือความสมดุลของส่วนประกอบต่างๆ ในการจัดองค์ประกอบศิลปะ ผลงานที่ขาดความสมดุลนั้นอาจทำให้ดูขัดตา และขาดความสัมพันธ์กัน ตัวอย่างเช่น การจัดองค์ประกอบโดยจัดรูปร่างที่สะดุดตาให้รวมกลุ่มกันอยู่ข้างหนึ่ง อาจทำให้น้ำหนักของภาพเอียง นอกจากนี้อีกด้านหนึ่งจะมีบริเวณว่างหรือเส้น หรือสีที่น่าสนใจดวงดูเอาไว้ได้ เส้นที่ส่อทิศทางในองศาต่างๆ การจัดวางหรือเลือกตำแหน่งที่ได้ดุลยภาพรวมทั้งความเข้มข้นของสี การจัดแบ่งเนื้อที่เพื่อจัดวางจุดเด่น จุดด้อยเหล่านี้ ล้วนช่วยให้เกิดความสมดุลทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามลักษณะความสมดุลมีจำเป็นต้องเป็นลักษณะซ้าย – ขวา เท่ากันตลอดไป อาจจะต้องประกอบความสมดุลแบบซ้าย – ขวา ไม่เท่ากันก็ได้ และสมดุลอีกลักษณะ หนึ่ง คือ ความสมดุลแบบรัศมีของวงกลม

การเน้น (Emphasis)

การเน้น คือการนำเอาส่วนประกอบศิลปะมาประกอบเข้าด้วยกัน และเน้นให้เห็นความแตกต่างระหว่างส่วนประกอบเหล่านั้น เพื่อให้เกิดจุดเด่นหรือจุดสนใจ การเน้น กล่าวอีกนัยหนึ่งคือการสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นในภาพ เช่น ภาพที่จัดวางให้รูปร่างรูปทรงที่มีขนาดไล่เลี่ยกัน หรือขนาดเท่าๆ กัน เมื่อทำให้เกิดการเน้นภาพ ก็อาจจะสร้างรูปทรงขนาดใหญ่กว่าปกติแทรกขึ้นระหว่างรูปทรงที่มีขนาดเท่าๆ กันนั้น หรือการระบายสีเข้มตัดกับโทนสีส่วนใหญ่เป็นต้น

ความกลมกลืน (Harmony)

ความกลมกลืน หมายถึง วิธีการนำเอาส่วนประกอบศิลปะมาผสมผสานกันในลักษณะที่คล้ายคลึง สอดคล้อง และเชื่อมโยงทุกส่วนมาเป็นส่วนเดียวกันทั้งภาพ โดยหลีกเลี่ยงการจัดภาพแบบขัดแย้งหรือตัดกัน ตัวอย่างเช่น การจัดวางโครงสร้างสีในภาพ โดยใช้สีใกล้เคียงกันในวงจรสี หรือการสร้างภาพที่มีรูปร่างรูปทรงเหมือนๆ กัน

ความหลากหลาย (Variety)

ความหลากหลายคือ การนำเอาส่วนประกอบของศิลปะมาสร้างภาพ โดยไม่จำเป็นต้องให้เกิดความประสานกลมกลืน แต่กลับทำให้ภาพมีความสลับซับซ้อนในการจัดวางการสร้างภาพความขัดแย้งขึ้นในภาพด้วยเส้น รูปร่าง รูปทรง สี ขนาด และพื้นผิว เป็นต้น ความหลากหลายนี้ทำให้ภาพเกิดความน่าสนใจ ชวนให้ติดตาม ค้นหาเรื่องราวและความหมาย

ความลดหลั่น (Gradation)

ความลดหลั่น หมายถึง ค่าระดับของสีแก่ สีอ่อน ที่บดหลั่นกันอย่างค่อยๆ เป็นค่อยๆ ไป เช่น ระดับสีเทา ที่เข้มจากแก่ไปหาอ่อน หรืออีกลักษณะหนึ่งคือการเกลี่ยสีสองสีที่ระบายอยู่เคียงข้างกัน ซึ่งอาจมีสีต่างกันหรือระดับแก่อ่อนต่างกันให้กลืนเข้าหากัน โดยไม่มีรอยต่อให้เห็นเด่นชัด สีน้ำมัน และสีพาสเทลเป็นสีที่สามารถเกลี่ยได้ในลักษณะนี้ แต่สี ประเภทสีฝุ่น สีน้ำทึบ และสีประเภทพอลิเมอร์ ไม่สามารถเกลี่ยให้สีกลืนเข้าหากันเช่นนี้ได้ สีน้ำเมื่อระบายสองสีในลักษณะโปร่งใส และใช้สองสีไหลเข้าหากันขณะเปียกก็พอจะนับได้ว่าเป็นการเกลี่ยสีเช่นกัน

จังหวะ (Rhythm)

จังหวะ คือการซ้ำกันของส่วนประกอบศิลปะ เช่น การซ้ำกันของเส้น รูปร่าง รูปทรง สี ฯลฯ โดยการซ้ำกันนี้มีทิศทางไปในทางเดียวกัน ทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว เป็นวิธีการที่ศิลปินและนักออกแบบนิยมใช้กัน เมื่อต้องการให้ผลงานรู้สึกมีความเคลื่อนไหว จังหวะในการงานทัศนศิลป์ถ้าเทียบได้ก็คล้ายคลึงกับจังหวะในเสียงดนตรี ที่อาจจะเป็นจังหวะช้า เร็ว หรือจังหวะที่ผสมผสานระหว่างช้า – เร็ว ทำให้เสียงดนตรีมีความไพเราะ

สัดส่วน (Proportion)

สัดส่วนในหลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ หมายถึง ความสัมพันธ์เชิงคณิตศาสตร์ของส่วนต่างๆ ที่มีต่อกันและกัน และมีต่อสัดส่วนโดยรวม ที่จริงแล้วคำนี้มีความหมายเฉพาะความสัมพันธ์เชิงคณิตศาสตร์ และเรขาคณิตของส่วนต่างๆ บนร่างกายมนุษย์ และอัตราส่วนของแต่ละส่วนหรือแต่ละหน่วยที่มีต่อส่วนอื่นๆ หรือส่วนรวมทั้งหมดของรูปทรงหรือมวลทฤษฎีสัดส่วนที่รู้จักกันดีได้แก่หลักโกลเดนมิน (Golden Mean or Golden Section) ระหว่างยุคฟื้นฟูศิลปวิทยามีหนังสือตำรา ชื่อ De Divina proportione (ค.ศ. 1509) ซึ่งเขียนโดย ลูคา ปาซิโอลิ และวาดภาพประกอบโดยลีโอนาโด ดา วินชี เรียกสัดส่วนแบบโกลเดนมินนี้ว่า “สัดส่วนจากเทพเจ้า”

เอกภาพ (Unity)

เอกภาพ คือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ของเนื้อหาและรูปทรง โดยอาศัยส่วนประกอบของศิลปะที่ มาจัดวางประสานสัมพันธ์กัน ความเป็นเอกภาพในงานศิลปะ ช่วยให้งานโดดเด่นมีคุณค่า ซึ่งศิลปินผู้สร้างสรรค์ผลงานจำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจความเป็นเอกภาพ ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีดังนี้

การจัดองค์ประกอบแบบเดี่ยว เป็นการจัดที่มีเรื่องราวรูปทรงเพียงอย่างเดียว การจัดองค์ประกอบจึงมักอยู่กลางภาพ ซึ่งจะเห็นได้ทั่วไป เช่น ภาพประกอบที่เน้นความสำคัญของตัวละคร และนำจัดวางในส่วนกลางภาพให้เห็นเด่นชัด สื่อความหมายได้ทันที

การจัดองค์ประกอบแบบคู่ เป็นการจัดองค์ประกอบของสองสิ่ง ซึ่งอาจจะมีขนาดเท่ากันหรือไม่เท่ากันก็ได้ การจัดองค์ประกอบแบบนี้เพื่อให้มีความเป็นเอกภาพ จึงควรจัดวางให้หลวมล้ำกัน ซึ่งจะทำให้มีส่วนเด่นและส่วนรองการจัดองค์ประกอบแบบคู่นี้ ช่วยให้ภาพประกอบมีมุมมองที่แตกต่างจากการจัดองค์ประกอบแบบเดี่ยว และยังสามารถทำให้เกิดระยะ หรือความตื้นลึกเกิดขึ้นในภาพได้

การจัดองค์ประกอบแบบกลุ่ม เป็นการจัดองค์ประกอบของหลายๆ สิ่งซึ่งองค์ประกอบเหล่านั้น อาจมีขนาดรูปร่าง รูปทรงที่ต่างกันบ้าง เหมือนกันบ้าง การจัดองค์ประกอบจากสิ่งทีหลากหลายนี้ จะต้องสร้างความสัมพันธ์ของรูปร่าง รูปทรงให้มีความเป็นเอกภาพด้วยเช่นกัน แต่ขณะเดียวกันก็ต้ องคำนึงถึงภาพที่ปรากฏต้องแสดงเรื่องราวที่น่าสนใจ แสดงระยะ ซึ่งอาจเกิดจากขนาดหรือการใช้แสงและเงา

ผู้สร้างสรรค์งานศิลปะจึงจำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจในการจัดภาพให้มีเอกภาพแบบต่างๆ จะช่วยให้ภาพที่สร้างสรรค์ขึ้น ดูน่าสนใจ ไม่น่าเบื่อ

4.2 ทฤษฎีทางที่ใช้ในการออกแบบลวดลาย

การออกแบบเป็นสาขาวิชาที่เกี่ยวกับประสบการณ์ ความชำนาญและความรู้ที่สะท้อนถึงความเอาใจใส่ต่อการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมให้เป็นไปตามความต้องการทางวัตถุและจิตใจ เฉพาะอย่างยิ่งมันเกี่ยวกับการจัดเรียง การจัดองค์ประกอบ ความหมาย คุณ ค่าและจุดประสงค์ในเงื่อนไขที่มนุษย์กำหนดขึ้น (Archer, Bruce. 1979: 17-22)

การออกแบบ คือ การกำหนด ความนึกคิดตามความต้องการที่จะแสดงออก ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่และรู้จักปรับปรุงแก้ไขสิ่งเดิมที่มีอยู่ให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย และการปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย(คมสัน สุริยะ; และคณะ. 2551: 2)

ลาย หมายถึง รูปแบบทางทัศนศิลป์ประเภทหนึ่ง ประกอบด้วยเส้นเป็นสำคัญ ลักษณะแบบซ้ำเป็นหมู่ หรือต่อเนื่องกันไป มีทั้งลายธรรมชาติ และลายแบบประดิษฐ์ ใช้เขียน ปั้นหรือแกะสลักเพื่อตกแต่งให้สวยงาม ส่วนคำว่า ลวดลายหมายถึง ลายต่างๆที่เขียน ปั้น หรือแกะสลัก (ราชบัณฑิตยสถาน. 2539)

การออกแบบลวดลายในภาษาอังกฤษใช้คำว่าDecorative Design หรือ Ornament Design ซึ่งทั้งสองคำมีความหมายคล้ายคลึงกัน คือ Decorative หมายถึงการตกแต่ง และ Ornament หมายถึงสิ่งประดับตกแต่ง และ Design หมายถึง การออกแบบ (พินาลิน สาริยา. 2549: 3)

การออกแบบลวดลาย เป็นศิลป์ประยุกต์แขนงหนึ่งที่สร้างสรรค์องค์ประกอบทางศิลปะให้ปรากฏเป็นรูปแบบในลักษณะลวดลาย เพื่อเสริมแต่งโครงสร้างสิ่งต่างๆ ให้มีคุณค่ายิ่งขึ้นกว่าเดิมที่มีอยู่ (ประเสริฐ ศิลรัตน์. 2538: 4)

การออกแบบลวดลายหมายถึง การจัดกระบวนการสร้างสรรค์ เป็นลวดลายต่างๆ โดยอาศัยองค์ประกอบของการออกแบบให้เข้ากับวัสดุ เทคนิควิธีการ และรูปแบบของงานที่จะออกแบบอย่างมีชั้นเชิง(อ้อยทิพย์ พลศรี. 2545: 2)

จากการศึกษาวิจัยสรุปว่า การออกแบบลวดลายคือกระบวนการสร้างสรรค์หรือจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะ ให้เกิดเป็นลวดลายเพื่อใช้ในการประดับตกแต่งสิ่งต่างๆ ให้มีความสวยงามและมีคุณค่ายิ่งขึ้น

4.2.1 ความสำคัญของการออกแบบลวดลาย

การออกแบบเป็นสาขาวิชาที่เกี่ยวกับประสบการณ์ ความชำนาญและความรู้ ที่สะท้อนถึงความเอาใจใส่ต่อการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมให้เป็นไปตามความต้องการทางวัตถุและจิตใจ เฉพาะอย่างยิ่งมันเกี่ยวกับการจัดเรียง การจัดองค์ประกอบ ความหมาย คุณค่าและจุดประสงค์ในเงื่อนไขที่มนุษย์กำหนดขึ้น (Archer, Bruce. 1979: 17-22)

การออกแบบ คือ การกำหนด ความนึกคิดตามความต้องการที่จะแสดงออก ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่และรู้จักปรับปรุงแก้ไขสิ่งเดิมที่มีอยู่ให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย และการปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย(คมสัน สุริยะ; และคณะ. 2551: 2)

ลาย หมายถึง รูปแบบทางทัศนศิลป์ประเภทหนึ่ง ประกอบด้วยเส้นเป็นสำคัญ ลักษณะแบบซ้ำเป็นหมู่ หรือต่อเนื่องกันไป มีทั้งลายธรรมชาติ และลายแบบประดิษฐ์ ใช้เขียน ปั้นหรือแกะสลักเพื่อตกแต่งให้สวยงาม ส่วนคำว่าลวดลายหมายถึง ลายต่างๆที่เขียน ปั้น หรือแกะสลัก (ราชบัณฑิตยสถาน. 2539)

การออกแบบลวดลายในภาษาอังกฤษใช้คำว่าDecorative Design หรือ Ornament Design ซึ่งทั้งสองคำมีความหมายคล้ายคลึงกัน คือ Decorative หมายถึงการตกแต่ง และ Ornament หมายถึงสิ่งประดับตกแต่ง และ Design หมายถึง การออกแบบ (พินาลิน สาริยา. 2549: 3)

การออกแบบลวดลาย เป็นศิลป์ประยุกต์แขนงหนึ่งสร้างสรรค์องค์ประกอบทางศิลปะให้ปรากฏเป็นรูปแบบในลักษณะลวดลาย เพื่อเสริมแต่งโครงสร้างสิ่งต่างๆ ให้มีคุณค่ายิ่งขึ้นกว่าเดิมที่มีอยู่ (ประเสริฐ ศิลรัตน์. 2538: 4)

การออกแบบลวดลายหมายถึง การจัดกระบวนการสร้างสรรค์ เป็นลวดลายต่างๆ โดยอาศัยองค์ประกอบของการออกแบบให้เข้ากับวัสดุ เทคนิควิธีการ และรูปแบบของงานที่จะออกแบบอย่างมีชั้นเชิง(อ้อยทิพย์ พลศรี. 2545: 2)

การออกแบบลวดลาย เป็นผลงานของมนุษย์ที่แฝงไว้ด้วยศิลปวัฒนธรรมอันประณีตละเอียดอ่อน บ่งบอกถึงความแปลกใหม่ที่สะสมจากประสบการณ์ อันก่อให้เกิดเอกลักษณ์ของในแต่ละสังคม และเป็นสื่อที่สามารถบ่งบอกถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ในเชิงประวัติศาสตร์ได้ ลวดลายที่ได้รับการออกแบบโดยนักออกแบบที่มีความแตกต่างกัน ย่อมมีคุณลักษณะของลวดลายที่แตกต่างกัน การออกแบบลวดลาย มีความสำคัญโดยเข้าไปเป็นส่วนประกอบในการสร้างงานแทบทุกประเภท โดยเฉพาะ การออกแบบผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบลวดลายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ลวดลายภาชนะ ฯลฯ ลวดลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ตามรสนิยมที่ตนเองพึงพอใจ ฉะนั้นลวดลายจึงมีส่วนสำคัญในการจัดจำหน่ายโดยเฉพาะสินค้าที่มีการแข่งขันสูง (พินาลิน สาริยา. 2549: 2)

ลวดลายจึงเป็นองค์ประกอบที่ส่งเสริมให้งานศิลปะและงานออกแบบทุกประเภทมีคุณค่าและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยสามารถแยกความสำคัญของการออกแบบลวดลายได้ ดังนี้

1. ลวดลายสามารถแก้ปัญหาบริเวณว่างในการสร้างสรรค์งาน

2. ลวดลายเพิ่มคุณค่าด้านความงาม
 3. ลวดลายสามารถสื่อให้เห็นถึงแนวคิดหรือที่มาทางวัฒนธรรมได้ เช่น ลวดลายหัวเสาของกรีก ลวดลายศิลปะพื้นบ้าน
 4. ลวดลายสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบประเภทต่างๆ ได้
- (อ้อยทิพย์ พลศรี. 2545: 20)

จากการศึกษาวิจัยสรุปว่า การออกแบบลวดลายคือกระบวนการสร้างสรรค์หรือจัดวางองค์ประกอบทางศิลปะ ให้เกิดเป็นลวดลายเพื่อใช้ในการประดับตกแต่งสิ่งต่างๆ ให้มีความสวยงามและมีคุณค่ายิ่งขึ้น การออกแบบลวดลายที่ดี ควรคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย รูปลักษณะ องค์ประกอบศิลป์ ความงามทางศิลปะ ดังนั้นจึงต้อง อาศัยหลักการของการออกแบบ หรือทฤษฎีทางศิลปะมาใช้ประกอบเป็นแนวทางในการทำงาน

องค์ประกอบลวดลาย

องค์ประกอบของลวดลาย หมายถึง สิ่งที่น่ามาใช้แทนความรู้สึกนึกคิดของผู้ออกแบบเพื่อสื่อสารกับคนดู ให้เกิดความประทับใจ และพึงพอใจต่อการนำลวดลายไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป ซึ่งมี 2 รูปแบบหลัก ดังนี้

1. รูปแบบลักษณะพื้นที่โครงสร้างลวดลาย เป็นองค์ประกอบใหญ่ ที่จะกำหนดขอบเขตพื้นที่ ที่จะนำลวดลายไปบรรจุได้ตามวัตถุประสงค์ อย่างเหมาะสมสวยงาม เช่น การออกแบบลวดลายผ้าปูโต๊ะสี่เหลี่ยม รูปแบบโครงสร้างคือ พื้นที่สี่เหลี่ยม
2. รูปแบบรายละเอียดลวดลาย เป็นองค์ประกอบย่อยที่ใช้ประกอบกับรูปแบบลักษณะพื้นที่โครงสร้างเพื่อให้เกิดลวดลายที่แปลกใหม่สมบูรณ์สวยงามตามจินตนาการของผู้ออกแบบ (พินาริน สาริยา. 2549: 54-68) องค์ประกอบย่อยที่ใช้ในการออกแบบมีดังนี้

2.1 จุด (Point, Dot) คือส่วนประกอบที่เล็กที่สุด เป็นส่วนเริ่มต้นไปสู่ส่วนอื่นๆ เช่น การนำจุดมาเรียงต่อกันตามตำแหน่งที่เหมาะสม และซ้ำๆ กัน จะทำให้เรามองเห็นเป็น เส้น รูปร่าง รูปทรง ลักษณะผิว

2.2 เส้น (Line) เกิดจากจุดเรียงต่อกันในทางยาว ในทิศทางต่างๆ มีหลายลักษณะ เช่น ตั้ง นอน เฉียง โค้ง ฯลฯ เส้นมีมิติเดียว คือ ความยาว ไม่มีความกว้าง ทำหน้าที่เป็นขอบเขตของ ที่ว่าง รูปทรง น้ำหนัก สี ตลอดจนกลุ่มรูปทรงต่างๆ รวมทั้งเป็นโครงสร้างของรูปร่างรูปทรง เส้นเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของงานศิลปะทุกชนิด เส้นสามารถให้ความหมาย แสดงความรู้สึก และอารมณ์ได้ด้วยตัวเองและด้วยการสร้างเป็นรูปทรงต่างๆ เส้นมี 2 ลักษณะคือ เส้นตรง (Straight Line) และ เส้นโค้ง (Curve Line) เส้นทั้งสองชนิดนี้ เมื่อนำมาจัดวางในลักษณะต่างๆ กัน จะมีชื่อเรียกต่างๆ และให้ความหมาย ความรู้สึกที่แตกต่างกันอีกด้วยโดยมีลักษณะของเส้นต่างๆ ดังนี้

เส้นตั้ง ให้ความรู้สึกทางความ สูง สง่า มั่นคง แข็งแรง หนักแน่น เป็นสัญลักษณ์ของความซื่อตรง

เส้นนอน ให้ความรู้สึกทางความกว้าง สงบ ราบเรียบ นิ่ง ผ่อนคลาย

เส้นเฉียง ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว รวดเร็ว ไม่มั่นคง

เส้นหยัก แบบฟันปลา ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว อย่างมีจังหวะ มีระเบียบ น่ากลัว
อันตราย ชัดแย้ง ความรุนแรง

เส้นโค้งแบบก้นหอย ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว คลื่นคลาย หรือเติบโตในทิศทางที่หมุน
วนออกมา ถ้ามองเข้าไปจะเห็นพลังความเคลื่อนไหวที่ไม่สิ้นสุด

เส้นโค้งแบบคลื่น ให้ความรู้สึก เคลื่อนไหวอย่างช้าๆ ลื่นไหลต่อเนื่อง สุภาพ
อ่อนโยนนุ่มนวล

เส้นโค้งวงแคบ ให้ความรู้สึกถึงพลังความเคลื่อนไหวที่รุนแรง การเปลี่ยนทิศทางที่
รวดเร็ว ไม่หยุดนิ่ง

เส้นประ ให้ความรู้สึกที่ไม่ต่อเนื่อง ขาด หาย ไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความเครียด

3. รูปร่าง(Shape) คือ พื้นที่ที่ล้อมรอบด้วยเส้นที่แสดงความกว้างและความยาว รูปร่างมี
สองมิติ ไม่มีความหนาเกิดจากเส้นรอบนอกที่แสดงพื้นที่ขอบเขตของรูปต่างๆ เช่น รูปวงกลม รูป
สามเหลี่ยม

4. รูปทรง(Form) คือ รูปที่ลักษณะเป็น 3มิติ โดยนอกจากจะแสดงความกว้าง ความยาว
แล้วยังมี ความลึก หรือความหนา หนุนด้วย เช่น รูปทรงกลม รูปทรงสามเหลี่ยม รูปทรงกระบอก เป็น
ต้น ให้ความรู้สึกมีปริมาตร ความหนาแน่น มีมวลสาร ที่เกิดจากการใช้ค่าน้ำหนัก หรือการจัด
องค์ประกอบของรูปทรง หลายรูปรวมกัน

รูปร่างและรูปทรง เป็นรูปธรรมของงานศิลปะ ที่ใช้สื่อเรื่องราวจากงานศิลปะไปสู่ผู้ชม
รูปร่างและรูปทรงที่มีอยู่ในงานศิลปะมี 3 ลักษณะ คือ

4.1 รูปเรขาคณิต (Geometric Form) เป็นรูปที่มีโครงสร้างแน่นอน เกิดจากการ
สร้างของมนุษย์ เช่น รูปสี่เหลี่ยม รูปวงกลม รูปวงรี นอกจากนี้ยังรวมถึงรูปทรงของสิ่งที่มีมนุษย์
ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นอย่างมีแบบแผนแน่นอน เช่น รถยนต์ เครื่องจักรกลเครื่องบิน สิ่งของเครื่องใช้
ต่างๆ

4.2 รูปอินทรีย์ (Organic Form) เป็นรูปทรงของสิ่งมีชีวิต ที่สามารถเจริญเติบโต
เคลื่อนไหว หรือเปลี่ยนแปลงรูปร่างได้ เช่น รูปของคน สัตว์ พืช

4.3 รูปอิสระ(Free Form) เป็นรูปที่ไม่มีโครงสร้างที่แน่นอน ซึ่งเป็นไปตามอิทธิพล
และการกระทำจากสิ่งแวดล้อม เช่น รูปก้อนเมฆ ก้อนหิน หยดน้ำ ควั่น ซึ่งให้ความรู้สึก เคลื่อนไหว
มีพลัง รูปอิสระจะมีลักษณะขัดแย้งกับรูปเรขาคณิต แต่กลมกลืนกับรูปอินทรีย์

5. พื้นผิว(Texture) หมายถึง ลักษณะของบริเวณผิวหน้าของสิ่งต่างๆ ที่เมื่อสัมผัสแล้ว
สามารถรับรู้ได้ เช่น หยาบ ขรุขระ เรียบ มัน ด้าน เนียน สาก เป็นต้น ลักษณะที่สัมผัสได้ของพื้นผิว
มี 2 ประเภท คือ

5.1 พื้นผิวที่สัมผัสได้ด้วยมือ หรือกายสัมผัส เป็นลักษณะพื้นผิวที่เป็นอยู่จริง ๆ ของผิวหน้าของวัสดุนั้น ๆ ซึ่งสามารถสัมผัสได้จากงานประติมากรรม งานสถาปัตยกรรม และสิ่งประดิษฐ์อื่น

5.2 พื้นผิวที่สัมผัสได้ด้วยสายตา เป็นพื้นผิวที่เกิดจากการมองเห็นแต่ไม่ใช่ลักษณะที่แท้จริงของผิววัสดุนั้น ๆ เช่น การวาดภาพก้อน หินบนกระดาษ จะให้ความรู้สึกเป็นก้อนหิน แต่เมื่อสัมผัสเป็นกระดาษ ลักษณะเช่นนี้เป็นการสร้างพื้นผิวลวงตา ให้สัมผัสได้ด้วยการมองเห็นเท่านั้น

พื้นผิวลักษณะต่าง ๆ จะให้ความรู้สึกต่องานศิลปะที่แตกต่างกัน พื้นผิวหยาบจะให้ความรู้สึกกระตุ่นประสาท หนักแน่น มั่นคง แข็งแรง ถาวร ในขณะที่ผิวเรียบจะให้ความรู้สึก เบาสบาย

4.2.2 การจัดวางองค์ประกอบลวดลาย

ผลงานศิลปะใดๆ ก็ตาม ล้วนมีคุณค่าอยู่ 2 ประการ คือคุณค่าทางด้านรูปทรง เกิดจากการนำเอาองค์ประกอบต่างๆ ของศิลปะมาจัดเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดความงาม อีกคุณค่าหนึ่ง ของงานศิลปะคือ คุณค่าทางด้านเนื้อหา เป็นเรื่องราว หรือสาระของผลงานที่ศิลปินต้องการที่จะแสดงออกมาให้ผู้ชมได้สัมผัสรับรู้ โดยอาศัยรูปลัก ษณะที่เกิดจากการจัดองค์ประกอบศิลปะนั่นเอง ดังนั้น การจัดองค์ประกอบศิลปะ จึงมีความสำคัญต่อการสร้างสรรค์งานศิลปะเป็นอย่างยิ่ง โดยการจัดองค์ประกอบของศิลปะ มีหลักการ 5 ประการคือ

1. สัดส่วน (Property) หมายถึง ความสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสม ระหว่างขนาดขององค์ประกอบต่างๆ ทั้งขนาดที่อยู่ในรูปทรงเดียวกัน หรือระหว่างรูปทรงรวมถึงความสัมพันธ์กลมกลืนระหว่างองค์ประกอบทั้งหลายด้วย ซึ่งเป็นความเหมาะสมพอดี ไม่มากไม่น้อยขององค์ประกอบทั้งหลายที่นำมาจัดรวมกัน ความเหมาะสมของสัดส่วนอาจ พิจารณาจากคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1.1 สัดส่วนที่เป็นมาตรฐาน จากรูปลักษณะตามธรรมชาติ ของคน สัตว์ พืช ซึ่งโดยทั่วไป ถือว่าสัดส่วนตามธรรมชาติ จะมีความงามเหมาะสมที่สุด หรือจากรูปลักษณะที่เป็นการสร้างสรรค์ของมนุษย์ เช่น บ้าน รถยนต์

1.2 สัดส่วนจากความรู้สึก เป็นสัดส่วนที่ไม่ได้สร้างขึ้นเพื่อความงามของรูปทรงเพียงอย่างเดียว แต่ยังสร้างขึ้นเพื่อแสดงออกถึงเนื้อหา เรื่องราว ความรู้สึกด้วย สัดส่วนจะช่วยเน้นอารมณ์ ความรู้สึก ให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ และเรื่องราวที่ศิลปินต้องการ ลักษณะเช่นนี้ ทำให้งานศิลปะ มีลักษณะแตก ต่างกัน เนื่องจากมีเรื่องราว อารมณ์ และความรู้สึกที่ต้องการแสดงออกแตกต่างกันไป

2. ความสมดุล (Balance) หมายถึง น้ำหนักที่เท่ากันขององค์ประกอบในทางศิลปะยังรวมถึงความประสานกลมกลืน ความพอเหมาะพอดีของส่วนต่างๆ ในงานศิลปะชิ้นหนึ่งความสมดุลในงานศิลปะมี 2 ลักษณะ คือ

2.1 ดุลยภาพแบบสมมาตร (Symmetry Balance) เป็นความสมดุลแบบ ซ้ายขวาเหมือนกัน โดยใช้องค์ประกอบที่เหมือนกันทั้งสองข้าง เป็นการสมดุลที่ให้ความรู้สึกนิ่งและมั่นคง

2.2 ดุลยภาพแบบอสมมาตร (Asymmetry Balance) เป็นความสมดุลซึ่งมีลักษณะแบบซ้ายขวาไม่เหมือนกัน ใช้องค์ประกอบที่ไม่เหมือนกันแต่มีความสมดุลกัน อาจเป็นความสมดุลด้วย น้ำหนักขององค์ประกอบ หรือสมดุลด้วยความรู้สึกก็ได้ เป็นความสมที่ให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา

3. จังหวะลีลา (Rhythm) หมายถึง การเคลื่อนไหวที่เกิดจากการซ้ำกันขององค์ประกอบ เป็นการซ้ำที่เป็นระเบียบ ยบ จากระเบียบธรรมดาที่มีช่วงห่างเท่าๆกัน มาเป็นระเบียบที่ซับซ้อนขึ้น จนถึงขั้นเกิดเป็นรูปลักษณะของศิลปะ โดยเกิดจาก การซ้ำของหน่วย หรือการสลับกัน ของหน่วยกับช่องไฟหรือเกิดจากการเคลื่อนไหวต่อเนื่องกันขององค์ประกอบต่างๆ

4. การเน้น (Emphasis) ซึ่งมีหลายรูปแบบดังนี้

4.1 การเน้นด้วยการใช้องค์ประกอบที่ตัดกัน (Emphasis by Contrast) สิ่งที่แปลกแตกต่างไปจากส่วนอื่นๆของงาน จะเป็นจุดสนใจ ดังนั้น การใช้องค์ประกอบที่มีลักษณะแตกต่างหรือขัดแย้งกับส่วนอื่น ก็จะทำให้เกิดจุดสนใจขึ้นในผลงานได้ แต่ทั้งนี้ต้อง พิจารณาลักษณะความแตกต่างที่นำมาใช้ด้วยว่า ก่อให้เกิดความขัดแย้งกันในส่วนรวม และทำให้เนื้อหาของงานเปลี่ยนไปหรือไม่ โดยต้องคำนึงว่า แม้มีความขัดแย้ง แตกต่างกันในบางส่วน และในส่วนรวมยังมีความกลมกลืนเป็นเอกภาพเดียวกัน

4.2 การเน้นด้วยการอยู่โดดเดี่ยว (Emphasis by Isolation) เมื่อสิ่งหนึ่งถูกแยกออกไปจากส่วนอื่นๆของภาพ สิ่งนั้นจะเป็นจุดสนใจ ซึ่งเป็นผลจากความแตกต่าง ของตำแหน่งที่จัดวาง

4.3 การเน้นด้วยการจัดวางตำแหน่ง (Emphasis by Placement) เมื่อองค์ประกอบอื่นๆ ชี้นำมายังจุดใด ๆ จุดนั้นก็กลายเป็นจุดสนใจที่ถูกเน้นขึ้นมา และการวางตำแหน่งที่เหมาะสมก็สามารถทำให้จุดนั้นเป็นจุดสำคัญขึ้นมาได้เช่นกัน

พึงเข้าใจว่าการเน้น ไม่จำเป็นจ้องชี้แนะให้เห็นเด่นชัดจนเกินไป สิ่งที่จะต้องระลึกถึงอยู่เสมอคือ เมื่อจัดวางจุดสนใจแล้ว จะต้องพยายามหลีกเลี่ยงไม่ให้สิ่งอื่นมา ดึงความสนใจออกไป จนทำให้เกิดความสับสน การเน้น สามารถกระทำได้ด้วยองค์ประกอบต่างๆของศิลปะ ไม่ว่าจะเป็น เส้น สี แสงเงา รูปร่าง รูปทรง หรือ พื้นผิว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการในการนำเสนอของศิลปินผู้สร้างสรรค์

5. เอกภาพ (Unity) หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์ประกอบศิลป์ ทั้งด้านรูปลักษณะ และด้านเนื้อหาเรื่องราว เป็นการจัดระเบียบส่วนต่างๆ ให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวอันไม่อาจแบ่งแยกส่วนใดส่วนหนึ่งออกไป เอกภาพของงานศิลปะมีอยู่ 2 ประการคือ

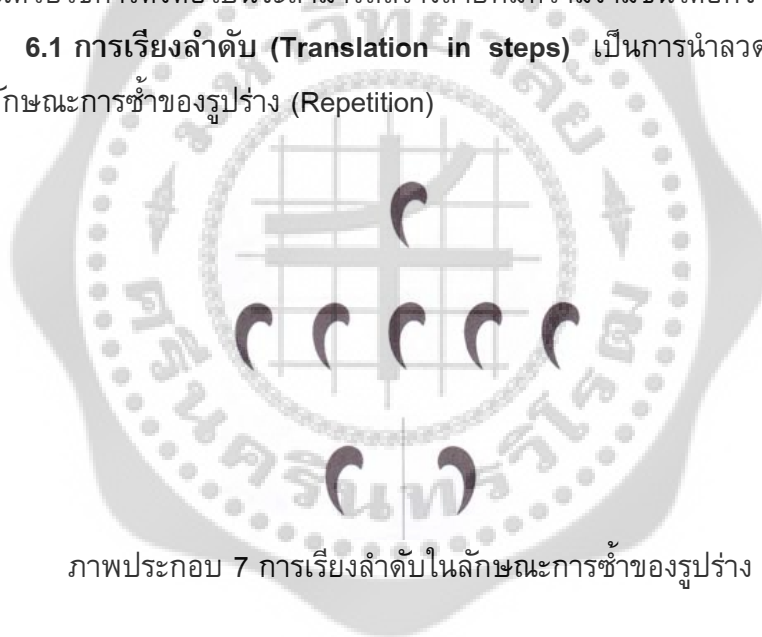
5.1 เอกภาพของการแสดงออก หมายถึง การแสดงออกที่มีจุดมุ่งหมายเดียวกันแน่นอน ซึ่งการแสดงออกด้วยลักษณะเฉพาะตัวของศิลปินแต่ละคน ก็สามารถทำให้เกิดภาพแก่ผลงานได้

5.2 เอกภาพของรูปทรง คือ การรวมตัวกันอย่างมีคุณภาพ และมีระเบียบขององค์ประกอบทางศิลปะ เพื่อให้เกิดเป็นรูปทรงหนึ่ง ที่สามารถแสดงความคิดเห็นหรือ อารมณ์ของศิลปินได้อย่างชัดเจน เอกภาพของรูปทรง เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดต่อความงามของผลงานศิลปะ เพราะเป็นสิ่งที่ศิลปินใช้เป็นสื่อในการแสดงออกถึงเรื่องราว ความคิดและอารมณ์ (ดวงจันทร์ อาภาวัชรุตม์ เจริญเมือง. 2551: 113-120)

นอกจากจะมีการวางองค์ประกอบตามหลักทางศิลปะแล้ว การออกแบบลวดลายยังเป็นงานศิลปะที่ต้องใช้ความรู้เรื่องการจัดวางมากกว่างานศิลปะแขนงอื่น เพื่อนำเอาลวดลายที่ได้ ออกแบบไว้ จัดวางซ้ำ (Repeat) ให้ต่อเนื่องสัมพันธ์กันให้เต็มพื้นที่ ได้อย่างเหมาะสมและลงตัว (Carol Joyce. 1993: 80) โดยมีแนวทางการจัดวางซ้ำที่สำคัญดังนี้

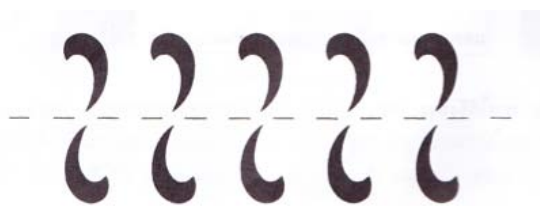
6. การสร้างแบบจากแม่ลาย (Motif) หมายถึง การออกแบบรูปทรงใดรูปทรงหนึ่งที่มีลักษณะเรียบง่ายขึ้นเพียง 1 รูป แต่สามารถผูกเป็นลวดลายอื่น ๆ ได้ต่อไปอีก แต่เมื่อนำลวดลายนั้นมาผูกต่อกันด้วยวิธีการดังต่อไปนี้จะสามารถสร้างลายที่มีความงามขึ้นได้อีกจำนวนมาก ดังนี้

6.1 การเรียงลำดับ (Translation in steps) เป็นการนำลวดลายต้นแบบนั้นมาเรียงลำดับในลักษณะการซ้ำของรูปร่าง (Repetition)



ภาพประกอบ 7 การเรียงลำดับในลักษณะการซ้ำของรูปร่าง

6.2 การสลับภาพซ้อนขวา (Reflection about a line) เป็นการวางลวดลายต้นแบบในลักษณะสะท้อนผ่านกระจกเงา ภาพจะสลับซ้ายเป็นขวา ดังภาพประกอบ 8



ภาพประกอบ 8 การสลับภาพซ้อนขวา

6.3 การหมุนรอบจุด (Rotation about a point) เป็นการวางลายต้นแบบรอบจุดศูนย์กลางจุดหนึ่ง ใน ลักษณะของภาพหมุน อาจวางซ้ำกัน 2-8 ชั้น ซึ่งจะให้ลักษณะที่ต่างออกไป ดังภาพประกอบ 9

6.4 การสลับซ้ายขวาและหมุนรอบจุด (Reflection and rotation) เป็นการนำลายต้นแบบวางสลับซ้ายขวาตามหลักการที่ 6.2 ในขณะเดียวกันก็นำมาวางรอบจุดศูนย์กลางตามหลักการที่ 6.3 ดังภาพประกอบ 10



ภาพประกอบ 9 การหมุนรอบจุด

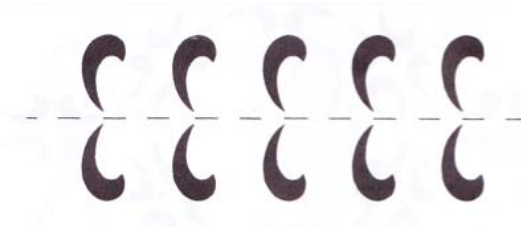
ภาพประกอบ 10 การสลับซ้ายขวาและ
หมุนรอบจุด

6.5 การสลับซ้ายขวาเป็นลำดับ (Reflection and translation) เป็นการนำแบบมาสลับซ้ายขวาตามหลักการที่ 6.2 แล้วจึงนำมาเรียงลำดับอีกครั้งหนึ่งตามหลักการข้อที่ 6.1 ภาพที่ได้จะมีลักษณะเหมือนภาพสะท้อนจากผิวน้ำ หรือกระจก ดังภาพ



ภาพประกอบ 11 การสลับซ้ายขวาเป็นลำดับ

6.6 การหมุนรอบจุดและเรียงลำดับ (Rotation and translation) เป็นการนำต้นแบบ 2 ชั้นมาวางรอบจุด แล้วนำมาเรียงลำดับกันอีกครั้งหนึ่ง ภาพที่ได้จะไม่เหมือนกับภาพที่สะท้อนจากกระจก เพราะรูปจะตรงกันข้ามกันหมด



ภาพประกอบ 12 การหมุนรอบจุดและเรียงลำดับ

6.7 การเรียงลำดับสลับจังหวะ (Reflection and alternate translation) เป็นการนำแบบมาเรียงลำดับ และสะท้อนกลับลงด้านล่างในลักษณะสลับฟันปลา ซึ่งจะทำให้ลวดลายที่แตกต่างกันออกไปจากการเรียงลำดับตามปกติ



ภาพประกอบ 13 การเรียงลำดับสลับจังหวะ

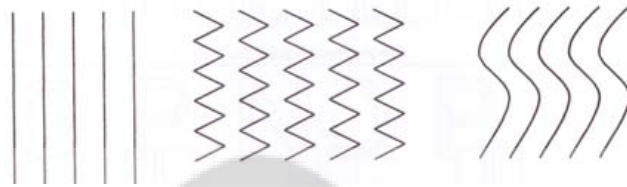
ภาพประกอบ 14 การผสมระหว่างเรียงลำดับ สลับซ้ายขวา และหมุนรอบจุด

6.8 การผสมระหว่างเรียงลำดับ สลับซ้ายขวา และหมุนรอบจุด (Reflection, rotation and translation) เป็นการออกแบบลวดลายโดยผสมผสานหลักการดังกล่าวข้างต้นเพื่อสร้างลวดลายขึ้นใหม่ดังภาพ

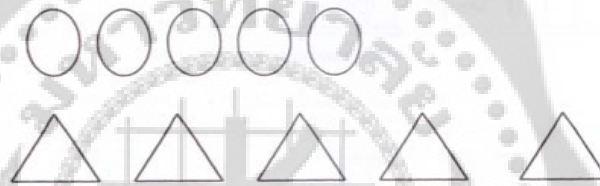
7. การใช้จังหวะ (Rhythm) ถือเป็นหลักฐานสำคัญของการสร้างลวดลาย เพราะการจัดจังหวะที่ดีจะช่วยให้ผลงานออกแบบดูเป็นระเบียบ เรียบง่าย และน่าสนใจ ซึ่งลักษณะของการเกิดจังหวะนั้น ชะลูด นุ่มเสมอ ได้กำหนดไว้ 2 ลักษณะดังนี้ ลักษณะแรก เกิดจากการซ้ำของหน่วยหรือ

การสลับกันของหน่วยกับช่องไฟ ลักษณะที่สอง เกิดการเคลื่อนไหวต่อเนื่องของเส้น รูปทรง น้ำหนัก หรือสี จากการเกิดจังหวะ 2 ประการข้างต้น สามารถนำมาสร้างเป็นลวดลายหลายวิธีการ ดังนี้

7.1 การซ้ำจังหวะเท่ากัน คือ การกำหนดหน่วยตั้งแต่สองหน่วยขึ้นไป ให้มีระยะห่างระหว่างหน่วยเท่า ๆ กัน หรือเป็นการกำหนดช่องไฟให้มีช่องว่างระหว่างหน่วยเท่า ๆ กันเป็นจังหวะนั่นเอง ซึ่งหน่วยดังกล่าวสามารถเลือกได้หลายทาง เช่น เส้น รูปร่าง สี หรือลักษณะผิว เป็นต้น



ภาพประกอบ 15 จังหวะซ้ำกันของเส้น



ภาพประกอบ 16 จังหวะซ้ำเท่ากันของรูปร่าง

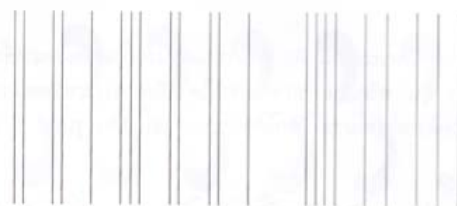


ภาพประกอบ 17 จังหวะซ้ำเท่ากันของสีขาว – ดำ

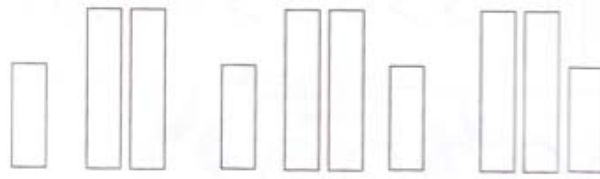


ภาพประกอบ 18 จังหวะเท่ากันของลักษณะผิว

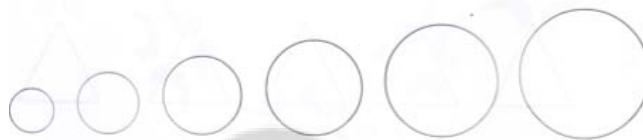
7.2 การซ้ำจังหวะไม่เท่ากัน คือ การจัดจังหวะของหน่วยมีช่องไฟ หรือรูปแบบของหน่วยให้แตกต่างกัน ทำให้ลวดลายดูแปลกตา มีการเคลื่อนไหว และน่าสนใจ



ภาพประกอบ 19 จังหวะซ้ำของเส้นไม่เท่ากัน



ภาพประกอบ 20 จังหวะซ้ำของรูปร่างไม่เท่ากัน



ภาพประกอบ 21 จังหวะซ้ำของขนาดไม่เท่ากัน



ภาพประกอบ 22 จังหวะซ้ำของขนาดและน้ำหนักไม่เท่ากัน

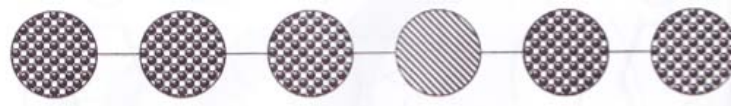
7.3 การซ้ำจังหวะสลับกัน คือ การจัดจังหวะที่มีรูปแบบอย่างน้อยสองชุดขึ้นไปให้มีลักษณะที่แตกต่างกัน จัดวางสลับกันซึ่งจะมีระยะห่างเท่ากันหรือไม่เท่ากันก็ได้



ภาพประกอบ 23 แถวบน: จังหวะซ้ำสลับกันแบบระยะห่างเท่ากัน

แถวล่าง: จังหวะซ้ำสลับกันแบบระยะห่างไม่สม่ำเสมอ

7.4 การซ้ำจังหวะโดยการเน้นหรือพัก คือ การกำหนดหน่วยที่ต้องการขึ้นตั้งแต่หนึ่งหน่วยขึ้นไปแล้วจัดวางจังหวะให้มีระยะห่างเท่า ๆ กัน โดยมีการเน้นให้เกิดความแตกต่างขึ้นในหน่วยนั้น ๆ ด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การให้ค่าน้ำหนักที่จุดเน้นต่างจากจุดอื่น ๆ การใช้ลักษณะผิวให้เกิดความแตกต่าง หรือการใช้สี เป็นต้น



ภาพประกอบ 24 จังหวะเน้นหรือพักด้วยพื้นผิว



ภาพประกอบ 25 จังหวะเน้นหรือพักด้วยการใช้ค่าน้ำหนัก

7.5 การซ้ำจังหวะโดยสร้างความแตกต่าง คือ การกำหนดหน่วยที่มีความแตกต่างกันตั้งแต่สองหน่วยขึ้นไปมาจัดวางในลักษณะซ้ำ ๆ กัน แต่มีรูปแบบที่ต่างกันอย่างสิ้นเชิงซึ่งสามารถสร้างในลักษณะแนวเดียวหรือเป็นชุดก็ได้

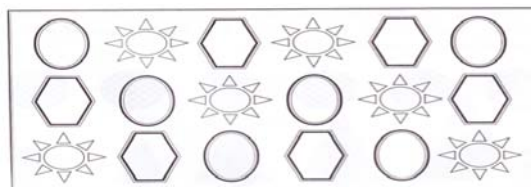


ภาพประกอบ 26 จังหวะซ้ำที่เกิดจากความแตกต่าง

การจัดจังหวะแบบต่อเนื่อง คือ การจัดจังหวะของหน่วยแต่ละชนิดให้มีความต่อเนื่องกันทำให้เกิดการเชื่อมโยงเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นการลำดับชั้นของเส้น สี รูปทรง หรือน้ำหนักโดยไม่มีช่องว่างมาคั่น บางครั้งเกิดความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวขึ้นในตัวเอง



ภาพประกอบ 27 จังหวะแบบต่อเนื่องจากเส้นและรูปร่าง

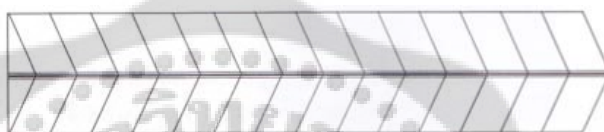


ภาพประกอบ 28 จังหวะแบบต่อเนื่องจากหน่วยหลายหน่วยรวมกันเป็นชุด

7.6 การจัดจังหวะแบบทับซ้อน คือ การจัดจังหวะของหน่วยแต่ละหน่วยให้มีลักษณะทับซ้อนโดยเส้นระยะห่างเท่ากันหรือไม่เท่ากันมาประกบในทิศทางที่ต่างกัน เช่น จากบนลงล่าง หรือซ้ายไปขวา เป็นต้น ทำให้ลวดลายมีลักษณะที่หลากหลายขึ้น

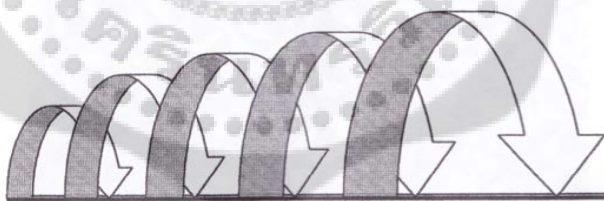


ภาพประกอบ 29 จังหวะทับซ้อนจากบนลงล่าง



ภาพประกอบ 30 จังหวะทับซ้อนจากซ้ายไปขวา

7.7 การจัดจังหวะแบบคลื่นไหล คือ การจัดจังหวะของหน่วยให้มีความต่อเนื่องคลื่นไหลไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวขึ้นในตัวลวดลาย



ภาพประกอบ 31 จังหวะคลื่นไหลไปในทิศทางเดียวกัน

7.8 การจัดจังหวะแบบเปลี่ยนทิศทาง คือ การจัดปรับเปลี่ยนทิศทางของรูปร่างรูปทรงให้แปลกไปจากกลุ่ม ซึ่งอาจจะเปลี่ยนทิศทางจากซ้ายไปขวา หรือบนไปล่าง เป็นต้น



ภาพประกอบ 32 จังหวะเปลี่ยนทิศทาง

8. การใช้รูปและพื้น คือ การสร้างลวดลายโดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ของรูปและเส้นให้มีความประสานกลมกลืนกันจนแยกไม่ออกว่าอันไหนรูปอันไหนพื้น ทำให้ลวดลายมีความกลมกลืนกับตัวผลงานที่ออกแบบ



ภาพประกอบ 33 แสดงภาพการใช้รูปและพื้นที่

9. การใช้ลดหลั่น คือ การจัดวางหน่วยในการสร้างลวดลายให้มีลักษณะลดหลั่นกันไป โดยใช้รูปแบบที่ซ้ำ ๆ กัน มาจัดวางให้เกิดการลดหลั่นด้วยขนาดจาดใหญ่ไปหาเล็กหรือเล็กไปหาใหญ่ สลับกันแล้วแต่ลักษณะของผลงาน ซึ่งในการลดหลั่นนี้อาจจะใช้ค่านำหนักส์ช่วยให้เกิดมิติเพิ่มขึ้นได้



ภาพประกอบ 34 แสดงภาพการใช้การลดหลั่น

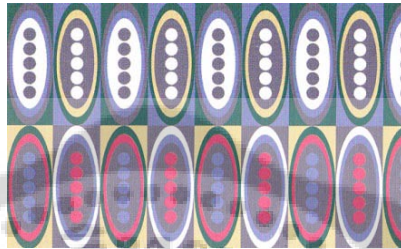
10. การใช้ตาราง คือ การจัดลวดลายให้อยู่ภายในกรอบของตารางหรือเกิดจากการเชื่อมต่อระหว่างกลุ่มของตาราง โดยการกำหนดตารางเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส หรือสี่เหลี่ยมผืนผ้าก็ได้



ภาพประกอบ 35 การออกแบบลวดลายภายในกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัส

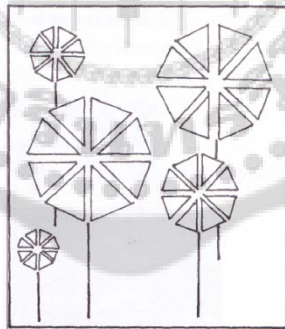


ภาพประกอบ 36 การออกแบบลวดลายโดยการเชื่อมต่อกลุ่มตารางสี่เหลี่ยมจัตุรัส

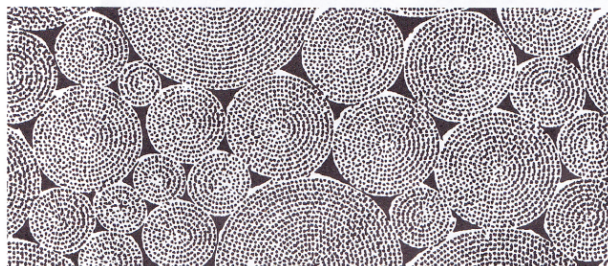


ภาพประกอบ 37 การออกแบบลวดลายโดยการเชื่อมต่อกลุ่มตารางสี่เหลี่ยมผืนผ้า

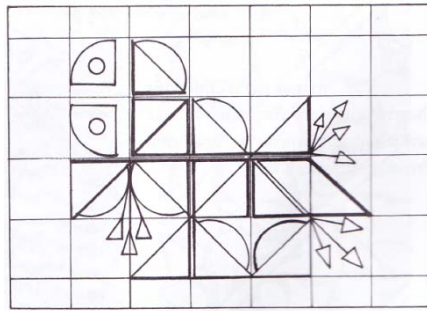
11. การใช้ความใกล้ชิด คือ การจัดวางหน่วยต่างๆที่ต้องการให้ดูเหมือนว่าแต่ละหน่วยเป็นของกันและกัน จะขาดหน่วยใดหน่วยหนึ่งไม่ได้ ลวดลายโดยรวมจึงมีลักษณะเป็นกลุ่มไม่กระจัดกระจายไปคนละทิศละทางให้มีเอกภาพและเกิดการรับรู้โดยรวมได้อย่างดี



ภาพประกอบ 38 ความใกล้ชิดที่เกิดจากหน่วยเดียวกัน



ภาพประกอบ 39 ความใกล้ชิดที่เกิดจากจุด

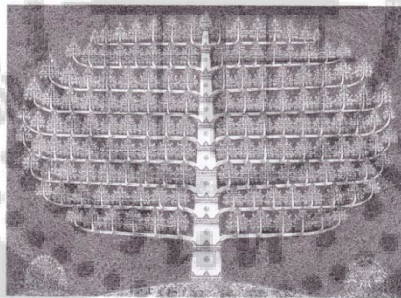


ภาพประกอบ 40 ความใกล้ชิดที่เกิดจากหน่วยหลายหน่วย

12. การใช้หลักการต่อลวดลาย คือ การจัดวางระบบของลายให้สอดคล้องกับพื้นที่ว่าง โดยมีการวางแผนอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อความเหมาะสมกับผลงานที่ต้องการออกแบบ ซึ่งในที่นี้ ดุษฎี สุนทรารชุน (2531: 74-92) ได้ให้หลักการต่อลวดลายไว้ 2 แนวทาง ดังต่อไปนี้

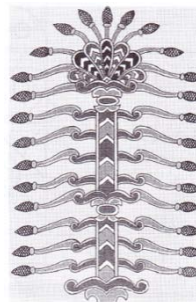
12.1 แนวทางแรก เป็นการต่อลายตามแนวต่างๆ ดังนี้

การต่อลวดลายแบบแนวนอน เป็นการนำเอาแม่ลาย (Motif) มาเรียงต่อกันเป็นแถวตามแนวนอนไปเรื่อยๆ จนสิ้นสุดชิ้นงาน หากยังมีพื้นที่ว่างก็เริ่มแถวใหม่อีก



ภาพประกอบ 41 ทรงเดช ทิพย์ทอง “สร้อยคำ(2)”

การต่อลวดลายแบบแนวตั้ง เป็นการนำเอาแม่ลายมาเรียงต่อกันในลักษณะแนวตั้งเป็นแถวยาวจนสิ้นสุดชิ้นงาน เช่นเดียวกับวิธีการต่อลายแบบแนวนอน



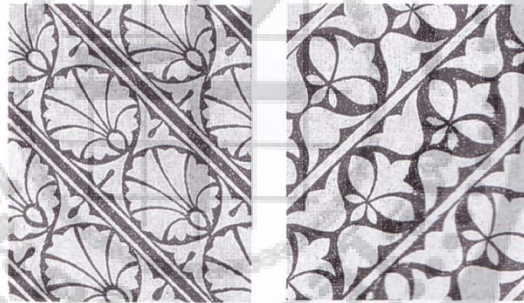
ภาพประกอบ 42 การต่อลวดลายแบบแนวตั้ง

การต่อลวดลายแบบเส้นหยักหรือซิกแซ็ก เป็นลวดลายที่มีลักษณะของแนวเส้นหยักขึ้นลง ทำมุมต่อกันในแถวเดียวกัน โดยแต่ละแถวจะอยู่ในลักษณะขนานกันตลอดแนว



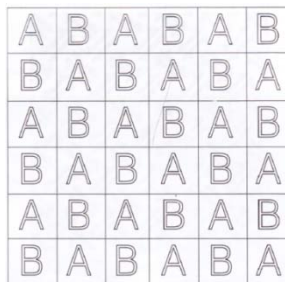
ภาพประกอบ 43 การต่อลวดลายแบบเส้นหยักหรือซิกแซ็ก

การต่อลวดลายแบบเส้นเฉียง เป็นการจัดวางลวดลายในแนวเส้นเฉียงต่อกันเป็นแถวจนสุดชิ้นงาน และแต่ละแถวก็จะวางลวดลายขนานกับแถวแรกตลอดแนวเช่นกัน



ภาพประกอบ 44 การต่อลวดลายแบบเส้นเฉียง

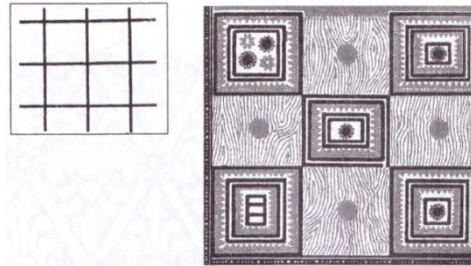
การต่อลวดลายแบบตาหมากรุก เป็นการจัดวางลวดลายให้อยู่ในตารางที่มีพื้นที่เท่ากัน เหมือนตารางหมากรุก โดยจัดวางหน่วยในตารางให้สลับกันตลอดชิ้นงาน



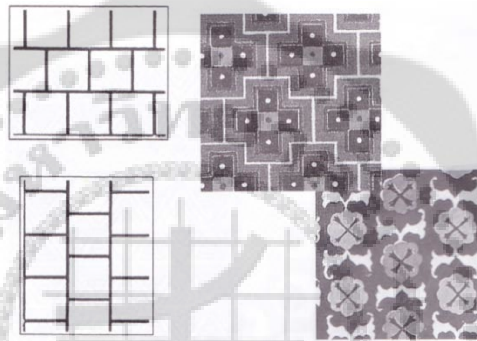
ภาพประกอบ 45 การต่อลวดลายแบบตาหมากรุก

การต่อลวดลายแบบขั้นบันได เป็นการจัดวางลวดลายให้มีการยกระดับของหน่วยขั้นใน ระดับเท่าๆกันไปเรื่อยๆเหมือนขั้นบันได โดยยึดโครงสร้างสี่เหลี่ยมให้มีมุมต่อมุมเชื่อมต่อกัน

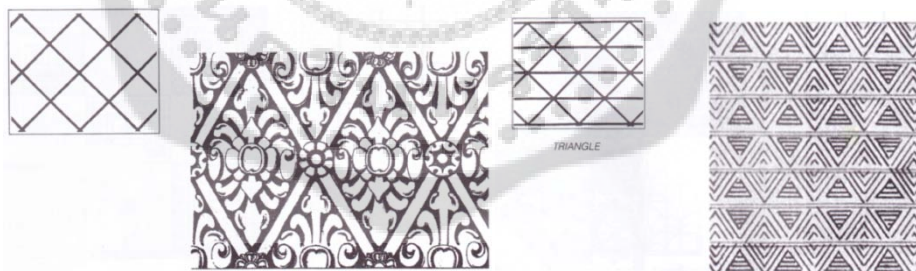
12.2 แนวทางที่สอง เป็นการต่อลายในลักษณะต่างๆโดยอาศัยรูปทรงเรขาคณิต



ภาพประกอบ 46 การต่อลายในลักษณะสี่เหลี่ยม (The Square Network)



ภาพประกอบ 47 การต่อลายในลักษณะการเรียงอิฐแนวอนหรือแนวตั้ง (The Brick and Half Drop Network)

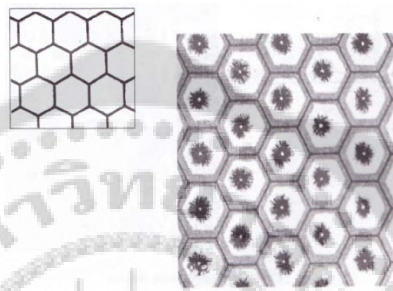


ภาพประกอบ 48 การต่อลายในลักษณะ สามเหลี่ยม (The Triangle Network)

ภาพประกอบ 49 การต่อลายในลักษณะ สามเหลี่ยม (The Triangle Network)



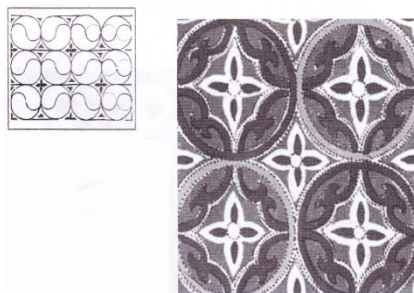
ภาพประกอบ 50 การต่อลายในลักษณะลวดตาข่าย (The Ogee Network)



ภาพประกอบ 51 การต่อลายในลักษณะหกเหลี่ยม (The Hexagon Network)



ภาพประกอบ 52 การต่อลายในลักษณะรูปพัด (The Scale Network)



ภาพประกอบ 53 การต่อลายในลักษณะวงกลม (The Circle Network)

4.2.3 หลักการออกแบบลวดลาย

ในการออกแบบ ความคิดสร้างสรรค์นับเป็นจุดเริ่มต้นและเป็นสิ่งสำคัญที่นักออกแบบพึงประสงค์ (จินดา เนื่องจำนง ม.ป.ป.; อ้างอิงจาก พรเทพ เลิศเทวศิริ 2545: 75) ความคิดสร้างสรรค์หมายถึงความสามารถในการมองเห็นความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ โดยมีสิ่งเร้าเป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิดความคิดใหม่ต่อเนื่องกันไป (กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ . 2543: 2) ความคิดสร้างสรรค์เกิดจากจินตนาการที่ตั้งอยู่บนสมมุติฐานของความเป็นไปได้ และต้องควบคู่ไปกับความพยายามที่จะทำให้เป็นไปได้ โดยจะเน้นที่ความแปลกใหม่ เป็นความคิดที่มีคุณค่าแก่ส่วนรวมในแง่แก้ปัญหา และให้คุณค่าในการดำเนินชีวิตใหม่ในแง่นามธรรมหรือสุนทรียะก่อสุข (ประชัน วัลลิโก . 2549: ออนไลน์; อ้างอิงจาก อารี รังสีนนท์. 2526)

ความคิดสร้างสรรค์

“โดยตัวมันเองไม่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ หากต้องการมูลค่าเชิงพาณิชย์ ต้องทำให้ความคิดสร้างสรรค์นั้นปรากฏเป็นรูปเป็นร่าง และนำไปใช้ในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อขายได้ มีตลาดที่มีทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย” (คุณากร วาณิชยวิรุณห. 2552: 16; อ้างอิงจาก จอห์น ฮาวกินส์. ม.ป.ป.) ความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่เพียงความคิดริเริ่มอย่างเดียว ตามทฤษฎีโครงสร้างทางสติปัญญาของกิลฟอร์ด (Guildford) ได้อธิบายว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถทางสมองที่สามารถคิดได้ไกลและหลายทิศทาง ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ข้อดังนี้

1. **ความคิดริเริ่ม (Originality)** หมายถึง ความคิดแปลกใหม่ไม่ซ้ำกันกับความคิดของคนอื่นและแตกต่างจากที่เคยเห็น หรือสามารถพลิกแพลงให้กลายเป็นสิ่งที่ไม่เคยคาดคิด ความคิดริเริ่มมีหลายระดับ ซึ่งอาจเป็นครั้งแรกที่เกิดขึ้นโดยไม่มีใครสอน แม้ความคิดนั้นจะมีผู้อื่นคิดไว้ก่อนแล้วก็ตาม

2. **ความคิดคล่องแคล่ว (Fluency)** หมายถึง ปริมาณความคิดที่ไม่ซ้ำกันในเรื่องเดียวกัน แบ่งเป็น 4 ประเภท

2.1 **ความคิดคล่องแคล่วด้านถ้อยคำ (Word Fluency)** เป็นความสามารถในการใช้ถ้อยคำ

2.2 **ความคิดคล่องแคล่วทางการโยงความสัมพันธ์ (Associational Fluency)** เป็นความสามารถในการใช้ถ้อยคำ

2.3 **ความคิดคล่องแคล่วทางการแสดงออก (Expressional Fluency)** เป็นความสามารถในการใช้สีหรือประโยค และนำมาเรียงกันอย่างรวดเร็วเพื่อให้ได้ประโยคที่ต้องการ

2.4 **ความคิดคล่องแคล่วในการคิด (Ideational Fluency)** เป็นความสามารถที่จะคิดในสิ่งที่ต้องการภายในเวลาที่กำหนด เช่น ให้คิดประโยชน์ของหนังสือพิมพ์ให้ได้มากที่สุดภายในเวลาที่กำหนดให้

3. **ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility)** หมายถึง ประเภทหรือแบบของการคิด โดยแบ่งออกเป็น

3.1 ความคิดยืดหยุ่นที่เกิดขึ้นได้ในทันที (Spontaneous Flexibility) เป็นความสามารถที่พยายามคิดหลายทางอย่างอิสระ ตัวอย่างของผู้ที่มีความคิดยืดหยุ่นนี้ เช่น คิดถึงประโยชน์ของโทรทัศน์ว่ามีอะไรบ้าง ความคิดของผู้ที่มีความคิดยืดหยุ่นสามารถจับกลุ่มได้หลายทิศทาง หรือหลายค่าย เช่น เพื่อรู้ข่าวสาร เพื่อโฆษณาสินค้า เพื่อธุรกิจ เพื่อการพักผ่อน ฯลฯ ในขณะที่คนซึ่งไม่มีความคิดยืดหยุ่นจะคิดได้เพียงทิศทางเดียว คือ การพักผ่อน

3.2 ความคิดยืดหยุ่นทางการดัดแปลง (Adaptor Flexibility) หมายถึง ความสามารถในการดัดแปลงความรู้ หรือประสบการณ์ให้เกิดประโยชน์หลายๆด้านซึ่งมีประโยชน์ต่อการแก้ปัญหา ผู้ที่มีความคิดยืดหยุ่นจะคิดดัดแปลงได้ไม่ซ้ำกัน

4. ความคิดละเอียดลออ (Elaboration) หมายถึง ความคิดในรายละเอียด เป็นขั้นตอนสามารถอธิบายให้เห็นภาพชัดเจน หรือเป็นแผนงานที่สมบูรณ์ขึ้น ความคิดละเอียดลออ จัดเป็นรายละเอียดที่น่ามาตกแต่งขยายความคิดครั้งแรกให้สมบูรณ์ (สกนธ์ ภูงามดี. 2545: 171-172)

แรงบันดาลใจในการออกแบบ

การออกแบบลวดลายอย่างสร้างสรรค์นั้น ต้องอาศัยสิ่งแวดล้อมต่างๆ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ ซึ่งมีแหล่งกำเนิดมาจาก 2 แหล่งที่มา คือ

1. แรงบันดาลใจจากธรรมชาติ มนุษย์ได้รับแรงบันดาลใจจากสิ่งต่างๆ ในธรรมชาติ มาใช้ในการออกแบบลวดลายนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น พืช สัตว์ ก้อนหิน แม่น้ำอัสฟ้า ภูเขา ฯลฯ
2. แรงบันดาลใจจากสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น หลังจากที่มีมนุษย์รู้จักประดิษฐ์สิ่งของต่างๆ ขึ้นแล้วนั้น มนุษย์ก็ได้รับแรงบันดาลใจมาจากสิ่งประดิษฐ์เหล่านี้ มาใช้ในการออกแบบลวดลาย เช่น รูปทรงเรขาคณิต ตัวอักษร ข้วของเครื่องใช้ต่างๆ (อ้อยทิพย์ พลศรี. 2545: 25-35)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบลวดลาย

การออกแบบลวดลายนอกจากจะต้องมีความคิดสร้างสรรค์เป็นหลักแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ต้องคำนึงอีก ดังต่อไปนี้

1. หน้าที่ใช้สอย (Function) ผลิตภัณฑ์ต่างๆ จะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในหนึ่งผลิตภัณฑ์อาจมีหน้าที่ใช้สอยเดียว หรือหลายหน้าที่ใช้สอยก็ได้

2. ความสวยงาม (Aesthetics) ความสวยงามนับว่ามีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าหน้าที่ใช้สอย เพราะความสวยงามเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจและเกิดการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นจึงต้องออกแบบให้มีรูปลักษณะที่สวยงามตามรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย ในการออกแบบจึงต้องผสมผสานระหว่างทฤษฎีทางด้านศิลปะและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายเข้าด้วยกัน ซึ่งผลิตภัณฑ์บางอย่างความสวยงาม ก็ถือเป็นประโยชน์ใช้สอยอย่างหนึ่ง เช่น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ซึ่งผู้ซื้อเกิดความประทับใจในความสวยงามของผลิตภัณฑ์

3. ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics) การออกแบบที่ดีต้องเข้าใจเรื่องกายวิภาคเชิงเกี่ยวกับขนาด สัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะส่วนต่างๆ ของผู้ใช้งาน เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งทางด้านสรีระศาสตร์ (Physiology) และด้านจิตวิทยา (Psychology) ซึ่งความรู้ในด้านต่างๆ ที่กล่าวมานี้ จะทำให้นักออกแบบสามารถกำหนดขนาด (Dimensions) สัดส่วนต่างๆ ได้อย่างพอเหมาะกะกับสรีระของมนุษย์ ซึ่งจะทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้งาน

4. ความปลอดภัย (Safety) สิ่งต่างๆที่ถูกผลิตขึ้นนั้น มีประโยชน์ และโทษในตัว ดังนั้น การออกแบบควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้ เป็นสำคัญ ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็ตั้ง งบแสดง คำอธิบายไว้ให้ชัดเจน

5. ความแข็งแรง (Construction) ผลิตภัณฑ์จะต้องมีความแข็งแรงในตัว ทนทานต่อ การใช้สอยตามหน้าที่ นักออกแบบ ต้องเข้าใจหลัก โครงสร้างและการรับน้ำหนัก อีกทั้งต้องไม่ทิ้ง เรื่องของความสวยงามทางศิลปะ เพราะมีปัญหว่า ถ้าใช้โครงสร้างให้มากเพื่อความแข็งแรง จะเกิด สวนทางกับความงาม นักออกแบบจะต้องเป็นผู้ตั้งเอาสองสิ่งนี้เข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ ความ แข็งแรงของตัวผลิตภัณฑ์นั้นก็ขึ้นอยู่กับที่การออกแบบรูปร่างและการเลือกใช้วัสดุ ประกอบกับ การศึกษาข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์ว่า ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวต้องรับน้ำหนัก หรือกระทบกระแทกอะไร หรือไม่ในขณะที่ใช้งานก็จะต้องทดลองประกอบการออกแบบไปด้วย แต่อย่างไรก็ตาม ความแข็งแรง ของโครงสร้าง หรือตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากจะเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้วยัง ต้องคำนึงถึงความประหยัดควบคู่กันไปด้วย

6. ราคา (Cost) นักออกแบบจะต้องกำหนดแบบผลิตภัณฑ์ ประมาณราคาขายให้ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อได้ การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมกับผู้ซื้อนั้น ส่วน หนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้ชนิดหรือเกรดของวัสดุ และเลืกวิธีการผลิตที่เหมาะสม ซึ่งหากประมาณการ การออกแบบมาแล้ว ปรากฏว่าราคาค่อนข้างจะสูง กว่าที่กำหนดไว้ ก็อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงหรือ พัฒนาองค์ประกอบบ้านต่าง ๆ กันใหม่ แต่ก็ยังคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

7. วัสดุ (Materials) การออกแบบควรเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอย รวมทั้งง่าย ต่อการดูแลรักษา ความสะดวกรวดเร็วในการผลิต และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

8. กรรมวิธีการผลิต (Production) นักออกแบบต้องศึกษาวิธีผลิต ให้เหมาะสมกับ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่พึงมี โดยควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ และสอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม

9. การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance) การออกแบบจะต้องออกแบบเพื่อให้ บำรุงรักษาและแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย เมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้น อีกทั้งต้องง่ายและสะดวกต่อ การทำความสะอาด เพื่อยืดอายุการใช้งาน นักออกแบบต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ ละชิ้น เพื่อที่จะออกแบบ ให้สะดวก ในการซ่อมแซมได้ง่าย

10. การขนส่ง (Transportation) นักออกแบบต้องคำนึงถึงการประหยัดค่าใช้จ่ายในการ ขนส่ง โดยที่อย่าไม่ทำให้ผลิตภัณฑ์เสียหาย ชำรุด โดยนักออกแบบจะต้องคำนึงถึงเรื่องการขนส่ง ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบเลย คือ ออกแบบให้ง่าย สะดวก เพื่อให้หีบห่อมีขนาดเล็กที่สุดสามารถ บรรจุได้ในลังที่เป็นขนาดมาตรฐาน เพื่อการประหยัดค่าขนส่ง เมื่อผู้ซื้อ ซื้อไปก็สามารถที่จะขนส่ง ได้ด้วยตนเอง นำกลับไปบ้านก็สามารถประกอบชิ้นส่วนให้เข้ารูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้โดยสะดวกด้วย ตนเอง (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548: 25-35)

จากการศึกษาผู้วิจัยสรุปว่า หลักการออกแบบต้องออกแบบอย่างสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ โดยต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น หน้าที่ใช้สอย ความงาม ความสะดวกในการใช้งาน และอื่น ๆ เพื่อให้เกิดผลงานการออกแบบที่เหมาะสมและมีคุณภาพ ตามวัตถุประสงค์

รูปแบบของลวดลาย

รูปแบบของลวดลายมีแนวทางการออกแบบที่แยกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 3 ประเภทดังนี้

1. การคิดลอกเลียนแบบ เป็นการคิดออกแบบอย่างหนึ่ง ที่พยายามถ่ายทอดรูปแบบให้เหมือนกับต้นแบบ



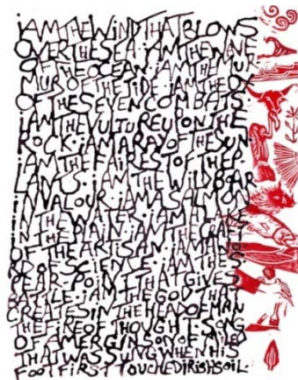
ภาพประกอบ 54 แบบของลวดลายจากการคิดลอกเลียนแบบ

2. การคิดดัดแปลงแบบ เป็นการคิดออกแบบอย่างหนึ่งที่ต้องใช้จินตนาการ ในการเพิ่มลดทอน ให้ได้รูปแบบที่ผิดแผกไปจากเค้าเดิม (ประเสริฐ ศีลรัตน์. 2538. 10-19)



ภาพประกอบ 55 รูปแบบของลวดลายจากการคิดการคิดดัดแปลงแบบ

3. การคิดสร้างสรรค์รูปแบบ เป็นการคิดออกแบบอย่างหนึ่งที่แตกต่างจากการคิดลอกเลียนแบบอย่างหนึ่งที่แตกต่างจากการคิดลอกเลียนแบบและการคิดดัดแปลงแบบ แต่อาศัยประสบการณ์จากทั้งสองลักษณะแนวคิดมาสร้างจินตนาการรูปแบบใหม่ขึ้น ให้ผิดแผกไปจากเดิม เป็นการออกแบบตามความรู้สึกหรือความต้องการของผู้ออกแบบเอง ทำให้ได้รูปแบบที่แปลกใหม่



ภาพประกอบ 56 ลวดลายจากการคิดสร้างสรรค์รูปแบบ

การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบลวดลาย

ในปัจจุบัน นักออกแบบสามารถออกแบบสิ่งต่างๆ ให้เกิดประโยชน์ใช้สอยและมีรูปลักษณะสวยงามน่าสนใจ ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักออกแบบที่ต้องรู้จักนำมาใช้ ทั้งนี้ มีแนวคิดที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์รูปแบบ (Style) ของงานออกแบบได้ ดังนี้

1. **แบบโบราณ (Old Style)** คือแบบที่ยึดแบบเดิมที่มีมาตั้งแต่โบราณและมุ่งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มอนุรักษ์นิยม

2. **แบบอมตะ (Classic Style)** คือแบบที่เน้นความพอดีระหว่างความเก่ากับความล้ำยุค และในภาพรวม ผลงานที่เกิดขึ้นก็จะดูไม่เก่า และไม่ใช่ว่าเป็นแบบใหม่อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งเหมาะกับยุคสมัยและล้ำสมัยยาก

3. **แบบร่วมสมัย (Contemporary Style)** เป็นการออกแบบที่ผสมผสานระหว่างความล้ำสมัยกับความเป็นสมัยใหม่

4. **แบบทันสมัย (Modern Style)** โดยเน้นการออกแบบที่ตอบรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเสมอเพื่อสนองความต้องการของตลาด และค่านิยมที่เกิดขึ้นในขณะนั้น

5. **แบบล้ำยุค (Advance Style)** เป็นการออกแบบที่เน้นการออกแบบ ในลักษณะก้าวหน้าทั้งรูปแบบและวัสดุ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการออกแบบเพื่ออนาคตข้างหน้า ทั้งนี้การออกแบบเพื่ออนาคตต้องอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลที่น่าจะเป็นไปได้ในอนาคต (สกลธี ภูงามดี. 2545: 177)

จากการศึกษาผู้วิจัยสรุปว่า ลวดลายเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งเสริมผลงานทางด้านศิลปกรรมให้มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น โดยต้องใช้ทฤษฎีทางด้านศิลปะมาเป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบ เพื่อให้การออกแบบมีความงดงามและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ มีหลักการออกแบบว่า จะต้องออกแบบให้มีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยที่กำหนดไว้ ซึ่งการออกแบบลวดลายมีลักษณะเด่นอยู่ที่เรื่องการจัดวางซ้ำซึ่งมีอยู่หลายวิธีการด้วยกัน

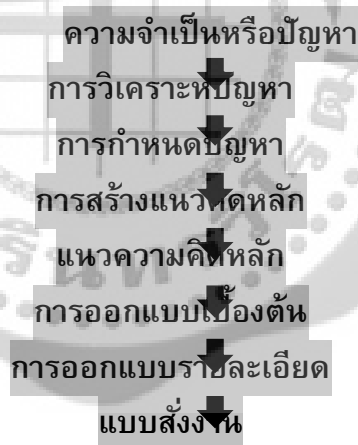
4.2.4 กระบวนการออกแบบ

ประมาณ 70-80 ปีที่ผ่านมา การออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างมีระเบียบในองค์กรการค้าที่อาศัยการประสานงานของกลุ่มคนที่มีความชำนาญหลายๆ ด้าน ทำให้เกิดการพัฒนาด้าน การค้า อย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง 2545: 29) เป็นการออกแบบเป็นกระบวนการแก้ปัญหา เพื่อให้บรรลุตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ (Design is a goal-directed problem-solving activity) (นวลน้อย บุญวงศ์. 2542: 81; อ้างอิงจาก Archer. 1965)

การออกแบบเป็นแนวคิดที่ซับซ้อน ซึ่งเป็นกระบวนการและผลลัพธ์ของกระบวนการ นั้นๆ ในลักษณะที่เป็นรูปเป็นร่าง รูปแบบ และความหมายของสิ่งของที่ถูกออกแบบขึ้นมา (คมสัน สุริยะ; และคณะ. 2551: 1; อ้างอิงจาก Spark. 1987) ซึ่งกระบวนการออกแบบอย่างเป็นระบบช่วยลด ความผิดพลาดในการทำงาน และมีความเหมาะสมในการแก้ปัญหาในงานออกแบบสมัยใหม่ (นวลน้อย บุญวงศ์. 2542: 133)

ในช่วงต้นของปีพ.ศ. 2493 กิจกรรมการออกแบบได้ถูกนำมาวิเคราะห์เป็นระบบเชิง วิทยาศาสตร์ และกิจกรรมนี้ได้ถูกคิดขึ้นอย่างเป็น ระบบวิธี โดย บรูซ อาร์เชอร์ (Bruce Archer) ซึ่ง ได้แบ่งกระบวนการออกแบบออกเป็น 3 ส่วน คือส่วนที่ว่าด้วยการวิเคราะห์ (Analytic Phase)

ส่วนที่ว่าด้วยการสร้างสรรค์ (Creative Phase) ส่วนที่ว่าด้วยการสร้าง (Executive Phase) (Domer. 1993: 17) ผู้เชี่ยวชาญได้พัฒนาขึ้นหลายรูปแบบ และกระบวนการออกแบบที่ ได้รับความนิยมได้แก่ กระบวนการออกแบบของ French ซึ่งมีขั้นตอน แสดงเป็นแผนภาพดังนี้



รูปแบบกระบวนการออกแบบของ French

ที่มา; N.F.F. Roozenburg, J.Eekels. (1995). และ Mike Boxter. (1995).

อ้างใน มหาวิทยาลัยศิลปากร. (2548: 65-701).

กระบวนการออกแบบของ จอห์น คริสโตเฟอร์ โจนส์¹ และคริสโตเฟอร์ อเล็กซานเดอร์² ที่ได้เสนอไว้ในการประชุมเกี่ยวกับวิธีการออกแบบ (Conference on Design Methods) ที่กรุง ลอนดอนเมื่อปี

¹ จอห์น คริสโตเฟอร์ โจนส์ (John Christopher Jones) นักออกแบบชาวเวลส์ ศึกษาด้านวิศวกรรมศาสตร์ ที่มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์และเป็นผู้แต่งตำราด้านการออกแบบชื่อ Design Methods ขึ้นในปี ค.ศ.1970

² คริสโตเฟอร์ อเล็กซานเดอร์ (Christopher Alexander) สถาปนิกชาวออสเตรเลีย จบการศึกษา สถาปัตยกรรมศาสตร์ระดับดุษฎีบัณฑิตจาก มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด

พ.ศ. 2503 (นวน้อย บุญวงศ์. 2542: 132) มีขั้นตอนที่คล้ายคลึงกับกระบวนการของ French และยังมีรายละเอียดที่ชัดเจนกว่าในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดขอบเขตของปัญหา (Identification of the Problem) เป็นการนำเอา โจทย์หรือปัญหาที่ได้รับในงานออกแบบมาศึกษาพิจารณาให้เข้าใจถึงเงื่อนไขต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและ ทำการกำหนดขอบเขตของการทำงานเพื่อแก้ปัญหาอย่างเหมาะสม ไม่กว้างหรือแคบจนเกินไป

2. การค้นคว้าหาข้อมูล (Information) เป็นการศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ งานออกแบบ โดยนำมาจัดจำแนกอย่างเป็นระบบตามหัวข้อที่มีความสัมพันธ์กับปัญหา ข้อมูลมี คุณค่าช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจและช่วยเสนอแนะวิธีการต่างๆ สำหรับแก้ปัญหา

3. การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นข้อมูลที่จำแนกไว้แล้วมาแยกแยะเปรียบเทียบและจัด ให้เกิดความสัมพันธ์กัน ผลจากการวิเคราะห์จะช่วยเสนอแนะตั้งแต่ทางเลือกจนถึงเกณฑ์สำหรับ พิจารณาทางเลือกต่างๆ สำหรับแก้ปัญหา

4. การสร้างแนวความคิดหลัก (Conceptual Design) เป็นการใช้เทคนิคต่างๆ เพื่อ สร้างสรรค์แนวความคิดหลักในการออกแบบ แนวความคิดหลักควรมีลักษณะที่สามารถแก้ปัญหา สำคัญได้อย่างตรงประเด็นและมีความกว้างครอบคลุม การแก้ปัญหาย่อยมีความแปลกใหม่ไม่ซ้ำกับ แนวทางที่เคยมีมาก่อนและยังมีลักษณะเป็นความคิดหรือสมมุติฐานที่อาจเป็นนามธรรม นอกจากนี้ แนวความคิดในการออกแบบไม่ได้มีอยู่เพียงครั้งเดียว โดยเฉพาะสำหรับปัญหาที่ซับซ้อน ในระยะแรก เป็นการสร้างแนวความคิดโดยรวมเมื่อทำการออกแบบก็จะมี การสร้างแนวความคิดเสริมตามไปแต่ ละขั้นตอน หรือทุก ๆ ระดับของการแก้ปัญหา เพื่อให้การออกแบบลึกลงไปทุกขั้นตอนสามารถทำได้ อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

5. การออกแบบร่าง (Preliminary Design) เป็นการนำแนวความคิดหลักออกมาตีความ แปรรูปหรือประยุกต์สร้างขึ้นจากสิ่งที่เป็นนามธรรมให้กลายเป็นรูปธรรม มีตัวตนและจับต้องได้ ด้วยการร่างเป็นภาพ 2 มิติ หรือสร้างเป็นหุ่นจำลอง 3 มิติ แบบร่างควรมีจำนวนมาก มีความแตกต่าง หลากหลายทางด้านรูปร่างหน้าตา ขนาด ส่วนประกอบตั้งแต่โครงสร้างจนถึงส่วนประกอบย่อย พร้อมทั้งให้คำอธิบายหรือกราฟิกแสดงหลักการ วิธีการและความคิดเห็นของผู้ออกแบบต่อแบบ เหล่านั้น

6. การคัดเลือก (Selection) เป็นการนำแบบร่างที่สร้างขึ้นเป็นจำนวนมากมาเปรียบเทียบ โดยใช้หลักเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ เพื่อคัดเลือกแบบที่มีความเหมาะสมสูงสุดสามารถแก้ปัญหา ได้สำเร็จด้วยวิธีการที่ง่าย ประหยัดและมีความเป็นไปได้จริงทั้งในการผลิตและการตลาด

7. การออกแบบรายละเอียด (Detail Design) เป็นการนำแบบที่ผ่านการพิจารณา คัดเลือกแล้วมาพัฒนาต่อไปจนถึงรายละเอียดของส่วนประกอบย่อยต่างๆ เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น การออกแบบรายละเอียดจะเกิดขึ้นขณะเขียนแบบ นับเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่มี ส่วนช่วยในการเปลี่ยนแปลงแบบที่มาจากแนวคิดธรรมดาให้กลายเป็นแบบที่น่าสนใจ และใช้งานได้ดี หรือในทางตรงกันข้ามคือมีส่วนทำลายแนวคิดที่ดีให้ด้อยคุณค่าลงจากความหยابหรือการขาด ความเอาใจใส่ในรายละเอียดของงาน

8. การประเมินผล (Evaluation) เป็นการนำแบบสำเร็จทั้งในลักษณะงาน 2 มิติ และ 3 มิติ มาทำการประเมินผลงานนั้นว่ามีความถูกต้องและครบถ้วนตามขอบเขตและ จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ เพียงใด การประเมินผลช่วยให้รู้ระดับคุณภาพของงานออกแบบและเป็นการตรวจสอบขั้นสุดท้าย ก่อนการลงทุนผลิตและจำหน่าย (นวลน้อย บุญวงศ์, 2542: 134-139) แสดงเป็นตารางภาพได้ดังนี้



จากการศึกษาผู้วิจัยสรุปว่า ลักษณะสำคัญของการออกแบบอย่างเป็นระบบคือการกระจายการทำงานออกเป็นขั้นตอนย่อยๆ ซึ่งจะช่วยลดความสับสนในการคิดค้นแก้ปัญหา ซึ่งการทำงานอย่างมีขั้นตอนช่วยให้การออกแบบประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี มีผู้เชี่ยวชาญได้แบ่งขั้นตอนของกระบวนการออกแบบหลายวิธีด้วยกัน ซึ่งแต่ละวิธีนั้น ล้วนมีวิธีการเข้าสู่ปัญหาในลักษณะเดียวกัน และนำไปแก้ปัญหาได้ทั้งสิ้น การเลือกรูปแบบของกระบวนการออกแบบนั้นขึ้นอยู่กับความถนัดของนักออกแบบแต่ละคน

4.3 ทฤษฎีทางการตลาด

“ปี พ.ศ. 2493 นักออกแบบทั้งหลายมีแนวคิดที่ว่า มีความสามารถทำได้ก็ทำออกมาตามความสามารถหรือทักษะที่มีอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของ OTOP ในประเทศไทย ที่ขาดการวิเคราะห์และกลั่นกรองถึงความต้องการของผู้บริโภคหรือทางการตลาดทำให้ล้มเหลวทางธุรกิจ ต่อมาในปีพ.ศ. 2523 ได้มีแนวคิดใหม่ ว่า อะไรที่ขายได้จึงจะออกแบบเพื่อตอบสนอง ” (ถวัล นิชพานิชพัฒนา. ม.ป.ป.; อ้างอิงจาก มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. 2549: 78)

แนวคิดของ Philip Kotler ปรมาจารย์ด้านการตลาดสมัยใหม่ เป็นแนวคิดที่ท้าทายแนวความคิดต่างๆ ที่ผ่านมา แทนที่จะให้ความสำคัญกับตัวผลิตภัณฑ์ กับเปลี่ยนมาให้ความสำคัญที่ลูกค้า เน้นที่การตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า โดยการสร้างผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลูกค้า Theodore Levitt แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ได้เปรียบเทียบระหว่างแนวคิดการขายกับแนวคิดการตลาดดังนี้

แนวคิดการขายมุ่งเน้นที่ความต้องการของผู้ขาย และผู้ขายนำความต้องการนั้นไปผลักดันสินค้าให้ได้เป็นเงินสดขึ้นมา ส่วนแนวคิดการตลาด มุ่งเน้นความต้องการของผู้ซื้อ และสนองความต้องการนั้นด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์และส่งมอบให้ผู้ซื้อบริโภค

แนวคิดการตลาดดี ดอยอยู่กับปัจจัยหลัก 4 ประการคือ ตลาดเป้าหมาย (Target Market) ความต้องการของลูกค้า (Consumer Need) การผสมผสานทางการตลาด (Integrated) และกำไรที่ได้จากความพึงพอใจของลูกค้า (Profitability) แนวคิดการตลาด มุ่งภายนอกสู่ภายใน เริ่มต้นโดยการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน ศึกษาความต้องการของลูกค้า ทำกิจกรรมต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าและทำกำไรจากการสนองความพึงพอใจของลูกค้า (ชนวรรณ แสงสุวรรณ. 2547: 26-27)

ในทางการตลาดถือว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นปัจจัยหนึ่งในกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการขยายตลาดสินค้า เป็นการสนองประโยชน์ใช้สอยใหม่ ความต้องการใหม่ หรือสร้างตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548: 82)

จากการศึกษาวิจัยสรุปว่า แนวคิดด้านการตลาดสมัยใหม่ มุ่งให้ความสำคัญที่ลูกค้า โดยเน้นที่การตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับลูกค้า

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการใช้ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ แนวคิดด้านผลิตภัณฑ์เป็นคุณสมบัติสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการใช้ของผู้บริโภคได้ การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นนักการตลาด มักจะศึกษาผลิตภัณฑ์ในรูปของผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ (Total Product) ซึ่งหมายถึงตัวสินค้า บวกกับความพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น ผู้บริหารการตลาดจะต้องมีการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นถึงการสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภค และสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ในการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จะต้องศึกษาปัญหาต่างๆ ที่ครอบคลุมถึงการเลือกตัวผลิตภัณฑ์ หรือสายผลิตภัณฑ์ การเพิ่มหรือลดชนิดของสินค้าในสายผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในเรื่องคุณภาพ ประสิทธิภาพ สี ขนาด รูปทรง การให้บริการประกอบการขาย การรับประกัน ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย ตัวผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ในสายตาลูกค้า จึงจะมีผลให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ (ศิริวรรณ. 2541: 69)

4.3.1 ผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภค (Consumer) คือ บุคคลที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริโภค หรือผู้ใช้สินค้า หรือผู้ใช้บริการสุดท้าย (Ultimate Users) ของกระบวนการผลิตและแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน อาจจะเป็นผู้ที่มีบทบาทครบทุกด้านในเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค หรือมีบางบทบาท เช่น ผู้ต้องการใช้ ผู้แสวงหา หรือผู้จ่ายเงินซื้อ (สุภาภรณ์ พลนิกร. 2548)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539)

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค ทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยให้การพัฒนาตลาดและผลิตภัณฑ์ของคุณให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง (นที บุญพราหมณ์. 2546: ออนไลน์)

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

ทฤษฎีทางด้านจิตวิทยา (Psychology) เป็นศาสตร์ที่ศึกษาทางด้านปัจเจกชน เกี่ยวกับการรับรู้ การรับรู้ ทศนคติ รูปแบบการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล สิ่งเหล่านี้สามารถทำให้เราเข้าใจได้ถึงความต้องการในการบริโภคของแต่ละบุคคล ซึ่งแสดงออกมาในแบบที่แตกต่างกันไป แต่ละบุคคลก็จะมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสินค้าและบริการไม่เหมือนกัน สิ่งเหล่านี้ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของบุคคลแต่ละบุคคล และอาจจะเกิดจากประสบการณ์ที่เคยได้ เห็นหรือเกิดขึ้น และทำให้มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ

ทฤษฎีทางด้านสังคมศาสตร์ (Sociology) เป็นการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มคนทั้งกลุ่มว่าบุคคลแต่ละคน มีบทบาทอย่างไรต่อกลุ่มนั้นๆ ไม่ได้เป็นการศึกษาพฤติกรรมของคนเพียงคนเดียว แต่เป็นการศึกษาพฤติกรรมในการบริโภคของสมาชิกในกลุ่มว่ามีอิทธิพลอย่างไรต่อการบริโภคนั้นๆ เช่น พฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มครอบครัว พฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มเพื่อน พฤติกรรมการบริโภคในแต่ละชั้นในสังคม

ทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) เป็นการเชื่อมโยงระหว่างศาสตร์ของสองสาขาด้วยกัน คือ สังคมศาสตร์ และจิตวิทยา การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของจิตวิทยาสังคมนั้นเป็นการศึกษาว่าด้วยบุคคลแต่ละบุคคล ดำเนินการบริโภคอย่างไรในกลุ่มของตน การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นไม่ใช่เป็นแต่เพียงการศึกษาทางการดำเนินการภายในกลุ่ม ภายใต้ความหมายของพฤติกรรม เช่นการตลาดเท่านั้น แต่เป็นการศึกษาว่าบุคคลแต่ละบุคคลจะได้รับอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคภายในกลุ่มนั้นๆ อย่างไร การตัดสินใจที่จะบริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ จะต้องขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เขาให้ความเชื่อถือหรือมีความไว้วางใจ หรือไม่อย่างไร เช่น เพื่อน ครอบครัว กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลหรือความคิดเห็นของผู้นำในกลุ่มนั้นๆ เป็นต้น

ทฤษฎีทางด้านวัฒนธรรมมนุษย์วิทยา (Cultural Anthropology) เป็นการศึกษาด้านความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสังคม พฤติกรรมการบริโภคของบุคคลแต่ละบุคคลอาจจะมาจากความเชื่อ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดต่อมาจากบิดา มารดา ปู่ย่าตายาย ซึ่งทำให้มีผลต่อ

พฤติกรรม การซื้อ และการบริโภคของบุคคลนั้นๆ นอกจากนี้แล้ว ทฤษฎีนี้ยังศึกษาไปถึงวัฒนธรรมย่อย ซึ่งเป็นวัฒนธรรมของกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไปที่มีอยู่ในสังคมขนาดใหญ่ และมีความซับซ้อนมาก

ทฤษฎีทางด้านเศรษฐศาสตร์ (Economics) การศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ในเชิงเศรษฐศาสตร์นั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นการศึกษาว่าผู้บริโภคจะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ได้แก่ เงิน เวลา และอื่นๆอย่างไร จะเลือกใช้หรือประเมินผลการซื้ออย่างไร และจะทำอย่างไรถึงจะได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่า และได้รับความพึงพอใจสูงสุดในการซื้อ การใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคมีความสำคัญต่อการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพราะเป็นข้อมูลในการนำไปวิเคราะห์และทำนายพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ นักการตลาดได้ศึกษาพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคมาช้านาน จากการศึกษาดังกล่าวทำให้ผู้คิดค้นตัวแบบขึ้นมากมาย หลายทฤษฎี เพื่อนำมาใช้อธิบายพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จึงขอนำมากล่าวบางตัวแบบ ดังนี้

1. ตัวแบบพฤติกรรม การซื้อของคอตเลอร์ (Kotler)

คอตเลอร์(อ้างถึงในบุญ. 2541: 41-42) ได้คิดค้นตัวแบบขึ้น เพื่ออธิบายพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภค โดยอาศัยทฤษฎีพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ ที่ว่าพฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด ดังนั้นตามตัวแบบของคอตเลอร์ตัวที่เป็นสาเหตุทำให้เกิดพฤติกรรมประกอบด้วยสิ่งเร้า 2 ส่วน ได้แก่ สิ่งเร้าทางการตลาด (Marketing Stimulus) อันได้แก่ ส่วนประสมการตลาด หรือ 4P's ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคุมได้ และสิ่งเร้าภายนอกอื่นๆ ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ อันได้แก่ปัจจัยและเหตุการณ์ ในสภาพแวดล้อมต่างๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมืองและวัฒนธรรม เป็นต้น

2. ตัวแบบพฤติกรรม การซื้อของสแตนตันและคณะ (Stanton, Etzel and Walker)

สแตนตันและคณะ(อ้างถึงในบุญ. 2541: 43-44) ได้คิดค้นตัวแบบเพื่ออธิบายพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคที่แสดงออกมาในรูปของกระบวนการตัดสินใจเป็นขั้นตอนนั้นเกิดจากพลังผลักดัน 4 อย่าง ซึ่งมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พลังผลักดันดังกล่าวได้แก่

2.1 ข้อมูลข่าวสาร (Information) การตัดสินใจซื้อจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ตรา ราคา ลักษณะ ผลประโยชน์ และสถานที่ที่จะซื้อ เป็นต้น หากไม่มีข้อมูล กระบวนการตัดสินใจซื้อจะเกิดขึ้นไม่ได้ ข้อมูลข่าวสารเกิดจาก 2 แหล่งสำคัญคือ จากการโฆษณา การค้าผ่านสื่อต่างๆ (Commercial Sources) และแหล่งข่าวสารจากสังคม (Social Sources) เช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง และผู้คุ้นเคย ซึ่งได้รับจากการพูดคุยกัน เป็นต้น

2.2 สังคมและกลุ่มสังคม (Social and Group Forces) อันประกอบด้วยวัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย(Subculture) ชั้นของสังคม กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว และสมาชิกในครอบครัว เป็นต้น สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และการก่อให้เกิดลักษณะทางจิตวิทยาของผู้ซื้ออีกด้วย

2.3 จิตวิทยา (Psychological Forces) พลังผลักดันทางด้านจิตวิทยา ได้แก่แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิก และ ทศนคติ สิ่งเหล่านี้เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการเลือกซื้อและการตัดสินใจซื้อ รวมถึงลดจนนิสัยในการซื้อ และการภักดีในตราสินค้า เป็นต้น

2.4 สถานการณ์ (Situational Factors) ปัจจัยทางด้านสถานการณ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ เวลาและโอกาส สถานที่ จุดมุ่งหมาย รวมทั้งเงื่อนไขในการซื้อ สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยอิทธิพลต่อการซื้อผลักดันให้ผู้ซื้อตัดสินใจแตกต่างกันไป

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคมีประโยชน์ในการได้แนวท้าวทางหลักของการเลือกซื้อของผู้บริโภคมาใช้ในการกำหนดนโยบายสาธารณะ (Public Policy) ต่างๆ ได้ซึ่งมีความจำเป็นและสำคัญต่อองค์การเป็นอย่างมาก(อดุลย์. 2542: 8)

ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

1. ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค
2. ช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจ ซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น
3. ช่วยให้การพัฒนาตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น
4. เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ให้ตรงกับชนิดสินค้าที่ต้องการ
5. ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจต่างๆ เพื่อความได้เปรียบคู่แข่ง (ศูนย์การเรียนรู้ออนไลน์. 2008: ออนไลน์)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้ทราบถึงสิ่งกระตุ้นที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งมีประโยชน์ต่อนักการตลาด เพื่อที่จะจัดส่วนผสมทางการตลาดต่างๆ ให้สามารถกระตุ้นและสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง ซึ่งสามารถแยกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ วัฒนธรรมหมายถึง รูปแบบหรือวิถีการดำเนินชีวิตที่คนในสังคมส่วนใหญ่ยอมรับ วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคมโดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคมซึ่งประกอบไปด้วยค่านิยม การแสดงออก การใช้สิ่งของ เช่น ชาวจีนทานอาหารด้วยตะเกียบ ชาวพม่านั่งโสร่งแทนการสวมกางเกง

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกัน ซึ่งมีอยู่ภายในสังคมที่สลับซับซ้อน ซึ่งเป็นตัวกำหนดการจำแนกลักษณะและกระบวนการทางสังคมเฉพาะอย่างสำหรับสมาชิกในสังคมนั้นๆ เช่น กลุ่มชนชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มภูมิภาค กลุ่มสีผิว กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ และกลุ่มย่อยด้านเพศ

1.3 ชั้นทางสังคม (Social Class) เป็นการแบ่งสมาชิกทางสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยสมาชิกทั่วไปถือเกณฑ์รายได้ (ฐานะ) ทรัพย์สิน หรืออาชีพ (ตำแหน่งหน้าที่) ในแต่ละชั้นทางสังคมมีลักษณะอย่างเดียวกัน และสมาชิกในชั้นทางสังคมที่แตกต่างกันจะมีลักษณะต่างกัน ซึ่งการแบ่งชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1.4 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบไปด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

1.5 กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) คือเป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางการเลือกพฤติกรรมและการดำรงชีวิต รวมถึงทัศนคติและแนวคิดของบุคคลความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล ในกลุ่มอ้างอิง นักการตลาดใช้กลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

1.6 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว

1.7 บทบาทและสถานะ (Role and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกันหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง และสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ซึ่งต้องวิเคราะห์หว่าใครเป็นผู้ริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้

2. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่างๆประกอบด้วย

- 2.1 อายุ
- 2.2 วัฏจักรชีวิตครอบครัว
- 2.3 อาชีพ
- 2.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา
- 2.5 รูปแบบการดำรงชีวิต

3. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological Factor) การเลือกซื้อของบุคคลทางด้านจิตวิทยาถือว่าเป็นปัจจัยภายในของผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 แรงจูงใจ แรงจูงใจเกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ซึ่งอาจถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ นักการตลาดต้องศึกษาแรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลซึ่งถือว่าเป็นความต้องการของมนุษย์ อันประกอบไปด้วย ความต้องการทางร่างกายและความต้องการทางด้านจิตวิทยาต่างๆ ความต้องการเหล่านี้ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะหาสินค้ามาบำบัดความต้องการของตนและบริการ

3.2 การรับรู้ เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมาย ข้อมูล เพื่อสร้างภาพ ที่มีความหมาย

3.3 การเรียนรู้คือ การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมและความโน้มเอียงของพฤติกรรมจาก ประสบการณ์ในอดีต

3.4 ความเชื่อถือ และทัศนคติ เป็นความคิดเห็นที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใด สิ่งหนึ่ง เป็นผลจากประสบการณ์ในอดีต (ธนวรรณ แสงสุวรรณ. 2547)

บทบาทผู้บริโภคเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

ผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ มีบทบาทที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. ผู้ริเริ่ม เป็นผู้เสนอความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เป็นคนแรก
2. ผู้ที่มีอิทธิพล เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่จะให้คำแนะนำว่าควรซื้อ หรือไม่ควรซื้อ
3. ผู้ตัดสินใจซื้อ เป็นผู้ที่ทำการตัดสินใจซื้อขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้า
4. ผู้ซื้อ เป็นผู้ที่ทำการซื้อสินค้า
5. ผู้ใช้ เป็นผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น

(นที บุญพรหมณ์. 2546: ออนไลน์)

จากการศึกษาผู้วิจัย สรุปว่า ผู้บริโภค คือบุคคลผู้ใช้สินค้าหรือบริการสุดท้ายของ กระบวนการผลิตและแลกเปลี่ยนสินค้า โดยมีพฤติกรรมในการค้นหา การซื้อ การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขาได้

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคทำให้เข้าใจ พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคซึ่งจะช่วยให้การพัฒนาตลาดและผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น

การศึกษปัจจุบันที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ทำให้ทราบถึงสิ่งกระตุ้น ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งมีประโยชน์สำหรับนักการตลาด เป็นแนวทางในการกระตุ้นและสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง ซึ่งสามารถแยกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นประเภทต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

4.3.2 แนวคิดการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง (Niche Market)

คำว่า “Niche” เป็นภาษาฝรั่งเศสแปลว่า “รัง” คำนี้ถูกใช้ครั้งแรกโดยนักนิเวศวิทยา เพื่อกำหนดคุณลักษณะของตำแหน่งทางพันธุกรรมและการใช้ทรัพยากรในสภาวะแวดล้อมของแต่ละพันธุกรรม แต่เมื่อนำมาใช้ในเชิงธุรกิจจะหมายถึง สถานการณ์หรือกิจกรรมที่เหมาะสมที่สุดสำหรับคนคนหนึ่ง หรือสำหรับบุคลิกลักษณะแบบใดแบบหนึ่งเท่านั้น ซึ่งแนวคิดนี้ได้ขยายขอบเขตจากบุคคลมาเป็นผลิตภัณฑ์ในตลาด ดังนั้น “Niche Market” ตามความหมายที่ปรากฏในสารานุกรม

ภาษาอังกฤษ(Wikipedia) จึงหมายถึง ส่วนหนึ่งของตลาดที่สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอนได้ ดังนั้น ธุรกิจที่เน้นตลาดแบบนี้จึงมีความจำเป็นที่จะต้องผลิตสินค้าและบริการที่แตกต่างจากที่มีอยู่แล้วในตลาดหลัก Niche Market อาจจะหมายถึงกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งก็ได้ ตลาดรูปแบบนี้จะเกิดขึ้นได้เมื่อความต้องการที่มีศักยภาพของผู้บริโภคส่วนหนึ่งยังไม่ได้รับการตอบสนอง หรือมีความต้องการเกิดขึ้นมาใหม่อันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในสังคม เทคโนโลยี หรือสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป (พันธุธิ์ พันธุ์อร่าม. 2552: 48)

Niche Market คือการขายสินค้าให้กับคนเฉพาะกลุ่ม ถ้าสินค้าของคุณขายให้กับคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับชั้น อย่างนี้ไม่ถือว่าเป็น Niche Market ถ้าตลาดเป้าหมายตามปกติเปรียบเหมือนเค้กชิ้นหนึ่ง Niche Market ก็เปรียบเหมือนเศษเสี้ยวหนึ่งของเค้กชิ้นนั้น เป็นต้นว่า สินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับ อาจมี Target Market เป็นกลุ่มผู้หญิง หรือผู้ชาย แต่ Niche Market จะจับกลุ่มที่เฉพาะเจาะจงลงไปอีก เช่น กลุ่มผู้หญิงที่รูปร่างอ้วนและน้ำหนักเกินมาตรฐาน เป็นต้น (นิตยสาร Marketeer เดือนสิงหาคม พ.ศ.2548)

คอตเลอร์และเคลเลอร์(2006) ได้ให้ความหมายของ “Niche” ว่าเป็นการนิยามกลุ่มลูกค้าในลักษณะแคบๆ การค้นหาส่วนผสมของประโยชน์ที่แตกต่าง ปกตินักการตลาดจะนิยามตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche) โดยการแบ่งส่วนของตลาดออกเป็นส่วนย่อยๆ เช่น กลุ่มคนที่ชอบทานฟูจิ ภัตตาคาร กลุ่มคนที่ชอบ Kitty กลุ่มลูกค้า ROP ของการบินไทย(दनัย เทียนพฤษ 2009: บอออนไลน์)

Niche Market เป็นการดำเนินการทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มเป้าหมายที่วานั้นจะตั้งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง เช่น บริษัท A ทำธุรกิจขายเพลงป๊อปของไทย ต้องการขยายตลาดโดยเจาะลูกค้าที่ชอบเพลงประเภทนี้และมีพฤติกรรมที่ชอบดาวน์โหลดเพลงบน นเน็ต จึงจัดทำเว็บไซต์เกี่ยวกับเพลงป๊อป และให้ลูกค้าที่เป็นสมาชิกสามารถโหลดเพลงตัวอย่างไปฟังพร้อมข้อเสนอพิเศษต่างๆ เป็นต้น (CRM to Thai. 2551: ออนไลน์)

แนวคิดการตลาดเป้าหมายใหม่ๆ โดยเลือกตลาดแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับคู่แข่งรายใหญ่ที่มุ่งสู่ตลาดใหญ่เป็นหลัก ซึ่งเป็นการทำตลาดที่วัดกันด้วยปริมาณมาก (Economies of Scale)ทั้งในการผลิต การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นช่องว่างทางการตลาดที่มุ่งสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ออกจากตลาดใหญ่นั้นยังมีโอกาสอีกมาก (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. 2548: 84)

ชัยพร วิเศษมงคล ที่ปรึกษา SMEs สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) ได้แนะนำวิธีแก้ปัญหาให้กับธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ด้วยการให้ความสำคัญกับการเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) มากขึ้น ตามแบบอย่าง การปรับตัวธุรกิจขนาดเล็กในสหรัฐอเมริกา โดยได้นิยามความหมายของตลาดเฉพาะกลุ่มนี้ว่า เป็นส่วนหนึ่งของความต้องการในตลาดที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองที่เพียงพอจากธุรกิจที่มีอยู่ ซึ่งความต้องการดังกล่าวเป็นของผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งที่มีอยู่ดั้งเดิม หรือเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นใหม่อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในสังคม เทคโนโลยี หรือสภาวะแวดล้อมโดยทั่วไป สิ่งที่ทำให้ตลาดกลุ่มนี้ทำกำไร

ให้กับธุรกิจได้ถึงแม้จะมีสัดส่วนของการตลาดเล็กเมื่อเทียบกับตลาดโดยรวมคือ การมีคุณลักษณะที่เฉพาะเจาะจงของสินค้าและบริการ รวมทั้งการที่ธุรกิจ สามารถมุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของตลาดส่วนน้อยได้อย่างเต็มที่ ภายใต้เงื่อนไข 3 ประการคือ ประการแรก ต้องเป็นกลุ่มลูกค้าที่สามารถเข้าถึงได้ ประการที่สอง ต้องขยายตัวเร็วพอ มีกำลังซื้อในปริมาณที่ธุรกิจจะอยู่รอดและเติบโตได้ และประการที่สาม ส่วนแบ่งตลาดนี้ต้องไม่ ถูกครอบครองไปแล้วโดยผู้ขายรายใดรายหนึ่ง ธุรกิจประเภทนี้สามารถทำได้ถึงแม้จะมี ทรัพยากรและบุคคลจำกัด การทำ Niche Market จะช่วยประหยัดแรงงาน แรงเงิน และแรงใจเนื่องจาก สามารถทุ่มเททั้งเวลาในการศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย คิดวางแผนในการทำการตลาด รวมไปถึงสามารถจัดสรรงบประมาณในการทำการตลาดได้อย่างเต็มที่ ในขณะที่เดียวกัน ความเป็น Niche Market มักจะทำให้มีคู่แข่งในตลาดน้อย หรืออาจจะไม่มีเลยเพราะขนาดตลาดเล็กเกินไป ไม่ดึงดูดนักลงทุนรายใหญ่ๆ ให้เข้ามา Niche Business มีอยู่ในแทบทุกวงการ เช่น หนายความที่รับทำ คดีมรดกเพียงอย่างเดียว หรือแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านโรคผิวหนัง เป็นต้น การทำการตลาดแบบ Niche Market เกิดขึ้นได้เพราะยังมีความต้องการจากลูกค้ากลุ่มหนึ่งที่ไม่ได้รับการตอบสนอง ถ้าสามารถค้นพบตลาดนี้ และตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว ก็จะสามารถก้าวขึ้นเป็นผู้นำตลาดได้ สิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของ Niche Market คือ การสร้างให้เกิดความแตกต่าง (Differentiation) การทำการตลาดแบบ Niche สินค้าและบริการต้องมีความโดดเด่น และความแตกต่างที่เห็นได้ชัด ถึงจะทำให้กลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการต่างจากกลุ่มลูกค้าทั่วไป (ชมัยพร วิเศษมงคล. 2552: ออนไลน์)

จากการศึกษาผู้วิจัยสรุปว่าแนวคิดการตลาดแบบเฉพาะเจาะจงนั้นหมายถึง การทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่อยู่ในตลาดที่มีลักษณะเฉพาะที่ผู้ประกอบการธุรกิจ ยังไม่ค่อยนึกถึง ซึ่งเป็นลักษณะการทำการตลาด เพื่อหลีกเลี่ยงกับการแข่งขันกับตลาดหลัก โดยการหา กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองที่เพียงพอจากธุรกิจที่มีอยู่ ซึ่งหากค้นพบตลาดเป้าหมายกลุ่มนี้ ค้นหาความต้องการของเขาโดยศึกษาและเรียนรู้ถึงพฤติกรรม ทัศนคติ การตัดสินใจและวิถีการดำเนินชีวิต(Life Style) เพื่อเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดทิศทางการตอบสนอง และตอบสนองความต้องการด้วยผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่มีใครมีในตลาด ก็จะสามารถประสบผลสำเร็จทางธุรกิจได้ โดยปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญของการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง จะช่วยประหยัดงบประมาณ เนื่องจากสามารถทุ่มเทเวลาในการศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย คิดวางแผนในการทำการตลาด รวมไปถึงสามารถจัดสรรงบประมาณในการทำการตลาดได้อย่างเต็มที่ ในขณะที่เดียวกัน ความเป็นตลาดแบบเฉพาะเจาะจง มักจะทำให้มีคู่แข่งในตลาดน้อยหรืออาจไม่มีเลยเพราะตลาดมีขนาดเล็ก และสิ่งที่สำคัญสำหรับตลาดกลุ่มนี้คือ การสร้างความแตกต่าง

4.3.3 แนวคิดเรื่องการบริโภคเชิงสัญลักษณ์

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมในทศวรรษที่ 20 ที่เป็นผลมาจากการพัฒนาอุตสาหกรรม ทำให้การผลิตเกินความเพียงพอต่อความต้องการบริโภคพื้นฐานของสังคม จึงต้องมีการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคมากขึ้น ด้วยเหตุนี้เอง ผอง โบดริยาร์ด³ (Jean Baudrillard) จึงได้วิเคราะห์สิ่งที่เกิดขึ้นกับสังคมการบริโภค เพื่อหาความพึงพอใจจากการที่ได้บริโภคของมนุษย์

โบดริยาร์ด ได้กล่าวถึงผลของความก้าวหน้าของระบบทุนนิยมสมัยใหม่ว่า มนุษย์แสวงหาความพึงพอใจจากความสุขที่ได้บริโภคโดยไม่จำเป็นต้องขึ้นกับประโยชน์ใช้สอยเสีย มอไป ทำให้เกิดทฤษฎีการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (The Consumption of the Sign) โดยกล่าวถึงเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุ และได้วิเคราะห์ว่าความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุมีหลายระดับ เริ่มจากลักษณะความสัมพันธ์ในแง่การใช้ประโยชน์เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เช่น ความต้องการรถยนต์เพื่อใช้เป็นพาหนะในการเดินทาง ความต้องการบ้านเพื่อเป็นที่อยู่อาศัย เป็นต้น โดยนำสิ่งๆ นั้นมาใช้ประโยชน์ตามจุดมุ่งหมายของการผลิตความสัมพันธ์ในระดับที่สองอยู่ภายใต้การสร้างคุณค่าและความหมายจากวัตถุที่มนุษย์ผลิตขึ้นมาเป็นความสัมพันธ์ในเชิงสัญลักษณ์ คือ นอกจากวัตถุที่บริโภคแล้ว ยังรวมไปถึงสัญลักษณ์ที่มีอยู่ในสินค้านั้นๆ รวมไปด้วย เช่น การบริโภคเสื้อผ้ามีแบรนด์เนม หน้าที่ของเสื้อผ้าคือการสร้างความอบอุ่นให้แก่ร่างกาย ธรรมชาติของเสื้อผ้าเชิงสัญลักษณ์แสดงถึงว่ามีระดับ การแสดงโอ้อวด โดยนำเอาภาพลักษณ์ของตัวเองไปสัมพันธ์กับสินค้านั้นๆ

จะเห็นได้ว่ามนุษย์ไม่ได้บริโภคเพียงเพราะความต้องการวัตถุอีกต่อไป หากแต่ยัง รวมไปถึงความต้องการเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างความต้องการบริโภคที่ไม่จำกัด โดยคุณค่าของสัญลักษณ์กำหนดโดยกฎเกณฑ์ (Rules) รหัสหมาย (Codes) และตรรกะทางสังคม (Social Logic) ดังนั้น โบดริยาร์ดจึงได้เพิ่มเติมการวิเคราะห์คุณค่าเชิงสัญลักษณ์นอกเหนือจากการวิเคราะห์ของมาร์กที่มีเพียงคุณค่าการใช้และคุณค่าการแลกเปลี่ยนเท่านั้น โดยโบดริยาร์ดกล่าวว่า การที่วัตถุเปลี่ยนแปลงเป็นสัญลักษณ์ สิ่งนี้เกิดจากการที่วัตถุที่บริโภคต่างกันมีผลทำให้เกิดการแบ่งแยกความแตกต่างกันทางสังคม เมื่อใดก็ตามที่มนุษย์บริโภคในส่วนที่ไม่ได้เป็นคุณค่าจากการใช้งานเพียงอย่างเดียว ซึ่งก็คือการบริโภคในส่วนของสัญลักษณ์ที่อยู่ในตัววัตถุนั้นเอง

ผอง โบดริยาร์ด (1929-2007) นักสังคมวิทยาและนักทฤษฎีด้านวัฒนธรรมผู้ทำให้เกิดความคิดเกี่ยวกับ ทฤษฎี "Hyperreality" and "Simulacrum" มีอิทธิพลต่อทฤษฎีวรรณกรรมและปรัชญา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหรัฐอเมริกาและแผ่ไปยังวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture)

อิทธิพลของการบริโภคเชิงสัญญะเป็นตัวกำหนดการเลือกสินค้าไม่ว่าจะเป็นรสนิยม ระดับชนชั้นทางสังคม และมูลค่าเชิงสัญญลักษณ์เป็นสิ่งที่กำหนดอายุของการบริโภค แม้ว่ามูลค่าการใช้สอยของสินค้าจะคงอยู่แต่มูลค่าทางสัญญลักษณ์ได้หมดสิ้นไป ทำให้เกิดความล้าสมัยแม้จะยังคงใช้งานได้ อยู่ เช่น เสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น สิ่งนี้เองที่สร้างความต้องการของมนุษย์ที่มีอย่างไม่จำกัด

โบดริยาร์ด ปฏิเสธทฤษฎีการบริโภคหรือการมองซึ่งเน้นวัตถุในแง่เพื่อสนองความต้องการหรือความพึงพอใจเพียงเท่านั้น โดยได้เสนอทฤษฎีการบริโภคในเชิงตรรกวิทยา ซึ่งการบริโภควัตถุจะประกอบด้วยความหลากหลาย ดังที่เขาได้แบ่งเป็น 4 แบบแผน คือ

1. ตรรกวิทยาเชิงหน้าที่ของการใช้หรือเชิงอรรถประโยชน์ ซึ่งเป็นตรรกวิทยาในเชิงปฏิบัติหรือการนำวัตถุมาใช้ประโยชน์ในแง่เครื่องมือเครื่องใช้
2. ตรรกวิทยาเชิงเศรษฐศาสตร์ของค่าแลกเปลี่ยน เป็นตรรกวิทยาเชิงเปรียบเทียบค่าหรือตรรกวิทยาเชิงตลาดที่จะนำวัตถุไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งอื่นๆ
3. ตรรกวิทยาของค่าสัญญะ เมื่อสถานะของวัตถุนั้นเป็นตัวแทนที่สร้างสัญญะอย่างใดอย่างหนึ่งให้แก่เจ้าของ
4. ตรรกวิทยาของค่าแลกเปลี่ยนเชิงสัญญะ เมื่อสถานะของวัตถุถูกนำไปแลกเปลี่ยนในเชิงสัญญะกับสัญญะอื่นๆ

ปรากฏการณ์ทางการบริโภคในสังคมปัจจุบันเป็นผลมาจากการทำงานของกระบวนการสองลักษณะ คือ กระบวนการการเลียนแบบ (Imitation Process) และกระบวนการสร้างและแสวงหาความแตกต่าง (Distinction Process) กล่าวคือ ชนชั้น ของบุคคลในสังคมที่มีฐานะด้วยกว่ามักจะต้องการที่จะก้าวไปสู่การบริโภคเช่นเดียวกับการบริโภคของชนชั้นนำในสังคม จึงปฏิบัติตนในฐานะการลอกเลียนแบบการบริโภคเชิงสัญญะของชนชั้นนำในสังคม ขณะที่ชนชั้นนำในสังคมก็ต้องการหาทางสร้างจุดเด่นให้แก่ตนโดยอาศัยพื้นฐานในเรื่องความแตกต่าง (Differentiation) ทำการผลิตกระบวนการบริโภคเชิงสัญญะที่แตกต่างออกไปจากที่เคยเป็นอยู่ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความแตกต่างไปจากชนชั้นกลาง

โดยสรุปโบดริยาร์ด กล่าวว่าอัตลักษณ์แห่งการบริโภคถูกแสดงออกได้ด้วยการบริโภคสินค้าที่นำสมัยและผู้บริโภคจะบริโภคสัญญะของตัวสินค้าเพื่อแสดงอัตลักษณ์ให้กับตนเอง (กาญจนา แก้วเทพ. 2544: 135)

จากการศึกษาสรุปว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมในคริสต์ศตวรรษที่ 20 ซึ่งมีผลทำให้การผลิตเกินความต้องการของมนุษย์ มอง โบดริยาร์ด ได้คิดทฤษฎีการบริโภคเชิงสัญญะขึ้น โดยกล่าวว่าในปัจจุบันมนุษย์ไม่ได้บริโภคเพียงประโยชน์ใช้สอยอีกต่อไป หากแต่ยังรวมไปถึงความต้องการทางสัญญะ โดยความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุมีหลายระดับ เริ่มจากความสัมพันธ์ในแง่ประโยชน์ใช้สอยเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ และความสัมพันธ์ในระดับที่สองอยู่ภายใต้การสร้างคุณค่าและความหมายจากวัตถุที่มนุษย์ผลิตขึ้นมา เป็นความสัมพันธ์ในเชิงสัญญะ เช่น การบริโภคเสื้อผ้าแบรนด์เนม ประโยชน์ของเสื้อผ้าคือการสร้างความอบอุ่นให้แก่ร่างกาย และยังมี

คุณค่าเชิงสัญลักษณ์เพื่อแสดงถึงควมมีระดับ การบริโภคนปัจจุบันเป็นผลมาจากการทำงานของกระบวนการสองลักษณะ คือ กระบวนการเลียนแบบ (Imitation Process) และกระบวนการแสวงหาความแตกต่าง (Distinction Process) กล่าวคือ บุคคลที่มีฐานะทางสังคมต่อยกกว่ามักจะลอกเลียนแบบการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ของชนชั้นนำในสังคม ขณะที่ชนชั้นนำในสังคมก็จะต้องการหาทางสร้างจุดเด่นให้แก่ตนโดยการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ทำการผลิตกระบวนการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่แตกต่างออกไป อิทธิพลของการบริโภคเชิงสัญลักษณ์เป็นตัวกำหนดการเลือกสินค้าโดยมูลค่าเชิงสัญลักษณ์เป็นสิ่งที่กำหนดอายุของการบริโภค กล่าวคือ แม้ว่าสินค้าจะใช้สอยได้อยู่ แต่มูลค่าทางสัญลักษณ์ได้หมดสิ้นไป ทำให้เกิดความล้าสมัย สิ่งนี้เองที่สร้างความต้องการของมนุษย์ที่มีอย่างไม่จำกัด โดยคุณค่าของสัญลักษณ์ถูกกำหนดโดยกฎเกณฑ์ (Rules) รหัสหมาย (Codes) และตรรกะทางสังคม (Social Logic) โดยอัตลักษณ์แห่งการบริโภคถูกแสดงออกได้ด้วยการบริโภค สินค้าที่นำสมัย และผู้บริโภคจะบริโภคสัญลักษณ์ของตัวสินค้าเพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับตนเอง ดังนั้นการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคนมากขึ้น นอกจากต้องวิเคราะห์คุณค่าการใช้สอยแล้ว ยังต้องวิเคราะห์คุณค่าเชิงสัญลักษณ์เพิ่มอีกด้วย

5. ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบเครื่องแต่งกาย

ความสำคัญของการแต่งกาย

1. เพื่อป้องกันตัวเองจากภัยธรรมชาติ เช่น ภัยจากสภาพอากาศหนาว ร้อนหรือภัยจากแมลงต่าง ๆ
2. เพื่อป้องกันตัวเองจากอันตรายในโอกาสต่าง ๆ เหมาะกับคนทำงานในอาชีพต่าง ๆ เช่น นักดับเพลิง นักบิน วิศวกร
3. เพื่อป้องกันตัวเองจากศัตรูโดยเฉพาะศัตรูที่เป็นมนุษย์ด้วยกัน เช่นการสวมเสื้อเกราะกันกระสุน หมวกเหล็ก
4. การต้องการความสุภาพ ทั้งนี้ ขึ้นกับเวลา สถานที่และบุคคล การยอมรับความสุภาพของสถานที่หนึ่งอาจแตกต่างจากสถานที่หนึ่งก็เป็นได้
5. เพื่อตกแต่งร่างกายและดึงดูดความสนใจ อาจเป็นการประดับร่างกายด้วยเครื่องประดับที่บอกฐานะ ยศ ตำแหน่ง เครื่องราชย์ เป็นต้น
6. สถานภาพทางสังคม เช่นชุดที่เกี่ยวข้องกับอาชีพการงาน ตำแหน่งที่ได้รับ
7. การแสดงออกทางพิธีการ งานต่าง ๆ ที่กำหนดให้ใส่เสื้อผ้าที่มีความเจาะจง เช่นงานศพ งานสโมสรสันนิบาต
8. การแบ่งแยกจากกลุ่ม มักเกิดกับวัยรุ่นหรือความต้องการความแตกต่างกันระหว่างองค์กร เช่น เสื้อ blazers ที่สวมเพื่อบอกสถาบันที่สังกัดอยู่ของนักเรียน ชุดของพระในศาสนาคริสต์ที่มีนิกายแตกต่างกัน ชุดนักเรียน เครื่องหมายที่แสดงสัญลักษณ์ของสถาบัน หมวกของพยาบาล
9. การดึงดูดความสนใจเพศตรงข้าม

10. เพื่อความพึงพอใจของตนเอง

11. สภาพทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม

สิ่งแวดล้อมในธรรมชาติพัฒนาไปอย่างมากมาย ยิ่งวิวัฒนาการมากขึ้นเท่าไรก็ยิ่งมีผลต่อมนุษย์มากขึ้นเท่านั้น อิทธิพลของเสื้อผ้าและการประดับตกแต่งร่างกายสามารถได้มาทั้งจากธรรมชาติ การติดต่อกับชาย การคมนาคม ซึ่งมีผลต่อมนุษย์ในการพัฒนาหรือปรับปรุงเครื่องแต่งกายของตนเองให้ดีขึ้น การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ศาสนาและสังคมก็มีส่วนเป็นอย่างมากในการกำหนดการแต่งกายของมนุษย์

อิทธิพลของเครื่องแต่งกายต่อมนุษย์

อิทธิพลทางวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ใช้ในการศึกษาเรียนรู้ความเป็นไปและสังคมที่บุคคลดำรงอยู่ ไม่ว่าจะเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต งานอดิเรก ศิลปะ ความเชื่อ ความรู้ ความชำนาญ จริยธรรม ฯลฯ เสื้อผ้าที่สวมใส่จะขึ้นอยู่กับการสืบทอดต่อ ๆ กันมา อาจเกิดจากการผสมผสานระหว่างอิทธิพลทางวัฒนธรรมและนำมาประยุกต์ใช้หรือเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นลักษณะที่เกิดขึ้นอย่างมั่นคงในสังคม โครงร่างของเสื้อผ้ามีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนในแต่ละยุคของประวัติศาสตร์ ช่วงเวลาซึ่งอาจจะแตกต่างกันนับร้อยปีในแต่ละยุค แต่เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วจากการขนส่งและธุรกิจก็ทำให้ย่นระยะเวลาที่ห่างกันให้สั้นลงได้

เสื้อผ้าได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมทางกาย ทรัพยากรทางธรรมชาติ และความสามารถในการนำทรัพยากรต่าง ๆ ไปใช้ ในหลาย ๆ สังคมได้พัฒนาแนวทางการนำทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับสิ่งทอมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ประเพณีและขนบธรรมเนียม

ประเพณีและขนบธรรมเนียมเป็นธรรมเนียมปฏิบัติในชีวิตประจำวันของผู้คนที่หยั่งรากลึกจนกลายเป็นความเคยชินและเป็นประเพณี ในกรณีของการแต่งกายก็เช่นเดียวกัน บางสังคมมีการแต่งกายที่สืบทอดเป็นวัฒนธรรมที่ยาวนาน เช่น การสวมชุดสำหรับของสตรีชาวอินเดีย

คุณค่าทางสังคม

ลักษณะที่แตกต่างและความมีเอกลักษณ์ในแต่ละสังคมทำให้การสวมเสื้อผ้าของมนุษย์มีความแตกต่างกันไป การยอมรับเรื่องใดเรื่องหนึ่งในสังคมหนึ่งอาจแตกต่างไปจากสังคมหนึ่งก็ได้ โดยคุณค่านี้อาจมาจากพื้นฐานที่แตกต่างกัน ตั้งแต่ครอบครัว การเลี้ยงดู วิธีการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน การศึกษาและกลุ่มคนที่คบค้าสมาคมอยู่ รวมไปถึงยุคสมัยที่แตกต่างกันก็ทำให้แนวความคิดเรื่องคุณค่าของการแต่งกายแตกต่างกันได้

ปัจจัยทางสังคมจิตวิทยา

เสื้อผ้าที่สวมใส่ทำให้คนแต่ละคนมีความรู้สึกแตกต่างกันไปในการแต่งกายแต่ละครั้ง รวมไปถึงความคิดที่บุคคลภายนอกมองมายังตนเองก็แตกต่างกันด้วย รูปแบบของเครื่องแต่งกาย ขนาด สี สัน รูปร่างทำให้ภาพลักษณ์ของบุคคลแตกต่างกันไปในแต่ละครั้งที่มีการสวมใส่เครื่องแต่งกายที่แตกต่างกัน

สัญลักษณ์ของเครื่องแต่งกาย

การปรากฏตัวในแต่ละครั้งด้วยเครื่องแต่งกายที่แตกต่างกันทำให้ภาพลักษณ์ของบุคคลดูแตกต่างกันไปได้ทั้งใน เนื่องจากลักษณะของเครื่องแต่งกายที่แตกต่างกัน รูปแบบบางอย่างของเครื่องแต่งกายทำให้สังคมคาดหวังว่าบุคคลผู้สวมใส่มีลักษณะเป็นเช่นไร อายุเท่าไร หรือมีอาชีพอะไร

การแบ่งแยกชนชั้นหรือแบ่งแยกกลุ่ม

เพื่อต้องการให้ดูแตกต่างจากกลุ่มชนอื่น มนุษย์พยายามหาวิธีที่จะทำให้กลุ่มของตนดูแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นเพื่อให้รับรู้ถึงลักษณะประจำกลุ่มของตนเอง ง่ายในการจดจำและแยกแยะความแตกต่าง

ความสบายและลักษณะเฉพาะที่ต้องการ

เพื่อให้ร่างกายอบอุ่นมนุษย์เลือกสวมเสื้อที่มีความหนานุ่มในฤดูหนาว และในฤดูร้อนก็สวมใส่เสื้อผ้าที่บางเบาขึ้นเพื่อความสบาย

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและแฟชั่น

เป็นเหตุผลที่ทำให้เครื่องแต่งกายมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมมาจากแนวความคิด ความเชื่อ เหตุการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ การพบเห็นแฟชั่นจากแหล่งอื่น ทำให้แนวความคิดในการแต่งกายเปลี่ยนแปลงไปได้เช่นกัน

บุคลิกภาพกับการแต่งกาย

บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะเฉพาะของคนแต่ละคนบุคลิกภาพของแต่ละคนมีผลต่อการแต่งกาย ทำให้บุคคลแสดงออกในเรื่องการแต่งกายแตกต่างกัน บุคลิกภาพโดยทั่วไปของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เกิดจากความต้องการสร้างความประทับใจให้ปรากฏต่อผู้ที่พบเห็น แต่ความประทับใจไม่ได้มีนัยคง ยาวนานหรือน่าเชื่อถือได้เสมอไป เช่น บุคคลที่มีบาร์มี มีท่าทางนายกอง เก่งขามในช่วงเวลาหนึ่ง อาจไม่ได้รับความเชื่อถือในเวลาต่อมาก็เป็นได้ เช่น พวกนักการเมือง เป็นต้น นอกจากนี้ ความคิดของคนเราที่มีต่อบุคคลอื่น ๆ ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา บุคลิกภาพที่แสดงออกอาจไม่ใช่บุคลิกภาพที่แท้จริงของบุคคลนั้นเสมอไป นอกจากนี้ คนส่วนมากต้องการแสดงออกถึงบุคลิกภาพที่ดีของตนเองต่อผู้อื่น เพื่อสร้างความประทับใจต่อเพื่อนและผู้คุ้นเคย

การแต่งกายช่วยให้สามารถแสดงออกถึงบทบาทของตนเองในสังคมและบุคลิกภาพได้ดังนี้

1. เครื่องแต่งกายและบุคลิกภาพที่ดึงดูดความสนใจ สามารถสร้างความประทับใจเมื่อแรกพบได้
2. เครื่องแต่งกายสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือที่ต้องการให้กับผู้สวมใส่ได้

3. การใช้เครื่องแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์สามารถใช้ได้ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับ อายุ โอกาส การงาน ฯลฯ เช่น วัยรุ่นอาจสวมชุดนักเรียนในตอนกลางวันและเปลี่ยนเป็นชุดลำลองเพื่อสังสรรค์กับเพื่อนในตอนเย็น

4. เครื่องแต่งกายควรมีส่วนช่วยส่งเสริมและสร้างบุคลิกภาพที่ดีให้กับผู้สวมใส่

5. โครงสร้างของกระดูก รูปร่างหน้าตาและผิวพรรณ เป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพของเราซึ่งไม่อาจเปลี่ยนแปลงได้ แต่สามารถควบคุมน้ำหนัก แก้ไขกิริยาท่าทาง และเลือกเครื่องแต่งกายและสีสันทันที่ช่วยแก้ไขข้อบกพร่องของร่างกายได้

ลักษณะบุคลิกภาพ

มีความพยายามมากมายในการแบ่งแยกลักษณะบุคลิกภาพของคนออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ เช่น การแบ่งลักษณะบุคลิกภาพออกเป็นลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

- เจลลี่วฉลาด คล่องแคล่ว (Ingénue)
- ช่ำชองต่อโลก มีเล่ห์เหลี่ยม (Sophisticated)
- มีอารมณ์อ่อนหวาน โรแมนติก (Romantic)
- เพ้อฝัน มีจินตนาการ (Dramatic)
- แข็งแรง ปราดเปรียว ดูเป็นนักกีฬา (Athletic)

ลักษณะของบุคลิกต่าง ๆ เหล่านี้ มักใช้ในการแบ่งแยกกลุ่มของเครื่องแต่งกายด้วย แต่ก็ เป็นลักษณะของบุคลิกภาพในอุดมคติมากกว่าที่จะเป็นบุคลิกภาพของคนจริง ๆ โดยทั่วไป บางครั้ง การจำแนกบุคลิกภาพของคนเพื่อใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการแต่งกายและบุคลิกภาพจึงนิยมแบ่งใน ลักษณะที่เรียกว่า Yang-yin หรือลักษณะของความเป็นชาย-หญิง มากกว่า

ลักษณะของบุคลิกประเภทหยาง (Yang type) เป็นบุคลิกที่แสดงออกถึงพลังที่เหนือมนุษย์ ความก้าวร้าว รุนแรง และลักษณะของเพศชาย มีความคิดความสนใจเกี่ยวกับความเป็นไปรอบตัว มีชีวิตชีวา ชอบแบกกฎ และเป็นผู้นำ ชอบเสื้อผ้าที่มีสีสันทันจัดจ้านหรือสีในโทนร้อน

ลักษณะของบุคลิกประเภทหยิน (Yin type) แสดงออกถึงพลังของผืนดิน ความเป็นหญิง ความอ่อนน้อม สนใจตนเองมากกว่าคนรอบข้าง เก็บตัว อ่อนไหว ซื่อาย มีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ตาม มากกว่า ชอบสวมเสื้อผ้าที่มีสีในโทนเย็น สีสรรรมชาติ

การจำแนกลักษณะบุคลิกภาพรูปแบบอื่น ๆ ที่ใช้ในการศึกษาลักษณะการแต่งกายนิยมใช้ เกณฑ์การจำแนกของ Eduard Spranger ซึ่งแบ่งลักษณะบุคลิกภาพของคนออกเป็น 6 กลุ่มดังนี้

1. The theoretical type เป็นผู้ที่ยึดถือความถูกต้อง ความจริง มีความรู้ คงแก่เรียน เสื้อผ้าที่บุคคลเหล่านี้เลือกสวมใส่จะเป็นไปเพื่อประโยชน์อย่างแท้จริง เหมาะกับอาชีพการงาน ไม่ ตามแฟชั่น

2. The economic type เป็นบุคคลที่รู้จักใช้จ่ายเงินและเวลาอย่างคุ้มค่าที่สุด คนเหล่านี้จะ จัดการเกี่ยวเสื้อผ้าของตนเองอย่างมีระเบียบ แบบแผน วางแผนการใช้จ่ายเงินทองเพื่อซื้อเสื้อผ้า อย่างรอบคอบ

3. The aesthetic type คนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับเรื่องของการออกแบบ การแสดงออก และความสวยงาม เสื้อผ้าที่เลือกสวมใส่จึงต้องมีความโก้เก๋ และทันสมัย

4. The social type เป็นบุคคลที่ให้ความสำคัญกับบุคคลอื่น การแต่งกายจึงมักหลีกเลี่ยงเครื่องแต่งกายที่สังคมไม่ยอมรับ

5. The political type เป้าหมายของบุคคลในกลุ่มนี้คือการทำให้ผู้คนประทับใจและแสวงหาอำนาจ การเลือกเครื่องแต่งกายจะเลือกที่สามารถนำตนเองก้าวเข้าไปในสังคมหรือเป็นที่ดึงดูดความสนใจของผู้คน

6. The religious-philosophical type เป็นกลุ่มคนที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับอุดมคติและความเรียบง่าย เสื้อผ้าที่คนเหล่านี้เลือกเน้นที่ความสบาย ไม่หรูหรา ไม่ใช่เพื่อสร้างความสุขที่เกิดจากการแต่งกายแต่เพื่อความเรียบง่ายของการดำเนินชีวิต

นอกจากบุคลิกภาพดังกล่าวข้างต้น ยังมีลักษณะของบุคคลในรูปแบบอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเลือกเครื่องแต่งกาย และมีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพของเรา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเครื่องแต่งกายสามารถบ่งบอกสภาวะจิตใจ สุขภาพและทัศนคติของผู้สวมใส่ที่มีต่อสังคมได้

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับการแต่งกาย

การพัฒนาบุคลิกภาพ มีความสัมพันธ์กับการแต่งกายเพราะเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นของบุคคล มีผลทำให้เครื่องแต่งกายได้รับการพัฒนาตามไปด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและการแต่งกายนี้แยกออกเป็น

- ความสัมพันธ์ในด้านสังคม (Sociological) คือภาพลักษณ์ที่บุคคลอื่นมองตนเองเมื่อสวมใส่เสื้อผ้าชุดนั้น

- ความสัมพันธ์ในด้านจิตวิทยา (Psychological) คือสิ่งที่บุคคลต้องการให้ผู้อื่นคิดเกี่ยวกับตนเองเมื่อสวมใส่เสื้อผ้าชุดนั้น

แนวโน้มการแต่งกายในอนาคต

ในโลกของอนาคตนั้น กล่าวกันว่าเป็นยุคแห่งวิทยาศาสตร์ความเจริญในด้านอุตสาหกรรม และเทคโนโลยีจะมีบทบาทมากดังนั้น แนวโน้มของการแต่งกายในอนาคต ควรมี การวิเคราะห์จากองค์ประกอบ ต่อไปนี้

วิเคราะห์จากสภาพแวดล้อม โดยคำนึงถึง อาชีพ ฤดูกาล เพศ วัย บุคลิก นิสัย เศรษฐกิจ การเมือง ค่านิยม เวลา ความสะดวกสบายในการสวมใส่ และการ พกพา กาลเทศะ โอกาส การดูแลรักษา คุณภาพ ราคา ความนิยม และระดับของผู้บริโภค จากการวิเคราะห์ของผู้ที่มีประสบการณ์ ได้วิเคราะห์ว่าระดับราคาสินค้ามี ผลต่อการเลือกใช้ของผู้บริโภค เช่น

- สินค้าราคาสูงสุด ผู้บริโภคเป็นคนในสังคมชั้น สูง มีรายได้สูง เจ้าหน้าที่ใน ราชสำนัก ซึ่งเสื้อผ้าจะเป็นแบบไมโลดโผน สีเรียบ สง่างาม ดูไม่ลำสมัย วัสดุตกแต่งอย่างดี

- สีนค่าราคาสูง เป็นสินค้าเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมประจำท้องถิ่น ผู้บริโภคเป็นผู้มีรายได้สูง สังคมชั้นสูง ฟังก์ชัน ใจกับการอนุรักษ์ของครั้งเดิมเสื้อผ้าจะมีแบบที่ เน้นเอกลักษณ์เฉพาะ มีความประณีตด้วยฝีมือและสีสันทัน
- สีนค่าราคาปานกลาง ผู้บริโภคเป็นคนในสังคมชั้น กลาง เป็นข้าราชการมี รายได้พอตัว สีนค่าประเภทนี้ แบบจำซ้ำกันมาก ทั้งวัสดุตกแต่ง ฝีมือไม่ค่อยมีความประณีต
- สีนค่าราคาถูก ผู้บริโภคมีรายได้จำกัด ส่วนใหญ่เป็นคนส่วนมากของ ประชากร เสื้อผ้า มีลักษณะคุณภาพพอใช้ทั้ง วัสดุตกแต่ง เนื้อผ้า และราคา รูปแบบไม่มีเฉพาะ บุคคล ไม่จำกัดขนาด ใช้ได้ทุกเพศ ทุกวัย มีให้เลือกใช้หลายโอกาส รูปแบบขึ้น อยู่กับพฤติกรรมกรรมการแต่งกายของมนุษย์ ซึ่งมนุษย์มีพฤติกรรม การแต่งกายที่แตกต่างกัน หลากหลายตามสถานที่ โอกาส เวลา นักร้องแบบ จึงได้กำหนด แบบและประเภทของการใช้เสื้อผ้าในโอกาสต่าง ๆ ตามความเหมาะสม

จากการศึกษาผู้วิจัยได้แนวทาง ในการวิเคราะห์แนวโน้มการแต่งกายในอนาคตคาดว่า มีลักษณะดังนี้

รูปแบบของเสื้อผ้ามีความเหมาะสมกับรูปร่างและบุคลิกของผู้สวมใส่เพื่อ สร้างความมั่นใจ ให้ผู้สวมใส่แสดงถึงความมีรสนิยมที่ดีในการแต่งกาย

เสื้อผ้าควรมีสัดส่วน (Proportion) ที่เหมาะสมกับรูปร่างของผู้สวมใส่ซึ่ง จะช่วยเสริมใน ส่วนที่เป็นข้อบกพร่องของรูปร่างผู้สวมใส่ได้

ลักษณะของรูปแบบเสื้อผ้าควรเรียบง่ายโดยเน้นที่เนื้อผ้า สี ดูแลรักษา ง่าย และสวมใส่ สบาย ไม่ควรตกแต่งมากไม่ล้าสมัยง่าย

ราคาไม่สูงมาก ถ้าราคาสูงควรเน้นที่คุณภาพของผ้าและรูปแบบมากกว่า การใช้ วัสดุ ตกแต่งที่ฟุ่มเฟือย

รูปแบบของเสื้อผ้าไม่ควรเป็นแบบที่ใช้ผ้าสิ้น เปลืองมาก สามารถสวมใส่สลับเปลี่ยนกันได้ หลายโอกาส เช่น เลือกลงกับเสื้อ กระโปรง หรือกางเกงได้หลายตัว โดยให้มีความเหมาะสมกับ โอกาสและสถานที่

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้า ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการ ออกแบบและพัฒนาลวดลายสิ่งทอและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนี้

สร้อยญา ภักดีสุวรรณ (2552) ศึกษาเรื่องการออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัด มหาสารคามในบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัย มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนากระบวนการออกแบบลวดลาย ผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดมหาสารคาม ให้มีความร่วมสมัย ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน การศึกษาในครั้งนี้ตั้งอยู่ในความเชื่อที่ว่า การทำความเข้าใจกับบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัยในมิติที่ เกี่ยวกับการออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดมหาสารคาม น่าจะเป็นแนวทางในการ ออกแบบให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น การศึกษาใช้วิธีแบบพหุวิธี (Multiple Methodologies) ทั้งวิธีเชิง

ปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการเก็บรวบรวม ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการทำแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การปฏิบัติการทดลอง การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนของกระบวนการออกแบบ และใช้กระบวนการออกแบบลวดลายผ้าพื้นคอไหมมัดหมี่สำหรับกลุ่มอาจารย์และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยจังหวัดมหาสารคามอายุ 25-35ปี เป็นกรณีศึกษา ข้อมูลที่ได้นำมาประเมินสถานการณ์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการพัฒนากระบวนการออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดมหาสารคามให้มีความร่วมสมัย ผลการศึกษาพบว่า การศึกษาบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดมหาสารคาม ทำให้เข้าใจสถานการณ์การทอผ้าในจังหวัดมหาสารคามในปัจจุบัน ประเด็นปัญหาที่แท้จริงในปัจจุบันและแนวทางการออกแบบที่เหมาะสมกับยุคสมัย การออกแบบตามขั้นตอนของกระบวนการออกแบบ ทำให้การทำงานเป็นระบบสามารถกำหนดแนวทางการออกแบบได้ตรงตามจุดประสงค์ เป็นผลให้กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในผลงานการออกแบบ แต่ก็ยังมีปัญหาที่ต้องปรับปรุงแก้ไข ในเรื่องการทอผ้าที่ยังไม่ค่อย ตรงตามแบบที่ได้ออกแบบไว้ โดยการปรับทัศนคติในเรื่องแนวทางการออกแบบให้ตรง กัน ระหว่างนักออกแบบกับช่างทอผ้า เพื่อให้ช่างทอผ้าเข้าใจวัตถุประสงค์การออกแบบมากยิ่งขึ้น โดยนักออกแบบควรมีเวลาทำงานร่วมกับช่างทอผ้าในขั้นตอนการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์อย่างใกล้ชิด

มานิตา อยู่สุข (2548) ศึกษาเรื่องการสื่อสารของชุมชนบ้านครัว ผ่านผลิตภัณฑ์ผ้าไหมวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การสื่อสารของชุมชนบ้านครัวผ่านผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารของชุมชนบ้านครัว(ระหว่างชาวชุมชนและระหว่างชุมชนกับภายนอก) ผ่านผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของชุมชนบ้านครัวและศึกษาการเปลี่ยนแปลงของการสื่อสาร ของชุมชนบ้านครัวเมื่อสภาพและวิถีการดำเนินชีวิตและเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป โดยการวิจัยเอกสาร การสังเกตและการสัมภาษณ์เจาะลึก กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยประกอบด้วย ผู้นำอย่างเป็นทางการ ของชุมชนบ้านครัว เนื้อ (ประธานคณะกรรมการชุมชนบ้านครัวเนื้อและอหิมา่ม) ผู้นำอย่างไม่เป็นทางการ , ผู้ประกอบกิจกรรมผ้าไหมในอดีตและในปัจจุบัน ผู้ร่วมกระบวนการผลิตผ้าไหมในอดีตและในปัจจุบัน ผู้ซื้อผ้าไหม (คนกลางและผู้ซื้อโดยตรง) ผู้อาวุโสที่รู้เห็นเหตุการณ์กิจการทอผ้าไหมและผู้แทนเขตราชเทวี รวมทั้ง 17คน ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนบ้านครัวเป็นชุมชนที่น่าสนใจกลางกรุงเทพมหานครที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน ยังคงธำรงรักษาอัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี และศาสนาอย่างเคร่งครัด มีผ้าไหมบ้านครัวซึ่งมีชื่อเสียงแพร่หลายในอดีต (ในนามของผ้าไหมจิม ทอมป์สัน) แต่ธุรกิจผ้าไหมลดน้อยลงมากในปัจจุบัน ซึ่งทำให้มีผลต่อเศรษฐกิจ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนบ้านครัว การสื่อสารของชุมชนในอดีตนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่ใช้มากที่สุด จะมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบปากต่อปากและมีความสัมพันธ์กันแบบเครือญาติ ส่วนการสื่อสารภายในกลุ่มผู้ร่วมกระบวนการผลิตผ้าไหมจะเป็นเครือข่าย ยกการสื่อสารชนิดมีศูนย์กลางแบบวงล้อ การสื่อสารระดับชุมชนเป็นการสื่อสารจากอหิมา่มและผู้นำอย่างไม่เป็นทางการกับชาวชุมชนดดยการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารปากต่อปาก และการตีกลองเป็นสัญญาณ จากการวิจัยนี้สรุปได้ว่าจากการสื่อสารผ่านกระบวนการผลิตผ้าไหม สามารถสะท้อนการสื่อสารและวิถีชีวิตของชุมชนบ้านครัวได้

7. สรุปจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยทั้งหมด กล่าวโดยสรุปได้ว่า การศึกษาและพัฒนา ลวดลายด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น กรณีศึกษา ชุมชนบ้าน ครัว ได้นำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา การออกแบบผ้าไหมทอมือซึ่งเป็นงานฝีมือ ของชุมชนบ้านครัวที่เป็นแหล่งผลิตผ้าไหมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมระดับครัวเรือน ที่มีศักยภาพในการผลิตผ้าไหมทอมือคุณภาพดี และสามารถผลิตได้แบบ ครบวงจรตั้งแต่กระบวนการ ฟอกไหมดิบ ย้อมสี จนถึง การทอ แต่ประสบปัญหาในการขาดตลาดรองรับ และไม่มีรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ดังนั้นกระบวนการออกแบบลวดลายเพื่อสร้างมูลค่า โดยจะได้เป็น ผ้าไหมทอมือที่มีลวดลายภาพประกอบจำนวน 5 ลายแล้วนำไปออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นจำนวน 1 คอลเลคชั่น โดยการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค จะทำให้สามารถ กำหนดเป้าหมายทางการ ตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัวให้มีความร่วมสมัยตรงกับ ความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นวัยรุ่น และวัยทำงานได้



บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาและพัฒนา ผ้าไหมทอมือ ด้วยกระบวนการ ออกแบบภาพประกอบแพ็คเกจเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แพ็คเกจ กรณีศึกษา ชุมชนบ้านคร้ว การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทาง พัฒนาการออกแบบลวดลายภาพประกอบ ลงบนผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านคร้วให้มีความ เหมาะสมร่วมสมัย และเป็นที่ยอมรับต่อกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเมื่อได้ศึกษาแนวความคิดที่เกี่ยวข้องเป็น ที่เรียบร้อยแล้ว เพื่อให้การศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ จึงได้ดำเนินการตามแผนงานดังนี้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ บทความ และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหม ทอมือและ ภาพประกอบแพ็คเกจ

1.2 ศึกษาผลงานภาพประกอบของศิลปินนักวาดภาพประกอบ

1.3 ศึกษาภาพประกอบที่ผสมผสานกับผ้าไหมทอมือ

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 รวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ แบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค รวมถึง แบบสัมภาษณ์เจ้าของกิจการผ้าไหม ทอมือ และนำมาวิเคราะห์ ใช้เป็นข้อมูลในการสร้างสรรค์ ออกแบบภาพประกอบแพ็คเกจ เพื่อการผ้าไหมทอมือและพัฒนาไปสู่การออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การออกแบบลวดลาย ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือจาก ชุมชนบ้านคร้ว

ตัวแปรที่ใช้ศึกษา

ตัวแปรต้น คือ การสร้างลวดลายลงบนผ้าไหมทอมือโดยใช้ทฤษฎีและเทคนิคของการออกแบบภาพประกอบโดยผู้วิจัยแล้วนำมาให้ผู้เชี่ยวชาญทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ตัวแปรตาม คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่เหมาะสมกับคุณลักษณะของผ้าไหมทอมือที่ออกแบบลวดลายภาพประกอบ

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ การออกแบบลวดลายลงบนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือจากชุมชนบ้านคร้ว โดยเลือกรูปแบบของลายผ้าที่มีมาจากภาพประกอบจำนวน 10 รูปแบบ และทำการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ โดยพิจารณาจากเทคนิคการสร้างสรรค์ และความงาม รวมทั้งความเหมาะสมในการออกแบบลวดลายลงบนผ้าไหม ให้เหลือจำนวน 5 รูปแบบ และนำมาคัดเลือกจากผู้บริโภคให้เหลือ 1 รูปแบบ เพื่อนำมาพัฒนาและทำการออกแบบสร้างสรรค์ให้กับผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคเพื่อใช้วัดความพึงพอใจ และใช้ในการสรุป อภิปรายผลที่ได้รับจากการวิเคราะห์

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาและพัฒนากระบวนการ ออกแบบภาพประกอบ เพื่อการออกแบบผ้าไหมทอมือและพัฒนาไปสู่การออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดเป็นขอบเขตเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสังเกตการณ์ เพื่อศึกษาทัศนคติและแนวคิดของกลุ่มเจ้าของกิจการ และสร้างแบบสอบถาม กลุ่มผู้บริโภคของผ้าไหมทอมือต่อการสร้างสรรค์ลวดลายภาพประกอบ และนำข้อมูลมาจัดกระทำวิเคราะห์เพื่อทำการออกแบบและพัฒนา

ขั้นตอนที่ 2 กระบวนการ การออกแบบ ภาพประกอบ ลงในผ้าไหมทอมือ จำนวน 5 แบบ โดยผู้วิจัยคำนึงถึงหลักเกณฑ์ 1 หลักเกณฑ์ และ 1 แนวคิดทฤษฎี ดังนี้

1) หลักเกณฑ์ด้านการออกแบบภาพประกอบบนผ้าไหมทอมือ

- ด้านรูปแบบของลวดลายภาพประกอบ
- ด้านการนำเสนอของภาพประกอบ แนวคิด แรงบันดาลใจ

2) ด้านแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์

- การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยการนำเอาผ้าไหมที่ผ่านกระบวนการสร้างลวดลายจากภาพประกอบ มาทำการออกแบบ

- กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยการนำเอาผ้าไหมที่ผ่านกระบวนการสร้าง ลวดลายจากภาพประกอบ

ขั้นตอนที่ 3 กระบวนการคัดเลือก กลุ่มตัวอย่าง แบบประกอบลงในผ้าไหมทอมือ จำนวน 5 แบบ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเป็นผู้คัดเลือก

ขั้นตอนที่ 4 กระบวนการออกแบบกระบวนการสร้างสรรค์ภาพประกอบผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ จำนวน 5 แบบ โดยการนำแนวทางการประเมินจากจำนวน 5 รูปแบบในตอนที่ 3 มารวม ประเมินเพื่อออกแบบสร้างสรรค์ภาพประกอบผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ จำนวน 1 รูปแบบ

ขั้นตอนที่ 5 กระบวนการวัดคุณภาพโดยทำการทดสอบด้วยแบบทดสอบก่อนและหลังเพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและเจ้าของกิจการ

3. เก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการประเมินรูปแบบของการออกแบบภาพประกอบลงในผ้าไหมทอมือ

1. ศึกษาเอกสารข้อมูลจากหนังสือ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์และการออกแบบภาพประกอบผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ
2. สร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคและกลุ่มเจ้าของกิจการ เพื่อนำข้อมูลมาทำการหาแนวทางในการออกแบบภาพประกอบที่ลงในผ้าไหมทอมือ
3. สร้างแบบประเมินของการ ออกแบบภาพประกอบ ลงในผ้าไหมทอมือ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคและกลุ่มเจ้าของกิจการ
4. เพื่อการสร้างกรอบแนวคิดที่ใกล้เคียงความเป็นจริงในกระบวนการออกแบบภาพประกอบลงในผ้าไหมทอมือ โดยนำไปออกแบบตามความต้องการของผู้บริโภคและกลุ่มเจ้าของกิจการมี
- 5 แนวทางดังนี้

ออกแบบร่างภาพประกอบผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ แบบที่ 1

ออกแบบร่างภาพประกอบผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ แบบที่ 2

ออกแบบร่างภาพประกอบผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ แบบที่ 3

ออกแบบร่างภาพประกอบผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ แบบที่ 4

ออกแบบร่างภาพประกอบผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ แบบที่ 5

โดยผู้วิจัยจะคำนึงถึงหลักเกณฑ์ 1 หลักเกณฑ์ และ 1 แนวคิดทฤษฎีคือ

หลักเกณฑ์ด้านการออกแบบภาพประกอบบนผ้าไหมทอมือ

- ด้านรูปแบบของลวดลายภาพประกอบ

- ด้านการนำเสนอของภาพประกอบ แนวคิด แรงบันดาลใจ
- ด้านแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์
- การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยการนำเอาผ้าไหมที่ผ่านกระบวนการสร้างลวดลายจากภาพประกอบมาทำการออกแบบ

4. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูลของกระบวนการออกแบบลวดลายภาพประกอบลงบนผ้าไหมทอมือ

1. สร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาเพื่อศึกษาทัศนคติและแนวคิดของกลุ่มเจ้าของกิจการ และกลุ่มผู้บริโภคของผ้าไหมทอมือต่อการสร้างสรรค์ลวดลายภาพประกอบ

1.1 ศึกษาวิธีการ ข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาข้อมูลและการประเมิน

1.2 สร้างแบบสอบถามและขอความคิดเห็นและความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคและเจ้าของกิจการ

1.3 นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและขอคิดเห็นมาสร้างกรอบแนวคิดเพื่อเป็นโจทย์ต้นแบบการสร้างสรรค์ภาพประกอบผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ 5 แนวทางดังนี้

ออกแบบภาพประกอบผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ แบบที่ 1

ออกแบบภาพประกอบผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ แบบที่ 2

ออกแบบภาพประกอบผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ แบบที่ 3

ออกแบบภาพประกอบผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ แบบที่ 4

ออกแบบภาพประกอบผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ แบบที่ 5

2. สร้างแบบประเมินและรูปแบบภาพประกอบผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ

2.1 ศึกษาวิธีการ ข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาข้อมูลและการประเมิน

2.2 สร้างแบบสอบถามและขอความคิดเห็นและความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคและเจ้าของกิจการ โดยเก็บข้อมูลเป็นตัวเลขทดลองหาประสิทธิภาพจากผู้ประเมิน ตามหลักเกณฑ์ เพื่อหาคุณสมบัติและความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคและกลุ่มเจ้าของกิจการ

2.3 สร้างแบบประเมินประสิทธิภาพกระบวนการสร้างสรรค์ภาพประกอบ ที่ผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมิน มี 2 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นคำถามปลายปิดประเมินมาตราส่วน

ตอนที่ 2 เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้ประเมิน

2.3.1 นำแบบประเมินเสนอต่อคณะกรรมการผู้ควบคุมปริญญาโท

2.3.2 นำแบบประเมินเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่ระดับปริญญาโทขึ้นไป 2 ท่านให้

ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภาพประกอบ จำนวน 2 ท่านทำแบบประเมินและเสนอความคิดเห็น

2.4 สร้างแบบประเมินการทดสอบก่อน - หลัง เพื่อหาแนวทางกระบวนการสร้างสรรค์ภาพประกอบ ที่ผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือโดยให้กลุ่มผู้บริหารและกลุ่มเจ้าของกิจการเป็นผู้ทดสอบ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.1 ขออนุญาตรับรองและแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อนำไปแสดงต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อขอความอนุเคราะห์ทำแบบประเมินของกระบวนการสร้างสรรค์ภาพประกอบ ที่ผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ

3.2 ทำการเสนอรูปแบบการสร้างสรรค์ภาพประกอบ ที่ผสมผสานลงในผ้าไหมทอมือ จำนวน 5 แบบพร้อม ข้อมูลรายละเอียดให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภาพประกอบ 2 ท่านทำแบบประเมิน

4. ประเมินการหารูปแบบของการสร้างสรรค์ลวดลายภาพประกอบแฟชั่นลงในผ้าไหมทอมือ

การวิจัยครั้งนี้ทำการประเมินรูปแบบการสร้างสรรค์ลวดลายภาพประกอบลงในผ้าไหมทอมือ โดยการนำข้อมูลจากแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้บริหารและกลุ่มเจ้าของกิจการ และทำการประเมินจากกลุ่มคณะผู้เชี่ยวชาญซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ

กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ภาพประกอบ

กลุ่มที่ 2 การประเมินจากการทำแบบสอบถามของกลุ่มผู้บริหาร และกลุ่มเจ้าของกิจการ

โดยการใช้การคัดเลือกแบบเจาะจงจำนวน 100 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้เป็นการประเมินรูปแบบของการสร้างสรรค์ลวดลายภาพประกอบลงในผ้าไหมทอมือ

สถิติที่ใช้ในการประเมิน ได้แก่ ค่าคะแนนเฉลี่ย และการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินค่าหรือระดับความคิดเห็นโดย SPSS

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและลงพื้นที่ภาคสนาม เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ ชุมชนบ้านครัว จากนั้นทำการ วิเคราะห์ข้อมูลตาม จุดมุ่งหมาย และประเด็นที่ได้กำหนดไว้ในขอบเขตของเนื้อหา เพื่อนำมาออกแบบลวดลายบนผ้า ไหมทอมือโดยใช้การออกแบบภาพประกอบ ตามขั้นตอนดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูล จากกการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคเอกสารและการลงพื้นที่ภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เกี่ยวกับโครงสร้างของผ้า และวิธี ที่ใช้ในการสร้าง ลวดลายที่เหมาะสมกับผ้าลักษณะนี้มากที่สุด จากผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาการผลิตผ้าไหมทอมือที่ ครบวงจร ที่ทำกิจการผ้าไหมทอมือในชุมชนและอดีตผู้ประกอบการที่มีองค์ความรู้ในการผลิตผ้า ไหม โดยวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของการวิจัยแล้วนำเสนอข้อมูลในเชิงบรรยาย

สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบภาพประกอบ ในด้านการ วิเคราะห์ ลวดลายภาพประกอบ ในประเด็น รูปแบบ ลวดลาย สี สัน และกระบวนการที่ใช้ในการสร้างลวดลาย โดยเลือกรูปแบบที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ในประเด็น

- 1.1 ลวดลายจากการออกแบบภาพประกอบ
- 1.2 เทคนิคในการสร้างภาพประกอบ
- 1.3 วิธีการในการออกแบบภาพประกอบ

สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลาย ในด้านวิเคราะห์แนวโน้มในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ปี 2014 ที่เหมาะสมจะนำมาใช้เป็นแนวโน้มในการออกแบบภาพประกอบ ในด้าน แนวคิด และสี สัน

2. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามครั้งที่ 1 สำหรับผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับรูปแบบและ ลวดลายของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบภาพประกอบ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลาย

3. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการจัดทำแบบสอบถามสำหรับผู้บริโภค เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน และความต้องการด้านผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่พิมพ์ลวดลายจากภาพประกอบ

4. ออกแบบ ลวดลายผ้าไหมทอมือจากภาพประกอบ ที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ ข้อมูลจากแบบสอบถามผู้บริโภค และแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เป็นแนวทางในการออกแบบร่าง จำนวน 10 รูปแบบ

5. ผู้เชี่ยวชาญเลือกแบบร่าง จำนวน 5 รูปแบบ จากนั้นนำแบบร่างมาทำเป็นแบบสอบถาม ผู้บริโภคจำนวน 100 ชุด เพื่อคัดเลือกให้เหลือเพียง 1 รูปแบบ เพื่อนำไปผลิตเป็นชิ้นงานต้นแบบ

6. สรุปผลจากชิ้นงานต้นแบบโดยผู้บริโภค มาผลิตเป็น 1 คอลเลคชั่น จำนวน 6 รูปแบบ เพื่อนำมาสร้างผลิตภัณฑ์แนวร่วมสมัยประเภท เครื่องแต่งกาย จำนวน 5 รูปแบบ 1 คอลเลคชั่น ประกอบด้วย ผ้าตัดชุด ผ้าพันคอเอนกประสงค์ และ ชุดลำลองสำหรับสตรี

7. การผลิตชิ้นงาน

8. ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์แฟชั่นต้นแบบนำผลจากการวิจัยที่ได้มาประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. วิเคราะห์ข้อมูล การจัดเก็บรวบรวมข้อมูลภาคเอกสารและการลงพื้นที่ภาคสนามโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

ชุมชนบ้านครัว เป็นชุมชนดั้งเดิมในกรุงเทพมหานครที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาสืบทอดเป็นระยะเวลากว่า 200 ปี ตั้งอยู่ริมคลองแสนแสบใต้ มีพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในเขตราชเทวี ประชากรส่วนใหญ่ในชุมชนนับถือศาสนาอิสลาม ภายในชุมชนมีโรงเรียน มัสยิด สุสาน ศูนย์ชุมชน ศูนย์ดับเพลิง และสาธาร ณะสุขชุมชน ชุมชนบ้านครัวเหนือ หรือที่คนทั่วไปรู้จักกันในนามของบ้านแขกครัวเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนชอยกิ่งเพชรมีลักษณะเด่น ที่น่าสนใจหลายประการ เช่นเป็นชุมชนที่มีประวัติศาสตร์ร่วมสมัยกับกรุงเทพมหานคร เป็นชุมชนของคนเชื้อสายแขกจามซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่ไม่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน นอกจากแขกจามหรือแขกครัวที่เป็นคนกลุ่มเดิมของชุมชนบ้านครัวเหนือแล้ว ยังมีกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน กลุ่มคนไทยพุทธจากภาคอีสานและภาคอื่นๆ เข้ามาอยู่อาศัยร่วมกันได้อย่างสงบสุข และคนในชุมชนบ้านครัวเหนือจากอดีตจนถึงปัจจุบันยังเกี่ยวข้องกับผูกพันกับการทอผ้าไหมทอมือซึ่งเป็นอาชีพหลักสำคัญของชุมชน

ผู้วิจัยได้ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าไหมทอมือในด้านความเป็นมา กรรมวิธีในการผลิต ลวดลายและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ จากผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตผ้าไหมทอมือ ชุมชนบ้านครัว โดยคุณ มนัสพันธ์ เบญจรงค์จินดา เจ้าของกิจการทอผ้าไหมทอมือครบวงจรร้าน “ลุงอู๊ดบ้านครัวไหมไทย” โดยสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว มีความต้องการจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบ และลวดลายของผ้าไหมทอมือให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีช่วงอายุวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน เพื่อเป็นการเปิดตลาด ขยายกลุ่มผู้บริโภค เพราะในปัจจุบันธุรกิจผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านครัวกำลังซบเซาลง จากที่เคยเฟื่องฟูจากการผลิตผ้าไหม เนื่องจากเดิมที่เคยผลิตผ้าไหมทอมือส่งให้กับจิม ทอมป์สัน ภายหลังเมื่อทางผู้ประกอบการของบริษัทจิม ทอมป์สันเปิดโรงงานทอผ้าไหมขึ้นมาเองทำให้ผ้าไหมบ้านครัวขาดตลาดรายใหญ่ที่เคยมารับซื้อ และผู้ประกอบการผ้าไหมในชุมชนค่อยๆทยอยปิดตัวลงค่อย และเหลือผู้ประกอบการเพียงรายเดียวที่ยังคงทำผ้าไหมทอมือแบบครบวงจร คือร้านลุงอู๊ดบ้านครัวไหมไทย โดยร้านจะเริ่มกระบวนการผลิตตั้งแต่ซื้อไหมดิบมาจากนั้นนำมา ฟอกไหม ย้อมสี และทอด้วยกี่กระตุก ผ้าไหมในร้านทอเป็นลายผ้าพื้น ลายตาราง และลายที่ลูกค้าสั่งทอ รูปแบบผลิตภัณฑ์ของผ้าไหมบ้านครัวยังถือเป็นลักษณะของผ้าฝืนสำหรับตัดชุด จากปัญหาที่เกิดขึ้นของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว การนำเอาลวดลายที่ออกแบบจากภาพประกอบที่แสดงให้เห็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว มาพิมพ์โดยเทคนิคซิลค์สกรีนลงบนผ้าก็สามารถช่วยให้เกิดความแปลกใหม่ ช่วยเพิ่มความน่าสนใจ และเป็นที่ยึดจำได้



ภาพประกอบ 57 ผ้าไหมลายพื้น



ภาพประกอบ 58 ผ้าไหมลายตาราง



ภาพประกอบ 59 ผ้าไหมที่ทอลายตามแบบลูกค้า

ในแนวทางการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ควรเริ่มจากการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในด้านความต้องการในรูปแบบและลวดลายของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ จากนั้นนำไปพัฒนาต่อ ยอดให้เป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆต่อไป โดย การศึกษากรรมวิธีในการผลิตผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว รวมถึงเทคนิคการผลิตและการออกแบบลวดลาย และเทคนิคที่เหมาะสมในการพิมพ์ลวดลายลงบนผ้าไหมทอมือผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบภาพประกอบ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญในด้านการออกแบบภาพประกอบ ในด้านการวิเคราะห์ลวดลายภาพประกอบ ในประเด็นรูปแบบ ลวดลาย สีสันท และกระบวนการที่ใช้ในการสร้างลวดลาย โดยเลือกรูปแบบที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ในประเด็น ลวดลายจากการออกแบบภาพประกอบ เทคนิคในการสร้างภาพประกอบ วิธีการในการออกแบบภาพประกอบโดยสรุปได้ดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบภาพประกอบให้ความเห็นว่า การนำภาพประกอบมาออกแบบเป็นลวดลายผ่านนั้นสามารถเพิ่มความน่าสนใจให้กับผ้าได้ เพราะ ภาพประกอบสามารถสอดแทรกเรื่องราวลงไปได้ การใช้ภาพประกอบในการออกแบบลายผ้าจึงสามารถเพิ่มเอกลักษณ์ให้กับผ้าผืนนั้น ดังนั้นในการออกแบบภาพประกอบที่เกี่ยวกับชุมชนบ้านคร้วจึงควรมีการถ่ายทอดวิถีชีวิตของคนในชุมชน ในการผลิตผ้าไหมทอมือ และการใช้เทคนิคซิลค์สกรีนก็มีความเหมาะสมเนื่องจากเป็นเทคนิคที่ชุมชนบ้านคร้วมีความสามารถในการผลิต และมีต้นทุนไม่สูงมาก ภาพประกอบที่จะพิมพ์ลงบนผ้าผืนนั้นต้องคำนึงพื้นที่ของผ้าที่จะใช้พิมพ์ลายและในด้านการจัดวางองค์ประกอบควรวางลายที่สามารถใช้งานได้จากหลายทิศทางเนื่องจากผ้าผืนนั้นไม่เหมือนการเขียนภาพลงบนกระดาษที่ด้านบนด้านล่างชัดเจน

ภาพประกอบที่เหมาะสมจะใช้กับเทคนิคการพิมพ์ซิลค์สกรีนควรเป็นภาพที่มีรายละเอียดแบบลดทอนลง และมีข้อจำกัดในการใช้สีเนื่องจากการพิมพ์ระบบนี้ต้องแยกสีต่างๆเป็นแต่ละบล็อก ดังนั้นการใช้สีที่น้อยลงนอกจากจะ ช่วยประหยัดค่าทำบล็อกแล้ว ยังช่วยลดความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นระหว่างกระบวนการผลิตได้อีกด้วย

ในด้านวิธีการในการออกแบบภาพประกอบ ควรเริ่มต้นจากการกำหนดกรอบเนื้อหาที่จะสื่อลงในผลงาน คือภาพประกอบนี้ต้องการบอกเล่าเรื่องราวอะไร และมีแนวคิดในการออกแบบอย่างไรจึงจะทำให้ได้ภาพประกอบที่ดูแล้วมีความร่วมสมัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเพิ่มเติมจากศิลปินที่ทำภาพประกอบ และนำเอาภาพประกอบมาทำเป็นลวดลายลงบนผลิตภัณฑ์ นักวาดภาพประกอบแต่ละคนเลือกใช้เทคนิคที่หลากหลายตามที่ตัวเองถนัดมาถ่ายทอดแนวคิด ทำให้ภาพประกอบของแต่ละบุคคลมีความเอกลักษณ์ มีเรื่องราวของตัวเอง ผู้วิจัยจึงสร้างแนวคิดในการออกแบบภาพประกอบสำหรับบ้านคร้วว่าเป็นภาพประกอบที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน องค์ประกอบที่ใช้ในการออกแบบลวดลายจากภาพประกอบ คือ องค์ประกอบที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านผ้าไหมและประธานของชุมชน บ้านคร้ว ในเรื่องเกี่ยวกับอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของชุมชนบ้านคร้ว เช่น เส้นไหม, กระสวยซึ่งเป็นอุปกรณ์ในการผลิตเส้นไหมและยังมีความสวยงามอยู่ในตัว ทั้งรูปทรง และสีสันท

วงกลมที่กระจายด้านใน วงกลมนั้นเป็นรูปทรงใช้ในการออกแบบสถาปัตยกรรมของอิสลาม และนอกจากนั้นยังพบว่ามีการนำมาใช้ตกแต่งอาคาร ซึ่งสามารถพบเห็นได้จากสุเหร่าตั้งอยู่ใกล้ๆ กับแหล่งทอผ้าไหม ชุมชนบ้านครัวมีชาวมุสลิมอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก จึงนำวงกลมมาใช้ในการออกแบบลวดลายโดยเพิ่มลายเส้นด้านในเพื่อให้ความรู้สึกรู้สึกที่อ่อนช้อย และทำให้ดูมีมิติมากขึ้น แมวไทย เนื่องจากเป็นชุมชนมุสลิมจึงสามารถพบเห็นแมวที่เป็นสัตว์เลี้ยงได้ทั่วไปในชุมชน ดอกเฟื่องฟ้า เนื่องจากเป็นดอกไม้ที่ชุมชนบ้านครัวปลูกตลอดริมคลองแสนแสบ และปลูกประดับตามบ้านเรือน ออกดอกสีส้มสวยงามเป็นทัศนียภาพที่ทำให้นึกถึงชุมชนบ้านครัว นำมาจัดวางองค์ประกอบให้เป็นลวดลายผ้า

สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลาย ในด้านวิเคราะห์แนวโน้มในการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ปี 2014 ที่เหมาะสมจะนำมาใช้เป็นแนวโน้มในการออกแบบภาพประกอบ ในด้านแนวคิด และสีสันทัน โดยสรุปได้ดังนี้

เทรนด์ที่ใช้ในการออกแบบลวดลาย Pastel Tropical Trend (Spring/Summer 2014) การออกแบบลวดลายจากภาพประกอบที่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยนำมาประยุกต์กับเทรนด์ Pastel Tropical โดยการใช้สีพาสเทล ที่สดใส และรูปทรงดอกไม้ หรือต้นไม้ ที่แสดงออกถึงความ เป็นเมืองร้อน และการออกแบบเสื้อผ้าที่ผสมผสานรูปทรงแบบชุดกีฬา กับเสื้อผ้ามัลลอง

สีที่ใช้ในการออกแบบคือเทรนด์สีแบบ Ladies Soft Tones (Spring/Summer 2014) เป็นโทนสีพาสเทลที่สอดคล้องกับเทรนด์การออกแบบลาย

2. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ชุดที่ สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบรูปแบบและลวดลาย ภาพประกอบเพื่อพิมพ์ลงบน ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว รวมถึงแบบสอบถามถึงกลุ่มเป้าหมายและแนวโน้มเทรนด์แฟชั่นที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว

ผู้วิจัยได้ทำแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญในเรื่องของ รูปแบบและลวดลาย ภาพประกอบเพื่อพิมพ์ลงบน ผ้าไหมทอมือ ชุมชนบ้านครัว รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์สิ่งทอพิมพ์ลวดลายจากภาพประกอบ โดยทำการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คนและได้ทำการสรุปข้อมูลตามประเด็นวัตถุประสงค์ของการวิจัยออกมาเป็นตารางดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลและลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เชี่ยวชาญ

ตาราง 1 สรุปผลจากข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เชี่ยวชาญ

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	2	66.67
หญิง	1	33.33
รวม	3	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	1	33.33
30-35 ปี	0	0
35-40 ปี	0	0
45-50 ปี	0	0
50 ปีขึ้นไป	2	66.67
รวม	3	100
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	33.33
ปริญญาตรี	1	33.33
ปริญญาโท	1	33.33
ปริญญาเอก	0	0
รวม	3	100
4. อาชีพ		
กิจการส่วนตัว	1	33.33
เอกชน	1	33.33
รับราชการ	1	33.33
รัฐวิสาหกิจ	0	0
รวม	3	100
5. ประสบการณ์การทำงานและเข้าร่วมกิจกรรมอบรมต่าง ๆ		

ผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย

คุณ มนัสนันท์ เบญจรงค์จินดา

- เจ้าของกิจการทอผ้าไหมทอมือครบวงจรร้าน “ลุงอุ๊ดบ้านครัว” ใหมไทย”

คุณ คุณรัตนาพร สังขทิพย์

- ดีไซน์เนอร์ออกแบบลายผ้า และออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โซเชียลมีเดีย

รศ. เกริก ยืนพันธ์

- อาจารย์ประจำสาขาวิชาวรรณกรรมสำหรับเด็ก ที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และยังเป็นนักวาดภาพประกอบ

สรุปผลข้อมูลและลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เชี่ยวชาญ

1. เพศชายคิดเป็นร้อยละ 66.67 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 33.33
2. ช่วงอายุต่ำกว่า 30ปี คิดเป็นร้อยละ 33.33 ช่วงอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 66.67
3. ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 33.33 ปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 33.33 ปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 33.33
4. อาชีพประกอบกิจการส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 33.33 ทำงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 33.33 รับราชการคิดเป็นร้อยละ 33.33
5. ประสบการณ์การทำงานและเข้าร่วมกิจกรรมอบรมต่างๆ ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านทำงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผ้าไหม การออกแบบภาพประกอบ การออกแบบลวดลายและรูปแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากสิ่งทอ

ตอนที่ 2 แบบสอบถาม ข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านความเหมาะสมของเทรนด์สีที่ใช้ประกอบการออกแบบลวดลายจากภาพประกอบ ปี2014

โดยเลือกจากเทรนด์สีปี 2014 ของ TCDC หรือเทรนด์สีจาก Spring/Summer 2014 สำหรับการพัฒนาลวดลาย จากภาพประกอบ โดยการคำนวณคะแนนเฉลี่ย มีระดับความเหมาะสมและการแปรความหมายของคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง ดีมาก
- 4 หมายถึง ดี
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยสุด

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ยต่าง ๆ ดังนี้

- 4.51 - 5.00 ระดับ เหมาะมากที่สุด
- 3.51 - 4.50 ระดับ เหมาะสมมาก
- 2.51 - 3.50 ระดับ เหมาะสมปานกลาง
- 1.51 - 2.50 ระดับ เหมาะสมน้อย
- 1.00 - 1.50 ระดับ เหมาะสมน้อยที่สุด

ตาราง 2 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยเลือกเทรนด์สีในปี 2014
ในการออกแบบโดยพิจารณาตามความเหมาะสม

แนวคิด	ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน	
	N=3	ระดับความเหมาะสม
	\bar{x}	
1. เทรนด์สีทาง TCDC 2014	มากที่สุด	4.66
แนวคิด	มาก	4.33
สี	ปานกลาง	4.00
ความเหมาะสมกับเทคนิคในการออกแบบลวดลาย	ปานกลาง	4.00
2. เทรนด์สี Spring/Summer 2014 Ladies Soft Tones	มากที่สุด	5
แนวคิด	มาก	4.33
สี	มากที่สุด	5
ความเหมาะสมกับเทคนิคที่ใช้ในการออกแบบลวดลาย	มาก	4.33

สรุปข้อมูลเทรนด์สีปี 2014 ที่เหมาะสมที่สุดโดยผู้เชี่ยวชาญ

1. ผู้เชี่ยวชาญเลือกใช้เทรนด์ Spring/Summer 2014 (Ladies Soft Tones) มากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 5
2. แนวคิดของเทรนด์สี Spring/Summer 2014 (Ladies Soft Tones) มากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.33
3. ผู้เชี่ยวชาญเลือกเทรนด์สี Spring/Summer 2014 (Ladies Soft Tones) มากที่สุดค่าเฉลี่ยคือ 5
4. ผู้เชี่ยวชาญเลือกความเหมาะสมกับเทคนิคที่ใช้ในการออกแบบลวดลายจากเทรนด์สี Spring/Summer 2014 (Ladies Soft Tones) มากที่สุด ค่าเฉลี่ยคือ 4.33

ตอนที่ 2 ข้อมูลผู้เชี่ยวชาญด้านความต้องการในเรื่องรูปแบบในการออกแบบภาพประกอบที่เหมาะสมกับเทคนิคการพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือ

แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านความต้องการในเรื่องรูปแบบในการออกแบบลวดลายจากภาพประกอบ ที่เหมาะสมในการพิมพ์ลวดลายลงบนผ้าไหมทอมือ โดยการคำนวณคะแนนเฉลี่ย

ตาราง 3 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ ด้านรูปแบบการออกแบบภาพประกอบที่เหมาะสมจะนำมาพัฒนาเป็นลวดลายจากภาพประกอบเพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือ

ข้อมูล	ผู้บริโภคร่วม 3 คน	
	N=3	ระดับ
	\bar{x}	ความเหมาะสม
1. คอมพิวเตอร์กราฟิก การออกแบบภาพประกอบที่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการสร้างผลงาน ภาพที่วาดในระบบคอมพิวเตอร์กราฟิกสามารถกำหนดสี แสงเงา รูปแบบลายเส้นที่ต้องการได้โดยง่าย ข้อดีของการใช้คอมพิวเตอร์วาดภาพก็คือ เราสามารถแก้ไขเพิ่มเติมส่วนที่ต้องการได้ง่าย	4.33	เหมาะสมมาก
2. การวาดเส้น (Drawing) การสร้างลายเส้น และการลงน้ำหนักโดยการวาดภาพด้วยมือแสดงให้เห็นทักษะการวาดภาพ และเอกลักษณ์ของผู้วาด ผลงานที่ได้จะมีความนุ่มนวลของลายเส้น	4.33	เหมาะสมมาก
3. การคอลลาจ เป็นการนำรูปภาพต่างๆมาจัดวางองค์ประกอบเข้าด้วยกัน	3.28	เหมาะสมปานกลาง

สรุปผลข้อมูลจากความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านความต้องการในด้านรูปแบบการออกแบบภาพประกอบเพื่อพัฒนาเป็นลวดลายสำหรับพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว รูปแบบภาพประกอบที่ใช้เทคนิคแบบคอมพิวเตอร์กราฟิก มีความเหมาะสมมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 การวาดเส้น มีความเหมาะสมมากที่สุดค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 และการใช้เทคนิคคอลลาจมีความเหมาะสมน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.28

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบภาพประกอบ ต่อ
รูปแบบภาพประกอบที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์ลวดลายและเทคนิคการพิมพ์ ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว

แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ภาพประกอบ ต่อ
รูปแบบภาพประกอบที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์ลวดลายและเทคนิคการพิมพ์ ผ้าไหมทอมือชุมชน
บ้านครัว

โดยในแบบสอบถามได้กำหนดเกณฑ์ประเมินเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง	ดีมาก
4 หมายถึง	ดี
3 หมายถึง	ปานกลาง
2 หมายถึง	น้อย
1 หมายถึง	น้อยที่สุด

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ยต่างๆ ดังนี้

4.51 - 5.00	ระดับ เหมาะมากที่สุด
3.51 - 4.50	ระดับ เหมาะสมมาก
2.51 - 3.50	ระดับ เหมาะสมปานกลาง
1.51 - 2.50	ระดับ เหมาะสมน้อย
1.00 - 1.50	ระดับ เหมาะสมน้อยที่สุด

ตาราง 4 ภาพประกอบที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์ลวดลายและเทคนิคการพิมพ์ผ้าไหมทอมือ
ชุมชนบ้านครัว

รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบ เพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหม ทอมือ ชุมชนบ้านครัว	ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน	
	N=3	ระดับความเหมาะสม
	\bar{x}	
1. รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 1		
ลวดลายตรงตามแนวคิดการออกแบบ	3.00	ปานกลาง
ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว	3.60	มาก
สีเส้นและองค์ประกอบลวดลายมีความสวยงาม	3.00	ปานกลาง
ลวดลายตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	2.60	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.00	ปานกลาง
2. รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 2		
ลวดลายตรงตามแนวคิดการออกแบบ	4.00	มาก
ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว	3.60	มาก
สีเส้นและองค์ประกอบลวดลายมีความสวยงาม	4.60	มาก
ลวดลายตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	5.00	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.24	มาก
3. รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 3		
ลวดลายตรงตามแนวคิดการออกแบบ	3.60	มาก
ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว	4.00	มาก
สีเส้นและองค์ประกอบลวดลายมีความสวยงาม	4.60	มาก
ลวดลายตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	5.00	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.10	มาก
รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 4		
4. ลวดลายตรงตามแนวคิดการออกแบบ		
ลวดลายตรงตามแนวคิดการออกแบบ	3.00	ปานกลาง
ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว	4.00	มาก
สีเส้นและองค์ประกอบลวดลายมีความสวยงาม	4.60	มาก
ลวดลายตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	3.60	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.08	มาก

ตาราง 4 (ต่อ)

รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบ เพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหม ทอมือ ชุมชนบ้านครัว	ผู้บริโภครวม 100 คน	
	N=100	ระดับความเหมาะสม
	\bar{x}	
รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 5		
ลวดลายตรงตามแนวความคิดการออกแบบ	5.00	มาก
ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว	5.00	มาก
สีสันทันและองค์ประกอบลวดลายมีความสวยงาม	4.60	มาก
ลวดลายตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	5.00	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.91	มาก
รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 6		
ลวดลายตรงตามแนวความคิดการออกแบบ	3.60	มาก
ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว	3.00	ปานกลาง
สีสันทันและองค์ประกอบลวดลายมีความสวยงาม	3.00	ปานกลาง
ลวดลายตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	2.60	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.00	ปานกลาง
รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 7		
ลวดลายตรงตามแนวความคิดการออกแบบ	4.00	มาก
ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว	4.60	มาก
สีสันทันและองค์ประกอบลวดลายมีความสวยงาม	5.00	มาก
ลวดลายตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	5.00	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.88	มาก
รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 8		
ลวดลายตรงตามแนวความคิดการออกแบบ	4.00	มาก
ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว	3.60	มาก
สีสันทันและองค์ประกอบลวดลายมีความสวยงาม	3.00	ปานกลาง
ลวดลายตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	4.00	มาก
คะแนนเฉลี่ย	3.66	มาก

ตาราง 4 (ต่อ)

รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบ เพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหม ทอมือ ชุมชนบ้านครัว	ผู้บริโภครวม 100 คน	
	N=100	ระดับความเหมาะสม
	\bar{x}	
รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 9		
ลวดลายตรงตามแนวคิดการออกแบบ	5.00	มาก
ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว	5.00	มาก
สีสันทันและองค์ประกอบลวดลายมีความสวยงาม	4.60	มาก
ลวดลายตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	4.00	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.84	มาก
รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 10		
ลวดลายตรงตามแนวคิดการออกแบบ	3.00	ปานกลาง
ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว	3.00	ปานกลาง
สีสันทันและองค์ประกอบลวดลายมีความสวยงาม	3.60	มาก
ลวดลายตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	4.00	มาก
คะแนนเฉลี่ย	3.80	มาก

สรุปผลจากตาราง 4 ที่ผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินด้านรูปแบบของลวดลายจากภาพประกอบสำหรับพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือ ชุมชนบ้านครัว ดังนี้

1. รูปแบบลวดลายภาพประกอบที่ 1 ได้คะแนนเฉลี่ย 3.00 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ยคือ เป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมปานกลาง
2. รูปแบบลวดลายภาพประกอบที่ 2 ได้คะแนนเฉลี่ย 4.24 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ยคือ เป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมมาก
3. รูปแบบลวดลายภาพประกอบที่ 3 ได้คะแนนเฉลี่ย 4.10 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ยคือ เป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมมาก
4. รูปแบบลวดลายภาพประกอบที่ 4 ได้คะแนนเฉลี่ย 4.08 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ยคือ เป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมมาก
5. รูปแบบลวดลายภาพประกอบที่ 5 ได้คะแนนเฉลี่ย 4.91 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ยคือ เป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมมาก
6. รูปแบบลวดลายภาพประกอบที่ 6 ได้คะแนนเฉลี่ย 3.00 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ยคือ เป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมปานกลาง

7. รูปแบบลวดลายภาพประกอบที่ 7 ได้คะแนนเฉลี่ย 4.88 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ยคือ เป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมมาก

8. รูปแบบลวดลายภาพประกอบที่ 8 ได้คะแนนเฉลี่ย 3.66 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ยคือ เป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมมาก

9. รูปแบบลวดลายภาพประกอบที่ 9 ได้คะแนนเฉลี่ย 4.84 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ยคือ เป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมมาก

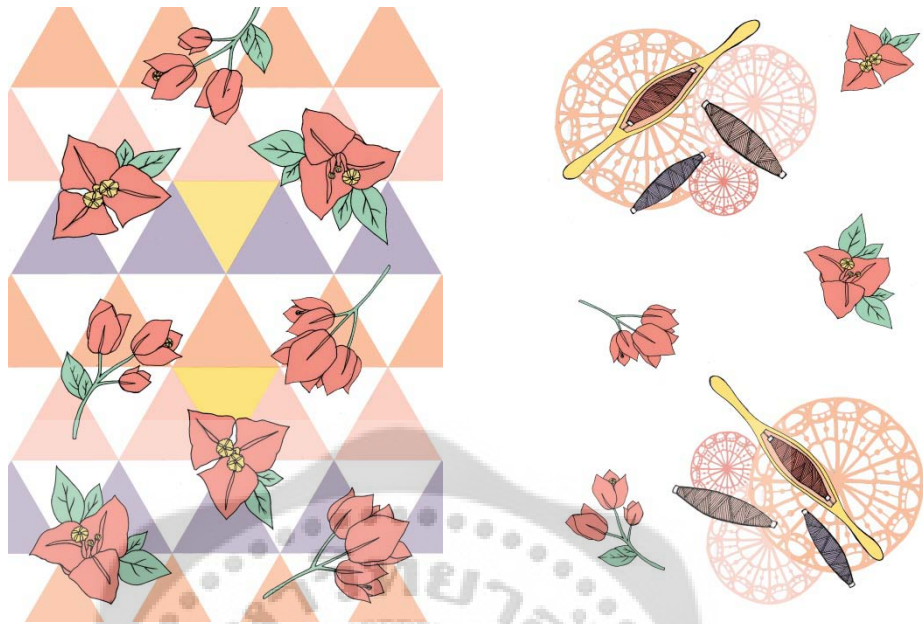
10. รูปแบบลวดลายภาพประกอบที่ 10 ได้คะแนนเฉลี่ย 3.80 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ยคือ เป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมมาก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางที่ 4 จึงได้คัดเลือกแบบร่างที่ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่ามีเหมาะสมมากที่สุด คือ

1. รูปแบบลวดลายภาพจากประกอบที่ 2 ได้คะแนนเฉลี่ย 4.24
2. รูปแบบลวดลายภาพจากประกอบที่ 3 ได้คะแนนเฉลี่ย 4.10
3. รูปแบบลวดลายภาพจากประกอบที่ 5 ได้คะแนนเฉลี่ย 4.91
4. รูปแบบลวดลายภาพจากประกอบที่ 7 ได้คะแนนเฉลี่ย 4.88
5. รูปแบบลวดลายภาพจากประกอบที่ 9 ได้คะแนนเฉลี่ย 4.84



ภาพประกอบ 60 รูปแบบลวดลายภาพจากประกอบที่ 2 ภาพประกอบ 61 รูปแบบลวดลายภาพจากประกอบที่ 3



ภาพประกอบ 62 รูปแบบลวดลายภาพจากประกอบที่ 5 ภาพประกอบ 63 รูปแบบลวดลายภาพ
จากประกอบที่ 7



ภาพประกอบ 64 รูปแบบลวดลายภาพจากประกอบที่ 9

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

ตาราง 5 คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

- ในการออกแบบลวดลายจากภาพประกอบควรคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค และรูปแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงเทคนิคในการพิมพ์ลายควรเป็นกรรมวิธีที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน จนเกินไป ทำให้ชาวชุมชนบ้านครัวสามารถนำไปประยุกต์สร้างสรรค์รูปแบบต่างๆเองได้
 - ลวดลายภาพประกอบควรมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว
 - เทคนิคในการสร้างภาพประกอบสามารถผสมผสานหลายๆเทคนิคเข้าด้วยกัน โดยประยุกต์ลวดลายให้เหมาะสมกับเทคนิคในการพิมพ์ลายลงบนผ้า
-

จากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องของเทรนด์สีที่ใช้ในการออกแบบที่มีความเหมาะสมมากที่สุดสรุปได้คือเทรนด์ Spring/Summer 2014 Ladies Soft Tones ผู้เชี่ยวชาญสรุปว่ามีความเหมาะสมในด้านของ สี สัน แนวคิด และการนำมาใช้ในการออกแบบภาพประกอบ ด้านรูปแบบในการออกแบบภาพประกอบเพื่อพัฒนาเป็นลวดลายบนผ้าไหมทอมือ ผู้เชี่ยวชาญได้เลือกเทคนิคคอมพิวเตอร์กราฟิกและการวาดเส้นเป็นแนวทางที่เหมาะสมมากที่สุด และให้ความเห็นว่าสามารถผสมผสานทั้งสองวิธีการในการออกแบบภาพประกอบได้ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของภาพประกอบที่ออกแบบมาและเทคนิคที่ใช้ในการพิมพ์ลวดลายเป็นหลัก

3. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามผู้บริโภค เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคและความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือพิมพ์ลวดลายจากภาพประกอบ

ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค เรื่องข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคและความต้องการด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ และการออกแบบลวดลายจากภาพประกอบลงบนผ้าไหมทอมือ ชุมชนบ้านครัว โดยทำเป็นแบบสอบถามจำนวน 100 คน เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปออกแบบและพัฒนาโครงสร้างผ้าทอต่อไป โดยสรุปข้อมูลตามประเด็นวัตถุประสงค์ของงานวิจัยมาเป็นตารางได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
หญิง	72	72
ชาย	28	28
รวม	100	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	18	18
20-30 ปี	37	37
31-40 ปี	30	30
41-50 ปี	12	12
50 ปี ขึ้นไป	3	3
รวม	100	100
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	8	8
ปริญญาตรี	62	62
ปริญญาโท	28	28
ปริญญาเอก	2	2
รวม	100	100
4. อาชีพ		
นักเรียน นักศึกษา	30	30
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	10	10
พนักงานบริษัทเอกชน	36	36
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	12
รับราชการ	8	8
อื่นๆ	4	4
รวม	100	100

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 7,000 บาท	5	5
7,001-15,000 บาท	12	12
15,001-20,000 บาท	69	69
20,001-35,000 บาท	12	12
35,000 บาท ขึ้นไป	2	2
รวม	100	100
6. ความถี่ในการซื้อสินค้าแฟชั่น		
อาทิตย์ละ 3-4 วัน	18	18
1-2 ครั้งต่ออาทิตย์	67	67
1-2 ครั้งต่อเดือน	12	12
2 เดือนขึ้นไป	3	3
รวม	100	100

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัย





ตาราง 7 ข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัย

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แฟชั่นโดยพิจารณาจากแบบที่มีการพิมพ์ลวดลายสวยงามมากแค่ไหน		
มาก	45	45
ปานกลาง	38	38
น้อย	12	12
ไม่ชอบลวดลาย	5	5
รวม	100	100

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
2. ท่านซื้อสินค้าที่ผลิตจากผ้าไหมทอมือบ่อยแค่ไหน		
เดือนละครั้ง	8	8
2-3 เดือนต่อครั้ง	17	17
6 เดือนต่อครั้ง	22	22
ปีละครั้ง	30	30
ไม่เคยซื้อ	23	23
รวม	100	100
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อรูปแบบผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัวในปัจจุบัน		
ไม่ทันสมัย	40	40
ร่วมสมัย	17	17
โบราณ	28	28
คลาสสิก	15	15
รวม	100	100
4. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือควรมีการพัฒนาตลาด และรูปแบบเพื่อให้เหมาะกับเป้าหมายทางการตลาดผู้บริโภคที่เป็นวัยรุ่น และวัยทำงานหรือไม่		
ควรมีการพัฒนา	89	89
ควรรักษารูปแบบดั้งเดิม	11	11
รวม	100	100
5. ท่านทราบหรือไม่ว่าชุมชนบ้านครัว เป็นแหล่งผลิตผ้าไหมทอมือครบวงจร ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และท่านเคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัวมาก่อนหรือไม่		
ทราบ	31	31
ไม่ทราบ	69	69
รวม	100	100

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
6. ทำนต้องการผ้าไหมทอมือในรูปแบบใด		
ร่วมสมัย	46	46
ล้ำสมัย	27	27
คลาสสิก	13	13
แบบโบราณ	14	14
รวม	100	100
7. จากภาพด้านล่างผลิตภัณฑ์ทางแฟชั่นที่พิมพ์ ลวดลายแบบใดที่ท่านใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด		
 ชุดลำลอง	36	36
 ผ้าพันคอ	32	32
 กระเป๋า	18	18
 เสื้อยืด	14	14
รวม	100	100

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
8. ท่านคิดว่าลวดลายที่ออกแบบมาจากการเขียนภาพประกอบ (Illustration) มีความน่าสนใจมากน้อยแค่ไหนในการนำมาพิมพ์ ลวดลายลงบนผืนผ้าไหม		
สนใจมาก	40	40
ปานกลาง	27	27
น้อย	23	23
ไม่สนใจ	10	10
รวม	100	100
9. ปัจจุบันมีนักวาดภาพประกอบหลายรายที่นำภาพประกอบมาใช้ พิมพ์ลงบนผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น เคสโทรศัพท์มือถือถือ กระเป๋า หรือ เสื้อผ้า ท่านมีความสนใจในลวดลายที่ออกแบบมาจากภาพประกอบ เหล่านี้หรือไม่		
สนใจมาก	43	43
ปานกลาง	28	28
น้อย	24	24
ไม่สนใจ	5	5
รวม	100	100
10. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าการนำลวดลายจากภาพประกอบมาพิมพ์ลง บนผ้าไหมจะสามารถนำไปออกแบบเป็นเสื้อผ้าจะมีส่วนในการ สร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างความน่าประทับใจได้		
มากที่สุด	44	44
ปานกลาง	32	32
น้อย	17	17
ไม่เห็นด้วย	7	7
รวม	100	100

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
11. ท่านมีหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นจากผ้าไหมทอมืออย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ลวดลาย	58	18.47
สีสันทัน	55	17.51
ราคา	32	10.19
รูปแบบการตัดเย็บ	41	13.05
แหล่งผลิต	22	7.00
ความทนทาน	33	10.47
กรรมวิธีในการผลิต	18	5.73
ประโยชน์ใช้สอย	25	7.96
ผิวสัมผัสเนื้อผ้า	30	9.55
รวม	314ครั้ง	100

สรุปผลข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคด้านความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือพิมพ์ลวดลายจากภาพประกอบ และคำถามทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

- เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 72 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 28
- อายุต่ำกว่า 20 ปีคิดเป็นร้อยละ 18
- อายุ 20-30 ปีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 37
- อายุ 31-40 ปีคิดเป็นร้อยละ 30
- อายุ 41-50 ปีคิดเป็นร้อยละ 12
- อายุ 50 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 3
- ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8
- ระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62
- ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 28
- ระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 2
- อาชีพ นักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 30
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 10
- พนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 12
- รับราชการคิดเป็นร้อยละ 8

16. ประกอบอาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4
17. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 7,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 5
18. รายได้ 7,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12
19. รายได้ 15,000-20,000 บาท มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69
20. รายได้ 20,001-35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12
21. รายได้ 35,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2
22. ความถี่ในการซื้อสินค้าแฟชั่นต่อเดือน อาทิตย์ละ 3-4 วัน คิดเป็นร้อยละ 18
23. 1-2 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67
24. 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 12
25. 2 เดือนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3
26. เลือกซื้อผลิตภัณฑ์แฟชั่นโดยพิจารณาจากการพิมพ์ลวดลายสวยงาม มาก คิดเป็นร้อยละ 45 ปานกลางคิดเป็นร้อยละ 38 น้อย คิดเป็นร้อยละ 12 ไม่ชอบลวดลายคิดเป็นร้อยละ 5
27. ความถี่ในการซื้อสินค้าที่ผลิตจากผ้าไหมทอมือ เดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8
 - 2-3 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17
 - 6 เดือนต่อครั้งคิด เป็นร้อยละ 22
 - ปีละครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30
 - ไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 23
28. ความคิดเห็นต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัวในปัจจุบัน
 - ไม่ทันสมัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40
 - ร่วมสมัย คิดเป็นร้อยละ 17
 - โบราณ คิดเป็นร้อยละ 28
 - คลาสสิก คิดเป็นร้อยละ 15
29. ความคิดเห็นในเรื่องผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบ้านครัว ควรมีการพัฒนารูปแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น และวัยทำงาน
 - ควรมีการพัฒนารูปแบบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89
 - ควรรักษารูปแบบดั้งเดิม คิดเป็นร้อยละ 11
30. ทราบหรือไม่ว่าชุมชนบ้านครัวเป็นแหล่งผลิตผ้าไหมที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร
 - ทราบ คิดเป็นร้อยละ 31 ไม่ทราบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69
31. ความต้องการในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ
 - ต้องการความร่วมมือ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46
 - ต้องการรูปแบบล้ำสมัย คิดเป็นร้อยละ 27
 - ต้องการรูปแบบคลาสสิก คิดเป็นร้อยละ 13
 - ต้องการรูปแบบโบราณ คิดเป็นร้อยละ 14

32. ความต้องการด้านผลิตภัณฑ์แฟชั่นพิมพ์ลายที่เหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวันมากที่สุด
- ชุดลำลองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36
 - ผ้าพันคอ คิดเป็นร้อยละ 32
 - กระเป๋า คิดเป็นร้อยละ 18
 - เสื้อยืดคิดเป็นร้อยละ 14
33. ความคิดเห็นด้านความน่าสนใจของการนำภาพประกอบมาพิมพ์ลงบนผ้าไหม
- สนใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40
 - ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27
 - น้อย คิดเป็นร้อยละ 23
 - ไม่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 10
34. ความน่าสนใจของลวดลายที่ออกแบบจากภาพประกอบที่วาดโดยนักวาดภาพประกอบที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก นำมาพิมพ์ลงบนผลิตภัณฑ์ต่างๆ
- สนใจมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43
 - ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 28
 - น้อย คิดเป็นร้อยละ 24
 - ไม่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 5
35. ความคิดเห็นด้านการนำเอาลวดลายจากภาพประกอบมาพิมพ์ลงบนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จะสามารถนำไปออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายที่ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้สวมใส่ได้
- เห็นด้วยมากที่สุด มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44
 - เห็นด้วยปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 32
 - เห็นด้วยน้อย คิดเป็นร้อยละ 17
 - ไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 7
36. หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นจากผ้าไหมทอมือ
- ลวดลาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.47
 - สีสันทัน คิดเป็นร้อยละ 17.51
 - ราคา คิดเป็นร้อยละ 10.19
 - รูปแบบการตัดเย็บ คิดเป็นร้อยละ 13.05
 - แหล่งผลิต คิดเป็นร้อยละ 7.00
 - ความทนทาน คิดเป็นร้อยละ 10.47
 - กรรมวิธีในการผลิต คิดเป็นร้อยละ 5.73
 - ประโยชน์ใช้สอย คิดเป็นร้อยละ 7.96
 - ผิวสัมผัสเนื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 9.55

สรุปข้อมูลทางประชากรศาสตร์ และความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือพิมพ์ลาย จากภาพประกอบของกลุ่มผู้บริโภค ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงร้อยละ 72 และอยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62 และมีการประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดร้อยละ 36 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69 มีความถี่ในการซื้อสินค้าแฟชั่น 1-2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 67

ด้านความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือพิมพ์จากการออกแบบภาพประกอบ ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นจากการพิจารณาการพิมพ์ลวดลายที่สวยงามมากถึงร้อยละ 45 และมีอัตราความถี่ในการซื้อสินค้าจากผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือประมาณปีละครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30 นอกจากนี้ผู้บริโภคมีมุมมองต่อรูปแบบของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือว่าขาดความทันสมัยมากถึงร้อยละ 40 และผู้บริโภคมีแนวคิดว่าจะมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น ร้อยละ 89 ผู้บริโภคส่วนมากยังไม่ทราบว่าจะชุมชนบ้านครัวเป็นแหล่งผลิตผ้าไหมที่อยู่ในกรุงเทพฯ มากถึงร้อยละ 69 รูปแบบผ้าไหมทอมือที่ผู้บริโภคต้องการคือรูปแบบที่ร่วมสมัย คิดเป็นร้อยละ 46 และผลิตภัณฑ์แฟชั่นพิมพ์ลวดลายที่ผู้บริโภคต้องการใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุดคือชุดลำลอง คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาคือผ้าพันคอเอนกประสงค์ คิดเป็นร้อยละ 32 และมีความคิดเห็นว่าลวดลายที่มาจากกรอบภาพประกอบมีความน่าสนใจมากถึงร้อยละ 40 ผู้บริโภคเห็นด้วยว่าลวดลายจากภาพประกอบสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเครื่องแต่งกายได้ร้อยละ 44 ผู้บริโภคมีหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นจากผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ โดยพิจารณาถึงลวดลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาคือสีสันทัน (ร้อยละ 55) รูปแบบการตัดเย็บ (ร้อยละ 41) และปัจจัยอื่นๆรองลงมาตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคด้านความต้องการในเรื่อง รูปแบบของลวดลายจากภาพประกอบที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์ลวดลายและเทคนิคการพิมพ์ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว

ตาราง 7 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภค ด้านความต้องการในเรื่อง รูปแบบของลวดลายจากภาพประกอบที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์ลวดลายและเทคนิคการพิมพ์ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว โดยใช้การคำนวณคะแนนเฉลี่ย มีระดับความเหมาะสม และการแปรความหมายของคะแนน แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง ดีมาก
- 4 หมายถึง ดี
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยสุด

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ยต่างๆดังนี้

4.51 - 5.0 ระดับ เหมาะมากที่สุด

3.51 - 4.50 ระดับ เหมาะสมมาก

2.51 - 3.50 ระดับ เหมาะสมปานกลาง

1.51 - 2.50 ระดับ เหมาะสมน้อย

1.00 - 1.50 ระดับ เหมาะสมน้อยที่สุด

ตาราง 8 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภค ด้านความต้องการในเรื่องลวดลายจากภาพประกอบที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์ลวดลายและเทคนิคการพิมพ์ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว

รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบ เพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือ ชุมชนบ้านครัว	ผู้บริโภค 100 คน	
	N=100	ระดับความเหมาะสม
	\bar{x}	
รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 1		
ลวดลายตรงตามแนวคิดการออกแบบ	3.00	ปานกลาง
ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว	4.00	มาก
สีสันทันและองค์ประกอบลวดลายมีความสวยงาม	3.00	ปานกลาง
ลวดลายตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	3.60	มาก
คะแนนเฉลี่ย	3.00	ปานกลาง
รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 2		
ลวดลายตรงตามแนวคิดการออกแบบ	2.60	ปานกลาง
ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว	3.30	ปานกลาง
สีสันทันและองค์ประกอบลวดลายมีความสวยงาม	4.00	มาก
ลวดลายตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	3.00	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.00	ปานกลาง
รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 3		
ลวดลายตรงตามแนวคิดการออกแบบ	4.00	มาก
ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว	3.00	ปานกลาง
สีสันทันและองค์ประกอบลวดลายมีความสวยงาม	4.60	มาก
ลวดลายตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	5.00	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.00	มาก

ตาราง 8 (ต่อ)

รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบ เพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหม ทอมือ ชุมชนบ้านครัว	ผู้บริโภครวม 100 คน	
	N=100	ระดับความ
	\bar{x}	เหมาะสม
รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 4		
ลวดลายตรงตามแนวคิดการออกแบบ	3.00	ปานกลาง
ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว	4.00	มาก
สีสันทันและองค์ประกอบลวดลายมีความสวยงาม	4.60	มาก
ลวดลายตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	4.00	มาก
คะแนนเฉลี่ย	3.60	มาก
รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 5		
ลวดลายตรงตามแนวคิดการออกแบบ	5.00	มาก
ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านครัว	5.00	มาก
สีสันทันและองค์ประกอบลวดลายมีความสวยงาม	4.60	มาก
ลวดลายตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	5.00	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.88	มาก

สรุปผลข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้บริโภค ด้านความต้องการของผู้บริโภคในรูปแบบลวดลายที่ออกแบบจากภาพประกอบเพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว ดังนี้

1. รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 1 ได้คะแนนเฉลี่ย 3.00 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ย คือเป็นแบบที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ปานกลาง
2. รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 2 ได้คะแนนเฉลี่ย 3.00 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ย คือเป็นแบบที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ ปานกลาง
3. รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 3 ได้คะแนนเฉลี่ย 4.00 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ย คือเป็นแบบที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก
4. รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 4 ได้คะแนนเฉลี่ย 3.60 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ย คือเป็นแบบที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก
5. รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 5 ได้คะแนนเฉลี่ย 4.88 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ย คือเป็นแบบที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มากที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ

ข้อมูลด้านพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ	กลุ่มผู้บริโภครวม 100 คน	
	N=100	ระดับความพึงพอใจ
	\bar{x}	
1. สินค้ามีรูปแบบที่สวยงาม น่าใช้สอย	4.48	ความพึงพอใจมาก
2. สินค้ามีกระบวนการผลิตอย่างประณีตจากภูมิปัญญาโบราณของชุมชนบ้านคร้ว	4.52	ความพึงพอใจมาก
3. สินค้ามีความแตกต่างจากผ้าไหมทั่วไป เพราะทำในระบบอุตสาหกรรมแบบครัวเรือน	4.32	ความพึงพอใจมาก
4. สินค้าได้ผ่านกระบวนการออกแบบให้มีรูปแบบ และ ลวดลายร่วมสมัย	4.60	ความพึงพอใจมากที่สุด
5. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.24	ความพึงพอใจมาก
6. ลวดลายที่พิมพ์ออกแบบจากภาพประกอบจึงทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์	4.38	ความพึงพอใจมาก
7. สินค้าช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้สวมใส่	4.33	ความพึงพอใจมาก
8. ช่วยส่งเสริมให้กิจการการทอไหมทอมือชุมชนบ้านคร้วมีตลาดรองรับมากขึ้น	4.35	ความพึงพอใจมาก

สรุปผลจากตารางในตารางที่ 8 ข้อมูลด้านพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว คือ

1. สินค้าได้ผ่านกระบวนการออกแบบให้มีรูปแบบ ลวดลายร่วมสมัย ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากที่สุด มีค่า \bar{x} อยู่ที่ 4.60
2. สินค้ามีกระบวนการผลิตอย่างประณีตจากภูมิปัญญาโบราณของชุมชนบ้านคร้ว มีระดับความพึงพอใจมาก มีค่า \bar{x} อยู่ที่ 4.52
3. สินค้ามีรูปแบบที่สวยงาม น่าใช้สอย มีระดับความพึงพอใจมาก มีค่า \bar{x} อยู่ที่ 4.48
4. ลวดลายที่พิมพ์ออกแบบจากภาพประกอบจึงทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์ มีระดับความพึงพอใจมาก มีค่า \bar{x} อยู่ที่ 4.38
5. ช่วยส่งเสริมให้กิจการการทอไหมทอมือชุมชนบ้านคร้วมีตลาดรองรับมากขึ้น มีระดับความพึงพอใจมาก มีค่า \bar{x} อยู่ที่ 4.35

6. สินค้าช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้สวมใส่ มีระดับความพึงพอใจมาก มีค่า \bar{x} อยู่ที่ 4.33

7. สินค้ามีความแตกต่างจากผ้าไหมทั่วไปเพราะทำในระบบอุตสาหกรรมแบบครัวเรือน มีระดับความพึงพอใจมาก มีค่า \bar{x} อยู่ที่ 4.32

8. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีระดับความพึงพอใจมาก มีค่า \bar{x} อยู่ที่ 4.24

ตอนที่ 4 คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้บริโภครวบรวมแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

- ลวดลายบางลายควรมีการปรับรูปแบบให้เข้ากับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- ลวดลายควรมีความสอดคล้องกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่จะนำไปพิมพ์ในด้านของขนาด พื้นที่ การวางลวดลาย

จากการวิเคราะห์ผลของแบบสอบถามผู้บริโภครวบรวมได้ว่า จากรูปลวดลายผ้าทอทั้ง 5 แบบที่คัดเลือกมาโดยผู้เชี่ยวชาญ ได้มีการนำมาประเมินความต้องการโดยผู้บริโภครวบรวมได้คัดเลือกรูปแบบที่เหมาะสมมากที่สุดมา 1 รูปแบบ เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่น วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

สรุป ลวดลายจากภาพประกอบที่เหมาะสมที่สุดในการนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่น 1 คอลเลกชัน จากผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว คือ รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบที่ 5 จากนั้นนำมาปรับด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อจัดวางลวดลาย และปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับการพิมพ์ด้วยเทคนิคซิลค์สกรีน



5. นำรูปแบบลวดลายจากภาพประกอบที่คัดเลือกแล้ว นำมาออกแบบคอลเลคชั่นผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากผ้าไหมบ้านคร้ว จำนวน 2 แนวทาง ซึ่งแต่ละคอลเลคชั่นจะประกอบด้วย ชุดเครื่องแต่งกายสตรี ประเภทชุดลำลอง จำนวน 6 ชุด และผ้าพันคอเอนกประสงค์

ผู้วิจัยได้นำรูปแบบลวดลายจากภาพประกอบจำนวน 1 รูปแบบ มาออกแบบคอลเลคชั่นผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากผ้าไหมทอมือโดยแบ่งออกเป็น 2 แนวทางดังนี้

แนวทางที่ 1 ออกแบบโดยใช้แนวโน้มเทรนด์เครื่องแต่งกายสตรี Spring/Summer 2014

แนวทางที่ 2 ออกแบบโดยใช้รูปแบบของเสื้อผ้าเบสิกร่วมกับแนวโน้มเทรนด์เครื่องแต่งกายสตรี Spring/Summer 2014



แนวทางที่ 1 เทรนด์ที่ใช้ในการออกแบบคือเทรนด์เครื่องแต่งกาย

Spring/Summer 2014 : FRESH CROP

โครงสร้างแบบสั้นที่ได้รับความนิยมมาอย่างต่อเนื่องมาหลายฤดูกาล โดยมีการดัดแปลงรูปแบบ และระดับความสั้น เหมาะที่จะนำมาสวมใส่แบบเรียบง่าย หรือนำมาสวมทับกับเสื้อผ้าชิ้นอื่นๆ เพื่อเล่นระดับความสั้น-ยาวเพื่อเพิ่มมิติให้กับเครื่องแต่งกาย ห้องเสื้อที่นำเสื้อคอปกสั้นมาใช้อย่างทันสมัยในฤดูกาลนี้คือ Proenza Schouler, Balenciaga, และ Reed Krakoff

(http://www.style.com/trendsshopping/trendreport/070813_Resort_Trends/)

นำเอาเทรนด์มาออกแบบเป็นเสื้อผ้าลำลองที่เหมาะสมการใช้ตัดเย็บด้วยผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว



แบบร่างที่ 2 ออกแบบโดยใช้เทรนด์เครื่องแต่งกาย Spring/Summer 2014 และการออกแบบเครื่องแต่งกายแบบเบสิก ที่เน้นรูปแบบที่เรียบง่าย ใส่สบาย และสามารถนำมาปรับใช้ได้ในทุกโอกาส



Adaem: Spring/Summer 2014



1. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดที่ 4 สำหรับผู้เชี่ยวชาญ ในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากผ้าไหมบ้านครัวที่พิมพ์ลวดลายภาพประกอบ

ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัวที่พิมพ์ลวดลายจากภาพประกอบ รวมถึงแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายและแนวโน้มเทรนด์แฟชั่นที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ โดยทำการสอบถามผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน และทำการสรุปผลออกมาเป็นตารางดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลและลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เชี่ยวชาญ

ตาราง 9 สรุปผลจากแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญชุดที่ 4 สำหรับผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว รวมถึงแบบสอบถามถึงกลุ่มเป้าหมายและแนวโน้มเทรนด์แฟชั่นที่เหมาะสมจะนำมาออกแบบผ้าไหมทอมือ

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
6. เพศ		
ชาย	2	66.67
หญิง	1	33.33
รวม	3	100
7. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	1	33.33
30-35 ปี	0	0
35-40 ปี	0	0
45-50 ปี	0	0
50 ปีขึ้นไป	2	66.67
รวม	3	100
8. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	33.33
ปริญญาตรี	1	33.33
ปริญญาโท	1	33.33
ปริญญาเอก	0	0
รวม	3	100
9. อาชีพ		
กิจการส่วนตัว	1	33.33
เอกชน	1	33.33
รับราชการ	1	33.33
รัฐวิสาหกิจ	0	0
รวม	3	100
10. ประสบการณ์การทำงานและเข้าร่วมกิจกรรมอบรมต่าง ๆ		

ผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย

คุณ มนัสนันท์ เบญจรงค์จินดา

- เจ้าของกิจการทอผ้าไหมทอมือครบวงจรร้าน “ลุงอู๊ดบ้านครัวไหมไทย”

คุณ คุณรัตนาพร สังขทิพย์

- ดีไซน์เนอร์ออกแบบลายผ้า และออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โซเชียลมีเดีย

รศ. เกริก ยืนพันธ์

- อาจารย์ประจำสาขาวิชาวรรณกรรมสำหรับเด็ก ที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และ

ยังเป็นนักวาดภาพประกอบ

สรุปผลข้อมูลและลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้เชี่ยวชาญ

1. เพศชายคิดเป็นร้อยละ 66.67 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 33.33
2. ช่วงอายุต่ำกว่า 30ปี คิดเป็นร้อยละ 33.33 ช่วงอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 66.67
3. ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 33.33 ปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 33.33 ปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 33.33
4. อาชีพประกอบกิจการส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 33.33 ทำงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 33.33 รับราชการคิดเป็นร้อยละ 33.33
5. ประสบการณ์การทำงานและเข้าร่วมกิจกรรมอบรมต่างๆ ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านทำงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผ้าไหม การออกแบบภาพประกอบ การออกแบบลวดลายและรูปแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากสิ่งทอ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ต่อแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น

แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ต่อแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น โดยในแบบสอบถามได้กำหนดเกณฑ์ประเมินเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง ดีมาก
- 4 หมายถึง ดี
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยที่สุด

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ยต่างๆ ดังนี้

4.51 - 5.00	ระดับ	เหมาะสมมากที่สุด
3.51 - 4.50	ระดับ	เหมาะสมมาก
2.51 - 3.50	ระดับ	เหมาะสมปานกลาง
1.51 - 2.50	ระดับ	เหมาะสมน้อย
1.00 - 1.50	ระดับ	เหมาะสมน้อยที่สุด

ตาราง 10 สรุปผลจากแบบสอบถามชุดที่ 4 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น จากผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว รวมถึงแบบสอบถามถึงกลุ่มเป้าหมายและแนวโน้มเทรนด์แฟชั่นที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ

แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น จากผ้าไหมทอมือ ชุมชนบ้านครัว	ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน	
	N=3	ระดับความ
	\bar{x}	เหมาะสม
1. แนวทางการออกแบบที่ 1		
แนวทางการออกแบบตรงตามแนวคิดการออกแบบ	4.00	มาก
สีสันทันและองค์ประกอบการออกแบบที่มีความสวยงาม	3.60	มาก
แนวทางการออกแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ	3.00	ปานกลาง
แนวทางการออกแบบเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.00	มาก
คะแนนเฉลี่ย	3.80	มาก
2. แนวทางการออกแบบที่ 2		
แนวทางการออกแบบตรงตามแนวคิดการออกแบบ	4.00	มาก
สีสันทันและองค์ประกอบการออกแบบที่มีความสวยงาม	5.00	มาก
แนวทางการออกแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ	5.00	มาก
แนวทางการออกแบบเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.00	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.60	มาก

สรุปผลจากการประเมินแนวทางการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น จากผ้าไหมทอมือพิมพ์ลวดลายภาพประกอบ ชุมชนบ้านครัวได้ดังนี้

1. แนวทางการออกแบบที่ 1 ได้คะแนน 3.80 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ยคือ เป็นแนวทางที่มีความเหมาะสมมาก

2. แนวทางการออกแบบที่ 2 ได้คะแนน 4.60 ซึ่งแปลความหมายข้อมูลค่าเฉลี่ยคือ เป็นแนวทางที่มีความเหมาะสมมากที่สุด

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากผ้าไหมทอมือพิมพ์ลายภาพประกอบ ชุมชนบ้านคร้ว

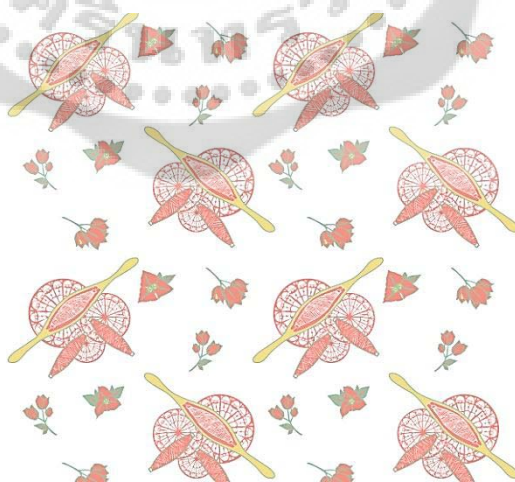
ตาราง 11 คำถามปลายเปิดให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ
<ul style="list-style-type: none"> - ควรคำนึงถึงวัสดุเป็นหลักในการออกแบบรูปแบบเครื่องแต่งกาย - สามารถนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นอื่นๆได้ - ควรคำนึงในเรื่องการวางผ้า และลวดลายให้เหมาะสมกับรูปแบบเครื่องแต่งกาย

6. การผลิตชิ้นงานต้นแบบ (Prototype) ผลิตภัณฑ์แฟชั่น

จากการศึกษาวิเคราะห์หิวเคราะห์แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้าน ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบภาพประกอบ และผลิตภัณฑ์จากภาพประกอบ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลาย ได้มีขั้นตอนการผลิตชิ้นงานต้นแบบดังนี้

1. นำรูปแบบที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญมาวางแผนในการจัดเตรียมวัสดุ และระบุเทคนิคที่เหมาะสมในการพิมพ์ลวดลายจากภาพประกอบ



ภาพประกอบ 65 การต่อลายแบบอีจูปลือกและการปรับลวดลายให้เหมาะสมกับการพิมพ์ซิลค์สกรีน

2. เตรียมวัสดุ และวางแผนขั้นตอนในการพิมพ์ผ้าเทคนิคซิลค์สกรีน (Silk screen) เช่น การเตรียมบล็อก การผสมสีที่จะใช้ในการพิมพ์ เป็นต้น



ภาพประกอบ 66 การเตรียมสีในการพิมพ์



ภาพประกอบ 67 การถ่ายลวดลายลงบนบล็อก

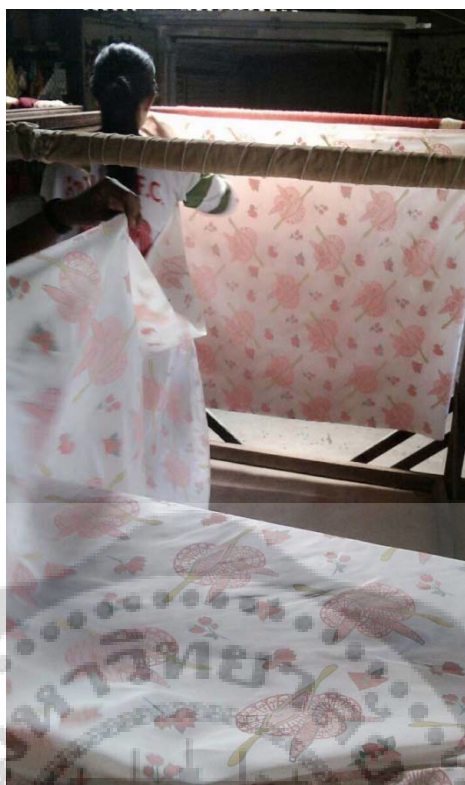
3. ดำเนินการพิมพ์ผ้าไหมย้อมครามด้วยเทคนิคซิลค์สกรีน



ภาพประกอบ 68 การปาดสีลงบนบล็อก



ภาพประกอบ 69 ผ้าไหมทอมือที่พิมพ์ลายเสร็จแล้วต้องนำมาตากให้สีแห้ง และนำไปอบเพื่อให้สีติดทนลงไปเนื้อผ้า



ภาพประกอบ 70 ผ้าที่ผ่านกระบวนการอบแห้งแล้วสามารถนำมาตัดเย็บได้

4. ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น ออกแบบโดยอาศัยแนวทางการออกแบบที่ได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ
5. นำผ้าไหมทอมือที่พิมพ์ลวดลายภาพประกอบแล้วมาออกแบบ เป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นตามแนวทางการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภค
6. นำผ้าไหมทอมือที่พิมพ์ลวดลายภาพประกอบแล้วมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่น เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสิ่งทอ และพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์แฟชั่นให้มีความร่วมสมัย และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาและพัฒนาลวดลายด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น กรณีศึกษา ชุมชนบ้านคร้ว ลวดลายภาพประกอบ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาเทคนิคการออกแบบลวดลายจากภาพประกอบ การพิมพ์ลวดลายลงบนผ้า และกระบวนการผลิตผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว เพื่อออกแบบและพัฒนาลวดลายและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ให้มีความร่วมสมัย เป็นการนำภูมิปัญญามาต่อยอดเป็นนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ขยายช่องทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือชุมชนบ้านคร้ว โดยงานวิจัยนี้ได้รวบรวม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และทำแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์เป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบ และพัฒนากระบวนการออกแบบลวดลายจากภาพประกอบเพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหมต่อไป โดยศึกษาในด้านรูปแบบ เทคนิคในการออกแบบภาพประกอบ เทคนิคการพิมพ์ผ้า และได้ออกแบบลวดลายที่ได้จากภาพประกอบเบื้องต้นจำนวน 10 รูปแบบ จากนั้นนำมาผ่านการคัดเลือกจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านภาพประกอบ และผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบลายผ้า คัดเลือกให้เหลือจำนวน 5 รูปแบบที่มีความเหมาะสมมากที่สุด จากนั้นจึง ทำแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคจำนวน 100 คน เพื่อคัดรูปแบบที่ได้รับความนิยมมากที่สุด จากนั้นจึงนำลวดลายที่ได้มา ผ่านกระบวนการออกแบบพิมพ์ลงบนผ้าไหมและนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่น ให้มีรูปแบบที่ร่วมสมัย และตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของชุมชนต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อศึกษากระบวนการออกแบบภาพประกอบ และกระบวนการผลิตผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว เพื่อพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือมีความหลากหลายในด้านรูปแบบ และลวดลายมากขึ้น ในขณะที่ ยวกันลวดลายที่ออกแบบยังคงความเป็น ลักษณะของผ้าไหมชุมชนบ้านคร้ว เป็นการนำเอาภูมิปัญญาไทยมา ต่อยอด เป็นนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ และเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน

สมมุติฐานการวิจัย

ความพึงพอใจของผู้บริโภคและผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อลวดลายจากภาพประกอบที่พิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว และนำมาพัฒนารูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่น จำนวน 1 คอลเลคชั่นประกอบด้วย ชุดลำลองสตรี 6 ชุด กระเป๋าคัลชท์ ผ้าพันคอเอนกประสงค์ และผ้าผืน อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาทำการจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการดำเนินงานเป็นขั้นตอนดังนี้

งานวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และลงพื้นที่เพื่อศึกษา ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว ในด้าน ความเป็นมา ลวดลาย รูปแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตผ้าไหม ปัญหาที่มีในการผลิตผ้าไหมทอมือ และศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านคร้ว เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบ

ส่วนที่ 2 นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์เป็นแนวทางในการออกแบบภาพประกอบ และสร้างเป็นแบบร่างโดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบพิจารณาเลือก แล้วประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อแบบร่าง เพื่อสร้างต้นแบบลวดลายภาพประกอบ

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลแบบร่างลวดลายจากภาพประกอบเพื่อพัฒนางานต้นแบบและผลิตงานต้นแบบ

ส่วนที่ 1

1. ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร และการลงพื้นที่ภาคสนาม ในเรื่อง การกระบวนการผลิตผ้าไหมทอมือ รูปแบบ และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว

2. จากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในเรื่องรูปแบบ และลวดลายผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว โดยลวดลายแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบหลักๆ ดังนี้ผ้าไหมทอลายพื้น คือผ้าไหมที่ทอเรียบ ไม่มีลวดลายใด ๆ ผ้าไหมลายตาราง และผ้าไหมลายที่ลูกคำสั่งทอ สามารถวิเคราะห์ได้ 3 แนวทาง ดังนี้ คือ

1. ผ้าไหมบ้านคร้วที่ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่าเหมาะกับการพิมพ์ลายมากที่สุดคือ ผ้าไหมทอมือลายพื้น

2. การออกแบบลายจากภาพประกอบ ออกแบบโดยการจัดวางองค์ประกอบให้มีความร่วมสมัย และเป็นภาพประกอบที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านคร้ว

3. เทคนิคในการพิมพ์ลาย เลือกใช้เทคนิคซิลค์สกรีนเพราะชุมชนบ้านคร้วมีศักยภาพภาพในการผลิต และเป็นการประหยัดต้นทุน

ส่วนที่ 2

นำข้อมูลจากการวิเคราะห์มาเป็นแนวทางในการออกแบบ และสร้างเป็นแบบร่างทอลเลขันจำนวน 10 รูปแบบ เพื่อนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาพประกอบ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลายผ้าพิจารณาแบบร่าง โดยคัดเลือกรูปแบบที่เหมาะสมที่สุด สรุปออกมาให้เหลือ 1 รูปแบบ

ส่วนที่ 3

1. นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์และสรุปแบบร่างจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 รูปแบบ มาคัดเลือกให้เหลือ 1 รูปแบบ โดยผู้บริโภคเพื่อเป็นต้นแบบในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมทอมือ

2. สร้างเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ ภัณฑ์แฟชั่นแนวร่วมสมัย จำนวน 1 คอลเลกชัน ประกอบด้วย ผ้าพันคอเอนกประสงค์ ชุดลาลองสตรี จำนวน 6 ชุด และกระเป๋าคลัทช์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาตลาดด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น กรณีศึกษาชุมชนบ้านคร้ว ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับกระบวนการผลิต การออกแบบภาพประกอบ และความเป็นมาของผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว เป็นขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น โดยมีแหล่งในการสืบค้น เช่น งานวิจัย บทความ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และจากแหล่งอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. การเก็บข้อมูลภาคสนาม เป็นการรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่จริงแหล่งผลิตผ้าไหมครบวงจรของชุมชนบ้านคร้ว โดยทำการสัมภาษณ์ การสังเกต ศึกษารูปแบบของผ้าไหมทอมือด้วยแบบสอบถามและแบบประเมิน โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 การสังเกต (Observation) เป็นการสังเกตการณ์กระบวนการ ผลิตผ้าไหมทอมือ และรูปแบบ ลวดลายของผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว

2.2 การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องในประเด็นด้านประวัติความเป็นมา กระบวนการผลิต ปัญหาในการผลิตและอัตลักษณ์ของผ้าไหมบ้านคร้ว

2.3 การศึกษารูปแบบ ลวดลาย และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านคร้ว โดยรูปแบบของผลิตภัณฑ์เป็นผ้าพื้นสำหรับตัดชุด และลวดลายมี 3 รูปแบบ คือ ลายพื้น ลายตาราง และลายที่ลูกค้าสั่งทอ

2.4 การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์จำนวน 4 ชุด ดังนี้

- แบบสอบถามความต้องการด้านลวดลาย และรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว ของกลุ่มผู้บริโภค

- แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่ประกอบอาชีพทอผ้าไหมในชุมชนบ้านคร้ว วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความเป็นมาของกระบวนการทอผ้า รูปแบบ ลวดลายของผ้าไหมทอมือ และกระบวนการผลิตผ้าไหมทอมือของผู้ประกอบการผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านคร้ว

- แบบสัมภาษณ์สำหรับ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลายบนผ้าทอ และแนวโน้มการออกแบบสิ่งทอ (Textile Design Trends)

- แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบภาพประกอบ (Illustration) และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีการพิมพ์ลวดลายจากภาพประกอบ

2.5 การเก็บข้อมูลจากแบบประเมินต้นแบบการออกแบบ ลวดลายจากภาพประกอบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ แล้วนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาต้นแบบ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็นประเด็นหลักๆ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูล จากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคเอกสาร และการลงพื้นที่ภาคสนามโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (IN-DEPT INTERVIEW) กับผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัวผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบภาพประกอบ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลายผ้า โดยทำการวิเคราะห์ตามความมุ่งหมายของการวิจัย แล้วนำเสนอข้อมูลในเชิงบรรยาย

2. วิเคราะห์ข้อมูลภาพประกอบที่เหมาะสมในการออกแบบลวดลายมากที่สุดในพื้นที่

2.1 ความหมายและความเป็นมาของภาพประกอบ

2.2 การออกแบบภาพประกอบเพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์

2.3 ศิลปินที่ทำภาพประกอบ

2.4 ภาพประกอบกับการออกแบบลายผ้า

วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว ในประเด็นด้าน ความเป็นมา รูปแบบลวดลาย กระบวนการผลิต และปัญหาที่พบในการผลิตผ้าไหมทอมือ โดยเลือกรูปแบบที่มีความเหมาะสมมากที่สุดในพื้นที่

2.5 ประวัติความเป็นมาของชุมชนบ้านครัว

2.6 กรรมวิธีในการทอ

2.7 คุณลักษณะของผ้าไหม

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกรรมวิธีสร้างลวดลายลงบนผ้าไหม

2.8 การพิมพ์ลายโดยเทคนิคซิลค์สกรีน (silk screen)

3. วิเคราะห์แนวโน้มการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ปี 2014

เทรนด์การออกแบบเครื่องแต่งกาย Spring/Summer 2014

เทรนด์การออกแบบลวดลาย Spring/Summer 2014

4. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ ครั้งที่ 1

5. ออกแบบลวดลายจากภาพประกอบสำหรับพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว

จำนวน 10 รูปแบบ

6. ผู้เชี่ยวชาญ เลือกแบบร่างภาพประกอบที่เหมาะสมมากในการพิมพ์ลวดลายที่สุด

จำนวน 5 รูปแบบ

7. สรุปผลจากรูปแบบที่เป็นที่นิยมมากที่สุดโดยผู้บริโภค คัดเลือกให้เหลือเพียง 1 รูปแบบ เพื่อนำมาพิมพ์เป็นลวดลายลงบนผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัยประเภทเครื่องแต่งกายสตรีจำนวน 1 คอลเลคชั่น ประกอบด้วย เสื้อผ้าจำลอง 6 ชุด

8. ประเมินความเหมาะสมด้านการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ

9. สรุปผลการออกแบบ

การอภิปรายผล

จากข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยรวมของการออกแบบลวดลายจากภาพประกอบเพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือ ในการศึกษาจากการสัมภาษณ์ การวิเคราะห์รูปแบบ ลวดลาย การออกแบบลวดลายจากภาพประกอบ และเทคนิคซิลค์สกรีนในการพิมพ์ลายลงบนผ้าไหม และนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัยประเภทเครื่องแต่งกาย เพื่อแก้ไขปัญหาของการวิจัยในด้านการขาดความหลากหลายในด้านลวดลาย และรูปแบบ การขาดตลาดมารองรับ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านคร้ว ทั้งที่ผ้าไหมบ้านคร้วมีคุณภาพดี และมีศักยภาพในการนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาภูมิปัญญาในการทอผ้าไหม และการออกแบบลวดลายภาพประกอบให้เป็นนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ และเป็นแนวทางในการออกแบบลวดลาย และผลิตภัณฑ์ให้กับผ้าไหมบ้านคร้วต่อไป โดยปรับรูปแบบให้มีความร่วมสมัยมากขึ้น และลวดลายภาพประกอบยังมีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านคร้ว ผลที่ได้รับจากการดำเนินการวิจัยสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ และสามารถตอบคำถามหลักของการวิจัยได้ ทั้งด้าน การศึกษาและพัฒนากิจกรรมวิธีการผลิตที่เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมในการผลิตผ้าไหมทอมือให้พัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีความร่วมสมัยมากขึ้นโดยใช้องค์ความรู้ในการออกแบบภาพประกอบเป็นองค์ประกอบในการสร้างสรรค์ผลงาน และการนำองค์ความรู้ในการออกแบบลายลงบนผ้าไหมไปพัฒนารูปแบบ และสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือบ้านคร้วที่มีความร่วมสมัยมากขึ้น

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าผ้าไหมทอมือบ้านคร้วมีรูปแบบเป็นผ้าผืนสำหรับตัดชุด และลวดลายมี 3 แบบที่นิยมทอกันคือ ลายผ้าพื้น ลายตาราง และลวดลายตามลูกค้าสั่งทอ ผ้าไหมทอมือมีกรรมวิธีการผลิตที่ค่อนข้างครบวงจร คือตั้งแต่ซื้อไหมดิบเป็นต้นมา ลักษณะที่เด่นชัดคือมีการทอที่ประณีต เนื้อไหมจะแน่น และเรียบเนียน ในการพัฒนารูปแบบ และลวดลาย เพื่อนำไปพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยจึงนำเอาข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภค และแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน มาประกอบกับการวิเคราะห์แนวโน้มในการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ปี 2014 (Trend. 2014) เป็นแนวทางในการออกแบบลวดลายจากภาพประกอบ และเครื่องแต่งกาย โดยสรุปจากเทรนด์ Spring/Summer 2014 ว่าสีที่ใช้เป็นโทนสีพาสเทล (Soft Tones) และรูปแบบเครื่องแต่งกายเป็นแบบเสื้อผ้าเบสิค คือมีรูปทรงที่ล้าลอง เรียบง่าย เทรนด์ ลายผ้าที่ใช้ประกอบการออกแบบลวดลายคือ เทรนด์ Tropical Pastel (Spring/Summer. 2014) เพื่อนำมาออกแบบเป็นแบบร่างจำนวน 10 รูปแบบ และนำมาคัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ ให้เหลือเพียง 5 รูปแบบ จากนั้นจึงนำไปให้ผู้บริโภคคัดเลือกรูปแบบที่นิยมมากที่สุด ให้เหลือ 1 รูปแบบ โดยผู้วิจัยได้สรุปผ้าไหมที่เหมาะสมจะใช้ในการพิมพ์ลาย เทคนิคในการพิมพ์ลายจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และนำลวดลายมาพิมพ์ลงบนผ้าไหมด้วยเทคนิคซิลค์สกรีน จากนั้นนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นประเภทเครื่องแต่งกายต่อไป

ผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้คือ ความพึงพอใจของผู้ บริโภคและผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการ ออกแบบลวดลายจากภาพประกอบสำหรับผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว ที่นำไปพัฒนาเป็น ผลิตภัณฑ์แฟชั่น จำนวน 1 คอลเลคชั่น ประกอบด้วย ผ้าพันคอเอนกประสงค์ เครื่องแต่งกายสตรี ประเภทชุดลำลอง 6 ชุด และกระเป๋าคลัทช์

ผู้วิจัยคาดหวังว่าผลจาก การศึกษาและพัฒนาลวดลายด้วยกระบวนการออกแบบ ภาพประกอบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น กรณีศึกษา ชุมชนบ้านคร้ว จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ ที่ต้องการศึกษาเรื่องชุมชนบ้านคร้ว และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว รวมถึงการนำองค์ ความรู้ด้านการออกแบบภาพประกอบมาใช้ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ต่างๆให้มีความน่าสนใจ ช่วย เพิ่มมูลค่า และความร่วมสมัยให้กับผลิตภัณฑ์ต่างๆได้ และเพื่อเป็นฐานข้อมูลในการศึกษาชุมชน บ้านคร้วสำหรับนิสิตนักศึกษาที่สนใจต่อไป

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดในด้านอื่นๆได้ ดังนี้

1. สามารถนำกระบวนการหรือผลในการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในการการพัฒนา รูปแบบ ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน หรือบรรจุภัณฑ์ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของ วัสดุที่เลือกใช้ การออกแบบคุณสมบัติ ลวดลาย และรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
2. ในการออกแบบลวดลายลงบนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ ควรคำนึงถึงเทคนิคที่เหมาะสม ที่สุดในการสร้างลวดลาย เนื่องจากผ้าไหมนั้นเป็นผ้าที่ทอจากเส้นใยธรรมชาติ และมีต้นทุนในการ ผลิตค่อนข้างสูง จึงควรใช้ความระมัดระวังในการ สร้างลวดลาย โดยนอกเหนือจากเทคนิคการพิมพ์ ลายแล้ว การปักด้วยวัสดุ อื่นๆ ก็สามารถสร้างความแปลกใหม่ และเพิ่มความน่าสนใจให้กับ ผลิตภัณฑ์ได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้วให้มีความหลากหลาย ในด้านรูปแบบและลวดลาย เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายประเภทต่างๆ และผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน
2. ควรมีการอนุรักษ์องค์ความรู้ด้านการผลิตผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านคร้วให้ยังคงอยู่ ต่อไป
3. การออกแบบภาพประกอบเป็นองค์ความรู้ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้หลากหลาย จึง ควรมีการศึกษากระบวนการ หรือเทคนิคต่าง ๆ ที่เหมาะสม ในการนำภาพประกอบมาใช้ในการ ออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์ต่างๆต่อไป



บรรณานุกรม

- กัญจน์ชญา จันทรังษี. (2556). การออกแบบโครงการทอผ้าสำหรับผ้าย้อมครามทอ: กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าย้อมคราม บ้านดอนกอย อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร. ปรินิพนธ์ ศป.ม (นวัตกรรมการออกแบบ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- จารุทิพย์ ทรัพย์ปรุง. (2543). การเขียนภาพประกอบ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ณัฐวุฒิ มุ่งสันติ. (2554). ผ้าไหมบ้านคร้ว กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2556, จาก <http://www.l3nr.org/posts/503089>
- ดุษฎี สุนทรารชุน. (2531). การออกแบบลายพิมพ์ผ้า. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- นวนน้อย บุญวงศ์. (2542). หลักการออกแบบ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทวรรณ ประสานทรัพย์. (2551). ยุทธศาสตร์การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ SMEs ผ้าคลุมผมสตรี และหมวกกะปิเยาะในจังหวัดนราธิวาส. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (ยุทธศาสตร์การพัฒนา). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้า. ถ่ายเอกสาร.
- ปิติพงษ์ ศิริพันธ์. (2548). ปัจจัยสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. ถ่ายเอกสาร.
- ปิยมาภรณ์ ฤทธิรักษา. (2551). การศึกษาและพัฒนาตลาดผ้าทอพื้นบ้าน เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์. ม.ป.พ. ถ่ายเอกสาร.
- พีนาริน สารिया. (2549). การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- มานิดา อยู่สุข. (2549). การสื่อสารของชุมชนบ้านคร้วผ่านผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (เกษตรศาสตร์พัฒนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. ถ่ายเอกสาร.
- ศรันยา เกษมบุญญากร. (ม.ป.ป.). กระบวนการเตรียม ย้อม พิมพ์ และการตกแต่งสิ่งทอเอกสารประกอบการฝึกอบรมโครงการอบรมการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ผ้าตามหลักมาตรฐาน. ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ม.ป.พ.
- สรัญญา ภัคดีสุวรรณ. (2552). การออกแบบลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัดมหาสารคามในบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัย. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.

- Cally Blackan. (2007). *100 Years of Fashion Illustration*. United Kingdom: Laurence King Publishing Ltd
- David Downton. (2010). *Master of Fashion Illustration*. United Kingdom: Laurence King Publishing Ltd
- Glenville Tony. (2013). *New Icons of Fashion Illustration*. United Kingdom: Laurence King Publishing Ltd
- . (2556). *30 Illustrators you can't miss*. สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2556, จาก <http://fashionary.org/blog/30-fashion-illustrators-part-1/>
- . (2556). *Illustration*. สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน 2556, จาก <http://en.wikipedia.org/wiki/Illustration>
- . (2549). *เที่ยว "บ้านครัว" ชมชุมชนทอผ้ากลางกรุง*. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2556, จาก <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9490000082973>
- . (2556). *วิธีการเสริมสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์*. สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน 2556, จาก <http://incquity.com/articles/grow-your-biz/make-products-valuable-and-believable>
- Martin Dawbber. (2005). *New Fashion Illustration*. Singapore: Page One Publishing Private Limited.
- Schonlau Julia. (2011). *1000 Portrait Illustrations : Contemporary Illustration from Pencil to Digital*. United States: Quarry Books
- Watanabe Naoki. (2009). *Contemporary Fashion Illustration Techniques*. United States: Rockport Publishing





ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์ ชุดที่ 1

การศึกษาและพัฒนาผลผลิตด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น
กรณีศึกษา ชุมชนบ้านคร้ว

แบบสัมภาษณ์นี้ใช้สัมภาษณ์ผู้อาวุโสและผู้นำชุมชนบ้านคร้ว

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความเป็นมาของชุมชนบ้านคร้ว ประวัติ และคุณค่าของผ้าไหมมือชุมชนบ้านคร้ว
คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์นี้มีทั้งหมด 3 ตอน ประกอบด้วย

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้เชี่ยวชาญ
2. ประวัติความเป็นมาของชุมชนบ้านคร้ว
3. ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าไหมมือชุมชนบ้านคร้ว

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อ.....นามสกุล.....

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ..... ปี
3. การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. อาชีพ
.....
.....
.....
5. ประสบการณ์ในการทำงาน
.....
.....
.....
.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชนบ้านคร้ว

1. ชุมชนบ้านคร้วมีประวัติการตั้งถิ่นฐานและสภาพความเป็นอยู่อย่างไร อธิบาย
.....
.....
.....
.....

2. ประชากรในชุมชนบ้านคร้วมีลักษณะอย่างไร และมีการประกอบอาชีพอะไรบ้าง อธิบาย

.....

.....

.....

3. ประวัติการทอผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านคร้วมีความเป็นมาอย่างไร

.....

.....

.....

4. ผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว มีความสำคัญกับคนในชุมชนอย่างไร อธิบาย

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าของผ้าไหมบ้านคร้ว

5. ท่านคิดว่าการทอผ้าไหมบ้านคร้วมีความสำคัญกับชุมชนบ้านคร้วอย่างไร

.....

.....

.....

6. ปัจจุบันสถานภาพของผ้าไหมทอมือในชุมชนบ้านคร้วเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

7. ผ้าไหมทอมือบ้านคร้วมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากผ้าไหมที่ทอในระบบอุตสาหกรรมอื่นอย่างไร

.....

.....

.....

8. ในการทำธุรกิจผ้าไหมทอมือ ท่านคิดว่าอะไรเป็นอุปสรรคในการประกอบกิจการมากที่สุด

.....

.....

.....

9. รูปแบบของผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านครัวในด้าน สี สัน ลวดลาย

.....

.....

.....

10. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการนำผ้าไหมทอมือบ้านครัวไปพัฒนาโดยการออกแบบลวดลายจากการเขียนภาพประกอบนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นประเภทเครื่องแต่งกาย

.....

.....

.....

11. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อศักยภาพ และแนวโน้มของธุรกิจผ้าไหมทอมือบ้านครัวในอนาคต ถ้ามีการเปิดตลาดเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ออกแบบรูปแบบและลวดลายให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน(21-35 ปี)

.....

.....

.....

ลงชื่อ..... ผู้ให้สัมภาษณ์

ลงชื่อ..... ผู้สัมภาษณ์

วันที่.....เดือน..... พ.ศ. ที่ให้สัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2

การศึกษาและพัฒนาผลผลิตด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น
กรณีศึกษา ชุมชนบ้านคร้ว

แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่ประกอบอาชีพทอผ้าไหมในชุมชนบ้านคร้ว
วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความเป็นมาของกระบวนการทอผ้า รูปแบบ ผลผลิตของผ้าไหมทอมือ และ
กระบวนการผลิตผ้าไหมทอมือของผู้ประกอบกิจการผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านคร้ว

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์นี้มีทั้งหมด 3 ตอนประกอบด้วย

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้เชี่ยวชาญ
2. กระบวนการผลิตผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านคร้ว
3. รายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบ และผลผลิตของผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว
4. ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจผ้าไหมทอมือในชุมชนบ้านคร้ว
5. กระบวนการถ่ายทอดความรู้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อ.....นามสกุล.....

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ..... ปี
3. การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. อาชีพ

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

ทอผ้าไหมทอมือมา.....ปี เริ่มเรียนรู้การทอผ้ามาตั้งแต่อายุเท่าไร.....

ใครเป็นผู้สอนในการทำผ้าไหมทอมือ

มีวิธีการสอนรูปแบบใด

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านคร้ว

1. ผ้าไหมทอมือของชุมชนบ้านคร้วมีกี่ประเภท แบบใดบ้าง

.....

.....

.....

2. ผ้าไหมบ้านคร้วมีคุณสมบัติที่แตกต่างจากผ้าไหมอื่นอย่างไร

.....

.....

.....

3. การทอผ้าไหมของชุมชนบ้านคร้วทำเองทุกขั้นตอนหรือไม่อย่างไร เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าผ้าไหมประเภทใดของชุมชนบ้านคร้วที่มีความเหมาะสมในการนำมาพิมพ์ลวดลายภาพประกอบมากที่สุด

.....

.....

.....

5. ในชุมชนบ้านคร้วมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทอผ้าไหมจากอดีตหรือไม่อย่างไร

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 รายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบ และลวดลายของผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว

1. กระบวนการทอผ้าไหมทอมือ

.....

.....

.....

2. วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการทอผ้า

.....

.....

.....

3. อุปกรณ์ที่ใช้ในการทอผ้า

.....

.....

.....

4. รูปแบบของผ้าไหมบ้านคร้ว ผ้าไหมบ้านคร้วมีรูปแบบใดบ้าง

.....

.....

.....

สามารถทอให้เป็นรูปแบบอื่นนอกเหนือจากแบบที่มีอยู่ได้หรือไม่ และถ้าได้จะเป็นในรูปแบบใด ถ้าไม่สามารถทำได้ เพราะอะไร

.....

.....

.....

5. การออกแบบลวดลายของผ้าไหมทอมือ

ผ้าไหมทอมือบ้านคร้วมีการออกแบบลวดลายเองหรือมีผู้ออกแบบให้ ถ้ามีคือใครหรือหน่วยงานใด

.....

.....

.....

มีการนำวัสดุอื่นเข้ามาเป็นส่วนประกอบของลวดลายหรือไม่

.....

.....

.....

ผ้าไหมทอมือที่ทอออกมาสามารถนำมาสร้างลวดลายได้โดยกรรมวิธีใดบ้าง และวิธีใดที่มีความเหมาะสมมากที่สุด

.....

.....

.....

ผ้าไหมทอมือที่เป็นที่นิยมของการตลาดมีลวดลาย และสีสันทันสมัย

นิยมนำผ้าไหมทอมือไปใช้ตกแต่งเป็นเครื่องแต่งกายประเภทใดบ้าง

ตอนที่ 4 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจผ้าไหมทอมือในชุมชนบ้านครัว

1. การทอผ้าไหมชุมชนบ้านครัว มีส่วนราชการหรือภาคเอกชนเข้ามาช่วยเหลือหรือไม่ และถ้ามีเข้ามาช่วยเหลือในด้านใด

2. วัสดุอุปกรณ์ในการผลิตผ้าไหมทอมือมีพัฒนาการอย่างไรตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน

3. ต้นทุนในการผลิตผ้าไหมทอมือในอดีตและปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงอย่างไร

ตอนที่ 5 กระบวนการถ่ายทอดความรู้

1. ท่านเรียนรู้กระบวนการผลิตผ้าไหมทอมือจากผู้ใดและท่านหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับผ้าไหมทอมือจากใคร

2. การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับผ้าไหมทอมือมีวิธีการอย่างไร และมีขั้นตอนอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

3. ท่านได้ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับวิธีการผลิตผ้าไหมบ้านครีวกับผู้ใดบ้าง

.....

.....

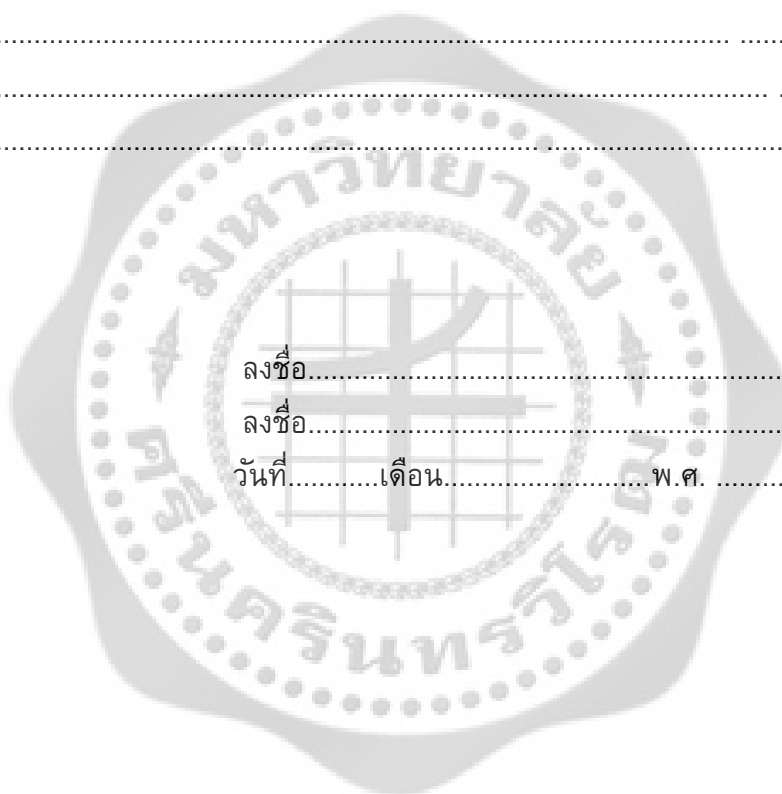
.....

4. ผู้ที่สนใจจะเรียนรู้กรรมวิธีการผลิตผ้าไหมบ้านครีวสามารถติดต่อท่านได้ช่องทางใด

.....

.....

.....



ลงชื่อ..... ผู้ให้สัมภาษณ์

ลงชื่อ..... ผู้สัมภาษณ์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ที่ให้สัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 3

การศึกษาและพัฒนาผลผลิตด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น
กรณีศึกษา ชุมชนบ้านครัว

แบบสัมภาษณ์นี้ใช้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบลวดลายบนผ้าทอ และแนวโน้มการออกแบบสิ่ง
ทอ (Textile Design Trends)

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบโครงสร้างผ้าทอ และเทรนด์
ในการออกแบบ

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์นี้มีทั้งหมด 3 ตอน ประกอบด้วย

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้เชี่ยวชาญ
2. ความคิดเห็นต่อแนวโน้มการออกแบบสิ่งทอ ที่เหมาะสมกับการนำไปออกแบบลวดลาย
ภาพประกอบลงบนผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว
3. ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อ.....นามสกุล.....

1. เพศ ชาย หญิง

2. อายุ..... ปี

3. การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. อาชีพ

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้ว

1. ผิวสัมผัสของผ้าเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

2. ลวดลายเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

3. สีของผ้าไหมทอมือเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

4. ถ้าจะนำผ้าไหมทอมือเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ชนิดใดได้บ้าง และถ้าเป็นเครื่องแต่งกายควรมีลักษณะอย่างไร

.....

.....

.....

ความคิดเห็นที่มีต่อแนวโน้มการออกแบบสิ่งทอ ที่เหมาะสมกับการนำไปออกแบบภาพประกอบเพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือ

แนวโน้มการออกแบบสิ่งทอ สำหรับปี 2014 รูปแบบใดที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่ามีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการออกแบบลวดลายจากภาพประกอบลงบนผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านคร้วได้บ้าง

.....

.....

.....

จากแนวโน้มเทรนด์ปี 2014 ในเรื่องแฟชั่น วัสดุ สี พื้นผิว และการใช้ชีวิต(อ้างอิงจาก: เจาะลึกเทรนด์โลก TREND 2014 โดย TCDC) โดยแบ่งออกเป็น 4 แนวทางดังนี้

1. สัญลักษณ์ของความเหือระดับ (NEW VIP)

ความเป็นมา

เมื่อชนชั้นกลางมีอำนาจทางเศรษฐกิจและการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น แนวโน้มการบริโภคสินค้าหรูในหลายประเทศมีอัตราที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การขยายตัวของชนชั้นกลาง รวมถึงการจับจ่ายที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในหมวดสินค้าหรู สะท้อนให้เห็นว่ามีความต้องการสินค้าดังกล่าวในกลุ่มคนทุกระดับ จนสินค้าหรูถูกลดระดับให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าเดิม ทำให้เศรษฐกิจผู้มั่งคั่งมีความต้องการสินค้าและบริการที่มีระดับมากกว่าชนชั้นกลางมากขึ้นไปอีก เพื่อสะท้อนสถานภาพและฐานะทางการเงินอย่างแท้จริง

แนวคิดในการออกแบบ

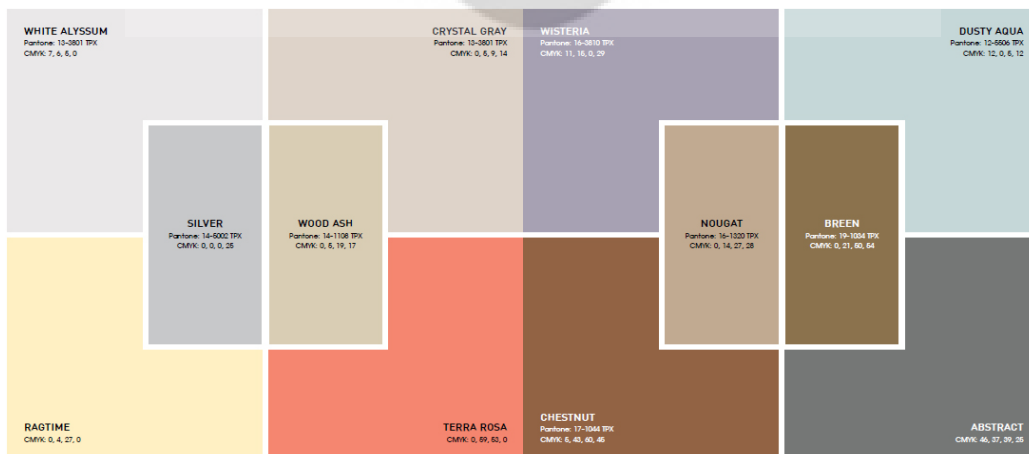
สถานภาพชั้นสูง

- เวชสำอางความงาม ผลิตขึ้นเพื่อความต้องการเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล
- ประสบการณ์สุดขั้ว เช่นการเดินทางท่องเที่ยวไปในอวกาศของเหล่ามหาเศรษฐี
- เซอร์วิซมี การวิจัยเพื่อพัฒนารักษาโรคมะเร็ง และการวิจัยเพื่อการเสริมสร้างความฉลาด เพิ่มศักยภาพและความสามารถ
- เข้าถึงได้ยาก (Deep Access) เช่นการซื้อบริการพิเศษส่วนบุคคลที่หาไม่ได้จากร้านค้าทั่วไป เช่นการอำนวยความสะดวกสบายระหว่างการเดินทาง โดยจะมีบริษัทที่ให้บริการในด้านนี้โดยเฉพาะ

เรื่องราวและภาพลักษณ์ที่น่าจดจำ

- ผลิตภัณฑ์ที่หายากและใช้ทักษะดั้งเดิมในการผลิต นักออกแบบหลายคนใช้ทักษะดั้งเดิมในการสร้างงานเพื่อคงลักษณะเฉพาะตัว ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกมามีคุณค่าและมูลค่า สะท้อนขั้นตอนการผลิตงานที่เป็นทักษะชั้นยอด และไม่ใช้ใครก็ทำได้ แม้กระทั่งเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัย (เจาะเทรนด์โลก 2014 โดย TCDC.2556: 53)
- สร้างมูลค่าจากความเรียบง่าย

สีส่น



2. การจัดระเบียบยุคใหม่ (REPROGRAMMING ERA)

ความเป็นมา

23 ปีหลังจากสงครามเย็นสิ้นสุดเมื่อปี 1991 ใช้อำนาจทางเศรษฐกิจและการเมืองของโลกอย่างรัสเซียและอเมริกาเปลี่ยนมาเป็นพันธมิตรเศรษฐกิจจึงไม่ใช่อำนาจการต่อรองที่เพียงพออีกต่อไป ทรัพยากรที่ลดลงเรื่อยๆ นำมาซึ่งข้อพิพาทเกี่ยวกับเขตแดนระหว่างประเทศ กระทั่งความแตกต่างด้านความคิดและความเชื่อสร้างความขัดแย้งระหว่างกลุ่มคนที่คิดต่าง ปัญหาที่ซับซ้อนสร้างเงื่อนไขที่ซับซ้อนในการดำเนินชีวิตมากขึ้นเรื่อยๆ ทัศนคติ ความเชื่อ ความศรัทธาถูกสั่นคลอนและปรับเปลี่ยนเพื่อนำไปสู่การยอมรับกติกาหรือความเป็นไปใหม่ของสังคม นอกจากนี้ความเปลี่ยนแปลงที่ไม่แน่นอนยังส่งผลไปถึงศูนย์รวมการยึดเหนี่ยวทางจิตใจอย่างศาสนจักร ซึ่งจำเป็นต้องสร้างความศรัทธาขึ้นมาใหม่ โดยกาปรับภาพลักษณ์ของคริสจักรโรมันคาทอลิกให้สามารถดำรงอยู่ได้ในโลกปัจจุบัน

แนวคิดในการออกแบบ

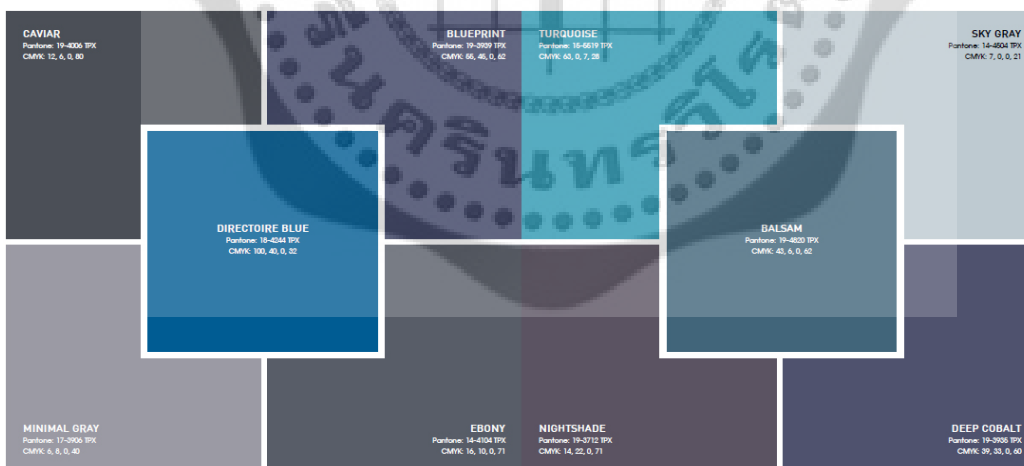
การปกป้องระดับสูง

- รูปทรงบริสุทธิ์ เหลี่ยมมุมชัดเจน แข็งแกร่งและมั่นคง
- กำแพง ที่กำบัง และรูปแบบการปกป้อง

การตอบโต้อย่างสุดโต่ง

- การแสดงออกในชั่วตรงข้าม
- มิติใหม่ด้านเพศ

สีสันท



3. เล่น (PLAY)

ความเป็นมา

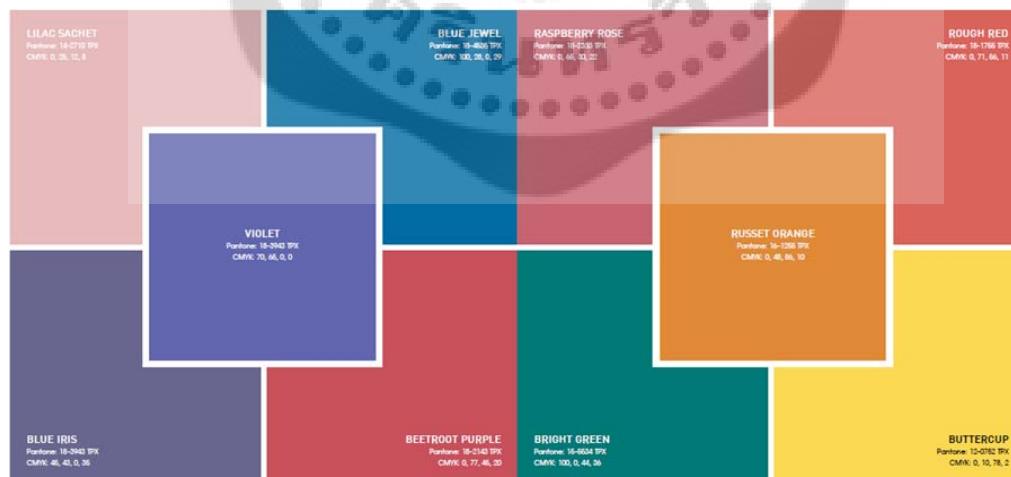
ในปี 2014 คนรุ่น Generation Y หรือกลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1979 – 1995 ซึ่งมีอายุ 19-35 ปี จะเริ่มทยอยเข้าสู่ตลาดแรงงานโดยบางส่วนจบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปหรือเทียบเท่า ในช่วง 10 ปีที่แรกของการเริ่มทำงานจะเป็นช่วงที่พวกเขากำลังเลื่อนขั้นเข้าสู่ระดับหัวหน้ากลุ่มหรือหัวหน้าแบบภายในระดับองค์กร ถือเป็นกลุ่มคนทำงานกลุ่มใหม่ที่ทำงานเข้าร่วมกับกลุ่ม Generation X และกลุ่ม Baby Boom บางส่วนที่ยังเหลืออยู่ในระดับอาวุโสขององค์กร

Generation Y เติบโตขึ้นมาในระบบแบบเศรษฐกิจยุคโลกาภิวัตน์ได้รับอิทธิพลแนวคิดแบบสากล ทั้งวิธีการเขียน และการสืบค้นข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต และระบบการทำงานแบบองค์กรที่มีความพร้อมและความทันสมัยมีประสิทธิภาพเทียบเท่าสากล ในขณะที่เดียวกันพวกเขาก็เติบโตขึ้นมาในช่วงตอนต้นของการพัฒนาเทคโนโลยี คือในช่วงเด็กเป็นยุคที่เพจเจอร์เฟื่องฟู และโตเป็นวัยรุ่นในช่วงที่เทคโนโลยีเบ่งบาน แทบทุกคนมีโทรศัพท์มือถือถือใช้ Generation Y จึงได้เรียนรู้และใช้ชีวิตอยู่กับเทคโนโลยีสมัยใหม่มากกว่า Generation X คนกลุ่มนี้จึงมีความคล่องตัวในการใช้และประยุกต์ดัดแปลงเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้อย่างฉลาด

แนวคิดในการออกแบบ

- จำนวนมาก ท่วมท้น ล้นทะลัก
- เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์
- อารมณ์ขัน และการผ่อนคลาย
- วัฒนธรรมป๊อปรูปแบบใหม่
- การระดมความฝัน

สีสันท



4. เมืองฉลาด (SMART CITY)

ความเป็นมา

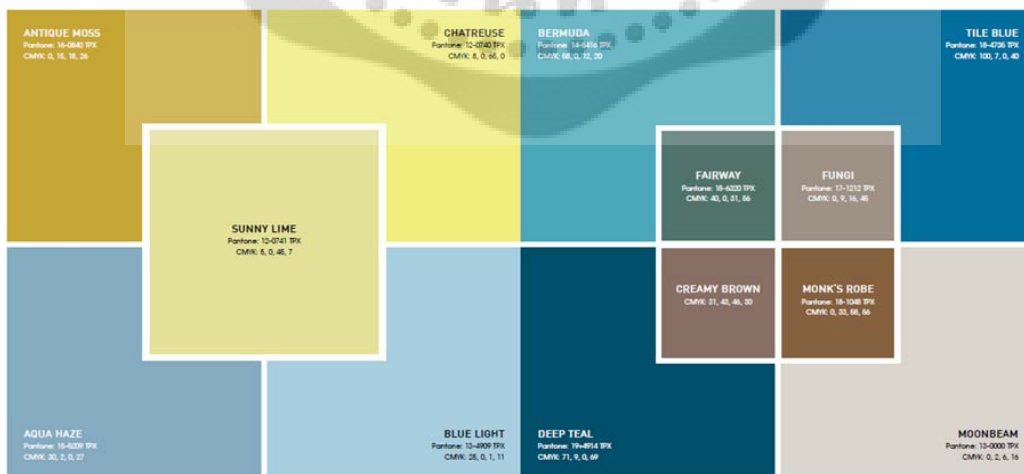
สัดส่วนจำนวนประชากรในเมืองที่เพิ่มขึ้น ผนวกกับสภาพทางเศรษฐกิจที่ไร้เสถียรภาพมาหลายปี รวมถึงความแปรผันจากภาวะทางสังคม และความไม่แน่นอนจากปัญหาทางสิ่งแวดล้อม ล้วนเป็นแรงผลักดันให้เราต้องสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นสำหรับเมือง นั้นหมายถึงการปรับปรุงบ้านหลังเดิมให้น่าอยู่เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในพื้นที่หลักของการใช้ชีวิตแต่ละวัน รวมถึงการมองหาทิศทางและวางกรอบสำหรับเมืองใหม่ที่ไม่ได้เป็นแค่ศูนย์กลางของความก้าวหน้า หากแต่เป็นการ บูรณาการในทุกมิติเพื่อสร้างความยั่งยืนสำหรับผู้อยู่อาศัย

การสร้างเมืองฉลาด (Smart City) กลายเป็นแนวโน้มสำคัญสำหรับปี 2014 แนวคิดนี้นำหลักการของเมืองยั่งยืนผนวกกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่กำหนดมาวางโครงสร้างพื้นฐานของเมือง ซึ่งจะมีผลต่อค่าใช้จ่าย ภาวะแวดล้อม การประหยัดพลังงาน ไปจนถึงการให้บริการด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มระดับคุณภาพชีวิตแก่ประชาชน การจัดการข้อมูลถือเป็นหัวใจของโมเดล “เมืองฉลาด” การเรียนรู้รูปแบบการใช้ชีวิตของคนเมืองจะช่วยให้สามารถมองหาความเป็นไปได้ในการแก้ปัญหา และออกแบบวิธีการให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตส่วนใหญ่ของคนเมืองมากที่สุด

แนวคิดในการออกแบบ

- ระบบการเดินทางสีเขียว
- ทิศทางยานพาหนะรุ่นใหม่
- รูปแบบการบริการการเดินทาง
- การโยกย้ายถิ่นฐานอย่างอิสระ
- การปฏิรูประบบอาหารในเมือง

สีสันท



เทรนด์การใช้สี Spring/Summer 2014

Ladies Soft Tones

LADIES
Soft Tones





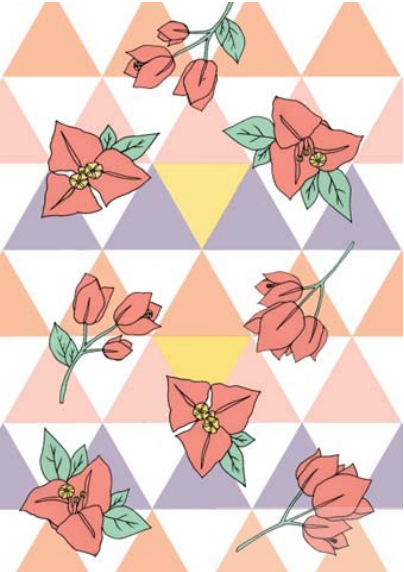

โทนสีพาสเทล

โทนสีอ่อนที่ดูอ่อนโยนสดใส เหมาะกับการเลือกใช้เป็นสีของเครื่องแต่งกายในเทรนด์ Spring/Summer 2014 เป็นสีที่เข้ากับผู้สวมใส่ได้ง่าย ประกอบด้วยสี เหลืองทอง ชมพู ชมพูอมส้ม ส้ม ม่วง ฟ้า และเขียว


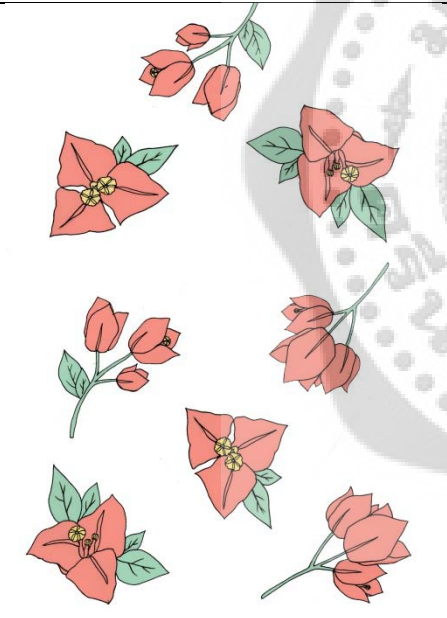
คำชี้แจง โปรดพิจารณาตารางต่อไปนี้ในด้านของ ความเหมาะสมของเทรนด์สีและแนวคิดในการออกแบบ ลวดลายจากภาพประกอบ แล้วพิจารณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็น โดยให้คะแนน ความคิดเห็นตามความเหมาะสม

ลวดลายจากภาพประกอบ (Illustration)	รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบ	ระดับความพึงพอใจ				
		1	2	3	4	5
 <p>รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบ ที่ 1</p>	-ลวดลายตรงตามแนวคิดการ ออกแบบ					
	-ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านครัว					
	-สีสันและองค์ประกอบลวดลายมี ความสวยงาม					
	- ลวดลายตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย					
 <p>รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบ ที่ 2</p>	-ลวดลายตรงตามแนวคิดการ ออกแบบ					
	-ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านครัว					
	-สีสันและองค์ประกอบลวดลายมี ความสวยงาม					
	- ลวดลายตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย					

 <p>รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบ ที่ 3</p>	<p>-ลวดลายตรงตามแนวความคิดการ ออกแบบ</p>					
	<p>-ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านครัว</p>					
	<p>-สีสันทันและองค์ประกอบลวดลายมี ความสวยงาม</p>					
	<p>- ลวดลายตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย</p>					
 <p>รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบ ที่ 4</p>	<p>-ลวดลายตรงตามแนวความคิดการ ออกแบบ</p>					
	<p>-ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านครัว</p>					
	<p>-สีสันทันและองค์ประกอบลวดลายมี ความสวยงาม</p>					
	<p>- ลวดลายตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย</p>					

 <p>รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบ ที่ 5</p>	<p>-ลวดลายตรงตามแนวความคิดการ ออกแบบ</p>					
 <p>รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบ ที่ 6</p>	<p>-ลวดลายตรงตามแนวความคิดการ ออกแบบ</p>					
	<p>-ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านครัว</p>					
	<p>-สีเส้นและองค์ประกอบลวดลายมี ความสวยงาม</p>					
	<p>- ลวดลายตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย</p>					
	<p>- ลวดลายตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย</p>					
	<p>-ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านครัว</p>					
	<p>-สีเส้นและองค์ประกอบลวดลายมี ความสวยงาม</p>					

 <p>รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบ ที่ 7</p>	<p>-ลวดลายตรงตามแนวคิดการ ออกแบบ</p>					
	<p>-ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านคร้ว</p>					
	<p>-สีเส้นและองค์ประกอบลวดลายมี ความสวยงาม</p>					
	<p>- ลวดลายตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย</p>					
 <p>รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบ ที่ 8</p>	<p>-ลวดลายตรงตามแนวคิดการ ออกแบบ</p>					
	<p>-ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านคร้ว</p>					
	<p>-สีเส้นและองค์ประกอบลวดลายมี ความสวยงาม</p>					
	<p>- ลวดลายตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย</p>					

 <p>รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบ ที่ 9</p>	-ลวดลายตรงตามแนวคิดการ ออกแบบ					
	-ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านครัว					
	-สีเส้นและองค์ประกอบลวดลายมี ความสวยงาม					
	- ลวดลายตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย					
 <p>รูปแบบลวดลายจากภาพประกอบแบบ ที่ 10</p>	-ลวดลายตรงตามแนวคิดการ ออกแบบ					
	-ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านครัว					
	-สีเส้นและองค์ประกอบลวดลายมี ความสวยงาม					
	- ลวดลายตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย					

ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าแนวทางใด มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการออกแบบลวดลายภาพประกอบ เพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือได้บ้าง

.....

.....

.....

ลวดลายควรเป็นอย่างไร

.....

.....

รูปแบบของผ้าไหมควรเป็นอย่างไร

.....

.....

สีสันทันที่ควรใช้ควรเป็นอย่างไร

.....

.....

รูปแบบของผลิตภัณฑ์ควรเป็นประเภทใด และถ้าเป็นเครื่องแต่งกายควรจะเป็นลักษณะแบบใด

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการออกแบบลวดลายจากภาพประกอบเพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือ

.....

.....

ลงชื่อ..... ผู้ให้สัมภาษณ์
 ลงชื่อ..... ผู้สัมภาษณ์
 วันที่.....เดือน..... พ.ศ. ที่ให้สัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 4

การศึกษาและพัฒนาผลผลิตด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่น
กรณีศึกษา ชุมชนบ้านคร้ว

แบบสัมภาษณ์นี้ใช้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบภาพประกอบ (Illustration) และการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์ที่มีการพิมพ์ผลผลิตจากภาพประกอบ

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบภาพประกอบ และ
ผลิตภัณฑ์ที่มีการพิมพ์ผลผลิตจากภาพประกอบ

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์นี้มีทั้งหมด 3 ตอน ประกอบด้วย

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้เชี่ยวชาญ
2. ความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบผลผลิตจากภาพประกอบ ที่เหมาะสมกับการนำไปพัฒนาเป็น
ผลผลิตลงบนผ้าไหมทอมือ
3. ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อ.....นามสกุล.....

1. เพศ ชาย หญิง

2. อายุ..... ปี

3. การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. อาชีพ

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อการออกแบบลวดลายจากภาพประกอบ ที่เหมาะสมกับการนำไปพัฒนาเป็น ลวดลายลงบนผ้าไหมทอมือ

ลวดลายที่ออกแบบจากภาพประกอบแบบใดเหมาะที่จะนำไปพิมพ์ลงในสิ่งทอ

.....

.....

.....

ท่านมีหลักการอย่างไรในการออกแบบภาพประกอบ

.....

.....

.....

ท่านมีการออกแบบคาเรเตอร์ต่างๆที่มาจากวรรณกรรมเด็กอย่างไร

.....

.....

.....

ท่านคิดว่าเทคนิคใดมีความน่าสนใจในการออกแบบลวดลายจากภาพประกอบมากที่สุด

.....

.....

.....

ท่านคิดว่าการวางลวดลายแบบใดสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์มากที่สุด

.....

.....

.....

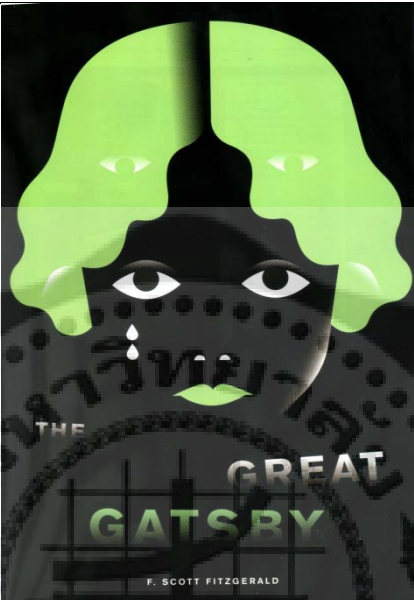

ท่านคิดว่าวรรณกรรมเยาวชนเรื่อง อลิซท่องแดนมหัศจรรย์ (Alice's Adventure in Wonderland) มีความน่าสนใจที่จะนำมาถ่ายทอดเป็นภาพประกอบเพื่อการออกแบบลวดลายหรือไม่ ในด้านใดบ้าง


.....

.....

.....

คำชี้แจง โปรดพิจารณาภาพประกอบต่อไปนี้ในด้านของ ความเหมาะสมในการออกแบบในลวดลาย แล้ว
พิจารณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็น โดยให้คะแนนความคิดเห็นตามความเหมาะสม

รูปแบบลวดลาย	ตัวอย่างลวดลายจากภาพประกอบ (Illustration)	ระดับความเหมาะสม				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<p>1. คอมพิวเตอร์กราฟิก</p> <p>การออกแบบภาพประกอบที่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการสร้างผลงาน ภาพที่วาดในระบบคอมพิวเตอร์กราฟิกสามารถกำหนดสี แสงเงา รูปแบบลายเส้นที่ต้องการได้โดยง่าย ข้อดีของการใช้คอมพิวเตอร์วาดภาพก็คือ เราสามารถแก้ไขเพิ่มเติมส่วนที่ต้องการได้ง่าย</p>						
<p>2. การวาดเส้น (Drawing)</p> <p>การสร้างลายเส้น และการลงน้ำหนักโดยการวาดภาพด้วยมือแสดงให้เห็นทักษะการวาดภาพ และเอกลักษณ์ของผู้วาด ผลงานที่ได้จะมีความนุ่มนวลของลายเส้น</p>						

<p>3.การคอลลาจ เป็นการนำรูปภาพต่างๆมาจัดวาง องค์ประกอบเข้าด้วยกัน</p>						
---	--	--	--	--	--	--

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการออกแบบลวดลายจากภาพประกอบเพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือ

.....

.....

.....

ลงชื่อ..... ผู้ให้สัมภาษณ์

ลงชื่อ..... ผู้สัมภาษณ์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.ที่ให้สัมภาษณ์

แบบสอบถาม ชุดที่ 1

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง การศึกษาและพัฒนาผลผลิตด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบเพื่อพัฒนา
ผลิตภัณฑ์แฟชั่น กรณีศึกษา ชุมชนบ้านครัว
โตน นางสาวชญญา มานะกุล นักศึกษาปริญญาโท
สาขา วัตกรรมการออกแบบ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในการทำแบบสอบถาม และ
ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

วัตถุประสงค์ ความต้องการด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ และผลผลิตจากการออกแบบภาพประกอบที่พิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือ ชุมชนบ้านครัว

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาในเรื่องความต้องการด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ และผลผลิตจากการออกแบบภาพประกอบที่พิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือชุมชนบ้านครัว โดยแบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัย
- ตอนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผ้าไหมทอมือ
- ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

6. ท่านต้องการผ้าไหมทอมือในรูปแบบใด

- ร่วมสมัย ล้าสมัย คลาสสิก แบบโบราณ

7. จากภาพทางด้านล่างผลิตภัณฑ์ทางแฟชั่นที่พิมพ์ลวดลายแบบใดที่ท่านใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด



- ผ้าพันคอ เสื้อยืด กระเป๋า ชุดลำลอง

8. ท่านคิดว่าลวดลายที่ออกแบบมาจากการเขียนภาพประกอบ (Illustration) มีความน่าสนใจมากน้อยแค่ไหนในการนำมาพิมพ์ลวดลายลงบนผืนผ้าไหม

- สนใจมาก ปานกลาง น้อย ไม่สนใจ

9. ปัจจุบันมีนักวาดภาพประกอบหลายรายที่นำภาพประกอบมาใช้พิมพ์ลงบนผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น เคสโทรศัพท์มือถือถือ กระเป๋า หรือ เสื้อผ้า ท่านมีความสนใจในลวดลายที่ออกแบบมาจากภาพประกอบเหล่านั้นหรือไม่

- สนใจมาก ปานกลาง น้อย ไม่สนใจ

10. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าการนำลวดลายจากภาพประกอบมาพิมพ์ลงบนผ้าไหมจะสามารถนำไปออกแบบเป็นเสื้อผ้าจะมีส่วนในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างความน่าประทับใจได้

- มากที่สุด ปานกลาง น้อย ไม่เห็นด้วย

11. ท่านมีหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นจากผ้าไหมทอมืออย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ลวดลาย สีสันทัน ราคา รูปแบบการตัดเย็บ แหล่งผลิต
- ความทนทาน กรรมวิธีในการผลิต ประโยชน์ใช้สอย ผิวสัมผัสของเนื้อผ้า

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในด้านลวดลายที่ออกแบบมาจากการเขียนภาพประกอบ (Illustration)

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การประเมินแบ่งเป็น ระดับต่าง ๆ ดังนี้


5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

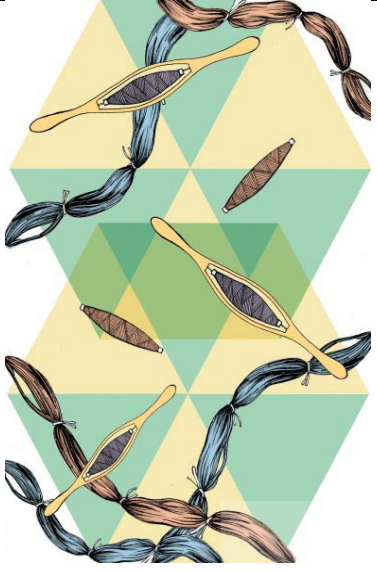
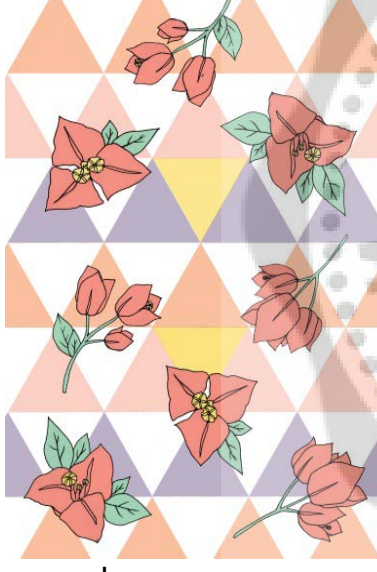
4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก



3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย

1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ลวดลายจากภาพประกอบ (Illustration)	รูปแบบลวดลายจาก ภาพประกอบ	ระดับความพึงพอใจ				
		1	2	3	4	5
 <p>รูปแบบลวดลายจาก ภาพประกอบแบบที่ 1</p>	-ลวดลายตรงตามแนวคิดการ ออกแบบ					
	-ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านครัว					
	-สีเส้นและองค์ประกอบลวดลายมี ความสวยงาม					
	-ลวดลายตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย					

 <p>รูปแบบลวดลายจาก ภาพประกอบแบบที่ 2</p>	<p>-ลวดลายตรงตามแนวคิดการ ออกแบบ</p>					
	<p>-ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านคร้ว</p>					
	<p>-สีเส้นและองค์ประกอบลวดลายมี ความสวยงาม</p>					
	<p>- ลวดลายตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย</p>					
 <p>รูปแบบลวดลายจาก ภาพประกอบแบบที่ 3</p>	<p>-ลวดลายตรงตามแนวคิดการ ออกแบบ</p>					
	<p>-ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านคร้ว</p>					
	<p>-สีเส้นและองค์ประกอบลวดลายมี ความสวยงาม</p>					
	<p>-ลวดลายตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย</p>					

 <p>รูปแบบลวดลายจาก ภาพประกอบแบบที่ 4</p>	-ลวดลายตรงตามแนวคิดการ ออกแบบ					
	-ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านครัว					
	-สีเส้นและองค์ประกอบลวดลายมี ความสวยงาม					
	-ลวดลายตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย					
 <p>รูปแบบลวดลายจาก ภาพประกอบแบบที่ 5</p>	-ลวดลายตรงตามแนวคิดการ ออกแบบ					
	-ลวดลายแสดงถึงอัตลักษณ์ของ ชุมชนบ้านครัว					
	-สีเส้นและองค์ประกอบลวดลายมี ความสวยงาม					
	-ลวดลายตรงกับความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย					

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผ้าไหมทอมือ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องตารางที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

พฤติกรรม การซื้อ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ	ระดับความพึงพอใจ				
	1	2	3	4	5
1. สินค้ามีรูปแบบที่สวยงาม น่าใช้สอย					
2. สินค้ามีกระบวนการผลิตอย่างประณีตจากภูมิปัญญา โบราณของชุมชนบ้านครัว					
3. สินค้ามีความแตกต่างจากผ้าไหมทั่วไปเพราะทำในระบบ อุตสาหกรรมแบบครัวเรือน					
4. สินค้าได้ผ่านกระบวนการออกแบบให้มีรูปแบบ และ ลวดลายร่วมสมัย					
5. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ					
6. ลวดลายที่พิมพ์ออกแบบจากภาพประกอบจึงทำให้สินค้ามี เอกลักษณ์					
7. สินค้าช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้สวมใส่					
8. ช่วยส่งเสริมให้กิจการการทอไหมทอมือชุมชนบ้านครัวมี ตลาดรองรับมากขึ้น					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ท่านมีความคิดเห็นหรือความต้องการเพิ่มเติมใดบ้าง ในด้านการออกแบบลดสายจากภาพประกอบ เพื่อพิมพ์ลงบนผ้าไหมทอมือ

.....

.....

.....

.....

.....ขอบพระคุณทุกท่าน สำหรับความร่วมมือ.....





ภาคผนวก ข

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 15664

ที่ ศธ 0519.12/๐๖๔ วันที่ ๗ มกราคม 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะมนุษยศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวชญญา มานะกุล นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาศิลปกรรม (นวัตกรรมการออกแบบ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญาโท เรื่อง “การศึกษาและพัฒนา ลวดลายด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบเพื่อผลิตภัณฑ์แฟชั่น กรณีศึกษาชุมชนบ้านครัว” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเทพ มุสิกะปาน และ อาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์เกริก ยืนพันธ์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสัมภาษณ์ และแบบประเมิน

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวชญญา มานะกุล และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 081-443-1971

ที่ ศธ 0519.12/๒๖3



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๖ มกราคม 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้จัดการทั่วไป ร้านโคมพัสตาร์

เนื่องด้วย นางสาวชญญา มานะกุล นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาศิลปกรรม (นวัตกรรมการออกแบบ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญาโท เรื่อง “การศึกษาและพัฒนา ลวดลายด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบเพื่อผลิตภัณฑ์แฟชั่น กรณีศึกษาชุมชนบ้านครัว” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเทพ มุสิกะปาน และ อาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ คุณรัตนาพร สังขทิพย์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสัมภาษณ์ และ แบบประเมิน

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวชญญา มานะกุล และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

ที่ ศธ 0519.12/ ๑ ๗๒



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๗ มกราคม 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คุณมนัสนันท์ เบนจรงค์จินดา

เนื่องด้วย นางสาวชญญา มานะกุล นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาศิลปกรรม (นวัตกรรมการออกแบบ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนา ลวดลายด้วยกระบวนการออกแบบภาพประกอบเพื่อผลิตภัณฑ์แฟชั่น กรณีศึกษาชุมชนบ้านครัว” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิเทพ มุสิกะปาน และ อาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสัมภาษณ์ และแบบประเมิน

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวชญญา มานะกุล และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 081-443-1971



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวชญญา มานะกุล
วันเดือนปีเกิด	12 กรกฎาคม 2528
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	595/15 ถ.ลาดพร้าว ซ.ลาดพร้าว 87 แขวงบึงทองหลาง เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร. 10310

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2546	ระดับมัธยมศึกษา จาก โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย แผนการเรียน ศิลป์ภาษาอังกฤษ-ฝรั่งเศส จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2554	ระดับปริญญาตรี จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขาทัศนศิลป์-จินตทัศน์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2557	ระดับปริญญาโท จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะศิลปกรรมศาสตร์ สาขานวัตกรรมการออกแบบ กรุงเทพมหานคร