

การศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย  
เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ

กรกฎาคม 2558

การศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปปะการแต่งกายไทย  
เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ

กรกฎาคม 2558

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย  
เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอนุรักษ์ศิลปกรรมและการออกแบบ

กรกฎาคม 2558

ปวีณนันท์ ศักดิ์ธงชัย. (2558). การศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทยเพื่อเพิ่มมูลค่ากรณีศึกษาผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาปริญญาโทศิลป.ม. (นวัตกรรมการออกแบบ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม ดร.กรกมล คำสุข, รศ.สินีนารถ เลิศไพโรวัน.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทยเพื่อเพิ่มมูลค่ากรณีศึกษาผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา กล่าวคือเพื่อศึกษาและพัฒนาผ้าไหมบ้านธงชัยให้มีรูปแบบที่เหมาะสมในการนำมาผลิตชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นเพื่อให้เกิดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบ้านธงชัยโดยการพัฒนารูปแบบของผ้าไหมและนำมาออกแบบเป็นสินค้าแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น

ผลการศึกษวิจัยพบว่ารูปแบบแนวความคิดที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทยเพื่อเพิ่มมูลค่ากรณีศึกษาผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา โดยถูกคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน จากจำนวน 4 รูปแบบ ปรากฏว่า แนวความคิด NEXTPLORER ความท้าทายในดินแดนอื่นมีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทยเพื่อเพิ่มมูลค่ากรณีศึกษาผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ซึ่งถูกคัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ คัดเลือกจากลวดลายทั้งหมด 5 ลวดลายให้เหลือ 2 ลวดลายได้แก่ ลายหมี่ชั้นพระจันทร์ครึ่ง และลายใบไม้

โดยผู้วิจัยได้เอาผลการศึกษาดังกล่าวมาจัดทำเป็นแบบร่าง จำนวน 15 แบบ และลวดลาย จำนวน 10 ลาย โดยในแต่ละลายจะมี 3 สี เพื่อทำการคัดเลือกแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นโดยผู้เชี่ยวชาญ ในอันดับต่อไป โดยแบบร่าง และลวดลายของ ชุดว่ายน้ำ สตรีวัยรุ่น ลายจึงออกแบบโดยใช้ทฤษฎีการจัดวางลาย วิธีการต่อลาย (Repert) ของ Peter Phillips และ Gillian Bunce เปลี่ยนรูปแบบให้เกิดเป็นลวดลายใหม่ และนำมาทำเป็นชุดว่ายน้ำ ซึ่งมีแนวความคิดการออกแบบชุดว่ายน้ำได้แนวความคิดมาจาก Young Girl สีออกมากในรูปแบบของชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมสำหรับวัยรุ่น ที่เป็นวัยที่มีความน่ารัก สดใส ผู้วิจัยจึงตั้งใจที่จะออกแบบให้ชุดว่ายน้ำนี้มีการปกปิดเรือนร่างที่ค่อนข้างมิดชิด เพื่อให้เหมาะสมกับวัย และรวมถึงลวดลายที่ประยุกต์มาจากผ้าไหมมัดหมี่ จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้องค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทยเพื่อเพิ่มมูลค่ากรณีศึกษาผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

THE STUDY AND DEVELOPMENT OF YOUNG WOMEN'S SWIMWEAR TO PROMOTE  
THAILAND INTERNATIONAL IDENTITY CASE STUDY THAI SILK THONG CHAI VILLAGE  
PAK THONG CHAI DISTRICT NAKHON RATCHASRIMA



Presented in Partical Fulfillment of the Requirements for the  
Master of Fine Arts Degree in Design Innovation  
at Srinakharinwirot University  
July 2015

Paveenun Sakthongchai. (2558). *The Study and Development of Youne Women's Swimwear to Promote Thailand International Identity Case Study Thai Silk Thong Chail Village Pak Thong Chai District Nakhon Ratchasrima*. Master thesis, M.F.A. (Design Innovation). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Dr.Koraklod Kumsook, Assoc. Prof. Sineenart Laedpriwan.

The purpose of this study is to study and develop the young women's swimwear to promote Thailand international identity, case study: Thai silk of Thong Chai village, Pak Thong Chai district, Nakorn ratchasrima province. That is to study and develop Thai silk of Thong Chai village for producing young women's swimwear in an appropriated pattern, also, to provide the variety of Thai silk of Thong Chai village by developing silk pattern and design for young women's swimwear as current trend.

The result of this study states that appropriated concept design of development for the young women's swimwear to promote Thailand international identity, case study: Thai silk of Thong Chai village, Pak Thong Chai district, Nakorn ratchasrima province, has been selected by 3 experts for 4 designs and shown that the NEXTPLORER concept is the most appropriated to develop the young women's swimwear to promote Thailand international identity, case study: Thai silk of Thong Chai village, Pak Thong Chai district, Nakorn ratchasrima province.

The appropriated mudmee silk designs, which were selected by experts from 5 to 2 designs for developing the young women's swimwear to promote Thailand international identity, case study: Thai silk of Thong Chai village, Pak Thong Chai district, Nakorn ratchasrima province, is Weft ikat silk with half-moon and Bamboo leaves.

The results have been applied for 15 draft patterns and 10 designs with 3 colors each for selecting drafts of young women's swimwear by the expert. Researcher applies theory of design composition ; Repert by Peter Phillips and Gillian Bunce for contemporary design to produce. The concept is from Young Girl and adapted from mudmee silk design, which it presents the loveliness, freshness, not be sexy. Therefore, this study will provide the new knowledge for development of the young women's swimwear to promote Thailand international identity, case study: Thai silk of Thong Chai village, Pak Thong Chai district, Nakorn ratchasrima province.



งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย  
จาก  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปริญญาานิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย  
เพื่อเพิ่มมูลค่า ทัศนศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

ของ

ปวีณนันท์ ศักดิ์ธงชัย

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบ  
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2558

คณะกรรมการควบคุมปริญญาานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ประธาน

..... ประธาน

(อาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข)

(ผศ. ดร. จวิเทพ มุสิกะปาน)

..... กรรมการ

..... กรรมการ

(ร.ศ. สินีนาถ เลิศไพรวัง)

(อาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข)

..... กรรมการ

(ร.ศ. สินีนาถ เลิศไพรวัง)

..... กรรมการ

(ร.ศ. ทินกร กาษรสุวรรณ)

## ประกาศคุณูปการ

ปริญญาานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์จากคณะกรรมการบริหารหลักสูตร ศิลปกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต วิชาเอกนวัตกรรมการออกแบบ และด้วยความกรุณาอย่างสูงยิ่งจาก ดร.กรกมล คำสุข, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิเทพ มุสิกะปาน และผู้ช่วยศาสตราจารย์ สินีนาถ เลิศไพโรจน์ รวมถึงคณะกรรมการผู้ควบคุมปริญญาานิพนธ์ทุกท่าน ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกๆ ท่านที่ได้ให้ความรู้ ให้คำปรึกษาและคำแนะนำต่างๆ ที่มีคุณค่า จนทำให้ปริญญาานิพนธ์นี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์ และผู้ที่ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ทำให้การดำเนินงานโครงการปริญญาานิพนธ์นี้ สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณกลุ่มทอผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา และผู้เชี่ยวชาญในการทอผ้าทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ใหม่ๆ ที่หาไม่ได้จากห้องเรียน ให้ความรู้และให้คำปรึกษาแก่ข้าพเจ้า แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของอาชีพ/งานหัตถกรรมด้านการทอผ้า ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาของบรรพชนไทย ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ และเรียนรู้สืบต่อไป

ขอขอบพระคุณ อาจารย์วิวัฒน์ หิรัญพุกษ์, อาจารย์สรวรยา จอมเทพมาลา และ คุณสโลมัย บุญญานุสิทธิ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสิ่งทอและแฟชั่น ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษา แนะนำ ในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ประกอบการวิจัยจนทำให้งานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์

ขอขอบคุณเพื่อนๆ นิสิตปริญญาศิลปกรรมศาสตร์มหาบัณฑิตสาขานวัตกรรมการออกแบบหมุ่นทุกท่านที่ให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือและมิตรภาพที่ดีแก่ข้าพเจ้า

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณครอบครัวของผู้วิจัยที่ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ เป็นกำลังใจและให้คำปรึกษาแก่ผู้วิจัยมาตลอด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ปวีณ์นันท์ ศักดิ์ธงชัย

# สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	5
ความสำคัญของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
สมมติฐานในการวิจัย	7
2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเสื้อผ้า	8
แนวคิดเกี่ยวกับชุดว่ายน้ำ	19
แนวคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์ความเป็นไทย	21
ข้อมูลเกี่ยวกับเทรนด์แฟชั่น 2015/2016	36
แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบสากล	40
แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง	42
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	59
3 วิธีดำเนินการวิจัย	63
การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	64
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	64
การเก็บรวบรวมข้อมูล	66
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	68
วิธีการดำเนินงานวิจัย	69
4 การวิเคราะห์ข้อมูล	70
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหารูปแบบ ของผ้าไหมบ้านธงชัย	
อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรี	
วัยรุ่น สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 – 25 ปี	71

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 (ต่อ)	
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อคัดเลือกแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 1.....	83
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อคัดเลือกหาแบบร่างของ ชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่ตรงความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 2.....	101
ส่วนที่ 4 การผลิตชิ้นงานต้นแบบของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา.....	107
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	115
สรุปผลการวิเคราะห์.....	116
อภิปรายผล.....	120
ข้อเสนอแนะ.....	122
บรรณานุกรม.....	124
ภาคผนวก.....	130
ภาคผนวก ก.....	131
ภาคผนวก ข.....	156
ภาคผนวก ค.....	160
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	162

## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงราคาของประเภทผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากผ้าไหม.....	4
2 แสดงราคาของประเภทผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากผ้าไหม.....	35
3 แสดงคำถาม (6Ws และ 1H) คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os) กลยุทธ์ การตลาดที่เกี่ยวข้อง.....	50
4 แสดงความเหมาะสมของรูปแบบแนวความคิด TIME MAVERICK อิสระจากกาลเวลาที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา.....	72
5 แสดงความเหมาะสมของรูปแบบแนวความคิดNEXTPLORER ความท้าทาย ในดินแดนอื่นที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา.....	73
6 แสดงความเหมาะสมของรูปแบบแนวความคิดAGE OF CONTEXT ยุคแห่งการเข้าใจ ความหมายที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา.....	74
7 แสดงความเหมาะสมของรูปแบบแนวความคิดSUPER-NATUREAL ธรรมชาติเหนือจริงที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา.....	75
8 สรุปความเหมาะสมของรูปแบบแนวความคิดที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำ สตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา.....	76
9 แสดงความเหมาะสมของลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ลายโบราณดวงแหที่เหมาะสม ต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา.....	77



## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
19 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 4 ที่เหมาะสมต่อ การพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา.....	93
20 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 5 ที่เหมาะสมต่อ การพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา.....	94
21 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 6 ที่เหมาะสมต่อ การพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา.....	95
22 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 7 ที่เหมาะสมต่อ การพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา.....	96
23 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 8 ที่เหมาะสมต่อ การพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา.....	97
24 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 9 ที่เหมาะสมต่อ การพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา.....	98
25 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 10 ที่เหมาะสมต่อ การพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา.....	99
26 ความเหมาะสมของแบบร่างชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมต่อการพัฒนา ชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา.....	100
27 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	103
28 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่พัฒนาจากแบบร่าง และลวดลายของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา	106

## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แนวความคิดอิสระจากการเวลา (Time Marverick).....	37
2 แนวความคิดความท้าทายในดินแดนอื่น (Next-Plorers).....	38
3 แนวความคิดยุคแห่งการเข้าใจความหมาย (Age of Context).....	39
4 แนวความคิดธรรมชาติเหนือจริง (Super-Natureal).....	40
5 ช่วงอายุระหว่างGen-Y และ Gen-M.....	47
6 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค .....	54
7 แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น จำนวน 15 แบบ .....	84
8 แบบร่างลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น .....	87
9 แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น จำนวน 10 แบบที่ถูกคัดเลือกมาจากแบบสอบถาม ชุดที่ 2 .....	102
10 ลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 9 ที่ถูกคัดเลือกมาจากแบบสอบถามชุดที่ 2 ..	103
11 แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น จำนวน 10 แบบ .....	105
12 วิธีการผูกมัดเส้นไหมให้เป็นลวดลายตามแบบร่าง .....	109
13 ลวดลายจากการมัดและนำเส้นไหมไปย้อม .....	109
14 ผ้าไหมมัดหมี่ทอลายตามแบบร่าง .....	110
15 ผ้าสเปนเด็ก(ผ้าว่ายน้ำ) พิมพ์ลายตามแบบร่าง .....	110
16 ผ้ามัดหมี่ลวดลายตามแบบร่าง และผ้าสเปนเด็ก(ผ้าว่ายน้ำ) สีพื้น ตามแบบร่าง .....	111
17 เย็บประกอบชุด .....	111
18 ผลงานต้นแบบของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะ การแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ตามแบบร่างที่ 1 .....	112
19 ผลงานต้นแบบของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะ การแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ตามแบบร่างที่ 2 .....	112

## บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
20 ผลงานต้นแบบของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะ การแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ตามแบบร่างที่ 6 .....	113
21 ผลงานต้นแบบของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะ การแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ตามแบบร่างที่ 9 .....	113
22 ผลงานต้นแบบของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะ การแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ตามแบบร่างที่ 10 .....	114
23 แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จำนวน 10 แบบที่ถูกคัดเลือก มาจากแบบสอบถามชุดที่ 2 .....	118
24 แบบชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จำนวน 5 แบบที่ถูกคัดเลือกมา จากความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง .....	119

# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

เสื้อผ้าหรือเครื่องแต่งกายหรือเครื่องนุ่งห่ม ในอดีตนั้นเป็นสิ่งที่มนุษย์สวมใส่เพื่อปกป้องจากสภาวะอากาศ สภาพแวดล้อม ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความสุขภาพ และเพื่อสะท้อนถึงสังคม ศาสนา วัฒนธรรม ความเป็นมาของเครื่องแต่งกายมนุษย์นั้น เริ่มสืบเนื่องมาจากมนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องหาสิ่งปกป้องร่างกายหรือเครื่องนุ่งห่มเพื่อช่วยป้องกันร่างกายจากอากาศหนาวร้อน ป้องกันอันตรายต่างๆ จากธรรมชาติ เช่นความแปรปรวนของดินฟ้าอากาศ สัตว์ร้ายและแมลงต่างๆ แต่ระยะต่อมามนุษย์ได้มีการพัฒนาเสื้อผ้าหรือเครื่องแต่งกายหรือเครื่องนุ่งห่มให้มีความสวยงาม ให้ผู้สวมใส่ดูสง่างาม และเลือกใส่ตามฐานะทางสังคม นอกจากการสวมใส่เพื่อความสวยงามแล้วนั้น ยังมีการพัฒนาเสื้อผ้าหรือเครื่องแต่งกาย ให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ของการดำเนินชีวิตอีกด้วย อย่างเช่น ชุดทำงาน ชุดไปงานแต่งงาน งานศพวมไปถึงเสื้อผ้าที่สวมใส่สำหรับการออกกำลังกาย (รชวิก ร. 2553: 1)

โดยการออกกำลังกาย หรือการเล่นกีฬา ย่อมมีความแตกต่างกันทั้งด้านการเคลื่อนไหว วิธีการเล่นอุปกรณ์แม้กระทั่งสถานที่ในการออกกำลังกายที่แตกต่างกันไปซึ่งประเภทกีฬาอย่างหนึ่งที่ต้องใช้เครื่องแต่งกายสำหรับกีฬาประเภทนี้โดยเฉพาะ และสถานที่ในการเล่นกีฬาประเภทนี้แตกต่างไปจากกีฬาประเภทอื่นอย่างชัดเจนนั่นก็คือการว่ายน้ำ นั่นเป็นกีฬาที่มีการเล่นกันมานานมากย้อนหลังเป็นพันๆ ปี เพราะการว่ายน้ำเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ทั้งเพื่อเหตุผลของการดำรงชีวิตและเหตุผลการแข่งขัน ในอดีตการว่ายน้ำมุ่งเน้นที่เพื่อการช่วยเหลือชีวิต จึงมีการเรียนการสอนว่ายน้ำในสถาบันการศึกษาเพื่อช่วยให้เด็กหรือนักเรียนเรียนรู้การช่วยเหลือตัวเองเมื่อเกี่ยวข้องกับน้ำ การแข่งขันว่ายน้ำถูกจัดขึ้นครั้งแรกในประเทศทางแถบยุโรป ราวปี ค.ศ. 1800 และกีฬาว่ายน้ำถูกบรรจุไว้ในการแข่งขันโอลิมปิก ในปี ค.ศ. 1896 ที่เมืองเอเธนส์ ประเทศกรีซ อย่างไรก็ตามการว่ายน้ำและการแข่งขันไม่มีรายการแข่งขันที่ผู้หญิงลงแข่งขัน จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1902 ที่ผู้หญิงได้เข้าร่วมการแข่งขันได้ นอกจากเทคโนโลยีในการพัฒนาความเร็วของร่างกายของผู้ว่ายน้ำแล้วอุปกรณ์ที่ใช้ในการว่ายน้ำได้แก่ ชุดว่ายน้ำ หมวก และแว่นใสในน้ำก็เป็นอีกส่วนที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการของการว่ายน้ำ สิ่งเหล่านี้ช่วยให้นักกีฬาหลายคนสามารถสร้างสถิติใหม่ และประสบความสำเร็จในการว่ายน้ำอย่างมาก (ฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา. 2554)

แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันชุดว่ายน้ำไม่ได้ถูกผลิตขึ้นมาสำหรับการใช้ในการออกกำลังกายเพียงเท่านั้นแต่ถูกผลิตมาในเชิงแฟชั่นอีกด้วยซึ่งแฟชั่นเกี่ยวข้องกับกระแสมความนิยมของกลุ่มคนในช่วงเวลาใดช่วงเวลานึงดังนั้นกลุ่มผลิตภัณฑ์แฟชั่นจึงมีวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สั้นกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไปและมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลารูทริกแฟชั่นเป็นธุรกิจที่มีการดำเนินกิจการเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สองกลุ่มหลักได้แก่กลุ่มเครื่องแต่งกาย(Clothing) และกลุ่มเครื่องประกอบเครื่องแต่งกาย(Fashion Accessories) (ณัฐสุภา เจริญยิ่งวัฒนา . 2553; อ้างอิงจาก Datamonitor. 2010: 12) โดยเหตุผลส่วนหนึ่งที่ทำให้ชุดว่ายน้ำนั้นถูกออกแบบมามากกว่าการใช้สำหรับการออกกำลังกาย ก็คือการท่องเที่ยวทะเล ซึ่งจะเป็นสถานที่ ๆ ผู้คนนิยมมาว่ายน้ำ อาบแดด รวมถึงการใช้ชีวิตริเวอริ่งเนื่องจากประเทศไทยมีจุดเด่นของการท่องเที่ยวทางทะเล ที่ดึงดูดทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวในประเทศด้วย ซึ่งช่วงที่ตลาดชุดว่ายน้ำเติบโตสูงที่สุดนั้นก็คือช่วงไตรมาสที่ 2 ของทุกปีก็คือเดือนกุมภาพันธ์ ถึงปลายเดือนเมษายน ตลาดชุดว่ายน้ำจะเริ่มมีความคึกคักขึ้น เนื่องจากเป็นช่วงหน้าร้อนก่อนจะซบเซาลงตามฤดูกาลท่องเที่ยว โดยจะกลับมาเติบโตอีกครั้งในช่วงตุลาคมไปจนถึงปลายปี (ธีรดา อัมพวงษ์. 2557; อ้างอิงจาก สยามธุรกิจ. 2557)

ในปี 2557 มูลค่าตลาดรวมชุดว่ายน้ำในประเทศไทย มีมูลค่ากว่า 3.5 พันล้านบาท โดยในปี 2557 นี้คาดการณ์ว่าจะมีการเติบโตประมาณ 15% เนื่องจากภาพรวมเศรษฐกิจ โดยเฉพาะเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการจำหน่ายชุดว่ายน้ำ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมมาซื้อชุดว่ายน้ำในประเทศไทย เนื่องจากราคาที่ถูกลงกว่า อีกทั้งคนไทยในปัจจุบันก็ออกมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดกันมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงปิดเทอมหน้าร้อน ซึ่งตรงกับประเพณีสงกรานต์อีกด้วย ส่งผลให้ตลาดชุดว่ายน้ำมีเติบโตมากในช่วงหน้าร้อน (ศูนย์วิจัยกิจการไทย. 2557) โดยตลาดชุดว่ายน้ำ กลุ่มผู้บริโภคจะอยู่ที่ตลาดกลาง-บน เป็นหลัก ขณะที่ตลาดล่าง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าจากประเทศจีน จะไม่มีการจำหน่ายผ่านห้างสรรพสินค้า โดยแต่ละปีสินค้าทั้งสองกลุ่มนี้เติบโตประมาณ 10% แปรนดอันดับ 1 ในตลาดชุดว่ายน้ำคือ สปีโด ขณะที่แบรนด์อันดับที่ 2 ยังคงสลับกันตามช่วงเวลาของการทำตลาด คือ ไทรอัมพ์ และอารีน่า โดยแนวทางหลักในการแข่งขันของตลาดชุดว่ายน้ำ คือ การออกสินค้าใหม่เนื่องจากลวดลายและรูปแบบ ยังเป็นตัวกระตุ้นในการซื้อชุดว่ายน้ำของคนไทย นอกจากนั้นคือ การจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย (ธีรดา อัมพวงษ์. 2557; อ้างอิงจาก สยามธุรกิจ. 2557) ซึ่งการคิดค้นชุดว่ายน้ำขึ้นมาใหม่ ทางด้านลวดลาย รูปทรง โดยที่ยังไม่มีผู้ใดคิดค้นได้มาก่อน สามารถทำตามได้ยากและถ้าเป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่ต้องการจะทำให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตได้อย่างแน่นอน

เอกลักษณ์ของชาติไทย นั้นหมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่หล่อหลอมคนไทยให้ปฏิบัติ และประพฤติตามกันมาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นชัดเจน และยังสามารถบ่งบอกถึงความเป็นชาติไทยได้อย่างชัดเจน ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งวัตถุ สิ่งก่อสร้าง และการกระทำของคนไทย ซึ่งมีส่วนสำคัญ

ต่อการพัฒนาประเทศ โดยเอกลักษณ์ของไทยที่มีความโดดเด่นประการหนึ่งก็คือการแต่งกายซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือ ผ้าไหม ซึ่งเป็นผ้าที่นิยมทอ อย่างมากทางภาคอีสานไหมไทยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในความสวยงามอันเนื่องมาจากแสงที่ทอส่งแวววาวอยู่ในเนื้อผ้าที่แตกต่างไปจากผ้าไหมทั่ว ๆ ไป การทอผ้าไหมแต่เดิมนั้นทำกันเป็นอุตสาหกรรมในครอบครัวไว้ใช้เองหรือขายภายในประเทศ กรรมวิธีการผลิตผ้าไหมทำด้วยมือทุกขั้นตอน ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของเกษตรอุตสาหกรรมครบวงจรของครอบครัวเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยเริ่มจากการปลูกหม่อนเพื่อเก็บใบไปเลี้ยงหนอนไหมจนเมื่อหนอนไหมทำรังแล้วก็จะเก็บรังไหมมาสาวด้วยวิธีการง่าย ๆ แล้วใช้เป็นที่ไหมเส้นยืนและเส้นพุ่ง นำเส้นไหมที่สาวมาล้อมด้วยสีธรรมชาติที่มีอยู่ในส่วนต่าง ๆ ของต้นไม้ เช่น เข และคราม เป็นต้น ลักษณะของผ้าไหมที่ได้มีความแตกต่างจากผ้าไหมต่างประเทศ บางชนิดมีลักษณะเป็นปุ่มปมและมีลวดลายสวยงามแปลกตาพร้อมทั้งความมันแวววาวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ชอบและนิยมผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยมือ เพราะการทำด้วยมือทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ประณีตสวยงามติดกับการทำด้วยเครื่องจักรยิ่งเป็นผ้าไหม ซึ่งปกติเป็นของมีค่ากว่าผ้าที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้นใยสังเคราะห์อยู่แล้ว เมื่อใช้กรรมวิธีที่ทำด้วยมือทั้งหมด จึงทำให้ผ้าไหมของไทยเป็นสิ่งล้ำค่ามากสำหรับชาวต่างประเทศ (วลี มโนมรรค์. ม.ป.ป.)

เนื่องจากมีความงามอ่อนนุ่มตามธรรมชาติและมีคุณสมบัติดีในการระบายความร้อนและดูดซับน้ำได้ดี จึงรู้สึกสบายตัวเมื่อสวมใส่ ผ้าไหมจึงนับได้ว่าเป็นผ้าที่มีมูลค่าในตัวเองที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากรัศมีแห่งความงามที่ทอแสงเป็นประกายจากผ้าไหม รวมทั้งการสร้างสรรคด้วยมือ ทำให้ผู้คนต่างหลงใหลในความล้ำค่าของผ้าไหม ซึ่งจากเดิมที่มีเพียงผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า ด้วยความนิยมในผ้าไหมจึงได้มีการสร้างสรรค์แปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมเพื่อให้เกิดเป็นมูลค่าเพิ่มจากเดิม ซึ่งโดยทั่วไปนั้นราคาผ้าไหมจะอยู่ที่หลักระ 450 – 800 บาท (ศูนย์วัฒนธรรมผ้าไหมปักธงชัย. 2557) ซึ่งขึ้นอยู่กับลายของผ้าไหม โดยสินค้าที่เป็นที่นิยมในการผลิต อาทิ ชุดผ้าไหม เสื้อผ้า กางเกง กระเป๋า ผ้าคลุมไหล่ กระเป๋าถือ เนคไท ซึ่งเมื่อกลายมาเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปแล้วนั้น ราคา ก็จะเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัวจากราคาผ้าไหมที่จำหน่ายเป็นหลา ซึ่งจากการสำรวจราคาจากร้านค้าในศูนย์วัฒนธรรมผ้าไหมปักธงชัย (2557) พบว่ามีรายละเอียดราคาผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากผ้าไหม ดังนี้

ตาราง 1 แสดงราคาของประเภทผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากผ้าไหม

ประเภทผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากผ้าไหม	ราคา (เฉลี่ย) บาท
เสื้อผ้าไหมสตรี	1,400
เสื้อผ้าไหมสุภาพบุรุษแขนยาว	1,800
เสื้อผ้าไหมสุภาพบุรุษแขนสั้น	1,500
เสื้อซาฟารีไหม	1,900-2,200
กางเกงเลผ้าไหม	2,800
กระเป๋ผ้าไหม	2,900
ผ้าคลุมไหล่	1,300-1,500
เนคไท หน้ากว้าง 3.5 นิ้ว	400 - 700

ที่มา: ศูนย์วัฒนธรรมผ้าไหมปักธงชัย. (2557).

จากตาราง 1-1 นี้จะเห็นได้ว่าการนำเอาผ้าไหมมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จะสามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่ธุรกิจเป็นอย่างมากซึ่งการนำเอาผ้าไหมซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชาติไทยนำมาเป็นวัสดุหลักในการพัฒนา ออกแบบ ชุดว่ายน้ำน้ำสตรี ว่ายน้ำรุ่น ก็จะทำให้เกิดความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เพิ่มจุดเด่นของชุดว่ายน้ำที่ยังไม่มีสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในลักษณะดังกล่าวสู่ตลาด นอกจากนี้ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ทั้งต้นตางชาติ และคนในชาติ ได้รู้จักความเป็นไทย ความสวยงามของของศิลปะไทย ซึ่งจะส่งผลดีต่อการอนุรักษ์เอกลักษณ์ของชาติไทยให้คงอยู่ต่อไป และมากไปกว่านั้นยังสามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการชุดว่ายน้ำน้ำสตรีว่ายน้ำรุ่นในการนำเอาผลที่ได้จากการการวิจัยไปใช้ในการออกแบบชุดว่ายน้ำน้ำสตรีว่ายน้ำรุ่น ในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมความเป็นไทยที่เหมาะสมกับกลุ่มบริโภคด้วยเหตุผลจากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรทำการวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีว่ายน้ำรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

## ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์วัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่ากรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา
2. เพื่อพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์วัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่ากรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่มีความเหมาะสมกับผู้บริโภค

## ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์วัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่ากรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาโดยนำเอาความโดดเด่นของอัตลักษณ์ความเป็นไทยของศิลปะการแต่งกายไทย ทางด้านผ้าไหม มาพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์เพื่อเพิ่มมูลค่าที่มีความเหมาะสมกับผู้บริโภค
2. ผู้ประกอบการเกี่ยวกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์ รวมทั้งผู้ที่สนใจสามารถนำเอาผลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์วัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาให้มีความเหมาะสมและตอบสนองความต้องการ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคของตนเพื่อเป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และยังสามารถต่อยอดการเติบโตของธุรกิจ

## ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบวิธีระหว่างเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ (Mixed-method design) สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ(Qualitative research) เป็นการสืบค้นข้อมูลในแนวคิดเพื่อคัดเลือกลวดลายของผ้าไหมไทยเพื่อออกแบบชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์วัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า โดยนำเอาความโดดเด่นของศิลปะการแต่งกายไทย ทางด้านผ้าไหมมาพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์ เพื่อเพิ่มมูลค่า โดยผู้เชี่ยวชาญและแก้ไขแบบร่างส่วนวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อสืบค้นข้อมูลในแนวกว้างจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อประเมินผลความพึงพอใจในชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์ที่จัดทำจากผ้าไหมไทย โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาศิลปะการแต่งกายไทย ทางด้านผ้าไหมเพื่อใช้ออกแบบชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์วัยรุ่นเพื่อเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคโดยมีองค์ประกอบของผ้าไหมไทยที่เกี่ยวกับวัสดุ และลวดลายเท่านั้น

### **ประชากรที่ใช้ในการวิจัย**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ กลุ่มบริโภคน้ำดื่มในประเทศไทย ที่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19-25 ปี

### **กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย**

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ กลุ่มบริโภคน้ำดื่มในประเทศไทย เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี จำนวน 100 ราย โดยมีการเลือกแบบสุ่ม (Random Sampling)

### **นิยามศัพท์เฉพาะ**

ชุดว่ายน้ำน้ำสตรี หมายถึง ชุดที่สตรีใช้สวมใส่ในการทำกิจกรรมทางน้ำ ไม่ว่าจะเป็นการว่ายน้ำ การอาบแดด การเดินเล่นชายหาด

วัยรุ่น หมายถึง กลุ่มผู้บริโภคน้ำดื่มที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี ที่คาดว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมายหลักของการเป็นลูกค้าของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีที่พัฒนานี้

อัตลักษณ์ด้านศิลปปะการแต่งกายไทย หมายถึง การนำเอาผ้าไหมบ้านธงชัยที่แสดงออกถึง วัสดุที่มาจากประเทศไทยมาใช้ในการพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรี

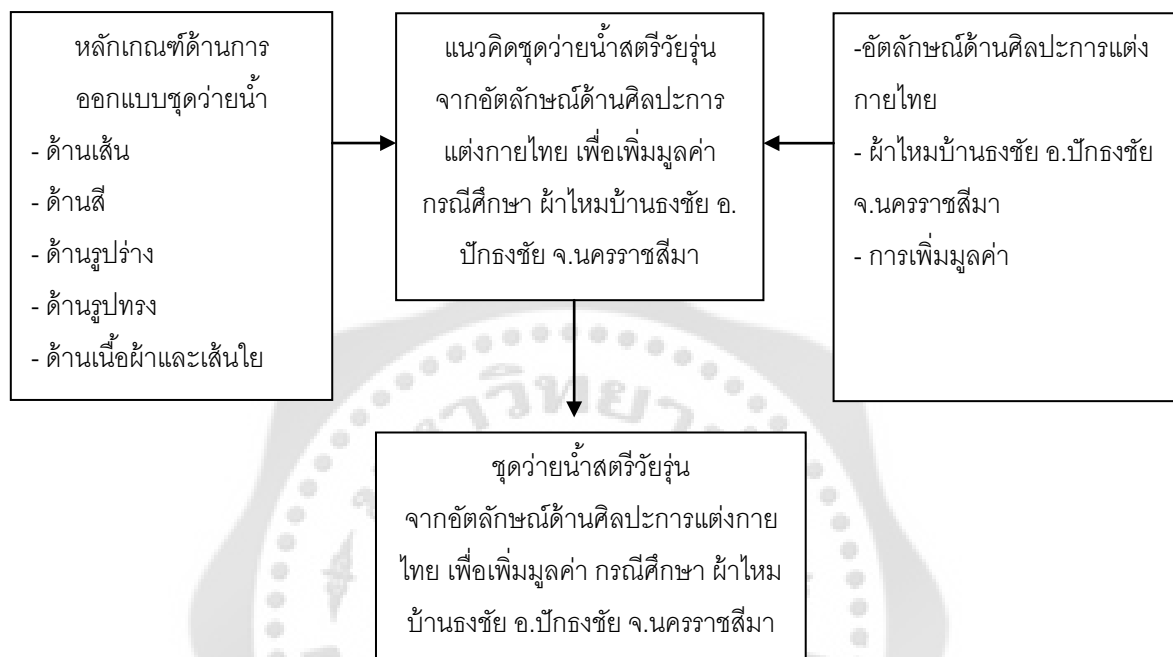
ศิลปปะการแต่งกายไทย หมายถึง สิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความเป็นประเทศไทย ทางด้านการ แต่งกายที่ทำให้คนทุกคนเห็นและสามารถบอกได้ว่านั่นคือสิ่งที่มาจากประเทศไทย

เพิ่มมูลค่า หมายถึง การสามารถทำให้ชุดว่ายน้ำที่ราคาถูก สามารถขายได้แพงโดยที่กลุ่ม ผู้บริโภคน้ำดื่มยินดีที่จะจ่ายเงิน เพื่อแลกกับสิ่งนั้นด้วยความพึงพอใจ

กลุ่มบริโภคน้ำดื่ม หมายถึง กลุ่มบริโภคน้ำดื่มในประเทศไทย ที่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19-25 ปี

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องการศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรียัวร์น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดไว้ดังนี้



## สมมุติฐานในการวิจัย

ได้รับชุดว่ายน้ำน้ำสตรียัวร์นที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จากการนำเอาวัสดุ และลวดลาย ของกรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ซึ่งเป็นงานหัตถกรรมจากภูมิปัญญาของชุมชนบ้านธงชัย มาใช้ โดยนำมาผ่านกระบวนการวิจัยและออกแบบให้ได้ชุดว่ายน้ำน้ำสตรียัวร์นที่ช่วยเพิ่มมูลค่าจากผ้าไหม และเพื่อเพิ่มให้ผ้าไหมของไทยมีความร่วมสมัยขึ้น เพื่อขยายเป้าหมายทางการตลาดไปสู่กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น เพื่อเป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และยังส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจ

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ในบทนี้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นพื้นฐานดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเสื้อผ้า
2. แนวคิดเกี่ยวกับชุดว่ายน้ำ
3. แนวคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์ความเป็นไทย
4. ข้อมูลเกี่ยวกับเทรนด์แฟชั่น 2015/2016
5. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบสากล
6. แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเสื้อผ้า

##### ความหมายเกี่ยวกับการออกแบบ

ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า การออกแบบ ไว้แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ มุมมอง ทักษะ และความสนใจของแต่ละบุคคล ซึ่งจากการรวบรวมเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ มีรายละเอียดดังนี้

Brinkkemper (1996: 275-280) ให้ความหมายของคำว่า การออกแบบ (design) ว่าหมายถึง การวางแผนที่จะสร้าง เช่นในการเขียนพิมพ์เขียนทางสถาปัตยกรรมการเขียนผังวงจร และการเขียนผังปีกเย็บอย่างไรก็ตามการออกแบบอาจจะกระทำไปพร้อมกับออกแบบได้ การปั้นหม้อการพัฒนาโปรแกรม และงานกราฟิกดีไซน์ โดยผู้ที่ออกแบบจะเรียกว่า นักออกแบบ ซึ่งหมายถึงคนที่ทำงานวิชาชีพในสาขาการออกแบบที่แตกต่างกันไป เช่น นักออกแบบแฟชั่น, นักออกแบบแนวความคิด หรือนักออกแบบเว็บไซต์

อุพรศรี บุตรศรี (2545) ให้ความหมายของคำว่า การออกแบบ ว่าหมายถึง การวางแผน การทำแบบตัด หรือการวาดภาพแฟชั่น เพื่อสร้างสรรค์ให้สำเร็จ หรือหมายถึงการเลือก การตกแต่ง และการจัดชิ้นส่วนตกแต่งและโครงสร้างในรูปแบบศิลปะ

วินิทร สอนพรินทร์ (2551: 8) ให้ความหมายของคำว่า การออกแบบ ว่าหมายถึง การวางแผน สร้างสรรค์รูปแบบโดยการจัดสัดส่วนประกอบของการออกแบบให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย และการนำเอาองค์ประกอบทางศิลปะ ได้แก่ เส้น สี รูปทรง มาสร้างสรรค์เป็นผลงาน โดยยึดหลักความสวยงามเป็นเกณฑ์ และความถูกต้องสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์

จากความหมายในข้างต้น ผู้วิจัยพอสรุปได้ว่า การออกแบบ หมายถึง เป้าหมายของงานที่นักออกแบบวางเอาไว้ เพื่อให้การทำงานใด ๆ ก็แล้วแต่ มีทิศทางที่แน่ชัดว่าจะออกมาเป็นหน้าตา อย่างไร

### **ความหมายเกี่ยวกับการออกแบบเสื้อผ้า**

อย่างที่ได้อธิบายไปแล้วถึงความหมายของการออกแบบในหัวข้อก่อนหน้านี้ ในหัวข้อนี้จะเจาะจงถึงความหมายของการออกแบบเสื้อผ้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

จารุพรรณทรัพย์ปรุง (2543) ได้อธิบายความหมายของการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายว่า ตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Fashion Design หรือ Costume Design ในวงการการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายได้มีการนำคำศัพท์เหล่านี้มาใช้เรียกทับศัพท์ที่อยู่เสมอซึ่งความหมายคำศัพท์ที่นิยมนำมาใช้ได้แก่คำว่า Fashion , Costume , Design ดังนี้

1. Fashion หมายถึงการวางรูปแบบรูปแบบของเสื้อผ้าหรือสิ่งอื่น ๆ ที่ประชาชนส่วนใหญ่นิยมในช่วงเวลาหนึ่ง
2. Costume หมายถึงเครื่องแต่งกายซึ่งได้รับการออกแบบขึ้นมาโดยมีจุดมุ่งหมายเป็นการเฉพาะหรือเป็นพิเศษสำหรับสถานที่หรือใช้ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง
3. Design หมายถึงการออกแบบแบบแผนลวดลายเค้าโครงซึ่งแสดงให้เห็นวิธีการหรือแนวทางในการทำบางสิ่งบางอย่างแนวทางการทำบางสิ่งบางอย่างเส้นและรูปร่างซึ่งเป็นที่มาของแบบหรือการตกแต่งโดยมีจุดมุ่งหมายพิเศษเป็นการเฉพาะ

พจนานุกรมทัศนศึกษาตั้งธรรมและสุริย์สุทธิสังข์ (2551) ได้อธิบายความหมายของการออกแบบเสื้อผ้าว่าเป็นการคิดค้น วางแผน เสนอแนะแนวทาง และสร้างสรรค์เสื้อผ้า ที่เป็นสิ่งใหม่ หรือเป็นการปรับปรุงรูปแบบเสื้อผ้าของผลงานเดิมที่มีอยู่แล้ว ทั้งในด้านความงามและประโยชน์ใช้สอยเพื่อให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

จากความหมายในข้างต้น ผู้วิจัยพอสรุปได้ว่า การออกแบบเสื้อผ้า หมายถึงการวางแผน กำหนดเป้าหมาย รูปแบบของเสื้อ ให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้

### **ความสำคัญของการออกแบบเสื้อผ้า**

ความสำคัญของการออกแบบเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายนั้น มีความสำคัญอยู่หลายประการ ดังต่อไปนี้ (วินิทร สอนพรินทร์. 2551: 8)

1. ถือเป็นวางแผนการทำงาน การออกแบบจะช่วยให้การทำงานเป็นไปตามขั้นตอนอย่างเหมาะสมและเป็นการประหยัดเวลา
2. เป็นการนำเสนอผลงาน ผลงานที่ได้จากการออกแบบ จะทำให้ผู้ร่วมงาน และผู้ที่เกี่ยวข้องการทำงาน มีความเข้าใจในการทำงานตรงกัน
3. อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับงาน เนื่องจากงานบางประเภทอาจมีรายละเอียดที่สลับซับซ้อน ผลงานจากการออกแบบ จะช่วยทำให้ผู้ร่วมงาน และผู้ที่เกี่ยวข้องการทำงาน มีความเข้าใจในงานที่จะทำมากยิ่งขึ้น เรียกได้ว่าเป็น ตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบได้ทั้งหมด
4. การออกแบบจะมีความสำคัญมากที่สุด ในกรณีที่นักออกแบบกับผู้สร้างหรือผู้ผลิตเป็นคนละคนกัน

นอกจากความสำคัญของการออกแบบเสื้อผ้าในเชิงของการทำงานแล้วนั้น ยังมีความสำคัญของการออกแบบเสื้อผ้า ในเชิงของประโยชน์ที่จะได้รับดังนี้

1. เพื่อให้เกิดความงดงามและเกิดประโยชน์ใช้สอยจากการสวมเสื้อผ้า
2. เพื่อให้เกิดความเหมาะสมตามกาลเทศะ และตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้สวมใส่
3. ส่งเสริมบุคลิกและควมมีรสนิยมที่ดีตลอดจนแสดงถึงผู้มีวัฒนธรรม

#### **ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบเสื้อผ้า**

เสื้อผ้าถือเป็น 1 ใน ปัจจัย 4 ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ แต่ในปัจจุบันเสื้อผ้าได้ก้าวข้ามไปมากกว่าปัจจัยในการดำรงชีพ เสื้อผ้าได้กลายมาเป็นแฟชั่น การได้ใส่เสื้อผ้าที่สวยงาม หรูหรา ถือเป็น การเพิ่มพูนลักษณะดีให้แก่บุคคล ดังนั้น ในการทำธุรกิจเสื้อผ้า การออกแบบเป็นเรื่องสำคัญ และเป็น จุดแข็งของธุรกิจ ใช้เพื่อแข่งขันชิงลูกค้า ดึงความสนใจ คัดกรองกลุ่มลูกค้าที่นิยม และตีกรอบล้อมรั้วลูกค้าให้เป็นลูกค้าประจำ นักออกแบบที่ดีไม่ใช่เพียงวาดภาพ ควรมีความรู้อย่างเหมาะสมซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมหลักการออกแบบเสื้อผ้าไว้ดังนี้

กนกลักษณ์ คูการณ (ม.ป.ป.) ผู้อำนวยการ ศูนย์อบรมแพ็ทเทิร์นอุตสาหกรรม แพ็ทเทิร์น ไอทีสถาบันพัฒนาแพ็ทเทิร์นและการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปได้กล่าวถึงปัจจัยที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบเสื้อผ้าในเชิงธุรกิจ โดยได้อธิบายว่าความแตกต่างระหว่าง การออกแบบ Fashion Design กับ การออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป หรือ เสื้อผ้าเพื่อการค้า I Design (Industrial Design) ว่าถ้าหากเป็นการออกแบบเสื้อผ้าเพื่อจำหน่ายไม่ว่าจะขายปลีก ขายส่งในระดับตลาดใดก็ตาม รวมถึงเพื่อสร้าง BRAND ถ้าเมื่อจะมาเป็นธุรกิจ ผู้ประกอบการจะต้องเริ่มพิจารณารูปแบบเสื้อผ้ามากขึ้นว่า จะสามารถขายได้หรือไม่ ใครจะเป็นผู้ซื้อ ดังนั้นการจำแนกแนวความคิดการออกแบบเสื้อผ้าจึงแบ่งแยกเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

## 1. ประเภทที่เน้นแนวคิดสร้างสรรค์เป็นหลัก (Fashion Design)

รูปแบบที่ได้ส่วนใหญ่ออกแบบขึ้นเพื่อโชว์แนวคิด นำเสนอความเป็นตัวตนของผู้ออกแบบ และสิ่งบันเทิงใจ ผลงานออกแบบจะมีความเป็นเอกลักษณ์สูง มุ่งเน้นให้โดดเด่น สร้างความแตกต่าง สำหรับนักออกแบบมือใหม่ การออกแบบอาจไม่ได้พิจารณาความสอดคล้องกับการนำไปใช้สวมใส่ในชีวิตประจำวัน มักพบว่าเป็นไปได้ยากในแง่ของการจัดทำ เพื่อจำหน่าย อันเป็นผลมาจากผู้ออกแบบพยายามเสนอแนวคิดจากแรงบันดาลใจเป็นหลัก แต่สิ่งสำคัญสำหรับการออกแบบเสื้อผ้า ในปัจจุบันจำเป็นต้องพิจารณาตามหลักการร่วมด้วย เช่น ต้นทุน ความยากง่ายในการตัดเย็บ และโอกาสขาย เป็นต้น และพบว่าปัญหาเหล่านี้เกิดขึ้นมากกับนักออกแบบทั่วไปที่ยังขาดประสบการณ์ ซึ่งจะเห็นได้จากผลงานออกแบบของ Designer รุ่นใหม่ในเวทีต่างๆ

การออกแบบอย่างนี้เหมาะสมกับการทำเสื้อผ้าโชว์เพื่อแสดงความสามารถในการสร้างสรรค์ของนักออกแบบ แต่หากจะทำ Brand หรือเป็นธุรกิจ ควรต้องมีความเข้าใจในประเด็นอื่นๆ ร่วมด้วย เพื่อให้สามารถออกแบบผลงานที่นำไปจัดทำเป็นเสื้อผ้าเพื่อจำหน่ายได้จริง ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่แนะนำให้ให้นักออกแบบรุ่นใหม่ที่ยังขาดประสบการณ์ควรใส่ใจ เพื่อการเป็น Designer อย่างมืออาชีพ ที่มีโอกาสประสบความสำเร็จ

## 2. ประเภทที่เน้นแนวคิด Branding หรือ เชิงการตลาด (Ready Made Clothing Design หรือ Industrial Design)

เป็นหลักการออกแบบเสื้อผ้าเพื่อตอบสนองความต้องการของ Target Group โดยยังคงมีความเป็นอัตลักษณ์ และมี Style เพื่อจับกลุ่มลูกค้า มีความชัดเจนใน Concept และ Character รวมถึงมีการนำเอา Trend มาใช้ในการออกแบบ ให้ Design มีความน่าสนใจ ทันสมัย เปลี่ยนแปลงไปตาม Season เพื่อดึงดูดลูกค้าให้กลับมาซื้อซ้ำและมีการใช้หลักเกณฑ์ วิเคราะห์เชิงพาณิชย์ เป็น “กระบวนการคิดตามหลักการจัดทำสินค้า” โดยแบ่งประเด็นเป็น 3 หมวดใหญ่คือ

1. ความเป็นไปได้ด้านการขาย เพราะถ้าขายไม่ได้จะเป็นสินค้าตกค้าง
2. ความเป็นไปได้ด้านการตัดเย็บและการผลิต เพราะถ้าผลิตหรือจัดทำไม่ได้ การออกแบบก็เปล่าประโยชน์
3. ความเป็นไปได้ด้านต้นทุน เพราะถ้ามีต้นทุนสูงเกินไป จะขายไม่ได้กำไร

ในการศึกษาของภามลภัทร์ รักสวน (2543) ได้อธิบายถึงการออกแบบเสื้อผ้าว่าจะต้องคำนึงถึงปัจจัยดังนี้

1. โอกาสที่จะนำไปใช้สอยและบรรยากาศสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากจากแต่ละบุคคล อยู่ในสภาพของสังคมและสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันซึ่งหมายถึงประเทศที่อาศัย สภาพอากาศ ซึ่งจะมีความต้องการชุดว่ายน้ำที่แตกต่างกัน รวมถึงพฤติกรรมแต่งตัวให้ร่วมสมัย การแต่งตัวที่ถูกต้องตามวัฒนธรรม ดังนั้นผู้ออกแบบเสื้อผ้าจึงต้องออกแบบชุดว่ายน้ำสตรีให้เข้ากับโอกาสที่จะนำไปใช้สอยและบรรยากาศสิ่งแวดล้อมด้วย

## 2. ปัจจัยส่วนบุคคล โดยแบ่งเป็น 3 ปัจจัย ได้แก่

2.1 เพศ โดยปกติแล้วเพศหญิงมักมีโอกาสเลือกใช้สี และลายได้มากกว่าเพศชาย โดยเฉพาะชุดว่ายน้ำ เช่น สีที่อ่อนสดใสไปจนถึงสีที่เข้มสด และสีที่ลดค่าความสดใสลงแล้วสำหรับ ลวดลายไม่จำกัด

2.2 อายุ สำหรับสตรีแล้วนั้นชุดว่ายน้ำสามารถใช้สีได้ทุกเฉดสี แต่อาจเอกรูปแบบ ของชุดว่ายน้ำให้เหมาะสมกับวัย

2.3 รูปร่าง สรีระ ในการออกแบบชุดว่ายน้ำสำหรับสตรี ควรออกแบบให้เหมาะสมกับ บุคคลซึ่งมีรูปร่างลักษณะ และมิติพรรณแตกต่างกัน การออกแบบชุดว่ายน้ำ นอกจากจะทำให้เราเป็น และเปรียบเทียบขนาดรูปร่างรูปทรงทรงของบุคคลแล้วยังเป็นสิ่งสำคัญต่อการรับรู้ในรูปร่างรูปทรงที่ ปราบกฏ ว่าสิ่งใดคือความบกพร่องที่ต้องแก้ไข เพื่อจะได้แก้ไข และพัฒนาได้อย่างเหมาะสมตามความ ต้องการต่อไป

### หลักการขององค์ประกอบทางศิลปะจากทัศนธาตุสำคัญในการออกแบบเสื้อผ้า

ทัศนธาตุหรือองค์ประกอบเบื้องต้นที่ศิลปินและนักออกแบบนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อใช้ ประกอบการถ่ายทอดความคิดให้ปรากฏเป็นภาพซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบชุดว่ายน้ำ น้ำได้เช่นกันโดยมีองค์ประกอบคือ เส้น สี รูปร่าง และรูปทรง (ดาร์วิน ลีออนาม. 2551: 25-35) โดยมี รายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1. เส้นและรูปโครง (lines, forms)

เส้นและรูปโครงในการออกแบบจะต้องพิจารณาไปพร้อมๆกันเพราะเส้นเป็นสิ่งที่ใช้กำหนด บริเวณหนึ่ง ๆ ให้เกิดรูปร่างขึ้นทั้งในรายละเอียดบนตัวเสื้อและเส้นกรอบนอกของเสื้อผ้าการเลือกใช้ เส้นบนแบบเสื้ออย่างมีประสิทธิภาพย่อมสามารถลวงตาได้เช่นสามารถทำให้ดูสูงขึ้นหรือเตี้ยลงได้เป็น ต้นนอกจากนั้นผลของการใช้เส้นต่างๆบนแบบเสื้อยังสามารถทำหน้าที่เน้นสีของผ้าและผิวสัมผัสของ ผ้าได้ตลอดจนความถี่ห่างของตำแหน่งที่ตั้งของเส้นเหล่านั้นได้ตามความต้องการว่าจะเน้นหรือไม่ ต้องการเน้นให้สะดุดตา

การเลือกใช้เส้นอาจจะใช้ตามลักษณะรูปร่างของร่างกายหรือเลือกเส้นที่ตรงกันข้ามกับ ลักษณะรูปร่างของร่างกายทั้งนี้ขึ้นอยู่กับตำแหน่งที่นำไปใช้และจุดประสงค์ในการออกแบบเส้นบน เสื้อผ้ามี 2 ชนิดคือเส้นตรงและเส้นโค้ง

1.1 เส้นตรงเส้นตรงมีทิศทางการใช้อยู่ 3 ทิศทางได้แก่ตรงแนวราบตรงแนวตั้งและตรง แนวเฉียงหรือทแยงส่วนเส้นโค้งไม่สามารถจำกัดทิศทางของการใช้ได้แน่นอนแต่ไม่ว่าจะเป็นเส้นแนว ตรงหรือแนวโค้งก็ตามย่อมสามารถทำให้เกิดความรู้สึกต่างๆกันไปเส้นตรงเป็นเส้นที่มีลักษณะตรงกัน ข้ามกับลักษณะเส้นของร่างกายให้ความรู้สึกที่แข็งแรงกระด้างซึ่งในบางครั้งถ้าต้องการลดความรู้สึก

แข็งกระด้างลงอาจจะใช้วิธีเลี้ยงไปใช้กับผ้าเนื้ออ่อนนุ่มเส้นตรงนั้นๆจึงจะดูคล้ายตามส่วนกว้างส่วนโค้งของร่างกายผ้าที่มีเนื้อผ้าที่แข็งกระด้างจะมีความเป็นเส้นตรงในตัวเองเส้นตรงต่างๆที่เกิดขึ้นในโครงสร้างของแบบเสื้อได้แก่แนวตะเข็บแนวเกล็ดและแนวตำแหน่งรอยเปิดของเสื้อผ้าแต่ละทิศทางของเส้นตรงสามารถวางตาให้เกิดความรู้สึกต่างๆกันได้ซึ่งในการเลือกใช้ควรคำนึงถึงรูปร่างของแต่ละคนที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไป

1.1.1 เส้นตรงแนวตั้งโดยปกติจะให้ความรู้สึกในทางเพิ่มความสูงเป็นเส้นที่นิยมกันมากในหมู่ผู้ที่ต้องการมีรูปร่างที่สูงโปร่งเส้นตั้งในเสื้อผ้าได้แก่เส้นจากไหล่ลงมายังปลายเท้าในโครงสร้างของเนื้อผ้าเส้นในโครงสร้างของแบบเสื้อเส้นที่เกิดจากส่วนตกแต่งภายในตัวเสื้อ

1.1.2 เส้นตรงแนวนอนลายเส้นตรงแบบนอนนี้จะช่วยให้ความรู้สึกช่วยเพิ่มความกว้างแต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความถี่หรือช่องไฟของเส้นเหล่านี้ด้วยเส้นตรงแนวนอนในแบบเสื้อได้แก่เส้นจากไหล่ลงมายังปลายเท้าเส้นเอวเส้น yoke เส้นชายกระโปรงและส่วนตกแต่งที่เป็นแนวราบกับร่างกายเป็นต้น ดังนั้นเมื่อความเข้มของสีและขนาดของเส้นหรือช่องไฟมากเท่าไรก็จะทำให้เกิดความรู้สึกกว้างขึ้นตามไปด้วย

1.1.3 เส้นตรงแนวเฉียงหรือเส้นทแยงเป็นเส้นที่นิยมนำมาใช้กับเสื้อผ้ามากอีกเส้นหนึ่งซึ่งนอกจากจะให้ความรู้สึกสดชื่นกระปรี้กระเปร่ามีชีวิตชีวาแล้วยังช่วยอำพรางส่วนที่บกพร่องของรูปร่างได้อีกด้วยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับองศาของแนวเส้นเฉียงที่นำไปใช้ว่าอยู่ในองศาใดถ้าองศาของเส้นน้อยก็จะเป็นให้ความรู้สึกเช่นเดียวกับเส้นตรงแนวราบแต่ถ้าองศาของเส้นมากขึ้นจนถึงใกล้เคียงกับ 90 องศาเท่าไรก็จะเป็นให้ความรู้สึกเช่นเดียวกับเส้นตรงแนวตั้ง

เส้นซิกแซกจัดเป็นเส้นที่เกิดจากแนวเส้นทแยงสามารถวางตาไปตามทิศทางและองศาของเส้นเส้นเฉียงหรือเส้นทแยงเส้นซิกแซกในเสื้อผ้าได้แก่ไหล่ลงมายังปลายเท้าโครงสร้างการทอของผ้าแนวเส้นเหล่านี้ถ้านำไปใช้ในการออกแบบเสื้อผ้ามักจะให้ความรู้สึกเพิ่มขนาดขึ้น

1.2 เส้นโค้งจัดเป็นเส้นที่มีความคล้ายตามเส้นของรูปร่างมากที่สุดและเป็นเส้นที่ถูกนำไปใช้ในกรณีที่ต้องการให้เกิดความรู้สึกอ่อนหวานนุ่มนวลนอกจากนั้นยังให้ความรู้สึกคล่องแคล่วมากขึ้นตามแนวเส้นโค้งที่ขยายกว้างเพิ่มขึ้นจนเป็นแนววงกลมเส้นโค้งในตัวเสื้อมีความสัมพันธ์กับส่วนโค้งของรูปร่างดังนั้นถ้ารูปร่างโค้งเว้ามากเท่าไรก็ทำให้เป็นการเน้นสัดส่วนให้เด่นชัดมากขึ้น

การนำเส้นมาใช้ในการออกแบบโครงสร้างของแบบเสื้อแล้วก็จะได้เส้นกรอบนอก (silhouettes) ของแบบเสื้อนั้นๆซึ่งเส้นกรอบนอกจะเป็นสิ่งแรกที่สร้างความประทับใจให้กับผู้พบเห็น ดังนั้นเส้นกรอบนอกของแบบเสื้อที่ดีก็จะส่งผลให้เสื้อผ้าและรูปทรงของส่วนประกอบในตัวเสื้อเช่นแขนเสื้อปกเสื้อกระโปรงดูดีและสร้างความประทับใจต่อผู้พบเห็นมากยิ่งขึ้น

เส้นกรอบนอกของเสื้อผ้าได้มีวิวัฒนาการจากอดีตมาจนถึงปัจจุบันซึ่งมีเพียง 3 แบบเท่านั้นที่มีการนำไปใช้และดัดแปลงไปบ้างตามสมัยนิยมได้แก่ทรงตรง (tubular) ทรงกระดิ่ง (bouffant) ทรงหางกระรอก (bustle) ในเสื้อผ้าชั้นสูงมักนิยมใช้เส้นกรอบนอกที่เป็นทรงตรงหรือทรงกระดิ่งเช่นชุดไทย ชุดราตรี เป็นต้น แต่ถ้าเสื้อผ้าที่ผลิตจำนวนมากๆก็จะใช้เส้นกรอบนอกรูปทรงระดับปานกลางที่อยู่ระหว่างรูปทรง 2 แบบเช่นทรงตรงกับทรงกระดิ่งและจะเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยมในแต่ละปี

2. สี (color) สีเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบเสื้อผ้าเช่นเดียวกับเส้นนับว่าเป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่เราสามารถมองเห็นสีต่างๆได้ในความรู้สึกที่แตกต่างกันซึ่งเกิดจากสภาพความเข้มของแสงที่ตกกระทบและสะท้อนกับสีที่มีความอ่อนแก่ที่แตกต่างกันเข้าสู่สายตาไม่ว่าจะเป็นแสงที่เกิดจากธรรมชาติหรือแสงที่เกิดจากไฟฟ้าถ้าแสงมากก็ทำให้สีมีความสว่างและชัดเจนมากแต่ถ้าแสงน้อยก็ทำให้สีหม่นและลดความสดใสลงได้และที่สำคัญสีเป็นสิ่งแรกที่สร้างความประทับใจ

ให้กับผู้พบเห็นและสร้างอารมณ์หรือความรู้สึกต่างๆได้อย่างรวดเร็วกว่าองค์ประกอบอื่นๆบนตัวเสื้อ สีเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการออกแบบเสื้อผ้าเนื่องจากสีทำให้สะดุดตาและเป็นสิ่งแรกที่ผู้คนจะมองเห็นและจดจำเราได้หากเลือกใช้สีให้ถูกต้องเหมาะสมกับบุคลิกกาลเทศะและสภาพแวดล้อมและจะช่วยให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อตนเองอีกด้วยผู้ที่ประสบความสำเร็จในการนำสีมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าได้นั้นนอกจากจะต้องมีความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับพื้นฐานของสีแล้วยังจะต้องรู้เกี่ยวกับหลักการนำสีไปใช้ในการออกแบบเสื้อผ้างานนี้ (จารุพรรณ ทวีทรัพย์บุรุษ. 2543)

2.1 หลักการนำสีมาใช้ร่วมกัน (color combination) หลักการนำสีมาใช้ร่วมกันมีอยู่ 4 วิธี คือ

2.1.1 การใช้สีคู่ประกอบการนำสีคู่ประกอบซึ่งเป็นสีที่อยู่ตรงกันข้ามกันในวงจรสีเช่น สีเขียวกับสีแดงหรือสีน้ำเงินกับสีส้มมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเราต้องทำความเข้าใจว่าสีเหล่านี้เป็นสีที่ตัดกันอย่างรุนแรงสามารถทำให้ประสาทสัมผัสเกิดการตื่นตัวอย่างฉับพลันในขณะเดียวกันก็ช่วยให้ดูมีชีวิตชีวาแต่ผู้ที่ใช้สีคู่ประกอบต้องมีความชำนาญในการใช้สีเพราะหากใช้สีได้ไม่ถูกวิธีจะลดคุณค่าของความสวยงามของแบบเสื้อผ้าทั้งหมด

2.1.2 การใช้สีข้างเคียงการนำสีข้างเคียงซึ่งเป็นสีที่อยู่ใกล้กันในวงจรสีเช่นสีเขียวสีน้ำเงินกับสีเขียวสีน้ำเงินมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าจะทำให้เกิดความรู้สึกกลมกลืนของสี

2.1.3 การใช้สี 3 สี (triad colors) การใช้สี 3 สีที่อยู่ในกรอบสามเหลี่ยมของวงจรสี เช่นสีม่วงสีส้มและสีเขียวมาใช้ร่วมกันเมื่อดูครั้งแรกอาจจะดูไม่เข้ากันแต่ในความจริงอย่างเข้ากันได้ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากนักออกแบบรู้จักเลือกใช้สีในสัดส่วนที่เหมาะสม

2.1.4 การใช้สีเอกรงค์ (monochrome color) เป็นการใช้สีแท้เดียวในการออกแบบเสื้อผ้าซึ่งสามารถทำให้น่าสนใจโดยการทำสีแท้เดียวนั้นให้มีความเข้มของสีที่หลากหลายเช่นสีน้ำเงินก็ใช้ความอ่อนเข้มของสีในการออกแบบเพื่อให้สีน้ำเงินที่ดูเรียบง่ายดูน่าสนใจขึ้นได้ถ้ารู้จักนำไปใช้ให้เหมาะสม

2.2 หลักการใช้สีเพื่ออำพรางรูปร่าง (contrast illusion) โดยปกติสีแต่ละสีจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของตนเองและผู้พบเห็นที่แตกต่างกันออกไปเช่นสีขาวหรือสีอ่อนมาก ๆ (very light value) จะทำให้เกิดความรู้สึกใกล้และมีขนาดใหญ่ขึ้นกว่าที่เป็นจริงในขณะที่สีดำหรือสีเข้มให้ความรู้สึกไกลและมีขนาดเล็กลงดังนั้นนักออกแบบควรเลือกใช้สีหรือค่าของสีกับเสื้อผ้าให้เหมาะสม

3. รูปร่าง (Shape) คือ รูปสองมิติเมื่อเราเขียนเส้น ๆ หนึ่งไม่ว่าจะเป็นเส้นตรง หรือเส้นโค้งย่อมมีจุดเริ่มต้นและจุดสุดท้าย และถ้าเรานำเอาปลายของเส้นมาเชื่อมต่อกันก็จะเกิดเป็นพื้นที่ ซึ่งจะมีเส้นเป็นขอบรูปนอกที่แสดงถึงพื้นที่บริเวณ เรียกว่า รูปร่าง โดยมีลักษณะแบน เป็นรูปสองมิติ ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า รูปร่างนั้นเกิดจากเส้นและทิศทางที่มีปลายทั้งสองมาบรรจบกันมีอยู่ 3 ลักษณะคือ วงกลม สามเหลี่ยม และสี่เหลี่ยม ซึ่งถือว่าเป็น รูปร่างพื้นฐาน หรือรูปร่างเรขาคณิต รูปร่างเหล่านี้ต่างมีความหมายในตัวเองซึ่งสามารถจะรับรู้ได้ เช่น รูปวงกลมให้ความรู้สึกอบอุ่น ความเป็นอมตะ ความเป็นอมตะ ไม่มีความสิ้นสุด ส่วนรูปสามเหลี่ยมมีพลัง ให้ความรู้สึกได้แย่งและตั้งเครียด และรูปสี่เหลี่ยมจะให้ความรู้สึกถึงความสงบ ตรงไปตรงมา และซื่อสัตย์ ฯลฯ

นอกจากรูปร่างพื้นฐาน ซึ่งเป็นรูปเรขาคณิตแล้ว ยังมีรูปร่างอีกชนิดหนึ่ง คือ รูปร่างอิสระ (Free Shape) เกิดขึ้นตามความต้องการของนักออกแบบ รูปร่างอิสระให้ความรู้สึกที่เป็นเสรี ในการสร้างรูปร่างนั้น นักออกแบบนิยมสร้างกันอยู่ 2 วิธี คือ

3.1 สร้างในลักษณะปิด (Closed Shape) คือ การสร้างโดยเน้นให้เส้นรูปนอก (Outline) คงอยู่ในสภาพเดิม แสดงให้เห็นพื้นที่ที่ชัดเจน และทำให้เห็นความแตกต่างจากพื้นหลัง (Background) แสดงถึงความเด็ดขาด มีสัดส่วนและขนาดที่แน่นอน ลักษณะเช่นนี้เรียกว่า เส้นรูปนอกแข็ง (Hard Edge)

3.2 สร้างในลักษณะเปิด (opened Shape) คือ การสร้างโดยไม่เน้นให้เส้นรูปนอก หรือลดความสำคัญของเส้นรูปนอกลง แต่ในภาพรวม ยังสามารถเห็นพื้นที่บริเวณของรูปร่างที่สร้างขึ้นได้ รูปร่างชนิดนี้มีเส้นรูปนอกที่นุ่มนวล ไม่แข็งกระด้าง ไม่ทำให้แลดูแตกแยกจากพื้นหลังอย่างเด็ดขาด ลักษณะเช่นนี้เรียกว่า เส้นรูปนอกนุ่มนวล (Soft Edge)

4. รูปทรง (Form) คือ รูปสามมิติ รูปทรงมีที่มาจากเส้น เช่นเกี่ยวกับรูปร่าง แต่มีลักษณะแตกต่างกันกล่าวคือ รูปทรงมีลักษณะเป็น สามมิติ เป็นรูปร่างที่ภายในโปร่ง ไม่ทึบเป็นแท่งตัน ไม่โปร่ง เรียกว่า มวล (Mass) ส่วนรูปทรงที่ภายในโปร่ง ไม่ทึบเป็นแท่งตัน เรียกว่า ปริมาตร (Volume) หากต้องการให้เกิดการตกทอดของแสง และเกิดเป็นเงาขึ้นในการที่จะเกิดเป็นรูปทรงนั้น จะต้องระบายเงาลงไปในรูปร่าง

รูปทรงมีสองประเภทใหญ่ ๆ คือ รูปทรงเรขาคณิต (Geometrical Form) ซึ่งมีลักษณะ ได้แก่ รูปทรงลูกบาศก์ (Cube) รูปทรงกลม (Spherer) รูปทรงกระบอก (Cylinder) รูปทรงกรวย (Cone) รูปทรงเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นรูปทรงพื้นฐานที่เป็นต้นกำเนิดทรงต่าง ๆ

รูปทรงอีกประเภทหนึ่ง คือ รูปทรงอิสระ (FreeForm) ซึ่งมีลักษณะผิดไปจากรูปทรงปกติ (Irregular Form) คือ เป็นรูปทรงที่มีลักษณะไม่จำกัด เกิดขึ้นตามความต้องการของผู้สร้าง

รูปทรงเรขาคณิตนั้นเป็นรูปทรงที่สามารถให้คำนิยามได้แน่ชัด แต่มีลักษณะจำกัด โดยรูปทรงแต่ละชนิดจะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันไปด้วย เช่น รูปทรงเหลี่ยม ให้ความรู้สึกแข็งแรงมั่นคง ทรงกลมให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว ฯลฯ

จากข้อมูลเรื่องทัศนธาตุที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของทัศนธาตุทั้ง 4 ปัจจัยอันได้แก่เส้น สี รูปร่าง และรูปทรงนั้นสามารถนำมาประยุกต์ใช้เข้ากับการออกแบบชุดว่ายน้ำได้ โดยจะต้องนำเอาทั้ง 4 ปัจจัยดังกล่าวมาออกแบบให้ผสมผสานกันได้อย่างลงตัว

### ผ้าและเส้นใย

นักออกแบบเสื้อผ้าจะต้องเป็นผู้กำหนดทั้งแบบเนื้อผ้าวัสดุตกแต่งตั้งนั้นจึงจำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านผ้าและเส้นใยเพื่อให้สามารถเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสมสิ่งที่นักออกแบบเสื้อผ้าจำเป็นต้องรู้มากไปกว่าชนิดของผ้าก็คือความรู้ทางด้านเส้นใย (ศูนย์เทคโนโลยีและวัสดุแห่งชาติ. ม.ป.ป.)

เส้นใยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์เส้นใยและผ้าแต่ละชนิดมีบทบาทต่อแฟชั่นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นอย่างยิ่งก่อนที่จะมีเส้นใยสังเคราะห์ใช้มนุษย์รู้จักเพียงเส้นใยธรรมชาติเท่านั้นที่จะนำมาทำเป็นผ้าได้แก่ขนสัตว์ฝ้ายลินินไหมผ้าขนสัตว์จะใช้สำหรับเสื้อผ้าประเภทโค้ท (coat) สูท (suit) ผ้าฝ้ายจะใช้สำหรับเป็นเสื้อผ้าที่มีน้ำหนักเบาคุณสมบัติของเส้นใยเส้นด้ายและผ้าขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิตที่มีกรรมวิธีในการผลิตหลายวิธีเช่นการ ถักการทอการอัดทำให้ได้โครงสร้างผ้าและผิวสัมผัสของผ้ามีความแตกต่างกันออกไป

การเลือกผ้าให้เหมาะกับแบบเสื้อการเลือกผ้าเป็นจุดเริ่มต้นของการออกแบบเสื้อผ้า ถ้าเลือกได้เหมาะสมก็จะทำให้ผลงานที่ออกแบบมีความสมบูรณ์และได้รับการยอมรับ โดยมีหลักในการพิจารณา 3 ประการคือ

## 1. ความเหมาะสมกับโอกาสที่ใช้

นักออกแบบจะต้องพิจารณาว่าจะออกแบบเสื้อผ้าเพื่อใช้ในฤดูกาลใดก็ต้องเลือกผ้าให้เหมาะสม ถ้าฤดูหนาวก็ควรเลือกใช้ผ้าเนื้อหนาและถ้าฤดูร้อนก็ควรผ้าที่มีเนื้อบางเบาระบายอากาศได้ดีหรือผ้าที่เนื้อหนามีโครงสร้างการทอธรรมดาควรตัดเย็บเป็นชุดทำงานหรือผ้าที่มีการตกแต่งพิเศษให้มีความหรูหราที่เหมาะสมกับแบบเสื้อผ้าที่ใช้ในโอกาสพิเศษเป็นต้น

## 2. ลวดลายของผ้า

นักออกแบบเสื้อผ้าควรมีความพึงพิถันต่อการเลือกลวดลายของผ้าให้มากเพื่อผลงานที่ออกมาจะได้เป็นที่ยอมรับและสวยงามเหมาะสมลักษณะของลวดลายผ้าแบ่งได้ 5 ชนิดคือ

- 2.1 ผ้าพื้น ( plain fabrics)
- 2.2 ผ้าลายเรขาคณิต ( geometric pattern)
- 2.3 ผ้าลายธรรมชาติ ( naturalistic pattern)
- 2.4 ผ้าลายรวม ( conventional pattern)
- 2.5 ผ้าลายจุด ( dot or spot pattern)

## 3. ผิวสัมผัสของผ้า

ผิวสัมผัสของผ้าไม่สามารถสัมผัสได้จากการมองเพียงอย่างเดียวแต่อาจเกิดจากการสัมผัสด้วยมือซึ่งแบ่งตามลักษณะของแต่ละผิวสัมผัสได้ 2 ลักษณะคือ

- 3.1 ความนุ่มและความกระด้างซึ่งแบ่งออกตามการใช้งานได้ 3 ชนิดได้แก่
  - 3.1.1 ชนิดปานกลางเหมาะกับการออกแบบเสื้อผ้าที่มีเส้นกรอบนอกปกติ
  - 3.1.2 ชนิดกระด้างมากเหมาะกับแบบเสื้อผ้าที่มีเส้นกรอบนอกพิเศษหรือการใช้งานเฉพาะ
  - 3.1.3 ชนิดอ่อนนุ่มมากเหมาะกับแบบเสื้อผ้าที่มีเส้นกรอบนอกพิเศษเช่นพองฟูมากๆ

3.2 ความหนาและความบางผ้าแต่ละชนิดนอกจากมีความหนาความบางที่แตกต่างกันแล้วยังมีผิวสัมผัสที่แตกต่างกันอีกด้วยผิวสัมผัสของเนื้อผ้าบอกให้ทราบถึงโอกาสที่จะใช้ได้อย่างเหมาะสม ผิวสัมผัสมีทั้งขรุขระเรียบเกลี้ยงมันหรือด้านนุ่มหรือกระด้างหยาบหรือละเอียดผิวสัมผัสมีผลต่อเส้นกรอบนอกของเสื้อผ้านักออกแบบที่ดีควรรู้จักเลือกผิวสัมผัสของผ้าให้มีความสัมพันธ์และเหมาะสมกับแบบเสื้อสิ่งนี้นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงเพื่อยึดเป็นแนวทางในการออกแบบเสื้อผ้าประเภทต่างๆ คือ

- 3.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างวัยกับแบบ
- 3.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างวัสดุกับแบบ
- 3.2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสและเวลาที่ใช้กับแบบ
- 3.2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างเส้นกรอบนอกกับแบบ

นอกจากทั้ง 4 ข้อข้างต้นแล้วยังมีสิ่งที่เกี่ยวข้องและมีความสำคัญมากเช่นกันคือเนื้อผ้า ลวดลายสีซึ่งนักออกแบบเสื้อผ้าจะต้องเลือกใช้ให้มีความสัมพันธ์กันด้วย

### ทฤษฎีสี

ทำการศึกษาทฤษฎีสีเพื่อศึกษาความต่างและการเข้ากันได้ของสีส้น เพื่อนำมาพัฒนา เครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ (มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. 2553)

วรรณะของสี คือ ความแตกต่างของสีแต่ละกลุ่มแต่ละฝ่าย แบ่งออกเป็น 2 วรรณะ

1. วรรณะสีร้อน (WARM TONE) ประกอบด้วยสีเหลือง สีส้มเหลือง สีส้ม สีส้มแดง สีม่วงแดงและสีม่วง สีในวรรณะร้อนนี้จะไม่ใช่สีสดๆ ดังที่เห็นในวงจรสีเสมอไป เพราะสีในธรรมชาติย่อมมีสีแตกต่างไปกว่าสีในวงจรสีธรรมชาติอีกมาก ถ้าหากว่าสีใดค่อนข้างไปทางสีแดงหรือสีส้ม เช่น สีน้ำตาลหรือสีเทาอมทอง ก็ถือว่าเป็นสีวรรณะร้อน

2. วรรณะสีเย็น (COOL TONE) ประกอบด้วย สีเหลือง สีเขียวเหลือง สีเขียว สีเขียวน้ำเงิน สีน้ำเงิน สีม่วงน้ำเงิน และสีม่วงส่วนสีอื่น ๆ ถ้าหนักไปทางสีน้ำเงินและสีเขียวก็เป็นสีวรรณะเย็นดังเช่น สีเทา สีดำ สีเขียวแก่ เป็นต้น จะสังเกตได้ว่าสีเหลืองและสีม่วง อยู่ทั้งวรรณะร้อนและวรรณะเย็น ถ้าอยู่ในกลุ่มสีวรรณะร้อนก็ให้ความรู้สึกที่ร้อนและถ้าอยู่ในกลุ่มสีวรรณะเย็นก็ให้ความรู้สึกเย็นไปด้วยสีเหลืองและสีม่วงจึงเป็นสีได้ทั้งวรรณะร้อนและวรรณะเย็น ในการระบายสี เมื่อนำสีหลายๆ สีมาระบายอย่างอิสระ และผสมกันกลมกลืนเป็นอย่างดีเมื่อชำนาญจะเห็นว่า วรรณะของสีจะเข้ามามีบทบาทในการเขียนภาพอยู่เสมอ คือจะต้องแสดงออกไปทางวรรณะใดวรรณะหนึ่ง ระหว่างวรรณะร้อนและวรรณะเย็น จึงจะเป็นภาพเขียนที่ดี

ภาพที่แสดงวรรณะเย็นมักจะทำเอาสีประเภทเย็น (COOL COLOUR) มาใช้มาก ส่วนภาพที่แสดงวรรณะร้อนก็เอาสีประเภทร้อน (WARM COLOUR) มาใช้มากเช่นกัน ในวรรณะของสีสามารถแยกย่อยได้อีก 2 ประการ เช่น วรรณะสีร้อน จะมีวรรณะสีร้อนอย่างเบาบาง (LIGHT WARM TONE) และวรรณะสีร้อนอย่างเข้มข้น (DARK WARM TONE) ทั้งนี้ย่อมเกี่ยวกับค่าของสี (VALUE OF THE COLOURS) ที่นำมาใช้ภาพที่ใช้วรรณะสีเย็นจะแสดงความเศร้า ความสงบ ส่วนภาพที่ใช้วรรณะสีร้อนจะแสดงอารมณ์ ตื่นเต้น กระฉับกระเฉง รื่นเริงความขัดแย้ง จิตกรมีอารมณ์เช่นใด การใช้สีจะแสดงวรรณะของสีออกมาให้เห็นอย่างชัดเจน เช่น สมัยเมื่อ ปีกัสโซ่จิตรกรเอกอยู่ในวัยหนุ่ม มีความรักและกระชุ่มกระชวย ภาพเขียนของเขาจึงมีสีวรรณะร้อน ค่อยข้างไปชมพูและมีอยู่ระยะหนึ่งซึ่งตัวเขาทุกซ์ระทมจิตใจเศร้าหมอง ภาพเขียนในระยะนั้น จะมีสีวรรณะเย็นค่อนข้างไปทางสีน้ำเงิน เป็นต้น ไม่ว่าจิตรกรคนใดเขียนภาพด้วยวิธีใดก็ตามวรรณะของสีจะต้องมีบทบาทแสดงอารมณ์ออกมาให้เห็นเสมอ

การผสมกันของสีระหว่างวรรณะที่แตกต่างกัน คือ การเอาสีวรรณะร้อนและวรรณะเย็นมาระบายในภาพเดียวกัน ถ้าสีวรรณะร้อนมีเปอร์เซ็นต์มากกว่า ตั้งแต่ 70% ขึ้นไป โดยสีวรรณะเย็นมีปริมาณน้อยกว่า 30% ผลงานของภาพนั้นจะเป็นภาพวรรณะสีร้อน (WARM TONE) เช่น เราเลือกเอาสีจากวงจรของสีทั้งวรรณะสีร้อนและวรรณะสีเย็น ดังนี้ สีส้ม สีเหลือง สีเขียวเหลือง และสีเขียวว่างแบบที่เหมือนกัน 2 แบบ แต่ระบายสีให้มีวรรณะต่างกัน

แบบแรกใช้สีส้มและเหลืองมากกว่า 70% ของพื้นที่ภาพทั้งหมด แล้วใช้สีเขียวเหลือง และสีเขียว น้อยกว่า 30% ผลจะเป็นภาพวรรณะสีร้อนดังนั้นจะเห็นว่าภาพที่ปรากฏเป็นภาพวรรณะสีร้อนหรือภาพวรรณะสีเย็น ไม่จำเป็นจะต้องให้สีวรรณะสีร้อนหรือวรรณะ สีเย็นแต่อย่างใดเพราะเราอาจจะเอาสีของวรรณะที่แตกต่างกันมาผสมกันได้เพียงแค่ควบคุมประมาณการใช้สีวรรณะใดวรรณะสีหนึ่งให้มีเปอร์เซ็นต์มากกว่ากัน จะได้วรรณะของสีตามต้องการในการใช้สีเหล่านี้ ไม่จำเป็นต้องใช้สีแท้ๆ ในตัวของมันเอง ภาพที่สวยงามนั้น ส่วนมากเกิดจากการใช้ค่าในน้ำหนักของสีๆ เดียวเข้าผสมด้วย ภาพเขียนอันมีชื่อเสียงของโลกส่วนมากก็จะใช้กฎเกณฑ์ดังกล่าวนี้

จากแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเสื้อผ้าดังกล่าวสรุปได้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเสื้อผ้าเป็นพื้นฐานทั่วไปของการออกแบบเสื้อผ้าประกอบด้วยหลักวิชาการที่เกี่ยวข้องได้แก่ความหมายของการออกแบบและการออกแบบเสื้อผ้าความสำคัญของการออกแบบเสื้อผ้าหลักการออกแบบเสื้อผ้าและองค์ประกอบของการออกแบบเสื้อผ้า เนื่องจากแนวคิดดังกล่าวเป็นพื้นฐานทั่วไปของการออกแบบเสื้อผ้า ดังนั้นผู้วิจัยเห็นสามารถนำไปประยุกต์ให้เข้ากับการออกแบบชุดว่ายน้ำได้เป็นอย่างดี โดยจะนำไปพัฒนาออกแบบชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ความเป็นไทยแบบสากล

### แนวคิดเกี่ยวกับชุดว่ายน้ำ

ว่ายน้ำ เป็นกีฬาที่มีการเล่นกันมานานมาก ย้อนหลังเป็นพัน ๆ ปี เพราะการว่ายน้ำเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ทั้งเพื่อเหตุผลของการดำรงชีวิตและเหตุผลการแข่งขัน ในอดีตการว่ายน้ำมุ่งเน้นที่เพื่อการช่วยเหลือชีวิต จึงมีการเรียนการสอนว่ายน้ำในสถาบันการศึกษาเพื่อช่วยให้เด็กหรือนักเรียนเรียนรู้การช่วยเหลือตัวเองเมื่อเกี่ยวข้องกับน้ำ การแข่งขันว่ายน้ำถูกจัดขึ้นครั้งแรกในประเทศทางแถบยุโรป ราวปี ค.ศ. 1800 และกีฬาว่ายน้ำถูกบรรจุไว้ในการแข่งขันโอลิมปิก ในปี ค.ศ. 1896 ที่เมืองเอเธนส์ ประเทศกรีซ อย่างไรก็ตามการว่ายน้ำและการแข่งขันไม่มีรายการแข่งขันที่ผู้หญิงลงแข่งขัน จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1902 ที่ผู้หญิงได้เข้าร่วมการแข่งขันได้นอกจากเทคโนโลยีในการพัฒนาความเร็วของร่างกายของผู้ว่ายน้ำแล้วอุปกรณ์ที่ใช้ในการว่ายน้ำ ได้แก่ ชุดว่ายน้ำ หมวก และแว่นใส่น้ำก็เป็นอีกส่วนที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการของการว่ายน้ำ สิ่งเหล่านี้ช่วยให้นักกีฬาหลายคนสามารถสร้างสถิติใหม่ และประสบความสำเร็จในการว่ายน้ำอย่างมาก (ฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา. 2554)

แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันชุดว่ายน้ำไม่ได้ถูกผลิตขึ้นมาสำหรับการใช้ในการออกกำลังกายเพียงเท่านั้นแต่ถูกผลิตมาในเชิงแฟชั่นอีกด้วยซึ่งแฟชั่นเกี่ยวข้องกับกระแสความนิยมของกลุ่มคนในช่วงเวลาใดช่วงเวลานึงดังนั้นกลุ่มผลิตภัณฑ์แฟชั่นจึงมีวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สั้นกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไปและมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลารูทริกแฟชั่นเป็นธุรกิจที่มีการดำเนินกิจการเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สองกลุ่มหลักได้แก่กลุ่มเครื่องแต่งกาย(Clothing) และกลุ่มเครื่องประกอบเครื่องแต่งกาย (Fashion Accessories) (ณัฐสุภา เจริญยิ่งวัฒนา. 2553; อ้างอิงจาก Datamonitor. 2010: 12) โดยเหตุผลส่วนหนึ่งที่ทำให้ชุดว่ายน้ำนั้นถูกออกแบบมามากกว่าการใช้สำหรับการออกกำลังกาย ก็คือการท่องเที่ยวทะเล ซึ่งจะเป็นสถานที่ ๆ ทั้งบุรุษ และสตรีนิยมมาว่ายน้ำ อาบแดด รวมถึงการใช้วีรระเนื่องจากประเทศไทยมีจุดเด่นของการท่องเที่ยวทางทะเล ที่ดึงดูดทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวในประเทศเองด้วย ซึ่งช่วงที่ตลาดชุดว่ายน้ำเติบโตสูงที่สุดนั้นก็คือช่วงไตรมาสที่ 2 ของทุกปีก็คือเดือนกุมภาพันธ์ ถึงปลายเดือนเมษายน ตลาดชุดว่ายน้ำจะเริ่มมีความคึกคักขึ้น เนื่องจากเป็นช่วงหน้าร้อน ก่อนที่จะซบเซาลงตามฤดูกาลท่องเที่ยว โดยจะกลับมาเติบโตอีกครั้งในช่วงตุลาคมไปจนถึงปลายปี (ธีรดา อัมพันธ์. 2557; อ้างอิงจาก สยามธุรกิจ. 2557)

โดยวิวัฒนาการของแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีนั้นเริ่มตั้งแต่ในยุค 20s ซึ่งเป็นครั้งแรกที่ผู้หญิงกล้าสวมชุดว่ายน้ำเดินเล่นตามชายหาด โดยชุดว่ายน้ำที่ได้รับความนิยมคือชุดว่ายน้ำแบบ Tank Suits คือเป็นชุดวันพีซ ทำจากผ้าวูลและผ้าเจซี่ ลักษณะรูปแบบเป็นกระโปรงยาวครึ่งต้นขา และมีกางเกงขาสั้นอยู่ข้างใน อาจมีแขนหรือไม่มีแขนก็ได้ ภายหลังมีหมวกว่ายน้ำที่ตีเซนเพื่อให้เข้ากับทรงผลบ๊อบของสาว ๆ ในสมัยนั้นด้วย โดยผู้ออกแบบคือ ผู้บุกเบิกแฟชั่นแห่งยุค ได้แก่ Jean Paton (Introducing The Swimwear) ซึ่งเป็นผู้นำแฟชั่นชุดว่ายน้ำและชุดกีฬาเข้าสู่โลกแฟชั่นในคอลเล็กชัน 'Pour Le Sport' โดยหนึ่งในชิ้นยอดนิยม คือ ชุดว่ายน้ำผ้าถัก (Knitted Swimwear) ที่มีสร้างสรรค์ทั้งแนวคิดและวัสดุที่ใช้ ทำให้กลุ่มผู้บริโภคหญิง ในยุคนั้นต้องหาซื้อมาสัปดาห์ ต่อมาในยุค 30s ในยุคนี้ออกแบบ Beachwear ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางเนื่องจากผู้คนหันมาสนใจสุขภาพและการออกกำลังกาย ผู้ออกแบบจึงหันมาออกแบบชุดว่ายน้ำและชุดเดินริมหาดให้มีความทันสมัยยิ่งขึ้น ทั้งแบบที่เป็นชิ้นเดียวเปิดหลัง, ชุดผ้าป้าย (Wrap Dress) เดินชายหาด, ชุดว่ายน้ำถักนิตติ้ง อันทันสมัย ภายหลังชุดนอนก็ถูกนำมาสวมเดินทะเล ส่วนใหญ่เป็นชุดนอนกางเกงยาวและสั้นในสไตล์กะลาสี ที่ทำให้ดูเป็นชุดลำลองเหมาะกับวันหยุดหน้าร้อน ต่อมาถึงในยุค 50s ชุดว่ายน้ำวันพีซในสไตล์คอร์เซ็ททั้งมีสายและไร้สาย มาพร้อมช่วงขาแบบไฮคัตถือเป็นชิ้นที่นิยมสุดๆ ในยุคนี้ออกแบบชุดว่ายน้ำสไตล์ Apron ที่มีชิ้นผ้าติดผ้ากับชุดและสามารถถอดออกได้ กับเพลย์สูท (Playsuit) เป็นเหมือนจัมปีสูทขาสั้นไว้สำหรับใส่เดินทะเล หรือใส่ผ่อนคลายเป็นวันพักผ่อนก็เป็นชุดที่สาว ๆ ต้องมีในทุกซัมเมอร์ ส่วนบิกินี (Bikini) และทูพีช (Two Piece) ยังไม่ค่อยเป็นที่นิยมเท่าไรนัก ถ้าจะสวมต้องมีกระโปรงเซ็ทผ้าป้าย (Wrap Swim Shirt) ใส่คลุมชุด

ว่ายน้ำอีกที นอกจากนี้ยังมีหมวกว่ายน้ำให้เลือกสวมใส่เพื่อเซฟทรงผมของตัวเอง แต่ทว่าในความเป็นจริงแล้วสีเส้นสไตที่มีดอกไม้ประดับนี้น่าจะเป็นแฟชั่นมากกว่าสิ่งจำเป็น (Polkadot lover. 2555)

ส่วนทางด้านของประเทศไทยนั้น คนที่เหมาะสมที่จะเป็นนางแบบและถือเป็นผู้รู้เรื่องชุดว่ายน้ำในยุค 50s-60s ก็คืออมรา อัศววนนท์ เพราะคือนางสาวไทยคนแรกที่ได้รับเกียรติให้ไปประกวดมิสยูนิเวิร์สในนามประเทศไทย โดยเป็นแบบอย่างในการแต่งกายของผู้หญิงไทยที่มีรสนิยมทันสมัย และชาวไทยยุคนั้นไม่มีใครไม่รู้จักเธอ เธอได้กล่าวว่า “ชุดอาบน้ำไม่เปียเหมือนสมัยนี้ มีแบบที่คลุมขา ลงมา เนื้อผ้าเหมือนถุงเท้าแล้วชุดมันจะไม่มีโครงเลย ถ้าใครรูปร่างไม่ได้พอใส่ก็จะเห็นหุ่นชัดเลย ที่อเมริกาตอนนี้เขาจะล้ำสมัยกว่าเรา มีการใส่ชุดแบบไม่มีสายซึ่งเมืองไทยยังไม่มีเกาะอกเหมือนชุดอาบน้ำ แล้วข้างหลังก็เว้าลึกมาก” โดยได้มีการถ่ายแบบชุดอาบน้ำ ถ่ายกางเกงเรื่อย ๆ (Polkadot lover. 2555)

โดยชุดว่ายน้ำในยุค 60s นั้นยังคงแพตเทิร์นเดิมเอาไว้ แต่มีการเพิ่มความแตกต่างด้วยลายพิมพ์สีเส้นจัดจ้านตามแบบฉบับของแฟชั่นมอด (Mod) มีทั้งวันพีชและทูพีช ส่วนบิกินี สาวๆ จะสวมใส่อยู่บ้าน โดยจะสวมชุดระบายคลุมทับอีกทีในลุค Baby Doll หวานใส จนมาถึงในยุค 80s กระแสการออกกำลังกายในยุคนี้เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย กระแสการออกกำลังกายเริ่มต้นมาจากออสเตรเลีย ก่อนจะกลายเป็นกระแสรักสุขภาพแทรกซึมไปทั่วทุกเมืองใหญ่ในโลก ผู้คนนิยมกันไปออกกำลังกาย, วิ่ง, เล่นเทนนิสหรือแม้กระทั่งโยคะ แต่ที่นิยมมากที่สุด คือ การเต้นแอโรบิก ที่นำพาแฟชั่นชุดกีฬาสีเส้นสไตสีกางเกงน้ำยัดสีดำที่สวมชุดว่ายน้ำทับข้างนอก พร้อมสายคาดผม (Headband) กับ สายรัดข้อมือ (Wristband) สีสวย ซึ่งคนที่ทำให้กระแสนี้โด่งดังต้องยกให้ Olivia Newton-John (Polkadot lover. 2555)

จากข้อมูลเกี่ยวกับชุดว่ายน้ำสตรีจะเห็นได้ว่าชุดว่ายน้ำสตรีนั้นมีวิวัฒนาการตั้งแต่เป็นชุดที่ใช้ในการออกกำลังกายแบบดั้งเดิม เปลี่ยนมาเป็นชุดที่ใช้ในการออกกำลังกายที่เริ่มมีความสวยงาม จนมาเป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบันสำหรับการสวมใส่ในการท่องเที่ยวทะเล หรือใส่สำหรับการผ่อนคลาย โดยเพื่อความสวยงามของร่างกาย การอวดสตรีระ ร่างกาย ทำให้กระแสชุดว่ายน้ำสตรีเป็นที่นิยมในประเทศไทย

## แนวคิดเกี่ยวกับเอกลักษณ์ความเป็นไทย

คำว่าไทยมีความหมายในภาษาไทยว่าอิสรภาพเสรีภาพหรืออีกความหมายคือใหญ่ ยิ่งใหญ่เพราะการจะเป็นอิสระได้จะต้องมีกำลังที่มากกว่าแข็งแกร่งกว่าเพื่อป้องกันการรุกรานจากข้าศึกเดิมประเทศไทยใช้ชื่อสยาม(Siam) แต่ได้เปลี่ยนมาเป็นชื่อปัจจุบันเมื่อปีพ.ศ. 2482 ตามประกาศรัชนิยมฉบับที่ 1 ของรัฐบาลจอมพลป. พิบูลสงครามให้ใช้ชื่อประเทศประชาชนและสัญชาติว่าไทย

โดยในช่วงต่อมาได้เปลี่ยนกลับเป็นสยามเมื่อปีพ.ศ. 2488 ในช่วงเปลี่ยนนายกรัฐมนตรีแต่ในที่สุดก็ได้เปลี่ยนกลับมาชื่อไทยอีกครั้งในปีพ.ศ. 2491 ซึ่งเป็นช่วงที่จอมพลป.พิบูลสงครามเป็นนายกรัฐมนตรีในสมัยต่อมาช่วงแรกเปลี่ยนเฉพาะชื่อภาษาไทยเท่านั้นชื่อภาษาชาวยุโรปและอังกฤษยังคงยังเป็น Siam อยู่จนกระทั่งเดือนเมษายน พ.ศ. 2491 จึงได้เปลี่ยนชื่อภาษาชาวยุโรปและอังกฤษเป็น Thailande และภาษาอังกฤษเป็น Thailand อย่างในปัจจุบันอย่างไรก็ตามชื่อสยามยังเป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ (สุวีลักษณ์ วีระใจ. 2550: 35)

ชาญ มนุชธรรม (2528 อ้างถึงใน ไพโรจน์ พิทยเมธี, 2551) กล่าวว่า เอกลักษณะของชาติเป็นเครื่องแสดงถึงลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของชาติ เป็นผลสืบเนื่องมาจากวัฒนธรรมประจำชาติที่เป็นฐานรองรับ ดังนั้นเอกลักษณะจึงมีความหมายในทางคุณภาพมากกว่าในทางปริมาณ ซึ่งเอกลักษณะของชาติไทยจะดีเด่นจะสูงส่งเพียงใดก็จะเป็นผลจากการหล่อหลอมจากเอกลักษณะของคนไทยทุกคน ถ้าคนไทยมีวินัย และมีวัฒนธรรมที่ดีแล้ว ชาติไทยก็จะได้ชื่อว่ามีเอกลักษณะที่สูงเด่นตามไปด้วย เช่นเดียวกับระพี สาคริก (ไพโรจน์ พิทยเมธี . 2551; อ้างอิงจาก ระพี สาคริก . 2528) ได้กล่าวว่า เอกลักษณะของชาติไทยนั้นเกิดจากสิ่งทั้งหลายทั้งมวลตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ อันเกิดจากคนไทยในชาติ ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากวัฒนธรรมประจำชาติเป็นฐานรองรับ

โดยสรุปแล้วเอกลักษณะของชาติไทย นั้นหมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่หล่อหลอมคนไทยให้ปฏิบัติและประพฤติตามกันมาตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นชัดเจน และยังสามารถบ่งบอกถึงความเป็นชาติไทยได้อย่างชัดเจน ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งวัตถุ สิ่งก่อสร้าง และการกระทำของคนไทย

### **ลักษณะที่แสดงถึงเอกลักษณะความเป็นไทย**

มีนักวิชาการ และหน่วยงานในประเทศไทยได้ให้ความหมายแล่งแบ่งประเภทลักษณะที่แสดงถึงเอกลักษณะความเป็นไทยเอาไว้มากมายซึ่งส่วนมากมีความสอดคล้องกัน โดยผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดที่น่าสนใจของ หอสมุดแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ ฯ นครพนม (ม.ป.ป) สุวีลักษณ์ วีระใจ (2550: 35) จันทนา เพชรพรหม (2548) ได้ให้ความหมายของเอกลักษณะไทย ว่าคือ สิ่งที่ยังบอกความเป็นชาติไทยได้อย่างชัดเจนได้แก่

1. ภาษาไทย และอักษรไทย คือ ภาษาพูดที่ใช้สื่อสารกันได้อย่างเข้าใจ ถึงแม้จะมีสำเนียงที่แตกต่างกันไปบ้างในแต่ละพื้นที่ รวมถึงการใช้ศัพท์กับบุคคลในระดับต่าง ๆ และอักษรไทยที่ใช้ในภาษาเขียนโดยทั่วไป
2. การแต่งกาย ถึงแม้ว่าในปัจจุบันการ แต่งกายของชาวไทยจะเป็นสากลมากขึ้น แต่ก็ยังคงเครื่องแต่งกายของไทยไว้ในโอกาสสำคัญต่างๆ เช่น ในงานพระราชพิธีงานที่เป็นพิธีการ หรือในโอกาสพบปะสังสรรค์ระหว่างผู้นำ พิธีแต่งงาน เทศกาลและงานประเพณีที่จัดขึ้น หรือในกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องการ แสดงให้เห็นถึงความเป็นไทยอย่างชัดเจนในบางหน่วยงานของราชการมีการรณรงค์ให้แต่งกายในรูปแบบไทย ๆ ด้วย ซึ่งก็ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

3. การแสดงความเคารพด้วยการไหว้และกราบ ซึ่งแบ่งแยกออกได้อย่างชัดเจน เช่น กราบ พระพุทธรูป กราบพระสงฆ์ กราบไหว้บุคคลในฐานะ หรือวัยต่าง ๆ ตลอดจนการวางตนด้วยความ สุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน การแสดงความกตัญญูทศเวทิต่อผู้มีพระคุณ ความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมไปถึงความเกรงใจ

4. สถาปัตยกรรม สถาปัตยกรรมไทยมีปรากฏให้เห็นในชั้นหลังเนื่องจากงานสถาปัตยกรรม ส่วนใหญ่ชำรุดทรุดโทรมได้ง่ายโดยเฉพาะงานไม้ไม่ปรากฏร่องรอยสมัยโบราณเลย สถาปัตยกรรมไทย มีให้เห็นอยู่ในรูปของบ้านเรือนไทยโบสถ์วัดและปราสาทราชวังซึ่งล้วนแต่สร้างขึ้นให้เหมาะสมกับ สภาพอากาศและการใช้สอยจริง

5. ศิลปะ ประเพณี และวัฒนธรรมศิลปะไทยมีลักษณะเฉพาะตัวค่อนข้างสูงโดยมีความ กลมกลืนและคล้ายคลึงกับศิลปะวัฒนธรรมเพื่อนบ้านอยู่บ้างแต่ด้วยการสืบทอดและการสร้างสรรค์ใหม่ ทำให้ศิลปะไทยมีเอกลักษณ์สูงดังเช่นพิธีกรรมพิธีมงคลโกนจุกสมัยก่อนเมื่อเด็กมีอายุจะเข้าเขตวัย หน่อมสาว (ชายอายุย่างเข้า 13 ปีหญิง 11 ปีตามคตินิยมของอินเดีย) จึงมีการพิธีเพื่อบอกกล่าวแก่ญาติ มิตรเช่น(Coming of Age ของชาวยุโรป) อีกครั้งหนึ่งซึ่งเรียกว่าพิธีมงคลโกนจุกนี้โดยมากมักจะหา โอกาสทำร่วมกับพิธีมงคลเช่นขึ้นบ้านใหม่ทำบุญวันเกิด ฯลฯ เพราะนับเป็นงานมงคลเช่นเดียวกันโดยมี สวดมนต์เย็น 1 วันรุ่งขึ้นเลี้ยงพระแล้วก็ตัดจุกเด็กตามเวลาฤกษ์ตอนบ่ายมีเวียนเทียนสมโภชทำขวัญ เด็กตามพิธีพราหมณ์

6. ประติมากรรมเดิมนั้นช่างไทยทำงานประติมากรรมเฉพาะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เช่นพระพุทธรูป เทวรูปโดยมีสกุลช่างต่างๆนับตั้งแต่ก่อนสมัยสุโขทัยเรียกว่าสกุลช่างเชียงแสนสกุลช่างสุโขทัย อยุธยา และกระทั่งรัตนโกสินทร์โดยใช้ทองสำริดเป็นวัสดุหลักในงานประติมากรรมเนื่องจากสามารถแกะแบบ ด้วยซี่ผึ้งและตกแต่งได้แล้วจึงนำไปหล่อโลหะเมื่อเทียบกับประติมากรรมศิลาในยุคก่อนหน้านั้นงานสำริด นับว่าอ่อนช้อยงดงามกว่ามาก

7. จิตรกรรมงานจิตรกรรมไทยนับว่าเป็นงานศิลปะชั้นสูงได้รับการสืบทอดมาช้านานมัก ปรากฏในงานจิตรกรรมฝาผนังตามวัดวาอารามรวมทั้งในสมุดข่อยโบราณงานจิตรกรรมไทย เกี่ยวข้องกับงานศิลปะแขนงอื่นๆเช่นงานลงรักปิดทองภาพวาดพระบฏภาพวาดจิตรกรรมของ ศิลปินยกตัวอย่างเช่นภาพจิตรกรรมฝาผนังที่ได้ถ่ายทอดวิถีชีวิตของไทย

8. วรรณคดีไทย ซึ่งเป็นเครื่องแสดงถึงความเจริญทางจิตใจ ความรู้สึกทางอารมณ์แล้วแสดง ออกมาเป็นตัวหนังสือทำให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์สะเทือนใจ มีความรู้สึกเป็นไปในทางที่ดีงามเนื่องจาก วรรณคดีนั้นมักแฝงคติสอนใจเอาไว้ด้วย ซึ่งส่วนมากมาจากหลักธรรมในพุทธศาสนา

นอกจากเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่แสดงถึงความโดดเด่น เฉพาะของประเทศไทยแล้วนั้น เอกลักษณ์ความเป็นไทยยังมีความแตกต่างในตัวเองตามแต่ละท้องถิ่นในประเทศไทยอีกด้วย โดยแต่ละภาคมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวดังต่อไปนี้ (หอสมุดแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ ฯ นครพนม . ม.ป.ป.)

### 1. ภาคเหนือ

ชาวเหนือเป็นพุทธมามกะที่ดีและปฏิบัติศาสนกิจเคร่งครัดมาก แทบทุกหมู่บ้านจะมีวัดประจำหมู่บ้าน พ่อแม่ที่มีลูกชายจะนิยมให้ลูกชายบวชเรียน และนิยมให้ลูกชายบวชเณร ที่แม่ฮ่องสอน เรียกว่า ประเพณีบวชลูกแก้ว พิธีนี้จัดกันอย่างใหญ่โต แต่ละครอบครัวที่มีลูกชายวัยเดียวกัน มักจะนัดมาบวชพร้อมกัน มีการแต่งตัวให้นาคอย่างงดงามเหมือนเครื่องทรงกษัตริย์ เมื่อเข้าบวชແກ້ก็ให้ขึ้นหลังม้าทางสัปทน (ร่ม) จัดขบวนแห่อย่างสวยงามไปบวชที่วัด เมื่อบวชเป็นเณรก็เรียนหนังสือศึกษาพุทธศาสนาที่วัด พออายุได้ประมาณ 19 ปีก็ลาสิกขา แล้วจะมีคำนำหน้าว่า “น้อย” เช่น น้อยไชยา ส่วนผู้ที่บวชเป็นพระต่อถ้าสึกออกมาเป็นฆราวาสก็จะมีคำนำหน้าว่า “หนาน เช่น หนานโสภา”

ชายชาวเหนือมีฝีมือด้านช่างเป็นเยี่ยม งานศิลปะเด่น ๆ เช่น งานปูนปั้น งานแกะสลักไม้ การทำเครื่องเงิน เครื่องเงิน ล้วนแสดงให้เห็นถึงฝีมือทางด้านศิลปะที่งดงามยิ่ง

ทางด้านดนตรีและการละเล่นก็จะมีวงดนตรีที่เรียกว่า วงสะล้อ ซอ ซึ่ง ส่วนการฟ้อนก็จะมี ฟ้อนเล็บ ฟ้อนเทียน การละเล่นพื้นบ้านก็มีการจ้อย การซอ (ลักษณะคล้ายหมอลำทางภาคอีสาน) ซึ่งแสดงเป็นเรื่องราว แสดงการขับเกี่ยวพาราสีกัน การแสดงซอพื้นเมืองจะปรากฏให้เห็นตามงานเทศกาลทั่วไป ปัจจุบันแม้จะลดน้อยลงไปบ้าง แต่ก็ยังเป็นที่ยินยกันอยู่

### 2. ภาคอีสาน

บ้านภาคอีสาน เสายกพื้นค่อนข้างสูง ทำให้มีพื้นที่ใต้ถุนสูง ใช้เป็นที่ประกอบหัตถกรรมครัวเรือน ทอผ้า ใช้เก็บไหม หมักปลาร้า เป็นคอกเลี้ยงสัตว์ เก็บอุปกรรมทำไร่ทำนา ไปจนถึงจุดเกี่ยว

ชาวภาคอีสานดำเนินชีวิตประจำวันแบบพึ่งตนเอง ฝ่ายชายชาวภาคอีสานมักนิยมนุ่งโจงหรือกางเกงขาก๊วย ใส่เสื้อ คอกลม ใช้ผ้าขาวม้าคาดเอว ฝ่ายหญิงนิยมนุ่งผ้าซิ่น ใส่เสื้อ คอกลมแขนยาว ถือว่าเป็นเอกลักษณ์ประจำภาคโดยเฉพาะ

การประกอบอาหารจะใช้วัตถุดิบที่หาได้จากท้องถิ่น อย่าง เห็ด หน่อไม้หรือผักหวานจากป่า กุ้ง ปลา จากแม่น้ำ หรือ เบ็ด ไก่ จากการเลี้ยง ไว้ใต้ถุนบ้าน ให้ความสำคัญเรื่อง รสชาติอาหาร นิยมกินอาหารสด เช่น ส้มตำ รับประทาน ข้าวเหนียวเป็นอาหารหลัก นิยมทอผ้าไหม มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ของภาคอีสาน การละเล่นและเครื่องดนตรี มีจังหวะที่ครึกครื้น สนุกสนานอย่างหมอลำ และศิลปะการรำฟ้อนที่เรียกกันว่า “เซิ้ง”

### 3. ภาคกลาง

ภาคกลางเป็นที่รวมของศิลปวัฒนธรรม การแสดงจึงมีการถ่ายทอดสืบต่อกัน และพัฒนาเปลี่ยนแปลงขึ้นเรื่อยๆ จนบางอย่างกลายเป็นการแสดงนาฏศิลป์แบบฉบับไปก็มี เช่น รำวง และเนื่องจากเป็นที่รวมของศิลปะนี้เอง ทำให้คนภาคกลางรับการแสดงของท้องถิ่นใกล้เคียงเข้าไว้หมด แล้วปรุงแต่งตามเอกลักษณ์ของภาคกลาง คือการรำรำที่ใช้มือ แขนและลำตัว

เพลงพื้นเมืองบางอย่างได้วิวัฒนาการมาเป็นการแสดงที่มีศิลปะ มีระเบียบแบบแผน เช่น เพลงทรงเครื่อง คือ เพลงช่อย เพลงอีแซว เพลงเกี่ยวข้าว เป็นต้น ลักษณะอาหารภาคกลางก็จะได้รับอิทธิพลมาจากต่างประเทศ เช่น แกงกะทิ ทองหยิบ ฝอยทอง อาหารที่มีการประดิษฐ์อย่างสวยงาม เช่น ช่อม่วง ผลไม้แกะสลัก อาหารที่มักมีเครื่องเคียง ของแถม เช่น น้ำพริกปลาร้า ภาคกลางเป็นภาคที่มีอาหารว่าง และขนมหวานมากมาย เช่น ข้าวเหนียวปอกหม้อ กระทงทอง ค้างคาวเผือก เป็นต้น

### 4. ภาคใต้

สำเนียงของภาคใต้ มีประชากรบางส่วน ในจังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาสซึ่งนับถือศาสนาอิสลามพูดภาษายาวี ซึ่งเป็นภาษาท้องถิ่นคล้ายคลึงกับภาษามลายู การแต่งกายของคนในภาคใต้ หญิงนิยมนุ่งผ้าซิ่นยาวคลุมถึงข้อเท้า มีลวดลายเรียกว่า “ผ้าบาติก” (พื้นเมืองเรียกปาเต๊ะ) สวมเสื้อ รัดรูปปลอ่ยชายยาว ส่วนชายนิยมนุ่งโสร่ง สวมเสื้อปลอ่ยชาย

อาหารส่วนใหญ่ของคนภาคใต้ มักเกี่ยวข้องกับปลา และสิ่งอื่นๆ จากท้องทะเล อาหารทะเลหรือปลา โดยธรรมชาติจะมีกลิ่นคาวจัด อาหารภาคใต้จึงไม่พ้นเครื่องเทศ โดยเฉพาะขมิ้น เพราะช่วยในการดับกลิ่นคาวได้ดีนัก ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าอาหารบักซีใต้จะมีสีออกเหลืองๆ แสบทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นแกงไตปลา แกงส้ม แกงพริก ปลาทอด ไก่ทอด ก็มีขมิ้นกันทั้งสิ้น

#### ความสำคัญของเอกลักษณ์ความเป็นไทย

ในงานวิจัยของไพโรจน์ พิทยเมธี (2551) ได้สรุปความสำคัญของเอกลักษณ์ความเป็นไทยไว้ดังนี้

1. เอกลักษณ์ความเป็นไทย นั้นจะทำให้คนในชาติรู้จักตัวเองหรือสังคมว่าเป็นอย่างไร ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตร่วมกัน ส่งเสริมให้คนในชาติเป็นน้ำหนึ่งอันเดียวกัน ส่งผลให้ชาติสามารถดำรงและเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม
2. เอกลักษณ์ความเป็นไทยมีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศทั้งในแง่การส่งเสริม ซึ่งเอกลักษณ์ในส่วนดีก็จะช่วยในการพัฒนา และการขัดขวาง ซึ่งเอกลักษณ์ในส่วนที่ไม่ดีก็จะช่วยในขัดขวางความเจริญก้าวหน้าของประเทศ

## วิวัฒนาการของการแต่งกายของไทย

สมัยทวารวดีระหว่างพุทธศตวรรษที่ 11-16

ลักษณะของการแต่งกายได้บ่งบอกถึงฐานะของผู้คนในสมัยทวารวดีเป็นต้นว่าพระเจ้าแผ่นดินนุ่งผ้ายกดอกได้ขุนนางธรรมดาใช้ได้แต่ผ้ายกดอกสองชายส่วนราษฎรสามัญจะใช้ผ้ายกดอกได้แต่ผู้หญิงเท่านั้นอย่างไรก็ตามมีหลักฐานแสดงให้เห็นถึงการแต่งกายของคนในสมัยทวารวดีปรากฏอยู่บนงานปฏิมากรรมต่าง ๆ เช่นที่พระเจดีย์จุลประโทนอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐมชุดพบภาพสลักลายเส้นบนแผ่นหินเป็นรูปเจ้านายชั้นสูงไม่สวมเสื้อนุ่งโจงกระเบนรอบตัวมีหมอน้ำหอยสังข์เงินตราและดาวส่วนลักษณะการแต่งกายโดยทั่วไปได้แก่ เพศหญิง นุ่งผ้าขึ้นจีบพื้นหรือลวดลายย้อมสีกรัก (สีจากแก่นขนุน) ทบซ้อนกันข้างหน้าทึบชายแนบลำตัวไม่สวมเสื้อห่มผ้าสะไบเฉียงบ่าซ้ายไหล่มาข้างขวาเป็นผ้าฝ่ายบางจีบไม่สวมรองเท้า ส่วนฝ่ายชายมีผ้าเฉลียงบ่าบางนุ่งผ้าจีบชายผ้าด้านหน้าทึบลงไปคล้ายผ้าถุงครึ่งแข้งชายขมวดทึบลงไปข้างซ้ายคาดเข็มขัดไม่สวมเสื้อ (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ม.ป.ป)

สมัยศรีวิชัยระหว่างพุทธศตวรรษที่ 13 – 18

การแต่งกายของคนสมัยศรีวิชัยนั้นได้รับอิทธิพลด้านการใช้ผ้าจากจีนและเครื่องประดับจากชาวอินเดียลักษณะการแต่งกายของหญิงนุ่งผ้าครึ่งแข้งปลายบานยกขอบผ้าผืนเดียวบางแนบเนื้อคล้ายผู้ชายขอบผ้าชั้นบนทำเป็นวงโค้งเห็นส่วนท้องคาดเข็มขัดปล่อยชายผ้าลงทางด้านขวาส่วนฝ่ายชายนุ่งผ้าชายพกต่ำปล่อยชายย่อยเป็นกระหนกคาดเข็มขัดโลหะ (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ม.ป.ป)

สมัยลพบุรีระหว่างพุทธศตวรรษที่ 16 – 19

ศิลปะลพบุรีได้รับรูปแบบมาจากศิลปะของขอมเป็นส่วนใหญ่รูปหล่อสำริดที่มีอยู่เป็นจำนวนมากสะท้อนให้เห็นถึงการแต่งกายของชาวลพบุรีที่รับเอาวัฒนธรรมมาจากขอมลักษณะการแต่งกายสมัยลพบุรีโดยทั่วไปมีลักษณะทั่วไปได้แก่ ไม่สวมเสื้อนุ่งผ้าให้ชายซ้อนกันตรงหน้าแล้วปล่อยชายออก 2 ข้างเป็นปลีบางที่ปล่อยชายยาวลงถึงสะโพกทั้งขวาและซ้ายเป็นชายไหวคาดเข็มขัดปลายทำเป็นพู่คล้ายกรวยเชิงห้อยเรียงเป็นแถวไม่สวมรองเท้า ส่วนฝ่ายชายนุ่งผ้าถุงสูงขวาทับซ้ายแล้วทึบชายเป็นกาบใหญ่คาดเข็มขัดนุ่งสั้นเหนือเข่าทึบชายพกออกมาข้างหน้าเป็นแผ่นใหญ่ไม่สวมรองเท้า (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ม.ป.ป)

สมัยเชียงแสนระหว่างพุทธศตวรรษที่ 17 – 25

การแต่งกายในสมัยนี้ได้รับอิทธิพลทางศิลปะมาจากอินเดียสมัยราชวงศ์ปาละผ่านทางมาทางประเทศพม่าและได้พัฒนาให้มีลักษณะของตัวเองจนกลายเป็นรูปแบบของศิลปะไทยแท้ในยุคแรกมีหลักฐานกล่าวถึงผ้าหลายชนิดทั้งที่ทอขึ้นเป็นของตัวเองและทอขึ้นเพื่อเป็นสินค้าขายให้แก่อาณาจักรใกล้เคียงเช่นผ้าสีจันท์ขาวผ้าสีจันท์แดงผ้าสีดอกจำปาแสดงว่ามีการย้อมสีจากธรรมชาติ

ทางด้านการแต่งกายจึงเป็นการแต่งกายเป็นการผสมผสานระหว่างพม่าและขอม ลักษณะการแต่งกายโดยทั่วไปได้แก่ เพศหญิงนุ่งผ้าถุงยาวแบบต่ำที่ระดับใต้สะดือมีผ้าคาดทิ้งชายยาวปล่อยชายพกห้อยออกมาที่ด้านหน้าเป็นแฉกไม่สวมเสื้อมีสไบแพรบางสำหรับรัดอกให้กระชับขณะทำงาน ส่วนฝ่ายชายนุ่งผ้าสองชายจับจีบลงมาเกือบถึงข้อเท้าด้านหน้าชั้นนุ่งผ้าหลายชั้นรัดชายออกเป็นปลีทางด้านข้าง คล้ายชายไหวชายแครงมีผ้าขาวม้าเคียนเอวหรือพาดบ่าอากาศหนาวจะสวมเสื้อแขนยาว (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ม.ป.ป.)

สมัยสุโขทัยระหว่างพุทธศตวรรษที่ 19 – 20

การแต่งกายของชาวสุโขทัยอาจเทียบเคียงได้จากภาพเขียนลายเส้นบนแผ่นศิลาจากวัดศรีชุมภาพลายเส้นบนรอยพระพุทธรูปที่ทำด้วยสำริดรูปหล่อสำริดและตุ๊กตาสังคโลกที่แสดงให้เห็นทั้งทรงผมเสื้อผ้าห่มเครื่องประดับและเครื่องหอมลักษณะการแต่งกายโดยทั่วไปได้แก่ เพศหญิง นุ่งผ้าซิ่นหรือผ้าถุงยาวกรอมถึงข้อเท้า ส่วนฝ่ายชายนุ่งกางเกงครึ่งน่องแล้วนุ่งผ้าถกเขมรหรือหยักรั้งทับกางเกงอีกทีต่อมาประยุกต์เป็นนุ่งสั้นและทิ้งหางเหน็บเรียกว่ากระเบนเหน็บหรือนุ่งแบบรอยเชิงสวมเสื้อคอกลมหรือไม่สวม (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ม.ป.ป.)

สมัยอยุธยาตั้งแต่พ.ศ. 1893 – 2310

การแต่งกายของสมัยอยุธยามีการเปลี่ยนแปลงตามเหตุการณ์บ้านเมืองซึ่งมี 3 แบบดังนี้ (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ม.ป.ป.)

1. การแต่งกายตามกฎหมายเถียรบาลเป็นแบบของเจ้านายข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ทั้งผู้ชายและผู้หญิงตลอดจนพวกมีฐานะจะแต่งตามไปด้วยผู้หญิงยังมีการเกล้ามวยอยู่
2. การแต่งกายแบบชาวบ้าน (ระยะกลางของสมัยอยุธยา) มีการนุ่งโจงกระเบนทางแถบเมืองเหนือผู้ชายอาจไว้ผมยาวส่วนทางใต้ลงมาตัดผมสั้นครั้งสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชได้มีการไว้ผมมหาดไทยผู้หญิงยังคงไว้ผมยาวนิยมหมัดสไบ
3. ยุคสงคราม (สมัยอยุธยาตอนปลาย) ทั้งผู้ชายและผู้หญิงต้องช่วยกันต่อสู้กับศัตรู ผู้หญิงตัดผมสั้นลงเพื่อปลอมเป็นผู้ชายและสะดวกในการหลบหนีเสื้อผ้าอาภรณ์จึงตัดทอนไม่ให้รุ่มร่ามเป็นอุปสรรคต่อการเคลื่อนที่และเคลื่อนไหวมีการห่มผ้าตะเบงมานคือห่มไขว้กันบริเวณหน้าอกแล้วรวบไปผูกไว้หลังคอส่วนผู้ชายไม่มีการเปลี่ยนแปลง

การแต่งกายยุคกรุงศรีอยุธยาจึงแบ่งออกเป็น 4 สมัยดังนี้(มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ม.ป.ป.)

1. สมัยที่ 1 พ.ศ. 1893 ถึง พ.ศ. 2031 เพศหญิงจะนุ่งซิ่นจีบหน้าสวมเสื้อแขนกระบอกคอกลมผ่าหน้าเสื้อยาวเข้ารูปมีผ้าคลุมสะโพกไว้ด้านในของตัวเสื้อแต่ปล่อยชายออกด้านนอกต่อมาได้ต่อกับตัวเสื้อเป็นชายเสื้อลงมาอีกทีหนึ่ง ส่วนฝ่ายชายนุ่งกางเกงยาวลงมาแค่หน้าแข้งปลายขาเรียวกว้างกว่าเดิมนุ่งผ้าหยักรั้งแบบเขมรซ้อนทับกางเกงชายผ้ายาวเสมอเข้าใช้ผ้าคาดเอวสวมเสื้อคอกลมแขนยาวจรดข้อมือผ่าอกส่ายซ้ายทับส่ายขวามีผ้ากั้นตรงปลายแหลมคอส่ายหน้าและชายเสื้อ

2. สมัยที่ 2 พ.ศ. 2034-2171 เพศหญิงจะนุ่งกางเกงหรือโจงกระเบนสวมเสื้อแขนกระบอกคอกลมผ่าอกไม่นิยมสไบผู้หญิงชั้นสูงสวมเสื้อคอแหลมมีผ้าคล้องไหล่ 2 ชั้น ส่วนฝ่ายชายนุ่งโจงกระเบนไม่สวมเสื้อมีผ้าคล้องไหล่

3. สมัยที่ 3 พ.ศ. 2173 – พ.ศ. 2275 เพศหญิงในราชสำนักนุ่งผ้าชั้นสวมเสื้อผ่าอกคอแหลม (เดิมนิยมคอกลม) แขนกระบอกยาวจรดข้อมือหญิงชาวบ้านนุ่งผ้าจีบห่มสไบมี 3 แบบคือรัดคอสไบเฉียงและห่มตะเบงมาน (ห่มไขว้กันแล้วรวบไปผูกไว้หลังคอ) เหมาะสำหรับเวลาทำงานบุกป่าออกบร ส่วนฝ่ายชายนุ่งโจงกระเบนใช้ผ้าขาวม้าคล้องคอแล้วกลับไปห้อยชายไว้ทางด้านหลังสวมเสื้อคอกลมผ่าอกแขนยาวจรดข้อมือในงานพิธีสวมเสื้อยาวถึงหัวเข่าติดกระดุมด้านหน้า 8 – 10 เม็ดแขนเสื้อกว้างและสั้นมากไม่ถึงศอกนิยมสวมหมวกแบบต่างๆ ขุนนางจะสวมลอมพอกยอดแหลมไปงานพิธีจะสวมรองเท้าวางเท้าและปลายแหลมแบบแขกมัวร์

4. สมัยที่ 4 พ.ศ. 2275 ถึง พ.ศ. 2310 ในส่วนของฝ่ายหญิงนั้นคนชั้นสูงนุ่งชั้นยกจีบหน้าห่มคาดสวมเสื้อริ้วทอง (ทำด้วยผ้าไหมสลักด้วยเส้นทองแดง) ห่มสไบชาวบ้านท่อนบนคาดผ้าแถบหรือห่มสไบนุ่งโจงกระเบนหรือผ้าถุง ส่วนฝ่ายชายสวมเสื้อคอกลมสวมศีรษะแขนยาวเกือบจรดศอกมีผ้าห่มคล้องคอแล้วตลบชายทั้งสองไปข้างหลังนุ่งโจงกระเบนส่วนเจ้านายจะทรงสนับเพลาท่อนบนแล้วทรงภูษาจีบโจงมีไหมถักรัดพระองค์แล้วจึงทรงฉลองพระองค์คาดผ้าทิพย์ทับฉลองพระองค์อีกที

สมัยรัตนโกสินทร์

ในสมัยรัตนโกสินทร์ได้มีการแต่งกายที่น่าสนใจดังนี้(มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ม.ป.ป.)

สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น (2310-2394)

การแต่งกายสมัยรัตนโกสินทร์ในระยะแรก คงมีลักษณะ คล้ายคลึงกับ สมัยอยุธยา ตอนปลาย แต่ต่อมาภายหลัง เมื่อได้ติดต่อกับ ชาวยุโรป และได้รับ วัฒนธรรมตะวันตก แบบอย่าง ประเพณี และการแต่งกาย จึงเปลี่ยนไปตามสมัยนิยม ในรัชกาลที่ 1-3 ผู้ชายนิยมไว้ "ผมทรงมหาดไทย" หรือ "ทรงหลักแจว" ไม่นิยมใส่เสื้อ นุ่งโจงกระเบน ผู้หญิงไว้ผมทรงปีก เพียงแต่ไม่สั้นเกรียน แบบผู้ชาย ห่มสไบทับเสื้อแบบแขนทรงกระบอก นุ่งผ้าโจงกระเบน ส่วนเจ้านายฝ่ายใน นิยมห่มสไบปัก นุ่งผ้าลายทอง

สมัยรัตนโกสินทร์ในรัชกาลที่ 4 (2394-2411)

พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้มีการติดต่อกับชาวยุโรปมากขึ้น การแต่งกาย ของข้าราชการฝ่ายชาย เริ่มมีการ ใส่เสื้อเข้าเฝ้า และสวมรองเท้า ส่วนผู้หญิงห่มสไบ ใส่เสื้อแขนกระบอก นุ่งผ้าโจงกระเบน ถ้าเป็นเด็ก นิยมเกล้าผมไว้ เป็นจุก ใส่เสื้อคอกลม ติดลูกไม้

### สมัยรัตนโกสินทร์ในรัชกาลที่ 5 (2411-2453)

พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ร 5) ภายหลังจากที่ได้เสด็จประพาสยุโรปแล้ว อิทธิพลการแต่งกาย ของชาวยุโรปได้เข้ามา เจ้านายฝ่ายในได้เปลี่ยนจากหมสไบ มาใส่ เสื้อลูกไม้แขน พองแบบชาวยุโรป ตกแต่งด้วยสร้อยคอยาว สวมถุงเท้ายาว ซึ่งเจ้านายสตรีชั้นสูง เป็นผู้ริเริ่มการแต่ง กายของสตรี โดยเฉพาะสตรีในราชสำนักมี การดัดแปลง แก้ไข หลายครั้ง ต้นรัชกาลภายในวังฝ่ายใน ขึ้นกับสมเด็จพระยาสุริยวงศาธิราช (พระราชธิดาในรัชกาลที่ 3) ซึ่งโปรดให้เจ้านายฝ่ายใน เปลี่ยนจากนุ่งโจง มานุ่งจีบ หม่มแพรสไบเฉียงตัวเปล่า ถึงพ.ศ. 2416 พระบาทสมเด็จพระ จุลจอมเกล้า เจ้าอยู่หัว โปรดให้แก้ไขใหม่คือ ให้คงการนุ่งจีบไว้เฉพาะ เมื่อจะแต่งกับหม่มตาด หรือ สไบปัก ซึ่งเป็น เครื่องแต่งกายเต็มยศใหญ่ของสตรีในวังเท่านั้น ปกติให้นุ่งโจงใส่เสื้อ แขนกระบอก แฉ่งหม่มผ้าสไบเฉียง ทับตัวเสื้อ และให้สวมรองเท้ายาวเท้าหุ้มให้ตลอดน่อง สำหรับ เสื้อแขนกระบอกในสมัยนี้ มีการ ดัดแปลง เป็นแบบต่างๆ แล้วแต่ ความพอใจของ แต่ละ บุคคล เชื่อว่าเมื่อเลิกนุ่งจีบหม่มสไบตัวเปล่า เครื่องประดับแบบ ที่เหมาะกับการแต่งกาย ดังกล่าว เช่น สร้อยสังวาลย์ กำไลต้นแขน จี้ขนาดใหญ่ ก็มักจะไม่ได้นำออกมาใช้ จึงหันไป ประดับเครื่องประดับอื่นแทน เช่น เข็มกลัดติดผ้าสไบ ทำรูปแบบ อย่างเข็มกลัด ติดเสื้อของสตรีตะวันตก ต่อมาได้มีการดัดแปลงการหม่มสไบ มาเป็นสะพายแพรแทน โดยการนำแพรที่จีบตามขวางเอว มาจีบตามยาวอีกครั้ง จนเหลือเป็น ผ้าแอบตริ่งให้เหมาะ แล้ว สะพายบนบ่าซ้ายรวมชายไว้ที่เองด้านขวา เป็นที่นิยมกว่าการหม่มสไบเฉียง อาจเป็น เพราะแพร สะพาย ไม่ปิดบัง ความงามของเสื้อ เช่น การหม่มสไบ เพราะตัวเสื้อ ไม่มีการประดับประดามากต่อๆมา

หลังจากที่การ เสด็จประพาสยุโรปครั้งแรก เมื่อ พ.ศ.2440 มีการนำแบบอย่าง การแต่งกาย ของสตรียุโรป มาดัดแปลงแก้ไข สตรีชั้นสูงเริ่มใช้เสื้อตัดตามแบบอังกฤษ สมัยควีนวิกตอเรีย เป็นเสื้อ แขนพองตรงไหล่ แขนยาวและบางครั้ง ก็นิยมแขนเพียงศอก เรียกว่า "เสื้อแขนหมูแฮม" หรือ "ขาหมูแฮม" ตัวเสื้อประดับประดาด้วย อย่างงดงาม ด้วยลูกไม้ หรือติดโบว์ระยิบไปทั่วตัว ตัวเสื้อพอดีตัว คอเสื้อ นิยมตั้งสูง แต่ยังคง นุ่งโจงกระเบน เป็นผ้ามวง ผ้าลายหรือผ้าพื้นเมือง เข้ากับสีเสื้อแล้วแต่โอกาส และสะพายแพร สวมถุงน่องรองเท้าตอปลายรัชกาล แบบเสื้อได้เปลี่ยนไปอีก ช่วงนี้นิยมใช้ผ้าแพร ผ้าไหมและผ้าลูกไม้ ตัดแบบยุโรปที่นิยมกัน ในสมัยนั้นคือ คอตั้งสูงแขนยาวพู่พอง มีระบายลูกไม้เป็น ชั้นๆ รอบแขนเสื้อ เอวเสื้อจีบเข้ารูป หรือคาดเข็มขัด และยังสะพาย แพรสวมถุงเท้า ที่มี ลายโปร่ง หรือ ปักด้วยดินนงงาม สวมรองเท้าส้นสูง

สำหรับแพรสะพาย ไม่ใช่แพรจีบ แล้วตรึงอย่างแต่ก่อน แต่ใช้แพรชาวยุโรประบายให้หย่อน พองามแทน เป็นผ้าที่สั่งเข้ามา สำหรับเป็น แพรสะพาย โดยเฉพาะ เริ่มใช้เครื่องสำอาง ที่สั่งมาจาก ตะวันตกบ้างเช่น น้ำหอม เครื่องประดับนิยม สร้อยไข่มุก ซ้อนกันหลายๆสายประดับ เพชรนิลจินดา มากกว่าแต่ก่อน ซึ่งส่วนใหญ่จะออกแบบ แล้วสั่งทำจากต่างประเทศ

## สมัยรัฐนิยมหลังสงครามโลกครั้งที่ 2

ภายหลังจากเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 วัฒนธรรมการแต่งกายของไทยมีลักษณะเด่นด้านการนิยมแบบตะวันตกเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อจอมพล ป. พิบูลสงคราม ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีในช่วงแรก (พ.ศ. 2481 -2487) มีนโยบายสำคัญในการสร้างชาติด้วยลัทธิชาตินิยม โดยได้มีการวางเป้าหมายปลูกฝังให้ประชาชนชาวไทยเป็นผู้มี "วัฒนธรรมดี มีศีลธรรมดี มีอนามัยดี มีการแต่งกายเรียบร้อย มีที่พักอาศัยดี และมีที่ทำมาหากินดี" ด้านการแต่งกายรัฐได้วางระเบียบปฏิบัติ โดยเฉพาะ รัฐนิยมฉบับที่ 10 ประกาศเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2484 มีใจความสำคัญคือนำการแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อยเมื่อปรากฏตัวในที่ชุมนุมชน หรือสาธารณชน และแยกแยะประเภทเครื่องแต่งกายที่ถือว่าเรียบร้อยสำหรับประชาชนชาวไทย โดยกำหนดการแต่งกายและทรงผมแบบใหม่ขอให้สตรีทุกคนไว้ผมยาว เลิกใช้ผ้าโจงกระเบนเปลี่ยนเป็นนุ่งผ้าถุงแทน เลิกการใช้ผ้าผืนเดียวคาดอกหรือเปลือยกายท่อนบน ให้ใส่เสื้อแทน

### สมัยปัจจุบัน

หญิงไทยในยุคนี้จะแต่งกายตามสมัยนิยมและกล้าที่จะแต่งชุดที่ขัดกับวัฒนธรรมไทย เช่น นุ่งกระโปรงสั้นเหนือเข่าจนเห็นขาอ่อน (mini skirt) ใส่เสื้อเปิดพุง หรือรัดรูป ฯลฯ บางแฟชั่นก็เป็นกระโปรงบานยาวกรอมเท้า ฯลฯ ตามแต่จะได้รับสื่อแฟชั่นจากทุกมุมโลก ซึ่งเข้าสู่สมัยเทคโนโลยีการสื่อสารไร้พรมแดน แฟชั่นการแต่งกายสมัยใหม่ระบุดอกออกไปสู่วัยรุ่นไทยทุกจังหวัดอย่างรวดเร็วผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะการแต่งกายเลียนแบบดารานักวิ่ง นักแสดงวัยรุ่น ค่านิยมของการแต่งกายเปลี่ยนแปลงไปตามอาชีพ ตามวัยและตามสภาวะแวดล้อม "แฟชั่นกางเกง" นับเป็นแฟชั่นที่ได้รับความนิยมในเกือบทุกวัยทุกอาชีพ การนุ่งกางเกงนับเป็นเรื่องปกติสำหรับหญิงไทย กางเกงผ้ายีนส์เข้ามามีบทบาทมากในกลุ่มวัยรุ่นมากขึ้น อาจจะทำให้เห็นได้ว่าการแต่งกายจะตามกระแสแฟชั่นของโลกกันเป็นจำนวนมาก

วัฒนธรรมการแต่งกายย่อมมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย การแต่งกายไม่ว่าจะเป็นยุคสมัยไหนล้วนแล้วแต่เป็นการแต่งกายที่มีความงดงาม เราทุกคนควรที่จะรักษาวัฒนธรรมการแต่งกายที่งดงามของเราเอาไว้ เพื่อให้คนรุ่นหลังได้รักษาการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อยและถูกกาลเทศะอย่างนี้ตลอดไปโดยการแต่งกายของไทยนั้นได้อัตลักษณ์หลาย ๆ อย่างโดยเฉพาะผ้าไหมซึ่งเป็นผ้าที่นิยมทอกันอย่างมากทางภาคอีสานมีความงดงาม ไม่ซ้ำใคร ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่ควรค่าแก่การนำมาพัฒนาต่อเพื่อเพิ่มมูลค่าและคงไว้ซึ่งความเป็นไทย

## ผ้าไหมไทย

จากข้อมูลข้อมูลทางด้านเอกลักษณ์ความเป็นไทยพอจะเห็นแล้วประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นอย่างมาก ทั้งทางด้านวัตถุ สิ่งก่อสร้าง การกระทำของคนไทย และรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำติดต่อกันอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการสืบทอดเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้คงอยู่สืบต่อไปเป็นสิ่งที่สำคัญ ต่อคนรุ่นหลังผู้วิจัยจึงตัดสินใจที่จะนำเอาเอกลักษณ์ของไทยทางการแต่งกาย ซึ่งหนึ่งในเอกลักษณ์ทางการแต่งกายของไทยนั่นก็คือ ผ้าไหม ซึ่งเป็นผ้าที่นิยมทอ อย่างมากทางภาคอีสานมาศึกษาพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์รุ่นเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ความเป็นไทย และเพิ่มมูลค่าให้แก่ทั้งผ้าไหม และชุดว่ายน้ำ ซึ่งผ้าไหมไทย มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นดังนี้

ไหมไทยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในความสวยงามอันเนื่องมาจากแสงที่ทอส่งแวววามอยู่ในเนื้อผ้าที่แตกต่างไปจากผ้าไหมทั่ว ๆ ไป การทอผ้าไหมแต่เดิมนั้นทำกันเป็นอุตสาหกรรมในครอบครัวไว้ใช้เองหรือขายภายในประเทศ กรรมวิธีการผลิตผ้าไหมทำด้วยมือทุกขั้นตอน ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของเกษตรกรอุตสาหกรรมครบวงจรของครอบครัวเกษตรกรภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยเริ่มจากการปลูกหม่อนเพื่อเก็บใบไปเลี้ยงหนอนไหม จนเมื่อหนอนไหมทำรังแล้วก็จะเก็บรังไหมมาสาวด้วยวิธีการง่าย ๆ แล้วใช้เป็นทั้งไหมเส้นยืนและเส้นพุ่ง นำเส้นไหมที่สาวมาข้อมด้วยสีธรรมชาติที่มีอยู่ในส่วนต่าง ๆ ของต้นไม้ เช่น เข และคราม เป็นต้น (วลี มโนมัยย์. ม.ป.ป.)

ลักษณะของผ้าไหมที่ได้มีความแตกต่างจากผ้าไหมต่างประเทศ บางชนิดมีลักษณะเป็นปุ่มปมและมีลวดลายสวยงามแปลกตาพร้อมทั้งความมันแวววาวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ชอบและนิยมผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยมือ เพราะการทำด้วยมือทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ประณีตสวยงามผิวกายการทำด้วยเครื่องจักร ยิ่งเป็นผ้าไหม ซึ่งปกติเป็นของมีค่ากว่าผ้าที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้นใยสังเคราะห์อยู่แล้ว เมื่อใช้กรรมวิธีที่ทำด้วยมือทั้งหมด จึงทำให้ผ้าไหมของไทยเป็นสิ่งล้ำค่ามากสำหรับชาวต่างประเทศ

## การทอผ้าไหม

การทอผ้าไหมของไทยมีมาเนิ่นนานแล้ว แต่เดิมปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและสาวไหมเองโดยใช้กรรมวิธีเพื่อทอให้สอยกันภายในครอบครัวเท่านั้น และจัดได้ว่าเป็นงานหัตถกรรมอย่างหนึ่งที่ต้องใช้ความประณีตและความพิถีพิถันในการผลิตอย่างยิ่งยวด เส้นใยไหมที่ถักสานร้อยเรียงกันแต่ละเส้นจากที่ทอมือจึงแลออกมาด้วยความอุตสาหะ ทำให้เป็นผ้าที่มีค่ายิ่ง ด้วยเหตุนี้จึงถูกเลือกให้เป็นผ้าที่ใช้สวมใส่เฉพาะเทศกาลสำคัญ หรือมอบเป็นของขวัญสำหรับคนที่รับและนับถือ ไหมได้รับสมญานามว่าเป็นราชินีแห่งเส้นไหม

เนื่องจากมีความเงางามอ่อนนุ่มตามธรรมชาติและมีคุณสมบัติดีในการระบายความร้อนและดูดซับน้ำได้ดี จึงรู้สึกสบายตัวเมื่อสวมใส่ ต่อมาการทอไหมกลายเป็นอุตสาหกรรมจนได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งชาวไทยและต่างประเทศ สิ่งที่ทำให้ผ้าไหมไทยประทับใจผู้บริโภคเหนือคำโฆษณาใด ๆ จนโด่งดังไปทั่วโลกก็คือรัศมีแห่งความงดงามที่ทอแสงเป็นประกายจากผ้าไหมนั่นเอง โดยในปี 2512 ไทยส่งออกผ้าไหมรวม 652,349 ตารางเมตร ไปยัง 77 ประเทศทั่วโลก (ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ ตาก. 2556)

เส้นไหมที่ใช้สำหรับการทอผ้าแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ เส้นไหมยืนและเส้นไหมพุ่ง(ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ ตาก. 2556) มีรายละเอียดดังนี้

1. เส้นไหมยืน คือ เส้นไหมเรียบ(Raw silk) เป็นเส้นไหมที่ต้องนำมาตีเกลียวอีกครั้งหนึ่ง เช่น เส้นไหมขนาด 20/22 ดีเนียร์ จำนวน 3 เส้น หรือ 4 เส้น นำมาควบเพื่อตีเกลียวให้มีจำนวนเกลียว 330 เกลียวต่อเมตร ไหมเรียบเมื่อนำมาควบและตีเกลียวแล้วเรียกว่าไหมควบ (Thrown silk) มีหลายขนาด เช่น 20/22/3, 20/22/4 และ 18/20/6 ดีเนียร์ ขึ้นอยู่กับโครงสร้างผ้าที่ต้องการทอ เส้นไหมยืนอีกประเภทหนึ่ง คือไหมออร์แกนซิน (Or-ganzine silk) ตัวอย่าง เช่น เส้นไหมขนาด 20/22/4 Z850/S700 หมายถึงเส้นไหมเรียบขนาด 20/22 ดีเนียร์ นำมาควบ 2 เส้นและตีเกลียว Z ให้มีจำนวนเกลียว 850 เกลียวต่อเมตร แล้วนำเส้นไหมที่ได้จากการตีเกลียว Z จำนวน 2 เส้นมาควบและตีเกลียว S อีกครั้งหนึ่งให้มีจำนวนเกลียว 700 เกลียวต่อเมตร เส้นไหมออร์-แกนซินมีหลายขนาดเช่นเดียวกันเมื่อควบตีเกลียวและอบเกลียวให้อยู่ตัวแล้ว จึงนำไปฟอกขาวและย้อมสีก่อนที่จะนำไปเป็นเส้นยืน

2. เส้นไหมพุ่ง มี 2 ประเภท คือ เส้นไหมเส้นเดี่ยวแต่มีขนาดใหญ่ ที่นิยมใช้กันมาก คือ ขนาด 150-200 ดีเนียร์ เช่นเส้นไหมดูเปียนและเส้นไหมพื้นเมืองหรือไหมสาวมือ อีกประเภทหนึ่ง คือ เส้นไหมควบตีเกลียว โดยการนำเส้นไหมดิบ (Raw silk) หลายเส้นมาควบตีเกลียวให้มีจำนวนเกลียวประมาณ 150-180 เกลียวต่อเมตรเพราะการที่จะสาวไหมให้ได้เส้นเดี่ยวขนาดใหญ่ เช่น 150-200 ดีเนียร์ นั้นมีปัญหาทางด้านการควบคุมความสม่ำเสมอของเส้นไหม ดังนั้นการใช้ไหมเส้นเล็กหลายเส้นมาควบตีเกลียวให้มีขนาดใกล้เคียงกับเส้นไหมเส้นเดี่ยวขนาดใหญ่จะมีความสม่ำเสมอดีกว่า แต่ก็ให้คุณลักษณะของเนื้อผ้าที่แตกต่างกัน ถ้าพูดถึงเส้นไหมพุ่งโดยทั่วไปจะหมายถึงเส้นไหมเส้นเดี่ยวที่มีขนาดใหญ่ แต่เวลาทอจะควบ 2 เส้น 4 เส้น ฯลฯ โดยไม่ตีเกลียวแล้วเรียกผ้าไหมชนิดนี้ว่า เป็นผ้าไหม 2 เส้น หรือผ้าไหม 4 เส้น ถ้าเป็นผ้าไหมเนื้อหนาสำหรับทำผ้ามานหรือบุเฟอร์นิเจอร์ก็อาจควบมากกว่า 6 เส้น

## ลายผ้าไหม

เนื่องจากงานวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะ การแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา เลือกใช้วัสดุ และลวดลายจากผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา เข้ามาประยุกต์ใช้ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ กลุ่มผลิตผ้าไหมบ้านธงชัย พบว่า ผ้าไหมบ้านธงชัยมีลวดลายของผ้าไหม ได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าไหมพื้นเรียบ ผ้าไหมยกดอก ผ้าไหมลูกแก้ว ผ้าไหมสีธรรมชาติ ผ้าไหมสีเคมี และผ้าหางกระรอก โดยมี ลายเอียดของลวดลาย ดังนี้ (กรมหม่อนไหม. ม.ป.ป.)

1. ผ้าไหมมัดหมี่เป็นการทอผ้าอย่างหนึ่งที่มีการสร้างลวดลายก่อนที่จะทำการย้อมสี การ ทำลายผ้ามัดหมี่เป็นการเอาเชือกมามัดด้ายหรือมัดเส้นไหมตามลวดลายที่ได้ออกแบบไว้ การมัดและ ย้อมลายจะมีการทำทั้งเส้นทางแนวยืน และแนวนอนหรือที่เรียกว่าแนวพุ่ง มีการสันนิษฐานว่าการมัด ลายในแนวยืนน่าจะมามาก่อนในแนวพุ่ง และจากการสืบค้นมีข้อสันนิษฐานว่าน่าจะได้รับการถ่ายทอด มาจากประเทศอินเดีย โดยในสมัยโบราณที่มีการค้าขายกันและติดมากับสินค้าอื่นการทอผ้ามัดหมี่ โบราณนิยมการย้อมสีด้วยสีธรรมชาติ เช่น สีแดงจากครั่ง สีนํ้าเงินจากคราม เป็นต้น ส่วนผ้าไหมมัดหมี่ จะนิยมทำในกลุ่มไท-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากเส้นทางการรับแบบอย่างของผ้ามัดหมี่ คือ จากอินเดีย ผ่านมาทางอินโดนีเซียและกัมพูชาหรือเขมร ดังที่เราจะเห็นได้ว่าผ้าไหมมัดหมี่ของจังหวัด สุรินทร์ และบุรีรัมย์ จะเป็นวัฒนธรรมที่เป็นแบบเขมรอย่างเห็นได้ชัด ปัจจุบันผ้ามัดหมี่มีการทำกัน อย่างแพร่หลาย สามารถทำได้ทั้งผ้าฝ้ายและผ้าไหม โดยเฉพาะผ้าไหมจะมีความสวยงามมาก นอกจากตัวผ้าไหมเองแล้ว ลวดลายและสีสันยังเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างความสวยงามให้มากยิ่งขึ้น การ อนุรักษ์ลวดลายโบราณ และนำมาประยุกต์ใช้ จึงเป็นสิ่งที่น่าจะได้รับการส่งเสริมพัฒนาเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้น การเก็บรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตผ้าไหมมัดหมี่สีธรรมชาติเพื่อการถ่ายทอดสู่คนรุ่น ต่อไปจึงเป็นเรื่องที่ดีและควรให้การสนับสนุนสำหรับลวดลายต่างๆที่มีการสร้างสรรค์มาแต่โบราณ จึงเป็นงานศิลป์ที่ควรแก่คุณค่าให้เป็นสินทรัพย์ของแผ่นดินไทยตลอดไป

2. ผ้าไหมพื้นเรียบ เป็นผ้าไหมสีพื้นเนื้อเรียบมีลักษณะเงางามเนื่องจากทอด้วยไหมเส้นเล็ก เนื้อเนียนละเอียด เหมาะสำหรับตัดชุดลำลองที่ต้องการความเบาสบาย , ชุดทำงานที่ดูหรู หรือชุด สำหรับออกงาน ลักษณะที่สำคัญคือมีเนื้อผ้าที่เนียนเรียบ ให้ความรู้สึกที่เบาสบายเนื่องจากเนื้อผ้าไหม ทอจากใยธรรมชาติจะมีความโปร่งเบาและระบายอากาศได้ดีในหน้าร้อน

3. ผ้าไหมยกดอก คือ ผ้าไหมที่ทอยกลวดลายให้สูงขึ้นกว่าพื้นผ้า โดยเลือกยกบางเส้น และขมบางเส้น แล้วพุ่งกระสวยไปในระหว่างกลางด้วยดินเงินหรือดินทอง ซึ่งเทคนิคในการทอยกให้ เกิดลวดลายนี้เรียกว่า เทคนิคการยกดอก ผ้ายกเป็นผ้าโบราณที่อดีตใช้ในคุ้มเจ้าหรือในพระราชสำนัก เท่านั้น ซึ่งผ้าไหมยกดอก มีความหมายเดียวกับผ้ายก ต่างกันที่การใช้ไหมพุ่งอาจจะใช้เส้นไหมสีต่างๆ แทนเส้นดินในการทอผ้า คำว่า ยกดอก นั้นเพื่อบ่งบอกถึงเทคนิคที่ใช้ทอผ้าและบ่งบอกถึงลวดลายที่

เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดลำพูนที่เป็นลวดลายดอกไม้ เช่น ลายดอกพิกุล ดังนั้นจึงเรียกว่า "ผ้าไหมยกดอก" หรือ "ผ้าไหมยกดอก ลำพูน"

4. ผ้าไหมลูกแก้วเป็นผ้าไหมลายลูกแก้ว มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีสีดำมันวาว ย้อมด้วยวัสดุธรรมชาติ คือ ผลมะเกลือ และต้องย้อมซ้ำไปซ้ำมาจนติดสีดำเข้ม มีกรรมวิธีการทอโดยการทอลายในตัว และใช้วิธีการแยกตะกอ 5 ตะกอ เพื่อให้เกิดลวดลายขนมเปียกปูนเป็นวงซ้อนกันติดต่อกันตลอดทั้งผืน เมื่อเสร็จสิ้นการทอ ขั้นตอนต่อไปนำไปตัดเส้นและย้อมมะเกลืออีกครั้งเป็นขั้นตอนสุดท้ายส่วนลวดลายผ้าไหมลายลูกแก้วย้อมมะเกลือ อดีตบรรพบุรุษได้คิดค้นมาจากลวดลายของผลหวายป่า ลักษณะคล้ายผลระกำหรือสละ ซึ่งมีรูปร่างเป็นช่อคล้ายลูกแก้วในปัจจุบัน แล้วนำไปใช้เป็นลวดลายทอผ้าขึ้นมาเป็นลักษณะรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนซ้อนกันตลอดทั้งผืน

5. ผ้าไหมสีธรรมชาติ เป็นผ้าไหมที่ใช้เส้นไหมจากรังไหมสีเหลือง พันธุ์ไทยแท้ นำมาฟอกขาวไหมออก โดยใช้น้ำขี้เถ้าเป็นน้ำด่าง และสีที่ใช้ จะได้จากพืชเป็นส่วนใหญ่เช่น สีเหลือง จากแก่นขนุน สีดำจากลูกมะเดื่อ สีแดง จากครั่ง เป็นต้น หลังจากนั้นนำมาทอ โดยช่างทอพื้นบ้าน ทำให้ได้ผ้าไหมสีธรรมชาติ ที่มีความสวยงาม

6. ผ้าไหมสีเคมี เป็นผ้าไหมหรือผ้าฝ้ายย้อมด้วยสีธรรมชาติ หนึ่งในภูมิปัญญาไทยที่สืบทอดมาแต่โบราณ มีการคัดสรรพันธุ์พืชหรือสัตว์ที่มีหลากหลายในท้องถิ่น ใช้เป็นวัตถุดิบให้สี แต่ละพันธุ์พืชที่ได้รับการพัฒนาจนใช้ย้อมได้สีคุณภาพดีสีไม่ตก และไม่ซีดจางง่าย มีจำนวนไม่กี่ชนิด และเริ่มไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ในขณะที่มีความนิยมในผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสีธรรมชาติเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีกระบวนการผลิตจากวัสดุธรรมชาติ และผ้าไหมสีธรรมชาติมีลักษณะเด่นที่สีนุ่มนวล ไม่ฉูดฉาด เป็นที่ต้องการของตลาดโดยเฉพาะในต่างประเทศ

7. ผ้าหางกระรอก เป็นผ้าทอโบราณที่มีลักษณะลวดลายเรียบง่าย แต่แฝงด้วยความประณีตและงดงาม โดยใช้เทคนิคการทอผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่าไทคือ "การควบเส้น" หรือคนไทยเรียกว่า "ผ้าหางกระรอก"จังหวัดนครราชสีมา ได้ชื่อว่าเป็นแหล่งทอผ้าหางกระรอก ที่สามารถทอผ้าได้งดงามที่สุดแห่งหนึ่ง ซึ่งลักษณะสำคัญของผ้าหางกระรอกคือ เป็นผ้าพื้นเรียบที่ใช้เทคนิคการทอพิเศษที่นำเส้นพุ่งพิเศษโดยใช้เส้นไหม หรือเส้นฝ้าย 2 เส้น 2 สี มาตีเกลียวควบเข้าด้วยกันให้เป็นเส้นเดียวที่เรียกว่า เส้นลูกกลาย หรือ ไหมลูกกลาย หรือ เส้นหางกระรอก ใช้อุปกรณ์ในการตีคือ ไน และโบก ซึ่งต้องอาศัยทักษะความชำนาญของผู้ตีเกลียวที่จะทำให้ได้เกลียวถี่ หรือเกลียวห่างตามต้องการ ส่วนเส้นไหมที่จะนำมาตีเกลียวนั้นควรเป็น เส้นไหมน้อยที่คัดเป็นพิเศษให้ได้เส้นไหมที่สม่ำเสมอ จากนั้นจึงนำไปเป็นเส้นพุ่งทอผ้า และผ้าที่ได้จะมีลักษณะลวดลายเล็กๆ ในตัวมีสีเหลืองมันวาวระยับดูคล้ายเส้นขนของหางกระรอก ครั้งหนึ่งผ้าหางกระรอกเคยเป็นผ้าประจำจังหวัดนครราชสีมา ตามคำขวัญเดิมของจังหวัดที่ว่า "นกเขาคารม อ้อยคันร่ม ส้มขี้ม้า ผ้าหางกระรอก ดอกสายทอง แมวสีสวาด" เพราะโคราชม์มีการทอผ้าหางกระรอกมานานกว่าร้อยปี

### ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม

ผ้าไหมนับว่าเป็นผ้าที่มีมูลค่าในตัวเองที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากวิธีทอที่มีความงดงามที่ทอแสงเป็นประกายจากผ้าไหม รวมทั้งการสร้างสรรคด้วยมือ ทำให้ผู้คนต่างหลงใหลในความล้ำค่าของผ้าไหม ซึ่งจากเดิมที่มีเพียงผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า ด้วยความนิยมในผ้าไหมจึงได้มีการสร้างสรรค์แปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมเพื่อให้เกิดเป็นมูลค่าเพิ่มจากเดิม ซึ่งโดยทั่วไปนั้นราคาผ้าไหมจะอยู่ที่หลักละ 450 – 800 บาท (ศูนย์วัฒนธรรมผ้าไหมปักธงชัย, 2557) ซึ่งขึ้นอยู่กับลายของผ้าไหมโดยสินค้าที่เป็นที่นิยมในการผลิต อาทิ ชุดผ้าไหม เสื้อผ้า กางเกง กระเป๋ ผ้าคลุมไหล่ กระเป๋าถือ เนคไท ซึ่งเมื่อกลายมาเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปแล้วนั้น ราคา ก็จะเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัวจากราคาผ้าไหมที่จำหน่ายเป็นหลา ซึ่งจากการสำรวจราคาจากร้านค้าในศูนย์วัฒนธรรมผ้าไหมปักธงชัย (2557) พบว่ามีรายละเอียดราคาผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากผ้าไหม ดังนี้

ตาราง 2 แสดงราคาของประเภทผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากผ้าไหม

ประเภทผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากผ้าไหม	ราคา (เฉลี่ย) บาท
เสื้อผ้าไหมสตรี	1,400
เสื้อผ้าไหมสุภาพบุรุษแขนยาว	1,800
เสื้อผ้าไหมสุภาพบุรุษแขนสั้น	1,500
เสื้อซาฟารีไหม	1,900-2,200
กางเกงเลผ้าไหม	2,800
กระเป๋าผ้าไหม	2,900
ผ้าคลุมไหล่	1,300-1,500
เนคไท หน้ากว้าง 3.5 นิ้ว	400 - 700

ที่มา: ศูนย์วัฒนธรรมผ้าไหมปักธงชัย. (2557).

จากข้อมูลทีกล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่าผ้าไหมนั้นมีมูลค่าอยู่ในตัวเองค่อนข้างสูงเมื่อนำมาผลิตเป็นสินค้าต่าง ๆ จะได้อาไรที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้วิจัยให้ความสนใจที่จะนำเอาผ้าไหมไทยมาใช้เป็นวัสดุหลักในการศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรี เพื่อส่งเสริมความเป็นไทย และให้กลุ่มวัยรุ่นเกิดความสนใจ และเกิดความชื่นชมผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยเอง

## ข้อมูลเกี่ยวกับเทรนแฟชั่น 2015/2016

ในปี 2015-2016 นี้ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative & Design Center - TCDC) หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า ทีซีดีซี ได้จัดทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) เรื่อง “เจาะเทรนด์โลก 2015 โดย TCDC: แฟชั่น วัสดุ เทคโนโลยี สี พื้น ที่ โลฟสไตล์” โดยศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิจากหนังสือและนิตยสารเกี่ยวกับเทรนด์กว่า 20 เล่ม อาทิ Carlin, Mix Trends, Nelly Rodi, Pantone View เพื่อคัดเลือกแนวโน้มหลักซึ่งถูกกล่าวถึงมากที่สุด มานำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่ายเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับทุกสาขาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองของความต้องการของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นนักออกแบบ นักการตลาด นักบริหารแบรนด์ นักจัดซื้อ นักบริหารจัดการสินค้า ผู้ผลิต ผู้นำเข้าและส่งออก ฯลฯ ไปจนถึงผู้ประกอบการในทุกแวดวงธุรกิจ เพื่อจะได้รู้ทันกระแสความเคลื่อนไหวที่จะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคทั้งในประเทศไทยและทั่วโลกซึ่งจะช่วยชี้ช่องทางให้ผู้ประกอบการก้าวล้ำหน้าคู่แข่งได้ ซึ่งผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดดังกล่าวมาปรับใช้การศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ในครั้งนี้ด้วย (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. 2015)

ซึ่งกระแสเทรนด์โลกในปี 2015-2016 นี้ได้ถูกแบ่งออกเป็น 4 กระแสหลักด้วยกันคือ

1. **อิสระจากเวลา (Time Marverick)** เป็นเทรนด์ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นมากในปัจจุบัน ซึ่งเป็นผลมาจากสภาวะไร้สงคราม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการแพทย์ ทำให้มีผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ด้วยพฤติกรรมของผู้สูงอายุยุคใหม่นี้ ไม่ได้ยึดติดกับการทำงานประจำจนถึงการเกษียณ ซึ่งผู้สูงอายุยุคใหม่นี้เริ่มรักในการทำงานอิสระมากขึ้น รวมทั้งการใช้ชีวิตให้มีความสุขดังใจที่ปรารถนา ทำให้แสวงหาความสุขด้วยการหากิจกรรมมาทำยามว่าง และการเข้าหาสังคม เช่น การออกกำลังกาย ดังนั้นการทำธุรกิจเพื่อตอบสนองของคนกลุ่มนี้จึงเป็นที่น่าสนใจเพราะเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง โดยผู้วิจัยเห็นว่ากระแสนี้ยังไม่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษา

### แนวความคิด

ต้นทุนทางชีวิต แน่แน่นอนว่าผู้คนมาน้อยต่างต้องการมีชีวิตที่อย่างไร้เงื่อนไขด้านเวลา นั้นสามารถดำรงความอ่อนเยาว์และสุขภาพแข็งแรงไว้ตราบนานเท่านาน ผู้สูงวัยอันเป็นผลผลิตของการฉลองชัยชนะหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 กำลังเป็นโจทย์ข้อใหญ่ให้คนรุ่นถัดไปเตรียมรับมือกับความชราภาพและการอยู่ร่วมกันในสังคมซึ่งขณะนี้ไม่ว่าจะเทคโนโลยีทางการแพทย์นาโนเทคโนโลยี ชีวเคมี ชีวโมเลกุล วิศวกรรม ต่างผ่นกำลังเพื่อหาวิธียับยั้ง ฟันฟู กระทั่งสร้างอะไหล่อวัยวะเทียม นั้นไม่ได้หมายถึงการพุงความแก่ชราไว้พร้อมโรคภัย แต่เป็นการสร้างความงดงามแห่งวัยชราที่สมวัย แข็งแรง เปี่ยมสุขและที่เหนือไปกว่านั้นคือการถอดเข้มนาฬิกาโดยเก็บความอ่อนเยาว์ไว้อย่างไม่แปรเปลี่ยน

## Mood&Tone

- ไร้กาลเวลา
- สุขภาพร่างกายและความสมดุล
- ความเรียบง่าย เรียบง่าย จิตวิญญาณด้านบวก
- ที่มาที่ไป เชื่อมโยงเหตุและผลและการเข้าถึงเฉพาะบุคคล



ภาพประกอบ 1 แนวความคิดอิสระจากการเวลา (Time Marverick)

ที่มา: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. (2015).

2. ความท้าทายในดินแดนอื่น (Next-Plorers) นั้นเกิดขึ้นจากความน่าสนใจในข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ ผนวกกับการเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และรวดเร็วในปัจจุบัน ทำให้ในรุ่นนี้ใหม่นี้ ถูกกระตุ้นให้ออกเดินทางอย่างง่ายดาย เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆ ค้นหาเส้นทางของตนเอง เพื่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และตระหนักรู้ถึงการเลือกใช้ชีวิต เทชนในยุคนี้จึงเน้นที่จะนำเอารูปแบบเดิมในประวัติศาสตร์ สิ่งที่เคยมีอยู่ สิ่งที่เคยตกทอดมาจากคนรุ่นก่อน มาปรับ ประยุกต์ใช้ให้โดดเด่นขึ้น จากสิ่งที่เข้าถึงได้ยากอย่างผ้าไหม สำหรับกลุ่มวัยรุ่น ก็จะสามารถกลายเป็นรสนิยมในกระแสหลักได้ ภายใต้ชุดว้ายน้ำ

### แนวความคิด

ทุนทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โลกาภวัตน์ไม่เพียงลดข้อจำกัดด้านพื้นที่และสร้างตลาดแบบเสรีนิยมซึ่งเอื้อต่อการเคลื่อนย้ายเม็ดเงินสินค้าระบบแรงงานเท่านั้น แต่ยังมีผลต่อวัฒนธรรมเช่นกัน วัฒนธรรมที่แข็งแกร่งไม่ได้ตั้งตระหง่านในแผ่นดินเดิม แต่เป็นการเล่นแร่แปรธาตุจากนักเดินทาง ผู้ชาญฉลาดในการหยิบยืมผสมนี้โดยยังคงแก่นแนวคิดหลักเอาไว้ในส่วนผสมใหม่ที่ลงตัวไม่ว่าจะเป็นสไตล์ Gypset วัฒนธรรมหลอมรวมระหว่างนักพนันจรจัดและนักเดินทางระดับเฟิร์สคลาส นอกจาก

การตั้งบุคลิกและสไตล์ส่วนบุคคลสู่ธุรกิจแล้ว ในเชิง อัตลักษณ์ของพื้นที่ก็เช่นกันเมื่อคนเริ่มเบื่อหน่าย การผูกขาดและการส่งออกภาพลักษณ์แฟชั่นเดิมๆ จากศูนย์กลางอย่างปารีสหรือมิลาน จึงมีการปักหมุดในดินแดนที่ทำทายกว่าอินเดีย บราซิล แมกรทั้งเลบานอน ซึ่งเป็นพื้นที่ในเขตความขัดแย้งเดิม เพื่อสร้างสไตล์ไอคอนใหม่ๆ

### Mood&Tone

- ต้นทุนทางประวัติศาสตร์
- ผสมผสานเอกลักษณ์หลอมรวมวัฒนธรรม
- ศิลปะแห่งตัวตน
- ค้นพบพื้นที่ใหม่
- เรียนรู้ด้วยประสบการณ์ / ทักษะช่างเทคนิคขั้นสูง
- ความหลงตัวของศาสตร์และศิลป์



ภาพประกอบ 2 แนวความคิดความท้าทายในดินแดนอื่น (Next-Plorers)

ที่มา: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2015)

3. ยุคแห่งการเข้าใจความหมาย(Age of Context)กระแสนิยมทางด้านนี้นั้นมีความเกี่ยวข้องกับช่องทางการเผยแพร่ข้อมูล ซึ่งเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากในอดีตที่ต้องให้กระดาษ น้ำหมึก และเครื่องพิมพ์ เป็นสำคัญ แต่ปัจจุบันได้เข้าสู่ Information age หรือ ยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร ที่มีระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามา ฉะนั้นทำให้ผู้ที่มีสายบรอดแบนด์ หรือ Wi-Fi จำนวนหลายล้านคนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างง่ายดาย ซึ่งเป็นเพียงจุดเริ่มต้นเท่านั้น ซึ่งความก้าวหน้าในระบบอินเทอร์เน็ตได้สร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างมากในศตวรรษนี้ และกำลังเข้าสู่อีกขั้นกับ Internet of Thing (IoT) ซึ่งไม่เพียงเชื่อมต่อที่เกิดจากคนสู่อุปกรณ์เท่านั้น แต่รวมถึงการเชื่อมต่อระหว่างอุปกรณ์เครื่องใช้ กับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง หรือเรียกว่า Machine to Machine ถือเป็นการเปิดประตูสู่โอกาสใหม่สำหรับการขยายฐานผู้บริโภค

## แนวความคิด

ต้นทุนด้านข้อมูลหรือBig Data ขนาดใหญ่ ที่ถูกผลิตขึ้นทุกเมื่อเชื่อวันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่โยงใยสายสัญญาณในทุกพื้นที่ กำลังถูกแปรเปลี่ยนเป็นระบบพร้อมใช้งานอย่างเหนือชั้นมากขึ้น ด้วยข้อมูลที่ถูกสังขมในอุปกรณ์เซนเซอร์เริ่มถูกดึงมาใช้ และสร้างปฏิริยาตอบกลับไปมาระหว่างระบบกับอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ(Machine to MachineหรือM2M)โดยทั้งหมดนี้เรียกว่าInternet of things(IoT)และกำลังเอื้อประโยชน์ต่อยุคใหม่นอกจากความล้ำสมัยแล้ว อารมณ์ความรู้สึกระหว่างอุปกรณ์และผู้ใช้ก็เป็นส่วนสำคัญเพราะเป็นอุปกรณ์ยุคใหม่ต่างพยายามสร้างหัวใจและความเข้าใจต่อผู้ใช้งานไม่ต่างจากเพื่อนคู่หูที่มีชีวิต กระทั่งก้าวไกลไปกว่านั้นด้วยการเอาชนะความตายด้วยปัญญาประดิษฐ์

### Mood&Tone

- บริบทที่ลึกซึ้ง ข้อมูลคือความงดงาม
- ศิลปะและการจัดวางจากสื่อสมัยใหม่
- โลกคู่ขนาน ความฝันและจินตนาการ นิยายและความจริง
- การให้ความสำคัญกับประสาทสัมผัส อารมณ์และความรู้สึกบนเครื่องมือดิจิทัล



ภาพประกอบ 3 แนวความคิดยุคแห่งการเข้าใจความหมาย (Age of Context)

ที่มา: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2015)

4. ธรรมชาติเหนือจริง (Super-Natural) กระแสนิยมนี้มีที่มาจากความก้าวล้ำทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่กำลังจะกลืนกินธรรมชาติที่อยู่เคียงคู่กับโลกมานานหลายล้านปี โดยการชุบชีวิตพืช และสัตว์ให้กลับมามีชีวิตชีวา ทำให้โลกมีความเป็นธรรมชาติอีกครั้งหนึ่ง เทรนนี้จึงมีความเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ ทั้งสี องค์ประกอบ วัสดุ ในการผลิตผลิตภัณฑ์ รวมทั้งความคิดสร้างสรรค์ที่มีความเป็นธรรมชาติในส่วนประกอบของงาน

## แนวความคิด

ต้นทุนทางธรรมชาติ นี่เป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่เกิดขึ้นในทุกปี แต่ธรรมชาติไม่ใช่สไตล์ เพราะเป็นหัวใจหลักของทุกกระบวนการสร้างสรรค์ ปีนี้แนวโน้มกำลังหวนกลับไปหาจุดเริ่มต้นของมนุษย์ ตั้งแต่ยุคน้ำแข็งจนเปลี่ยนผ่านสู่ยุคก่อนประวัติศาสตร์กระทั่งสร้างจุดหมายใหม่จากท้องทะเลซึ่งกินบริเวณมากกว่า 3 ใน 4 ของพื้นโลกแต่พื้นที่ดังกล่าวกลับยังมีการสำรวจ ศึกษา และดึงทรัพยากร นอกเหนือจากปิโตรเลียมมาใช้ให้น้อยที่สุดไม่เว้นแม้แต่การหาอาหารสำรองเพื่อสร้างทางเลือกหากความอุดมสมบูรณ์ของสัตว์และพืชพันธุ์แบบเดิมไม่หลงเหลืออยู่อีกต่อไป

### Mood&Tone

- ดำดิ่งสู่มหาสมุทร
- วิวัฒนาการและการปรับตัว
- ปรับเปลี่ยนรูปทรง และเคลื่อนไหวอย่างอิสระ
- เลเซอร์ที่ทับซ้อนและแพทเทิร์นที่หลากหลาย
- รูปทรงของเหลวและการละลาย



ภาพประกอบ 4 แนวความคิดธรรมชาติเหนือจริง (Super-Natural)

ที่มา: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. (2015).

## แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบสากล

การออกแบบโดยทั่ว ๆ ไปจะต้องคำนึงถึงความสำคัญสองอย่างในงานเดียวกัน ซึ่งแก่รูปแบบ (Form) และประโยชน์ (Function) ของงานนั้น ๆ รูปแบบและประโยชน์จะต้องมีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างดี จึงจะทำให้งานออกแบบนั้นมี คุณภาพ (มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ม.ป.ป.)

รูปแบบสากลของการออกแบบนั้นอาจหมายถึงการออกแบบที่คำนึงถึงรูปแบบ (Form) และประโยชน์ (Function) ที่คนทุกคนบนโลกสามารถใช้ได้ จึงเป็นที่มาของแนวคิดการออกแบบที่เรียกว่า Universal Design

Universal Design เริ่มแรก มีแนวคิดในการออกแบบพิเศษเพื่อมุ่งใช้สำหรับบุคคลทุพพลภาพโดยเฉพาะ คือเป็นการออกแบบเพื่อปรับแก้ไขหรือกำจัดสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อผู้ทุพพลภาพ เมื่อปีประมาณ ค.ศ.1990 สมาคมมาตรฐานแห่งชาติของสหรัฐอเมริกาได้ออกกฎหมายคนพิการ (The American Disabilities Act) ขึ้น เพื่อกำจัดอุปสรรคต่อผู้พิการโดยรับรองสิทธิของผู้พิการให้ทัดเทียมกับคนทั่วไป ดังนั้น แนวคิด Universal Design ควรจะเป็น เพื่อความทัดเทียม มิได้แบ่งแยกเฉพาะบุคคลประเภทใดประเภทหนึ่ง เป็นการออกแบบเพื่อมุ่งใช้ได้กับบุคคลทุกเพศทุกวัย ทั้งที่เป็นบุคคลปกติและบุคคลทุพพลภาพ (janvee. 2010)

ประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่ค.ศ.1990 เป็นต้นมา เริ่มมีการดำเนินการ โดยเฉพาะจากภาคอุตสาหกรรมในประเทศได้มีการพัฒนาระดับคุณภาพความเป็นอยู่ให้สูงขึ้นตลอดมา เป็นเหตุให้ผู้บริโภคมีปัญหาและความต้องการในสินค้าก็มีมากขึ้น ประกอบกับจำนวนผู้สูงอายุและคนพิการในประเทศก็เพิ่มขึ้นด้วย ผลลัพธ์ในปัจจุบันบางอย่างก็เป็นอุปสรรคในการใช้ ดังนั้น จึงต้องมีการพัฒนาสิ่งต่างๆ ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้สูงอายุ และคนพิการเพื่อให้ทัดเทียมกับผู้อื่น และทุกคนสามารถใช้สินค้านั้น ๆ ได้เหมือนกันทุกคน Universal Design นี้เป็นสาระสำคัญของประการหนึ่งของมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมระหว่างประเทศ (ISO) ที่จะสามารถนำพาผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดโลกได้ ดังนั้น Universal Design จึงเกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมาก ซึ่งนักออกแบบผลิตภัณฑ์จะต้องศึกษาโดยเฉพาะ (janvee. 2010)

หลักเกณฑ์ของ Universal Design มี 7 ประการ ได้แก่ (janvee. 2010)

1. เสมอภาค (Equitable Use) ใช้งานได้กับทุกคนในสังคมอย่างเท่าเทียมกันไม่มีการแบ่งแยกและเลือกปฏิบัติ เช่น การติดตั้งตู้โทรศัพท์สาธารณะสองระดับ ระดับทั่วไปสำหรับผู้ใหญ่ หรือคนที่นั่งรถเข็นใช้ได้
2. ยืดหยุ่น (Flexibility in Use) ใช้งานได้กับผู้ที่ถนัดซ้าย และขวาหรือปรับสภาพความสูงต่ำขึ้นลงได้ตามความสูงของผู้ใช้
3. เรียบง่ายและเข้าใจได้ดี (Simple and Intuitive) เช่น มีภาพหรือคำอธิบายที่เรียบง่ายสำหรับคนทุกประเภทไม่ว่าจะมีความรู้ระดับไหน อ่านหนังสือออกหรือไม่ อ่านภาษาต่างประเทศได้หรือไม่ หรืออาจใช้รูปภาพเป็นสัญลักษณ์สากล สื่อสารให้เข้าใจได้ง่าย ฯลฯ
4. มีข้อมูลพอเพียง (Simple and Intuitive) มีข้อมูลง่ายสำหรับประกอบการใช้งานที่พอเพียง
5. ทนทานต่อการใช้งานที่ผิดพลาด (Tolerance for Error) เช่น มีระบบป้องกันอันตรายหากมีการใช้ผิดพลาด รวมทั้งไม่เสียหายได้โดยง่าย
6. พยายามกาย (Low Physical Effort) สะดวกและไม่ต้องออกแรง

7. ขนาด และสถานที่ที่เหมาะสม และใช้งานในเชิงปฏิบัติได้(Size and Space for Approach and Use) โดยคิดออกแบบเพื่อสำหรับคนร่างกายใหญ่โต คนที่เคลื่อนไหวร่างกายยาก คนพิการ คนสูงอายุ

จากข้อมูลข้างต้นนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าแนวคิดการออกแบบที่เป็นสากล และเป็นธรรมดังกล่าว เป็นแนวคิดที่ควรนำมาปรับใช้ในการออกแบบชุดว่ายน้ำ ตาม 3 แนวคิดหลัก คือ (องค์การบริหารส่วน ตำบลโนนธาตุ. ม.ป.ป.)

1. การออกแบบสำหรับทุกคน (Design For All) โดยเป็นการออกแบบที่เหมาะสมสำหรับ กลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงที่เป็นวัยรุ่น ทุกเชื้อชาติ ทุกสีระ ะ ฯลฯ

2. การออกแบบสำหรับทุกพื้นที่ (Universal Design in .All Area) ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั้งการใช้ในน้ำทะเล ในสระว่ายน้ำหรือใส่สำหรับการอาบแดด ฯลฯ

3. การออกแบบในวิถีแห่งเอกลักษณ์ความเป็นไทย(Universal Design in Thai Architecture Spirit) การออกแบบที่เป็นสากลและสอดคล้องกับเอกลักษณ์ความเป็นไทย

## แนวคิดและทฤษฎีทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)

เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งความชอบ ความต้องการ และพฤติกรรมของผู้บริโภคมีความหลากหลาย กลยุทธ์การตลาดตามเป้าหมาย (Target marketing) จึงถูกนำมาใช้ ซึ่งหมายถึง การจัดผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันเพื่อสนองความต้องการของตลาด ที่มีลักษณะความชอบ ความต้องการและพฤติกรรม ผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ในการจัดส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมายนั้น จำเป็นต้องเริ่มต้นด้วยการแบ่งตลาดออกเป็นส่วนๆ โดยอาศัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคหรือตลาดเป็นพื้นฐานในการแบ่ง หลังจากนั้นจึงกำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้มีความสอดคล้องกับความชอบ ความต้องการ และพฤติกรรมของตลาดที่เลือกเป็นเป้าหมายนั้น โดยมีความหมายดังนี้

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่(2555) ได้ให้ความหมายขอฮารแบ่งส่วนตลาด(Market segmentation) ไว้ว่าหมายถึง กระบวนการในการแบ่งหรือแยกลูกค้าออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ เพื่อให้ลูกค้าที่มีลักษณะ ความต้องการคล้ายคลึงกันมาอยู่ในกลุ่มเดียวกันทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานทางการตลาด และจัดสรรงบประมาณในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่มซึ่งมีความต้องการแตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ(ม.ป.ป.) ได้ให้ความหมายของการแบ่งส่วนตลาด(Market segmentation หรือ Segmenting) เป็นการแบ่งตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งออกเป็นตลาดย่อย ๆ ที่แตกต่างกันทางด้านความชอบ ความต้องการ และพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละตลาดย่อย ๆ นั้น โดยอาศัยคุณสมบัติของผู้บริโภคหรือตลาดเป็นปัจจัยในการแบ่ง ทั้งนี้เพื่อให้สามารถแยกตลาดออกเป็น ส่วนๆ (Market Segments) และทำให้เห็นความเด่นชัดที่แตกต่างกันของคุณสมบัติ ความชอบ ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่อยู่ในแต่ละส่วนของตลาด เพื่อจะได้วางแผนและใช้ตามพยายามทางการตลาดได้เหมาะสมกับแต่ละส่วนตลาด ตัวอย่าง เช่น ผลิตภัณฑ์กระเป๋าส่งส่วนตลาดโดยยึดเกณฑ์เพศ วัย รายได้ และรสนิยม เป็นพื้นฐานในการแบ่งตลาดกระเป๋าส่งเป็นส่วน(Market Segment)

### ระดับของการแบ่งส่วนการตลาด (Levels of market segmentation)

ระดับของการแบ่งส่วนการตลาด (Levels of market segmentation) มี 6 ระดับ ดังนี้  
(มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ม.ป.ป.)

1. การตลาดมวลชน (Mass marketing) เป็นการตลาดที่มุ่งความสำคัญที่มีการผลิตสินค้าในรูปแบบเดียวกันเป็นจำนวนมาก (Mass production) โดยนำออกวางตลาดให้ทั่วถึง (Mass distribution) และส่งเสริมการตลาดอย่างมาก (Mass promotion) โดยมองตลาดที่มีความต้องการคล้ายคลึงกัน เป็นแนวคิดที่มุ่งความสำคัญที่การผลิต (Production-oriented) โดยมุ่งที่จะผลิตภัณฑ์สินค้าในรูปแบบเดียวกันจำนวนมาก เพื่อลดต้นทุนในการผลิต
2. การตลาดโดยมุ่งที่ส่วนของตลาด (Segment marketing) เป็นการใช้เครื่องมือการตลาดโดยมุ่งที่ส่วนของตลาด (Market segment) แนวคิดนี้อาจมองว่าตลาดมีความต้องการที่แตกต่างกัน บริษัทต้องจัดผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดให้แตกต่างกันสำหรับแต่ละตลาดเป้าหมาย ในกรณีนี้จะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบกับธุรกิจ เพราะผลิตภัณฑ์และส่วนประสมทางการตลาดจะสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น
3. การตลาดโดยมุ่งที่ตลาดกลุ่มเล็ก (Niche marketing) เป็นการใช้เครื่องมือการตลาดโดยมุ่งที่ตลาดกลุ่มเล็ก (Niche market) ซึ่งมีความต้องการที่เฉพาะเจาะจงเป็นกลุ่มที่แคบกว่าส่วนของตลาด (Market segment) เนื่องจากส่วนของตลาดมีขนาดใหญ่จึงมีคู่แข่งจำนวนมาก แต่ตลาดกลุ่มเล็กนี้ (Niche market) จะมีคู่แข่งเพียงหนึ่งรายหรือไม่กี่รายเท่านั้น ตลาดกลุ่มเล็กจึงเป็นที่น่าสนใจสำหรับบริษัทเล็ก แต่อย่างไรก็ตามบริษัทใหญ่ก็สามารถใช้กลยุทธ์นี้ได้เช่นกัน ตลาดกลุ่มเล็กส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูง พร้อมทั้งจะจ่ายเงินซื้อสินค้าราคาแพง มีความต้องการที่เฉพาะเจาะจง เช่น มีคุณภาพดีเด่นเป็นพิเศษ

4. การตลาดท้องถิ่น (Local marketing) เป็นการใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าในท้องถิ่น เช่น ห้างสรรพสินค้าแต่ละสาขาจะจัดหาสินค้า และใช้กลยุทธ์การตลาดแตกต่างกัน ธนาคารแต่ละสาขาจะเน้นกลยุทธ์การให้บริการลูกค้าที่แตกต่างกัน การตลาดท้องถิ่นนี้จะยึดถือลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographics) ค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต (Value and lifestyles) ของแต่ละชุมชนหรือท้องถิ่น เป็นหลัก

5. การตลาดมุ่งเฉพาะบุคคล (Individual marketing) เป็นการใช้เครื่องมือการตลาดโดยมุ่งที่ลูกค้ารายใดรายหนึ่ง ตัวอย่างของธุรกิจที่ใช้กลยุทธ์นี้คือ บริษัทคอมพิวเตอร์มุ่งขายให้กับธนาคารหรือสถาบันการศึกษาหรือบริษัทใดบริษัทหนึ่ง ร้านตัดเสื้อซึ่งตัดเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่งให้ร้านค้าปลีกร้านใดร้านหนึ่ง บริษัททัวร์จัดท่องเที่ยวให้กับครอบครัวหรือนักศึกษากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง กลยุทธ์นี้อาจจะเรียกว่า การตลาดมุ่งเฉพาะกลุ่มลูกค้า (Customized marketing) หรือ การตลาดมุ่งเฉพาะบุคคล (One-to-one marketing) หรือ การตลาดหนึ่งส่วนตลาด (Segments of one)

6. การตลาดที่ลูกค้าต้องรับผิดชอบตัวเอง (Self-marketing) เป็นการตลาดที่ลูกค้าช่วยตัวเองในการซื้อสินค้า ซึ่งผู้บริโภคแต่ละรายต้องใช้ความรับผิดชอบมากขึ้นในการพิจารณาผลิตภัณฑ์และตราสินค้า เช่น การซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต การสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ การสั่งซื้อทาง fax หรือ E-mail การสั่งซื้อสินค้าทางจดหมาย ฯลฯ

#### **หลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค(Bases for segmenting consumer markets)**

ตัวแปรที่สำคัญๆ ที่ถือเป็นหลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด เช่น ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อ ลักษณะตัวแปรทางภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค โดยตัวแปรเหล่านี้สามารถจัดกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1.ลักษณะของผู้บริโภค (Consumer characteristic) 2.การตอบสนองของผู้บริโภค (Consumer response) และแบ่งออกเป็น 4 เกณฑ์ คือ 1.ภูมิศาสตร์ (Geographic) 2.ประชากรศาสตร์ (Demographic) 3. จิตวิทยา (Psychographic) 5.พฤติกรรมศาสตร์ (Behavioristic) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การแบ่งส่วนตลาดทางภูมิศาสตร์ (Geographic segmentation) ในกรณีนี้ตลาดจะถูกแบ่งออกตามสถานที่ที่แตกต่างกัน เช่น ประเทศ รัฐ จังหวัด อำเภอ ท้องถิ่น หรือหมู่บ้าน บริษัทต้องระลึกถึงการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกันตามที่ตั้งของตลาด โดยคำนึงถึงลักษณะและพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในแต่ละเขตภูมิศาสตร์นั้น

2. การแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ (Demographic segmentation) การแบ่งส่วนตลาดตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ ขนาด ครอบครัว รายได้ การศึกษา อาชีพ วัฏจักรชีวิตครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ เป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้กันแพร่หลายมานาน

เนื่องจากช่วยให้เห็นถึงกลุ่มตลาดที่สำคัญ เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคหรืออัตราการใช้ผลิตภัณฑ์ จะมีความเกี่ยวข้องอย่างสูงกับตัวแปรทางประชากรศาสตร์ ซึ่งตัวแปรทางประชากรศาสตร์วัดได้ง่ายมากกว่าตัวแปรอื่นๆ

3. การแบ่งส่วนตลาดตามหลักจิตวิทยา (Psychographic segmentation) จะใช้หลักเกณฑ์ตามความแตกต่างกันของการดำรงชีวิต หรืออาจใช้ความแตกต่างกันของบุคลิกลักษณะ เป็นตัวแบ่งส่วนตลาด

4. การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรม (Behavioristic segmentation) การแบ่งตามพฤติกรรม โดยใช้หลักเกณฑ์ความรู้ ทักษะ การใช้ผลิตภัณฑ์ หรือการตอบสนองต่อคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์ นักการตลาดเชื่อว่าตัวแปรทางพฤติกรรมศาสตร์ เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการแบ่งส่วนตลาด

โดยหลักการแบ่งส่วนตลาดอีกรูปแบบหนึ่งก็คือรูปแบบของการแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะจิตวิสัย (Psychographic Segmentation) ที่ได้รับความนิยมมากได้แก่ VALS framework ของ SRI Consulting business Intelligence ซึ่งแบ่งคนออกเป็น 8 กลุ่มดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2557)

กลุ่มที่มีทรัพยากรของผู้บริโภคสูง 4 กลุ่มได้แก่

1. Innovators : ผู้ที่ประสบความสำเร็จในชีวิตและมีความนับถือตนเองสูงจะมีรสนิยมสูง ต้องการบริการพิเศษที่เหนือกว่าผู้อื่น

2. Thinkers : ผู้ที่มีความพึงพอใจในตนเอง ใช้เหตุผลมีค่านิยมในระเบียบวินัยความรู้และความรับผิดชอบจะเลือกบริการและผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทนมีประโยชน์และมีคุณค่า

3. Activers : ผู้ที่ทำงานที่มั่นคงมีความสำเร็จมีความรักในอาชีพและครอบครัวจะเลือกบริการและผลิตภัณฑ์ที่มีความพิเศษเพื่อแสดงให้ญาติมิตรได้รับรู้ถึงความสำเร็จของตน

4. Experiencer : คนวัยหนุ่มสาวมีความกระตือรือร้นแสวงหาความหลากหลายและความตื่นเต้นในชีวิตจะเลือกบริการและผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยอยู่ในกระแสนิยมและสิ่งใหม่ๆ

กลุ่มที่มีทรัพยากรของผู้บริโภคต่ำ 4 กลุ่มได้แก่

1. Believers : ผู้ที่ยึดมั่นกับของเดิมอนุรักษ์นิยมไม่ชอบเปลี่ยนแปลงจะเลือกสินค้าหรือบริการที่คุ้นเคยรู้จักดีอยู่แล้วไม่ชอบลองของใหม่

2. Strivers : ผู้ที่ต้องต่อสู้ในการทำงานและการดำรงชีวิตแต่ชอบความทันสมัยและความสนุกสนานแต่ด้วยการมีทรัพยากรไม่มากพอจึงนิยมบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่เลียนแบบบริการหรือผลิตภัณฑ์ชั้นสูง

3. Makers : ผู้ที่ยึดหลักความพอเพียงติดดินเข้าใจสภาพการณ์ของตนเองจะเลือกบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่แพงแต่ได้ประโยชน์

4. Furious : ผู้สูงวัยมีประสบการณ์ต้องการชีวิตที่สงบสุขมั่นคงจะยึดมั่นกับบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่นิยมของคนส่วนใหญ่และได้เคยใช้มาแล้วไม่ชอบเปลี่ยนแปลงไปสู่ของใหม่

จากข้อมูลที่รวบรวมมาข้างต้นเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด Market Segmentation ในการศึกษางานวิจัยฉบับนี้เลือกที่ใช้การแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ (Demographic segmentation) โดยใช้อายุ เพศ และรายได้ ผสมกับการแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะจิตวิสัย (Psychographic Segmentation) ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคที่ผู้วิจัยให้ความสนใจก็คือกลุ่ม Experiencer คือ คนวัยหนุ่มสาวที่มีความกระตือรือร้นแสวงหาความหลากหลายและความตื่นเต้นในชีวิตจะเลือกบริการและผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยอยู่ในกระแสนิยมและสิ่งใหม่ๆ เป็นเกณฑ์สำคัญในการศึกษา และพัฒนารูปแบบชุดว่ายน้ำเพื่อตอบสนองความต้องการของส่วนตลาดดังกล่าว

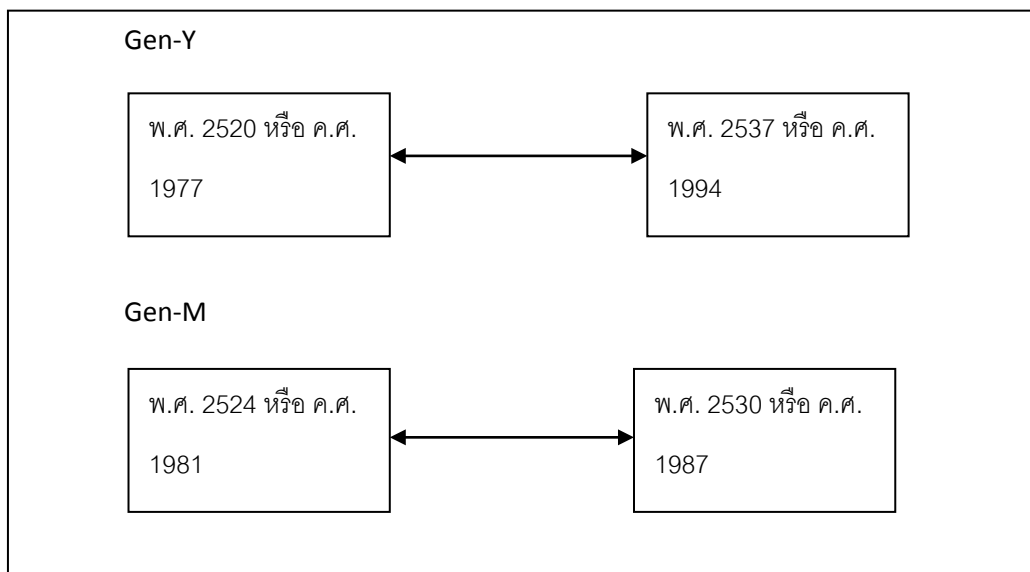
โดยผู้วิจัยให้ความสำคัญกลุ่มสตรีวัยรุ่นอายุ 19 - 25 ปี หรือกลุ่ม Gen-M (Millennial Generations) เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุดว่ายน้ำตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงความต้องการ โดยที่นักการตลาดและนักสร้างแบรนด์กำลังให้ความสนใจกับกลุ่ม Gen-M ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีลักษณะพิเศษ มีความโดดเด่นเฉพาะตัวและค่อนข้างจะมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซับซ้อนแต่มีอำนาจในการซื้อค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้นักการตลาดและนักสร้างแบรนด์จำเป็นต้องหันมาและให้ความสนใจกับผู้บริโภคกลุ่มนี้

#### **พฤติกรรมและทัศนคติของสตรี Gen-M**

กลุ่ม Gen-M หรือ Millennial Generation นั้น หมายถึง ผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี (ณ พ.ศ. 2557) ในปัจจุบันจำนวนประชากรกลุ่ม Gen-M มีอยู่ประมาณ 6.84 ล้านคน หรือ 11.4% ของประชากรทั้งประเทศ (ประเทศไทย) นอกจากนี้ กลุ่ม Gen-M ยังแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกได้แก่ กลุ่มที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี) และบัณฑิตศึกษา (ปริญญาโท) ส่วนกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เริ่มเข้าสู่ตลาดแรงงานและทำงานอยู่เป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว (อายุงานไม่เกิน 4 ปี) (ณัฐพล จิตประไพ. 2556)

#### **พฤติกรรมและทัศนคติของสตรี Gen-M**

ช่วงอายุของคนเจนเอชเอ็นวาย (Generation Y หรือ Gen-Y) และเจนเอชเอ็มเอ็ม (Generation M หรือ Gen-M) นั้นมีความเหลื่อมล้ำกันดังแสดงในภาพประกอบ 5



ภาพประกอบ 5 ช่วงอายุระหว่าง Gen-Y และ Gen-M

ที่มา: ศรีกัญญามงคลศิริ. (2548).

ดังนั้นผู้วิจัยจึงขออธิบายลักษณะการใช้ชีวิตและทัศนคติของคนใน Gen-M ด้วยลักษณะการใช้ชีวิตและทัศนคติของคนใน Gen-Y เนื่องจาก Gen-M เป็นช่วงอายุที่อยู่ภายใต้ขอบเขตของ Gen-Y จึงสามารถใช้ผลการวิจัยในอดีตที่เคยทำมาแล้วกับ Gen-Y เพื่อใช้อธิบายเป็นตัวแทนของคนใน Gen-M ได้ดังนี้

สยมพร พนมอุปถัมภ์ (2554: 32) ได้กล่าวถึงการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) ที่ในปัจจุบันนั้นวัยและข้อมูลทางประชากรศาสตร์นั้นไม่ใช่สิ่งสำคัญในการใช้แบ่งส่วนตลาดสำหรับการทำการตลาดอีกต่อไปเนื่องด้วยในธุรกิจของสินค้าประเภทแฟชั่นที่ลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อด้วยอารมณ์ (Emotional) สูงประกอบกับในตลาดสินค้าแฟชั่นซึ่งถือว่าเป็นตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นนักการตลาดจึงเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เรียกว่าการตลาดด้วยอารมณ์ (Mood Marketing) มากขึ้นอย่างเช่น คนอายุ 36 อาจดูเหมือนเป็นดีเจไฮสโตนที่ชอบเล่นสเก็ตบอร์ดในขณะที่คนอายุ 25 อาจแต่งงานแล้วและมีลูกสองคนแม่อาจไปหาซื้อสินค้าหรือช้อปปิ้งกับลูกสาวพออาจจะใส่ยีนส์แบรนต์เดียวกับลูก”

จากบทความในหนังสือ PowerGens Branding แต่งโดยศรีกัญญามงคลศิริ, 2548 ก็ได้มีการแบ่งกลุ่มบุคคลตามช่วงอายุเช่นเดียวกันแต่ในหนังสือเล่มนี้ได้เรียกกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2524 (ค.ศ. 1981) ถึง พ.ศ. 2530 (ค.ศ. 2005) ว่า Gen-M เป็นคนรุ่นที่มีพร้อมแล้วในทุกอย่างไม่มีภาวะเปียบ

แบบแผนและเป็นรุ่นแห่งอิเล็กทรอนิกส์ (The Have-All, The Over-Schedule, The Electronic Generation) ซึ่งลักษณะสำคัญของกลุ่ม Gen-M ได้ถูกอธิบายไว้ดังนี้ (PowerGens Branding แต่งโดยศรีภัทญา มงคลศิริ. 2548: 258)

1. Gen-M เป็นผู้บริโภคที่โชคดีที่สุดเกิดมาพร้อมเงินก้อนทองได้รับการเอาใจใส่ทั้งในบ้านและนอกบ้านเพราะ Gen-M คือสมาชิกรุ่นเยาว์ที่มาทำหน้าที่สานฝันให้พ่อแม่ในขณะที่สถานะเมื่ออยู่นอกบ้านนั้น Gen-M เป็นสมาชิกรุ่นเล็กในสังคมที่อ่อนเยาว์และบริสุทธิ์แต่มีสิทธิ์มีเสียงทัดเทียมกับสมาชิกรุ่นอื่นๆ
  2. Thai Gen-M แม้มีประมาณเพียง 6.8 ล้านคนหรือประมาณ 11.4% ของประเทศแต่เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อมากมายเกิดจากกำลังซื้อของผู้อาวุโสที่เป็นพ่อแม่หรือเครือญาติหลายคนรวมกัน
  3. Gen-M เป็นผู้บริโภคที่ต้องมีเอกลักษณ์ส่วนตัวและไม่ต้องการอยู่โดดเดี่ยวตามลำพังทุกคนต้องมีกลุ่มเพื่อนไว้คอยทำกิจกรรมต่างๆร่วมกันทั้งเล่นกีฬาเล่นดนตรีเล่นเกมหรือช้อปปิ้ง
  4. Gen-M เป็นเด็กที่สนใจเทคโนโลยีและอยู่กับเทคโนโลยีตั้งแต่เข้าจุดยืนอีกทั้งยังชอบมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีทุกประเภท
  5. Gen-M มีพลังมากมายพลังที่ใช้หมกหมดไปกับการเล่นกีฬาแรงๆการเรียนแปลกๆที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและวัฒนธรรม
  6. Gen-M ไม่ชอบตกระแหงขณะเดียวกันก็เป็นคนที่มีดนตรีในหัวใจเป็นที่สุด
  7. Gen-M ชอบสะสมสิ่งของที่น่าสนใจและของที่สะสมมีหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นพระเครื่องชุดชั้นในหรือรถยนต์
  8. Gen-M ชอบแต่งตัวเน้นใส่เครื่องประดับเยอะๆแปลกๆปลอมๆสำหรับ Gen-M ที่เป็นผู้ใหญ่ของที่ใช้มีทั้งของแท้ราคาแพงของแบรนด์เนมของปลอมของมือสองและลักษณะการแต่งตัวยังรวมไปถึงการสักหรือเจาะทั่วร่างกาย
  9. Gen-M เป็นผู้หญิงที่คลั่งไคล้ความเป็นญี่ปุ่นแม้กระแสนี้จะไม่รุนแรงเท่ากับในอดีตแล้วก็ตาม
- การทำการตลาดกับกลุ่มผู้บริโภค Gen-M นักการตลาดควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับประเด็นสำคัญดังนี้
1. แม้ว่าจะเป็นผู้บริโภคที่เกิดมาพร้อมโลกของแบรนด์แต่ก็เป็นนักค้นคว้าหาข้อมูลสินค้าและเปรียบเทียบราคา
  2. Gen-M ซื้อสินค้าภายใต้อิทธิพลแวดล้อมของคนหลายกลุ่มแต่ละกลุ่มมีผลต่อความคิดและพฤติกรรมของ Gen-M

3. ความคิดในใจของ Gen-M (Consumer Insight) มีความแตกต่างจากผู้บริโภคใน เจเนอเรชันอื่นที่นักการตลาดพึงให้ความสำคัญกับผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

4. Gen-M เป็นผู้บริโภคที่ห่วงใยในภาพพจน์และภาพลักษณ์และจะทำทุกวิถีทางเพื่อ รักษาภาพพจน์และสร้างภาพลักษณ์ที่ต้องการอย่างใจร้อน

นอกจากนั้นในหนังสือ PowerGens Branding ของศรีกัญญา มงคลศิริ (สยามพร พนมอุปถัมภ์. 2554: 32; อ้างอิงจาก ศรีกัญญา มงคลศิริ. 2548: 284) ได้มีผลการวิจัยเรื่องทัศนคติที่ Gen-M มีต่อ ตนเอง (Self Perception) โดยพบว่า Gen-M มองตนเองว่าเป็นคนมีชีวิตไม่จริงจังใช้ชีวิตแต่ละวันไป กับความบันเทิงและสื่อสารดังนี้

1. ชอบดูทีวีฟังวิทยุและชอบความบันเทิงทุกรูปแบบ
2. ไม่สนใจข่าวสารบ้านเมืองฟังทุกอย่างแบบผ่านๆไม่จริงจังเพราะไม่คิดว่าเป็นธุระของ ตนเองที่จะต้องรับรู้
3. อ่านหนังสือพิมพ์บ้างแต่ชอบข่าวหรือหาอ่านข่าวผ่านๆแล้วสนุกเหมือนได้อ่านนิยาย
4. ผู้หญิงชอบซื้อนิตยสารอ่านโดยนิตยสารที่นิยมคือไอส์ปาย, คลีโอและคอสมโพลิติอัน โดยมีลักษณะการอ่านจะเอาใจจริงเอาใจเชื่อเกือบทุกเรื่องที่เขียนในนิตยสารและนิยมร่วมสนุกตัด คุปลองชิงโชค
5. ผู้หญิงสนใจแฟชั่นและดารามากกลัวตกรกระแสหรือกลัวแต่งตัวไม่ทันสมัยเท่าดารานในทีวี
6. มือถือเป็นอุปกรณ์ที่สำคัญมากในการดำรงชีวิตมีประโยชน์มากมายไม่ว่าจะเป็นการ สื่อสารทั่วไปหรือส่งข้อความเสียงเพลงรูปภาพที่พิเศษไปยังคนต่างๆ
7. ของสะสมที่นิยมแตกต่างไปจากบุคคลในเจเนอเรชันอื่น
8. เริ่มดื่มกาแฟเป็นจริงเป็นจังมักนัดหมายเพื่อนๆตามร้านกาแฟหรู
9. มองโลกในแง่ดีแบบไร้ภาระและความรับผิดชอบ

จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัยในรูปแบบของบทความและงานวิจัยที่พยายามศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจนในปัจจุบันนักการตลาดสามารถใช้กลุ่มของผู้มีทัศนคติ และลักษณะการใช้ชีวิตในแบบที่คล้ายคลึงกันมาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาดสำหรับสินค้าบาง ประเภทได้ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าการแบ่งกลุ่มตลาดด้วยวิธีการจำแนกทัศนคติและทราบถึงความคิดเห็น ของคนในแต่ละเจเนอเรชันซึ่งถูกหล่อหลอมและเติบโตมาด้วยสิ่งแวดล้อมที่ต่างกันนั้นสามารถใช้ ในการแบ่งกลุ่มตลาดสำหรับลูกค้าในตลาดสินค้าแฟชั่นได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นเหตุผลที่ ผู้วิจัยให้ความสนใจในการศึกษาเรื่องดังกล่าวนำมาพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรี ที่ใช้วัสดุจากผ้าไหมเพื่อ ตอบสนองต่อความต้องการของคนกลุ่มนี้ต่อไป

## แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 125) ได้ให้ความหมายของการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) ไว้ว่าเป็นการวิจัยหรือค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะและความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคและการใช้ขอคำตอบบริโภคได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดการกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6 Ws และ 1H และค้นหาคำตอบ 7 ประการดังนี้

ตาราง 3 แสดงคำถาม (6Ws และ 1H) คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os) กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำถามที่ต้องการทราบ	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย Who is the target Market?	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (occupant) ทางด้าน 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. จิตวิทยา 4. พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4P's) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขายและการส่งเสริมการตลาด การตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้า
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร What does the consumer buy?	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (product strategy) ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ 3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 4. ผลิตภัณฑ์ควบ 5. ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างในการแข่งขันประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงานและภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ Why does the consumer buy?	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการทางร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งสามารถศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1. ปัจจัยภายใน หรือปัจจัยด้านจิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3. ปัจจัยส่วนบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2. กลยุทธ์ด้านราคา 3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

## ตาราง 3 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำถามที่ต้องการทราบ	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ Who participate in the buying?	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (organizations) และมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจซื้อ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การโฆษณาและ/หรือการส่งเสริมการตลาดโดยกลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด When does the consumer buy?	โอกาสการซื้อ (occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปีหรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษต่างๆ	กลยุทธ์ที่ใช้กันมาก คือ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน When does the consumer buy?	ช่องทางหรือแหล่ง (outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านขายของชำ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร How does the consumer buy?	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (operations) ประกอบด้วย 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. การตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้กันมาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง

ที่มา: Kotler. (2003).

โมเดลนี้จะทำให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เพื่อให้ธุรกิจสามารถหาสินค้าหรือบริการที่ดีและสอดคล้องกับพฤติกรรมนั้นๆของผู้บริโภคแบบพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำและผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546)

พฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคได้ถูกเริ่มต้นจากการได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความ ต้องการก่อนและทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยสิ่งกระตุ้นเหล่านี้ประกอบไปด้วย

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาดได้แก่ 4 P's ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

2. สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจเทคโนโลยีการเมืองและวัฒนธรรม เมื่อผู้บริโภค ได้ถูกกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อสินค้า ข้อมูล เหล่านี้จะถูกส่งเข้าสู่กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Black's box) ซึ่งนักการตลาดต้องการ ทราบและต้องการพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคและทำความเข้าใจว่าทำอย่างไรจึงจะ กระตุ้นและเปลี่ยนแปลงปัจจัยต่างๆ ที่อยู่ภายในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคซึ่งได้แก่ลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจให้เป็นในทิศทางที่นักการตลาดต้องการให้ผู้บริโภคตอบสนอง

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) เป็นความรู้สึกนึกคิดของ ผู้ซื้อที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อรวมถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคด้วย

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลมาจาก ปัจจัยต่างๆคือด้านวัฒนธรรมด้านสังคมส่วนบุคคลด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอน ต่างๆคือการรับรู้ความต้องการการค้นหาข้อมูลการประเมินผลทางเลือกการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรม ภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ผู้บริโภคจะต้องมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)

3.5 การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase amount)

4. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Schiffman; & Kanuk. 1994: 659) หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไปพฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่ เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อ เป็นกิจกรรมด้านจิตใจและกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งกิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น

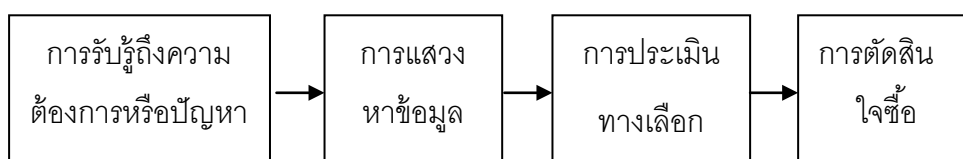
## แนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Decision Process) หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นพฤติกรรมด้านจิตใจและทางกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น กระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 5 ขั้นตอนดังนี้ (Kotler. 2000: 355)

1. การรับรู้ (Awareness) ในขั้นนี้ผู้บริโภคเพียงแต่รับรู้ว่ามีผลิตภัณฑ์ใหม่จำหน่ายในตลาด แต่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้อยมาก
2. ความสนใจ (Interest) ในขั้นนี้ผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นบางอย่าง ทำให้เกิดความสนใจจึงได้สอบถามหาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น
3. การชั่งใจ (Evaluation) ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะทำการพิจารณาว่าควรจะทดลองซื้อผลิตภัณฑ์นั้นไปใช้ดีหรือไม่
4. การทดลองซื้อ (Trial) ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะทดลองซื้อไปใช้ โดยซื้อจำนวนน้อยก่อนเพื่อดูว่าผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นมีประโยชน์คุ้มค่าหรือไม่
5. การรับเอาผลิตภัณฑ์ใหม่มาใช้ (Adoption) ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อเป็นจำนวนปริมาณมาๆ และเป็นลูกค้าประจำต่อไปหรือไม่ก็เลิกซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นเสีย

บทบาทในการซื้อ (Buying Roles) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550) ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นจะประกอบไปด้วยบุคคลหรือกลุ่มคน ที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีบทบาทในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 บทบาท คือ

1. ผู้ริเริ่ม (Initiator) คือ บุคคลที่เสนอความคิดในการซื้อผลิตภัณฑ์เป็นคนแรก
2. ผู้มีอิทธิพล (Influencer) คือ ผู้ที่มีอิทธิพลในการให้คำแนะนำ ให้ข้อเสนอแนะในการตัดสินใจซื้อ
3. ผู้ตัดสินใจซื้อ (Decider) คือ ผู้ที่ตัดสินใจในการซื้อสินค้าเป็นครั้งสุดท้ายในเรื่องต่างๆ คือ ซื้อหรือไม่ซื้อซื้ออะไร ซื้อที่ไหน และซื้ออย่างไร
4. ผู้ซื้อ (Buyer) คือ ผู้ทำการซื้อสินค้านั้น ๆ
5. ผู้ใช้ (User) คือ บุคคลที่เป็นผู้ใช้หรือบริโภคสินค้านั้น ๆ



ภาพประกอบ 6 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550).

จากภาพประกอบ 7 แสดงถึงขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ (The Stages of the Buying Decision Process) โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550)

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา (Problem/ Need Recognition) ในขั้นตอนแรก ผู้บริโภคจะตระหนักถึงปัญหา หรือความต้องการในสินค้าหรือการบริการ ซึ่งความต้องการหรือปัญหานั้นเกิดขึ้นมาจากความจำเป็น (Needs) ซึ่งเกิดจาก

1.1 สิ่งกระตุ้นภายใน (Internal Stimuli) เช่น ความรู้สึกหิวข้าว กระหายน้ำ เป็นต้น

1.2 สิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimuli) อาจเกิดจากการกระตุ้นของส่วนประสมทางการตลาด (4P's) เช่น เห็นขนมเค้กน่ากิน จึงรู้สึกหิว เห็นโฆษณาสินค้าในโทรทัศน์ กิจกรรมเสริมการตลาดจึงเกิดความรู้สึกอยากซื้อ อยากได้ เห็นเพื่อนมีรถใหม่แล้วอยากได้ เป็นต้น

2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการแล้ว ลำดับขั้นตอนต่อไปผู้บริโภค ก็จะทำการแสวงหาข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยแหล่งข้อมูลของผู้บริโภค แบ่งเป็น

2.1 แหล่งบุคคล (Personal Sources) เช่น การสอบถามจากเพื่อน ครอบครัว คนรู้จักที่มีประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ

2.2 แหล่งทางการค้า (Commercial Sources) เช่น การหาข้อมูลจากโฆษณาสื่อต่าง ๆ พนักงานขาย ร้านค้า บรรจุมัณฑ

2.3 แหล่งสาธารณชน (Public Sources) เช่น การสอบถามจากรายละเอียดของสินค้าหรือบริการจากสื่อมวลชน หรือองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

2.4 แหล่งประสบการณ์ (Experiential Sources) เกิดจากการประสบการณ์ส่วนตัวของผู้บริโภคที่เคยทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มาก่อน

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้วในขั้นต่อไปผู้บริโภคก็จะทำการประเมินทางเลือก โดยในการประเมินทางเลือกนั้น ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์หรือคุณสมบัติที่จะใช้ในการประเมิน

ตัวอย่างเช่น ถ้าผู้บริโภคจะเลือกซื้อรถยนต์ จะมีเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา เช่น ยี่ห้อ ราคา รูปแบบ การตกแต่งภายใน-ภายนอก บริการหลังการขาย ราคาขายต่อ เป็นต้น

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากที่ได้ทำการประเมินทางเลือกแล้วผู้บริโภคก็จะเข้าสู่ในขั้นของการตัดสินใจซื้อ ซึ่งต้องมีการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 4.1 ตรายี่ห้อที่ซื้อ (Brand Decision)
- 4.2 ร้านค้าที่ซื้อ (Vendor Decision)
- 4.3 ปริมาณที่ซื้อ (Quantity Decision)
- 4.4 เวลาที่ซื้อ (Timing Decision)
- 4.5 วิธีการในการชำระเงิน (Payment-method Decision)

#### **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค**

Koltler (วารุณี ตันตวิวงศ์วารุณี. 2546; อ้างอิงจาก Koltler. n.d.) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลทำให้การตอบสนองในลักษณะพฤติกรรมที่แตกต่างกันดังนี้

1. ด้านวัฒนธรรมและประเพณี (Culture Factors) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมถือเป็นปัจจัยที่หล่อหลอมพฤติกรรมในการเลือกซื้อของแต่ละบุคคลซึ่งจะแปรเปลี่ยนเป็นค่านิยมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการและเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งประกอบไปด้วยชนชั้นทางสังคมเช่นเศรษฐีนักธุรกิจผู้บริหารพนักงานบริษัทกรรมกรเป็นต้นบุคคลที่อยู่ในชนชั้นทางสังคมเดียวกันก็จะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมซื้อที่เหมือนกันถึงพื้นฐานที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคลเช่นค่านิยมการรับรู้ความชอบพฤติกรรมเชื้อชาติศาสนา เป็นต้นการศึกษาปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณีเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งเพราะวัฒนธรรมและประเพณีที่แตกต่างกันนั้นจะทำให้ความนิยมและพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วยซึ่งควรศึกษาว่าสิ่งที่แตกต่างกันนี้ มีผลกระทบต่อสินค้าและบริการของคุณมากน้อยเพียงใด

#### **2. ด้านสังคมปัจจัยด้านสังคม (Social Factor)**

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อซึ่งประกอบไปด้วยกลุ่มอ้างอิงคือกลุ่มตัวแทนที่มีอิทธิพลต่อความคิดของสังคมใดสังคมหนึ่งเช่นครอบครัวเพื่อนสนิท เป็นต้น แต่กลุ่มเหล่านี้จะมีข้อจำกัดในเรื่องอาชีพระดับชั้นทางสังคมและช่วงอายุครอบครัวคือ กลุ่มจะมีผลต่ออิทธิพลทางความคิดของผู้บริโภคมากที่สุดเพราะผู้บริโภคจะรับฟังความคิดเห็นของคนในครอบครัวเพื่อการตัดสินใจก่อนเสมอบทบาทและสถานะของผู้ซื้อคือสถานภาพทางสังคมที่ผู้บริโภคดำรงอยู่บางบทบาทและสถานภาพอาจเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาอาชีพและการใช้ชีวิตของผู้บริโภค

### 3. ด้านส่วนบุคคล (Personal Factor)

การตัดสินใจของผู้ซื้อนั้นมักจะได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่างๆ เช่น อายุและระยะเวลาของช่วงชีวิตพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นหากอยู่ในช่วงอายุเดียวกันก็จะมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อที่เหมือนหรือคล้ายกันซึ่งช่วงอายุที่แตกต่างกันก็จะมี ความชอบหรือความต้องการแตกต่างกันไปอาจมีลักษณะอาชีพที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเช่นกันลักษณะอาชีพที่แตกต่างกันก็จะทำให้มีความต้องการที่แตกต่างกันรูปแบบการใช้ชีวิตเช่นชอบการผจญภัยชอบใช้ชีวิตอิสระรักการท่องเที่ยว เป็นต้นเหล่านี้เป็นสิ่งที่บ่งบอกพฤติกรรมผู้บริโภคได้ฐานะทางเศรษฐกิจรายรับรายจ่ายมีกระทบผลและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซึ่งหากผู้บริโภคมีรายจ่ายมากกว่ารายรับก็จะทำให้ผู้ซื้อ มีการตัดสินใจที่เข้มงวดมากขึ้น

### 4. ด้านจิตวิทยา (Psychological Factor)

การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยาซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ พฤติกรรมการเลือกซื้อจะอยู่ที่การสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้บริโภค ดังนั้นคุณจะต้องพิจารณาว่าสินค้าของคุณสามารถสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้บริโภคได้มากน้อยเพียงใดและสิ่งใดคือแรงจูงใจเช่นราคา รูปแบบสี สันคุณลักษณะ เป็นต้น การรับรู้พฤติกรรมผู้บริโภคขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของผู้บริโภคเองซึ่งแต่ละคนการรับรู้ย่อมไม่เท่าเทียมกัน การเรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละบุคคลคนในการบริโภคสินค้านั้นย่อมจะต้องมีการเรียนรู้ก่อนเพื่อการใช้ประโยชน์จากสินค้าซึ่งผู้บริโภคที่ใช้สินค้าเดียวกันอาจจะเรียนรู้การใช้ประโยชน์คนละด้านความเชื่อและทัศนคติส่วนบุคคลผู้บริโภคมักใช้ความเชื่อและทัศนคติส่วนตัวในการตัดสินใจซื้อเสมอ พฤติกรรมการบริโภคเป็นการกระทำหรือการแสดงออกต่อการเลือกและใช้สินค้า บริการต่างๆ ในอดีตนั้นพฤติกรรมผู้บริโภคมักจะใช้แรงงานและการกระทำของมนุษย์เป็นหลัก เช่น การกวาดบ้าน ซักผ้า การประกอบอาหารรับประทานเองภายในครอบครัว แต่ในปัจจุบันพฤติกรรมต่างๆ เหล่านี้ได้เปลี่ยนแปลงไปตามความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีต่างๆ ได้เข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น

จากแนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อดังกล่าว จำเป็นอย่างยิ่งที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดว่ายน้ำสตรีนั้นจะต้องเป็นไปตามต้องการของผู้ซื้อทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์ ราคา ความเหมาะสมต่อสังคม วัฒนธรรมของประเทศไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการที่จะออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดว่ายน้ำสตรีให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้

### แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การสร้างคุณค่าให้สินค้า การวางตำแหน่งของสินค้า และการสร้างความแตกต่าง เป็นหนึ่งในเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญที่สุดที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ ระหว่างวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ เป็นรากฐานของความสำเร็จทุกประการของธุรกิจ หากปราศจากความสัมพันธ์นี้ องค์การจะล่องลอยไป

อย่างไรก็ตาม พายัพในการแข่งขันการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นและแตกต่างจากผู้อื่นจึงมีความสำคัญมากนวัตกรรมเป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

Kotler (หทัยกาญจน์ วรธนสิทธิโชค.2551; อ้างอิงจาก Koltler. 1994) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมว่าหมายถึง กระบวนการที่เกิดความคิดสร้างสรรค์ และการเปลี่ยนแปลงความคิดนั้นเป็นไปในรูปของสินค้าบริการ หรือวิธีการดำเนินงาน ที่ถูกรับรู้โดยบุคคลว่าเป็นสิ่งใหม่ ความคิดอาจมีมานานแล้วแต่อาจจะเป็นนวัตกรรม สำหรับผู้ที่เห็นว่าเป็นสิ่งใหม่

Schiffman and Kanuk (1991) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมว่าหมายถึง กระบวนการที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ และนำความคิดมาเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ บริการและวิธีดำเนินการ หรือหมายถึงสินค้า บริการ ความคิดใดก็ตามที่ ผู้บริโภคมองเห็นเป็นสิ่งใหม่ ซึ่งอาจจะเป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม หรือเป็นนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ใหม่

สรุปได้ว่านวัตกรรม นั้นหมายถึงการคิดค้นสินค้าและบริการขึ้นมาใหม่โดยที่ยังไม่มีใครคิดค้นได้มาก่อน และสามารถทำตามได้ยาก และถ้าเป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่ต้องการจะทำให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตได้ไกล

#### กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2545) ได้อธิบายว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. Innovation หมายถึง ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในตลาด
2. Modified หมายถึง ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ โดยการปรับเปลี่ยน ดัดแปลงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีความแปลกใหม่มากขึ้น
3. Me-too หมายถึง ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบ โดยการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคุณแข่งขัน เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับบริษัท แต่เก่าในตลาด

นอกจากนี้ยังอธิบายต่อว่ากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แบ่งออกเป็น 8 ขั้นตอน ดังนี้ (วิทวัส รุ่งเรืองผล. 2545)

1. การสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Idea generation) ในขั้นนี้เป็นการสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยแหล่งข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น แบ่งออกเป็น 2 แหล่งด้วยกัน คือ

##### 1.1 แหล่งภายในองค์กร ได้แก่

1.1.1 พนักงานขาย (Salespersons) ถือเป็นบุคคลที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้บริโภค และทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

1.1.2 ฝ่ายวิจัยและพัฒนา (R&D Specialists) เป็นบุคคลที่ใกล้ชิดกับการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ

1.1.3 ผู้บริหารระดับสูง (Top Management) เป็นบุคคลที่ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของบริษัท จึงเป็นเหมือนผู้กำหนดทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

## 1.2 แหล่งภายนอกองค์กร ได้แก่

1.2.1 ลูกค้า (Customers) ถือเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่บริษัทจะเสนอขายนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

1.2.2 สมาชิกในช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Members) เป็นอีกแหล่งข้อมูลหนึ่งที่ทราบถึงความต้องการของลูกค้าเช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก ตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น

1.2.3 คู่แข่งขัน (Competitors) การเคลื่อนไหวทางการแข่งขัน รวมถึงกลยุทธ์ของคู่แข่งก็เป็นอีกแหล่งข้อมูลหนึ่งที่ช่วยบริษัทในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่

2. การประเมินและคัดเลือกแนวความคิด (Idea screening) หลังจากได้แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่แล้ว ก็จะต้องมีการนำแนวความคิดเหล่านั้นมาทำการประเมินถึงความเป็นไปได้ และคัดเลือกแนวความคิดที่ดีและเหมาะสมที่สุด มาทำการพัฒนาและทดสอบแนวความคิดต่อไป

3. การพัฒนาและทดสอบแนวความคิด (Concept development and testing) เมื่อได้แนวความคิดที่ดีและเหมาะสมที่สุดจากขั้นตอนที่สองแล้ว ขั้นต่อไปเป็นการนำแนวความคิดที่ผ่านการคัดเลือกแล้วนั้นมาพัฒนาให้มีความชัดเจนมากขึ้นและนำไปทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อวัดความรู้สึกและการยอมรับในผลิตภัณฑ์ตัวใหม่

4. การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing strategy development) ในขั้นนี้เป็นการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดได้แก่ การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการตลาด การทำ STP Marketing (การแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์) และการออกแบบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4 P's)

5. การวิเคราะห์สภาพทางธุรกิจ (Business analysis) เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์และความเป็นไปได้ทางธุรกิจ ในการนำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่าย เช่น การคาดคะเนถึงความต้องการซื้อ ต้นทุนและผลกำไรที่จะได้รับ เป็นต้น

6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) เมื่อแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ผ่านขั้นตอนต่างๆ ทั้ง 5 ขั้นมาแล้ว ในขั้นนี้จะเป็นการพัฒนาแนวความคิดให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปเป็นร่างขึ้นมา

7. การทดสอบตลาด (Market testing) ก่อนที่จะนำผลิตภัณฑ์ออกวางจำหน่าย ควรมีการทดสอบตลาดก่อน โดยอาจจะทำในรูปของการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในขอบเขตที่จำกัด หรือให้ผู้บริโภคทำการทดลองใช้หรือบริโภคผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อเป็นการวัดการยอมรับของลูกค้าเป้าหมาย ทำให้ทราบถึงจุดดี จุดด้อยของผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

8. การดำเนินธุรกิจ (Commercialization) เมื่อผลิตภัณฑ์ได้ผ่านการทดสอบตลาดแล้ว ในขั้นสุดท้ายก็จะเป็นการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกวางจำหน่ายจริงตามแผนการตลาดที่ได้วางแผนเอาไว้ ขั้นนี้จึงเป็นขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่(Introduction Stage) ของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product life Cycle : PLC)

จากแนวคิดทางการตลาดที่ผู้วิจัยรวบรวมมาในข้างต้นนั้นจะเห็นได้ว่ามีความเกี่ยวข้องกับ การพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีอย่างมากในแง่ของการต้องพัฒนาให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มผู้ซื้อ ทางโลกออนไลน์ ซึ่งจะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่เพื่อให้ผู้ซื้อเกิดการตัดสินใจเลือกซื้อ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิตยา ทับทิมทัย (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการผลิตแบบ Mass Customization: การศึกษาขนาดรูปร่าง ความนิยมความพอดีและความพึงพอใจของสตรีไทยที่มีต่อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามจากสตรีไทยทั่วประเทศจำนวน 1,400 คนที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ และในทุกภาคของประเทศไทยจากการวิจัยพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจในส่วนต่างๆของร่างกายกับขนาดรูปร่างและระดับความพึงพอใจขึ้นอยู่กับชนิดรูปร่าง ของแต่ละคนขนาดรูปร่างมีความสัมพันธ์กับขนาดเสื้อผ้าที่ใช้ในเชิงกลับกันอย่างมีนัยสำคัญส่วนใหญ่ ของผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุในระหว่าง 18-24 ปีที่มีโครงร่างรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดเสื้อกระโปรง และกางเกงที่สวมใส่เป็นขนาดเดียวกันคือขนาด M ความเข้าใจในขนาดและความนิยมความพอดีของ เสื้อผ้ามูลค่าความพึงพอใจในการบริโภคเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ผลิตมีการแสดงให้เห็นว่าสตรีไทยใน ปัจจุบันมีขนาดรูปร่างที่หลากหลายและมีจำนวนน้อยที่มีความพึงพอใจสูงสุดในเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผลการวิจัยจะเป็นพื้นฐานขั้นต้นสำหรับการสำรวจชนิดรูปร่างสตรีไทยทั่วประเทศโดยใช้เทคโนโลยี สแกนรูปร่างระบบ 3 มิติ

ดาริน ลือนาม (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องการออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อช่วยอำพรางรูปร่าง โดยทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามจากช่างออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้าที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อให้ได้ แนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่ออำพรางรูปร่าง จำนวน 200 คน ผลการวิจัยพบว่า

1. องค์ประกอบทางศิลปะมีอิทธิพลต่อการออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อช่วยอำพรางรูปร่าง และจุดบกพร่องของร่างกายได้ ซึ่งการนำองค์ประกอบทางศิลปะอันได้แก่ เส้น สี รูปทรง มาใช้ในการอำพรางรูปร่าง มีเทคนิควิธีการที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับประเภท และลักษณะของจุดบกพร่อง ทั้งนี้จะต้องเลือกใช้อย่างเหมาะสม

2. การใช้เส้นในการอำพรางรูปร่างที่มีลักษณะแตกต่างกัน พบว่าเส้นแนวตั้ง เส้นทแยงมุม สามารถเพิ่มความสูงได้ ส่วนเส้นแนวนอนจะสามารถขยายพื้นที่ออกได้ในแนวกว้าง

3. การใช้สีในการอำพรางรูปร่าง พบว่า การใช้สีอ่อนและสีสดใสจะดึงดูดความสนใจจึงควรใช้ในส่วนที่ต้องการเน้น ส่วนสีเข้มจะลดขนาดลง ทำให้ส่วนนั้นดูเล็กลงและไม่ดึงดูดสายตาจึงควรนำมาใช้บริเวณที่ต้องการอำพราง

4. การเลือกใช้รูปทรงของเครื่องแต่งกาย ต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมและมีความสมดุลเพื่อช่วยเบี่ยงเบนสายตาให้ออกห่างจากจุดที่ควรอำพราง

พจนานุกรมทัศนศึกษาตั้งธรรมและสุริยสุทธิสังข์ (2551: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องการออกแบบและพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าจากผ้าไหมสุรินทร์โดยในการวิจัยครั้งนี้เพื่อออกแบบและพัฒนาเสื้อผ้าจากผ้าไหมสุรินทร์และถ่ายทอดเทคโนโลยีในรูปแบบอบรมเชิงปฏิบัติการวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนาเครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ 5 ประเภทประเภทละ 3 รูปแบบรวม 15 รูปแบบ ได้แก่ เสื้อสตรีเสื้อบุรุษกระโปรงกางเกงและชุดสตรีแบบสอบถามแบบประเมินความคิดเห็นแบบประเมินงานแบบประเมินกระบวนการฝึกอบรมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นกลุ่มผู้สนใจจำนวน 300 คนและผู้เข้ารับการอบรมชุมชนอำเภอเขวาสินรินทร์จังหวัดสุรินทร์จำนวน 25 คนผลการศึกษาพบว่า การประเมินผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าจากผ้าไหมสุรินทร์ 5 ประเภท 15 รูปแบบจากกลุ่มผู้สนใจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 31-40 ปีรับข้าราชการการศึกษาระดับปริญญาตรีและรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับเสื้อผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์พบว่า เสื้อชายรูปแบบ A เสื้อสตรีรูปแบบ B กระโปรงรูปแบบ C มีความเหมาะสมที่สุดทั้งด้านรูปแบบลวดลายและสีและโดยภาพรวมค่าเฉลี่ยรวม 4.57, 4.46 และ 4.46 ตามลำดับการประเมินกระบวนการฝึกอบรมกลุ่มผู้ฝึกเข้ารับการอบรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 31-40 ปีอาชีพทำนา การศึกษาระดับประถมศึกษารายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทก่อนฝึกอบรมมีความรู้และความสามารถในการออกแบบตัดเย็บและตกแต่งเสื้อผ้าจากผ้าไหมในระดับน้อย หลักการฝึกอบรมมีความรู้ความสามารถในทั้ง 3 ด้านในระดับมากและมีความต้องการในการอบรมครั้งต่อไปในระดับมากที่สุดและการประเมินผลงานสำเร็จในการปฏิบัติงานเข้าร่วมอบรมพบว่าผลงานสำเร็จของผู้ออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้าจากผ้าไหมสุรินทร์มีค่าเฉลี่ย 4.15 จัดอยู่ในระดับดีมาก

รูปแบบเสื้อผ้าจากผ้าไหมสุรินทร์นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงโดยผ่านกระบวนการวิเคราะห์ที่ได้เป็นผลิตภัณฑ์ 5 ประเภทประเภทละ 3 รูปแบบรวม 15 รูปแบบตัดเย็บจากผ้าไหมสุรินทร์คัดเลือกลดลาย 5 ลวดลายจากโครงการวิจัยออกแบบและพัฒนาลดลายและสีผ้าไหมสุรินทร์จากข้อมูลดังกล่าวภายใต้โครงการออกแบบและพัฒนา รูปแบบเสื้อผ้าจากผ้าไหมสุรินทร์ด้วยภูมิปัญญาสู่ความเป็นสากลได้แสดงให้เห็นว่าการออกแบบและพัฒนาเสื้อผ้าตามความต้องการของชุมชนอำเภอบ้านเขวาสินรินทร์จังหวัดสุรินทร์นั้นสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของชาติที่ต้องการให้ชุมชนเข้มแข็งมีรายได้และมีศักยภาพส่งผลให้สินค้าสู่สากล

วินิทร สอนพรินทร์ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบแบบตัดโดยการให้เส้นบนเสื้อผ้าให้เหมาะสมกับสตรีที่มีรูปร่างอ้วนโดยทำการศึกษาโดยการให้แบบสอบถามจากสตรีที่มีรูปร่างอ้วน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสูง 148 เซนติเมตร น้ำ 66 กิโลกรัม และมีค่า BMI = 30.13 ที่อยู่ในช่วงอ้วนระดับ 2 จำนวน 12 คน ผลการวิจัยพบว่า

1. ตำแหน่งของเส้นบนเสื้อผ้า แบบที่ 1 เมื่อสวมใส่แล้วมองดูผอมลงและสูงขึ้นจากเดิม ระดับความคิดเห็นมากที่สุดถึงระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 โดยระดับความคิดเห็นมากที่สุดมีความถี่เท่ากับ 5 คิดเป็นร้อยละ 71.43 และระดับมากมีความถี่เท่ากับ 2 คิดเป็นร้อยละ 28.57

2. จำนวนของเส้นบนเสื้อผ้าที่เหมาะสมเป็นเสื้อผ้าที่มีจำนวน 2 เส้น ระดับความคิดเห็นมากที่สุดถึงระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 โดยระดับความคิดเห็นมากที่สุดมีความถี่เท่ากับ 4 คิดเป็นร้อยละ 57.14 และระดับมากมีความถี่เท่ากับ 3 คิดเป็นร้อยละ 42.86

3. ขนาดของเส้นบนเสื้อผ้าที่เหมาะสมมีขนาดสันปานกลาง (4 มิลลิเมตร) ระดับความคิดเห็นมากที่สุดถึงระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 โดยระดับความคิดเห็นมากที่สุดมีความถี่เท่ากับ 3 คิดเป็นร้อยละ 42.86 และระดับมากมีความถี่เท่ากับ 4 คิดเป็นร้อยละ 57.14

4. ความอ่อนช้อยของเส้นบนเสื้อผ้าที่เหมาะสมเป็นเสื้อผ้าที่มีความอ่อนช้อยแบบที่ 2 ระดับความคิดเห็นมากที่สุดถึงระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 โดยระดับความคิดเห็นมากที่สุดมีความถี่เท่ากับ 5 คิดเป็นร้อยละ 71.43 และระดับมากมีความถี่เท่ากับ 3 คิดเป็นร้อยละ 28.57

ธนวิรัชสุภาสี (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องการรับนวัตกรรมของลูกค้าในสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้หญิงที่อาศัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยทำการศึกษาโดยการให้แบบสอบถามจากผู้หญิงที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่อายุระหว่าง 11-60 ปีจำนวน 400 คนโดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 5 ช่วงอายุช่วงอายุละ 80 คนคือช่วงอายุ 11-19 ปีช่วงอายุ 20-29 ปีช่วงอายุ 30-39 ปีช่วงอายุ 40-49 ปีและช่วงอายุ 50-60 ปีจากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เงินซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของตนเองจำนวน 201 - 500 บาทต่อเดือนอ่านหนังสือนิตยสารแฟชั่น 1-2 เล่มต่อเดือนซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นเดือนละ 2-3 ครั้งและหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นจากร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นมาก

ที่สุดนอกจากนั้นจากผลการศึกษาพบว่าการรับนวัตกรรมสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้หญิงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวคือความเป็นผู้นำด้านแฟชั่นความเกี่ยวพันระหว่างผู้บริโภคกับสินค้าแฟชั่นและความต้องการโดดเด่นเฉพาะตัวที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ในการศึกษาเรื่องการรับนวัตกรรมสินค้าแฟชั่นสามารถแบ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่กลุ่มผู้บุกเบิกกลุ่มผู้ตามและกลุ่มผู้ล่าหลังโดยกลุ่มผู้บุกเบิกมีทั้งหมด 67 คนส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปีมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัวและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทส่วนทางด้านพฤติกรรมกรซื้อโดยเฉลี่ยกลุ่มผู้บุกเบิกส่วนใหญ่ใช้เงินซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของตัวเองจำนวน 1,001-2,000 บาทต่อเดือนอ่านหนังสือนิตยสารแฟชั่น 1-2 เล่มต่อเดือนมีความถี่การซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นเดือนละ 2-3 ครั้งและส่วนใหญ่หาข้อมูลจากหนังสือนิตยสารแฟชั่นมากที่สุดและกลุ่มผู้ตาม (Follower) ซึ่งมีจำนวน 273 คนส่วนใหญ่มีอายุ 11-19 ปีมีอาชีพนักเรียนนิสิตหรือนักศึกษาและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทส่วนทางด้านพฤติกรรมการซื้อโดยเฉลี่ยในหนึ่งเดือนจะใช้เงินซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของตัวเองจำนวน 501-1,000 บาทอ่านหนังสือนิตยสารแฟชั่น 1-2 เล่มมีความถี่การซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นเดือนละ 2-3 ครั้งและส่วนใหญ่หาข้อมูลจากร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นมากที่สุด

จากการวิเคราะห์ t-Test พบว่ากลุ่มผู้บุกเบิกและกลุ่มผู้ตามมีความเป็นผู้นำด้านแฟชั่นแตกต่างกันมีความเกี่ยวพันระหว่างผู้บริโภคกับสินค้าแฟชั่นแตกต่างกันและมีความต้องการโดดเด่นเฉพาะตัวแตกต่างกันในทุกตัวแปรย่อยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มผู้บุกเบิกและกลุ่มผู้ตามมีการใช้เงินซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นแตกต่างกันและมีความถี่ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อการศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างวิธีเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ (Mixed-method design) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เป็นการสืบค้นเพื่อหารูปแบบของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 – 25 ปี และเพื่อคัดเลือกแบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 1 จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (นักออกแบบนักวิชาการด้านการออกแบบนักวิจัย) ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อสืบค้นข้อมูลเพื่อคัดเลือกแบบร่างของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่ตรงความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่กลุ่มบริโภคมกลุ่มวัยรุ่นในประเทศไทย ที่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี ตามสมมุติฐานที่ว่าได้รับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จากการนำเอาวัสดุและลวดลาย ของกรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ซึ่งเป็นงานหัตถกรรมจากภูมิปัญญาของชุมชนบ้านธงชัย มาใช้ โดยนำมาผ่านกระบวนการวิจัยและออกแบบให้ได้ชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่ช่วยเพิ่มมูลค่าจากผ้าไหม และเพื่อเพิ่มให้ผ้าไหมของไทยมีความร่วมสมัยขึ้น เพื่อขยายเป้าหมายทางการตลาดไปสู่กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น เพื่อเป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และยังส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. วิธีดำเนินการดำเนินงานวิจัย

## การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากร**คือกลุ่มบริโภคนกลุ่มวัยรุ่นในประเทศไทย ที่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี ซึ่งเป็นกลุ่ม Gen-M (Millennial Generations) เป็นกลุ่มที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา (ปริญญาตรี) และบัณฑิตศึกษา (ปริญญาโท) และบาง กลุ่มได้เริ่มเข้าสู่ตลาดแรงงานและทำงานอยู่เป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว (อายุงานไม่เกิน 4 ปี) ซึ่งว่าเป็นกลุ่มมีรสนิยมทางด้านแฟชั่น และมีกำลังซื้อพอสมควร

**กลุ่มตัวอย่าง**คือกลุ่มบริโภคนกลุ่มวัยรุ่นในประเทศไทย ที่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีจำนวน 100 คนโดยมีการเลือกแบบสุ่ม (Random Sampling)

## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือโดยการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ชุดว่ายน้ำสตรี พฤติกรรมกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีและวิธีการสร้างเครื่องมือเพื่อเป็นความรู้พื้นฐานอันเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการศึกษาวิจัยเพื่อชุดว่ายน้ำสตรี โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้

**1. สร้างแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญเพื่อหารูปแบบ และลวดลายของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นสำหรับกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19-25 ปี**

โดยในแบบสอบถามชุดที่ 1 นี้ใช้เพื่อหารูปแบบ ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่เหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรี สำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญ (นักออกแบบนักวิชาการด้านการออกแบบนักวิจัย) เป็นผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 ท่านโดยสอบถามจากอัตลักษณ์ความเป็นไทยด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าและพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19-25 ปีซึ่งมีเนื้อหา 2 เรื่องคือ

ส่วนที่ 1 รูปแบบที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

ส่วนที่ 2 ลวดลายผ้าไหมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

**2. สร้างแบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับผู้เชี่ยวชาญเพื่อคัดเลือกแบบร่างและลวดลายร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 1**

โดยในแบบสอบถามชุดที่ 2 นี้ใช้เพื่อคัดเลือกแบบร่างและลวดลายร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นสำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีที่เป็นผลจากแบบสอบถามในชุดที่ 1 โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ (นักออกแบบนักวิชาการด้านการออกแบบนักวิจัย) เป็นผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 ท่านโดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับรูปทรง ลวดลาย สี สัน และความเหมาะสมในการสวมใส่ โดยทำการคัดเลือกแบบร่างจาก 15 แบบ ให้เหลือ 10 แบบลวดลายผ้าไหมจาก 10 ลาย (ลายละ 3 สี) ให้เหลือ 1 ลาย ซึ่งมีเนื้อหา 2 เรื่องคือ

ส่วนที่ 1 แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

ส่วนที่ 2 ลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ถูกพัฒนาขึ้นจากผ้าไหมมัดหมี่ลายหมี่ชั้นพระจันทร์ครึ่ง ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

**3. สร้างแบบสอบถามชุดที่ 3 สำหรับผู้บริโภคเพื่อหาแบบร่างของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่ตรงความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 2**

โดยในแบบสอบถามชุดที่ 3 นี้ใช้เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อแบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่ถูกพัฒนาจากแบบร่างและลวดลายร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นสำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีที่เป็นผลจากแบบสอบถามในชุดที่ 2 โดยให้กลุ่มบริโภครุ่นวัยรุ่นในประเทศไทยที่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี เป็นผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คนโดยทำการคัดเลือกแบบร่างของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น จาก 10 รูปแบบ ให้เหลือ 5 รูปแบบ มีการเลือกแบบสุ่ม (Random Sampling) ซึ่งมีเนื้อหา 2 เรื่องคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อหาแบบร่างของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่ตรงความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 2

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่มีโครงสร้าง (Structure Questionnaire) มาตรฐานประมาณค่า (Rating scale) โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นมาใช้กับแบบสอบถามทั้ง 3 ชุดเพื่อหาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีโดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังนี้

5 หมายถึงมีความเหมาะสมมากที่สุด

4 หมายถึงมีความเหมาะสมมาก

3 หมายถึงมีความเหมาะสมปานกลาง

2 หมายถึงมีความเหมาะสมน้อย

1 หมายถึงมีความเหมาะสมน้อยที่สุด

### วิธีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยนำแบบประเมินความคิดเห็นทั้ง 3 ชุดที่สร้างเสร็จไปตรวจสอบคุณภาพโดยนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบและแก้ไขในด้านความเหมาะสมของถ้อยคำสำนวนภาษาความชัดเจนในข้อคำถามของแบบประเมินโดยมีผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบประเมินจำนวน 3 ท่าน

1) อาจารย์วิวัฒน์ หิรัญพฤกษ์

ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับสิ่งทอสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

2) สโลมัย บุญญานุสิทธิ์

ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับผ้าไหม กลุ่มทอผ้าไหม บ้านธงชัย

3) อาจารย์สรวรยา จอมเทพมาลา

ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับแฟชั่น

ขั้นที่ 2 ปรับปรุงและแก้ไขตรวจสอบความถูกต้องและจัดทำเป็นแบบประเมินฉบับสมบูรณ์และนำไปทำการประเมินตามประเด็นที่ได้กำหนดไว้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้จากการสืบค้นข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องและเก็บข้อมูลภาคสนามซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากบุคคลโดยใช้แบบประเมินในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่มีอัตลักษณ์ด้านศิลปปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า จากผ้าไหมบ้านธงชัย ซึ่งทำการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีและมีการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ใช้แบบสอบถามเพื่อหาผลคลาย และเนื้อผ้า ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย

จ.นครราชสีมา ที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี

โดยมีการกำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (นักออกแบบนักวิชาการด้านการออกแบบนักวิจัย) ในการตอบแบบสอบถาม คือ โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

- เป็นคณาจารย์ที่สอนทางด้านการออกแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย หรือ เสื้อผ้าสตรี

- เป็นนักออกแบบที่มีประสบการณ์ในด้านการออกแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย หรือเสื้อผ้าสตรีไม่ต่ำกว่า 7 ปี

2. ใช้แบบสอบถามเพื่อคัดเลือกแบบร่างลวดลายของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 1

โดยมีการกำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (นักออกแบบหรือนักวิชาการด้านการออกแบบ) ในการตอบแบบสอบถามโดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

- เป็นคณาจารย์ที่สอนทางด้านการออกแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย หรือ เสื้อผ้าสตรี

- เป็นนักออกแบบที่มีประสบการณ์ในด้านการออกแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย หรือเสื้อผ้าสตรีไม่ต่ำกว่า 5 ปี

1) อาจารย์วิวัฒน์ หิรัญพุกษ์

ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับสิ่งทอสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

2) สโลมัย บุญญาสุสิทธิ์

ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับผ้าไหม กลุ่มทอผ้าไหม บ้านธงชัย

3) อาจารย์สรวรรยา จอมเทพมาลา

ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับแฟชั่น

4. ใช้แบบสอบถามเพื่อหาแบบร่างของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่ตรงความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 2

โดยในแบบสอบถามชุดที่ 3 นี้ใช้เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ถูกพัฒนาจากลวดลายของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาโดยมีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี จำนวน 100 คนโดยมีการเลือกแบบสุ่ม (Random Sampling) ซึ่งมีเนื้อหา 2 เรื่องคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจต่อชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่พัฒนาจากลวดลาย และเนื้อผ้า ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

## การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นขั้นตอนที่สำคัญในการแปลผลจากข้อมูลในแบบสอบถามโดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาในเชิงสถิติทำให้ง่ายต่อการสรุปผลการวิจัยข้อมูลที่ต้องวิเคราะห์แบ่งเป็น4ส่วนดังนี้

1. การวิเคราะห์เพื่อหาผลตาย และเนื้อผ้า ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น สำหรับกลุ่มผู้บริโภคหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีส่วนนี้ใช้เกณฑ์การพิจารณาจากแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check list) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ค่าจำนวน และค่าร้อยละ

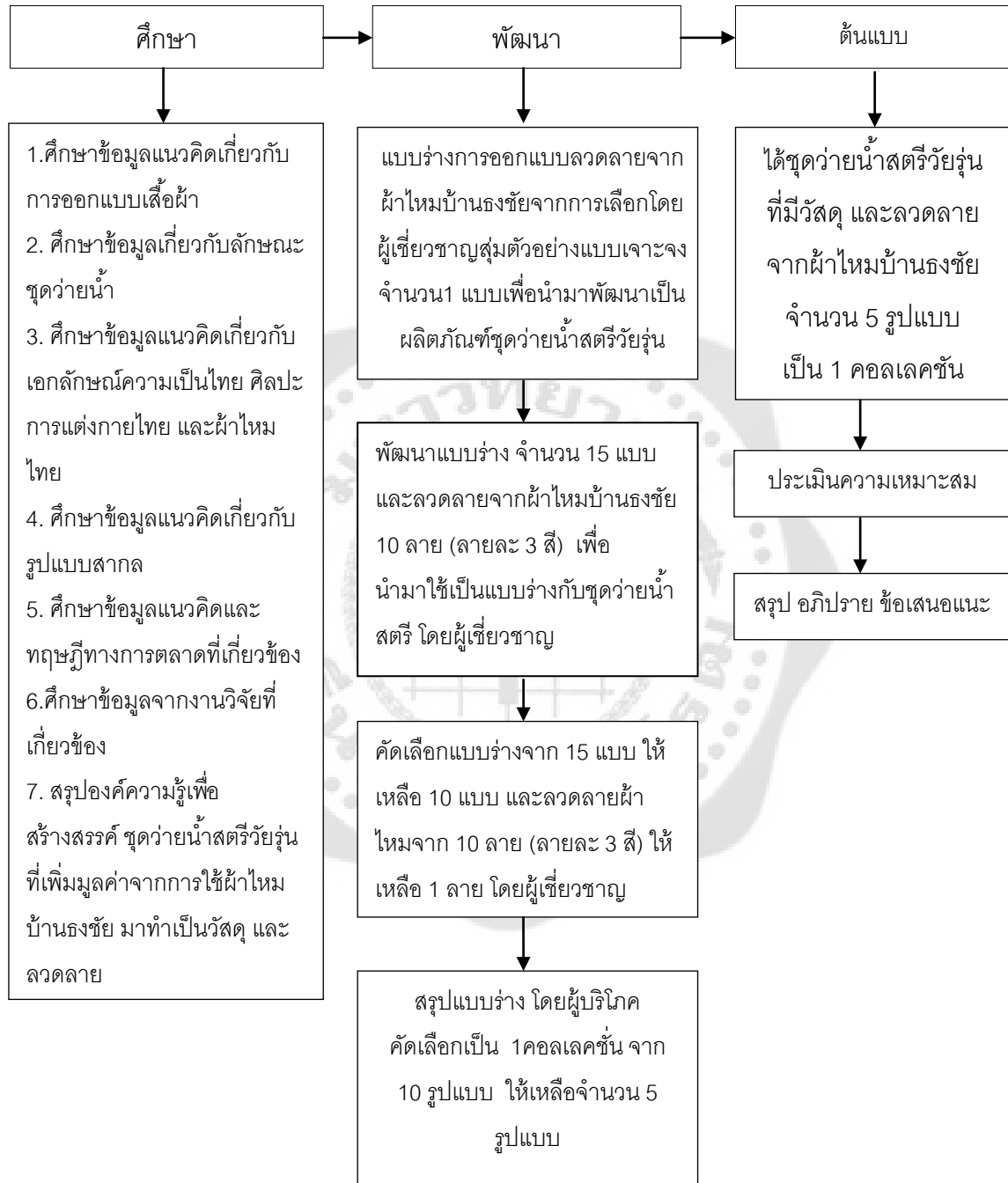
2. การวิเคราะห์เพื่อคัดเลือกแบบร่างผลตายของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นส่วนนี้ใช้เกณฑ์การพิจารณาจากแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check list) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ค่าจำนวน และค่าร้อยละ

3. การวิเคราะห์เพื่อหาแบบร่างของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่ตรงความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) เป็นค่าเฉลี่ย ค่าจำนวน และค่าร้อยละ



## วิธีการดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากจากเอกสารงานวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามทำวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดมุ่งหมายและประเด็นที่ได้กำหนดไว้ในขอบเขตของเนื้อหาตามขั้นตอนดังนี้



## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาและเพื่อพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ที่มีความเหมาะสมกับผู้บริโภคโดยเป็นการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description) และตารางเปรียบเทียบการวิเคราะห์ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์และการศึกษาวิจัยครั้งนี้โดยแยกนำเสนอออกเป็นส่วนๆตามวิธีดำเนินการวิจัยที่กล่าวแล้วข้างต้นในบทที่ 3 ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหารูปแบบของผ้าไหมบ้านธงชัยปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 – 25 ปี

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อคัดเลือกแบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 1

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อคัดเลือกหาแบบร่างของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่ตรงความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 2

ส่วนที่ 4 การผลิตชิ้นงานต้นแบบของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดความหมายของสัญลักษณ์ดังนี้

- |           |     |   |
|-----------|-----|---|
| n         | แทน | ค่าจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์    |
| $\bar{x}$ | แทน | ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง |
| SD        | แทน | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง             |

**ส่วนที่ 1 ผลการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อหารูปแบบ ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น สำหรับกลุ่มผู้บริโภค เพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 – 25 ปี**

โดยในแบบสอบถามชุดที่ 1 นี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่าน เพื่อหารูปแบบ ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่เหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรี สำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี จากรูปแบบที่เป็นเทรนในปี 2015-2016 จำนวน 4 รูปแบบ และจากลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ จำนวน 5 ลาย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณาคือผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้มาหาผลรวมเป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนจากความเหมาะสมทางด้านแนวคิด สีเส้นและเทคนิคของแต่ละแนวความคิดโดยผู้วิจัยได้นำรูปแบบแนวความคิด ที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนตั้งแต่ 3.40 ขึ้นไป มาใช้เป็นรูปแบบที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาซึ่งผลการวิเคราะห์ในข้อนี้จะเป็นค่าตั้งต้นในการทำวิจัยและวิเคราะห์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไปดังจะแสดงจากตารางการวิเคราะห์ต่อไปนี้


ตาราง 4 แสดงความเหมาะสมของรูปแบบแนวความคิด TIME MAVERICK อีสรระจากกาลเวลาที่  
เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่ม  
มูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

รูปแบบแนวความคิด TIME MAVERICK อีสรระจากกาลเวลา	รายละเอียด แนวความคิด	$\bar{X}$	SD	ระดับความ เหมาะสม
	1.แนวคิด	2.66	0.58	ปานกลาง
	2.สีเส้น	2.33	0.58	น้อย
	3. เทคนิค	2.33	0.58	น้อย
	ค่าเฉลี่ย	2.44	0.51	น้อย

จากตาราง 4 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่รูปแบบแนวความคิด TIME MAVERICK อีสรระจากกาลเวลา มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 2.44

โดยผู้เชี่ยวชาญมีข้อคิดเห็นว่รูปแบบแนวความคิด TIME MAVERICK อีสรระจากกาลเวลา ยังมีความเป็นนามธรรมอยู่มาก ยกต่อการนำไปปรับใช้ในการออกแบบลวดลาย และโทนสียังมีความอ่อนเกินไปสำหรับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น


ตาราง 5 แสดงความเหมาะสมของรูปแบบแนวความคิดNEXTPLORER ความท้าทายในดินแดนอื่นที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

รูปแบบแนวความคิดNEXTPLORER ความท้าทาย ในดินแดนอื่น	รายละเอียด แนวความคิด	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ เหมาะสม
	1. แนวคิด	5.00	0.00	มากที่สุด
	2. สีสีน	5.00	0.00	มากที่สุด
	3. เทคนิค	4.67	0.58	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ย	4.89	0.19	มากที่สุด

จากตาราง 5 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่ารูปแบบแนวความคิดNEXTPLORER ความท้าทายในดินแดนอื่น มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 4.89

โดยผู้เชี่ยวชาญมีข้อคิดเห็นว่าเป็นแนวคิดที่มีความน่าสนใจเพราะมีเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปะวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการออกแบบชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น และยังมีสีสีนที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบชุดว่ายน้ำและเสื้อผ้าในฤดูร้อน

ตาราง 6 แสดงความเหมาะสมของรูปแบบแนวความคิด AGE OF CONTEXT ยุคแห่งการเข้าใจ  
 ความหมายที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวี่รุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย  
 เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

รูปแบบแนวความคิด AGE OF CONTEXT ยุคแห่งการเข้าใจความหมาย	รายละเอียด แนวความคิด	$\bar{x}$	SD	ระดับความ เหมาะสม
	1.แนวคิด	4.00	0.00	มาก
	2.สีเส้น	3.67	0.58	มาก
	3. เทคนิค	3.67	0.58	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.78	0.38	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่ารูปแบบแนวความคิด AGE OF CONTEXT ยุคแห่งการเข้าใจความหมาย มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวี่รุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 3.78

โดยผู้เชี่ยวชาญมีข้อคิดเห็นว่ารูปแบบแนวความคิด AGE OF CONTEXT ยุคแห่งการเข้าใจความหมาย เป็นแนวความคิดที่มีความน่าสนใจพอสมควรในด้านที่เกี่ยวกับศิลปะ และการจัดวางจากสื่อสมัยใหม่ มีแนวโน้มที่จะสามารถเป็นรูปแบบที่มีลวดลายทันสมัยเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย

ตาราง 7 แสดงความเหมาะสมของรูปแบบแนวความคิดSUPER-NATUREAL ธรรมชาติเหนือจริงที่  
เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่ม  
มูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

รูปแบบแนวความคิดSUPER-NATUREAL ธรรมชาติเหนือจริง	รายละเอียด แนวความคิด	$\bar{X}$	SD	ระดับความ เหมาะสม
	1.แนวคิด	4.67	0.58	มากที่สุด
	2.สีสันทัน	4.33	0.58	มากที่สุด
	3. เทคนิค	4.33	0.58	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ย	4.44	0.51	มากที่สุด

จากตาราง 7 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่ารูปแบบแนวความคิดSUPER-NATUREAL  
ธรรมชาติเหนือจริง มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการ  
แต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมาก  
ที่สุด มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 4.44

โดยผู้เชี่ยวชาญมีข้อคิดเห็นว่ารูปแบบแนวความคิดSUPER-NATUREAL ธรรมชาติเหนือจริง  
มีรายละเอียดที่น่าสนใจหลายอย่างที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบชุดว่ายน้ำสตรี ลวดลายรูปแบบ  
และสีสันทันมีความเหมาะสมสำหรับการทำเสื้อผ้าฤดูร้อน

ตาราง 8 สรุปความเหมาะสมของรูปแบบแนวความคิดที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

รูปแบบแนวความคิด	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม	ลำดับที่
1. TIME MAVERICK อีสระจากกาลเวลา	2.44	0.51	น้อย	4
2. NEXTPLORER ความท้าทายในดินแดนอื่น	4.89	0.19	มากที่สุด	1
3. AGE OF CONTEXT ยุคแห่งการเข้าใจความหมาย	3.78	0.38	มาก	3
4. SUPER-NATUREAL ธรรมชาติเหนือจริง	4.44	4.44	มากที่สุด	2
ค่าเฉลี่ย	3.89	0.34	มาก	

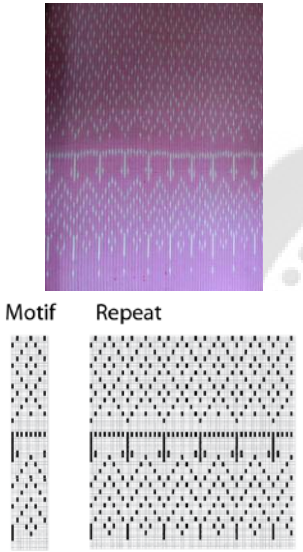
จากตาราง 8 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่ารูปแบบแนวความคิดที่มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 3.89

โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายรูปแบบแนวความคิด พบว่า รูปแบบแนวความคิด NEXTPLORER ความท้าทายในดินแดนอื่น มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89 รองลงมาคือ SUPER-NATUREAL ธรรมชาติเหนือจริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 AGE OF CONTEXT ยุคแห่งการเข้าใจความหมายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และ TIME MAVERICK อีสระจากกาลเวลามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 ตามลำดับ

1.2 ผลการวิเคราะห์ลวดลายผ้าไหมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณาคือผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้มาหาผลรวมเป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนจากความเหมาะสมทางด้านรูปทรง ลวดลาย และสีสันทัน ของแต่ละลวดลายผ้าไหมโดยผู้วิจัยได้นำรูปแบบแนวความคิดที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนตั้งแต่ 3.40 ขึ้นไป มาใช้เป็นลวดลายผ้าไหมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ซึ่งผลการวิเคราะห์นี้ในข้อนี้จะเป็นค่าตั้งต้นในการทำวิจัยและวิเคราะห์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไปดังจะแสดงจากตารางการวิเคราะห์ต่อไปนี้

ตาราง 9 แสดงความเหมาะสมของลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ลายโบราณดางแหที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)


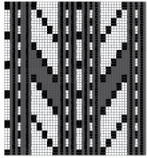
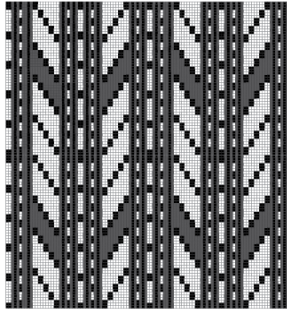
ลวดลายที่ 1 ลวดลายผ้าไหม ลายโบราณดางแห	รายละเอียด ลวดลาย ผ้าไหม	$\bar{X}$	SD	ระดับความ เหมาะสม
	1.ทิศทางของลวดลาย	4.33	0.58	มากที่สุด
	2.จังหวะ	4.67	0.58	มากที่สุด
	3.สีสันทัน	2.67	1.15	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ย	3.89	0.69	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ลายโบราณดางแหมีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 3.89

เมื่อพิจารณารายละเอียดลวดลายผ้าไหมเป็นรายด้าน พบว่า จังหวะของลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ลายโบราณดางแห มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมาคือทิศทางของลวดลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และสีสันทัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67

โดยผู้เชี่ยวชาญมีข้อคิดเห็นว่ลวดลายเป็นลายขนาดเล็ก เหมาะกับนำไปตัดต่อกับลวดลายอื่น ๆ แต่ถ้าใช้ลายนี้ออกแบบชุดว่ายน้ำเพียงลายเมากวในหนึ่งชุดจะเรียบเกินไป สีสันทันยังไม่สดใสสำหรับออกแบบชุดว่ายน้ำ

ตาราง 10 แสดงความเหมาะสมของลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ลายใบไม้ ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)


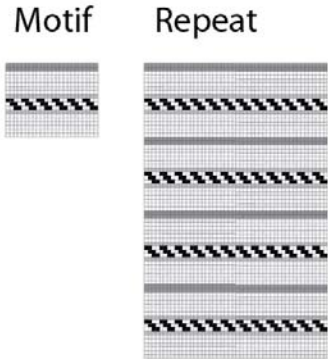
ลวดลายที่ 2 ลวดลายผ้าไหมลายใบไม้	รายละเอียด ลวดลาย ผ้าไหม	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความ เหมาะสม
 Motif  Repeat 	1.ทิศทางของ ลวดลาย	5.00	0.00	มากที่สุด
	2.จังหวะ	4.67	0.58	มากที่สุด
	3.สีสันทัน	4.67	0.58	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ย	4.78	0.38	มากที่สุด

จากตาราง 10 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นวาลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ลายใบไม้ มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78

เมื่อพิจารณารายละเอียดลวดลายผ้าไหมเป็นรายด้าน พบว่าทิศทางของลวดลาย ของลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ลายใบไม้ มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 และจังหวะ กับสีสันทัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 4.67 อยู่ในระดับมากที่สุด

โดยผู้เชี่ยวชาญมีข้อคิดเห็นวาลวดลายและสีสันทันน่าสนใจ มีความลงตัว เหมาะที่จะนำไปออกแบบชุดว่ายน้ำสำหรับสตรีวัยรุ่น แต่ให้ระวังเรื่องจังหวะของลวดลาย ระยะห่างของเส้นไม่ควรกว้างเกินไป

ตาราง 11 แสดงความเหมาะสมของลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ลายหมี่ชั้นหางกระรอก ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

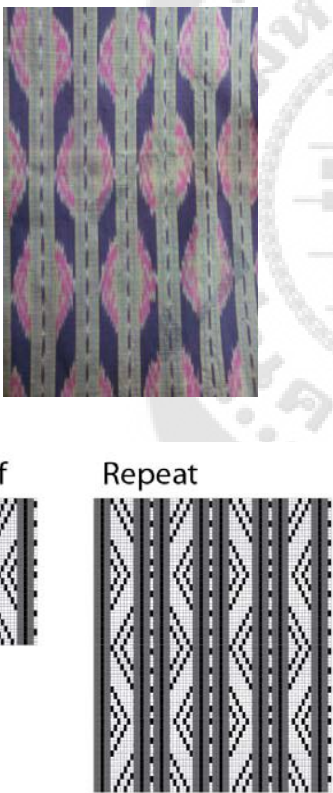
ลวดลายที่ 3 ลวดลายผ้าไหมลายหมี่ชั้นหางกระรอก	รายละเอียด ลวดลายผ้าไหม	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม
 	1.ทิศทางของลวดลาย	3.33	0.58	ปานกลาง
	2.จังหวะ	3.33	0.58	ปานกลาง
	3.สีส่น	2.67	0.58	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ย	3.11	0.51	ปานกลาง

จากตาราง 11 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าลวดลาย ผ้าไหมมัดหมี่ ลายหมี่ชั้นหางกระรอก มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมาก ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 3.11

เมื่อพิจารณารายละเอียดลวดลายผ้าไหมเป็นรายด้าน พบว่า ทิศทางของลวดลาย และจังหวะ ของลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ลายหมี่ชั้นหางกระรอก มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และสีส่น อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67

โดยผู้เชี่ยวชาญมีข้อคิดเห็นว่าเป็นลวดลายที่เห็นได้ทั่วไป แต่อาจจะน่าสนใจขึ้นถ้าให้จังหวะลายในส่วนที่เป็นมัดหมี่ทางกระรอกให้กว้างขึ้นหรือปรับลวดลายให้เป็นแนวตั้ง ปรับจังหวะให้ลายถี่ขึ้น และปรับสีให้เหลือสีเมากยว

ตาราง 12 แสดงความเหมาะสมของลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ลายหมี่ชั้นพระจันทร์ครึ่ง ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

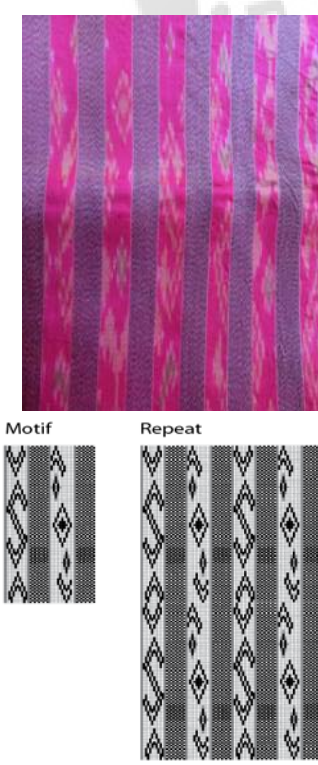
ลวดลายที่ 4 ลวดลายผ้าไหมลายหมี่ชั้นพระจันทร์ครึ่ง	รายละเอียด ลวดลายผ้าไหม	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม
	1.ทิศทางของลวดลาย	5.00	0.00	มากที่สุด
	2.จังหวะ	5.00	0.00	มากที่สุด
	3.สีสัน	4.33	0.58	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ย	4.78	0.19	มากที่สุด

จากตาราง 12 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าการลวดลาย ผ้าไหมมัดหมี่ลายหมี่ชั้นพระจันทร์ครึ่งมีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 4.78

เมื่อพิจารณารายละเอียดลวดลายผ้าไหมเป็นรายด้าน พบว่า ทิศทางของลวดลาย และ จังหวะ ของลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ลายหมี่ชั้นพระจันทร์ครึ่ง มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณี ศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 และสีสันทันอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67

โดยผู้เชี่ยวชาญมีข้อคิดเห็นว่าลวดลาย และจังหวะมีความเหมาะสมลงตัว มีความทันสมัย และคูสีที่ใช้ก็เหมาะสมสำหรับวัยรุ่น และนำมาปรับใช้กับชุดว่ายน้ำสตรีได้

ตาราง 13 แสดงความเหมาะสมของลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ลายชั้นหางกระรอกที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

ลวดลายที่ 5 ลวดลายผ้าไหมลายชั้นหางกระรอก	รายละเอียด ลวดลายผ้าไหม	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม
	1.ทิศทางของลวดลาย	4.67	0.58	มากที่สุด
	2.จังหวะ	4.67	0.58	มากที่สุด
	3.สีสันทัน	3.67	1.15	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.33	0.67	มากที่สุด

จากตาราง 13 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ลายชั้นหางกระรอก มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 4.33

เมื่อพิจารณารายละเอียดลวดลายผ้าไหมเป็นรายด้าน พบว่า ทิศทางของลวดลาย และ จังหวะ ของลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ลายชั้นหางกระรอก มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และสีสัน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

โดยผู้เชี่ยวชาญมีข้อคิดเห็นว่าลวดลายมีความน่าสนใจ เป็นการผสมผสานระหว่างลายดั้งเดิมและสมัยใหม่ แต่อาจต้องมีการปรับสีสันให้สดใสขึ้นหากต้องการนำมาทำชุดว่ายน้ำสตรี

ตาราง 14 สรุปความเหมาะสมของลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม	ลำดับที่
1.ลายโบราณดางแห	3.89	0.69	มาก	4
2.ลายใบไม้	4.78	0.38	มากที่สุด	2
3.ลายหมี่ชั้นหางกระรอก	3.11	0.51	ปานกลาง	5
4.ลายหมี่ชั้นพระจันทร์ครึ่ง	4.78	0.19	มากที่สุด	1
5.ลายชั้นหางกระรอก	4.33	0.67	มากที่สุด	3
ค่าเฉลี่ย	4.18	0.28	มาก	-

จากตาราง 14 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าลวดลายผ้าไหมมัดหมี่มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 4.18

โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายลวดลายผ้าไหมมัดหมี่พบว่า ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ ลายหมี่ชั้น พระจันทร์ครึ่ง มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 รองลงมาคือ ลายใบไม้ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 ลายชั้นหางกระรอก อยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ลายโบราณ ดางแห อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และลายหมี่ชั้นหางกระรอก อยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อคัดเลือกแบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 1

โดยในส่วนที่ 2 นี้เป็นการคัดเลือกแบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นสำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น เพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีที่เป็นผลจากแบบสอบถามในชุดที่ 1

โดยแนวความคิดของแบบร่าง และลวดลายของ ชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ลายนี้ที่มาจากลายใบไม้ และลายหมี่ชั้นพระจันทร์ครึ่ง แต่เพื่อทำให้ร่วมสมัยจึงออกแบบลวดลายพิมพ์ผ้า โดยใช้วิธีการต่อลาย (Repert) ที่น่าสนใจของ Peter Phillips และ Gillian Bunce เปลี่ยนรูปแบบให้เกิดเป็นลวดลายใหม่ และนำมาทำเป็นชุดว่ายน้ำ ซึ่งมีคอนเซ็ปต์มาจาก young girl จึงสื่อออกมาในรูปแบบของชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมสำหรับวัยรุ่น ที่เป็นวัยที่มีความน่ารัก สดใส ผู้วิจัยจึงตั้งออกแบบให้ชุดว่ายน้ำนี้มีการปกปิดเรือนร่างที่ค่อนข้างมิดชิด เพื่อให้เหมาะสมกับวัย และวัฒนธรรม ประเพณีของไทย โดยแบบร่างและลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นมีดังต่อไปนี้

โดยการวิเคราะห์คัดเลือกจะให้ผู้เชี่ยวชาญ (นักออกแบบนักวิชาการด้านการออกแบบ นักวิจัย) เป็นผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 ท่าน โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับเส้น สี รูปทรง และเนื้อผ้า และเส้นใยโดยทำการคัดเลือกลวดลายผ้าไหมจาก 10 ลาย ให้เหลือ 1 ลาย และเลือกแบบร่างจาก 15 แบบ ให้เหลือ 10 แบบ

2.1 แบบร่าง ของชุดว่ายน้ำน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า ที่ร่างขึ้นจากแบบสอบถามที่ 1

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบแนวความคิดที่พบว่า รูปแบบแนวความคิด NEXTPLORER ความท้าทายในดินแดนอื่น มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้เอาผลการศึกษาดังกล่าวมาจัดทำเป็นแบบร่าง จำนวน 15 แบบ ทำการคัดเลือกแบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นโดยผู้เชี่ยวชาญในอันดับต่อไป โดยแบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น จำนวน 15 แบบ มีรายละเอียดดังนี้



ภาพประกอบ 7 แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จำนวน 15 แบบ

2.2.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อการคัดเลือกแบบร่างชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า ทัศนศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นสำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีที่เป็นผลจากแบบสอบถามในชุดที่ 1

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณาคือผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้มาหาผลรวมเป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนจากความเหมาะสมของแต่ละแบบร่าง โดยผู้วิจัยได้นำแบบร่างที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนใน 10 อันดับแรก มาใช้เป็นแบบร่างในการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่ากรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาซึ่งผลการวิเคราะห์ในข้อนี้จะเป็นค่าตั้งต้นในการทำวิจัยและวิเคราะห์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไปดังจะแสดงจากตารางการวิเคราะห์ต่อไปนี้

ตาราง 15 ความเหมาะสมของแบบร่างชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น

จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

แบบร่างชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม	ลำดับที่
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 2	3.33	1.53	ปานกลาง	14
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 3	4.33	1.15	มากที่สุด	5
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 4	4.00	1.73	มาก	8
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 5	4.00	1.00	มาก	7
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 6	3.33	1.53	ปานกลาง	14
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 7	3.67	0.58	มาก	11
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 8	4.33	0.58	มากที่สุด	4
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 9	4.00	1.73	มาก	8
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 10	3.67	0.58	มาก	11
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 11	4.33	1.15	มากที่สุด	5
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 12	4.67	0.58	มากที่สุด	2
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 13	3.67	1.53	มาก	13
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 14	4.67	0.58	มากที่สุด	2
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 15	4.00	1.73	มาก	8
ค่าเฉลี่ย	3.92	0.08	มาก	-

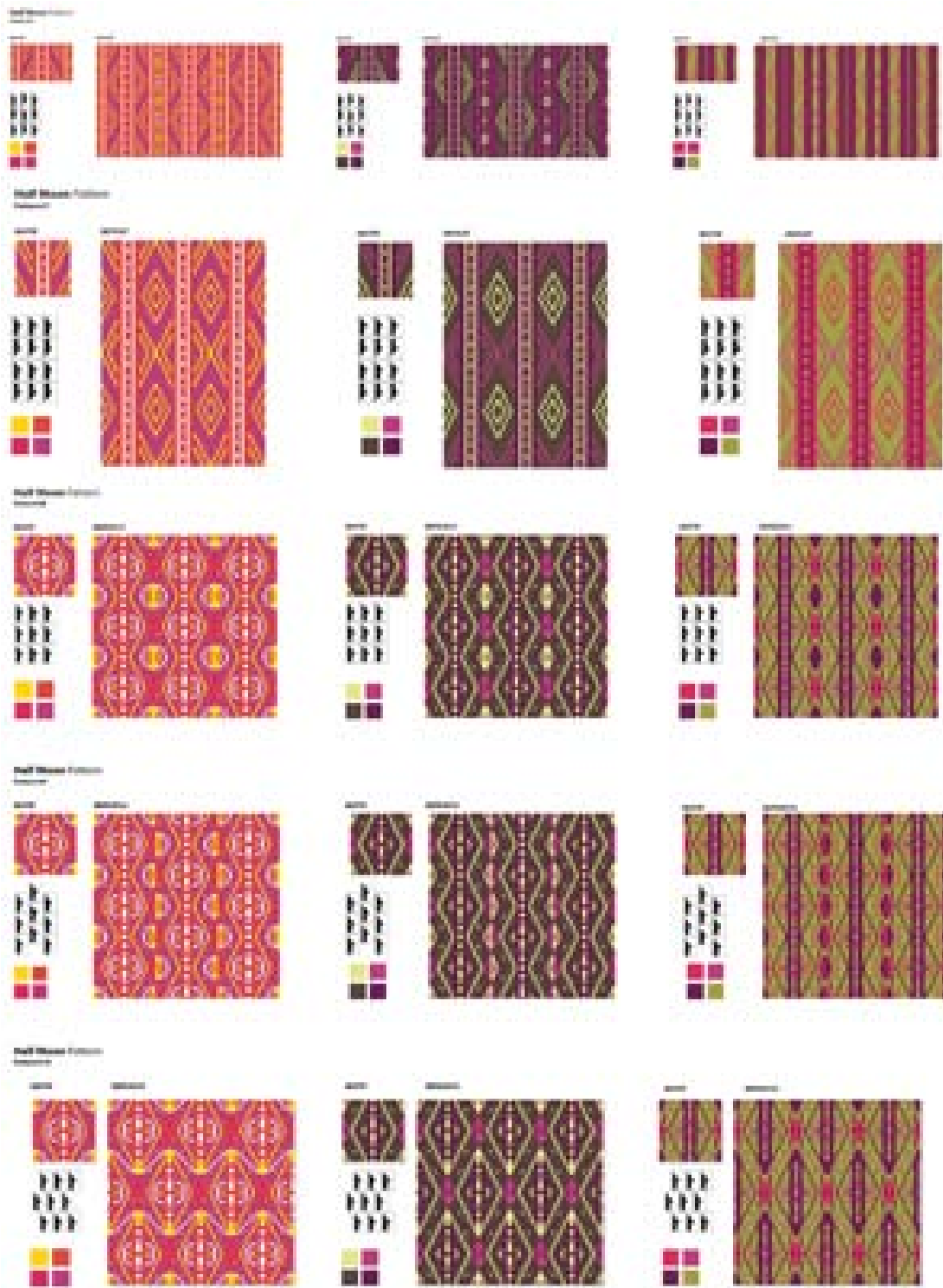
จากตาราง 15 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าแบบร่างชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 3.92

โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายแบบร่าง พบว่า แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 1 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทยเพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 รองลงมาคือแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 12 กับแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 14 อยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 8 อยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 3 กับแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 11 อยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 5 อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 4 กับแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 9 กับแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 15 อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 7 กับแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 10 อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 13 อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 2 กับแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 6 อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำเอาแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 1, 12, 14, 8, 3, 11, 5, 4, 9 และ 15 มาพัฒนาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

2.2 ลวดลาย ของชุดว่ายน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า ที่ร่างขึ้นจากแบบสอบถามที่ 1

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ ที่มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหม บ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุดคือ ลายหมี่ชั้นพระจันทร์ครึ่ง และรองลงมาคือ ลายใบไม้ ผู้วิจัยจึงได้เอาผลการศึกษาดังกล่าวมาจัดทำเป็นลวดลาย จำนวน 10 ลายเพื่อทำการคัดเลือกลวดลายชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นโดยผู้เชี่ยวชาญในอันดับต่อไป



ภาพประกอบ 8 แบบร่างลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น



ภาพประกอบ 8 (ต่อ)

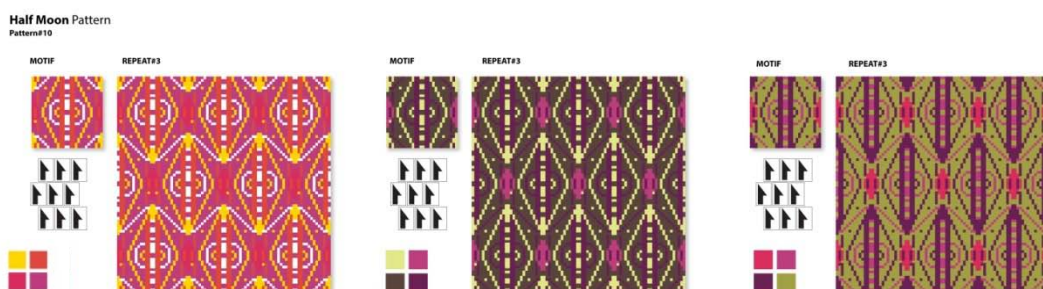
2.2.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อการคัดเลือกลวดลายชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นสำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีที่เป็นผลจากแบบสอบถามในชุดที่ 1

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณาคือผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้มาหาผลรวมเป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนจากความเหมาะสมทางด้านลวดลาย สี สัน และความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นของแต่ละลวดลาย โดยผู้วิจัยได้นำลวดลายที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงที่สุด มาใช้เป็น ลวดลาย ในการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาซึ่งผลการวิเคราะห์ในข้อนี้จะเป็นค่าตั้งต้นในการทำวิจัยและวิเคราะห์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไปดังจะแสดงจากตารางการวิเคราะห์ต่อไปนี้



ตาราง 16 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 1 ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 1



ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 1	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม
1. ลวดลาย	4.33	1.15	มากที่สุด
2. สีเส้น	4.67	0.58	มากที่สุด
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น	4.00	1.73	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.33	1.15	มากที่สุด

จากตาราง 16 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าการลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 1 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 4.33

เมื่อพิจารณารายละเอียดลวดลายผ้าไหมเป็นรายด้าน พบว่าสีเส้น ของลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 1 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมาคือ ลวดลาย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 2 ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

### ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 2



ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 2	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม
1. ลวดลาย	3.67	0.58	มาก
2. สีสีน	3.67	0.58	มาก
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น	3.67	0.58	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.67	0.58	มาก

จากตาราง 17 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าการลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 2 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 3.67

เมื่อพิจารณารายละเอียดลวดลายผ้าไหมเป็นรายด้าน พบว่าทั้งลวดลาย สีสีน และความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ของลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 2 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ตาราง 18 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 3 ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 3



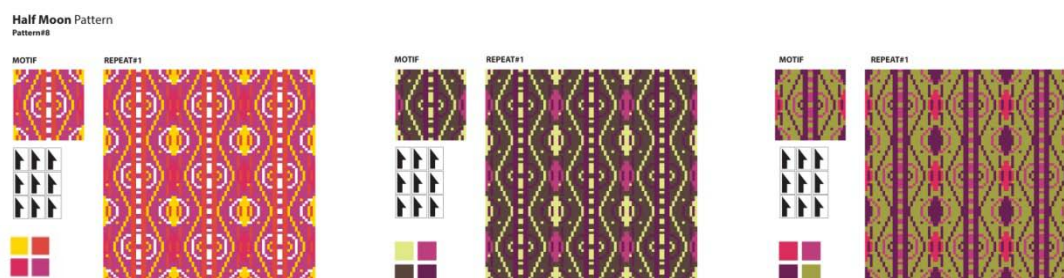
ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 3	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม
1. ลวดลาย	4.67	0.58	มากที่สุด
2. สีเส้น	4.33	0.58	มากที่สุด
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น	4.00	1.00	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.33	0.67	มากที่สุด

จากตาราง 18 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 3 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 4.33

เมื่อพิจารณารายละเอียดลวดลายผ้าไหมเป็นรายด้าน พบว่าลวดลาย ของลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 3 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมาคือ สีเส้น อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 4 ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 4



ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 4	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม
1. ลวดลาย	4.00	0.00	มาก
2. สีสีน	4.33	0.58	มากที่สุด
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น	4.33	0.58	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.33	0.38	มากที่สุด

จากตาราง 19 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 4 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 4.33

เมื่อพิจารณารายละเอียดลวดลายผ้าไหมเป็นรายด้าน พบว่าสีสีน และความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ของลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 4 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และลวดลาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตาราง 20 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 5 ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 5



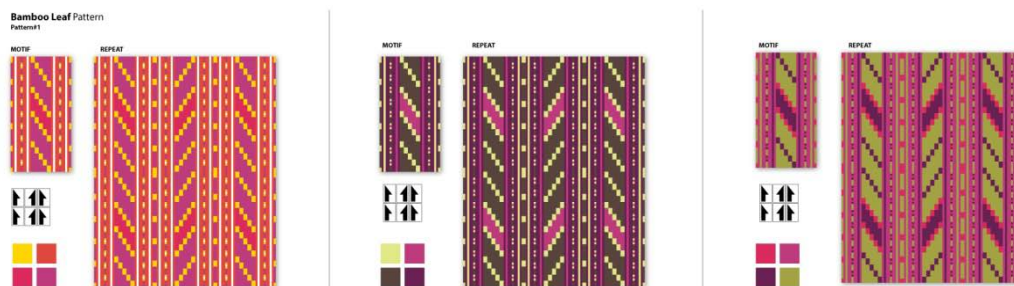
ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 5	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม
1. ลวดลาย	3.33	0.58	ปานกลาง
2. สีเส้น	3.67	0.58	มาก
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น	4.00	1.00	มาก
ค่าเฉลี่ย	3.67	0.58	มาก

จากตาราง 20 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าการลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 5 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ

เมื่อพิจารณารายละเอียดลวดลายผ้าไหมเป็นรายด้าน พบว่าความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ของลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 5 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมาคือ สีเส้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และลวดลาย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ตามลำดับ

ตาราง 21 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 6 ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 6



ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 6	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม
1. ลวดลาย	4.00	0.00	มากที่สุด
2. สีเส้น	4.33	0.58	มากที่สุด
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น	4.33	0.58	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.22	0.38	มากที่สุด

จากตาราง 21 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 6 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 4.33

เมื่อพิจารณารายละเอียดลวดลายผ้าไหมเป็นรายด้าน พบว่าสีเส้น กับความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ของลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 6 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุดเท่ากัน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และลวดลาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตาราง 22 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 7 ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 7



ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 7	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม
1. ลวดลาย	3.00	0.00	ปานกลาง
2. สีเส้น	3.00	0.00	ปานกลาง
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น	3.33	0.58	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.11	0.19	ปานกลาง

จากตาราง 22 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 7 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 3.11

เมื่อพิจารณารายละเอียดลวดลายผ้าไหมเป็นรายด้าน พบว่าความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ของลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 7 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 รองลงมาคือลวดลาย กับสีเส้น อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตาราง 23 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 8 ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 8



ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 8	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม
1. ลวดลาย	3.33	0.58	ปานกลาง
2. สีสันทัน	3.33	0.58	ปานกลาง
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น	3.33	0.58	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.33	0.58	ปานกลาง

จากตาราง 23 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 8 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 3.33

เมื่อพิจารณารายละเอียดลวดลายผ้าไหมเป็นรายด้าน พบว่าทั้งลวดลาย สีสันทัน และความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นของลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 8 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด อยู่ในระดับปานกลางเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

ตาราง 24 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 9 ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 9



ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 9	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม
1. ลวดลาย	4.67	0.58	มากที่สุด
2. สีสีน	4.67	0.58	มากที่สุด
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น	4.67	0.58	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.67	0.58	มากที่สุด

จากตาราง 24 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าการลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 9 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 4.67

เมื่อพิจารณารายละเอียดลวดลายผ้าไหมเป็นรายด้าน พบว่าทั้งลวดลาย สีสีน และความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นของลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 9 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67

ตาราง 25 แสดงความเหมาะสมของลวดลายชุดว่ายน้ำ ลายที่ 10 ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา (n=3)

ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 10



ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 10	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม
1. ลวดลาย	3.67	0.58	มากที่สุด
2. สีสีน	3.67	0.58	มากที่สุด
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น	3.67	0.58	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.67	0.58	มากที่สุด

จากตาราง 25 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าการลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 10 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 3.67

เมื่อพิจารณารายละเอียดลวดลายผ้าไหมเป็นรายด้าน พบว่าทั้งลวดลาย สีสีน และความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นของลวดลายชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 10 มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด อยู่ในระดับมากเท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ตาราง 26 ความเหมาะสมของแบบร่างชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจาก  
 อัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย  
 จ.นครราชสีมา (n=3)

แบบร่างชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุด ว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการ แต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหม บ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา	$\bar{X}$	SD	ระดับความ เหมาะสม	ลำดับ ที่
ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 1	4.33	1.15	มากที่สุด	3
ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 2	3.67	0.58	มาก	6
ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 3	4.33	0.67	มากที่สุด	2
ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 4	4.22	0.38	มากที่สุด	4
ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 5	3.67	0.58	มาก	6
ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 6	4.22	0.38	มากที่สุด	4
ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 7	3.11	0.19	ปานกลาง	10
ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 8	3.33	0.58	ปานกลาง	9
ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 9	4.67	0.58	มาก	1
ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 10	3.67	0.58	มาก	6
ค่าเฉลี่ย	3.92	0.08	มาก	-

จากตาราง 26 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าลวดลายชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมต่อการ  
 พัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา  
 ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 3.92

โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายลวดลาย พบว่า ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 9 มีความ  
 เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า  
 กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุดมีคะแนนเฉลี่ย  
 เท่ากับ 4.67 รองลงมาคือลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 3 อยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนน  
 เฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย  
 เท่ากับ 4.33 ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 4 กับ ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 6  
 อยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากัน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 2 กับ

ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นลายที่ 5 กับลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นลายที่ 10 อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 8 อยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 7 อยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.11

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เลือกลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 9 มาพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ต่อไป

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อคัดเลือกหาแบบร่างของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ตรงความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 2

โดยในส่วนที่ 3 นี้ใช้เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ถูกพัฒนาจากแบบร่าง และลวดลายร่างชุดว่ายน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นสำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี ที่เป็นผลจากแบบสอบถามในชุดที่ 2 โดยการวิเคราะห์คัดเลือกจะให้กับผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นในประเทศไทย ที่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 คนโดยทำการคัดเลือกแบบร่างของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จาก 10 รูปแบบ ให้เหลือ 5 รูปแบบ

โดยแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นนั้นผู้วิจัยได้นำเอาแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 1, 3, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 14, และ 15 จากแบบสอบถามชุดที่ 2 มาพัฒนาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา โดยมีดังนี้



ภาพประกอบ 9 แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จำนวน 10 แบบที่ถูกคัดเลือกมาจากแบบสอบถามชุดที่ 2

และในส่วนของการตลาดชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าควรนำเอาลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 9 มาพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นต่อไป

### ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 9



ภาพประกอบ 10 ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 9 ที่ถูกคัดเลือกมาจากแบบสอบถามชุดที่ 2

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อคัดเลือกหาแบบร่างของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่ตรงความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 2 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 27 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 100)

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อายุ			
	19 ปี	11	11.00
	20 ปี	17	17.00
	22 ปี	16	16.00
	23 ปี	10	10.00
	24 ปี	40	40.00
	25 ปี	6	6.00
	เฉลี่ย 22.41 ปี	-	-
	รวม	100	100.00

ตาราง 27 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี และกำลังศึกษาปริญญาตรี	45	45.00
ปริญญาตรีขึ้นไป	55	55.00
รวม	100	100.00
สถานะการทำงาน		
ทำงาน	45	45.00
ไม่ได้ทำงาน	55	55.00
รวม	100	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
5,000 - 10,000 บาท	6	6.00
10,001 - 20,000 บาท	34	34.00
20,001 - 30,000 บาท	38	38.00
30,001 บาทขึ้นไป	22	22.00
รวม	100	100.00

จากตาราง 27 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 100 คน สามารถอธิบายได้ดังนี้

อายุ พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีอายุเฉลี่ย 22.41 ปี โดยส่วนใหญ่มีอายุ 24 ปี ร้อยละ 40 รองลงมาคือ อายุ 20 ปี ร้อยละ 17 อายุ 22 ปี ร้อยละ 16 อายุ 19 ปี ร้อยละ 11 อายุ 23 ปี ร้อยละ 10 และ อายุ 25 ปี ร้อยละ 6 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 55 และต่ำกว่าปริญญาตรี และกำลังศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 45

สถานะการทำงานพบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีสถานะการทำงานคือ ไม่ได้ทำงาน ร้อยละ 55 และทำงาน ร้อยละ 45

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 38 รองลงมาคือ 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 34 30,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 22 และ 5,000 - 10,000 บาท ร้อยละ 6 ตามลำดับ

3.2 การวิเคราะห์เพื่อหาแบบร่างของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์รุ่นที่ตรงความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 2

จากผลการศึกษาเพื่อคัดเลือกแบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์รุ่นจากแบบสอบถามชุดที่ 2 นั้น ผู้วิจัยได้นำเอาแบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์รุ่นที่ 1, 3, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 14, และ 15 และลดรายละเอียดที่ 9 มาพัฒนาเป็นชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์รุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา



ภาพประกอบ 11 แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์รุ่น จำนวน 10 แบบ

โดยเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาคือผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้มาหาผลรวมเป็นค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของผู้บริโภคของคะแนนจากความเหมาะสมของแต่ละแบบร่าง โดยผู้วิจัยได้นำแบบร่างที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนใน 5 อันดับแรก มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า การศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ซึ่งผลการวิเคราะห์ในข้อนี้จะเป็นการหาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 28 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่พัฒนาจากแบบร่าง และลวดลายของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

แบบร่างชุดว่ายน้ำที่ตรงกับความพึงพอใจต่อชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่พัฒนาจากแบบร่าง และลวดลายของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา	$\bar{X}$	SD	ระดับความเหมาะสม	ลำดับที่
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 1	4.70	0.52	มากที่สุด	1
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 2	4.59	0.55	มากที่สุด	5
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 3	2.69	0.56	ปานกลาง	10
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 4	3.20	0.98	ปานกลาง	6
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 5	3.18	0.78	ปานกลาง	7
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 6	4.64	0.54	มากที่สุด	3
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 7	3.11	1.16	ปานกลาง	8
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 8	2.81	0.69	ปานกลาง	9
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 9	4.64	0.54	มากที่สุด	3
แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 10	4.69	0.53	มากที่สุด	2
ค่าเฉลี่ย	3.83	0.42	มาก	-

จากตาราง 28 พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่พัฒนาจากแบบร่าง และลวดลายของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 3.83

โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายแบบร่าง พบว่า แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 1 ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่พัฒนาจากแบบร่าง และลวดลายของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 รองลงมาคือ แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 10 คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 6 กับ แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 9 มีค่าเฉลี่ยเท่ากันมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 2 คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 4 คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 5 คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 7 คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 8 คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 และแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 3 คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 ตามลำดับ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำเอาแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 1, 2, 6, 9, และ 10 มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าการศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาโดยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตนั้นในชุดใช้ผ้า 2 ชนิด อัตราส่วน 60:40 (มัดหมี่ 60 , ผ้าว่ายน้ำ 40) ผ้ายืดหยุ่น (ผ้าว่ายน้ำ) พิมพ์ลาย และใช้แนวเจ็ดยก ในการตัดเย็บ ซึ่งจะทำให้ได้ผ้าที่มีความยืดหยุ่นมาก สามารถยืดได้ทุกด้านผ้าไหมมัดหมี่ จะมีความเงางาม มีเส้นท่อนของลวดลายที่ปรากฏลงบนผ้า และนอกจากนั้นก่อนที่จะมีการนำเอาผ้าไหมไปทอ นั้น จะมีการผ่านกระบวนการเคลือบเส้นใย

#### **ส่วนที่ 4 การผลิตชิ้นงานต้นแบบของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า การศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัยปักธงชัย จ.นครราชสีมา**

จากการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลทั้งการลงพื้นที่เพื่อทำการสัมภาษณ์ข้อมูล และทำแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้สรุปแนวทางในการออกแบบ โดยแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จำนวน 5 แบบ ดังกล่าวมีการออกแบบชุดว่ายน้ำในขั้นสุดท้ายนั้นได้รับแรงบันดาลใจมาจากความตระหนักถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทยเกี่ยวกับการแต่งกายของไทย ซึ่งผู้วิจัยต้องการนำเอาผ้าไหมบ้านธงชัยที่มีเนื้อผ้าที่สวยเงางาม ลวดลายมีความสวยงาม อันเป็นเอกลักษณ์ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา เพื่อนำเอามาเพิ่มมูลค่าให้กับการออกแบบชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น และช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของประเทศไทย ผสมกับแนวความคิดเกี่ยวกับเทรนด์ NEXTPLORER ความท้าทายในดินแดนอื่น ซึ่งมีแนวความคิดเกี่ยวกับการที่กลุ่มวัยรุ่นสมัยใหม่ให้ความสนใจในข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ จากการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ และได้พบกับความสวยงาม และประสบการณ์ ใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากชีวิตที่ใช้ตามปกติทั่วไป ผสมกับการเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และรวดเร็วในปัจจุบัน ทำให้ในรุ่นนี้ใหม่นี้ ถูกกระตุ้นให้ออกเดินทางอย่างง่ายดาย เพื่อหา

ประสบการณ์ใหม่ๆ ค้นหาเส้นทางของตนเอง เพื่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และตระหนักรู้ถึงการเลือกใช้ชีวิต จึงเกิดเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบชุดว่ายน้ำโดยมีความผสมผสานทางวัฒนธรรมไทยให้เข้า กับชุดว่ายน้ำซึ่งมีความเป็นตะวันตกอยู่พอสมควร ผสมกับ แนวคิดดังกล่าว ถูกคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญที่มีความเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นมากที่สุด ผู้วิจัยจึงเน้นการออกแบบให้สอดคล้องแนวคิดนี้มากที่สุด

โดยหลักเกณฑ์ในการออกแบบผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคให้เกิดความร่วมมือจึงออกแบบลวดลายพิมพ์ผ้า โดยใช้วิธีการต่อลายที่น่าสนใจของ Peter Phillips และ Gillian Bunce เปลี่ยนรูปแบบให้เกิดเป็นลวดลายใหม่ และนำมาทำเป็นชุดว่ายน้ำ ซึ่งมีคอนเซ็ปต์มาจาก Young Girl จึงสื่อออกมาในรูปแบบของชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมสำหรับวัยรุ่น ที่เป็นวัยที่มีความน่ารัก สดใส ผู้วิจัยจึงตั้งออกแบบให้ชุดว่ายน้ำนี้ มีการปกปิดเรือนร่างที่ค่อนข้างมิดชิด เพื่อให้เหมาะสมกับวัย และวัฒนธรรม ประเพณีของไทย โดยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตนั้นในชุดใช้ผ้า 2 ชนิดอัตราส่วน 60:40 (มัดหมี่ 60 , ผ้าว่ายน้ำ 40) ผ้ายืด (ผ้าว่ายน้ำ) พิมพ์ลาย และใช้แนวเฉียง ในการตัดเย็บ ซึ่งจะทำให้ได้ผ้าที่มีความยืดหยุ่นมาก สามารถยืดได้ทุกด้านผ้าไหมมัดหมี่ จะมีความเงางาม มีเสน่ห์ของลวดลายที่ปรากฏลงบนผ้า และนอกจากนั้น ก่อนที่จะมีการนำเอาผ้าไหมไปทอ นั้น จะมีการผ่านกระบวนการเคลือบเส้นใย

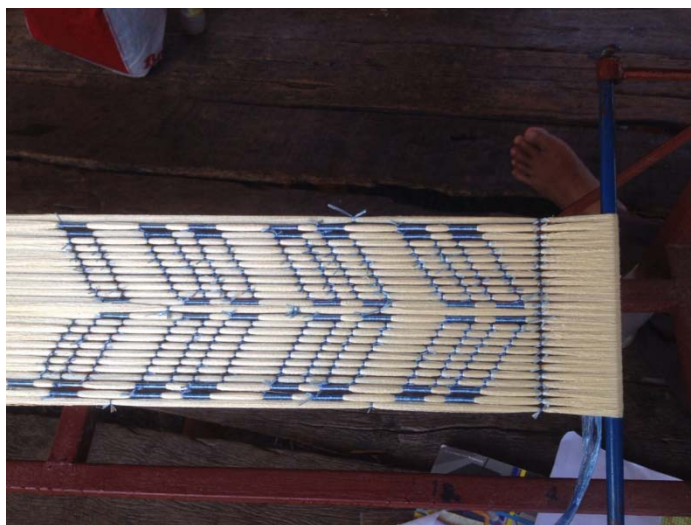
โดยกระบวนการในการออกแบบตั้งแต่การหาแนวความคิดเกี่ยวกับเทรนด์ชุดว่ายน้ำที่มีแนวโน้มที่จะเป็นกระแสในฤดูกาลSummer/Spring ปี 2015/2016 ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2015) หลังจากนั้นก็ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ บ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มีความเหมาะสมอย่างมากต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายของผ้าไหมมัดหมี่ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญทำการคัดเลือก ผลปรากฏว่าจากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญนั้น พบว่า แนวโน้มที่จะเป็นกระแสในฤดูกาลSummer/Spring ปี 2015/2016 ที่เหมาะสมกับกลุ่มสตรีวัยรุ่นได้แก่ เทรนด์ NEXTPLORER ความท้าทายในดินแดนอื่น และลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ ที่มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นมากที่สุดคือ ลายหมี่ชั้นพระจันทร์ครึ่ง และรองลงมาคือ ลายใบไม้ ผู้วิจัยจึงได้นำเอาผลการศึกษาที่ได้มาพัฒนาเป็นแบบร่างชุดว่ายน้ำ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญทำการคัดเลือกจนได้เป็นชิ้นงานต้นแบบของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปกรรมของไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า ทัศนศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ซึ่งมีขั้นตอนในการผลิตดังนี้

## 1. เตรียมผ้า

1.1 นำแบบร่างลวดลายเสมือนจริงที่ได้จากการพิจารณาคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญมาผลิตเป็นผ้าชิ้นงานจริง โดยผ้าที่ใช้ในการผลิตมีดังนี้

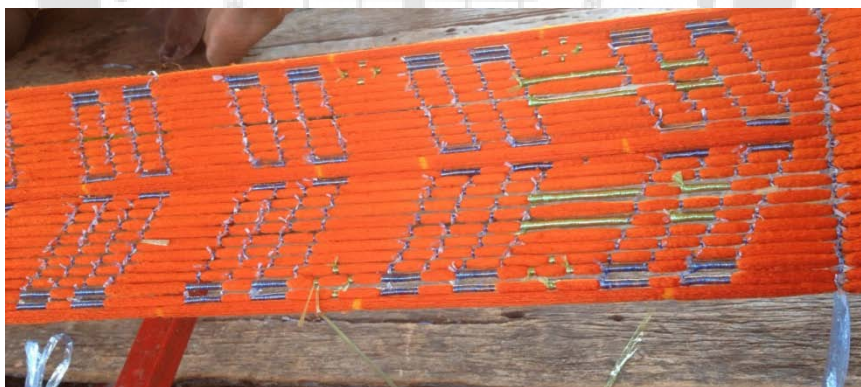
1.1.1 ผ้าไหมมัดหมี่ลวดลายที่ผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญตามแบบร่าง

1.1.1.1 ผูกมัดเส้นไหมให้เป็นลวดลาย แล้วนำไปย้อม ตามแบบร่าง



ภาพประกอบ 12 วิธีการผูกมัดเส้นไหมให้เป็นลวดลายตามแบบร่าง

1.1.1.2 ได้เส้นไหมที่มีลวดลายจากการมัดและนำไปย้อมแล้ว นำมาทอเป็นผืน

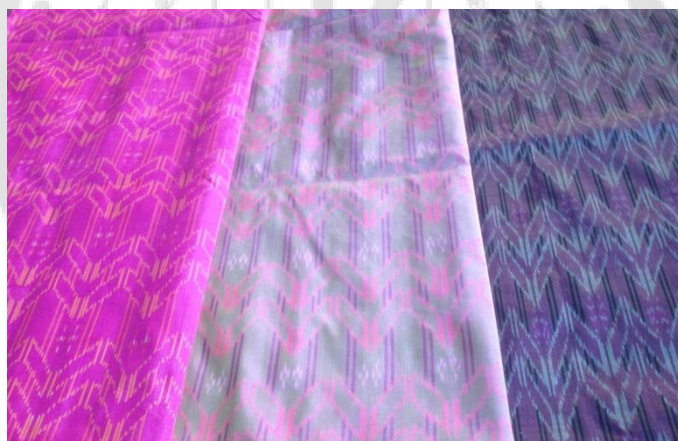


ภาพประกอบ 13 ลวดลายจากการมัดและนำเส้นไหมไปย้อม



ภาพประกอบ 14 ผ้าไหมมัดหมี่ทอลายตามแบบร่าง

### 1.1.2 ผ้าสเปนเด็ก(ผ้าว่ายนน้ำ) พิมพ์ลายผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญตามแบบร่าง



ภาพประกอบ 15 ผ้าสเปนเด็ก(ผ้าว่ายนน้ำ) พิมพ์ลายตามแบบร่าง

### 1.1.3 ผ้าสเปนเด็ก(ผ้าว่ายนํ้า) สีพื้น ตามแบบร่าง



ภาพประกอบ 16 ผ้ามัดหมี่ลวดลายตามแบบร่าง และผ้าสเปนเด็ก(ผ้าว่ายนํ้า) สีพื้น ตามแบบร่าง

2. สร้างแบบแพทเทิร์นจากแบบร่างชุดว่ายนํ้าสตรีเสมือนจริงที่ได้จากการพิจารณาคัดเลือกจากกลุ่มเป้าหมาย
3. นำแบบแพทเทิร์นที่ได้มาตัด
4. เย็บประกอบชุด



ภาพประกอบ 17 เย็บประกอบชุด

5. ได้ผลงานต้นแบบของชุดว่ายนํ้าสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา 5 แบบ



ภาพประกอบ 18 ผลงานต้นแบบของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ตามแบบร่างที่ 1



ภาพประกอบ 19 ผลงานต้นแบบของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ตามแบบร่างที่ 2



ภาพประกอบ 20 ผลงานต้นแบบของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ตามแบบร่างที่ 6



ภาพประกอบ 21 ผลงานต้นแบบของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ตามแบบร่าง 9



ภาพประกอบ 22 ผลงานต้นแบบของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ตามแบบร่างที่ 10

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "การศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา" การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างวิธีเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ (Mixed-method design) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เป็นการสืบค้นเพื่อหารูปแบบ ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 – 25 ปี และเพื่อคัดเลือกแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 1 จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (นักออกแบบนักวิชาการด้านการออกแบบนักวิจัย) ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อสืบค้นข้อมูลเพื่อคัดเลือกหาแบบร่างของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่ตรงความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 2 จากกลุ่มตัวอย่างที่กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นในประเทศไทย ที่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี และตามสมมุติฐานที่คาดว่าจะสามารถได้รับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จากการนำเอาวัสดุและลวดลาย ของกรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ซึ่งเป็นงานหัตถกรรมจากภูมิปัญญาของชุมชนบ้านธงชัย มาใช้ โดยนำมาผ่านกระบวนการวิจัยและออกแบบให้ได้ชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่ช่วยเพิ่มมูลค่าจากผ้าไหม และเพื่อเพิ่มให้ผ้าไหมของไทยมีความร่วมสมัยขึ้น เพื่อขยายเป้าหมายทางการตลาดไปสู่กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น เพื่อเป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และยังส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจโดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถามเพื่อหารูปแบบ และลวดลายผ้าไหมที่เหมาะสม ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่เหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรี สำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญ (นักออกแบบนักวิชาการด้านการออกแบบนักวิจัย) เป็นผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 ท่านโดยสอบถามจากอัตลักษณ์ความเป็นไทยด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าและพฤติกรรมผู้บริโภคของกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 18 –25 ปี
2. แบบสอบถามเพื่อคัดเลือกแบบร่างและลวดลายร่างชุดว่ายน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นสำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามในชุดที่ 1 โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ (นักออกแบบนักวิชาการด้านการออกแบบนักวิจัย) เป็นผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 ท่านโดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับรูปทรง ลวดลาย สี สัน และความเหมาะสมในการสวมใส่ โดยทำการคัดเลือกลวดลายผ้าไหมจาก 16 ลาย ให้เหลือ 3 ลาย และเลือกแบบร่างจาก 12 แบบ ให้เหลือ 6 แบบ

3. แบบสอบถามเพื่อใช้ประเมินความพึงพอใจต่อแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ถูกพัฒนาจากแบบร่าง และลวดลายร่างชุดว่ายน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นสำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีที่เป็นผลจากแบบสอบถามในชุดที่ 2 โดยให้กลุ่มบริโภครวมวัยรุ่นในประเทศไทย ที่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี เป็นผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คนโดยทำการคัดเลือกแบบร่างของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จาก 10 รูปแบบ ให้เหลือ 5 รูปแบบ

โดยแบบสอบถามทั้งหมดมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละเพื่อหาแนวทางในการออกแบบประเมินผลจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี

### สรุปผลการวิเคราะห์

จากการศึกษาตามสมมุติฐานที่ว่าจะได้รับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จากการนำเอาวัสดุ และลวดลาย ของกรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ซึ่งเป็นงานหัตถกรรมจากภูมิปัญญาของชุมชนบ้านธงชัย มาใช้ โดยนำมาผ่านกระบวนการวิจัยและออกแบบให้ได้ชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่ช่วยเพิ่มมูลค่าจากผ้าไหมและเพื่อเพิ่มให้ผ้าไหมของไทยมีความร่วมสมัยขึ้น เพื่อขยายเป้าหมายทางการตลาดไปสู่กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น เพื่อเป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และยังส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจ

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบแนวความคิด และลวดลายผ้าไหมที่มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มีรายละเอียดดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่ารูปแบบแนวความคิดพบว่า รูปแบบแนวความคิด EXPLORER ความท้าทายในดินแดนอื่น มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุด และรองลงมาคือ SUPER-NATUREAL ธรรมชาติเหนือจริง

ส่วนผลการศึกษาเกี่ยวกับลวดลายผ้าไหมที่มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา พบว่า ลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ ที่มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา มากที่สุดคือ ลายหมี่ชั้นพระจันทร์ครึ่ง และรองลงมาคือ ลายใบไม้

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อคัดเลือกแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 1

จากผลการศึกษาตามแบบสอบถามชุดที่ 1 ผู้วิจัยจึงได้เอาผลการศึกษาดังกล่าวมาจัดทำเป็นแบบร่าง จำนวน 15 แบบ และลดลาย จำนวน 10 ลายเพื่อทำการคัดเลือกแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นโดยผู้เชี่ยวชาญในอันดับต่อไป โดยแบบร่าง และลดลายของ ชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายนี้มีที่มาจากลายใบไม้ และลายหมี่ชั้นพระจันทร์ครึ่ง แต่เพื่อทำให้ร่วมสมัยจึงออกแบบลดลายพิมพ์ผ้า โดยใช้ทฤษฎีการจัดวางลาย วิธีการต่อลาย (Repert) ของ Peter Phillip และ Gillian Bunce เปลี่ยนรูปแบบให้เกิดเป็นลดลายใหม่ และนำมาทำเป็นชุดว่ายน้ำ ซึ่งมีแนวความคิดมาจาก Young Girl จึงสื่อออกมาในรูปแบบของชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมสำหรับวัยรุ่น ที่เป็นวัยที่มีความน่ารัก สดใส ผู้วิจัยตั้งใจที่จะออกแบบให้ชุดว่ายน้ำนี้มีการปกปิดเรือนร่างที่ค่อนข้างมิดชิด เพื่อให้เหมาะสมกับวัย และรวมถึงลดลายที่ประยุกต์มากผ้าไหมของไทย ทั้งสองส่วนดังกล่าว ผู้วิจัยเน้นให้มีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ซึ่งตรงกับกระแสนิยม NEXTPLORER ความท้าทายในดินแดนอื่น ซึ่งมีแนวความคิดเกี่ยวกับความน่าสนใจในข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ ทำให้วัยรุ่นยุคใหม่สนใจเกี่ยวกับเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยแนวคิดดังกล่าวถูกคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญว่ามีความเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นมากที่สุด ผู้วิจัยจึงเน้นการออกแบบให้สอดคล้องแนวคิดนี้มากที่สุด

โดยผลการศึกษาพบว่าแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นนั้นผู้วิจัยได้นำเอาแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 1, 3, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 14, และ 15 จากแบบสอบถามชุดที่ 2 มาพัฒนาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา โดยมีดังนี้



ภาพประกอบ 23 แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น จำนวน 10 แบบที่ถูกคัดเลือกมาจากแบบสอบถามชุดที่ 2

และในส่วนของการลดลายชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นจาก  
 อุตสาหกรรมด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย  
 จ.นครราชสีมา ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าควรนำเอาลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 9  
 มาพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นต่อไป



3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อคัดเลือกหาแบบร่างของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่ตรงความพึงพอใจ  
 กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 2

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีอายุเฉลี่ย 22.41 ปี โดยส่วนใหญ่มีอายุ 24 ปี ร้อยละ 40 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 55 ในผู้มีสถานะการทำงานคือไม่ได้ทำงาน ร้อยละ 55 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 38

การวิเคราะห์เพื่อหาแบบร่างของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่ตรงความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่พัฒนาจากแบบร่าง และลวดลายของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 3.83 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายแบบร่าง พบว่าแบบร่างของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่ตรงความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่าง ใน 5 อันดับแรก ได้แก่ แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 1, 10, 6 กับ 9, และ 2 ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพประกอบ 24 แบบชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น จำนวน 5 แบบที่ถูกคัดเลือกมาจากความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำเอาแบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นดังกล่าวมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปกรรมแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา โดยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตนั้นในชุดใช้ผ้า 2 ชนิดอัตราส่วน 60:40 (มัดหมี่ 60 , ผ้าว่ายน้ำน้ำ 40) ผ้ายืด (ผ้าว่ายน้ำน้ำ) พิมพ์ลาย และใช้แนวเฉลี่ย ในการตัดเย็บ ซึ่งจะทำให้ได้ผ้าที่มีความยืดหยุ่นมาก สามารถยืดได้ทุกด้านผ้าไหมมัดหมี่ จะมีความเงางาม มีเสน่ห์ของลวดลายที่ปรากฏลงบนผ้า และนอกจากนั้นก่อนที่จะมีการนำเอาผ้าไหมไปทอนั้น จะมีการผ่านกระบวนการเคลือบเส้นใย เพื่อให้สามารถลงน้ำได้ เพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับการนำมาทำชุดว่ายน้ำในครั้งนี้

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ และตามสมมติฐานในงานวิจัยเรื่อง"การศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา" สามารถอภิปรายผลได้ตามสมมติฐานดังนี้

การศึกษาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จากการนำเอาวัสดุ และลวดลาย ของกรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ซึ่งเป็นงานหัตถกรรมจากภูมิปัญญาของชุมชนบ้านธงชัย มาใช้ โดยนำมาผ่านกระบวนการวิจัยและออกแบบให้ได้ชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่ช่วยเพิ่มมูลค่าจากผ้าไหมและเพื่อเพิ่มให้ผ้าไหมของไทยมีความร่วมสมัยขึ้น เพื่อขยายเป้าหมายทางการตลาดไปสู่กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น เพื่อเป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และยังส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งในการออกแบบชุดว่ายน้ำสตรี นั้นออกแบบตามแนวคิดทัศนธาตุ โดยมีรูปแบบแนวความคิดที่นำมาใช้ในการร่างรูปร่าง และลวดลายทั้งหมดได้รับมาจากแนวความคิดการออกแบบและแนวโน้มของเทรนด์ Summer/Spring ปี 2015/2016 ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2015) โดยได้หยิบเอาเทรนด์เกี่ยวกับความท้าทายในดินแดนอื่น (Next-Ploers) มาใช้เป็นแนวความคิดในการออกแบบครั้งนี้ เนื่องจากมุมมองของผู้เชี่ยวชาญที่มีข้อคิดเห็นว่าเป็นแนวคิดที่มีความน่าสนใจ เพราะมีเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการออกแบบชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น และยังมีส่วนที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบชุดว่ายน้ำและเสื้อผ้าในฤดูร้อนซึ่งเทรนด์เกี่ยวกับความท้าทายในดินแดนอื่น (Next-Ploers) ได้พูดถึงการที่กลุ่มวัยรุ่นสมัยใหม่ให้ความสนใจในข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์ทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ จากการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ และได้พบกับความสวยงาม และประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากชีวิตที่ใช้ตามปกติทั่วไป ผนวกกับการเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และรวดเร็วในปัจจุบัน ทำให้ในรุ่นนี้ใหม่นี้ ถูกกระตุ้นให้ออกเดินทางอย่างง่ายดาย เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ค้นหาเส้นทางของตนเอง เพื่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และตระหนักถึงการเลือกใช้ชีวิต สิ่งเหล่านี้จึงทำให้เกิดเป็นแนวความคิดโดยจากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยเห็นว่าแนวความคิดดังกล่าวมีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 19-25 ปี อย่างมาก ซึ่งเป็นวัยที่กำลังเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ ยังมีความน่ารัก สดใส ซึ่งเทรนด์เกี่ยวกับความท้าทายในดินแดนอื่น (Next-Ploers) ดังกล่าวนั้นก็สามารถตอบโจทย์วิธีการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นที่ชอบการท่องเที่ยว และยังผสมผสานความเป็นประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้เข้ากับการออกแบบสมัยใหม่ผู้วิจัยจึงเห็นว่าแนวความคิดดังกล่าวเหมาะสมที่จะนำมาเป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรี ที่เหมาะสมกับกลุ่มสตรี อายุ 19-25 ปีในครั้งนี้

จากแนวคิดดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะพัฒนาให้ชุดว่ายน้ำที่ปัจจุบันเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว มาพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่โดยให้มีเอกลักษณ์ของความเป็นไทย เพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมของไทย และให้ตรงกับค่านิยมของกลุ่มวัยรุ่นสตรี จึงได้นำเอา “ผ้าไหม” ซึ่งเป็นผ้าที่นิยมทอ อย่างมากทางภาคอีสาน โดยไหมไทยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในความสวยงามสง่างามอันเนื่องมาจากแสงที่ทอส่งแวววามอยู่ในเนื้อผ้าที่แตกต่างไปจากผ้าไหมทั่ว ๆ ไป และเนื่องจากมีความเงางามอ่อนนุ่มตามธรรมชาติและมีคุณสมบัติในการระบายความร้อนและดูดซับน้ำได้ดี จึงรู้สึกสบายตัวเมื่อสวมใส่ ผ้าไหมจึงนับได้ว่าเป็นผ้าที่มีมูลค่าในตัวเองที่ค่อนข้างสูง ซึ่งสามารถนำมาเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าประเภทชุดว่ายน้ำสตรีได้ นอกจากนี้จากนั้นยังสามารถส่งเสริมอัตลักษณ์ทางด้านศิลปกรรมของไทยได้อีกด้วย

โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความเป็นมาของ ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิต จำหน่ายนั้น ส่วนใหญ่ก็เป็นผ้าทอ และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหม ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไหมนั้นถือได้ว่ายังไม่มีรูปแบบความทันสมัย ซึ่งเหมาะกับผู้หญิงอายุมากกว่ากลุ่มวัยรุ่น ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าถ้าหากยังเป็นเช่นนี้จะทำให้กลุ่มวัยรุ่นไม่มีความสนใจในตัวผ้าไหม และจะสูญหายไปมากที่สุด ซึ่งผ้าไหมไทยนั้นเป็นผ้าที่สามารถที่จะเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้เมื่อเปรียบเทียบกับผ้าไทยประเภทอื่น ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับผ้าไหมมัดหมี่บ้านธงชัย โดยผ้าไหมมัดหมี่นั้นเป็นการทอผ้าอย่างหนึ่งที่มีการสร้างลวดลาย ก่อนที่จะทำการย้อมสี การทำลายผ้ามัดหมี่เป็นการเอาเชือกมามัดด้ายหรือมัดเส้นไหมตามลวดลาย ที่ได้ออกแบบไว้ การมัดและย้อมลายจะมีการทำทั้งเส้นทางแนวยืน และแนวนอนหรือที่เรียกว่าแนวพุ่ง มีการสันนิษฐานว่าการมัดลายในแนวยืนน่าจะมีมาก่อนในแนวพุ่ง (สโลมัย บุญญานุสิทธิ์. 2558: สัมภาษณ์)

นอกจากแนวความคิดแล้วในการออกแบบแบบร่าง และลวดลายของ ชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น นั้นผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคให้เกิดความร่วมมือจึงออกแบบลวดลายพิมพ์ผ้า โดยใช้วิธีการต่อลาย (Repert) ที่น่าสนใจของ Peter Phillips และ Gillian Bunce เปลี่ยนรูปแบบให้เกิดเป็นลวดลายใหม่ และนำมาทำเป็นชุดว่ายน้ำ ซึ่งมีคอนเซ็ปมาจาก young girl จึงสื่อออกมาในรูปแบบของชุดว่ายน้ำที่เหมาะสมสำหรับวัยรุ่น ที่เป็นวัยที่มีความน่ารัก สดใส ผู้วิจัยจึงตั้งออกแบบให้ชุดว่ายน้ำนี้มีการปกปิดเรือนร่างที่ค่อนข้างมิดชิด เพื่อให้เหมาะสมกับวัย และวัฒนธรรม ประเพณีของไทยโดยผลิตภัณฑ์ที่ผลิตนั้นในชุดใช้ผ้า 2 ชนิดอัตราส่วน 60:40 (มัดหมี่ 60 , ผ้าว่ายน้ำ 40) ผ้าสเปนเด็ก(ผ้าว่ายน้ำ) พิมพ์ลาย และใช้แนวเฉลี่ยในการตัดเย็บ ซึ่งจะทำให้ได้ผ้าที่มีความยืดหยุ่นมาก สามารถยืดได้ทุกด้านผ้าไหมมัดหมี่ จะมีความเงางาม มีเสน่ห์ของลวดลายที่ปรากฏลงบนผ้า และนอกจากนั้นก่อนที่จะมีการนำเอาผ้าไหมไปทอนั้น จะมีการผ่านกระบวนการเคลือบเส้นใย เพื่อให้สามารถลงน้ำได้ เพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับการนำมาทำชุดว่ายน้ำในครั้งนี้

ซึ่งจากการออกแบบลวดลายพิมพ์ผ้า โดยใช้วิธีการต่อลาย (Repeat) ที่ผลิตนั้นในชุดใช้ผ้า 2 ชนิดอัตราส่วน 60:40 (มัดหมี่ ร้อยละ 60 , ผ้าว่ายน้ำ ร้อยละ 40) ถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ผู้วิจัย นำเข้าใช้ในการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นในครั้งนี่ซึ่งเป็นนวัตกรรมในการสร้างลวดลายใหม่ มาใช้ใน ผ้าไหมมัดหมี่ และนำผ้าไหมมาผสมผสานกับผ้าว่ายน้ำ ทำเป็นชุดว่ายน้ำซึ่งพบว่ายังไม่มีชุดว่ายน้ำที่ ผลิตโดยใช้เทคนิค และวัสดุดังกล่าวจัดจำหน่ายอยู่ในตลาดในปัจจุบัน

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและพัฒนาครั้งนี้นอกจากจะเป็นการช่วยสร้างมาตรฐานในการ ออกแบบสำหรับผู้ผลิตรายใหม่และนักออกแบบแล้วยังเป็นการช่วยส่งเสริมการตลาดด้านชุดว่ายน้ำ และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของประเทศให้ก้าวสู่การพัฒนาที่ดีขึ้นสามารถทำให้รู้จักกว้างขวางทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

### ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการชุดว่ายน้ำ รวมทั้งผู้ที่ต้องการศึกษาสามารถเลือกองค์ประกอบ ลวดลาย แบบร่าง ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบชุดว่ายน้ำ เสื้อผ้า อื่น ๆ ได้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความ เหมาะสมของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและความสวยงามมากที่สุด
2. ผู้ประกอบการทางด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหมรวมทั้งผู้ที่ต้องการศึกษาสามารถนำเอาผล การศึกษาที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมได้ ในการทำเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ
3. ขอบเขตการวิจัยของฉบับนี้ให้เฉพาะกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นสำหรับกลุ่มบริโภคในประเทศไทย เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี เท่านั้นดังนั้นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่ทำ จากวัสดุผ้าไหม มีการพัฒนาที่ความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง อื่น ๆ ด้วย ควรมีการต่อยอดงานวิจัย โดยทำการศึกษา และชุดว่ายน้ำสตรีกับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มวัยกลางคน และกลุ่มผู้สูงอายุ ในอันดับ ต่อไป เพื่อความสมบูรณ์ของการออกแบบ และพัฒนาชุดว่ายน้ำ เพื่อเพิ่มมูลค่าจากผ้าไหมบ้านธงชัย
4. ขอบเขตการวิจัยของฉบับนี้ให้เฉพาะกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นสำหรับกลุ่มบริโภคในประเทศไทย เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี เท่านั้นหากจะนำไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ อื่น ๆ หรือ นำไปใช้ในการทำตลาดควรพิจารณาการเลือกกลุ่มผู้บริโภคให้มีความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์อีกครั้ง โดยควรจะดูจากวัตถุประสงค์ของการศึกษาและพัฒนา

5. ในการออกแบบ และพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย ฅักธงชัย จ.นครราชสีมาสำหรับผู้ที่ต้องการนำผลการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาไปใช้นั้น ควรทำการศึกษาข้อมูลทางด้านต้นทุนอย่างละเอียด รอบคอบ เนื่องจากผ้าไหมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาค่อนข้างสูง เมื่อนำมาผลิตเป็นชุดว่ายน้ำอาจทำให้มีราคาต้นทุนที่สูงจนเกินไปจนไม่สอดคล้องกับกำลังซื้อของผู้บริโภค โดยสามารถนำเอาส่วนประกอบไปประยุกต์ใช้โดยผู้วิจัยแนะนำให้ใช้อัตราส่วน ผ้าไหม ร้อยละ 60 และผ้าว่ายน้ำ ร้อยละ 40 เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคในประเทศไทย เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี และใช้แนวเฉลี่ยในการตัดเย็บ เพื่อให้ได้ผ้าที่มีความยืดหยุ่นมาก และนอกจากนั้นก่อนที่จะมีการนำเอาผ้าไหมไปทอ นั้นจะต้องผ่านกระบวนการเคลือบเส้นใย เพื่อให้ผ้าสามารถลงน้ำได้ เพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับการนำมาทำชุดว่ายน้ำ





## บรรณานุกรม

- กนกลักษณ์ ดูการณ. (ม.ป.ป.). การออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป สำคัญ.. ต้องขายได้. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2557, จาก <http://www.thaipattern.com/page1.php?id=78>.
- กมลภัทร์ รักสวน. (2543). การออกแบบเสื้อผ้าสตรีวัยทำงานที่มีส่วนประกอบของผ้าทอพื้นเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ ศษ.ม. (อาชีวศึกษา). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- กรมหม่อนไหม. (ม.ป.ป.). เอกลักษณ์ผ้าไหมไทย. สืบค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2557, จาก [http://www.qsds.go.th/monmai/cloth\\_history.php?cloth\\_id=3](http://www.qsds.go.th/monmai/cloth_history.php?cloth_id=3).
- คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยบูรพา. (2554). เอกสารการสอนวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศในชีวิตประจำวัน. สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2557, จาก [http://www.cs.buu.ac.th/885101/chapters/chapter\\_10.pdf](http://www.cs.buu.ac.th/885101/chapters/chapter_10.pdf).
- จันทนา เพชรพรหม. (2548). การนำเสนอเอกลักษณ์ "ความเป็นไทย" ในรายการ คุณพระช่วย. วิทยานิพนธ์ น.บ. (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- จารุพรรณ ทรัพย์ปรุ. (2543). การออกแบบเครื่องแต่งกาย. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา. (2554). ความเป็นมาของกีฬาว่ายน้ำ. สืบค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2557, จาก <http://sportscience.dpe.go.th/web/main/sportdata.jsp?sport=10&knowledge=7&id=92>
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). การบริหารสินค้า. กรุงเทพฯ: สายส่งวิญญูชน.
- ณัฐพล บัวอุไร. (2554). เครือข่ายสังคมออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2557, จาก <http://www.nattapon.com/2011/12/social-network/>.
- ณัฐสุภา เจริญยิ่งวัฒนา. (2553, ก.ค.-ธ.ค.). การบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์. *BU Academic Review*. 9(2): 117-132.
- ธณวัช สุภาสี. (2552). การรับนวัตกรรมของลูกค้าในสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้หญิงที่อาศัยในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ดาริน ลือนาม. (2551). การออกแบบเครื่องแต่งกายเพื่อช่วยอำพรางรูปร่าง. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การออกแบบนิเทศศิลป์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. ถ่ายเอกสาร.

- นงนุช จันทร. (2549). *ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมเครือข่ายเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย*. งานนิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร).  
ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- นิตยา ทับทิมทัย. (2549). *แนวทางการผลิตแบบ Mass Customization: การศึกษาขนาดรูปร่าง ความนิยมความพอดีและความพึงพอใจของสตรีไทยที่มีต่อเสื้อผ้าสำเร็จรูป*. งานวิจัยภาควิชา  
วิทยาการสิ่งทอ, คณะอุตสาหกรรมเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (ม.ป.ป.). *การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2557, จาก <http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch6.htm>.
- มหาวิทยาลัยแม่โจ้. (ม.ป.ป.). *สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบ*. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2557, จาก <http://coursewares.mju.ac.th:81/e-learning49/ca519/Chapter1/unit6.htm>.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี (2553). *หลักการออกแบบเครื่องแต่งกาย*. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.rbru.ac.th>.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2557). *กลยุทธ์การตลาด*. สืบค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2557, จาก <http://www.stou.ac.th/Schools/Shs/upload/%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%A1%207.3.2%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B07.3.3%20%E0%B8%8A%E0%B8%B8%E0%B8%94%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%8A%E0%B8%B258708.pdf>.
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2555). *กลยุทธ์การตลาด*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2557, จาก [http://ms.pbru.ac.th/moodle/pluginfile.php/736/mod\\_resource/content/1/Unit%2005\\_1%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B9%8C%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94.pdf?forcedownload=1](http://ms.pbru.ac.th/moodle/pluginfile.php/736/mod_resource/content/1/Unit%2005_1%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B9%8C%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94.pdf?forcedownload=1)
- (ม.ป.ป.). *การแต่งกายไทยตามสมัยประวัติศาสตร์และโบราณคดี*. สืบค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2557, จาก <http://www.human.cmu.ac.th/home/hc/ebook/006216/006216-02.pdf>.
- พจณา นุ่มหันต์ อุษา ตั้งธรรม และสุรีย์ สุทธิสังข์. (2551). *การออกแบบและพัฒนาารูปแบบเสื้อผ้าจากผ้าไหมสุรินทร์*. งานวิจัยโครงการการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าไหมสุรินทร์ ด้วยภูมิปัญญาพื้นบ้าน สู่วิถีความเป็นสากล, คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

- ไพโรจน์ พิทยเมธี. (2551). *การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบการออกแบบเลขศิลป์ที่แสดงเอกลักษณ์ไทย*.  
วิทยานิพนธ์ ศ.ศ.ม.(การออกแบบนิเทศศิลป์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย  
ศิลปากร. ถ่ายเอกสาร.
- รชวิก รสถาวร. (2553). *พฤติกรรมการเลือกซื้อและปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้า  
สำเร็จรูปของผู้บริโภคในตลาดนัด “ถนนคนเดินมีโชคพลาซ่า”*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (บริหารการ  
พัฒนา). เชียงใหม่: สำนักบริหารและพัฒนาวิชการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ถ่ายเอกสาร.
- หทัยกาญจน์ วรรณสิทธิโชค. (2551). *การยอมรับบริการซื้อขายกองทุนรวมทางอินเทอร์เน็ตของผู้  
ลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร*. งานนิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร). ชลบุรี:  
บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- หอสมุดแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ ฯ นครพนม. (ม.ป.ป.). *เอกลักษณ์ไทยในภาคต่างๆ*. สืบค้นเมื่อ 21  
ตุลาคม 2557, จาก [http://www.finearts.go.th/nakhonphanomlibrary/  
parameters/km/item/เอกลักษณ์ไทยในภาคต่างๆ](http://www.finearts.go.th/nakhonphanomlibrary/parameters/km/item/เอกลักษณ์ไทยในภาคต่างๆ).
- วิกิพีเดีย. (2556). *บริการเครือข่ายสังคม*. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2557, จาก  
<http://th.wikipedia.org/wiki/บริการเครือข่ายสังคม>.
- วินิทร สอนพรินทร์. (2551). *การพัฒนาการออกแบบแบบตัดโดยการใช้เส้นบนเสื้อผ้าให้เหมาะสมกับ  
สตรีที่มีรูปร่างอ้วน*. วิทยานิพนธ์ วท. ม. (สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. ถ่ายเอกสาร.
- วลี มโนมัยย์. (ม.ป.ป.). *เอกลักษณ์ของไทย*. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2555 จาก  
<http://www.thaikasetsart.com/เอกลักษณ์ของไทย>.
- วารุณี ตันติวงศ์วานิช. (2546). *หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). *ยอดขายสินค้าหน้าร้อนปี 2557*. สืบค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2557,  
จาก [http://mcot-  
web.mcot.net/9ent/site/view/id/5152b4cd150ba0076f000011#.U8OA1\\_mSyl0](http://mcot-web.mcot.net/9ent/site/view/id/5152b4cd150ba0076f000011#.U8OA1_mSyl0).
- ศูนย์วัฒนธรรมผ้าไหมปักธงชัย. (2557). *ราคาผลิตภัณฑ์ผ้าไหม*. สืบค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2557, จาก  
<http://www.chatongthaisilk.com/>.
- ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ ตาก. (2556). *สถิติปริมาณผ้าไหมไทยที่ส่งออกไปต่างประเทศ ตาม  
ใบรับรองมาตรฐานสินค้าของสำนักงานมาตรฐานสินค้าในปี พ.ศ.2512*. สืบค้นเมื่อ 7  
ธันวาคม 2557, จาก [http://qsds.go.th/qthaisilk\\_center/inside.php?com\\_option  
=page&aid=312&sub=310&site=tak](http://qsds.go.th/qthaisilk_center/inside.php?com_option=page&aid=312&sub=310&site=tak).

- ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ ตาก. (2556). *การทอผ้าไหม*. สืบค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2557, จาก [http://qsds.go.th/qthaisilk\\_center/inside.php?com\\_option=page&aid=312&sub=310&site=tak](http://qsds.go.th/qthaisilk_center/inside.php?com_option=page&aid=312&sub=310&site=tak).
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. (2015). *เจาะเทรนด์โลก 2015 โดย TCDC: แฟชั่น วัสดุ เทคโนโลยี สี พื้นที่ ไลฟ์สไตล์*. สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://www.tcdc.or.th/projects/trend/>.
- ศรัทธา มงคลศิริ. (2548). *PowerGens Branding*. กรุงเทพฯ: BrandAge books.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *กลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ: ธนรัชการ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเทกซ์.
- (2546). *การบริหารการค้าปลีก = Retailing management*. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิร์ล.
- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. (2542). *สถานภาพของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย / สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2557). *เทรนด์การออกแบบแฟชั่น-สิ่งทอ 1/2557 สำหรับฤดูใบไม้ผลิ และฤดูร้อน ปี 2558*. สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2558, จาก [http://www.thaitextile.org/newsletter/enews/fashion/download/THTI\\_Fashion\\_Textile\\_Trend\\_Spring-Summer\\_2015e.pdf](http://www.thaitextile.org/newsletter/enews/fashion/download/THTI_Fashion_Textile_Trend_Spring-Summer_2015e.pdf).
- สยมพร พนมอุปถัมภ์. (2554). *การสร้างตราสินค้าแฟชั่นแบรนด์ไทยสำหรับสตรีกลุ่ม GEN-M ด้วยแนวคิดของการตลาด ด้วยประสาทสัมผัสและความรู้สึกผ่านเครื่องมือสื่อสารตราสินค้า ณ จุดขาย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สยามธุรกิจ. (2557). *ชุดว่ายน้ำ 3 พันล้าน “เซ็กซี่-เพิ่มอิม” แรง!*. สืบค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2557, จาก [http://www.siamturakij.com/main/news\\_content.php?nt=4&nid=1114](http://www.siamturakij.com/main/news_content.php?nt=4&nid=1114).
- สุรลักษณ์ วีระใจ. (2550). *การออกแบบอิมิติคอนส์อาร์ท ความรู้สึกที่มีความเป็นไทย*. การค้นคว้าอิสระ ศศ.ม. (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- องค์การบริหารส่วนตำบลโนนธาตุ. (ม.ป.ป.). *แนวคิดการออกแบบที่เป็นสากล และเป็นธรรมชาติ*. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.kknontat.com/wp-content/uploads/2012/01/%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B4%E0%B8%94.pdf>.





**ภาคผนวก ก**

แบบสอบถามเพื่อหารูปแบบ ของผ้าไหมบ้านธงชัย

อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา ที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น สำหรับกลุ่ม  
ผู้บริโภคเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 – 25 ปี

## แบบสัมภาษณ์

แบบสอบถามเพื่อประกอบการทำปริญญาโท เรื่อง การศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย

จ.นครราชสีมา

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับความเหมาะสมมากที่สุด และกรอกข้อความในช่องว่างที่ท่านเห็นสมควรเพียงข้อเดียว



ส่วนที่ 1 รูปแบบที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

รูปแบบที่เป็นเทรนในปี 2016	รายละเอียดแนวคิด	ระดับความเหมาะสม				
		ดี มาก	ดี ปานกลาง	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
<b>TIME MAVERICK อีสรระจากกาลเวลา</b> 	1.แนวคิด					
	2.สีสันท					
	3. เทคนิค					
	ข้อคิดเห็น					

## ส่วนที่ 1 (ต่อ)

รูปแบบที่เป็นเทรนในปี 2016	รายละเอียด แนวความคิด	ระดับความเหมาะสม				
		ดี มาก	ดี	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
<b>NEXTPLOER ความท้าทายในดินแดนอื่น</b> 	1.แนวคิด					
	2.สีสัน					
	3. เทคนิค					
	ข้อคิดเห็น					


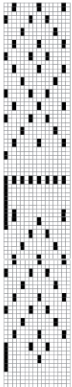
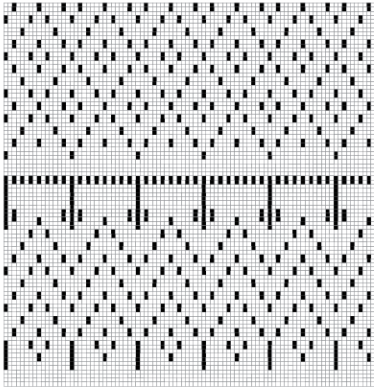
## ส่วนที่ 1 (ต่อ)

รูปแบบที่เป็นเทรนในปี 2016	รายละเอียด แนวความคิด	ระดับความเหมาะสม				
		ดี มาก	ดี	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
<b>AGE OF CONTEXT</b> <b>ยุคแห่งการเข้าใจความหมาย</b>  	1.แนวคิด					
	2.สีสัน					
	3. เทคนิค					
	ข้อคิดเห็น					



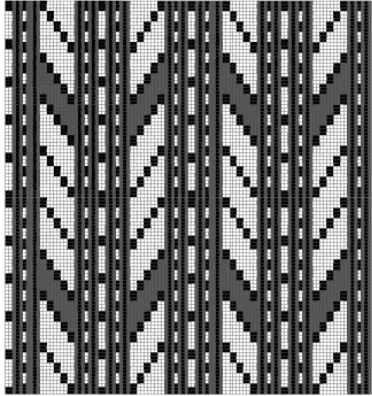
## ส่วนที่ 1 (ต่อ)

รูปแบบที่เป็นเทรนในปี 2016	รายละเอียดแนวคิด	ระดับความเหมาะสม				
		ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>SUPER-NATUREAL ธรรมชาติเหนือจริง</b>  	1.แนวคิด					
	2.สีสัน					
	3. เทคนิค					
	ข้อคิดเห็น					


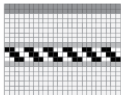
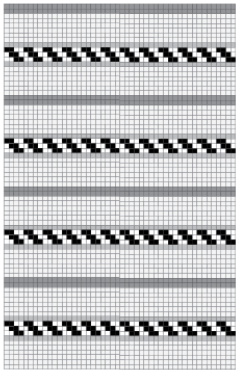
ส่วนที่ 2 ลวดลายผ้าไหมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

ลวดลายต้นแบบ	รายละเอียดแนวคิด	ระดับความเหมาะสม				
		ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<p>1. ลายโบราณ ดางแห</p>  <p>Motif</p>  <p>Repeat</p> 	1.ทิศทางของลวดลาย					
	2.จังหวะ					
	3.สีสັນ					
	ข้อคิดเห็น					

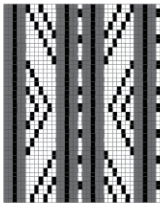
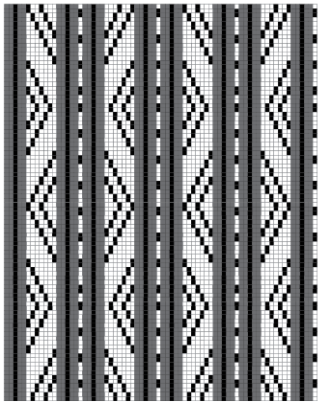
## ส่วนที่ 2 (ต่อ)

ลวดลายต้นแบบ	รายละเอียดแนวความคิด	ระดับความเหมาะสม				
		ดีมาก	ดี	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<p>2. ลายใบไม้</p> 	1.ทิศทางของลวดลาย					
	2.จังหวะ					
	3.สีเส้น					
	ข้อคิดเห็น					
<p>Motif</p> 	<p>Repeat</p> 					


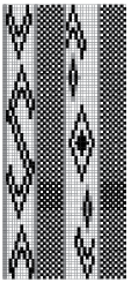
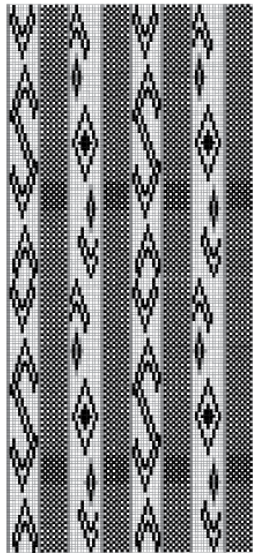
## ส่วนที่ 2 (ต่อ)

ลวดลายต้นแบบ	รายละเอียดแนวคิด	ระดับความเหมาะสม				
		ดี มาก	ดี	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
<p>3. ลายหมี่ขึ้นหางกระรอก</p>  <p>Motif</p>  <p>Repeat</p> 	1.ทิศทางของลวดลาย					
	2.จังหวะ					
	3.สีสັນ					
	ข้อคิดเห็น					

## ส่วนที่ 2 (ต่อ)

ลวดลายต้นแบบ	รายละเอียดแนวคิด	ระดับความเหมาะสม				
		ดี มาก	ดี	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
<p>4. ลายหมี่ชั้นพระจันทร์ครึ่ง</p>  <p>Motif</p>  <p>Repeat</p> 	1.ทิศทางของลวดลาย					
	2.จังหวะ					
	3.สีสັນ					
	ข้อคิดเห็น					

## ส่วนที่ 2 (ต่อ)

ลวดลายต้นแบบ	รายละเอียดแนวคิด	ระดับความเหมาะสม				
		ดี มาก	ดี	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
<p>5. ลายขั้วหน้างกระรอก</p>  <p>Motif </p> <p>Repeat </p>	1.ทิศทางของลวดลาย					
	2.จังหวะ					
	3.สีสັນ					
	ข้อคิดเห็น					

## แบบสอบถาม

สำหรับผู้เชี่ยวชาญเพื่อคัดเลือกแบบร่าง และลวดลายชุดว่ายน้ำน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย

จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นที่เป็นผลมาจาก

## แบบสอบถามที่ 1

## คำชี้แจง

ในแบบสอบถามส่วนนี้เป็นการคัดเลือกแบบร่าง และลวดลายร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรี ของ ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น สำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปีที่เป็นผลจากแบบสอบถามในชุดที่ 1 โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ (นักออกแบบนักวิชาการด้านการออกแบบนักวิจัย) เป็นผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 ท่านโดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับรูปทรง ลวดลาย สี สัน และความเหมาะสมในการสวมใส่ โดยทำการคัดเลือกแบบร่างจาก 15 แบบ ให้เหลือ 10 แบบ ลวดลายผ้าไหมจาก 10 ลาย (ลายละ 3 สี) ให้เหลือ 1 ลาย และเลือก โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรี ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้าน ศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังนี้

- 5 หมายถึงมีความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึงมีความเหมาะสมมาก
- 3 หมายถึงมีความเหมาะสมปานกลาง
- 2 หมายถึงมีความเหมาะสมน้อย
- 1 หมายถึงมีความเหมาะสมน้อยที่สุด

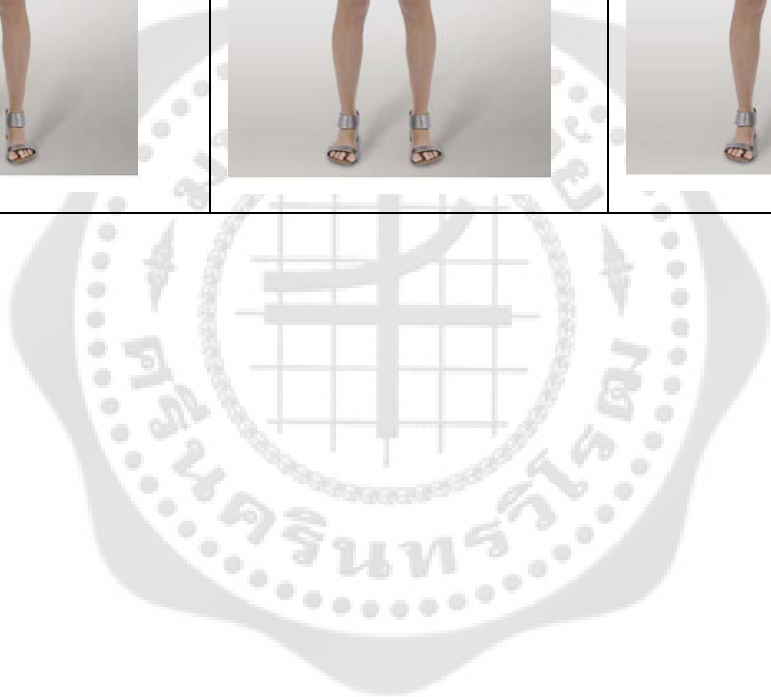
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำตื้นวัยรุ่น จำนวน 15 แบบมีรายละเอียดดังนี้



ส่วนที่ 1 (ต่อ)

<p>แบบที่ 7</p> <p>Model #7</p> 	<p>แบบที่ 8</p> <p>Model #8</p> 	<p>แบบที่ 9</p> <p>Model #9</p> 
<p>แบบที่ 10</p> <p>Model #10</p> 	<p>แบบที่ 11</p> <p>Model #11</p> 	<p>แบบที่ 12</p> <p>Model #12</p> 

ส่วนที่ 1 (ต่อ)

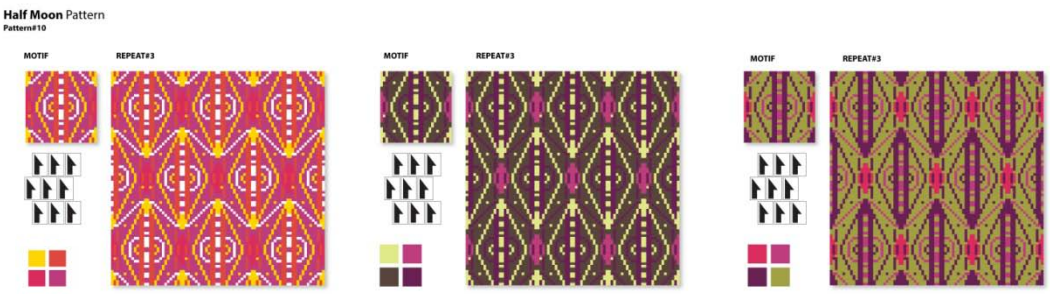



คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับความเหมาะสมมากที่สุด และกรอก  
ข้อความในช่องว่างที่ท่านเห็นสมควรเพียงข้อเดียว

แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรี ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำ น้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ. นครราชสีมา	ระดับความเหมาะสม				
	5	4	3	2	1
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 1					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 2					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 3					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 4					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 5					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 6					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 7					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 8					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 9					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 10					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 11					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 12					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 13					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 14					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ 15					

ส่วนที่ 2 ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่ถูกพัฒนาขึ้นจากผ้าไหมมัดหมี่ ลายหมี่ชั้นพระจันทร์ครึ่ง  
 ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า  
 กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา


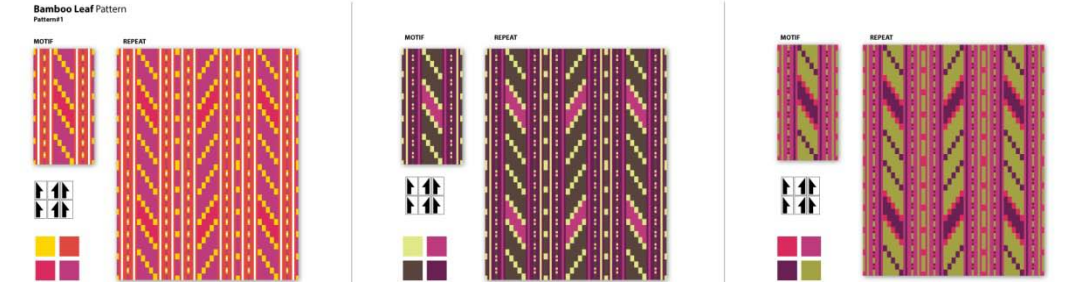
คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับความเหมาะสมมากที่สุด และกรอก  
 ข้อความในช่องว่างที่ท่านเห็นสมควรเพียงข้อเดียว

ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 1 					
การประเมินลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 1			ระดับความเหมาะสม		
			5	4	3
1. ลวดลาย					
2. สีสีน					
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น					
ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 2 					
การประเมิน ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 2			ระดับความเหมาะสม		
			5	4	3
1. ลวดลาย					
2. สีสีน					
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น					

ส่วนที่ 2 (ต่อ)

ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 3							
Half Moon Pattern Pattern#7							
การประเมิน ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 3			ระดับความเหมาะสม				
			5	4	3	2	1
1. ลวดลาย							
2. สีสีน							
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น							
ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 4							
Half Moon Pattern Pattern#8							
การประเมิน ลวดลายของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 4			ระดับความเหมาะสม				
			5	4	3	2	1
1. ลวดลาย							
2. สีสีน							
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น							

ส่วนที่ 2 (ต่อ)

ลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 5					
<p><b>Half Moon Pattern</b> Pattern#9</p> 					
การประเมิน ลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 5			ระดับความเหมาะสม		
			5	4	3
1. ลวดลาย					
2. สีสีน					
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น					
ลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 6					
<p><b>Bamboo Leaf Pattern</b> Pattern#1</p> 					
การประเมิน ลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 6			ระดับความเหมาะสม		
			5	4	3
1. ลวดลาย					
2. สีสีน					
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น					

ส่วนที่ 2 (ต่อ)

ลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 7					
การประเมิน ลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 7			ระดับความเหมาะสม		
			5	4	3
1. ลวดลาย					
2. สีสีน					
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น					
ลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 8					
การประเมิน ลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 8			ระดับความเหมาะสม		
			5	4	3
1. ลวดลาย					
2. สีสีน					
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น					

ส่วนที่ 2 (ต่อ)

ลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 9					
Bamboo Leaf Pattern Pattern#4			ระดับความเหมาะสม		
			5	4	3
การประเมิน ลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 9			2	1	
1. ลวดลาย					
2. สีสีน					
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น					
ลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 10					
Bamboo Leaf Pattern Pattern#5			ระดับความเหมาะสม		
			5	4	3
การประเมิน ลวดลายของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น ลายที่ 10			2	1	
1. ลวดลาย					
2. สีสีน					
3. ความเหมาะสมในการนำมาเป็นชุดว่ายน้ำน้ำสตรีวัยรุ่น					

**แบบสอบถาม**  
**สำหรับผู้บริโภคเพื่อหาแบบร่างของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่ตรงความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่าง**  
**ที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 2**

**คำชี้แจง**

โดยในแบบสอบถามชุดที่ 3 นี้ใช้เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อแบบร่างชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นที่ถูกพัฒนาจากแบบร่าง และลวดลายร่างชุดว่ายน้ำสตรี ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ. นครราชสีมาที่สามารถเพิ่มมูลค่า และเหมาะสมกับชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นสำหรับกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี ที่เป็นผลจากแบบสอบถามในชุดที่ 2 โดยให้กลุ่มบริโภคกลุ่มวัยรุ่นในประเทศไทย ที่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 19 - 25 ปี เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 คน โดยทำการคัดเลือกแบบร่างของชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น จาก 10 รูปแบบ ให้เหลือ 5 รูปแบบ มีการเลือกแบบสุ่ม (Random Sampling) ซึ่งมีเนื้อหา 2 เรื่องคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจต่อชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่น ที่พัฒนาจากลวดลาย และเนื้อผ้า ของผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา

โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังนี้

- 5 หมายถึงมีความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึงมีความเหมาะสมมาก
- 3 หมายถึงมีความเหมาะสมปานกลาง
- 2 หมายถึงมีความเหมาะสมน้อย
- 1 หมายถึงมีความเหมาะสมน้อยที่สุด

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. อายุ ..... ปี

2. ระดับการศึกษาสูงสุด

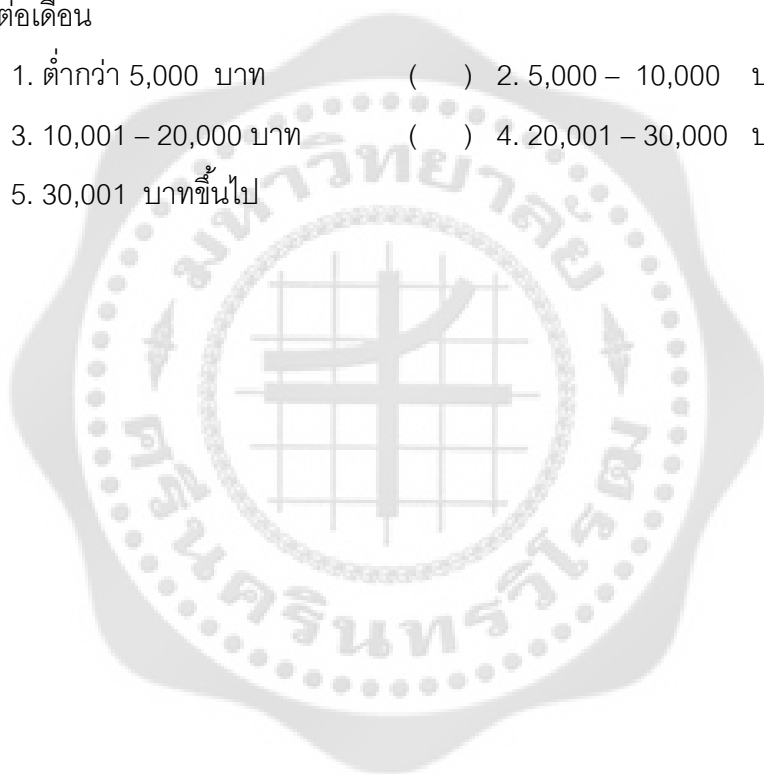
- ( ) 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี และกำลังศึกษาปริญญาตรี  
( ) 2. ปริญญาตรีขึ้นไป

3. สถานะการทำงาน

- ( ) 1. ทำงาน  
( ) 2. ไม่ได้ทำงาน

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท                      ( ) 2. 5,000 – 10,000 บาท  
( ) 3. 10,001 – 20,000 บาท                      ( ) 4. 20,001 – 30,000 บาท  
( ) 5. 30,001 บาทขึ้นไป



ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อหาแบบร่างของชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์รุ่นที่ตรงความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผลมาจากแบบสอบถามที่ 2

แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรีย์รุ่น จำนวน 10 แบบมีรายละเอียดดังนี้



## ส่วนที่ 2 (ต่อ)

แบบที่ 7



แบบที่ 8



แบบที่ 9



แบบที่ 10



คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับความเหมาะสมมากที่สุด และกรอก  
ข้อความในช่องว่างที่ท่านเห็นสมควรเพียงข้อเดียว

แบบร่างชุดว่ายน้ำสตรี ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาชุดว่ายน้ำ น้ำสตรียูนิฟอร์มจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทย เพื่อเพิ่มมูลค่า กรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ. นครราชสีมา	ระดับความเหมาะสม				
	5	4	3	2	1
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรียูนิฟอร์ม ที่ 1					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรียูนิฟอร์ม ที่ 2					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรียูนิฟอร์ม ที่ 3					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรียูนิฟอร์ม ที่ 4					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรียูนิฟอร์ม ที่ 5					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรียูนิฟอร์ม ที่ 6					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรียูนิฟอร์ม ที่ 7					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรียูนิฟอร์ม ที่ 8					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรียูนิฟอร์ม ที่ 9					
แบบร่างชุดว่ายน้ำน้ำสตรียูนิฟอร์ม ที่ 10					



**ภาคผนวก ข**

เอกสารขอความอนุเคราะห์เพื่อการทำวิจัย

ที่ ศธ 0519 12/ ๑๕๕๐



บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๕๑ กุมภาพันธ์ 2558

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน อาจารย์วิวัฒน์ ทิรัญพฤกษ์

เนื่องด้วย นางสาวปวีณ์นันท์ สักดิ์ธงชัย นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาศิลปกรรม (นวัตกรรมการออกแบบ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญาโท เรื่อง "การศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทยเพื่อเพิ่มมูลค่ากรณีศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา" โดยมี อาจารย์ ดร.ภรทกลด คำสุข และรองศาสตราจารย์ ดร.สินีนาด เลิศไพโรจน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวปวีณ์นันท์ สักดิ์ธงชัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร. วิฑูรต์ อยู่โนสิล)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายประกันคุณภาพการศึกษา  
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 085-090-2095

ที่ ศธ 0519.12/1221



บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๕๖ กุมภาพันธ์ 2558

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คุณสโลมัย บุญญานุสิทธิ์

เนื่องด้วย นางสาวปวีณันท์ ศักดิ์ธงชัย นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาศิลปกรรม (นวัตกรรมการออกแบบ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญาานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าการศึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา" โดยมี อาจารย์ ดร.ภรกลด คำสุข และรองศาสตราจารย์ ดร.สินีนาด เลิศไพโรวัน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาานิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวปวีณันท์ ศักดิ์ธงชัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ



(อาจารย์ ดร. วยูทพม์ อยู่ในศิลปะ)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายประกันคุณภาพการศึกษา  
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 085-090-2095



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 15664

ที่ ศธ 0519.12/1212

วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2558

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน อาจารย์สรวรยา จอมเทพมาลา

เนื่องด้วย นางสาวปวีณ์นันท์ ศักดิ์ธงชัย นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาศิลปกรรม (นวัตกรรมการออกแบบ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำปริญญานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาชุดว่ายน้ำสตรีวัยรุ่นจากอัตลักษณ์ด้านศิลปะการแต่งกายไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าการณีสึกษา ผ้าไหมบ้านธงชัย อ.ปักธงชัย จ.นครราชสีมา” โดยมี อาจารย์ ดร.กรกมล คำสุข และรองศาสตราจารย์ ดร.สินีนาด เลิศไพรวัง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวปวีณ์นันท์ ศักดิ์ธงชัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

วิมุตม์ อยู่ในดี

(อาจารย์ ดร.วิมุตม์ อยู่ในดี)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายประกันคุณภาพการศึกษา

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5064

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อนิสิต โทรศัพท์ 085-090-2095

**ภาคผนวก ค**

ภาพผลงานจากนิทรรศการแสดงผลงานนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรศิลปกรรมศาสตร  
มหาบัณฑิต สาขาวัฒนธรรมการออกแบบ  
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ภาพผลงานจากงานแสดงนิทรรศการ ASEAN Fine Arts Symposium (AFAS 2015)





## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล นางสาวปวีณ์นันท์ ศักดิ์ธงชัย  
วันเดือนปี เกิด 8 มีนาคม 2531  
สถานที่เกิด โรงพยาบาลสมเด็จพระบรมราชเทวี ณ ศรีราชา  
สถานที่อยู่ปัจจุบัน 0198 หมู่ 1 ถนนเทศบาล 7 ตำบลสัตหีบ อำเภอสัตหีบ  
จังหวัดชลบุรี 20180 โทร. 085-0902095

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2548 มัธยมศึกษา  
จาก โรงเรียนเซนต์ปอลคอนเวนต์

พ.ศ. 2552 ปริญญาตรี ศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต (ศป.บ)  
สาขาวิชา ภาพพิมพ์ (Graphic Arts) เกรดเฉลี่ย 3.23  
จาก มหาวิทยาลัยบูรพา

พ.ศ. 2558 ปริญญาโท (ศป.ม.) สาขานวัตกรรมการออกแบบ  
จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

