

การออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกัน  
เพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน



นางสาวสุพัจนา ลิ้มวงศ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานฤมิตรศิลป์ ภาควิชา นฤมิตรศิลป์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2556

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

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

FASHION CLOTHING AND JEWELRY CO-FUNCTIONAL DESIGN  
FOR VARIATION OF PARTY OCCASIONS

Miss Supatchana Limwongse



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

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

Department of Creative Arts

Faculty of Fine and Applied Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2013

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถ  
ปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับ  
ออกงาน

โดย

นางสาวสุพัจนา ลิ้มวงศ์

สาขาวิชา

นฤมิตศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ศาสตราจารย์ ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

.....คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์อารยะ ศรีกัลยาณบุตร)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ศาสตราจารย์ ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา อุทิศวรรณกุล)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาวี ศิรินคราภรณ์)

สุพัจฉา ลิมวงค์ : การออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน. (FASHION CLOTHING AND JEWELRY CO-FUNCTIONAL DESIGN FOR VARIATION OF PARTY OCCASIONS) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ศ. ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 172 หน้า.

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาหลักการและวิธีการปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายด้วยเครื่องประดับเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน จากการศึกษาข้อมูลทางการตลาดเบื้องต้น พบว่าเครื่องประดับมีความสำคัญต่อการแต่งกายโดยเฉพาะสำหรับออกงาน ซึ่งส่วนหนึ่งของปัญหาที่ผู้บริโภคประสบ คือ เครื่องแต่งกายสำหรับออกงานมีโอกาสในการใช้สอยจำกัด ดังนั้นผลสรุปของงานวิจัยฉบับนี้จักสามารถส่งเสริมและเพิ่มโอกาสในการใช้สอยเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานและเครื่องประดับอย่างสร้างสรรค์

การศึกษาของงานวิจัยมุ่งวิเคราะห์หลักการของการปรับเปลี่ยนควบคู่ไปกับลักษณะเครื่องแต่งกายยุคกรีกโบราณที่มีความสอดคล้องกับเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานในปัจจุบัน อีกทั้งมีจุดเด่นในด้านการก่อรูปเครื่องแต่งกายด้วยเครื่องประดับ ทั้งนี้เพื่อให้ได้วิธีการปรับเปลี่ยนรวมถึงไปถึงลักษณะและตำแหน่งของเครื่องประดับ ซึ่งนำไปสู่การปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายเพื่อเพิ่มโอกาสในการใช้สอย

ผลของงานวิจัยได้นำเสนอการใช้เครื่องประดับเพื่อแทนที่ส่วนประกอบของเครื่องแต่งกายและใช้สร้างรายละเอียดแทนการตัดเย็บ ซึ่งทำให้เกิดความหลากหลายทางด้านรูปแบบและการใช้งานของเครื่องแต่งกาย โดยอาศัยวิธีการปรับเปลี่ยน ได้แก่ การรวบยัด การพลิกกลับด้าน การพับ การใช้บานพับและการยึดจุดหมุน และการประกอบ ซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อโครงร่างเงา รายละเอียดและสีของเครื่องแต่งกาย ท้ายที่สุดผลการวิจัยได้ถูกนำมาบูรณาการกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย แนวโน้มทางแฟชั่น และแรงบันดาลใจ เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบสำหรับการออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน

ภาควิชา นฤมิตศิลป์

ลายมือชื่อนิสิต .....

สาขาวิชา นฤมิตศิลป์

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก .....

ปีการศึกษา 2556

# # 5586735735 : MAJOR CREATIVE ARTS

KEYWORDS: CO-FUNCTIONAL DESIGN / CLOTHING / JEWELRY / PARTY OCCASIONS

SUPATCHANA LIMWONGSE: FASHION CLOTHING AND JEWELRY CO-FUNCTIONAL DESIGN FOR VARIATION OF PARTY OCCASIONS. ADVISOR: PROF. PORNSANONG VONGSINGTHONG, Ph.D., 172 pp.

The research objective is to determine the principle and technique for clothing transformation by using jewelry as a key component. The market survey data shows that jewelry is significant in clothing, especially in social party occasions. One issue raised among sample is that general party dress is not appropriate to apply for several times and recognition. This becomes the thesis question; how to create the co-functional roles between clothing and jewelry to increase opportunity of use.

The study is emphasized on the analysis between principle of transformation and ancient Greek clothing character which corresponds to the present party clothing and also particularly uses jewelry as a major component of clothing creation. Therefore the research conduces to the appropriate way of transformation techniques, including suitable aspect and position of jewelry leading to clothing transformation for increasing the using purpose.

The result presents the concepts of structural forming and the replacement of clothing elements by jewelry. These concepts create the variation of transforming and using of clothing in different purposes. However, the transformation techniques which conform to ancient Greek clothing are stress, flip, folding, hinging and assembling. These can make changes to silhouette, detail and color of clothing. Finally, the research result is creatively integrated with the survey result, fashion trend and inspiration for the research of fashion clothing and jewelry co-functional design for variation of party occasions.

Department: Creative Arts

Student's Signature .....

Field of Study: Creative Arts

Advisor's Signature .....

Academic Year: 2013

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาของ ศาสตราจารย์ ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักที่ให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์และคอยห่วงใยให้ข้อคิดที่ดีในการดำเนินชีวิตอยู่เสมอ ผศ.ดร.พัตชา อุทิสวรรณกุล กรรมการสอบและอาจารย์ที่หวังดีทุ่มเทในการสอนลูกศิษย์ทุกคนเสมอมา รวมทั้ง รศ.อารยะ ศรีกัลยาณบุตร ประธานกรรมการ ผศ.ดร.สุภาวี ศิรินคราภรณ์ กรรมการภายนอกที่เมตตาสละเวลาและยินดีให้คำปรึกษาที่ดีเสมอ อาจารย์ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์ อาจารย์กฤษณ์ เย็นสุดใจ สำหรับการเป็นผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ คุณปรมัตต์ ไชยงยศ คุณบำรุง เสือยงค์ และภรรยา ที่ช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้อย่างเต็มที่ อาจารย์ดวงกมล ลิ้มวงศ์ อาจารย์พรยศ ฉัตรธารากุล พี่ที่คอยสนับสนุน อบรม และให้คำปรึกษาด้วยความรักและความจริงใจเสมอมา ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งจากใจจริงที่ช่วยเหลือให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะศิลปกรรมศาสตร์ คณาจารย์ที่ได้ให้ความรู้ตลอดการเรียนการสอนที่ผ่านมา รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องที่ช่วยดำเนินการอย่างเต็มที่ให้ทุกขั้นตอนสำเร็จเรียบร้อย

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ญาติพี่น้อง และพี่ๆผู้ช่วยอาจารย์ทุกท่าน สำหรับกำลังใจ คำแนะนำ และน้ำใจที่ดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบุคคลที่มีค่ามากที่สุดในชีวิต คุณพ่อ คุณแม่ พี่สาว พี่ชาย และคุณป้าวิสาชะ ที่ให้ความรัก ความอบอุ่น ความห่วงใย และพร้อมให้การช่วยเหลือ รวมทั้งคอยสนับสนุนเป็นกำลังใจอย่างเต็มที่มาตลอดชีวิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญรูป.....	ฏ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาของการวิจัย.....	2
วัตถุประสงค์.....	3
ขอบเขตของงานวิจัย.....	3
วิธีดำเนินการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
คำจำกัดความ.....	4
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	5
ส่วนที่ 1 ข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนงานวิจัย.....	6
1.1 เครื่องแต่งกายสำหรับออกกำลังกาย.....	6
1.2 เครื่องประดับ.....	9
ส่วนที่ 2 หลักการสำคัญที่เป็นแนวทางของปัญหางานวิจัย.....	15
2.1 การปรับเปลี่ยนรูปแบบ.....	15
2.2 ข้อมูลสนับสนุนแนวทางของงานวิจัย.....	28
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์และสรุปผล.....	44
3.1 สรุปการปรับเปลี่ยนและผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น.....	44
3.2 การวิเคราะห์สรุปภาพรวมของเครื่องแต่งกายยุคกรีกและกรรมวิธี.....	46
3.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งการยึดเกาะร่างกายของเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ.....	48
3.4 การวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องร่วมกัน.....	50
บทที่ 3 ผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย.....	52

ส่วนที่ 1 การเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัย .....	53
1.1 ข้อมูลจากการทำแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง .....	53
1.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองของงานวิจัย .....	61
ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค .....	62
2.1 ข้อมูลผู้บริโภคตามหลักประชากรศาสตร์ .....	62
2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลกับการบริโภค .....	63
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายหลักและรองของงานวิจัย .....	65
ส่วนที่ 4 การสรุปส่วนตลาดและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย .....	66
บทที่ 4 การตลาด .....	67
ส่วนที่ 1 ตลาดเครื่องแต่งกายและการกำหนดส่วนตลาด .....	68
1.1 การจำแนกประเภทเครื่องแต่งกายเสื้อผ้าสำเร็จรูป .....	68
1.2 ส่วนประสมการตลาด (7Ps) .....	69
ส่วนที่ 2 กำหนดส่วนประสมทางการตลาดของงานวิจัย .....	70
ส่วนที่ 3 การกำหนดเกณฑ์และการวิเคราะห์คู่แข่ง .....	71
3.1 การวิเคราะห์สวอท .....	71
3.2 เกณฑ์ในการกำหนดคู่แข่ง .....	71
3.3 วิเคราะห์คู่แข่ง .....	72
3.4 สรุปผลการวิเคราะห์ .....	83
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของงานวิจัย .....	85
4.1 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของงานวิจัย .....	85
4.2 สรุปการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม .....	89
บทที่ 5 รูปแบบผลิตภัณฑ์ .....	94
ส่วนที่ 1 ลักษณะพิเศษจำเพาะผลิตภัณฑ์ .....	95
1.1 ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย .....	95
1.2 แนวคิดผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย .....	95
1.3 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและตลาดของงานวิจัย .....	95
1.4 รูปแบบผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย .....	96



1.5 จุดเด่นของผลิตภัณฑ์งานวิจัย .....	96
1.6 อັตลัษณ์ผลิตภัณฑ์งานวิจัย .....	96
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ด้านประโยชน์ใช้สอย .....	97
2.1 ประเภทผลิตภัณฑ์ .....	97
2.2 ประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์ .....	97
2.3 ประโยชน์ใช้สอยรองของผลิตภัณฑ์ .....	98
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ด้านความงาม .....	99
ส่วนที่ 4 สรุปลักษณะรูปแบบของผลิตภัณฑ์ .....	100
บทที่ 6 การอ้างอิงแนวโน้มแฟชั่นและวิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน .....	101
ส่วนที่ 1 การอ้างอิงแนวโน้มแฟชั่น .....	102
1.1 การกำหนดเกณฑ์การเลือกแนวโน้มแฟชั่น .....	102
1.2 ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่นหลัก .....	103
1.3 ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่นสนับสนุน .....	105
1.4 ผลสรุปองค์ประกอบจากแนวโน้มทางแฟชั่น .....	109
1.5 แนวโน้มทางแฟชั่นใหม่สำหรับงานวิจัย .....	111
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน .....	113
2.1 การกำหนดเกณฑ์สำหรับการวิเคราะห์ .....	113
2.2 วิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน .....	113
2.3 ผลสรุปการวิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน .....	123
บทที่ 7 แร้งบันดาลใจ .....	124
ส่วนที่ 1 เกณฑ์ในการเลือกแร้งบันดาลใจในการออกแบบ .....	125
1.1 เกณฑ์ด้านการใช้งาน .....	125
1.2 เกณฑ์ด้านรูปแบบและองค์ประกอบการออกแบบ .....	125
ส่วนที่ 2 แร้งบันดาลใจ .....	126
2.1 ข้อมูลพื้นฐาน .....	126
2.2 ส่วนที่นำมาใช้ในการออกแบบ .....	128
ส่วนที่ 3 ภาพรวมแร้งบันดาลใจที่นำมาใช้สำหรับงานวิจัย .....	130

บทที่ 8 ผลการวิจัยและผลงานสร้างสรรค์ .....	131
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์งานวิจัย .....	132
1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหลักของงานวิจัย .....	132
1.2 ผลการวิเคราะห์ผู้บริโภครวมเป้าหมาย.....	133
1.3 ผลการวิเคราะห์ตลาด.....	135
1.5 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นใหม่และตัวอย่าง.....	138
1.6 ผลการวิเคราะห์แรงบันดาลใจ .....	140
ส่วนที่ 2 การสังเคราะห์ผลสรุปเพื่อการออกแบบผลงานสร้างสรรค์.....	141
2.1 ภาพรวมองค์ประกอบของงานวิจัย.....	141
2.2 การร่างแบบ.....	142
2.3 การทดลองขึ้นต้นแบบ .....	143
2.4 การปรับปรุงพัฒนาแบบและการผลิต .....	144
2.5 ผลงานสำเร็จ .....	148
บทที่ 9 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ .....	161
ส่วนที่ 1 สังเขวัตฤประสงค์ และวิธีดำเนินงาน .....	162
1.1 ความสำคัญและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	162
1.2 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	162
ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัย.....	163
2.1 สรุปผลภาพรวมงานวิจัย .....	163
2.2 ผลประเมินจากผู้บริโภค.....	165
ส่วนที่ 3 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ .....	168
รายการอ้างอิง.....	169
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	172

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 วิธีการปรับเปลี่ยน.....	16
ตารางที่ 2.2 การวิเคราะห์การแต่งกายยุคกรีก.....	38
ตารางที่ 2.3 การปรับเปลี่ยน หลักการ กรรมวิธี ส่วนประกอบและผลการเปลี่ยนแปลง.....	44
ตารางที่ 2.4 สรุปภาพรวมการแต่งกายยุคกรีก.....	46
ตารางที่ 2.5 วิเคราะห์การเกาะยึดเครื่องแต่งกายกับร่างกาย.....	48
ตารางที่ 2.6 วิเคราะห์การเกาะยึดเครื่องประดับกับร่างกาย หรือเครื่องแต่งกาย.....	49
ตารางที่ 2.7 สรุปการเกาะยึดเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับกับร่างกาย.....	50
ตารางที่ 2.8 การวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องร่วมกัน.....	51
ตารางที่ 3.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง.....	54
ตารางที่ 3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายสำหรับออกงานของกลุ่มตัวอย่าง.....	55
ตารางที่ 3.3 สรุปข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง.....	58
ตารางที่ 3.4 สรุปข้อมูลกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองของงานวิจัย.....	65
ตารางที่ 3.5 สรุปข้อมูลส่วนตลาดและรูปแบบผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย.....	66
ตารางที่ 4.1 ส่วนประสมทางการตลาดของงานวิจัย.....	70
ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ตราสินค้าดับบลิวดับบลิวเอ.....	73
ตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์ตราสินค้าวิคทีเรีย.....	76
ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์ตราสินค้าดีเคเอ็นวาย.....	80
ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดของงานวิจัย.....	85
ตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดของงานวิจัยแบบเทียบเคียง.....	89
ตารางที่ 5.1 สรุปลักษณะรูปแบบของผลิตภัณฑ์งานวิจัย.....	100
ตารางที่ 6.1 แนวโน้มแฟชั่นหลักสไตล์ไซท์ (Stylelight) หัวข้ออัลเลโกรี่ (Allegory).....	103
ตารางที่ 6.2 แนวโน้มแฟชั่นดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN) หัวข้อ โมเดิร์นไมท์ (Modern Myth).....	105
ตารางที่ 6.3 แนวโน้มแฟชั่นเนลลี่ โรดิ (Nelly Rodi) หัวข้อฮีโร (Heros).....	107
ตารางที่ 6.4 แนวโน้มทางแฟชั่นกับสัดส่วนในการนำมาใช้.....	109
ตารางที่ 6.5 แนวโน้มทางแฟชั่นกับองค์ประกอบในการนำมาใช้.....	110
ตารางที่ 6.6 สรุปสิ่งที่นำมาใช้จากแนวโน้มแฟชั่นหลักและแนวโน้มแฟชั่นสนับสนุน.....	110
ตารางที่ 6.7 การวิเคราะห์โดยเกณฑ์ประโยชน์ใช้สอยการปรับเปลี่ยนตัวอย่างที่ 1.....	114
ตารางที่ 6.8 การวิเคราะห์โดยเกณฑ์ประโยชน์ใช้สอยการปรับเปลี่ยนตัวอย่างที่ 2.....	115
ตารางที่ 6.9 การวิเคราะห์โดยเกณฑ์ประโยชน์ใช้สอยการปรับเปลี่ยนตัวอย่างที่ 3.....	116

ตารางที่ 6.10 การวิเคราะห์โดยเกณฑ์ประโยชน์ใช้สอยการปรับเปลี่ยนตัวอย่างที่ 4.....	117
ตารางที่ 6.11 การวิเคราะห์โครงสร้างเงาตัวอย่างที่ 1.....	118
ตารางที่ 6.12 การวิเคราะห์โครงสร้างเงาตัวอย่างที่ 2.....	118
ตารางที่ 6.13 การวิเคราะห์โครงสร้างเงาตัวอย่างที่ 3.....	118
ตารางที่ 6.14 การวิเคราะห์โครงสร้างเงาตัวอย่างที่ 4.....	119
ตารางที่ 6.15 การวิเคราะห์สีตัวอย่างที่ 1.....	120
ตารางที่ 6.16 การวิเคราะห์สีตัวอย่างที่ 2.....	120
ตารางที่ 6.17 การวิเคราะห์วัสดุตัวอย่างที่ 1.....	121
ตารางที่ 6.18 การวิเคราะห์วัสดุตัวอย่างที่ 2.....	121
ตารางที่ 6.19 การวิเคราะห์วัสดุตัวอย่างที่ 3.....	121
ตารางที่ 6.20 การวิเคราะห์รายละเอียดตัวอย่างที่ 1.....	122
ตารางที่ 6.21 การวิเคราะห์รายละเอียดตัวอย่างที่ 2.....	122
ตารางที่ 6.22 การวิเคราะห์รายละเอียดตัวอย่างที่ 3.....	122
ตารางที่ 6.23 ผลสรุปการวิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน.....	123
ตารางที่ 7.1 วิเคราะห์ข้อมูลแรงบันดาลใจที่นำมาใช้ในการออกแบบ.....	128
ตารางที่ 8.1 วิเคราะห์ภาพรวมองค์ประกอบของงานวิจัย.....	132
ตารางที่ 8.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย.....	133
ตารางที่ 8.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด.....	135
ตารางที่ 8.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตราสินค้าและลักษณะผลิตภัณฑ์.....	136
ตารางที่ 8.5 ผลการวิเคราะห์ตัวอย่าง.....	139
ตารางที่ 8.6 วิเคราะห์ภาพรวมองค์ประกอบของงานวิจัย.....	141
ตารางที่ 8.7 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 1 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก.....	151
ตารางที่ 8.8 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 2 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก.....	152
ตารางที่ 8.9 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 3 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก.....	153
ตารางที่ 8.10 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 4 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก.....	154
ตารางที่ 8.11 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 5 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก.....	155
ตารางที่ 8.12 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 6 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก.....	156
ตารางที่ 8.13 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 7 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก.....	157
ตารางที่ 8.14 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 8 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก.....	158
ตารางที่ 9.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคที่ทำแบบสอบถาม.....	165

	หน้า
ตารางที่ 9.2 การประเมินความเห็นด้านรูปแบบ.....	166
ตารางที่ 9.3 การประเมินความเห็นด้านการใช้งาน.....	167



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## สารบัญรูป

	หน้า
รูปที่ 2.1 เครื่องแต่งกายสำหรับออกงานกึ่งลำลอง.....	6
รูปที่ 2.2 เครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์.....	7
รูปที่ 2.3 เครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงทางการ.....	7
รูปที่ 2.4 ภาพเครื่องประดับ.....	8
รูปที่ 2.5 ภาพเครื่องประดับ.....	8
รูปที่ 2.6 การทำโครงเสื้อให้น่าสนใจ.....	8
รูปที่ 2.7 การประดับด้วยวัสดุที่ติดลงบนตัวเสื้อ.....	8
รูปที่ 2.8 วัสดุสำหรับตกแต่ง.....	8
รูปที่ 2.9 ผลงานคอมแพสชั่น (Compassion) และเอ็นวี (Envy) โดยคาร์โรไลนา วาเลโจ.....	13
รูปที่ 2.10 ผลงานโรแมนซ์ (Romance) และไฟร์วีลล์ (Fireveil) โดยแอนนา คริสัน.....	14
รูปที่ 2.11 การรวบยัด.....	16
รูปที่ 2.12 การพลิกกลับด้าน.....	16
รูปที่ 2.13 การทบแบบพับ.....	16
รูปที่ 2.14 การม้วนขด.....	17
รูปที่ 2.15 การใช้บานพับและยึดจุดหมุน.....	17
รูปที่ 2.16 การยึดหด.....	17
รูปที่ 2.17 การประกอบ.....	17
รูปที่ 2.18 การพับ.....	17
รูปที่ 2.19 การเลื่อน.....	18
รูปที่ 2.20 การครอบต่อกัน.....	18
รูปที่ 2.21 การหุ้มด้วยโครง.....	18
รูปที่ 2.22 การประสานพิกัด.....	18
รูปที่ 2.23 ผลงานของจอห์น รีบบ์.....	19
รูปที่ 2.24 ผลงานของโจลิเออร์.....	19
รูปที่ 2.25 เครื่องประดับของแวนคลีฟแอนด์อาร์เพิล (Van Cleef and Arpels) .....	20
รูปที่ 2.26 จี้ที่เปลี่ยนเป็นสร้อยได้.....	20
รูปที่ 2.27 แหวนของดาลาวา.....	20
รูปที่ 2.28 เสื้อเด้นท์แฮบิเทน (Habitent) .....	20
รูปที่ 2.29 แจ็กเก็ตที่เปลี่ยนเป็นเก้าอี้ของซีพี (C.P.) .....	20

	หน้า
รูปที่ 2.30 แจ็กเก็ตแจ็กแพ็ค (JakPak) .....	21
รูปที่ 2.31 เสื้อกั๊กกระเป่าของฟิลลิป ลิม.....	21
รูปที่ 2.32 แหวนแว่นขยาย.....	21
รูปที่ 2.33 แหวนสนับมือ.....	21
รูปที่ 2.34 ผลงานนวัตกรรมของฮุซเซน ซาลายาน.....	22
รูปที่ 2.35 ตัวอย่างระนาบสองมิติจากการตัดแปลงและการผสมผสานเรขาคณิตของ 132 5... 22	22
รูปที่ 2.36 การเปลี่ยนแปลงจากสองมิติเป็นสามมิติของ 132 5. โดยการดึงขึ้นจากระนาบ.....	22
รูปที่ 2.37 เครื่องแต่งกายหลากหลายรูปแบบจากแนวคิด 132 5.....	22
รูปที่ 2.38 ตะขอ.....	23
รูปที่ 2.39 กระดุมเป็ก.....	24
รูปที่ 2.40 ตีนตุ๊กแก.....	24
รูปที่ 2.41 ชิป.....	24
รูปที่ 2.42 ยางยืด.....	24
รูปที่ 2.43 เชือกผูก.....	25
รูปที่ 2.44 ข้อต่อแบบเส้น.....	25
รูปที่ 2.45 ข้อต่อลวดด้าย.....	25
รูปที่ 2.46 ข้อต่อแบบห่วงและแท่ง.....	26
รูปที่ 2.47 ข้อต่อแบบบานพับ.....	26
รูปที่ 2.48 หมุดโลหะ.....	26
รูปที่ 2.49 เข็มและตัวจับ.....	26
รูปที่ 2.50 กล่องสปริง.....	27
รูปที่ 2.51 ตะขอและห่วง.....	27
รูปที่ 2.52 เข็มกลัดฟิวลา.....	28
รูปที่ 2.53 หัวเข็มขัดและตัวยึดจับ.....	29
รูปที่ 2.54 ผลงานของนาโอโกะ.....	30
รูปที่ 2.55 วิธีการใช้เครื่องประดับเกเทอร์ (Gather) หลากหลายวิธีและตำแหน่ง.....	30
รูปที่ 2.56 ผลงานของ ไกจ์ แบคเกอร์ และเอ็มมา แวน ลีร์ซิม.....	31
รูปที่ 2.57 เครื่องแต่งกายหญิงและชายแบบกรีก.....	32
รูปที่ 2.58 รูปแบบและวิธีการสวมใส่คัตันแบบดอริก.....	33
รูปที่ 2.59 ผ้าขึ้นหุ่นเครื่องแต่งกายคัตันแบบดอริก.....	33

	หน้า
รูปที่ 2.60 รูปแบบและวิธีการสวมใส่คีตันแบบไอโอนิก.....	34
รูปที่ 2.61 ผ้าขึ้นหุ่นเครื่องแต่งกายคีตันแบบไอโอนิก.....	34
รูปที่ 2.62 รูปแบบและวิธีการสวมใส่เพปโลส.....	34
รูปที่ 2.63 ผ้าขึ้นหุ่นเครื่องแต่งกายเพปโลส.....	35
รูปที่ 2.64 รูปแบบและวิธีการสวมใส่ฮิมาติออน.....	35
รูปที่ 2.65 ผ้าขึ้นหุ่นผ้าคลุมฮิมาติออน.....	35
รูปที่ 2.66 รูปแบบและวิธีการสวมใส่คลามีส.....	36
รูปที่ 2.67 ผ้าขึ้นหุ่นผ้าคลุมตีฟลักซ์.....	36
รูปที่ 2.68 ผ้าขึ้นหุ่นผ้าคลุมตีฟลักซ์.....	36
รูปที่ 2.69 รูปสลักหินหญิงสาวแรกรุ่งน (Grave stele of a little girl).....	37
รูปที่ 2.70 รูปปั้นหญิงสาว (Statuette of a standing woman).....	37
รูปที่ 2.71 รูปปั้นหญิงสาวและเด็ก (Statue of a young woman and a girl from a grave monument).....	37
รูปที่ 2.72 คีตันแบบดอริก.....	38
รูปที่ 2.73 คีตันแบบไอโอนิก.....	39
รูปที่ 2.74 เพปโลส.....	40
รูปที่ 2.75 ฮิมาติออน.....	41
รูปที่ 2.76 คลามีส.....	42
รูปที่ 2.77 ตีฟลักซ์.....	43
รูปที่ 2.78 โครงร่างเงาแบบกรีกโดยรวม.....	46
รูปที่ 2.79 รายละเอียดแบบกรีกโดยรวม.....	47
รูปที่ 2.80 เครื่องแต่งกายที่ยึดเกาะคอเป็นหลัก.....	48
รูปที่ 2.81 เครื่องแต่งกายที่ยึดเกาะบ่าและไหล่เป็นหลัก.....	48
รูปที่ 2.82 เครื่องแต่งกายที่ยึดเกาะอกเป็นหลัก.....	48
รูปที่ 2.83 เครื่องแต่งกายที่ยึดเกาะเอวเป็นหลัก.....	48
รูปที่ 2.84 เครื่องประดับหู.....	49
รูปที่ 2.85 เครื่องประดับคอ.....	49
รูปที่ 2.86 เครื่องประดับบ่าและไหล่.....	49
รูปที่ 2.87 เครื่องประดับข้อมือ ข้อเท้าและแหวน.....	49
รูปที่ 2.88 เครื่องประดับส่วนหน้าและหัว.....	49



	หน้า
รูปที่ 2.89 เครื่องประดับเครื่องแต่งกาย.....	49
รูปที่ 2.90 การยัดเกาะคอ.....	50
รูปที่ 2.91 การยัดเกาะไหล่.....	50
รูปที่ 2.92 การยัดเกาะหน้าอกและลำตัว.....	50
รูปที่ 2.93 คีตันแบบดอริก.....	51
รูปที่ 2.94 คีตันแบบดอริก.....	51
รูปที่ 2.95 คีตันแบบไอโอนิก.....	51
รูปที่ 2.96 คีตันแบบไอโอนิก.....	51
รูปที่ 2.97 เพปโลส.....	51
รูปที่ 2.98 เพปโลส.....	51
รูปที่ 2.99 ฮีมาติออน.....	51
รูปที่ 2.100 ฮีมาติออน.....	51
รูปที่ 2.101 คลามีส.....	51
รูปที่ 2.102 คลามีส.....	51
รูปที่ 2.103 ดีพลักซ์.....	51
รูปที่ 2.104 ดีพลักซ์.....	51
รูปที่ 4.1 ลักษณะกิจการของคู่แข่งชั้นโดยเกณฑ์ราคาและรูปแบบ.....	72
รูปที่ 4.2 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของตราสินค้าดับบลิวดีดับบลิวเอ.....	72
รูปที่ 4.3 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายตราสินค้าวิกิธีร์รัฐ.....	76
รูปที่ 4.4 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของดีเคเอ็นวาย.....	80
รูปที่ 4.5 การคาดการณ์สัดส่วนผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย.....	85
รูปที่ 6.1 เรื่องราวแนวโน้มทางแฟชั่นสไตล์ไซท์ (Stylesight-Allegory).....	103
รูปที่ 6.2 โครงร่างเงาแนวโน้มทางแฟชั่นสไตล์ไซท์ (Stylesight-Allegory).....	104
รูปที่ 6.3 กลุ่มสีแนวโน้มทางแฟชั่นสไตล์ไซท์ (Stylesight-Allegory).....	104
รูปที่ 6.4 วัสดุแนวโน้มทางแฟชั่นสไตล์ไซท์ (Stylesight-Allegory).....	104
รูปที่ 6.5 รายละเอียดแนวโน้มทางแฟชั่นสไตล์ไซท์ (Stylesight-Allegory).....	104
รูปที่ 6.6 เครื่องประดับแนวโน้มทางแฟชั่นสไตล์ไซท์ (Stylesight-Allegory).....	105
รูปที่ 6.7 เรื่องราวแนวโน้มทางแฟชั่นดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN-Modern Myth).....	105
รูปที่ 6.8 โครงร่างเงาแนวโน้มทางแฟชั่นดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN- Modern Myth).....	106
รูปที่ 6.9 กลุ่มสีแนวโน้มทางแฟชั่นดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN- Modern Myth).....	106

	หน้า
รูปที่ 6.10 วัสดุแนวโน้มทางแฟชั่นดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN- Modern Myth).....	106
รูปที่ 6.11 รายละเอียดแนวโน้มทางแฟชั่นดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN- Modern Myth).....	106
รูปที่ 6.12 เครื่องประดับแนวโน้มทางแฟชั่นดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN- Modern Myth).....	107
รูปที่ 6.13 เรื่องราวแนวโน้มทางแฟชั่นดับบลิวจีเอสเอ็น (Nelly Rodi-Heros).....	107
รูปที่ 6.14 โครงร่างเงาแนวโน้มทางแฟชั่นดับบลิวจีเอสเอ็น (Nelly Rodi-Heros).....	108
รูปที่ 6.15 กลุ่มสีแนวโน้มทางแฟชั่นเนลลี โรดิ (Nelly Rodi-Heros).....	108
รูปที่ 6.16 วัสดุแนวโน้มทางแฟชั่นเนลลี โรดิ (Nelly Rodi-Heros).....	108
รูปที่ 6.17 รายละเอียดแนวโน้มทางแฟชั่นเนลลี โรดิ (Nelly Rodi-Heros).....	109
รูปที่ 6.18 เครื่องประดับแนวโน้มทางแฟชั่นเนลลี โรดิ (Nelly Rodi-Heros).....	109
รูปที่ 6.19 โครงร่างเงาแนวโน้มทางแฟชั่นจากการวิเคราะห์.....	110
รูปที่ 6.20 กลุ่มสีแนวโน้มทางแฟชั่นจากการวิเคราะห์.....	110
รูปที่ 6.21 วัสดุแนวโน้มทางแฟชั่นจากการวิเคราะห์.....	110
รูปที่ 6.22 รายละเอียดแนวโน้มทางแฟชั่นจากการวิเคราะห์.....	110
รูปที่ 6.23 เครื่องประดับแนวโน้มทางแฟชั่นจากการวิเคราะห์.....	110
รูปที่ 6.24 แนวโน้มทางแฟชั่นใหม่สำหรับงานวิจัยอีนิกมาติก (Enigmatic).....	111
รูปที่ 6.25 โครงร่างเงา และรายละเอียดของอีนิกมาติก (Enigmatic).....	111
รูปที่ 6.26 กลุ่มสีของอีนิกมาติก (Enigmatic).....	112
รูปที่ 6.27 ผลงานของฮุซเซน ชาลาเยน (Hussien Chalayan).....	114
รูปที่ 6.28 ภาพอุปกรณ์ช่วยในการปรับเปลี่ยน.....	114
รูปที่ 6.29 ผลงานของฟลาเวีย ลา รอคคา (Flavia La Rocca).....	115
รูปที่ 6.30 ผลงานของราด ฮูรานี (Rad Hourani).....	116
รูปที่ 6.31 ผลงานของจอห์น ธิบ์ (John Ribbe).....	117
รูปที่ 6.32 ผลงานอเล็กซานเดอร์แวง (Alexander Wang).....	118
รูปที่ 6.33 ผลงานแอนเดอร์มิสส์ (Ann Demeulemeester).....	118
รูปที่ 6.34 ผลงานดอนนาคาราน (Donna Karan).....	118
รูปที่ 6.35 ผลงานไฮเดอร์อาเคอร์แมน (Haider Ackermann).....	119
รูปที่ 6.36 ผลงานอีลีซาบ (Elie Saab).....	120
รูปที่ 6.37 ผลงานดิสแวนนอเทิน (Dries Van Noten).....	120
รูปที่ 6.38 ผลงานลองแวง (Lanvin).....	121
รูปที่ 6.39 ผลงานอัลเบอร์โต (Alberto).....	121

	หน้า
รูปที่ 6.40 ผลงานจีวองชี (Givenchy).....	121
รูปที่ 6.41 ผลงานไฮเดอร์อาคเคอร์แมน (Haider Ackermann).....	122
รูปที่ 6.42 ผลงานดิออร์ (Dior).....	122
รูปที่ 6.43 ผลงานอัลเบอร์โต (Alberto).....	122
รูปที่ 7.1 ปรางค์การณัแสงเหนือ.....	126
รูปที่ 7.2 ปรางค์การณัแสงเหนือ.....	127
รูปที่ 7.3 แนวคิดจากแรงบันดาลใจ.....	128
รูปที่ 7.4 แนวคิดจากแรงบันดาลใจ.....	128
รูปที่ 7.5 โครงร่างเงาจากแรงบันดาลใจ.....	128
รูปที่ 7.6 โครงร่างเงาจากแรงบันดาลใจ.....	128
รูปที่ 7.7 สีจากแรงบันดาลใจ.....	128
รูปที่ 7.8 สีจากแรงบันดาลใจ.....	128
รูปที่ 7.9 วัสดุจากแรงบันดาลใจ.....	128
รูปที่ 7.10 วัสดุจากแรงบันดาลใจ.....	128
รูปที่ 7.11 รายละเอียดจากแรงบันดาลใจ.....	129
รูปที่ 7.12 รายละเอียดจากแรงบันดาลใจ.....	129
รูปที่ 7.13 การตีความองค์ประกอบปรางค์การณัแสงเหนือ.....	130
รูปที่ 8.1 คีตันแบบดอริก.....	132
รูปที่ 8.2 คีตันแบบดอริก.....	132
รูปที่ 8.3 คีตันแบบไอโอนิก.....	132
รูปที่ 8.4 คีตันแบบไอโอนิก.....	132
รูปที่ 8.5 เพปโลส.....	132
รูปที่ 8.6 เพปโลส.....	132
รูปที่ 8.7 ฮิมาติออน.....	132
รูปที่ 8.8 ฮิมาติออน.....	132
รูปที่ 8.9 คลามีส.....	132
รูปที่ 8.10 คลามีส.....	132
รูปที่ 8.11 ดีพลักซ์.....	132
รูปที่ 8.12 ดีพลักซ์.....	132
รูปที่ 8.13 บุคลิกลักษณะผู้บริโภคร่วมเป้าหมาย.....	134

	หน้า
รูปที่ 8.14 การใช้ชีวิตผู้บริโภครวมเป้าหมาย.....	134
รูปที่ 8.15 แนวโน้มทางแฟชั่นใหม่สำหรับงานวิจัยอีนิกมาติก (Enigmatic).....	138
รูปที่ 8.16 แรงบันดาลใจจากปรากฏการณ์แสงเหนือ.....	140
รูปที่ 8.17 ตัวอย่างบางส่วนของกร่างแบบเครื่องแต่งกายสำหรับงานวิจัย.....	142
รูปที่ 8.18 ตัวอย่างบางส่วนของกร่างแบบเครื่องประดับสำหรับงานวิจัย.....	143
รูปที่ 8.19 การทดลองขึ้นต้นแบบและทดลองการปรับเปลี่ยน.....	143
รูปที่ 8.20 การทดลองขึ้นต้นแบบและทดลองการปรับเปลี่ยน.....	144
รูปที่ 8.21 การปรับปรุงพัฒนาแบบเครื่องแต่งกาย.....	144
รูปที่ 8.22 การปรับปรุงพัฒนาแบบเครื่องประดับ.....	145
รูปที่ 8.23 แบบร่างเครื่องแต่งกายที่สมบูรณ์.....	145
รูปที่ 8.24 แบบร่างเครื่องประดับที่สมบูรณ์.....	146
รูปที่ 8.25 ชุดผ้าดิบและทดลองการปรับเปลี่ยนอีกครั้งกับแม่พิมพ์เครื่องประดับโลหะ.....	146
รูปที่ 8.26 ชุดผ้าดิบและทดลองการปรับเปลี่ยนอีกครั้งกับแม่พิมพ์เครื่องประดับโลหะ.....	147
รูปที่ 8.27 แม่พิมพ์แว็กซ์เครื่องประดับ.....	147
รูปที่ 8.28 ตัวอย่างพิมพ์เครื่องประดับ.....	147
รูปที่ 8.29 ขั้นตอนประกอบตัวเรือนเครื่องประดับ.....	147
รูปที่ 8.30 เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับก่อนการปรับเปลี่ยน.....	148
รูปที่ 8.31 เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับหลังการปรับเปลี่ยน.....	148
รูปที่ 8.32 เครื่องประดับที่เป็นอุปกรณ์สำหรับปรับเปลี่ยน.....	149
รูปที่ 8.33 เครื่องประดับชุดเข็มกลัด-จี้.....	149
รูปที่ 8.34 เครื่องประดับชุดสร้อยคอพับกาง.....	149
รูปที่ 8.35 เครื่องประดับชุดสร้อยคอ-ข้อมือ.....	150
รูปที่ 8.36 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 1 ด้วยชุดเข็มกลัด-จี้.....	151
รูปที่ 8.37 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 1 ด้วยชุดสร้อยพับกาง.....	151
รูปที่ 8.38 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 2 ด้วยชุดสร้อยคอ.....	152
รูปที่ 8.39 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 3 ด้วยชุดสร้อยจี้.....	153
รูปที่ 8.40 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 3 ด้วยชุดสร้อยพับกาง.....	153
รูปที่ 8.41 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 4 ด้วยชุดเข็มกลัด-จี้.....	154
รูปที่ 8.42 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 5 ด้วยชุดสร้อยพับกาง.....	155
รูปที่ 8.43 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 6 ด้วยชุดสร้อยจี้.....	156

	หน้า
รูปที่ 8.44 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 7 ด้วยชุดสร้อยคอสามใส่ได้ 4 รูปแบบ.....	157
รูปที่ 8.45 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 8 ด้วยชุดสร้อยคอ-ข้อมือ.....	158
รูปที่ 8.46 การปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายด้วยเครื่องประดับโดยผู้สวมใส่.....	159
รูปที่ 8.47 เครื่องแต่งกายก่อนและหลังปรับเปลี่ยนด้วยเครื่องประดับของงานวิจัย.....	160
รูปที่ 9.1 ผลงานต้นแบบของงานวิจัย.....	165



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับมีความสัมพันธ์กันมายาวนาน สังเกตได้จากประวัติศาสตร์ที่มีการสวมใส่เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับควบคู่กันมาตั้งแต่อดีต เครื่องประดับโดยทั่วไปใช้สวมใส่เพื่อสื่อสารความเป็นตัวตน เน้นจุดเด่น รวมถึงแก้ไขจุดบกพร่องของการแต่งกาย<sup>1</sup> การสวมใส่เครื่องประดับขึ้นอยู่กับเหตุผลและความต้องการของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน บางครั้งถูกมองเป็นเพียงของฟุ่มเฟือย ในขณะที่บุคคลบางกลุ่มกลับมองว่าเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ เช่น ประชาชนแอฟริกาเลือกสวมเครื่องประดับแสดงตัวตนแทนเครื่องแต่งกาย<sup>2</sup> หรือแม้แต่ในปัจจุบันที่บางบุคคลนิยมสวมใส่เครื่องประดับติดตัวอยู่เสมอ

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ผู้วิจัยวิเคราะห์การแต่งกายโดยภาพรวมพบว่าเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับยังคงมีช่องว่างในการใช้ประโยชน์ร่วมกัน แม้ทั้งสองสิ่งจะถูกสวมใส่ควบคู่กัน แต่กระบวนการตั้งแต่การออกแบบ การผลิต ไปจนถึงการสวมใส่ กลับไม่พบบทบาทการทำงานร่วมกัน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการทดลองประยุกต์เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับให้สามารถมีบทบาทร่วมกันโดยมีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มประโยชน์ใช้สอย ซึ่งจากการศึกษาด้านเครื่องประดับ ผู้วิจัยพบว่าเครื่องประดับมีลักษณะและส่วนประกอบที่คล้ายคลึงกับอุปกรณ์ที่ทำหน้าที่ต่างๆบนเครื่องแต่งกาย ลักษณะเหล่านี้สามารถนำมาพัฒนาและผสมผสานประโยชน์ร่วมกันระหว่างเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับได้

สืบเนื่องจากแนวคิดดังกล่าว การหาแนวทางของงานวิจัยเพื่อตอบสนองต่อตลาดและผู้บริโภคให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผู้วิจัยจึงทำการสำรวจตลาดเครื่องแต่งกาย ซึ่งพบว่าธุรกิจเครื่องแต่งกายส่วนใหญ่มีความสนใจในการเพิ่มสัดส่วนของการจำหน่ายเครื่องประดับควบคู่ไปด้วย เพื่อช่วยในการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ตรงต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคและเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ จากการสำรวจร้านเครื่องแต่งกายในเขตกรุงเทพมหานคร บริเวณอโศกและสยามสแควร์ ณ วันที่ 24-27 มิถุนายน พ.ศ. 2556 จำนวน 30 ร้านค้า ทั้งร้านค้าประเภทสินค้านำเข้าและร้านค้าประเภทออกแบบสินค้าเอง พบว่า 24 ร้านค้าคิดเป็นร้อยละ 80 มีการจำหน่ายเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ควบคู่กันอยู่ภายในร้าน โดยส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับออกงาน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเครื่องแต่งกายประเภทออกแบบและผลิตเองจำนวน 5 ร้านค้า สรุปข้อมูลได้ว่าเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับสำหรับออกงานเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างความเฉพาะตัวและเพิ่มมูลค่าได้ง่ายกว่าผลิตภัณฑ์สำหรับโอกาสใช้สอยอื่น และให้เหตุผลในการจำหน่ายเครื่องประดับเพิ่มเติมจากการจำหน่ายเครื่องแต่งกายว่า การจำหน่ายเพียงเครื่องแต่งกายไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ครบถ้วน เนื่องจากผู้บริโภคนิยมมองหาเครื่องประดับที่เหมาะสมกับเครื่องแต่งกาย

<sup>1</sup> วรณรัตน์ อินทร์อำ, ศิลปะเครื่องประดับ (กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์, 2536).

<sup>2</sup> คณาจารย์จากมหาวิทยาลัยศิลปากรและอื่นๆ, *Jewelry Art & Design Journal* (กรุงเทพฯ: Open Book, 2547).

จากร้านค้าเดียวกันเพราะช่วยประหยัดเวลา รวมทั้งช่วยสร้างความมั่นใจว่าทั้งสองสิ่งมีความสอดคล้องกัน ส่วนเหตุผลอีกประการ คือ เครื่องประดับสามารถช่วยนำเสนอภาพรวมและความหลากหลายของการแต่งกายให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจได้ง่าย ซึ่งจุดนี้ให้เกิดการบริโภคมากขึ้นตามมา โดยมีสัดส่วนเฉลี่ยของการจำหน่ายเครื่องประดับต่อหนึ่งร้านค้าอยู่ที่ร้อยละ 32 คิดเป็นปริมาณประมาณหนึ่งในสามส่วนของสินค้าทั้งหมดภายในร้าน ซึ่งนับว่าเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก และสามารถนำมาใช้เป็นโอกาสที่ดีเพื่อต่อยอดผลิตภัณฑ์เครื่องประดับสำหรับการแต่งกายได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการได้แสดงทัศนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับภาวะการแข่งขันสูงเช่นในปัจจุบันว่า การสร้างความแตกต่างและนำเสนอสิ่งใหม่ต่อผู้บริโภคจะเป็นทางออกที่ดีทางหนึ่งสำหรับธุรกิจเครื่องแต่งกาย ซึ่งเครื่องประดับเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถเติมเต็มให้กับธุรกิจนี้ได้เป็นอย่างดีโดยเฉพาะเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำการสอบถามผู้บริโภคจำนวน 40 คนเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน บริเวณสยามสแควร์ ณ วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2556 โดยพบว่า 37 คนคิดเป็นร้อยละ 92.5 ลงความเห็นว่าเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานมีราคาสูง แต่กลับมีโอกาสใช้สอยน้อยเนื่องจากข้อจำกัดทางด้านรูปแบบ ซึ่งกลายเป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่งของเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปแนวทางของงานวิจัยเพื่อผสานประโยชน์ระหว่างเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับให้สามารถตอบสนองต่อผู้บริโภคและโอกาสทางการตลาด ด้วยการเพิ่มประโยชน์ด้านการใช้งาน โดยนำศักยภาพของเครื่องประดับทางด้านรูปแบบและส่วนประกอบเกี่ยวกับข้อต่อและการเกาะเกี่ยว รวมถึงวัสดุ มาใช้ประโยชน์เป็นอุปกรณ์สำหรับการปรับเปลี่ยนรูปแบบเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานให้สามารถสวมใส่ได้อย่างหลากหลาย ซึ่งจะสามารถก่อให้เกิดความคุ้มค่าตั้งแต่การผลิต วัสดุ ไปจนถึงการใช้งาน

โดยงานวิจัยฉบับนี้จะทำการศึกษาลักษณะและส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนควบคู่ไปกับการวิเคราะห์การก่อรูปเครื่องแต่งกายจากเครื่องประดับในยุคกรีกโบราณที่ส่งผลให้มีลักษณะที่สอดคล้องกับเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานในปัจจุบัน ซึ่งท้ายที่สุดงานวิจัยฉบับนี้จะได้นำผลจากการศึกษาดังกล่าว มาผสานเข้ากับข้อมูลผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลด้านการตลาด ข้อมูลแนวโน้มทางแฟชั่นและแรงบันดาลใจ เพื่อสังเคราะห์เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบของงานวิจัย

ทั้งนี้ผลที่ได้จากงานวิจัยฉบับนี้นอกจากจะเป็นการเพิ่มประโยชน์ใช้สอยด้านรูปแบบให้กับเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับแล้ว ยังช่วยส่งเสริมแนวทางและบทบาทการใช้งานของเครื่องประดับต่อเครื่องแต่งกายให้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในด้านประโยชน์ใช้สอยของเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานได้อย่างสร้างสรรค์

## ปัญหาของการวิจัย

การออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงานสำหรับสตรีวัยทำงานอายุ 23-32 ปี

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ได้หลักการและวิธีการปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานโดยใช้เครื่องประดับเป็นอุปกรณ์ จากการประยุกต์วิธีการก่อรูปเครื่องแต่งกายในยุคกรีกโบราณ
2. เพื่อให้การปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลายเพื่อตอบสนองโอกาสใช้สอยที่แตกต่างกัน

## ขอบเขตของงานวิจัย

1. ศึกษาหลักการ วิธีการ และส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบ
2. ศึกษาแนวทางของเครื่องแต่งกายในยุคกรีกโบราณที่ใช้เครื่องประดับเป็นอุปกรณ์ในการก่อรูปเครื่องแต่งกาย
3. ศึกษาผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอายุ 23-32 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครจากการสุ่มตัวอย่าง
4. ประยุกต์ผลการศึกษาวิจัยเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรี และเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงานจำนวน 1 คอลเลกชัน

## วิธีดำเนินการวิจัย

1. รวบรวมและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานและเครื่องประดับ ศึกษาหลักการ วิธีการและองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยน รวมถึงลักษณะของเครื่องแต่งกายในยุคกรีกโบราณ เพื่อเป็นข้อมูลหลักของงานวิจัย
2. วิเคราะห์ ทดลอง และสรุปผลหลักการและวิธีการที่เหมาะสม
3. รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ จิตนินัย การใช้ชีวิต รสนิยม และรูปแบบของการแต่งกายสำหรับออกงานของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
4. รวบรวมข้อมูล ศึกษา และวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง
5. สร้างแนวโน้มทางแฟชั่น (trend) สำหรับงานวิจัยจากศึกษาแนวโน้มการแต่งกายประจำฤดูใบไม้ร่วง-ฤดูหนาว ค.ศ. 2014/2015 (Autumn-Winter 14/15) ประกอบกับการวิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน
6. สังเคราะห์ผลสรุปของงานวิจัยกับความต้องการกลุ่มเป้าหมาย แนวโน้มทางแฟชั่น และแรงบันดาลใจ เพื่อประมวลผลและนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
7. ออกแบบ ทดลองขึ้นต้นแบบ และผลิต
8. จัดแสดงผลงาน และเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคเพื่อประเมินผล
9. สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ



## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หลักการและวิธีการปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานด้วยเครื่องประดับเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอย และความหลากหลายทางด้านรูปแบบ
2. การเพิ่มแนวทางและประโยชน์ใช้สอยร่วมกันระหว่างเครื่องประดับและเครื่องแต่งกาย
3. การนำเสนอต้นแบบการสร้างความแตกต่างให้กับเครื่องแต่งกายในลักษณะการผสมผสานประโยชน์ร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่น ซึ่งสามารถศึกษาเป็นองค์ความรู้ต่อไปได้

## คำจำกัดความ

การแต่งกาย	การแสดงตัวตน รสนิยม ฐานะ และ ความคิดของบุคคลผ่านเครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ
การปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกัน	การปรับเปลี่ยนร่วมกันระหว่างเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับเพื่อให้เกิดความหลากหลายทางด้านรูปแบบและการใช้สอย
เครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน	เครื่องแต่งกายสำหรับโอกาสพิเศษ และสวมใส่สำหรับการเข้าร่วมงานเลี้ยงรูปแบบต่างๆ
เครื่องประดับ	สิ่งที่มีหน้าที่หลักในการประดับตกแต่ง ตั้งอยู่บนความพึงพอใจ จินตนาการและเกี่ยวข้องกับจิตใจของผู้สวมใส่เป็นสำคัญ มีความสัมพันธ์ต่อส่วนของร่างกาย หรือเครื่องแต่งกาย ไม่จำกัดรูปแบบ วัสดุ วิธีการ รวมถึงตำแหน่งที่ประดับบนร่างกายและเครื่องแต่งกาย โดยงานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นเครื่องประดับสำหรับการแต่งกายเป็นสำคัญ

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยการออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมและศึกษาบทความและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำเสนอได้ตามลำดับ ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนงานวิจัย

##### 1.1 เครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน

1.1.1 ประเภทของเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน

1.1.2 การตกแต่งของเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน

##### 1.2 เครื่องประดับ

1.2.1 ความหมายของเครื่องประดับ

1.2.2 ความเป็นมาและความสำคัญของเครื่องประดับ

1.2.3 การจำแนกประเภทของเครื่องประดับ

#### ส่วนที่ 2 หลักการสำคัญที่เป็นแนวทางของปัญหางานวิจัย

##### 2.1 การปรับเปลี่ยนรูปแบบ

2.1.1 ความหมายและหลักการของการปรับเปลี่ยนรูปแบบ

2.1.2 วิธีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ

2.1.3 การปรับเปลี่ยนในเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ

2.1.4 ส่วนประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยน

##### 2.2 ข้อมูลสนับสนุนแนวทางของงานวิจัย

2.2.1 เครื่องประดับที่มีบทบาทในการก่อรูปและจัดเครื่องแต่งกาย

2.2.2 เครื่องแต่งกายในยุคกรีกที่ใช้เครื่องประดับในการก่อรูป

#### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลหลักของงานวิจัย

3.1 สรุปการปรับเปลี่ยนและผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

3.2 การวิเคราะห์สรุปเครื่องแต่งกายยุคกรีกและวิธีการปรับเปลี่ยนที่เกี่ยวข้อง

3.3 สรุปตำแหน่งการเกาะยึดร่างกาย

3.4 การวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องร่วมกัน

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนงานวิจัย

ในส่วนนี้กล่าวถึงข้อมูลโดยทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานและเครื่องประดับ ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานหลักสำหรับงานวิจัยฉบับนี้นำเสนอตามลำดับ ดังนี้

### 1.1 เครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน

#### 1.1.1 ประเภทของเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน

เครื่องแต่งกายสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท<sup>1</sup> คือ เครื่องแต่งกายสำหรับทำงาน (Business Wear) เครื่องแต่งกายลำลอง (Casual Wear) และเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน (Party Wear) แต่ในงานวิจัยฉบับนี้จะมุ่งทำการศึกษ เฉพาะเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน ซึ่งสามารถจำแนกประเภท ได้ดังนี้<sup>2</sup>

##### (1) เครื่องแต่งกายออกงานแบบลำลอง (Casual Party Wear/Day dress)

เครื่องแต่งกายสำหรับออกงานแบบลำลองเหมาะสมสำหรับงานกลางวันและกลางคืน นิยมลักษณะของชุดสั้น สวมใส่สบาย ที่มีสีสดใส และไม่ต้องการความเป็นทางการ รูปแบบของเครื่องแต่งกายขึ้นอยู่กับรูปแบบงานเลี้ยง อาจเป็นชุดที่เรียบง่าย หรือเป็นชุดที่มีรายละเอียดทั้งสีสดใสและลวดลายขึ้นอยู่กับความต้องการและบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคล ซึ่งสามารถสวมใส่ได้ทั้งกระโปรงหรือกางเกง



รูปที่ 2.1 เครื่องแต่งกายสำหรับออกงานกึ่งลำลอง

ที่มา : <http://www.shopstyle.com>

##### (2) เครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์ (Cocktail Party Wear)

โดยทั่วไปงานเลี้ยงแบบนี้มักจะเป็นช่วงเวลาหลัง 17.00 น. เป็นต้นไป มีทั้งรูปแบบทางการและไม่เป็นทางการ เครื่องแต่งกายจะดูพิเศษขึ้นจากงานเลี้ยงตอนกลางวัน ทั้งเนื้อผ้าและรายละเอียด อาจมีการปักเลื่อม ลูกไม้ ลูกบิด มีระบาย การจับเดรปให้ดูโดดเด่นขึ้น หรือบางงานอาจจะเน้นที่สีสดใสและรูปแบบที่สนุกสนานมากขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบของงาน เนื่องจากเป็นงานที่เริ่มตั้งแต่ช่วงเย็น เป็นต้นไป ลักษณะของชุดและเครื่องประดับอาจมีการเล่นแสงให้ดูน่าสนใจ

<sup>1</sup> พัดชา อุทิศวรรณกุล, *Fashion and Merchandise* (กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554).

<sup>2</sup> Christine Bartsch, "Type of Party Dresses ", [http://www.ehow.com/list\\_7302388\\_types-party-dresses.html#ixzz2YE3KuY13](http://www.ehow.com/list_7302388_types-party-dresses.html#ixzz2YE3KuY13) (accessed 6 July 2013).



รูปที่ 2.2 เครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์  
ที่มา : <http://www.shopstyle.com>

### (3) เครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงทางการ (Formal Party wear/Blacktie attire)

งานเลี้ยงทางการจะมีบัตรเชิญอย่างเป็นทางการ หรือมีการเรียนเชิญเฉพาะเจาะจงเป็นบุคคลไปต่างจากงานเลี้ยงในลักษณะที่เปิดให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าร่วมได้ เครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงชนิดนี้ต้องการความเหมาะสมกับกาลเทศะเป็นสำคัญ เนื่องจากมีแขกผู้ใหญ่ หรือคนสำคัญเข้าร่วม เครื่องแต่งกายจึงนิยมชุดยาวที่มีความประณีต หรือหากเป็นชุดสั้นโดยทั่วไปจะเป็นเครื่องแต่งกายที่สุภาพและส่งเสริมความสง่างามแก่ผู้สวมใส่ มีความพิถีพิถันในการตัดเย็บ มีรูปแบบและสีสันทันที่เหมาะสมกับลักษณะงานและตัวตนของผู้สวมใส่



รูปที่ 2.3 เครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงทางการ  
ที่มา : <http://www.shopstyle.com>

#### 1.1.2 การตกแต่งเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน

การตกแต่งเครื่องแต่งกายเป็นส่วนที่ทำให้เครื่องแต่งกายมีจุดเด่นและความน่าสนใจ มีความสำคัญในการสร้างลักษณะเฉพาะให้กับเครื่องแต่งกาย รวมทั้งใช้ในการปกปิดข้อบกพร่องของสรีระร่างกายได้ด้วยเช่นกัน โดยทั่วไปวิธีตกแต่งเครื่องแต่งกายมี 3 วิธี<sup>3</sup> ได้แก่

(1) การใช้เครื่องประดับสวมใส่เพิ่มเติมจากเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับช่วยสร้างความโดดเด่นและเพิ่มความหลากหลายให้กับการแต่งกาย และให้ผู้สวมใส่สามารถมีส่วนร่วมออกแบบภาพลักษณ์ของการแต่งกายได้ด้วยตนเอง ซึ่งเครื่องประดับบางชิ้นนอกจากช่วยส่งเสริมการแต่งกายแล้ว ยังมีความสัมพันธ์กับจิตใจและช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้สวมใส่

<sup>3</sup> เสาวลักษณ์ คงคาอุยฉาย, ศิลปการตกแต่งเสื้อผ้า (กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2549).



รูปที่ 2.4 ภาพเครื่องประดับ รูปที่ 2.5 ภาพเครื่องประดับ

ที่มา : <http://modera.co/blog/jewelry-fashion-trends/> และ <http://www.globalfashionreport.com/>

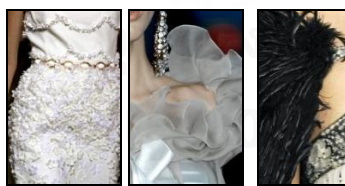
(2) การทำส่วนใดส่วนหนึ่งของโครงเสื้อให้น่าสนใจ เช่น กระเป๋าก ปก การเดินตะเข็บ การตีเกล็ด จับส้อมัก เป็นต้น ส่วนเหล่านี้มีหน้าที่และความเกี่ยวข้องโดยตรงต่อโครงสร้างเครื่องแต่งกาย สำหรับความเหมาะสมในการเลือกส่วนใดมาเพิ่มความน่าสนใจ ควรดูจากลักษณะรูปแบบและความต้องการของผู้สวมใส่เป็นหลัก ซึ่งผู้ตัดเย็บจะต้องมีความชำนาญและความเข้าใจต่อโครงสร้างเครื่องแต่งกายเป็นอย่างดี



รูปที่ 2.6 การทำโครงเสื้อให้น่าสนใจ

ที่มา : <http://www.themoderncool.com/haute-couture-the-detail-part-2/>

(3) การใช้วัสดุติดเพิ่มไปกับตัวเสื้อ เช่น ติดลูกไม้ ติดโบ การปักลวดลายต่างๆ ติดเลื่อม เป็นต้น ส่วนเหล่านี้เป็นสิ่งที่นำมาประกอบเพิ่มเติมหลังจากการตัดเย็บ ไม่ได้มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อโครงสร้าง แม้อาจเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องแต่งกายแต่หากขาดไปก็ไม่มีผลทำให้เครื่องแต่งกายเสียรูปทรง แต่อาจมีผลทำให้เครื่องแต่งกายมีความโดดเด่นน้อยลง



รูปที่ 2.7 การประดับด้วยวัสดุที่ติดลงบนตัวเสื้อ

ที่มา : <http://www.themoderncool.com>



รูปที่ 2.8 วัสดุสำหรับตกแต่ง

ที่มา : <http://www.love-craft.co.uk/trimmings/lace.html>

อย่างไรก็ตามเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานในปัจจุบันมีความหลากหลาย เนื่องจากความอิสระของรูปแบบงาน และความเฉพาะตัวของบุคคลที่มีสูงขึ้นตามลำดับ ซึ่งการพิจารณาหาเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานที่เหมาะสมจึงควรพิจารณาที่กาลเทศะเป็นสำคัญ ในขณะเดียวกันรูปแบบ วัสดุและสีสันท้องเหมาะสมต่อผู้สวมใส่ทั้งบุคลิกลักษณะ และสรีระด้วยเช่นกัน

## 1.2 เครื่องประดับ

### 1.2.1 ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องประดับ

จากการค้นคว้าของผู้วิจัยพบว่าความหมายและแนวคิดของเครื่องประดับถูกตีความแตกต่างกันตามความคิดของศิลปินและผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องประดับ แม้ไม่ได้มีการระบุความหมายที่ชัดเจนตรงกันทั้งหมด แต่แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจไปในทิศทางทิศทางเดียวกัน ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมความหมายและแนวคิด ได้ดังนี้

โรเบิร์ต วอน นูแมนน์ (Robert Von Neumann) ผู้แต่งหนังสือเดอะ ดีไซน์ แอนด์ ครีเอชัน ออฟจิวเวลรี่ (The Design and Creation of Jewelry) กล่าวว่า “เครื่องประดับมีลักษณะเฉพาะที่ต่างจากงานศิลปะอื่นๆ คือ มีหน้าที่การประดับตกแต่งเป็นหน้าที่หลัก และมีความอิสระของการทดลองที่มากกว่างานศิลปะแขนงอื่น”<sup>4</sup>

ซิลเวีย วิคส์ (Sylvia Wicks) ผู้แต่งหนังสือจิวเวลรี่ เมกกิง แมนนวล (Jewelry Making Manual) กล่าวว่า “เครื่องประดับ คือ สิ่งที่สวยงามได้อย่างมีลักษณะเฉพาะ สามารถทำจากวัสดุใดก็ได้ และสามารถเกิดจากการทดลองค้นหาวิธีการใหม่ได้ ไม่ใช่แค่เพียงวัตถุที่จะต้องคำนึงถึงวัสดุและสถานะการตกแต่งแบบเดิมอีกต่อไป”<sup>5</sup>

ออปปี อันทรากท์ (Oppi Untracht) ผู้แต่งหนังสือจิวเวลรี่ คอนเซปต์ แอนด์ เทคโนโลยี (Jewelry Concept and Technology) กล่าวว่า “เครื่องประดับเป็นงานที่ละเอียดอ่อนเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในตัวมนุษย์ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการต้องการและความพึงพอใจของมนุษย์ มีความสัมพันธ์กับร่างกายมนุษย์ ขนาดและสัดส่วนต้องคำนึงถึงมิติของร่างกายหรือเครื่องแต่งกาย บุคคลสามารถปลดปล่อยจินตนาการและตัวตนผ่านเครื่องประดับ ในสังคมร่วมสมัยเครื่องประดับจึงไม่ได้ใช้เพียงแสดงความอำนางของความร่ำรวยเท่านั้น แต่เครื่องประดับสามารถเปิดกว้างและเป็นสากลมากขึ้นตามไปด้วย”<sup>6</sup>

ปีเตอร์ โดร์เมอร์ (Peter Dormer) และ ราล์ฟ เทอร์เนอร์ (Ralph Turner) ผู้แต่งหนังสือเดอะ นิว จิวเวลรี่ เทรนด์ พลัส เทรดิชัน (The New Jewelry : Trends + Traditions) กล่าวว่า “เครื่องประดับ คือ ศิลปะการตกแต่งประดับประดา หรืออะไรก็ตามที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้สวมใส่และผู้พบเห็น”<sup>7</sup>

อาจารย์ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์ อาจารย์ประจำภาควิชาออกแบบเครื่องประดับ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้กล่าวถึงไว้ในหนังสือจิวเวลรี่ อาร์ต แอนด์ ดีไซน์ เจอร์นอล (Jewelry Art & Design Journal) เกี่ยวกับเครื่องประดับว่า “เครื่องประดับไม่ใช่แค่แหวน สร้อยคอ หรือกำไลเท่านั้น หากแต่เป็นศาสตร์ศิลปะชนิดหนึ่งที่ใช้สื่อความคิดของผู้สร้างสรรค์และสร้างความอิมเมจให้แก่ผู้ครอบครองหรือผู้พบเห็น”<sup>8</sup>

<sup>4</sup> Robert Von Neumann, *The Design and Creation of Jewelry* (Pa.: Chilton, 1983).

<sup>5</sup> Sylvia Wicks, *Jewellery Making Manual* (London: Quill Publishing Limited, 2001).

<sup>6</sup> Oppi Untracht, *Jewelry Concepts and Technology* (N. J.: Doubleday, 1985).

<sup>7</sup> Peter Dormer and Ralph Turner, *The New Jewelry : Trends + Traditions* (New York: Thames and Hudson, 1994).

<sup>8</sup> คณาจารย์จากมหาวิทยาลัยศิลปากรและอื่นๆ.

จากข้อมูลตามที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายและแนวคิดของเครื่องประดับได้ว่า เครื่องประดับ เป็นงานศิลปะของการประดับตกแต่ง มีความสัมพันธ์ต่อร่างกายหรือเครื่องแต่งกาย มีความอิสระทางด้านรูปแบบ วัสดุ วิธีการ รวมถึงตำแหน่งการสวมใส่ ตั้งอยู่บนพื้นฐานความพึงพอใจ จินตนาการและเกี่ยวข้องกับจิตใจของผู้สวมใส่และอาจสร้างความประทับใจต่อผู้พบเห็น

### 1.2.2 ความเป็นมาและความสำคัญของเครื่องประดับ

มนุษย์ให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของตนเองโดยการแสดงออกทางกิริยา วาจา และรูปลักษณ์ภายนอก การประดับตกแต่งเป็นการแสดงออกทางหนึ่งที่อยู่คู่กับมนุษย์ และมีวิวัฒนาการมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

ในสมัยโบราณยุคอียิปต์ประมาณ 2000 ปีก่อนคริสต์ศักราช ลักษณะของการประดับตกแต่งร่างกาย ใช้วิธีสัก (Tattoo) หรือการเขียนสีบนผิวหนัง ซึ่งความหมายเกี่ยวกับการทำเครื่องหมายจารึกส่วนใหญ่จะสัมพันธ์กับความเชื่อทางอภินิหาร และศาสนา ต่อมาใช้สำหรับการตกแต่งเพื่อความงาม และได้กลายเป็นศิลปะที่อยู่ในความนิยมจนกระทั่งช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง<sup>9</sup>

ส่วนการแต่งกายด้วยวัตถุ เครื่องประดับมีความเป็นมาและความเก่าแก่ที่สุดอย่างหนึ่งในบรรดาโบราณวัตถุที่มนุษย์ทำขึ้น<sup>10</sup> ตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ เครื่องประดับในสมัยนั้นเกิดขึ้นจากการเรียนรู้และความเชื่อ มักเป็นเครื่องประดับประเภทร้อย<sup>11</sup> ใช้การประดิษฐ์ขึ้นอย่างง่าย วัสดุหาได้จากรอบตัวทั้งกระดูกสัตว์และเปลือกหอย เป็นต้น

ในระยะต่อมาเมื่อมนุษย์เรียนรู้เกี่ยวกับหินมีค่า สามารถนำมาขัดเจียรระไนให้สวยงาม จึงมีการนำทับทิมและหยก มาดัดแปลงเพื่อตกแต่งร่างกาย และการเรียนรู้เกี่ยวกับการหลอมโลหะทำให้เกิดเครื่องประดับที่ทำจากสำริด เงิน และทองคำ เครื่องประดับจึงงดงามและซับซ้อนมากขึ้น นอกจากนี้หน้าที่ในการประดับเครื่องประดับในยุคโบราณยังมีความเกี่ยวข้องต่อจิตใจและมีความเชื่อเรื่องการปกป้องคุ้มครอง นอกจากนี้เครื่องประดับยังเป็นสิ่งสำคัญที่ถูกใช้แสดงออกถึงความมั่งคั่ง

อย่างไรก็ตามเครื่องประดับมีรูปแบบและลักษณะเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยเช่นกัน เช่น ยุคกลาง เครื่องประดับถูกผลิตขึ้นตามความเชื่อและความเคร่งครัดของศาสนา วัสดุทำจากโลหะมีค่าและหินที่เกี่ยวกับโชคลางและการปกป้อง ต่างจากยุคอ็อกโคโคเครื่องประดับทำจากวัสดุมีค่าอัญมณีเจียรระไนที่แวววาว มีขนาดใหญ่ มีรายละเอียด และการตกแต่งมากกว่ายุคอื่นๆ ความหรูหราอลังการของยุคนี้ ในยุคต่อมากลับมองดูว่ามีลักษณะที่ฟุ่มเฟือยและเกินพอดี ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าความนิยมและทัศนคติของผู้คนในแต่ละยุคมีผลต่อรูปลักษณ์ของเครื่องประดับ ทำให้แต่ละยุคจึงมีรูปแบบเครื่องประดับที่มีความเฉพาะ ซึ่งมีวิวัฒนาการสืบมาจนถึงปัจจุบัน

จากข้อมูลทางประวัติศาสตร์เครื่องประดับเริ่มมาจากการงานฝีมือที่ผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองต่อชนชั้นสูง เนื่องจากอำนาจและสภาพทางเศรษฐกิจ งานเครื่องประดับในสมัยนั้นจึงทำจากวัสดุมีค่า ในยุคสมัยต่อมา การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดการผลิตแบบมวลรวม (Mass production) และการพัฒนาวัสดุใหม่ที่มีราคาถูกลง เช่น พลาสติก เรซิน โฟม เป็นต้น เครื่องประดับในปัจจุบันจึง

<sup>9</sup> วรรณรัตน์ อินทร์อ่ำ.

<sup>10</sup> บ้านจอมยุทธ, 2556. "การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการของการใช้เครื่องประดับในแต่ละยุคสมัย." [http://www.baanjommyut.com/library\\_2/history\\_of\\_costume/05.html](http://www.baanjommyut.com/library_2/history_of_costume/05.html) (accessed 24 สิงหาคม 2556).

<sup>11</sup> จาริยา โกลิยตระกูล, ประวัติศาสตร์ศิลปะและการออกแบบศิลปะเครื่องประดับ (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2550).

อิสระเป็นอย่างมาก มีการผสมผสานวัสดุที่แตกต่างกันในงานเครื่องประดับได้อย่างไม่จำกัด ก่อให้เกิดความหลากหลาย และไม่ต้องอิงอยู่กับมูลค่าของวัสดุอีกต่อไป โดยหันมาให้ความสำคัญกับ แนวคิด การออกแบบ และความสัมพันธ์ต่อผู้สวมใส่ เครื่องประดับในปัจจุบันจึงมีความงดงามสมบูรณ์ในตัวเอง

ความสำคัญและหน้าที่ของเครื่องประดับอาจไม่สามารถระบุได้ชัดเจนเหมือนเครื่องแต่งกายหรือของใช้อื่นๆ แต่สามารถเห็นได้ว่าเครื่องประดับใช้สำหรับประดับตกแต่ง ใช้ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ และใช้เป็นสื่อสัญลักษณ์ ทั้งนี้เครื่องประดับมักถูกเข้าใจว่ามีหน้าที่สำหรับการประดับร่างกายหรือส่งเสริมการแต่งกายเพียงเท่านั้น แต่ความจริงแล้วเครื่องประดับสามารถบอกเล่าประวัติศาสตร์และใช้เป็นเครื่องสื่อสารวัฒนธรรมของสังคมและผู้สวมใส่ได้ ทั้งยังใช้แสดงออกถึงความเชื่อ การสักการบูชาฐานะทางเศรษฐกิจ ยศตำแหน่ง และตัวตน โดยในงานเครื่องประดับที่สร้างโดยศิลปินยังสามารถใช้เป็นพื้นที่ในการแสดงออกของพวกเขาได้อีกด้วย

### 1.2.3 การจำแนกประเภทของเครื่องประดับ

เครื่องประดับสามารถจำแนกประเภทออกได้หลากหลายตามปัจจัยที่นำมาใช้เป็นเกณฑ์ เช่น รูปแบบ มูลค่า และวัสดุ เป็นต้น ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้จำแนกเครื่องประดับตามความหมายและภาพลักษณ์ และตามประเภทการสวมใส่

#### 1.2.3.1 การจำแนกประเภทตามความหมายและภาพลักษณ์

ตามความหมายและภาพลักษณ์ แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท<sup>12</sup> ดังนี้

##### (1) เครื่องประดับตามประเพณี (Traditional Jewelry)

เครื่องประดับตามประเพณีเป็นเครื่องประดับแบบดั้งเดิม กรรมวิธีการผลิต รูปแบบ และวัสดุแตกต่างกันไปตามชนชาติ วัฒนธรรม พื้นที่อยู่อาศัย และสังคม เป็นสิ่งที่บรรพบุรุษถ่ายทอดสู่ลูกหลาน ดังนั้นจึงมีเรื่องราวและความเป็นมาทางประวัติศาสตร์แฝงอยู่ จุดเด่นของเครื่องประดับตามประเพณี คือ สามารถบอกได้ถึงเอกลักษณ์ของรากเหง้าต้นกำเนิดความเป็นพื้นถิ่นได้

##### (2) เครื่องประดับแท้ (Fine Jewelry)

เครื่องประดับแท้ทำจากวัสดุที่มีมูลค่าสูง ประเภทโลหะ เช่น ทอง ทองคำขาว เป็นต้น หรือประเภทอัญมณี เช่น เพชร ทับทิม ไพลิน มรกต เป็นต้น ซึ่งคุณค่าของเครื่องประดับเหล่านี้จะให้ความสำคัญที่ตัววัสดุเป็นสำคัญ มีมูลค่าต่อการลงทุน โดยรูปแบบอาจหรูหรา อลังการ เรียบง่าย หรือคลาสสิกก็เป็นได้

##### (3) เครื่องประดับเพื่อการแต่งกาย (Costume & Fashion Jewelry)

เครื่องประดับเพื่อการแต่งกายมักเป็นเครื่องประดับเทียมไม่เน้นมูลค่าของวัสดุ ใช้วัสดุที่มีราคาไม่สูง เช่น เงิน ทองเหลือง พลอยเนื้ออ่อน หรือบางครั้งอาจทำจากวัสดุเทียม เนื่องจากการใช้วัสดุที่ไม่เน้นมูลค่า การสร้างสรรค์จึงสามารถทำได้อย่างเต็มที่ เกิดเป็นรูปแบบที่น่าสนใจ แปลกตาและมีสีสันมากกว่าเครื่องประดับแท้ ซึ่งนิยมนำมาใช้เป็นเครื่องประดับในเชิงแฟชั่น (Fashion Jewelry) ซึ่งมักจะหมุนเวียนเปลี่ยนเร็วตามกาลเวลา โดยใช้ในการนำเสนอและส่งเสริมแนวความคิดของเครื่องแต่งกาย

<sup>12</sup> คณาจารย์จากมหาวิทยาลัยศิลปากรและอื่นๆ.



#### (4) เครื่องประดับเชิงศิลปะ (Art jewelry/Conceptual jewelry)

จากคำกล่าวของอาจารย์รสขง ไตรสุริยธรรมมา อาจารย์คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร “เครื่องประดับเชิงศิลปะ คือ วัตถุหรือเรื่องราวที่แสดงออกถึงความงามอาจมีที่มาจากความเชื่อ หรือ ความพึงพอใจในสุนทรียะบางประเภทที่มีความเกี่ยวข้องเกี่ยวข้องกับร่างกายมนุษย์”<sup>13</sup> รูปแบบของ เครื่องประดับประเภทนี้มีความอิสระมาก ทำจากวัสดุประเภทใดก็ได้ เน้นการแสดงออกของศิลปิน และนักออกแบบ ซึ่งทำให้เครื่องประดับเชิงศิลปะมีความเฉพาะตัวสูง และไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อการ จำหน่ายเป็นหลัก อาจสวมใส่ได้จริงหรือไม่ก็ได้ บางครั้งอาจไม่ปรากฏเป็นรูปธรรม หรือไม่มีความ ถาวร ผู้ที่ชื่นชอบจะอยู่ในกลุ่มคนที่นิยมชมชอบในผลงานหรือตัวศิลปินอย่างแท้จริง อย่างไรก็ตาม เครื่องประดับแนวนี้อาจหมายรวมถึงเครื่องประดับร่วมสมัย (Contemporary Jewelry) ซึ่ง แสดงความร่วมมือผ่านมุมมองที่แตกต่างกันของศิลปิน

อย่างไรก็ตามเครื่องประดับที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยฉบับนี้ คือ เครื่องประดับเพื่อการแต่งกาย ซึ่ง เน้นหน้าที่ด้านการประดับตกแต่งต่อร่างกายและเครื่องแต่งกายเป็นสำคัญ เป็นการแสดงออกทาง กายภาพ นอกจากนี้เครื่องประดับของงานวิจัยมีหน้าที่เพิ่มเติม คือ เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการ ปรับเปลี่ยนรูปแบบเครื่องแต่งกาย เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในการสร้างความ หลากหลายให้กับเครื่องแต่งกาย

##### 1.2.3.2 การจำแนกประเภทตามการสวมใส่

เครื่องประดับสามารถสวมใส่ได้ทุกส่วนของร่างกายขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ผู้สร้างงาน หรือศิลปิน ซึ่งตำแหน่งของเครื่องประดับมีผลต่อการส่งสารถึงผู้สวมใส่ หรือผู้พบเห็นเช่นกัน เครื่องประดับ สามารถแยกตามการสวมใส่ได้<sup>14</sup> ดังนี้

##### (1) ต่างหู (Earrings) และเครื่องประดับหู

ต่างหูจัดเป็นเครื่องประดับที่เกิดขึ้นตั้งแต่ยุคโบราณ กรีก โรมัน ในหลากหลายวัฒนธรรมใช้ ขนาดของต่างหูแสดงออกถึงความร่ำรวย สถานะทางสังคม อย่างไรก็ตามในบางครั้งหาก เครื่องประดับหูมีความหนักมาก อาจประดับลงมาจากผมหรือศีรษะแทน แต่มีส่งผลต่อการประดับ ประดาบริเวณหู บางครั้งอาจสวมใส่ครอบหลังหูเพื่อตกแต่งบริเวณรอบหูได้เช่นกัน เครื่องประดับหูจะ ส่งเสริมใบหน้าและสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายเนื่องจากอยู่ในระดับสายตา ซึ่งขนาด รูปแบบ และวัสดุนั้น สามารถอิสระได้ตามจินตนาการของผู้สร้างงาน

##### (2) สร้อยคอ (Necklace) และเครื่องประดับคอ

สร้อยคอหรือเครื่องประดับคอ มีต้นกำเนิดมาแต่โบราณในยุคแรกเริ่มทำจากเปลือกหอย กระดุกสัตว์ เป็นต้น ต่อมาจึงเริ่มมีการใช้หินและโลหะ ซึ่งแพร่หลายมากเห็นได้ชัดจากยุคอียิปต์และ โรมัน สวมใส่ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ใช้แสดงออกถึงอำนาจ ความกล้าหาญ หรือความร่ำรวย อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน เครื่องประดับคอมีความหลากหลายมาก ทั้งรูปแบบสร้อยห้อยกับจี้หรือ ล็อกเกต (Chain with Pendant or Locket) รูปแบบสร้อยคอ (Necklace) รูปแบบสร้อยสวมติด ลำคอ (Choker) รูปแบบปลอกคอหรือปก (Collar) รูปแบบวงแหวน (Neck Ring) ซึ่งลักษณะต่างๆ และวิธีการสวมใส่อยู่ที่ผู้สร้างงานกำหนด

<sup>13</sup> Ibid.

<sup>14</sup> Amanda Mansell, *Adorn New Jewelry* (London: Laurence King Publishing Ltd., 2008).

## (3) เข็มกลัด (Brooch)

เข็มกลัดโดยแรกเริ่มมีหน้าที่เพื่อการกลัดติดเสื้อผ้า เช่น การกลัดเข็มกลัดบนผ้าในสมัยก่อนใช้แทนการตัดเย็บของเครื่องแต่งกายได้ ทุกวันนี้เข็มกลัดก็ยังคงเป็นเครื่องประดับชนิดเดียวที่มีหน้าที่การใช้งานในตัวเอง และนอกจากนี้เข็มกลัดยังเป็นเครื่องประดับที่ปราศจากข้อจำกัดในการเจาะจงตำแหน่ง เพราะสามารถอยู่ได้ทุกส่วนของเครื่องแต่งกาย ซึ่งปัจจุบันนอกจากการใช้งานตามหน้าที่แล้วเข็มกลัดยังใช้เพื่อประดับตกแต่ง หรือเป็นสื่อสัญลักษณ์ได้ด้วย

## (4) สร้อยข้อมือ กำไลข้อมือ และข้อเท้า (Bracelet, Bangle and Anklet)

สร้อยข้อมือและกำไลข้อมือในที่นี้หมายความรวมถึงเครื่องประดับที่ประดับส่วนแขน ข้อเท้า และน่องด้วย เครื่องประดับชนิดนี้จะอ้างอิงกับลักษณะของเส้นรอบวง เพราะเป็นเครื่องประดับที่มีลักษณะการล้อมรอบส่วนใดส่วนหนึ่ง มีทั้งแบบเปิดและแบบปิด ไม่จำกัดวัสดุและรูปแบบ

## (5) แหวน (Ring)

มือและนิ้วเป็นส่วนที่สามารถขยับเพื่อใช้ในการสื่อสารภาษาทางกาย รวมถึงใช้เป็นส่วนสำคัญในการแสดงและนำเสนอเครื่องประดับเช่นกัน แรกเริ่มในอดีตเครื่องประดับถูกประดับอยู่ที่คอและแขน ซึ่งต่อมาเครื่องประดับเหล่านั้นจึงได้ถูกพัฒนาและย่อขนาดมาเป็นเครื่องประดับนิ้ว หรือแหวน สามารถสวมใส่ประดับได้ทุกนิ้ว สัญลักษณ์ที่โดดเด่นของแหวนที่คนนิยมคือ ใช้สำหรับการแต่งงาน หรือการหมั้น ซึ่งได้รับแนวความคิดมาจากยุคโรมัน

## (6) เครื่องประดับร่างกายอื่นๆ (Body piece)

วิวัฒนาการของเครื่องประดับร่วมสมัย (Contemporary jewelry) ทั้งในด้านขนาดและวัสดุ ส่งผลให้ศิลปินได้ออกจากกรอบเครื่องประดับแบบเดิม และกล้าทดลองเครื่องประดับไปสู่พื้นที่อื่นของร่างกาย ความจริงแล้วเครื่องประดับตามส่วนอื่นของร่างกายมีลักษณะให้ได้พบเห็นบ้างในอดีต เช่น สร้อยที่พาดตกแต่งร่างกายในสมัยอียิปต์ การใส่โล่ยามออกสงครามในยุคกลาง เครื่องประดับตุ้ตตุ้ที่ห้อยกับเข็มขัดเพื่อใช้ห้อยสิ่งของเล็กๆ (Chatelain) เครื่องประดับหัวไหล่ในศตวรรษที่เจ็ด รวมทั้งเครื่องประดับศีรษะ ผม และหน้ากากที่พบเห็นได้ในหลายยุคสมัย เป็นต้น ลักษณะอาจออกมาคล้ายกับงานประติมากรรมที่ใช้ประดับเรือนร่าง โดยเฉพาะในงานเครื่องประดับประเภทเน้นการนำเสนอแนวคิดของศิลปิน และเครื่องประดับสำหรับการแต่งกายที่ใช้นำเสนอคอลเลกชันเครื่องแต่งกาย ซึ่งวัสดุ รูปแบบ ขนาดและการสวมใส่ ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ของของผู้สร้างงาน



รูปที่ 2.9 ผลงานคอมแพสชัน (Compassion) และเอ็นวี (Envy) โดยคาร์โรไลนา วาเลโจ (Carolina Vallejo)

ที่มา : หนังสือ Adorn new jewelry หน้า 229, 223



รูปที่ 2.10 ผลงานโรแมนซ์ (Romance) และไฟร์วิลล์ (Fireveil) โดยแอนนา คริสัน (Anna Claudia Crisan)

ตัวอย่างเครื่องประดับร่างกายแบบต่างๆ

ที่มา : หนังสือ Adorn new jewelry หน้า 234 ,224

อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าเครื่องประดับมีความอิสระมากทั้งรูปแบบ วัสดุและวิธีการสวมใส่ โดยแนวคิดของศิลปินและนักออกแบบจะเป็นตัวกำหนดลักษณะดังกล่าว ซึ่งผู้สวมใส่จะเลือกสวมใส่เครื่องประดับเนื่องจากความความพึงพอใจ และภาพลักษณ์ที่ต้องการสื่อสารเป็นหลัก และหากมีวัตถุประสงค์เพื่อการประดับตกแต่ง การเลือกเครื่องประดับควรมีความเหมาะสมทั้งด้านรูปทรง วัสดุ และสีต่อเครื่องแต่งกายและสัดส่วนร่างกาย และที่สำคัญ คือ ควรมีความเหมาะสมต่อโอกาส สถานที่ และบุคลิกลักษณะของผู้สวมใส่

## ส่วนที่ 2 หลักการสำคัญที่เป็นแนวทางของปัญหางานวิจัย

เนื้อหาส่วนนี้กล่าวถึงวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับหลักการ วิธีการและแนวทางของการปรับเปลี่ยนรูปแบบ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบ และส่วนที่สองเกี่ยวกับข้อมูลสนับสนุนแนวทางของงานวิจัย

### 2.1 การปรับเปลี่ยนรูปแบบ

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยน ได้แก่ ความหมาย หลักการ วิธีการ และส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนเพื่อศึกษา วิเคราะห์ และสามารถนำมาปรับใช้ได้ อย่างเหมาะสม นำเสนอได้ดังนี้

#### 2.1.1 ความหมายและหลักการของการปรับเปลี่ยนรูปแบบ

##### 2.1.1.1 ความหมายของการปรับเปลี่ยนรูปแบบ

การปรับเปลี่ยนรูปแบบมีความหมายค่อนข้างกว้างและแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมความเข้าใจเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบโดยทั่วไป ได้ดังนี้

แนวคิดแรก การปรับเปลี่ยนรูปแบบ คือ การกระทำที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพเพื่อสนับสนุนให้เกิดบทบาทหน้าที่ใหม่ หรือปรับปรุงบทบาทหน้าที่เดิมให้ดีขึ้น โดยระบบจะเป็นตัวทำหน้าที่การปรับเปลี่ยนและการระบุโครงสร้าง เป็นการปรับปรุงการใช้ระหว่างพื้นที่ว่างและวัสดุเพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกัน และเกิดการเปลี่ยนแปลงรูปร่าง<sup>15</sup>

แนวคิดที่สอง การปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นวิธีการที่อ้างอิงถึงการเปลี่ยนแปลงรูปร่าง รูปทรง หรือโครงสร้างไปสู่สิ่งที่แตกต่างโดยปราศจากการสูญเสีย มีจุดมุ่งหมายในการเพิ่มประโยชน์ กระตุ้นให้เกิดกระบวนการใหม่ รวมทั้งเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายใหม่<sup>16</sup>

จากแนวคิดทั้งสอง สรุปได้ว่าการปรับเปลี่ยนรูปแบบมีความเกี่ยวข้องกับระบบ หรือวิธีการปรับเปลี่ยน และการมีจุดประสงค์ในการเพิ่มประโยชน์ใช้สอยหรือบทบาทหน้าที่ใหม่ ซึ่งจะทำให้เกิดข้อดีต่อผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตและผู้บริโภคในด้านการใช้งาน และเกิดความประหยัด แต่อย่างไรก็ตามการปรับเปลี่ยนอาจมีข้อเสีย หากลักษณะการใช้งานมีความยุ่งยาก หรือบางครั้งผลิตภัณฑ์ที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้กลับมีราคาที่แตกต่างกันจากผลิตภัณฑ์เดิมเป็นอย่างมาก เนื่องจากต้องใช้ระบบที่มีกลไกซับซ้อนจึงส่งผลเสียต่อด้านต้นทุนและราคา

<sup>15</sup> Jason Weaver and and others, "Transformation Design Theory: A Meta-Analogical Framework," *Journal of computing and information Science In Engineering* 10, no. September (2010).

<sup>16</sup> Ingrid Loscheck, *When Clothes Become Fashion : Design and Innovative System* (New York: Berg, 2009).

### 2.1.1.2 หลักการของการปรับเปลี่ยนรูปแบบ (Principle)

การกำหนดการปรับเปลี่ยนรูปแบบอยู่ในรูปของคู่มือการกระทำที่ตรงข้ามกัน ซึ่งในการปรับเปลี่ยนรูปแบบหนึ่งๆจะอยู่ในหลักการ 3 หลักการ<sup>17</sup> ดังนี้

(1) การแผ่อกและการเก็บเข้า (Expand and Collapse) เป็นการเปลี่ยนแปลงวัตถุในด้าน การเพิ่มและลดปริมาณ ขนาด พื้นที่ หรือรูปทรงตามแกน ระนาบหรือในระบบสามมิติ

(2) การเปิดเผยและการปกปิด (Expose and Cover) เป็นการเปลี่ยนหน้าที่การทำงานจาก หน้าที่หนึ่งไปสู่อีกหน้าที่หนึ่ง

(3) การรวมและการแยก (Fuse and Divide) เป็นการนำเอาอุปกรณ์หรือวัตถุที่มีหน้าที่การทำงานเดียวมาทำให้กลายเป็นอุปกรณ์หรือวัตถุที่มีการใช้งานอเนกประสงค์ (การใช้งานตั้งแต่สอง อย่างเป็นต้นไป) ในทางกลับกันอาจหมายถึง การรวมกันอุปกรณ์อเนกประสงค์ที่มีหน้าที่แตกต่างกัน และสามารถแยกเป็นชิ้นออกไปใช้งานได้

### 2.1.2 วิธีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ

ในงานวิจัยนี้รวบรวมการปรับเปลี่ยนรูปแบบที่สามารถตอบสนองต่อหลักการทั้งสามดังที่กล่าว แล้วข้างต้น ซึ่งทั้งหมดจะเป็นวิธีการที่เกิดจากการประดิษฐ์คิดค้นโดยมนุษย์<sup>18</sup> และสามารถทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลงระหว่างรูปร่างใหม่และรูปร่างเดิมกลับคืนได้โดยไม่เกิดการเสียหายต่อผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาการใช้หลักการทั้งแบบตรงตัวและแบบตรงข้าม เช่น การยืด-การปลด การพับ-การคลี่ เป็นต้น

ตารางที่ 2.1 วิธีการปรับเปลี่ยน

กรรมวิธี	คำอธิบาย	ภาพประกอบ
การรวบยัด (Stress)	วิธีการพื้นฐานของการแปลงรูปร่าง ในแง่ของ การบีบอัด และทางตรงข้ามกัน คือ การแผ่ขยาย วิธีการม้วนยัดนี้เป็นการกระทำต่อวัตถุให้เกิดการ รวมกันแน่นเป็นกลุ่มก้อน ซึ่งหากปลดออกก็จะคลี่ กลับสภาพเดิม	 รูปที่ 2.11 การรวบยัด ที่มา : หนังสือ Collapsible
การพลิกกลับ ด้าน (Flip)	การเปลี่ยนบทบาทการทำงานบนพื้นฐานของ การเปลี่ยนแนวทิศทางการวางตัวซึ่งก่อให้เกิดหน้าที่ การใช้งานที่เปลี่ยนไป เช่น รถเด็กเล่นที่ออกแบบให้ สามารถพลิกกลับแล้วกลายเป็นเก้าอี้โยกสำหรับเด็ก	 รูปที่ 2.12 การพลิกกลับด้าน ที่มา : www.inhabitots.com
การทบแบบพัด (Fanning)	วิธีการพับทบและแผ่อกแบบต่อเนื่องเหมือน พัด นิยมใช้กับวัตถุที่มีผิวมีระนาบค่อนข้างแบน สามารถควบคุมรัศมี หรือทิศทางของการแผ่อกได้ ตามองศาและความยาวที่ต้องการ	 รูปที่ 2.13 การทบแบบพัด ที่มา : หนังสือ Collapsible

<sup>17</sup> Weaver and others, "Transformation Design Theory: A Meta-Analogical Framework."

<sup>18</sup> Per Mollerup, *Collapsibles a Design Album of Space-Saving Objects* (NewYork: Thames&Hudson, 2006).

กรรมวิธี	คำอธิบาย	ภาพประกอบ
การม้วนขด (Rolling/Coil)	การเปลี่ยนรูปโดยการย่อขนาดเข้าหาจุดศูนย์กลาง อย่างต่อเนื่อง ใช้ได้กับวัสดุหลากหลาย ทั้งยาง พลาสติก กระดาษ ผ้า เป็นต้น	 <p>รูปที่ 2.14 การม้วนขด ที่มา : หนังสือ Collapsible</p>
การใช้บานพับ และ การยึดจุดหมุน (Hinging)	บานพับเป็นส่วนที่ใช้กับสำหรับการเปิดปิดหรือพลิกไปมา เกิดจากการประกอบบริเวณรอยพับหรือรอยต่อ ตัวอย่าง ได้แก่ บานประตู ขาแว่นตา เป็นต้น และอีกแบบหนึ่ง คือ การยึดจุดหมุน ให้วัตถุสามารถหมุนรอบจุดหมุนได้ ซึ่งสามารถออกแบบจุดยึดตามตำแหน่งได้เอง จะเกิดเป็นลักษณะการพับหุบที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับรูปแบบและการใช้งาน	 <p>รูปที่ 2.15 การใช้บานพับ และการยึดจุดหมุน ที่มา : หนังสือ Collapsible</p>
การยืดหด (Bellows)	ลักษณะวิธีการคล้ายเครื่องปั๊มลมในอดีต เหมาะกับทั้งวัสดุที่มีความยืดหยุ่นและวัสดุคงรูป หลักสำคัญคือ มีความต่อเนื่องและมีทิศทางของการพับซ้อนกัน (Pleated) อย่างเป็นระเบียบ	 <p>รูปที่ 2.16 การยืดหด ที่มา : หนังสือ Collapsible</p>
การประกอบ (Assembling)	การนำส่วนต่างๆแต่ละส่วนมาต่อเพื่อขึ้นรูปตามตำแหน่งและวิธีการที่เหมาะสม ซึ่งสามารถรื้อออกแยกส่วนได้ การประกอบเป็นได้ทั้งรูปแบบสองมิติ (2D) และสามมิติ (3D) และเป็นได้ทั้งการประกอบอย่างอิสระ หรือมีแบบแผน	 <p>รูปที่ 2.17 การประกอบ ที่มา : หนังสือ Collapsible</p>
การพับ (Folding)	การพับเป็นวิธีการที่ใช้ในการเปลี่ยนรูปร่างโดยทั่วไป มีขั้นตั้งแต่แบบง่ายไปจนถึงซับซ้อน และแบบกำหนดรูปแบบตายตัว หรือทำได้อย่างอิสระ ก่อให้เกิดการขยายพื้นที่ หรือการปกปิด เหมาะกับวัสดุหลากหลายชนิด เช่น กระดาษ ผ้า แผ่นพลาสติก ยาง เป็นต้น	 <p>รูปที่ 2.18 การพับ ที่มา : หนังสือ Collapsible</p>

กรรมวิธี	คำอธิบาย	ภาพประกอบ
<p>การเลื่อน (Sliding)</p>	<p>การต่อส่วนให้ขยายหรือยาวออกจากส่วนที่เหลื่อมกันอยู่ โดยทั่วไปคันทันเคียบกับทรงกระบอกแต่ความจริงสามารถทำได้กับหลายรูปทรงแต่หากเป็นทรงกระบอกที่มีหน้าตัดเป็นวงกลมจะสามารถสร้างวิธีออกการเลื่อนได้หลายแบบ ทั้งแบบเลื่อนเส้นตรงตรง และแบบหมุนเพื่อยื่นออก เช่น ลิปสติ๊กแบบแท่ง</p>	 <p>รูปที่ 2.19 การเลื่อน ที่มา : หนังสือ Collapsible</p>
<p>การครอบต่อกัน (Nesting)</p>	<p>การเก็บซ้อนแบบกลุ่ม ตั้งแต่ 2 ชั้นเป็นต้นไป ซึ่งแต่ละวัตถุต้องมีภายในกลวงหรือมีลักษณะเป็นหลุมลงไป เพื่อจะสามารถครอบเก็บวัตถุอื่นต่อไปได้ โดยรูปทรงต้องสามารถครอบต่อกันได้พอดี เช่น วิธีการการเก็บซ้อนตวงเรียงขนาด วิธีการของตุ๊กตาแม่ลูกรัสเซีย วิธีซ้อนกล่องเพื่อเก็บ เป็นต้น</p>	 <p>รูปที่ 2.20 การครอบต่อกัน ที่มา : หนังสือ Collapsible</p>
<p>การห่อหุ้มด้วย โครง (Shell)</p>	<p>การยึดส่วนของวัตถุเข้าด้วยกันทำให้วัตถุนั้นสามารถใช้งานหน้าที่อื่นได้ ต่างกับการครอบต่อกันตรงที่การห่อหุ้มด้วยโครงจะไม่อิงกับรูปทรงระหว่างวัตถุและโครงภายนอกจะต้องเป็นแบบเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันเท่านั้น เช่น หมวกสามารถกลายเป็นถุงที่ใช้ครอบสำหรับเก็บหมอนได้</p>	 <p>รูปที่ 2.21 การห่อหุ้มด้วยโครง ที่มา : <a href="http://www.overstock.com">http://www.overstock.com</a></p>
<p>การประสาน พิกัด (Modularize)</p>	<p>การสร้างส่วนย่อย หรือส่วนจำเพาะ (Module) ที่สามารถรวมและสอดประสานลงเป็นหน่วยรวมได้ โดยส่วนย่อยแต่ละส่วนจะต้องมีระยะและสัดส่วนที่สัมพันธ์ระหว่างกันและสัมพันธ์ต่อหน่วยรวม โดยก่อให้เกิดประโยชน์ใช้สอยได้ นอกจากนี้หน่วยย่อยเหล่านี้จะมีขนาดมาตรฐานที่ก่อให้เกิดการประหยัดทางด้านการผลิตอีกด้วย</p>	 <p>รูปที่ 2.22 การประสานพิกัด ที่มา : <a href="http://www.hometone.com">www.hometone.com</a></p>

### 2.1.3 การปรับเปลี่ยนของเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ

การปรับเปลี่ยนรูปแบบของเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับแพร่หลายออกไปเพื่อตอบสนองต่อการใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการปรับเปลี่ยนรูปแบบนี้มีตั้งแต่การใช้วิธีการพื้นฐาน ใช้กลไกไม่ซับซ้อน และแบบใช้เทคโนโลยีควบคุมการปรับเปลี่ยน ซึ่งจำเป็นต้องใช้ความรู้ทางวิศวกรรมเข้ามามีส่วนร่วม

จากการรวบรวมข้อมูลและศึกษาผู้วิจัยสามารถแบ่งจุดประสงค์การปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

#### 2.1.3.1 การปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อเพิ่มความหลากหลายของโอกาสการสวมใส่

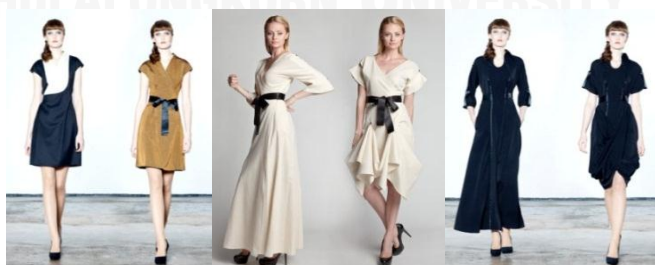
เป็นการเปลี่ยนแปลงด้านรูปลักษณ์ โดยที่หน้าที่การใช้งานยังคงเป็นเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับเช่นเดิม เช่น งานออกแบบเครื่องแต่งกายของจอห์น ริปป์ (John Ribbe) นักออกแบบจากเมืองฮัมบวร์ก จบการศึกษาจากนิวยอร์กและย้ายไปทำงานที่ปารีส มีลักษณะเด่นของงานออกแบบที่ใช้การปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายจากการผูกสาย การยืดแบบเข็มขัด และการใช้ซิพ เพื่อให้เกิดรูปแบบแตกต่างกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เช่น ความสั้นความยาว การขยายออก การเปิดช่องว่าง เป็นต้น



รูปที่ 2.23 ผลงานของจอห์น ริปป์

ที่มา : <http://www.johnribbe.com/#menu>

อีกหนึ่งตราสินค้าที่ใช้จุดเด่นของเครื่องแต่งกายที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้ คือ โจลิเออร์ (Jolier) ที่ใช้การปรับเปลี่ยนให้เกิดรูปลักษณ์ที่เปลี่ยนไป เช่น ทรงกระโปรง แขนเสื้อ และความสั้นยาว รวมถึงการพลิกเพื่อใส่ได้สองด้านที่มีความแตกต่างกันของสีและลวดลาย



รูปที่ 2.24 ผลงานของโจลิเออร์

ที่มา : <http://www.jolier.com/collections/transformable-dresses/>

สำหรับเครื่องประดับ อาจมีการปรับเปลี่ยนที่คงการใช้งานเดิมแต่สร้างรูปแบบที่แตกต่างหรือสร้างการใช้งานในรูปแบบของเครื่องประดับประเภทอื่นก็เป็นได้ เช่น ผลงานที่มีชื่อเสียงของแวนคลิฟ



แวนด์อาร์เพล (Van Cleef & Arpels) ที่ใช้กลไกของซิปผลิตเป็นเครื่องประดับให้สามารถใช้งานได้ทั้งรูปแบบสร้อยคอและกำไลข้อมือ หรือตัวอย่างเครื่องประดับจีที่ใช้การทำงานของแม่เหล็กและข้อต่อมาช่วยในการยึดติดและสามารถกางออกเป็นสร้อยคอได้ ซึ่งเป็นที่นิยมของวงการเครื่องประดับช่วงเวลาหนึ่ง เป็นต้น



รูปที่ 2.25 เครื่องประดับของVan Cleef & Arpels  
ที่มา : [www.vancleefandarpels.com](http://www.vancleefandarpels.com)



รูปที่ 2.26 จี้ที่เปลี่ยนเป็นสร้อยได้  
ที่มา : <http://www.finejewellerymaking.com>

เครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนเป็นกำไลข้อมือ แหวน และจี้หลากหลายรูปแบบได้ ด้วยการบิดพลิกข้อต่อไปมาเพื่อเปลี่ยนรูปทรงและการใช้งาน ผลงานของดาลวานักออกแบบชาวฝรั่งเศส



รูปที่ 2.27 แหวนของดาลวา  
ที่มา : <http://www.parischerie.com/category/jewellery-we-love/>

### 2.1.3.2 การปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อการใช้งานเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ

การปรับเปลี่ยนแบบนี้มีผลโดยตรงต่อความสะดวกสำหรับพกพา การใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งการปรับเปลี่ยนแบบนี้นิยมใช้ระหว่างของสองสิ่งที่มีจุดประสงค์การใช้สอยเดียวกัน โดยต้องระมัดระวังเรื่องรูปทรงที่เปลี่ยนไปไม่ควรขัดการใช้งาน พบเห็นได้มากในผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายสำหรับการเดินทาง เช่น ปีค.ศ. 1992 ลูซี่ ออร์ตา (Lucy Orta) ประดิษฐ์แฮร์บิเทนท์ (Habitent) เสื้อคลุมกันฝนที่สามารถเปลี่ยนเป็นเต็นท์ได้ บริษัทซีพี (C.P.) ประเทศอิตาลี โมเรโน เฟอรรารี (Moreno Ferrari) ออกแบบเสื้อแจ็กเก็ตที่สามารถปรับเปลี่ยนไปเป็นเก้าอี้มีพนักเอนหลังด้วยการเป่าลม ในปี ค.ศ. 2000



รูปที่ 2.27 เสื้อเต็นท์ Habitent  
ที่มา : <http://www.stylepark.com/en/news/a-capsule-is-not-enough/307575>



รูปที่ 2.29 แจ็กเก็ตที่เปลี่ยนเป็นเก้าอี้ของ C.P.  
ที่มา : <http://www.treehugger.com/sustainable-fashion/transformer-clothing-cp-company>

แจ็กแพ็ค (JakPak) ของอเมริกา ผลงานแจ็กเก็ตกันน้ำที่สามารถเปลี่ยนเป็นถุงนอนและเต็นท์ได้ เพื่อสะดวกต่อการพกพายาเดินทาง โดยใช้วิธีการพับ ม้วน เพื่อย่อยขยาย



รูปที่ 2.30 แจ็กเก็ต JakPak  
ที่มา : หนังสือ Fashion Future

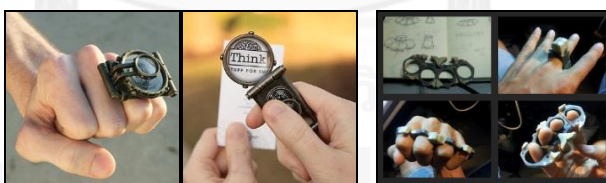
การออกแบบเสื้อกั๊กที่สามารถเปลี่ยนเป็นกระเป๋าสะพายหลังได้ ซึ่งฝากระเป๋าที่รูดปิดเป็นการนำประโยชน์จากคอเสื้อรูตมาใช้ โครงของแจ็กเก็ตทรงตรงกลายเป็นตัวกระเป๋าสะพายโดยฟิลลิป ลิม (Phillip Lim)



รูปที่ 2.31 เสื้อกั๊กกระเป๋าของฟิลลิป ลิม

<http://www.zimbio.com/Phillip+Lim/articles/Oo9qbrClhgP/Phillip+Lim+Transformable+Vest>

เครื่องประดับจากภาพด้านล่างซ้าย แวนขยายที่สะดวกต่อการพกพาด้วยการพับและสวมใส่เป็นแหวนได้ ภาพถัดมาเป็นการออกแบบแหวนและสนับมือสำหรับป้องกันตัว ใช้ข้อต่อและบานพับ ในการปรับเปลี่ยน โดยผู้ผลิตใช้ลักษณะร่วมของการสวมใส่นิ้วมือมาใช้เป็นจุดเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ทั้งสอง



รูปที่ 2.32 แหวนแวนขยาย

รูปที่ 2.33 แหวนสนับมือ

ที่มา : <http://www.takemypaycheck.com/category/gadgets/page/8/>

ที่มา : [http://www.carbon-fibre.me/the\\_ethyr/tag/ring](http://www.carbon-fibre.me/the_ethyr/tag/ring)

### 2.1.3.3 การปรับเปลี่ยนรูปแบบจากแนวคิดเพื่อสร้างความแตกต่าง

การปรับเปลี่ยนรูปแบบนี้ไม่ได้เน้นส่งเสริมต่อการใช้งานเป็นหลัก แต่มุ่งเน้นที่การนำเสนอแนวคิดที่แตกต่าง นวัตกรรมและรูปแบบที่แปลกใหม่ ซึ่งอาจส่งผลด้านประโยชน์ต่อการใช้งานหรือไม่ก็ได้ โดยมีตัวอย่างที่น่าสนใจ ดังนี้

การปรับเปลี่ยนของฮุซเซน ชาลาแย้น (Hussien Chalayan)<sup>19</sup> ในหลายคอลเลคชันที่มีการควบคุมด้วยรีโมท หรือการควบคุมด้วยแผงวงจรที่สามารถปรับเปลี่ยนตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม เป็นต้น เป็นการปรับเปลี่ยนที่แสดงออกถึงนวัตกรรมและความน่าสมั



รูปที่ 2.34 ผลงานนวัตกรรมของฮุซเซน ชาลาแย้น  
ที่มา : หนังสือ Hussien Chalayan

โครงการ 132 5. โดยอิซเซะ มียากะ (Issey Miyake)<sup>20</sup> จากรูปทรงสองมิติแปรเปลี่ยนเป็นโครงสร้างสามมิติของเสื้อ กระโปรง กางเกง และชุด โดยออกแบบจากการลากเส้นโครงสร้างตัดผ่านตำแหน่งต่างๆ เพื่อสร้างรูปแบบที่หลากหลาย จากรูปทรงซบซ้อนที่ราบเรียบเมื่อตั้งขึ้นจะกลายเป็นโครงเสื้อผ้าสามมิติที่สวมใส่ได้ และเค้าโครงรอยพับเรขาคณิตบนพื้นผิวทำให้เกิดเป็นรายละเอียดของเครื่องแต่งกาย สืบบางส่วนจากระนาบบนสุดในตอนที่อยู่ในลักษณะพับกลายเป็นลวดลายของเครื่องแต่งกาย เป็นการใช้ประโยชน์จากคณิตศาสตร์และการพับออริงามิ (Origami) มาใช้ในการออกแบบโครงสร้างและวิธีการจัดเก็บเสื้อผ้า มีเอกลักษณ์ที่สำคัญ คือ เป็นเครื่องแต่งกายที่มีรูปแบบแปลกใหม่และสามารถใช้งานได้จริง



รูปที่ 2.35 ตัวอย่างระนาบสองมิติจากการตัดแปลงและการผสมผสานเรขาคณิตของ 132 5.



รูปที่ 2.36 การเปลี่ยนแปลงจากสองมิติเป็นสามมิติของ 132 5. โดยการตั้งขึ้นจากระนาบ



รูปที่ 2.37 เครื่องแต่งกายหลากหลายรูปแบบจากแนวคิดของ 132 5.

ที่มา : <http://www.dezeen.com/2010/10/05/132-5-by-issey-miyake/>

<sup>19</sup> Hussein Chalayan, *Hussein Chalayan* (New York: Rizzoli, 2011).

<sup>20</sup> Dezeen, 2010. "132.5 Issey-Miyake," <http://www.dezeen.com/2010/10/05/132-5-by-issey> (accessed 20 September 2013).

### 2.1.4 ส่วนประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยน

ส่วนประกอบเหล่านี้เปรียบได้กับตัวกลางที่ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบที่จะส่งผลโดยตรงต่อกรรมวิธีที่นำมาใช้ หากเลือกวิธีการเพื่อการปรับเปลี่ยนแล้ว ควรเลือกส่วนประกอบสำหรับการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมด้วย

#### 2.1.4.1 ส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกาย

ส่วนประกอบที่มีส่วนช่วยในการปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกาย คือ ส่วนที่ช่วยทำหน้าที่ในการเกาะเกี่ยว ทำให้เกิดความสะดวกเพื่อการสวมใส่ได้ (Function parts) เช่น การเปิดปิด หรือส่วนที่ทำให้เกิดการขยายและย่อขนาดได้ ซึ่งได้แก่

##### (1) กระจุดมและรังจุดม

กระจุดมและรังจุดมเป็นสิ่งคู่กัน เป็นวิธีการเปิดปิดเครื่องแต่งกายอย่างง่ายที่มีมาแต่โบราณ ซึ่งปัจจุบันลักษณะของกระจุดมมีหลากหลายรูปแบบและวัสดุ สามารถเลือกให้สอดคล้องกับแบบของเครื่องแต่งกายได้ อาจเป็นกระจุดมจากการเย็บหรือจากการตอก นอกจากนี้กระจุดมยังสามารถใช้เป็นส่วนตกแต่งเครื่องแต่งกายโดยไม่เกี่ยวกับหน้าที่ใช้งานก็เป็นได้ ส่วนรังจุดมจะต้องมีขนาดใหญ่เพียงพอให้กระจุดมสามารถทะลุผ่านได้อย่างไม่ลำบากแต่ก็ไม่ใหญ่จนเกินไปจนกระจุดมหลุดง่าย ซึ่งลักษณะของรังจุดมมีหลายแบบ เช่น การเจาะลงไปบนวัสดุเครื่องแต่งกายเลย การติดห่วงแยกออกมาโดยไม่ต้องเจาะช่อง เป็นต้น ซึ่งนิยมรังจุดมแนวตั้งสำหรับเสื้อเชิ้ต (Shirt) และเสื้อผู้หญิง (Blouse) ส่วนรังจุดมแนวนอนจะใช้สำหรับเสื้อแจ็กเก็ต (Jacket) และเสื้อกั๊ก (Vest)

##### (2) ตะขอและแท่งเกี่ยว (Hook and Bar)

ตะขอและแท่งเกี่ยวพบเห็นได้จากขอบกางเกงและกระโปรง ซึ่งทั้งสองจะต้องอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมกันตะขอจึงจะสามารถเกี่ยวกับแท่งเกี่ยวได้พอดี การทำงานของตะขอและแท่งเกี่ยวมักจะมาคู่กับซิปป โดยจะอยู่ส่วนบนของซิปปเป็นตัวปิด สำหรับตะขอที่ใช้กับเสื้อและชุดมักจะมีขนาดเล็กงและอาจเกี่ยวกับตัวหนอนที่ทำขึ้นเอง ซึ่งตะขอจะมีหลายรูปแบบสามารถเลือกให้เหมาะสมต่อการใช้งาน



รูปที่ 2.38 ตะขอ

ที่มา :<http://thecuttingclass.com/post/6032490884/hook-and-bar-closures>

##### (3) กระจุดมแบบกด (Press stud/Snap)

กระจุดมแบบกด หรืออาจเรียกตามที่คุณเคยว่ากระจุดมเป็ก ทำจากโลหะ หรือพลาสติก ซึ่งจะมาเป็นคู่ เวลาใส่ต้องกดทั้งสองชิ้นส่วนเข้าหากัน และแกะออกเพื่อเปิด มีทั้งขนาดเล็กซึ่งมักจะเย็บซ่อนไม่ให้เห็นออกมาด้านนอก หรือแบบที่เห็นเป็นหัวกระจุดมโลหะออกมาด้านนอกซึ่งนิยมในผ้ายีนส์ทั้งกางเกง กระโปรง และเสื้อแจ็กเก็ต นอกจากนี้เนื่องจากกระจุดมแบบกดนี้จะมีคามแข็งแรงไม่หลุดง่ายจึงนิยมใช้ในเสื้อผ้าสำหรับเด็ก

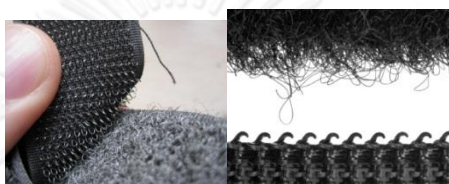


รูปที่ 2.39 กระดุมแป็ก

ที่มา : <http://thecuttingclass.com>

#### (4) ตีนตุ๊กแก (Hook and loop fastening)

ตีนตุ๊กแก คือ แถบที่ทำจากวัสดุสังเคราะห์ จะใช้คู่กันระหว่างแถบที่มีผิวแบบหยาบซึ่งเปรียบเหมือนตัวเกาะ และอีกแถบจะมีผิวนุ่มกว่าเป็นพื้นที่ให้สามารถเข้ามาเกาะได้ ซึ่งเมื่อติดกันแล้วแถบทั้งสองจะยึดไม่เลื่อนออกจากกัน โดยสามารถแยกแถบทั้งสองออกได้ด้วยการดึง



รูปที่ 2.40 ตีนตุ๊กแก

ที่มา : [www.kobakant.at](http://www.kobakant.at)

#### (5) ซิป (Zipper)

ซิปเป็นลักษณะการเกาะเกี่ยวระหว่างสองฝั่งที่มีความแข็งแรงมาก เกิดจากฟันของทั้งสองฝั่งที่สับกันพอดีใช้สำหรับการรูดเพื่อเปิดปิด การยึดกันระหว่างสองฝั่งจะใช้หัวซิปเป็นตัวกลาง โดยมีทั้งซิปแบบปิด และซิปแบบเปิดที่สามารถแยกทั้งสองฝั่งออกจากกันได้อิสระ อาจทำจากโลหะหรือพลาสติก ซึ่งมีทั้งซิปแบบธรรมดา (เห็นฟัน) และซิปแบบซ่อน (Invisible Zip) ซึ่งฟันของซิปจะถูกซ่อนไว้ใต้แถบผ้า



รูปที่ 2.41 ซิป

ที่มา : [corsetmaking.co.ukfashion-book.com](http://corsetmaking.co.ukfashion-book.com)

#### (6) ยางยืด (Elastic)

ยางยืดเป็นลักษณะของการยึดที่ยืดหยุ่นสามารถยืดออกและหดเข้าเพื่อพอดีกับส่วนของร่างกาย มีความอิสระด้านขนาดค่อนข้างมาก



รูปที่ 2.42 ยางยืด

ที่มา : <http://bubbaearth.com.au/>

### (7) เชือกผูก (Rope)

เชือกผูกในที่นี้อาจหมายถึงเชือกจริงหรือวัสดุที่มีลักษณะเป็นเส้น เช่น ไม้ไผ่ หรือเส้นหนัง เป็นต้น อาจเป็นการยึดทั้งสองฝั่งแล้วผูกในลักษณะที่พอดีกัน หรือหากต้องการใส่ได้หลายขนาดอาจมีช่องสำหรับใส่เชือกเข้าไปใช้สำหรับรัดและผูกก็เป็นได้



รูปที่ 2.43 เชือกผูก  
ที่มา : thai.alibaba.com

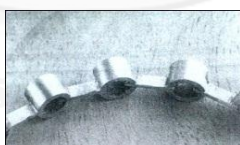
#### 2.2.4.2 ส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนเครื่องประดับ

ลักษณะของการปรับเปลี่ยนเครื่องประดับหากไม่ได้ทำจากวัสดุที่ยืดหยุ่น เช่น ยาง หรือซิลิโคน (ซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องใช้ส่วนสำหรับปรับเปลี่ยนเพราะมีคุณสมบัติที่สามารถยืดหด พลิกกลับและคงตัวได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแบบ) เครื่องประดับที่ทำจากวัสดุแข็งอื่นๆ โดยทั่วไปจำเป็นต้องใช้ส่วนประกอบเพื่อให้สะดวกต่อการใช้งานและการเคลื่อนไหว ซึ่งได้แก่ ข้อต่อ และส่วนเกาะเกี่ยว นับเป็นส่วนที่ใช้สำหรับก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนทางด้านโครงสร้าง

##### (1) ข้อต่อ (Linking and Jointing)

ข้อต่อเป็นส่วนที่ทำให้เครื่องประดับสามารถขยับเคลื่อนไหวได้ เพื่อสะดวกต่อการใช้งานและการสวมใส่และการใช้งาน รวมทั้งอาจเป็นกลไกหรือลูกเล่นที่ทำให้งานน่าสนใจมากขึ้น ซึ่งมีลักษณะดังนี้

(1.1) ข้อต่อแบบเส้น (Line Jointing) เป็นชิ้นส่วนที่เรียงต่อกันแล้วใช้ชิ้นลักษณะสี่เหลี่ยมผืนผ้ายึดสอดเป็นแกนระหว่างสองชิ้นแล้วใส่ก้านที่ปลายสี่เหลี่ยมผืนผ้าเชื่อมปิดหัวท้ายก้านจะสามารถขยับได้ในทิศทางจำกัด ซึ่งช่องทุกช่องจะต้องมีขนาดพอดีกัน



รูปที่ 2.44 ข้อต่อแบบเส้น  
ที่มา : หนังสือ Jewelry making Manual

(1.2) ข้อต่อลวดตัวยู (U wire jointing) เป็นลักษณะลวดที่เกี่ยวข้องเข้ากับชิ้นส่วนสองชิ้นและเชื่อมยึดไปเรื่อยๆ ข้อต่อแบบนี้จะเคลื่อนที่ได้อิสระกว่าแบบแรก เนื่องจากมีช่องกว้างกว่า



รูปที่ 2.45 ข้อต่อลวดตัวยู  
ที่มา : หนังสือ Jewelry making Manual

(1.1) ข้อต่อแบบห่วงและแท่ง (Ring-bar jointing) จะใช้การทำงานของห่วงเปิดและแท่งซึ่งจะอยู่ที่ปลายแต่ละด้านของชิ้นส่วน โดยห่วงจะเกี่ยวอยู่บนแท่งแล้วจึงเชื่อมปิด ข้อต่อแบบนี้จะมีทิศทางที่อิสระกว่าแบบแรก



รูปที่ 2.46 ข้อต่อแบบห่วงและแท่ง  
ที่มา : หนังสือ Jewelry making Manual

(1.1) ข้อต่อแบบบานพับ (Hinges) ท่อกลางจะติดอยู่ที่ปลายของชิ้นส่วนทั้งสอง โดยลักษณะของท่อวางตัวสลับกัน เมื่อประกอบกันจะพอดีโดยสอดแกนไว้ตรงกลางท่อ และยึดหัวท้ายของท่อ จะสามารถพับเปิดปิดได้ มีลักษณะเหมือนบานพับประตูหน้าต่าง



รูปที่ 2.47 ข้อต่อแบบบานพับ  
ที่มา : หนังสือ Jewelry making Manual

(2) หมุดโลหะ (Rivet) เป็นการยึดที่ไม่ต้องใช้การเชื่อม แต่จะใช้การตอกหัวของแกนทั้งสองด้านเพื่อให้ปลายปานออก ซึ่งจะยึดกันแข็งแรง อาจเป็นการยึดแบบตายตัว หรือเป็นการยึดแบบหลวมเพื่อให้สามารถหมุนได้

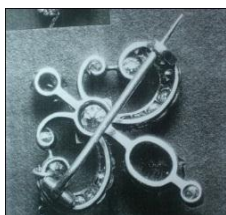


รูปที่ 2.48 หมุดโลหะ  
ที่มา : tosure.blogspot.com

### (3) ส่วนเกาะเกี่ยว (Catches and Clips Findings)

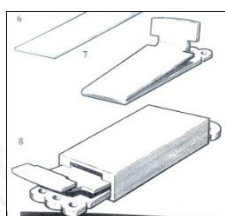
ส่วนเกาะเกี่ยวเป็นส่วนที่ช่วยในการทำให้เครื่องประดับยึดติดกันหรือ ใช้ยึดติดกับส่วนของเครื่องแต่งกาย มีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งต้องเลือกให้เหมาะสมกับชิ้นงาน

(3.1) เข็มและตัวจับ (Pins and Catches) ใช้สำหรับทำเข็มกลัด ประกอบตัวเข็มและตัวจับหรือตัวปิด ซึ่งการวางตำแหน่งของทั้งสองส่วนสำคัญมาก โดยเฉพาะระยะห่างจะต้องให้เหลือปลายเข็มเกินออกมาจากตัวจับเล็กน้อยแต่ไม่เกินไปออกจากตัวชิ้นงาน



รูปที่ 2.49 เข็มและตัวจับ  
ที่มา : หนังสือ Jewelry making Manual

(3.2) กล่องสปริง (Snaps) มีความแข็งแรง นิยมใช้ปิดปลายสร้อย ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่มีลักษณะเป็นกล่องหรือมีช่องกลวงภายใน และส่วนที่สามารถบีบได้สำหรับดันเข้าไปในกล่อง ซึ่งเมื่อปล่อยออกส่วนที่ดันเข้าไปจะดันขึ้นล็อกพอดีอยู่ภายในช่องกลวง ในการผลิตจะต้องให้ทั้งสองส่วนสามารถลงล็อกกันได้พอดี โดยลักษณะของกล่องอาจจะเป็นรูปทรงอื่นๆนอกจากสี่เหลี่ยมก็ได้



รูปที่ 2.50 กล่องสปริง

ที่มา : หนังสือ Jewelry making Manual

(3.3) ตะขอและห่วง (Hooks and Hoops) นิยมใช้ปิดปลายสร้อย หรือใช้ติดที่ตัวชิ้นงานเลยให้สามารถเกาะเกี่ยวกับส่วนอื่นได้ มีหลากหลายรูปแบบ สามารถเปิดและปิดได้ด้วยการใช้นิ้วมือกดเพื่อดันสปริงด้านใน โดยปกติจะใช้คู่กับห่วงหรือชิ้นส่วนที่มีช่องตรงกลางสำหรับไว้เกาะเกี่ยว



รูปที่ 2.51 ตะขอและห่วง

ที่มา : gempackeds.wordpress.com

จากข้อมูลส่วนประกอบที่ใช้ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบ จะนำมาทำการวิเคราะห์เชื่อมโยงกับหลักการและวิธีการปรับเปลี่ยนเพื่อสรุปข้อมูลสำหรับงานวิจัยต่อไป



## 2.2 ข้อมูลสนับสนุนแนวทางของงานวิจัย

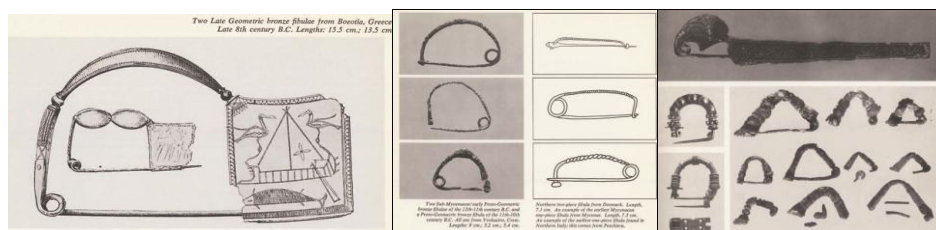
สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาความเป็นไปได้และผลลัพธ์ที่เครื่องประดับและเครื่องแต่งกายสามารถกระทำร่วมกันเพื่อก่อให้เกิดรูปแบบที่หลากหลายสำหรับการแต่งกาย โดยเครื่องประดับไม่ได้สวมใส่เพื่อตกแต่งเพิ่มเติมภายหลังเท่านั้น ผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกข้อมูลเครื่องประดับที่มีบทบาทในการก่อรูปและจับยึดต่อเครื่องแต่งกาย และอีกส่วนเป็นข้อมูลเครื่องแต่งกายในยุคกรีกที่ใช้เครื่องประดับในการก่อรูป

### 2.2.1 เครื่องประดับที่มีบทบาทในการก่อรูปและจับยึดต่อเครื่องแต่งกาย

ในส่วนนี้รวบรวมเฉพาะเครื่องประดับที่มีผลต่อรูปลักษณ์และมีบทบาทต่อการก่อรูปและจับยึดเครื่องแต่งกายด้วยกรรมวิธีต่างๆ ได้แก่ เครื่องประดับเข็มกลัดพิบูลา (Fibula) หัวเข็มขัด เข็มกลัดและตัวยึดจับ (Buckle Brooch and Claps) และเครื่องประดับอื่นๆ จากศิลปินในยุคหลังสมัยใหม่จนถึงปัจจุบัน ได้แก่ เกเทอร์ (Gather) ของนาโอโกะ และเครื่องประดับคอลเลคชั่นโคลทิงซั๊กเกสชันส์ (Clothing suggestions/Kledingsuggesties) ของไกจ์ และเอ็มม่า

#### (1) เครื่องประดับเข็มกลัดพิบูลา (Fibula) ในยุคกรีก<sup>21</sup>

เข็มกลัดพิบูลามีต้นกำเนิดไม่ชัดเจน แต่สันนิษฐานว่าประดิษฐ์ขึ้นตั้งแต่ยุคสำริด และถูกค้นพบที่แถบตอนเหนือของยุโรป อิตาลี และกรีซ ซึ่งจากการค้นพบเข็มกลัดพิบูลาในหลายแหล่งทำให้ไม่สามารถระบุถึงถิ่นกำเนิดของเข็มกลัดพิบูลานี้ได้แน่นอน อย่างไรก็ตามรูปแบบของเข็มกลัดพิบูลา มีลักษณะพื้นฐาน 2 แบบ คือ แบบแรกพิบูลาที่ประกอบด้วยเข็ม 2 ชั้น ชั้นหนึ่งมีลักษณะโค้งคล้ายคันธนูซึ่งบริเวณปลายด้านหนึ่งมีรู และตะขอขนาดเล็กที่เกิดจากการงอปลายสำหรับคล้องเข็มอีกชั้นหนึ่ง ซึ่งด้ามของเข็มชั้นที่สองมีขนาดพอดีกับรูของเข็มชั้นแรก ส่วนปลายอีกด้านที่เหลือไว้เกี่ยวกับปลายที่โค้งงอของชั้นส่วนแรก ซึ่งพิบูลาแบบนี้ไม่มีสปริงและเข็มทั้งสองชั้นสามารถขยับเคลื่อนที่ได้ ส่วนพิบูลาแบบที่สอง มีลักษณะคล้ายเข็มกลัดช้อนปลายที่คุ้นเคยในปัจจุบัน เป็นแบบขึ้นเดียวเกิดจากเข็มตรง ที่มีวนเป็นช่องไว้ตรงกลางทำหน้าที่เหมือนสปริง ให้สามารถเปิดปิดได้ซึ่งปลายด้านหนึ่งเป็นส่วนของเข็มและอีกด้านหนึ่งทำหน้าที่เป็นตัวจับ เข็มกลัดแบบนี้พบได้ในตอนกลางของยุโรป ประเทศอิตาลีและกรีซ ส่วนแบบแรกจะพบบริเวณยุโรปตอนเหนือ



รูปที่ 2.52 เข็มกลัดพิบูลา

ที่มา : บทความ Ancient Safety Pins Their Function and Significance

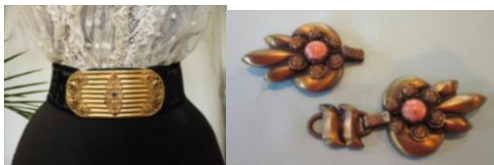
<sup>21</sup> Oscar W. Muscarella, "Ancient Safety Pins Their Function and Significance," *EXPEDITION*, Winter 1964.

อย่างไรก็ตามในสมัยนั้นการใช้พิบูลาเป็นที่นิยมอย่างมาก เพราะเป็นการนำเสนอการก่อรูปของเครื่องแต่งกายแบบใหม่ที่ไม่ต้องใช้การตัดเย็บ ช่วงแรกพิบูลาใช้สำหรับยึดขอบผ้าสองชิ้นเข้าด้วยกัน เกิดเป็นเครื่องแต่งกาย ทำหน้าที่คล้ายกับกระดุมในปัจจุบัน หรืออาจใช้สำหรับยึดระหว่างผ้าชั้นนอกและชั้นในเข้าด้วยกัน ซึ่งการใช้เข็มตรงสำหรับกลัดนั้นก่อให้เกิดอันตรายได้ง่าย ต่อมาจึงได้มีการประดิษฐ์ให้มีลักษณะเป็นเข็มซ่อนปลายเพื่อความปลอดภัย ทั้งนี้การใช้พิบูลาจะปรากฏอย่างชัดเจนบนเครื่องแต่งกาย ดังนั้น รูปลักษณะที่สวยงามของพิบูลาจึงจำเป็นอย่างมากทำให้พิบูลาถูกเพิ่มหน้าที่ในการเป็นเครื่องประดับเข้าไปด้วย วัสดุที่ใช้ในการทำพิบูลามีตั้งแต่ทอง เงิน โลหะผสม สัริด กระจก และงา ช่วยส่งเสริมมูลค่าและคุณค่าความเป็นเครื่องประดับของพิบูลาได้เป็นอย่างดี พิบูลามีความหลากหลายทั้งรูปแบบ รูปทรงและขนาดทั้งสำหรับหญิงและชาย นอกจากนี้ยังมีการใช้ประกอบกับหัวเข็มขัด ใช้เป็นตัวยึดสายเข็มขัด จะเห็นได้ว่ารูปทรงของพิบูลาสามารถทำให้เกิดการใช้งานได้มากกว่าการเป็นเข็มกลัดซ่อนปลาย คุณค่าของพิบูลายังเกี่ยวข้องกับศาสนา ใช้เป็นคำมั่นสัญญาที่มีต่อพระเจ้าเป็นเจ้า ซึ่งพิบูลาเหล่านี้จำนวนมากมาได้ถูกค้นพบในวิหาร และมีจุดประสงค์สำหรับการบูชา

## (2) หัวเข็มขัด เข็มกลัด และตัวยึดจับ (Buckle Brooch and Claps)

เครื่องประดับหัวเข็มขัด เข็มกลัดและตัวยึดจับ เป็นเครื่องประดับที่มีความใกล้ชิดกับเครื่องแต่งกายเป็นอย่างมาก ทำหน้าที่คล้าย กระดุม หรือตะขอ ใช้ทำการยึดติดเครื่องแต่งกายเข้าด้วยกัน ซึ่งบางครั้งดูลมกลืนเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องแต่งกาย แต่อย่างไรก็ตามสิ่งเหล่านี้ ถือเป็นเครื่องประดับสามารถถอดออกได้และเปลี่ยนได้ ไม่ได้เย็บหรือยึดติดกับเครื่องแต่งกายโดยถาวร สำหรับหัวเข็มขัดมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ เห็นได้จากยุคโรมันเหล่าทหารจะใช้เข็มขัดที่ทำจากโลหะรัดเครื่องแต่งกายเข้ากับร่างกาย และใช้แสดงสัญลักษณ์ ลักษณะเข็มขัดคล้ายคลึงกับในปัจจุบัน มีหลากหลายทั้งรูปแบบวัสดุ และตามจุดประสงค์ของการใช้งาน

ในยุคกลางและเรอานาของค์ที่ทุกอย่างถูกควบคุมด้วยศาสนา การแสดงออกด้วยเครื่องประดับมีบทบาทเป็นอย่างมาก และได้พัฒนามาพร้อมกับลักษณะเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับเกือบทั้งหมดจะต้องมีหน้าที่ใช้งาน เนื่องจากเครื่องแต่งกายในยุคนั้นไม่เอื้ออำนวยต่อการสวมใส่เครื่องประดับ ทั้งเครื่องแต่งกายที่ปิดทึบหนาและยังถูกปกตคแต่งอย่างมากมายจึงเหลือพื้นที่สำหรับเครื่องประดับเพียงเล็กน้อย เว้นแต่มงกุฎซึ่งไม่ได้ถูกทับซ้อนกับส่วนของเครื่องแต่งกายยังคงความสำคัญอยู่ ส่วนการสวมใส่เครื่องประดับที่คุ้นเคย เช่น สร้อย ต่างหู แหวน และกำไลข้อมือ ต่างก็มีรูปแบบและขนาดที่ธรรมดา ความโดดเด่นจึงกลับมาอยู่ที่เครื่องประดับที่มีหน้าที่ใช้งาน ได้แก่ เข็มขัด เข็มกลัด และตัวยึดจับ เนื่องจากเครื่องประดับประเภทนี้สามารถเข้าสู่พื้นที่การแต่งกายได้อย่างแนบเนียนด้วยหน้าที่การใช้งาน และสามารถอยู่ได้อย่างกลมกลืนเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องแต่งกาย อย่างไรก็ตามรูปแบบเครื่องประดับยังคงถูกแทรกไว้ด้วยบริบททางอำนาจและศาสนา



รูปที่ 2.53 หัวเข็มขัดและตัวยึดจับ

ที่มา : <http://web.ceu.hu/medstud/manual/SRM/types.htm>

### (3) เครื่องประดับจากศิลปินในยุคหลังสมัยใหม่จนถึงปัจจุบันที่น่าสนใจ

ในช่วงยุคหลังสมัยใหม่จนถึงปัจจุบันนี้แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องประดับเปิดกว้างและมีความอิสระเป็นอย่างมาก เครื่องประดับไม่ได้จำกัดอยู่แค่เพียงรูปลักษณ์ที่สวยงาม แต่ศิลปินและนักออกแบบได้พยายามแสดงออกถึงตัวตน เปิดพื้นที่ รวมทั้งหาคำจำกัดความใหม่ให้กับเครื่องประดับอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเครื่องประดับในยุคนี้ที่มีบทบาทต่อลักษณะของเครื่องแต่งกาย ได้แก่ ผลงานเกเทอร์ (Gather) ของนาโอโกะ โอกาวา (Naoko Ogawa) และ ผลงานโคลทิงซັกเกสชัน (Clothing suggestion) ของไกจ์ แบคเกอร์ (Gijs Bakker) และเอ็มม่า แวน ลีร์ซัม (Emma Van Leersum)

#### (3.1) ผลงานเกเทอร์(Gather) ของนาโอโกะ โอกาวา (Naoko Ogawa)



รูปที่ 2.54 ผลงานของนาโอโกะ

ที่มา : <http://www.pleatfarm.com/2010/01/29/gather-jewelry-by-naoko-ogawa/>

นาโอโกะนักออกแบบกับแนวคิดในการใช้เครื่องประดับค้นหาองค์ประกอบที่สามารถสร้างความประหลาดใจและสนุกสนานให้กับผู้สวมใส่ โดยพิจารณาเครื่องประดับในแง่ที่สามารถเติมเต็มความสุขในชีวิต เปรียบได้กับเครื่องเทศที่เพิ่มรสชาติให้กับการปรุงอาหาร

เกเทอร์ (Gather) เป็นคอลเลคชั่นเครื่องประดับที่มาพร้อมกับความสนุกและการใช้งานที่หลากหลาย กับแนวความคิดที่เกิดขึ้นว่าผู้สวมใส่สามารถทำอะไรกับเสื้อผ้าได้บ้าง เครื่องประดับชุดนี้อยู่ในรูปของแผ่นอลูมิเนียมรูปสี่เหลี่ยมและวงกลมหลายหลายแบบ ซึ่งให้ผู้ใช้สามารถยึดจับเครื่องแต่งกายหรือสร้างรอยพับจีบ โดยการใช้จับแผ่นอลูมิเนียม แล้วหยิก ขยำ หรือบีบกด ลงบนส่วนต่างๆของเครื่องแต่งกายที่ต้องการตามจินตนาการของผู้สวมใส่ เหตุผลที่เลือกใช้อลูมิเนียมเพราะ มีความนิ่ม น้ำหนักเบา และมีความแข็งแรง คงทนต่อแรงบีบอัดซ้ำได้หลายครั้ง ซึ่งแผ่นเครื่องประดับอลูมิเนียมสามารถสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายได้หลายหลายรูปแบบ ไม่ใช่เพียงแค่รายละเอียดร่องรอยที่ปรากฏขึ้นกับเครื่องแต่งกาย แต่สีสันและรูปแบบของแผ่นอลูมิเนียมสามารถช่วยทำให้ผู้ใช้รู้สึกสนุกกับการเลือกและจัดวางตำแหน่งไปพร้อมๆกัน ซึ่งสามารถเกิดรูปแบบได้มากมายตามความคิดสร้างสรรค์

ความตั้งใจของนาโอโกะ ผู้ออกแบบผลงาน คือ ให้ผู้สวมใส่ได้สัมผัสและรับรู้ถึงสรีระร่างกายตนเองรวมถึงโครงสร้างของเสื้อผ้า แล้วสร้างนิยามใหม่ให้กับสิ่งเหล่านี้ด้วยแรงกระทำของตัวเอง เปลี่ยนเสื้อผ้าที่คุ้นเคยให้เป็นรูปแบบที่ไม่อาจคาดเดาได้ ซึ่งอาจเกิดขึ้นเป็นรายละเอียด หรือโครงร่างใหม่ที่ไม่ซ้ำกันในแต่ละวัน สามารถทำให้ทุกวันของผู้สวมใส่ คือ วันใหม่ที่หลุดออกจากกรอบแบบเดิม



รูปที่ 2.55 วิธีการใช้เครื่องประดับเกเทอร์ (Gather) หลายวิธีและตำแหน่ง

ที่มา : <http://naokoogawa.com>

(3.2) ผลงานโคลททิงซั๊กเกสชั่นส์ (Clothing suggestions / Kledingsuggesties) ของไกจ์ แบคเกอร์ (Gijs Bakker) และเอ็มมา แวน ลีร์ซัม (Emma Van Leersum)

ไกจ์ แบคเกอร์ (Gijs Baker) และเอ็มมา แวน ลีร์ซัม (Emma Van Leersum) ผลงานเครื่องประดับของพวกเขาได้ถูกพัฒนาไปพร้อมกับแฟชั่นเครื่องแต่งกายแนวก้าวหน้า (Avant-Guard) เครื่องประดับในนิทรรศการโคลททิงซั๊กเกสชั่นส์ (Clothing suggestions / Kledingsuggesties) ในปี ค.ศ. 1970 จัดขึ้นที่อาร์ตแอนด์โปรเจกแกลเลอรี (Art & Project Gallery) ในกรุงอัมสเตอร์ดัม ซึ่งมีผลงานหลากหลาย แต่ผลงานที่โดดเด่น คือ ผลงานที่เครื่องแต่งกายทำจากผ้ายืดพอดิตัวในรูปแบบพื้นฐาน โดยสวมใส่แหวนในลอนตามตำแหน่งต่างๆของร่างกายทั้งหัวเข่า ข้อศอก สะโพก หน้าอก และหัวไหล่ไว้ด้านในชุดผ้ายืดคล้ายชุดนักบินอวกาศ ปรากฏเป็นรูปทรงที่เกิดขึ้นจากเครื่องแต่งกายระหว่างชุดผ้ายืด ร่างกาย และวงแหวนในลอนทั้งสามส่วนร่วมกัน ซึ่งหากแยกส่วนหนึ่งส่วนใดออกไปจะเกิดโครงในลักษณะอื่นๆ แนวความคิดนี้ คือ ให้เครื่องประดับควรสอดแทรกหรือเป็นไปตามไปรูปทรงธรรมชาติของร่างกายในสัดส่วนที่พอดิ รูปทรงโดยรวมมีลักษณะของความเป็นเครื่องประดับซ่อนอยู่ และส่งผลต่อรูปทรงของเครื่องแต่งกาย ทำให้เกิดเป็นความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องประดับได้โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีรูปทรงของเครื่องประดับอย่างชัดเจน แต่ปรากฏผ่านลักษณะทางกายภาพของเครื่องแต่งกาย



รูปที่ 2.56 ผลงานของ ไกจ์ แบคเกอร์ และเอ็มมา แวน ลีร์ซัม

ที่มา : [http://www.gijsbakker.com/gbd\\_studio/jewellery/clothing\\_suggestions\\_1970](http://www.gijsbakker.com/gbd_studio/jewellery/clothing_suggestions_1970)

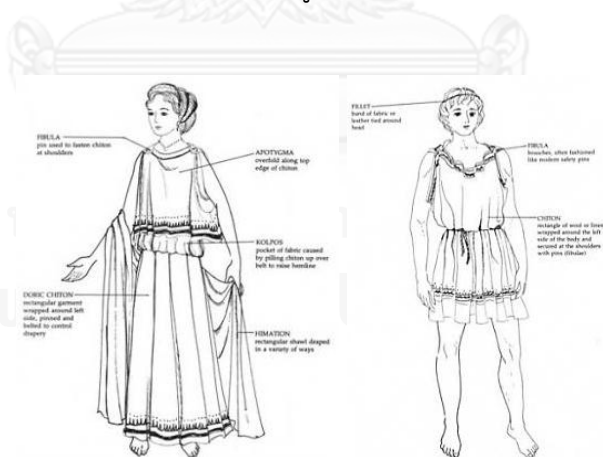
### 2.2.2 เครื่องแต่งกายในยุคกรีกที่ใช้เครื่องประดับในการจับยึดและก่อรูป

จากการรวบรวมและศึกษาข้อมูลเครื่องแต่งกาย เครื่องแต่งกายที่มีการก่อรูปจากเครื่องประดับที่มีความโดดเด่น คือ เครื่องแต่งกายในยุคกรีกที่เกิดจากการยึดจับของเข็มกลัดพิบูลา ซึ่งนอกจากการก่อรูปที่น่าสนใจแล้ว ข้อสังเกต คือ การใช้งานผืนผ้าที่ใช้ทำเครื่องแต่งกายยังสามารถเปลี่ยนแปลงได้หลายรูปแบบตามที่คุณสวมใส่ต้องการ โดยที่ยังคงเอกลักษณ์ท่ามกลางความหลากหลายด้านรูปแบบได้เป็นอย่างดี ที่สำคัญ คือ มีความสอดคล้องกับลักษณะเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานในปัจจุบัน ทั้งโครงร่างเงาและรายละเอียด ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาลักษณะของเครื่องแต่งกายยุคกรีก เพื่อสังเกตวิธีการก่อรูปจากการใช้เครื่องประดับ และรายละเอียดที่น่าสนใจ เช่น การจับเดรป การเข้ารูปให้เหมาะสมกับสรีระร่างกาย ลักษณะการทิ้งตัวของผ้า ซึ่งรายละเอียดเหล่านี้ยังคงเป็นที่นิยมและถูกนำมาปรับใช้เสมอในเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายของยุคนี้ เพื่อศึกษาลักษณะโครงร่างเงาและรายละเอียดที่เกิดขึ้นจากการใช้พิบูลาเป็นอุปกรณ์ รวมทั้งสังเกตลักษณะการใช้งานและตำแหน่งที่เหมาะสมของเครื่องประดับ แล้วทำการวิเคราะห์สรุปผล ซึ่งนำเสนอข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ยุคกรีก (ประมาณ 800-323 ปีก่อนคริสต์ศักราช)<sup>22</sup> เป็นยุคที่มีอารยธรรมที่โดดเด่นมากยุคหนึ่งในประวัติศาสตร์ตะวันตก ทั้งด้านศิลปกรรม ปรัชญา และวรรณกรรม รวมถึงด้านการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์และยังคงถูกนำมาปรับใช้จนถึงปัจจุบัน หลักฐานการแต่งกายของยุคกรีกโบราณถูกค้นพบจากประติมากรรมและจิตรกรรม ทั้งรูปสลักหิน และภาพวาดบนแจกัน ซึ่งการแต่งกายของยุคกรีกสามารถแบ่งออกได้เป็นหัวข้อที่สำคัญ ได้แก่ วัสดุ รูปแบบและวิธีการ ตัวอย่างการแต่งกายแบบกรีกจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ และการวิเคราะห์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

(1) วัสดุ เครื่องแต่งกายในยุคกรีกส่วนใหญ่ ผืนผ้าทอขึ้นใช้ภายในครัวเรือนและใช้แลกเปลี่ยนสิ่งของ วัสดุที่ใช้ทอผ้ามีหลายชนิด ได้แก่ ขนสัตว์ ลินิน ไหม และฝ้าย แต่นิยมทำจากวัสดุที่มีความนุ่มนวล ได้แก่ ผ้าทอขนสัตว์ซึ่งส่วนใหญ่จะมาจากขนแกะ หรือหากใช้เส้นใยลินินจะเลือกเป็นลินินเนื้อดีที่มีความนุ่มนวลเข้าจากตะวันออกกลาง ซึ่งสังเกตได้ว่าเครื่องแต่งกายในสมัยกรีกนั้นชุดที่จับเดรปจะมีความนุ่มนวล รอยพับไม่แข็งหัก มีความอ่อนช้อยและการทิ้งตัวอย่างละมุนละไม ตัวอย่างที่เห็นได้คือรูปสลักหินอ่อนที่ศิลปินได้แกะสลักให้แสดงออกถึงเนื้อผ้าที่พลิ้วนุ่มและเบาของเครื่องแต่งกายในยุคนี้<sup>23</sup> นอกจากการทอผ้าเนื้อดีแล้ว ยังมีวิธีการที่น่าสนใจ เช่น การย้อมสีที่ได้จากธรรมชาติ การฟอก การอัดผ้าให้เรียบเพื่อนำมาจับจีบที่สวยงาม รวมถึงการปักผ้าที่ประณีต

(2) รูปแบบและกรรมวิธี เครื่องแต่งกายในยุคกรีกสำหรับเพศหญิงและชายมีความคล้ายคลึงกันคือ ใช้ลักษณะของการพันห่อ จับจีบ และการยึดให้คงรูป โครงร่างเงาไม่รัดรูปและไม่มีรูปทรงตายตัว แต่เกิดจากเดรปที่มีรอยพับนุ่มนวล สำหรับงานวิจัยฉบับนี้กล่าวโดยรวมทั้งเครื่องแต่งกายของหญิงและชาย โดยนำเสนอข้อมูลด้านรูปแบบและวิธีการก่อรูปของเครื่องแต่งกายเป็นหลัก เครื่องแต่งกายในยุคนี้ขึ้นรูปจากผืนผ้าโดยไม่เน้นการเย็บ ใช้เพียงการกมัดเพื่อจับยึดซึ่งหากมีการเปลี่ยนตำแหน่งของการกมัดจะเกิดเป็นรูปแบบได้หลากหลายตามแต่ผู้สวมใส่กำหนด<sup>24</sup>



รูปที่ 2.57 เครื่องแต่งกายหญิงและชายแบบกรีก  
ที่มา : <http://bastilia.ru/hellas/rules/costumes/>

<sup>22</sup> พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, ประวัติศาสตร์ศิลปะเครื่องแต่งกาย (กรุงเทพฯ: อินฟอร์มีเดียอินเตอร์เนชั่นแนล, 2547).

<sup>23</sup> Lauren Lowell, 2008. "Greek Review," <http://www.cfa.ilstu.edu/~lmlowe/l/the331/aegeansgreeks/greekreview.html> (accessed 16 September 2013).

<sup>24</sup> Central Washington University, 2002. "Greek Costume," [http://www.cwu.edu/~robinos/ppages/resources/Costume\\_History/greek](http://www.cwu.edu/~robinos/ppages/resources/Costume_History/greek) (accessed 18 September 2013).

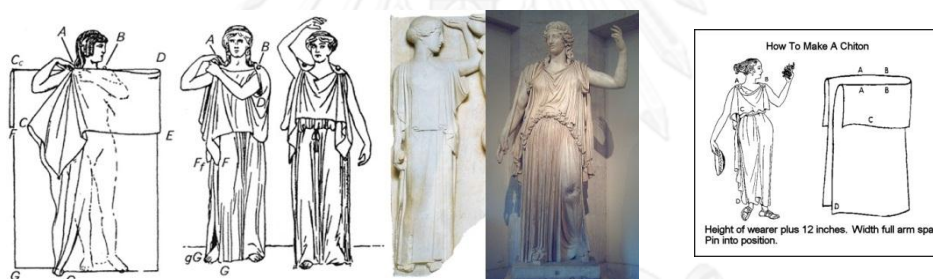
อย่างไรก็ตามสามารถจำแนกออกเป็นเครื่องแต่งกายประเภทชุด ได้แก่ คีตัน (Chiton) เพปโลส (Peplos) และประเภทผ้าคลุม ได้แก่ ฮิมาติออน (Himation) คลามีส (chlamys) และดีพลักซ์ (Diplax) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### (2.1) คีตัน (Chiton)

คีตัน ใช้สวมเป็นเสื้อผ้าชั้นในเหมือนทูนิค (Tunic) ซึ่งอาจสวมเดี่ยวๆ หรืออาจคลุมทับด้วยผ้าหรือเครื่องแต่งกายอื่นทับ คีตันในยุคนี้สามารถแบ่งได้สองลักษณะ คือ คีตันแบบดอริก และคีตันแบบไอโอนิก

#### (2.1.1) คีตันแบบดอริก (Doric chiton)

เป็นเครื่องแต่งกายที่เกิดจากการใช้ผืนผ้าห่อหุ้มร่างกาย ซึ่งมีการยึดที่หัวไหล่แต่ละข้างด้วยเข็มกลัด และใช้ผ้าคาดเอวทับเพื่อยึดให้ชุดคงรูป ส่วนแขนและด้านข้างถูกเปิดโล่ง อาจมีการเย็บด้านข้างตามแนวลำตัวในบางพื้นที่ นอกจากนี้ขอบด้านบนอาจถูกพับขึ้นและห้อยลงบริเวณหน้าอกซึ่งจะทำให้มีลักษณะคล้ายเครื่องแต่งกายแบบเพปโลส (Peplos)<sup>25</sup> ซึ่งจะกล่าวถึงในลำดับถัดไป และจากวิวัฒนาการการทอผืนผ้าสามารถทอหน้ากว้างได้มากขึ้น ทำให้สามารถพับห้อยมากขึ้น และใช้ผ้าคาดทับได้ ซึ่งหากไม่นำผ้ามาคาดทับ ส่วนที่พับไว้นั้นสามารถนำมาคล้องผ่านศีรษะเป็นผ้าคลุมได้



รูปที่ 2.58 รูปแบบและวิธีการสวมใส่คีตันแบบดอริก

ที่มา : <http://dokyung-history.blogspot.com/2012/09/greece-700-100bc-costume.html>

ที่มา : [http://www.fashion-era.com/ancient\\_costume/ancient-greek-dress-chiton.htm](http://www.fashion-era.com/ancient_costume/ancient-greek-dress-chiton.htm)



รูปที่ 2.59 ผ้าชั้นหุ้มเครื่องแต่งกายคีตันแบบดอริก

ที่มา : หนังสือ Draping period Costumes : Classical Greek to Victorian หน้า 18-19

(2.1.2) คีตันแบบไอโอนิก (Ionic chiton) คีตันแบบนี้เป็นที่นิยมของในหมู่สตรี เป็นเครื่องแต่งกายที่ใช้ผืนผ้านุ่มน้ำหนักเบา ขนาดค่อนข้างกว้างมากเพียงพอสำหรับห่อหุ้มถึงส่วนแขนจำนวน 2 ผืน เย็บริมด้านบน ซึ่งจะเว้นบริเวณส่วนหัวไว้หรืออาจใช้การจับยึดเป็นช่วงๆด้วยเข็มกลัดพิบูลาเพียงตัวเดียวหรือหลายตัวตลอดแนวแขน และบางครั้งปล่อยเป็นชายไว้ ซึ่งเกิดเป็น

<sup>25</sup> Ibid.

ลักษณะคล้ายแขนเสื้อ ส่วนแนวผ้าด้านขวานิยมเย็บปิดหรือกั๊ตไว้ แนวผ้าด้านซ้ายปล่อยโล่งหรืออาจเย็บติดขึ้นอยู่กับผู้สวมใส่ นอกจากนี้อาจมีการใช้สายคาดตกแต่งเพิ่มเติมซึ่งทำให้มีลักษณะของแขนเสื้อชัดเจนขึ้น



รูปที่ 2.60 รูปแบบและวิธีการสวมใส่คิตันแบบไอโอนิก

ที่มา : [http://www.cwu.edu/~robinsos/ppages/resources/Costume\\_History/greek.htm](http://www.cwu.edu/~robinsos/ppages/resources/Costume_History/greek.htm)

ที่มา : <http://dokyung-history.blogspot.com/2012/09/greece-700-100bc-costume.html>

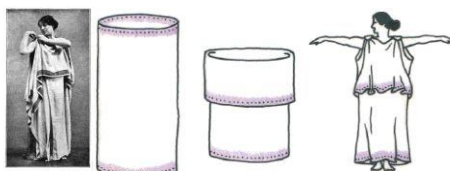


รูปที่ 2.61 ผ้าชิ้นหุ่นเครื่องแต่งกายคิตันแบบไอโอนิก

ที่มา : หนังสือ Draping period Costumes : Classical Greek to Victorian หน้า 29-31

### (2.1.2) เพปโลส (Peplos)

เพปโลสเป็นลักษณะของเครื่องแต่งกายที่ผู้คนมักสับสนกับคิตันแบบดอริก เพราะมีรูปลักษณะที่คล้ายคลึงกัน แต่วิธีการสวมใส่นั้นแตกต่างกัน คิตันแบบดอริกมีด้านข้างเปิดข้างหนึ่งและใช้ผ้าคาดเอวทับ ขณะที่เพปโลสเกิดจากผืนผ้าขนาดใหญ่ที่ทอหรือเย็บเป็นทรงกระบอก และพับปลายด้านบนลงซึ่งอาจถึงประมาณเอว หรือสั้นยาวกว่านั้น ทำให้มีลักษณะคล้ายการสวมเสื้อทับอีกชั้นหนึ่ง ซึ่งส่วนบนที่ถูกพับลงมานี้ เรียกว่า อโพทิกมา (Apotygma) และกั๊ตยึดด้วยพิบูลา บริเวณไหล่ทั้งสองข้าง ซึ่งอาจกั๊ตเอนมาทางด้านหน้าเล็กน้อย ทั้งนี้บางตำราได้แบ่งเพปโลสและคิตันแบบดอริกแยกจากกันด้วยอุปกรณ์ที่ใช้กั๊ต โดยกล่าวว่าเพปโลสจะใช้เข็มกั๊ตตรงขนาดใหญ่ในการกั๊ตผ้าซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นอาวุธได้ ส่วนคิตันแบบดอริกใช้เข็มกั๊ตพิบูลาในการกั๊ตผ้า<sup>26</sup> แต่ในบางตำราเพปโลส หมายถึง ส่วนของผ้าที่พับและห้อยผ่านด้านบนของคิตันแบบดอริกเพียงเท่านั้น<sup>27</sup>



รูปที่ 2.62 รูปแบบและวิธีการสวมใส่เพปโลส

ที่มา : [http://www.cwu.edu/~robinsos/ppages/resources/Costume\\_History/greek.htm](http://www.cwu.edu/~robinsos/ppages/resources/Costume_History/greek.htm)

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> Mami Nonomura, 2002. "Greek," [http://www.cwu.edu/~robinsos/ppages/resources/Costume\\_History/greek.htm](http://www.cwu.edu/~robinsos/ppages/resources/Costume_History/greek.htm) (accessed 20 July 2013).



รูปที่ 2.63 ผ้าขึ้นหุ่นเครื่องแต่งกายเพปโลส

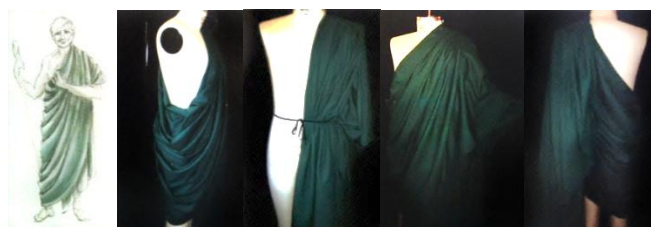
ที่มา : หนังสือ Draping period Costumes : Classical Greek to Victorian หน้า 25, 28, 27

### (2.1.3) ฮีมาติออน (Himation)

ฮีมาติออน คือ ผืนผ้าสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่ที่พาดปกคลุมร่างกาย ซึ่งผ้าที่ใช้สำหรับห่มเป็นฮีมาติออนจะต้องมีหน้ากว้างประมาณเท่ากับความสูงของผู้สวมใส่ และมีความยาวประมาณเท่ากับสามเท่าของหน้ากว้าง<sup>28</sup> ในการห่มสามารถทำได้หลายวิธี ซึ่งวิธีที่นิยม คือ การคล้องพาดที่หัวไหล่ซ้าย และปล่อยชายผ้าด้านขวาอย่างอิสระ หรืออาจนำมาคล้องแขน ผู้สวมใส่บางคนจะใช้สายคาดรัดที่เอวก่อนใช้ชายผ้าพาดปกคลุมอีกทีหนึ่ง รวมทั้งอาจเพิ่มความประณีตด้วยการจับจีบไปพร้อมกับการพาดด้วย และหากสวมใส่โดยสตรีที่แต่งงานแล้วมักจะนำชายผ้าด้านขวามาคลุมศีรษะ ฮีมาติออนเป็นที่นิยมสวมใส่ในเพศชายโดยเฉพาะชายสูงอายุ เนื่องจากมีการสวมใส่ที่ไม่ซับซ้อนใช้ลักษณะของการพาดปกคลุมร่างกายอย่างง่ายคล้ายการคลุมผ้าห่ม ซึ่งบนผืนผ้าอาจมีการทอลาย ทำขอบ และการปักเพื่อตกแต่ง



รูปที่ 2.64 รูปแบบและวิธีการสวมใส่ฮีมาติออน

ที่มา : <http://dokyung-history.blogspot.com/2012/09/greece-700-100bc-costume.html>ที่มา : <http://web.kyoto-inet.or.jp/people/tiakio/ancients/wear.html>

รูปที่ 2.65 ผ้าขึ้นหุ่นผ้าคลุมฮีมาติออน

ที่มา : หนังสือ Draping period Costumes : Classical Greek to Victorian หน้า 22, 23, 24

<sup>28</sup> Sharon Sobel, *Draping Period Costumes : Classical Greek to Victorian* (MA: Focal Press, 2013).



#### (2.1.4) คลามีส (Chlamys)

คลามีสเกิดจากผืนผ้าสี่เหลี่ยมขนาดเล็กกว่าอิมาดิออน ใช้การคลุมร่างกายและนิยมมัดที่บริเวณไหล่ขวาหรือเอนมาทางด้านหน้า โดยทั่วไปใช้สวมทับคีตัน (มักเป็นคีตันแบบสั้น) สำหรับเด็กหรือวัยรุ่นชายที่ต้องการความคล่องตัวอาจสวมคลามีสเพียงชิ้นเดียวโดยไม่มีเสื้อตัวใน



รูปที่ 2.66 รูปแบบและวิธีการสวมใส่คลามีส

ที่มา : <http://hetairoi.de/en/history/military/mens-clothing/>

ที่มา : <http://dokyung-history.blogspot.com/2012/09/greece-700-100bc-costume.html>

#### (2.1.5) ดิพลักซ์ (Diplax)

ดิพลักซ์เป็นผ้าคลุมของผู้หญิง ใช้สวมทับชุดคีตันและเพปโลส ลักษณะการห่มหลากหลายแบบ และมีลูกเล่น เช่น การจับจีบระบายเพิ่มเติม หรือการใช้ลักษณะของการกมัดพิบูลาหลายตัว เป็นต้น



รูปที่ 2.67 ผ้าขึ้นห่มผ้าคลุมดิพลักซ์

ที่มา : หนังสือ Draping period Costumes : Classical Greek to Victorian หน้า 32, 33



รูปที่ 2.68 ผ้าขึ้นห่มผ้าคลุมดิพลักซ์

ที่มา : หนังสือ Draping period Costumes : Classical Greek to Victorian หน้า 34, 35

(3) ตัวอย่างการแต่งกายแบบกรีกจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์<sup>29</sup>

การแต่งกายของชาวกรีกสามารถสวมใส่ได้ทั้งแบบการสวมใส่ชุดคีตัน และเพปโลส เพียงอย่างเดียว และทั้งแบบมีผ้าคลุมฮิมาติออน คลามีส และดีพลักซ์ ทับอีกชั้น นอกจากนี้ชายชาวกรีกยังสามารถสวมใส่เพียงผ้าคลุมอย่างฮิมาติออน และคลามีสเพียงอย่างเดียวได้โดยไม่ต้องสวมชุดไว้ด้านใน



รูปที่ 2.69 แผ่นหินสลักหญิงสาว (Grave stele of a little girl) ca. 450–440 b.c., Greek

ที่มา : <http://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/>

แผ่นหินสลักหญิงสาวกับนกพิราบ (Grave stele of a little girl) เป็นรูปสลักนูนต่ำ แสดงออกถึงการแต่งกายอย่างเรียบง่าย โดยหญิงสาวสวมใส่เพียงเครื่องแต่งกายแบบเพปโลสไม่คลุมผ้าทับ



รูปที่ 2.70 รูปปั้นหญิงสาว (Statuette of a standing woman) late 4th–early 3rd century b.c., Greek

ที่มา : <http://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/>

รูปปั้นหญิงสาว (Statuette of a standing woman) สวมใส่คีตันคลุมทับแขนและลำตัวด้วยฮิมาติออนขนาดใหญ่ จากการสังเกตพบว่าการแต่งกายสามารถบ่งบอกถึงฤดูกาลและเวลาได้เช่นกัน โดยเมื่อเปรียบเทียบกับรูปปั้นชิ้นนี้กับรูปสลักด้านบน สามารถสันนิษฐานได้ว่ารูปสลักอาจอยู่ในช่วงฤดูร้อน หรือช่วงกลางวัน ส่วนรูปปั้นหญิงสาวนี้อาจอยู่ในช่วงฤดูหนาว หรือช่วงเวลากลางคืน เนื่องจากมีการคลุมผ้าขนาดใหญ่ เครื่องแต่งกายทำจากผ้าหนา ต่างจากเครื่องแต่งกายฤดูร้อนที่เนื้อผ้าบางเบา โดยไม่ต้องคลุมผ้าทับอีกชั้น



รูปที่ 2.71 รูปปั้นหญิงสาวและเด็ก (Statue of a young woman and a girl from a grave monument) ca. 320 b.c., Greek

ที่มา : <http://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/>

รูปปั้นหญิงสาวและเด็ก (Statue of a young woman and a girl from a grave monument) โดยหญิงสาวด้านขวาสวมเพปโลสทับบนคีตันแบบมีแขน และก๊ัดผ้าคลุมไหล่ห้อยไปด้านหลัง ส่วน

<sup>29</sup> Colette Hemingway, 2004. "Women in Classical Greece," The Metropolitan Museum of Art, [http://www.metmuseum.org/toah/hd/wmna/hd\\_wmna.htm](http://www.metmuseum.org/toah/hd/wmna/hd_wmna.htm) (accessed 23 July 2013).

เด็กมีการแต่งกายในลักษณะเดียวกัน แต่มีการพับผ้าส่วนบนยาวลงมามากกว่าปกติ สันนิษฐานว่าเป็นการใช้ผืนผ้าที่มาขนาดใหญ่กว่าตัวมากเพื่อรองรับสรีระวัยสาวในอนาคต ดังนั้นจึงมีการพับขอบมาก เพื่อให้พอดีกับความสูงของเด็ก แสดงให้เห็นว่าผืนผ้าสามารถถูกปรับใช้ได้ตามความเหมาะสมของร่างกายและการใช้งาน

(4) การวิเคราะห์การแต่งกายแบบต่างๆและวิธีการก่อรูปของเครื่องแต่งกายในยุคกรีก

จากการศึกษาเครื่องแต่งกายในยุคกรีกสามารถวิเคราะห์โครงสร้างเงา รายละเอียด และนำวิธีการก่อรูปมาวิเคราะห์ร่วมกับหลักการและวิธีการปรับเปลี่ยนได้ ดังนี้

ตารางที่ 2.2 การวิเคราะห์การแต่งกายยุคกรีก

คีตันแบบดอริก	องค์ประกอบ	การวิเคราะห์
	โครงสร้างเงา	<p>โครงทรงหลวม ไหล่เปิด รูปทรงสมมาตร เน้นช่วงเอวด้วยการใช้สายคาดทำให้เกิดลักษณะการเข้าเอวเป็นจีบผ้ารูต บริเวณท้องเหนือสายคาดผ้าห้อยลงเล็กน้อย ชายที่เหลือถูกปล่อยลงอย่างธรรมชาติ</p>
	รายละเอียด	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ลักษณะผ้าที่ถูกรวบรอบเอว</li> <li>● ปลายผ้าที่ถูกทิ้งลงอย่างเป็นธรรมชาติ บริเวณใต้วงแขน</li> <li>● การใช้การยึดด้วยเข็มกลัดแทนกระดุม และการตัดเย็บ</li> <li>● ผ้าถ่วง ผ้าห้อยบริเวณคอ</li> </ul>
 <p>รูปที่ 2.72 คีตันแบบดอริก</p>	หลักการและวิธีการปรับเปลี่ยนที่ใช้	<ul style="list-style-type: none"> <li>● หลักการการแผ่อกและการเก็บเข้าจากผืนผ้าสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่ ถูกห่อหุ้มเข้ากับร่างกาย</li> <li>● วิธีการรวบยึดสองบริเวณ คือ บริเวณแรก ยึดขอบผ้าขึ้นหน้าและขึ้นหลังเข้าด้วยกันด้วยเข็มกลัดบริเวณหัวไหล่ และบริเวณที่สอง คือ การรวบยึดด้วยสายคาดล้อมรอบเอว</li> </ul> <p>วิธีการของพิบูลาเพื่อให้สามารถขยับเปิดปิดได้ คล้ายลักษณะบานพับและจุดหมุน</p>

คีตันแบบไอโอนิก	องค์ประกอบ	การวิเคราะห์
	<p>โครงร่างเงา</p>	<p>โครงทรงหลวม สมมาตร เน้นช่วงเอว ด้วยการใส่สายคาดทำให้เกิดลักษณะการเข้าเอวเป็นจีบรูปตัว M มีลักษณะของแขนเสื้อในตัวยาวถึงข้อศอกหรือข้อมือ หากมีการคาดกากบาทที่ลำตัวจะทำให้เกิดลักษณะของเครื่องแต่งกายที่เน้นช่วงอก เอวและวงแขน</p>
	<p>รายละเอียด</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ลักษณะผ้าที่ถูกรวบรอบเอว</li> <li>● การใช้เข็มกลัดแทนกระดุมและการตัดเย็บ ลักษณะของการกลัดเว้นช่วง ทำให้เกิดช่องเปิดเป็นระยะบริเวณไหล่ต่อลงมาช่วงแขน</li> <li>● ผ้าถ่วง ผ้าห้อยบริเวณคอ เอวและแขนเสื้อ</li> </ul>
  <p>รูปที่ 2.73 คีตันแบบไอโอนิก</p>	<p>หลักการและวิธีการปรับเปลี่ยนที่ใช้</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● หลักการการแผ่ออกและการเก็บเข้าจากผืนผ้าสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่ ถูกห่อหุ้มเข้ากับร่างกาย</li> <li>● วิธีการรวบยึดสองบริเวณ คือ บริเวณแรก ยึดขอบผ้าขึ้นหน้าและขึ้นหลังเข้าด้วยกันด้วยเข็มกลัดหลายตัวบริเวณหัวไหล่เป็นแนวยาวมาจรดแขน และบริเวณที่สอง คือ บริเวณเอวและลำตัว โดยใช้สายคาดด้วยรูปแบบต่างๆ อาจเป็นเส้นเดี่ยวที่เอว หรือคาดแบบกากบาทกลางลำตัว</li> </ul> <p>วิธีการของพิบูลาเพื่อให้สามารถขยับเปิดปิดได้ คล้ายลักษณะบานพับและจุดหมุน</p>

เพปโลส(Peplos)	องค์ประกอบ	การวิเคราะห์
	<p>โครงร่างเงา</p>	<p>โครงทรงตรงหลวม สมมาตร เน้นช่วงบน ซึ่งมีส่วนบนใหญ่กว่าส่วนล่างเล็กน้อย หากมีการใช้สายคาดบริเวณเอวจะทำให้เกิดลักษณะการเข้าเอวเป็นจีบรูปตัว M มีลักษณะของส่วนเสื้อที่ถูกจีบและถ่วงลงใต้วงแขน (เนื่องจากรูปทรงชุดตั้งต้นที่เป็นทรงกระบอก)</p>
	<p>รายละเอียด</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ปลายผ้าถูกจีบถ่วงลงบริเวณใต้วงแขน</li> <li>● การใช้เข็มกลัดแทนกระดุมและการตัดเย็บ</li> <li>● ผ้าถ่วง ผ้าห้อยบริเวณคอ</li> <li>● ลักษณะเด่น คือ ผ้าที่ถูกพับจากส่วนบน ซ้อนลงมาทำให้มีลักษณะคล้ายการสวมเสื้อสั้นทับบนชุดอีกทีหนึ่ง (ช่วงบนจึงถูกเน้นให้ใหญ่กว่าช่วงล่าง)</li> </ul>
 <p data-bbox="406 1921 494 1989">รูปที่ 2.74 เพปโลส</p>	<p>หลักการและวิธีการปรับเปลี่ยนที่ใช้</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● หลักการการแผ่ออกและการเก็บเข้าจากผืนผ้าสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่ ถูกห่อหุ้มเข้ากับร่างกาย และหลักการเปิดเผยและปกปิด ผ้าหน้าหนึ่งที่อยู่ด้านในจะถูกเปิดเผยออกเมื่อพับขอบบนลง</li> <li>● โดยการใช้การรวบยัดสองบริเวณ คือ บริเวณแรก ยัดขอบผ้าขึ้นหน้าและขึ้นหลังเข้าด้วยกันด้วยเข็มกลัดบริเวณหัวไหล่ และบริเวณที่สอง คือ การรวบยัดด้วยสายคาดที่บริเวณเอว ซึ่งบริเวณนี้อาจมีหรือไม่มีได้ตามแต่ผู้สวมใส่ และใช้วิธีการพับ กับการพลิกกลับด้านของชายผ้าด้านบนร่วมด้วย และวิธีการของพิบูลาเพื่อให้อาจสามารถขยับเปิดปิดได้คล้ายลักษณะบานพับและจุดหมุน</li> </ul>

ฮิมาติออน(Himation)	องค์ประกอบ	การวิเคราะห์
	<p>โครงร่างเงา</p>	<p>โครงทรงตรง ตัวหลวม อสมมาตร ไหล่เดี่ยวเฉียง โครงร่างเกิดจากการพาดผ้าทับกัน คล้ายการห่ม紗หรี หากมีการนำมาพันรอบศีรษะ จะดูคล้ายเสื้อคลุมมีหมวก (Hood)</p>
	<p>รายละเอียด</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การพาดทับเฉียงกัน ห่มอ้อมหลังและการพาดไหล่</li> <li>● ลักษณะของผ้าผืนอเนกประสงค์ที่สามารถคลุมได้หลายแบบ</li> <li>● ไหล่เดี่ยวเฉียง ที่มีลักษณะคล้ายแขนเสื้อปีกโค้งขนาดใหญ่ทั้งลงข้างเดียว</li> <li>● ผ้าที่ถูกจับเป็นจีบ ทิ้งหรือถ่วงลง</li> <li>● ชายผ้าที่ถูกปล่อยอย่างเป็นธรรมชาติ</li> </ul>
   <p>รูปที่ 2.75 ฮิมาติออน</p>	<p>หลักการและวิธีการปรับเปลี่ยน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● หลักการการแผ่ออกและการเก็บเข้าจากผืนผ้าสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่ ถูกห่อหุ้มเข้ากับร่างกาย และหลักการการเปิดเผยและปกปิด โดยผ้าที่พาดอยู่สามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบได้ อาจเปิดชายผ้าเพื่อห้อยลง หรือตลบขึ้นห่อศีรษะหรือไหล่</li> <li>● โดยใช้วิธีการพับผ้าพาดทับซ้อนกันจนคงรูป</li> </ul>

คลามีส(Chlamys)	องค์ประกอบ	การวิเคราะห์
	<p>โครงร่างเงา</p>	<p>โครงหลวม บาน รูปทรงอสมมาตร เน้นช่วงบน ปลายผ้าทิ้งลงแบบเฉียงด้านหนึ่ง ถูกคลุมทับไม่มีช่อง ส่วนอีกด้านหนึ่งมีช่องเปิดเป็นแนวยาวตั้งแต่ช่วงแขน</p>
	<p>รายละเอียด</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การจับผ้ารวบไว้จุดเดียว</li> <li>● การใช้เข็มกลัดยึดกุดผ้าแทนการเย็บ</li> <li>● มีช่องแขนเปิดด้านหนึ่ง เห็นบริเวณลำตัว</li> <li>● ปลายผ้าเฉียงที่ถูกพับและทิ้งลงอย่างเป็นธรรมชาติ</li> </ul>
  <p>รูปที่ 2.76 คลามีส</p>	<p>หลักการและวิธีการปรับเปลี่ยน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● หลักการการแผ่ออกและการเก็บเข้าจากผืนผ้าสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่ ถูกห่อหุ้มเข้ากับร่างกาย</li> <li>● วิธีการรวบยึดเพียงจุดเดียว บริเวณหัวไหล่เยื้องลงมาทางด้านหน้า โดยปกติเป็นด้านซ้าย ส่วนที่เหลือถูกปล่อยออกอย่างอิสระ</li> </ul> <p>วิธีการของพิบูลาเพื่อให้สามารถขยับเปิดปิดได้ คล้ายลักษณะบานพับและจุดหมุน</p>

ดีพลักซ์(Diplax)	องค์ประกอบ	การวิเคราะห์
	<p>โครงร่างเงา</p>	<p>โครงหลวม อสมมาตร ไหล่เฉียง เน้นช่วงบน มีทั้งแบบจับที่หัวไหล่และไล่จากหัวไหล่ไปจับที่แขน</p>
	<p>รายละเอียด</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การจับผ้าโดยรอบและพับเป็นจีบระบายในตัว</li> <li>● ลักษณะของผ้าผืนอ่อนเนกประสงค์ที่สามารถคลุมได้หลายแบบ</li> <li>● ไหล่เดี่ยวเฉียง ที่มีลักษณะกึ่งแขนกุดผสมเสื้อที่มีแขนแบบปีก</li> <li>● ปลายผ้าเกิดจากการจับผ้าที่ถูกทิ้งหรือถ่วงลง</li> <li>● การใช้เข็มกลัดแทนการเย็บ ทั้งแบบกลัดตัวเดียวและกลัดเว้นช่วงคล้ายแขนของคิตันไอโอนิกแต่ทำเพียงข้างเดียว</li> </ul>
   <p>รูปที่ 2.77 ดีพลักซ์</p>	<p>หลักการและกรรมวิธีการปรับเปลี่ยน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● หลักการการแผ่อกและการเก็บเข้าจากผืนผ้าสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่ ถูกห่อหุ้มเข้ากับร่างกาย</li> <li>● วิธีการรวบยึดบริเวณไหล่ เป็นได้สองวิธีคือ แบบแรกยึดที่ไหล่ด้านใดด้านหนึ่งและแบบที่สองจากไหล่เป็นแนวจรดแขน เพื่อยึดขอบผ้าขึ้นหน้าและขึ้นหลังเข้าด้วยกัน อาจมีวิธีการพับแบบจีบและการพลิกกลับด้านที่ขอบบนร่วมด้วยขึ้นอยู่กับผู้สวมใส่</li> </ul> <p>วิธีการของพิบูลาเพื่อให้สามารถขยับเปิดปิดได้ คล้ายลักษณะบานพับและจุดหมุน</p>



### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์และสรุปผล

เมื่อศึกษารรณกรรมที่เกี่ยวข้องแล้ว จึงเข้าสู่การเชื่อมโยงส่วนต่างๆเข้าด้วยกันเพื่อวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อนำไปใช้งานในลำดับต่อไป และสามารถเลือกใช้ได้เหมาะสมสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบของงานวิจัยต่อไป โดยแบ่งออกเป็นหัวข้อดังนี้ การวิเคราะห์การปรับเปลี่ยนและผลที่เกิดขึ้นกับเครื่องแต่งกาย การวิเคราะห์สรุปภาพรวมของเครื่องแต่งกายยุคกรีกและวิธีการปรับเปลี่ยนที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ตำแหน่งการยึดเกาะร่างกายของเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ และการวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องร่วมกัน

#### 3.1 สรุปการปรับเปลี่ยนและผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

จากการศึกษาหลักการ วิธีการ ส่วนประกอบ และผลกระทบ สามารถวิเคราะห์สรุป ได้ดังนี้ ตาราง 2.3 การปรับเปลี่ยน หลักการ วิธีการ ส่วนประกอบและผลการเปลี่ยนแปลง

เครื่องแต่งกาย/ เครื่องประดับ	หลักการ	วิธีการ	ส่วนประกอบ (เลือกใช้/ไม่ใช้ได้)	ผลกระทบ
เครื่องแต่งกาย	- การแผ่อกและ การเก็บเข้า -การเปิดเผยและ การปกปิด	-การรวบยึด	-ยางยึด -เชือกผูก -เข็มและตัวจับ	-โครงสร้าง -รายละเอียด
เครื่องแต่งกาย/ เครื่องประดับ	-การเปิดเผยและ การปกปิด	-การพลิกกลับ ด้าน	-ข้อต่อ -บานพับ -หมุดยึด	-รายละเอียด -สี
เครื่องแต่งกาย/ เครื่องประดับ	- การแผ่อกและ การเก็บเข้า -การเปิดเผยและ การปกปิด	-การพับ	-ตะขอ -ข้อต่อ -บานพับ	-โครงสร้าง -รายละเอียด -สี
เครื่องแต่งกาย/ เครื่องประดับ	- การแผ่อกและ การเก็บเข้า -การเปิดเผยและ การปกปิด	-การทาบแบบ พับ	-หมุดยึด	-โครงสร้าง -รายละเอียด -สี
เครื่องประดับ	- การแผ่อกและ การเก็บเข้า -การเปิดเผยและ การปกปิด	-การใช้บานพับ และยึดจุดหมุน	-ข้อต่อ -บานพับ -หมุดยึด	-โครงสร้าง -รายละเอียด
เครื่องแต่งกาย/ เครื่องประดับ	-การรวมและการ แยก	-การประกอบ	-ข้อต่อ -หมุดยึด -ตะขอ	-โครงสร้าง

เครื่องแต่งกาย/ เครื่องประดับ	หลักการ	วิธีการ	ส่วนประกอบ	ผลกระทบต่อ
เครื่องแต่งกาย/ เครื่องประดับ	- การแผ่อกและ การเก็บเข้า - การเปิดเผยและ การปกปิด	- การยึดหด	- ข้อต่อ - บานพับ - หมุดยึด	- โครงสร้าง - รายละเอียด
เครื่องแต่งกาย/ เครื่องประดับ	- การแผ่อกและ การเก็บเข้า - การเปิดเผยและ การปกปิด	- การม้วนหด	- ตะขอเกี่ยว - ข้อต่อ	- โครงสร้าง - รายละเอียด - สี
เครื่องประดับ	- การแผ่อกและ การเก็บเข้า - การเปิดเผยและ การปกปิด	- การเลื่อน	- ข้อต่อ - บานพับ - หมุดยึด - ตะขอ	- รายละเอียด
เครื่องแต่งกาย/ เครื่องประดับ	- การรวมและการ แยก	- การครอบต่อ	- กล่องสปริง - ตะขอ - ตีนตุ๊กแก	- โครงสร้าง
เครื่องแต่งกาย	- การเปิดเผยและ การปกปิด	- การหุ้มด้วย โครง	- ซิป - ยางยึด - เชือกผูก - หมุดยึด - เข็มและตัวจับ	- โครงสร้าง - รายละเอียด - สี
เครื่องแต่งกาย/ เครื่องประดับ	- การรวมและการ แยก	- การประสาน พิักัด	- ข้อต่อ - บานพับ	- โครงสร้าง - รายละเอียด


จากตารางทำให้สามารถสรุปได้ว่าลักษณะการปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับสามารถสอดคล้องได้กับทุกหลักการ ซึ่งหลักการที่นิยมใช้ คือ การแผ่อกและการเก็บเข้า กับการเปิดเผยและการปกปิด ทั้งนี้หลักการหนึ่งๆจะมีวิธีการที่เหมาะสมได้หลากหลายวิธี ทั้งเหมือนและแตกต่างกัน โดยการปรับเปลี่ยนจะมีผลโดยตรงต่อลักษณะของเครื่องแต่งกายที่ปรากฏ ส่งผลกระทบท่อโครงสร้าง รายละเอียด และสีสัน แสดงให้เห็นว่าการปรับเปลี่ยนของงานวิจัยหากดำเนินไปใน

แนวทางที่เหมาะสมจะสามารถสร้างความแตกต่างของการปรับเปลี่ยนก่อนและหลังได้อย่างชัดเจน ซึ่งหมายถึงมีการเปลี่ยนแปลงเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือทั้งสามส่วนตั้งแต่โครงร่างเงา รายละเอียด และสีสันทันทีซึ่งส่งผลให้เกิดความหลากหลายทางด้านรูปแบบและการใช้งาน ทั้งนี้ส่วนประกอบสำหรับการปรับเปลี่ยนจะเป็นตัวกลางที่ช่วยสนับสนุนให้การปรับเปลี่ยนเป็นไปอย่างสมบูรณ์

### 3.2 การวิเคราะห์สรูปภาพรวมของเครื่องแต่งกายยุคกรีกและกรรมวิธี

ในส่วนนี้เป็นการใช้ข้อมูลเครื่องแต่งกายในยุคกรีก มาวิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพ และนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลหลักการและวิธีการปรับเปลี่ยนที่ใช้กับเครื่องแต่งกายในยุคนี้ ซึ่งสามารถสรุปเป็นตาราง ได้ดังนี้

ตารางที่ 2.4 สรูปภาพรวมการแต่งกายยุคกรีก

การวิเคราะห์	องค์ประกอบ	ผลการวิเคราะห์
ลักษณะทางกายภาพ	โครงร่างเงา	 <p>รูปที่ 2.78 โครงร่างเงาแบบกรีกโดยรวม</p> <p>โครงร่างเงาทรงอิสระ ตัวหลวม หรือพอดีตัวที่ช่วงเอว มีทั้งโครงสร้างแบบสมมาตรและอสมมาตร ไหล่เฉียงผ้าห้อยตกเพียงข้างเดียว รายละเอียดจากการกลัดผ้าเป็นตัวกำหนดโครงสร้าง ทั้งจีบระบาย ชายผ้า และการถ่วงผ้า</p>

การวิเคราะห์	องค์ประกอบ	ผลการวิเคราะห์
ลักษณะทางกายภาพ	รายละเอียด	 <p data-bbox="890 705 1230 741">รูปที่ 2.79 รายละเอียดแบบกรีกโดยรวม</p> <ul data-bbox="735 750 1358 943" style="list-style-type: none"> <li>● การใช้เข็มกลัดแทนกระดุมและการตัดเย็บ</li> <li>● ปลายผ้าที่ถูกพับทิ้งลงอย่างเป็นธรรมชาติ ผ้าถ่วง ผ้าห้อยบริเวณคอ</li> <li>● การพาดผ้า และลักษณะไหล่เดี่ยวเฉียง</li> </ul>
การปรับเปลี่ยน	หลักการและวิธีการ	<ul data-bbox="735 981 1406 1809" style="list-style-type: none"> <li>● หลักการการแผ่อกและการเก็บเข้า จากผืนผ้าสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่ ถูกห่อหุ้มเข้ากับร่างกาย</li> <li>● หลักการการเปิดเผยและปกปิด โดยการพับผ้า หรือเปลี่ยนแปลงการห่อหุ้มของผ้าคลุม</li> <li>● วิธีการหลักที่ใช้ ได้แก่ การรวบยัดผ้าขึ้นหน้าและหลังเข้าด้วยกันที่บริเวณใดบริเวณหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นการรวบยัดแบบเป็นจุดที่ไหล่ การรวบยัดแบบเป็นแนวยาวจากไหล่จรดแขน และการรวบยัดแบบล้อมรอบที่บริเวณเอว ซึ่งการรวบยัดจะทำให้เกิดรายละเอียดรอยจีบผ้า และชายผ้าที่ถูกทิ้งลงคล้ายระบาย</li> <li>● วิธีการพับ ทั้งแบบพับตลบบางส่วนลง และการพับแบบจีบเพื่อตกแต่ง</li> <li>● วิธีการพลิกกลับด้าน โดยส่วนใหญ่เป็นการตลบขอบบนลงเพื่อให้ผืนผ้ามีความยาวพอดีตัว หรือเพื่อการตกแต่งโดยผ้าอีกด้านจะถูกเผยออกมา</li> <li>● วิธีการของเครื่องประดับ คือการใช้บานพับและยึดจุดหมุน เพื่อให้สามารถเปิดปิดได้</li> </ul>

นอกจากนี้จากการสังเกตสามารถสรุปข้อควรระวังเกี่ยวกับใช้เข็มกลัดพิวลากับการแต่งกาย ได้ดังนี้ การใช้เข็มกลัดพิวลาในฐานะอุปกรณ์สำหรับก่อรูปเครื่องแต่งกาย ตำแหน่งที่ใช้ในการกลัดเครื่องแต่งกาย คือ บริเวณบ่าและไหล่เป็นสำคัญ สันนิษฐานได้สองประการ คือ การยึดเกาะเครื่องแต่งกายกับร่างกาย โดยการเริ่มยึดเครื่องแต่งกายจากส่วนบนของร่างกายจะสามารถก่อรูปเครื่องแต่งกายที่ปก

คลุมส่วนของร่างกายที่ต้องการปกปิดได้เป็นบริเวณกว้าง ซึ่งจะทำให้การก่อรูปเครื่องแต่งกายสะดวกรวดเร็ว สามารถปกปิดส่วนที่จำเป็นได้ครบด้วยเครื่องแต่งกายเพียงชิ้นเดียว ประการที่สอง คือ การยึดเกาะในส่วนบนของร่างกายจะกระทบต่ออิริยาบถของมนุษย์เพียงเล็กน้อยและไม่เป็นอุปสรรคต่อการเคลื่อนไหว ในขณะที่หากใช้พิวลายึดเกาะส่วนล่างของร่างกายทำให้เกิดอุปสรรคต่ออิริยาบถต่างๆ และอาจเกิดความไม่สะดวกในการเคลื่อนไหว เช่น หากอยู่บริเวณข้อพับขา หรือบั้นท้ายจะทำให้เกิดการกีดกันจากการเคลื่อนไหว เช่น การเดิน และการนั่ง เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องต่อการเคลื่อนไหวโดยปกติในชีวิตประจำวันของมนุษย์

### 3.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งการยึดเกาะร่างกายของเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ

ส่วนนี้จะเป็นการเชื่อมโยงข้อมูลพื้นฐานของเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานและเครื่องประดับ โดยนำมาเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการยึดเกาะร่างกายจากการสังเกตของผู้วิจัย โดยทำการหาส่วนที่เหมาะสมในการยึดเกาะที่สอดคล้องกับการใช้งานทั้งสำหรับเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ

ตารางที่ 2.5 วิเคราะห์การเกาะยึดเครื่องแต่งกายกับร่างกาย

ตำแหน่งร่างกาย	ภาพ	ลักษณะการเกาะยึด
คอ	 รูปที่ 2.80 เครื่องแต่งกายที่ยึดเกาะคอเป็นหลัก	ใช้ส่วนลำคอเป็นที่ยึดเกาะ อาจมีลักษณะเป็นเส้นรอบคอ แล้วห้อยส่วนของเครื่องแต่งกายลงมา หรือแบบคล้องพันคอด้วยเครื่องแต่งกายเลย
บ่าและไหล่	 รูปที่ 2.81 เครื่องแต่งกายที่ยึดบ่าและไหล่เป็นหลัก	ใช้เครื่องแต่งกายห่อหุ้มบริเวณบ่าและไหล่ อาจมีลักษณะเป็นแขน แถบผ้า หรือเส้น ซึ่งอาจจะเกาะไหล่หรือบ่าเพียงข้างเดียว หรือ ทั้งสองข้างก็ได้ และอาจเป็นทรงพอดิตัว หรือตัวหลวม โดยลักษณะแบบนี้สามารถต่อเพิ่มส่วนแขนเสื้อออกไปได้ด้วย
หน้าอก	 รูปที่ 2.82 เครื่องแต่งกายที่ยึดเกาะอกเป็นหลัก	บริเวณหน้าอกเป็นส่วนที่ยื่นออกมาของร่างกายดังนั้น จึงสามารถใช้เครื่องแต่งกายเพื่อยึดเกาะและปกคลุมส่วนล่างลงมาได้ มีทั้งแบบพอดิตัวและตัวหลวม อาจมีการใช้ลักษณะของยางยึดเพื่อสะดวกต่อการสวมใส่
ลำตัว และเอว	 รูปที่ 2.83 เครื่องแต่งกายที่ยึดเกาะเอวเป็นหลัก	บริเวณเอวอยู่ต่อจากส่วนหน้าอก การยึดเกาะที่เน้นส่วนเอว จะทำให้เกิดการกระชับของเครื่องแต่งกาย และดูมีทรวดทรงมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 2.6 วิเคราะห์การเกาะยึดเครื่องประดับกับกับร่างกาย หรือเครื่องแต่งกาย

ตำแหน่งร่างกาย	ภาพ	ลักษณะการเกาะยึด
หู	 รูปที่ 2.84 เครื่องประดับหู	ใช้การเกี่ยวคล้องกับใบหู หรือ การเจาะและยึดด้วยเข็มและแป้นทั้งบริเวณใบหูและติ่งหู
คอ	 รูปที่ 2.85 เครื่องประดับคอ	ใช้การเกี่ยวคล้องรอบคออาจมีลักษณะแข็งเกาะพอดีคอทั้งแบบเปิดและปิดหรือเป็นเส้นโซ่ปิดที่สามารถขยับได้ล้อมรอบคอ
บ่าและไหล่	 รูปที่ 2.86 เครื่องประดับบ่าและไหล่	ใช้การเกาะยึดแบบล้อมรอบทั้งฝั่งเดียวหรือสองฝั่งเชื่อมต่อกัน ซึ่งอาจคล้องมาจากอวัยวะอื่น ๆ ได้
ข้อมือ ข้อเท้า นิ้ว	 รูปที่ 2.87 เครื่องประดับข้อมือ ข้อเท้าและแหวน	ใช้การสวมทั้งแบบเปิดและแบบปิด หากเป็นข้อมือข้อเท้า แม้หลวมเล็กน้อยก็ไม่หลุด เนื่องจากส่วนข้อจะมีขนาดเล็กกว่าส่วนมือและเท้า
ส่วนอื่นของร่างกาย	 รูปที่ 2.88 เครื่องประดับส่วนหน้าและหัว	มีหลากหลายตำแหน่ง ตั้งแต่ใบหน้าไปจนถึงปลายเท้า ใช้ลักษณะการเกาะยึดที่เหมาะสมตามแต่บริเวณ
เครื่องแต่งกาย	 รูปที่ 2.89 เครื่องประดับเครื่องแต่งกาย	การยึดเกาะนิยมใช้เข็มและตัวจับ และบางครั้งใช้ตัวหนีบหากมีน้ำหนักไม่มาก

ลักษณะการยึดเกาะของเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับมีความแตกต่างกันที่ลักษณะของการยึดเกาะ เนื่องจากเครื่องแต่งกายครอบคลุมบริเวณร่างกายมากกว่าและมีจุดประสงค์เพื่อการห่อหุ้มปกคลุมร่างกาย ดังนั้นจากตารางข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าส่วนหลักที่ใช้ยึดเครื่องแต่งกายเข้ากับ

ร่างกายจะอยู่บริเวณแกนกลางของร่างกาย และมักเป็นตำแหน่งที่ค่อนข้างเสถียร ได้แก่ บริเวณคอ ไหล่ หน้าอก และเอว สามารถเคลื่อนไหวได้แต่ไม่ถึงการเคลื่อนไหวในลักษณะของการแกว่งอย่าง แขนและขา โดยเครื่องแต่งกายที่พบเห็นที่มีการปกคลุมบริเวณแขน ขา ล้วนเป็นส่วนที่เชื่อมต่อมาจาก ส่วนที่ปกคลุมอวัยวะในแนวแกนหลักข้างต้น

ในขณะที่การยึดเกาะร่างกายของเครื่องประดับ สามารถเป็นไปได้เกือบทุกส่วนบนร่างกาย รวมทั้งบริเวณที่เกิดการแกว่งไกวด้วยเช่นกัน เนื่องจากเครื่องประดับจะครอบคลุมส่วนของร่างกายได้ ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ความอิสระของตำแหน่งการยึดเกาะบนร่างกายจึงมีมากตามไปด้วย











การเชื่อมโยงลักษณะการยึดเกาะของเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับเข้าด้วยกันควรคำนึงถึง เรื่องการรับน้ำหนักโดยเฉพาะผ้า และการปกปิดส่วนของร่างกายตามแนวแกนหลักที่จำเป็นของ เครื่องแต่งกาย จากการวิเคราะห์ผู้วิจัยจึงเลือกจุดหลักในการยึดเครื่องประดับและเครื่องแต่งกาย โดยเน้นบริเวณ คอ ไหล่ หน้าอก และลำตัวตามแนวยึดเกาะของเครื่องแต่งกาย นอกจากนี้จาก ข้อสังเกตการใช้เข็มกลัดพิบูลาในฐานะอุปกรณ์สำหรับก่อรูปเครื่องแต่งกายดังที่ได้กล่าวมาแล้ว พบว่า มีตำแหน่งที่สำคัญ คือ บริเวณบ่าและไหล่ ส่วนบริเวณล่างลงมาสันนิษฐานว่าจะทำให้เกิดความไม่ สะดวกในการเคลื่อนไหว และเป็นอุปสรรคต่ออิริยาบถ ซึ่งเมื่อทำการตรวจสอบกับตำแหน่งการใช้ พิบูลาแล้ว ตำแหน่งที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ก็มีทิศทางไปในทางเดียวกันกับตำแหน่งของพิบูลา โดย สามารถสรุปตำแหน่งที่เหมาะสมได้ดังนี้

ตารางที่ 2.7 สรุปการเกาะยึดเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับกับร่างกาย

ตำแหน่งร่างกาย	เครื่องแต่งกาย	เครื่องประดับ	
คอ			การยึดเกาะตามแนวแกนหลักของร่างกาย ตั้งแต่คอ บ่าและไหล่ หน้าอก ลำตัว รวมถึงเครื่องแต่งกายในแนวแกนหลัก (ซึ่งอยู่ส่วนบนของร่างกาย) - สามารถรับน้ำหนักได้มาก - สามารถปกคลุมส่วนของร่างกายที่ต้องการปกปิดได้มาก - ไม่เป็นอุปสรรคต่ออิริยาบถโดยปกติของมนุษย์
ไหล่			
หน้าอก ลำตัว และเครื่องแต่งกาย			

### 3.4 การวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องร่วมกัน

ส่วนนี้จะนำหลักการและวิธีการปรับเปลี่ยนประมวลผลร่วมกับเครื่องแต่งกายในยุคกรีก และ ตำแหน่งการยึดเกาะ เพื่อสรุปเป็นผลสำหรับใช้ในการปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน

ชุดกรีก	หลักการ	วิธีการ	ผล	ตำแหน่งยึดเกาะ
คีตัน ดอริก	การแผ่อก- เก็บเข้า การประกอบ	การรวบยัด การใช้บานพับ และยึดจุดหมุน	<ul style="list-style-type: none"> <li>● รอยจีบ และชายผ้าห้อย</li> </ul>  <p>รูปที่ 2.93 คีตันแบบดอริก</p>	ไหล่และเอว  รูปที่ 2.94 คีตันแบบดอริก
คีตัน ไอโอนิก	การแผ่อก- เก็บเข้า การประกอบ	การรวบยัด การใช้บานพับ และยึดจุดหมุน	<ul style="list-style-type: none"> <li>● รอยจีบ และชายผ้าห้อย</li> <li>● เกิดแขนเสื้อและช่องเปิด</li> </ul>  <p>รูปที่ 2.95 คีตันแบบไอโอนิก</p>	ไหล่จรดแขนและเอว  รูปที่ 2.96 คีตันแบบไอโอนิก
เพปโลส	การแผ่อก- เก็บเข้า การเปิดเผย- ปกปิด การประกอบ	การรวบยัด การใช้บานพับ และยึดจุดหมุน การพับ การพลิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>● รอยจีบ และชายผ้าห้อย</li> <li>● สีหรือพื้นผิวกลับด้าน</li> </ul>  <p>รูปที่ 2.97 เพปโลส</p>	ไหล่และเอว  รูปที่ 2.98 เพปโลส
ฮิมาติ ออน	การแผ่อก- เก็บเข้า การเปิดเผย- ปกปิด	การพับ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● รอยจีบ ชายผ้าห้อย</li> <li>● การพาดคลุมที่คงรูป</li> </ul>  <p>รูปที่ 2.99 ฮิมาติออน</p>	เอว  รูปที่ 2.100 ฮิมาติออน
คลามีส	การแผ่อก- เก็บเข้า การประกอบ	การรวบยัด การใช้บานพับ และยึดจุดหมุน	<ul style="list-style-type: none"> <li>● รอยจีบ และชายผ้าห้อย</li> </ul>  <p>รูปที่ 2.101 คลามีส</p>	ไหล่  รูปที่ 2.102 คลามีส
ตีฟลักซ์	การแผ่อก- เก็บเข้า การประกอบ	การรวบยัด การใช้บานพับ และยึดจุดหมุน การพับ การพลิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>● รอยจีบ และชายผ้าห้อย</li> </ul>  <p>รูปที่ 2.103 ตีฟลักซ์</p>	ไหล่  รูปที่ 2.104 ตีฟลักซ์

ตารางที่ 2.8 การวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องร่วมกัน



## บทที่ 3

### ผู้บริโภครวมและกลุ่มเป้าหมาย

ผู้บริโภครวมถือเป็นปัจจัยสำคัญของการออกแบบ ดังนั้นการออกแบบที่ดีควรศึกษาและทำความเข้าใจเพื่อให้สามารถระบุกลุ่มผู้บริโภครวมและความต้องการได้ งานวิจัยการออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภครวมและกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของงานวิจัยไว้ ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ การทำแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ตามหัวข้อดังนี้

#### ส่วนที่ 1 การเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัย

- 1.1 ข้อมูลจากการทำแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์
  - 1.1.1 การกำหนดจุดมุ่งหมายและการออกแบบสอบถาม
  - 1.1.2 การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง
  - 1.1.3 การสัมภาษณ์ข้อมูลผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภค
- 1.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองของงานวิจัย

#### ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

- 2.1 ข้อมูลผู้บริโภคตามหลักประชากรศาสตร์
  - 2.2.1 พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายหลักตามหลักประชากรศาสตร์
  - 2.2.2 พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายรองตามหลักประชากรศาสตร์
- 2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลกับการบริโภค
  - 2.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมายหลัก
  - 2.2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมายรอง

#### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายหลักและรองของงานวิจัย

#### ส่วนที่ 4 การสรุปส่วนตลาดและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

## ส่วนที่ 1 การเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัย

### 1.1 ข้อมูลจากการทำแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

ส่วนแรกนำเสนอข้อมูลของงานวิจัย โดยการทำแบบสอบถามและการเลือกตัวอย่างที่เหมาะสม เพื่อทำการสัมภาษณ์ผู้บริโภครวมถึงการออกงานสังคมเป็นประจำ เพื่อทำความเข้าใจความต้องการและปัจจัยที่มีผลต่อการแต่งกายของผู้บริโภคทั้งเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ แล้วจึงนำมาสรุปเป็นกรอบลักษณะผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย รวมทั้งเพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองของงานวิจัยได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญโดยการสัมภาษณ์ร่วมด้วยเพื่อเป็นข้อเสนอแนะ ซึ่งขั้นตอนทั้งหมดเริ่มตั้งแต่การกำหนดจุดประสงค์ในการสอบถาม การออกแบบสอบถาม การเก็บข้อมูล และสรุปผล มีรายละเอียด ดังนี้

#### 1.1.1 การกำหนดจุดมุ่งหมายและการออกแบบสอบถาม

จุดมุ่งหมายในการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคและผู้เชี่ยวชาญ ที่นำมาใช้ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคและตลาดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับการใช้งาน แบ่งได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

##### 1.1.1.1 การกำหนดแบบสอบถามสำหรับผู้บริโภค แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

(1) การเก็บข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ซึ่งจะทำให้ทราบถึงแนวโน้มข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภคสำหรับงานวิจัย

(2) การเก็บข้อมูลด้านการแต่งกาย ได้แก่ รสนิยม ทักษะคติ ลักษณะการแต่งกายในการออกงาน รูปลักษณะของเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน รูปลักษณะเครื่องประดับ เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มสำหรับกำหนดองค์ประกอบในการออกแบบของงานวิจัย รวมไปถึงสถานที่จับจ่าย ราคาที่สามารถจับจ่าย เพื่อกำหนดส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสม และเก็บข้อมูลความคาดหวังเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัย

(3) ข้อเสนอแนะ หรือความคิดเห็นเพิ่มเติม เป็นการเปิดพื้นที่ให้ผู้บริโภคแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับงานวิจัย หรือเสนอแนะแนวทางและความต้องการเพิ่มเติม

1.1.1.2 การกำหนดคำถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ มีจุดประสงค์เพื่อการเก็บข้อมูลด้านข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์

#### 1.1.2 การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการเก็บข้อมูลโดยตรงเฉพาะกลุ่มเป้าหมายนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามชุดเดียวกันทั้งหมด แต่เลือกใช้ช่องทางในการเก็บข้อมูล 2 ช่องทาง คือ ช่องทางที่ 1 การทำแบบสอบถามบริเวณศูนย์กลางใจเมือง ได้แก่ ย่านสยามสแควร์ และย่านโอศิก ซึ่งเป็นแหล่งที่มีกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยทำงาน เดินทางผ่าน และเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์ โดยเลือกผู้ทำแบบสอบถามจากการคาดคะเนช่วงอายุ สังเกตบุคลิกลักษณะและการแต่งกายที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัย และช่องทางที่ 2 การทำแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคในวัยนี้นิยมใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร

ซึ่งเลือกผู้ทำแบบสอบถามจากรูปแบบการใช้ชีวิต บุคลิกและลักษณะการใช้ชีวิตที่สังเกตได้จากการแสดงตัวตนในโลกออนไลน์ ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลได้ผลดังนี้

จากการทำแบบสอบถามสตรีวัยทำงานทั้งหมด 174 คน บริเวณโอศกและสยามสแควร์ ณ วันที่ 30 มิถุนายน – 15 สิงหาคม พ.ศ. 2556 ประกอบกับการเลือกตัวอย่างที่เหมาะสม เพื่อสัมภาษณ์จำนวน 2 คน มีรายละเอียดสถิติที่สรุปเป็นข้อมูล แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

(1) ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	ร้อยละ (คน)
อายุ 23-32ปี	ร้อยละ 81.6 (142 คน)
อายุ 33-42 ปี	ร้อยละ 18.4 (32 คน)
การศึกษา	ร้อยละ (คน)
ปริญญาตรี	ร้อยละ 78.2 (136 คน)
ปริญญาโท	ร้อยละ 21.8 (38 คน)
สถานภาพ	ร้อยละ (คน)
โสด	ร้อยละ 69 (120 คน)
แต่งงาน	ร้อยละ 30 (52 คน)
หย่าร้าง	ร้อยละ 1 (2คน)
ลักษณะอาชีพ	ร้อยละ (คน)
กิจการส่วนตัว	ร้อยละ 29.3 (51 คน)
ผู้จัดการ	ร้อยละ 9.2 (16 คน)
ผู้ปฏิบัติงานอาวุโส (Senior Officer)	ร้อยละ 19.6 (34 คน)
งานอิสระ (Freelance)	ร้อยละ 17.3 (30 คน)
ประกอบอาชีพมากกว่า 1	ร้อยละ 16 (28 คน)
อื่นๆ	ร้อยละ 8.6 (15 คน)
หมวดหมู่อาชีพ	ร้อยละ (คน)
สื่อสารมวลชน ครีเอทีฟ อาร์ตไดเรคเตอร์	ร้อยละ 13.8 (24 คน)
สถาปนิก นักออกแบบ ศิลปะ นิเทศน์	ร้อยละ 25.9 (45 คน)
นักการตลาด การเงินการบัญชี	ร้อยละ 10.9 (19 คน)
ประชาสัมพันธ์ เออี เลขานุการ	ร้อยละ 13.2 (23 คน)
แพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกร วิศวกร วิทยาศาสตร์	ร้อยละ 9.2 (16 คน)

รัฐศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ สังคมศาสตร์	ร้อยละ 8.6 (15 คน)
อื่นๆ เช่น ค้าขาย ศึกษาต่อ	ร้อยละ 18.4 (32 คน)
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ร้อยละ (คน)
ต่ำกว่า 20,000 บาท	ร้อยละ 12.7 (22 คน)
20,001-35,000 บาท	ร้อยละ 31.6 (55 คน)
35,001-50,000 บาท	ร้อยละ 36.8 (64 คน)
50,001-65,000 บาท	ร้อยละ 13.2 (23 คน)
65,000 บาทขึ้นไป	ร้อยละ 5.7 (10 คน)

(2) ข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายสำหรับออกงานของกลุ่มตัวอย่าง  
ตารางที่ 3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายสำหรับออกงานของกลุ่มตัวอย่าง

(2.1) ด้านปัจจัยที่มีผลต่อเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับสำหรับออกงาน	
ปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน	ร้อยละ (คน)
ราคาที่เหมาะสม	ร้อยละ 21.8 (38 คน)
โอกาสใช้สอย ใช้ได้หลายงาน	ร้อยละ 38 (66 คน)
รูปแบบที่พึงพอใจ และความโดดเด่น	ร้อยละ 28.2 (49 คน)
ความเหมาะสมกับผู้สวมใส่ และภาพลักษณ์ที่ดี	ร้อยละ 12 (21 คน)
รูปแบบงานเลี้ยงที่เข้าร่วมบ่อยที่สุด	ร้อยละ (คน)
งานสังคม	ร้อยละ 33.9 (59 คน)
พบลูกค้า/พบผู้ใหญ่	ร้อยละ 19.5 (34 คน)
งานแต่งงาน	ร้อยละ 8.6 (15 คน)
งานเลี้ยงสังสรรค์กับเพื่อน	ร้อยละ 16.7 (29 คน)
งานเกี่ยวกับสื่อมวลชน	ร้อยละ 4 (7 คน)
ความสำคัญการสวมใส่เครื่องประดับเพื่อออกงาน	ร้อยละ (คน)
มีความสำคัญ (ประมาณความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 70-100)	ร้อยละ 45.4 (79 คน)
มีความสำคัญบางโอกาส (ประมาณความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 30-70)	ร้อยละ 34.5 (60 คน)
ไม่สำคัญ (ประมาณความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 0-30)	ร้อยละ 20.1 (35 คน)

จุดประสงค์ของการใส่เครื่องประดับเมื่อออกงาน	ร้อยละ (คน)
ช่วยส่งเสริมการแต่งกาย ตัวตนและบุคลิกของผู้สวมใส่ให้ชัดเจนขึ้น	ร้อยละ 14.4 (25 คน)
ช่วยในการส่งเสริมการแต่งกายให้ดูโดดเด่นขึ้น	ร้อยละ 44.2 (77 คน)
ช่วยเพิ่มโอกาสการใช้งานให้กับเสื้อผ้า	ร้อยละ 36.2 (63 คน)
ช่วยทำให้ดูหรูหราขึ้น บ่งบอกรสนิยมและฐานะ	ร้อยละ 5.2 (9 คน)
<p>ความคิดเห็นเพิ่มเติมจากการเก็บข้อมูล คือ เครื่องประดับช่วยเรื่องภาพลักษณ์การแต่งกายได้มาก และเพิ่มช่วยทำให้เกิดการแต่งกายได้หลายรูปแบบ และถือว่ามีสำคัญต่อการแต่งกายสำหรับออกงานเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งยังคงแสดงความไม่มั่นใจในการจัดหาเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับได้เข้ากันในการออกงานแต่ละครั้ง</p>	
ความสามารถจ่ายสำหรับเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน 1 ชุด	ร้อยละ (คน)
ต่ำกว่า 2,000 บาท	ร้อยละ 23 (40 คน)
2,001-5,000 บาท	ร้อยละ 18.4 (32 คน)
5,001-10,000 บาท	ร้อยละ 33.3 (58 คน)
10,001-20,000 บาท	ร้อยละ 13.8 (24 คน)
20,000 บาทขึ้นไป	ร้อยละ 11.5 (20 คน)
<p>โดยค่าใช้จ่ายต่อเครื่องแต่งกายออกงานผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่สามารถยอมรับได้สูงสุดคือ ประมาณไม่เกิน 20,000 บาท ซึ่งสาเหตุที่ยินยอมจ่ายในราคาสูงเช่นนี้ เนื่องจากการออกงานนั้นมีความสำคัญมากทั้งต่อภาพลักษณ์ทางสังคม มีผลต่อหน้าที่การงาน ความน่าเชื่อถือ และสามารถสร้างความโดดเด่นให้กับตนเอง</p>	
<p>การเก็บข้อมูลต่อไปนี้จะนำเสนอผลเป็นการจัดอันดับจากการให้คะแนนของผู้ทำแบบสอบถาม เนื่องจากเป็นคำถามเกี่ยวกับรสนิยมและความพึงพอใจซึ่งผู้บริโภคคนหนึ่งๆอาจมีได้หลายคำตอบ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการให้คะแนนเรียงลำดับตามความพึงพอใจ และความสำคัญจากความคิดเห็นของผู้บริโภค ซึ่งจะให้ประสิทธิผลที่ดีกว่าการบังคับเลือกเพียงตัวเลือกเดียว โดยเรียงลำดับจากคะแนนมากที่สุดมีตั้งแต่ 3-7 คะแนน (ขึ้นอยู่กับจำนวนตัวเลือกในแต่ละหัวข้อ) แทนความพึงพอใจ หรือความนิยมสูงที่สุดจากผู้บริโภคคนหนึ่งๆ และคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 คะแนนแทนความไม่พึงพอใจ หรือความไม่นิยม ซึ่งอันดับที่แสดงผลตามตาราง อันดับ 1 แทนความพึงพอใจหรือความนิยมสูงสุด (คิดจากคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ผู้บริโภคลงความเห็น) เรียงลงไปตามลำดับ</p>	

การเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับสำหรับออกงาน	อันดับ (คิดจากคะแนนเฉลี่ย)
ห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้า	1
สยามสแควร์	2
จตุจักร	4
ร้านค้าออนไลน์ในประเทศ	3
สั่งตัด	5
สั่งซื้อจากต่างประเทศ	6
อื่นๆ เช่น ตัดเอง ยืมคนรู้จัก เป็นต้น	7
(2.2) ด้านรูปแบบการแต่งกายสำหรับออกงาน	
ความนิยมด้านโครงร่างเงา	อันดับ (คิดจากคะแนนเฉลี่ย)
พอดีรูปร่าง (Fit)	2
ทรงตรง (Straight)	1
ปลายบานออก (Fare)	4
ตัวหลวม (Loose)	3
รัดรูป (Tight Fit)	5
ความนิยมกลุ่มสี	อันดับ
สีเรียบง่ายโทนขาวเทาดำและสีกลาง	1
สีสดใส	3
สีเอิร์ทโทน	2
สีพาสเทล	4
การใช้สี	อันดับ
สีเดียว/กลุ่มสีโทนเดียว	1
สีตัดกัน	3
สีผสม	2
ความนิยมด้านรายละเอียด	อันดับ
เรียบง่าย/รายละเอียดน้อย	1
มีรายละเอียดเป็นจุดโดดเด่น เช่น ความไม่สมมาตร การจับเดรป	2
มีรายละเอียดแบบประณีตวิจิตร เช่น การปัก การตีเกล็ด	3

ความนิยมเครื่องประดับ	อันดับ (คิดจากคะแนนเฉลี่ย)
รูปแบบเรียบง่าย	1
รูปแบบหรูหราอลังการ	4
รูปแบบแปลกใหม่	2
ตามกระแสแฟชั่น	3
การใช้วัสดุ	อันดับ
โลหะล้วน/ประดับพลอยเล็กน้อยไม่เกินร้อยละ 10	1
โลหะประดับพลอย	3
หนัง	4
เรซิน/พลาสติก/ยาง	2
วัสดุอื่นๆ	5
ความต้องการ/ความคาดหวังจากการปรับเปลี่ยนรูปแบบ	อันดับ
รูปแบบที่สะดวกต่อการใช้งาน	3
รูปแบบที่สามารถใส่ได้หลากหลายโอกาสการออกงานมากขึ้น	1
รูปแบบที่แตกต่างจากเดิมโดยสิ้นเชิง	2
ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบด้วยตนเอง	4

ในส่วนท้ายของแบบสอบถาม คือ ส่วนที่เปิดให้กลุ่มตัวอย่างแสดงทัศนคติและข้อเสนอแนะ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมสามารถสรุปได้เป็น 2 หัวข้อ คือ

### ตารางที่ 3.3 สรุปข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

องค์ประกอบ	สรุปข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้บริโภค
ด้านรูปแบบ	ชุดออกงานที่มีขายอยู่ทั่วไปในตลาดปัจจุบันมีความคล้ายคลึงกัน ส่วนหนึ่งหวานมากเกินไป ส่วนหนึ่งเปิดเผยสรีระมากเกินไปไม่เหมาะกับกาลเทศะ และบุคลิกภาพของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังเสนอว่าหากเครื่องแต่งกายออกงานมีความแปลกใหม่ทั้งรูปแบบและวัสดุที่แตกต่างจากท้องตลาด และใส่ออกงานได้มากกว่า 1 ครั้ง จะเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้บริโภค เนื่องจากมีความจำเป็นต้องออกงานสังคมเป็นประจำ
ด้านโอกาสใช้สอย	ชุดออกงานรูปแบบที่ผู้บริโภคนิยม คือ รูปแบบที่ค่อนข้างเรียบง่าย เหตุผล คือ เป็นรูปแบบที่สามารถสวมใส่ได้ง่ายและบ่อยครั้ง แต่บางโอกาสมีความต้องการชุดออกงานที่มีรายละเอียดด้วยเช่นกัน ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ของงาน ซึ่งผู้บริโภคจำนวนหนึ่งให้ความเห็นว่าหากเครื่องแต่งกายออกงานชุดหนึ่งๆสามารถสวมใส่ได้ทั้งแบบเรียบง่ายใส่ได้บ่อยครั้ง และใช้การปรับเปลี่ยนให้กลายเป็นชุดที่มีรายละเอียดโดดเด่นได้ด้วยเพื่อสวมใส่ในโอกาสพิเศษ จะเป็นประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริโภคด้านโอกาสใช้สอย

ทั้งนี้จากการสอบถามผู้วิจัยสามารถสรุปข้อมูลจากการสำรวจได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่อายุน้อยทั้งในรูปแบบพนักงานและรูปแบบเจ้าของกิจการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดีจนถึงดีมาก ยอมจ่ายเพื่อเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานในราคาที่ค่อนข้างสูง และให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์การแต่งกาย โดยการแต่งกายออกงานแต่ละครั้งจะต้องมีความสอดคล้องกับลักษณะของงานสังคมที่เข้าร่วม

อย่างไรก็ตาม จากผลสรุปด้านรูปแบบคิดจากคะแนนเฉลี่ยของผู้บริโภค โดยทั่วไปการแต่งกายออกงานค่อนข้างเรียบง่าย ทั้งรูปแบบและโทนสี มีความนิยมสูงที่สุด ส่วนอันดับรองนิยมลงมาเป็นรูปแบบที่มีลูกเล่นมากขึ้น เช่น สีสั่น และรายละเอียด ผู้วิจัยจึงมีความสนใจนำการแต่งกายทั้งสองรูปแบบรวมเข้าด้วยกัน และใช้การปรับเปลี่ยนด้วยเครื่องประดับเป็นตัวเชื่อมระหว่างรูปแบบทั้งสอง โดยยังคงอยู่ภายใต้เงื่อนไขการตอบสนองการใช้งานของผู้บริโภคให้สามารถสวมใส่ได้หลากหลายโอกาสมากขึ้น

### 1.1.3 การสัมภาษณ์ข้อมูลผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภค

หลังจากการเก็บข้อมูลผู้บริโภคแล้ว เพื่อการหาแนวทางที่เหมาะสมสำหรับงานออกแบบของงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยจึงทำการสัมภาษณ์เพิ่มเติม ซึ่งแบ่งผู้สัมภาษณ์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้ประกอบการซึ่งมีประสบการณ์ จำนวน 2 ท่าน และกลุ่มผู้บริโภคซึ่งเลือกจากลักษณะที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยมากที่สุด คือ สตรีวัยทำงานที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานและออกงานสังคมเป็นประจำ จำนวน 2 ท่าน โดยข้อมูลนี้ส่วนนี้เป็นข้อมูลความคิดเห็นและประสบการณ์ส่วนบุคคลที่มีต่องานวิจัย ในลักษณะข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยในการสัมภาษณ์เริ่มจากการอธิบายข้อมูลและลักษณะแนวทางของงานวิจัย เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ทราบเบื้องหลังของงานวิจัย และเกิดความเข้าใจ สามารถเสนอแนะข้อมูลเพิ่มเติมได้เป็นอย่างดี ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำมาประยุกต์และปรับใช้ให้สอดคล้องต่องานวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 ท่าน

(1) อาจารย์ทวิศักดิ์ มุลสวัสดิ์<sup>1</sup> อาจารย์ประจำภาควิชาออกแบบเครื่องประดับ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากรและศิลปินนักร้องออกแบบเครื่องประดับ ให้ความเห็นว่าเครื่องประดับมีความสำคัญในตัวเองและสามารถอยู่เป็นส่วนใดของร่างกายก็ได้ ซึ่งหากนำมาสร้างความสัมพันธ์กับเครื่องแต่งกายควรทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่บริเวณใดก็ได้เช่นกัน ซึ่งการใช้เครื่องประดับเป็นอุปกรณ์ในการเปลี่ยนแปลงเสื้อผ้าสามารถทำได้ และมีความน่าสนใจในการทดลองเพื่อเพิ่มมิติการทำงานของเครื่องประดับในด้านการใช้งาน

(2) อาจารย์กฤษณ์ เย็นสุดใจ<sup>2</sup> อาจารย์และผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่น ให้ความเห็นว่า การทำเครื่องแต่งกายที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้ ควรทำให้เครื่องแต่งกายก่อนและหลังการปรับเปลี่ยนสวยงามทั้งสองรูปแบบ ซึ่งต้องคำนึงถึงแพทเทิร์นเป็นอย่างดี และหากใช้เครื่องประดับในการปรับเปลี่ยน เครื่องแต่งกายไม่ควรมียรายละเอียดที่มากจนเกินไปเพราะจะบดบังลักษณะของเครื่องประดับ ส่วนเครื่องประดับในฐานะอุปกรณ์การปรับเปลี่ยนควรสะดวกต่อการใช้งาน มีความสวยงามในตัวเอง และเกิดหน้าที่การใช้งานใหม่ที่น่าสนใจ

<sup>1</sup> ทวิศักดิ์ มุลสวัสดิ์, "ความคิดเห็นเกี่ยวกับงานวิจัยฉบับนี้," ed. สุพัทธนา ลีม่วงศ์ (9 มิถุนายน 2556).

<sup>2</sup> กฤษณ์ เย็นสุดใจ, "ความคิดเห็นเกี่ยวกับงานวิจัยฉบับนี้," ed. สุพัทธนา ลีม่วงศ์ (13 มกราคม 2557).



กลุ่มผู้บริโภค จำนวน 2 ท่าน

(2) คุณณชา จิงกานต์กุล<sup>3</sup> อายุ 26 ปี ประธานบริษัทคันนา กรอเซอร์รี่ (Kunna Groceries Co., Ltd.) และผู้ประกาศข่าว ให้ความเห็นว่า ตนเองเป็นคนที่ชอบแต่งตัวและจำเป็นต้องออกงานบ่อย แต่ด้วยการทำงานหลายอย่างและหน้าที่ความรับผิดชอบสูงทำให้ไม่มีเวลาในการจัดหาเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ในขณะที่เดียวกันก็ไม่มีความต้องการใส่ชุดออกงานซ้ำเดิม ทั้งนี้มีความเชื่อว่าผู้หญิงส่วนใหญ่คิดเช่นเดียวกัน นอกจากนี้การแต่งกายสำหรับออกงานยังมีหลากหลายรูปแบบทั้งแบบทางการซึ่งต้องการความเรียบร้อย และแบบไม่เป็นทางการซึ่งต้องการรูปแบบที่ดูลำลอง โดยส่วนตัวให้ความสำคัญกับสีสันทันสำหรับเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานเป็นอย่างมาก และเสนอแนะให้เครื่องแต่งกายที่สามารถปรับเปลี่ยนได้นี้ควรมีรูปแบบที่แตกต่างกันชัดเจน และควรสื่อสารวิธีการใช้งานอย่างชัดเจนจะทำให้เกิดความน่าสนใจและน่าทดลองใช้งาน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่

(3) คุณพรพิชญ์ เสรีบุรี<sup>4</sup> อายุ 27 ปี ผู้จัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Manager) บริษัทยาสปาล (Jaspal Co., Ltd.) และเจ้าของกิจการร้านค้าออนไลน์ ให้ความเห็นว่า โดยปกติเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานจะมีราคาค่อนข้างสูงแต่กลับใส่ได้น้อยครั้ง ซึ่งราคาสูงมาจากทั้งรูปแบบ การตัดเย็บและวัสดุที่ดี ซึ่งโดยส่วนตัวมีความเห็นด้วยกับในการทำให้เครื่องแต่งกายสำหรับออกงานสามารถใส่ได้หลายรูปแบบเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าตั้งแต่การใช้วัสดุ การออกแบบและการตัดเย็บ นอกจากนี้เครื่องแต่งกายสำหรับออกงานและเครื่องประดับเป็นสิ่งที่อยู่คู่กัน การทำสองผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะร่วมกันจึงมีความน่าสนใจ ซึ่งการออกงานของตนมีตั้งแต่ต้องการรูปแบบที่เรียบง่าย และบางครั้งก็ต้องการความโดดเด่นด้วย ขึ้นกับลักษณะของงานที่เข้าร่วม และหากเป็นไปได้อยากให้การปรับเปลี่ยนสามารถตอบสนองต่อลักษณะงานทั้งสองแบบ เพราะเครื่องแต่งกายที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบแล้วหากมีส่วนใดส่วนหนึ่งซ้ำเดิมบ้างก็จะมีผลต่อการจดจำ เพราะเป็นบุคคลที่เข้าร่วมงานทั้งสองรูปแบบมักจะเป็นคนละกลุ่มกัน ส่วนการสวมใส่เครื่องประดับนิยมสวมใส่เครื่องประดับเรียบง่ายขึ้นเล็ก เพราะสามารถสวมใส่ได้บ่อย

จากการสัมภาษณ์บุคคลทั้งสองกลุ่มสามารถสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยมีความน่าสนใจและมีความเป็นไปได้ในการผลิต ซึ่งในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญจะให้ข้อเสนอแนะด้านกระบวนการคิด การนำเสนอความแตกต่าง และการผลิต ซึ่งต้องผ่านการออกแบบและวางแผนเป็นอย่างดีเพื่อให้ทั้งสองส่วนสามารถทำงานร่วมกันได้ โดยให้ความสำคัญกับทั้งเครื่องประดับและเครื่องแต่งกายไปพร้อมๆกัน ส่วนผู้บริโภคจะให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์และการใช้งาน ซึ่งมีความต้องการให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายด้านรูปแบบให้ใช้สำหรับโอกาสออกงานประเภทต่างๆได้หลากหลาย อย่างไรก็ตามข้อมูลในส่วนนี้นับว่าเป็นประโยชน์อย่างมากต่องานวิจัย เพราะเป็นข้อมูลที่มาจากผู้มีประสบการณ์ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายโดยตรงของงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาประยุกต์ใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ต้นแบบต่อไป

<sup>3</sup> ณชา จิงกานต์กุล, "ความคิดเห็นเกี่ยวกับงานวิจัยฉบับนี้," ed. สุพัจนา ลิมวงค์ (2 สิงหาคม 2556).

<sup>4</sup> พรพิชญ์ เสรีบุรี, "ความคิดเห็นเกี่ยวกับงานวิจัยฉบับนี้," ed. สุพัจนา ลิมวงค์ (5 กรกฎาคม 2556).

## 1.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองของงานวิจัย

ข้อมูลจากการทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์ข้างต้น สามารถนำมากำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักและรองได้ ดังนี้ กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ สตรีวัยทำงานที่จำเป็นต้องออกงานบ่อย มีความมั่นใจในตนเอง ให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพ มีลักษณะของผู้บริโภคที่ชอบทดลอง และต้องการการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการแต่งกายด้วยตนเอง นิยมสวมใส่เครื่องประดับร่วมกับเครื่องแต่งกายในการออกงาน โดยกลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary Target) คือ ช่วงอายุ 23-32 ปี และกลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary Target) คือ ช่วงอายุ 33-42 ปี ซึ่งนิยามลักษณะการแต่งกายที่คล้ายคลึงกัน คือ รูปแบบของการแต่งกายออกงานที่เรียบง่าย และการแต่งกายที่โดดเด่นขึ้นในบางโอกาส ซึ่งรายละเอียดของกลุ่มผู้บริโภคจะทำการระบุเพิ่มเติมในข้อมูลส่วนต่อไป



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

หลังจากทำการกำหนดผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองของงานวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะของผู้บริโภคตามหลักประชากรศาสตร์ และตามลักษณะจิตนิสัย เนื่องจากแต่ละบุคคลมีลักษณะย่อยที่แตกต่างกันจึงจำเป็นต้องศึกษาผู้บริโภคโดยภาพรวมประกอบด้วย ซึ่งในหัวข้อนี้จึงทำการรวบรวมข้อมูลทั่วไปที่เป็นประโยชน์ต่อการนำมาใช้ระบุลักษณะพื้นฐานเพิ่มเติมโดยรวมของผู้บริโภคเป้าหมายกลุ่มหลักและรองของงานวิจัย

### 2.1 ข้อมูลผู้บริโภคตามหลักประชากรศาสตร์

ข้อมูลตามหลักประชากรศาสตร์ เป็นข้อมูลที่สามารถจำแนกได้ตามอายุ เพศ การศึกษา อาชีพ เป็นต้น ซึ่งสำหรับการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามหลักประชากรศาสตร์ของงานวิจัยฉบับนี้ใช้เกณฑ์อายุหรือ ช่วงวัย เป็นปัจจัยในการแบ่ง ซึ่งเป็นเกณฑ์สากล ที่สามารถแบ่งได้ 4 ช่วงวัย<sup>5</sup> ดังนี้

(1) เจเนอเรชันบี (Generation B /Baby Boomer Generation) คือ กลุ่มคนที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2489 – 2507 เทียบเท่ากับอายุ 49-67 ปีในปัจจุบัน จัดอยู่ในช่วงวัยทำงานตอนปลาย

(2) เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X / Extraordinary Generation) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2508 – 2522 เทียบเท่ากับอายุ 34-48 ปีในปัจจุบัน จัดอยู่ในวัยทำงานตอนกลาง

(3) เจเนอเรชันวาย (Generation Y / Why Generation) คือ กลุ่มคนที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 – 2533 เทียบเท่ากับอายุ 23-33 ปีในปัจจุบัน จัดอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย และวัยทำงานตอนต้น

(4) เจเนอเรชันเอ็ม (Generation M / Millennium Generation) กลุ่มคนที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 เป็นต้นไป กำลังอยู่ในวัยศึกษา จัดอยู่ในช่วงวัยเด็กและวัยรุ่น

จากการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามหลักประชากรศาสตร์ พบว่างานวิจัยมีกลุ่มเป้าหมายหลักอายุ 23-32 ปี จัดอยู่ในเจนเนอเรชันวาย และกลุ่มเป้าหมายรอง อายุ 33-42 ปี จัดอยู่ในเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมและนำเสนอลักษณะพฤติกรรมของเจนเนอเรชันวาย และเจนเนอเรชันเอ็กซ์ตามลำดับ ดังนี้

#### 2.1.1 พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายหลักตามหลักประชากรศาสตร์

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ เจเนอเรชันวาย มีลักษณะเด่นดังนี้ ได้รับการเลี้ยงดูจากพ่อแม่อย่างดีที่สุด<sup>6</sup> มีศักยภาพสูงมากในการเรียนรู้ มีความคิดที่แปลกและเป็นตัวของตัวเอง สามารถทำงานหลายอย่างได้ในเวลาเดียวกัน ต้องการประสบการณ์และการเรียนรู้ตลอดเวลา มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี เชื่อมั่นสูง และแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ไม่ชอบระเบียบวินัยที่มากเกินไป มีความยืดหยุ่นในการทำงานทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ทำงาน เหตุผลในการซื้อสินค้าส่วนใหญ่ใช้อารมณ์กับเหตุผลผสมกัน พฤติกรรมเด่น คือ ชอบการจับจ่าย โดยเฉพาะแบบหลากหลายช่องทาง ชอบความบันเทิง สนุกสนาน มีชีวิตชีวา และมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ต่ำกว่าทุกช่วงวัย

<sup>5</sup> สารคดีต่อทอม, 2552. "พฤติกรรมกรบริโภค Gen B, Gen X, Gen Y และ Gen M", <http://sara-dd.com/index.php?option=com> (accessed 21 สิงหาคม 2556).

<sup>6</sup> เสาวนีย์ พิสิฐานุสรณ์, 2550. "Generation Y ตกเข้าสู่อายุโลกธุรกิจ," <http://www.positioningmag.com/Magazine/Details.aspx> (accessed 21 สิงหาคม 2556).

### 2.1.2 พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายรองตามหลักประชากรศาสตร์

กลุ่มเป้าหมายรอง คือ เจเนอเรชันเอ็กซ์ มีลักษณะเด่นดังนี้ มีความมุ่งมั่น และความอดทน มีรายได้หน้าที่การงานมั่นคงและมีอำนาจในการใช้จ่ายใช้สอย จึงเป็นกลุ่มที่นักการตลาดทุกคนจับตามอง มีความกระตือรือร้น ทำงานเพื่อความสำเร็จและความก้าวหน้า ชอบแสวงหาความรู้ เปิดกว้างทางความคิด และมีความคิดสร้างสรรค์และชอบพัฒนาตนเองไม่ตัดสินใจด้วยอารมณ์ แต่ตัดสินใจโดยหลักความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ และความพึงพอใจ มั่นใจในตนเอง ใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายและรอบคอบ ต้องการความก้าวหน้า เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อมากที่สุด เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า ต้องให้ความคุ้มค่า อำนวยความสะดวก แสดงสถานะ และดูดี ไปพร้อมกับการเก็บออม สินค้าที่มีการใช้งานและรูปแบบที่แตกต่างสามารถตั้งราคาสูงได้สำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ และในกลุ่มที่มีรายได้สูงจะนิยมตราสินค้าที่มีชื่อเสียง

## 2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลกับการบริโภค

ปัจจัยส่วนบุคคลกับการบริโภค เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันด้วยปัจจัยต่างๆ เป็นลักษณะที่มีผลโดยตรงต่อนิสัย บุคลิกภาพ และพฤติกรรมการบริโภคของบุคคล ซึ่งจำเป็นต่อการนำมาศึกษาเป็นปัจจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ประกอบด้วย<sup>7</sup>

(1) อายุและลำดับขั้นของวงจรชีวิต (Age and Life Cycle State) รสนิยมในการบริโภคสินค้าของมนุษย์โดยทั่วไปมีความสัมพันธ์กับอายุและลำดับขั้นของวงจรชีวิตซึ่งแตกต่างกันในแต่ละช่วงอายุ นอกจากนี้กิจกรรมที่ทำในแต่ละช่วงวัยยังส่งผลต่อการอุปโภคบริโภคด้วยเช่นกัน เช่น อาหาร การซื้ออุปกรณ์ออกกำลังกาย รสนิยมในการซื้อเสื้อผ้า เป็นต้น

(2) อาชีพ (Occupation) อาชีพแตกต่างกันมีผลต่อความต้องการสินค้าหรือบริการที่ต่างกัน หรือแม้แต่ในสิ่งของอย่างเดียวกันยังต้องการการใช้งานเพิ่มเติมที่แตกต่างกัน

(3) สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) ส่วนที่ใช้สำหรับใช้จ่ายใช้สอยนั้นพิจารณาจากรายได้ เงินออม ภาระหนี้สิน และอำนาจในการกู้ยืม นอกจากนี้ยังรวมถึงลักษณะนิสัยการใช้จ่ายเงิน เช่น ประหยัด ฟุ่มเฟือย เป็นต้น

(4) รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) การใช้ชีวิตของแต่ละคนนั้นแตกต่างกัน ซึ่งมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถดูได้จากอาชีพ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

(5) บุคลิกภาพและแนวความคิดของตนเอง (Personality and Self-Concept) บุคลิกภาพหมายถึง รูปแบบของพฤติกรรม และลักษณะของคนที่แสดงถึงความเป็นบุคคล ส่วนแนวความคิดของตนเอง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่เป็นตัวกำหนดตัวเอง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการบริโภค เช่น ความเป็นตัวของตัวเอง ความเป็นคนรอบคอบ ความเป็นคนเรียบร้อย จะมีผลต่อลักษณะการบริโภคที่แตกต่างกัน เป็นต้น

<sup>7</sup> อีดูโซน, 2551. "การแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดและการเลือกส่วนตลาดเป้าหมาย," <http://blog.eduzones.com/offy/4972> (accessed 18 กันยายน 2556).

### 2.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมายหลัก

กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นสตรีที่อยู่วัยทำงาน อายุ 23-32 ปี เป็นกลุ่มที่มีหน้าที่การงานดี มีความมั่นใจในตนเองสูง เปิดกว้างพร้อมจะเรียนรู้ รักอิสระ ชอบความแปลกใหม่ ชอบทดลอง และมีความเป็นตัวของตัวเอง อยู่ในกลุ่มที่มีรายได้มั่นคงส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว หรือทำงานที่มีตำแหน่งค่อนข้างดี บางคนทำงานสองอย่างควบคู่กัน จัดเป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่อายุน้อย และแม้จะมีความกล้าที่จะจับจ่ายใช้สอยแต่ก็ยังคงมีความชาญฉลาดในการจับจ่ายด้วยเช่นกัน คำนึงถึงภาพลักษณ์เป็นอย่างมาก ให้ความสำคัญกับการแต่งกายและบุคลิกที่ดี เนื่องจากต้องติดต่อและพบปะผู้คนจำนวนมาก และจำเป็นต้องออกงานบ่อย จึงต้องการบุคลิกภาพที่ดีและการวางตัวที่น่าเชื่อถือ

### 2.2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมายรอง

กลุ่มเป้าหมายรอง เป็นสตรีที่อยู่ในวัยทำงาน อายุ 33-42 ปี เป็นกลุ่มคนที่ทำงานมาระยะหนึ่งจนมีความมั่นคงทางรายได้ มุ่งแสวงหาความสำเร็จในชีวิตและหน้าที่การงาน ประเมินทุกสิ่งจากความ เป็นจริงและความเป็นไปได้ มีความกระตือรือร้น สามารถคิดและตัดสินใจเรื่องต่างๆ ด้วยตนเองได้ อย่างเด็ดเดี่ยว รู้จักการเก็บออม เพราะมีประสบการณ์เรื่องวิกฤตเศรษฐกิจมาก่อน แต่ด้านการใช้สินค้านั้น เน้นแสดงสถานะ และความดูดีโดยเฉพาะเมื่อออกงานสังคม พร้อมจับจ่ายใช้สอยเพื่อความ สะดวกสบายในชีวิต ให้กับสิ่งที่ชื่นชอบและเหมาะสมต่อการใช้งานแม้มีราคาสูงก็ตาม และที่น่าสนใจคือ มีการดูแลตัวเองอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ภาพลักษณ์ที่ดี และต้องการการยอมรับนับถือจากคนรอบข้างและวงสังคม

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายหลักและรองของงานวิจัย

อย่างไรก็ตามจากข้อมูลการสัมภาษณ์ การทำแบบสอบถาม พฤติกรรมตามหลักประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมายหลักและรอง ในบทนี้สามารถวิเคราะห์และสรุปกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง ซึ่งสามารถสรุปได้ตามตาราง

ตารางที่ 3.4 สรุปข้อมูลกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองของงานวิจัย

ข้อมูล	กลุ่มเป้าหมายหลัก	กลุ่มเป้าหมายรอง
เพศ	หญิง	
อายุและช่วงวัย	23-32 ปี เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y)	33-42 ปี เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation x)
สถานภาพ	โสดหรือแต่งงานแล้ว	
การศึกษา	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	
อาชีพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ผู้ที่ประกอบธุรกิจของตนเอง</li> <li>● ผู้จัดการ / ผู้ปฏิบัติงานระดับอาวุโส (Senior)</li> <li>● อาชีพอิสระ หรือทำงานเกี่ยวกับการสร้างสรรค์</li> </ul>	
รายได้	30,000 บาทขึ้นไป	
บุคลิกภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ต้องการภาพลักษณ์ที่ดี มีวุฒิภาวะ เหมาะสมต่อกาลเทศะ</li> <li>● มั่นใจในตนเอง ชอบทดลอง</li> <li>● พร้อมเปิดรับและเรียนรู้สิ่งใหม่</li> <li>● เป็นตัวของตัวเอง รักอิสระ มีรสนิยมและความคิดสร้างสรรค์</li> <li>● เน้นประโยชน์ใช้สอย และความคุ้มค่า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● มีบุคลิกภาพกระตือรือร้น และรักษารูปลักษณ์ให้ดูอ่อนกว่าวัย โดยด้านพฤติกรรมยังคงดูสุขภาพและสํารวมเหมาะกับวัย</li> <li>● พร้อมเปิดรับและเรียนรู้สิ่งใหม่</li> <li>● มั่นใจในตนเอง ชอบทดลอง</li> <li>● เป็นตัวของตัวเอง รักอิสระ มีรสนิยม และความคิดสร้างสรรค์</li> </ul>

#### ส่วนที่ 4 การสรุปส่วนตลาดและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปเป็นส่วนตลาดและรูปแบบผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มเป้าหมาย ได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.5 สรุปข้อมูลส่วนตลาดและรูปแบบผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย

ปัจจัย	ผลสรุปข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย	
กลุ่มเป้าหมาย	สตรีวัยทำงานกลุ่มเป้าหมายหลักอายุ 23-32 ปี และกลุ่มเป้าหมายรองอายุ 33-42 ปี ซึ่งโดยรวมมีความคล้ายคลึงกันทั้งทัศนคติและการแต่งกาย ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว หรือมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่มีระดับสูง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดีจนถึงดีมาก ประสบความสำเร็จตั้งแต่อายุน้อย มีความมั่นใจสูง ชอบการทดลองสิ่งใหม่ ออกงานสังคมเป็นประจำ และให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์การแต่งกาย โดยการแต่งกายต้องมีความสอดคล้องกับลักษณะของงานที่เข้าร่วม	
ราคา	1,500-20,000 บาท	
สถานที่	ในห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าใจกลางเมือง	
กลยุทธ์การจัดจำหน่าย	จัดจำหน่ายเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับควบคู่กันที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันให้สามารถสวมใส่ได้มากกว่า 1 รูปแบบ ซึ่งในด้านผู้ผลิตจะสามารถขายได้ในปริมาณที่มากขึ้นต่อการซื้อหนึ่งครั้ง และด้านผู้บริโภคจะเกิดความรู้สึกคุ้มค่าจากการใช้งาน	
รูปแบบผลิตภัณฑ์	โครงร่างเงา (Silhouette)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ทรงตรง พอดีตัว</li> <li>● ทรงอิสระ ตัวหลวม</li> </ul>
	สี (Color way)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● นิยมสีเดียว สีโทนเดียวกัน และสีตัดกัน</li> <li>● สีผสม</li> </ul>
	รายละเอียด (Details)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● นิยมความเรียบง่าย รายละเอียดน้อย</li> <li>● มีรายละเอียดโดดเด่นที่ไม่มากจนเกินไป เช่น การเดรส รอยจีบ รายละเอียดแบบไม่สมมาตร</li> </ul>
	ลักษณะ (Style)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เรียบง่าย เน้นสีส้นมากกว่ารายละเอียด</li> <li>● ไม่ชอบลักษณะหวาน หรือเปิดเผยสร้อยระย้ามากเกินไป</li> </ul>
	โอกาส (Occasions)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● งานเลี้ยงแบบทางการ เช่น งานสังคม พบลูกค้า</li> <li>● งานเลี้ยงแบบไม่เป็นทางการ เช่น งานสังสรรค์</li> </ul>
	เครื่องประดับ (Jewelry)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● มีรูปทรงเรียบง่าย สวมใส่ได้บ่อยครั้ง</li> </ul>

## บทที่ 4

### การตลาด

ในบทนี้เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดและวิเคราะห์ส่วนตลาดที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย ซึ่งงานออกแบบของงานวิจัยฉบับนี้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายที่จำหน่ายควบคู่กับเครื่องประดับและสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันได้ ซึ่งไม่มีคู่แข่งทางการตลาดโดยตรง และจากข้อมูลสนับสนุนจากผู้บริโภคที่ได้กล่าวในบทที่แล้ว ทำให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยเป็นแนวทางที่น่าสนใจและสามารถช่วยลดข้อจำกัดของเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานได้ โดยข้อมูลในส่วนนี้จะทำการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้วยวิธีวิเคราะห์สวอท (SWOT Analysis) โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลตราสินค้าที่มีลักษณะและตรงตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดว่ามีความสอดคล้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาลักษณะทางการตลาดของผลิตภัณฑ์งานวิจัย โดยการนำเสนอแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ตลาดเครื่องแต่งกายและส่วนประสมทางการตลาด

- 1.1 การจำแนกประเภทเครื่องแต่งกายเสื้อผ้าสำเร็จรูป (Ready-to-wear)
- 1.2 ส่วนประสมการตลาด (7Ps)

#### ส่วนที่ 2 กำหนดส่วนประสมทางการตลาดของงานวิจัย

#### ส่วนที่ 3 การกำหนดเกณฑ์และการวิเคราะห์ตลาด

- 3.1 การวิเคราะห์สวอท (SWOT Analysis)
- 3.2 เกณฑ์ในการกำหนดคู่แข่งทางการตลาด
- 3.3 วิเคราะห์คู่แข่ง
- 3.4 สรุปผลการวิเคราะห์

#### ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของงานวิจัย

- 4.1 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดงานวิจัย
- 4.2 สรุปการวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดโดยภาพรวม



## ส่วนที่ 1 ตลาดเครื่องแต่งกายและการกำหนดส่วนตลาด

ในส่วนนี้กล่าวถึงข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับตลาดเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป ซึ่งจะนำมาใช้วิเคราะห์กับข้อมูลในบทที่ 2 ด้านหลักการวิธีการ และบทที่ 3 ความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งนำมาใช้ในการระบุส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมของงานวิจัย

### 1.1 การจำแนกประเภทเครื่องแต่งกายเสื้อผ้าสำเร็จรูป

การจำแนกประเภทเครื่องแต่งกายสามารถจำแนกโดยใช้ปัจจัยที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์หรือปัจจัยที่เป็นตัวตั้ง ซึ่งโดยพื้นฐานสามารถจำแนกได้โดยใช้ปัจจัยทางด้านราคา แหล่งผลิตและจัดจำหน่าย และโอกาสใช้สอยของเครื่องแต่งกาย ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

#### 1.1.1 ประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูปตามระดับราคา แบ่งเป็น 4 ประเภท<sup>1</sup> ดังนี้

(1) ตลาดสินค้าราคาสูง (High Market / A / Haute couture) เป็นสินค้าระดับสูงคุณภาพดี ช่วงราคาเอ (A) ผลิตจำนวนน้อย และวัสดุที่ดีมีคุณภาพ และความประณีตในการตัดเย็บ มีความละเอียดผลิตโดยช่างฝีมือ ราคาเฉลี่ย 10,000-100,000 บาทเป็นต้นไป

(2) ตลาดสินค้าราคาปานกลางค่อนข้างสูง (Middle Market / Pret a Porter) เป็นสินค้าราคาปานกลางถึงค่อนข้างสูงช่วงราคาบี (B) ถึงบีบวก (B+) เข้าสู่อการผลิตแบบอุตสาหกรรม มีขนาดตามมาตรฐานขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ (S/M/L) แม้จะมีความประณีตน้อยลงมาจากระดับสูง แต่ยังคงมีคุณภาพ การออกแบบและการตัดเย็บที่ดี ราคาเฉลี่ยประมาณ 2,000-20,000 บาท

(3) ตลาดสินค้าราคาปานกลาง (Medium Class / Mass Product) เป็นสินค้าราคาปานกลางช่วงราคาซี (C) ถึงซีบวก (C+) เข้าสู่กระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรมโดยแท้ มีการผลิตในจำนวนมากเพื่อลดต้นทุน คุณภาพของวัสดุและการตัดเย็บพอใช้ ราคาเฉลี่ย 500-2,000 บาท

(4) ตลาดสินค้าราคาถูก (Low Market) เป็นสินค้าที่มีราคาค่อนข้างต่ำ ช่วงราคาระดับดี (D) ผลิตปริมาณมาก คุณภาพวัสดุและการตัดเย็บพอใช้ ราคาข้อมเยา ใช้ง่าย ครอบคลุมลูกค้าได้กว้าง

#### 1.1.2 ประเภทเครื่องแต่งกายตามแหล่งผลิตและผู้จัดจำหน่าย แบ่งได้ 3 ประเภท

(1) ตราสินค้านำเข้า (Imported Brand) เป็นสินค้าแฟชั่นนำเข้ามาจากต่างประเทศมีตั้งแต่ระดับบน กลางและล่าง

(2) ตราสินค้าโดยนักออกแบบไทย (Local Designer Brand) เป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงของนักออกแบบชาวไทย และมีการผลิตขึ้นภายในประเทศ

(3) ตราสินค้าลิขสิทธิ์ต่างประเทศ (License Brand) ได้รับลิขสิทธิ์จากตราสินค้าที่เป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ โดยมีการผลิตและขายในประเทศไทย

(4) ตราสินค้าของไทย (Local Brand) ตราสินค้าระดับกลางโดยคนไทย

#### 1.1.3 ประเภทเครื่องแต่งกายตามโอกาสใช้สอย แบ่งได้ 3 ประเภท<sup>2</sup> ดังนี้

(1) เครื่องแต่งกายสำหรับทำงาน (Business Wear) มีลักษณะเป็นทางการ สุภาพ เน้นความทันสมัยและเหมาะสมกับการทำงาน แบ่งเป็นชุดทำงานลำลอง (Formal-Casual Wear) ชุดทำงานทางการ (Formal-Formal Wear) และชุดทำงานที่สามารถออกงานสังสรรค์ได้ (Formal-Party Wear)

<sup>1</sup> พัดชา อุทิศวรรณกุล.

<sup>2</sup> Ibid.

(2) เครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์ (Party Wear) มีลักษณะแตกต่างกันตามจุดประสงค์ของงาน เช่น งานแต่งงาน งานเลี้ยง งานสังคม เป็นต้น มีลักษณะพิเศษที่สร้างความแตกต่างและโดดเด่นให้กับผู้สวมใส่ แบ่งเป็นชุดออกงานแบบลำลอง (Party-Casual Wear) ชุดออกงานแบบทางการ (Party-Formal Wear) และชุดเพื่อการออกงานโดยเฉพาะ (Party-Party Wear)

(3) เครื่องแต่งกายลำลอง (Casual Wear) ลักษณะหลากหลายขึ้นอยู่กับโอกาส มีทั้งแบบกระฉับกระเฉง แบบใส่สบาย แบบสุภาพแต่ไม่เป็นทางการ เป็นต้น ใช้ใส่ในวันหยุดพักผ่อน หรือใช้ในชีวิตประจำวันทั่วไป แบ่งเป็น ชุดลำลอง (Casual-Casual Wear) ชุดลำลองกึ่งทางการ (Casual-Formal Wear) และชุดลำลองสำหรับออกงาน (Casual-Party Wear)

## 1.2 ส่วนประสมการตลาด (7Ps)

ส่วนประสมทางการตลาด เป็นปัจจัยที่ธุรกิจนำมาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ใช้กระตุ้นให้กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ หรือเพื่อสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค<sup>3</sup> ประกอบด้วย 7 ปัจจัย ดังนี้<sup>4</sup>

(1) ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ ตัวสินค้าที่ออกวางจำหน่ายเพื่อตอบสนองต่อผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ต้องผ่านกระบวนการหลายขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การศึกษาความต้องการผู้บริโภค การออกแบบ การวางแผนไปจนถึงการผลิต การทดลองและตรวจสอบคุณภาพก่อนวางจำหน่าย

(2) ราคา (Price) คือ สิ่งที่กำหนดมูลค่าของสินค้าในรูปเงินตรา เป็นจำนวนเงินที่ผู้บริโภคยินยอมจะจ่ายออกไปเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้า การตั้งราคาต้องมีความเหมาะสมต่อรูปแบบ คุณภาพ และคุณค่าของสินค้า ผู้ผลิตจะมีกลยุทธ์ในการตั้งราคาที่แตกต่างกันออกไป

(3) การจัดจำหน่าย (Place) คือ ช่องทางการนำสินค้าออกสู่ตลาด ทั้งด้านทำสถานที่ เวลา และกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและทันเวลา

(4) การส่งเสริมการขาย (Promotion) คือ การสื่อสารไปยังผู้บริโภค ด้วยวิธีต่างๆ ทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมอื่นที่จูงใจที่ผู้บริโภคเกิดการบริโภคสินค้า

(5) ผู้บริโภค (People) คือ ปัจจัยสำคัญที่เป็นเป้าหมายหลักของการตลาด เป็นผู้ตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการประสบความสำเร็จของสินค้าและกิจการ

(6) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) คือ ส่วนห่อหุ้มรักษาผลิตภัณฑ์ หรือหีบห่อ มีส่วนสำคัญต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า

(7) ลักษณะเด่น (Purple Cow) คือ จุดเด่น หรืออัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นเป็นที่จดจำของตลาดและผู้บริโภค เป็นลักษณะเฉพาะตัวของตราสินค้าที่ควรมีเพื่อสร้างความแตกต่าง ความน่าสนใจและการจดจำ

<sup>3</sup> ไทยบัซ, 2554. "ส่วนประสมการตลาด," <http://thaibuz.blogspot.com/2012/01/marketing-mix.html> (accessed 4 กันยายน 2556).

<sup>4</sup> พัดชา อุทิศวรรณกุล.

## ส่วนที่ 2 กำหนดส่วนประสมทางการตลาดของงานวิจัย

ผู้วิจัยสามารถกำหนดปัจจัยส่วนประสมการตลาดได้จากข้อมูลที่ได้ทำการเก็บรวบรวมในบทต่างๆก่อนหน้า ซึ่งเป็นข้อมูลด้านวิธีการ แนวทางและความต้องการของผู้บริโภคเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานและเครื่องประดับ ซึ่งสามารถกำหนดส่วนประสมทางการตลาด ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)ของงานวิจัย

ส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)ของงานวิจัย	
ผลิตภัณฑ์ (Product)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน (Party Wear) ร้อยละ 70 และเครื่องประดับร้อยละ 30</li> <li>● รูปแบบผลิตภัณฑ์มีทั้งชุดออกงานประเภทลำลอง และทางการ</li> <li>● สามารถสวมใส่ได้หลายรูปแบบด้วยเครื่องประดับที่สอดคล้องกัน สามารถสวมใส่ออกงานได้หลากหลายโอกาส</li> </ul>
ราคา (Price)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ราคาปานกลางถึงค่อนข้างสูง</li> <li>● ช่วงราคาบี (B) ถึงบีบวก (B+)</li> <li>● ราคาเฉลี่ย 1,500-20,000 บาท ขึ้นอยู่กับแบบและวัสดุ</li> </ul>
การจัดจำหน่าย (Place)	ร้านค้าตั้งอยู่ใจกลางเมือง และศูนย์รวมของคนทำงาน แหล่งที่น่าสนใจ ได้แก่ ย่านสยามสแควร์ อโศก สาทร จำหน่ายร่วมกับการขายผ่านระบบออนไลน์
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การจัดหน้าร้านตามแนวคิดของแต่ละคอลเลคชั่น พร้อมภาพเคลื่อนไหว สาดิทธิวิธีการสวมใส่</li> <li>● ผลิตภัณฑ์พร้อมคู่มือการใช้งาน</li> <li>● การลดราคาประจำปี</li> </ul>
ผู้บริโภค (People)	ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเป็นสตรีวัยทำงานอายุ 23-32 ปี และ 33-42 ปี ที่ออกงานเป็นประจำ มีความมั่นใจ ทันสมัย ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะตัว มีความคิดสร้างสรรค์ สนุกกับการทดลองสิ่งใหม่
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	เน้นความเรียบง่าย พร้อมกับโลโก้ตราสินค้า ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความคงทน แข็งแรงช่วยรักษาผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี และนำกลับมาใช้ใหม่ได้ มีลักษณะเป็นเช็ทคู่กันระหว่างเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ
ลักษณะเด่น (Purple Cow)	เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปร่างร่วมกัน สำหรับโอกาสออกงานต่างๆ ที่ทำให้เครื่องแต่งกายสามารถสวมใส่ได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น ให้ผู้สวมใส่ได้มีส่วนร่วม และสนุกสนานกับการกำหนดรูปแบบเครื่องแต่งกายโดยใช้เครื่องประดับเป็นอุปกรณ์ พร้อมคู่มือภาพประกอบการใช้งาน

### ส่วนที่ 3 การกำหนดเกณฑ์และการวิเคราะห์คู่แข่ง

#### 3.1 การวิเคราะห์สวอท (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์สวอท คือ การวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรมหรือธุรกิจ ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก เพื่อให้รู้จักตนเองและสภาพแวดล้อม<sup>5</sup> ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ดังนี้

(1) จุดแข็ง (S/Strengths) คือ ข้อดี ข้อได้เปรียบ เป็นผลจากปัจจัยภายใน ไม่ว่าจะเป็นด้านนโยบาย คุณภาพ การออกแบบ ราคา การผลิตและวัสดุ เป็นต้น

(2) จุดอ่อน (W/Weakness) คือ ข้อเสีย ข้อด้อย เป็นผลจากปัจจัยภายใน ถือเป็นสิ่งบกพร่องที่ต้องการหาทางแก้ไข เพื่อไม่ให้ถูกโจมตีจากคู่แข่ง

(3) โอกาส (O/Opportunities) คือ สภาพแวดล้อมและปัจจัยภายนอกที่เอื้ออำนวยและส่งผลต่อการประสบความสำเร็จ และการเติบโต จึงควรเสาะหาและใช้ประโยชน์จากโอกาสที่ดีนี้

(4) อุปสรรค (T/Threats) คือ ผลจากปัจจัยภายนอกที่เป็นสิ่งขัดขวางต่อการประสบความสำเร็จ และเป็นข้อจำกัดต่อการดำเนินงาน

#### 3.2 เกณฑ์ในการกำหนดคู่แข่ง

เมื่อทราบลักษณะเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์แล้วจึงสามารถนำมากำหนดเกณฑ์ในการเลือกคู่แข่งขั้นได้ ซึ่งมีดังนี้

(1) เกณฑ์ระดับราคา ช่วงราคาอยู่ในช่วงบี (B) ถึงบีบวก (B+)

(2) เกณฑ์โอกาสใช้สอย มีเครื่องแต่งกายที่สามารถใส่สำหรับสำหรับออกงานได้อยู่ในตราสินค้าไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ของเครื่องแต่งกายภายในร้าน

(3) เกณฑ์สัดส่วนเครื่องประดับ มีการจำหน่ายเครื่องประดับร่วมด้วยในร้านค้าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ของสัดส่วนผลิตภัณฑ์ทั้งหมด

(4) เกณฑ์รูปแบบผลิตภัณฑ์ มีลักษณะรูปแบบ สินค้าในทิศทางเดียวกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย

(5) เกณฑ์กลุ่มผู้บริโภค มีกลุ่มเป้าหมายตรงกันอย่างน้อยร้อยละ 50

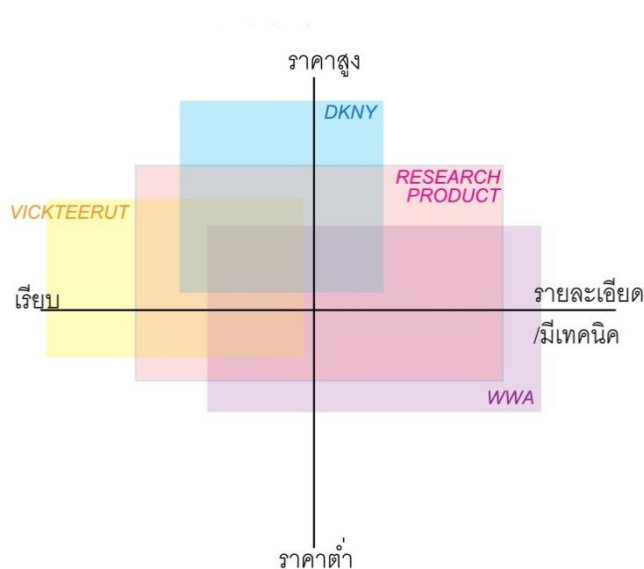
(6) เกณฑ์ลักษณะพิเศษ มีสินค้าที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้บางส่วนหรือทั้งหมด

โดยคู่แข่งขั้นที่นำมาวิเคราะห์จะต้องตรงกับเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ข้างต้นอย่างน้อย 4 ข้อ จาก 6 ข้อ เพื่อให้ได้คู่แข่งขั้นที่มีลักษณะใกล้เคียงและสามารถช่วยระบุส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

<sup>5</sup> กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, "การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรค," [http://www.dip.go.th/Portals/0/AEC/SWOT\\_Analysis](http://www.dip.go.th/Portals/0/AEC/SWOT_Analysis) (accessed 4 กันยายน 2556).

### 3.3 วิเคราะห์คู่แข่ง

จากการสำรวจตลาดเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปในประเทศไทย สำหรับงานวิจัยแม้ไม่ได้มีคู่แข่งโดยตรง แต่พอจะสามารถระบุคู่แข่งขึ้นที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ตรงกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ข้างต้น ได้แก่ ตราสินค้าดับบลิวดีดับบลิวเอ (WWA) ตราสินค้าวิกคิธีร์รัฐ (VICKTEERUT) และตราสินค้าดีเคเอ็นวาย (DKNY) ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์ในลำดับต่อไป รูปด้านล่างแสดงตำแหน่งทางการตลาด โดยพิจารณาปัจจัยด้านราคาแทนด้วยแกนตั้ง และด้านรูปแบบแทนด้วยแกนนอน



รูปที่ 4.1 ลักษณะกิจการของคู่แข่งขึ้นโดยเกณฑ์ราคาและรูปแบบ

#### 3.3.1 ตราสินค้าดับบลิวดีดับบลิวเอ (WWA)

ดับบลิวดีดับบลิวเอ ตราสินค้าโดยนักออกแบบ (Designer Brand) ก่อตั้งเมื่อ ปี ค.ศ. 2000 และเปลี่ยนรูปแบบเป็นรูปแบบบริษัทจำกัด ในปี ค.ศ. 2005 รูปแบบเป็นสินค้าที่แตกต่างจากท้องตลาดทั่วไปอย่างเด่นชัด มีลักษณะเป็นงานเชิงทดลอง เน้นโครงสร้างของเครื่องแต่งกาย และมักแฝงหน้าทีการใช้งานอื่น ๆ รวมไว้ในเครื่องแต่งกาย บางแบบสามารถปรับเปลี่ยนและสวมใส่ได้หลากหลายรูปแบบ ลักษณะของสินค้ามีความเฉพาะตัวและความแปลกใหม่สูง



รูปที่ 4.2 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายของตราสินค้าดับบลิวดีดับบลิวเอ (WWA)

ที่มา : [www.wwa.co.th](http://www.wwa.co.th)

ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์SWOT ตราสินค้าดับเพลิงดับเพลิง (WWA)

ผลิตภัณฑ์ (Product) ตราสินค้าดับเพลิงดับเพลิง (WWA)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ลักษณะของเสื้อผ้าที่มีความจำเพาะกลุ่มสูง มีทั้งชุดสำหรับออกงาน ทำงาน และลำลอง</li> <li>● มีสัดส่วนเครื่องแต่งกายร้อยละ 80 เครื่องประดับและเครื่องตกแต่งร้อยละ 20 (จากหลายตราสินค้า)</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● งานแนวทดลอง มีความเป็นตัวของตัวเอง บางแบบสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการสวมใส่ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและสไตล์ที่ชัดเจนเป็นอย่างมาก</li> <li>● วัสดุและการตัดเย็บมีทั้งผ้าและวัสดุอื่นๆที่น่าสนใจ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ด้วยรูปแบบแปลกตาทำให้การใช้งานค่อนข้างเฉพาะโอกาสและเฉพาะบุคคล</li> <li>● วัสดุบางอย่างไม่สะดวกต่อการซักและใช้งาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ประเภทสินค้าครบ ตอบสนองผู้บริโภคได้ครบครันภายในร้านเดียว</li> <li>● ลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เกิดความจงรักภักดี</li> <li>● ด้วยรูปแบบทำให้เกิดความน่าสนใจและนำทดลองสวมใส่ ซึ่งนำไปสู่การซื้อ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เนื่องจากรูปแบบสินค้าค่อนข้างเฉพาะทำให้โอกาสในการขยายตัวอยู่ในวงจำกัด อยู่ในกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบ</li> </ul>
ราคา (Price) ตราสินค้าดับเพลิงดับเพลิง (WWA)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ราคาเฉลี่ย 1,190-12,900 บาท</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การกำหนดราคาไม่ต้องอิงกับคู่แข่งเนื่องจากรูปแบบเฉพาะที่หาคู่แข่งเหมือนได้ยาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ราคาค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับวัสดุบางชนิด และโอกาสการใช้งานที่ค่อนข้างจำกัด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สามารถกำหนดราคาได้ เนื่องจากผู้บริโภคที่ชื่นชอบงานลักษณะนี้ยินยอมที่จะจ่ายเนื่องจากความไม่เหมือนใคร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● หากมีคู่แข่งทำได้ในราคาที่ต่ำกว่าโดยมีรูปแบบหรือวัสดุ และราคาใกล้เคียงกันส่วนแบ่งตลาดอาจลดลง</li> </ul>

การจัดจำหน่าย (Place) ตราสินค้าดับเพลิงดับเพลิงเอ (WWA)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ตั้งอยู่ที่สยามสแควร์ และกรุงโซลประเทศเกาหลี</li> <li>• บรรยากาศร้านเป็นร้านค้าภัตตาคารอาหาร และสามารถเดินชมสินค้าได้อย่างอิสระ</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• มีสาขารองรับที่ต่างประเทศ</li> <li>• บรรยากาศร้านสอดคล้องกับภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• มีร้านน้อยทำให้อาจไม่สะดวกต่อกลุ่มเป้าหมายบางราย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การจำหน่ายที่สยามสแควร์เป็นจุดที่กลุ่มเป้าหมายนิยม</li> <li>• สาขาในต่างประเทศเป็นการเปิดโอกาสผู้บริโภคมากขึ้น</li> <li>• บรรยากาศที่เหมาะสมช่วยส่งเสริมการขายได้ดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีคู่แข่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันจำนวนมาก</li> </ul>
การส่งเสริมการขาย (Promotion) ตราสินค้าดับเพลิงดับเพลิงเอ (WWA)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• การสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ และ สื่อสาธารณะ</li> <li>• การลดราคา</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• สื่อสารในช่องทางที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและเหมาะสมกับผู้บริโภค</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ช่องทางการสื่อสารยังไม่หลากหลาย</li> <li>• การลดราคาอาจมีผลต่อผลิตภัณฑ์ด้านภาพลักษณ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้บริโภคติดตามข่าวสารได้ง่าย และเป็นการเพิ่มช่องทางการติดต่อกับผู้บริโภคได้โดยตรง</li> <li>• การลดราคาดึงดูดการซื้อจากกลุ่มเป้าหมาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• รูปสินค้าที่นำมาลงเพื่อการสื่อสารอาจถูกเลียนแบบได้</li> </ul>

ผู้บริโภค (People) ตราสินค้าดับเพลิงดับเพลิง (WWA)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• กลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นและวัยทำงาน</li> <li>• อายุ 20-35 ปี ที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง (Niche market)</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ด้วยรูปแบบที่ตรงต่อสไตล์ของผู้บริโภคอย่างชัดเจน และมีความจำเพาะสูงหาทดแทนได้ยาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• มีความจำเพาะที่ไม่อิงความนิยมทำให้ผู้คนทั่วไปมองว่าเข้าถึงได้ยาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้บริโภคที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง มักยึดติดกับยี่ห้อที่เหมาะสมกับตน จึงมีความจงรักภักดี</li> <li>• คู่แข่งน้อย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้บริโภคมีจำนวนจำกัด เพราะสินค้ามีความเฉพาะสูง</li> </ul>
บรรจุภัณฑ์ (Packaging) ตราสินค้าดับเพลิงดับเพลิง (WWA)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• มีลักษณะเฉพาะของตราสินค้า</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• บ่งบอกตราสินค้าและภาพลักษณ์ของสินค้าได้ชัดเจน</li> <li>• ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ดูดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ราคาต้นทุนสูงมีผลต่อราคา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ตรงต่อรสนิยมของผู้บริโภค</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้บริโภคที่ไม่ใส่ใจกับบรรจุภัณฑ์ มองว่าเกินความจำเป็น มีผลให้สินค้ามีราคาสูง</li> </ul>
ลักษณะเด่น (Purple Cow) ตราสินค้าดับเพลิงดับเพลิง (WWA)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• มีความเฉพาะตัวสูง ไม่ตามกระแส เน้นโครงสร้างและความแปลกใหม่</li> <li>• มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบได้ (บางแบบ)</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• มีลักษณะแปลกใหม่ เป็นตัวของตัวเองอย่างชัดเจน ไม่อิงต่อคู่แข่ง และกระแส</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• บางรูปแบบอาจเข้าถึงได้ยาก และโอกาสการสวมใส่จำกัด ส่วนแบบที่ปรับเปลี่ยนควรสวมใส่ได้ดีทุกแบบ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• คู่แข่งน้อยหาสินค้าทดแทนได้ยาก ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกพิเศษและจงรักภักดี</li> <li>• ครอบคลุมตลาดได้มั่นคง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ขยายตัวได้ในวงค่อนข้างจำกัด เพราะมีรูปแบบเฉพาะสูง คนทั่วไปอาจเข้าถึงยาก</li> </ul>



### 3.3.2 ตราสินค้าวิกิธีร์รัฐ (VICKTEERUT)

วิกิธีร์รัฐ ตราสินค้าโดยนักออกแบบ (Designer Brand) ซึ่งก่อตั้งและออกแบบโดย คุณวิกิธีร์รัฐ ว่องวัฒนสิน และร่วมบริหารงานโดย คุณวีรภฤต ว่องวัฒนสิน เป็นแบรนด์เครื่องแต่งกายภายใต้รูปแบบของความเรียบโก้ แต่ละคอลเลคชั่นจะผสมผสานแรงบันดาลใจและตัดทอนนำมาใช้อย่างลงตัว นำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงด้วยรูปลักษณ์ของผู้หญิงสมัยใหม่ สง่างาม และเรียบง่ายแต่เฉียบคม



รูปที่ 4.3 ตัวอย่างเครื่องแต่งกายตราสินค้าวิกิธีร์รัฐ

ที่มา : [www.vickteerut.com](http://www.vickteerut.com)

#### ตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์ตราสินค้าวิกิธีร์รัฐ

ผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าวิกิธีร์รัฐ (VICKTEERUT)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ลักษณะของเสื้อผ้าเรียบหรู สำหรับออกงาน ทำงาน และลำลอง</li> <li>● มีสัดส่วนเครื่องแต่งกายร้อยละ 95 เครื่องตกแต่งร้อยละ 5</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● รูปแบบสินค้า เรียบง่าย ทันสมัย และดูดีส่งเสริมบุคลิกที่ดีของผู้สวมใส่ได้ดี และเหมาะสมต่อสตรีระผู้หญิงไทย</li> <li>● วัสดุและการตัดเย็บประณีต คุณภาพดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เน้นจำหน่ายเพียงเครื่องแต่งกายสตรี ทำให้ความหลากหลายด้านประเภทผลิตภัณฑ์มีน้อย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● รูปแบบที่ทันสมัยและเรียบง่ายทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย</li> <li>● การตัดเย็บที่มีคุณภาพ ทรงสวยทำให้ผู้บริโภคจงรักภักดีต่อตราสินค้า และเกิดการบอกต่อ เป็นการสร้างโอกาสสำหรับลูกค้าใหม่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เนื่องจากรูปแบบที่มีความเรียบง่าย เกิดการเลียนแบบได้ง่ายเช่นกัน</li> </ul>

ราคา ตราสินค้าวิคธีร์รัฐ (VICKTEERUT)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ราคาเฉลี่ย 2,000-15,000 บาท</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ราคามีช่วงกว้าง ทำให้กลุ่มลูกค้ากว้างขึ้น</li> <li>• มีระดับราคาปานกลางเมื่อเทียบกับคู่แข่งในระดับเดียวกัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ราคาค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับตราสินค้าโดยทั่วไปในประเทศ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ราคาและคุณภาพมีความเหมาะสมกัน และด้วยภาพลักษณ์ที่ดีที่ทันสมัยทำให้สามารถตั้งราคาค่อนข้างสูงได้</li> <li>• เป็นราคาที่สามารถแข่งขันได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การแข่งขันจากคู่แข่งที่มีราคาต่ำกว่า</li> </ul>
การจัดจำหน่าย ตราสินค้าวิคธีร์รัฐ (VICKTEERUT)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• มี 5 สาขา คือ สุขุมวิท 55 เซ็นทรัลเวิลด์ สยามพารากอน เซ็นทรัลชิดลม และประเทศฮ่องกง</li> <li>• บรรยากาศร้านเรียบหรู สะอาดตา สอดคล้องกับสไตล์ของเครื่องแต่งกาย การจัดวางที่สามารถเลือกดูสินค้าได้ง่าย และจัดวางตามแนวคิดของแต่ละคอลเลคชั่น</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ตั้งอยู่ที่จุดศูนย์กลางของกลุ่มเป้าหมาย และมีผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า</li> <li>• มีสาขาต่างประเทศ</li> <li>• บรรยากาศร้าน สอดคล้องกับภาพลักษณ์สินค้า และส่งเสริมแต่ละคอลเลคชั่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ตำแหน่งของสาขาในประเทศไทย กระจุกตัวที่ย่านสยามสแควร์มาก อาจเสียโอกาสต่อลูกค้าที่อยู่ตำแหน่งอื่นๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การจำหน่ายที่เป็นจุดที่กลุ่มเป้าหมายนิยมไปเลือกซื้อเครื่องแต่งกาย และมีโอกาสพบลูกค้าใหม่มาก</li> <li>• บรรยากาศที่ดีช่วยส่งเสริมการขาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีคู่แข่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันจำนวนมาก</li> </ul>

การส่งเสริมการขาย ตราสินค้าวิคทีร์รัฐ (VICKTEERUT)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• การสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ และ สื่อสาธารณะ</li> <li>• การแสดงแพชชั่นโชว์ และการสวมใส่โดยผู้มีชื่อเสียง</li> <li>• การลดราคา</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• สื่อสารในช่องทางที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและเหมาะสมกับผู้บริโภค</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การส่งเสริมการขายที่มีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้บริโภคติดตามข่าวสารได้ง่าย และเป็นการเพิ่มช่องทางการติดต่อกับผู้จำหน่ายได้โดยตรง</li> <li>• การลดราคาดึงดูดการซื้อ</li> <li>• การสวมใส่โดยผู้มีชื่อเสียงเป็นช่องทางที่กำลังได้รับความนิยมในประเทศไทย เป็นโอกาสที่เข้าถึงลูกค้าได้ดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• รูปสินค้าที่นำมาลงเพื่อการสื่อสารอาจถูกเลียนแบบได้</li> </ul>
ผู้บริโภค ตราสินค้าวิคทีร์รัฐ (VICKTEERUT)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• กลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นและวัยทำงาน</li> <li>• อายุ 20-35 ปี ที่มีความทันสมัย นิยมความเรียบร้อย</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ด้วยรูปแบบทำให้ผู้บริโภคมีสไตล์ชัดเจน และไม่จำเพาะจนเกินไป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้บริโภคกลุ่มค่อนข้างกว้างอาจคาดคะเนปริมาณการซื้อได้ยาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้บริโภคค่อนข้างกว้าง เนื่องจากรูปแบบสินค้าที่เรียบง่าย สวยงาม และไม่ได้จำเพาะกลุ่มจนเกินไป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้บริโภคอาจเกิดความลังเลหากเจอตราสินค้าที่มีราคาถูกกว่าโดยที่มีรูปแบบใกล้เคียงกัน</li> </ul>

บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้าวิคธีร์รัฐ (VICKTEERUT)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>มีลักษณะเฉพาะของตราสินค้า</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>บ่งบอกตราสินค้าและภาพลักษณ์ของสินค้าได้ชัดเจน</li> <li>ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ดูดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ราคาต้นทุนสูงมีผลต่อราคา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ตรงต่อรสนิยมของผู้บริโภค</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้บริโภคที่ไม่ใส่ใจกับบรรจุภัณฑ์จะมองว่าเกินความจำเป็นและมีผลทำให้สินค้ามีราคาสูงขึ้น</li> </ul>
ลักษณะเด่น ตราสินค้าวิคธีร์รัฐ (VICKTEERUT)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>เอกลักษณ์ความเรียบง่าย ทันสมัยอย่างมีระดับ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ผู้สวมใส่</li> <li>การตัดเย็บประณีตที่รับการกล่าวขานและรูปทรงที่สวมใส่แล้วสวยเหมาะกับสรีระ</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>มีสไตล์ที่ชัดเจน คือ เรียบโก้</li> <li>การตัดเย็บประณีตมีคุณภาพ และเหมาะสมกับสรีระเป็นอย่างดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ด้วยรูปแบบที่เรียบง่าย ความจำเพาะด้านรูปแบบจึงมีน้อย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีกลุ่มผู้บริโภคที่จงรักภักดีเนื่องจากสินค้ามีคุณภาพ</li> <li>การสร้างภาพลักษณ์ที่ตรงต่อซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้หญิงในปัจจุบันต้องการ ครอบคลุมทำให้มีโอกาสในการดึงดูดลูกค้าใหม่ได้มาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>คู่แข่งที่มองเห็นโอกาสตามแนวทางนี้อาจลอกเลียนแบบได้</li> </ul>

### 3.3.3. ตราสินค้าดีเคเอ็นวาย (DKNY)

ดีเคเอ็นวาย ตราสินค้านำเข้า (Import Brand) จากประเทศสหรัฐอเมริกา ฝีมือของ ดอนนา คาราน (Donna Karan) เป็นตราสินค้าที่มีการจำหน่ายทั่วโลก รูปแบบมีความเป็นสากล การตัดเย็บและเลือกใช้วัสดุที่มีมาตรฐาน ภาพลักษณ์ของตราสินค้า คือ ผู้หญิงทำงานสมัยใหม่ที่มีความมั่นใจในตนเองและมีชีวิตที่อิสระแบบผู้หญิงเมืองนิวยอร์ก จำหน่ายในประเทศไทย โดยคลับทเวนตีวัน (Club 21) หลายสาขา



ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์ตราสินค้าดีเคเอ็นวาย

ผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าดีเคเอ็นวาย (DKNY)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ลักษณะของสินค้าที่มีความคลาสสิกที่ทันสมัย สอดคล้องกับการใช้ชีวิตของสาวทำงาน มีความเป็นสากล มีทั้งชุดสำหรับออกงาน ทำงาน และลำลอง</li> <li>● มีสัดส่วนการจัดจำหน่ายเครื่องแต่งกายสำเร็จรู้อยู่ละ 60 ดีเคเอ็นวายยืนส์ร้อยละ 30 และเครื่องประดับตกแต่ง กระเป๋า รองเท้าร้อยละ 10</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● รูปแบบสินค้า มีความคลาสสิกแต่ทันสมัย</li> <li>● มีความเป็นมาตรฐานสากล และมีความหลากหลาย</li> <li>● วัสดุและการตัดเย็บมีคุณภาพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● รูปแบบเป็นสากล ไม่บ่งบอกเอกลักษณ์หรือสไตล์ที่ชัดเจน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● รูปแบบที่ทันสมัย เป็นสากลสวมใส่ได้ ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย</li> <li>● การตัดเย็บที่มีคุณภาพ ให้ผู้บริโภคจงรักภักดีต่อตราสินค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เกิดการเลียนแบบและอ้างอิงตราสินค้าอยู่เสมอ อาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน</li> <li>● สินค้ารูปแบบนี้มีคู่แข่งจำนวนมาก ทั้งระดับเดียวกัน และระดับที่ต่ำกว่า</li> </ul>

ราคา ตราสินค้าดีเคเอ็นวาย (DKNY)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ราคาเฉลี่ย 3,000-25,000 บาท</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ระดับราคาปานกลางและไม่สูงมากเมื่อเทียบกับคู่แข่งสินค้านำเข้าระดับเดียว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ราคาค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับตราสินค้าโดยทั่วไปในประเทศ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เป็นระดับราคาที่สามารถแข่งขันกับทั้งตราสินค้านำเข้าและตราสินค้าในประเทศได้ แต่ได้เปรียบที่การเป็นตราสินค้านำเข้าซึ่งมีผลต่อความรู้สึกของผู้บริโภค และสร้างความไว้วางใจจากผู้บริโภคได้ไม่ยาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การแข่งขันจากตราสินค้าลอกเลียนแบบที่มีราคาต่ำกว่า</li> <li>• การถูกลอกเลียนแบบอาจสร้างความสับสนให้แก่ผู้บริโภค</li> </ul>
การจัดจำหน่าย ตราสินค้าดีเคเอ็นวาย (DKNY)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• จัดจำหน่ายที่ดิเอ็มโพเรียม สยามดิสคัฟเวอร์รี่ เซ็นทรัลชิดลม สยามพารากอนและเซ็นทรัลเฟสติวัลภูเก็ต (ดีเคเอ็นวายอินส์)</li> <li>• บรรยากาศร้านดูมีระดับ จัดร้านอย่างมีระเบียบและชัดเจน</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ตั้งอยู่ที่จุดศูนย์กลางของกลุ่มเป้าหมายและมีผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า</li> <li>• มีสาขาทั่วโลก</li> <li>• บรรยากาศร้านเหมาะสมกับภาพลักษณ์สินค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ในประเทศไทยตำแหน่งของสาขากระจุกตัวที่ย่านใจกลางเมืองเท่านั้น อาจเสียโอกาสต่อลูกค้าที่อยู่ตำแหน่งอื่นๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การจำหน่ายที่เป็นจุดที่กลุ่มเป้าหมายนิยมไปเลือกซื้อเครื่องแต่งกาย และมีโอกาสพบลูกค้าใหม่มาก</li> <li>• บรรยากาศที่เหมาะสมส่งเสริมต่อการขาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีคู่แข่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันจำนวนมาก</li> </ul>

การส่งเสริมการขาย ตราสินค้าดีเคเอ็นวาย (DKNY)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• การสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ และ สื่อสาธารณะระดับโลก</li> <li>• การแสดงแฟชั่นโชว์สม่ำเสมอ</li> <li>• บัตรสมาชิกพิเศษ</li> <li>• การลดราคา</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• สื่อสารในช่องทางที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและเหมาะสมกับผู้บริโภค มีความเป็นมืออาชีพในระดับสากล</li> <li>• มีบัตรสมาชิกพิเศษ</li> <li>• สามารถเข้าถึงผู้คนได้ทั่วโลก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การส่งเสริมการขายที่มีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เข้าถึงลูกค้าได้กว้างขวาง</li> <li>• เป็นภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้าที่มีความเป็นสากล ผู้บริโภคเป็นกว้างและมีปริมาณมาก</li> <li>• บัตรสมาชิกพิเศษทำให้ลูกค้าประจำรู้สึกได้รับการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• รูปสินค้าที่นำมาลงอาจถูกเลียนแบบได้จากตลาดล่าง</li> <li>• การถูกอ้างชื่อระมัดระวังยาก</li> <li>• รูปสินค้าผ่านเว็บไซต์ที่ตัวแทนจำหน่ายไม่ได้นำเข้ามีผลต่อความรู้สึกของผู้บริโภคที่ต้องการสินค้า</li> </ul>
ผู้บริโภค ตราสินค้าดีเคเอ็นวาย (DKNY)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• กลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นตอนกลางและวัยทำงาน</li> <li>• อายุ 25-35 ปี ที่มีความทันสมัย มั่นใจในตนเอง แฝงด้วยชีวิตที่มีสีสัน</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้บริโภคมีกำลังซื้อและมีศักยภาพในการติดตามซื้อแบบใหม่ๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สินค้ามีลักษณะทั่วไป ผู้บริโภคจึงหลากหลายและคาดเดาและคาดคะเนการซื้อได้ยาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้บริโภคค่อนข้างกว้างเนื่องจากรูปแบบสินค้าที่เป็นสากล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ผู้บริโภคอาจเกิดความลังเลหากเจอตราสินค้าที่มีราคาต่ำกว่าโดยมีรูปแบบใกล้เคียงกัน</li> </ul>

บรรจุกัญช์ ตราสินค้าดีเคเอ็นวาย (DKNY)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>มีลักษณะเฉพาะของตราสินค้า</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>บ่งบอกตราสินค้าและภาพลักษณ์ของสินค้าได้ชัดเจน</li> <li>ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ดูดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ราคาต้นทุนสูงมีผลต่อราคา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ตรงต่อรสนิยมของผู้บริโภค</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้บริโภคที่ไม่ใส่ใจกับบรรจุกัญช์จะมองว่าเกินความจำเป็นและมีผลทำให้สินค้ามีราคาสูงขึ้น</li> </ul>
ลักษณะเด่น ตราสินค้าดีเคเอ็นวาย (DKNY)			
<ul style="list-style-type: none"> <li>ความทันสมัยอย่างมีระดับและความเป็นสากล</li> <li>รูปแบบที่สอดคล้องกับกิจกรรมประจำวันของผู้หญิงทำงานยุคใหม่ และทันสมัย</li> <li>การตัดเย็บประณีตและใช้วัสดุมีคุณภาพ</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>มีภาพลักษณ์ที่ผู้หญิงในปัจจุบันต้องการครอบครอง สื่อสารให้ผู้หญิงทุกคนสามารถเข้าถึงได้</li> <li>การตัดเย็บคุณภาพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>รูปแบบทั่วไป ความจำเพาะด้านรูปแบบจึงมีน้อย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีกลุ่มผู้บริโภคที่จงรักภักดีเนื่องจากสินค้ามีคุณภาพ</li> <li>มีโอกาสในการดึงดูดลูกค้าใหม่ได้มาก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>คู่แข่งที่มองเห็นโอกาสตามแนวทางนี้อาจลอกเลียนแบบได้ในทุกระดับ</li> </ul>

### 3.4 สรุปผลการวิเคราะห์

จากการศึกษาส่วนผสมทางการตลาดของตราสินค้าที่ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกและวิเคราะห์ทั้ง 3 ตราสินค้าข้างต้น สามารถสรุปข้อมูลได้ ส่วนผสมทางการตลาด ทั้ง 7 ปัจจัย ได้ดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ควรมีเอกลักษณ์ของตราสินค้าซึ่งแต่ละคอลเลกชันแม้จะมีแรงบันดาลใจที่แตกต่างกัน แต่ความเป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้า หรือภาพลักษณ์ของผู้สวมใส่ควรคงไว้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษารฐานลูกค้า และสร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้า นอกจากนี้หากมีจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ด้านใดควรเน้นย้ำและนำเสนออย่างต่อเนื่อง เช่น เน้นที่การตัดเย็บ เน้นที่บุคลิกภาพของผู้สวมใส่ เน้นที่จุดเด่นด้านการใช้งานที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ เป็นต้น และหากมีจุดเด่นที่การปรับเปลี่ยน ควรให้ความสำคัญเท่ากัน ระหว่างรูปแบบก่อนและหลังปรับเปลี่ยนและควร



สวมใส่ได้สวยทุกรูปแบบ ซึ่งจำเป็นต้องใช้ช่างที่มีความชำนาญ ด้านคุณภาพวัสดุและการตัดเย็บควร สอดคล้องต่อรูปแบบและส่งเสริมบุคลิกที่ดีของผู้สวมใส่ด้วย ด้านความหลากหลายของสินค้ามีส่วน ต่อปริมาณการจัดจำหน่ายเช่นกัน ประเภทสินค้าที่หลากหลายช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ชัดเจนได้ดี ยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในการจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น เช่นกัน

(2) ราคา ควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง ซึ่งกำหนดจากปัจจัยต้นทุน และกำลังซื้อของ ผู้บริโภค พร้อมกับการสังเกตราคาของคู่แข่งที่อยู่ระดับเดียวกัน เพื่อให้เป็นราคาที่สามารถแข่งขันได้ อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การตั้งช่วงราคาที่กว้างซึ่งมีผลิตภัณฑ์ที่มีราคาไม่สูงมากจำหน่ายรวม ด้วยจะช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่ายขึ้นและอาจนำไปสู่การซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงขึ้นในอนาคตต่อไป แต่ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวควรมีคุณภาพที่ดีด้วยเช่นกัน เพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้าและ สร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคให้เกิดการติดตาม

(3) การจัดจำหน่าย สถานที่จัดจำหน่ายมีผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ตั้งแต่ตำแหน่งที่ตั้งและ บรรยากาศภายในร้าน ตำแหน่งที่ตั้งควรเป็นแหล่งที่ผู้บริโภคนึกถึง ทำงาน หรือเดินทางผ่านเป็น ประจำ ซึ่งแม้จะเป็นบริเวณที่มีคู่แข่ง แต่หากตราสินค้าสามารถสร้างความเฉพาะตัวได้ คู่แข่งจะมีผล เป็นอุปสรรคต่อการจัดจำหน่ายน้อยลงเช่นกัน ทั้งนี้หากที่ใดมีคู่แข่งอยู่มากจะเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคนึก ถึงเป็นอันดับแรกเช่นกัน

(4) การส่งเสริมการขาย การโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีผลต่อการจดจำ การย้ำเตือนและการ ดึงดูดผู้บริโภค ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีตั้งแต่การสื่อสารผ่านโลกออนไลน์ นิติยสาร การจัดแสดง แพชั่นโชว์ แต่อาจมีค่าใช้จ่ายสูงเช่นกัน ดังนั้นควรตัดสินใจก่อนการลงทุนและคาดคะเนประสิทธิผลที่ คาดว่าจะได้รับอย่างรอบคอบว่าช่องทางใดที่เหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์และมีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค อย่างแท้จริง

(5) ผู้บริโภค วัยทำงานแม้จะเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ แต่มีการใช้เหตุผลค่อนข้างมากในการ ตัดสินใจซื้อเช่นกัน ดังนั้นจำเป็นต้องเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคให้ได้ และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ ผู้บริโภคต้องการ เช่นความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ที่มีความมั่นใจ ความเป็นผู้หญิงที่ดูนิ่งสงบแต่มีสไตล์ เป็นต้น จะสามารถดึงดูดผู้บริโภคเป้าหมายได้ง่ายขึ้น และจำเป็นต้องรักษาภาพลักษณ์นั้นให้ได้ เพื่อ สร้างความจงรักภักดีที่มั่นคง

(6) บรรลุภัณฑ์ บรรลุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเฉพาะของตราสินค้า ช่วยส่งเสริมถึงความพิถีพิถันที่ตรา สินค้าใส่ใจ สามารถสร้างความรู้สึกลงถึงความเฉพาะและการจดจำของผู้บริโภค ซึ่งควรใช้วัสดุที่มี คุณภาพ แต่ควรคำนึงถึงต้นทุนควบคู่ไปด้วย

(7) ลักษณะเด่น ในปัจจุบันที่การแข่งขันสูง การสร้างลักษณะเด่นให้กับผลิตภัณฑ์จะช่วยลด จำนวนคู่แข่งลงได้ โดยเฉพาะลักษณะเด่นที่ยังไม่มีจำหน่ายในตลาดจะทำให้เกิดลักษณะการเป็นผู้ ริเริ่ม ซึ่งสร้างความน่าสนใจได้ดี และหากเป็นลักษณะเด่นที่ลอกเลียนแบบได้ยากจะสามารถครอง ส่วนตลาดได้อย่างมั่นคง ซึ่งตราสินค้าควรนำเสนอลักษณะเด่นเหล่านั้นลงไปในทุกคอลเลกชันเพื่อ สร้างความแข็งแกร่งและการจดจำ

## ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของงานวิจัย

### 4.1 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของงานวิจัย

ในตอนต้นของบทระบอบส่วนประสมทางการตลาดไว้โดยครบถ้วนแล้ว และในส่วนนี้กล่าวถึงรายละเอียด และวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดของงานวิจัย ได้ดังนี้

เครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน ร้อยละ 70	เครื่องประดับ ร้อยละ 30
ชุดแบบติดกัน (All-in-one) ร้อยละ 70	สร้อยคอ(Necklace) ร้อยละ 30
ท่อนบน (Top)	ข้อมือ (Bracelet) ร้อยละ 15
ท่อนล่าง (Bottom) ร้อยละ 30	เข็มกลัด (Brooch) ร้อยละ 10
ตัวนอก (Outer Wear)	จี้ (Pendant) ร้อยละ 15
	ต่างหู แหวน และอื่นๆ ร้อยละ 30

รูปที่ 4.5 การคาดการณ์สัดส่วนผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดของงานวิจัย

ผลิตภัณฑ์			
<ul style="list-style-type: none"> <li>เครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน (Party Wear) ร้อยละ 70 และเครื่องประดับร้อยละ 30</li> <li>รูปแบบผลิตภัณฑ์มีทั้งชุดออกงานประเภทลำลอง และทางการ</li> <li>สามารถสวมใส่ได้หลายรูปแบบด้วยเครื่องประดับที่สอดคล้องกัน สามารถสวมใส่ออกงานได้หลากหลายโอกาส</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถสวมใส่ได้หลากหลายรูปแบบ</li> <li>ประเภทสินค้าครบและมีเครื่องประดับกับเครื่องแต่งกายที่เข้าชุดกัน อำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ต้องใช้ช่างที่มีความชำนาญและการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ออกแบบ ผู้ผลิต เครื่องประดับ และผู้ผลิตเสื้อผ้า ทำให้ใช้เวลา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ประเภทสินค้าครบ ทำให้สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ครบครัน</li> <li>เกิดความน่าสนใจและน่าทดลองสวมใส่ ซึ่งนำไปสู่การซื้อ เป็นโอกาสของการสร้างลูกค้าใหม่ได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เนื่องจากรูปแบบสินค้ามีการปรับเปลี่ยน จึงต้องทำความเข้าใจกับผู้บริโภค และต้องใช้นำเสนอที่ดีร่วมด้วย</li> </ul>

ราคา			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ราคาปานกลางค่อนข้างสูง อยู่ในช่วงปี (B) ถึงปีบวก (B+)</li> <li>● ราคาเฉลี่ย 1,500-20,000 บาท ขึ้นอยู่ที่แบบ วัสดุและความยากง่าย</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การกำหนดราคาไม่ตึงกับคู่แข่ง เนื่องจากรูปแบบเฉพาะไม่มีคู่แข่ง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ราคาผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกันมากภายในร้านเดียวกัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สามารถกำหนดราคาได้ เพราะเป็นสินค้าที่มีความเฉพาะ ยังไม่มีคู่แข่ง</li> <li>● ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่าจากความหลากหลายรูปแบบ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● อยู่ในช่วงราคาที่สูงสำหรับผู้บริโภคบางกลุ่ม</li> </ul>
การจัดจำหน่าย			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ร้านค้าตั้งอยู่ใจกลางเมือง และศูนย์รวมของคนทำงาน แหล่งที่น่าสนใจ ได้แก่ ย่านสยามสแควร์ โอโศก สาทร จำหน่ายร่วมกับการขายผ่านระบบออนไลน์</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ตั้งอยู่ที่จุดศูนย์รวมของกลุ่มเป้าหมาย มีผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ตำแหน่งของสาขากระจุกตัวที่ย่านใจกลางเมือง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การจำหน่ายที่สยามสแควร์เป็นจุดที่กลุ่มเป้าหมายนิยม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ตั้งอยู่ในตำแหน่งแข่งขันที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันมาก</li> </ul>
การส่งเสริมการขาย			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● การจัดหน้าร้านตามแนวคิดของแต่ละคอลเลกชั่น</li> <li>● ภาพเคลื่อนไหววิธีการใช้งาน</li> <li>● ผลิตภัณฑ์พร้อมคู่มือการใช้งาน</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● สื่อสารกับผู้บริโภคได้โดยตรง</li> <li>● กระจายข่าวสาร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ต้นทุนและเวลาในการเตรียมการอธิบายวิธีการใช้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การประชาสัมพันธ์เข้าถึงลูกค้าได้กว้าง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ผู้ขายมีผลมากในการแนะนำและขาย</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>นำเสนอข้อมูลสินค้าใหม่ได้อย่างสะดวก</li> </ul>	<p>งานนานกว่า ผลิตภัณฑ์ โดยทั่วไป</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้บริโภคติดตามข่าวสารได้ง่ายและเป็นช่องทางติดต่อกับผู้จำหน่ายได้โดยตรง</li> </ul>	<p>จำเป็นต้องใช้การฝึกฝนและทักษะที่ดีของผู้ขายร่วมด้วย</p>
<p>ผู้บริโภค</p>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอยู่ในวัยทำงาน สตรีอายุ 23-32 ปี และ 33-42 ปี ที่ออกงานเป็นประจำ</li> <li>มีความมั่นใจ ทันสมัย แต่งกายหลากหลายรูปแบบ</li> <li>ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะตัว มีความคิดสร้างสรรค์ และสนุกกับการทดลอง</li> </ul>			
<p>จุดแข็ง (Strengths)</p>	<p>จุดอ่อน (Weakness)</p>	<p>โอกาส (Opportunities)</p>	<p>อุปสรรค (Threats)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้บริโภคกลุ่มที่ออกงานเป็นประจำ มีกำลังซื้อ และมีหลากหลายสไตล์ ทำให้ผู้บริโภคค่อนข้างกว้าง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้บริโภคมีความจำเพาะ ชอบทดลอง และชอบการมีส่วนร่วม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เครื่องแต่งกายออกงานเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคยินยอมจ่ายในราคาที่สูงกว่าเครื่องแต่งกายประเภทอื่นๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>การสื่อสารด้านวิธีการใช้งานจำเป็นต้องทำเพื่อสร้างความเข้าใจกับผู้บริโภค</li> </ul>
<p>บรรจุภัณฑ์</p>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>เน้นความเรียบง่าย พร้อมกับโลโก้ตราสินค้า</li> <li>ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความคงทนแข็งแรงช่วยรักษาผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้</li> <li>เป็นเซ็ทคู่กันระหว่างเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ</li> </ul>			
<p>จุดแข็ง (Strengths)</p>	<p>จุดอ่อน (Weakness)</p>	<p>โอกาส (Opportunities)</p>	<p>อุปสรรค (Threats)</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>บ่งบอกตราสินค้าและภาพลักษณ์ของสินค้าได้ชัดเจน</li> <li>ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ดูดี</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ราคาต้นทุนสูงมีผลต่อราคา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ตรงต่อรสนิยมของผู้บริโภค</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้บริโภคที่ไม่ใส่ใจบรรจุภัณฑ์จะมองว่าเกินความจำเป็นและมีผลทำให้ราคาสูงขึ้น</li> </ul>

ลักษณะเด่น			
<ul style="list-style-type: none"> <li>● เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปร่างกัน สำหรับสวมใส่ออกงานได้หลากหลาย โดยให้ผู้สวมใส่สามารถมีส่วนร่วมและสนุกสนานกับการกำหนดรูปแบบเครื่องแต่งกายโดยใช้เครื่องประดับเป็นอุปกรณ์ พร้อมคู่มือการใช้งาน</li> </ul>			
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่ใช้ปรับเปลี่ยนร่วมกัน ยังไม่มีคู่แข่งในตลาด</li> <li>● มีการใช้งานได้หลากหลายรูปแบบ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งผู้บริโภคไม่คุ้นเคยจึงต้องสร้างความเข้าใจกับผู้บริโภคให้ได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● จากแนวคิดสามารถสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมในตลาดได้และหากประสบความสำเร็จจะกลายเป็นผู้บุกเบิก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ความยากในช่วงแนะนำผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องใช้ความเข้าใจของผู้บริโภคมากและต้องใช้เวลาสื่อสารที่ดี</li> </ul>

## 4.2 สรุปการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม

ตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดของงานวิจัยแบบเทียบเคียง

ผลิตภัณฑ์				
ตราสินค้า	WWA	VICKTEERUT	DKNY	งานวิจัย
<b>จุดแข็ง</b>	งานแนวทดลอง แปลกใหม่ มีเป็นตัว ของตัวเองชัดเจน มากและมี ความจำเพาะสูง	- ความเรียบง่าย ทันสมัย และดูดี ตรงความต้องการ ของผู้หญิงปัจจุบัน - เป็นเครื่องแต่ง กายที่สวมใส่จริง แล้วเข้ากับ ทรวดทรงดี	ความคลาสสิก แบบผู้หญิงยุค ใหม่ มีความเป็น มาตรฐานสากล	เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ ที่สามารถ ปรับเปลี่ยนการ สวมใส่ได้ หลากหลาย รูปแบบ
<b>จุดอ่อน</b>	รูปแบบสินค้ามี ความจำเพาะ การใช้งานค่อนข้าง เฉพาะโอกาสและ เฉพาะบุคคล	เน้นจำหน่ายเพียง เครื่องแต่งกายสตรี ทำให้ความ หลากหลายด้าน ประเภทผลิตภัณฑ์ มีน้อย	รูปแบบที่เป็น สากลทำให้ ความจำเพาะและ การระบุ เอกลักษณ์ทำ ได้ยาก	ต้องใช้ช่างที่มี ความชำนาญ และ การทำงานร่วมกัน ทำให้ใช้เวลามาก
<b>โอกาส</b>	ความเฉพาะทำให้ ผู้บริโภคจงรักภักดี หาสินค้าทดแทนได้ ยาก และรูปแบบ แปลกใหม่ความ น่าสนใจและน่า ทดลอง	รูปแบบที่ทันสมัย นิยมเรียบง่ายใน ปัจจุบันทำให้ เข้าถึงผู้บริโภคได้ ง่าย	รูปแบบที่ทันสมัย เป็นสากลสวมใส่ ได้ง่ายทำให้เข้าถึง ผู้บริโภคได้ง่าย	เกิดความ น่าสนใจและน่า ทดลองสวมใส่ ซึ่ง นำไปสู่การซื้อ เป็นโอกาสของ การสร้างลูกค้า ใหม่ได้
<b>อุปสรรค</b>	เนื่องจาก รูปแบบสินค้า ค่อนข้างเฉพาะ ทำ ให้ออกัสในการ ขยายตัวอยู่ใน วงจำกัด	เนื่องจาก รูปแบบที่มีความ เรียบง่าย เกิดการ เลียนแบบได้ง่าย เช่นกัน	เกิดการเลียนแบบ และอ้างอิงตรา สินค้าอยู่เสมอ มีคู่แข่งจำนวน มาก ทั้งระดับ เดียวกันและ ระดับต่ำกว่า	เนื่องจาก รูปแบบสินค้ามี การปรับเปลี่ยนจึง ต้องทำความเข้าใจ กับผู้บริโภคมาก และต้องให้การ นำเสนอที่ดี

ราคา				
ตราสินค้า	WWA	VICKTEERUT	DKNY	งานวิจัย
จุดแข็ง	การกำหนดราคาไม่ ต้องอิงกับคู่แข่ง เนื่องจากรูปแบบ เฉพาะที่หาคู่แข่ง เหมือนได้ยาก	ระดับราคาปาน กลางและไม่สูงมาก เมื่อเทียบกับคู่แข่ง สินค้าในระดับ เดียว	ระดับราคาปาน กลางและไม่สูง มากเมื่อเทียบกับ คู่แข่งสินค้านำเข้า ระดับเดียวกัน	การกำหนดราคา ไม่ต้องอิงกับคู่แข่ง เนื่องจากมี คุณสมบัติที่ยังไม่มี ในตลาด
จุดอ่อน	ราคาค่อนข้าง สูง เมื่อเทียบกับ วัสดุบางชนิด และ โอกาสการใช้งานที่ ค่อนข้างจำกัด	ราคาค่อนข้าง สูง เมื่อเทียบกับ ตราสินค้า โดยทั่วไปใน ประเทศ	ราคาค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับตรา สินค้าโดยทั่วไปใน ประเทศ	ราคาผลิตภัณฑ์มี ความแตกต่างกัน มากภายในร้าน เดียวกัน
โอกาส	สามารถกำหนด ราคาได้ เนื่องจาก ผู้บริโภคที่ชื่นชอบ งานลักษณะนี้ ยินยอมที่จะจ่าย เนื่องจาก ความจำเพาะ	- ราคาและ คุณภาพมีความ เหมาะสมกัน - ภาพลักษณ์ที่ดี ทันสมัยทำให้ สามารถตั้งราคา ค่อนข้างสูงได้	เป็นระดับราคาที่สามารถแข่งขัน และได้เปรียบที่ การเป็นตราสินค้านำเข้าระดับสากล ที่ผู้บริโภควางใจ	- สามารถกำหนด ราคาได้ เพราะ เป็นสินค้าที่มี ความเฉพาะและ ยังไม่มีคู่แข่ง - ผู้บริโภครู้สึก คุ้มค่าจากการสวม ใส่ได้หลายรูปแบบ
อุปสรรค	หากมีคู่แข่ง ทำได้ในราคาที่ต่ำ กว่า ส่วนแบ่งตลาด อาจลดลง	การแข่งขันจาก คู่แข่งที่มีราคาต่ำ กว่า	การแข่งขันจาก ตราสินค้า ลอกเลียนแบบที่มี ราคาต่ำกว่า	อยู่ในช่วงราคาที่ ค่อนข้างสูงสำหรับ ผู้บริโภคบางกลุ่ม

การจัดจำหน่าย				
ตราสินค้า	WWA	VICKTEERUT	DKNY	งานวิจัย
จุดแข็ง	ศูนย์รวมของกลุ่มเป้าหมาย และมีผลต่อ ภาพลักษณ์ตราสินค้า มีสาขารองรับที่ต่างประเทศ บรรยากาศร้านสอดคล้องกับภาพลักษณ์		มีสาขาทั่วโลก บรรยากาศร้าน เหมาะสมกับ ภาพลักษณ์สินค้า	ตั้งอยู่ที่จุดศูนย์ รวมกลุ่มเป้าหมาย มีผลต่อ ภาพลักษณ์
จุดอ่อน	มีร้านน้อยทำให้ ให้อาจไม่สะดวกต่อ ผู้บริโภคบางราย	ตำแหน่งของสาขากระจุกตัวที่ย่านใจกลางเมืองเท่านั้น อาจ เสียโอกาสต่อลูกค้าที่อยู่ตำแหน่งอื่นๆ ตำแหน่งของสาขากระจุกตัวที่ย่านใจกลางเมือง		
โอกาส	จำหน่ายในจุดที่กลุ่มเป้าหมายนิยมไปเลือกซื้อเครื่องแต่งกาย มีโอกาสพบลูกค้าใหม่ บรรยากาศที่ดีช่วยส่งเสริมการขาย			
อุปสรรค	ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มีคู่แข่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันจำนวนมาก			
การส่งเสริมการขาย				
ตราสินค้า	WWA	VICKTEERUT	DKNY	งานวิจัย
จุดแข็ง	สื่อสารในช่องทางที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและเหมาะสมกับผู้บริโภค			
จุดอ่อน	ช่องทางการสื่อสาร ยังไม่หลากหลาย	การส่งเสริมการขายมีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูง		ต้นทุนและเวลาใน การทำคู่มือ วิธีการใช้
โอกาส	ผู้บริโภคติดตามข่าวสารได้ง่าย และเป็นการเพิ่มช่องทางติดต่อกับผู้จำหน่ายโดยตรง การลดราคาดึงดูดการซื้อจากกลุ่มเป้าหมาย			
		การสวมใส่โดยผู้มี ชื่อเสียงได้รับความ นิยม เข้าถึงลูกค้า ได้ง่ายและเร็ว	บัตรสมาชิกพิเศษ ลูกค้าประจำรู้สึก ได้รับการดูแลเอา ใจใส่เป็นอย่างดี	คู่มือและการ นำเสนอวิธีใช้งาน สามารถใช้ดึงดูด ความสนใจได้
อุปสรรค	รูปสินค้าที่นำมาลงเพื่อใช้สื่อสารอาจถูกเลียนแบบได้			
			การถูกอ้างชื่อตรา สินค้า	ผู้ขายกลายเป็น บุคคลที่มีอิทธิพล มากต่อการแนะนำ และการขาย ซึ่ง ควบคุมได้ยาก



ผู้บริโภคร				
ตราสินค้า	WWA	VICKTEERUT	DKNY	งานวิจัย
จุดแข็ง	ผู้บริโภครชัดเจน มีความจำเพาะสูง	ผู้บริโภครชัดเจน และกลุ่มใหญ่	ผู้บริโภครกว้าง หลากหลาย	ผู้บริโภครกลุ่มที่ ออกงานบ่อยมี กำลังซื้อ
จุดอ่อน	ผู้บริโภครมีจำนวน ไม่มาก	ผู้บริโภครกลุ่มใหญ่ จึงมีความผันผวน สูง	คาดคะเนปริมาณ ยอดขายได้ยาก จากความ หลากหลายของ ผู้บริโภคร	ผู้บริโภครมี ความจำเพาะ ชอบทดลอง
โอกาส	คู่แข่งน้อย ผู้บริโภครที่มีความ เป็นตัวของตัวเอง สูง มักมีความ จงรักภักดี	ผู้บริโภครค่อนข้าง กว้าง เนื่องจาก รูปแบบสินค้าที่ เรียบง่าย สวยงาม	ผู้บริโภคร กว้าง เนื่องจาก รูปแบบสินค้าที่ เป็นสากล	เครื่องแต่งกาย ออกงานเป็นสินค้า ที่ผู้บริโภครยินยอม จ่ายในราคาที่สูง
อุปสรรค	ผู้บริโภคร มีจำนวนจำกัด ขยายตัวยาก	ผู้บริโภครอาจเกิดความลังเลหากเจอ สินค้าที่มีราคาถูกกว่าในรูปแบบ ไกลเคียง		ผู้บริโภครต้องมีความเข้าใจ ผลิตภัณฑ์เป็น อย่างมาก
บรรจุกฎณ์				
ตราสินค้า	WWA	VICKTEERUT	DKNY	งานวิจัย
จุดแข็ง	บ่งบอกตราสินค้าและภาพลักษณ์ของสินค้าได้ชัดเจน ส่งเสริมให้สินค้าดูดี			
จุดอ่อน	ราคาต้นทุนสูงมีผลต่อราคา			
โอกาส	ตรงต่อรสนิยมของผู้บริโภคร			
อุปสรรค	ผู้บริโภครบางส่วนอาจมีความคิดเห็นว่าบรรจุกฎณ์มีผลต่อราคา และไม่มีความ ต้องการเกี่ยวกับบรรจุกฎณ์ดังกล่าว			

ลักษณะเด่น				
ตราสินค้า	WWA	VICKTEERUT	DKNY	งานวิจัย
จุดแข็ง	มีลักษณะ แปลกใหม่เป็นตัว ของตัวเอง ชัดเจน ไม่อิงต่อคู่แข่ง และ กระแส	- มีสไตล์ที่ชัดเจน คือ เรียบโก้ เป็นที่ นิยมของผู้หญิง ปัจจุบัน - การตัดเย็บ ประณีต ทรงสวย สวมใส่ เหมาะสมกับสตรีระ	- ความเป็นสากล ที่ทั่วโลกยอมรับ - ภาพลักษณ์ที่ ผู้หญิงในปัจจุบัน ต้องการ และดู สามารถเข้าถึงได้ - มีความหลากหลาย หลายด้านรูปแบบ	เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ ที่ใช้ปรับเปลี่ยน ร่วมกัน มีการใช้งานได้ หลากหลาย
จุดอ่อน	บางรูปแบบ อาจเข้าถึงได้ยาก มีความจำเพาะสูง	รูปแบบที่เรียบง่ายความจำเพาะด้าน รูปแบบจึงมีน้อย ซึ่งอาจถูกเลียนแบบได้		จำเป็นต้องใช้การ สื่อสารมาก โดยเฉพาะช่วง แนะนำผลิตภัณฑ์
โอกาส	มีกลุ่มผู้บริโภคที่ ชัดเจนและ จงรักภักดี	- มีกลุ่มผู้บริโภคที่ จงรักภักดี - ภาพลักษณ์ที่ ผู้หญิงนิยมทำให้ จัดจำหน่ายได้ง่าย และมีโอกาสดึงดูด ลูกค้าใหม่มาก	กลุ่มผู้บริโภค กว้าง ความเป็น สากลมีผลต่อ ภาพลักษณ์และ ความไว้วางใจ	สร้างความ แตกต่างจาก ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ เดิมในตลาดได้ หากประสบ ความสำเร็จจะ กลายเป็นผู้นำ
อุปสรรค	ขยายตัวได้ ในวงค่อนข้างจำกัด เพราะมีรูปแบบ เฉพาะสูง คนทั่วไป อาจเข้าถึงยาก	คู่แข่งที่มองเห็นโอกาสตามแนวทางนี้ อาจลอกเลียนแบบได้		ผู้บริโภคต้อง มีความเข้าใจ ผลิตภัณฑ์เป็น อย่างมาก

## บทที่ 5

### รูปแบบผลิตภัณฑ์

ในบทนี้เป็นการวิเคราะห์และสรุปข้อมูลจากบทก่อนหน้าออกมาเป็นลักษณะจำเพาะของเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน โดยวิเคราะห์เพื่อให้เกิดความชัดเจน ทางด้านประโยชน์ใช้สอยและด้านความงาม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ลักษณะพิเศษจำเพาะผลิตภัณฑ์

- 1.1 ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย
- 1.2 แนวคิดผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย
- 1.3 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและตลาดของงานวิจัย
- 1.4 รูปแบบผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย
- 1.5 จุดเด่นของผลิตภัณฑ์งานวิจัย
- 1.6 อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์งานวิจัย

#### ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ด้านประโยชน์ใช้สอย

- 2.1 ประเภทผลิตภัณฑ์
- 2.2 ประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์
- 2.3 ประโยชน์ใช้สอยรองของผลิตภัณฑ์

#### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ด้านความงาม

#### ส่วนที่ 4 สรุปลักษณะรูปแบบของผลิตภัณฑ์

## ส่วนที่ 1 ลักษณะพิเศษจำเพาะผลิตภัณฑ์

### 1.1 ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย

มีภาพลักษณ์เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายสำเร็จรูปสำหรับออกงานและเครื่องประดับ จัดอยู่ในธุรกิจประเภทตราสินค้างานออกแบบภายในประเทศ ตั้งอยู่ในช่วงราคาบี (B) ถึงบีบวก (B+) จำหน่ายงานออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับควบคู่กัน เพื่อตอบสนองต่อการใช้สอยได้อย่างหลากหลาย

### 1.2 แนวคิดผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย

แนวคิดการออกแบบในเชิงทดลองเป็นการออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันของสำหรับออกงานหลากหลายโอกาส โดยใช้เครื่องประดับเป็นอุปกรณ์หลักในการปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกาย เป็นการใช้ประโยชน์จากการออกแบบให้เกิดความคุ้มค่าทางด้านรูปแบบ วัสดุดิบ และการผลิต รวมทั้งเป็นผลดีต่อผู้บริโภคสามารถสร้างความประทับใจทั้งทางด้านความงามและประโยชน์ใช้สอยไปพร้อมกัน

### 1.3 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและตลาดของงานวิจัย

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย เป็นสตรีวัยทำงานที่ออกงานบ่อย ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มเป้าหมายหลักอยู่ในช่วงอายุ 23-32 ปี เป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่อายุน้อย รายได้ค่อนข้างดีจนถึงดีมาก มีความมั่นใจในตัวเองสูง ชอบการทดลองสิ่งใหม่ คำนึงถึงภาพลักษณ์ที่ดีและความเหมาะสมกับกาลเทศะ ส่วนกลุ่มเป้าหมายรองอยู่ในช่วงอายุ 33-42 ปี ที่มีลักษณะการใช้ชีวิต แนวคิด และชอบการแต่งกายที่คล้ายคลึงกับกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งตลาดเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานนี้เป็นตลาดที่สินค้ามีราคาค่อนข้างสูง เนื่องจากผู้บริโภคยินยอมที่จะจ่ายเงินจำนวนมากในการแต่งกายสำหรับออกงานเพื่อภาพลักษณ์ที่ดี โดยจากการสำรวจพบว่าผู้บริโภคใช้เกณฑ์ความพึงพอใจเป็นหลักในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งผู้วิจัยเล็งเห็นว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ความพึงพอใจด้านรูปแบบ และความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอย ซึ่งในตลาดเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานปัจจุบันส่วนใหญ่มุ่งเน้นการสร้าง ความพึงพอใจด้านรูปแบบเป็นหลัก ทำให้ยังคงมีช่องว่างของเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานในด้านประโยชน์ใช้สอย ดังนั้นตามวิเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัยหากสามารถสร้างความพึงพอใจได้ทั้งสองด้าน จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยสามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสมบูรณ์

#### 1.4 รูปแบบผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย

จากการสำรวจความต้องการผู้บริโภคในบทที่ 3 พบว่ารูปแบบผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยที่เหมาะสมต่อผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย คือ เครื่องแต่งกายสำหรับออกกำลังกายที่มีรูปแบบเรียบง่าย โครงสร้างทรงเรขาคณิต ซึ่งเป็นรูปแบบที่สามารถสวมใส่ได้บ่อยครั้ง ร่วมกับการปรับเปลี่ยนให้เกิดรูปแบบที่อิสระ มีรายละเอียดและสีสันเพิ่มมากขึ้น โดยใช้วิธีการที่ประยุกต์จากการก่อรูปแต่งกายกรีกโบราณซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับเครื่องแต่งกายออกกำลังกายในปัจจุบันเพื่อใช้สวมใส่สำหรับโอกาสออกกำลังกายที่ล้าลองมากขึ้น ซึ่งทั้งสองลักษณะรวมอยู่ในเครื่องแต่งกายชุดเดียวกันที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบโดยการใช้ส่วนประกอบของเครื่องประดับเป็นอุปกรณ์ เพื่อทำให้เกิดรูปแบบหลากหลายและเหมาะต่อการใช้สำหรับออกกำลังกายในโอกาสที่แตกต่างกัน

#### 1.5 จุดเด่นของผลิตภัณฑ์งานวิจัย

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ คือ งานออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มประโยชน์ใช้สอยสำหรับออกกำลังกาย มีลักษณะสำคัญ คือ การใช้เครื่องประดับเป็นอุปกรณ์ที่ทำให้เครื่องแต่งกายมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบด้วยวิธีการปรับเปลี่ยนต่างๆ การทำงานร่วมกันระหว่างเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ โดยเชื่อมโยงหลักการและวิธีการปรับเปลี่ยนกับลักษณะการก่อรูปเครื่องแต่งกายแบบกรีก ซึ่งวิธีการที่สอดคล้อง ได้แก่ การรวบยัด (Stress) การพลิกกลับด้าน (Flip) การพับ (Folding) การใช้บานพับและการยึดจุดหมุน (Hinging) และการประกอบ (Assembling) ซึ่งในการปรับเปลี่ยนหนึ่งๆอาจใช้วิธีการข้างต้น มากกว่าหนึ่งวิธี เพื่อให้การปรับเปลี่ยนมีความสมบูรณ์และน่าสนใจ

#### 1.6 อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์งานวิจัย

โดยปกติในตลาดปัจจุบัน เครื่องแต่งกายสำหรับออกกำลังกายและเครื่องประดับมักมีการจำหน่ายแยกออกจากกัน โดยเครื่องประดับใช้เป็นเพียงสิ่งที่สร้างความโดดเด่นให้กับการแต่งกาย หรือเสริมความชัดเจนของภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยจึงมีความแตกต่างจากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสำหรับออกกำลังกายอื่นๆ โดยมีลักษณะเด่นที่การนำเสนอเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับไปพร้อมกัน การนำเอาส่วนของเครื่องประดับมาเพิ่มการใช้งานให้เกิดประโยชน์ ดังนั้นงานออกแบบเครื่องประดับของงานวิจัยจึงไม่ได้เน้นเพียงคุณค่าด้านความงาม แต่มีคุณค่าด้านการใช้งานที่สามารถเป็นอุปกรณ์ในการเพิ่มรูปแบบของเครื่องแต่งกายให้เกิดความหลากหลายควบคู่ไปด้วย โดยชุดหนึ่งๆ จะมีความครบถ้วนทั้งเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ซึ่งหากผู้บริโภคสามารถเลือกใส่เครื่องประดับในลักษณะและตำแหน่งที่แตกต่างกันจะส่งผลให้รูปแบบของเครื่องแต่งกายเกิดการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ด้านประโยชน์ใช้สอย

ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยได้มาจากการรวบรวมข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก ประกอบกับการวิเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

### 2.1 ประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1.1 เครื่องแต่งกายสตรีสำเร็จรูปสำหรับออกงาน (Party Wear) ที่มีลักษณะเรียบง่าย แต่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการสวมใส่ได้ คิดเป็นร้อยละ 70 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด ประกอบด้วยชุดในลักษณะแบบติดกัน (All-in-one) ร้อยละ 70 ท่อนบน (Top) ท่อนล่าง (Bottom) และตัวนอก (Outer Wear) ร้อยละ 30 ซึ่งผู้บริโภคสามารถใส่เครื่องแต่งกายสำเร็จรูปเพียงชิ้นเดียวหรือเลือกจับคู่ (Mix and Match) ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นได้ตามความต้องการ

2.1.2 เครื่องประดับ (Jewelry) คิดเป็นร้อยละ 30 ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด เครื่องประดับเป็นส่วนประกอบสำคัญและเป็นลักษณะเฉพาะที่ต้องออกแบบให้ตอบโจทย์ต่องานวิจัยสามารถใช้เป็นเครื่องมือหลักในการปรับเปลี่ยนรูปแบบของเครื่องแต่งกาย ซึ่งแตกต่างจากเครื่องประดับเพื่อการแต่งกายตามความเข้าใจโดยทั่วไปที่ใช้เพื่อการประดับร่างกายเท่านั้น เครื่องประดับในงานวิจัยครั้งนี้ จึงเน้นที่ประโยชน์ใช้สอยควบคู่ไปกับการประดับ โดยการแต่งกายหนึ่งๆอาจประกอบด้วยเครื่องประดับหลายชิ้น ตามรูปลักษณะของเครื่องแต่งกายที่ผู้บริโภคต้องการ

### 2.2 ประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์

ประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์ คือ เครื่องแต่งกายสำหรับออกงานและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกัน ก่อให้เกิดความคุ้มค่าด้านความหลากหลายของการใช้งาน ซึ่งผู้บริโภคสามารถเลือกรูปแบบที่เหมาะสมได้ด้วยตนเอง โดยสามารถแบ่งประโยชน์ใช้สอยหลักได้ ดังนี้

2.2.1 ประโยชน์ใช้สอยหลักเครื่องแต่งกายมีหน้าที่ใส่ออกงานตามโอกาสต่างๆ

2.2.1.1 งานเลี้ยงแบบเป็นทางการ (Formal Party) ซึ่งต้องพบปะผู้ใหญ่หรือเป็นงานเลี้ยงที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่การงาน ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงกาลเทศะเป็นอย่างมาก มีความเรียบร้อย ส่งเสริมความสง่างาม สุขภาพ และน่าเชื่อถือให้กับผู้สวมใส่

2.2.1.2 งานเลี้ยงแบบไม่เป็นทางการ (Informal Party) เป็นงานเลี้ยงแบบลำลอง รูปแบบงานไม่เน้นความเป็นทางการ รูปแบบของเครื่องแต่งกายจึงค่อนข้างอิสระ อาจเป็นเครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์ (Cocktail Party Wear) หรือเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานลำลอง (Casual Party Wear / Day dresses) ซึ่งลักษณะของการแต่งกายขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ของงานและความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีความหลากหลายทั้งทางรูปแบบ สี สัน วัสดุ และรายละเอียด

2.2.2 ประโยชน์ใช้สอยหลักของเครื่องประดับที่มีหน้าที่ตามประโยชน์ใช้สอยเดิม และประโยชน์ใช้สอยเพิ่มเติมตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2.2.2.1 เครื่องประดับสำหรับการแต่งกายตามประโยชน์ใช้สอยเดิม คือ ใช้เพื่อประดับตกแต่งร่างกายและเครื่องแต่งกาย ซึ่งมีหน้าที่การใช้งานในการสื่อสารถึงตัวตนผู้บริโภค หรือช่วยเพิ่มความโดดเด่นและความน่าสนใจให้กับเครื่องแต่งกาย

2.2.2.2 เครื่องประดับตามประโยชน์ใช้สอยเพิ่มเติม เป็นส่วนที่เพิ่มออกมาจากประโยชน์ใช้สอยเดิม โดยมีหน้าที่เป็นอุปกรณ์หลักในการปรับเปลี่ยนรูปแบบเครื่องแต่งกายให้เกิดความแตกต่างไปจากเดิม เพื่อเพิ่มการใช้งานสำหรับโอกาสออกงานให้หลากหลายมากขึ้น ซึ่งประโยชน์ใช้สอยเพิ่มเติมของเครื่องประดับนี้เป็นลักษณะสำคัญของงานวิจัย ที่ต้องศึกษาเพื่อหาแนวทางการออกแบบและการใช้งานที่เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

### 2.3 ประโยชน์ใช้สอยรองของผลิตภัณฑ์

สามารถสร้างความหลากหลายได้เพิ่มมากขึ้นตามความต้องการ โดยผู้บริโภคอาจทำการจับคู่กับเครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับที่ผู้บริโภคมียุ่ หรือจับคู่กับเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับรูปแบบอื่นๆ ซึ่งอาจไม่จำกัดอยู่แค่เพียงโอกาสสำหรับออกงานเท่านั้น

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ด้านความงาม

การวิเคราะห์ในส่วนนี้กล่าวถึงองค์ประกอบศิลป์และรายละเอียดด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นการรวมกันระหว่างรูปแบบที่แตกต่างกัน คือ รูปแบบที่มีความเรียบง่าย รายละเอียดน้อย รูปทรงที่ถูกตัดทอน เนื้อผ้าที่เรียบ คงรูป โทนสีกลางที่สามารถใส่ได้บ่อยครั้ง มีลักษณะโดยรวมที่ดูสุภาพ ร่วมกับรูปแบบอิสระซึ่งประยุกต์จากการก่อรูปเครื่องแต่งกายในยุคกรีกโบราณ โดยจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในส่วนโครงสร้างและรายละเอียด รวมทั้งสีสันทัน ซึ่งทำให้เครื่องแต่งกายให้มีชีวิตชีวาและสามารถใช้สอยในโอกาสออกงานที่ล้าลองมากขึ้น



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



## ส่วนที่ 4 สรุปลักษณะรูปแบบของผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 5.1 สรุปลักษณะรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย

ตัวกำหนด	ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย
ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์	งานออกแบบภายในประเทศ ช่วงราคาปี (B) ถึงปีบวก (B+)
แนวคิดผลิตภัณฑ์	การออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันสำหรับออกงานที่หลากหลาย โดยใช้เครื่องประดับเป็นอุปกรณ์ในการปรับเปลี่ยน เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากการออกแบบให้เกิดความคุ้มค่าทั้งด้านรูปแบบที่หลากหลาย วัสดุ และงบประมาณ เน้นการสร้างคามพึงพอใจด้านความงามและประโยชน์ใช้สอยไปพร้อมกัน
ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและตลาด	สตรีวัยทำงานที่ออกงานบ่อย กลุ่มเป้าหมายหลักอยู่ในช่วงอายุ 23-32 ปี กลุ่มเป้าหมายรองอยู่ในช่วงอายุ 33-42 ปี รายได้ค่อนข้างดีจนถึงดีมาก มีความมั่นใจในตัวเอง สนุกกับการทดลองสิ่งใหม่ ออกงานสังคมหลากหลายรูปแบบเป็นประจำ คำนึงถึงภาพลักษณ์ที่ดีและโดดเด่น และเหมาะสมกับกาลเทศะ
จุดเด่นของตราสินค้าและอัตลักษณ์ตราสินค้า	งานออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน โดยมีแนวทางการปรับเปลี่ยนตามวิธีที่การได้แก่ การรวบยัด การพลิกกลับด้าน การพับ การใช้บานพับและการยึดจุดหมุน และการประกอบ ซึ่งในการปรับเปลี่ยนหนึ่งๆอาจใช้วิธีการมากกว่าหนึ่งวิธี โดยเป็นการนำเอาเครื่องประดับมาเพิ่มหน้าที่การใช้งานให้เกิดประโยชน์และความสำคัญควบคู่ไปกับเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน
ประเภทผลิตภัณฑ์	เครื่องแต่งกายสตรีสำเร็จรูปสำหรับออกงาน (Party Wear) และเครื่องประดับ (Jewelry) ที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันได้
ประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ประโยชน์ใช้สอยหลักของเครื่องแต่งกาย มีหน้าที่สำหรับสวมใส่ออกงานตามโอกาสต่างๆ</li> <li>● ประโยชน์ใช้สอยหลักของเครื่องประดับ มีหน้าที่ตามการใช้สอยเดิมคือ เพื่อการประดับตกแต่ง และมีหน้าที่การใช้สอยหลักเพิ่มเติมคือ เป็นอุปกรณ์สำหรับปรับเปลี่ยนรูปแบบเครื่องแต่งกายให้เกิดความหลากหลายตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย</li> </ul>
ประโยชน์ใช้สอยรองของผลิตภัณฑ์	สามารถเลือกจับคู่ใช้งาน หรือใช้ควบคู่กับผลิตภัณฑ์อื่นๆได้ตามความต้องการเพื่อให้เกิดการใช้สอยที่หลากหลายมากขึ้น ไม่จำกัดแค่ในโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน

## บทที่ 6

### การอ้างอิงแนวโน้มแฟชั่นและวิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน

แนวโน้มทางแฟชั่น (Trend) เป็นปัจจัยหนึ่งในการออกแบบที่มีผลต่อการคาดคะเนความนิยมของผู้บริโภคอยู่เสมอทุกฤดูกาล โดยงานวิจัยฉบับนี้แนวทางของการออกแบบอิงกับแนวโน้มแฟชั่นประจำฤดูใบไม้ร่วง-ฤดูหนาว ปี ค.ศ. 2014/2015 (Autumn-Winter 14/15) ซึ่งเลือกจากเรื่องราวที่สามารถประยุกต์และสนับสนุนต่อวัตถุประสงค์งานวิจัย พร้อมทั้งการวิเคราะห์ตัวอย่างผลงานประกอบ ซึ่งเนื้อหาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 การอ้างอิงแนวโน้มแฟชั่น

- 1.1 การกำหนดเกณฑ์ในการเลือกแนวโน้มทางแฟชั่น
- 1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่นหลัก
- 1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่นสนับสนุน
- 1.4 ผลสรุปองค์ประกอบจากแนวโน้มทางแฟชั่น
- 1.5 แนวโน้มทางแฟชั่นใหม่สำหรับงานวิจัย

#### ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน

- 2.1 การกำหนดเกณฑ์สำหรับการวิเคราะห์
- 2.2 การวิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน
- 2.3 ผลสรุปของการวิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน

## ส่วนที่ 1 การอ้างอิงแนวโน้มนำแฟชั่น

แนวโน้มนำแฟชั่นเป็นผลจากการรวบรวมและสรุปข้อมูล แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่คาดว่าจะได้รับความนิยมในอนาคตตามฤดูกาลที่จะมาถึง โดยเป็นข้อมูลแนวโน้มนำแฟชั่นที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์สำหรับงานวิจัยนี้มาจากบริษัทที่ได้รับการยอมรับในสากล ซึ่งนำเสนอเรื่องราว (Theme) อารมณ์ (Mood and Tone) และองค์ประกอบต่างๆที่จำเป็นสำหรับการออกแบบ ทั้ง โครงร่างเงา (Silhouette) สี (Color Way) วัสดุ (Material) และรายละเอียด (Detail) ของแนวโน้มนำแฟชั่นประจำฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาว ปี ค.ศ. 2014/2015 (Autumn-Winter 14/15)

### 1.1 การกำหนดเกณฑ์การเลือกแนวโน้มนำแฟชั่น

การเลือกแนวโน้มนำแฟชั่นมาใช้จำเป็นต้องเลือกเรื่องราวที่สอดคล้องต่อวัตถุประสงค์และผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย ดังนั้น จึงต้องกำหนดเกณฑ์ในการเลือกแนวโน้มนำแฟชั่น ซึ่งมีเกณฑ์ ดังนี้

1.1.1 เกณฑ์ด้านเรื่องราว (Theme) และอารมณ์ (Mood and Tone) แนวโน้มนำแฟชั่นที่เลือกจะต้องสอดคล้องต่อภาพลักษณ์และรสนิยมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสตรีวัยทำงานที่ออกงานสังคมเป็นประจำ ในด้านการแต่งกายสำหรับออกงาน โดยต้องการลักษณะของความสง่างาม น่าค้นหา และเรื่องราวควรสามารถประยุกต์ได้ทั้งกับรูปแบบที่เรียบง่ายและรูปแบบที่แฝงความสนุกสนานน่าค้นหาไปพร้อมกัน

1.1.2 เกณฑ์ด้านองค์ประกอบงานออกแบบ (Design element) แนวโน้มนำแฟชั่นที่เลือกควรสอดคล้องกับองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

(1) โครงร่างเงา (Silhouette) และโครงสร้าง (Structure) ของแนวโน้มนำแฟชั่นต้องสอดคล้องกับลักษณะของรูปแบบทั้งเรขาคณิต และรูปทรงอิสระที่ทันสมัย ไม่เทอะทะ ช่วยส่งเสริมความสง่างามกับผู้สวมใส่ ทันสมัย

(2) สี (Color Way) ของแนวโน้มนำแฟชั่นต้องมีลักษณะที่ดูลึกกลับ เครื่องขริม และอาจมีสีที่ตัดกัน ผู้บริโภคไม่นิยมสีอ่อนหวานจนเกินไป

(3) วัสดุ (Material) ของแนวโน้มนำแฟชั่นแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างวัสดุที่หลากหลาย มีลักษณะของการตัดกันของพื้นผิว เช่น ความทึบ ความบาง ความมันวาว เป็นต้น

(4) รายละเอียด (Detail) มีการทับซ้อน การพับ การผูก การรวบยัด หรือรูปแบบที่สามารถประยุกต์เป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนได้ รวมทั้งอาจมีลักษณะของการผสมการใช้เครื่องประดับในเครื่องแต่งกาย

อย่างไรก็ตามแนวโน้มนำแฟชั่นประจำฤดูใบไม้ร่วง-ฤดูหนาว ปี ค.ศ. 2014/2015 (Autumn-Winter 14/15) ที่ผู้วิจัยเลือกใช้ อาจไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยทั้งหมด แต่ผู้วิจัยได้คัดเลือกมาจำนวน 3 แนวโน้มที่สอดคล้องและสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานออกแบบได้ โดยแบ่งออกเป็นแนวโน้มนำแฟชั่นหลักจากสไตล์ไซต์ (Stylesight) และแนวโน้มนำแฟชั่นสนับสนุนจากดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN) และเนลลีโรดิ (Nelly Rodi) นำมาเลือกหัวข้อเพื่อทำการวิเคราะห์และนำองค์ประกอบที่

เหมาะสมมาสร้างเป็นแนวโน้มแฟชั่นใหม่ (New Trend) โดยเฉพาะสำหรับงานวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบให้ทันต่อฤดูกาล และสอดคล้องต่อวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

## 1.2 ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่นหลัก (Main Trend)

ตารางที่ 6.1 แนวโน้มแฟชั่นหลักจากสไตล์ไซต์ (Stylesight) หัวข้ออัลเลโกรี่ (Allegory)

องค์ประกอบ	แนวโน้มทางแฟชั่นสไตล์ไซต์ (Stylesight-Allegory)	การวิเคราะห์
แนวความคิด (Concept)	<p>อัลเลโกรี่ (Allegory) นำเสนอ โลกแห่งจินตนาการในด้านมืดของนิทาน เทพนิยาย ความลึกลับและเวทมนต์ที่ไม่มีขอบเขต การแฝงไปด้วยสิ่งที่กำกวมไม่มีคำตอบชัดเจน นำเสนอทั้งสองด้านของทุกสิ่ง ความขัดแย้งที่น่าค้นหากับการถวิลหาความสงบและความบริสุทธิ์ ความรุนแรงโหดร้ายกับความงาม และความเป็นอดีตกับอนาคต สื่อสารถึงจิตวิญญาณ ตำนาน และความทรงจำ</p>  <p>รูปที่ 6.1 เรื่องราวแนวโน้มทางแฟชั่น สไตล์ไซต์ (Stylesight-Allegory)</p>	<p>การนำเสนอความงามในด้านมืด ทั้งในรูปแบบที่น่ากลัว ลึกลับ และสงบเยือกเย็น ต้องการถ่ายทอดเบื้องลึกของความคิดมนุษย์ แสดงออกด้วยลักษณะของการใช้รูปธรรมเป็นสัญลักษณ์แทนความให้ผู้ค้นหาด้วยตัวเอง</p>
คำสำคัญ (Keyword)	<p>ความปรารถนาที่ลึกลับ ความทันสมัยและสันโดษ รูปทรงที่เหมาะสมต่อการใช้งาน เวทมนต์ ความวิเศษ ความไม่มีลักษณะเฉพาะ ไม่ปรากฏนาม</p>	<p>ความลึกลับ ด้านมืด ความทันสมัย ความสันโดษ ความทรงจำ</p>

องค์ประกอบ	แนวโน้มทางแฟชั่นสไตล์ไซท์ (Stylesight-Allegory)	การวิเคราะห์
<p>โครงร่างเงา (Silhouette)</p>	 <p>รูปที่ 6.2 โครงร่างเงาแนวโน้มทางแฟชั่น สไตล์ไซท์ (Stylesight-Allegory)</p>	<p>โครงร่างเงาทรงตรงพอดีตัว และโครงสร้างที่เน้นการทับซ้อน การจับเตרב ดูนี้น้ำหนักลักษณะไม่เข้ารูป</p>
<p>กลุ่มสี (Color Way)</p>	 <p>รูปที่ 6.3 กลุ่มสีแนวโน้มทางแฟชั่น สไตล์ไซท์ (Stylesight-Allegory)</p>	<p>เน้นสีที่เป็นแสงเงาของโลหะ และสีที่ดูเคร่งขรึมสง่างาม และผสมกับสีอ่อนที่ดูสงบ</p>
<p>วัสดุ (Material)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วัสดุเป็นประกายแบบเรียบ กึ่งด้าน เนื้อแน่นคล้ายผ้าแพร สัมผัสนุ่ม</li> <li>- ควบรูปสง่างามเหมือนรูปปั้น</li> <li>- ผ้าพิมพ์ลายหินอ่อนสะท้อนความซื่อสัตย์ในจิตวิญญาณ ความงามที่เป็นอมตะ</li> </ul>  <p>รูปที่ 6.4 วัสดุแนวโน้มทางแฟชั่น สไตล์ไซท์ (Stylesight-Allegory)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอคุณสมบัติของวัสดุที่แตกต่างมาผสมผสานกัน</li> <li>- สร้างรูปลักษณ์ใหม่และใช้วัสดุในการสื่อสารแนวความคิด</li> <li>- วัสดุที่ใช้ให้ความรู้สึกหรูหราและน่าค้นหา</li> </ul>
<p>รายละเอียด (Detail)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สุนทรียะของความเป็นความลับ ความดิบ การใช้วัสดุที่แตกต่างกันภายใต้สีเดิม</li> <li>- ความเชื่อมโยงที่ผิดปกติ ความลึกกลับ สายหนังที่พาดบิด</li> <li>- ลวดลายที่แสดงความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ ลายหินอ่อน</li> </ul>  <p>รูปที่ 6.5 รายละเอียดแนวโน้มทางแฟชั่น สไตล์ไซท์ (Stylesight-Allegory)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้กรรมวิธีและวัสดุต่างๆ แสดงถึงเสน่ห์ความลึกกลับ และความแข็งแกร่ง</li> <li>- รายละเอียดผสมระหว่างความเป็นผู้หญิง และผู้ชาย</li> </ul>

องค์ประกอบ	แนวโน้มทางแฟชั่นสไตล์ไซท์ (Stylesight-Allegory)	การวิเคราะห์
เครื่องประดับ ตกแต่ง (Accessories)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องประดับขนาดเล็กเป็นสัญลักษณ์สื่อสาร</li> <li>- เครื่องประดับเหมือนเกราะหุ้มที่ดูแข็งแรง น่าหลงใหล</li> <li>- เครื่องประดับขนาดใหญ่</li> </ul>  <p>รูปที่ 6.6 เครื่องประดับแนวโน้มทางแฟชั่นสไตล์ไซท์ (Stylesight-Allegory)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เครื่องประดับกับการใช้สัญลักษณ์สื่อความ</li> <li>- ความโดดเด่นของเครื่องประดับ</li> </ul>

### 1.3 ข้อมูลแนวโน้มแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend)

แนวโน้มแฟชั่นสนับสนุนจากบริษัทดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN) และบริษัทเนลลี่โรดิ (Nelly Rodi)  
ตารางที่ 6.2 แนวโน้มแฟชั่นดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN) หัวข้อโมเดิร์นไมท์ (Modern Myth)

องค์ประกอบ	แนวโน้มแฟชั่นดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN-Modern Myth)	การวิเคราะห์
แนวความคิด (Concept)	<p>การนำความน่าสนใจของเรื่องราวเกี่ยวกับจิตวิญญาณ ความเชื่อ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ตำนาน เทพนิยาย ความเชื่อ และเรื่องเล่าจากหลากหลายพื้นถิ่นมาตีความ ผสมผสานและถ่ายทอดในรูปแบบใหม่ โลกปัจจุบันที่อิงอยู่กับเทคโนโลยี ตำนานและเรื่องราวเหล่านี้ยังคงสร้างความรู้สึกร่วมกันที่ศรัทธาได้เสมอ</p>  <p>รูปที่ 6.7 แนวความคิดแนวโน้มทางแฟชั่น ดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN-Modern Myth)</p>	<p>การตีความสามารถแบ่งได้เป็นลักษณะเกี่ยวกับจินตนาการ ความมหัศจรรย์จากตำนานและลักษณะเกี่ยวกับความสงบและ สมถะ</p>
คำสำคัญ (Keyword)	<p>ตำนานแบบร่วมสมัย ความกำกวมระหว่างวิทยาศาสตร์และนิยาย ตำนานผ่านโครงสร้างดิจิทัล ออกแบบผ่านโลกนิยาย จิตวิญญาณ ความสงบ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยุคและวัฒนธรรมกับการตีความสู่รูปแบบใหม่</li> <li>- ความเพื่อฝันกับความสงบ ออกแบบจากรากวัฒนธรรม</li> </ul>

องค์ประกอบ	แนวโน้มแฟชั่นระดับลิวจีเอสเอ็น (WGSN-Modern Myth)	การวิเคราะห์
<p>โครงร่างเงา (Silhouette)</p>	 <p>รูปที่ 6.8 โครงร่างเงาแนวโน้มแฟชั่นระดับลิวจีเอสเอ็น (WGSN-Modern Myth)</p>	<p>โครงร่างเงาทรงตรง หรือเข้าเอว เล็กน้อย ความยาวเหนือเข่าเล็กน้อย-ระดับเข่า-ระดับปลายเท้า กระโปรงปลายบาน และทรงตรง</p>
<p>กลุ่มสี (Color Way)</p>	<p>กลุ่มสีที่ดูมีชีวิตชีวา บ่งบอกอารมณ์ สื่อสารประวัติศาสตร์และสีที่แสดงความมั่นใจทั้งสีโลหะขัดเงา และสีทองโบราณ และมีสีสดเป็นสีเน้น (Accent color)</p>  <p>รูปที่ 6.9 กลุ่มสีแนวโน้มแฟชั่นระดับลิวจีเอสเอ็น (WGSN-Modern Myth)</p>	<p>ลักษณะของสีไม่ใช่สีแท้ แต่เป็นสีที่ส่วนใหญ่มีการเจือดำให้มืดลง และตัดกับสีสว่าง เช่น ขาว เงิน ทอง และสีสด เช่น ส้ม เขียว</p>
<p>วัสดุ (Materials)</p>	 <p>รูปที่ 6.10 วัสดุแนวโน้มแฟชั่นระดับลิวจีเอสเอ็น (WGSN-Modern Myth) วัสดุหลากหลาย เช่น หนัง ขนสัตว์ แก้ว โลหะ วัสดุมันวาว พื้นผิวที่มีประกายระยิบระยับ วัสดุแสดงความเป็นดิจิทัล และลูกไม้</p>	<p>ใช้วัสดุหลายชนิดผสมกัน ทั้งวัสดุดั้งเดิมและวัสดุสมัยใหม่</p>
<p>รายละเอียด (Details)</p>	<p>ลักษณะเรืองแสงและส่องสว่าง ลายสลักและการตัดด้วยเลเซอร์ พื้นผิวนูนนวล ดิบหยาบ ผิวฉาบคล้ายโลหะ เปียและเงื่อน</p>  <p>รูปที่ 6.11 รายละเอียดแนวโน้มทางแฟชั่นระดับลิวจีเอสเอ็น (WGSN-Modern Myth)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พิธีพิธีกันรายละเอียด</li> <li>- มีการใช้ ลักษณะของการประดับแบบดั้งเดิมในยุคปัจจุบัน</li> <li>- การทำผิวให้คล้ายโลหะควบคู่กับการใช้วัสดุธรรมชาติ</li> </ul>

องค์ประกอบ	แนวโน้มนำแฟชั่นระดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN-Modern Myth)	การวิเคราะห์
<p>เครื่องประดับ ตกแต่ง (Accessories)</p>	<p>-แสดงถึงความมั่งคั่ง/พื้นผิวฉาบ หรือเคลือบทอง/อัญมณี หลากหลาย</p> <p>-สัญลักษณ์เกี่ยวกับตำนาน/บรรพบุรุษ/เทพนิยาย/การอุปมาอุปไมย</p> <p>-รูปทรงจากนิทาน/แรงบันดาลใจจากความหัตถกรรม/เครื่องแต่งกายตามพิธีกรรม</p> <p>-เกี่ยวกับจักรวาล/สีเหลือง/สีเหมือนรุ้ง/อัญมณีและหินวูบวาบ ขนาดใหญ่/หลากหลายสีสัน</p>  <p>รูปที่ 6.12 เครื่องประดับแนวโน้มนำแฟชั่นระดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN-Modern Myth)</p>	<p>- นำเสนอความงาม 3 ลักษณะ แบบดั้งเดิม โดยตรง แบบการใช้วัสดุดั้งเดิมในรูปลักษณะใหม่ และแบบผสมผสานให้เหมือนจินตนาการ</p> <p>- แสดงความงามของวัสดุ และวิธีการแบบดั้งเดิม</p>

## (2) เนลลีโรดิ (Nelly Rodi) หัวข้อฮีโร (Heros)

## ตารางที่ 6.3 ข้อมูลแนวโน้มนำแฟชั่นเนลลี โรดิ (Nelly Rodi) หัวข้อฮีโร (Heros)

องค์ประกอบ	แนวโน้มนำแฟชั่นเนลลี โรดิ (Nelly Rodi-Heros)	การวิเคราะห์
<p>แนวความคิด (Concept)</p>	<p>การก่อเกิด เทพนิยายและพิธีกรรมในยุคกลาง วิถีชีวิตที่ซึมซับความฮึกเหิมของนักล่า การผสมผสานวัฒนธรรมและความร่วมสมัย สุนทรียะของการเผชิญหน้าระหว่างความดิบและวัสดุชั้นสูง เปรียบได้กับการรวมกันของพลังและความงาม การเดินไปข้างหน้าเข้าสู่ท่วงทำนองของสมัยใหม่ด้วยความภาคภูมิใจ ความทะนง และแฝงด้วยเสน่ห์</p>  <p>รูปที่ 6.13 แนวความคิดแนวโน้มนำแฟชั่นเนลลีโรดิ (Nelly Rodi-Heros)</p>	<p>การนำความดั้งเดิมกลับมาใช้อย่างมีคุณค่า ใช้การผสมผสานระหว่างความดั้งเดิมและความเป็นปัจจุบันตีความในเชิงบวก แสดงออกถึงความแกร่ง พลัง และความงามจากอดีต</p>



องค์ประกอบ	แนวโน้มทางแฟชั่นเนลลี โรดิ (Nelly Rodi-Heros)	การวิเคราะห์
คำสำคัญ (Keyword)	<p>ตำนานในอดีตกาล วัฒนธรรมแบบผสม ความร่วมมือ พลังและความสวยงาม ความดิบหนามและความสูงส่ง จังหวะของความทันสมัย อาวุธ เกราะแบบใหม่</p>	<p>- ตำนาน วัฒนธรรม - พลังและความงาม ความดิบหนามกับความ สูงส่ง ถูกถ่ายทอดให้ ดูทันสมัยเหมาะกับ ปัจจุบัน</p>
โครงร่างเงา (Silhouette)	 <p>รูปที่ 6.14 โครงร่างเงาแนวโน้มทางแฟชั่น เนลลีโรดิ (Nelly Rodi-Heros)</p>	<p>โครงร่างเงาเรียบง่าย โครงร่างแบบชุด อัสวิน และชุดทหาร ทรงตรง หรือตัวโคลง และปลายบาน เข้า เอวด้วยเข็มขัด และ ทรงเอวต่ำ</p>
กลุ่มสี (Color Way)	 <p>รูปที่ 6.15 กลุ่มสีแนวโน้มทางแฟชั่น เนลลีโรดิ (Nelly Rodi-Heros)</p>	<p>สีโทนป่าดิบชื้น สี เครื่องขรีม และตัด ด้วยสีสด อย่างเช่น สี แดง สีเขียว และสี มีสตาร์ด</p>
วัสดุ (Material)	<p>การใช้วัสดุหลายชนิด วัสดุที่ดูเคร่งครัด ใช้วัสดุชั้นดี (หนัง ไม้ โลหะ แก้ว) กับ กรรมวิธีแบบดั้งเดิม วัสดุมันเงาที่ ดูเหมือนเปลือกแข็งหุ้มสัตว์ เช่น หนังแก้ว</p>  <p>รูปที่ 6.16 วัสดุแนวโน้มทางแฟชั่น เนลลีโรดิ (Nelly Rodi-Heros)</p>	<p>ผสมวัสดุหลายอย่าง และพื้นผิวหลายแบบ ตั้งแต่ทึบ บาง ด้าน เงา เป็นต้น</p>

องค์ประกอบ	แนวโน้มทางแฟชั่นเนลลี โรดิ (Nelly Rodi-Heros)	การวิเคราะห์
รายละเอียด (Detail)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การต่อผ้า (Patch Work) การทำจีบผ้า (Pleating)</li> <li>- วัสดุที่ทำให้สามารถใส่ได้สองด้าน</li> <li>- ตกแต่งด้วยผ้าลูกไม้หนา (guipure) บนกำมะหยี่เนื้อบาง</li> <li>- การตกแต่งด้วยเชือกเปียขนาดเล็กขดเป็นลวดลาย และไขว้กัน ทำให้ดูประณีต</li> <li>- การตกแต่งด้วยโลหะ</li> </ul>  <p>รูปที่ 6.17 รายละเอียดแนวโน้มทางแฟชั่น เนลลีโรดิ (Nelly Rodi-Heros)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปแบบร่วมสมัย โดยใช้กรรมวิธีดั้งเดิม</li> <li>- หยิบรายละเอียดจากเครื่องแบบทหาร และนักรบมาใช้</li> <li>- รายละเอียด หนักแน่น ชัดเจน</li> <li>- แสดงถึงความเป็นผู้หญิงที่ มั่นใจ แข็งแกร่ง และกล้าหาญ</li> </ul>
เครื่องประดับ ตกแต่ง (Accessories)	<p>เครื่องประดับคล้ายนักรบ โลหะรมดำ ต่างหูห่วงขนาดใหญ่ กำไลข้อมือและข้อแขนใส่แบบสมมาตร</p>  <p>รูปที่ 6.18 เครื่องประดับแนวโน้มทางแฟชั่น เนลลีโรดิ (Nelly Rodi-Heros)</p>	เครื่องประดับขนาดใหญ่ ส่งเสริมความสง่างามและโดดเด่นของผู้สวมใส่

#### 1.4 ผลสรุปองค์ประกอบจากแนวโน้มทางแฟชั่น

จากการศึกษาและวิเคราะห์ แนวโน้มทางแฟชั่นหลัก และแนวโน้มแฟชั่นรองมีสัดส่วนการนำมาใช้สำหรับงานวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 6.4 แนวโน้มทางแฟชั่นกับสัดส่วนในการนำมาใช้

	แนวโน้มทางแฟชั่น	สัดส่วนที่นำมาใช้
แนวโน้มทางแฟชั่นหลัก (Main Trend)	บริษัทสไตล์ไซต์ (Stylesight) อัลเลโกรี่ (Allegory)	ร้อยละ 60
แนวโน้มแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend)	บริษัทดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN) หัวข้อโมเดิร์นมิท (Modern Myth)	ร้อยละ 30
	บริษัทเนลลีโรดิ (Nelly Rodi) หัวข้อฮีโร่ (Heros)	ร้อยละ 10

ตารางที่ 6.5 แนวโน้มทางแฟชั่นกับองค์ประกอบในการนำมาใช้

แนวโน้มแฟชั่น องค์ประกอบ	สไตล์ไซท์(StyleSight) อัลเลเกอรี (Allergy)	ดับบลิวจีเอสเอ็น(WGSN) โมเดิร์นมีท(ModernMyth)	เนลลีโรดิ (Nelly Rodi) ฮีโร (Heros)
โครงร่างเงา	●	●	
กลุ่มสี	●	●	
วัสดุ	●		
รายละเอียด	●	●	●
เครื่องประดับ	●		

ตารางที่ 6.6 สรุปลักษณ์ที่นำมาใช้จากแนวโน้มแฟชั่นหลักและแนวโน้มแฟชั่นสนับสนุน

องค์ประกอบ	ข้อมูลแนวโน้มทางแฟชั่นสำหรับงานวิจัย
แนวความคิด (Concept)	การผสมผสานระหว่างกลิ่นอายทางวัฒนธรรมและจินตนาการ ถูกนำมาตีความและสร้างลักษณะใหม่ให้ดูทันสมัย โดยแสดงออกในสองลักษณะ คือ ความสงบนิ่งและความเพ้อฝันที่เหนือจริง
โครงร่างเงา (Silhouette)	 <p>รูปที่ 6.19 โครงร่างเงาแนวโน้มทางแฟชั่นจากการวิเคราะห์ โครงร่างเงาทรงตรงพอดีตัวเรียบง่าย ไม่เข้ารูปและโครงสร้างที่มีการทับซ้อน</p>
กลุ่มสี (Color Way)	 <p>รูปที่ 6.20 กลุ่มสีแนวโน้มทางแฟชั่นจากการวิเคราะห์ กลุ่มสีเครื่องขลิบที่ดูสง่างาม ใช้ร่วมกับสีสันหลากหลาย</p>
วัสดุ (Material)	 <p>รูปที่ 6.21 วัสดุแนวโน้มทางแฟชั่นจากการวิเคราะห์ วัสดุที่มีความทึบคงรูป ใช้ร่วมกับวัสดุที่มีความบางเบา ทั้งตัว</p>
รายละเอียด (Detail)	 <p>รูปที่ 6.22 รายละเอียดแนวโน้มทางแฟชั่นจากการวิเคราะห์ การใช้ส่วนของโลหะร่วมกับเครื่องแต่งกาย การป้าย การทับซ้อน รอยจีบย่น</p>
เครื่องประดับ ตกแต่ง (Jewelry & Accessories)	 <p>รูปที่ 6.23 เครื่องประดับแนวโน้มทางแฟชั่นจากการวิเคราะห์ เครื่องประดับโลหะล้วนขนาดเล็กไม่ใหญ่มากที่สามารถสวมใส่ได้บ่อยครั้ง</p>

### 1.5 แนวโน้มทางแฟชั่นใหม่สำหรับงานวิจัย (New Trend)

จากการสรุปข้างต้นนำมาสู่การสร้างเป็นแนวโน้มแฟชั่นใหม่ที่สอดคล้องต่องานวิจัย โดยผู้วิจัยใช้ชื่อหัวข้อว่า อีนิกมาติก (Enigmatic) เรื่องราวเกี่ยวกับการนำสิ่งที่มีอยู่ในอดีตภายใต้กลิ่นอายประวัติศาสตร์และตำนานเข้าสู่ห้องทดลองแห่งแนวคิดใหม่ ผสมผสานกับความเป็นปัจจุบัน ในสัดส่วนที่เหมาะสมเพื่อสร้างความเฉพาะตัว

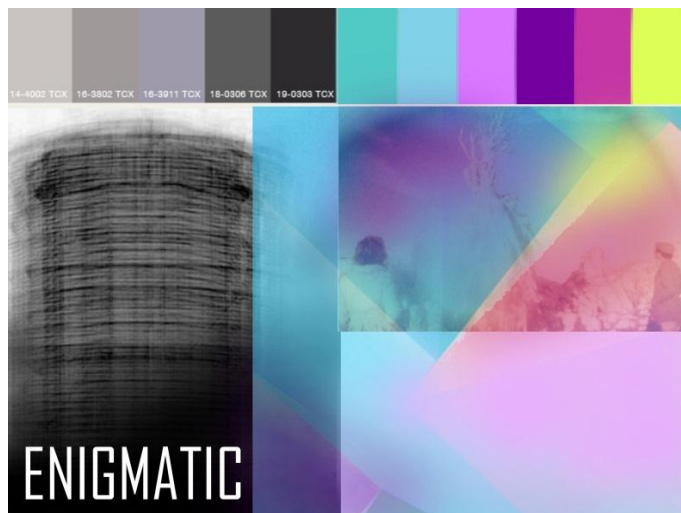


รูปที่ 6.24 แนวโน้มทางแฟชั่นใหม่สำหรับงานวิจัย อีนิกมาติก (Enigmatic)

โครงร่างเงาและรายละเอียด เป็นการรวมกันของลักษณะที่แตกต่าง คือ ทรงตรง ตัวหลวม เล็กน้อย มีลักษณะเรียบง่าย รายละเอียดน้อย ซึ่งนิยมสวมใส่กันในปัจจุบัน และโครงร่างเงาที่มีเอกลักษณ์ในยุคกรีก ที่มีความอิสระของรูปทรง เน้นรายละเอียดที่เกิดจากลักษณะการทิ้งตัวของผ้า การถ่วงผ้า การจับแคบ ชายผ้าที่พลิ้วไหว



รูปที่ 6.25 โครงร่างเงา และรายละเอียดของอีนิกมาติก (Enigmatic)



รูปที่ 6.26 กลุ่มสีของอินigmatิก (Enigmatic)

กลุ่มสีของแนวโน้มทางแฟชั่นใหม่ เป็นการใช้ร่วมกันของ 2 กลุ่มสี คือ สีที่มีความสงบลึกกลับ โทนสีเทาดำ ที่ดูมีความเป็นทางการ และกลุ่มสีที่มีความสดใสหลากหลายสีที่ให้เกิดความล้าลอง

อย่างไรก็ตามแนวโน้มทางแฟชั่นใหม่สำหรับงานวิจัยจะใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ ค้นหาองค์ประกอบ และสร้างแรงบันดาลใจสำหรับงานวิจัย ซึ่งทั้งหมดจะต้องสอดคล้องและสนับสนุนต่อวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ การออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน

การวิเคราะห์ตัวอย่างผลงานเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิต โดยวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัย คือ การทำงานร่วมกันของเครื่องประดับและเครื่องแต่งกายเพื่อก่อให้เกิดรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งลักษณะรูปแบบที่สอดคล้องกับงานวิจัย คือ รูปแบบที่เรียบง่าย รายละเอียดน้อย และรูปแบบที่อิสระ มีรายละเอียดโดยเฉพาะลักษณะการจับผ้ารูปแบบต่างๆ เพื่อก่อรูปแบบเครื่องแต่งกายกรีก ดังนั้น เกณฑ์สำหรับการวิเคราะห์จึงแบ่งออกเป็น เกณฑ์ด้านประโยชน์ใช้สอยซึ่งเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยน และเกณฑ์ด้านรูปแบบ

### 2.1 การกำหนดเกณฑ์สำหรับการวิเคราะห์ แบ่งเป็น 2 เกณฑ์

2.1.1 เกณฑ์ด้านประโยชน์ใช้สอยที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยน เพื่อให้เกิดรูปแบบของเครื่องแต่งกายที่หลากหลาย มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการตัดเย็บและใช้งานจริง ซึ่งเลือกจากเครื่องแต่งกายที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้ โดยคัดเลือกการปรับเปลี่ยนที่มีอุปกรณ์ต่างๆเป็นตัวช่วย เช่น ซิป กระดุม ตะขอ เป็นต้น ซึ่งในเกณฑ์นี้จะเน้นวิเคราะห์เฉพาะวิธีการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลง และการซ่อนรูปทรงของเครื่องแต่งกาย

2.1.2 เกณฑ์ด้านความงามและองค์ประกอบการออกแบบ เป็นเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาเพื่อศึกษาความเหมาะสมของการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ด้านโครงสร้าง การใช้สี วัสดุ และรายละเอียด

2.1.2.1 โครงร่างเงา (Silhouette) และโครงสร้าง (Structure) มีลักษณะของรูปแบบทั้งเรขาคณิต และรูปทรงอิสระที่ดูพลิ้วไหว หรือดูล้าลอง และมีโครงสร้างที่สามารถพัฒนาเพื่อการปรับเปลี่ยนได้ เช่น การพับ ทับซ้อน และการซ่อนส่วนของเครื่องแต่งกายด้วยวิธีการต่างๆ

2.1.2.2 สี (Color Way) ลักษณะการใช้สีสามารถแบ่งออกเป็น การใช้สีที่ดูเรียบง่าย ดูลึกกลับเคร่งขรึม หนักแน่น สง่างามและการใช้สีที่ให้ความรู้สึกสนุก มีสีสัน และสีเน้น (Accent color)

2.1.2.3 วัสดุ (Material) การผสมผสานระหว่างวัสดุที่หลากหลาย มีลักษณะของการตัดกันของพื้นผิว เช่น ความทึบกับความบาง ความมีน้ำหนักกับความเบา

2.1.2.4 รายละเอียด (Detail) ลักษณะการจับยึดผ้าเพื่อให้เกิดการทิ้งตัวแบบเครื่องแต่งกายกรีก และการใช้ชิ้นส่วนโลหะเป็นส่วนประกอบในเครื่องแต่งกาย

### 2.2 วิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน

การวิเคราะห์ตัวอย่างผลงานจะดำเนินการวิเคราะห์ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ข้างต้น โดยวิเคราะห์ตามเกณฑ์ประโยชน์ใช้สอยจำนวน 4 ผลงาน และตามเกณฑ์ด้านความงามและองค์ประกอบด้านการออกแบบจำนวน 12 ผลงาน รวมจำนวน 16 ผลงาน

2.2.1 การวิเคราะห์ตัวอย่างผลงานด้านประโยชน์ใช้สอยเกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยน เพื่อก่อให้เกิดรูปแบบของเครื่องแต่งกายที่มากกว่าหนึ่งรูปแบบ โดยคัดเลือกจากเครื่องแต่งกายที่เมื่อปรับเปลี่ยนแล้วยังคงใช้ประโยชน์สำหรับการแต่งกายเช่นเดิม ไม่ใช่เพื่อแปรเปลี่ยนไปทำหน้าที่เป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ โดยมีการใช้อุปกรณ์สำหรับการปรับเปลี่ยน เช่น ซิป กระดุม เป็นต้น ซึ่ง

จากตัวอย่างจะศึกษาและวิเคราะห์ถึงกรรมวิธีในการปรับเปลี่ยน อุปกรณ์สำหรับการปรับเปลี่ยน ความสะดวกต่อการใช้งาน การซ่อนรูปทรงของเครื่องแต่งกาย และรูปแบบเครื่องแต่งกายที่เปลี่ยนไป โดยวิเคราะห์ตัวอย่างจำนวน 4 ลักษณะ ดังนี้

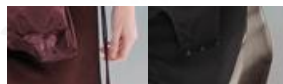
### ตัวอย่างที่ 1 เกณฑ์ด้านการปรับเปลี่ยน



รูปที่ 6.27 ผลงานของซูซเซน ซาลายาน ฤดูใบไม้ร่วง-ฤดูหนาว ค.ศ. 2013

ที่มา : [www.dezeen.com](http://www.dezeen.com)

ตารางที่ 6.7 การวิเคราะห์โดยเกณฑ์ประโยชน์ใช้สอยที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยน ตัวอย่างที่ 1

เกณฑ์การวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
หลักการและวิธีการที่ใช้ปรับเปลี่ยน	ใช้การกระตุกโดยตรงจากคอเสื้อ เป็นการปรับเปลี่ยนในแนวตั้ง เพื่อปล่อยชุดที่ซ่อนด้านในออกมาคลุมทับชุดเดิม โดยชุดที่ซ่อนอยู่จะมีรายละเอียดมากกว่าชุดเริ่มแรก เป็นการปรับเปลี่ยนอย่างฉับพลัน ใช้หลักการการแผ่ออกและการเก็บเข้า และการเปิดเผยและการปกปิด ด้วยวิธีการพับ การรวบยัด การพลิกกลับด้าน และการหุ้มด้วยโครง
อุปกรณ์ในการปรับเปลี่ยน	บริเวณหัวไหล่ทั้งสองข้างคาดว่าเป็นแม่เหล็ก หรือกระดุมเป็ก เพื่อง่ายต่อการกระตุกออก 
ความสะดวกต่อการใช้งาน	สะดวกต่อการใช้งานมาก สามารถเปลี่ยนเครื่องแต่งกายที่มีรูปแบบแตกต่างกันชัดเจนโดยทันที แต่ความสะดวกในการกลับเป็นชุดเริ่มแรกอาจต้องใช้เวลา
การซ่อนรูปทรงเครื่องแต่งกาย	ซ่อนเครื่องแต่งกายสองชุดไว้ภายในชุดเดียวกัน โดยการใช้การครอบห่อชุดด้านในไว้ที่ช่วงบนของร่างกาย ซึ่งการจะทำเช่นนี้ได้การใช้วัสดุที่มีความสำคัญมาก วัสดุจะต้องน้ำหนักเบา เพื่อให้ผู้สวมใส่ไม่แบกรับน้ำหนักมากเกินไป ไม่สวมใส่แล้วดูเทอะทะ และมีเนื้อลื่นให้ชุดสามารถลื่นไหลลงมาได้ทันที รวมทั้งควรเป็นวัสดุที่ไม่ยับง่ายเนื่องจากการกดทับ
รูปแบบที่เปลี่ยนไป	เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน ดูเป็นเครื่องแต่งกายใหม่ ทั้งโครงร่างสี และรายละเอียด

รูปที่ 6.28 ภาพอุปกรณ์ช่วยในการปรับเปลี่ยน

## ตัวอย่างที่ 2 เกณฑ์ด้านการปรับเปลี่ยน



รูปที่ 6.29 ผลงานของฟลาเวีย ลา รอคคา (Flavia La Rocca) ฤดูใบไม้ร่วง-ฤดูหนาว ค.ศ. 2013  
ที่มา : <http://flavialarocca.com>

## ตารางที่ 6.8 การวิเคราะห์โดยเกณฑ์ประโยชน์ใช้สอยการปรับเปลี่ยนตัวอย่างที่ 2

เกณฑ์การวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
หลักการและวิธีการที่ใช้ปรับเปลี่ยน	ใช้การเปลี่ยนตำแหน่งของชิ้นส่วน จากภาพจะเห็นว่าเป็นการปรับเปลี่ยนแบบแนวตั้ง เป็นการย้ายตำแหน่งบนล่าง ของแต่ละชิ้น การประกอบและผสมผสานส่วนต่างๆด้วยตัวผู้สวมใส่เอง โดยสามารถประกอบข้ามชุดกันได้ รวมทั้งสามารถใส่แบบชิ้นเดี่ยวได้ด้วย หลักการการรวมและการแยก ด้วยวิธีการประกอบ
อุปกรณ์ในการปรับเปลี่ยน	ใช้ซิปปิดขอบผ้าในการประกอบส่วนต่างๆเข้าด้วยกัน
ความสะดวกต่อการใช้งาน	สะดวกต่อการใช้งานด้วยการใช้ซิปป การปรับเปลี่ยนไม่ซับซ้อน สามารถพกพาชิ้นส่วนต่างๆไปเพื่อประกอบได้ตามต้องการเพื่อเปลี่ยนรูปแบบ
การซ่อนรูปทรงเครื่องแต่งกาย	ไม่ได้มีการซ่อนส่วนของเครื่องแต่งกาย ใช้การประกอบต่อกัน
รูปแบบที่เปลี่ยนไป	เกิดการเปลี่ยนแปลงบางส่วน โดยยังคงชิ้นส่วนหรือลักษณะของเครื่องแต่งกายเดิมอยู่ด้วย ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงที่ความยาวของเสื่อ กระโปรง และชุด มีการเปลี่ยนแปลงสีและโครงสร้างบางส่วน



## ตัวอย่างที่ 3 เกณฑ์ด้านการปรับเปลี่ยน



รูปที่ 6.30 ผลงานของราด ฮูรานี (Rad Hourani)

ที่มา : [www.radhourani.com](http://www.radhourani.com)

## ตารางที่ 6.9 การวิเคราะห์โดยเกณฑ์ประโยชน์ใช้สอยการปรับเปลี่ยนตัวอย่างที่ 3

เกณฑ์การวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
หลักการและวิธีการที่ใช้ปรับเปลี่ยน	ซ้อนทับ พับ ทิ้งตัวลง การเปิดปิด ซึ่งในเครื่องแต่งกายชั้นเดียวสามารถใส่ได้หลายแบบ และมีการปรับเปลี่ยนหลายทิศทาง รวมทั้งสามารถใส่หลายๆชั้นประกอบกัน เป็นเครื่องแต่งกายที่ไม่แบ่งความเป็นเพศ ซึ่งในการปรับเปลี่ยนสามารถขยายขนาดเล็กลงใหญ่ได้ให้เหมาะกับสตรีระทั้งหญิงและชาย หลักการการแผ่อกและการเก็บเข้า การเปิดเผยและการปกปิด และการรวมและการแยก ด้วยวิธีการพับ การม้วน การพลิกกลับด้าน การประกอบ และการหุ้มด้วยโครง
อุปกรณ์ในการปรับเปลี่ยน	ซิป และแถบเข็มขัด ขึ้นอยู่กับรูปแบบและแต่ละคอลเลคชั่น
ความสะดวกต่อการใช้งาน	มีความสะดวก สามารถเปลี่ยนได้ทันที แต่การประกอบแต่ละชั้นมีขั้นตอนค่อนข้างซับซ้อน ซึ่งผู้ใช้ต้องรู้ถึงวิธีการเพื่อให้สามารถเปลี่ยนแบบได้ตามแบบที่ต้องการ
การซ่อนรูปทรงเครื่องแต่งกาย	ส่วนใหญ่เป็นการทับซ้อนกัน ใช้การเปิดปิด พับขึ้นลงซ้อนกันไปมา ซึ่งเครื่องแต่งกายจะค่อนข้างหนาเนื่องจากการทับซ้อนของวัสดุที่ใช้ ดังนั้นส่วนใหญ่เครื่องแต่งกายจึงเป็นเสื้อตัวนอก และชุด
รูปแบบที่เปลี่ยนไป	เป็นการเปลี่ยนรูปแบบทั้งในส่วนรายละเอียด โครงสร้าง ขนาด และการใช้งาน เช่น ชุดผู้หญิงเปลี่ยนเป็นเสื้อโค้ทผู้ชาย เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดยังคงอยู่ได้ภาพรวมเดียวกัน คือ ความเป็นกลางระหว่างหญิงชายและความทันสมัย

#### ตัวอย่างที่ 4 เกณฑ์การปรับเปลี่ยน



รูปที่ 6.31 ผลงานของจอห์น ธิบ์ (John Ribbe)

ที่มา : [www.johnribbe.com](http://www.johnribbe.com)

#### ตารางที่ 6.10 การวิเคราะห์โดยเกณฑ์ประโยชน์ใช้สอยการปรับเปลี่ยนตัวอย่างที่ 4

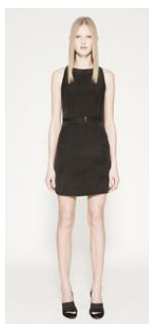
เกณฑ์การวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
หลักการและวิธีการที่ใช้ปรับเปลี่ยน	ปลดสายคาดช่วงเอวเพื่อปล่อยชายกระโปรงที่เกาะอยู่บริเวณอก ลงมาเป็นชุดยาว ใช้การเย็บผ้าสองสีที่ต่างกันเข้าด้วยกันเป็นด้านในและด้านนอก และมีรูปแบบการปรับเปลี่ยนแบบบนลงล่าง หลักการการเผื่ออกและเก็บเข้า การเปิดเผยและปกปิด ด้วยวิธีการพับ และการรวบยัด
อุปกรณ์ในการปรับเปลี่ยน	เข็มขัดคาดบริเวณรอบอก
ความสะดวกต่อการใช้งาน	สามารถเปลี่ยนได้ทันที แต่ช่วงที่สวมใส่ชุดสั้น ผู้สวมใส่อาจเกิดความอึดอัดเนื่องจากสายคาด
การซ่อนรูปทรงเครื่องแต่งกาย	ใช้การตลบกลับเพื่อซ่อนชุดด้านที่มีสีสดไว้ด้านใน ชุดที่ถูกตลบขึ้นจะสั้นลงครึ่งหนึ่ง และมีโครงร่างเงาทรงตรง
รูปแบบที่เปลี่ยนไป	เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเจน คือ สี และความยาวของชุด ส่วนโครงร่างเปลี่ยนแปลงจากทรงตรงเป็นทรงเข้าเอว

จากการวิเคราะห์ตัวอย่างด้านประโยชน์ใช้สอยที่เกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนสามารถสรุปได้ว่า การปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มการแต่งกายให้หลากหลายนั้นสามารถทำได้ ในเครื่องแต่งกายแบบชุดเดียวสำเร็จรูป และแบบใช้ชิ้นส่วนหลายชิ้นต่อประกอบกัน ตามจุดประสงค์ของผู้ออกแบบ ซึ่งรูปแบบเครื่องแต่งกายที่ได้ ควรมีลักษณะที่แตกต่างกันชัดเจน โดยสิ่งที่มีผลต่อการรับรู้ถึงความเปลี่ยนแปลงคือ องค์ประกอบด้านสี โครงร่างเงา รายละเอียด รวมไปถึงการใช้วัสดุที่ต่างกัน ซึ่ง การปรับเปลี่ยนสามารถทำได้ทุกทิศทาง โดยอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการปรับเปลี่ยนควรช่วยอำนวยความสะดวกต่อผู้สวมใส่ให้สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่ายและรวดเร็ว นอกจากนี้ควรมีเหมาะสมต่อการใช้งานเมื่อต้องปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบเดิมด้วยเช่นกัน และที่สำคัญคือ ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ควรมีความสอดคล้องกับลักษณะของเครื่องแต่งกาย

2.2.2 การวิเคราะห์เกณฑ์ด้านความงามและองค์ประกอบการออกแบบ เป็นเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาเพื่อศึกษาความเหมาะสม ด้านโครงสร้าง การใช้สี วัสดุ และรายละเอียด

(1) โครงร่างเงา (Silhouette) และโครงสร้างมีลักษณะของรูปแบบทั้งเรขาคณิต และรูปทรงอิสระที่พลิ้วไหว มีความล้าลอง และมีโครงสร้างที่สามารถพัฒนาเพื่อการปรับเปลี่ยนได้ เช่น การพับ การทับซ้อน และการซ่อนส่วนของเครื่องแต่งกายด้วยวิธีการต่างๆ เป็นต้น

### ตัวอย่างที่ 1 เกณฑ์โครงร่างเงา



รูปที่ 6.32 ผลงานอเล็กซานดอร์ แวง (Alexander Wang)  
ที่มา : www.style.com

### ตารางที่ 6.11 การวิเคราะห์โครงร่างเงาตัวอย่างที่ 1

เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์
โครงร่างเงา	โครงร่างทรงตรงรูปสี่เหลี่ยม เรียบง่าย และดูสุภาพ ความยาวระดับเข่า ไม่นั้นสรีระของผู้สวมใส่ สองข้างสมมาตรกัน เรียบง่ายไม่เน้นรายละเอียด เป็นลักษณะโครงร่างเงาที่สามารถสวมใส่ได้บ่อยครั้ง

### ตัวอย่างที่ 2 เกณฑ์โครงร่างเงา



รูปที่ 6.33 ผลงานแอนเตอร์มีลล์ (Ann Demeulemeester)  
ที่มา : www.style.com

### ตารางที่ 6.12 การวิเคราะห์โครงร่างเงาตัวอย่างที่ 2

เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์
โครงร่างเงา	โครงร่างเงาตัวหลวม มีความมกรูยกราย และพลิ้วไหว ทรงโครงร่างเงามีความพองยาวคลุมทั้งตัว แต่ด้วยการใช้วัสดุที่มีความบางเบา จึงทำให้โครงร่างเงาไม่เตอะทะ และดูมีความล้าลองมากขึ้น

### ตัวอย่างที่ 3 เกณฑ์โครงร่างเงา



รูปที่ 6.34 ผลงานดอนนาคาราน (Donna Karan)  
ที่มา : www.style.com

### ตารางที่ 6.13 การวิเคราะห์โครงร่างเงาตัวอย่างที่ 3

เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์
โครงร่างเงา	โครงร่างเงาแบบอสมมาตร เกิดการจากพาดผ้าทับกัน มีส่วนเปิดและปิด จึงไม่ดูตันแม้จะใช้ผ้าที่ขนาดใหญ่คลุม เน้นช่วงเอว และความพลิ้วไหวของผ้า ลักษณะตัวหลวมและอสมมาตรทำให้เครื่องแต่งกายดูล้าลองมากขึ้น

## ตัวอย่างที่ 4 เกณฑ์โครงร่างเงา



ตารางที่ 6.14 การวิเคราะห์โครงร่างเงาตัวอย่างที่ 4

เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์
โครงร่างเงา	โครงร่างเงาแบบด้านบนสมมาตรและใหญ่กว่าด้านล่าง ส่วนด้านล่างไม่สมมาตรชายกระโปรงเฉียงลงข้างเดียวเป็นจุดเด่นของชุด รายละเอียดการจับย่นและซ้อนทับของผ้าเป็นตัวกำหนดโครงสร้างและทำให้ชุดน่าสนใจ

รูปที่ 6.35 ผลงานไฮเดอร์อาคเคอร์แมน (Haider Ackermann)

ที่มา : [www.style.com](http://www.style.com)

จากการวิเคราะห์ตัวอย่างงานด้านโครงร่างเงาสามารถสรุปได้ว่า ความน่าสนใจของโครงร่างเงาสามารถมาได้ทั้งจากตัวโครงร่างเงาเอง หรือมาจากรายละเอียด เช่น การพับทบ จับย่น เป็นต้น ซึ่งมีผลต่อโครงร่างเงาของเครื่องแต่งกาย โดยสามารถนำมาประยุกต์เป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายได้ นอกจากนี้ โครงสร้างของเครื่องแต่งกายในแบบอสมมาตรสามารถสร้างความน่าสนใจและให้ความรู้สึกล้าลองมากขึ้น อย่างไรก็ตามทั้งโครงสร้างทรงตรงและโครงสร้างแบบอสมมาตรสามารถเอื้อต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบของเครื่องแต่งกายได้ ทั้งนี้โครงร่างเงาก่อนและหลังปรับเปลี่ยนควรมีความแตกต่างกัน

(2) เกณฑ์กลุ่มสี (Color Way) โดยเลือกคอลเลคชันที่มีการใช้สีทั้งสองลักษณะ คือ สีที่ดูเรียบง่าย ลึกลับเคร่งขรึม หนักแน่น สง่างามและการใช้สีที่ให้ความรู้สึกสนุก มีสีเน้น เช่น สีสด รวมอยู่ในคอลเลคชันเดียวกัน ซึ่งเลือกพิจารณาสีจากเครื่องแต่งกาย 12 ชุดในแต่ละคอลเลคชันจากฤดูใบไม้ร่วง-ฤดูหนาว (Fall-Winter) เพื่อดูลักษณะการใช้สีที่สร้างความน่าสนใจ และความสอดคล้องกันภายในคอลเลคชัน โดยเลือกวิเคราะห์จำนวน 2 คอลเลคชัน ดังนี้

CHULALONGKORN UNIVERSITY


## ตัวอย่างที่ 1 เกณฑ์กลุ่มสี



รูปที่ 6.36 ผลงานอีลีซาบ (Elie Saab; Fall 2013)

ที่มา : www.style.com

## ตารางที่ 6.15 การวิเคราะห์สีตัวอย่างที่ 1

เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์
กลุ่มสี	<p>กลุ่มสีของคอลเลคชันนี้ส่วนใหญ่ใช้สีในโทนเข้ม หรือสีเงื่อดำ(Shade) ให้ความรู้สึกเคร่งขรึม ภูมิฐาน และสง่างาม โดยภาพรวมสีแต่ละชุดจะแยกจากกัน ชัดเจนและส่วนใหญ่ใช้เพียงสีเดียว การนำเสนอชุดที่ต่อกันด้วยสีตัดกัน เช่น ม่วง-เหลือง ขาว-ดำ ช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับคอลเลคชัน</p>  <p>สีตัดกันคู่ที่1    สีตัดกันคู่ที่2</p>


## ตัวอย่างที่ 2 เกณฑ์กลุ่มสี



รูปที่ 6.37 ผลงานดิสแวนนอเทิน (Dries Van Noten; Fall 2013)

ที่มา : www.style.com

## ตารางที่ 6.16 การวิเคราะห์สีตัวอย่างที่ 2

เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์
กลุ่มสี	<p>ส่วนใหญ่ใช้กลุ่มสีโทนสุภาพ ที่ดูเป็นทางการ เช่น สีดำ ขาว กรมท่า น้ำตาล ทำให้ภาพรวมดูเรียบร้อย สุขุม แต่มีการสร้างความน่าสนใจด้วยชุดที่มีสีเน้น คือ สีชมพู และเหลือง ซึ่งความแตกต่างที่เกิดขึ้นจากสีเน้นนี้ ทำให้คอลเลคชันมีจุดเด่น เกิดความหลากหลายมากขึ้น</p> 

จากการวิเคราะห์ตัวอย่างผลงานด้านกลุ่มสี (Color Way) สามารถสรุปได้ว่า ในคอลเลกชัน  
 หนึ่งๆ การใช้สีขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ของผู้ออกแบบ อาจเป็นการใช้สีกลมกลืนกันทั้งคอลเลกชันในโทน  
 เดียว และการใช้สีที่มีสีเน้นในคอลเลกชันก็สามารถสร้างความน่าสนใจให้กับคอลเลกชันได้  
 นอกจากนี้ โครงร่างเงาและรายละเอียดที่คล้ายคลึงกันในคอลเลกชันสามารถสร้างความโดดเด่นขึ้นได้  
 ด้วยการใช้สีเน้นที่แตกต่างออกไป อย่างไรก็ตาม โทนสีที่ผู้ออกแบบเลือกมาใช้จะเป็นโทนเคร่งขรึมที่  
 เป็นสีเข้มที่สุภาพ และตัดด้วยสีสดใสที่ก่อให้เกิดความแตกต่างระหว่างเครื่องแต่งกายก่อนและหลัง  
 ปรับเปลี่ยน

(3) วัสดุ (Material) การผสมผสานระหว่างวัสดุที่หลากหลาย มีลักษณะของการตัดกันของ  
 พื้นผิว เช่น ความทึบ ความบาง ความมีน้ำหนักกับความเบา

#### ตัวอย่างที่ 1 เกณฑ์วัสดุ



รูปที่ 6.38 ผลงานลองแวง (Lanvin)  
 ที่มา : www.style.com

เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์
วัสดุ	การใช้ผ้าที่มีพื้นผิวต่างกัน แบ่งขอบเขตกันอย่าง ชัดเจน ลักษณะของวัสดุที่แตกต่างกันทั้งพื้นผิวและ น้ำหนัก ผ้าสีน้ำตาลให้ความรู้สึกที่มั่นคงรูป ตัดกับ ผ้าสีเขียวที่ให้ความรู้สึกเงา ลื่น และพลิ้ว

ตารางที่ 6.17 การวิเคราะห์วัสดุตัวอย่างที่ 1

#### ตัวอย่างที่ 2 เกณฑ์วัสดุ



รูปที่ 6.39 ผลงานอัลเบโต (Alberto)  
 ที่มา : www.style.com

เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์
วัสดุ	ผ้าที่มีความทึบแต่เนื้อไม่หนา เป็นส่วนสำคัญ ที่ทำให้ลักษณะของชุดเข้าทรงได้สวยทั้งการทึบตัว และทำให้รอยจีบดูไม่เทอะทะ

ตารางที่ 6.18 การวิเคราะห์วัสดุตัวอย่างที่ 2

#### ตัวอย่างที่ 3 เกณฑ์วัสดุ



รูปที่ 6.40 ผลงานจีวองซี (Givenchy)  
 ที่มา : www.style.com

เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์
วัสดุ	การใช้วัสดุที่ให้ความรู้สึกต่างกันระหว่างผ้าเนื้อ ทึบที่ดูหนักแน่นและเนื้อบางที่ดูอ่อนโยน ซึ่งแสดงถึง การซ้อนทับได้เป็นอย่างดี รวมทั้งการเพิ่มความ น่าสนใจด้วยชิ้นส่วนโลหะมาประดับ เมื่อกระทบแสง ความแตกต่างของผ้าและโลหะจะเห็นได้อย่างเด่นชัด

ตารางที่ 6.19 การวิเคราะห์วัสดุตัวอย่างที่ 3

จากการวิเคราะห์ตัวอย่างการใช้วัสดุ ผู้วิจัยพบว่า การใช้วัสดุสามารถช่วยสร้างความน่าสนใจ  
 และสร้างอารมณ์สัมผัสของเครื่องแต่งกายได้ ซึ่งการแสดงออกของวัสดุควรแสดงออกให้แตกต่าง  
 กันอย่างชัดเจนระหว่างเครื่องแต่งกายก่อนและหลังปรับเปลี่ยน

(4) รายละเอียด (Detail) ลักษณะการจับผ้าเพื่อให้เกิดการทิ้งตัวแบบเครื่องแต่งกายกรีก การใช้ชิ้นส่วนโลหะเป็นส่วนประกอบในเครื่องแต่งกาย การพับทับซ้อน และวิธีการอื่นๆที่น่าสนใจ

#### ตัวอย่างที่ 1 เกณฑ์รายละเอียด



เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์
รายละเอียด	การคล้อง รวบ เกี่ยว สอดที่สามารถใช้สำหรับการปรับเปลี่ยนรูปแบบเครื่องแต่งกายได้ และส่วนประกอบที่คล้ายเครื่องประดับบริเวณต้นแขนสามารถช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับเครื่องแต่งกาย

ตารางที่ 6.20 การวิเคราะห์รายละเอียดตัวอย่างที่ 1

รูปที่ 6.41 ผลงานไฮเดอร์อาคเคอร์แมน (Haider Ackermann)

ที่มา : www.style.com

#### ตัวอย่างที่ 2 เกณฑ์รายละเอียด



เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์
รายละเอียด	การพับทับซ้อนกันนอกจากจะช่วยสร้างรายละเอียดแล้ว ยังสามารถทำให้เกิดเป็นโครงสร้างของเครื่องแต่งกายได้และสามารถประยุกต์เพื่อเป็นประโยชน์ด้านการปรับเปลี่ยนได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งมีผลต่อการขยายพื้นที่และการปกปิด

ตารางที่ 6.21 การวิเคราะห์รายละเอียดตัวอย่างที่ 2

รูปที่ 6.42 ผลงานดิออร์ (Dior)

ที่มา : www.style.com

#### ตัวอย่างที่ 3 เกณฑ์รายละเอียด



เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์
รายละเอียด	การใช้เครื่องประดับเป็นส่วนหนึ่งของการแต่งกายด้วยการทำให้เกิดรายละเอียดการจับ รวบบนเครื่องแต่งกาย ซึ่งเครื่องประดับอาจมีลักษณะกลมกลืนหรือเกิดความสะดุดตาก็เป็นได้

ตารางที่ 6.22 การวิเคราะห์รายละเอียดตัวอย่างที่ 3

รูปที่ 6.43 ผลงานอัลเบอโต (Alberto)

ที่มา : www.style.com

จากการวิเคราะห์ตัวอย่างด้านรายละเอียด สรุปได้ว่า เครื่องแต่งกายที่สอดคล้องกับงานวิจัย จำเป็นต้องใช้วิธีการในการก่อรูป เช่น การพับ การสอด การเกาะเกี่ยว เป็นต้น ซึ่งวิธีการต่างๆจะส่งผลให้เกิดรายละเอียดที่แตกต่างกันรวมถึงมีผลกระทบกับโครงสร้างเงาด้วย ลักษณะของเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับมีความเป็นไปได้ในการสร้างรูปแบบร่วมกัน โดยอาจใช้เครื่องประดับในการสร้างรายละเอียด ซึ่งมีข้อดีที่สามารถถอดประกอบให้สะดวกต่อการซักและการเก็บรักษา

### 2.3 ผลสรุปการวิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน

จากการวิเคราะห์ตัวอย่างจำนวน 16 ผลงาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 6.23 ผลสรุปการวิเคราะห์ตัวอย่างผลงาน

เกณฑ์	ผลสรุปจากการวิเคราะห์ตัวอย่าง
การปรับเปลี่ยน	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การปรับเปลี่ยนควรจะต้องสร้างความแตกต่างให้กับเครื่องแต่งกายทั้งองค์ประกอบด้านสี โครงร่าง รายละเอียด รวมไปถึงลักษณะวัสดุ</li> <li>● การปรับเปลี่ยนสามารถทำได้ทุกทิศทาง</li> <li>● อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการปรับเปลี่ยนควรอำนวยความสะดวกต่อผู้สวมใส่ให้ปรับเปลี่ยนได้ง่ายและรวดเร็ว และปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบเดิมสะดวกด้วย</li> <li>● รูปแบบของอุปกรณ์ควรสอดคล้องหรือสร้างความน่าสนใจให้กับรูปแบบของเครื่องแต่งกาย</li> </ul>
โครงร่างเงา	<ul style="list-style-type: none"> <li>● โครงร่างเงามีความสำคัญต่อการสังเกตเห็นถึงการปรับเปลี่ยน</li> <li>● รายละเอียด เช่น การพับทบ จับย่น เป็นต้น มีผลต่อเครื่องแต่งกายให้มีโครงร่างเงาที่ต่างจากเดิม</li> <li>● โครงสร้างแบบตรง ให้ความรู้สึกถึงความเป็นทางการในขณะที่โครงสร้างแบบอสมมาตรและตัวหลวมให้ความรู้สึกถึงความล้าลอง</li> </ul>
กลุ่มสี	<ul style="list-style-type: none"> <li>● โครงร่างเงาและรายละเอียดที่คล้ายกันในคอลเลกชันสามารถถูกสร้างความน่าสนใจได้ด้วยการใช้สีเน้นที่โดดเด่น</li> </ul>
วัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● วัสดุใช้สร้างความน่าสนใจและช่วยสื่อสารแนวคิดได้</li> <li>● การใช้วัสดุควรแสดงออกให้แตกต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างเครื่องแต่งกายก่อนและหลังการปรับเปลี่ยน</li> </ul>
รายละเอียด	<ul style="list-style-type: none"> <li>● วิธีการ เช่น การพับ การเกาะเกี่ยว เป็นต้น จะส่งผลให้เกิดรายละเอียดเช่น รอยจับย่น ชายผ้าปล่อยลง รวมถึงมีผลกระทบต่อโครงร่างเงา เช่น ทำให้จุ่มพอง เป็นต้น</li> <li>● เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับมีความเป็นไปได้ในการสร้างรูปแบบร่วมกันเพื่อให้เกิดรายละเอียดใหม่บนเครื่องแต่งกาย</li> <li>● เครื่องประดับสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างรายละเอียดให้กับเครื่องแต่งกาย ในรูปแบบที่สามารถถอดประกอบเพื่อปรับเปลี่ยนและสะดวกต่อการซักและเก็บรักษาได้</li> </ul>



## บทที่ 7

### แรงบันดาลใจ

จากการศึกษาข้อมูลที่น่าเสนอตามลำดับอย่างครบถ้วนแล้ว ในบทนี้กล่าวถึงส่วนประกอบสุดท้ายที่สำคัญ คือ แรงบันดาลใจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างแนวคิด และความน่าสนใจให้กับเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ โดยการเลือกแรงบันดาลใจควรสนับสนุนและส่งเสริมวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเป็นหลัก ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เกณฑ์ในการเลือกแรงบันดาลใจในการออกแบบ

ส่วนที่ 2 แรงบันดาลใจ

2.1 ข้อมูลพื้นฐาน

2.2 ส่วนที่นำมาใช้ในการออกแบบ

ส่วนที่ 3 ภาพรวมแรงบันดาลใจสำหรับงานวิจัย

## ส่วนที่ 1 เกณฑ์ในการเลือกแรงบันดาลใจในการออกแบบ

การเลือกแรงบันดาลใจมาใช้สำหรับงานวิจัย แบ่งเป็นเกณฑ์หลัก ได้แก่ เกณฑ์ด้านการใช้งาน และเกณฑ์ด้านรูปแบบ ซึ่งเชื่อมโยงมาจากข้อมูลหลักของงานวิจัย

เกณฑ์ในส่วนนี้มาจากข้อมูลหลักซึ่งเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ได้แก่ ด้านการใช้งาน คือ การปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยของเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน และด้านรูปแบบ คือ รูปแบบเรียบง่าย และรูปแบบอิสระที่แฝงความน่าค้นหา ซึ่งทั้งหมดมีความเกี่ยวข้องกับเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับของงานวิจัย ซึ่งมีเกณฑ์ดังนี้

### 1.1 เกณฑ์ด้านการใช้งาน

แรงบันดาลใจควรมีความเกี่ยวข้อง หรือเอื้อกับลักษณะของการก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนระหว่างสถานะ หรือระหว่างวัตถุ หรือมีเรื่องราวและองค์ประกอบที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงได้

### 1.2 เกณฑ์ด้านรูปแบบและองค์ประกอบการออกแบบ

แรงบันดาลใจควรมีความสอดคล้องกับรูปแบบเรียบง่าย และรูปแบบอิสระที่แฝงความสนุกสนานน่าค้นหา โดยต้องสามารถเชื่อมโยงทั้งสองลักษณะที่แตกต่างเข้าด้วยกันได้อย่างลงตัว ภายใต้เรื่องราวเดียวกัน

## ส่วนที่ 2 แรงแบบนตาใจ

จากเกณฑ์ต่างๆที่กำหนดไว้ข้างต้น ผู้วิจัยเลือกใช้สุนทรียะจากปรากฏการณ์แสงเหนือ (Aurora Borealis) เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบสำหรับงานวิจัยฉบับนี้ เนื่องจากเป็นแรงบันดาลใจที่สามารถเชื่อมโยงเรื่องราว และองค์ประกอบอื่นๆได้ทั้งก่อนและหลังปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายด้วยเครื่องประดับ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ความต้องการของผู้บริโภคและแนวโน้มทางแฟชั่นใหม่เอินิกมาติก (Enigmatic; New Trend) ซึ่งจะกล่าวถึงการนำมาใช้ในลำดับต่อไป



รูปที่ 7.1 ปรากฏการณ์แสงเหนือ

ที่มา : <http://cherokee.exteen.com/20100205/entry>

### 2.1 ข้อมูลพื้นฐาน

ออโรรา บอเรียลิส (Aurora Borealis) หมายถึง ปรากฏการณ์แสงเหนือ ตั้งชื่อโดย กาลิเลโอ กาลิเลอี (Galileo Galilei) ซึ่งคำว่า ออโรรา (Aurora) เป็นชื่อเรียกเทพเจ้าโรมัน ซึ่งเป็นเทพองค์เดียวกับอีออส (Eos) ของกรีก มีความหมายว่า รุ่งอรุณ หรือความสว่างไสว ส่วนคำว่า บอเรียลิส มาจากชื่อเทพเจ้ากรีกที่เป็นตัวแทนลมจากทางทิศเหนือ ชื่อ บอริอัส<sup>1</sup> จากชื่อสามารถทำความเข้าใจได้ว่าปรากฏการณ์แสงเหนือมีลักษณะของแสงสว่างและลมเกี่ยวข้องกัน โดยปรากฏการณ์แสงเหนือสร้างความประหลาดใจแก่ผู้พบเห็นมาตั้งแต่ยุคโบราณ ทำให้เกิดตำนานความเชื่อต่างๆมาจนปัจจุบัน

คริสเตียน เบ็คแลนด์ (Kristian Birkeland) นักวิทยาศาสตร์กล่าวถึงการเกิดแสงเหนือว่า เกิดจากลมสุริยะของดวงอาทิตย์ที่แผ่มายังโลก โดยสนามแม่เหล็กช่วยดูดซับอนุภาคไว้ แต่บริเวณขั้วโลกเหนือและขั้วโลกใต้มีสนามแม่เหล็กอ่อนกว่าบริเวณอื่นๆ อนุภาคจึงผ่านเข้ามาทำให้เกิดปรากฏการณ์แสงแปลกตาซึ่งเรียกตามแหล่งที่ปรากฏ คือ แสงเหนือและแสงใต้ (Aurora Australis)<sup>2</sup>

ลักษณะของปรากฏการณ์แสงเหนือ จะเป็นแสงที่พลุกพล่าน เคลื่อนไหวไปมา มีรูปร่างเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และมีการเรืองแสงเป็นสีสันต่างๆ ตั้งแต่สีเขียวหรือสีขาวย สีแดง สีนํ้าเงิน สีม่วง สีเหลือง ผสมปะปนกัน ขึ้นอยู่กับอนุภาคของชั้นบรรยากาศในขณะนั้น ซึ่งมันแสงนี้จะปรากฏขึ้นอย่างสวยงามและเห็นได้ชัดเจนในเวลากลางคืน โดยมีระยะเวลาในการเกิดไม่แน่นอน ตั้งแต่ปีละ

<sup>1</sup> Thalia Took, 2004. "Aurora," <http://www.thaliatook.com/OGOD/aurora.html> (accessed 4 January 2014).

<sup>2</sup> เซอร์จิก, "ปรากฏการณ์แสงเหนือแสงใต้" <http://cherokee.exteen.com/20100205/entry> (accessed 4 มกราคม 2557).

2-3 ครั้ง หรืออาจเป็นหลายปีจึงเกิดขึ้น บริเวณที่เกิดปรากฏการณ์นี้จะเกิดเฉพาะขั้วโลกและบริเวณประเทศใกล้เคียงเท่านั้น ซึ่งผู้คนทั่วโลกจำนวนมากรอคอยและมีความหวังที่จะได้เห็นปรากฏการณ์นี้




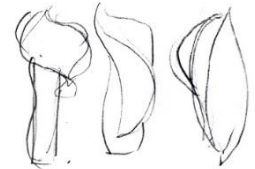



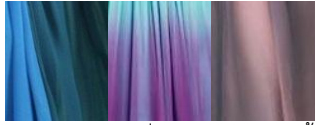


รูปที่ 7.2 ปรากฏการณ์แสงเหนือ

ที่มา : <http://www.narit.or.th/index.php/astronomy-article/588-miracle-aurora>

## 2.2 ส่วนที่นำมาใช้ในการออกแบบ

ตารางที่ 7.1 วิเคราะห์ข้อมูลแรงบันดาลใจที่นำมาใช้ในการออกแบบ

องค์ประกอบ	การวิเคราะห์แรงบันดาลใจออโรราอบเรียลิส	
แนวคิด (Concept)	การรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างท้องฟ้ายามค่ำคืนโดยปกติที่มีมืดมิดและเจียบสงบ กับท้องฟ้าในคืนพิเศษที่ปรากฏแสงเหนือขึ้นโดยไม่คาดคิด	
	ก่อนการปรับเปลี่ยน	หลังการปรับเปลี่ยน
	 <p>ภาพกลางคืนปกติ รูปที่ 7.3 แนวคิดจากแรงบันดาลใจ</p>	 <p>ภาพกลางคืนที่ปรากฏแสงเหนือ รูปที่ 7.4 แนวคิดจากแรงบันดาลใจ</p>
โครงสร้าง (Silhouette)	โครงสร้างที่นิ่งและเรียบง่าย แทนด้วยรูปทรงเรขาคณิต และทรงพอดี้ตัว ในขณะที่โครงสร้างแสงเหนือแทนด้วยโครงสร้างอิสระ นุ่มนวลและพลิ้วไหว คล้ายเครื่องแต่งกายในยุคกรีก	
	ก่อนการปรับเปลี่ยน	หลังการปรับเปลี่ยน
	 <p>ภาพโครงสร้างเรียบง่าย รูปที่ 7.5 โครงร่างเงาจากแรงบันดาลใจ</p>	 <p>ภาพโครงสร้างอิสระอสมมาตรพลิ้วและมีเลเยอร์ รูปที่ 7.6 โครงร่างเงาจากแรงบันดาลใจ</p>
สี (Color Way)	การใช้ร่วมกันของ 2 กลุ่มสี คือ ค่าสีปกติ สีที่มีความสงบ ลึกลับ โทนสีเทาดำ ตูมความเป็นทางการ และค่าสีที่มีปรากฏการณ์แสงเหนือ กลุ่มสีที่มีความสดใสสนุกสนานหลากหลายสี ที่ให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา	
	ก่อนการปรับเปลี่ยน	หลังการปรับเปลี่ยน
	 <p>ภาพกลุ่มสีโทนเทาดำ รูปที่ 7.7 สีจากแรงบันดาลใจ</p>	 <p>ภาพกลุ่มสีสัน และสีไล่กันเหมือนสีของแสง รูปที่ 7.8 สีจากแรงบันดาลใจ</p>
วัสดุและพื้นผิว (Material & Texture)	ลักษณะที่ต่างกัันของพื้นผิว ได้แก่ ค่าสีปกติ ผ้าผิวทึบ คงรูป นิ่งสงบ และค่าสีที่มีปรากฏการณ์แสงเหนือ ผ้าบางเบา ที่มีสีสันและความพลิ้ว	
	ก่อนการปรับเปลี่ยน	หลังการปรับเปลี่ยน
	 <p>ภาพผ้าโพลีเอสเตอร์ทึบที่สามารถคงรูปและตั้งตัวได้ รูปที่ 7.9 วัสดุจากแรงบันดาลใจ</p>	 <p>ผ้าชีฟองบางเบา ที่มีสีสันและความพลิ้ว รูปที่ 7.10 วัสดุจากแรงบันดาลใจ</p>

องค์ประกอบ	การวิเคราะห์	
รายละเอียด (Details)	<p>การปกปิด การทับซ้อน การพับ การรวบยัด การเกาะเกี่ยว เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการปรับเปลี่ยน ส่วนรายละเอียดที่เกิดขึ้นก่อนและหลัง คือ ความเรียบง่าย ด้วยรายละเอียดการต่อผ้า และความสนุกสนานด้วยรายละเอียดที่เกิดจากการเกาะเกี่ยวด้วยเครื่องประดับที่ทำให้เกิดลักษณะการถ่วงห้อยผ้า รอยจีบ รูดชายผ้าที่ทิ้งตัวอย่างเป็นธรรมชาติคล้ายรายละเอียดของเครื่องแต่งกายในยุคกรีก ความพลิ้วไหว และการเล่นสีสันทึ่ไล่เรียงต่อเนื่องกัน</p>	
	ก่อนการปรับเปลี่ยน	หลังการปรับเปลี่ยน
	 <p>ภาพการพับซ้อนและต่อผ้า รูปที่ 7.11 รายละเอียดจากแรงบันดาลใจ</p>	 <p>ภาพรอยจีบ ชายผ้าห้อย ที่ดูพลิ้วไหว รูปที่ 7.12 รายละเอียดจากแรงบันดาลใจ</p>
เครื่องประดับ (Jewelry)	<p>ลักษณะของเครื่องประดับที่เป็นอุปกรณ์ในการปรับเปลี่ยน รูปแบบตัดทอนมาจากเส้นสายของมานแสเงเหนือ เน้นส่วนโค้งเว้าที่ดูเรียบง่าย ทำจากโลหะล้วนสีเงิน เมื่อสะท้อนกับแสงจะมีความโดดเด่นและช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับเครื่องแต่งกาย และเป็นส่วนสำคัญและจุดเริ่มต้นของการปรับเปลี่ยนที่สร้างสีสันและชีวิตชีวาให้กับเครื่องแต่งกายรูปแบบใหม่</p>	

### ส่วนที่ 3 ภาพรวมแรงบันดาลใจที่นำมาใช้สำหรับงานวิจัย



รูปที่ 7-13 การตีความองค์ประกอบปรากฏการณ์แสงเหนือ

ผู้วิจัยใช้ปรากฏการณ์แสงเหนือ (Aurora Borealis) โดยตีความในมุมมองความแตกต่างระหว่างท้องฟ้าในคืนปกติ และท้องฟ้าในคืนที่เกิดปรากฏการณ์แสงเหนือ โดยนำความรู้สึกที่นิ่งสงบ ราบเรียบ สีโทนเทาดำเป็นสัญลักษณ์แทนท้องฟ้ายามค่ำคืนที่ปกติ และเมื่อเครื่องแต่งกายปรับเปลี่ยนด้วยเครื่องประดับ จึงได้นำลักษณะทางกายภาพของปรากฏการณ์แสงเหนือออกมาใช้กับโครงร่างเงา สีเส้น และรายละเอียดของเครื่องแต่งกาย ให้เกิดความพลิ้วไหวและความสนุกสนานเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เกิดความแตกต่างกับเครื่องแต่งกายก่อนการปรับเปลี่ยน และสามารถใส่สอยเพิ่มเติมในโอกาสออกงานที่แตกต่างกันได้ โดยในการออกแบบเครื่องประดับจะตัดทอนเส้นแสงเหนือออกมาเป็นรูปทรงเครื่องประดับโลหะขนาดเล็กถึงปานกลางที่สามารถสวมใส่ได้ทุกวัน และสามารถใช้เป็นอุปกรณ์ในการปรับเปลี่ยนสำหรับหลากหลายเครื่องแต่งกายได้ด้วยเช่นกัน

## บทที่ 8

### ผลการวิจัยและผลงานสร้างสรรค์

สำหรับงานวิจัยทั้งหมดตั้งแต่ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วรรณกรรมด้านหลักการ และวิธีการ ผู้บริโภค ตลาด รูปแบบผลิตภัณฑ์ แนวโน้มทางแฟชั่น และแรงบันดาลใจ นำมาสู่การสรุป และสังเคราะห์เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบของงานวิจัย เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน ซึ่งนำเสนอตามลำดับ ได้ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์งานวิจัย

- 1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหลักของงานวิจัย
- 1.2 ผลการวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
- 1.3 ผลการวิเคราะห์การตลาด
- 1.4 ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์และลักษณะผลิตภัณฑ์
- 1.5 ผลการวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นใหม่และตัวอย่าง
  - 1.5.1 แนวโน้มแฟชั่นใหม่ประจำฤดูใบไม้ร่วง-ฤดูหนาว ปี ค.ศ. 2014-2015
  - 1.5.2 ผลการวิเคราะห์ตัวอย่าง
- 1.6 ผลการวิเคราะห์แรงบันดาลใจ

#### ส่วนที่ 2 การสังเคราะห์ผลสรุปเพื่อการออกแบบผลงานสร้างสรรค์ต้นแบบ

- 2.1 ภาพรวมองค์ประกอบของงานวิจัย
- 2.2 การร่างแบบ
- 2.3 การทดลองขึ้นต้นแบบ
- 2.4 การปรับปรุงพัฒนาแบบและการผลิต
- 2.5 ผลงานสำเร็จ





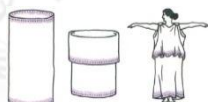









## ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์งานวิจัย

### 1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหลักของงานวิจัย

ข้อมูลหลักสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในบทที่ 2 มีผลสรุปดังนี้

ตารางที่ 8.1 ผลการวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องร่วมกัน

ชุดกรีก	หลักการ	วิธีการ	ผล	ตำแหน่งยึดเกาะ
คีตัน ดอริก	การแผ่อก- เก็บเข้า การประกอบ	การรวบยัด การใช้บานพับและ ยึดจุดหมุน	<ul style="list-style-type: none"> <li>รอยจีบ และชายผ้าห้อย</li> </ul>  <p>รูปที่ 8.1 คีตันแบบดอริก</p>	ไทล์และเอว  <p>รูปที่ 8.2 คีตันแบบดอริก</p>
คีตัน ไอโอนิก	การแผ่อก- เก็บเข้า การประกอบ	การรวบยัด การใช้บานพับและ ยึดจุดหมุน	<ul style="list-style-type: none"> <li>รอยจีบ และชายผ้าห้อย</li> <li>เกิดวงแขนเสื้อและช่องเปิด</li> </ul>  <p>รูปที่ 8.3 คีตันแบบไอโอนิก</p>	ไทล์จรดแขนและเอว  <p>รูปที่ 8.4 คีตันแบบไอโอนิก</p>
เพปโลส	การแผ่อก- เก็บเข้า การเปิดเผย- ปกปิด การประกอบ	การรวบยัด การใช้บานพับและ ยึดจุดหมุน การพับ การพลิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>รอยจีบ และชายผ้าห้อย</li> <li>สีหรือพื้นผิวกลับด้าน</li> </ul>  <p>รูปที่ 8.5 เพปโลส</p>	ไทล์และเอว  <p>รูปที่ 8.6 เพปโลส</p>
ฮิมาติออน	การแผ่อก- เก็บเข้า การเปิดเผย- ปกปิด	การพับ	<ul style="list-style-type: none"> <li>รอยจีบ ชายผ้าห้อย</li> <li>การพาดคลุมที่คงรูป</li> </ul>  <p>รูปที่ 8.7 ฮิมาติออน</p>	เอว  <p>รูปที่ 8.8 ฮิมาติออน</p>
คลามีส	การแผ่อก- เก็บเข้า การประกอบ	การรวบยัด การใช้บานพับและ ยึดจุดหมุน	<ul style="list-style-type: none"> <li>รอยจีบ และชายผ้าห้อย</li> </ul>  <p>รูปที่ 8.9 คลามีส</p>	ไทล์  <p>รูปที่ 8.10 คลามีส</p>
ตีฟลักซ์	การแผ่อก- เก็บเข้า การประกอบ	การรวบยัด การใช้บานพับและ ยึดจุดหมุน การพับ การพลิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>รอยจีบ และชายผ้าห้อย</li> </ul>  <p>รูปที่ 8.11 ตีฟลักซ์</p>	ไทล์  <p>รูปที่ 8.12 ตีฟลักซ์</p>

## 1.2 ผลการวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนนี้ได้จากการเก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาข้อมูลประชากรศาสตร์ สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 8.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย

ปัจจัย	ผลสรุปข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย	
กลุ่มเป้าหมาย	สตรีวัยทำงานกลุ่มเป้าหมายหลักอายุ 23-32 ปี และกลุ่มเป้าหมายรองอายุ 33-42 ปี ซึ่งโดยรวมมีความคล้ายคลึงกันทั้งทัศนคติและการแต่งกาย ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว หรือมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่มีระดับสูง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดีจนถึงดีมาก ประสบความสำเร็จ ตั้งแต่อายุน้อย มีความมั่นใจสูง ชอบการทดลองสิ่งใหม่ ออกงานสังคมเป็นประจำ และให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์การแต่งกาย โดยการแต่งกายต้องมีความสอดคล้องกับลักษณะของงานที่เข้าร่วม	
ราคา	1,500-20,000 บาท	
สถานที่	ในห้างสรรพสินค้า/ร้านค้าใจกลางเมือง	
กลยุทธ์การจัดจำหน่าย	จัดจำหน่ายเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับควบคู่กันที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันให้สามารถสวมใส่ได้มากกว่า 1 รูปแบบ ซึ่งในด้านผู้ผลิตจะสามารถขายได้ในปริมาณที่มากขึ้นต่อการซื้อหนึ่งครั้ง และด้านผู้บริโภคจะเกิดความรู้สึกคุ้มค่าจากการใช้งาน	
รูปแบบผลิตภัณฑ์	โครงร่างเงา (Silhouette)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ทรงตรง พอดีตัว</li> <li>● ทรงอิสระ ตัวหลวม</li> </ul>
	สี (Color way)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● นิยมสีเดี่ยว สีโทนเดียวกัน และสีตัดกัน</li> <li>● สีผสม</li> </ul>
	รายละเอียด (Details)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● นิยมความเรียบง่าย รายละเอียดน้อย</li> <li>● มีรายละเอียดโดดเด่นที่ไม่มากเกินไป เช่น การเดรป รอยจีบ รายละเอียดแบบไม่สมมาตร</li> </ul>
	ลักษณะ (Style)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เรียบง่าย เน้นสีส้นมากกว่ารายละเอียด</li> <li>● ไม่ชอบลักษณะหวาน หรือเปิดเผยสรีระมากเกินไป</li> </ul>
	โอกาส (Occasions)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● งานเลี้ยงแบบทางการ เช่น งานสังคม พบลูกค้า</li> <li>● งานเลี้ยงแบบไม่เป็นทางการ เช่น งานสังสรรค์</li> </ul>
	เครื่องประดับ (Jewelry)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● มีรูปทรงเรียบง่าย สวมใส่ได้บ่อยครั้ง</li> </ul>



รูปที่ 8.13 บุคลิกลักษณะผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย



รูปที่ 8.14 การใช้ชีวิตผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

### 1.3 ผลการวิเคราะห์ตลาด

จากการศึกษาตลาด สรุปข้อมูลเพื่อหาช่องว่างและตำแหน่งที่เหมาะสมสำหรับการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตราสินค้างานวิจัย ได้ดังนี้

ตารางที่ 8.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)ของงานวิจัย	
ผลิตภัณฑ์ (Product)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● เครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน (Party Wear) ร้อยละ 70 และเครื่องประดับร้อยละ 30</li> <li>● รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีทั้งชุดออกงานประเภทลำลอง และทางการ</li> <li>● สามารถสวมใส่ได้หลายรูปแบบด้วยเครื่องประดับที่สอดคล้องกัน สามารถสวมใส่ออกงานได้หลากหลายโอกาส</li> </ul>
ราคา (Price)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ราคาปานกลางถึงค่อนข้างสูง</li> <li>● ช่วงราคาบี (B) ถึงบีบวก (B+)</li> <li>● ราคาเฉลี่ย 1,500-20,000 บาท ขึ้นอยู่กับแบบและวัสดุ</li> </ul>
การจัดจำหน่าย (Place)	ร้านค้าตั้งอยู่ใจกลางเมือง และศูนย์รวมของคนทำงาน แหล่งที่น่าสนใจ ได้แก่ ย่านสยามสแควร์ อโศก สาทร จำหน่ายร่วมกับการขายผ่านระบบออนไลน์
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การจัดหน้าร้านตามแนวคิดของแต่ละคอลเลกชัน พร้อมภาพเคลื่อนไหว สาทิวีธีการสวมใส่</li> <li>● ผลิตภัณฑ์พร้อมคู่มือการใช้งาน</li> <li>● การลดราคาประจำปี</li> </ul>
ผู้บริโภค (People)	ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเป็นสตรีวัยทำงานอายุ 23-32 ปี และ 33-42 ปี ที่ออกงานเป็นประจำ มีความมั่นใจ ทันสมัย ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะตัว มีความคิดสร้างสรรค์ สนุกกับการทดลองสิ่งใหม่
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	เน้นความเรียบง่าย พร้อมกับโลโก้ตราสินค้า ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความคงทน แข็งแรงช่วยรักษาผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี และนำกลับมาใช้ใหม่ได้ มีลักษณะเป็นเช็ทคู่กันระหว่างเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ
ลักษณะเด่น (Purple Cow)	เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปร่วมกัน สำหรับโอกาสออกงานต่างๆ ที่ทำให้เครื่องแต่งกายสามารถสวมใส่ได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น ให้ผู้สวมใส่ได้มีส่วนร่วม และสนุกสนานกับการกำหนดรูปแบบเครื่องแต่งกายโดยใช้เครื่องประดับเป็นอุปกรณ์ พร้อมคู่มือภาพประกอบการใช้งาน

## 1.4 ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์และลักษณะผลิตภัณฑ์

จากข้อมูลผลสรุปข้างต้นทั้งหมด เป็นที่มาของการระบุข้อมูลภาพรวมของผลิตภัณฑ์ได้ ดังนี้

ตารางที่ 8.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตราสินค้าและลักษณะผลิตภัณฑ์

ตัวกำหนด	ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย
ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์	งานออกแบบภายในประเทศ ช่วงราคาปี (B) ถึงปีบวก (B+)
แนวคิดผลิตภัณฑ์	การออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันสำหรับออกงานที่หลากหลาย โดยใช้เครื่องประดับเป็นอุปกรณ์ในการปรับเปลี่ยน เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากการออกแบบให้เกิดความคุ้มค่าทั้งด้านรูปแบบที่หลากหลาย วัสดุ และงบประมาณ เน้นการสร้างคามพึงพอใจด้านความงามและประโยชน์ใช้สอยไปพร้อมกัน
ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและตลาด	สตรีวัยทำงานที่ออกงานบ่อย กลุ่มเป้าหมายหลักอยู่ในช่วงอายุ 23-32 ปี กลุ่มเป้าหมายรองอยู่ในช่วงอายุ 33-42 ปี รายได้ค่อนข้างดีจนถึงดีมาก มีความมั่นใจในตัวเอง สนุกกับการทดลองสิ่งใหม่ ออกงานสังคมหลากหลายรูปแบบเป็นประจำ คำนึงถึงภาพลักษณ์ที่ดีและโดดเด่น และเหมาะสมกับกาลเทศะ
จุดเด่นของตราสินค้าและอัตลักษณ์ตราสินค้า	งานออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน โดยมีแนวทางการปรับเปลี่ยนตามวิธีที่การได้แก่ การรวบยัด การพลิกกลับด้าน การพับ การใช้บานพับและการยึดจุดหมุน และการประกอบ ซึ่งในการปรับเปลี่ยนหนึ่งๆอาจใช้วิธีการมากกว่าหนึ่งวิธี โดยเป็นการนำเอาเครื่องประดับมาเพิ่มหน้าที่การใช้งานให้เกิดประโยชน์และความสำคัญควบคู่ไปกับเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน

ตัวกำหนด	ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย
ประเภทผลิตภัณฑ์	เครื่องแต่งกายสตรีสำเร็จรูปสำหรับออกงาน (Party Wear) และเครื่องประดับ (Jewelry) ที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันได้
ประโยชน์ใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ประโยชน์ใช้สอยหลักของเครื่องแต่งกาย มีหน้าที่สำหรับสวมใส่ออกงานตามโอกาสต่างๆ</li> <li>● ประโยชน์ใช้สอยหลักของเครื่องประดับ มีหน้าที่ตามการใช้สอยเดิม คือ เพื่อการประดับตกแต่ง และมีหน้าที่การใช้สอยหลักเพิ่มเติม คือ เป็นอุปกรณ์สำหรับปรับเปลี่ยนรูปแบบเครื่องแต่งกายให้เกิดความหลากหลายตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย</li> </ul>
ประโยชน์ใช้สอยรองของผลิตภัณฑ์	สามารถเลือกจับคู่ใช้งาน หรือใช้ควบคู่กับผลิตภัณฑ์อื่นๆได้ตามความต้องการเพื่อให้เกิดการใช้สอยที่หลากหลายมากขึ้น ไม่จำกัดแคในโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน



## 1.5.2 ผลการวิเคราะห์ตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์ตัวอย่าง 16 ผลงาน สำหรับงานวิจัย สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

ตารางที่ 8.5 ผลการวิเคราะห์ตัวอย่าง

เกณฑ์	ผลสรุปจากการวิเคราะห์ตัวอย่าง
การปรับเปลี่ยน	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การปรับเปลี่ยนควรจะต้องสร้างความแตกต่างให้กับเครื่องแต่งกายทั้งองค์ประกอบด้านสี โครงร่าง รายละเอียด รวมไปถึงลักษณะวัสดุ</li> <li>● การปรับเปลี่ยนสามารถทำได้ทุกทิศทาง</li> <li>● อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการปรับเปลี่ยนควรอำนวยความสะดวกต่อผู้สวมใส่ให้ปรับเปลี่ยนได้ง่ายและรวดเร็ว และปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบเดิมสะดวกด้วย</li> <li>● รูปแบบของอุปกรณ์ควรสอดคล้องหรือสร้างความน่าสนใจให้กับรูปแบบของเครื่องแต่งกาย</li> </ul>
โครงร่างเงา	<ul style="list-style-type: none"> <li>● โครงร่างเงามีความสำคัญต่อการสังเกตเห็นถึงการปรับเปลี่ยน</li> <li>● รายละเอียด เช่น การพับทบ จับย่น เป็นต้น มีผลต่อเครื่องแต่งกายให้มีโครงร่างเงาที่ต่างจากเดิม</li> <li>● โครงสร้างแบบตรง ให้ความรู้สึกถึงความเป็นทางการในขณะที่โครงสร้างแบบอสมมาตรและตัวหลวมให้ความรู้สึกถึงความล้าลอง</li> </ul>
กลุ่มสี	<ul style="list-style-type: none"> <li>● โครงร่างเงาและรายละเอียดที่คล้ายกันในคอลเลคชั่นสามารถถูกสร้างความน่าสนใจได้ด้วยการใช้สีเน้นที่โดดเด่น</li> </ul>
วัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● วัสดุใช้สร้างความน่าสนใจและช่วยสื่อสารแนวคิดได้</li> <li>● การใช้วัสดุควรแสดงออกให้แตกต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างเครื่องแต่งกายก่อนและหลังการปรับเปลี่ยน</li> </ul>
รายละเอียด	<ul style="list-style-type: none"> <li>● วิธีการ เช่น การพับ การเกาะเกี่ยว เป็นต้น จะส่งผลให้เกิดรายละเอียดเช่น รอยจับย่น ชายผ้าปล่อยลง รวมถึงมีผลกระทบต่อโครงร่างเงา เช่น ทำให้ขุ่มพอง เป็นต้น</li> <li>● เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับมีความเป็นไปได้ในการสร้างรูปแบบร่วมกันเพื่อให้เกิดรายละเอียดใหม่บนเครื่องแต่งกาย</li> <li>● เครื่องประดับสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างรายละเอียดให้กับเครื่องแต่งกาย ในรูปแบบที่สามารถถอดประกอบเพื่อปรับเปลี่ยนและสะดวกต่อการซักรีดและเก็บรักษาได้</li> </ul>



## 1.6 ผลการวิเคราะห์แรงบันดาลใจ



รูปที่ 8.16 แรงบันดาลใจจากปรากฏการณ์แสงเหนือ

ผู้วิจัยใช้ปรากฏการณ์แสงเหนือ (Aurora Borealis) โดยตีความในมุมมองความแตกต่างระหว่างท้องฟ้าในคืนปกติ และท้องฟ้าในคืนที่เกิดปรากฏการณ์แสงเหนือ โดยนำความรู้สึกที่นิ่งสงบ ราบเรียบ สีโทนเทาดำเป็นสัญลักษณ์แทนท้องฟ้ายามค่ำคืนที่ปกติ และเมื่อเครื่องแต่งกายปรับเปลี่ยนด้วยเครื่องประดับ จึงได้นำลักษณะทางกายภาพของปรากฏการณ์แสงเหนือออกมาใช้กับโครงร่างเงา สีเส้น และรายละเอียดของเครื่องแต่งกาย ให้เกิดความพลิ้วไหวและความสนุกสนานเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เกิดความแตกต่างกับเครื่องแต่งกายก่อนการปรับเปลี่ยน และสามารถใส่สอยเพิ่มเติมในโอกาสออกงานที่แตกต่างกันได้ โดยในการออกแบบเครื่องประดับจะตัดทอนเส้นแสงเหนือออกมาเป็นรูปทรงเครื่องประดับโลหะขนาดเล็กถึงปานกลางที่สามารถสวมใส่ได้ทุกวัน และสามารถใช้เป็นอุปกรณ์ในการปรับเปลี่ยนสำหรับหลากหลายเครื่องแต่งกายได้ด้วยเช่นกัน

## ส่วนที่ 2 การสังเคราะห์ผลสรุปเพื่อการออกแบบผลงานสร้างสรรค์

### 2.1 ภาพรวมองค์ประกอบของงานวิจัย

ตารางที่ 8.6 วิเคราะห์ภาพรวมองค์ประกอบของงานวิจัย

องค์ประกอบ	ข้อมูลหลัก	กลุ่มเป้าหมาย	แนวโน้มแฟชั่น AW14/15	แรงบันดาลใจ
แนวคิด	เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน จากวิเคราะห์หลักการปรับเปลี่ยนและการก่อรูปเครื่องแต่งกายในยุคกรีก	การรวมเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน รูปแบบเรียบที่สวมใส่ได้ง่าย และรูปแบบที่มีรายละเอียดโดดเด่น เข้าไว้ด้วยกัน โดยใช้เครื่องประดับเป็นอุปกรณ์ในการปรับเปลี่ยน	อีนิกมาติก (Enigmatic) เรื่องราวเกี่ยวกับการดั่งสิ่งที่มีอยู่ในอดีตเข้าสู่ห้องทดลองเพื่อผสมผสานกับความเป็นปัจจุบัน แสดงออกในสองลักษณะ คือ ความดั้งเดิมของรูปทรงและความอิสระตามจินตนาการ	ปรากฏการณ์แสงเหนือในมุมมองของความแตกต่างระหว่างท้องฟ้าในคืนปกติ และท้องฟ้าในคืนที่เกิดแสงเหนือแทนเครื่องแต่งกายก่อนและหลังการปรับเปลี่ยน
โครงสร้างเงา	เครื่องแต่งกายจากผ้าเรียบง่าย มีรายละเอียดเท่าที่จำเป็น	ทรงตรง/พอดีตัว/รูปทรงพื้นฐานที่สวมใส่ได้ง่าย สีกลาง สีโทนขาวเทาดำ	ทรงตรง ตัวหลวม เล็กน้อย มีลักษณะเรียบง่าย รายละเอียดน้อย มีความคงตัวทันสมัย	ราบเรียบ รูปทรงธรรมดาที่คุ้นเคย สีโทนเทาดำ เป็นสัญลักษณ์ท้องฟ้ายามปกติ
รายละเอียดสี	เครื่องแต่งกายทรงอิสระ มีการจับยึดเพื่อการก่อรูปและสร้างรายละเอียด มีการทับซ้อน และความพลิ้วไหว	ทรงอิสระ/ตัวหลวม/รูปทรงอสมมาตร มีรายละเอียดที่เกิดจากผ้าเพื่อสร้างจุดเด่น สีสันหลากหลายปะปนกัน	ประยุกต์โครงสร้างเงาที่มีเอกลักษณ์ในยุคกรีก มีความอิสระของรูปทรง เน้นรายละเอียดที่เกิดจากลักษณะการทิ้งตัวของผ้า การจับเดรป ชายผ้าพลิ้วไหว	รูปทรงอิสระ มีความพลิ้วไหว ใช้สีสันหลากหลายผสมกัน โดยดั่งกายภาพของแสงเหนือมาประยุกต์ใช้
วัสดุ	ผ้าน้ำหนักเบาที่มีความทิ้งตัว	ผ้าพื้นผิวเรียบไม่มีลวดลาย	ผ้าที่แสดงความต่างระหว่างความธรรมดาและจินตนาการ	ผ้าเนื้อที่บดบังรูปและผ้าบางเบาพลิ้วไหว
เครื่องประดับ	เครื่องประดับที่มีความสามารถในการยึดเกาะเครื่องแต่งกายเพื่อเปลี่ยนรูปทรง และรายละเอียด	เครื่องประดับรูปแบบเรียบง่าย สวมใส่ได้หลายโอกาสรายละเอียดน้อย เน้นรูปทรง	เครื่องประดับรูปแบบเรียบง่ายที่สอดคล้องกับเครื่องแต่งกายทั้งสองรูปแบบ	เครื่องประดับรูปแบบตัดทอนมาจากรูปทรงแสงเหนือ รูปแบบเรียบง่าย ใช้เป็นอุปกรณ์ในการปรับเปลี่ยนสำหรับหลากหลายชุด

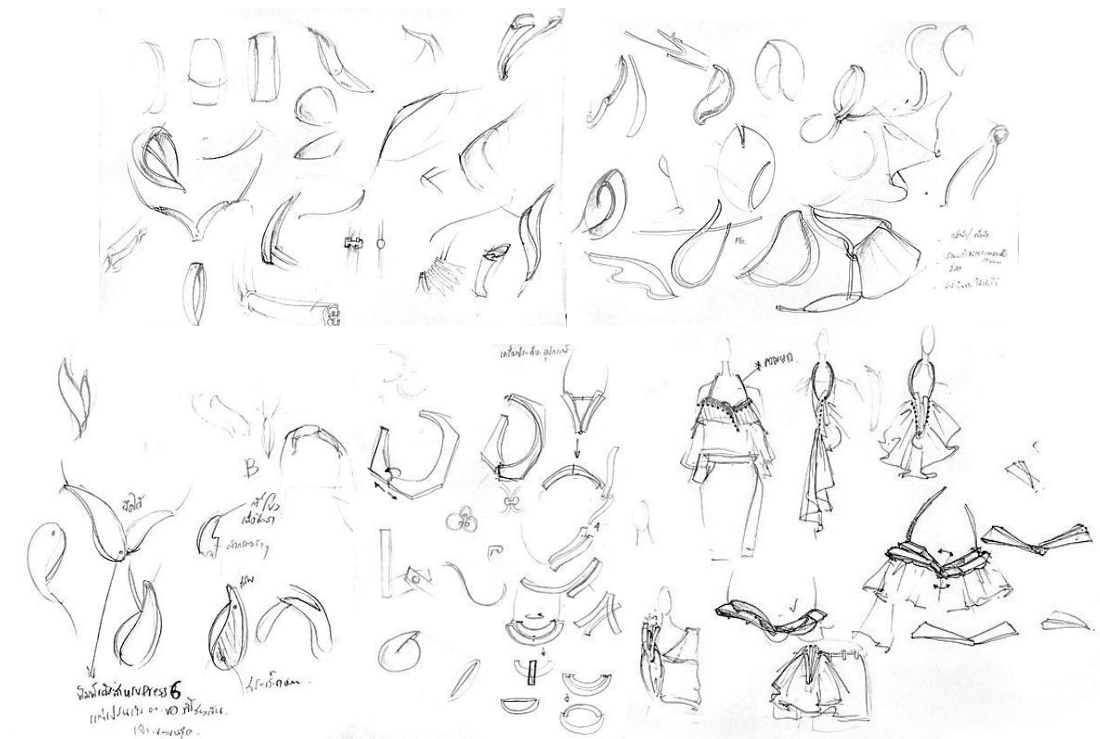
จากปัจจัยที่ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ดังกล่าวข้างต้น นำมาสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบของงานวิจัย โดยมีขั้นตอนตามลำดับ ตั้งแต่การร่างแบบ การทดลองชิ้นต้นแบบ การปรับปรุงพัฒนาแบบ และการผลิตเป็นผลงานสร้างสรรค์ต้นแบบที่สมบูรณ์

## 2.2 การร่างแบบ

ขั้นตอนนี้เป็นการนำผลการวิเคราะห์โดยภาพรวม มาทำการร่างแบบสองมิติ โดยเป็นการร่างภาพเบื้องต้น ทั้งลักษณะเส้นและรูปทรงที่เกี่ยวข้องโดยใช้องค์ประกอบจากลักษณะทางกายภาพของแรงบันดาลใจ ประกอบกับกรรมวิธีการปรับเปลี่ยนที่ได้ทำการศึกษา และนำมาสังเคราะห์ร่วมกันให้เป็นรูปแบบต่างๆ การร่างแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับของงานวิจัยมีทั้งการร่างแบบด้วยดินสอและการทดลองใช้กระดาษพับแปะแบบสองมิติช่วยให้สามารถเข้าใจการปรับเปลี่ยนเบื้องต้นได้ง่ายขึ้น แล้วจึงทำการคัดเลือกแบบเพื่อทดลองชิ้นต้นแบบสามมิติทั้งเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับในลำดับต่อไป



รูปที่ 8.17 ตัวอย่างบางส่วนของกรร่างแบบเครื่องแต่งกายสำหรับงานวิจัย



รูปที่ 8.18 ตัวอย่างบางส่วนของกร่างแบบเครื่องประดับสำหรับงานวิจัย

### 2.3 การทดลองขึ้นต้นแบบ

เมื่อได้แบบร่างจำนวนมากพอแล้ว จึงทำการคัดเลือกแบบร่างจำนวนหนึ่ง เพื่อทำการขึ้นต้นแบบสามมิติ โดยเครื่องแต่งกายใช้ผ้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกับผ้าที่จะใช้จริงนำมาทดลองขึ้นต้นแบบกับหุ่นขนาดเล็ก เพื่อสังเกตรายละเอียด และความสอดคล้องกับสรีระมนุษย์ ส่วนเครื่องประดับขึ้นต้นแบบจากกระดาษ สำหรับการทดลองขึ้นต้นแบบมีความจำเป็นสำหรับผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยเป็นอย่างมาก เนื่องจากการทดลองปรับเปลี่ยนในลักษณะสามมิติ สามารถศึกษาและสังเกตความเป็นไปได้ในการปรับเปลี่ยนและผลที่เกิดขึ้นได้อย่างรอบด้าน



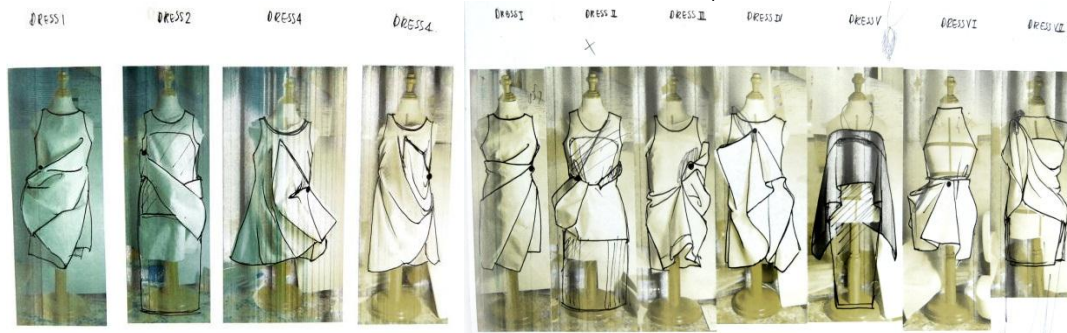
รูปที่ 8.19 การทดลองขึ้นต้นแบบและทดลองการปรับเปลี่ยน



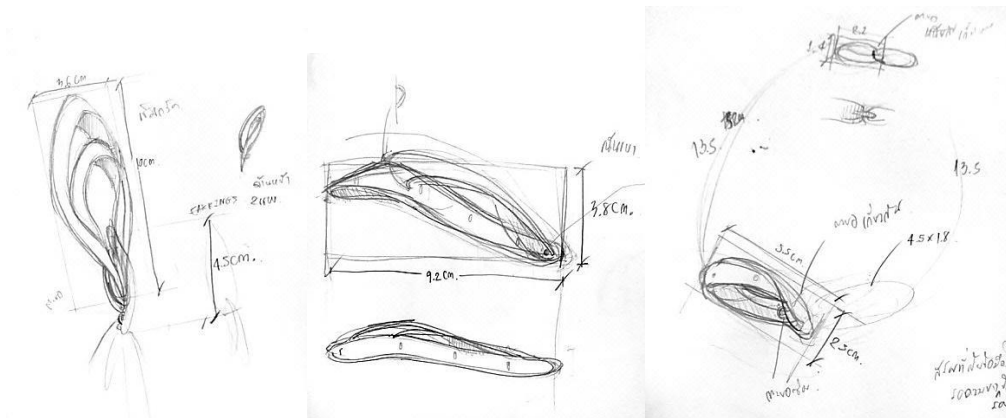
รูปที่ 8.20 การทดลองขึ้นต้นแบบ และทดลองการปรับเปลี่ยน

## 2.4 การปรับปรุงพัฒนาแบบและการผลิต

จากการขึ้นต้นแบบสามมิติทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการผลิตและการปรับเปลี่ยน ซึ่งมีทั้งลักษณะที่เหมาะสม และลักษณะที่ต้องปรับปรุงแก้ไข หรือพัฒนาเพิ่มเติม



รูปที่ 8.21 การปรับปรุงพัฒนาแบบเครื่องแต่งกาย

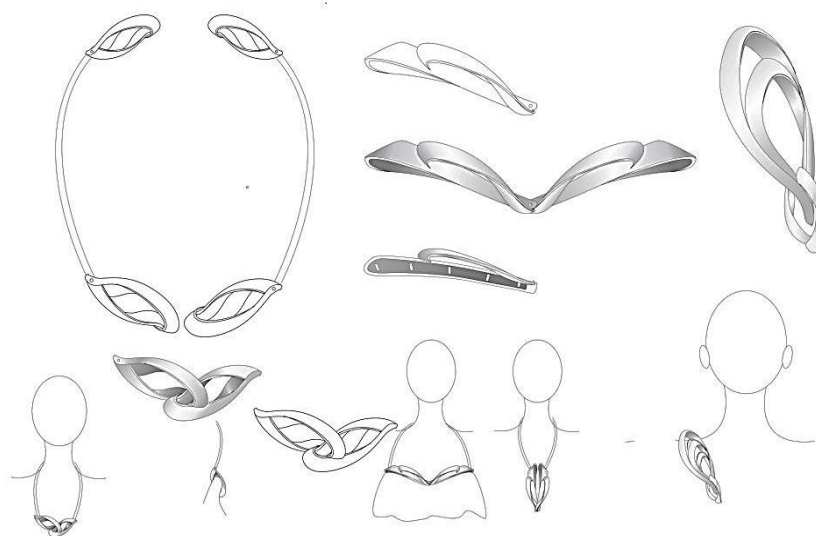


รูปที่ 8.22 การปรับปรุงพัฒนาแบบเครื่องประดับ

โดยเมื่อทำการปรับปรุงและพัฒนาแล้ว ผู้วิจัยจึงเลือกแบบที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยอย่างชัดเจน และทำการสรุปแบบสำหรับงานวิจัย ประกอบด้วย เครื่องแต่งกายจำนวน 8 แบบ และเครื่องประดับจำนวน 3 แบบ



รูปที่ 8.23 แบบร่างเครื่องแต่งกายที่สมบูรณ์



รูปที่ 8.24 แบบร่างเครื่องประดับที่สมบูรณ์

เมื่อสรุปแบบที่ต้องการได้แล้วจึงทำการวางแผนการผลิต โดยเครื่องแต่งกายจะขึ้นต้นแบบด้วยผ้าดิบ เลือกใช้ผ้าที่มีลักษณะคล้ายกับผ้าจริงมากที่สุด ตัดเย็บในสัดส่วนขนาดคนจริง เพื่อสังเกตข้อบกพร่อง และปรับแก้ไขส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์ให้สอดคล้องกับสัดส่วนจริง รวมทั้งพิจารณาความเหมาะสมของคุณสมบัติของผ้าที่จะใช้สำหรับการตัดเย็บจริง

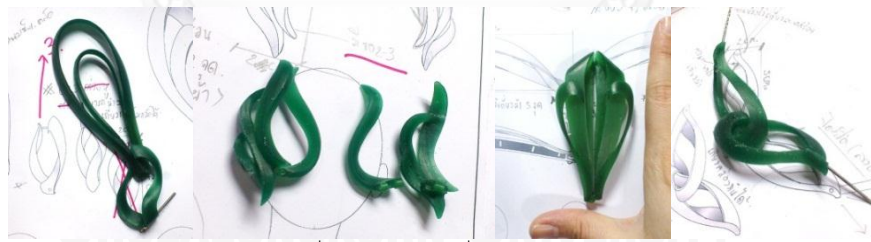
ส่วนเครื่องประดับขึ้นต้นแบบด้วยแร็กซ์ และปรับแก้ตามความเหมาะสมก่อนจะหล่อเป็นชิ้นงานจริง ในขั้นตอนนี้สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาร่วมด้วย คือ การคำนึงถึงน้ำหนักของเครื่องประดับและน้ำหนักผ้าที่ต้องรองรับเมื่อปรับเปลี่ยนด้วย



รูปที่ 8.25 ชุดผ้าดิบและทดลองการปรับเปลี่ยนอีกครั้งกับแม่พิมพ์เครื่องประดับโลหะ



รูปที่ 8.26 ชุดผ้าดิบและทดลองการปรับเปลี่ยนอีกครั้งกับแม่พิมพ์เครื่องประดับโลหะ



รูปที่ 8.27 แม่พิมพ์เครื่องประดับแก้ว



รูปที่ 8.28 ตัวอย่างพิมพ์

รูปที่ 8.29 ขั้นตอนประกอบตัวเรือนเครื่องประดับ



## 2.5 ผลงานสำเร็จ

การออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน สำหรับสตรีกลุ่มเป้าหมายอายุ 23-42 ปี ประจำปีฤดูใบไม้ร่วง-ฤดูหนาว ประจำปี ค.ศ. 2014/2015 จากแรงบันดาลใจที่ใช้การตีความความเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์แสงเหนือ ใช้ชื่อผลงานว่า แฟลชแบ(ลึ)ก (FLASH B(L)ACK)

คอลเลคชั่นของงานวิจัย ประกอบด้วย เครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน รวม 8 ชุด จำแนกเป็นชุดติดกัน 4 ชุด เสื้อ 4 ตัว และกระโปรง 4 ตัว ส่วนเครื่องประดับ 3 ชุด ประกอบด้วย เครื่องประดับชุดเข็มกลัด-จี้ ชุดสร้อยคอพับกางได้ และชุดสร้อยคอ-ข้อมือ ซึ่งเครื่องแต่งกายมีเครื่องประดับเป็นอุปกรณ์ในการปรับเปลี่ยน โดยเครื่องประดับทั้งสามชุดสามารถใช้ปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายได้ทั้งคอลเลคชั่น ซึ่งเครื่องแต่งกายหนึ่งชุดจะสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้ตั้งแต่ 1 รูปแบบขึ้นไป และให้ลักษณะเครื่องแต่งกายที่แตกต่างจากเครื่องแต่งกายตั้งต้น ทั้งโครงร่างเงา สีเส้น และวัสดุ โดยก่อนการปรับเปลี่ยน เครื่องประดับจะทำหน้าที่ในการประดับร่างกายผู้สวมใส่ และเมื่อปรับเปลี่ยนแล้วเครื่องประดับจะทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์ที่สำคัญในการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับเครื่องแต่งกาย



รูปที่ 8.30 เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับก่อนการปรับเปลี่ยน



รูปที่ 8.31 เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับหลังการปรับเปลี่ยน



รูปที่ 8.32 เครื่องประดับที่เป็นอุปกรณ์สำหรับปรับเปลี่ยน  
เครื่องประดับชุดเข็มกลัด-จี้ ชุดสร้อยคอพับกางได้ และชุดสร้อยคอ-ข้อมือ



รูปที่ 8.33 เครื่องประดับชุดเข็มกลัด-จี้

วิธีการใช้ เครื่องประดับชุดเข็มกลัด-จี้ ระบุตำแหน่งเข็มกลัด แล้วจึงเกี่ยวส่วนของเครื่องแต่งกายขึ้นคล้องกับจี้ ซึ่งอาจใช้จี้หลายตัวคล้องร่วมกันได้ ช่วยอำนวยความสะดวกต่อผู้บริโภค เนื่องจากการใช้เข็มกลัดในการกั๊ตเพื่อก่อรูปเครื่องแต่งกายโดยตรงนั้นทำได้ยาก วิธีการกั๊ตเข้าออกเพื่อหาตำแหน่งที่พอดี นอกจากจะทำให้พื้นผิวเครื่องแต่งกายเสียหายแล้วยังสร้างความลำบากต่อผู้บริโภค จึงแก้ปัญหาด้วยการใช้จี้เกี่ยวส่วนของเครื่องแต่งกายขึ้นคล้องกับเข็มกลัดในบริเวณที่เหมาะสม ซึ่งสะดวกต่อการใช้งานมากกว่า ช่วยลดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับเครื่องแต่งกาย และทำให้เกิดความพลีวไหวมากกว่าการติดด้วยเข็มกลัดโดยตรง



รูปที่ 8.34 เครื่องประดับชุดสร้อยคอพับกาง

วิธีการใช้เครื่องประดับชุดสร้อยคอพับกางได้ ด้านในของสร้อยจะมีช่องซึ่งซ่อนห่วงคล้ายตะขอไว้ เมื่อเกี่ยวส่วนของเครื่องแต่งกายเข้ากับตะขอ ส่วนของเครื่องแต่งกายจะพับกางตามสร้อย ซึ่งเส้นโซ่อาจนำมาคล้องคอ หรือพาดบ่าได้แล้วแต่รูปแบบ



รูปที่ 8.35 เครื่องประดับชุดสร้อยคอ-ข้อมือ

วิธีการใช้ชุดสร้อยคอ-ข้อมือ ตัวปิดปลายทั้งสองที่คล้องเข้าหากันสามารถเปิดปิดได้ และใช้คล้องเข้ากับส่วนของเครื่องแต่งกายตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่ง หรือหากคล้องตัวปิดกับส่วนของเครื่องแต่งกายสองตำแหน่งจะทำให้เกิดลักษณะเป็นวงซึ่งนำมาคล้องส่วนต่างๆของร่างกายได้ เช่น ไหล่ คอ แขน เป็นต้น

ทั้งนี้เครื่องประดับสามารถเลือกใช้ความยาวไซ้ได้ตามรูปแบบที่ต้องการ โดยถอดตะขอ ด้านข้างทั้งสองที่ปลายไซ้ ซึ่งเครื่องแต่งกายหนึ่งๆเมื่อใช้เครื่องประดับที่ต่างกัน การเกาะเกี่ยวจะส่งผลให้รูปแบบของเครื่องแต่งกายเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

## ผลงานเครื่องแต่งกายชุดที่ 1 ในคอลเลกชันแฟลชแบ(ลี้)ก



รูปที่ 8.36 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 1 ด้วยชุดเข็มกลัด-จี้



รูปที่ 8.37 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 1 ด้วยชุดสร้อยพับกาง

เครื่องแต่งกายชุดที่ 1 ประกอบด้วยชุดติดกันและเครื่องประดับชุดเข็มกลัด-จี้ หรือชุดสร้อยแบบพับกาง  
ตารางที่ 8.7 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 1 ในคอลเลกชันแฟลชแบ(ลี้)ก

เครื่องแต่งกายชุดที่1			สรุปความเปลี่ยนแปลง
องค์ประกอบ	ก่อนปรับเปลี่ยน	หลังปรับเปลี่ยน	
โครงร่างเงา	สมมาตร ทรงตรง	อสมมาตร ปลายทั้งสองด้านไม่เท่ากัน และ เกิดความพองขึ้นเล็กน้อยที่สะโพกด้านหนึ่ง	ความยืดหยุ่นสามารถเปลี่ยนได้หลายแบบ เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างรายละเอียดและสีในช่วงกลางลำตัวถึงส่วนปลาย จากแนวคิดที่ต้องการให้เครื่องประดับเป็นตัวฉายแสงแห่งสีสันชุดที่ดูเคร่งขรึมเป็นระเบียบในตอนแรกเมื่อถูกปรับเปลี่ยนด้วยเครื่องประดับจะให้ความรู้สึกที่มีชีวิตชีวา และลำลองมากขึ้น
รายละเอียด	รายละเอียดน้อย มีการต่อผ้าสีเทาและดำแบบทแยง	เกิดลักษณะของผ้าห้อยทิ้งลงบริเวณกลางและส่วนล่าง ชายผ้าที่ห้อยไล่ระดับกัน	
สี	สีเทาเข้มร้อยละ 40 และดำร้อยละ 60	พื้นที่สีเทาและดำลดลง แทนที่ด้วยสีฟ้าอมม่วงจากแสงเหนือ ร้อยละ 40	
วัสดุ	ผ้าเนื้อทึบค่อนข้างหนา	ชีฟองบางเบาและพลิ้ว กับผ้าทึบ	
วิธีการ	หลักการการเปิดเผย-ปกปิด และการประกอบวิธีการพับ การพลิกกลับด้าน และการรวบยัด		
โอกาส	งานเลี้ยงทางการ	งานเลี้ยงลำลอง	
เครื่องประดับ			
เครื่องประดับทั้งเข็มกลัด-จี้ และสร้อยตัดทอนรูปทรงมาจากลักษณะของแสงออโรรา ใช้เป็นตัวเกาะเกี่ยวเปิดและยกชุดขึ้นเผยให้เห็นสีสันและความพลิ้วไหวที่ซ่อนอยู่ เมื่อปรับเปลี่ยนเครื่องประดับจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของชุด			

## ผลงานเครื่องแต่งกายชุดที่ 2 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก



รูปที่ 8.38 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 2 ด้วยชุดสร้อยพับกาง

เครื่องแต่งกายชุดที่ 2 ประกอบด้วยเสื้อ กางเกง และเครื่องประดับชุดสร้อยแบบพับกาง  
ตารางที่ 8.8 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 2 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก

เครื่องแต่งกายชุดที่ 2			สรุปความเปลี่ยนแปลง
องค์ประกอบ	ก่อนปรับเปลี่ยน	หลังปรับเปลี่ยน	
โครงร่างเงา	สมมาตร ช่วงบนมีลักษณะบานออกแบบโค้งขึ้น ช่วงล่างเข้ารูป	สมมาตร ช่วงบนมีลักษณะบานออกโค้งลง ช่วงล่างเข้ารูป	การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพและหน้าที่จากเสื้อ
รายละเอียด	ไม่มีรายละเอียด	จีบระบายรอบอกเป็นชั้น ขอบระบายสีดำเล็กน้อย	คลุมกลายเป็นเสื้อคล้องคอ โดย
สี	สีดำร้อยละ 50 เทาเข้มร้อยละ 50	สีฟ้าเข้มไล่กับสีม่วงจากสีของแสงเหนือร้อยละ 45 สีดำร้อยละ 5 สีเทาเข้มร้อยละ 50	แนวคิดที่ต้องการให้เครื่องประดับเป็นตัวฉายแสง
วัสดุ	เนื้อทึบค่อนข้างหนา	ซีฟองบางเบาและพลิ้ว กับผ้าทึบ	แห่งสีสัน ชุดที่ดู
วิธีการ	หลักการการแผ่อก-เก็บเข้า และการประกอบวิธีการใช้บานพับและยึดจุดหมุน		เครื่องขริมเป็นระเบียบในตอนแรกเมื่อถูก
โอกาส	งานเลี้ยงทางการ	งานเลี้ยงลำลอง	ปรับเปลี่ยนด้วยเครื่องประดับจะให้ความรู้สึกที่มีชีวิตชีวาและลำลองมากขึ้น
เครื่องประดับ			
เครื่องประดับสร้อยตัดทอนรูปทรงมาจากลักษณะของแสงเหนือ มีการยึดจุดหมุนให้สามารถพับกางและใช้เป็นตัวเกาะเกี่ยวผ้าได้ เมื่อปรับเปลี่ยนสร้อยพับกางนี้จะเปลี่ยนหน้าที่จากสร้อยเป็นสายคล้องคอซึ่งกลายเป็นส่วนหนึ่งของชุด และช่วยเปลี่ยนหน้าที่ของเครื่องแต่งกาย รวมทั้งเผยให้เห็นสีสันและความพลิ้วไหวที่ซ่อนอยู่			

## ผลงานเครื่องแต่งกายชุดที่ 3 ในคอลเลกชันแฟลชแบ(ลี้)ก



รูปที่ 8.39 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 3 ด้วยสร้อยจี้

รูปที่ 8.40 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 3 ด้วยชุดสร้อยพักกาง

เครื่องแต่งกายชุดที่ 3 ประกอบด้วยชุดติดกันและเครื่องประดับชุดเข็มกลัด-จี้ หรือชุดสร้อยแบบพักกาง  
ตารางที่ 8.9 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 3 ในคอลเลกชันแฟลชแบ(ลี้)ก

เครื่องแต่งกายชุดที่ 3			สรุปความเปลี่ยนแปลง
องค์ประกอบ	ก่อนปรับเปลี่ยน	หลังปรับเปลี่ยน	
โครงร่างเงา	ตัวหลวมต่อใต้อก คอกกว้างรูปทรงวี สมมาตร ปลายบานออกแบบอสมมาตร	ตัวหลวม จี๊มเอวช่วงบนพอง บ่าเฉียง อสมมาตร ปลายหุบเข้าเล็กน้อยอสมมาตร	ความยืดหยุ่น สามารถเปลี่ยนได้ หลายแบบ เกิด
รายละเอียด	การแทรกผ้าสีดำ เป็นชายห้อยยาว	ผ้าทิ้งตัวไล่ระดับเป็นชั้นจากไหล่ ไปด้านหลัง การรวบผ้าเข้าบริเวณเอว	การเปลี่ยนแปลง โครงสร้าง รายละเอียดและ
สี	สีเทาอ่อนร้อยละ 40 และดำร้อยละ 60 (ด้านหลังสีดำทั้งหมด)	สีเขียวเหลือบจากสีแสงเหนือ ร้อยละ 30 สีดำร้อยละ 65 สีเทาอ่อนร้อยละ 5	สีสันด้านหน้าร้อยละ ละ 50-90 และ จากแนวคิดที่ให้
วัสดุ	เนื้อที่บค่อนข้างหนา	ชีฟองบางเบาและพลิ้ว กับผ้าที่บ	เครื่องประดับเป็น
กรรมวิธี	หลักการการเปิดเผย-ปกปิด การแผ่ออก-เก็บเข้า และการประกอบ วิธีการรวบยืด ใช้บานพับและยึดจุดหมุน การพลิกกลับด้าน		ตัวฉายแสงแห่ง สีสัน ชุดที่ดู
โอกาส	งานเลี้ยงลำลอง	งานเลี้ยงทางการ	ลำลองสบายเมื่อ ถูกปรับเปลี่ยน
เครื่องประดับ			ด้วยเครื่องประดับ จะให้ความรู้สึกที่ มีเรียบร้อยแต่ดูมี ชีวิตชีวา
เครื่องประดับจี้และสร้อยตัดทอนรูปทรงมาจากลักษณะของแสงเหนือ โดยสร้อยมีการยึดจุดหมุนให้สามารถพักกางได้เช่นเดียวกับจี้ซึ่งมีบานพับใช้สำหรับเกาะเกี่ยวผ้าได้ ใช้เปิดและยกชุดขึ้นเผยให้เห็นสีสันและความพลิ้วไหวที่ซ่อนอยู่ เมื่อปรับเปลี่ยนเครื่องประดับจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของชุด			

## ผลงานเครื่องแต่งกายชุดที่ 4 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก



รูปที่ 8.41 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 4 ด้วยชุดเข็มกลัด-จี๋

เครื่องแต่งกายชุดที่ 4 ประกอบด้วยชุดติดกันและเครื่องประดับชุดเข็มกลัด-จี๋  
ตารางที่ 8.10 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 4 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก

เครื่องแต่งกายชุดที่ 4			สรุปความเปลี่ยนแปลง
องค์ประกอบ	ก่อนปรับเปลี่ยน	หลังปรับเปลี่ยน	
โครงร่างเงา	ทรงตรง ปลายด้านหนึ่งพองออกเล็กน้อย ด้านหนึ่งตรง	ทรงตรง อสมมาตรอย่างชัดเจน ปลายด้านหนึ่งมีชายห้อย อีกด้านยกขึ้นย้วยพองที่อกและเอว	การเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง รายละเอียดและสีสันทัน
รายละเอียด	การทับซ้อนผ้าระหว่างสีเทาเข้มและดำ	การเน้นบริเวณขอบทำให้เกิดเป็นทรงจากการยกขึ้น และชายผ้าอีกด้านที่เป็นระบายยาว	ช่วงลำตัวถึงส่วนปลายเกิดความอสมมาตร มีลักษณะเป็นโครงที่ยื่นออกมาบริเวณเอว และจากแนวคิดที่ต้องการให้เครื่องประดับเป็นตัว
สี	สีเทาเข้มร้อยละ 35 สีดำร้อยละ 65 (ด้านหลังสีดำทั้งหมด)	สีฟ้าเขียวจากสีของแสงเหนือ ร้อยละ 15 สีดำร้อยละ 70 สีเทาเข้มร้อยละ 15	ฉายแสงแห่งสีสันทัน ชุดที่ดูเคร่งขรึมเป็นระเบียบในตอนแรก เมื่อถูกปรับเปลี่ยนด้วยเครื่องประดับจะให้ความรู้สึกที่ล้าลองและชีวิตชีวา
วัสดุ	เนื้อที่บค่อนข้างหนา	ชีฟองบางเบาและพลิ้ว กับผ้าที่บ	
กรรมวิธี	หลักการการเปิดเผย-ปกปิด วิธีการรวบยัด การประกอบ และการพลิกกลับด้าน		
โอกาส	งานเลี้ยงทางการ	งานเลี้ยงลำลอง	
เครื่องประดับ			
เครื่องประดับทั้งเข็มกลัด-จี๋ตัดทอนรูปทรงมาจากลักษณะของแสงเหนือใช้เป็นตัวเกาะเกี่ยวพลิกและยกชุดขึ้นเผยให้เห็นสีสันทันและโครงที่ซ่อนอยู่ เมื่อปรับเปลี่ยนเครื่องประดับจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของชุด			

## ผลงานเครื่องแต่งกายชุดที่ 5 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก



รูปที่ 8.42 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 5 ด้วยชุดสร้อยพับกาง

เครื่องแต่งกายชุดที่ 5 ประกอบด้วยชุดเสื้อสายเดี่ยว กระโปรงสั้น และเครื่องประดับชุดสร้อยพับกาง  
ตารางที่ 8.11 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 5 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก

เครื่องแต่งกายชุดที่ 5			สรุปความเปลี่ยนแปลง
องค์ประกอบ	ก่อนปรับเปลี่ยน	หลังปรับเปลี่ยน	
โครงร่างเงา	สมมาตร ทรงเข้ารูป ด้านหน้าสั้นกว่าด้านหลัง	สมมาตร ด้านบนบานออก ห่อหุ้มไหล่ ด้านล่างทรงตรง	การเปลี่ยนแปลงทาง กายภาพและหน้าที่ เสื้อสายเดี่ยวชายยาว เพียงตัวเดียว กลายเป็นเสื้อคลุมและ เสื้อสายเดี่ยวที่เหมือน มีเสื้อคลุมทับอีกชั้น จากแนวคิดที่ต้องการ ให้เครื่องประดับเป็น ตัวฉายแสงแห่งสีสัน ชุดที่ดูเคร่งขรึมเป็น ระเบียบในตอนแรก เมื่อถูกปรับเปลี่ยนด้วย เครื่องประดับจะ ให้ความรู้สึกที่มีชีวิตชีวา และพลิ้วไหวมากขึ้น
รายละเอียด	การตัดต่อผ้า และการทับซ้อน	ผ้าเรียงเป็นชั้นไล่กันเป็นระบาย ด้านหลังมีการป้ายผ้าทับกัน ช่วงไหล่ถึงกลางหลัง	
สี	สีเทาเข้มร้อยละ 50 สีดำร้อยละ 50	สีฟ้าเขียวจากแสงเหนือร้อยละ 15 สีเทาเข้มเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 70 สีดำลดลงเป็นร้อยละ 15	
วัสดุ	เนื้อที่บค่อนข้างหนา	ชีฟองบางเบาและพลิ้ว กับผ้าที่ทับ	
กรรมวิธี	หลักการการเปิดเผยและการปกปิด การรวมและการแยก วิธีการประกอบ การรวบยัดและการพับ		
โอกาส	งานเลี้ยงทางการ	งานเลี้ยงทางการ/ลำลอง	
เครื่องประดับ			
เครื่องประดับสร้อยตัดทอนรูปทรงมาจากลักษณะของแสงเหนือ มีการยึดจุด หมุนให้สามารถพับกางได้ และใช้เป็นตัวเกาะเกี่ยวผ้า เมื่อปรับเปลี่ยนสร้อยพับ กางนี้จะเปลี่ยนหน้าที่จากสร้อยเป็นจี้ขนาดใหญ่กลายเป็นส่วนหนึ่งของชุด และ ช่วยเปลี่ยนหน้าที่ของเครื่องแต่งกาย รวมทั้งเผยสีสันและความพลิ้วที่ซ่อนอยู่			



## ผลงานเครื่องแต่งกายชุดที่ 6 ในคอลเลกชันแฟลชแบเบ(ส์)ก



รูปที่ 8.43 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 6 ด้วยสร้อยจี้

เครื่องแต่งกายชุดที่ 6 ประกอบด้วยชุดติดกันและเครื่องประดับชุดสร้อยจี้  
ตารางที่ 8.12 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 6 ในคอลเลกชันแฟลชแบเบ(ส์)ก

เครื่องแต่งกายชุดที่ 6			สรุปความเปลี่ยนแปลง
องค์ประกอบ	ก่อนปรับเปลี่ยน	หลังปรับเปลี่ยน	
โครงร่างเงา	สมมาตร ทรงตรงเข้ารูป เล็กน้อย มีชายห้อยด้านหลัง	อสมมาตร เข้ารูปเล็กน้อยด้านหนึ่ง อีกด้านหนึ่งพองออก	การเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง รายละเอียดและสีสันทึ่ฝั่งขวาเกิดลักษณะคล้ายระบายที่พลิ้วไหว จากแนวคิดที่ต้องการให้เครื่องประดับเป็นตัวฉายแสงแห่งสีสันทึ่ชุดที่ดูเคร่งขรึมเป็นระเบียบในตอนแรก เมื่อถูกปรับเปลี่ยนด้วยเครื่องประดับ จะให้ความรู้สึกที่มีชีวิตชีวา และอ่อนโยนมากขึ้น
รายละเอียด	การต่อสีดำและเทาอ่อน และผ้าห้อยยาวด้านหลัง	ผ้าพลิ้วหลากหลายสีทั้งตัวไล่ระดับ	
สี	สีเทาอ่อนร้อยละ 45 สีดำร้อยละ 55	สีขาว เขียว ม่วง ชมพูและฟ้า จากสีของแสงเหนือร้อยละ 30 สีดำร้อยละ 60 สีเทาอ่อนร้อยละ 10	
วัสดุ	เนื้อทึบค่อนข้างหนา	ชีฟองบางเบาและพลิ้ว กับผ้าทึบ	
กรรมวิธี	หลักการการแผ่ออกการเก็บเข้าและการเปิดเผยการปกปิด วิธีการรวบยัด การพลิกกลับด้าน และหลักการรวมและแยก		
โอกาส	งานเลี้ยงทางการ	งานเลี้ยงทางการ/ลำลอง	
เครื่องประดับ			
เครื่องประดับสร้อย-จี้ตัดทอนรูปทรงมาจากลักษณะของแสงเหนือ มีบานพับสามารถเปิดปิดได้ และใช้เป็นตัวเกาะเกี่ยวผ้า เมื่อปรับเปลี่ยนตัวจี้จะเป็นตัวเชื่อมผ้า และพลิกยกชุดขึ้นเผยให้เห็นสีสันทึ่และความพลิ้วไหวที่ซ่อนอยู่			

## ผลงานเครื่องแต่งกายชุดที่ 7 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก



รูปที่ 8.44 การปรับเปลี่ยนชุดที่ 7 ด้วยชุดสร้อยคอ-ข้อมือ สามารถสวมใส่ได้ 4 รูปแบบ

เครื่องแต่งกายชุดที่ 7 ประกอบด้วยเกาะอก กระโปรง และเครื่องประดับชุดสร้อยคอ-ข้อมือ

## ตารางที่ 8.13 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 7 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบ(ลี้)ก

เครื่องแต่งกายชุดที่ 7			สรุปความเปลี่ยนแปลง
องค์ประกอบ	ก่อนปรับเปลี่ยน	หลังปรับเปลี่ยน	
โครงร่างเงา	สมมาตร เอวเข้ารูป กระโปรงทรงตรง	อสมมาตร ทรงตรง ด้านหน้าสั้นกว่าด้านหลัง	ความยืดหยุ่นเปลี่ยน ได้หลายแบบ การ
รายละเอียด	กระโปรงผ่าข้าง	ผ้าปาดขึ้นที่อกด้านหนึ่งหรือสอง ด้าน ด้านหน้าสั้นขึ้นทำให้เห็นสี ด้านในของกระโปรงส่วนหลัง	เปลี่ยนแปลงด้าน กายภาพและหน้าที่ กระโปรงกลายเป็น
สี	สีเทาอ่อนร้อยละ 70 สีดำร้อยละ 30	หลากหลายสีจากสีแสงเหนือ ถูก เผยออกในลักษณะต่างๆร้อยละ 40-60 ส่วนสีดำและเทาลดลง	ชุดอย่างชัดเจนทั้ง ด้านหน้าและข้าง จากแนวคิดต้องการ
วัสดุ	เนื้อที่บค่อนข้างหนา	ซีฟองบางเบาและพลิ้ว กับผ้าที่บ	ให้เครื่องประดับเป็น
กรรมวิธี	หลักการการเปิดเผยการปกปิด กรรมวิธีการพลิกกลับด้าน การประกอบและการพับ		ตัวฉายแสงแห่งสีสัน ชุดที่ดูเคร่งขรึมเป็น
โอกาส	งานเลี้ยงทางการ	งานเลี้ยงลำลอง	ระเบียบในตอนแรก
เครื่องประดับ			เมื่อถูกปรับเปลี่ยน
เครื่องประดับสร้อยตัดทอนรูปทรงมาจากลักษณะของแสงเหนือ มีบานพับ สามารถเปิดปิดได้และใช้เป็นตัวเกาะเกี่ยวผ้า เมื่อปรับเปลี่ยนสร้อยช่วยเปลี่ยน หน้าที่ของเครื่องแต่งกาย ด้วยวิธีการเปิดและยกชายกระโปรงขึ้นกลายเป็นสาย พาดไหล่ และสายคล้องคอของชุดเผยให้เห็นสีสันและความพลิ้วไหวที่ซ่อนอยู่			จะให้ความรู้สึกที่มี ชีวิตชีวา และพลิ้ว ไหวมากขึ้น

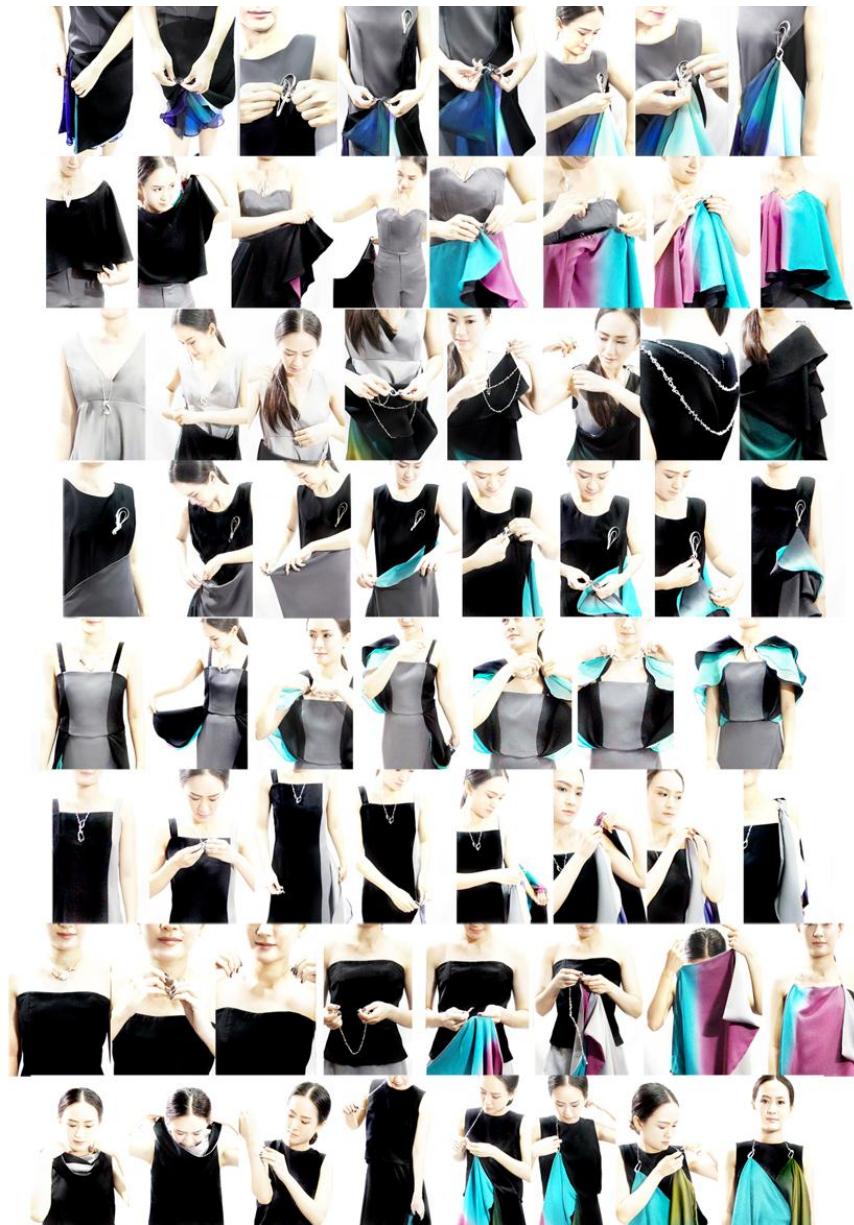
## ผลงานเครื่องแต่งกายชุดที่ 8 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบล็ก



รูปที่ 8.45 การปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายชุดที่ 8 ด้วยชุดสร้อยคอ-ข้อมือ

เครื่องแต่งกายชุดที่ 8 ประกอบด้วยเกะอกและ กระโปรง และเครื่องประดับชุดสร้อยคอ-ข้อมือ  
ตารางที่ 8.14 วิเคราะห์เครื่องแต่งกายชุดที่ 8 ในคอลเลคชั่นแฟลชแบล็ก

เครื่องแต่งกายชุดที่ 8			สรุปความเปลี่ยนแปลง
องค์ประกอบ	ก่อนปรับเปลี่ยน	หลังปรับเปลี่ยน	
โครงร่างเงา	อสมมาตร ปลายย้วยบาน ปลายหนึ่งยาวกว่าอีกปลาย	อสมมาตร บานออกตั้งแต่ ช่วงอก ด้านหน้าสั้นกว่าหลัง	ความยืดหยุ่นเปลี่ยน ได้หลายแบบ การ เปลี่ยนแปลงด้าน กายภาพและหน้าที่ กระโปรงกลายเป็น ชุดอย่างชัดเจนทั้ง ด้านหน้าและข้าง จากแนวคิดที่ให้ เครื่องประดับเป็น ตัวฉายแสงแห่งสีสัน ชุดที่ดูเคร่งขรึมเป็น ระเบียบในตอนแรก เมื่อถูกปรับเปลี่ยน ด้วยเครื่องประดับ จะให้ความรู้สึกที่มี ชีวิตชีวา และพลิ้ว ไหวมากขึ้น
รายละเอียด	คอเสื้อพับตลบแสดงการ ตัดต่อผ้าสีเทาดำ ปลาย กระโปรงบาย้วยรอบด้าน	ผ้าปาดขึ้นป้ายกันที่อกสองข้าง ชายผ้าห้อยไล่ระดับเป็นทางยาว	
สี	สีเทาอ่อนร้อยละ 5 สีดำร้อยละ 95	หลากหลายสีสันจากแสงเหนือ ร้อยละ 40 สีเทาร้อยละ 10 และสีดำร้อยละ 50	
วัสดุ	เนื้อทึบค่อนข้างหนา	ชีฟองบางเบาพลิ้ว กับผ้าทึบ	
กรรมวิธี	หลักการการเปิดเผยการปกปิด กรรมวิธีการรวบยัด การพลิก กลับด้าน การพับ และการประกอบ		
โอกาส	งานเลี้ยงทางการ	งานเลี้ยงลำลอง	
เครื่องประดับ			
เครื่องประดับสร้อยตัดทอนรูปทรงมาจากลักษณะของแสงเหนือ มีบานพับ สามารถเปิดปิดได้ และใช้เป็นตัวเกะเกี่ยวผ้า เมื่อปรับเปลี่ยนสร้อยจะเปิดและยก ชุดขึ้นกลายเป็นสายเดี่ยว และสายคล้องคอของชุดโดยจะแสดงให้เห็นสีสันและความ พลิ้วไหวที่ถูกเผยออกมา			



รูปที่ 8.46 การปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายด้วยเครื่องประดับโดยผู้สวมใส่



รูปที่ 8.47 เครื่องแต่งกายก่อนและหลังการปรับเปลี่ยนด้วยเครื่องประดับของงานวิจัย

จากผลงานต้นแบบการออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับภายใต้แนวคิดการสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน ประกอบด้วย เครื่องแต่งกาย 8 ชุดและเครื่องประดับ 3 ชุด พบว่า เครื่องประดับของงานวิจัยสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อเครื่องแต่งกายในด้านโครงสร้าง รายละเอียดและสีสันทัน ซึ่งส่งผลให้เกิดโอกาสการใช้งานที่เพิ่มขึ้น จากองค์ประกอบต่างๆที่ผู้วิจัยเลือกใช้ ส่งผลให้เกิดความแตกต่างระหว่างลักษณะเรียบง่ายซึ่งมีโอกาการใช้สอยออกงานแบบทางการ กับลักษณะลำลองที่มีชีวิตชีวา และสีสันทัน ซึ่งการปรับเปลี่ยนของงานวิจัยมีความยืดหยุ่นสามารถเปลี่ยนแปลงได้หลายรูปแบบตามความต้องการของผู้บริโภค โดยได้รับแรงบันดาลใจจากปรากฏการณ์แสงเหนือ ซึ่งมีลักษณะรูปร่างที่หลากหลาย อิสระ และพลิ้วไหว ซึ่งตำแหน่งที่ถูกปรับเปลี่ยนด้วยเครื่องประดับจะเป็นจุดกำเนิดของสีสันทันและความพลิ้วไหวของเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการแต่งกาย จากสิ่งที่ใส่เพียงเพื่อการประดับกลายมาเป็นอุปกรณ์ที่มีความจำเป็นสำหรับการปรับเปลี่ยน ใช้สำหรับเกาะเกี่ยวและเป็นส่วนเติมเต็มให้เครื่องแต่งกายสามารถเปลี่ยนไปสู่รูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งนอกจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบแล้ว เครื่องประดับยังสามารถช่วยเปลี่ยนหน้าที่ของเครื่องแต่งกายบางลักษณะได้ด้วย เช่น จากเสื้อคลุมกลายเป็นเสื้อคล้องคอ จากชายเสื้อกลายเป็นเสื้อคลุม หรือจากชายกระโปรงกลายเป็นชุด เป็นต้น ซึ่งเป็นการเพิ่มบทบาทร่วมระหว่างเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับทั้งด้านรูปแบบและหน้าที่ไปพร้อมกัน

## บทที่ 9

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

หลังจากทำการศึกษา วิเคราะห์ และสร้างสรรค์ผลงานโดยครบถ้วนแล้ว ในส่วนนี้เป็นการประมวลผลภาพรวมของงานวิจัย เริ่มจากการทบทวนวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินงาน และนำไปสู่การสรุปผล ซึ่งท้ายที่สุดได้ทำการประเมินความประสิทธิผลของงานวิจัยจากผู้บริโภค แล้วจึงจัดทำเป็นการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

#### ส่วนที่ 1 สังเขปวัตถุประสงค์ และวิธีดำเนินงาน

- 1.1 ความสำคัญและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
- 1.2 วิธีดำเนินงานวิจัย

#### ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัย

- 2.1 สรุปผลภาพรวมงานวิจัย
- 2.2 ผลประเมินจากผู้บริโภค

#### ส่วนที่ 3 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

## ส่วนที่ 1 สังเขปวัตถุประสงค์ และวิธีดำเนินงาน

### 1.1 ความสำคัญและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อหาแนวทางในการทำงานร่วมกันระหว่างเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ให้สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน สำหรับสตรีวัยทำงานอายุ 23-32 ปี ที่เป็นผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย จากการศึกษาวิเคราะห์หลักการและวิธีการในการปรับเปลี่ยนรูปแบบควบคู่กับการศึกษาลักษณะเครื่องแต่งกายในยุคกรีกโบราณที่ใช้เครื่องประดับเป็นอุปกรณ์ในการก่อรูป ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการเพิ่มแนวทางและประโยชน์ใช้สอยของเครื่องประดับต่อเครื่องแต่งกายให้เกิดบทบาทร่วมกันเพื่อสร้างรูปแบบที่หลากหลาย รวมทั้งสร้างความพึงพอใจด้านรูปแบบและด้านประโยชน์ใช้สอยต่อผู้บริโภคไปพร้อมกัน

### 1.2 วิธีดำเนินงานวิจัย

เริ่มจากความสนใจของผู้วิจัยเกี่ยวกับเครื่องประดับในแง่มุมของการแต่งกายและความสัมพันธ์กับเครื่องแต่งกาย จึงนำมาสู่การรวบรวมและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์และโอกาสทางการตลาดเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานในปัจจุบัน เพื่อหาช่องทางและความเป็นไปได้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์งานวิจัยให้ตอบสนองต่อตลาดปัจจุบัน

จากนั้นจึงรวบรวมและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานและเครื่องประดับหลักการและวิธีการของการปรับเปลี่ยน รวมทั้งแนวทางของเครื่องแต่งกายในยุคกรีกโบราณที่มีการใช้เครื่องประดับในการก่อรูป ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้จะถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวคิดหลักของงานวิจัย

ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ จิตนิสัย การใช้ชีวิต รสนิยม รายได้ และรูปแบบของการแต่งกายสำหรับออกงานและเครื่องประดับของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเพื่อประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์งานวิจัยในสถานะตลาดปัจจุบัน

เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มการแต่งกายตามฤดูกาล จึงทำการศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มทางแฟชั่น โดยใช้แนวโน้มทางแฟชั่นหลักจากสไตล์ไซต์ (Stylesight) และแนวโน้มแฟชั่นสนับสนุนจากดับบลิวจีเอสเอ็น (WGSN) และเนลลีโรดิ (Nelly Rodi) เพื่อจัดทำแนวโน้มทางแฟชั่นใหม่ประจำฤดูใบไม้ร่วง-ฤดูหนาว ค.ศ. 2014/2015 สำหรับงานวิจัยฉบับนี้

ส่วนสุดท้ายของการศึกษาในงานวิจัย คือ การหาแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบประจำฤดูกาล ที่มีความสอดคล้องและสามารถสนับสนุนต่อวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยเฉพาะในด้านการปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อเพิ่มประโยชน์ใช้สอย

โดยในการออกแบบ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์และประมวลผลข้อมูลจากการศึกษาส่วนต่างๆดังกล่าวแล้วข้างต้น แล้วจึงเข้าสู่ขั้นตอนการออกแบบที่มีกระบวนการตั้งแต่การร่างแบบ การทดลองขึ้นต้นแบบ การปรับปรุงพัฒนาแบบ จนมาสู่การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สมบูรณ์

การประเมินผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย โดยการจัดแสดงผลงานเพื่อทำแบบสอบถามความคิดเห็นจากผู้บริโภคเพื่อนำมาอภิปรายผลและจัดทำข้อเสนอแนะ

## ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัย

### 2.1 สรุปผลภาพรวมงานวิจัย

จากการรวบรวมศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดของงานวิจัย สามารถสรุปผลแบ่งออกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

2.1.1. ผลสรุปเนื้อหาหลักของงานวิจัยด้านหลักการและวิธีการตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2.1.1.1 หลักการใช้งานของเครื่องประดับต่อเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับมีหน้าที่เพิ่มเติมจากการใช้เพื่อประดับตกแต่ง โดยมีความสัมพันธ์กับเครื่องแต่งกายในรูปแบบ ดังนี้

(1) ในรูปแบบการแทนที่ส่วนประกอบของเครื่องแต่งกายที่ทำหน้าที่ยึดเกาะกับร่างกาย เช่น แทนสายคล้องคอ สายพาดไหล่ เป็นต้น ซึ่งสามารถช่วยทำให้เครื่องแต่งกายเปลี่ยนหน้าที่การใช้งานได้ เช่น จากเสื้อคลุมเป็นเสื้อคล้องคอ จากชายเสื้อเป็นเสื้อคลุม เป็นต้น

(2) ในรูปแบบของการสร้างรายละเอียดแทนการตัดเย็บ เป็นการทำให้เกิดรายละเอียดแบบชั่วคราว ซึ่งสามารถกลับคืนรูปเดิมได้ ต่างจากการตัดเย็บซึ่งมีความถาวร โดยการใช้เครื่องประดับเกาะเกี่ยวทำให้ส่วนของเครื่องแต่งกายยึดติดกัน และเกิดเป็นรายละเอียดเพื่อการตกแต่ง เช่น รอยจีบ ระบาย เป็นต้น

2.1.1.2 วิธีการปรับเปลี่ยนจากการศึกษาของงานวิจัย ประกอบด้วย 12 วิธี ได้แก่ การรวบยัด การพับ การพลิกกลับด้าน การทบแบบพัต การเลื่อน การใช้นานพับและการยึดจุดหมุน การม้วนขด การยึดหด การประกอบ การครอบต่อกัน การห่อหุ้มด้วยโครง และการประสานพิกัต โดยจากการวิเคราะห์ตามแนวทางการก่อรูปเครื่องแต่งกายในยุคกรีกโบราณซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานในปัจจุบัน สามารถระบุวิธีการที่สอดคล้องได้ดังนี้

(1) การรวบยัด (Stress) เป็นการจับรวบ ทำให้เกิดการยึดติดกันและเกิดรายละเอียดการพับ รูด หรือจีบย่น ส่งผลกระทบต่อรายละเอียดและโครงร่างเงาของเครื่องแต่งกาย

(2) การพลิกกลับด้าน (Flip) เป็นการเปลี่ยนระนาบโดยการกลับหน้าหรือพื้นผิวการใช้งาน ส่งผลกระทบต่อรายละเอียดและสีของเครื่องแต่งกาย

(3) การพับ (Folding) เป็นการเปลี่ยนรูปในลักษณะของการทำให้เล็กลงหรือลดพื้นที่ ส่งผลกระทบต่อรายละเอียด โครงร่างเงาและสีของเครื่องแต่งกาย

(4) การใช้นานพับและการยึดจุดหมุน (Hinging) เป็นการเปลี่ยนในลักษณะการทำให้เกิดการเปิดปิด การพลิกกลับไปมา และการหมุน เป็นกรรมวิธีที่เกี่ยวข้องกับข้อต่อโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นส่วนประกอบของเครื่องประดับที่ใช้สำหรับการปรับเปลี่ยน ส่งผลกระทบต่อโครงร่างเงาของเครื่องประดับ

(5) การประกอบ (Assembling) เป็นการนำส่วนต่างๆ ประกอบเข้าด้วยกันเพื่อก่อรูป ส่งผลต่อการยึดต่อกันระหว่างเครื่องแต่งกายกับเครื่องประดับ และระหว่างเครื่องประดับกับเครื่องประดับ

โดยการปรับเปลี่ยนครั้งหนึ่งสามารถใช้หลายกรรมวิธีรวมกันได้ แต่อย่างไรก็ตามกรรมวิธีต่างๆ จะเกิดขึ้นภายใต้หลักการปรับเปลี่ยน 3 หลักการ ได้แก่ การแผ่อกและเก็บเข้า (Expand and Collapse) การเปิดเผยและปกปิด (Expose and Cover) การรวมและการแยก (Fuse and Divide)



2.1.1.3 การวิเคราะห์ตำแหน่งที่เหมาะสมของเครื่องประดับบนร่างกาย และเครื่องแต่งกาย ได้แก่ การยึดเกาะตามแนวแกนหลักของร่างกายตั้งแต่คอ บ่าและไหล่ หน้าอก ลำตัวรวมถึงเครื่องแต่งกายในแนวแกนหลัก ซึ่งสามารถรับน้ำหนักได้มากทั้งน้ำหนักจากเครื่องประดับ และเครื่องแต่งกาย รวมทั้งสามารถปกคลุมส่วนของร่างกายที่ต้องการปกปิดได้เป็นบริเวณกว้าง และ โดยเฉพาะการยึดเกาะกับร่างกายส่วนบนจะไม่เป็นอุปสรรคต่ออิริยาบถในชีวิตประจำวันของมนุษย์

2.1.2 ผลสรุปส่วนเพิ่มเติมเกี่ยวกับผู้บริโภค การลักษณะทางการตลาด และการ ออกแบบของงานวิจัย

2.1.2.1 การวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและการตลาด กลุ่มเป้าหมายหลัก สตรีอายุ 23-32 ปี และกลุ่มเป้าหมายรองอายุ 33-42 ปี โดยรวมมีความคล้ายคลึงกันทั้งทัศนคติและการแต่งกาย ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี ชอบการทดลองสิ่งแปลกใหม่ มีความจำเป็นต้องออกงานสังคมหลากหลายรูปแบบเป็นประจำ ส่วน การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาดของงานวิจัยสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์งานวิจัยมีลักษณะเด่นคือ เป็น เครื่องแต่งกายที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้โดยใช้เครื่องประดับเป็นอุปกรณ์ มีการจัดจำหน่ายใน ลักษณะควบคู่กันระหว่างเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ โดยมีรูปแบบสำหรับการออกงานแบบ ทางการและแบบลำลองรวมกันอยู่ในชุดเดียวกัน

2.1.2.2 แนวโน้มทางแฟชั่นและแรงบันดาลใจเป็นสิ่งที่หมุนเวียนเปลี่ยนไป ตามฤดูกาล ซึ่งแนวโน้มแฟชั่นที่ผู้วิจัยที่ใช้สำหรับงานวิจัย คือ ฤดูกาลใบไม้ร่วง- ฤดูหนาว ค.ศ. 2014/2015 โดยใช้แนวโน้มแฟชั่นหลักจากสไตล์ไซต์ (Stylesight) แนวโน้มแฟชั่นสนับสนุนจาก ดัชนีจีเอสเอ็น (WGSN) และเนลลีโรดิ (Nelly Rodi) ซึ่งสามารถวิเคราะห์สรุปเป็นแนวโน้มแฟชั่น ใหม่หัวข้ออีนิกมาติก (Enigmatic) สำหรับงานวิจัยฉบับนี้โดยเฉพาะ และแรงบันดาลใจที่ผู้วิจัยเลือกใช้ คือ ปรากฏการณ์แสงเหนือ โดยการตีความลักษณะที่แตกต่างกันของคืนปกติและคืนที่มีการเกิด ปรากฏการณ์แสงเหนือ ออกมาเป็นลักษณะของเครื่องประดับและเครื่องแต่งกายก่อนและหลังการ ปรับเปลี่ยน โดยใช้ลักษณะทางกายภาพ ทั้งรูปร่าง และสีสันทในการสื่อสาร

2.1.3. การประยุกต์ผลสรุปของงานวิจัยเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบของงานวิจัยทำเป็นขั้นตอน ตั้งแต่การนำผลสรุปของงานวิจัย มาสังเคราะห์ร่วมกันเพื่อร่างแบบ ทดลองขึ้นต้นแบบ ปรับปรุงพัฒนา จนมาสู่การผลิตเป็น ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สมบูรณ์ ใช้ชื่อคอลเลคชั่นว่าแฟลชแบค (FLASH B(L)ACK) มีความหมายถึง การย้อนกลับ สื่อสารถึงการปรับเปลี่ยนแบบไปมาได้ระหว่างรูปแบบของเครื่องแต่งกาย โดยลักษณะ ผลงานมาจากการตีความแรงบันดาลใจปรากฏการณ์แสงเหนือ ซึ่งมีความแตกต่างระหว่างความมืดใน คืนปกติกับคืนที่มีแสงสีพลูไหว คอลเลคชั่นนี้ประกอบด้วยเครื่องแต่งกายจำนวน 8 ชุด และ เครื่องประดับสำหรับเป็นอุปกรณ์ในการปรับเปลี่ยนจำนวน 3 ชุด โดยเครื่องประดับทุกชุดสามารถใช้ ปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกายได้ทั้งคอลเลคชั่น ซึ่งเครื่องแต่งกายหนึ่งชุดจะสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบ ได้ตั้งแต่ 1 รูปแบบขึ้นไป ทั้งนี้ก่อนการปรับเปลี่ยน เครื่องประดับจะทำหน้าที่ในการประดับร่างกาย และเมื่อปรับเปลี่ยนแล้วเครื่องประดับจะทำหน้าที่เป็นอุปกรณ์ที่มีความสำคัญในการปรับเปลี่ยน รูปแบบของเครื่องแต่งกายและเป็นเครื่องตกแต่งให้กับเครื่องแต่งกายไปในตัว หน้าที่เครื่องประดับ

ของงานวิจัยจึงเพิ่มขึ้นและกลายเป็นความจำเป็นต่อการแต่งกาย โดยลักษณะของเครื่องแต่งกายสามารถปรับเปลี่ยนการใช้สอยได้ระหว่างเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานที่มีรูปแบบเรียบง่ายเป็นทางการ และรูปแบบลำลอง ที่มีความอิสระ พลั้วไหว มีชีวิตชีวา

2.1.4. ผลสรุปของงานวิจัยโดยภาพรวม

เครื่องประดับของงานวิจัยกลายมาเป็นอุปกรณ์ที่มีความจำเป็นสำหรับการปรับเปลี่ยน ใช้เกาะเกี่ยวและเติมเต็มให้เครื่องแต่งกายสามารถเปลี่ยนไปสู่รูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งเกิดผลการเปลี่ยนแปลงต่อโครงร่างเงา รายละเอียด และสีสันทัน นอกจากนี้เครื่องประดับยังสามารถช่วยเปลี่ยนหน้าที่ของเครื่องแต่งกายบางลักษณะ เช่น จากเสื้อคลุมกลายเป็นเสื้อคล้องคอ เป็นต้น ซึ่งเป็นการเพิ่มบทบาทร่วมระหว่างเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับทั้งด้านรูปแบบและหน้าที่ ส่งผลให้เครื่องแต่งกายเกิดความยืดหยุ่นด้านการใช้งาน โดยผู้บริโภคสามารถเลือกสวมใส่เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ เพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบได้หลากหลายตามความต้องการและโอกาสใช้สอยที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจในด้านรูปแบบและด้านการใช้สอยควบคู่กัน ตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย



รูปที่ 9.1 ผลงานต้นแบบของงานวิจัย

2.2 ผลประเมินจากผู้บริโภค

การประเมินผลจากผู้บริโภค ผู้วิจัยใช้วิธีการจัดแสดงผลงาน และใช้การสาธิตวิธีการใช้งานบางส่วน เพื่อสอบถามความคิดเห็นจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 40 คน ที่สยามดิสคัฟเวอรี่ เซ็นเตอร์ ณ วันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2557 โดยใช้วิธีการประเมินจากการทำแบบสอบถาม แบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วน คือ ข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลด้านรูปแบบ และข้อมูลด้านการใช้งาน ได้ผล ดังนี้

2.2.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคที่ทำแบบสอบถาม

ตารางที่ 9.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคที่ทำแบบสอบถาม

ปัจจัยผู้บริโภค		ร้อยละ (คน)
เพศหญิง	อายุ 23-32ปี	ร้อยละ 55 (22 คน)
	อายุ 33-42 ปี	ร้อยละ 45 (18 คน)

ปัจจัยผู้บริโภค		ร้อยละ (คน)
การศึกษา	ปริญญาตรี	ร้อยละ 67.5 (27 คน)
	ปริญญาโท	ร้อยละ 32.5 (13 คน)
สถานภาพ	โสด	ร้อยละ 90 (36 คน)
	แต่งงาน	ร้อยละ 10 (4 คน)
อาชีพ	ธุรกิจส่วนตัว	ร้อยละ 17.5 (7 คน)
	พนักงานบริษัทเอกชน/รัฐ	ร้อยละ 62.5 (25 คน)
	อาชีพอิสระ	ร้อยละ 15 (6 คน)
	กำลังศึกษาต่อ	ร้อยละ 5 (2 คน)
รายได้	ต่ำกว่า 20,000 บาท	ร้อยละ 30 (12 คน)
	20,001-35,000 บาท	ร้อยละ 57.5 (23 คน)
	35,001-50,000 บาท	ร้อยละ 10 (4 คน)
	50,001บาท ขึ้นไป	ร้อยละ 2.5 (1 คน)

### 2.2.2. ข้อมูลความคิดเห็นด้านรูปแบบผลงานของงานวิจัย

ใช้วิธีการให้คะแนนเรียงลำดับตามความเห็นด้วย ซึ่งจะให้ประสิทธิผลที่ดีกว่าการบังคับเลือกเพียงตัวเลือกเดียวเพียงตัวเลือกเดียว โดยเรียงลำดับจาก

ความเห็นด้วยทุกประการ	5 คะแนน	ความเห็นด้วยอย่างมาก	4 คะแนน
ความเห็นด้วยปานกลาง	3 คะแนน	ความเห็นด้วยน้อย	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	1 คะแนน		

จากนั้นจึงนำคะแนนในแต่ละหัวข้อของความเห็นผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมารวมกันและหาคะแนนเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เพื่อประเมินความสัมฤทธิ์ผลของผลิตภัณฑ์ต้นแบบงานวิจัย

#### ตารางที่ 9.2 การประเมินความเห็นด้านรูปแบบ

(1) การประเมินความเห็นด้านรูปแบบ	คะแนนเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )
(1.1) เครื่องแต่งกายเหมาะสมสำหรับการออกงาน ทั้งก่อนและหลังการปรับเปลี่ยน	4.3
(1.2) เครื่องแต่งกายมีรูปทรง/โครงร่างเงาที่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย	4.125
(1.3) เครื่องแต่งกายมีรายละเอียดที่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย	4.35
(1.4) เครื่องแต่งกายมีสีสันทันและวัสดุที่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย	4.5
(1.5) เครื่องประดับมีรูปแบบโดยรวมที่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย	4.475
(1.6) เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับมีรูปแบบที่สอดคล้องกัน	4.525
(1.7) เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับมีรูปแบบสอดคล้องต่อตลาดปัจจุบัน	4.1
รวม คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	4.34

ผลสรุปการประเมินความเห็นด้านรูปแบบ ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีความเห็นด้วยอย่างมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.34 คะแนน โดยเฉพาะด้านรูปแบบของเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สอดคล้องกัน รองลงมา คือ ด้านการใช้สีสันทันและวัสดุ และด้านความเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทั้งสามข้อมีคะแนนเฉลี่ยใกล้เคียงกันในช่วงประมาณ 4.5 คะแนน ซึ่งสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยโดยรวม ส่วนด้านรูปแบบที่เหมาะสมทั้งก่อนและหลังการปรับเปลี่ยน และด้านรายละเอียดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีช่วงคะแนนเฉลี่ยที่ 4.3-4.35 คะแนน โดยด้านที่ได้คะแนนน้อย คือ ด้านโครงร่างเงาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและด้านรูปแบบที่เหมาะสมกับตลาดอยู่ที่ช่วงคะแนน 4.1-4.125 คะแนน ซึ่งแม้ว่าจะมีคะแนนน้อยแต่ยังคงอยู่ในช่วงคะแนนที่มีความเห็นด้วยอย่างมาก ( $\geq 4$  คะแนน)

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในแบบสอบถามด้านรูปแบบ คือ คำแนะนำในส่วนของความประณีตในการตัดเย็บ เนื่องจากเป็นเครื่องแต่งกายสำหรับออกงาน

ตารางที่ 9.3 การประเมินความเห็นด้านการใช้งาน

(2) การประเมินความเห็นด้านการใช้งาน	คะแนนเฉลี่ย ( $\bar{x}$ )
(2.1) การปรับเปลี่ยนรูปแบบของงานวิจัยช่วยให้เครื่องแต่งกายสามารถสวมใส่ได้หลากหลายโอกาส	4.45
(2.2) การปรับเปลี่ยนรูปแบบสามารถช่วยลดข้อจำกัดของเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานได้	4.25
(2.3) วิธีการปรับเปลี่ยนมีความเหมาะสมต่อรูปแบบของเครื่องแต่งกาย	4.175
(2.4) วิธีการปรับเปลี่ยนมีความสะดวกต่อการใช้งาน	4.075
(2.5) มีความเหมาะสมและน่าสนใจในการใช้เครื่องประดับเป็นอุปกรณ์สำหรับการปรับเปลี่ยนเครื่องแต่งกาย	4.35
รวม คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	4.26

ผลสรุปการประเมินความเห็นด้านการใช้งาน ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีความเห็นด้วยอย่างมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.26 คะแนน โดยเฉพาะด้านการสวมใส่ได้หลากหลายโอกาสใช้สอย รองลงมา คือ ความเหมาะสมในการใช้เครื่องประดับเป็นอุปกรณ์ปรับเปลี่ยน มีช่วงคะแนน 4.35-4.45 คะแนน ซึ่งสูงกว่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนด้านการปรับเปลี่ยนรูปแบบที่สามารถช่วยลดข้อจำกัดของเครื่องแต่งกายสำหรับออกงานมีคะแนนใกล้เคียงกับคะแนนเฉลี่ย และด้านที่มีคะแนนน้อย คือ ด้านวิธีการปรับเปลี่ยนที่เหมาะสมและสะดวกต่อการใช้งาน มีคะแนน 4.075-4.175 คะแนน อย่างไรก็ตามยังคงจัดอยู่ในช่วงคะแนนที่มีความเห็นด้วยอย่างมาก ( $\geq 4$  คะแนน)

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในแบบสอบถามด้านรูปแบบ คือ คำแนะนำในส่วนของการเกาะเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายที่ควรทำให้ชิ้นส่วนสามารถเห็นได้ชัดเจนจะช่วยอำนวยความสะดวกต่อการใช้งานได้มากขึ้น นอกจากนี้ได้แสดงความพึงพอใจในแนวคิดการใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ทั้งเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับอย่างคุ้มค่า และมีความคิดเห็นว่าหัวข้อวิจัยมีความน่าสนใจในการนำเสนอแนวคิดการรวมผลิตภัณฑ์สองประเภทให้สามารถใช้ประโยชน์ร่วมกัน รวมถึงชื่นชอบที่ผลงานทั้งคอลเลกชันสามารถเลือกจับคู่สวมใส่เพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันได้อย่างหลากหลาย และสามารถใช้งานได้จริง

### ส่วนที่ 3 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การอภิปรายงานวิจัยการออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันเพื่อเพิ่มโอกาสใช้สอยสำหรับออกงาน พบว่างานวิจัยได้นำเสนอหลักการและผลการออกแบบที่ตอบต่อวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

(1) หลักการนำเครื่องประดับมาใช้เป็นอุปกรณ์ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบเครื่องแต่งกายโดยใช้วิธีการที่ประยุกต์จากการก่อรูปเครื่องแต่งกายในยุคกรีกโบราณ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อลักษณะทางกายภาพและหน้าที่การใช้งานของเครื่องแต่งกายทำให้สามารถสวมใส่ได้หลากหลายรูปแบบสำหรับโอกาสออกงานที่แตกต่างกัน

(2) การออกแบบของงานวิจัยได้นำผลสรุปตามหลักการข้างต้นมาสร้างสรรค์เป็นผลงานเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบร่วมกันระหว่างรูปแบบสำหรับออกงานแบบทางการและแบบไม่เป็นทางการ แสดงถึงการให้ความสำคัญต่อรูปแบบและประโยชน์ใช้สอยไปพร้อมกัน โดยสามารถสร้างความพึงพอใจและตอบสนองต่อการใช้งานของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม สังเกตได้จากผลการประเมิน

อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าหลักการสำคัญที่ได้จากงานวิจัยฉบับนี้สามารถนำมาใช้สร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับได้ในลักษณะของการทำงานร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องต่อความมุ่งหมายของงานวิจัย

โดยตลอดระยะเวลาของการวิจัย ผู้วิจัยได้พบประเด็นซึ่งสามารถสรุปเพื่อเป็นข้อเสนอแนะได้ว่า

(1) การศึกษาแนวทางของเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับนี้เป็นเพียงแนวทางหนึ่ง ซึ่งผู้วิจัยมีความสนใจ ซึ่งยังมีผลิตภัณฑ์อื่น ๆ นอกจากเครื่องประดับ ที่เครื่องแต่งกายสามารถนำมาต่อยอดและผสานประโยชน์ร่วมเพื่อสร้างความแตกต่างได้เช่นกัน

(2) ผลิตภัณฑ์ที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกลไกและวิธีการใช้งาน ดังนั้น การนำเสนอ และการสาธิตวิธีการใช้งานจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจและเกิดการยอมรับต่อผลิตภัณฑ์

(3) ในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนมีความจำเป็นต้องสร้างต้นแบบสามมิติก่อนเสมอซึ่งอาจสร้างในขนาดจำลองก่อน เพื่อให้ง่ายต่อการศึกษาและทำความเข้าใจอย่างรอบด้าน

(4) ในด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่มีการทำงานร่วมกัน จำเป็นต้องใช้ความรอบคอบ การวางแผน และการสื่อสารที่ดี เพื่อให้ผู้ออกแบบและผู้ผลิตสามารถเข้าใจในวัตถุประสงค์ที่ตรงกัน มีการดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันและผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานร่วมกันได้จริง

## รายการอ้างอิง

Bartsch, Christine. "Type of Party Dresses ", [http://www.ehow.com/list\\_7302388\\_types-party-dresses.html#ixzz2YE3KuYI3](http://www.ehow.com/list_7302388_types-party-dresses.html#ixzz2YE3KuYI3) (accessed 6 July 2013).

Chalayan, Hussein. *Hussein Chalayan*. New York: Rizzoli, 2011.

Dezeen. 2010. "132.5 Issey-Miyake," <http://www.dezeen.com/2010/10/05/132-5-by-issey> (accessed 20 September 2013).

Dormer, Peter and Ralph Turner. *The New Jewelry : Trends + Traditions*. New York: Thames and Hudson, 1994.

Hemingway, Colette. 2004. "Women in Classical Greece," The Metropolitan Museum of Art, [http://www.metmuseum.org/toah/hd/wmna/hd\\_wmna.htm](http://www.metmuseum.org/toah/hd/wmna/hd_wmna.htm) (accessed 23 July 2013).

Loscheck, Ingrid. *When Clothes Become Fashion : Design and Innovative System*. New York: Berg, 2009.

Lowell, Lauren. 2008. "Greek Review," <http://www.cfa.ilstu.edu/lmlowell/the331/aegeansgreeks/greekreview.html> (accessed 16 September 2013).

Mansell, Amanda. *Adorn New Jewelry*. London: Laurence King Publishing Ltd., 2008.

Mollerup, Per. *Collapsibles a Design Album of Space-Saving Objects*. New York: Thames&Hudson, 2006.

Muscarella, Oscar W. "Ancient Safety Pins Their Function and Significance." *EXPEDITION*, Winter 1964.

Neumann, Robert Von. *The Design and Creation of Jewelry*. Pa.: Chilton, 1983.

- Nonomura, Mami. 2002. "Greek,"  
[http://www.cwu.edu/~robinsos/ppages/resources/Costume\\_History/greek.htm](http://www.cwu.edu/~robinsos/ppages/resources/Costume_History/greek.htm)  
 (accessed 20 July 2013).
- Sobel, Sharon. *Draping Period Costumes : Classical Greek to Victorian*. MA: Focal Press, 2013.
- Took, Thalia. 2004. "Aurora," <http://www.thaliatook.com/OGOD/aurora.html> (accessed 4 January 2014).
- University, Central Washington. 2002. "Greek Costume,"  
[http://www.cwu.edu/~robinsos/ppages/resources/Costume\\_History/greek](http://www.cwu.edu/~robinsos/ppages/resources/Costume_History/greek) (accessed 18 September 2013).
- Untracht, Oppi. *Jewelry Concepts and Technology*. N. J.: Doubleday, 1985.
- Weaver, Jason and others. "Transformation Design Theory: A Meta-Analogical Framework." *Journal of computing and information Science In Engineering* 10, no. September (2010).
- Wicks, Sylvia. *Jewellery Making Manual*. London: Quill Publishing Limited, 2001.
- เชอโรกี, "ปรากฏการณ์แสงเหนือแสงใต้" <http://cherokee.exteen.com/20100205/entry>  
 (accessed 4 มกราคม 2557).
- เสาวนีย์ พิสิฐานุสรณ์. 2550. "Generation Y ตบเท้าเข้าสู่โลกธุรกิจ,"  
<http://www.positioningmag.com/Magazine/Details.aspx> (accessed 21 สิงหาคม 2556).
- เสาวลักษณ์ คงคาอุยฉาย. ศิลปะการตกแต่งเสื้อผ้า. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2549.
- ไทยบัส. 2554. "ส่วนประสมการตลาด," <http://thaibuz.blogspot.com/2012/01/marketing-mix.html> (accessed 4 กันยายน 2556).
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. "การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรค,"  
[http://www.dip.go.th/Portals/0/AEC/SWOT\\_Analysis](http://www.dip.go.th/Portals/0/AEC/SWOT_Analysis) (accessed 4 กันยายน 2556).

กฤษณ์ เย็นสุดใจ. "ความคิดเห็นเกี่ยวกับงานวิจัยฉบับนี้." edited by สุพัจนา ลิ้มวงศ์, 13 มกราคม 2557.

คณาจารย์จากมหาวิทยาลัยศิลปากรและอื่นๆ. *Jewelry Art & Design Journal*. กรุงเทพฯ: Open Book, 2547.

จาริยา โกสียตระกุล. ประวัติศาสตร์ศิลป์และการออกแบบศิลปะเครื่องประดับ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2550.

ณชา จีงกานต์กุล. "ความคิดเห็นเกี่ยวกับงานวิจัยฉบับนี้." edited by สุพัจนา ลิ้มวงศ์, 2 สิงหาคม 2556.

ทวีศักดิ์ มูลสวัสดิ์. "ความคิดเห็นเกี่ยวกับงานวิจัยฉบับนี้." edited by สุพัจนา ลิ้มวงศ์, 9 มิถุนายน 2556.

บ้านจอมยุทธ. 2556. "การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการของการใช้เครื่องประดับในแต่ละยุคสมัย," [http://www.baanjomyut.com/library\\_2/history\\_of\\_costume/05.html](http://www.baanjomyut.com/library_2/history_of_costume/05.html) (accessed 24 สิงหาคม 2556).

พรพิชญ์ เสรีบุรี. "ความคิดเห็นเกี่ยวกับงานวิจัยฉบับนี้." edited by สุพัจนา ลิ้มวงศ์, 5 กรกฎาคม 2556.

พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. ประวัติศาสตร์ศิลปะเครื่องแต่งกาย. กรุงเทพฯ: อินฟอร์มีเดียอินเตอร์เนชั่นแนล, 2547.

พัชชา อุทิสวรรณกุล. *Fashion and Merchandise*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.

วรรณรัตน์ อินทร์อำ. ศิลปะเครื่องประดับ. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรีเมียม เฮ้าส์, 2536.

สาระดีดีดอทคอม. 2552. "พฤติกรรมผู้บริโภค Gen B, Gen X, Gen Y และ Gen M", <http://sara-dd.com/index.php?option=com> (accessed 21 สิงหาคม 2556).

อีดูโซน. 2551. "การแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดและการเลือกส่วนตลาดเป้าหมาย," <http://blog.eduzones.com/offy/4972> (accessed 18 กันยายน 2556).



### ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ นามสกุล นางสาวสุพัจนา ลิมวงศ์

วันเดือนปีเกิด 13 กุมภาพันธ์ 2530, กรุงเทพมหานคร

ติดต่อ ormmiii@gmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2552 - ปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พ.ศ. 2554 - ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ประสบการณ์

พ.ศ. 2552 - Designer บ.พริน จิวเวลรี่

พ.ศ. 2552- 2555 - Designer & Coordinator บ.เบนีโทน จิวเวลรี่

ผลงาน

พ.ศ. 2550 - The best creative prize จาก Thailand Student Project Award

พ.ศ. 2551 - รางวัลชมเชย Dermond Young Designer Award 5

พ.ศ. 2553 - รางวัลชมเชย การขึ้นรูป Nano Silver Clay

พ.ศ. 2554 - แสดงผลงานเครื่องประดับจากการเข้าร่วมโครงการ Design & Cultural Camp 2011 สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กระทรวงวัฒนธรรม

พ.ศ. 2555 - แสดงผลงานจากการเข้าร่วมโครงการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

พ.ศ. 2556 - รางวัลรองชนะเลิศอันดับสอง การประกวดออกแบบเครื่องประดับสุภาพบุรุษของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (GIT)

พ.ศ. 2557 - ร่วมแสดงผลงานในงาน POP : Love Your Local ที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC)