

นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปน้ำยาฟาราลาเท็กซ์
สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาานฤมิตศิลป์ ภาควิชาานฤมิตศิลป์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE WOMENSWEAR BRANDING INNOVATION OF PARTYWEAR FROM PARA LATEX
PROCESSING FOR CREATIVE CLASS WOMEN BY USING ABSTRACT ART CONCEPT
FOR SUSTAINABLY INCREASING ECONOMIC VALUE



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Fine and Applied Arts in Creative Arts

Department of Creative Arts

FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS

Chulalongkorn University

Academic Year 2021

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์

นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์
จากการแปรรูปน้ำยางพาราตากแห้ง สำหรับสตรีครีเอทีฟ
คลาส ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทาง
เศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

โดย

นายณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

สาขาวิชา

นฤมิตรศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ศาสตราจารย์ ดร.พัชชา อุทิสวรรณกุล

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.ศิวรี อรัญนารถ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ศาสตราจารย์ ดร.พัชชา อุทิสวรรณกุล)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.อรรถพงษ์ พงษ์เลาหพันธ์)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.บุญอารักษ์ รักษาวงษ์)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ : นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูป
 น้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทาง
 เศรษฐกิจอย่างยั่งยืน. (THE WOMENSWEAR BRANDING INNOVATION OF PARTYWEAR FROM
 PARA LATEX PROCESSING FOR CREATIVE CLASS WOMEN BY USING ABSTRACT ART
 CONCEPT FOR SUSTAINABLY INCREASING ECONOMIC VALUE) อ.ที่ปรึกษาหลัก :

ศ. ดร.พัชชา อูทิตสุวรรณกุล

นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปน้ำยางพาราลา
 เท็กซ์ (PARA LATEX) สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่ม
 มูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน เป็นการวิจัยเพื่อแนวทางในการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์
 จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ โดยการต่อยอดและพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุที่มา
 จากวัสดุทางธรรมชาติ เพื่อให้มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมสามารถเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรม
 แฟชั่นได้ โดยกระบวนการวิจัยได้เริ่มจากการศึกษาและพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำ
 ยางพาราลาเท็กซ์ เพื่อให้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมที่นำมาต่อยอดเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายได้ และผู้วิจัยได้
 ทำการศึกษากลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจในด้านของวัสดุที่มีแปลกใหม่และนวัตกรรมล้ำสมัย พบว่า
 กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส คือ กลุ่มคนที่มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าและบริการโดยมีความต้องการ
 รูปแบบผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเครื่องแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยจากการทำแบบสอบถามจำนวน 100 ท่าน
 และการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสจำนวน 3 ท่าน พบว่า กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ
 กับวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ซึ่งเป็นวัสดุที่มีความแปลกใหม่และยัง
 พบในสินค้าประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายไม่มากนัก และกลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจและชื่นชอบกับแนวคิด
 ทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) ในการสร้างสรรค์ลวดลายและโครงสร้างของเครื่องแต่งกาย
 โดยผลการวิจัยพบว่า วัสดุทางเลือกจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์
 (Para Latex) ได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส และจากการพัฒนาต่อยอดให้วัสดุสามารถ
 สร้างสรรค์เป็นเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ได้ จึงจะเห็นได้ว่า วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทาง
 การเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์นั้น สามารถเป็นวัสดุทางเลือกของอุตสาหกรรมแฟชั่นได้ และสามารถสร้างรายได้
 ให้กับเกษตรกรของประเทศไทย ถือเป็น การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

สาขาวิชา นฤมิตศิลป์

ลายมือชื่อ นิสิต

ปีการศึกษา 2564

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6380013535 : MAJOR CREATIVE ARTS

KEYWORD: INNOVATION MATERIALS, NATURAL MATERIALS, PARA LATEX, SUSTAINABILITY,
CREATIVE CLASS, PARTYWEAR, ABSTRACT ART, FASHION DESIGN

Nuttanan Yoochomboon : THE WOMENSWEAR BRANDING INNOVATION OF PARTYWEAR FROM
PARA LATEX PROCESSING FOR CREATIVE CLASS WOMEN BY USING ABSTRACT ART CONCEPT
FOR SUSTAINABLY INCREASING ECONOMIC VALUE. Advisor: Prof. PATCHA U-TISWANNAKUL,
D.F.A.

The womenswear branding innovation of Partywear form Para Latex processing for Creative Class women by using Abstract Art concept for sustainably increasing economic value. It is research for the way to create a brand of party wear apparel. From the processing of agricultural materials, Para Latex, by extending and developing innovations in the processing of materials derived from natural materials to provide the right quality and properties, it can be the material of choice for the fashion industry. The research process started from the study and development of innovations in the processing of Para Latex agricultural materials in order to have suitable properties that can be further developed into apparel. And the researcher has conducted a study of the target group who is interested in the field of new and innovative materials. It was found that the creative class women target group is a group of people with behaviors in the consumption of goods and services with a preference for clothing products. Unique decorations by taking the test of 100 people and interviewing 3 representatives of the creative class female target group, it was found that the target group was interested in materials from the innovation of para-latex agricultural material processing. This is a unique material and is still found in very few clothing items. The target group is interested in and fond of the concept of abstract art theory in creating patterns and structures of costumes. The results of the research found that an alternative material from the innovative Para Latex Agricultural Material Processing has attracted the attention of creative-class women target groups and from the further development of the material to be able to create a kind of party wear apparel, so it can be seen that the material from the innovation of agricultural material processing, Para Latex. It can be an alternative material of the fashion industry. and can generate income for farmers in Thailand, this is considered a sustainable economic value addition.

Field of Study: Creative Arts

Student's Signature

Academic Year: 2021

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณคณาจารย์หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่านที่ให้โอกาสสั่งสอน พัฒนา และเพิ่มพูนองค์ความรู้ ความสามารถ และพัฒนาทักษะ เพื่อนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปกรรม และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ของตนเองและเพื่อการประยุกต์ใช้ในโอกาสอื่น ๆ ต่อไป ผลจากการศึกษานี้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นและสิ่งทอ สำหรับผู้ที่สนใจในศาสตร์การออกแบบแฟชั่น

ขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร. พัดชา อุทิสวรรณกุล อาจารย์ที่ปรึกษาหลักสารนิพนธ์ ที่ได้ให้หลักการทางความรู้ พัฒนาทักษะ แนะนำ และให้คำปรึกษาทั้งในด้านของวิชาการและการใช้ชีวิต ตลอดจนการใช้ประสบการณ์ที่มีเพื่อพัฒนาและฝึกฝนให้คิด วิเคราะห์ เพื่อหาแนวทางในการทำงานและการแก้ปัญหา ด้วยความความทุ่มเทเอาใจใส่ เมตตากรุณา สนับสนุน ให้กำลังใจ และห่วงใยในรอบด้านของอาจารย์ ทำให้สารนิพนธ์สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ด้วยดี

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร. ศิวรี อรัญนารถ อาจารย์ ดร. อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธ์ และอาจารย์ ดร. บุญอารักษ์ รักชาววงษ์ คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่ช่วยให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางให้สารนิพนธ์สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ด้วยดี

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ไกรกช เสรีดีเลิศ ที่ให้คำปรึกษาและแนะนำแนวทางในการออกแบบการวางแผน และแนวทางการแก้ปัญหา เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมและองค์ประกอบอันเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์ผลงานสารนิพนธ์ ทำให้สารนิพนธ์สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ คุณอภิภักษา เตชะวีรภัทร และคุณ อัครชัย เตชะวีรภัทร บริษัท Gemio จำกัด ที่ให้การสนับสนุน ให้คำปรึกษา และให้ความร่วมมือในการพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา lateX (Para Latex) ทำให้สารนิพนธ์สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณคุณแม่ ทศนีย์ ยงเจริญชัยสิทธิ์ ที่ให้การสนับสนุนด้านการศึกษาและเป็นกำลังใจที่สำคัญเสมอมา ขอขอบพระคุณบุคคลที่ไม่ได้กล่าวชื่อมา ณ ที่มีส่วนสนับสนุนและช่วยเหลือทำให้สารนิพนธ์สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ด้วยดี

ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญภาพ.....	ย
สารบัญแผนภาพ.....	อ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
ปัญหาของงานวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	7
คำจำกัดความ.....	7
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	8
ส่วนที่ 1 การศึกษาข้อมูลและทดลองนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย.....	10
1.1 การศึกษาข้อมูลการผลิตวัสดุที่นำมาใช้ผลิตเครื่องแต่งกาย.....	12
1.2 การศึกษาวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย.....	19
1.3 การศึกษากระบวนการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ..	28

1.4	นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สู่ผลิตภัณฑ์ ออกแบบเชิงพาณิชย์	35
1.5	การศึกษาเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์.....	41
1.6	การสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย.....	51
1.7	การศึกษานวัตกรรมต้นแบบจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ.....	58
1.8	สรุปวิเคราะห์นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เหมาะสมกับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น	65
ส่วนที่ 2	การศึกษานโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561- 2580	68
2.1	ศึกษานโยบายแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580	68
2.2	ศึกษาเป้าหมายการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่สอดคล้องกับ งานวิจัย.....	101
2.3	สรุปวิเคราะห์การพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่สอดคล้องกับความต้องการในแผนการยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580.....	131
ส่วนที่ 3	การศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)	135
3.1.	กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาส (Creative Class).....	136
3.2.	กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล	141
3.3.	สรุปวิเคราะห์บุคลิกลักษณะและรสนิยมการเลือกสินค้าเครื่องแต่งกายจากกลุ่มเป้าหมาย สตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class).....	142
ส่วนที่ 4	การศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020- 2022	145
4.1	ศึกษาที่มาและความสำคัญของเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์	146

4.2	ศึกษาวิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์.....	148
4.3	ศึกษาและวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัย ในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล	193
	1) ตราสินค้า “Saint Laurent”	194
	2) ตราสินค้า “Versace”	208
	3) ตราสินค้า “Valentino”	223
	4) ตราสินค้า “Robert Wun”	235
4.4	สรุปองค์ประกอบการออกแบบของเครื่องแต่งกายปาร์ตี้ร่วมสมัยจากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล	242
ส่วนที่ 5	แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art).....	250
5.1	ศึกษาประวัติและความเป็นมาของแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) ...	251
5.2	หลักเกณฑ์ในการเลือกผลงานศิลปินที่มีแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ	261
5.3	ศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ	261
	1) วาซีลี คันตันสกี (Wassily Kandinsky)	262
	2) แจ็คสัน พอลล็อก (Jackson Pollock).....	274
	3) มอร์ริส หลุยส์ (Morris Louis).....	285
5.4	สรุปวิเคราะห์และเปรียบเทียบองค์ประกอบทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะที่นำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์	296
ส่วนที่ 6	การศึกษาแนวคิดกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย.....	302
6.1	ศึกษาการคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023.....	302
	1) แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 (Autumn/Winter 2022-2023) จากบริษัท WGSN.....	304

2) แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดู
 ร้อนปี 2023 (Spring/Summer 2023) จากบริษัท WGSN..... 311

6.2 การสัมภาษณ์แนวคิดคาคะเนของผู้เชี่ยวชาญทางแฟชั่นและเครื่องแต่งกายต่อการ
 เปลี่ยนแปลงกระแสนิยมร่วมสมัย..... 314

ส่วนที่ 7 การศึกษาตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยที่เหมาะสมกับตลาด
 ประเทศไทย..... 319

7.1 ศึกษาตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยในตลาด..... 320

7.2. ศึกษาการวิเคราะห์ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกาย 325

7.2.1 แผนการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Plan & Marketing
 Mix)..... 326

7.2.2 การวิเคราะห์สถานะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) 329

บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย 335

ส่วนที่ 1 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 336

ส่วนที่ 2 การทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำ
 ยางพาราแลกซ์ (Para Latex) ที่นำมาใช้ในการออกแบบ 338

ส่วนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) 339

ส่วนที่ 4 การศึกษาแนวคิดและการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ .. 342

ส่วนที่ 5 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) ที่นำมาใช้ในการออกแบบ
 เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์..... 343

ส่วนที่ 6 การสรุปแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จาก
 นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกซ์ สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส
 ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน 344

ส่วนที่ 7 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ..... 346

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล 348

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 350

1.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลการผลิตวัสดุที่นำมาใช้ผลิตเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย.....	351
1.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษานโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผน ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580.....	352
1.3 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส	357
1.4 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์	358
1.5 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art).....	359
1.6 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่อง แต่งกาย	360
1.6.1 การสัมภาษณ์แนวคิดคาคะเนนของผู้เชี่ยวชาญทางแฟชั่นและเครื่องแต่งกายต่อ การเปลี่ยนแปลงกระแสนิยมร่วมสมัย	361
1) คุณพลภัฏฐ์ พลาภิ	363
2) คุณทวีศักดิ์ สมานมิตร	363
3) คุณจันทวี จุฑาวรรกุล	363
4) คุณแอลลี รุธ	363
5) คุณศุภเกษม ชานโนภาส.....	363
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผลสรุปและการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปร รูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ....	367
2.1 ข้อมูลจากการศึกษานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)	367
2.2 ข้อมูลจากการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทาง การเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)	375
2.3 สรุปการวิเคราะห์จากการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูป วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ	383

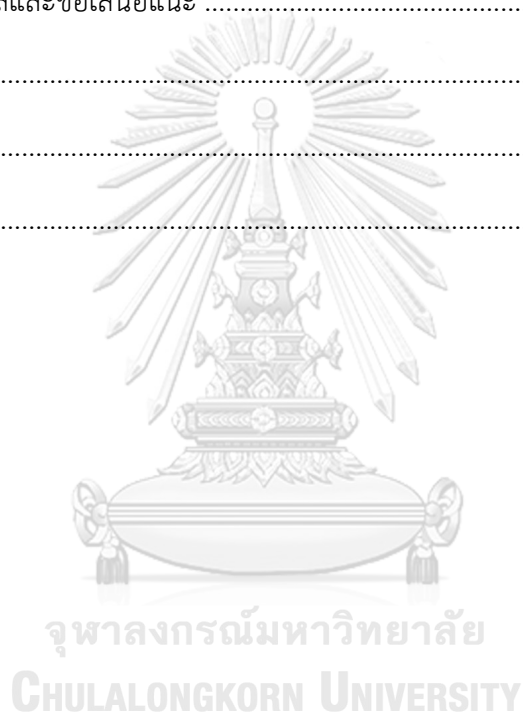
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟ คลาส (Creative Class).....	386
จากการศึกษาวัฒนธรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกซ์ (Para. 386	
3.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class).....	386
3.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class).....	389
3.3 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class).....	399
3.4 สรุปวิเคราะห์จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class).....	408
3.4.1 สรุปการทำแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ที่เกี่ยวข้อง	409
3.4.2 สรุปการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class).....	416
3.5 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลรูปแบบการแต่งกายจาก Paper doll dataset.....	424
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ผลสรุปข้อมูลการศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear)	462
4.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดที่มา ความสำคัญ และวิวัฒนาการ ของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear).....	462
4.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาและวิเคราะห์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรี ประเภทปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัย ในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล.....	480
4.3. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear).....	488
ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ผลสรุปข้อมูลการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear)	492

5.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย	492
1) ตราสินค้า Saint Laurent	493
2) ตราสินค้า Versace	498
3) ตราสินค้า Valentino	503
4) ตราสินค้า Milin	508
5) ตราสินค้า Pyvet Studio	514
5.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear).....	519
ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ผลสรุปข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art).....	527
6.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) ..	528
6.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ	529
6.3 สรุปผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบองค์ประกอบทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะนำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์	560
ส่วนที่ 7 สรุปองค์ประกอบการออกแบบ.....	568
ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์ผลสรุปตราสินค้าผู้วิจัยทางการตลาด	577
8.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากการตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ 7P's.....	577
8.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากการตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ SWOT.....	579
บทที่ 5 อัตลักษณ์ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์.....	591
ส่วนที่ 1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)	592
1.1 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก	592
1.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง.....	595
ส่วนที่ 2 อัตลักษณ์ของตราสินค้า	600
2.1 วิสัยทัศน์ตราสินค้า (Vision)	601

2.2	ขอบเขตตราสินค้า (Product Line).....	601
2.3	ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า	602
2.4	หลักการและบุคลิกภาพของตราสินค้า	604
ส่วนที่ 3	อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	604
3.1	อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านการใช้สอย	605
3.1.1	ประโยชน์การใช้สอยหลัก	605
3.1.2	ประโยชน์การใช้สอยรอง	605
3.2	อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ	607
3.3	อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุ	608
บทที่ 6	การสร้างสรรค์ผลงาน	611
ส่วนที่ 1	การสร้างแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend).....	612
1.1	หลักเกณฑ์การคัดเลือกศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น	612
1.2	แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend)	614
1.3	แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend).....	622
1.3.1	แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) จากบริษัท Pop Fashion ในหัวเรื่อง Switching Fantasy ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022).....	623
1.3.2	แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) จากบริษัท Fashion Snoops ในหัวเรื่อง Reciprocity ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022)	626
1.3.3	แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) จากบริษัท Nelly Rodi ในหัวเรื่อง Phantasmagoria ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022)	629
1.4	แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend)	632
ส่วนที่ 2	การวิเคราะห์แรงบันดาลใจในการออกแบบ	639

ส่วนที่ 3 การสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาผลงานคอลเล็กชันต้นแบบ	647
3.1 การพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	647
3.2 การออกแบบสร้างสรรค์และพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ	656
3.2.1 การทดลองการขึ้นหุ่นของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	656
3.2.2 การทดลองทำเทคนิคและรายละเอียดการตกแต่ง (Details and Technique) ลงบนวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex).....	658
3.2.3 การวางแผนผลิตภัณฑ์ในคอลเล็กชัน	664
3.2.4 การออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายคอลเล็กชัน	665
1) ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 1	665
2) ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2.....	677
ส่วนที่ 4 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ	688
บทที่ 7 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	696
ส่วนที่ 1 สังเขปัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงาน.....	697
1.1 ความสำคัญและวัตถุประสงค์.....	697
1.2 วิธีการดำเนินงานวิจัย	697
ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัย	699
2.1 การศึกษา การทดลอง พัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex).....	700
2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค.....	703
2.3 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	704
2.3.1 การศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear).....	704
2.3.2 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)	705

2.4	อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า.....	706
2.5	การสร้างสรรค์คอลเล็กชั่นต้นแบบ	708
2.5.1	การทดลองการขึ้นหุ่น.....	708
2.5.2	แนวทางการออกแบบ.....	709
2.5.3	การตัดเย็บผ้าดิบ	709
2.5.4	การตัดเย็บผ้าจริง	710
ส่วนที่ 3	อภิปายผลและข้อเสนอแนะ	712
บรรณานุกรม.....		713
ภาคผนวก.....		718
ประวัติผู้เขียน.....		746



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ตารางแสดงประเภทกระบวนการผลิตสิ่งทอที่นำมาใช้ผลิตเครื่องแต่งกาย.....	13
ตารางที่ 2 ตารางแสดงประเภทวัสดุทางธรรมชาติ (Natural Materials).....	21
ตารางที่ 3 ตารางแสดงคุณสมบัติของเส้นใยจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex).....	43
ตารางที่ 4 ตารางแสดงคุณสมบัติของแผ่นยางจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex).....	45
ตารางที่ 5 ตารางแสดงคุณสมบัติของแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex).....	47
ตารางที่ 6 ตารางแสดงคุณสมบัติของสียางพาราแปรรูปจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex).....	48
ตารางที่ 7 ตารางสรุปและเปรียบเทียบคุณสมบัติของวัสดุจากเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุ ทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับการ ออกแบบเชิงพาณิชย์ ของทั้ง 4 บริษัทผู้ผลิต ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา.....	49
ตารางที่ 8 ตารางแสดงรายชื่อผู้เชี่ยวชาญของทั้ง 4 บริษัทผู้ผลิตในการสัมภาษณ์	51
ตารางที่ 9 ตารางสรุปการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญของทั้ง 4 บริษัทผู้ผลิต เกี่ยวกับวัสดุจากวัสดุทาง การเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex).....	53
ตารางที่ 10 ตารางสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ.....	57
ตารางที่ 11 ตารางเปรียบเทียบวัสดุที่ใช้ในอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย.....	59
ตารางที่ 12 ตารางแสดงคุณสมบัติของแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex).....	64
ตารางที่ 13 ตารางการเปรียบเทียบวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) กับวัสดุอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย.....	66

ตารางที่ 14 ตารางวิเคราะห์สรุปการพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกทีกซ์ (Para Latex) ที่สอดคล้องกับความต้องการในแผนการในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580.....	131
ตารางที่ 15 ตารางสรุปวิเคราะห์บุคลิกลักษณะและรสนิยมการเลือกสินค้าเครื่องแต่งกายจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class).....	143
ตารางที่ 16 ตารางสรุปวิเคราะห์วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์	176
ตารางที่ 17 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์จากการวิเคราะห์วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์.....	192
ตารางที่ 18 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Saint Laurent : Spring/Summer 2020” (1)	197
ตารางที่ 19 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Saint Laurent : Spring/Summer 2020” (2)	198
ตารางที่ 20 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Saint Laurent : Fall/Winter 2020” (1)	199
ตารางที่ 21 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Saint Laurent : Fall/Winter 2020” (2)	200
ตารางที่ 22 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Saint Laurent : Spring/Summer 2021” (1)	201
ตารางที่ 23 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Saint Laurent : Spring/Summer 2021” (2)	202
ตารางที่ 24 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Saint Laurent : Fall/Winter 2021” (1)	203
ตารางที่ 25 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Saint Laurent : Fall/Winter 2021” (2)	204
ตารางที่ 26 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Saint Laurent : Spring/Summer 2022” (1)	205

ตารางที่ 27 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Saint Laurent : Spring/Summer 2022” (2)	206
ตารางที่ 28 ตารางสรุปการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Saint Laurent”	207
ตารางที่ 29 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Versace : Spring/Summer 2020” (1)	212
ตารางที่ 30 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Versace : Spring/Summer 2020” (2)	213
ตารางที่ 31 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Versace : Fall/Winter 2020” (1)	214
ตารางที่ 32 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Versace : Fall/Winter 2020” (2)	215
ตารางที่ 33 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Versace : Spring/Summer 2021” (1)	216
ตารางที่ 34 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Versace : Spring/Summer 2021” (2)	217
ตารางที่ 35 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Versace : Fall/Winter 2021” (1)	218
ตารางที่ 36 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Versace : Fall/Winter 2021” (2)	219
ตารางที่ 37 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Versace : Spring/Summer 2022” (1)	220
ตารางที่ 38 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Versace : Spring/Summer 2022” (2)	221
ตารางที่ 39 ตารางสรุปการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Versace”	222

ตารางที่ 53 ตารางสรุปการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล
 “Robert Wun” 241

ตารางที่ 54 ตารางสรุปวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัยในฤดูร้อนและฤดู
 หนาวในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล 242

ตารางที่ 55 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากตราสินค้าเครื่องแต่ง
 กายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล 245

ตารางที่ 56 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงาน
 ของศิลปิน Wassily Kandinsky : Color Study. Squares with Concentric Circle, 1913” 264

ตารางที่ 57 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จาก
 ผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition VII, 1913 265

ตารางที่ 58 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จาก
 ผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Circles in a Circle, 1923 266

ตารางที่ 59 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จาก
 ผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition VIII, 1923 267

ตารางที่ 60 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จาก
 ผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Form Cook Depths, 1928” 268

ตารางที่ 61 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จาก
 ผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Varied Rectangles, 1929 269

ตารางที่ 62 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จาก
 ผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : After Right – To the left, 1932” 270

ตารางที่ 63 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จาก
 ผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Succession, 1935 271

ตารางที่ 64 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จาก
 ผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition X, 1939 272

ตารางที่ 65 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จาก
 ผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition XI, 1936 273

ตารางที่ 66 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จาก ผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Free Form, 1946	275
ตารางที่ 67 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จาก ผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Shimmering, 1946.....	276
ตารางที่ 68 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จาก ผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Summertime: Number 9A, 1948”	277
ตารางที่ 69 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art).....	278
ตารางที่ 70 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Blue Poles: Number 11, 1952.....	279
ตารางที่ 71 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : One: Number 31, 1950”	280
ตารางที่ 72 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Untitled, 1950.....	281
ตารางที่ 73 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Untitled, 1951.....	282
ตารางที่ 74 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Untitled, 1953-54	283
ตารางที่ 75 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : White Light, 1954	284
ตารางที่ 76 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Convergent 1959.....	286
ตารางที่ 77 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Para VI, 1959.....	287
ตารางที่ 78 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Saf, 1959	288
ตารางที่ 79 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Untitled (Floral), 1959	289

ตารางที่ 80 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Gamma Alpha, 1960.....	290
ตารางที่ 81 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Alpha Eta, 1960.....	291
ตารางที่ 82 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Delta Eta, 1960.....	292
ตารางที่ 83 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Delta Theta, 1961	293
ตารางที่ 84 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Number 4-32, 1962.....	294
ตารางที่ 85 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : No End, 1962.....	295
ตารางที่ 86 ตารางค่าเฉลี่ยจากการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art).....	296
ตารางที่ 87 ตารางสรุปข้อมูลจากการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับ แฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 (Autumn/Winter 2022-2023).....	306
ตารางที่ 88 ตารางสรุปข้อมูลจากการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับ แฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูร้อนปี 2023 (Spring/Summer 2023) จากบริษัท WGSN .312	
ตารางที่ 89 ตารางสรุปความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย ถึงการ คาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นและเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 และนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex).....	317
ตารางที่ 90 ตารางข้อมูลตราสินค้า Saint Laurent.....	321
ตารางที่ 91 ตารางข้อมูลต่างสินค้า Versace	322
ตารางที่ 92 ตารางข้อมูลตราสินค้า Valentino.....	323
ตารางที่ 93 ตารางข้อมูลตราสินค้า Milin	324
ตารางที่ 94 ตารางข้อมูลตราสินค้า Pyvet Studio.....	325

ตารางที่ 95 ตารางสรุปการทบทวนวรรณกรรม.....	331
ตารางที่ 96 ตารางวิเคราะห์สรุปการพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่สอดคล้องกับความต้องการในแผนการในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580.....	353
ตารางที่ 97 ตารางสรุปความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านแพชชั่นและเครื่องแต่งกาย ถึงการคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแพชชั่นและเครื่องแต่งกาย ใน ฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 และนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex).....	365
ตารางที่ 98 ตารางแสดงคุณสมบัติของแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex).....	370
ตารางที่ 99 ตารางเปรียบเทียบวัสดุที่ใช้ในอุตสาหกรรมแพชชั่นเครื่องแต่งกาย.....	371
ตารางที่ 100 ตารางการเปรียบเทียบวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) กับวัสดุอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมแพชชั่นเครื่องแต่งกาย.....	373
ตารางที่ 101 ตารางการทดลองวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ครั้งที่ 1	376
ตารางที่ 102 ตารางการทดลองวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ครั้งที่ 2.....	377
ตารางที่ 103 ตารางการทดลองวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ครั้งที่ 3.....	378
ตารางที่ 104 ตารางการทดลองวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ครั้งที่ 4.....	379
ตารางที่ 105 ตารางสรุปเปรียบเทียบผลการทดลองวัสดุทางเลือกในแต่ละครั้งจากการทดลองวัสดุ ทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	380
ตารางที่ 106 ตารางสรุปคุณภาพและคุณสมบัติจากการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจาก เทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ ในการออกแบบ	383

ตารางที่ 107	ตารางสรุปวิเคราะห์บุคลิกลักษณะและรสนิยมการเลือกสินค้าเครื่องแต่งกายจาก กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class).....	387
ตารางที่ 108	ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย	390
ตารางที่ 109	ตารางแสดงค่าเฉลี่ย “การดำเนินชีวิตและการเลือกซื้อสินค้า”	392
ตารางที่ 110	ตารางแสดงค่าเฉลี่ย “แนวคิดวัสดุทางเลือก”	395
ตารางที่ 111	ตารางแสดงค่าเฉลี่ย “การออกแบบเครื่องแต่งกายด้วยแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)”.....	397
ตารางที่ 112	ตารางสรุปคำตอบจากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ทั้ง 3 ท่าน (ข้อคำถามที่ 1-7).....	404
ตารางที่ 113	ตารางสรุปคำตอบจากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ทั้ง 3 ท่าน (ข้อคำถามที่ 8).....	406
ตารางที่ 114	ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย (จากมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด).....	410
ตารางที่ 115	ตารางสรุปการดำเนินชีวิตและการเลือกซื้อสินค้า (จากมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด).....	411
ตารางที่ 116	ตารางสรุปแนวคิดวัสดุทางเลือก (จากมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด).....	413
ตารางที่ 117	ตารางสรุปการออกแบบเครื่องแต่งกายด้วยเทคนิคทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) (จากมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด).....	415
ตารางที่ 118	ตารางสรุปตัวเลือกรูปภาพสไตล์เสื้อผ้าที่ชอบและมีความต้องการเลือกซื้อ	418
ตารางที่ 119	ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Crative Class) เจ เนอเรชันมิลเลนเนียล ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย.....	419
ตารางที่ 120	ตารางกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) จำนวน 100 รูป	425
ตารางที่ 121	ตารางการวิเคราะห์รสนิยมและวิธีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส จากเครื่องมือ Paper Doll Dataset	433
ตารางที่ 122	ตารางสรุปการวิเคราะห์รสนิยมกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class).....	438
ตารางที่ 123	ตารางสรุปโครงร่างเงาจากเครื่องมือ Paper Doll Dataset.....	444
ตารางที่ 124	ตารางสรุปวิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์เครื่องแต่งกาย โดย Paper Doll Dataset.....	458

ตารางที่ 125 ตารางสรุปวิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบที่ได้จากแบบสอบถามการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์เครื่องแต่งกายโดย Paper Doll Dataset.....	460
ตารางที่ 126 ตารางสรุปวิเคราะห์วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์	463
ตารางที่ 127 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์จากการวิเคราะห์วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์.....	479
ตารางที่ 128 ตารางสรุปวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัยในฤดูร้อนและฤดูหนาวในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล.....	481
ตารางที่ 129 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล.....	484
ตารางที่ 130 ตารางสรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear)	488
ตารางที่ 131 ตารางข้อมูลตราสินค้า Saint Laurent.....	493
ตารางที่ 132 ตารางการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 7P's ของตราสินค้า Saint Laurent	494
ตารางที่ 133 ตารางการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ของตราสินค้า Saint Laurent	495
ตารางที่ 134 ตารางข้อมูลต่างสินค้า Versace	498
ตารางที่ 135 ตารางการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 7P's ของตราสินค้า Versace.....	499
ตารางที่ 136 ตารางการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ของตราสินค้า Versace	500
ตารางที่ 137 ตารางข้อมูลตราสินค้า Valentino	503
ตารางที่ 138 ตารางการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 7P's ของตราสินค้า Valentino	504
ตารางที่ 139 ตารางการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ของตราสินค้า Valentino	505
ตารางที่ 140 ตารางข้อมูลตราสินค้า Milin	509
ตารางที่ 141 ตารางการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 7P's ของตราสินค้า Milin.....	510

ตารางที่ 142 ตารางการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ของตราสินค้า Milin.....	511
ตารางที่ 143 ตารางข้อมูลตราสินค้า Pyvet Studio.....	514
ตารางที่ 144 ตารางการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 7P's ของตราสินค้า Pyvet Studio.....	515
ตารางที่ 145 ตารางการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ของตราสินค้า Pyvet Studio	516
ตารางที่ 146 ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดของตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ในประเทศไทย	520
ตารางที่ 147 ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดของตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ในประเทศไทย	523
ตารางที่ 148 ตารางสรุปการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ของตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ในประเทศไทย.....	524
ตารางที่ 149 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Color Study. Squares with Concentric Circle, 1913”	530
ตารางที่ 150 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition VII, 1913	531
ตารางที่ 151 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Circles in a Circle, 1923.....	532
ตารางที่ 152 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition VIII, 1923	533
ตารางที่ 153 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Form Cook Depths, 1928”	534
ตารางที่ 154 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Varied Rectangles, 1929.....	535
ตารางที่ 155 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : After Right – To the left, 1932”	536

ตารางที่ 156	ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Succession, 1935	537
ตารางที่ 157	ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition X, 1939	538
ตารางที่ 158	ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition XI, 1936.....	539
ตารางที่ 159	ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Free Form, 1946.....	540
ตารางที่ 160	ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Shimmering, 1946	541
ตารางที่ 161	ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Summertime: Number 9A, 1948”	542
ตารางที่ 162	ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Number 7, 1950	543
ตารางที่ 163	ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Blue Poles: Number 11, 1952.....	544
ตารางที่ 164	ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : One: Number 31, 1950”	545
ตารางที่ 165	ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Untitled, 1950.....	546
ตารางที่ 166	ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Untitled, 1951.....	547
ตารางที่ 167	ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Untitled, 1953-54	548
ตารางที่ 168	ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : White Light, 1954	549

ตารางที่ 169 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Convergent 1959.....	550
ตารางที่ 170 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Para VI, 1959.....	551
ตารางที่ 171 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Saf, 1959.....	552
ตารางที่ 172 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Untitled (Floral), 1959	553
ตารางที่ 173 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Gamma Alpha, 1960.....	554
ตารางที่ 174 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Alpha Eta, 1960	555
ตารางที่ 175 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Delta Eta, 1960.....	556
ตารางที่ 176 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Delta Theta, 1961	557
ตารางที่ 177 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Number 4-32, 1962.....	558
ตารางที่ 178 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : No End, 1962.....	559
ตารางที่ 179 ตารางค่าเฉลี่ยจากการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art).....	560
ตารางที่ 180 ตารางสรุปองค์ประกอบจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวลวี่	565
ตารางที่ 181 ตารางสรุปองค์ประกอบในการออกแบบจากการศึกษาและสรุปวิเคราะห์	569
ตารางที่ 182 ตารางสรุปองค์ประกอบในการออกแบบ	575

ตารางที่ 183 ตารางการวิเคราะห์การตลาดของตราสินค้าผู้วิจัย ด้วยหลักการส่วนผสมทางการตลาด 7P's.....	578
ตารางที่ 184 ตารางวิเคราะห์การตลาดของตราสินค้าผู้วิจัยด้วยหลักการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม และศักยภาพ (SWOT Analysis).....	580
ตารางที่ 185 ตารางสรุปการวิเคราะห์ข้อมูล	584
ตารางที่ 186 ตารางแสดงรายละเอียดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก : กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennial)	593
ตารางที่ 187 ตารางแสดงรายละเอียดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก : กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generation X).....	596
ตารางที่ 188 ตารางแสดงการจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า (Product Line).....	602
ตารางที่ 189 ตารางข้อมูลอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าในการวิจัย	606
ตารางที่ 190 ตารางอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ.....	607
ตารางที่ 191 ตารางอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุ.....	609
ตารางที่ 192 ตารางแนวคิด (Concept) ในแต่ละกลุ่มของแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นประจำฤดูหนาว ในปี 2022 ของบริษัท WGSN	615
ตารางที่ 193 ตารางสรุปวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) ประจำฤดูหนาว ในปี 2022 (Autumn/Winter 2022) จากบริษัท WGSN	619
ตารางที่ 194 ตารางสรุปวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) จากบริษัท Pop Fashion ในหัวเรื่อง Switching Fantasy ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022).....	623
ตารางที่ 195 ตารางสรุปวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) จากบริษัท Fashion Snoops ในหัวเรื่อง Reciprocity ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022).....	626
ตารางที่ 196 ตารางสรุปวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) จากบริษัท Nelly Rodi ในหัวเรื่อง Phantasmagoria ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022).....	629

ตารางที่ 197 ตารางการเปรียบเทียบการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) และแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) ฤดูหนาวในปี2022 (Autumn/Winter 2022).....	632
ตารางที่ 198 ตารางข้อมูลแนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบของแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend) ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022).....	636
ตารางที่ 199 ตารางสรุปองค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้าคอลเล็กชั่น	641
ตารางที่ 200 ตารางสรุปเปรียบเทียบผลการทดลองวัสดุทางเลือกในแต่ละครั้ง จากการทดลองวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex)	648
ตารางที่ 201 ตารางสรุปการพัฒนาวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex)	651
ตารางที่ 202 ตารางรายละเอียดการวางแผนผลิตภัณฑ์ในคอลเล็กชั่น.....	664
ตารางที่ 203 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 1	671
ตารางที่ 204 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 2	673
ตารางที่ 205 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 3	674
ตารางที่ 206 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 1	679
ตารางที่ 207 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 2	680
ตารางที่ 208 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 3	682
ตารางที่ 209 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 4	684
ตารางที่ 210 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 5	686
ตารางที่ 211 ตารางสรุปข้อมูลรูปแบบลักษณะของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex).....	701
ตารางที่ 212 ตารางแสดงข้อมูลอัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้าในการวิจัย.....	706

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ภาพแสดงกลุ่มผู้สวมใส่เสื้อผ้าลาเท็กซ์ Fashion Latex.....	20
ภาพที่ 2 ต้นยางพารา (<i>Hevea Brasiliensis</i>)	22
ภาพที่ 3 ใบของต้นยางพารา (<i>Hevea Brasiliensis</i>).....	23
ภาพที่ 4 ช่อและดอกของต้นยางพารา (<i>Hevea Brasiliensis</i>).....	24
ภาพที่ 5 ผลและเมล็ดของต้นยางพารา (<i>Hevea Brasiliensis</i>)	24
ภาพที่ 6 ระยะเวลาการเติบโตของต้นยางพารา (<i>Hevea Brasiliensis</i>).....	25
ภาพที่ 7 การกรีดยาง 1.....	25
ภาพที่ 8 การกรีดยาง 2.....	26
ภาพที่ 9 การกรีดยาง 3.....	27
ภาพที่ 10 องค์ประกอบหลักของน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	31
ภาพที่ 11 หน้ากากอนามัยแผ่นกรอกอากาศจากวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ..	35
ภาพที่ 12 หมอนและที่นอนจากวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex).....	36
ภาพที่ 13 โครนเสื้อชั้นในจากวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex).....	38
ภาพที่ 14 กระเป๋าจากวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	39
ภาพที่ 15 กระเป๋าและพื้นรองเท้าจากวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	40
ภาพที่ 16 เส้นใยจากวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex).....	42
ภาพที่ 17 แผ่นยางพาราเศษผ้าจากวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	46
ภาพที่ 18 สียางพาราแปรรูปจากวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	47
ภาพที่ 19 แผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)” ...	62
ภาพที่ 20 ขั้นตอนการผลิตแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex).....	63

ภาพที่ 21 ภาพหน้าปกยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 และวิสัยทัศน์ประเทศไทยจาก ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580.....	73
ภาพที่ 22 ภาพแสดงแผนภูมิกลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาส (Creative Class)	137
ภาพที่ 23 ภาพแสดงสิ่งกลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสให้ความสนใจและต้องการ.....	139
ภาพที่ 24 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ 51 ปีก่อนคริสตกาล (51 B.C.) ..	149
ภาพที่ 25 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ 30 ปีก่อนคริสตกาล (30 B.C.) ..	150
ภาพที่ 26 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 11 (ค.ศ.1001-1100)	151
ภาพที่ 27 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 16 (ค.ศ.1501-1600)	152
ภาพที่ 28 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 16 (ค.ศ.1501-1600), (Queen Elizabeth)”.....	153
ภาพที่ 29 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 17 (ค.ศ.1601-1700)	154
ภาพที่ 30 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 18 (ค.ศ.1701-1800), ในปี 1760”.....	155
ภาพที่ 31 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 18 (ค.ศ.1701-1800), (Marie Antonette).....	156
ภาพที่ 32 “วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 18 (ค.ศ.1701-1800), ในปี 1790”.....	156
ภาพที่ 33 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1810.....	157
ภาพที่ 34 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1815.....	158
ภาพที่ 35 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1820.....	159

ภาพที่ 36	วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1840.....	160
ภาพที่ 37	วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1860”.....	161
ภาพที่ 38	วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1880.....	162
ภาพที่ 39	วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1890”.....	163
ภาพที่ 40	วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1900.....	164
ภาพที่ 41	วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1910s.....	165
ภาพที่ 42	วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1920s.....	166
ภาพที่ 43	วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1940s.....	167
ภาพที่ 44	วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1950s.....	168
ภาพที่ 45	วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1960s (Paco Rabanne)”.....	169
ภาพที่ 46	วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1970s.....	170
ภาพที่ 47	วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1980s.....	171
ภาพที่ 48	วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1990s.....	172

ภาพที่ 49 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 2000s	173
ภาพที่ 50 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 21 (ค.ศ.2001-2100), 2010s	174
ภาพที่ 51 Logo : Saint Laurent	194
ภาพที่ 52 Yves Henri Dona Mathieu Saint Laurent and Pierre Berge	194
ภาพที่ 53 Le Smoking	195
ภาพที่ 54 Anthony Vaccarello	196
ภาพที่ 55 “Logo Versace”	208
ภาพที่ 56 งานนี้ เวอร์ซาเซ่ (Gianne Versace)	209
ภาพที่ 57 Versace โดย งานนี้ เวอร์ซาเซ่ (Gianne Versace) 1983.....	209
ภาพที่ 58 Gianni Versace Donna	210
ภาพที่ 59 Donatella Versace	211
ภาพที่ 60 Logo : Valentino	223
ภาพที่ 61 วาเลนติโน่ การวานิ (Valentino Garavani).....	224
ภาพที่ 62 Valentino Red Dress	224
ภาพที่ 63 Pierpaolo Piccioli.....	225
ภาพที่ 64 Logo : Robert Wun.....	235
ภาพที่ 65 Robert Wun	235
ภาพที่ 66 Women I By Dutch émigré Willem de Kooning	254
ภาพที่ 67 Bookcover of Arthur Mackmurdo, Wren's City Churches, 1883: often cited among incunabula of Art Nouveau Arthur Mackmurdo (1851-1942).....	256
ภาพที่ 68 Mark Rothko, Untitled (Yellow and Blue), 1954. Private Collection.....	257
ภาพที่ 69 The Homage to the Square pictures by Josef Albers (1888-1976).....	258
ภาพที่ 70 Woman (1934, Private Collection) by Joan Miro (1893-1983).....	258

ภาพที่ 71 Jackson Pollock Shimmering Substance, 1946	259
ภาพที่ 72 Robert Morris, Untitled (mirrored cubes) (1965/71).....	260
ภาพที่ 73 Wassily Kandinsky	263
ภาพที่ 74 Jackson Pollock.....	274
ภาพที่ 75 Morris Louis	285
ภาพที่ 76 แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 (Autumn/Winter 2022-2023) จากบริษัท WGSN	304
ภาพที่ 77 แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูร้อนปี 2023 (Spring/Summer 2023) จากบริษัท WGSN	311
ภาพที่ 78 ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย	315
ภาพที่ 79 ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย	362
ภาพที่ 80 แผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ...	367
ภาพที่ 81 ขั้นตอนการผลิตแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	368
ภาพที่ 82 คุณอาร์ต อารยา อินทรา	401
ภาพที่ 83 คุณลูกนัต สิริวงษ์ สุขเกษมสิน	402
ภาพที่ 84 คุณมิงค์ เสาวคนธ์ พรพัฒน์รักษ์	403
ภาพที่ 85 กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)	422
ภาพที่ 86 รสนิยมของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) : Taste of Target	423
ภาพที่ 87 ภาพกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) จำนวน 100 รูป.....	432
ภาพที่ 88 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก : กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennial).....	595
ภาพที่ 89 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก : กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอ เรชั่น เอ็กซ์ (Generation X)	598

ภาพที่ 90 กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generation X)	599
ภาพที่ 91 โลโก้สไตล์กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generation X)	600
ภาพที่ 92 ระดับของตราสินค้าของผู้วิจัย (Brand Competitor)	603
ภาพที่ 93 ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าผู้วิจัย (Brand Positioning)	603
ภาพที่ 94 ภาพอัตลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Identity)	610
ภาพที่ 95 ภาพอัตลักษณ์ด้านรูปแบบของตราสินค้า	610
ภาพที่ 96 แนวโน้มกระแสนิยมหลัก (Main Trend)	614
ภาพที่ 97 สรุปแนวคิด (Concept) ในแต่ละกลุ่มของแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นประจำฤดูหนาวในปี 2022 ของบริษัท WGSN แนวโน้มกระแสนิยมหลัก (Main Trend)	622
ภาพที่ 98 ภาพการเปรียบเทียบการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) และแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) ฤดูหนาว ในปี 2022 (Autumn/Winter 2022) และแนวโน้มกระแสนิยมใหม่ (New Trend)	635
ภาพที่ 99 แนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบของแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend) ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022)	638
ภาพที่ 100 ภาพตารางการเปรียบเทียบและสรุปแรงบันดาลใจในการออกแบบ	639
ภาพที่ 101 ภาพแสดงอารมณ์ของแรงบันดาลใจในการออกแบบคอลเล็กชัน (Mood Board Collection)	640
ภาพที่ 102 ภาพสรุปองค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้าคอลเล็กชัน	643
ภาพที่ 103 ภาพอ้างอิงรูปแบบเสื้อผ้าในคอลเล็กชัน (Reference Collection)	643
ภาพที่ 104 ภาพจากรันเวย์คอลเล็กชันสนับสนุน (Runway Support) ด้านโครงร่างเงา (Silhouette)	644
ภาพที่ 105 ภาพจากรันเวย์คอลเล็กชันสนับสนุน (Runway Support) ด้านโครงร่างเงา (Silhouette)	645

ภาพที่ 106 ภาพจากรันเวย์คอลเล็กชันสนับสนุน (Runway Support) ด้านโครงร่างเงา (Silhouette)	645
ภาพที่ 107 ภาพจากรันเวย์คอลเล็กชันสนับสนุน (Runway Support) ด้านโครงร่างเงา (Silhouette)	646
ภาพที่ 108 ข้อมูลจากรันเวย์คอลเล็กชันสนับสนุน (Runway Support) ด้านรายละเอียดการตกแต่ง (Details)	646
ภาพที่ 109 ภาพการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบศิลปะของผู้วิจัย (My Abstract Art).....	659
ภาพที่ 110 ภาพการทดลองสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบศิลปะของผู้วิจัย (My Abstract Art) .	660
ภาพที่ 111 ภาพการทดลองการนำวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา ลาเท็กซ์ ด้วยวิธีการตัดแบบเลเซอร์ (Laser Cut)	661
ภาพที่ 112 ภาพจากการทดลองทำเทคนิคและรายละเอียดการตกแต่งลงบนวัสดุจากนวัตกรรมการ แปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ด้วยการทำบล็อกตัดหนังแบบเหล็ก (Block Cut) ที่มา : ฉันทนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย.....	663
ภาพที่ 113 ภาพการทดลองการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 1 โดยใช้วิธีการตัด ปะ (Collage).....	666
ภาพที่ 114 ภาพการทดลองการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 1	667
ภาพที่ 115 ภาพการทดลองการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 1	668
ภาพที่ 116 ภาพการทดลองการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 1	668
ภาพที่ 117 ผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน ครั้งที่ 1 จำนวน 16 ชุด	669
ภาพที่ 118 ผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน ครั้งที่ 1 จำนวน 5 แบบ เพื่อนำไปตัดเย็บเป็นชุดผ้าดิบ และชุดต้นแบบ.....	670
ภาพที่ 119 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 1.....	671
ภาพที่ 120 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าดิบจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 1	672
ภาพที่ 121 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 2.....	672

ภาพที่ 122 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าดิบจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 2	673
ภาพที่ 123 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 3	674
ภาพที่ 124 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าดิบจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 3	675
ภาพที่ 125 ผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่นครั้งที่ 2 ที่มา : ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย	677
ภาพที่ 126 การแบ่งรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Item) ตามวาระโอกาสการสวมใส่ (Occasion) จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่นครั้งที่ 2	678
ภาพที่ 127 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 1 จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่นครั้งที่ 2	678
ภาพที่ 128 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 1 จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่นครั้งที่ 2 ที่มา : ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย	679
ภาพที่ 129 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 2 จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่นครั้งที่ 2	680
ภาพที่ 130 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 2 จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่นครั้งที่ 2	681
ภาพที่ 131 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 3 จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่นครั้งที่ 2	682
ภาพที่ 132 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 3 จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่นครั้งที่ 2	683
ภาพที่ 133 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 4 จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่นครั้งที่ 2	684
ภาพที่ 134 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 4 จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่นครั้งที่ 2	685
ภาพที่ 135 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่น “REFRESHED” ชุดที่ 5 จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชั่นครั้งที่ 2	686

ภาพที่ 136 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 5 จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2	687
ภาพที่ 137 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ	689
ภาพที่ 138 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 1	689
ภาพที่ 139 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 1	690
ภาพที่ 140 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 2	690
ภาพที่ 141 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 2	691
ภาพที่ 142 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 3	691
ภาพที่ 143 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 3	692
ภาพที่ 144 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 4	692
ภาพที่ 145 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 4	693
ภาพที่ 146 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 5	693
ภาพที่ 147 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 5	694
ภาพที่ 148 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ	694
ภาพที่ 149 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ	695

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 กระบวนการแยกชั้นวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	30
แผนภาพที่ 2 กระบวนการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex).....	33
แผนภาพที่ 3 แผนภูมิแสดงผลสัมฤทธิ์จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex).....	34
แผนภาพที่ 4 แผนภูมิยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง.....	77
แผนภาพที่ 5 แผนภูมิยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	81
แผนภาพที่ 6 แผนภูมิยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์	86
แผนภาพที่ 7 แผนภูมิยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม	90
แผนภาพที่ 8 แผนภูมิยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม.....	95
แผนภาพที่ 9 แผนภูมิยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ	100
แผนภาพที่ 10 แผนภูมิแสดงรูปแบบของงานทัศนศิลป์	251
แผนภาพที่ 11 แผนภูมิแสดงระยะเวลาทางประวัติศาสตร์ของแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะหรือ ศิลปะนามธรรม (Abstract Art).....	252
แผนภาพที่ 12 แผนภูมิแสดงกระบวนการวิจัย 1	346
แผนภาพที่ 13 แผนภูมิแสดงกระบวนการวิจัย 2.....	347

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

การพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปน้ำยางพารา (Para Latex) ได้ถูกนำมาต่อยอดในอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ รวมทั้งในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์รวมถึงอุตสาหกรรมแฟชั่น ได้มีการนำมาใช้ผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ชุดชั้นใน กระเป๋า และรองเท้า เป็นต้น ดังเห็นได้จากกลุ่มผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์การแปรรูปน้ำยางพาราเพิ่มมากขึ้น เช่น ในกลุ่มซูเปอร์สตาร์ (Super Star) ดารา นักแสดง ผู้มีชื่อเสียง ได้แก่ คิม คาร์แคเซียม ปียอนเซ่ ใหม่-ดาวิกา ไอซ์-อภิษฎา เจนนี่ ได้เลือกสวมใส่เสื้อผ้าที่ทำมาจากวัสดุแปรรูปน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) จนเกิดเป็นกระแสนิยมทางแฟชั่นเสื้อผ้าจากยาง (Fashion Latex) ที่ให้ความรู้สึกเหมือนกับหนังเทียมที่มีความมันเงา (Wet Look PVC) หรือ ชุดเดรสลาเท็กซ์ (Latex Dress) ทำให้เห็นปรากฏชัดเจนว่า น้ำยางพาราลาเท็กซ์ สามารถนำเข้ามาทำเครื่องแต่งกายได้และเป็นช่องทางเลือกการใช้วัสดุ

ยางพาราถือได้ว่าเป็นผลผลิตทางการเกษตรพื้นถิ่นของประเทศไทยที่สามารถพัฒนา และแปรรูปเป็นสินค้าได้หลากหลายรูปแบบ สามารถเพิ่มมูลค่าทางการเกษตรและเป็นอีกทางเลือกวัสดุสำหรับอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยการนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ด้านต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ ได้แก่ ถุงมือทางการแพทย์ สายน้ำเกลือ ผลิตภัณฑ์ทั่วไป ถุงยางอนามัย หุ่นมยางสำหรับเด็ก เป็นต้น และผลผลิตจากนวัตกรรมใหม่เพื่อแปรรูปน้ำยางพาราเป็นสินค้า ทำให้เกิดความหลากหลายและทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน เช่น (1) ผลิตภัณฑ์หน้ากากอนามัยยางพาราจากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ตราสินค้า SaBai ได้วิจัยและคิดค้น โดยนำน้ำยาง (Latex) จากยางพารามาศึกษา พบว่า น้ำยางพารามีส่วนผสมของ Zinc สามารถป้องกันไวรัสได้ โดยบริษัทผู้ผลิตได้ผลิต รูปแบบของฟิลเตอร์ยางพารา เป็นตัวแผ่นกรองอยู่ในหน้ากากอนามัยยางพารา¹ (2) ที่นอนและหมอน จากน้ำยางพาราแท้ที่ไม่เป็นพิษต่อร่างกายและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยป้องกันแบคทีเรีย เชื้อรา และไรฝุ่น โดยมีอายุการใช้งานที่ยาวนานถึง 10 ปี จากการนำน้ำยางพารามาขึ้นรูปเป็นที่นอนและหมอนเพื่อจำหน่ายเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าในตลาด

¹ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ,1 กรกฎาคม 2563

ปัจจุบัน² (3) โครงเสื่อชั้นในจากยางน้ำยางพารา ตราสินค้าสายสมร (Saisamorn) ด้วยคุณสมบัติของยางพาราที่สามารถป้องกันตัวไรฝุ่นได้มากกว่าโฟมถึง 300% โดยชุดชั้นในโครงช่วยลดแรงการกดทับต่างจากโครงเสื่อในทั่วไป ทำให้สวมใส่สบาย และในอุตสาหกรรมแฟชั่นเริ่มมีการนำการแปรรูปน้ำยางพารามาใช้ในเครื่องแต่งกายซึ่งเป็นวัสดุทางเลือกที่มีความน่าสนใจ

ยางพาราเป็นหนึ่งในวัสดุทางการเกษตรพื้นถิ่นของประเทศไทยที่ถูกเลือกนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและสามารถทำรายได้ได้ดีเข้าสู่ประเทศ ผลผลิตยางธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากยางพารามีความสำคัญกับประเทศไทย เนื่องจากยางพาราเป็นพืชที่สามารถเพาะปลูกได้ในภูมิประเทศที่มีลักษณะเฉพาะเท่านั้น โดยต้องมีปริมาณของฝนตกมาก มีอุณหภูมิร้อนชื้น มีความชื้นสูง มีปริมาณแสงแดดมาก และไม่มีลมพายุที่รุนแรง โดยประเทศไทยมีการเพาะปลูกยางพาราในหลายพื้นที่รวมทั้งสิ้นประมาณ 20 ล้านไร่ ในภูมิภาคต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะเพาะปลูกอยู่ที่ภาคใต้ ภาคตะวันออก และบางส่วนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผลผลิตน้ำยางพาราโดยประมาณ 4.2 ล้านตัน ในปี 2563 ราคาขายพาราเฉลี่ยต่อกิโลกรัม อยู่ที่ประมาณ 64.05 บาท⁴ การส่งออกยางพาราของประเทศไทยในปี 2563 มีมูลค่า 108,908 ล้านบาท และปริมาณยางพาราส่งออกราว 2,663,736 เมทริกตัน⁵ การเลือกใช้วัสดุทางเลือกอย่างยางพาราที่เป็นวัสดุทางการเกษตรพื้นถิ่นของประเทศไทย สามารถช่วยส่งเสริมการพัฒนาประเทศสอดคล้องและตอบโจทยกับยุทธศาสตร์ชาติของประเทศไทย ในหลายด้าน ได้แก่ (1) การสร้างความสามารถในการแข่งขัน (1.1) การเกษตรสร้างมูลค่า ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตภาพการผลิตเชิงปริมาณ เพิ่มมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตร เช่น การเกษตรแปรรูป คือ การแปรรูปยางพาราออกมาในรูปแบบผลิตภัณฑ์อื่นช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุยางพารา (1.2) อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตที่จะขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคต เช่น อุตสาหกรรมชีวภาพ คือ การกระตุ้นให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปยางพารา (2) ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิต อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนเพื่อคนรุ่นต่อไปอย่างแท้จริง เช่น (2.1) สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว โดยการเพิ่มมูลค่าของเศรษฐกิจฐานชีวภาพให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านการสร้าง

² Latex Center, The Lion King

³ การยางแห่งประเทศไทย, 2564

⁴ การยางแห่งประเทศไทย, 21 สิงหาคม 2564

⁵ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, มกราคม 2564

ความสามารถในการแข่งขัน อนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพในและนอกถิ่น ส่งเสริม การบริโภค การผลิตที่ยั่งยืน และยกระดับกระบวนการทศวรรษเพื่อกำหนดอนาคตประเทศ ส่งเสริม คุณลักษณะ พฤติกรรมที่พึงประสงค์ด้านสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดีของคนไทย คือ การส่งเสริม ให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับวัสดุที่มาจากทำธรรมชาติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นช่องทางเลือกสินค้าที่มาจากวัสดุทางธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น⁶ ในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจกับวัสดุที่มาจากธรรมชาติและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นกระแสนิยมบริโภคสินค้าที่มีความยั่งยืน

จากการศึกษานวัตกรรม การแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราหรือพาราลาเท็กซ์ (PARA LATEX) พบกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่มีความสนใจในเรื่องวัสดุรูปแบบใหม่และนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีความชอบสินค้าเชิงสร้างสรรค์หรือกลุ่มผู้บริโภคครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชัน มิลเลนเนียล (Millennials Generation) ซึ่งชอบความสร้างสรรค์ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งชอบความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ชอบเข้าสังคม และอาศัยอยู่ในเมือง มักให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ภายนอก สินค้าเชิงสร้างสรรค์ที่มีรูปแบบเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือมี นวัตกรรมรูปแบบใหม่ ๆ ที่น่ากระแสนิยม จะเป็นสินค้าที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ โดยจากการ สัมภาษณ์และการทำแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส 3 ท่าน ได้แก่ คุณอาร์ต อารยา คุณมิ่งค์ เสาวคนธ์ พรพัฒน์รักษ์ และคุณลูกันท์ สิริวงษ์เกษมสิน โดยสรุปได้ว่า กลุ่มเป้าหมาย สตรีครีเอทีฟคลาสนี้มีความสนใจเสื้อผ้าที่มีความสร้างสรรค์ รูปแบบที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว มักเลือกสวมใส่เสื้อผ้าลักษณะดังกล่าว เมื่อตนต้องการพบปะหรือเข้าสังคม งานสังสรรค์ (Party) ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น งานเปิดตัวสินค้า งานสร้างสรรค์หมู่เพื่อน งานที่ต้องพบกับสื่อมวลชน เป็นต้น กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสนี้มีความสนใจในสิ่งที่น่ากระแสนิยม และยังคงมองหาเสื้อผ้า ที่มีความยั่งยืน สำหรับกลุ่มเป้าหมายมีความต้องการนวัตกรรมใหม่ที่น่ากระแสนิยมได้ จากการ สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรม การแปรรูปวัสดุทางการเกษตรยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ผู้ เครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสนี้ พบว่า กลุ่มเป้าหมายได้ให้คำตอบที่สอดคล้อง กันว่า มีความสนใจในนวัตกรรม การแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ อีกทั้งจากการทำ แบบสอบถามและวิเคราะห์วิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสนี้มีความสนใจเสื้อผ้าที่มี รูปแบบโครงสร้างที่มีอิสระไม่มีรูปแบบตายตัวเพื่อให้เกิดโครงสร้างใหม่ ๆ ในเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์และ รูปแบบใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) ที่มีรูปแบบการใช้ โครงสร้างที่ไม่มีรูปแบบตายตัว

⁶ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี, 2561

จากปัจจัยที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นนวัตกรรมการสร้างสรรค้ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้จากการแปรรูปน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยนวัตกรรมการแปรรูปน้ำยางพาราลาเท็กซ์ได้มีการนำมาใช้ในรูปแบบสินค้าไลฟ์สไตล์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย แต่ยังไม่เป็นที่นิยมมากนักและมีรูปแบบโครงสร้างที่มีความเฉพาะตัว ผู้วิจัยต้องการนำนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่เป็นวัสดุทางการเกษตรพื้นถิ่นของประเทศไทยมาต่อยอดและพัฒนาเพื่อให้มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ ซึ่งจะสามารถเป็นวัสดุทางเลือกของตลาดอุตสาหกรรมแฟชั่น ทำให้เกิดความน่าสนใจและแปลกใหม่กับทางเลือกของวัสดุของอุตสาหกรรมแฟชั่น และช่วยเพิ่มมูลค่าทางการเกษตร สามารถเปิดตลาดใหม่ให้กับประเทศที่มีความร่วมสมัยในกระแสนิยมแฟชั่นและเพื่อสอดคล้องกับความยั่งยืนในยุทธศาสตร์ชาติ

ปัญหาของงานวิจัย

ทำอย่างไรจึงสามารถพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จัดว่าเป็นวัสดุทางธรรมชาติจากภาคการเกษตรในพื้นที่ประเทศไทย เพื่อนำแปรรูปเป็นวัสดุทางเลือกในการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นร่วมสมัยเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. ศึกษารวบรวมข้อมูลและเปรียบเทียบ เพื่อการพัฒนาและต่อยอดวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ให้มีคุณสมบัติและคุณภาพที่เหมาะสมกับการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เพื่อมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน
2. เพื่อหาแนวทางสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative class) ที่อยู่ในกรุงเทพมหานครด้วยวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) โดยใช้แนวทางในการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายด้วยแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อให้เกิดอัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างในตลาดประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

- ศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส เจเนอเรชัน มิลเลนเนียล อายุ 21 – 37 ปี ที่มีวิถีชีวิตอยู่ในเขตเมืองกรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตเนื้อหา

- ศึกษาข้อมูลการพัฒนานวัตกรรมน้ำยาฟาราลาเท็กซ์ประเภทต่างๆ ที่เป็นวัสดุทางการเกษตรแปรรูปที่สามารถต่อยอดสู่การนำมาใช้เป็นวัสดุช่องทางเลือกแทนผ้าธรรมชาติและใยสังเคราะห์ที่นำมาใช้ในการนำมาผลิตและออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่น

- ศึกษาวิวัฒนาการเครื่องแต่งกายแฟชั่นสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ จากกระแสนิยมร่วมสมัยที่ผ่านมา 3 ปีจากนักออกแบบที่มีชื่อเสียงระดับโลก

- ศึกษาแนวคิดศิลปะใช้รูปลักษณ์ เพื่อนำมาเป็นองค์ประกอบการออกแบบลวดลายและพื้นผิว

- ศึกษาแนวคิดกระแสนิยมแฟชั่นปี ค.ศ. 2022 ในฤดูกาล Autumn/Winter

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. การศึกษาแนวทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 ศึกษาแนวคิดการพัฒนาต่อยอดวัสดุแปรรูปทางการเกษตรน้ำยาฟาราลาเท็กซ์ และคุณสมบัติที่เหมาะสมมีศักยภาพในการนำมาออกแบบสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายแฟชั่น

1.2 ศึกษาความเกี่ยวข้องของเป้าหมายการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ 20 ปี พ.ศ. 2561 – 2580

1.3 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะใช้รูปลักษณ์

1.4 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีการสร้างสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้ที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้บริโภคร

2.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับงานสร้างสรรค์หรือศิลปะที่มีวิถีชีวิตในเขตเมืองหลวง (กรุงเทพมหานคร)

2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม เพื่อใช้วัดสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเท็จจริง

2.3 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติในการคิดและวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามผู้วิจัยใช้วิธีการดังนี้ ไม่ว่าจะเป็นยอดรวมค่าเฉลี่ยทางคณิตศาสตร์

3. การทดลองการหาเทคนิคการพัฒนาและการใช้น้ำยารักษาเครื่องแต่งกาย

การทดลองหาวัสดุ เทคนิค ขนาด และลักษณะรูปแบบการใช้น้ำยารักษาเครื่องแต่งกายเพื่อให้เกิดความเหมาะสม

4. การสรุปแนวทางการออกแบบนวัตกรรมการพัฒนาน้ำยารักษาเครื่องแต่งกายสร้างสรรค์ประเภทปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มผู้บริโภครีเอทีฟคลาสเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

4.1 สรุปแนวนวัตกรรมการพัฒนาน้ำยารักษาเครื่องแต่งกายสร้างสรรค์ประเภท ปาร์ตี้แวร์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภครีเอทีฟคลาสเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบในการออกแบบ ได้แก่ วัสดุ วิธีการแนวคิด โครงร่างเงา สี และรายละเอียด

4.2 สรุปแนวทางการออกแบบแฟชั่นจากกลุ่มเป้าหมาย

5. สร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบจากแนวคิดนวัตกรรมการพัฒนาน้ำยารักษาเครื่องแต่งกายสร้างสรรค์ประเภทปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มผู้บริโภครีเอทีฟคลาสเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน รวมไปถึงการศึกษาแนวโน้มทางแฟชั่นฤดูใบไม้ผลิและฤดูร้อน (Spring/Summer) และ ฤดูใบไม้ร่วงฤดูหนาว (Autumn/Winter) ปี ค.ศ. 2022 การสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ในการออกแบบ การทดลองชิ้นต้นแบบ การทดลองเทคนิครายละเอียดการตกแต่ง การเลือกใช้วัสดุเพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์คอลเลคชั่นต้นแบบ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้นวัตกรรมแปรรูปทางการเกษตรจากน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่เป็นวัสดุทางเลือกนำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นร่วมสมัย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน
2. นำแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ มาใช้เป็นองค์ประกอบในการสร้างต้นแบบ เทคนิค และพื้นผิวของเครื่องแต่งกายแฟชั่นร่วมสมัย
3. ได้แนวทางการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์กับกลุ่มสตรีครีเอทีฟคลาสจากนวัตกรรมน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่เป็นอัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์

คำจำกัดความ

น้ำยางพาราลาเท็กซ์	ผลผลิตจากต้นยางพารา ในรูปแบบของเหลวที่ผ่านกระบวนการหรือนวัตกรรมเพื่อผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ
กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาส	กลุ่มคนที่ชื่นชอบและมีความสนใจงานสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นผลงานทางศิลปะ หรือสิ่งของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันต่าง ๆ ที่เป็นผลมาจากความสร้างสรรค์
ศิลปะไร้รูปลักษณะ	ศิลปะที่ใช้การแยกความรู้สึกหรืออารมณ์ออกจากความจริงมีความกลมกลืนขององค์ประกอบ และทัศนธาตุหรือมีความพลิ้วไม่ชัดเจน มีการใช้ลีลาแบบซ้ำ ๆ กัน เรียกว่า ศิลปะนามธรรม
เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์	เสื้อผ้าเครื่องกายปาร์ตี้แวร์ เสื้อผ้าสำหรับงานเข้าสังคม เสื้อผ้าแนวชุดพิธีการและชุดออกงานสังคมที่ใส่เพื่อร่วมงานพิธี หรืองานเฉลิมฉลองต่าง ๆ มีรูปแบบและรายละเอียดการตกแต่งที่มากกว่าเสื้อผ้าทั่วไป

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีศรีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาสรุปและวิเคราะห์เป็นแนวทางในการพัฒนาและแปรรูปสู่การออกแบบเครื่องแต่งกายจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์

งานวิจัยชิ้นนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาและต่อยอดวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ เพื่อเป็นช่องทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น และวางกรอบแนวคิดและแนวทางในออกแบบเครื่องแต่งกายสู่การสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ โดยในการรวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 นี้ สามารถแบ่งออกเนื้อหาจากการศึกษาออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาข้อมูลเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย

- 1.1. การศึกษาข้อมูลการผลิตวัสดุที่นำมาใช้ผลิตเครื่องแต่งกาย
- 1.2. การศึกษาวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย
- 1.3. การศึกษากระบวนการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)
- 1.4. นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สู่ผลิตภัณฑ์ออกแบบเชิงพาณิชย์
- 1.5. การศึกษาเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์
- 1.6. การสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย
- 1.7. การศึกษาสร้างนวัตกรรมต้นแบบด้วยเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในงานออกแบบ
- 1.8. สรุปวิเคราะห์นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เหมาะสมกับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น

ส่วนที่ 2 การศึกษานโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580

- 2.1. ศึกษานโยบายแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580
- 2.2. ศึกษาเป้าหมายการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่สอดคล้องกับงานวิจัย
- 2.3. สรุปลวิเคราะห์การพัฒนานวัตกรรมและการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราจากเท็กซ์ (Para Latex) ที่สอดคล้องกับความต้องการในแผนการยุทธศาสตร์

ส่วนที่ 3 การศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

- 3.1. ศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)
- 3.2. ศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล
- 3.3. สรุปลวิเคราะห์บุคลิกลักษณะและรสนิยมการเลือกสินค้าเครื่องแต่งกายจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

ส่วนที่ 4 การศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2022

- 4.1. ศึกษาที่มาและความสำคัญของเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์
- 4.2. ศึกษาวิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์
- 4.3. ศึกษาและวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัยในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล
- 4.4. สรุปลองค์ประกอบการออกแบบของเครื่องแต่งกายปาร์ตี้ร่วมสมัยจากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล

ส่วนที่ 5 แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

- 5.1. ศึกษาประวัติและความเป็นมาของแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
- 5.2. หลักเกณฑ์ในการเลือกผลงานศิลปะที่มีแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
- 5.3. ศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ

5.4. สรุปลักษณะและเปรียบเทียบองค์ประกอบทฤษฎีศิลปะไว้รู้ลักษณะที่นำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์

ส่วนที่ 6 การศึกษาแนวคิดกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

6.1. ศึกษาการคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย ในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023

6.2. การสัมภาษณ์แนวคิดคาดคะเนของผู้เชี่ยวชาญทางแฟชั่นและเครื่องแต่งกายต่อการเปลี่ยนแปลงกระแสนิยมร่วมสมัย

ส่วนที่ 7 การศึกษาดราสติก้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย

7.1. ศึกษาตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยในตลาด

7.2. ศึกษาการวิเคราะห์ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

ส่วนที่ 1 การศึกษาข้อมูลและทดลองนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย

ปัจจุบันอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค การคิดค้นเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อผลิตสินค้าเพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการและทันกับกระแสนิยมของผู้บริโภคทั่วโลก ทำให้อุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายได้สร้างผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับต้น ๆ ของอุตสาหกรรมทั่วโลก จนเกิดกระแสนิยมของการช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อมด้วยเลือกใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อที่จะช่วยลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มมากขึ้น การมองหารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายจากวัสดุที่ช่วยลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มผู้บริโภค การเลือกใช้วัสดุที่ช่วยลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมในการผลิตของกลุ่มผู้ผลิต ต่างฝ่ายต่างคำนึงถึงการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต จนทำให้เกิดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมต่าง ๆ ที่จะสามารถลดผลกระทบที่เกิดกับสิ่งแวดล้อม การนำเอาวัสดุทางธรรมชาติ (Natural Materials) มาแปรรูปด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรมต่าง ๆ เกิดเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย ถือเป็นหนึ่งในการช่วยลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมได้ โดยวัสดุทางธรรมชาติสามารถย่อยสลายตามธรรมชาติได้รวดเร็วกว่าวัสดุสังเคราะห์

หรือสามารถนำมาแปรรูปต่อยอดเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) การนำเอาวัสดุทางธรรมชาติจากการเกษตรในพื้นที่ถิ่นของประเทศไทยมาแปรรูปเพื่อให้เกิดวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นได้ และสร้างความแตกต่างของรูปแบบสินค้าในตลาด เอกลักษณ์รูปแบบสินค้าที่มีความเฉพาะตัวด้วยคุณสมบัติของวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์จึงเป็นนวัตกรรมที่มีความน่าสนใจและสามารถเป็นช่องทางเลือกของวัสดุที่มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัสดุในอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย โดยสามารถแบ่งส่วนของการศึกษาได้ ดังนี้

- 1.1. การศึกษาข้อมูลการผลิตวัสดุที่นำมาใช้ผลิตเครื่องแต่งกาย
- 1.2. การศึกษาวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย
- 1.3. การศึกษากระบวนการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)
- 1.4. นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) สู่ออกแบบเชิงพาณิชย์
- 1.5. การศึกษาเทคโนโลยีในการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์
- 1.6. การสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย
- 1.7. การศึกษานวัตกรรมต้นแบบด้วยเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในงานออกแบบ
- 1.8. สรุปรวบรวมนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (ParaLatex) เหมาะสมกับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น

1.1 การศึกษาข้อมูลการผลิตวัสดุที่นำมาใช้ผลิตเครื่องแต่งกาย

การศึกษาข้อมูลการผลิตวัสดุที่นำมาใช้ผลิตเครื่องแต่งกาย การศึกษาข้อมูลถึงกระบวนการผลิตสิ่งนำมาใช้ในการผลิตเป็นเครื่องแต่งกายในปัจจุบันสามารถแบ่งตามประเภทกระบวนการผลิตในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเป็นช่องทางเลือกทางวัสดุที่มีความหลากหลาย

กระบวนการผลิตสิ่งทอ

แบ่งตามประเภทการถักทอ เมื่อแบ่งแยกตามลักษณะของการผลิต สามารถแบ่งประเภทของผ้าออกเป็น 3 แบบ คือ

- (1) ผ้าทอ (Woven Fabrics)
- (2) ผ้าถัก (Knitted Fabrics)
- (3) ผ้าอื่น ๆ หรือ ผ้าไม่ถักไม่ทอ (Nonwoven)


ตารางที่ 1 ตารางแสดงประเภทกระบวนการผลิตสิ่งทอที่นำมาใช้ผลิตเครื่องแต่งกาย

ประเภทกระบวนการผลิตสิ่งทอ	รายละเอียด	ประเภท/ภาพตัวอย่าง	ภาพตัวอย่างสิ่งทอที่นำมาใช้ในเครื่องแต่งกาย
<p>(1) ผ้าทอ (Woven Fabrics)</p>	<p>ผ้าที่เกิดจากกระบวนการทอโดยใช้เครื่องทอ (Weaving loom) โดยสีเส้นยืน (Warp yarn) และเส้นพุ่ง (Filling or weft yarn) ที่ทอขัดในแนวตั้งฉากกัน และจุดที่เส้นทั้งสองสอดประสานกัน (Interlacing) จะเป็นเส้นที่เส้นด้ายเปลี่ยนตำแหน่งจากด้านหนึ่งของผ้าไปด้านตรงกันข้าม การทอในปัจจุบันมีการพัฒนาจากการทอด้วยมือ (Hand looms) ไปเป็นการใช้เครื่องจักรในการทอ โดยใช้เทคนิคหลากหลาย รูปแบบแตกต่างกัน เช่น Air-jet loom, Rapier loom, Water-jet loom, Projectile loom, Double-width loom, Multiple-shed loom, Circular loom, Triaxial loom</p>	<p>ผ้าทอแบ่งเป็นหลายชนิดขึ้นอยู่กับลักษณะการทอ เช่น Plain, Basket, Twill, Crepe, Dobby, Jacquard, Double cloth, Pile, Slack-tension, Leno และ Swivel</p> <p>ตัวอย่าง</p> <p>- Jacquard</p>   <p>- Twill</p>  	<p>- Jacquard</p>   <p>- Twill</p> 

ประเภท กระบวนการผลิต สิ่งทอ	รายละเอียด	ประเภท/ภาพตัวอย่าง	ภาพตัวอย่างสิ่งทอที่นำมาใช้ในเครื่องแต่งกาย
(2) ผ้าถัก (Knitted Fabrics)	<p>ผ้าที่เกิดจากการใช้เข็ม (Needles) ถักเพื่อให้เกิดเป็นห่วงของด้ายที่มีการสอดขัดกัน (Interlocking loops) โดยจะมีเส้นที่อยู่แนวตั้ง (Wales) และเส้นที่อยู่ในแนวนอน (Courses)</p>	<p>ประเภทของผ้าถักแบ่ง 2 ประเภท ได้แก่ Filling-knit Fabric เช่น Jersey, Rib structure, Interlock structure, Purl knits</p> <p>ตัวอย่าง</p> <p>- Jersey</p> 	<p>- Jersey</p> 
		<p>- Rib Structure</p>  <p>(2) Warp knits เช่น Tricot warp knits, Raschel warp knit , Simplex ,Milanese</p> <p>ตัวอย่าง</p> <p>- Tricot warp knits</p> 	<p>- Rib Structure</p>  <p>- Tricot warp knits</p> 

ประเภทกระบวนการผลิตสิ่งทอ	รายละเอียด	ประเภท/ภาพตัวอย่าง	ภาพตัวอย่างสิ่งทอนำมาใช้ในเครื่องแต่งกาย
(3) ผ้าอื่น ๆ	<p>ผ้าอื่น ๆ : ผ้าที่เกิดจากกระบวนการผลิตอื่นที่นอกเหนือจากการทอและการถัก เช่น การขึ้นรูปเป็นฟิล์มทั้งจากสารละลายและการฉีดพลาสติก หลอม การขึ้นรูปเป็นโพลีเมอร์ หนังสัตว์ หนังสือกระดาษจากนวัตกรรมเทคโนโลยี และการขึ้นรูปเป็นผ้าจากเส้นใยโดยตรง เรียกว่า "ผ้าไม่ถักไม่ทอ" (Nonwovens)</p> <p>ผ้าไม่ถักไม่ทอ (Nonwovens) มีลักษณะ โครงสร้างเป็นแผ่นผ้าที่เกิดจากการสานไปมาของเส้นใย (Fibrous web) มีการยึดกันด้วยการที่เส้นใยพันกันไปมา (Mechanical entanglement) หรือโดยการใช้ความร้อน เรซิน หรือสารเคมีในการทำให้เกิดการยึดกันระหว่างเส้นใย ผ้าไม่ถักไม่ทอสามารถผลิตได้โดยหลายกระบวนการผลิต คือ</p>	<p>- Spun-bonded</p>  <p>- Felting</p> 	<p>- Spun-bonded</p>  <p>- Felting</p>  

ประเภทกระบวนการผลิตสิ่งทอ	รายละเอียด	ประเภท/ภาพตัวอย่าง	ภาพตัวอย่างสิ่งทอนำมาใช้ในเครื่องแต่งกาย
	<p>- Dye-laid คือ โดยการใช้ลมพ่นเส้นใยลงบนสายพานที่กำลังเคลื่อนตัวไป โดยมีการเรียงเส้นใยจะไม่มีทิศทาง (Random oriented) ทำให้ที่ความแข็งแรงเท่ากันในทุกทิศทาง ตัวอย่างผ้าที่ได้จากการผลิตโดยกระบวนการนี้ คือ ผ้าเซ็ดอเนกประสงค์ กระดาษแยกขึง แบตเตอรี่ (Battery Separators) ไส้กรอก (Filters) เป็นต้น</p> <p>- Wet-laid คือ โดยการกระจายเส้นใยสั้นในน้ำ แล้วทำการกรองผ่านเพื่อแยกน้ำออกจากเส้นใย ที่มีการเรียงตัวในทุกทิศทาง ตัวอย่างที่ได้จากการผลิตโดยกระบวนการนี้คือ ไส้กรอก ไส้ฉนวน ผ้าเซ็ดอเนกประสงค์ และกระดาษแยกช่องแบตเตอรี่ เป็นต้น</p> <p>- Spun-bonded คือ การเตรียมผ้าโดยตรงจากเส้นใยที่ถูกฉีกออกจากหัวฉีดเส้นใย (Spinnerets) เส้นใยต่อเนื่อง (Continuous filament) ที่กำลังร้อนก็จะถูกฉีดสานไปบนสายพานที่กำลังหมุนอยู่</p>	<p>- Plastic</p>  <p>- Leather</p>  <p>- Leather (PVC)</p> 	<p>- Plastic</p>  <p>- Leather</p>  <p>- Leather (PVC)</p> 

ประเภท กระบวนการผลิต สิ่งทอ	รายละเอียด	ประเภท/ภาพตัวอย่าง	ภาพตัวอย่างสิ่งทอที่นำมาใช้ในเครื่องแต่งกาย
	<p>เส้นใยที่เย็นตัวลงจะมีการเชื่อมติดตรงจุดที่มีผ่านพาดผ่านระหว่างเส้นใย การเชื่อมติดอาจทำเพิ่มเติม</p> <p>โดยการใช้ความร้อนและแรงกด</p> <p>ผ้าไม่ถักไม่ทอ (Nonwovens) ที่ได้จากการผลิตโดยวิธีนี้จะมีค่าการทนต่อแรงดึงและแรงฉีก และบาง (Low Bulk) ตัวอย่างการใช้งานได้แก่ พื้นพรม (Carpet backing) ผ้าที่ใช้ในงานธรณี (Geotextile) เสื้อผ้าป้องกัน (Protective apparel) ใส่กรอง เป็นต้น</p> <p>- Hydroentangled หรือ Spun lace คือ กระบวนการผลิตคล้ายกับการผลิตผ้าไม่ถักไม่ทอแบบ Spun-bonded ยกเว้นการใช้น้ำแรงดันสูงฉีดผ่านโครงสร้างที่สานไปมาของเส้นใย ทำให้เกิดโครงสร้างที่มีลักษณะคล้ายผ้าทอผ้าที่ได้จะมีความยืดหยุ่น (Elasticity) และโค้งงอ (Flexibility) มากกว่าแบบ Spun-bonded</p>	<p>Natural Materials:</p> <p>- Bio-Leather</p>  <p>- SEAmathy</p> 	<p>- Bio-Leather</p>  <p>- SEAmathy</p> 

ประเภทกระบวนการผลิตสิ่งทอ	รายละเอียด	ประเภท/ภาพตัวอย่าง	ภาพตัวอย่างสิ่งทอที่นำมาใช้ในเครื่องแต่งกาย
	<p>- Melt-Blown เป็นการฉีกเส้นใยผ่านหัวฉีดไปยังอากาศร้อนที่มีความเร็วสูง ทำให้เส้นเกิดการขาดเป็นเส้นใยสั้น ๆ ซึ่งจะถูกเก็บลงบน สายพานที่เคลื่อนที่ การยึดติดกันเกิดจากการที่สานไปมาของเส้นใย และการใช้ความร้อน เนื่องจากเส้นใยไม่ได้ผ่านการดึงหรือยืดก่อน ผ้าที่ได้มีความแข็งแรงน้อยกว่าชนิดอื่น เส้นใยที่ใช้เทคนิคการผลิตนี้มาก คือ เส้นใยโอเลฟิน และโพลีเอสเตอร์ (Olefin and Polyester fibers) ตัวอย่างการใช้งานได้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในทางการแพทย์ และ กระดาษแยกช่องแบตเตอรี่ เป็นต้น</p> <p>- Needle punching คือ การเตรียมแผ่นผ้าไม่ถักไม่ทอ โดยเทคนิค Dry-laid แล้วนำมาผ่าเครื่องปักเข็ม (Needle loom) เพื่อช่วยให้เกิดการขึ้นเกาะและเกิดความแข็งแรงเพิ่มขึ้น</p>	<p>- Mushroom leather</p>  <p>- Algae-Based</p> 	<p>- Mushroom leather</p>  <p>- Algae-Based</p> 

ประเภท กระบวนการ การผลิต สิ่งทอ	รายละเอียด	ประเภท/ภาพตัวอย่าง	ภาพตัวอย่างสิ่งทอที่ นำมาใช้ใน เครื่องแต่งกาย
	<p>- อื่น ๆ โดย การขึ้นรูปเป็น แผ่นฟิล์มทั้งจากสารละลายและ การฉีดพลาสติกหลอม หนังสัตว์ หรือการขึ้นรูปเป็นโฟม เช่น หนังสัตว์ หนังเทียม พลาสติก หรือวัสดุ ทางการเกษตรอย่างน้ำยางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็นต้น โดยปราศจากการใช้เส้นใย หรือมี ส่วนผสมของเส้นใย ในการผลิต ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของวัสดุที่ ต้องการ โดยไม่มีการถักและ การทอ</p>	<p>- Latex</p>  <p>- Para Latex</p> 	<p>- Latex & Para Latex</p> 

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

1.2 การศึกษาวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย

วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ได้ถูกนำมาต่อยอดเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์สไตล์และเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เช่น ชุดชั้นใน กระเป๋า รองเท้า ดังนั้น ปัจจุบันกระแสนิยมการสวมใส่เสื้อผ้าลาเท็กซ์ (Fashion Latex) เริ่มเป็นที่นิยมเพิ่มมากขึ้นในหมู่ซูเปอร์สตาร์ เช่น ผู้นำทางแฟชั่น (Fashion Icon) นักร้อง (Single) นักแสดงระดับโลก (Actor) และกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) เป็นต้น หันมาใช้เสื้อผ้าที่ทำมาจากวัสดุลาเท็กซ์ (Latex) มากขึ้น เช่น คิม คาร์เดเชียน (Kim Kardashian) บีเยอร์เซ่ (Beyonce) ใหม่ ดาวิกา มาช่า ไอซ์ อภิษฎา และอเมด้า ออบตัม เป็นต้น เสื้อผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ให้ความรู้สึกเสมือนหนังเทียมที่มีความมันวาว (Wet Look PU,PVC) ทำให้เห็นได้ชัดว่าวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์สามารถนำมาแปรรูปเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายได้



ภาพที่ 1 ภาพแสดงกลุ่มผู้สวมใส่เสื้อผ้าลาเท็กซ์ Fashion Latex

ที่มา : ธีรรัตน์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเท็กซ์ (Para Latex) เป็นวัสดุทางธรรมชาติ (Natural Materials) ที่สามารถผลิตได้ในพื้นถิ่นประเทศไทย จากผลผลิตของการทำการเกษตรกรรมการปลูกสวนยางพาราในประเทศ โดยวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเท็กซ์ มาจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตด้วยการกรีดยางจากต้นยางพารา ซึ่งสามารถเพราะปลูกได้ดีและให้ผลผลิตในปริมาณที่มาก เหมาะกับภูมิประเทศและอากาศในประเทศไทย

วัสดุทางธรรมชาติ (Natural Materials)

วัสดุทางธรรมชาติ คือ ผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดิบที่มาจากพืช สัตว์ พื้นดิน แร่และโลหะที่สามารถนำมาแปรรูปได้ ใช้วัสดุธรรมชาติเป็นวัตถุดิบก่อสร้างหรือเสื้อผ้าแบ่งออกเป็นหลายประเภทเช่น

ตารางที่ 2 ตารางแสดงประเภทวัสดุทางธรรมชาติ (Natural Materials)

วัสดุทางธรรมชาติ (Natural Materials)		
วัสดุจากชีวภาพ (Biotic Materials)	วัสดุอนินทรีย์ (Inorganic Materials)	วัสดุธรรมชาติอื่น ๆ (Other natural materials)
<p>- ต้นไม้, ไม้ เช่น ใยไผ่ (Bamboo) หวาย (Rattan) เปลือกไม้ (Bark) สาหร่าย (Seaweed) เห็ด (Mushroom) ยางพารา (Para Rubber) และอื่น ๆ</p> <p>- เส้นใยธรรมชาติ เช่น ไหม (Silk) ขนสัตว์ (Wool) ฝ้าย (Cotton) กัญชง (Hemp) นุ่น (Kapok) ปอ (Jute) และอื่น ๆ</p>	<p>- หิน (Stone) เช่น หินอัคนี (Flint) หินแกรนิต (Granite) หินออบซิเดียน (Obsidian) หินทราย (Sandstone) ทราย (Sand) อัญมณี (Gems) แก้ว (Glass) และอื่น ๆ</p> <p>- โลหะธาตุ (Native metal) เช่น ทองแดง (Copper) เหล็ก (Iron) ทอง (Gold) เงิน (Silver) และอื่น ๆ</p> <p>- คอมโพสิต (Composite) เช่น ดินเดียว (Clay) ดินน้ำมัน (Plasticine)</p>	<p>- ดิน (Soil)</p>

ที่มา : ฐานันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ต้นยางพารา (*Hevea Brasiliensis*)



ภาพที่ 2 ต้นยางพารา (*Hevea Brasiliensis*)

ที่มา : ธีรฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

วงศ์ (Family) : Euphorbiacea

จิ้นัส (Genus) : Hevea

สปีชีส์ (Species) : Brasiliensis

ชื่อสามัญ (Common name) : Para Rubber

ชื่อวิทยาศาสตร์ (Scientific name) : Hevea brasiliensis

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ต้นยางพารา (*Hevea brasiliensis*) จัดเป็นไม้ยืนต้นขนาดใหญ่มีถิ่นกำเนิดแถบทวีป อเมริกาใต้บริเวณลุ่มแม่น้ำอะเมซอน ประเทศบราซิล สามารถขยายพันธุ์โดยใช้เมล็ดและการติดตา จัดเป็นพืชที่ให้น้ำยางมากที่สุดและเนื้อยางมีคุณสมบัติดีกว่ายางชนิดอื่น ต้นยางพาราสามารถให้น้ำยางได้ถึง 30 ปีและมีอายุยืนประมาณ 40 ปี ในประเทศไทยจัดได้ว่า ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญทำรายได้ให้กับประเทศปีละหลายล้านบาท โดยพื้นที่ที่มีการปลูกต้นยางพารา ได้แก่ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และบางส่วนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวเป็น พื้นที่ที่เหมาะสมในการปลูกยางพารา คือ มีลักษณะเป็นดินร่วนที่มีการระบายน้ำดี มีค่าความเป็นกรด-เบส ในช่วง 4-5.5 และมีฝนตกชุกตลอด

ลำต้น ลำต้นของต้นยางพาราจัดเป็นพวกไม้ยืนต้น ถ้าปลูกลงจากเมล็ดจะมีลักษณะเป็นรูปกรวย แต่ถ้าปลูกโดยใช้ต้นติดตาจะมีลักษณะเป็นทรงกระบอก ความสูง 30-40 เมตร ต้นอ่อนเจริญเร็วมากทำให้เกิดช่วงปล้องยาว เมื่ออายุน้อยเปลือกสีเขียว แต่เมื่ออายุมากขึ้น สีของเปลือกจะเปลี่ยนเป็นสีเทาอ่อน เทาดำ หรือน้ำตาล เปลือกของลำต้นยางพาราแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ

(1) Cork เป็นส่วนที่เป็นเปลือกแข็งชั้นนอกสุด

(2) Hard bark เป็นชั้นถัดเข้ามา ประกอบด้วย Parenchyma cell และ Disorganized sieve tube มีท่อน้ำยาง (Latex vessel) ที่มีอยู่มาก กระจุกกระจายอย่างไม่ต่อเนื่อง

(3) Soft bark เป็นส่วนในสุดของเปลือกติดกับเนื้อเยื่อ Cambium ประกอบด้วย Parenchyma cell และ Sieve tube มีท่อน้ำยางซึ่งเวียนขึ้นจากซ้ายไปขวาทำมุม 30-35 องศากับแนวตั้ง ดังนั้นในการกรีดเพื่อเอาน้ำยาง จึงต้องกรีดลงจากซ้ายไปขวา เพื่อตัดท่อน้ำยางให้ได้จำนวนมากที่สุด

เปลือกของลำต้นที่ให้น้ำยางคือ Hard bark และ Soft bark มีความหนา รวมกัน 10-11 มิลลิเมตร น้ำยางที่ได้เป็น Cytoplasm ที่อยู่ในท่อ หลังจากกรีดแล้วเปลือกจะเจริญได้เหมือนเดิมโดยใช้เวลา 7-8 ปี

ใบ ใบต้นยางพาราจะเกิดเวียนเป็นเกลียว เป็นกลุ่มและท่อกุ่มเรียกว่า ฉัตรใบ (Leaf Storey) ใบเป็นใบประกอบ มีใบย่อย 3 ใบ มีต่อมน้ำหวานที่โคนก้านใบ แต่ละใบรูปร่างแบบ Ovate หรือ Elliptical ยางพาราจะผลัดใบในช่วงต้นฤดูแล้ง ในภาคใต้จะผลัดใบในเดือนมีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะผลัดใบในเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนเมษายน



ภาพที่ 3 ใบของต้นยางพารา (*Hevea Brasiliensis*)

ที่มา : ฐันนันทน์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ช่อดอกและดอก ช่อดอกและดอกต้นยางพารา มีช่อดอกเกิดตามปลายกิ่ง เป็นแบบ Panicle มีกิ่งแขนงมาก ช่อดอกเกิดขึ้นพร้อมกับใบใหม่ที่ผลัดหลังจากผลัดใบ มีดอกตัวผู้ และดอกตัวเมียแยกกันแต่อยู่บนช่อเดียวกัน



ภาพที่ 4 ช่อและดอกของต้นยางพารา (*Hevea Brasiliensis*)

ที่มา : ธีรฉัตร อยู่นุ่มบุญ ผู้วิจัย

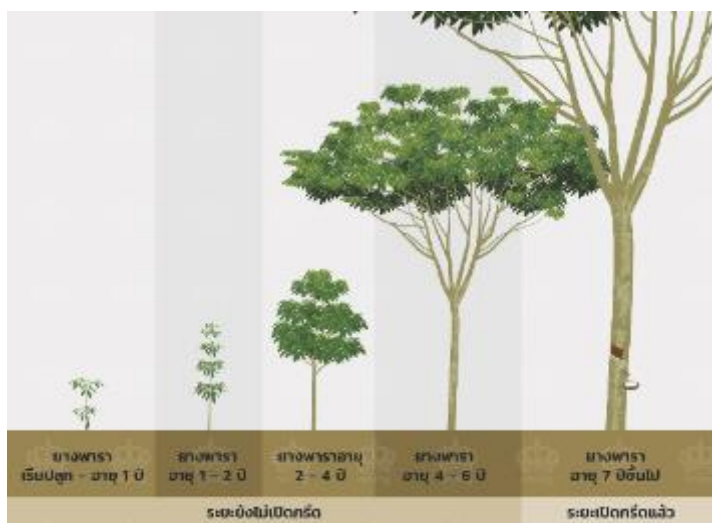
ผลและเมล็ด ผลและเมล็ดของต้นยางพารา ผลเป็นแบบ Capsule โดยทั่วไปมี 3 เมล็ด เมื่อแก่ผลจะแตกออก เกิดเสียงดัง เปลือกหุ้มเมล็ดจะมีลาย เมล็ดมีทั้งส่วนของ เอนโดสเปิร์มและใบเลี้ยง ใบเลี้ยงมีโปรตีนประมาณ 18 เปอร์เซ็นต์ และมีน้ำมันสูงถึง 40 เปอร์เซ็นต์



ภาพที่ 5 ผลและเมล็ดของต้นยางพารา (*Hevea Brasiliensis*)

ที่มา : ธีรฉัตร อยู่นุ่มบุญ ผู้วิจัย

ระยะเวลาการเติบโตของต้นยางพารา



ภาพที่ 6 ระยะเวลาการเติบโตของต้นยางพารา (*Hevea Brasiliensis*)

ที่มา : ธีรนนท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ต้นยางพาราที่มีอายุ 7 ปีขึ้นไป ถึงจะสามารถกรีดเก็บผลผลิตน้ำยางพาราได้ โดยต้นยางพาราจะมีอายุประมาณ 30 ปี ขึ้นอยู่กับการดูแลต้นยางพาราและบริเวณที่กรีดเพื่อเก็บน้ำยางพารา

การกรีดยาง การกรีดยางเป็นกระบวนการเก็บเกี่ยวน้ำยางพารา (Para Latex) โดยการกรีดยางเพื่อให้สะดวกต่อการกรีดและยังคงรักษาความสะอาดของถ้วยรองรับน้ำยางนั้นควรคำนึงถึงระดับความเอียงของรอยกรีดและความคมของมีดที่ใช้กรีดซึ่งต้องคมอยู่เสมอ



ภาพที่ 7 การกรีดยาง 1

ที่มา : ธีรนนท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

เวลากรีดยาง : ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการกรีดยางมากที่สุดคือ ช่วง 6.00-8.00 น. เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่สามารถมองเห็นต้นยางได้อย่างชัดเจนและได้ปริมาณน้ำยางใกล้เคียงกับการกรีดยางในตอนเช้ามีด แต่การกรีดยางในช่วงเวลา 1.00-4.00 น. จะให้ปริมาณยางมากกว่าการกรีดยางในตอนเช้าอยู่ร้อยละ 4-5 ซึ่งเป็นช่วงที่ได้ปริมาณน้ำยางมากที่สุดด้วย แต่- การกรีดยางในตอนเช้ามีดมีข้อเสีย คือ ง่ายต่อการกรีดบาดเยื่อเจริญส่งผลให้เกิดโรคหน้ายางทั้งยังเป็น การสิ้นเปลืองและไม่มีความปลอดภัยจากสัตว์ร้ายหรือโจรผู้ร้าย

การหยุดพักกรีด : ในฤดูแล้ง ใบไม้ผลัดใบหรือฤดูที่มีการผลิใบใหม่ จะหยุดพักการกรีดยางเนื่องจากมีผลต่อการเจริญเติบโตของใบและต้นยาง การกรีดยางในขณะที่ต้นยางเปียก จะทำให้เกิดโรคเส้นดำหรือเปลือกเน่าได้



ภาพที่ 8 การกรีดยาง 2

ที่มา : ธีรนนท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

การเพิ่มจำนวนกรีด : สามารถเพิ่มจำนวนวันกรีดได้โดย

- การเพิ่มวันกรีด : สามารถกรีดในช่วงผลัดใบแต่จะได้น้ำยางในปริมาณน้อย ไม่ควรเร่งน้ำยางโดยใช้สารเคมีควรกรีดเท่าที่จำเป็นและในช่วงฤดูผลิใบต้องไม่มีการกรีดอีก

- การกรีดยางชดเชย : วันกรีดที่เสียไปในฤดูฝนสามารถกรีดทดแทนได้แต่ไม่ควรเกินกว่า 2 วันในรอบกรีดแปลงเดิม และสามารถกรีดสายในช่วงเวลา 6.00-8.00 น. หากเกิดฝนตกทั้งคืน



ภาพที่ 9 การกรีดยาง 3

ที่มา : ธรรมนูญท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

การกรีดสาย : เมื่อต้นยางเปียกหรือเกิดฝนตกสามารถกรีดหลังเวลาปกติ โดยการกรีดสายซึ่งจะกรีดในช่วงเช้าหรือเย็นแต่ในช่วงอากาศร้อนจัดไม่ควรทำการกรีด⁷

ผลผลิตน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่ได้จากการเกี่ยวจากต้นยางพาราที่สามารถเพาะปลูกได้ในภูมิประเทศที่มีลักษณะเฉพาะเท่านั้น โดยต้องมีปริมาณของฝนตกมากและมีอุณหภูมิร้อนชื้น มีความชื้นสูง มีปริมาณแสงแดดมาก ไม่มีลมพายุที่รุนแรง โดยสามารถปลูกได้ในหลายภูมิภาคในประเทศไทย ถือเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศที่สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและส่งออกเพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยผลิตภัณฑ์จากยางพาราหนึ่งในวัสดุทางการเกษตรที่ถูกเลือกนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นหนึ่งในพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ และสามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยได้จำนวนมาก การผลิตยางธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ที่ทำจากยางพารามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยมีการเพาะปลูกยางพาราในหลายพื้นที่รวมทั้งสิ้นประมาณ 20 ล้านไร่ ผลผลิตน้ำยางพาราได้ประมาณ 4.2 ล้านตัน ในปี 2563⁸ ราคาของยางพาราเฉลี่ยต่อกิโลกรัมอยู่ที่ประมาณ 64.05 บาท⁹ การส่งออกยางพาราของประเทศไทยในปี 2563 มีมูลค่า 108,908 ล้านบาท ปริมาณยางพาราส่งออกกราว 2,663,736 เมทริกตัน¹⁰ เป็นผลผลิตทางการเกษตรหลักของประเทศไทยมีการส่งออกและใช้ในประเทศ

⁷ คลังข้อมูลสารสนเทศระดับภูมิภาค (ภาคใต้), สำนักงานพัฒนาการวิชาการเกษตร (องค์การมหาชน), กรมวิชาการเกษตร, <https://www.arda.or.th/kasetinfo/south/para/controller/index.php>

⁸ การยางแห่งประเทศไทย, 2564

⁹ การยางแห่งประเทศไทย, 21 สิงหาคม 2564

¹⁰ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, มกราคม 2564

จากการศึกษาที่มาของวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่ได้จากการเก็บเกี่ยวผลผลิตจากต้นยางพาราพืชเศรษฐกิจของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลกระบวนการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ เพื่อให้เห็นถึงกระบวนการและผลผลิตที่ได้จากการนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ในเชิงพาณิชย์

1.3 การศึกษากระบวนการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)

กระบวนการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) เกิดขึ้นหลังจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตน้ำยางพาราแลเท็กซ์จากต้นยางพาราแล้ว ต้องนำน้ำยางพาราแลเท็กซ์มาผ่านกระบวนการเพื่อให้สามารถแปรรูปเป็นวัสดุรูปแบบอื่นได้ โดยมีรูปแบบเฉพาะตัวและมีความสำคัญเพื่อให้น้ำยางพาราแลเท็กซ์พร้อมที่จะถูกนำไปแปรรูปเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่สามารถเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้ให้กับประเทศ

น้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)

น้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) หรือเรียกอีกอย่างว่า น้ำยางพาราสดมีส่วนประกอบหลักที่สำคัญ ซึ่งเป็นของเหลวชั้นสีขาวที่ถูกสร้างขึ้นและบรรจุอยู่ในท่อน้ำยางของต้นยางพารา น้ำยางพาราสดจากการกรีตต้นยางพาราประกอบไปด้วยอนุภาคแขวนลอยต่าง ๆ ได้แก่ น้ำ 60% อนุภาคยาง 36.9% โปรตีน 0.34% น้ำตาลควิบราซิทอล (Quebrachitol) 1.45% น้ำตาล 0.25% ASH 0.53% และสารประกอบอื่น ๆ เช่น arachidylalcohol, tocotrienol, hevein, L-inositol-2-methylether, indolylacetic acid, trigonelline, ergothioneine และ hercynine¹¹

¹¹ List and Horhammer, 1969

กระบวนการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

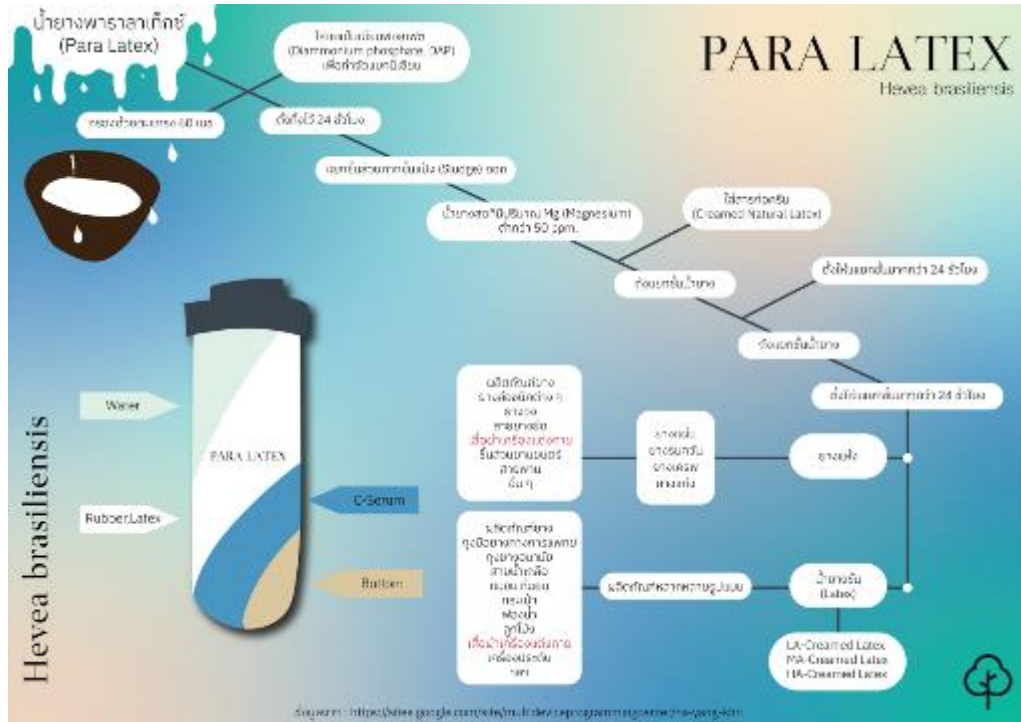
ต้นยางพาราที่ถูกกรีตโดยการเฉียดผ่านท่อน้ำยางเพื่อรองเก็บน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (น้ำยางพาราสด) ซึ่งเป็นเหตุให้ต้นยางพาราเกิดบาดแผล ดังนั้นจึงมีวิธีการยับยั้งการสูญเสีย น้ำยางพาราและมิกลไก การตอบสนองเพื่อป้องกันตนเองจากการบุกรุกของเชื้อโรคตรงตำแหน่งที่ถูกกรีต เช่น การสร้างโปรตีน ซึ่งโปรตีนเป็นองค์ประกอบอยู่ในน้ำยางพาราลาเท็กซ์ พบว่ามีโปรตีนมากกว่าร้อยละ 10 บางตัวมีคุณสมบัติเป็นสารที่มีฤทธิ์ฆ่าเชื้อ (Antimicrobials) ทำหน้าที่ทำลายเชื้อที่มากบุกรุก เช่น hevein, chitinase, β -1,3-glucanase, hevamine, glucosidase, β -galactosidase, β -N-acetyl-glucosaminidase, polyphenol oxidase และ proteinase inhibitor¹²

หลังจากได้วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) หรือน้ำยางพาราสด จะถูกเข้าสู่กระบวนการแยกชั้นน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่ได้จากการกรีตต้นยางพารา เพื่อน้ำแยกแต่ละส่วนที่อยู่ในน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ให้มีคุณสมบัติที่จะนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ โดยมีกระบวนการแยกชั้นวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

¹² Frittit et al.,1998; Garcia-Olmedo et al., 1998; Peumans and Van Damme, 1995; Ryan, 1990

กระบวนการแยกชั้นวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกทีกซ์ (Para Latex)



แผนภาพที่ 1 กระบวนการแยกชั้นวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกทีกซ์ (Para Latex)

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

การเตรียมกระบวนการแยกชั้นวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกทีกซ์ (Para Latex) โดยใช้ถังกักเก็บปริมาตร 4,000 ลิตร มีขั้นตอนตามแผนผังกระบวนการผลิต (รูปภาพที่ 10) โดยนำน้ำยางพาราแลกทีกซ์ (Para Latex) ที่เก็บรักษาด้วยแอมโมเนีย กรองสิ่งปนเปื้อนด้วยตะแกรงใส่ไดแอมโมเนียมฟอสเฟต (Diammonium phosphate, DAP) เพื่อลดปริมาณแมกนีเซียมออกไซด์ที่เบี่ยงเบนของน้ำยางสดก่อนใส่สารก่อครีมนิดนี้คือ TSC = 36.91%; DRC = 35.46%; VFA = 0.0127 และ Mg²⁺ = 48 ppm นำน้ำยางสดจากถังเก็บส่งผ่านท่อเข้าสู่ถังกวนสารเคมี กวนน้ำยางสดกับสารก่อครีมนั้นปัมน้ำยางเข้าสู่ถังแยกน้ำยาง ปล่อยให้ให้น้ำยางเกิดการแยกชั้นเป็นระยะเวลา 2 วัน มีลักษณะการแยกชั้น ถ้วยชั้นของเซรัมออกทางปลายท่อข้างล่าง และเก็บรวบรวมน้ำยางครีมใส่ถังเก็บ นำน้ำยางครีมและเซรัมที่ได้ไปทดสอบสมบัติเบื้องต้น โดยหลังจากกระบวนการแยกชั้นวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกทีกซ์ (Para Latex) น้ำจะมีองค์ประกอบที่จะถูกแยกแบ่งเป็นแต่ละชั้น และแยกแต่ละชั้นออกเพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตามคุณสมบัติของแต่ละส่วนของวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกทีกซ์

องค์ประกอบหลักของน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex)

น้ำยางพาราเลเท็กซ์ถูกแยกออกเป็น 3 ส่วนหลัก ขึ้นอยู่กับความหนาแน่นขององค์ประกอบที่แตกต่างกัน เมื่อทำการหมุนเหวี่ยงด้วยเครื่องอัลตราเซนตริฟิวจ์ (Ultracentrifugation) ซึ่งใช้อัตราเร็วในการหมุนเหวี่ยง 50,000 รอบต่อนาที อุณหภูมิ 4 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 40 นาที เพื่อแยกชั้นน้ำยางพาราเลเท็กซ์



ภาพที่ 10 องค์ประกอบหลักของน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex)

ที่มา : ธีรฉัตร อัญมบุญ ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 คือ น้ำ (Water)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 คือ น้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex) Rubber หรือ Latex

อนุภาคยางพาราเกาะตัวกันแน่นอยู่ชั้นบนสุด ประกอบด้วยสารไฮโดรคาร์บอนซึ่งถูกล้อมรอบด้วยแผ่นฟิล์มของโปรตีนและไขมันพวกไตรกลีเซอไรด์ (Triglycerides) สเตอรอล (Sterols) สเตอรอลเอสเตอร์ (Sterolester) โทโคไตรอินอล (Tocotrienols) และไขมันอื่น ๆ โดยโปรตีนล้อมรอบมีประจุลบ เพื่อช่วยให้อนุภาคยางพาราสามารถอยู่รวมกันสภาวะแขวนลอยได้ (Andrews and Dickenson, 1960) ส่วนที่ติดกับส่วนของอนุภาคยางที่ผิวด้านล่าง มีลักษณะเป็นของเหลวหนืด สีเหลืองเข้ม ประกอบด้วยส่วนที่เรียกว่า เฟรยวิสลิ่ง (Frey-Wyssling particles) ซึ่งเป็นส่วนของไขมันและแคโรทีนอยด์¹³

¹³ Frey-Wyssing, 1929

ส่วนที่ 3 คือ ซี-เซรัม (C-serum) เป็นของเหลวใส อยู่ในส่วนที่อยู่ในไซโทพลาสซึม (Cytoplasm) ของ Laticiferous cells ประกอบด้วยสารที่ละลายน้ำได้ ซึ่งพบโดยทั่วไปในเซลล์พืช ได้แก่ Inositols, Carbohydrates, Amino acids, Proteins, Inorganic anions และ Metalions รวมทั้งอนุภาคยางพาราที่ถูกสังเคราะห์ขึ้น นอกจากนี้ ซี-เซรัม ยังจัดเป็นส่วนสำคัญที่มีโปรตีนเป็นส่วนประกอบประมาณ 60% เมื่อเทียบกับโปรตีนทั้งหมดที่อยู่ในยาง¹⁴

ส่วนที่ 4 คือ เป็นส่วนของตะกอนก้นหลอด (Bottom Fraction) มีสีเหลืองอ่อน ประกอบด้วย ออร์แกนัลส์ ที่เรียกว่า ลูทอยด์ (Lutoids) ซึ่งเป็นออร์แกนัลส์ที่มีเยื่อหุ้มชั้นเดียวและแตกง่าย ภายในมีของเหลวค่อนข้างหนืดเล็กน้อยสีเหลืองใส เรียกว่า บี-เซรัม (B-serum) ลูทอยด์มีหน้าที่สำคัญในการยับยั้งการสูญเสียยางพาราลาเท็กซ์¹⁵ โดยเมมเบรนของลูทอยด์จะส่วนในการก่อให้เกิดอุดตันบริเวณท่อที่หลุดเหือดไป¹⁶

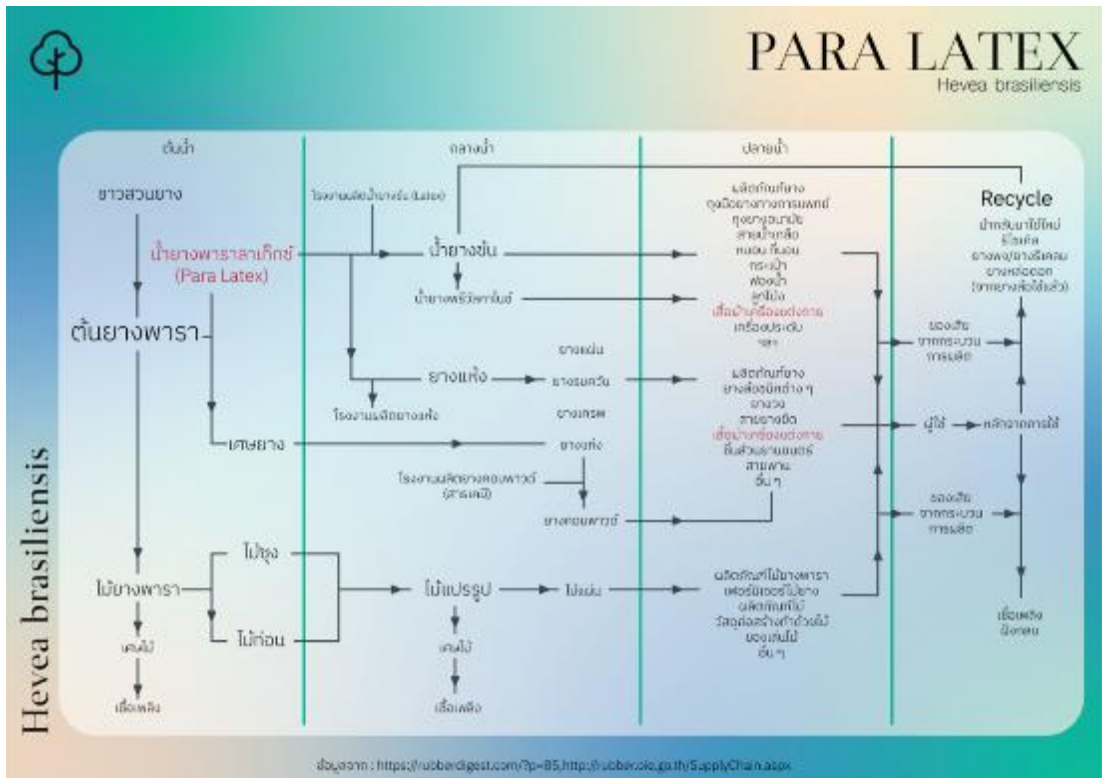
จากกระบวนการแยกชั้นวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) จะได้วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่มีคุณภาพและคุณสมบัติที่จะสามารถนำไปแปรรูป โดยเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ ให้เป็นรูปผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า มีคุณสมบัติ เป็นประโยชน์ต่อการใช้สอยของผู้บริโภคของผู้คนในประเทศและส่งออกเพื่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ประเทศ

วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็นวัสดุต้นน้ำที่มีความสำคัญและสามารถนำไปแปรรูปเป็นวัสดุกลางน้ำที่มีความหลากหลายเหมาะสมสำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมที่จะนำวัสดุกลางน้ำไปแปรรูปเป็นวัสดุปลายน้ำที่เป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติและประโยชน์การใช้สอยที่แตกต่างกัน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้สอยในชีวิตประจำวันอยู่ในหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรม

¹⁴ Webster and Baulkwil, 1989

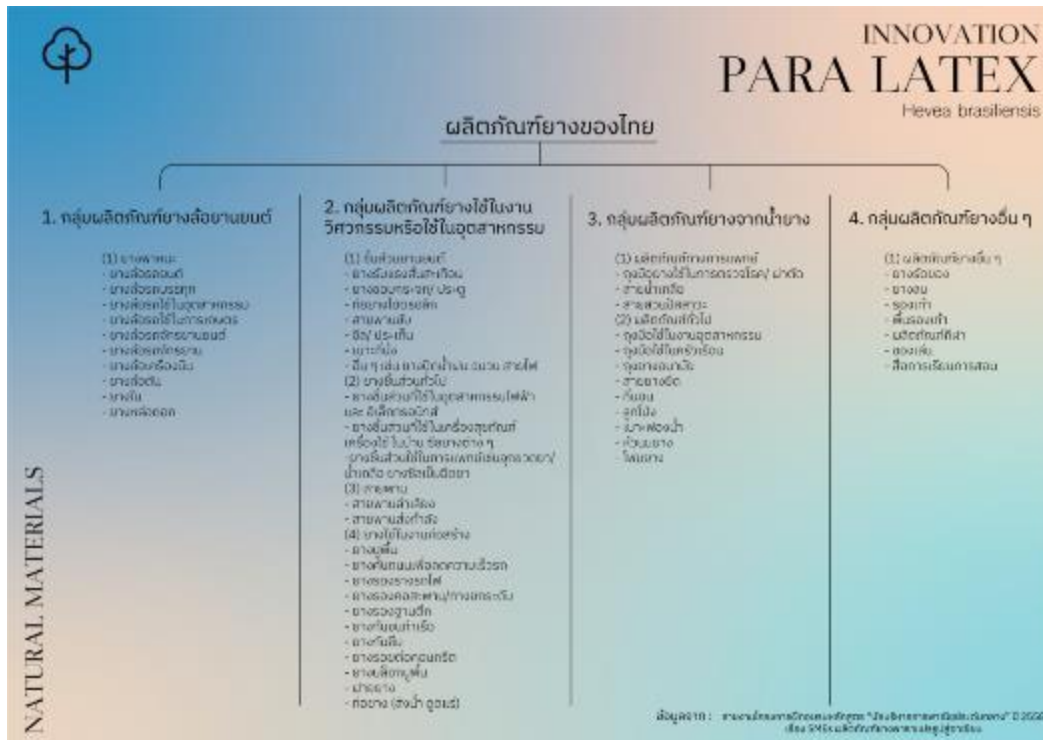
¹⁵ Webster and Baulkwil, 1989

¹⁶ Southorn and Edwin, 1968; Wititsuwannakul et al., 2008



แผนภาพที่ 2 กระบวนการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)
ที่มา : ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากภาพแผนภูมิแสดงให้เห็นถึงกระบวนการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) จากต้นน้ำ กลางน้ำ ถึงปลายน้ำ และยังสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ผ่านกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สามารถนำมารีไซเคิลเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อใช้สอยต่อไป จะเห็นได้ว่าวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายในหลายอุตสาหกรรม เป็นวัสดุต้องการของหลายอุตสาหกรรม ด้วยคุณสมบัติและเป็นวัสดุทางการเกษตรที่สามารถผลิตได้ในพื้นที่ประเทศไทย รวมไปถึงอุตสาหกรรมแพคเกจจิ้งเครื่องแต่งกาย



แผนภาพที่ 3 แผนภูมิแสดงผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ที่มา : ธีรรัตน์ อยู่ชมพูญ ผู้วิจัย

จากภาพแผนภูมิแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์จากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยางของไทย ได้หลากหลายรูปแบบประเภทสินค้าผลิตภัณฑ์อยู่ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ของประเทศไทย เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องจักร อุตสาหกรรมการแพทย์ อุตสาหกรรมของใช้เด็ก อุตสาหกรรมกีฬา อุตสาหกรรมพิวนิเจอร์ อุตสาหกรรมแฟชั่น และกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ

จากการศึกษากระบวนการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ จะเห็นได้ว่าวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์สามารถนำมาแปรรูปเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย และในอุตสาหกรรมแฟชั่น ได้นำวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์มาใช้เป็นวัสดุในการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ แต่ยังไม่ได้เป็นที่นิยมมากนัก ผู้วิจัยจึงได้ทำงานศึกษาวัดกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สู่ผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ ในส่วนถัดไป

1.4 นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สู่ผลิตภัณฑ์ออกแบบเชิงพาณิชย์

จากการศึกษากระบวนการการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) จะเห็นได้ว่า วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สามารถแยกส่วนเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน และเป็นวัสดุต้นน้ำที่สามารถแปรรูปเป็นวัสดุกลางน้ำที่มีความหลากหลายและในอุตสาหกรรมแฟชั่น ได้นำวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์มาใช้เป็นวัสดุในการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ แต่ยังไม่ได้เป็นที่นิยมมากนัก ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษา นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สู่ผลิตภัณฑ์ออกแบบเชิงพาณิชย์ ที่สามารถเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์โดยได้ทำการศึกษาจากการแปรรูปทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์สู่ผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้แก่ (1) อุตสาหกรรมการแพทย์ (2) อุตสาหกรรมเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน (3) อุตสาหกรรมแฟชั่น โดยมีหลักเกณฑ์การเลือกตราสินค้ามาศึกษาโดยพิจารณาจากการเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

(1) นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์สู่ผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมทางการแพทย์



ภาพที่ 11 หน้ากากอนามัยแผ่นกรองอากาศจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ที่มา : ธีรนนท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

หน้ากากอนามัยแผ่นกรองอากาศจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

หน้ากากอนามัยจากน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 19 (Covid-19) จากตราสินค้า SaBai ได้วิจัยคิดค้นและพัฒนาด้วยการนำวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) โดยจากการวิจัยพบว่า ในน้ำยางพาราลาเท็กซ์มีส่วนผสมของ Zinc สามารถป้องกันเชื้อไวรัสและแบคทีเรียได้ ด้วยทางตราสินค้า Sabai ผลิตโดยการผลิตฟิลเตอร์จากน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ทั้งนี้หน้ากากอนามัยจากน้ำยางพาราลาเท็กซ์สามารถป้องกันและยับยั้ง เชื้อไวรัสโคโรนา 19 (Covid-19) พร้อมทั้งสามารถกรองฝุ่นละอองขนาดเล็กอย่าง PM 2.5 ได้ โดยแผ่นฟิลเตอร์จากน้ำยางพาราลาเท็กซ์ผ่านการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนอุณหภูมิ 90 องศาเซลเซียส ทำให้ไม่เป็นแหล่งสะสมของไรฝุ่น เชื้อรา แบคทีเรียต่าง ๆ และสามารถระบายอากาศได้ดี สวมใส่สบาย ไม่ร้อนใบหน้า เมื่อผู้สวมใส่ใช้งานระยะเวลาอันยาวนานก็ไม่ก่อให้เกิดปัญหาของกลิ่นปากและลมหายใจสดชื่น

2) นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์สู่ผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน



ภาพที่ 12 หมอนและที่นอนจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

หมอนและที่นอนจากวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ผลิตภัณฑ์เครื่องนอนที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น หมอน ที่นอน เป็นต้น เป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตจากวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์โดยตราสินค้า เดอะ ลายออน คิง (The Lion King) ตราสินค้าสินหมอนและที่นอนจากนวัตกรรมการแปรรูปจากวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์จากธรรมชาติแท้ ไม่เป็นพิษต่อร่างกายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หมอนและที่นอนจากวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์ สามารถช่วยผ่อนคลายความร้อนจากร่างกาย ศีรษะ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกเย็นสบายนอนหลับสนิทไม่ตื่นในเวลาการคืน ทำให้ร่างกายพักผ่อนได้อย่างเต็มที่ และด้วยคุณสมบัติของวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่สามารถคงรูป หรือคืนรูปได้ ทำให้สามารถป้องกันอาการปวดคอในขณะที่นอนจากการนอนบนหมอนที่มีแข็งหรือสูงจนเกินไปทำให้เวลานอนต้องเกร็งคอโดยไม่รู้ตัว ดังนั้น ควรเลือกหมอนที่มีความนุ่มและรองรับได้พอดีกับต้นคอซึ่งหมอนจากวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์จะมีคุณสมบัติที่มีความยืดหยุ่นที่ดีและไม่ลื่นคต้นคอไว้แน่นจนเกินไป และยังสามารถป้องกันแบคทีเรียและเชื้อราทำให้ไม่สามารถเจริญเติบโตได้ สามารถป้องกันไรฝุ่นได้ จึงช่วยป้องกันการเกิดอาการที่ไม่พึงประสงค์ของโรคภูมิแพ้ และมีอายุการใช้งานที่มีความยาวนาน 10 ปี สามารถทำความสะอาดได้โดยการซักล้างและผึ่งลมให้แห้ง ห้ามนำไปตากแดด จะช่วยรักษาสภาพของหมอนและที่นอนให้สามารถใช้งานได้ยาวนานขึ้น

(3) นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการแพทย์น้ำยางพาราลาเท็กซ์สู่ผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมแฟชั่น



ภาพที่ 13 โครงเส้นชั้นในจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ที่มา : ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

โครงเส้นชั้นในจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

จากการศึกษาคุณสมบัติของวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ของตรังสินค้า สายสมร (Saisamorn) ตรังสินค้าผู้ผลิตเส้นชั้นในสุภาพสตรี พบว่าวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการผลิตแทนโฟมสังเคราะห์ เพราะวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์เป็นวัสดุที่มาจากธรรมชาติสามารถย่อยสลายและนำมารีไซเคิลได้ และด้วยคุณสมบัติของวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สามารถป้องกันไผ่นได้มากกว่าโฟมถึง 300 เปอร์เซ็นต์ และมีโครงสร้างถ้าโมเลกุลแบบ Open-cell ทำให้สามารถถ่ายเทอากาศได้ดี ไม่มีสารพิษ ทนทาน และผ่านการทดสอบการซักในน้ำและตากได้มากกว่า 135 ครั้ง สำหรับโครงเส้นชั้นในจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่ไม่มีโครง ไร้อยู่ต่อ ทำให้การสัมผัสนุ่มใส่สบาย แผ่นเสริมโครงเส้นชั้นในจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สามารถถอดได้เพื่อให้ง่ายต่อการทำความสะอาด ออกแบบให้เหมาะสมกับสรีระหน้าอกของผู้หญิงเอเชีย ช่วยป้องกันดูแลทรงอกมีรูปร่างสวยงาม ในกระบวนการผลิตการคัดเลือกวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่มีการตรวจสอบคุณภาพ ผสมสารเคมีเพื่อให้คงรูป หล่อแบบโครงเส้นชั้นในในแม่พิมพ์ที่มี

หลากหลายแบบและขนาด โดยโครงสร้างขึ้นมาจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ 1 ตัว จะใช้วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ประมาณ 1.2 กิโลกรัม



ภาพที่ 14 กระเป๋าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ที่มา : ธีรฉัตร อยู่นุ่มบุญ ผู้วิจัย

กระเป๋าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

กระเป๋าสะพายใส่ของที่ถูกรออกแบบมาให้เข้ากับวิถีชีวิตของคนในยุคใหม่ โดยตราสินค้า Rubber Idea ผลิตจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่ถูกแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แต่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานทางสินค้า เช่น ถุงมือทางการแพทย์ โดยตราสินค้า Rubber Idea จะนำผลิตภัณฑ์ที่ไม่ผ่านเกณฑ์เหล่านี้มาใช้เคลือบผ่านนวัตกรรมการแปรรูปเพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์จากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ โดยทางตราสินค้าผลิตสินค้าเป็นกระเป๋าให้ผิวสัมผัสนุ่ม มีความยืดหยุ่น ขยายขนาดได้ทนทานรับน้ำหนักได้ถึง 10 กิโลกรัม กันน้ำได้ และสามารถล้างทำความสะอาดได้ง่าย แห้งเร็ว กับการออกแบบรูปทรงหยดน้ำเสมือนหยดน้ำยางจากต้นยาง พร้อมการใส่สีสันทันให้เลือกได้อย่างหลากหลายตามสไตล์ของผู้บริโภคแต่ละคน โดยสามารถกลับด้านใช้งานได้ทั้งด้านนอกและด้านใน โดยจะมีข้อความพิมพ์บนอันเป็นเอกลักษณ์ว่า “ถุงยางรักษ์โลก” และอีกด้านหนึ่งจะพิมพ์ว่า “Rubber idea”



ภาพที่ 15 กระเป๋าและพ้รองเท้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

กระเป๋าและพ้รองเท้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

กระเป๋าและพ้รองเท้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) โดยตราสินค้า จีมิโอ (Gemio) โดยทางตราสินค้าเลือกสนับสนุนเกษตรกรชาวสวนยางของคนไทยด้วยการเลือกซื้อวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์จากสหกรณ์เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรไทย และยังใช้ความชอบของเจ้าของแบรนด์ทั้ง 2 ท่านที่หลงใหลในความสวยงามของผ้าทอเป็นทุนเดิม ไม่ว่าจะเป็นผ้าไทยที่มีเสน่ห์ในตัวเองอยู่แล้ว ผ้าทอมือ ผ้าย้อมสีธรรมชาติ ลวดลายต่าง ๆ โดยไม่ได้เจาะจงว่ามาจากชุมชนไหน ส่วนเรื่องการออกแบบนั้นพยายามทำรองเท้าและกระเป๋าไม่ได้มีรูปแบบที่ไทยมากเกินไป เพราะหลายครั้งที่รองเท้ารักษ์โลกหรือรองเท้าเพื่อสุขภาพจะมีภาพลักษณ์หรือรูปแบบที่ไม่ทันสมัย ดังนั้นจึงเลือกสร้างสรรค์รองเท้าให้สามารถนำมา믹ซ์แอนด์แมทช์กับเสื้อผ้าได้หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นแบบทางการหรือลำลอง นอกจากนี้ Gemio ยังมีได้นำวัสดุที่เป็นเศษเหลือทิ้งจากกระบวนการผลิตรองเท้ามาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ โดยวัสดุเศษเหลือทิ้งกับวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ นำมาผสมผสานกันเพื่อให้เกิดพื้นผิว (Texture) และคุณสมบัติใหม่ของวัสดุ เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุนั้น โดยการสร้างสรรค์ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์กระเป๋า และที่สำคัญสามารถยืดอายุการใช้งานของวัสดุเหลือทิ้งเหล่านั้นให้มีอายุการใช้งานที่ยาวนานและเป็นขยะช้าลงได้อีกด้วย

จากการศึกษานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สู่ผลิตภัณฑ์ออกแบบเชิงพาณิชย์ พบว่า วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์สามารถนำมาแปรรูปโดยผ่านเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ ด้วยการใช้คุณสมบัติของวัสดุเป็นหลัก เพื่อนำมาสร้างสรรค์และออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นประโยชน์และสามารถใช้ในชีวิตประจำวันของผู้คนได้ และสามารถเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ด้วย จะเห็นเห็นได้ว่าวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์เป็นวัสดุทางเลือกสำหรับหลาย ๆ อุตสาหกรรม รวมไปถึงอุตสาหกรรมแฟชั่นด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ ในส่วนถัดไป

1.5 การศึกษาเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์

จากการศึกษานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สู่ผลิตภัณฑ์ออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและสามารถใช้สอยในชีวิตประจำวันได้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ และค้นคว้าถึงแหล่งที่มาและบริษัทผู้ผลิตวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่สามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

- (1) บริษัทผู้ผลิตที่มีศักยภาพในการผลิต วิจัย และพัฒนาวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)
- (2) บริษัทผู้ผลิตวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่เหมาะสมสำหรับการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

จากการค้นคว้าผู้ผลิตวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) พบบริษัทที่มีความน่าสนใจและมีศักยภาพในการพัฒนาวิจัยนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ให้เป็นวัสดุทางเลือกสำหรับการออกแบบเชิงพาณิชย์ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้จำนวน 4 บริษัท ได้แก่ (1) บริษัท แอดแวนเทจ ฟุตแวร์ จำกัด (2) บริษัท ลูกยางดีไซน์ จำกัด (3) บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด (4) บริษัท Jon Jon จำกัด โดยได้ศึกษาข้อมูลวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่บริษัทนำมาวิจัยและพัฒนาเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมต่าง ๆ ดังนี้

(1) บริษัท แอดแวนเทจ ฟุตแวร์ จำกัด



ภาพที่ 16 เส้นใยจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ที่มา : ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

เส้นใยจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ชื่อบริษัทผู้ผลิต : บริษัท แอดแวนเทจ ฟุตแวร์ จำกัด

ที่อยู่ : 51 หมู่ 5 ถนนสุวรรณศร ตำบลนนทรี

อำเภอทับปุดบุรี จังหวัดปราจีนบุรี 25110

บริษัทผู้ผลิตรองเท้า บริษัทที่ได้คิดค้นและวิจัยพัฒนา วัสดุยืดหยุ่น จากยางธรรมชาติ 100% ที่มีสีสันทันและใช้งานได้อเนกประสงค์ ด้วยวิธีการขึ้นรูปที่หลากหลาย ทำให้สามารถสร้างเป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ได้หลายชนิด ทดแทนการใช้หนังเทียมและหนังสัตว์หรือผ้าได้ วัสดุมีความบางกว่าวัสดุที่คล้ายกันในท้องตลาด มีหลายสีให้เลือกตามระบบสี Pantone เหมาะทำเครื่องแต่งกาย อุปกรณ์ประดับตกแต่ง บรรจุภัณฑ์ งานออกแบบภายใน เฟอร์นิเจอร์ ของใช้ในบ้าน และอุปกรณ์สำนักงาน¹⁷ จากเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปโดยการนำน้ำยางพาราลาเท็กซ์เทใส่แม่พิมพ์ที่มีรูขนาดตามความหนาของเส้นใยยางพาราที่ต้องการ แล้วไหลผ่านน้ำที่มีส่วนผสมทางเคมี เพื่อให้ให้น้ำยางพาราลาเท็กซ์เปลี่ยนรูปจากของเหลวอยู่ในรูปเป็นเส้นใยยางพาราจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ตารางที่ 3 ตารางแสดงคุณสมบัติของเส้นใยจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

คุณสมบัติของเส้นใยจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)			
รายการ	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)	รายการ	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)
การติดทนของสี	มี	ความต้านทานรังสียูวี	ไม่มี
ความต้านทานน้ำ	มี	ลักษณะมันวาว	มี
ความแข็ง	มี	การป้องกันเสียง	ไม่มี
การนำความร้อน	มี	ความต้านทานไฟ	ไม่มี
ความต้านทานรอยขีดข่วน	มี	เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	มี
ความใส	ไม่มี	ความทนทานต่อสารเคมี	มี
การนำไฟฟ้า	ไม่มี		

ที่มา : TCDC Materials

¹⁷ TCDC Material

(2) บริษัท ลูกยางดีไซน์ จำกัด



รูปภาพที่ 2.1.5.2 “แผ่นยางพาราจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)”

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

แผ่นยางพาราจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ชื่อบริษัทผู้ผลิต : บริษัท ลูกยางดีไซน์ จำกัด

ที่อยู่ : 4/31 หมู่ 2 บางบอน หนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160

บริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์สำหรับแปรรูปและแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อจำหน่ายวัสดุ ได้วิจัยและพัฒนาสร้างสรรค์แผ่นยางธรรมชาติจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ที่เจาะรูเป็นรูปร่างต่าง ๆ สำหรับใช้เป็นวัสดุผิวนุ่มที่ช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้งานตกแต่งภายใน ผลิตจากน้ำยางธรรมชาติ 100% ที่นำมาอัดเป็นแผ่นยางและเข้าแม่พิมพ์เป็นรูปทรงต่าง ๆ ซึ่งประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์อันดับหนึ่งของโลก ด้วยกระบวนการที่เรียบง่ายและประหยัดค่าใช้จ่ายนี้ทำได้โดยการผสมวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์กับสารเคมีอื่นแล้วนำมาผ่านกรรมวิธีเดียวกับการผลิตฟองน้ำและโฟม วัสดุนี้สามารถดูดซับเสียง มีความอ่อนตัวสูง รับแรงดึงได้ดี เนื้อแข็ง และทนทานต่อการขีดถู ยืดตัวได้น้อย วัสดุนี้สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำเนื่องจากใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติในการผลิต เฟอร์นิเจอร์อย่างคุณภาพสูงซึ่งให้ทั้งความสบายและมีรูปแบบสวยงาม มี 2 ขนาดได้แก่ 23.6 x 31.5

นิ้ว และ 31.5×39.4 นิ้ว ความหนามาตรฐาน 0.059 นิ้ว มีสีดำ เทา น้ำตาล แดง เหลือง เขียวและ ส้ม เหมาะใช้ทำเก้าอี้ พื้นและผนังดูดซับเสียง และเฟอร์นิเจอร์ต่าง ๆ ¹⁸

ตารางที่ 4 ตารางแสดงคุณสมบัติของแผ่นยางจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)

คุณสมบัติของแผ่นยางจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)			
รายการ	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)	รายการ	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)
การติดทนของสี	มี	ความต้านทานรังสียูวี	มี
ความต้านทานน้ำ	มี	ลักษณะมันวาว	ไม่ระบุ
ความแข็ง	ไม่ระบุ	การป้องกันเสียง	มี
การนำความร้อน	ไม่ระบุ	ความต้านทานไฟ	มี
ความต้านทานรอยขีดข่วน	มี	เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	มี
ความใส	ไม่มี	ความทนทานต่อสารเคมี	มี
การนำไฟฟ้า	ไม่มี		

ที่มา : TCDC Materials



¹⁸ TCDC Material

(3) บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด



ภาพที่ 17 แผ่นยางพาราเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ที่มา : ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

แผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ชื่อบริษัทผู้ผลิต : บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด

ที่อยู่ : 82/83 ซอยเอกชัย 6 ถนนเอกชัย บางขุนเทียน

เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร 10150

บริษัทผู้ผลิตรองเท้าและกระเป๋า ได้คิดค้นวิจัยและพัฒนาสร้างสรรค์ แผ่นยางพาราโปร่งแสงตกแต่งด้วยเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่มีความต้านทานการขีดถูและคงทน น้ำยางธรรมชาติสำหรับผลิตรองเท้าจะนำมาผสมกับเศษผ้าฝ้าย (ผ้าใบรองเท้า) และเส้นด้ายที่เหลือจากโรงงานรองเท้า นวดผสมและรีดผ่านลูกกลิ้งให้เป็นแผ่นบาง แล้วจึงนำไปรมควันเพื่อให้ยางแข็งตัว แผ่นวัสดุมีขนาด 60 x 100 เซนติเมตร หนาประมาณ 1.5 มิลลิเมตร วัสดุมีความต้านทานแรงกระแทก กันลื่น นำไปตัด เย็บ หรือประกบผิวได้เหมือนแผ่นยางมาตรฐาน สามารถกำหนดปริมาณของเส้นใยที่ผสมอยู่ในผลิตภัณฑ์ได้ตามต้องการ มีสีธรรมชาติที่เป็นสีน้ำตาลอ่อน หรือย้อมสีเทา ชมพู ดำ ขาว โดยมีเศษผ้าสีขาวผสมอยู่ ผิวสัมผัสขึ้นอยู่กับชนิดของแม่พิมพ์และปริมาณของผ้าที่ผสมอยู่ เหมาะใช้ในงานตกแต่งภายใน และผลิตพื้นรองเท้า¹⁹

¹⁹ TCDC Material

ตารางที่ 5 ตารางแสดงคุณสมบัติของแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

คุณสมบัติของเส้นแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)			
รายการ	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)	รายการ	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)
การติดทนของสี	ไม่ระบุ	ความต้านทานรังสียูวี	ไม่มี
ความต้านทานน้ำ	มี	ลักษณะมันวาว	ไม่มี
ความแข็ง	มี	การป้องกันเสียง	ไม่มี
การนำความร้อน	ไม่มี	ความต้านทานไฟ	ไม่ระบุ
ความต้านทานรอยขีดข่วน	ไม่มี	เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	มี
ความใส	ไม่มี	ความทนทานต่อสารเคมี	ไม่ระบุ
การนำไฟฟ้า	ไม่มี		

ที่มา : TCDC Materials

(4) บริษัท Jon Jon จำกัด



ภาพที่ 18 สียางพาราแปรรูปจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ที่มา : ธีรนนท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

สื่อน้ำยางพาราแปรรูปจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ชื่อบริษัทผู้ผลิต : บริษัท Jon Jon จำกัด

ที่อยู่ : ตำบลทรัพย์ทวี อำเภอบ้านนาเดิม จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84240

บริษัทผู้ผลิต ได้คิดค้น วิจัยและพัฒนาสร้างสรรค์ สื่อน้ำยางพาราแปรรูป จากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) น้ำยางพาราลาเท็กซ์ผสมกับสีอะคริลิกที่ ผ่านกรรมวิธีทางเคมีที่ปลอดภัยไร้สารพิษ กลายเป็นสื่อน้ำยางพารา ของเล่นปลายเปิด ด้วยนวัตกรรม ใหม่ของวงการยางพาราไทยที่ผลิตออกมาภายใต้แนวคิดหลัก Evaluating creativities beyond play เพื่อเด็ก ๆ และเยาวชน จึงมีกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยไม่ทำให้ผิวหนังระคายเคือง น้ำยางพาราแปรรูปที่ไม่มีกลิ่นเหม็น ไม่เป็นอันตรายต่อเด็ก สามารถพ่นลงบนพื้นผิวเรียบ เช่น กระดาษ เสื้อผ้า ฯลฯ และยังสามารถนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้²⁰

ตารางที่ 6 ตารางแสดงคุณสมบัติของสื่อน้ำยางพาราแปรรูปจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

คุณสมบัติของสื่อน้ำยางพาราแปรรูปจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)			
รายการ	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)	รายการ	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)
การติดทนของสี	มี	ความต้านทานรังสียูวี	ไม่มี
ความต้านทานน้ำ	มี	ลักษณะมันวาว	ไม่มี
ความแข็ง	มี	การป้องกันเสียง	ไม่มี
การนำความร้อน	ไม่มี	ความต้านทานไฟ	ไม่มี
ความต้านทานรอยขีดข่วน	มี	เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	มี
ความใส	ไม่มี	ความทนทานต่อสารเคมี	ไม่ระบุ
การนำไฟฟ้า	ไม่มี		

ที่มา : TCDC Materials

²⁰ TCDC Material

จากการศึกษาข้อมูลวัสดุทางการเกษตรนี้ยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สามารถสรุปและเปรียบเทียบคุณสมบัติของวัสดุจากเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนี้ยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับการออกแบบเชิงพาณิชย์ ของทั้ง 4 บริษัทผู้ผลิต ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 7 ตารางสรุปและเปรียบเทียบคุณสมบัติของวัสดุจากเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนี้ยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับการออกแบบเชิงพาณิชย์ ของทั้ง 4 บริษัทผู้ผลิต ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา

	(1) บริษัท แอด แวนเทจ ฟุต แวร์ จำกัด : เส้นใยจาก วัสดุทาง การเกษตรนี้ ยางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex)	(2) บริษัท ลูกยาง ดีไซน์ จำกัด : แผ่นยางพารา จากวัสดุทาง การเกษตรนี้ ยางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex)	(3) บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด : แผ่นยางพารา ผสมเศษผ้าจาก วัสดุทาง การเกษตรนี้ ยางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex)	(4) บริษัท Jon Jon จำกัด : สียางพารา แปรรูปจากวัสดุ ทางการเกษตร นี้ยางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex)
บริษัทผู้ผลิต : วัสดุจากบริษัทผู้ผลิต				
รายการ	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)
การติดทนของสี	มี	มี	ไม่ระบุ	มี
ความต้านทานน้ำ	มี	มี	มี	มี
ความแข็ง	มี	ไม่ระบุ	มี	มี
การนำความร้อน	มี	ไม่ระบุ	ไม่มี	ไม่มี
ความต้านทานรอยขีดข่วน	มี	มี	ไม่มี	มี
ความใส	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
การนำไฟฟ้า	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
ความต้านทานรังสียูวี	ไม่มี	มี	ไม่มี	ไม่มี
ลักษณะมันวาว	มี	ไม่ระบุ	ไม่มี	ไม่มี
การป้องกันเสียง	ไม่มี	มี	ไม่มี	ไม่มี
ความต้านทานไฟ	ไม่มี	มี	ไม่ระบุ	ไม่มี

	(1) บริษัท แอด แวนเทจ ฟุต แวร์ จำกัด : เส้นใยจาก วัสดุทาง การเกษตรน้ำ ยางพาราลา เท็กซ์ (Para Latex)	(2) บริษัท ลูกยาง ดีไซน์ จำกัด : แผ่นยางพารา จากวัสดุทาง การเกษตรน้ำ ยางพาราลา เท็กซ์ (Para Latex)	(3) บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด : แผ่นยางพารา ผสมเศษผ้าจาก วัสดุทาง การเกษตรน้ำ ยางพาราลา เท็กซ์ (Para Latex)	(4) บริษัท Jon Jon จำกัด : สียางพารา แปรรูปจากวัสดุ ทางการเกษตร น้ำยางพาราลา เท็กซ์ (Para Latex)
บริษัทผู้ผลิต : วัสดุจากบริษัทผู้ผลิต				
รายการ	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)
เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	มี	มี	มี	มี
ความทนทานต่อสารเคมี	มี	มี	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ

ที่มา : TCDC Materials และ ฐานันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากตารางสรุปและเปรียบเทียบคุณสมบัติของวัสดุจากเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับการออกแบบเชิงพาณิชย์ ของทั้ง 4 บริษัทผู้ผลิตจะเห็นได้ว่า วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์มีคุณสมบัติที่มีความติดทนของสี ความต้านทานน้ำ ความแข็ง ต้านทานรอยขีดข่วน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีความทนทานต่อสารเคมี จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาผู้วิจัยจึงได้ทำการติดต่อขอสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย เพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์เพิ่มเติม ในส่วนของการศึกษาถัดไป

1.6 การสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย

จากการศึกษาเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับการออกแบบเชิงพาณิชย์ จากการค้นคว้าและหาบริษัทผู้ผลิตที่มีวัสดุจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่มีความน่าสนใจและตรงตามหลักเกณฑ์การพิจารณาเพื่อศึกษาบริษัทผู้ผลิต เพื่อทำการศึกษาคูณสมบัติและกระบวนการผลิตของวัสดุจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สามารถสรุปและเปรียบวัสดุจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์โดยมีคุณสมบัติที่มีความดีทนของสี ความต้านทานน้ำ ความแข็ง ต้านทานรอยขีดข่วน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีความทนทานต่อสารเคมี จากการสรุปและเปรียบผู้วิจัยจึงได้ทำการติดต่อขอสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ของบริษัทผู้ผลิต เพื่อศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมและแนวทางการพัฒนาวัสดุจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ เพื่อนำไปใช้ในงานออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยได้ทำการติดต่อขอสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญของทั้ง 4 บริษัทผู้ผลิต ได้แก่

ตารางที่ 8 ตารางแสดงรายชื่อผู้เชี่ยวชาญของทั้ง 4 บริษัทผู้ผลิตในการสัมภาษณ์

บริษัทผู้ผลิต	ผู้เชี่ยวชาญของบริษัทผู้ผลิต
(1) บริษัท แอดแวนเทจ ฟุตแวร์ จำกัด	คุณสมจิต ชาวเวียง
(2) บริษัท ลูกยางดีไซน์ จำกัด	คุณนพภัย ภูจักรเกษม
(3) บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด	คุณอภิภษณา เตชะวีรภัทร
(4) บริษัท Jon Jon จำกัด	ดร.ณัฐพงศ์ นิธิอุทัย

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

โดยมีคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ ดังต่อไปนี้

- 1) ที่มา หรือจุดประสงค์ของการวิจัยพัฒนาวัสดุจากวัสดุทางการเกษตร
น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)
- 2) วัสดุจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) นำใช้
ในการผลิตผลิตภัณฑ์ใดบ้าง
- 3) ความคิดเกี่ยวกับการใช้วัสดุจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา
ลาเท็กซ์ (Para Latex)
- 4) แนวทางการพัฒนาวัสดุจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์
(Para Latex) ในอนาคต

การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญของทั้ง 4 บริษัทผู้ผลิต ผ่านทางโทรศัพท์ ในช่วงเดือน
กันยายน 2564 โดยจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญของทั้ง 4 บริษัทผู้ผลิต เกี่ยวกับวัสดุจากวัสดุทาง
การเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สามารถสรุปจากการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

ตารางที่ 9 ตารางสรุปการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญของทั้ง 4 บริษัทผู้ผลิต เกี่ยวกับวัสดุทางการเกษตรนำยาฆ่าแมลง (Para Latex)

	(1) บริษัท แอดวานเทจ ฟุต แวร์ จำกัด : เส้นใยจากวัสดุทาง การเกษตรนำยาฆ่าแมลง เท็กซ์ (Para Latex)	(2) บริษัท ลูกยางดีไซน์ จำกัด : แผ่นยางพาราจากวัสดุทาง การเกษตรนำยาฆ่าแมลง เท็กซ์ (Para Latex)	(3) บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด : แผ่นยางพาราผสม เศษผ้าจากวัสดุทาง การเกษตรนำยาฆ่าแมลง เท็กซ์ (Para Latex)	(4) บริษัท Jon Jon จำกัด : สียางพาราแปรรูปจากวัสดุ ทางการเกษตรนำยาฆ่าแมลง ลาเท็กซ์ (Para Latex)
<p>คำถาม</p> <p>1) ที่มา หรือจุดประสงค์ของการวิจัย พัฒนาวัสดุทางการเกษตรนำ ยาฆ่าแมลงเท็กซ์ (Para Latex)</p>	<p>คำตอบจากสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ</p>			
	<p>ต้องการนำวัสดุทางการ เกษตรนำยาฆ่าแมลง เท็กซ์ (Para Latex) มา พัฒนาแปรรูปให้เกิดเป็น รูปแบบวัสดุที่มีความ หลากหลาย ให้เหมาะกับ การใช้งานที่มากกว่าเดิม</p>	<p>บริษัทผลิตและจำหน่าย อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ สำหรับการแปรรูป วัสดุ จากวัสดุทางการเกษตรนำ ยาฆ่าแมลงเท็กซ์ (Para Latex) บริษัทจึงได้ผลิต ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพิ่มเติม จากตัววัสดุจากวัสดุทาง การเกษตรนำยาฆ่าแมลง เท็กซ์ เป็นสินค้าของ บริษัทด้วย</p>	<p>ทางบริษัทมีความสนใจใน วัสดุจากวัสดุทาง การเกษตรนำยาฆ่าแมลง เท็กซ์ (Para Latex) และ นำมาใช้ในการผลิตเป็น สินค้าของบริษัทอยู่แล้ว แต่ด้วยความชอบในการ ทดลองหาสิ่งใหม่ ทาง บริษัทจึงได้มีไอเดียของ การนำเศษผ้าจากการผลิต ของบริษัทมาผสมผสาน</p>	<p>บริษัทมีความต้องพัฒนาสี สำหรับเครื่องเย็บให้เป็น สีที่มาจากธรรมชาติและมี ความสามารถที่วาดหรือ เพ้นท์ลงบนพื้นผิวที่มี หลากหลาย บริษัทจึงได้ ทำการศึกษาหาวัสดุจนได้ ข้อสรุปว่า วัสดุทาง การเกษตรนำยาฆ่าแมลง เท็กซ์ (Para Latex) มี ความเหมาะสมด้วย</p>

บริษัทผู้ผลิต : วัสดุจากบริษัทผู้ผลิต	บริษัท แอดแวนเทจ ฟุต แวร์ จำกัด : เส้นใยจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex)	บริษัท ลูกยางดีเซน จำกัด : แผ่นยางพาราจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex)	บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด : แผ่นยางพาราผสม เศษผ้าจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex)	(4) บริษัท Jon Jon จำกัด : สียางพาราแปรรูปจากวัสดุ ทางการเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex)
คำถาม คำตอบจากสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ				
2) วัสดุจากวัสดุทางการเกษตรนำ มายางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) นำใช้ ในการผลิตผลิตภัณฑ์ใดบ้าง	<p>ปัจจุบันใช้ในการทำเป็น อะไหล่หรือวัสดุสำหรับ การทำรองเท้าที่ผลิตด้วย ทางบริษัท</p> <p>ปัจจุบันบริษัทได้นำวัสดุ จากวัสดุทางการเกษตรนำ มายางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) มาออกแบบ สร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ ประเภทเฟอร์นิเจอร์ เช่น เก้าอี้ยางพาราพินที่ผ่าน การตกแต่งด้วยกันแดดเป็น ลวดลาย</p>			
<p>กับยางพาราเพราะถือว่า เป็นช่วยชาวบ้านหรือ เกษตรกรให้มีรายได้</p> <p>ปัจจุบันวัสดุจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่ได้ จากทดลองผสมเศษผ้าลง ไปทางบริษัทได้นำมาเป็น ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ เช่น กระเป๋า รองเท้า เป็น ต้น</p>				
<p>คุณสมบัติที่เหมาะสมกับ การผลิตสีประเภทนี้</p> <p>บริษัทได้นำวัสดุทางการ เกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex) มา ผลิตเป็นตัวยางพารา สำหรับเด็กเพียงอย่าง เดียว</p>				

บริษัทผู้ผลิต : วัสดุจากบริษัทผู้ผลิต	บริษัท แอดแวนเทจ ฟุต แวร์ จำกัด : เส้นใยจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลา เท็กซ์ (Para Latex)	(2) บริษัท ลูกยางดีไซน์ จำกัด : แผ่นยางพาราจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลา เท็กซ์ (Para Latex)	(3) บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด : แผ่นยางพาราผสม เศษผ้าจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลา เท็กซ์ (Para Latex)	(4) บริษัท Jon Jon จำกัด : สียางพาราแปรรูปจากวัสดุ ทางการเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex)
คำถาม				
3) ความคิดเกี่ยวกับการใช้วัสดุจากวัสดุ ทางการเกษตรนำมายางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	คำตอบจากสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ			
วัสดุจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็น วัสดุที่มีคุณสมบัติ หลากหลายและสามารถ นำไปแปรรูปเป็นวัสดุหรือ ผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย รูปแบบ	วัสดุจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็น วัสดุที่มาจากธรรมชาติ และสามารถแปรรูปได้ หลากหลายรูปแบบ และ ด้วยคุณสมบัติของยางมี ความน่าสนใจและยัง สามารถพัฒนาการแปรรูป เป็นสินค้าชนิดอื่น ๆ ได้ อย่างหลากหลาย	วัสดุจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็น วัสดุที่มีความน่าสนใจ มี คุณสมบัติที่หลากหลาย และยังเป็นวัสดุทาง ธรรมชาติและสามารถหา ได้ในประเทศไทยและยังมี คุณสมบัติที่ไม่แตกต่างกับ วัสดุประเภท แต่มักถูก มองข้าม	วัสดุจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็น วัสดุจากธรรมชาติที่มี คุณสมบัติพิเศษเราก็คือสามารถ ตัดแปลงให้มีคุณสมบัติ ตรงกับความต้องการได้	

<p>บริษัทผู้ผลิต : วัสดุจากบริษัทผู้ผลิต</p>	<p>(1) บริษัท แอดแวนเทจ ฟุต แวร์ จำกัด : เส้นใยจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex)</p>	<p>(2) บริษัท ลูกยางดีไซน์ จำกัด : แผ่นยางพาราจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex)</p>	<p>(3) บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด : แผ่นยางพาราผสม เศษผ้าจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex)</p>	<p>(4) บริษัท Jon Jon จำกัด : สียางพาราแปรรูปจากวัสดุ ทางการเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex)</p>
<p>คำถาม</p>				
<p>4) แนวทางการพัฒนาวัสดุจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในอนาคต</p>	<p>คำตอบจากสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ</p>			
<p>ในอนาคตกำลังคิดค้นและ วิจัยวัสดุที่มีขนาดที่ หลากหลายมีคุณสมบัติ เพิ่มมากขึ้น มีสีที่ หลากหลายมากกว่าใน ปัจจุบันเพื่อให้สามารถ นำไปแปรรูปหรือไปเป็น ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น</p>	<p>มีความต้องการที่จะพัฒนา วัสดุจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex) ให้ เป็นวัสดุที่มีความนิยมใน หลาย ๆ อุตสาหกรรม เนื่องจากเป็นวัสดุทาง ธรรมชาติที่สามารถหาได้ ในประเทศไทย</p>	<p>อยากให้ผู้คนหันมาสนใจ วัสดุจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex) ซึ่ง เป็นวัสดุที่มีความน่าสนใจ อยากให้ผู้บริโภคหันมา บริโภคสินค้าที่ผลิตมาจาก วัสดุทางการเกษตรนำ มายางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)</p>	<p>ในอนาคตทางบริษัทจะ พัฒนาวัสดุจากวัสดุทาง การเกษตรนำมายางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็นสี ยางพาราที่มีจำนวนสีเพิ่ม มากขึ้น</p>	

ที่มา : ฐานันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญของทั้ง 4 บริษัทผู้ผลิต สามารถสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

ตารางที่ 10 ตารางสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

คำถาม	สรุป
1) ที่มา หรือจุดประสงค์ของการวิจัยพัฒนาวัสดุจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	การต่อยอดสิ่งที่บริษัททำอยู่เดิมแล้วโดยการมองหาวัสดุที่หาได้ง่ายได้ประเทศ หรือวัสดุที่บริษัทใช้อยู่แล้วอย่าง วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) นำมาต่อยอดพัฒนาการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้เกิดความแปลกใหม่ เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค และให้วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น
2) วัสดุจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) นำใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ใดบ้าง	วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในปัจจุบันถูกนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ในการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้น เช่น รองเท้า กระเป๋า แก้ว รวมทั้งสีสำหรับเด็กเพื่อเสริมสร้างพัฒนาการ
3) ความคิดเกี่ยวกับการใช้วัสดุจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) มีคุณสมบัติที่หลากหลาย สามารถมาพัฒนาแปรรูปเป็นส่วนประกอบหรือวัสดุของผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย
4) แนวทางการพัฒนาวัสดุจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในอนาคต	แนวทางการพัฒนาวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในอนาคตของทุกบริษัทผู้ผลิต คือการต่อยอดวัสดุที่ได้คิดค้นและวิจัยพัฒนาให้มีตัวเลือกที่หลากหลายมากขึ้น และสามารถเป็นวัสดุทางเลือกและเป็นที่ยอมรับสำหรับตลาดในประเทศไทยและทั่วโลก

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย พบว่า บริษัทผู้ผลิตเล็งเห็นคุณค่าของวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่มีคุณสมบัติที่หลากหลาย จึงได้วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ มาวิจัยและพัฒนาการแปรรูปให้เป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และให้ความสำคัญกับการพัฒนาต่อยอดให้วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ให้เป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ในอนาคต เพื่อให้เป็นที่นิยมในตลาดระดับสากลต่อไป

จากการศึกษาเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับการออกแบบเชิงพาณิชย์ และการสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย จะเห็นได้ว่า วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์นั้นสามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน มีความปลอดภัย มีคุณสมบัติที่หลากหลาย มีความสวยงามจากการออกแบบ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) และคาดว่าสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดให้เป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายได้เช่นกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเกิดคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.7 การศึกษานวัตกรรมต้นแบบจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ

โดยวัสดุสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายในปัจจุบันมีความหลากหลาย โดยสามารถแบ่งเป็นได้หลายประเภท ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์และเปรียบเทียบวัสดุประเภทต่าง ๆ ที่ใช้อุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

ตารางที่ 11 ตารางเปรียบเทียบวัสดุที่ใช้ในอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

	วัสดุที่ 1 ผ้าคอตตอน (Cotton Fabric)	วัสดุที่ 2 ผ้าสังเคราะห์ (Polyester Fabric)	วัสดุที่ 3 ผ้าถักทอ (Flat Knit)	วัสดุที่ 4 หนังแท้ (Real Leather)	วัสดุที่ 5 หนังเทียม (PVC,PU)	วัสดุที่ 6 พาราเลทเอกซ์ (Para Latex)
รูปวัสดุ						
คุณสมบัติ	ผิวสัมผัส : นุ่ม ความยืดหยุ่น : ดี ระบายอากาศ : ดี สวมใส่สบาย ยับง่าย	ผิวสัมผัส : นุ่ม ความยืดหยุ่น : ดี ระบายอากาศ : ดี ทนความร้อน : ดี ความหดตัว : น้อย มีน้ำหนักเบา สวมใส่สบาย ไม่ยับง่าย	ผิวสัมผัส : นุ่ม ความยืดหยุ่น : ดี ระบายอากาศ : ดี ทนความร้อน : ดี ความหดตัว : น้อย สวมใส่สบาย ไม่ยับง่าย	ผิวสัมผัส : กระจกต่าง ความยืดหยุ่น : น้อย ระบายอากาศ : ไม่มี ทนความร้อน : ดี ไม่มีความหดตัว มีความแข็งแรง ทนทาน มีน้ำหนัก	ผิวสัมผัส : กระจกต่าง ความยืดหยุ่น : น้อย ระบายอากาศ : ไม่มี ทนความร้อน : ดี ไม่มีความหดตัว มีความแข็งแรง ทนทาน มีน้ำหนัก	ผิวสัมผัส : กระจกต่าง ความยืดหยุ่น : ปานกลาง ระบายอากาศ : ไม่มี ทนความร้อน : ดี ไม่มีความหดตัว มีความแข็งแรง ทนทาน มีน้ำหนักมากกว่า หนัง

	วัสดุที่ 1 ผ้าคอตตอน (Cotton Fabric)	วัสดุที่ 2 ผ้าสังเคราะห์ (Polyester Fabric)	วัสดุที่ 3 ผ้าถักทอ (Flat Knit)	วัสดุที่ 4 หนังแท้ (Real Leather)	วัสดุที่ 5 หนังเทียม (PVC,PU)	วัสดุที่ 6 พาราเลกเท็กซ์ (Para Latex)
ชนิดของวัสดุ	เส้นใยธรรมชาติ วัสดุทางธรรมชาติ (Natural Material)	เส้นใยสังเคราะห์ ผลิตจากพลาสติก	เส้นใยธรรมชาติ วัสดุทางธรรมชาติ (Natural Material) หรือ เส้นใยสังเคราะห์	หนังสัตว์ วัสดุทางธรรมชาติ (Natural Material)	เส้นใยสังเคราะห์ ผลิตจากพลาสติก	วัสดุทางธรรมชาติ (Natural Material)
กระบวนการผลิต	การทอ	การทอ	การถัก	ไม่ถักไม่ทอ	ไม่ถักไม่ทอ	ไม่ถักไม่ทอ
วิธีการทำ ความสะอาด	ซักด้วยน้ำ แบบเครื่องซักผ้า แบบซักมือ	ซักด้วยน้ำ แบบเครื่องซักผ้า แบบซักมือ	ซักด้วยน้ำ แบบซักมือ	ซักแห้ง เช็ดด้วยน้ำ ฟังดม	ซักแห้ง เช็ดด้วยน้ำ ฟังดม	ซักแห้ง เช็ดด้วยน้ำ ฟังดม
ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ใน อุตสาหกรรมแฟชั่น						

ที่มา : ฐานันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการวิเคราะห์และเปรียบเทียบวัสดุประเภทต่าง ๆ ที่ใช้อุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย จะเห็นได้ว่าวัสดุทางเลือกอย่างวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) นั้นมีคุณสมบัติเหมาะสมกับการนำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายให้มีความหลากหลายรูปแบบและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น เพื่อให้เกิดเป็นรูปแบบสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายรูปแบบอื่น ๆ ที่เหมาะสมกับกระแสนิยมในปัจจุบันและมีโครงสร้างเสื้อผ้าที่หลากหลาย ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค โดยการพัฒนาให้วัสดุมีลวดลาย สี และรายละเอียดการตกแต่ง ที่แตกต่างจากวัสดุดั้งเดิม เพื่อให้เกิดความน่าสนใจกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค เกิดโอกาสการสวมใส่เพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเกิดคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ผู้วิจัยจึงได้ขอความอนุเคราะห์ขอความร่วมมือจากบริษัทผู้ผลิต โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาขอความร่วมมือจากบริษัทผู้ผลิต ดังนี้

- 1) บริษัทผู้ผลิตมีเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่มีความน่าสนใจ
- 2) บริษัทผู้ผลิตมีการคิดค้นและพัฒนาการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)
- 3) บริษัทผู้ผลิตมีวัสดุจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)
- 4) บริษัทผู้ผลิตที่มีศักยภาพในการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)
- 5) บริษัทผู้ผลิตที่มีความต้องการในการวิจัยและพัฒนาการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ให้เป็นวัสดุทางเลือก ร่วมกับผู้วิจัย

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาขอความอนุเคราะห์ขอความร่วมมือจากบริษัทผู้ผลิต โดยผู้วิจัยได้มีความในแผนางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ของ บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด ผู้วิจัยจึงได้ทำการติดต่อเพื่อขอความอนุเคราะห์ขอความร่วมมือจาก คุณอภิษณา เตชะวีรภัทร และ คุณอักรชัย เตชะวีรภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด

ผู้ผลิต คัดค้น และเจ้าของสิทธิบัตร แผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)



ภาพที่ 19 แผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)”

ที่มา : TCDC Materials

โดย คุณอภิษณา เตชะวีรภัทร และ คุณอัครชัย เตชะวีรภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด ได้ให้การตอบรับยินดีให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุ คัดค้นและวิจัยพัฒนาการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ให้เป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่ง และให้การสนับสนุนการผลิตวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้มันทำเสื้อผ้าต้นแบบสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ โดยมี คุณอภิษณา เตชะวีรภัทร และ คุณอัครชัย เตชะวีรภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด เป็นผู้ให้คำปรึกษาและข้อมูลเกี่ยวกับการคัดค้นและวิจัยพัฒนาการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ขั้นตอนการผลิตแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ของบริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด บริษัทผู้ผลิต มีขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 20 ขั้นตอนการผลิตแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ที่มา : บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด

1) บริษัทผู้ผลิต บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด จะทำการจัดเตรียมเศษวัสดุจากกระบวนการผลิตรองเท้าและกระเป๋า ได้แก่ เศษผ้า เศษด้าย และเศษแผ่นยางพารา จากกระบวนการผลิต และจัดเตรียมแผ่นยางพาราจากน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) โดยจัดซื้อจากเกษตรกรผู้ผลิตโดยตรง เป็นการช่วยเหลือเกษตรกรและเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุทางการเกษตร

2) หลังจากการจัดเตรียมวัสดุขั้นต้นแล้ว บริษัทผู้ผลิตจะนำแผ่นยางพาราจากน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ผสมเข้ากับเศษวัสดุจากกระบวนการผลิต และทำการกวนหรือบดให้เข้ากันในปริมาณที่เหมาะสมกับคุณสมบัติที่ต้องการ

3) นำยางพาราจากน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ผสมเข้ากับเศษวัสดุจากกระบวนการผลิต ที่ผสมเข้ากันแล้วเข้าเครื่องรีดเพื่อให้ออกมาเป็นแผ่นยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่เป็นวัสดุต้นทางรูปแบบใหม่ (New Raw Material) จากกระบวนการแปรรูปด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม

4) บริษัทผู้ผลิตจะนำแผ่นยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่ผสมเข้ากับเศษวัสดุจากกระบวนการผลิต หรือวัสดุต้นทางรูปแบบใหม่ (New Raw Material) ที่ได้ไปแปรรูปเป็นรูปแบบสินค้าผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กระเป๋า และพื้นรองเท้า

โดยจะเห็นได้ชัดเศษวัสดุจากกระบวนการผลิตของบริษัทผู้ผลิต บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด สามารถนำมาแปรรูปเป็นวัสดุต้นทางรูปแบบใหม่ (New Raw Material) ได้อีกครั้ง ทำให้ช่วยลดเศษขยะที่เกิดจากกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมได้ และช่วยให้กับวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) มีคุณสมบัติและรูปแบบที่หลากหลาย เป็นทางเลือกให้กับอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้ และเพิ่มมูลค่าให้วัสดุทางการเกษตรอีกด้วย

วัสดุแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ของบริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด เบื้องต้นมีคุณสมบัติ ดังนี้

ตารางที่ 12 ตารางแสดงคุณสมบัติของแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา
ลาเท็กซ์ (Para Latex)

คุณสมบัติของเส้นแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex)			
รายการ	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)	รายการ	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)
การติดทนของสี	ไม่ระบุ	ความต้านทานรังสียูวี	ไม่มี
ความต้านทานน้ำ	มี	ลักษณะมันวาว	ไม่มี
ความแข็ง	มี	การป้องกันเสียง	ไม่มี
การนำความร้อน	ไม่มี	ความต้านทานไฟ	ไม่ระบุ
ความต้านทานรอยขีดข่วน	ไม่มี	เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	มี
ความใส	ไม่มี	ความทนทานต่อสารเคมี	ไม่ระบุ
การนำไฟฟ้า	ไม่มี		








ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการศึกษานวัตกรรมต้นแบบจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญของบริษัทผู้ผลิต ได้แก่ คุณอภิภินญา เตชะวีรภัทร และ คุณอัครชัย เตชะวีรภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด ถึงขั้นตอนการผลิตและคุณสมบัติของแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ของบริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด จะเห็นได้ว่าวัสดุจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ที่ผ่านกระบวนการแปรรูปแล้วนั้น สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันได้ และสามารถนำไปเป็นวัสดุในการสร้างสรรค์ออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายได้ และสามารถเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายได้ด้วยคุณสมบัติและผิวสัมผัสของตัววัสดุจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)

1.8 สรุปวิเคราะห์นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) เหมาะสมกับการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น

จากขั้นตอนการผลิตและคุณสมบัติของแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ของบริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด จะเห็นได้ว่าวัสดุจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ที่ผ่านกระบวนการแปรรูปแล้วนั้น สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันได้ และสามารถนำไปเป็นวัสดุในการสร้างสรรค์ออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายได้ และสามารถเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายได้ด้วยคุณสมบัติและผิวสัมผัสของตัววัสดุจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) กับวัสดุอื่น ๆ เช่น ผ้า หนังเทียม หรือพลาสติก เป็นต้น ที่ใช้ในอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เพื่อให้เห็นถึงทางเลือกในการใช้วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์เป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

ตารางที่ 13 ตารางการเปรียบเทียบวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) กับวัสดุอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

วัสดุทางการเกษตร น้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)	วัสดุอื่น ๆ ใช้ใน อุตสาหกรรมแฟชั่น เครื่องแต่งกาย	รูปแบบผลิตภัณฑ์ใน อุตสาหกรรมแฟชั่น เครื่องแต่งกาย
<p>- วัสดุทางการเกษตรน้ำ ยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)</p> 	<p>- Leather, PU, PVC</p> 	
	<p>- Heavy Fabric : - Jacquard</p> 	
	<p>- Taffeta</p> 	

วัสดุทางการเกษตร น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	วัสดุอื่น ๆ ใช้ใน อุตสาหกรรมแฟชั่น เครื่องแต่งกาย	รูปแบบผลิตภัณฑ์ใน อุตสาหกรรมแฟชั่น เครื่องแต่งกาย
	- Denim 8 oz. 	

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการศึกษาข้อมูลเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา
ลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย ปัจจุบันนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา
ลาเท็กซ์สู่ผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ มีความแพร่และหลากหลายเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงกลุ่ม
อุตสาหกรรมแฟชั่นด้วย จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทำให้การแปรรูปและคุณสมบัติของวัสดุทาง
การเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์มีความหลากหลายเหมาะสมกับการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบ
หลากหลายมากขึ้น แต่ในกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก ผู้วิจัยจึงมี
ความสนใจในการพัฒนาและต่อยอดวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อให้
สามารถเป็นวัสดุทางเลือกหนึ่งสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย โดยได้ทำการศึกษาและ
ทดลองเพื่อพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์
(Para Latex) โดยได้ร่วมมือกับ คุณอภิษณา เตชะวีรภัทร และ คุณอัครชัย เตชะวีรภัทร บริษัท
เดอะ โคลเวอร์ จำกัด ในการพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา
ลาเท็กซ์ให้มีคุณสมบัติที่หลากหลาย และเหมาะสมที่จะเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น
เครื่องแต่งกายได้

ส่วนที่ 2 การศึกษานโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580

จากการศึกษานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) และการทดลองสร้างนวัตกรรมต้นแบบด้วยเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเท็กซ์ที่จะนำมาใช้งานออกแบบเพื่อให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แฟชั่น ซึ่งถือว่าการต่อยอดและเพื่อเพิ่มมูลค่าให้วัสดุทางเกษตรจากธรรมชาติและเป็นผลผลิตทางเกษตรพื้นถิ่นของประเทศไทย ซึ่งมีความสอดคล้องกับนโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 ฉบับปัจจุบัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษานโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 ได้โดยดังนี้

- 2.1. ศึกษานโยบายแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580
- 2.2. ศึกษาเป้าหมายการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่สอดคล้องกับงานวิจัย
- 2.3. สรุปวิเคราะห์การพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่สอดคล้องกับความต้องการในแผนการยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.1 ศึกษานโยบายแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580

ในปัจจุบันประเทศไทยยังคงมีประเด็นความท้าทายการพัฒนาในหลายมิติทั้งในมิติเศรษฐกิจที่โครงสร้างเศรษฐกิจยังไม่สามารถขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมได้อย่างเต็มที่ ภาพการผลิตของภาคบริการและภาคการเกษตรยังอยู่ในระดับต่ำ คุณภาพและสมรรถนะของแรงงานที่ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการในการขับเคลื่อนการพัฒนาของประเทศได้

- มิติของทางสังคมที่การยกระดับรายได้ของประชาชน การแก้ไขปัญหาด้านความยากจนและความเหลื่อมล้ำ การพัฒนาคุณภาพการให้บริการและการขยายโอกาสในการเข้าถึงระบบบริการสาธารณะ ยังคงมีช่องว่างที่สามารถพัฒนาต่อได้

- มิติสิ่งแวดล้อมที่ การฟื้นฟูและการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมยังเป็นประเด็นสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

- มิติของการบริหารจัดการภาครัฐที่ยังขาดความต่อเนื่องและความยืดหยุ่น ในการตอบสนองความต้องการในการแก้ไขปัญหาของประชาชนได้อย่างเต็มที่

นอกจากประเด็นในแต่ละมิติข้างต้น สถานการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรที่มีสัดส่วนประชากรวัยแรงงานลดลง และประชากรสูงอายุเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด ความท้าทายใหม่ ๆ ซึ่งมากจากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทั้งด้านความมั่นคงและเศรษฐกิจ การเชื่อมโยงกันอย่างซับซ้อนจากการรวมกลุ่มภายในภูมิภาคและการเปิดเสรีด้านต่าง ๆ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความเชื่อมโยงของระบบนิเวศ

ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดความท้าทายในการพัฒนาประเทศทั้งในด้านความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นประเทศไทยจำเป็นต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์ชาติด้านต่าง ๆ ที่รอบคอบและครอบคลุมเพื่อเป็นกรอบในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าอย่าง มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน (ยุทธศาสตร์ชาติ (ฉบับย่อ), 2560)

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580

CHULALONGKORN UNIVERSITY

แผนการยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 เกิดขึ้นโดยที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 65 กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อให้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกันเพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายดังกล่าว โดยให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎหมายว่าด้วยการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ และต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560 โดยกำหนดให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อรับผิดชอบในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติกำหนดวิธีการการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ ในการติดตาม ตรวจสอบ และการ

ประเมินผล รวมทั้ง กำหนดมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนทุกภาคส่วน
ดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 เป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของ
ประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้
ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว
ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อความสุขของคนไทยทุกคน (ยุทธ
ศาสตร์ชาติ (ฉบับย่อ), 2560)

วิสัยทัศน์

“ประเทศมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคม
เป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” หรือเป็นคติพจน์ประชาชาติชาติ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เพื่อ
สนองตอบผลประโยชน์แห่งชาติ

ความมั่นคง

- มีความปลอดภัยจากภัยและการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอก
ประเทศและมีความมั่นคงในทุกมิติ ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการเมือง
- ประเทศมีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย
- สังคมมีความปองตองและความสามัคคี ประชาชนมีความมั่นคงในชีวิต มี
รายได้ที่ มั่นคง มีที่อยู่อาศัยและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ความมั่งคั่ง

- ประเทศไทยมีการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องยกระดับเข้ากลุ่มประเทศรายได้สูง ความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาลดลง ประชากรได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเท่าเทียม
- เศรษฐกิจมีความสามารถในการแข่งขันสูง สร้างเศรษฐกิจและสังคมแห่งอนาคต และเป็นจุดสำคัญของการเชื่อมโยงในภูมิภาคทั้งการคมนาคมขนส่ง การผลิต การค้า การลงทุน
- มีความสมบูรณ์ในทุนที่จะสามารถสร้างการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อาทิ ทุนมนุษย์ ทุนทางปัญญา ทุนทางการเงินและทุนอื่น ๆ

ความยั่งยืน

- การพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญด้านรายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างต่อเนื่อง โดยไม่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเกินพอดี ไม่สร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม
- มีการผลิตและการบริโภคเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับกฎระเบียบของประชาคมโลก
- ผู้คนมีความรับผิดชอบต่อสังคม มุ่งประโยชน์ส่วนรวมอย่างยั่งยืน ทุกภาคส่วนใน ยึดถือและปฏิบัติตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

เป้าหมาย

โดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศ คือ “ประเทศมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” โดยยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ พัฒนาคคนในทุกมิติและทุกคนช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม โดยการประเมินผลการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ ประกอบด้วย

- รายได้
- (1) ความอยู่ดีมีสุขของคนไทยและสังคมไทย
 - (2) ขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาเศรษฐกิจ และการกระจาย
 - (3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ
 - (4) ความเท่าเทียมและความเสมอภาคของสังคม
 - (5) ความหลากหลายทางชีวภาพ คุณภาพสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของ
 - ทรัพยากรธรรมชาติ
 - (6) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการเข้าถึงการบริการของภาครัฐ

การพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ จะมุ่งเน้น การสร้างสมดุล ระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยประกอบด้วย ๖ ยุทธศาสตร์ ได้แก่ (1) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง (2) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (3) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ (4) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม (5) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ (6) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ



ภาพที่ 21 ภาพหน้าปกยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 และวิสัยทัศน์ประเทศไทยจากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580

ที่มา : ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 (ฉบับประกาศราชกิจจานุเบกษา), 2560

(1) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง

ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญ คือ ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เน้นการบริหารจัดการสภาวะแวดล้อมของ ประเทศให้มีความมั่นคง ปลอดภัย เอกราช อธิปไตย และมีความสงบเรียบร้อยในทุก ระดับ ตั้งแต่ระดับชาติ สังคม ชุมชน มุ่งเน้นการพัฒนาคน เครื่องมือ เทคโนโลยี และ ระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ให้มีความพร้อม สามารถรับมือกับภัยคุกคามและภัยพิบัติได้ ทุกรูปแบบ และทุกระดับความรุนแรง ควบคู่ไปกับการ ป้องกันและแก้ไขปัญหาด้าน ความมั่นคงที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ใช้กลไกการ แก้ไขปัญหา แบบบูรณาการทั้งกับส่วนราชการ ภาคเอกชน ประชาสังคม และองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ รวมถึง ประเทศเพื่อนบ้านและมิตรประเทศทั่วโลกบนพื้นฐานของหลักธรรมาภิบาล

เป้าหมาย

- 1) ประชาชนอยู่ดี กินดี และมีความสุข
- 2) บ้านเมืองมีความมั่นคงในทุกมิติและทุกระดับ
- 3) กองทัพ หน่วยงานด้านความมั่นคง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนมีความพร้อมในการป้องกันและแก้ไขปัญหาความมั่นคง

4) ประเทศไทยมีบทบาทด้านความมั่นคงเป็นที่ชื่นชมและได้รับการยอมรับ โดยประชาคมระหว่างประเทศ

5) การบริหารจัดการความมั่นคงมีผลสำเร็จที่เป็นรูปธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวชี้วัด

- 1) ความสุขของประชากรไทย
- 2) ความมั่นคง ปลอดภัยของประเทศ
- 3) ความพร้อมของกองทัพ หน่วยงานด้านความมั่นคง และการมีส่วนร่วมของภาครัฐภาคเอกชน และภาคประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหา ความมั่นคง
- 4) บทบาทและการยอมรับในด้านความมั่นคงของไทยในประชาคมระหว่าง ประเทศ
- 5) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการความมั่นคงแบบองค์รวม

โดยประเด็น ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ประกอบด้วย 5 ประเด็น ได้แก่

(1.1) การรักษาความสงบภายในประเทศเพื่อสร้างเสริมความสงบเรียบร้อย และสันติสุขให้เกิดขึ้นกับประเทศชาติบ้านเมือง โดย

(1.1.1) การพัฒนาและเสริมสร้างคน ในทุกภาคส่วนให้มีความเข้มแข็ง มีความพร้อม ตระหนักในเรื่องความมั่นคง และมี ส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา

(1.1.2) การพัฒนาและเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบัน หลักของชาติ

(1.1.3) การพัฒนาและเสริมสร้างการเมืองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขที่มีเสถียรภาพและมีธรรมาภิบาล เห็นแก่ประโยชน์ของ ประเทศชาติมากกว่าประโยชน์ส่วนตน

(1.1.4) การพัฒนาและเสริมสร้างกลไก ที่สามารถป้องกันและขจัดสาเหตุของประเด็นปัญหาความมั่นคงที่สำคัญ

(1.2) การป้องกันและแก้ไขปัญหามีผลกระทบต่อความมั่นคงเพื่อแก้ไข ปัญหา เดิม และป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาใหม่เกิดขึ้น โดย

- (1.2.1) การแก้ไขปัญหาคความมั่นคง ในปัจจุบัน
- (1.2.2) การติดตาม เฝ้าระวัง ป้องกัน และแก้ไขปัญหาที่อาจอุบัติขึ้นใหม่
- (1.2.3) การสร้างความปลอดภัยและความสันติสุขอย่างถาวรในพื้นที่ จังหวัดชายแดนภาคใต้
- (1.2.4) การรักษาความมั่นคงและผลประโยชน์ทางทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ทั้งทางบกและทางทะเล

(1.3) การพัฒนาศักยภาพของประเทศให้พร้อมเผชิญภัยคุกคามที่กระทบต่อ ความมั่นคงของชาติ เพื่อยกระดับขีดความสามารถของกองทัพและหน่วยงานด้าน ความมั่นคง

- (1.3.1) การพัฒนาระบบงานข่าวกรองแห่งชาติแบบบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ
- (1.3.1) การพัฒนาและฝึกพลกำลังอำนาจแห่งชาติ กองทัพและหน่วยงาน ความมั่นคงรวมทั้งภาครัฐและภาคประชาชน ให้พร้อมป้องกันและรักษาอธิปไตยของประเทศ และเผชิญภัยคุกคามได้ทุกมิติทุกรูปแบบและทุกระดับ
- (1.3.1) การพัฒนา ระบบเตรียมพร้อมแห่งชาติและการบริหารจัดการภัย คุกคามให้มีประสิทธิภาพ

(1.4) การบูรณาการความร่วมมือด้านความมั่นคงกับอาเซียนและนานาชาติ โดยรวมถึงองค์กรภาครัฐและที่มิใช่ภาครัฐ เพื่อสร้างเสริมความสงบสุข สันติสุข ความมั่นคง และความ เจริญก้าวหน้า ให้กับประเทศชาติ ภูมิภาค และโลก อย่างยั่งยืน

- (1.4.1) การเสริมสร้างและรักษาดุลยภาพสภาวะแวดล้อมระหว่างประเทศ
- (1.4.2) การเสริมสร้างและ ดำรงไว้ซึ่งสันติภาพและความมั่นคงของภูมิภาค
- (1.4.3) การร่วมมือทางการพัฒนากับ ประเทศเพื่อนบ้าน ภูมิภาค โลก รวมถึงองค์กรภาครัฐและที่มิใช่ภาครัฐ

(1.5) การพัฒนากลไกการบริหารจัดการความมั่นคงแบบองค์รวม เพื่อให้ กลไกสำคัญต่าง ๆ ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการใช้หลักธรรมาภิบาล และ การบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด โดย

(1.5.1) การพัฒนากลไกให้พร้อมสำหรับ การติดตาม เฝ้าระวัง แจ้งเตือน ป้องกัน และแก้ไขปัญหาความมั่นคงแบบองค์รวม อย่างเป็นรูปธรรม

(1.5.2) การบริหารจัดการความมั่นคงให้เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา ประเทศในมิติอื่น ๆ

มั่นคง

(1.5.3) การพัฒนากลไกและองค์กรขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ด้านความ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



แผนภาพที่ 4 แผนภูมิยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง
 ที่มา : ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 (Mind-Map), 2560

(2) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐาน แนวคิด 3 ประการ ได้แก่ (1) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่เราเก่งทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติ ที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมา ประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจ และสังคมโลกสมัยใหม่ (2) “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อม ให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ (3) “สร้างคุณค่าใหม่ ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับ รูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริม และสนับสนุนจากภาครัฐ ให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และ การกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลางและลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

เป้าหมาย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1) ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมี

เสถียรภาพและยั่งยืน

2) ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

ตัวชี้วัด

1) รายได้ประชาชาติ การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และการ กระจายรายได้

2) ผลผลิตภาพการผลิตของประเทศ ทั้งในปัจจุบันการผลิตและแรงงาน

3) การลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา

4) ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

โดยประเด็น ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย 5 ประเด็น ได้แก่

(2.1) การเกษตรสร้างมูลค่าให้มีความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตภาพการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตร ประกอบด้วย

(2.1.1) เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น

(2.1.2) เกษตรปลอดภัย

(2.1.3) เกษตรชีวภาพ

(2.1.4) เกษตรแปรรูป

(2.1.5) เกษตรอัจฉริยะ

(2.2) อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตโดยสร้างอุตสาหกรรมและบริการ แห่งอนาคตที่ขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและ เทคโนโลยีแห่งอนาคต ประกอบด้วย

(2.2.1) อุตสาหกรรมชีวภาพ

(2.2.2) อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจร

(2.2.3) อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์

(2.2.4) อุตสาหกรรมและบริการขนส่งและโลจิสติกส์

(2.2.5) อุตสาหกรรม ความมั่นคงของประเทศ

(2.3) สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยการรักษาการเป็น จุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ และเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง ประกอบด้วย

- (2.3.1) ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม
- (2.3.2) ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ
- (2.3.3) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม และแพทย์แผนไทย
- (2.3.4) ท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ
- (2.3.5) ท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค

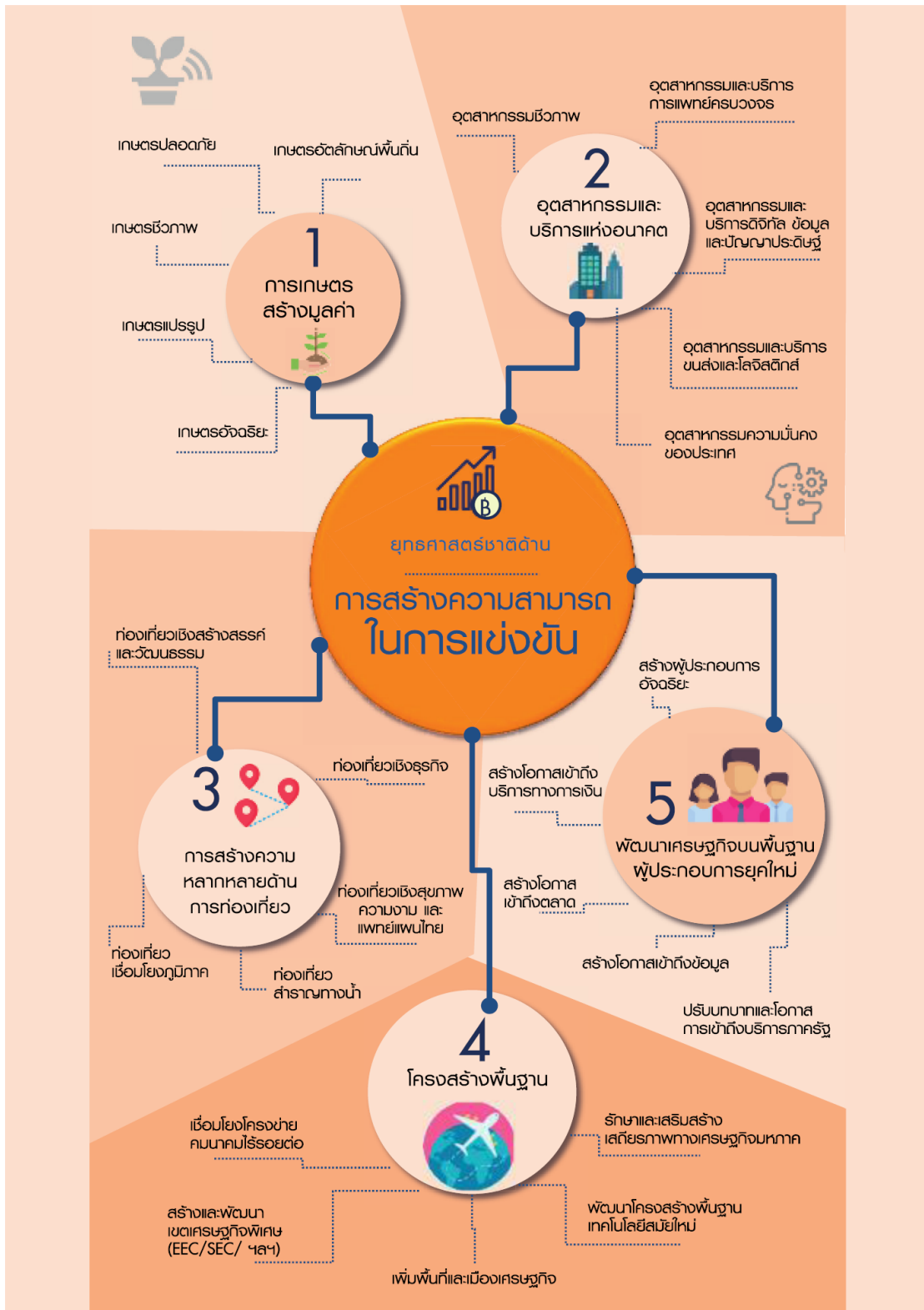
(2.4) โครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงไทยเชื่อมโลกครอบคลุมถึงโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพในด้านโครงข่ายคมนาคมพื้นที่และเมืองรวมถึงเทคโนโลยี ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ โดย

- (2.4.1) เชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมไร้รอยต่อ
- (2.4.2) สร้างและพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ
- (2.4.3) เพิ่มพื้นที่และเมืองเศรษฐกิจ
- (2.4.4) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสมัยใหม่
- (2.4.5) รักษาและเสริมสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจมหภาค

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(2.5) พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน โดย

- (2.5.1) สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ
- (2.5.2) สร้างโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงิน
- (2.5.3) สร้างโอกาสเข้าถึงตลาด
- (2.5.4) สร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล
- (2.5.5) ปรับบทบาทและโอกาสการเข้าถึงบริการภาครัฐ



แผนภาพที่ 5 แผนภูมิยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ที่มา : ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 (Mind-Map), 2560

(3) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อพัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ โดยคนไทยมีความพร้อมทั้งกาย ใจ สติปัญญา มีพัฒนาการที่ดีรอบด้าน และมีสุขภาวะที่ดีในทุกช่วงวัย มีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น มีธรรมาภิบาล อดออม โอบอ้อมอารี มีวินัย รักษาศีลธรรม และเป็นพลเมืองดีของชาติ มีหลักคิด ที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 มีทักษะสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาที่ 3 และอนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น มีนิสัยรักการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอด ชีวิต สู่การเป็นคนไทยที่มีทักษะสูง เป็นนวัตกรรม นักคิด ผู้ประกอบการ เกษตรกรยุคใหม่ และอื่น ๆ โดยมีสัมมาชีพตามความถนัดของตนเอง

เป้าหมาย

- 1) คนไทยเป็นคนดี คนเก่ง มีคุณภาพ พร้อมสำหรับวิถีชีวิตในศตวรรษที่ 21
- 2) สังคมไทยมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อและสนับสนุนต่อการพัฒนาคนตลอด

ช่วงชีวิต

ตัวชี้วัด

- 1) การพัฒนาคุณภาพชีวิต สุขภาวะ และความเป็นอยู่ที่ดีของคนไทย
- 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- 3) การพัฒนาสังคมและครอบครัวไทย

โดยประเด็น ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย 7 ประเด็น ได้แก่

(3.1) การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรมมุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคมร่วม
ปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ โดย

- (3.1.1) การปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรม ผ่านการเลี้ยงดูในครอบครัว
- (3.1.2) การบูรณาการเรื่องความซื่อสัตย์ วินัย คุณธรรม จริยธรรม ในการจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษา
- (3.1.3) การสร้างความเข้มแข็ง ในสถาบันทางศาสนา
- (3.1.4) การปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน
- (3.1.5) การสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมที่พึงประสงค์จากภาคธุรกิจ
- (3.1.6) การใช้สื่อและ สื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม
- (3.1.7) การส่งเสริม ให้คนไทยมีจิตสาธารณะและมีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม

(3.2) การพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิตมุ่งเน้นการพัฒนาคนเชิงคุณภาพในทุก
ช่วงวัย ประกอบด้วย

- (3.2.1) ช่วงการตั้งครรภ์/ปฐมวัย เน้นการเตรียมความพร้อมให้แก่พ่อแม่ก่อนการตั้งครรภ์
- (3.2.2) ช่วงวัยเรียน/วัยรุ่น ปลูกฝังความเป็นคนดี มีวินัย พัฒนาทักษะการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับศตวรรษที่ 21
- (3.2.3) ช่วงวัยแรงงาน ยกกระดับ ศักยภาพ ทักษะและสมรรถนะแรงงาน สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
- (3.2.4) ช่วงวัยผู้สูงอายุ ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเป็นพลังในการขับเคลื่อนประเทศ

(3.3) ปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงใน ศตวรรษที่ 21 มุ่งเน้นผู้เรียนให้มีทักษะการเรียนรู้และมีใจใฝ่เรียนรู้ตลอดเวลา โดย

(3.3.1) การปรับเปลี่ยนระบบการเรียนรู้ให้เอื้อต่อการพัฒนาทักษะสำหรับ ศตวรรษที่ 21

(3.3.2) การเปลี่ยนโฉมบทบาท “ครู” ให้เป็นครูยุคใหม่

(3.3.3) การเพิ่มประสิทธิภาพระบบ บริหารจัดการศึกษาในทุกระดับ ทุก ประเภท

(3.3.4) การพัฒนาระบบการเรียนรู้ตลอดชีวิต

(3.3.5) การสร้างความตื่นตัวให้คนไทยตระหนักถึงบทบาท ความ รับผิดชอบ และการวางตำแหน่งของประเทศไทยในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์และประชาคมโลก

(3.3.6) การวาง พื้นฐานระบบรองรับการเรียนรู้โดยใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม

(3.3.7) การสร้างระบบการศึกษาเพื่อเป็นเลิศทางวิชาการระดับนานาชาติ

(3.4) การตระหนักถึงพหุปัญญาของมนุษย์ที่หลากหลาย โดย

(3.4.1) การพัฒนา และส่งเสริมพหุปัญญาผ่านครอบครัว ระบบ สถานศึกษา สภาพแวดล้อม รวมทั้งสื่อตั้งแต่ระดับปฐมวัย

(3.4.2) การสร้างเส้นทางอาชีพ สภาพแวดล้อมการทำงาน และระบบ สนับสนุนที่เหมาะสมสำหรับผู้มีความสามารถพิเศษผ่านกลไกต่าง ๆ

(3.4.3) การดึงดูด กลุ่มผู้เชี่ยวชาญต่างชาติและคนไทยที่มีความสามารถ ในต่างประเทศให้มาสร้างและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับประเทศ

(3.5) การเสริมสร้างให้คนไทยมีสุขภาวะที่ดีครอบคลุมทั้งด้านกายใจ สติปัญญา และสังคม โดย

(3.5.1) การสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาวะ

(3.5.2) การป้องกันและควบคุมปัจจัยเสี่ยงที่คุกคามสุขภาวะ

(3.5.3) การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีสุขภาวะที่ดี

(3.5.4) การพัฒนาระบบบริการสุขภาพที่ทันสมัยสนับสนุนการสร้างสุข ภาวะที่ดี

(3.5.5) การส่งเสริมให้ชุมชนเป็นฐานในการสร้างสุขภาวะที่ดีในทุกพื้นที่

**(3.6) การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพ
ทรัพยากรมนุษย์ โดย**

(3.6.1) การสร้างความอยู่ดีมีสุขของครอบครัวไทย

(3.6.2) การส่งเสริม บทบาทการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กร
ปกครองส่วนท้องถิ่น ครอบครัว และชุมชนในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

(3.6.3) การปลูกฝังและพัฒนาทักษะนอกห้องเรียน

(3.6.4) การพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

**(3.7) การเสริมสร้างศักยภาพการกีฬาในการสร้างคุณค่าทางสังคมและพัฒนา
ประเทศ โดย**

ชีวิต

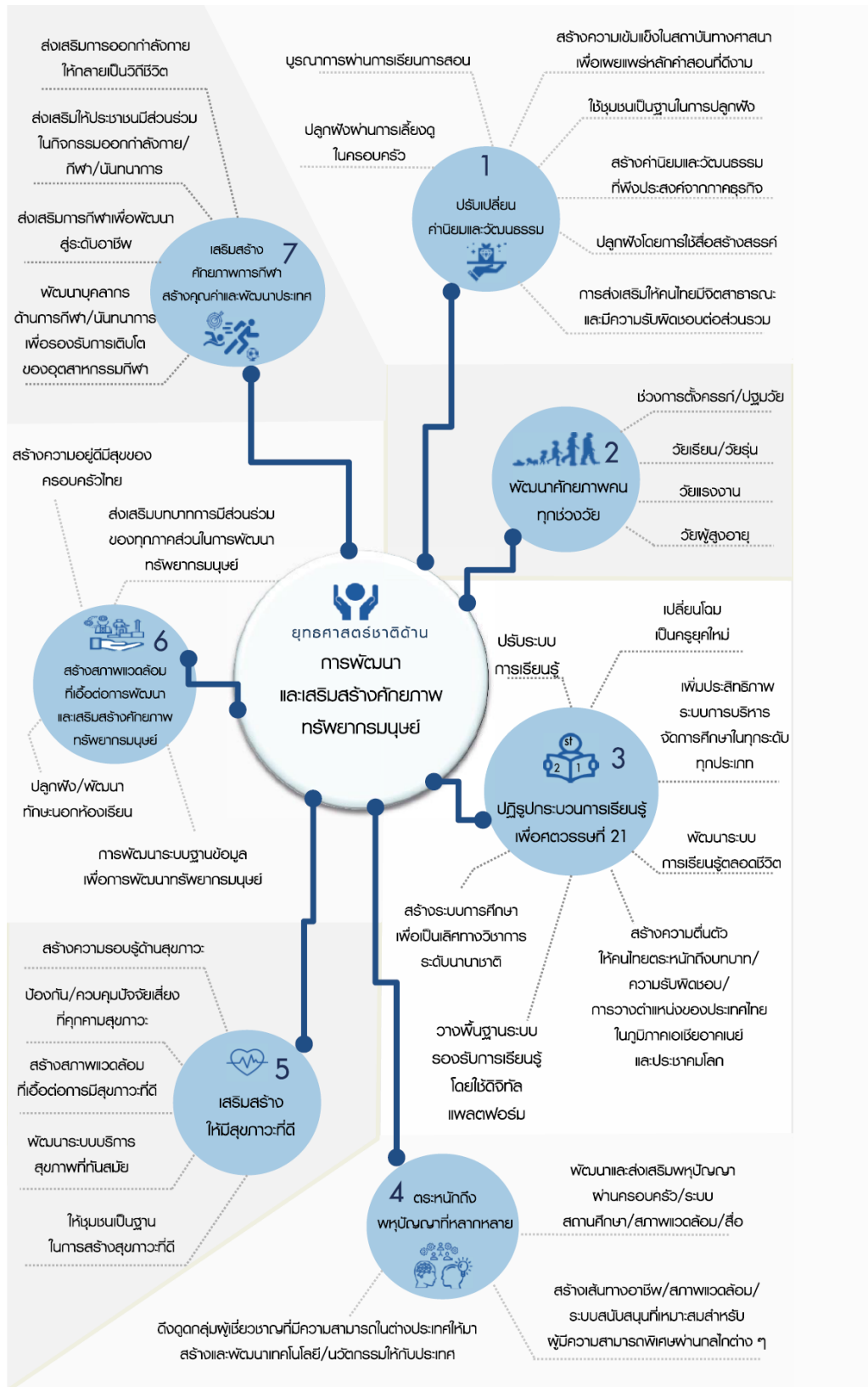
(3.7.1) การส่งเสริมการออกกำลังกาย และกีฬาขั้นพื้นฐานให้กลายเป็นวิถี

และนันทนาการ

(3.7.2) การส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมออกกำลังกายกีฬา

(3.7.3) การส่งเสริมการกีฬาเพื่อพัฒนาสู่ระดับอาชีพ

(3.7.4) การพัฒนาบุคลากรด้านการกีฬาและนันทนาการเพื่อรองรับการ
เติบโตของอุตสาหกรรมกีฬา



แผนภาพที่ 6 แผนภูมิยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์
ที่มา : ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 (Mind-Map), 2560

(4) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคมมีเป้าหมาย การพัฒนาที่สำคัญที่ให้ความสำคัญการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชนท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อน โดยการสนับสนุนการรวมตัวของ ประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำเพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบ ไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ในการจัดการตนเอง และการเตรียมความพร้อมของประชากรไทยทั้งในมิติสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพ สามารถพึ่งตนเอง และทำประโยชน์แก่ครอบครัว ชุมชน และสังคมให้นานที่สุด โดยรัฐให้หลักประกัน การเข้าถึงบริการและสวัสดิการที่มีคุณภาพอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง

เป้าหมาย

- 1) สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ
- 2) กระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคม เพิ่มโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามาเป็นกำลังของการพัฒนาประเทศในทุกระดับ
- 3) เพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตนเองและการจัดการตนเองเพื่อเสริมสร้างสังคมคุณภาพ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตัวชี้วัด

- 1) ความแตกต่างของรายได้และการเข้าถึงบริการภาครัฐระหว่างกลุ่มประชากร
- 2) ความก้าวหน้าของการพัฒนาคน
- 3) ความก้าวหน้าในการพัฒนาจังหวัดในการเป็นศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี
- 4) คุณภาพชีวิตของประชากรสูงอายุ

โดยประเด็น ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

ประกอบด้วย 4 ประเด็น ได้แก่

(4.1) การลดความเหลื่อมล้ำสร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ โดย

- (4.1.1) ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจฐานราก
- (4.1.2) ปฏิรูประบบภาษีและการคุ้มครองผู้บริโภค
- (4.1.3) กระจายการถือครองที่ดินและการเข้าถึงทรัพยากร
- (4.1.4) เพิ่มผลิตภาพและคุ้มครองแรงงานไทยให้เป็นแรงงานฝีมือที่มีคุณภาพและความริเริ่มสร้างสรรค์มีความปลอดภัยในการทำงาน
- (4.1.5) สร้างหลักประกันทางสังคมที่ครอบคลุมและเหมาะสมกับคนทุกช่วงวัย ทุกเพศภาวะ และทุกกลุ่ม
- (4.1.6) ลงทุนทางสังคมแบบมุ่งเป้าเพื่อช่วยเหลือกลุ่มคนยากจนและกลุ่มผู้ด้อยโอกาสโดยตรง
- (4.1.7) สร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงบริการสาธารณสุข และการศึกษาโดยเฉพาะสำหรับผู้มีรายได้น้อยและกลุ่มผู้ด้อยโอกาส
- (4.1.8) สร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมอย่างทั่วถึง

(4.2) การกระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี โดย

- (4.2.1) พัฒนาศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีในภูมิภาค
- (4.2.2) กำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของแต่ละกลุ่มจังหวัดในมิติต่าง ๆ
- (4.2.3) จัดระบบเมืองที่เอื้อต่อการสร้างชีวิตและสังคมที่มีคุณภาพและปลอดภัยให้สามารถตอบสนองต่อสังคมสูงวัยและแนวโน้มของการขยายตัวของเมืองในอนาคต
- (4.2.4) ปรับโครงสร้างและแก้ไขกฎหมายระเบียบบริหารราชการแผ่นดินเพื่อวางระบบและกลไกการบริหารงานในระดับภาคกลุ่มจังหวัด
- (4.2.5) สนับสนุนการพัฒนาพื้นที่บนฐานข้อมูล ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
- (4.2.6) การพัฒนากำลังแรงงานในพื้นที่

(4.3) การเสริมสร้างพลังทางสังคม โดย

(4.3.1) สร้างสังคมเข้มแข็งที่แบ่งปัน ไม่ทอดทิ้งกัน และมีคุณธรรม โดยสนับสนุนการรวมตัวและดึงพลังของภาคส่วนต่าง ๆ

(4.3.2) การรองรับสังคมสูงวัยอย่างมีคุณภาพ

(4.3.3) สนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคมและภาคประชาชน

(4.3.4) ส่งเสริมความเสมอภาคทางเพศและบทบาทของสตรีในการสร้างสรรค์สังคม

(4.3.5) สนับสนุนการพัฒนาทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

(4.3.6) สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ และสื่อสร้างสรรค์เพื่อรองรับสังคมยุคดิจิทัล

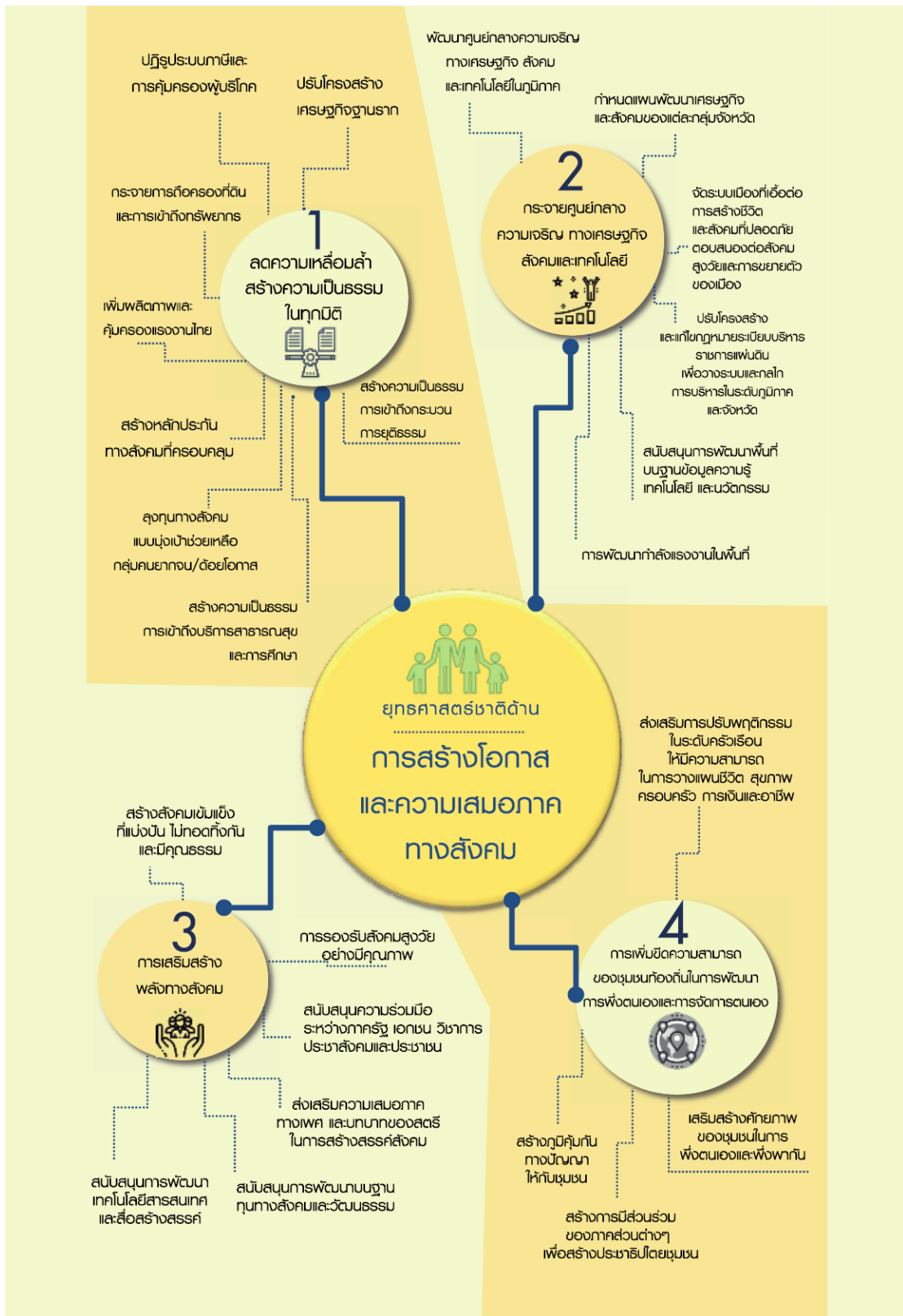
(4.4) การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการพึ่งตนเองและการจัดการตนเอง โดย

(4.4.1) ส่งเสริมการปรับพฤติกรรมในระดับครัวเรือนให้มีขีดความสามารถในการจัดการวางแผนชีวิต สุขภาพ ครอบครัว การเงินและอาชีพ

(4.4.2) เสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการพึ่งตนเองและการพึ่งพากันเอง

(4.4.3) สร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างประชาธิปไตยชุมชน และ

(4.4.4) สร้างภูมิคุ้มกันทางปัญญาให้กับชุมชน



แผนภาพที่ 7 แผนภูมิยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

ที่มา : ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 (Mind-Map), 2560

(5) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ธรรมภิบาล และความเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างกัน ทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างบูรณาการ ใช้พื้นที่เป็นตัวตั้งในการกำหนดกลยุทธ์และแผนงาน และการให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในแบบทางตรงให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยเป็นการดำเนินการบนพื้นฐานการเติบโตร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิต โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลทั้ง 3 ด้าน อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนเพื่อคนรุ่นต่อไปอย่างแท้จริง

เป้าหมาย

- 1) อนุรักษ์และรักษาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ให้คนรุ่นต่อไปได้ใช้อย่างยั่งยืน มีสมดุล
- 2) ฟื้นฟูและสร้างใหม่ฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบทางลบจากการพัฒนาสังคมเศรษฐกิจของประเทศ
- 3) ใช้ประโยชน์และสร้างการเติบโต บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้สมดุลภายในขีดความสามารถของรับนิเวศ
- 4) ยกกระดับกระบวนการทัศน์ เพื่อกำหนดอนาคตประเทศด้านทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม บนหลักของการมีส่วนร่วม และธรรมภิบาล

ตัวชี้วัด

- 1) พื้นที่สีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 2) สภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรมได้รับการฟื้นฟู
- 3) การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 4) ปริมาณก๊าซเรือนกระจก มูลค่าเศรษฐกิจฐานชีวภาพ

โดยประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 6 ประเด็น ได้แก่

(5.1) สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว โดย

(5.1.1) เพิ่มมูลค่าของเศรษฐกิจฐานชีวภาพให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

(5.1.2) อนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพในและนอกถิ่นกำเนิด

(5.1.3) อนุรักษ์และฟื้นฟูแม่น้ำลำคลองและแหล่งน้ำธรรมชาติทั่วประเทศ

(5.1.4) รักษาและเพิ่มพื้นที่สีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

(5.1.5) ส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน

(5.2) สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจภาคทะเล โดย

(5.2.1) เพิ่มมูลค่าของเศรษฐกิจฐานชีวภาพทางทะเล

(5.2.2) ปรับปรุง ฟื้นฟู และสร้างใหม่ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งทั้งระบบ

(5.2.3) ฟื้นฟูชายฝั่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลได้รับการป้องกันและแก้ไขทั้งระบบและมีนโยบายการจัดการชายฝั่งแบบบูรณาการอย่างเป็นองค์รวม

(5.2.4) พัฒนาและเพิ่มสัดส่วนกิจกรรมทางทะเลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(5.3) สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมที่เป็นมิตรต่อสภาพภูมิอากาศ โดย

(5.3.1) ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

(5.3.2) มีการปรับตัวเพื่อลดความสูญเสียและเสียหายจากภัยธรรมชาติและผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

(5.3.3) มุ่งเป้าสู่การลงทุนที่เป็นมิตรต่อสภาพภูมิอากาศในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ของภาครัฐและภาคเอกชน

(5.3.4) พัฒนาและสร้างระบบรับมือปรับตัวต่อโรคอุบัติใหม่ และโรคอุบัติซ้ำที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ

(5.4) พัฒนาพื้นที่เมือง ชนบท เกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ มุ่งเน้นความเป็นเมืองที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดย

(5.4.1) จัดทำแผนผังภูมินิเวศเพื่อการพัฒนา เมือง ชนบท พื้นที่เกษตรกรรมและ อุตสาหกรรม รวมถึงพื้นที่อนุรักษ์ตามศักยภาพ และความเหมาะสมทางภูมินิเวศอย่างเป็นเอกภาพ

(5.4.2) พัฒนาพื้นที่เมือง ชนบท เกษตรกรรม และ อุตสาหกรรมเชิงนิเวศที่มีการบริหารจัดการตามแผนผังภูมินิเวศอย่างยั่งยืน

(5.4.3) จัดการมลพิษที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสารเคมีในภาคเกษตรทั้งระบบให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลและค่ามาตรฐานสากล

(5.4.4) สงวนรักษา อนุรักษ์ พื้นฟู และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติมรดกทางสถาปัตยกรรมและศิลปวัฒนธรรม อัตลักษณ์ และวิถีชีวิตพื้นถิ่นบนฐานธรรมชาติและฐานวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

(5.4.5) พัฒนาเครือข่ายองค์กรพัฒนาเมืองและชุมชน รวมทั้งกลุ่มอาสาสมัครด้วยกลไกการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในท้องถิ่น

(5.4.6) เสริมสร้างระบบสาธารณสุขและอนามัยสิ่งแวดล้อม และยกระดับความสามารถ ในการป้องกันโรคอุบัติใหม่และอุบัติซ้ำ

(5.5) พัฒนาความมั่นคงน้ำ พลังงาน และเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดย

(5.5.1) พัฒนาการจัดการน้ำเชิงลุ่มน้ำทั้งระบบเพื่อเพิ่มความมั่นคงด้านน้ำของประเทศ

(5.5.2) เพิ่มผลิตภาพของน้ำทั้งระบบในการใช้น้ำอย่างประหยัด รู้คุณค่า และสร้างมูลค่าเพิ่ม จากการใช้น้ำให้ทัดเทียมกับระดับสากล

(5.5.3) พัฒนาความมั่นคงพลังงานของประเทศ และส่งเสริมการใช้พลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(5.5.4) เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน โดยลดความเข้มข้นของการใช้พลังงาน

(5.5.5) พัฒนาความมั่นคงด้านการเกษตร และอาหารของประเทศและชุมชน ในมิติปริมาณ คุณภาพ ราคาและการเข้าถึงอาหาร

(5.6) ยกระดับกระบวนการทัศน์เพื่อกำหนดอนาคตประเทศ โดย

(5.6.1) ส่งเสริมคุณลักษณะและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ด้านสิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตที่ดีของคนไทย

(5.6.2) พัฒนาเครื่องมือกลไกและระบบยุติธรรม และระบบประชาธิปไตย สิ่งแวดล้อม

(5.6.3) จัดโครงสร้างเชิงสถาบันเพื่อจัดการประเด็นร่วม ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ

(5.6.4) พัฒนาและดำเนินโครงการ ที่ยกระดับกระบวนการ ทัศน์เพื่อกำหนดอนาคตประเทศ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม บนหลักของการมีส่วนร่วม และธรรมาภิบาล



แผนภาพที่ 8 แผนภูมิยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ที่มา : ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 (Mind-Map), 2560

(6) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อปรับเปลี่ยนภาครัฐที่ยึดหลัก “ภาครัฐของประชาชน เพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” โดยภาครัฐต้องมีขนาดที่เหมาะสมกับบทบาท ภารกิจ แยกแยะบทบาทหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ในการกำกับหรือในการให้บริการ ยึดหลักธรรมาภิบาล ปรับวัฒนธรรมการทำงานให้มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม มีความทันสมัย และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก อยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้อย่างคุ้มค่า และปฏิบัติงานเทียบได้กับมาตรฐานสากล รวมทั้งมีลักษณะเปิดกว้าง เชื่อมโยงถึงกันและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และโปร่งใส โดยทุกภาคส่วนในสังคมต้องร่วมกันปลูกฝังค่านิยมความซื่อสัตย์สุจริต ความมั่งคั่ง และสร้างจิตสำนึกในการปฏิเสธไม่ยอมรับการทุจริตประพฤติมิชอบอย่าง สิ้นเชิง นอกจากนี้ กฎหมายต้องมีความชัดเจน มีเพียงเท่าที่จำเป็น มีความทันสมัย มีความเป็นสากล มีประสิทธิภาพ และนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำและเอื้อต่อการพัฒนา โดยกระบวนการยุติธรรมมีการบริหารที่มีประสิทธิภาพ เป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ และการอำนวยความสะดวกยุติธรรมตามหลักนิติธรรม

เป้าหมาย

- 1) ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส
- 2) ภาครัฐมีขนาดที่เล็กลง พร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง
- 3) ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ
- 4) กระบวนการยุติธรรม เป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมของประเทศ

ตัวชี้วัด

- ภาครัฐ
- 1) ระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการสาธารณะของ
 - 2) ประสิทธิภาพของการบริการภาครัฐ
 - 3) ระดับความโปร่งใส การทุจริต ประพฤติมิชอบ
 - 4) ความเสมอภาคในกระบวนการยุติธรรม

โดยประเด็น ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการ
ภาครัฐ ประกอบด้วย 8 ประเด็น ได้แก่

**(6.1) ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และ
ให้บริการอย่างสะดวกรวดเร็วโปร่งใส โดย**

(6.1.1) การให้บริการสาธารณะของภาครัฐ ได้มาตรฐานสากลและเป็น
ระดับแนวหน้าของภูมิภาค

(6.1.2) ภาครัฐมีความเชื่อมโยง ในการให้บริการสาธารณะต่าง ๆ ผ่านการ
นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้

**(6.2) ภาครัฐบริหารงานแบบบูรณาการโดยมียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมาย และ
เชื่อมโยงการพัฒนาในทุกระดับ ทุกประเด็น ทุกภารกิจ และทุกพื้นที่ โดย**

(6.2.1) ให้ยุทธศาสตร์ชาติเป็นกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ

(6.2.2) ระบบการเงินการคลังประเทศ สนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

ชาติ

(6.2.2) ระบบติดตามประเมินผลที่สะท้อน การบรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์

ชาติในทุกระดับ

(6.3) ภาครัฐมีขนาดเล็กลง เหมาะสมกับภารกิจส่งเสริมให้ประชาชนและทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ โดย

- (6.3.1) ภาครัฐมีขนาดที่เหมาะสม
 - (6.3.2) ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ
 - (6.3.3) ส่งเสริมการกระจายอำนาจ และสนับสนุนบทบาทชุมชนท้องถิ่น
- ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานที่มีสมรรถนะสูง ตั้งอยู่บนหลักธรรมาภิบาล

(6.4) ภาครัฐมีความทันสมัย โดย

- (6.4.1) องค์กรภาครัฐมีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับบริบทการพัฒนาประเทศ
- (6.4.2) พัฒนาและปรับระบบวิธีการปฏิบัติราชการให้ทันสมัย

(6.5) บุคลากรภาครัฐเป็นคนดีและเก่ง ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ โดย

- (6.5.1) ภาครัฐมีการบริหารกำลังคนที่มี ความคล่องตัว ยึดระบบคุณธรรม
- (6.5.2) บุคลากรภาครัฐยึดค่านิยมในการทำงานเพื่อ ประชาชน มีคุณธรรม และมีการพัฒนาตามเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ

(6.6) ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ โดย

- (6.6.1) ประชาชนและภาคีต่าง ๆ ในสังคมร่วมมือกันในการป้องกันการทุจริตและประพฤติ มิชอบ
- (6.6.2) บุคลากรภาครัฐยึดมั่นในหลักคุณธรรม จริยธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต
- (6.6.3) การปราบปรามการทุจริตประพฤติมิชอบมีประสิทธิภาพมีความเด็ดขาดเป็นธรรม และตรวจสอบได้
- (6.6.4) การบริหารจัดการการป้องกันและปราบปรามการทุจริตอย่าง เป็นระบบแบบบูรณาการ

(6.7) กฎหมายมีความสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ และมีเท่าที่จำเป็น

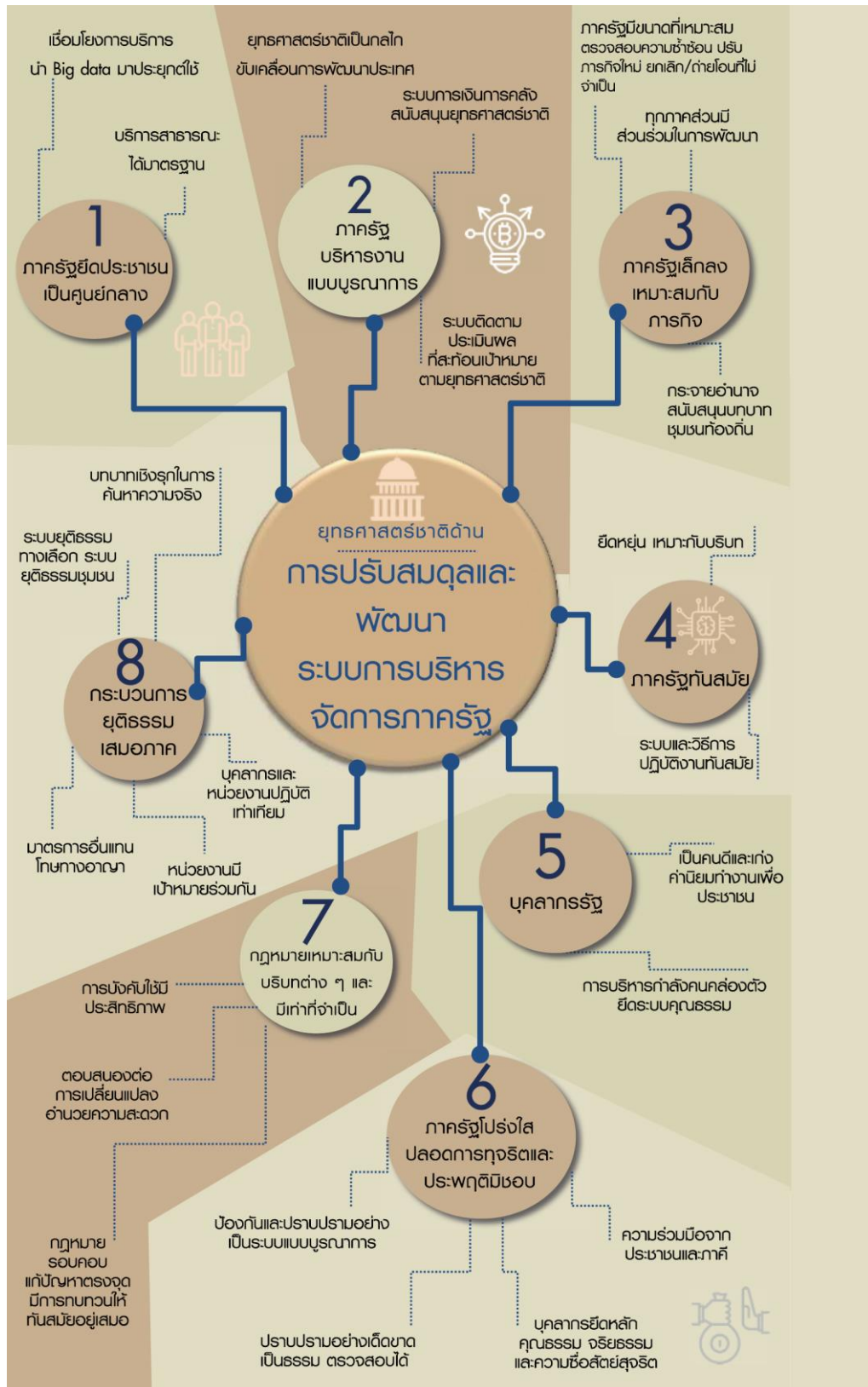
โดย

- (6.7.1) ภาครัฐจัดให้มีกฎหมายที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ
ที่เปลี่ยนแปลง
- (6.7.2) มีกฎหมายเท่าที่จำเป็น
- (6.7.3) การบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ เท่าเทียม มีการ
เสริมสร้างประสิทธิภาพการใช้อกฎหมาย

(6.8) กระบวนการยุติธรรมเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อประชาชนโดย

เสมอภาค โดย

- (6.8.1) บุคลากรและหน่วยงานในกระบวนการยุติธรรมเคารพและยึดมั่น
ในหลัก ประชาธิปไตย เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ที่พึงได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม
- (6.8.2) ทุกหน่วยงานในกระบวนการยุติธรรม มีบทบาทเชิงรุกร่วมกันใน
ทุกขั้นตอน ของการค้นหาความจริง
- (6.8.3) หน่วยงานในกระบวนการยุติธรรมทั้งทางแพ่ง อาญา และปกครอง
มีเป้าหมายและยุทธศาสตร์ร่วมกัน
- (6.8.4) ส่งเสริมระบบยุติธรรมทางเลือก ระบบยุติธรรมชุมชน และการมี
ส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการยุติธรรม
- (6.8.5) พัฒนามาตรการอื่นแทนโทษทางอาญา



แผนภาพที่ 9 แผนภูมิยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

ที่มา : ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 (Mind-Map), 2560

จากการศึกษานโยบายแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 พบว่า นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สอดคล้องและตอบโจทย์ ในการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติในหลากหลายด้าน ผู้วิจัยจึงได้ทำงานศึกษาเป้าหมาย การพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่สอดคล้องกับงานวิจัยเพิ่มเติม

2.2 ศึกษาเป้าหมายการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่สอดคล้องกับ งานวิจัย

จากการศึกษานโยบายแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 ผู้วิจัยพบว่า การ พัฒนานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่ความสอดคล้อง กับความต้องการในแผนการยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 ซึ่งตรงกับเป้าหมายการพัฒนา ประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยมีด้านที่สอดคล้องกับงานวิจัยใน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ (2) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และด้านที่ (5) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการ สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยจึงได้ทำงานศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมของ ยุทธศาสตร์ชาติทั้ง 2 ด้าน ถึงข้อมูลเพิ่มเติมจากแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 (ฉบับ ประกาศราชกิจจานุเบกษา)

ด้านที่ (2) สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการ แข่งขัน

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมาย การ พัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐาน แนวคิด 3 ประการ ได้แก่ (1) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่เราะหว่างเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถี ชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติ ที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของ ประเทศในด้านอื่น ๆ นำมา ประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบท ของเศรษฐกิจ และสังคมโลกสมัยใหม่ (2) “ปรับปรุงจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐาน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อม ให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม

และบริการอนาคต และ (3) “สร้างคุณค่าใหม่ ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคู่มือใหม่ รวมถึงปรับ รูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับ ยุทธศาสตร์ ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริม และสนับสนุนจากภาครัฐ ให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาส ทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และ การกินดีอยู่ดี รวมถึงการ เพิ่มขึ้นของคนชั้นกลางและลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันจึงกำหนดแนว ทิศทางการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคเอกชนเศรษฐกิจเพื่ออนาคตที่สามารถสร้าง มูลค่าเพิ่มได้ทั้งในภาพเกษตร อุตสาหกรรมการบริการ และการท่องเที่ยว โดยให้ประเทศสามารถ ยกระดับการผลิตทางการเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าให้สูงขึ้นขณะที่มีอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ที่จะเป็นกลไกขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่ง อนาคต รวมทั้งรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลกในขณะเดียวกัน จำเป็นต้องพัฒนาปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ ทั้งในส่วนขอองโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพในด้านโครงข่าย คมนาคม พื้นที่และเมือง รวมถึงเทคโนโลยี และโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน บุคลากร และเชื่อมโยงประเทศไทยกับ ประชาคมโลกและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสู่อนาคต

เป้าหมายกรณีมหาวิทยาลัย

1) ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมี เสถียรภาพและยั่งยืน

2) ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

ตัวชี้วัด

1) รายได้ประชาชาติ การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และการกระจายรายได้

2) ผลผลิตภาพการผลิตของประเทศ ทั้งในปัจจัยการผลิตและแรงงาน

3) การลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา

4) ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

โดยประเด็น ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย 5 ประเด็น ได้แก่

(2.1) การเกษตรสร้างมูลค่า

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้เล่นสำคัญด้านการผลิตและการค้าสินค้า เกษตรในเวทีโลกด้วยพื้นฐานทางพืชเกษตรเขตร้อน และมีข้อได้เปรียบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ที่สามารถพัฒนาต่อยอดโครงสร้างธุรกิจการเกษตรด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม เน้นเกษตรคุณภาพสูงและขับเคลื่อน การเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตร เพื่อรักษาฐานรายได้เดิมและสร้างฐานอนาคตใหม่ที่สร้างรายได้สูง ทั้งเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป และเกษตรอัจฉริยะ เพื่อให้เกษตรกร มีรายได้สูงขึ้น

(2.1.1) เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ส่งเสริมการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่น และภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย มาเป็นผลิตภัณฑ์การเกษตร รวมทั้งสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยส่งเสริมการนำอัตลักษณ์ พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาใช้ในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์การเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เป็นสินค้า เกษตรชนิดใหม่ ให้รองรับความต้องการของตลาดยุคใหม่

(2.1.2) เกษตรปลอดภัย สร้างความตระหนักแก่ผู้ผลิตและผู้บริโภคทั่วโลกในเรื่องความสำคัญ ของมาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร ภูมิใจและวางกรอบให้เกษตรกรและผู้ผลิตทางการผลิต สินค้าที่สอดคล้องกับมาตรฐาน และเข้าสู่ระบบมาตรฐานการจัดการคุณภาพทางการเกษตรที่ได้รับการรับรอง จากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือ โดยส่งเสริม การถ่ายทอดองค์ความรู้แก่เกษตรกรในการทำเกษตรปลอดภัย และเปลี่ยนผ่านไปสู่การทำเกษตรอินทรีย์ ตลอดจนสนับสนุนกลไกทางการตลาดแก่เกษตรกรที่ต้องการทำการเกษตรอินทรีย์

(2.1.3) เกษตรชีวภาพ ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพของประเทศ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มของภาคการผลิต และนำไปสู่การผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากฐานเกษตรกรรม และฐานทรัพยากรชีวภาพ และสร้างความมั่นคงของประเทศทั้งด้านอาหารและสุขภาพ โดยเฉพาะพืชสมุนไพร ที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตและ

ส่งออกผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรในระดับภูมิภาคและระดับโลก โดยคำนึงถึงปริมาณและคุณภาพ มาตรฐานตามความต้องการของตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการส่งเสริมการวิจัย พัฒนา และประยุกต์ใช้นวัตกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยีสะอาด เทคโนโลยีวัสดุ และนาโน เทคโนโลยี เพื่อการเกษตรและการแปรรูปสินค้าจากความหลากหลาย ทางชีวภาพ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ จากสมุนไพร โดยสร้างความร่วมมือที่ใกล้ชิดระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน ที่มีองค์ความรู้ ภูมิ ปัญญาดั้งเดิม พัฒนาต่อยอดและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการนำวัตถุดิบ เหลือทิ้งทาง การเกษตรมาใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมและพลังงานที่เกี่ยวข้องกับชีวภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2.1.4) เกษตรแปรรูป ปรับใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย

อยู่ตลอดเวลา รวมทั้ง นวัตกรรมจากภูมิปัญญาในการแปรรูป สร้างความแตกต่าง และเพิ่มมูลค่าใน ผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตร รวมทั้ง ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ เกษตรคุณภาพสูงของไทยสู่ตลาด ภายในประเทศและต่างประเทศ โดยส่งเสริมการแปรรูป สินค้าเกษตรชั้นสูงที่มีคุณค่าเฉพาะ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่มีความหลากหลาย ด้วยการต่อยอด ผลงานจากสถาบันวิจัยสู่ การผลิตเชิงพาณิชย์ การส่งเสริมให้นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ มาพัฒนาต่อยอด สินค้าเกษตร ชั้นต้นให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าสูง การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและผลิตผลทางการเกษตรเพื่อ แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมทั้งการสนับสนุนการนำเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ในการ สร้างสรรค์ บรรจุภัณฑ์อัจฉริยะ เพื่อป้องกันการปลอมปน การควบคุมคุณภาพและความปลอดภัย การติดตามผลิตภัณฑ์ ในระหว่างการขนส่ง รวมถึงยืดอายุของอาหารและสินค้าเกษตรในบรรจุภัณฑ์ ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าทางการตลาด ให้แก่สินค้า พร้อมทั้งส่งเสริมการสร้างแบรนด์ และขยายช่องทางการตลาดด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งให้ความสำคัญในการสร้างเครื่องหมายการค้าและ ปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

(2.1.5) เกษตรอัจฉริยะ นาเทคโนโลยีและนวัตกรรมมา

ประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเป็นฟาร์ม อัจฉริยะ เพื่อเพิ่มผลผลิตการเกษตรในเชิงมูลค่าและปริมาณต่อ พื้นที่สูงสุด และเตรียมพร้อมรองรับผลกระทบ จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มีการคำนึงถึง การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสร้างสมดุลเกษตรอาหารและเกษตร พลังงาน โดยสร้างและนาเทคโนโลยี นวัตกรรม และวิทยาการ สมัยใหม่มาใช้ในการเกษตร ใช้ เทคโนโลยีเกษตรด้านความแม่นยำ เทคโนโลยีการผลิตพืชในโรงเรือนเพาะปลูก ด้วยการใช้ระบบ

อัตโนมัติและเซ็นเซอร์อัจฉริยะ ติดตามการเปลี่ยนแปลง ทั้งความชื้น แสง และอุณหภูมิภายใน ฟาร์ม เพื่อให้ได้ผลผลิตตรงตามความต้องการ คุณภาพคงที่ และสามารถวางแผนระบบการตลาดดีขึ้น โดยยกระดับเทคโนโลยีการผลิตและเครื่องจักรกลการเกษตรให้สูงขึ้นด้วยการวิจัยและพัฒนา การสร้างและกำหนดคุณภาพมาตรฐานของสินค้าเครื่องจักรกลและอุปกรณ์การเกษตร รวมทั้งการส่งเสริม การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ การประยุกต์ใช้ข้อมูลจากดาวเทียม และเชื่อมโยงฐานข้อมูลจากการประยุกต์ใช้ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างยั่งยืนให้กับ ภาคเกษตร การสร้างฐานข้อมูลการเพาะปลูกระดับประเทศ การจัดการด้านชลประทาน ทะเล และชายฝั่ง รวมทั้งการติดตามการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ

(2.2) อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตโดยสร้างอุตสาหกรรมและบริการ แห่งอนาคตที่ขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและ เทคโนโลยีแห่งอนาคต

อุตสาหกรรมและบริการไทยต้องพร้อมรับมือและสร้างโอกาสจากความท้าทายที่เกิดขึ้นจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ ๔ ที่เป็นผลของการหล่อหลอมเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีทางกายภาพเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็วเป็นวงกว้างและลึกซึ้งทั้งระบบอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงพื้นฐานโครงสร้างอุตสาหกรรมและบริการ โดยสร้างอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ที่ขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศพัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคต เพิ่มบุคลากรที่มีทักษะและความรู้ตามความต้องการของตลาด สร้างระบบนิเวศอุตสาหกรรมและบริการที่เหมาะสม และสนับสนุน การพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอย่างยั่งยืน

(2.2.1) อุตสาหกรรมชีวภาพ สร้างประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพเพื่อต่อยอดจาก ภาคเกษตรไทยและมุ่งสู่อุตสาหกรรมบนฐานชีวภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงพลังงานชีวมวล โดยการเพิ่มสัดส่วนอุตสาหกรรมชีวภาพที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ได้แก่ ชีวเคมีภัณฑ์ วัสดุชีวภาพ อาหารเสริม เวชสำอาง วัคซีน ชีวเภสัชภัณฑ์ และสารสกัดจากสมุนไพร การเพิ่มการผลิตและส่งเสริมการใช้พลาสติกชีวภาพ แพลงของเหลือทิ้งจากเกษตรและอุตสาหกรรม ให้เป็นสารเคมีและพลังงานชีวภาพที่มีมูลค่า โดยใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบชีวมวลในการผลิตพลังงานไฟฟ้าอย่างคุ้มค่า เพื่อลดปัญหาโลกร้อน และสร้างรายได้แก่เกษตรกรเพิ่มมากขึ้น การเน้นการวิจัยและพัฒนา และนำผลงานวิจัยมาใช้ในเชิงพาณิชย์มากยิ่งขึ้น ตลอดจนให้ความสำคัญกับระบบนวัตกรรมแบบเปิด เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมชีวภาพได้เร็วขึ้น

(2.2.2) อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจร อาศัยความเชี่ยวชาญด้านบริการการแพทย์ของไทยเพื่อสร้างอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในประเทศเพื่อรองรับความต้องการใช้บริการการแพทย์ที่จะเพิ่มมากขึ้นทั้งจากสังคมผู้สูงอายุ และความต้องการการแพทย์ที่เพิ่มขึ้นจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำไปสู่ศูนย์กลางอุตสาหกรรมและบริการการแพทย์

(2.2.3) อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ในการเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมและบริการครอบคลุมระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ และอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของภาคเศรษฐกิจไทยทั้งระบบสร้างแพลตฟอร์มสำหรับเศรษฐกิจในอนาคต และเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับประชาชน โดยการสร้างอุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนประเทศไทย และส่งเสริมการลงทุนระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนไทย และบริษัทชั้นนำของโลกในอุตสาหกรรมเหล่านี้ เพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและการวิจัยและพัฒนา การสร้างความตระหนักและให้ความรู้แก่ประชาชน และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ สำหรับภาคการผลิตและบริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ สร้างนวัตกรรม และดำเนินธุรกิจใหม่ ๆ

(2.2.4) อุตสาหกรรมและบริการขนส่งและโลจิสติกส์ ใช้ตำแหน่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของ ประเทศไทยในการส่งเสริมการคมนาคมขนส่ง และโลจิสติกส์ ให้เป็นฐานการ

ผลิตของภูมิภาคเพื่อการส่งออกสู่ตลาดโลก และศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาค ลดต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์และเพิ่มมูลค่าจากการเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ ส่งเสริมอุตสาหกรรมและบริการที่เกี่ยวข้อง โดยการส่งเสริมการสร้างศูนย์กลางด้านโลจิสติกส์ระดับภูมิภาคและเชื่อมต่อกับเครือข่ายโลจิสติกส์ของโลก การผลักดันการเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งระบบไปสู่อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าอัจฉริยะ

(2.2.5) อุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศ พัฒนา

อุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศ ที่ไทยมีศักยภาพ เพื่อลดการพึ่งพาจากต่างประเทศ และพัฒนาต่อยอดเป็นอุตสาหกรรมส่งออกต่อไป โดยการต่อยอดพัฒนาอุตสาหกรรมความมั่นคงด้านต่าง ๆ จากอุตสาหกรรมของประเทศไทยที่มีความเข้มแข็งอยู่แล้ว รวมทั้งส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงด้านต่าง ๆ และเทคโนโลยีที่มีประโยชน์ในบริบทด้านความมั่นคงและเชิงพาณิชย์ ตลอดจนพัฒนาบุคลากรทางด้านวิจัยและพัฒนาการออกแบบ และการผลิตเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศ การพัฒนาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการภัยพิบัติ ซึ่งรวมถึงระบบการเตือนภัย การเตรียมตัวรับภัยพิบัติ และการให้ความช่วยเหลือระหว่างและหลังเกิดภัยพิบัติ พร้อมทั้งการสร้างอุตสาหกรรมที่ส่งเสริมความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อลดผลกระทบจากภัยคุกคามไซเบอร์ต่อเศรษฐกิจและสังคม และปกป้องอธิปไตยทางไซเบอร์ เพื่อรักษาผลประโยชน์ของชาติจากการทำธุรกิจดิจิทัล ส่งเสริมการจัดหาพลังงานให้เพียงพอ เพื่อเป็นฐานความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

(2.3) สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ และเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง

โดยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของ การท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง มุ่งพัฒนา ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้น ด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และใช้ประโยชน์จากข้อมูลและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ โดยการสร้างและใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่

รวมทั้งเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการส่งเสริมการตลาด การดูแลความปลอดภัยและอำนวยความสะดวก แก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม รวมถึงคนพิการและผู้สูงอายุ การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้เอื้อ ต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนและเศรษฐกิจต่อเนื่อง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มี เอกลักษณ์เฉพาะโดยคำนึงถึงศักยภาพของแต่ละ พื้นที่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบนิเวศ และ ทรัพยากรที่เอื้อต่อการเติบโตของการ ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ไปสู่ชุมชนและ เมืองอย่างทั่วถึงและยั่งยืน และพัฒนาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไทยกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค เพื่อการเป็นแม่เหล็กดึงดูด นักท่องเที่ยวอย่างประทับใจตลอดการท่องเที่ยวจนเกิดการท่องเที่ยวซ้ำและแนะนำต่อ

(2.3.1) ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ส่งเสริมธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และวัฒนธรรม โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการสร้างและพัฒนา สินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ และทุนทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งการ สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนา ธุรกิจการท่องเที่ยว การทำการตลาด และการ บริหารจัดการสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และวัฒนธรรม เพื่อให้การท่องเที่ยว ไทยมีเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์ มีการคุ้มครองและปกป้องด้านทรัพย์สินทาง ปัญญาเพื่อการป้องกัน การลอกเลียนแบบ ซึ่งรวมถึงการผลักดันให้เมืองประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และศิลปะ ได้รับการขึ้น ทะเบียนด้านการอนุรักษ์ และส่งเสริมให้ก้าวสู่เมืองที่ได้รับการยอมรับในเวทีสากล อันนำไปสู่การ สร้างภาพลักษณ์และการจัดทำแผนพัฒนาเมืองและแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น พร้อมทั้งการส่งเสริม การท่องเที่ยวตามฤดูกาลและตามศักยภาพของพื้นที่ ทั้งการท่องเที่ยววิถีชุมชน การท่องเที่ยวเชิง เกษตร การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีพุทธ เพื่อให้ประเทศไทยเป็น จุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยววิถีพุทธของโลก

(2.3.2) ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ สร้างแรงดึงดูดและสิ่งจูงใจให้ไทย เป็นจุดหมายปลายทางของ การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจโดยส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและ นิทรรศการนานาชาติของโลก เนื่องจากไทยมีความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมแก่การเดินทางเพื่อ ประกอบธุรกิจและการท่องเที่ยว ทั้งยังมีความพร้อมด้านการบริการที่เป็นเอกลักษณ์ โดยพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคและสาธารณูปการระบบขนส่ง ระบบดิจิทัลเพื่อการติดต่อสื่อสาร เพื่อ อำนวยความสะดวกทั้งในการเดินทางเข้ามาเพื่อการประชุม และการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ

ระหว่างกัน พร้อมทั้งส่งเสริมการขยายพื้นที่จุดหมายปลายทางของการจัดประชุมและนิทรรศการ และการพักผ่อนระหว่างประชุมจากเมืองหลักสู่เมืองอื่นที่มีศักยภาพของไทย รวมถึง สร้างพื้นที่หรือ ช่องทางการจัดแสดงผลงานรูปแบบต่าง ๆ

(2.3.3) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย

สาน“ศาสตร์”และความชำนาญของการดูแลรักษาด้วยภูมิปัญญาไทยกับ “ศิลป์” และความ ละเอียดอ่อนในการให้บริการแบบไทย เพื่อดึงดูดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์ โดยยกระดับ มาตรฐานธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมสุขภาพและการเสริม ความงามสู่ตลาดระดับสูง โดยใช้ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เพื่อให้เกิดเป็นเอกลักษณ์การให้บริการตามแบบความเป็นไทยที่ โดดเด่นในระดับสากล พร้อมทั้งการสร้างความหลากหลายของกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ ที่ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับและเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ รวมถึงการยกระดับมาตรฐานธุรกิจ บริการ ด้านการแพทย์ทางเลือก โดยผสมองค์ความรู้จากเทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่เข้ากับองค์ความรู้ และภูมิปัญญาดั้งเดิมของไทย ผลิตภัณฑ์ด้านแพทย์แผนไทยและบริการเชิงสุขภาพอื่นที่มีทักษะ ภาษา และได้รับการรับรองมาตรฐานวิชาชีพให้เพียงพอต่อทิศทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ การส่งเสริมการจัดกิจกรรมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์ของไทยให้เป็นที่ รับรู้ในระดับโลก รวมทั้ง การส่งเสริมการจัดการนาเที่ยวเชิงสุขภาพครบวงจรที่เชื่อมโยงกับการแพทย์ แผนปัจจุบัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

(2.3.4) ท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลาง

การท่องเที่ยวเชิงสำราญทางทะเลและชายฝั่ง และเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมลุ่มน้ำที่มีเอกลักษณ์ ที่โดดเด่น เนื่องจากไทยมีจุดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำที่สวยงามและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ หลากหลาย ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวผ่าน การชื่นชมธรรมชาติ การร้อยเรียงเรื่องราว ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมไทย ตามเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำ ทั้งเรือสำราญและเรือยอร์ช ตาม ชายฝั่งทะเลทั้งอันดามันและอ่าวไทย เกาะ แก่ง ที่สวยงาม รวมทั้งการท่องเที่ยว ตามแม่น้ำลาคอง นานไปสู่ศูนย์กลางท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ

(2.3.5) ท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค ใช้ประโยชน์จากที่ตั้งทาง

ภูมิศาสตร์ในการเชื่อมโยง การท่องเที่ยวกับต่างประเทศ เพื่อขยายการท่องเที่ยวของไทยและภูมิภาค

ไปพร้อมกัน ผ่านการเชื่อมโยง โครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์จากเมืองหลักสู่เมืองรอง เพื่อรองรับ การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวไทย กับอาเซียนและอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ โดยการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างประเทศ

(2.4) โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทย เชื่อมโลก ครอบคลุมถึงโครงสร้างพื้นฐานทาง กายภาพในด้านโครงข่ายคมนาคมพื้นที่และเมืองรวมถึงเทคโนโลยี ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐาน ทางเศรษฐกิจ

โครงสร้างพื้นฐานเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับประเทศไทย ในการก้าวสู่การเป็น ศูนย์กลางเศรษฐกิจอาเซียน และเป็นจุดเชื่อมต่อที่สำคัญของภูมิภาคเอเชียในยุคของการ เปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและรุนแรง โครงสร้างพื้นฐานจะครอบคลุมถึงโครงสร้าง พื้นฐาน ทางกายภาพในด้านโครงข่ายคมนาคม พื้นที่และเมือง รวมถึงเทคโนโลยี ตลอดจนโครงสร้าง พื้นฐานทางเศรษฐกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนในการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน บุคลากร และเชื่อมโยงประเทศไทยกับประชาคมโลก

(2.4.1) เชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมไร้รอยต่อ เชื่อมโยงโครงข่าย คมนาคมระดับภูมิภาคจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ไปยังเอเชียได้อย่างไร้รอยต่อ โดยมีไทยเป็นจุดเชื่อมโยงหลัก ของการคมนาคมให้เป็นระเบียบ เศรษฐกิจแห่งเอเชีย เพื่อเป็นศูนย์กลางการคมนาคม การขนส่ง การ กระจายสินค้า การค้า การลงทุน และ การท่องเที่ยว สอดรับกับการพัฒนาการเชื่อมโยงกับกลุ่ม เศรษฐกิจในระดับภูมิภาค

(2.4.2) สร้างและพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ ให้เป็นเครื่องมือใน การพัฒนาเศรษฐกิจและ กระจายความเจริญสู่ภูมิภาค ยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชน และแก้ปัญหาความมั่นคงบริเวณชายแดน โดยการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกให้มีความ พร้อมทางโครงสร้างพื้นฐานที่จะทำให้ไทยเป็น ศูนย์กลางทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ รวมทั้ง เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมและนวัตกรรม พัฒนาเมืองและ ส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนา เขตเศรษฐกิจตะวันออก เพื่อเชื่อมต่อการพัฒนาภาคตะวันออก และภาคอื่น ๆ ตลอดจนเขต เศรษฐกิจพิเศษชายแดน ทั้งทางด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึง จุดเด่นของแต่ละ

ละพื้นที่และการเสริมซึ่งกันและกันกับการพัฒนาเขตเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้าน พร้อมทั้งการจัดผังเมือง ระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการ การอำนวยความสะดวกทางการค้าการลงทุน ทั้งในด้านข้อมูล แรงงาน และกฎระเบียบต่าง ๆ รวมทั้งมีมาตรการสนับสนุนให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมและบริการ เป้าหมายที่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และมีมูลค่าเพิ่มสูง โดยตระหนักถึงความยั่งยืน

(2.4.3) เพิ่มพื้นที่และเมืองเศรษฐกิจ สร้างศูนย์กลางเศรษฐกิจ

และนวัตกรรมแห่งใหม่ในส่วนภูมิภาคคู่ขนานกับการเติบโตของกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยยกระดับจังหวัดสำคัญของไทย ส่งเสริม การพัฒนาในเชิงพื้นที่ พัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาเมือง และสร้างเมืองเศรษฐกิจเฉพาะด้านเพื่อส่งเสริมการสร้างคลัสเตอร์ของเกษตร อุตสาหกรรม และบริการภายใต้ระบบนิเวศที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรม ซึ่งมีมหาวิทยาลัยแต่ละภูมิภาค สถาบันการศึกษาท้องถิ่น และทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมเป็นแรงขับเคลื่อน การยกระดับจังหวัดสำคัญเป็นเมืองเศรษฐกิจประจำภาค เพื่อเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจในแต่ละภาคที่เชื่อมต่อกับเมืองเศรษฐกิจอื่นและเศรษฐกิจประเทศเพื่อนบ้าน และกระจายศูนย์กลางการพัฒนาเศรษฐกิจไปสู่ภาคต่าง ๆ ของไทย การสร้างเมืองเศรษฐกิจเฉพาะด้านโดยอาศัยความได้เปรียบที่แตกต่างกันของแต่ละจังหวัด

(2.4.4) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสมัยใหม่ สนับสนุน

ให้เกิดระบบนิเวศในการร่วมสร้างงานวิจัยและนวัตกรรมจากภาคเอกชน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานวิจัยหรือมหาวิทยาลัยชั้นนำ ของโลกเพื่อสร้างและถ่ายทอดเทคโนโลยีขั้นพื้นฐานและเทคโนโลยีขั้นสูง เพื่อการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้จริง ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ทั้งในภาครัฐและเอกชน พร้อมทั้งการสร้างระเบียงทางด่วนดิจิทัล และเสริมสร้างความรู้และโอกาสในการเข้าถึงโครงข่ายบรอดแบนด์หลากหลายรูปแบบตามความเหมาะสมของพื้นที่ โดยมี รูปแบบการเชื่อมโยงด้านดิจิทัลที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในระดับสากลทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงการวางกรอบ ในการจัดการทรัพยากร คลื่นความถี่ให้เพียงพอรองรับบริการที่มีคุณภาพในราคาที่ประชาชนทั่วไปเข้าถึงได้ มีการสนับสนุน ธุรกิจแบบแพลตฟอร์ม ที่ทำให้เกิดการสร้างงานบริการในโลกดิจิทัลใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงานบริการและบริหารของภาครัฐและเอกชน และสร้างความมั่นคงในการเชื่อมโยงเครือข่ายดิจิทัลเชื่อมต่อกับ โลก และการสนับสนุนและเร่งรัดการนำวิทยาศาสตร์ข้อมูล ปัญญาประดิษฐ์และหุ่นยนต์ การออกแบบที่คำนึงถึงผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง มาใช้ในภาคการผลิตและบริการ เพื่อเพิ่มความสามารถใน

การแข่งขันในรูปแบบที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลหลากหลายแหล่งให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการเพิ่มศักยภาพคนในสังคมด้วยการเข้าถึงความรู้ เครื่องมือบนพื้นฐานของธรรมาภิบาลข้อมูล ซึ่งครอบคลุมความปลอดภัยไซเบอร์ ความมีจริยธรรม และการไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล รวมทั้งการเสริมสร้างความมั่นคงด้านพลังงาน โดยการจัดการและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงาน บริหารจัดการพลังงานให้มีประสิทธิภาพและมีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มีราคาที่เหมาะสม และการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการใช้พลังงานในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสนับสนุน ภาคการผลิต บริการ และการขนส่ง รวมทั้งส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือกในสัดส่วน ที่มากขึ้น ตลอดจนพัฒนาระบบโครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ สร้างและรวบรวมผู้เชี่ยวชาญทั้งในและต่างประเทศ ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทั้งในมหาวิทยาลัย และหน่วยงานวิจัยผ่านการสร้างแรงจูงใจต่าง ๆ เพื่อให้มีความพร้อมกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในอนาคต รวมทั้งการสร้างผลงานที่ช่วยให้ผู้ประกอบการ ทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศอย่างเต็มที่

(2.4.5) รักษาและเสริมสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจมหภาค

ดำเนินกรอบนโยบายการเงิน และการคลังที่ยืดหยุ่นที่พร้อมรองรับความผันผวนทางเศรษฐกิจจากปัจจัยภายในและภายนอก และพัฒนานโยบายให้สอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกและการดำเนินธุรกิจในอนาคต เพื่อให้เศรษฐกิจไทยมีเสถียรภาพเหมาะสมสำหรับการดำเนินและลงทุนทางธุรกิจ เชื่อมโยงการค้าการลงทุนของไทยกับต่างประเทศ เพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นชาติการค้าในอนาคต และสนับสนุนการเข้าถึงบริการทางการเงินอย่างสมดุล โดยการสร้างภูมิคุ้มกันให้เศรษฐกิจไทยท่ามกลางความผันผวนของเศรษฐกิจโลก

(2.5) พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน

สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ กลาง เล็ก วิสาหกิจเริ่มต้นวิสาหกิจชุมชน หรือวิสาหกิจเพื่อสังคมรวมทั้งเกษตรกร ให้เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถ ในการ

แข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน โดยมีนวัตกรรมใน 3 ด้าน คือ นวัตกรรมในการสร้างโมเดลธุรกิจ นวัตกรรมในเชิงสินค้าและบริการ และนวัตกรรมในเชิงกระบวนการผลิตและบริการ พร้อมทั้งเป็นนักการค้า ที่เข้มแข็งที่จะนำไปสู่การสนับสนุนการเป็นชาติการค้า มีความสามารถในการเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศ เป็นผู้ประกอบการที่ “ผลิตเก่ง ขายเก่ง” หรือ “ซื้อเป็น ขายเป็น” บริการเป็นเลิศ สามารถขยายการค้า และการลงทุนไปต่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีธรรมาภิบาล

(2.5.1) สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการสร้างและใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมตลอดกระบวนการการผลิตและบริการ การจัดการ และการตลาด สามารถบริหารจัดการธุรกิจและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใส โดยการสร้างและพัฒนาทักษะ องค์ความรู้ รอบด้านที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจในยุคใหม่ที่มีการแข่งขันสูง รวมทั้งทักษะในการวิเคราะห์และใช้ประโยชน์ จากข้อมูลเพื่อการวางแผนธุรกิจและสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงทางธุรกิจได้ ไปพร้อมกับการวางรากฐานการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบให้กับเยาวชนรุ่นใหม่ให้มีทักษะและจิตวิญญาณในการประกอบการ พร้อมทั้ง การส่งเสริมผู้ประกอบการในการสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ และนำไปสู่ การพัฒนาต่อยอดด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจหรืออุตสาหกรรม อนาคต ตลอดจนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสร้างทักษะพื้นฐานที่จำเป็นและความถนัด ที่แตกต่างและหลากหลายของแรงงาน โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและธุรกิจรูปแบบใหม่ในอนาคต และการสนับสนุนผู้ประกอบการในการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับ ความต้องการของผู้บริโภคและสามารถเชื่อมโยงการผลิตกับผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยสร้างระบบและกลไก ที่ทำให้เกิดความเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการผลิต การขนส่ง และ

โลจิสติกส์เพื่อลดต้นทุนและให้ผลผลิตออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ และการส่งเสริมการรวมกลุ่มให้เกิดคลัสเตอร์ที่เข้มแข็ง ผู้ประกอบการสามารถเกื้อหนุนและเชื่อมโยงกันทั้งในแนวตั้งและแนวนอน เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในตลาดที่สูงขึ้น และลดต้นทุนการผลิตลง โดยการพัฒนาความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในกลุ่มของตน

(2.5.2) สร้างโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงิน ส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินของ ผู้ประกอบการ โดยการจัดหาแหล่งเงินทุนและสนับสนุนให้มีช่องทางทาง

การเงินที่หลากหลายและน่าเชื่อถือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการบริหารความเสี่ยง เพื่อตอบสนองความต้องการที่เหมาะสมกับ แต่ละกลุ่ม การที่ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินด้วยต้นทุนที่เหมาะสม โดยนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมมาช่วยเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การพัฒนาระบบประเมินมูลค่าทรัพย์สิน ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นหลักประกันทางธุรกิจในการขอสินเชื่อของผู้ประกอบการ และการมีระบบ การประเมินความน่าเชื่อถือทางเครดิต และระบบการรู้จักลูกค้าที่สะดวกมากขึ้น โดยใช้ประโยชน์จากข้อมูล ทั้งด้านการเงินและที่ไม่ใช่การเงิน เพื่อเป็นข้อมูลบ่งชี้สถานะและประวัติด้านเครดิตประกอบการพิจารณาของสถาบันการเงินหรือตลาดทุน

(2.5.3) สร้างโอกาสเข้าถึงตลาด สนับสนุนและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ตลาด ทั้งในและต่างประเทศตามระดับศักยภาพการประกอบการ โดยการสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีอัตลักษณ์ และแบรนด์ที่เด่นชัด รวมทั้งพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าที่มีคุณภาพและมีความแตกต่าง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงตลาดต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งแพลตฟอร์มในการแสดงผลงานของธุรกิจสร้างสรรค์ การให้ความสำคัญกับการผลิตโดยใช้ตลาดนำที่คำนึงถึงความต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดที่มีมูลค่าสูง การสนับสนุนช่องทางการตลาดและการชำระเงินรูปแบบใหม่ โดยการสร้างตลาดออนไลน์ แอปพลิเคชัน และช่องทางใหม่รองรับไลฟ์สไตล์ของคนในอนาคต การสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงตลาดจัดซื้อ จัดจ้างภาครัฐได้มากขึ้น และการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐานในทุกภูมิภาคของไทย และพัฒนานวัตกรรมกระจายสินค้าโดยการพัฒนาระบบการให้ทันสมัยด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมและธุรกิจในอนาคต

(2.5.4) สร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล อนาคตของโลกไร้พรมแดนคือการแข่งขันบนฐานข้อมูล จึงต้องสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็น และเป็นข้อมูลที่ทันสมัยเพื่อการวางแผนธุรกิจ โดยการสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึง และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและฐานข้อมูลขนาดใหญ่ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อต่อยอดพัฒนาธุรกิจเดิมและสร้างธุรกิจใหม่ การสร้างและพัฒนาศูนย์บริการข้อมูลผู้ประกอบการ เพื่อเป็นช่องทางหลักในการให้ข้อมูลและคาปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ และเป็นแหล่งรวมที่ปรึกษาทางธุรกิจ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและสร้างระบบเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ให้มีมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงฐานข้อมูลความรู้วิจัยและนวัตกรรม โดยเป็นข้อมูลที่มีความทันสมัย บูรณาการ และต่อเนื่อง เพื่อ

ประโยชน์ในการสืบค้นต่อยอดในทุก ๆ ด้าน และการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมต่อการพัฒนาผู้ประกอบการ การสนับสนุนการสร้างและพัฒนาแพลตฟอร์มกลาง ทั้งในด้านการผลิต การบริหารจัดการ การตลาด ที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ร่วมกันในการวางแผนธุรกิจในอนาคต เพื่อลดต้นทุนของทั้งภาครัฐและเอกชน และการสนับสนุนให้เกิดพื้นที่ทำงานร่วม สำหรับผู้ประกอบการ เพื่อลดต้นทุน และเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนนวัตกรรมและเชื่อมต่อธุรกิจระหว่างกันอีกทางหนึ่ง

(2.5.5) ปรับบทบาทและโอกาสการเข้าถึงบริการภาครัฐ ในการพัฒนาและบูรณาการกลไก ภาครัฐเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยเน้นประเด็นการเริ่มต้นธุรกิจ การขออนุญาตต่าง ๆ การจดทะเบียนทรัพย์สิน กระบวนการขอและได้รับสินเชื่อ การคุ้มครองผู้ลงทุน การชาระภาษี และการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งการพัฒนากระบวนการคุณภาพของชาติ ทั้งระบบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ระบบมาตรฐานวิชาการ ระบบทดสอบ และระบบรับรองคุณภาพ ให้มีประสิทธิภาพ รองรับภาคการผลิตและบริการ รวมทั้งการสร้างและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านมาตรฐาน เช่น ศูนย์ทดสอบ กลางสำหรับสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม และศูนย์ตรวจรับรองคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการในระดับสากล โดยให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการดำเนินการมากขึ้น พร้อมทั้งการสร้างระบบและศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการให้มีความเป็นอัจฉริยะ โดยบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และสถาบันวิชาการ และพัฒนาศูนย์การเรียนรู้และให้คำปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของภาค การผลิตและบริการทั้งในระดับส่วนกลางและชุมชน พร้อมทั้งการส่งเสริมการจัดการพัฒนาบุคลากรทาง เทคโนโลยีขั้นสูงให้มีประสิทธิภาพและมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน และการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการทำธุรกิจอย่างเกื้อหนุนกันระหว่างผู้ประกอบการที่มีขนาดและศักยภาพต่างกัน โดยมีระบบจูงใจ ให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการพัฒนาร่วมกันตลอดจนผลักดันการเจรจาจัดทำความตกลงทางการค้า และความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ

ด้านที่ (5) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ธรรมาภิบาล และความเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างกัน ทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างบูรณาการ ใช้พื้นที่เป็นตัวตั้งในการกำหนดกลยุทธ์และแผนงาน และการให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในแบบทางตรงให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยเป็นการดำเนินการบน พื้นฐานการเติบโตร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิต โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลทั้ง 3 ด้าน อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนเพื่อคนรุ่นต่อไปอย่างแท้จริง

จากหลักการดังกล่าวข้างต้น ทำให้การพัฒนายุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิต ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ถูกดำเนินการบนพื้นฐานความเชื่อในการเติบโตร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิต โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลทั้ง 3 ด้าน ไม่ให้มากหรือน้อยจนเกินไป อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนเพื่อคนรุ่นต่อไปอย่างแท้จริง สอดคล้องกับแนวคิดหลักของแผน คือ เติบโต สมดุล ยั่งยืน ซึ่งเป็นหัวใจของยุทธศาสตร์ชาติ ด้านนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป้าหมาย

- 1) อนุรักษ์และรักษาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ให้คนรุ่นต่อไปได้ใช้อย่างยั่งยืน มีสมดุล
- 2) พัฒนาและสร้างใหม่ฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบทางลบจากการพัฒนาสังคมเศรษฐกิจของประเทศ
- 3) ใช้ประโยชน์และสร้างการเติบโต บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้สมดุลภายในขีดความสามารถของรับนิเวศ
- 4) ยกกระตบกระบวนทัศน์ เพื่อกำหนดอนาคตประเทศด้านทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม บนหลักของการมีส่วนร่วม และธรรมาภิบาล

ตัวชี้วัด

- 1) พื้นที่สีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 2) สภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรมได้รับการฟื้นฟู
- 3) การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 4) ปริมาณก๊าซเรือนกระจก มูลค่าเศรษฐกิจฐานชีวภาพ

โดยประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 6 ประเด็น ได้แก่

(5.1) สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว

มุ่งเน้นการพัฒนาสังคมเศรษฐกิจ ให้เติบโตและมีความเป็นธรรมบนความสมดุลของฐานทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ด้วยเศรษฐกิจฐานชีวภาพ นำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิต เพิ่มความเป็นธรรมทางสังคม สามารถลดความเสี่ยง ของผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและลดปัญหาความขาดแคลนของทรัพยากรลงได้ โดยมีเป้าหมายสู่สังคม ที่มีระดับคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้นแต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำลงผ่านแนวทางและมาตรการต่าง ๆ เช่น การบริโภคและการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพิ่มพื้นที่สีเขียวและป่าไม้ รักษาฐานทรัพยากรสัตว์ป่า และความหลากหลายทางชีวภาพ ส่งเสริมให้สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพดีขึ้น คนมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเอื้ออาทร และเสียสละเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมของชาติ

(5.1.1) เพิ่มมูลค่าของเศรษฐกิจฐานชีวภาพให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยส่งเสริมและสร้างเศรษฐกิจฐานชีวภาพอุบัติใหม่ และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีคุณภาพ

(5.1.2) อนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพในและนอกถิ่นกำเนิด โดยเฉพาะสัตว์ป่าและพันธุ์พืชที่ใกล้สูญพันธุ์ โดยลดอัตราการสูญเสียชีวิตพันธุ์ที่ถูกคุกคาม ชนิดพันธุ์เฉพาะถิ่น และแหล่งที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ ตลอดจนควบคุมชนิดพันธุ์ต่างถิ่นที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศ โดยอนุรักษ์พื้นที่ป่าไม้ ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูง ชนิดพันธุ์สัตว์ป่า

และพันธุ์พืชเฉพาะถิ่น สัตว์ป่าและพันธุ์พืชหายาก และใกล้สูญพันธุ์ให้เป็นฐานทรัพยากรที่มั่นคง ควบคู่กับการลดภัยคุกคามและการบริหารจัดการไม่ให้เกิด ความขัดแย้งระหว่างสัตว์ป่ากับคนและชุมชน รวมถึงการสร้างระบบฐานข้อมูลในรูปแบบธนาคารพันธุกรรม โดยให้ความสำคัญกับพันธุกรรมท้องถิ่นที่มีคุณค่าต่อระบบนิเวศและ/หรือมีความสำคัญทางเศรษฐกิจ และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมเชื้อพันธุ์และองค์ความรู้สำหรับใช้ประโยชน์ในอนาคตและคงความหลากหลายทางพันธุกรรม มีการส่งเสริมมาตรการทางเศรษฐศาสตร์ และมาตรการจูงใจในการอนุรักษ์ และใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพ สร้างกลไกการใช้ประโยชน์ในระดับท้องถิ่นอย่างยั่งยืน และพัฒนาระบบการแบ่งปันผลประโยชน์ รวมถึงพัฒนาและบังคับใช้มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น ส่งเสริม พัฒนาและการใช้แนวคิดผู้ได้รับผลประโยชน์เป็นผู้จ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดการเก็บค่าบริการเชิงนิเวศ ในการบริหารจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ พร้อมทั้งการศึกษา สำรวจและวิจัยด้านความหลากหลาย ทางชีวภาพในระบบนิเวศที่มีความสำคัญ ทั้งในและนอกพื้นที่คุ้มครอง โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีความหลากหลาย ทางชีวภาพสูง และพื้นที่วิกฤต เพื่อพัฒนาและเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลให้ได้มาตรฐาน สอดคล้องต่อการเข้าถึง และนำไปใช้ประโยชน์ และการส่งเสริมการเกษตรที่ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ

(5.1.3) อนุรักษ์และฟื้นฟูแม่น้ำลำคลองและแหล่งน้ำธรรมชาติ

ทั่วประเทศ โดยฟื้นฟูแม่น้ำลำคลองและการป้องกันตลิ่งและฝายชะลอน้ำ มีการวางแผนการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งน้ำบนพื้นฐานของ การรักษาสมดุลนิเวศ ส่งเสริมกลไกการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการอนุรักษ์และพัฒนาแม่น้ำ คู คลอง และแหล่งน้ำธรรมชาติ มีระบบรวบรวมและบำบัดน้ำเสียระบบเก็บขนและกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล ของชุมชนให้ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล สนับสนุนให้มีโครงข่ายการสัญจรทางน้ำที่สะดวก ปลอดภัย ประหยัด และมีประสิทธิภาพ ส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชน องค์กรเอกชน เอกชน มีความรู้ความเข้าใจ ความตระหนัก ต่อคุณค่าและความสำคัญของแม่น้ำ คู คลอง

(5.1.4) รักษาและเพิ่มพื้นที่สีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

โดยหยุดยั้งการบุกรุกทำลายพื้นที่ ป่า โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการพื้นที่เสี่ยงต่อการถูกบุกรุก มีการบริหารจัดการเชิงพื้นที่ และมีการบูรณาการทุกหน่วยงานในการเฝ้าระวังและป้องกันการบุกรุกป่าส่งเสริมการฟื้นฟูระบบนิเวศ ป่าธรรมชาติที่เสื่อมโทรม พื้นที่ป่าอนุรักษ์ตามกฎหมาย

พื้นที่ป่าต้นน้ำบนพื้นที่สูงชัน และพื้นที่แนวกันชน ส่งเสริมการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในเขตเมืองและชุมชน ส่งเสริมการใช้ประโยชน์พื้นที่ต้นน้ำที่เหมาะสมและไม่เกิดผล กระทบโดยกำหนดลัทธิชุมชนที่เข้าไปใช้ประโยชน์จากป่าจะต้องคำนึงถึงความเปราะบางของระบบนิเวศ ชีตจากัด และศักยภาพในการฟื้นตัว เพื่อให้ชุมชนมีความรู้สึกหวงแหน เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ และมีการปลูกป่าเพิ่มขึ้นตามหลักการผู้ได้รับประโยชน์จากป่าเป็นผู้ดูแลป่า ส่งเสริมปลูกป่าเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมจากป่าปลูกแบบครบวงจร สร้างกลไกหรือระบบตัดฟันระยะยาวที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ และกฎหมายสำหรับพื้นที่ที่อยู่นอกเขตพื้นที่ป่าไม้และพื้นที่ของเอกชน โดยให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ควบคู่ กับการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อสามารถระบุแหล่งกำเนิดของไม้ และป้องกันการลักลอบนำไม้ออกจากป่า รวมถึงการสร้างและพัฒนาพื้นที่สีเขียวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและการเรียนรู้ทางธรรมชาติในเขตชุมชนเมือง และชนบทเพื่อให้ประชาชนได้ประโยชน์และรู้สึกใกล้ชิดธรรมชาติ เกิดความรู้สึกหวงแหน เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์และได้รับความสุขจากทรัพยากรธรรมชาติ พร้อมทั้งการแก้ไขปัญหาชุมชนที่ทำกินในเขตป่า โดยเน้นการใช้ประโยชน์ที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในรูปแบบคนอยู่กับป่าอย่างยั่งยืน การจัดทำแผนที่แนวเขต พื้นที่สีเขียวที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน และจัดทำฐานข้อมูลพื้นที่สีเขียวรายจังหวัด การส่งเสริมการบริหารจัดการพื้นที่ป่าชุมชนและป่าครอบครัวแบบมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายภาคประชาชนทุกระดับอายุให้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

(5.1.5) ส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน โดยส่งเสริมการบริโภคและการผลิตสีเขียวอย่างยั่งยืน ซึ่งรวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการลงทุนและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคและการผลิต วิถีคิด และวิถีชีวิตของบุคคลและองค์กรให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพมากที่สุด การสร้างการมีจิตสำนึกในการผลิตที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้กลไกทางเศรษฐศาสตร์และมาตรการทางสังคมจูงใจผู้บริโภคและผู้ผลิต การสร้างระบบและกลไกการเฝ้าระวัง ติดตาม ตรวจสอบ และควบคุมมลพิษในภาคการผลิต และการใช้มาตรการการตรวจสอบ ย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการลดขยะเป็นศูนย์ จัดการขยะแบบเบ็ดเสร็จยั่งยืน การลดการปล่อยมลพิษและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงการจัดการการปล่อยมลพิษจากภาคการผลิต เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจควบคู่กับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมีมลพิษต่ำโดยกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การมีระบบจัดการของเสียจากแหล่งกำเนิดมลพิษทุกประเภทที่เพียงพอ

และมีการจัดการมลพิษได้เป็นไปตามมาตรฐาน มีการบังคับใช้กฎหมายกับผู้ประกอบการอย่างเคร่งครัด รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือกด้วยการวิจัย พัฒนาวัสดุดิบ และเทคโนโลยี การเพิ่มศักยภาพการผลิต การใช้ และตลาด ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกและเข้าถึงองค์ความรู้ด้านพลังงาน พร้อมทั้งส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวทั้งระบบ ซึ่งรวมถึงการสนับสนุนให้ทุกหน่วยงาน ของรัฐมีการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่ได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมให้ภาคเอกชนใช้สินค้าและบริการจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน โดยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งมีการส่งเสริมและพัฒนาเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ดำเนินการเพื่อรองรับการปลูกป่าและเพิ่มพื้นที่สีเขียวในพื้นที่เอกชน การปรับปรุงกลไก รัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชนและภาคเอกชน

(5.2) สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจภาคทะเล

มุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับการสร้าง การเติบโตของประเทศจากกิจกรรมทางทะเลที่หลากหลายควบคู่ไปกับการดูแลฐานทรัพยากรทางทะเล และชายฝั่งทั้งหมดภายใต้อำนาจและสิทธิประโยชน์ของประเทศที่พึงมีพึงได้ เพื่อความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยมุ่งเน้นการถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องทะเลที่ถูกต้องและเพียงพอ เพิ่มมูลค่าของเศรษฐกิจฐานชีวภาพทางทะเล ปรับปรุงและฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งทั้งระบบ พัฒนาและเพิ่มสัดส่วนกิจกรรมทางทะเลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(5.2.1) เพิ่มมูลค่าของเศรษฐกิจฐานชีวภาพทางทะเล โดย

เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศในด้านต่าง ๆ ตามแนวทางเศรษฐกิจภาคทะเลให้มีบทบาทเป็นที่ยอมรับในกลุ่มประเทศอินโดจีนและประชาคมอาเซียน เร่งลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงทรัพยากร กระจายประโยชน์ที่เกิดขึ้นให้ทั่วถึง เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชน พร้อมทั้งส่งเสริมและสร้างเศรษฐกิจฐานชีวภาพทางทะเล ส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชนให้ค้ำจุนถึงทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมพัฒนา ศักยภาพคนและการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการกับก๊าซเรือนกระจก พร้อมรับมือกับผลจากสภาพภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง ที่ส่งผลกระทบต่อ

ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง ตลอดจนเศรษฐกิจภาคทะเล การปรับตัวต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลง และมีการประเมินมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ของระบบนิเวศที่เป็นมาตรฐาน มีระบบ เศรษฐศาสตร์และเครื่องมือทางการคลังที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดความรับผิดชอบโดยผู้ใช้ประโยชน์ หรือต่อผู้ทำความเสียหายต่อทรัพยากร และส่งเสริมการใช้ประโยชน์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีกลไกการบริหารจัดการพื้นที่ชายฝั่งทะเลและในทะเลที่มีประสิทธิภาพ มีผังชายฝั่งและผังทะเลชัดเจนกำหนดพื้นที่การพัฒนาในรูปแบบต่าง ๆ โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนและสอดคล้องกับสภาพภูมิศาสตร์และทรัพยากรในพื้นที่

(5.2.2) ปรับปรุง พื้นฟู และสร้างใหม่ทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งทั้งระบบ โดยรักษาแนว ปะการังที่สำคัญต่อการท่องเที่ยว รักษาป่าชายเลนที่สำคัญต่อการดูดซับก๊าซเรือนกระจก รักษาแหล่งหญ้าทะเล ที่สำคัญต่อประมงและสัตว์ทะเลหายาก มีพื้นที่คุ้มครองทางทะเลที่มีประสิทธิภาพในรูปแบบต่าง ๆ โดยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและประชาชน ในการดูแลจัดการพื้นที่ พัฒนากลไกคุ้มครองสัตว์ที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศ การท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ที่มีมาตรฐานระดับสากล พร้อมทั้งมีระบบควบคุมและตรวจสอบ ผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงมูลค่าของระบบนิเวศและสิ่งมีชีวิตทางทะเล กระบวนการมีส่วนร่วมชัดเจนและเป็นที่ยอมรับ รวมถึงมีระบบตรวจสอบ แจ้งเตือน ติดตาม และประเมินผลที่มีประสิทธิภาพในปัญหาสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบ ต่อระบบนิเวศ สัตว์ทะเลหายาก ห่วงโซ่อาหาร และคุณภาพอาหารทะเล รวมถึงมีการกระจายความรู้ด้านทะเล ในทุกระดับชั้นและครอบคลุมทุกรูปแบบ และมีกิจกรรมการสร้างความรู้ทางทะเล มีระบบศูนย์ข้อมูล ความรู้เชิงรุกที่เข้าถึงได้ผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัล มีการศึกษาวิจัยเรื่องทะเลอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาฐานข้อมูล เป็นคลังรวมความรู้ด้านผลประโยชน์ทางทะเล เพื่อให้คำปรึกษาช่วยการตัดสินใจของผู้บริหารและให้บริการ ความรู้แก่ประชาชน ที่จะนำความรู้ไปพัฒนาให้เกิดการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

(5.2.3) พื้นฟูชายหาดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลได้รับการป้องกันและแก้ไขทั้งระบบและมีนโยบายการจัดการชายฝั่งแบบบูรณาการอย่างเป็นองค์รวม โดยจัดการชายฝั่งประเทศไทยทั้งหมด แบบบูรณาการ ชายฝั่งทะเลได้รับการป้องกัน แก้ไขปัญหา และมีนโยบายการจัดการชายฝั่งที่เหมาะสม มีแผนแม่บทกำหนดวิธีการจัดการในแต่ละพื้นที่สำคัญทั่ว

ประเทศ มีการลดพื้นที่ที่มีปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง โดยใช้รูปแบบการป้องกันและแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งที่เหมาะสม รวมถึงการป้องกันการกัดเซาะชายฝั่งในบริเวณที่ยังไม่เกิดปัญหา

(5.2.4) พัฒนาและเพิ่มสัดส่วนกิจกรรมทางทะเลที่เป็นมิตรต่อ

สิ่งแวดล้อม โดยการท่องเที่ยวทางทะเลมีการคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ การลดความเหลื่อมล้ำและดูแลผลประโยชน์ ให้เกิดขึ้นกับประชาชนในพื้นที่ การดูแลความปลอดภัยนักท่องเที่ยวทางทะเล การพัฒนาท่าเรือทั้งระบบให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พัฒนาการท่องเที่ยวทางทะเลรูปแบบใหม่ พัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางท่าเรือสำราญในภูมิภาค การจัดหาแหล่งท่องเที่ยวค้ำน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวในอนาคต ส่งเสริมให้ประเทศเป็นศูนย์กลางด้านพาณิชยกรรมของภูมิภาค พัฒนาการเดินเรือสินค้าตามแนวชายฝั่งให้เติบโตอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการประเมินทรัพยากรประมง เพื่อใช้ในการวางแผนการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับศักยภาพ การทำประมงที่คำนึงถึงความสมดุลของทรัพยากร ควบคุมและยกเลิกเครื่องมือประมง ที่ทำลายล้าง และป้องกันไม่ให้เรือประมงผิดกฎหมาย ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศเข้ามาทำการประมงที่ผิดกฎหมาย เร่งพัฒนาการจัดการด้านการเพาะเลี้ยงในทะเล ที่สอดคล้องกับแผนการใช้ประโยชน์เชิงพื้นที่ทางทะเล การศึกษาวิจัยเพื่อนำความรู้และนวัตกรรมใหม่ๆ มาพัฒนาการประมงครบวงจร เพื่อให้ประเทศยังคง เป็นผู้นำด้านการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ประมงมูลค่าสูงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(5.3) สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมที่เป็นมิตรต่อสภาพภูมิอากาศ

มุ่งเน้นลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และสร้างสังคมคาร์บอนต่ำ ปรับปรุงการบริหารจัดการภัยพิบัติทั้งระบบ และการสร้างขีดความสามารถของประชาชนในการรับมือและปรับตัวเพื่อลดความสูญเสียและเสียหายจากภัยธรรมชาติและ ผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พร้อมทั้งสนับสนุนการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นมิตรต่อสภาพภูมิอากาศ

(5.3.1) ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยพัฒนารูปแบบและแนวทางการจัดการเมืองเพื่อมุ่งสู่เมืองคาร์บอนต่ำ และพื้นที่สีเขียวในทุกรูปแบบ รวมทั้งสนับสนุนการจัดการด้านการเกษตรที่มีผลประโยชน์ร่วมในการลดก๊าซเรือนกระจก รวมทั้งเร่งฟื้นฟูพื้นที่ป่าเสื่อมโทรม ส่งเสริมการเพิ่มพื้นที่ป่าเพื่อเป็นแหล่งกักเก็บก๊าซเรือนกระจก

(5.3.2) มีการปรับตัวเพื่อลดความสูญเสียและเสียหายจากภัยธรรมชาติและผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยพัฒนาระบบฐานข้อมูลการคาดการณ์สภาพภูมิอากาศ และระบบเตือนภัยล่วงหน้าที่รวดเร็ว แม่นยำและมีประสิทธิภาพ และมีการเพิ่มประสิทธิภาพการป้องกันและลดผลกระทบทั้งในเชิงโครงสร้างและไม่ใช้โครงสร้างเพื่อเตรียมรับมือกับภัยพิบัติภัยที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง ภูมิอากาศที่เหมาะสมกับแต่ละภูมิภาคของประเทศ พร้อมทั้งพัฒนาและปรับปรุงการบริหารจัดการภัยพิบัติภัยทั้งระบบ โดยคำนึงถึงปัจจัยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระยะยาว รวมถึงการเสริมสร้างขีดความสามารถของประชาชน ชุมชน และเมืองในการรับมือและปรับตัวต่อผลกระทบจากภัยพิบัติภัยที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

(5.3.3) มุ่งเป้าสู่การลงทุนที่เป็นมิตรต่อสภาพภูมิอากาศในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐและภาคเอกชน โดยบูรณาการนโยบายและแผนพัฒนาประเทศในทุกสาขา โดยเฉพาะการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน มีการส่งเสริมสินค้าและบริการคาร์บอนต่ำเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศอย่างเป็นระบบ และพัฒนาเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์เพื่อสร้างแรงจูงใจและสนับสนุนการลงทุนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมทั้งพัฒนารูปแบบทางธุรกิจด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พร้อมทั้งมีการพัฒนากฎหมายเพื่อขับเคลื่อนการบริหารจัดการด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างมีประสิทธิภาพ

(5.3.4) พัฒนาและสร้างระบบรับมือปรับตัวต่อโรคอุบัติใหม่และโรคอุบัติซ้ำที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ โดยพัฒนาโครงสร้างระบบสาธารณสุข เครือข่ายเตือนภัยและเฝ้าระวังโรค ให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมประชากรกลุ่มเสี่ยงที่มีความอ่อนไหวต่อปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางภูมิอากาศต่อโรคอุบัติใหม่ โรคอุบัติซ้ำ การพัฒนาระบบสาธารณสุขสิ่งแวดล้อมและเวชศาสตร์ป้องกันทั้งระบบ

(5.4) พัฒนาพื้นที่เมือง ชนบท เกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ มุ่งเน้น ความเป็นเมืองที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง

มีข้อกำหนด รูปแบบ และกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการใช้พื้นที่ตามศักยภาพ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการพัฒนา “เมืองน่าอยู่ ชนบทมั่นคง เกษตรยั่งยืน อุตสาหกรรมเชิงนิเวศ” โดยให้ความสำคัญกับการจัดทำแผนผังภูมินิเวศ การพัฒนาเมือง ชนบท พื้นที่เกษตรกรรม อุตสาหกรรม รวมถึงพื้นที่อนุรักษ์ตามศักยภาพและความเหมาะสมทางภูมินิเวศ พัฒนาพื้นที่ต้นแบบตามแผนผังภูมินิเวศในทุกจังหวัด อย่างยั่งยืน ลดการปลดปล่อยมลพิษและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมเกษตรอัจฉริยะ สงวนรักษาและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อุทยานธรณีวิทยา แหล่งโบราณคดี มรดกทางสถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม อัตลักษณ์และวิถีชีวิตพื้นถิ่นอย่างยั่งยืน

(5.4.1) จัดทำแผนผังภูมินิเวศเพื่อการพัฒนา เมือง ชนบท พื้นที่เกษตรกรรมและอุตสาหกรรม รวมถึงพื้นที่อนุรักษ์ตามศักยภาพ และความเหมาะสมทางภูมินิเวศอย่างเป็นเอกภาพ โดยจัดทำและพัฒนา ระบบการเชื่อมโยง จัดการ และ วิเคราะห์ ข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อการจัดทำแผนผังภูมินิเวศระดับประเทศ รวมถึงสนับสนุนการบริหารจัดการตามศักยภาพของภูมินิเวศ จัดทำแผนผังภูมินิเวศของพื้นที่ตามเกณฑ์และมาตรฐาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการสิ่งแวดล้อม การกำหนดเขตพื้นที่แนวกันชน พ้องทั้งการจัดทำผังเมืองและชนบท ตามเกณฑ์มาตรฐานและองค์ประกอบของผังเมืองรวมด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน คมนาคมขนส่ง สาธารณูปโภค สาธารณูปการ การจัดทำแผนผังพื้นที่เขตเกษตรเศรษฐกิจ แผนที่เกษตรเพื่อการบริหารจัดการเชิงรุก เพื่อใช้ในการพัฒนาการเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ การจัดทำผังพื้นที่อุตสาหกรรมตามเกณฑ์ มาตรฐานตลอดจนตัวชี้วัดเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ การจัดทำผังพื้นที่อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติแหล่งโบราณคดี มรดกทางสถาปัตยกรรมและศิลปวัฒนธรรม อัตลักษณ์และวิถีชีวิตพื้นถิ่นอย่างยั่งยืน

(5.4.2) พัฒนาพื้นที่เมือง ชนบท เกษตรกรรม และอุตสาหกรรมเชิงนิเวศที่มีการบริหารจัดการตามแผนผังภูมินิเวศอย่างยั่งยืน โดยพัฒนาเมืองน่าอยู่

อย่างยั่งยืน พัฒนาชนบทมั่นคง พัฒนาพื้นที่ เกษตรกรรมปลอดภัย พัฒนาอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ พัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ อุทยานธรณีวิทยา แหล่งโบราณคดี มรดกอาเซียนและมรดกโลก มรดกทางสถาปัตยกรรมและศิลปวัฒนธรรม อัตลักษณ์ และวิถีชีวิตพื้นถิ่น

(5.4.3) จัดการมลพิษที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสารเคมี

ในภาคเกษตรทั้งระบบ ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลและค่ามาตรฐานสากล โดยปรับปรุงมาตรฐานสิ่งแวดล้อมของประเทศตาม มาตรฐานสากล และบังคับใช้มาตรฐานสิ่งแวดล้อมด้านดิน น้ำ อากาศ ป่าไม้ สัตว์ป่า และความหลากหลาย ทางชีวภาพกับทุกภาคส่วนอย่างเคร่งครัด การพัฒนามาตรฐาน และระบบจัดการมลพิษกาเนิดใหม่ พร้อมทั้งขจัด มลพิษและแก้ไขฟื้นฟูผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้านดิน น้ำ อากาศ ป่าไม้ สัตว์ป่า และความหลากหลายทางชีวภาพ อันเกิดจากโครงการพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ มีการพัฒนาและใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อลดมลพิษและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายการจัดการขยะตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง ด้วยเป้าหมาย 3R (Reduce, Reuse, Recycle) พร้อมทั้งมีกลไกกำกับดูแลการจัดการขยะและมลพิษอย่างเป็นระบบ ทั้งประเทศ

(5.4.4) สงวนรักษา อนุรักษ์ ป่า ฟื้นฟู และพัฒนา

ทรัพยากรธรรมชาติมรดกทางสถาปัตยกรรมและศิลปวัฒนธรรม อัตลักษณ์ และวิถีชีวิตพื้นถิ่นบนฐานธรรมชาติ และฐานวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยกำหนดให้ภาครัฐเป็นแกนกลางในการให้ความรู้ ประชาชน และบูรณาการทุกภาคส่วนในการเพิ่มและรักษา พื้นที่สีเขียวเพื่อเพิ่มพื้นที่ป่าไม้ในภาพรวมของประเทศ การฟื้นฟูระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ พร้อมกับการปรับปรุงกฎหมาย และบังคับใช้เรื่องการใช้ประโยชน์ของชุมชนในพื้นที่ป่าอย่างสมดุล การพัฒนา และส่งเสริมกลไกคาร์บอนเครดิต และกลไกค่าตอบแทนการให้บริการของระบบนิเวศ และการสงวนรักษา อนุรักษ์ และฟื้นฟู แหล่งโบราณคดี มรดกทางสถาปัตยกรรมและศิลปวัฒนธรรม อัตลักษณ์ และวิถีชีวิตพื้นถิ่นอย่างยั่งยืน โดยจัดให้มีมาตรการชดเชยและแรงจูงใจในการดำเนินการ

(5.4.5) พัฒนาเครือข่ายองค์กรพัฒนาเมืองและชุมชน รวมทั้ง

กลุ่มอาสาสมัครด้วยกลไกการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในท้องถิ่น โดยการสนับสนุนการพัฒนา เครือข่ายองค์กรพัฒนาเมือง ชุมชน และเครือข่าย ที่ประกอบด้วยภาคีสำคัญตามบริบทของพื้นที่อย่าง เป็นรูปธรรม เชื่อมโยงการพัฒนาร่วมกัน ในทุกระดับและพัฒนาศักยภาพ องค์กร เพื่อการพัฒนาเมือง

ชุมชน และเครือข่าย ให้มีทักษะทัดเทียมกับประเทศอื่นในระดับสากล โดยพัฒนาสหกรณ์ วิชากิจชุมชน หรือองค์กรธุรกิจประจำชุมชน เพื่อส่งเสริม ให้เกิดกลไกทางเศรษฐศาสตร์ในการพัฒนาผลผลิตตามมาตรฐานสากล ธุรกิจชุมชนแบบครบวงจร และตลาด เพื่อเกษตรกรโดยเกษตรกร พร้อมกับส่งเสริมกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์และรายได้ให้กับชุมชน

(5.4.6) เสริมสร้างระบบสาธารณสุขและอนามัยสิ่งแวดล้อม และยกระดับความสามารถในการป้องกันโรคอุบัติใหม่และอุบัติซ้ำ ตลอดจนควบคุมการแพร่ระบาดของโรคเหล่านี้ โดยศึกษาวิจัยสร้าง องค์ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรคในประชากรทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง เพิ่มขีดความสามารถในการติดตาม วิเคราะห์และประเมินแนวโน้มสถานการณ์ปัญหาโรคอุบัติใหม่และอุบัติซ้ำ และสร้างความพร้อมของภาคีเครือข่ายในการรับมือกับภาวะฉุกเฉินจากโรคระบาดต่าง ๆ

(5.5) พัฒนาความมั่นคงน้ำ พลังงาน และเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

มุ่งเน้นพัฒนาระบบ จัดการน้ำทั้งระบบ เพื่อให้เกิดความมั่นคง เพิ่มผลิตผลในเรื่องการจัดการและการใช้น้ำทุกภาคส่วน ดูแลภัยพิบัติ จากน้ำทั้งระบบ พัฒนาความมั่นคงทางพลังงานอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เน้นส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน และพลังงานทางเลือกที่คำนึงถึงการพัฒนาอย่างเหมาะสม ให้มีประสิทธิภาพ เพิ่มศักยภาพและการใช้พลังงาน ทดแทนและพลังงานทางเลือกในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด พัฒนาความมั่นคงการเกษตรที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม ให้เป็นฐานการผลิตอาหารที่มั่นคงและปลอดภัย และเป็นฐานการผลิตที่มีผลิตภาพสูง

(5.5.1) พัฒนาการจัดการน้ำเชิงลุ่มน้ำทั้งระบบเพื่อเพิ่มความมั่นคงด้านน้ำของประเทศ โดยจัดให้มีน้ำสะอาดใช้ทุกครัวเรือนในชุมชนชนบท ในปริมาณ คุณภาพ และราคาที่เข้าถึงได้ มีระบบการจัดการน้ำชุมชนที่เหมาะสม พร้อมทั้งส่งเสริมฟื้นฟู อนุรักษ์ พื้นที่ต้นน้ำ พื้นที่ชุ่มน้ำ พื้นที่พักน้ำ แหล่งน้ำธรรมชาติ แอ่งน้ำบาดาล การระบายน้ำชายฝั่ง ให้มีปริมาณและคุณภาพน้ำ และใช้ประโยชน์ได้ตามเกณฑ์ มีการจัดทำ แผนป้องกัน พื้นที่รักษา ร่วมกับแผนรักษาเขตต้นน้ำ แผนป้องกันแผ่นดินถล่ม แผนอนุรักษ์ พื้นที่รักษาสุขภาพ สิ่งแวดล้อม แหล่งน้ำธรรมชาติ ตามพื้นที่ที่กำหนดและตามความสำคัญ และมีการพัฒนาการจัดการน้ำเชิงลุ่มน้ำ ทั้งระบบให้มีระดับ

ความมั่นคงในระดับสากล โดยการจัดการและใช้น้ำที่สมดุล ทันทสมัย ทันการณ์ และสร้าง ความเป็น ธรรม ใช้ระบบทั้งทางโครงสร้าง กฎระเบียบ การบริหารจัดการการจัดหาและใช้น้ำที่ได้สมดุล ระบบ และกลไกการจัดสรรน้ำที่เป็นธรรม การยกระดับผลิตภาพการใช้น้ำให้เทียบเท่าระดับสากล รวมทั้ง การเตรียม ความพร้อมทางบุคลากร สังคม สารสนเทศและการสื่อสาร การพัฒนาเครื่องมือการ จัดการ การดำเนินการ เพื่อสร้างสมดุล สร้างวินัยของประชาชนในการใช้น้ำและการอนุรักษ์อย่างรู้ คุณค่า พร้อมทั้งมีการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์สารสนเทศกับนานาชาติ และการดำเนินการร่วมใช้ น้ำกับแม่น้ำระหว่างประเทศ โดยพิจารณาและดำเนินการโครงการบูรณาการและเชื่อมโยงกับประเด็น อื่นร่วมกับระดับสากล และมีการจัดระบบการจัดการ น้ำในภาวะวิกฤติ ให้สามารถลดสูญเสีย ความ เสี่ยง จากภัยพิบัติที่เกิดจากน้ำตามหลักวิชาการให้อยู่ในขอบเขต ที่ควบคุมที่มีประสิทธิภาพ โดยแบ่ง ตามลักษณะของแต่ละพื้นที่ได้ และสามารถฟื้นตัวได้ในเวลาอันสั้น

(5.5.2) เพิ่มผลิตภาพของน้ำทั้งระบบในการใช้น้ำอย่าง ประหยัด รู้คุณค่า และสร้างมูลค่าเพิ่ม จากการใช้น้ำให้ทัดเทียมกับระดับสากล โดยจัดให้มีน้ำ เพียงพอต่อการเจริญเติบโตของเขตเมืองเพื่อการอยู่อาศัย การพาณิชย์และบริการ พร้อมระบบจัดการ น้ำในเขตเมือง มีระบบแผนผังน้ำ ระบบกระจายน้ำดี ระบบรวบรวมน้ำเสีย ระบบระบายน้ำ สำหรับ ภาคบริการในเขตเมือง รวมถึงชุมชนเมืองให้เพียงพอต่อความต้องการ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยพัฒนาระบบน้ำในเมืองที่มีความเชื่อมโยง มีแหล่งน้ำสำรอง การใช้น้ำซ้ำ ในพื้นที่วิกฤติ พร้อมทั้ง จัดให้มีน้ำใช้เพียงพอสำหรับการพัฒนาเกษตร อุตสาหกรรม และท่องเที่ยว รวมทั้ง มีระบบดูแลน้ำ ภายในพื้นที่สำหรับผู้น้ำในนิคมเกษตร อุตสาหกรรมสมัยใหม่ พื้นที่ชลประทาน พื้นที่เกษตร น้ำฝน พื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ แหล่งท่องเที่ยว เกษตรพลังงาน เกษตรเพิ่มมูลค่าและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยทบทวนระบบน้ำตามการปรับโครงสร้างเกษตรและอุตสาหกรรมที่เปลี่ยนไป เน้นปรับโครงสร้าง การใช้น้ำ การจัดสรรน้ำในแต่ละภาคส่วน พร้อมทั้งการเพิ่มผลิตภาพของการใช้น้ำ โดยการใช้อย่างมี คุณค่า การนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ เพิ่มประสิทธิภาพการส่งและการใช้น้ำทุกภาคส่วน และเพิ่มการเก็บ กักในพื้นที่ มีระบบการขออนุญาตใช้น้ำตามเกณฑ์และความสำคัญ เพื่อสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่ม ของภาคการผลิตและบริการ และรองรับการเติบโตของเศรษฐกิจและสังคมในอนาคต

(5.5.3) พัฒนาความมั่นคงพลังงานของประเทศ และส่งเสริม การใช้พลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก

ทดแทนเชื้อเพลิงฟอสซิลในการผลิตไฟฟ้า รวมทั้งพัฒนาวิธีการบริหารจัดการระบบไฟฟ้าทั้งด้านอุปทานและด้านอุปสงค์ให้มีประสิทธิภาพ และความยืดหยุ่น เพื่อให้สามารถรองรับพลังงานทดแทน และพลังงานทางเลือกที่เพิ่มขึ้นในระบบได้อย่างมั่นคง และมีเสถียรภาพ พร้อมทั้งสนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในภาคอุตสาหกรรม และสร้างความเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ และภาคครัวเรือน รวมทั้ง สนับสนุน การวิจัย พัฒนา และถ่ายทอดเทคโนโลยีเกี่ยวกับการกักเก็บพลังงาน และระบบโครงข่ายไฟฟ้าอัจฉริยะ เพื่อให้ สามารถผลิตไฟฟ้าจากพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือกได้ในสัดส่วนที่สูงขึ้น และการผลิตไฟฟ้าที่มี การกระจาย ศูนย์มากขึ้น พร้อมทั้งสนับสนุนการใช้กลไกการตลาดหรือมาตรการทางเศรษฐศาสตร์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการด้านพลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(5.5.4) เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน โดยลดความเข้มข้นของการใช้พลังงาน โดยสนับสนุนการอนุรักษ์และการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดต้นทุนพลังงานของประเทศ ด้วยการส่งเสริมผ่านเครื่องมือและกลไกทางการเงินและมีใช้การเงิน รวมทั้ง มาตรการทางกฎหมาย พร้อมทั้งส่งเสริมการออกแบบอาคารประหยัดพลังงาน สนับสนุนทางการเงิน และบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการก่อสร้าง และออกแบบอาคาร มีการรณรงค์และให้ความรู้ความ เข้าใจกับประชาชนในด้านการประหยัดพลังงาน ส่งเสริมให้ใช้อุปกรณ์และเครื่องจักรที่ประหยัด พลังงาน การใช้ฉนวนกั้นเกี่ยวกับยานยนต์และอุปกรณ์ประหยัดไฟฟ้าต่าง ๆ รวมถึงการส่งเสริมระบบโล จิสติกส์และการขนส่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(5.5.5) พัฒนาความมั่นคงด้านการเกษตร และอาหารของ ประเทศและชุมชน ในมิติปริมาณ คุณภาพ ราคาและการเข้าถึงอาหาร โดยบริหารจัดการทรัพยากร ทางการเกษตรและเพิ่มผลผลิตภาพการเกษตร แบบบูรณาการ โดยเน้นให้เกิดความมั่นคงทางอาหาร ภายในประเทศและเกษตรอาหารมูลค่าเพิ่มสูง พร้อมทั้งเพิ่มพื้นที่เกษตรผสมผสาน จัดเขตการเกษตร มีการใช้มาตรการการตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ เพื่อลดการบุกรุกและทำลายพื้นที่ ป่า รวมทั้งมีการพัฒนาเกษตรกรรมใหม่ เพิ่มการจ้างงานในภาคเกษตร เพื่อรองรับเศรษฐกิจชีวภาพ รวมทั้งยกระดับอาชีพเกษตรกรให้มีรายได้ต่อหัวเพิ่มขึ้นและมีความภาคภูมิใจ ในอาชีพเกษตรกรรม

(5.6) ยกระดับกระบวนการทัศน์เพื่อกำหนดอนาคตประเทศ

มุ่งส่งเสริมคุณลักษณะและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ด้านสิ่งแวดล้อมของคนไทย พัฒนาเครื่องมือและกลไกเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ รองรับการเติบโตที่มีคุณภาพในอนาคต รวมทั้งจัดตั้งและพัฒนากระบวนการ ยุติธรรมด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และพัฒนาระบบประชาธิปไตยสิ่งแวดล้อม เพื่อแก้ไขปัญหาและลดความขัดแย้ง พัฒนา และดำเนินโครงการยกระดับกระบวนการทัศน์เพื่อกำหนดอนาคตประเทศ

(5.6.1) ส่งเสริมคุณลักษณะและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ด้านสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดีของคนไทย โดยปรับปรุงกลไกรัฐและพัฒนาเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชนและภาคเอกชนให้รองรับการเติบโตที่มีคุณภาพในอนาคต มีการสร้างความรู้ ความเข้าใจ การตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้รองรับ การเปลี่ยนแปลงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

(5.6.2) พัฒนาเครื่องมือกลไกและระบบยุติธรรม และระบบประชาธิปไตยสิ่งแวดล้อม เกี่ยวกับการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการเติบโตที่มีคุณภาพในอนาคต โดยพัฒนาและยกระดับการประเมินสิ่งแวดล้อมระดับยุทธศาสตร์ เพื่อเป็นกลไกในการ ป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมในพื้นที่สำคัญ พร้อมทั้งประยุกต์ใช้นวัตกรรมเวทิดิจิทัล เพื่อรังสรรค์นโยบายที่นำไปสู่การปฏิบัติได้จริง และสอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน พร้อมทั้งพัฒนาระบบประชาธิปไตยสิ่งแวดล้อม โดยเพิ่มบทบาทของประชาชนในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ คุ้มครองและจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อม และกระบวนการมีส่วนร่วม ที่สร้างสรรค์ในโครงการที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สุขภาพ สังคม และเศรษฐกิจ ทั้งนี้ รวมถึงการกระจาย อำนาจ และการสร้างความเข้มแข็งให้แก่องค์กรชุมชน องค์กรประชาสังคม และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาและออกกฎหมาย การบังคับใช้กฎหมาย และองค์กรในกระบวนการยุติธรรมเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้ทันสมัย มีความเชี่ยวชาญ และมีประสิทธิภาพตามหลักนิติธรรมและหลักประชาธิปไตยสิ่งแวดล้อม ที่จะ

สามารถลดความเหลื่อมล้ำ และป้องกันแก้ไขปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้ครอบคลุม ทั้งปัญหาเดิมและปัญหาอุบัติใหม่ อันจะทำให้เกิดการจัดการอย่างยั่งยืน สามารถเยียวยาฟื้นฟูบุคคล ชุมชนและทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมที่เสียหายได้อย่างเหมาะสมและเป็นธรรม พร้อมทั้ง พัฒนาความร่วมมือในเรื่องการบริหารจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมข้ามพรมแดนกับ ประเทศอาเซียนและภูมิภาคอื่นอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อป้องกันแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมของภูมิภาค การฟื้นฟูและขยายพื้นที่สีเขียว และความหลากหลายทางชีวภาพในภูมิภาค รวมทั้งการเพิ่ม กระบวนการมีส่วนร่วมก่อนการตัดสินใจในโครงการขนาดใหญ่ที่มีผลกระทบข้ามพรมแดน การเพิ่ม ความร่วมมือในเรื่องการจัดการภัยพิบัติในภูมิภาคได้อย่างทั่วถึงและทันการณ์ และการพัฒนาความ ร่วมมือระหว่างหน่วยงานยุติธรรมในภูมิภาค ในการสร้างระบบยุติธรรมเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล

(5.6.3) จัดโครงสร้างเชิงสถาบันเพื่อจัดการประเด็นร่วม ด้าน การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ รวมทั้งประเด็นบริหารจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมข้ามพรมแดน โดยกำหนดและจัดโครงสร้างเพื่อขับเคลื่อนประเด็น ร่วมด้านการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมที่สำคัญ โดยใช้เครื่องมือทันสมัย และ ให้มีหน่วยงานรับผิดชอบ ส่งเสริมการวิจัย พัฒนา และสร้างนวัตกรรม

(5.6.4) พัฒนาและดำเนินโครงการ ที่ยกระดับกระบวนการ กำหนดขนาดประเทศ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม บนหลักของการ มีส่วนร่วม และธรรมาภิบาล โดยพัฒนาโครงการสำคัญที่จะกำหนดขนาดของประเทศให้ทันสมัย โดยปรับกระบวนการวางแผนแบบองค์รวม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาระยะยาวของ ประเทศโดยเร็ว

จากการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมของแผนยุทธศาสตร์ชาติทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ (2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และด้านที่ (5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการ เติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ถึงข้อมูลเพิ่มเติมจากแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 (ฉบับประกาศราชกิจจานุเบกษา) ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้การจากศึกษาโดยละเอียด ไป วิเคราะห์หาข้อสรุปความสอดคล้องในงานวิจัยกับยุทธศาสตร์ชาติ

2.3. สรุปวิเคราะห์การพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่สอดคล้องกับความต้องการในแผนการยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580

จากการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมของแผนยุทธศาสตร์ชาติทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ (2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และด้านที่ (5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ถึงข้อมูลเพิ่มเติมจากแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 (ฉบับประกาศราชกิจจานุเบกษา) ผู้วิจัยจึงได้ทำงานวิเคราะห์และสรุปการพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่สอดคล้องกับความต้องการในแผนการยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580

ตารางที่ 14 ตารางวิเคราะห์สรุปการพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่สอดคล้องกับความต้องการในแผนการในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ.2561-2580

งานวิจัย	<p>นวัตกรรมการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปน้ำยางพาราลาเท็กซ์สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน</p>	
ยุทธศาสตร์ชาติที่สอดคล้องกับงานวิจัย	ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580	
	ด้านที่ (2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้าง ความสามารถในการแข่งขัน	ด้านที่ (5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการ เติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม
	(2.1) การเกษตรสร้างมูลค่า ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้เล่นสำคัญด้าน การผลิตและการค้าสินค้า เกษตรในเวที โลกด้วยพื้นฐานทางพืชเกษตรเขตร้อน และ มีข้อได้เปรียบด้านความหลากหลายทาง ชีวภาพ ที่สามารถพัฒนาต่อยอดโครงสร้าง ธุรกิจการเกษตรด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม เน้นเกษตรคุณภาพสูงและขับเคลื่อน การเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่	(5.1) สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคม เศรษฐกิจสีเขียว มุ่งเน้นการพัฒนาสังคมเศรษฐกิจ ให้เติบโตและมีความเป็นธรรมบนความ สมดุลของฐานทรัพยากรธรรมชาติและ คุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ด้วยเศรษฐกิจฐาน ชีวภาพ นำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิต เพิ่มความเป็นธรรมทางสังคม สามารถลด ความเสี่ยง ของผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

<p>ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิตภาพการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตร เพื่อรักษาฐานรายได้เดิมและสร้างฐานอนาคตใหม่ที่สร้างรายได้สูง ทั้งเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป และเกษตรอัจฉริยะ เพื่อให้เกษตรกร มีรายได้สูงขึ้น</p> <p>(2.1.4) เกษตรแปรรูป ปรับใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รวมทั้ง นวัตกรรมจากภูมิปัญญาในการแปรรูป สร้างความแตกต่าง และเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตร รวมทั้ง ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เกษตรคุณภาพสูงของไทยสู่ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ โดยส่งเสริมการแปรรูป สินค้าเกษตรขั้นสูงที่มีคุณค่าเฉพาะ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่มีความหลากหลาย ด้วยการต่อยอด ผลงานจากสถาบันวิจัยสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ การส่งเสริมให้นาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ มาพัฒนาต่อยอด สินค้าเกษตรขั้นต้นให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าสูง การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและผลิตผลทางการเกษตรเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมทั้งการสนับสนุนการนาเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ในการสร้างสรรค์ บรรลุภัณฑ์</p>	<p>และลดปัญหาความขาดแคลนของทรัพยากรลงได้ โดยมีเป้าหมายสู่สังคม ที่มีระดับคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้นแต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำลงผ่านแนวทางและมาตรการต่าง ๆ เช่น การบริโภคและการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพิ่มพื้นที่สีเขียวและไม่ รักษาฐานทรัพยากรสัตว์ป่าและความหลากหลายทางชีวภาพ ส่งเสริมให้สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพดีขึ้น คนมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเอื้ออาทร และเสียสละเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมของชาติ</p> <p>(5.1.5) ส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน โดยส่งเสริมการบริโภคและการผลิตสีเขียวอย่างยั่งยืน ซึ่งรวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการลงทุนและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การบริโภคและการผลิต วิถีคิด และวิถีชีวิตของบุคคลและองค์กรให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพมากที่สุด การสร้างการมีจิตสำนึกในการผลิตที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมบริโภคอย่างพอเพียงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้กลไกทางเศรษฐศาสตร์และมาตรการทางสังคมจูงใจ ผู้บริโภคและผู้ผลิต การสร้างระบบและกลไกการเฝ้าระวัง ติดตาม ตรวจสอบ และควบคุมมลพิษในภาคการผลิต และการใช้มาตรการการตรวจสอบ ย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการลดขยะเป็นศูนย์ จัดการขยะแบบเบ็ดเสร็จยั่งยืน การลดการปล่อยมลพิษและ</p>
--	---

<p>อัจฉริยะ เพื่อป้องกันการปลอมปน การควบคุมคุณภาพและความปลอดภัย การติดตามผลิตภัณฑ์ ในระหว่างการขนส่ง รวมถึงยืดอายุของอาหารและสินค้าเกษตร ในบรรจุภัณฑ์ ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าทางการตลาด ให้แก่สินค้า พร้อมทั้งส่งเสริมการสร้างแบรนด์ และขยายช่องทางการตลาดด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งให้ความสำคัญในการสร้างเครื่องหมายการค้าและปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา</p>	<p>ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงการจัดการการปล่อยมลพิษจากภาคการผลิต เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจควบคู่กับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมีมลพิษต่ำ โดยกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การมีระบบจัดการของเสียจากแหล่งกำเนิดมลพิษทุกประเภทที่เพียงพอ และมีการจัดการมลพิษได้เป็นไปตามมาตรฐาน มีการบังคับใช้กฎหมายกับผู้ประกอบการอย่างเคร่งครัด รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือกด้วยการวิจัย พัฒนาวัสดุดิบ และเทคโนโลยี การเพิ่มศักยภาพการผลิต การใช้ และตลาด ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกและเข้าถึงองค์ความรู้ด้านพลังงาน พร้อมทั้งส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวทั้งระบบ ซึ่งรวมถึงการสนับสนุนให้ทุกหน่วยงาน ของรัฐมีการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่ได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมให้ภาคเอกชนใช้สินค้าและบริการจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน โดยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งมีการส่งเสริมและพัฒนาเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ดำเนินการเพื่อรองรับการปลูกป่าและเพิ่มพื้นที่สีเขียวในพื้นที่เอกชน การปรับปรุงกลไก รัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชนและภาคเอกชน</p>
---	--

<p style="text-align: center;">สรุปความสอดคล้องในงานวิจัยกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี. พ.ศ.2561-2580</p>	<p>จากงานวิจัยการพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อให้สามารถเป็นวัสดุทางเลือกของอุตสาหกรรมแฟชั่น และเพื่อเพิ่มมูลค่าให้ยางพาราในประเทศไทยถือเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศไทย สามารถทำรายได้เข้าประเทศได้อย่างมากมาย ยางพาราถือเป็นวัสดุทางการเกษตรในพื้นที่ประเทศไทยที่น่าสนใจและสามารถนำมาต่อยอด โดยเทคโนโลยีและนวัตกรรมของผู้ผลิตเพื่อแปรรูปเป็นสินค้าที่เกิดมูลค่ามากขึ้น ถือเป็นส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการคิดค้นเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อมาต่อยอดวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน การเกษตรสร้างมูลค่า เกษตรแปรรูป โดยสนับสนุนการปรับใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย รวมถึงนวัตกรรมจากภูมิปัญญา ในการแปรรูป สร้างความแตกต่าง และเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์และสินค้าทางการเกษตร รวมทั้งส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมีคุณภาพสูง สู่ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศได้</p>	<p>จากงานวิจัยการพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อให้สามารถเป็นวัสดุทางเลือกของอุตสาหกรรมแฟชั่น เพื่อนำมาออกแบบสร้างสรรค์เป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มผู้บริโภค วัสดุทางเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ถือเป็นวัสดุจากธรรมชาติ และสามารถนำมารีไซเคิล (Recycle) เพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ได้อีก เป็นการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติอย่างคุ้มค่า ลดมลพิษ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์จากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็นอีกหนึ่งช่องทางเลือกสำหรับกลุ่มผู้บริโภค ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว ส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน โดยนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็นอีกหนึ่งช่องทางเลือกสำหรับผู้บริโภคและผู้ผลิต กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและการผลิต ผลิตภัณฑ์จากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็นการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ถือเป็น การส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน โดยการเพิ่มตัวเลือกของสินค้าในตลาดที่มาจากการผลิตสีเขียวอย่างยั่งยืน</p>
---	---	---

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

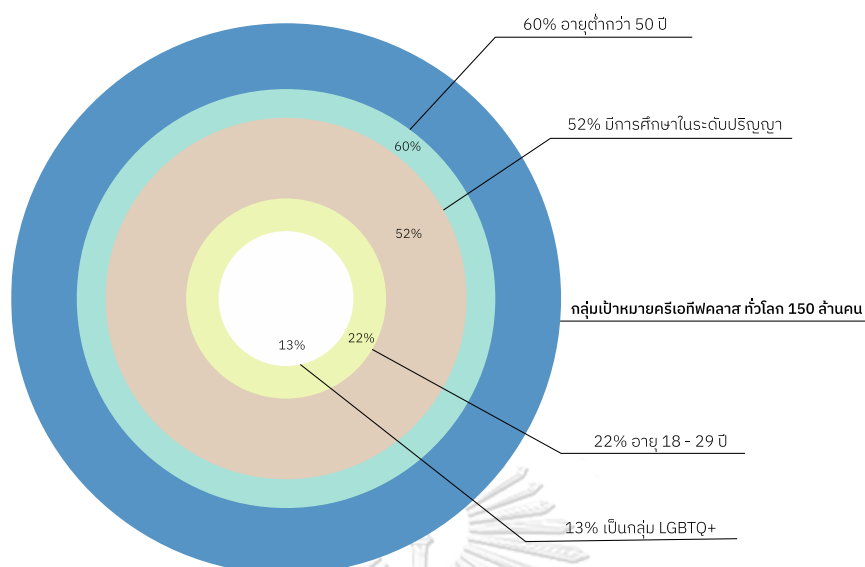
จากการศึกษานโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 โดยนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ซึ่งเป็นวัสดุจากธรรมชาติที่สามารถผลิตได้จากพื้นถิ่นประเทศไทย เป็นการส่งเสริมและตอบโต้กับนโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านที่ (2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน คือ (2.1) การเกษตรสร้างมูลค่า (2.1.4) เกษตรแปรรูป และด้านที่ (5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คือ (5.1) สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว (5.1.5) ส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน โดยนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุทางการเกษตร เพิ่มทางเลือกสำหรับวัสดุในอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย และเพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มาจากวัสดุจากธรรมชาติเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 การศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

จากการศึกษานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ทำให้ผู้วิจัยได้ทำงานศึกษาและทดลองวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ทำให้เกิดความจำเพาะทางด้านวัสดุที่เป็นช่องทางเลือกสำหรับสินค้าเครื่องแต่งกาย ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาและสำรวจหากกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการนวัตกรรมใหม่ ๆ ในสินค้าเครื่องแต่งกาย และมีสไตล์การแต่งตัวที่สอดคล้องกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) นี้ โดยวิธี การศึกษาจากข้อมูล การสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายโดยการทำแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย โดยจะเห็นได้จากข้อมูลดังนี้

3.1. กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

กลุ่มเป้าหมายเอทีฟคลาส (Creative Class) จากการศึกษาระบาดวิทยาและวิจัยของ ศาสตราจารย์ ริชาร์ด ฟลอริดา (Richard Florida) นักเศรษฐศาสตร์ ศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัย โตรอนโต โดยใช้แนวคิดที่มีรากฐานสำคัญคือ การพัฒนาเศรษฐกิจให้เกิดความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ให้คำจำกัดความถึง กลุ่มเป้าหมายเอทีฟคลาส (Creative Class) ในหนังสือ “The rise of the Creative Class ปี 2002 คำว่า ครีเอทีฟคลาส หมายถึงปรากฏการณ์ของกลุ่มคนที่สามารถสร้างความเติบโตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ครีเอทีฟคลาสไม่ได้ถูกกำหนดตามข้อมูลประชากรศาสตร์ที่เดียว แต่ถูกกำหนดขึ้นจากเชิงคุณภาพหมายถึงลักษณะทางจิตวิทยาที่เกิดจากความชื่นชอบ โดยกลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสทั่วโลกมากกว่า 150 ล้านคน 52% เป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคน เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennials) และ เจเนอเรชั่นซี (Generation Z) ที่ถูกกำหนดตามข้อมูลประชากร แต่ยังหมายรวมถึงกลุ่มคนกลุ่มอื่นที่มีลักษณะทางจิตวิทยาในรูปแบบเดียวกัน กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสถือเป็นกลุ่มคนที่เป็นแรงผลักดันให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ การเติบโตของกลุ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยกลุ่มครีเอทีฟคลาส 60% มีอายุต่ำกว่า 50 ปี 22% จาก 60% มีอายุ 18-29 ปี 52% มีการศึกษาในระดับปริญญา และ 13% เป็น LGBTQ+ ซึ่งไม่ได้หมายความว่าในกลุ่มครีเอทีฟคลาสจะคนที่ไม่มีระดับปริญญาจะไม่มีการศึกษาหากจะแบ่งให้แน่ชัดต้องดูจากประสบการณ์ในเชิงข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 22 ภาพแสดงแผนภูมิกลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาส (Creative Class)”

ที่มา : ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

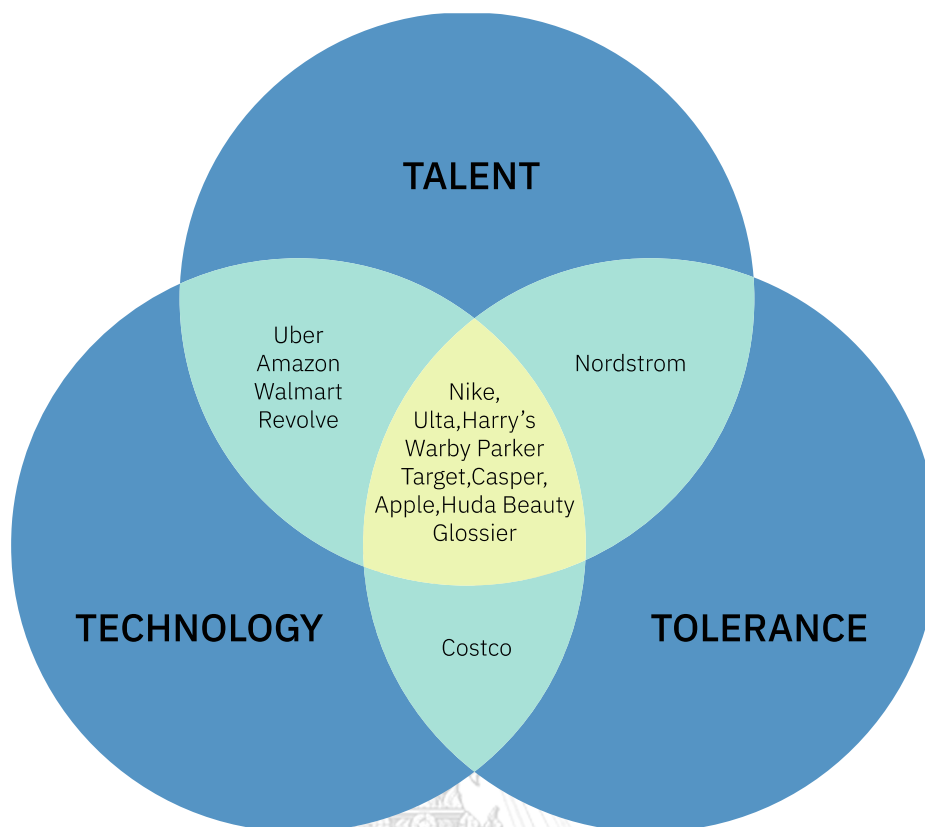
กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสประกอบด้วยกลุ่มวิชาชีพด้านต่าง ๆ เช่น กลุ่มวิชาชีพด้านวิทยาศาสตร์ การแพทย์และวิศวกรรม สถาปัตยกรรม การงานออกแบบ การศึกษา การเงินและการจัดการธุรกิจ กลุ่มวิชาชีพที่เกี่ยวกับการสื่อสารและความบันเทิง ศิลปะ ดนตรี กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสได้ถูกแบ่งตามกลุ่มอาชีพ (1) ซุปเปอร์ครีเอทีฟคลาส (Super-Creative Class) กลุ่มอาชีพเกี่ยวกับงานคอมพิวเตอร์ คณิตศาสตร์ สถาปัตยกรรม วิศวกรรม การศึกษา การฝึกอบรม งานห้องสมุด ศิลปะ การออกแบบ บันเทิง กีฬา และด้านการสื่อสาร (2) ครีเอทีฟโพรเฟสชันนอล (Creative Professionals) อาชีพที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ด้านธุรกิจและการเงิน กฎหมาย การแพทย์ เทคโนโลยี การขายระดับไฮเอนด์และการจัดการการขาย

สิ่งที่กลุ่มครีเอทีฟคลาสให้ความสนใจและมีความต้องการตามหลัก “3Ts” จากการศึกษาและวิจัยของศาสตราจารย์ ริชาร์ด ฟลอริดา ถึงเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจ ประกอบด้วยเทคโนโลยี (Technology) ความสามารถพิเศษ (Talent) และขันติธรรม (Tolerance)

(1) เทคโนโลยี (Technology) หมายถึงการใช้ความรู้ของมนุษย์อย่างต่อเนื่อง การสร้างสมและประยุกต์ใช้ความรู้อย่างต่อเนื่องเมื่อมาถึงจุดหนึ่งจะเกิดการพัฒนาของแนวคิดใหม่ ๆ การคิดสูตรสำเร็จแบบใหม่ ๆ รวมทั้งเกิดการพัฒนาเทคโนโลยีแบบใหม่ ๆ ดังนั้น หากสังคมใดมีกิจกรรมของกลุ่มคนในทางสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง เช่น มีการวิจัยและการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอก็จะมีโอกาสจะค้นพบสูตรสำเร็จใหม่ในเชิงเทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์

(2) ความสามารถ (Talents) จากทัศนคติที่มั่นใจว่ายิ่งสังคมที่เป็นเมืองมากขึ้นเท่าใดและยิ่งพื้นที่ใดมีความหนาแน่นของเมืองมากขึ้นเท่าใดก็จะยิ่งเป็นที่ ๆ มีความได้เปรียบในเชิงผลิตภาพ การพัฒนาก้าวหน้านั้นมักจะเป็นเมืองที่อุดมไปด้วยทุนทางมนุษย์ที่มีความหลากหลายทั้งด้านความสามารถและความเชี่ยวชาญ การเติบโตของเมือง (Urbanization) และความหนาแน่นของเมืองจึงเป็นปัจจัยสำคัญของการเกิดนวัตกรรมและการเพิ่มผลิตภาพอย่างไรก็ตาม ต้องย้ำเน้นอีกครั้งว่าการที่วัดจากอาชีพสร้างสรรค์ (Creative occupations) มากกว่าวัดทุนทางมนุษย์จากการศึกษาแบบเดิม ๆ นั้นเพราะเรามุ่งเน้นที่สิ่งที่คนทำจริง ๆ มากกว่าความสำเร็จจากการศึกษาในอดีต

(3) ขันติธรรม (Tolerance) หมายถึงการยอมรับในความแตกต่างหลากหลายของผู้คน ให้เป็นสังคมเปิดกว้างรับความแตกต่างและให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะขับเคลื่อนเอาความสามารถที่สร้างสรรค์ของผู้คนใช้เพื่อให้เกิดการพัฒนา เช่นนี้ สังคมมิใช่แค่จะมีขันติอดทนยอมรับต่อความแตกต่างหลากหลายเท่านั้น แต่ต้องเปิดใจยอมรับ (Proactive inclusive) และต้องส่งเสริมให้เกิดความแตกต่างหลากหลาย และการแลกเปลี่ยน การยอมรับทัศนคติความคิดเห็นแนวคิดใหม่ ๆ ที่จะทำให้เกิดแนวโน้มของความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ



ภาพที่ 23 ภาพแสดงสิ่งกลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสส์ให้ความสนใจและต้องการ

ที่มา : ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากรูปแสดงสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสส์ให้ความสนใจและมีความต้องการตามหลักการ 3Ts จากแผนภูมิจุดตัดของ 3Ts จะเกิดเป็นระดับของตราสินค้าที่มีผลกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสส์

- Talent + Technology = ตราสินค้าที่มอบความเป็นเลิศในการใช้งาน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งาน เช่น Uber Amazon Walmart Revolve เป็นต้น

- Tolerance + Talent = ตราสินค้าที่มีส่วนติดต่อพูดคุยลูกค้าและมอบบริการที่ยอดเยี่ยมและเป็นที่ยอมรับ เช่น Nordstrom เป็นต้น

- Technology + Tolerance = ตราสินค้าที่ให้ข้อมูลที่ครอบคลุมจึงเป็นที่น่าไว้วางใจและเป็นที่ยอมรับ เช่น Costco เป็นต้น

- Technology + Tolerance + Talent = ตราสินค้าที่มี 3Ts ถือเป็นตราสินค้าที่ได้เปรียบมากที่สุดสำหรับกลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสและเป็นตราสินค้าที่กลุ่มเป้าหมายมองหา โดยคำนึงถึง เทคโนโลยีและนวัตกรรม การรับฟังจากผู้บริโภค และการคำนึงถึงหลักการทางสังคม เช่น Apple Nike เป็นต้น

กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสจึงมองหาแหล่งที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพและอยู่ในเขตเมืองที่แวดล้อมไปด้วยตราสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่ม สภาพแวดล้อมที่กลุ่มครีเอทีฟคลาสเลือกเป็นที่พักอาศัยและใช้ชีวิตโดยคำนึงถึงปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ โดยมาจากการวิจัยของ ริชาร์ด ฟลอริดา ได้สำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสที่มีต่อเมืองที่พักอาศัยและความมุ่งมั่นที่มีต่อเมืองที่พักอาศัยโดยปัจจัยทั้ง 4 ประการ ได้แก่ (1) ความเป็นสังคมเมืองและความหลากหลาย (Urbanity and Diversity) ความเป็นเมืองหลวงภาพลักษณ์ของเมือง สถานที่ที่หลากหลายที่เปิดกว้างทางวัฒนธรรมหลักและวัฒนธรรมย่อยที่แตกต่างกัน กิจกรรมที่หลากหลายทางวัฒนธรรม เช่น โรงละคร สถาบันเท็กซามค้ำคืน ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ (2) ธรรมชาติและนันทนาการ (Nature and Recreation) มีสวนสาธารณะและพื้นที่สำหรับทำกิจกรรม ความ زیبาสงบของพื้นที่บางส่วน การเข้าถึงของสาธารณูปโภค เช่น น้ำ ไฟฟ้า อินเทอร์เน็ต มลพิษต่ำ และกิจกรรมกลางแจ้งรูปแบบต่าง ๆ (3) โอกาสในการทำงาน (Job Chances) จากเครือข่ายที่เป็นมืออาชีพในเขตเมือง การเติบโตทางเศรษฐกิจโดยทั่วของภูมิภาคของสังคมเมือง ทำให้เกิดโอกาสในการทำงานและการเลื่อนตำแหน่งที่ดีระดับค่าจ้างที่เป็นมาตรฐาน (4) ค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน (Cost-efficiency) ระดับค่าใช้จ่ายทั่วไปในเขตเมือง ค่าครองชีพที่เป็นมาตรฐาน มีความพร้อมในเรื่องของที่อยู่อาศัยไม่ว่าจะเป็นบ้าน คอนโด หรือ ออพาร์ทเมนต์ ที่มีคุณภาพและเป็นมาตรฐาน ปัจจัยเหล่านี้สามารถช่วยตรวจสอบความต้องการพื้นฐานสำหรับกลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสได้ จากการวิจัยของปัจจัย 4 ประการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมของกลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาส กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญกับปัจจัยของความเป็นสังคมเมืองและความหลากหลาย (Urbanity and Diversity) มากที่สุด เพราะกลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสชอบความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่มาอยู่ร่วมกัน มักเกิดการแลกเปลี่ยนจนเกิดเป็นวัฒนธรรมใหม่ หรือวัฒนธรรมใหม่ที่ถูกผสมผสานกับความเป็นสังคมเมืองจนเกิดเป็นวัฒนธรรมใหม่ ได้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในหลากหลายรูปแบบ สถานที่ที่มีพลังสามารถสร้างแรงบันดาลใจ และเปิดกว้างเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับกลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาส ให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องโอกาสในการทำงาน (Job Chances) น้อยที่สุด เพราะกลุ่มเป้าหมายมีความสามารถ

และการศึกษาระดับสูงจึงมีโอกาสในการทำงานได้ค่อนข้างสูง กลุ่มเป้าหมายจะไม่หมกมุ่นอยู่กับการหา
งานใหม่หรือเกี่ยวกับปัญหาการเงิน เหมือนกับกลุ่มสังคมอื่น ๆ

ดังนั้นจากข้อมูลข้างต้นในปัจจุบัน 3Ts ความสนใจและสภาพแวดล้อมที่
กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสต้องการที่อยู่อาศัยของกลุ่มมักอยู่ในเขตเมืองที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก
มากมาย เช่น ไกล่รถไฟฟ้า อยู่ใจกลางเมือง มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน ฟิตเนส สนาม
กีฬา ร้านอาหาร คาเฟ่ แกลเลอรี สถานที่แสดงดนตรี พิพิธภัณฑสถาน ร้านค้าปลีก และสวนสาธารณะต่าง
ๆ จากการเลือกที่อยู่อาศัยของกลุ่มครีเอทีฟคลาสทำให้สภาพแวดล้อมของเมืองเกิดการเปลี่ยนแปลง
จากการสร้างสรรค์ที่เป็นผลมาจากการบริโภคของกลุ่มครีเอทีฟคลาสกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
ด้วยบุคลิกของกลุ่มครีเอทีฟคลาส ที่มีความชื่นชอบงานหรือผลงานเชิงสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและ
นวัตกรรมใหม่ กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสเลือกจะใช้จ่ายเพื่อแลกกับความความสะดวกสบาย สินค้าที่มี
เอกลักษณ์เฉพาะเชิงสร้างสรรค์ เทคโนโลยีใหม่และนวัตกรรมใหม่ที่จะทำให้ตัวเองโดดเด่นและเกิด
ความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและ
อุตสาหกรรมต่าง ๆ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาส เป็นกลุ่มแรกที่น่าเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์
และสร้างประสบการณ์ใหม่ ในระดับแนวหน้าของตลาดไฮเอนด์ และยังได้ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยน
ทางด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ ๆ ไปสู่การบริโภคที่เน้นประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์
กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสเป็นกลุ่มคนที่สามารถสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม
เทคโนโลยี นวัตกรรม ความสร้างสรรค์ สิ่งเหล่านี้จะถูกนำมาใช้ในการคิดและต่อยอดเพื่อออกแบบ
ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่เพื่อให้ตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมายและสภาพแวดล้อมต่อไปในอนาคต

3.2. กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชัน มิลเลนเนียล

กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชัน มิลเลนเนียล ถือเป็น
เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสที่มีจำนวนมากที่สุดในกลุ่มจากงานวิจัยของ ริชาร์ด
ฟลอริดา “กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสทั่วโลกมากกว่า 150 ล้านคน โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคน เจเนอ
เรชัน มิลเลนเนียล (Generation Millennials)” โดย 52% เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุประมาณ 21-41
ปี มีรายได้ดีมาจากการทำงาน เป็นผลมาจากการระดับความรู้ที่ดี กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มักประกอบ
อาชีพที่แตกต่างกัน เช่น เจ้าของกิจการ การแพทย์ การศึกษา การแสดงสื่อบันเทิง และที่เกี่ยวข้อง

ศิลปะการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ มีทักษะและประสบการณ์ความรู้ที่กว้างขวาง อาศัยอยู่ในเมืองที่มีความหลากหลายแตกต่างในหลากหลายด้าน เช่น วัฒนธรรมที่หลากหลายแตกต่าง เพศ ความชอบ และรสนิยม อยู่ในเขตเมืองที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สามารถช่วยให้การใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมายง่ายขึ้น การติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่าง ๆ ที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีตัวตนและเป็นที่น่าสนใจจากสังคมตลอดเวลา ชอบความเจริญก้าวหน้า แต่ยังคงให้ความสำคัญกับครอบครัวและเพื่อนฝูง ผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบสินค้าที่กลุ่มเป้าหมายเลือกมักเป็นสินค้าที่เชิงสร้างสรรค์ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถสะท้อนตัวตนบุคลิก รสนิยม ของตนเองได้ สร้างความโดดเด่น ทำให้กลุ่มเป้าหมายมักมองหาผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบสินค้าที่มีความสดใหม่ นำกระแสนิยม เทคโนโลยีใหม่ นวัตกรรมใหม่ อยู่เสมอ เพื่อให้ตนเองโดดเด่น กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญกับสังคมแวดล้อมที่เต็มไปด้วยผู้คน ชื่นชอบการเข้าสังคม กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสเป็นผู้นำกระแสนิยมในตลาดระดับไฮเอนด์ สามารถสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจ และกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ได้

3.3. สรุปวิเคราะห์บุคลิกลักษณะและรสนิยมการเลือกสินค้าเครื่องแต่งกายจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

จากการศึกษากลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ถึงบุคลิกลักษณะและรสนิยมการเลือกสินค้าเครื่องแต่งกายจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส โดยผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลจากการศึกษาได้ดังนี้

ตารางที่ 15 ตารางสรุปวิเคราะห์บุคลิกลักษณะและรสนิยมการเลือกสินค้าเครื่องแต่งกายจาก
กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

ข้อมูล กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส	สรุปผลการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส
- ข้อมูลประชากร (Demographical)	เพศ : หญิง อายุเฉลี่ย : 18- 50 ปี ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี หรือ สูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มวิชาชีพ : นักวิทยาศาสตร์, การแพทย์, วิศวกรรม, การออกแบบ, การศึกษา, การเงินการบัญชี, การจัดการ ธุรกิจ, การสื่อสารและความบันเทิง อาชีพส่วนใหญ่ : พนักงานเอกชน, ธุรกิจส่วนตัว, ศิลปิน นักออกแบบ, สายที่เกี่ยวข้องกับความ สร้างสรรค์ รายได้ต่อเดือน : 35,000 บาท ขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตเมืองหลวงของประเทศ (กรุงเทพมหานคร)
- บุคลิกภาพ (Personality)	- มุ่งมั่นมีเป้าหมาย, มั่นใจ (Determined, Confidents) - ชอบความเปลี่ยนแปลง และทดลองสิ่งใหม่ ๆ (Evolution, Innovation, Technology) - ชอบความท้าทาย (Challenge) - ชอบความโดดเด่น (Outstanding) - มีความเฉพาะตัว เป็นตัวเองสูง (Self-Identity) - ชื่นชอบความหลากหลายทางสังคม (Diversity) - มีคุณธรรม มีจิตสำนึกที่ดี (Tolerance)
- ชีวิตประจำวัน (Lifestyles)	- รักการทำงาน (Working) - รักสุขภาพ (Healthy) - ชอบเทคโนโลยี (Technology & Innovation) - นำกระแสรสนิยม (Trendy, Update)
- พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า	- ชอบสินค้าเชิงสร้างสรรค์ (Creative)

ข้อมูล กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส	สรุปผลการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส
	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้าที่มีความจำเพาะ (Identity) - สินค้าที่มีคุณภาพ (Premier Quality) - มีฟังก์ชันการใช้งาน (Talent) - เลือกใช้ตราสินค้าที่มีความใส่ใจผู้บริโภค - ชอบสินค้าที่สร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จากการศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) พบว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นสตรีครีเอทีฟคลาสมีช่วงอายุ 18- 50 ปี ประกอบอาชีพอยู่ในกลุ่มวิชาชีพที่หลากหลาย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว ศิลปินนักออกแบบ สายที่เกี่ยวข้องกับความสร้างสรรค์ โดยกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสมีบุคลิกลักษณะที่มีความมุ่งมั่นมีเป้าหมาย มั่นใจ ชอบความเปลี่ยนแปลง และทดลองสิ่งใหม่ (Technology and Innovation) ชอบความท้าทาย มีความเฉพาะตัว เป็นตัวเองสูง (Self-Identity) ชื่นชอบความหลากหลายทางสังคม (Diversity) มีคุณธรรม มีจิตสำนึกที่ดี (Tolerance) กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสมีรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันเป็นคนที่รักการทำงาน (Working) รักสุขภาพ (Healthy) ชอบเทคโนโลยี (Technology & Innovation) และนำกระแสนิยม (Trendy, Update) ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจและมีพฤติกรรมการเลือกสินค้าจากความชอบ ชอบสินค้าเชิงสร้างสรรค์ (Creative) สินค้าที่มีความจำเพาะ (Identity) สินค้าที่มีคุณภาพ (Premier Quality) และมีฟังก์ชันการใช้งาน (Talent) สินค้าต้องช่วยเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ และเป็นตัวช่วยให้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสดีขึ้นและเป็นไปตามที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวังไว้ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสดีขึ้นเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความเฉพาะ (Niche Market) จึงนิยมเลือกสินค้าจากความชอบ และรูปแบบที่เฉพาะตัวของสินค้าเครื่องแต่งกาย

ส่วนที่ 4 การศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2022

จากการศึกษานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาแปรรูปเป็นวัสดุทางเลือกของอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย ผู้จึงได้ทำการศึกษากลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่มีความสนใจในนวัตกรรมที่มีความแปลกใหม่ พบว่ากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) และจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามถึงความสนใจในนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) วัสดุทางเลือกจะนำมาออกแบบเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยกลุ่มเป้าหมายมีคำตอบจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามในทิศทางเดียวกันว่า มีความสนใจนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ ซึ่งวัสดุจากธรรมชาติที่หาได้จากในพื้นที่ของประเทศไทย กลุ่มเป้าหมายยังให้ความสนใจกับเสื้อผ้าที่มาจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ในรูปแบบของเสื้อผ้าปาร์ตี้แวร์ เนื่องจากคุณสมบัติและฟังก์ชันต่าง ๆ ของนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์และออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในงานวิจัย โดยสามารถแบ่งเนื้อหาสาระในส่วนนี้ออกเป็น 4 หัวข้อดังนี้

- 4.1. ศึกษาที่มาและความสำคัญของเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์
- 4.2. ศึกษาวิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์
- 4.3. ศึกษาและวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัยในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล
- 4.4. สรุปลักษณะประกอบการออกแบบของเครื่องแต่งกายปาร์ตี้ร่วมสมัยจากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล

4.1 ศึกษาที่มาและความสำคัญของเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์

เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party wear) คือ เครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์ หรือชุดปาร์ตี้ (Party wear) ลักษณะส่วนใหญ่เป็นเครื่องแต่งกายที่มีความหรูหรา สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน (Wedding Party) งานกลางคืน (Dinner Party) งานสังคม (Social Party) งานค็อกเทล (Cocktails Party) เป็นต้น จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงโอกาสและสถานที่ อันเกี่ยวเนื่องถึง ช่วงเวลา สถานะทางสังคม อาชีพ ผู้เข้าร่วมงาน โดยสร้างแบ่งเครื่องแต่งกายงานเลี้ยงสังสรรค์ หรือชุดปาร์ตี้ ได้ดังนี้

- **ชุดปาร์ตี้ลำลอง (Party - Casual)** ลักษณะเครื่องแต่งกายที่สามารถสวมใส่ในงานเลี้ยงสังสรรค์ในระดับงานเลี้ยงกึ่งทางการ และสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันทั่วไป ไปจนถึงใส่ไปงาน โดยขึ้นอยู่กับโอกาสและสถานที่ เช่น งานกลางคืน (Dinner Party) งานเลี้ยงสังสรรค์ระหว่างเพื่อนฝูง งานเลี้ยงสังสรรค์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว เป็นต้น

- **ชุดปาร์ตี้ทางการ (Party - Formal)** ลักษณะเครื่องแต่งกายที่สามารถสวมใส่ในงานเลี้ยงสังสรรค์ในระดับทางการ เน้นรูปแบบที่ทันสมัย ตามกระแสแฟชั่น และมีความน่าเชื่อถือ ขึ้นอยู่กับโอกาสและสถานที่ สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานกลางคืน (Dinner Party) งานสังคม (Social Party) งานเปิดตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หรืองานเลี้ยงสังสรรค์ระดับผู้บริหาร เป็นต้น

- **ชุดปาร์ตี้ปาร์ตี้ (Party - Party)** ลักษณะเครื่องแต่งกายที่สามารถสวมใส่ในงานเลี้ยงสังสรรค์ที่ต้องการความโดดเด่น และสวมใส่ในโอกาสพิเศษ โดยมีรูปแบบที่ทันสมัย ตามกระแสแฟชั่น ดีไซน์โดดเด่น เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือ ขึ้นอยู่กับโอกาสและสถานที่ เช่น งานแต่งงาน (Wedding Party) งานกลางคืน (Dinner Party) งานสังคม (Social Party) งานค็อกเทล (Cocktails Party)²¹

²¹ พัดชา อุทิศวรรณกุล, “แฟชั่นคืออะไร”, เอกสารประกอบการเรียน Fashion and Merchandise การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น เสนอที่ภาควิชาานภูมิศาสตร์ ศิลปะ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โดยลักษณะเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party wear) สามารถแบ่งตามประเภทของการผลิตออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

(1) เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party wear) แบบสั่งตัดเฉพาะบุคคล (Tailor-made)

เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แบบสั่งตัดเฉพาะบุคคล (Tailor-made) หรือ (Made to order) คือ เสื้อผ้าที่จะผลิตสำหรับลูกค้าแต่ละคน โดยปัจจุบันสามารถแบ่งรูปแบบของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ได้ 2 รูปแบบ

(1.1) ผลิตสำหรับลูกค้าแต่ละคนโดยออกแบบและตัดเย็บเฉพาะบุคคล คือ การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ โดยคำนึงถึงไลฟ์สไตล์และความเหมาะสม ความชื่นชอบของลูกค้าเป็นสำคัญ และการเลือกรูปแบบ วัสดุ รายละเอียดการตกแต่ง จำนวนขนาด (Size) ของเสื้อผ้าให้เหมาะสมกับสรีระของลูกค้าแต่ละคน ขึ้นอยู่กับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก

(1.2) ผลิตสำหรับลูกค้าแต่ละคนโดยการตัดเย็บเฉพาะบุคคล คือ การเลือกรูปแบบของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์จากแคตตาล็อก (Catalog Design) แฟชั่นโชว์ (Fashion Show) หรือลुकบุ๊ก (Look book) เพื่อผลิตและตัดเย็บออกมาเหมาะสมกับสรีระของลูกค้าแต่ละคน โดยวัสดุและรายละเอียดการตกแต่งที่มีคุณภาพ

CHULALONGKORN UNIVERSITY

(2) เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party wear) แบบสำเร็จรูป (Ready-to-wear)

เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party wear) แบบสำเร็จรูป (Ready-to-wear) คือ เสื้อผ้าที่ผลิตออกครั้งละจำนวนมาก ๆ โดยมีขนาด (Size) ของสินค้าที่เป็นมาตรฐาน ไม่ว่าจะใครก็จะสวมใส่ได้ และยังให้ความรู้สึกร่วมกับคนหมู่มาก เช่น ความน่าสมัย ใส่ง่าย เนื่องจากเป็นรูปแบบเสื้อผ้าที่ผลิตสำหรับคนจำนวนมากที่ไม่ได้จำเพาะเจาะจงว่าเป็นการตัดเย็บแบบบุคคล ทุกคนสามารถเลือกสวมใส่ได้

รูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party wear) ได้ถูกปรับเปลี่ยนไปตามสมัยนิยมจากเหตุการณ์และเศรษฐกิจระดับโลกที่มีผลกระทบต่อไลฟ์สไตล์ของผู้คน ดังนั้นรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party wear) จะถูกปรับเปลี่ยนไปตามยุคและสมัยนิยมเพื่อให้รูปแบบเสื้อผ้ามีความร่วมสมัย สอดคล้องกับกระแสนิยมในช่วงเวลาขณะนั้น การเลือกใช้วัสดุในการผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์เป็นวัสดุที่มีความพิเศษนำมาผสมผสานเข้ากับเทคนิคการตกแต่งรายละเอียดและเทคนิคของการตัดเย็บ การออกแบบที่พิถีพิถันเพื่อแสดงถึงคุณค่าและเหมาะสมกับรูปแบบของงานสังคมนั้น ๆ แต่นอกเหนือจากการเลือกเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับไปงานอย่างเหมาะสมกับกาลเทศะแล้วนั้น ยังต้องช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพให้ผู้สวมใส่ดูดี มีภาพลักษณ์ที่ดี สะท้อนบุคลิกภาพและตัวตนของผู้สวมใส่

4.2 ศึกษาวิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์

วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคและสมัยนิยม อันเนื่องมาจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภคในยุคสมัยนั้น ๆ แต่ไม่ว่ายุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ก็จะสามารถสะท้อนตัวตนของผู้สวมใส่ได้ เช่น บุคลิกภาพ สถานภาพทางสังคม และอาชีพ ได้ในทุกยุคสมัย

51 ปีก่อนคริสตกาล (51 B.C.)

ในสมัยอียิปต์โบราณผู้หญิงสวมใส่ผ้าโปร่งหรือผ้าลินิน ฟาโรห์องค์สุดท้าย คลีโอพัตรา โดยเป็นที่ทราบกันดีว่า ทรงสวมใส่เดรสผ้าที่ประดับด้วยทองคำหรือหินสังเคราะห์ เพื่อแสดงถึงสถานะภาพทางสังคมของพระองค์ เสื้อผ้าจึงเป็นสัญลักษณ์ที่สามารถบ่งบอกสถานะภาพทางสังคมได้เช่นกัน



ภาพที่ 24 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตีแวร์ 51 ปีก่อนคริสตกาล (51 B.C.)
ที่มา: https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/cleopatra-vii-philopator-last-pharaoh-of-ancient-egypt-news-photo-1580409259.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=980.*

30 ปีก่อนคริสตกาล (30 B.C.)

เสื้อผ้าในสมัยของกรีกโบราณเป็นแรงบันดาลใจให้กับแฟชั่นสมัยใหม่ได้อย่างมาก แต่ในยุคสมัยนั้นชุดเดรสได้รับการออกแบบมาเพื่อความสะดวกสบายและการใช้ง่ายที่ง่ายเป็นหลัก ผู้หญิงส่วนใหญ่ในสมัยนั้นเลือกใช้ผ้าไหมและผ้าลินิน เนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อนและไม่ต้องตัดเย็บคุณภาพของวัสดุที่นำมาใช้ผลิตเป็นเสื้อผ้านั้นสามารถบ่งบอกสถานะภาพทางสังคม ชนชั้นสูงจะเลือกใช้วัสดุที่คุณสมบัติและผิวสัมผัสที่ดีกว่าคนชนชั้นกลางและล่าง



ภาพที่ 25 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ 30 ปีก่อนคริสตกาล (30 B.C.)

ที่มา: https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/pandora-pandora-was-the-first-mortal-woman-according-to-the-news-photo-1580409347.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=980.*

ศตวรรษที่ 11 (ค.ศ.1001-1100)

ในช่วงศตวรรษที่ 11 ผู้หญิงในยุโรปสวมใส่ชุดที่มีความพลิ้วไหวซึ่งเป็นที่นิยมมาก เทียบได้กับเสื้อผ้าคลุมของผู้ชาย โดยชายกระโปรงจะอยู่ใต้เข่าหรือยาวกว่านั้น เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในศตวรรษที่ 11 ชุดจะยึดเกาะตามสรีระร่างกายส่วนบนให้เข้ารูป เสื้อผ้าสามารถใส่แล้วติด กระดุมจะทำให้เสื้อรัดรูป



ภาพที่ 26 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ศตวรรษที่ 11 (ค.ศ.1001-1100)

ที่มา: <https://world4.eu/wp-content/uploads/2019/09/capetian-costumes.jpg>

ศตวรรษที่ 16 (ค.ศ.1501-1600)

ในปี 1530 แอนน์ โบลีน (Ann Boleyn) ภรรยาของกษัตริย์เฮนรีที่ 8 (Henry VIII) พระองค์ทรงสวมใส่ชุดสไตล์ทิวดอร์ (Tudor-Styles) ซึ่งสามารถพบเห็นได้ทั่วไปในสมัยยุคกลาง เนื้อผ้ามีความหนา เช่น กำมะหยี่ แขนเสื้อยาวป้ายแขนกว้าง เปิดอก เย็บประดับตกแต่ง และใส่คู่กับเครื่องประดับเช่น สร้อยคออัญมณี เป็นการแสดงที่บ่งบอกถึงสถานะภาพทางสังคม



ภาพที่ 27 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตีแวร์ ศตวรรษที่ 16 (ค.ศ.1501-1600)
ที่มา: https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/anne-boleyn-in-the-tower-of-london-painting-by-edouard-news-photo-1580400961.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=980.*

ในปี 1550 ในอังกฤษ ควีนอลิซา (Queen Elizabeth) ทรงเลือกสวมใส่เสื้อผ้าที่ตกแต่งด้วยระบาย (Ruffs) ที่ได้รับอิทธิพลฝรั่งเศส และการปักประดับ จนกลายเป็นที่นิยมของยุคสมัยนั้น



ภาพที่ 28 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แควร์
ศตวรรษที่ 16 (ค.ศ.1501-1600), (Queen Elizabeth)”

ที่มา: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/b/bf/Queen_Elizabeth_I_by_George_Gower.jpg/440px-Queen_Elizabeth_I_by_George_Gower.jpg

ศตวรรษที่ 17 (ค.ศ.1601-1700)

ในศตวรรษที่ 17 ประเทศฮอลแลนด์ในฐานะผู้มีอำนาจในการผลิตสิ่งทอส่งออก เป็นที่สถานที่ที่มีความโดดเด่นเป็นพิเศษในความก้าวหน้าของแฟชั่นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ในขณะที่ฝรั่งเศสและอังกฤษรูปแบบเสื้อผ้าเริ่มมีความเป็นธรรมชาติมากขึ้น ลูกไม้และดีเทลการตกแต่งให้ขาดเป็นดีเทลในการตกแต่งหลัก



ภาพที่ 29 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตีแควร์
ศตวรรษที่ 17 (ค.ศ.1601-1700)

ที่มา: https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/the-infanta-maria-teresa-by-diego-velazquez-news-photo-1580400240.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=980.*

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในปี 1650 โครงสร้างของเสื้อผ้าจากช่วงต้นทศวรรษที่ผ่านมาถูกแทนที่ด้วยการ
ออกแบบที่อ่อนล้าที่เน้นเอว ในยุโรปโครงสร้างของเสื้อผ้าแบบนี้เป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่ชั้นชนขุน
นาง

ศตวรรษที่ 18 (ค.ศ.1701-1800)

ในปี 1760 เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในอเมริกามีความเรียบง่ายกว่าในยุโรป ผู้หญิงที่ร่ำรวยอย่าง มาร์ธา วอชิงตัน (Martha Washington) จะสวมใส่เสื้อผ้าและชุดกระโปรงผ้าด้านหน้า ซึ่งกระโปรงและเสื้อถูกเย็บติดกันเป็นชิ้นเดียวกัน



ภาพที่ 30 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์
ศตวรรษที่ 18 (ค.ศ.1701-1800), ในปี 1760”

ที่มา: https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/illustration-showing-george-washington-wooing-martha-custis-news-photo-1580411378.jpg?crop=1xw:1xh;center,top&resize=980.*

ในปี 1775 ในทางตรงข้ามสิ่งเกิดขึ้นในช่วงเวลานี้ เกิดเป็นความนิยมจากราชวงศ์ยุโรป มารี อ็องตัวแน็ต (Marie Antoinette) เป็นช่วงที่แฟชั่นมีความมั่งคั่งสูงสุด เดรสที่มีขนาดใหญ่ การออกแบบตัดเย็บที่ประณีต การปักประดับ ทรงผมสูง กระจินยมนี้อยู่ได้ไม่นานนักเนื่องจากการเกิดการปฏิวัติฝรั่งเศส



ภาพที่ 31 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แแวร์
ศตวรรษที่ 18 (ค.ศ.1701-1800), (Marie Antoinette)

ที่มา: https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/marie-antoinette-queen-consort-of-france-marie-antoinette-news-photo-1580400262.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=980:*

ในปี 1790 ช่วงปลายศตวรรษที่ 18 เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของผู้หญิงถูกปรับ
โครงสร้างให้น้อยลงและเล็กลง ระดับเอวแบบเอมไพร์ (Empire Waists) และคอสูง เป็นที่นิยม



ภาพที่ 32 “วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แแวร์
ศตวรรษที่ 18 (ค.ศ.1701-1800), ในปี 1790”

ที่มา: https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/stipple-engraving-by-w-nutter-after-a-miniature-painted-by-news-photo-1580410733.jpg?crop=0.848xw:0.801xh;0.0821xw,0.0525xh&resize=980:*

ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900)

ในปี 1810 เดรสแบบเอ็มไพร์ได้รับการออกแบบสำหรับเหมาะกับทุกโอกาสการสวมใส่ อย่างเช่น สุภาพสตรีหมายเลขที่ 1 โดลลีย์ เมดิสัน (Dolley Madison) จะใส่ระบาย (Ruffles) ที่คอเพื่อดูทางการมากขึ้น



ภาพที่ 33 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์

ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1810

ที่มา: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/52/Dolley_Madison_by_Bass_Otis.jpg

5/52/Dolley_Madison_by_Bass_Otis.jpg

ในปี 1815 ผ้ามีสลิ้นได้รับความนิยมอย่างมากในอังกฤษในช่วงต้นศตวรรษที่ 19 แต่ให้ความรู้สึกเหมาะสำหรับโอกาสทางการน้อยกว่าเดรสทรงเอี๋มโพร์และแขนแบบเคี๋ป (Cap sleeves)



ภาพที่ 34 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แควร์
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1815

ที่มา: https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/emma-lady-hamilton-dancing-the-tarantella-at-naples-from-an-news-photo-1580410565.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=980.*

ในปี 1820 กระโปรงแบบเต็มตัวกลับมาอีกครั้ง แขนเสื้อขาดไหล่



ภาพที่ 35 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวลร์
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1820

ที่มา: https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/charlotte-augusta-2nd-wife-of-the-6th-duke-of-marlborough-news-photo-1580410522.jpg?crop=1xw:1xh;center,top&resize=980.*

ในปี 1840 ระบายและกระโปรงขนาดใหญ่ และรายละเอียดการตกแต่งฟุ่มเฟือย
กลับมาอีกครั้ง เช่น การปักดอกไม้ที่เป็นที่นิยมในช่วงกลางศตวรรษที่ 19



ภาพที่ 36 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวลว์
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1840

ที่มา: https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/mary-todd-lincoln-wife-of-president-abraham-lincoln-was-news-photo-1580410898.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=980:*

ในปี 1860 เมื่อสหรัฐอเมริกาตกอยู่ในช่วงสงครามทำให้การแต่งกายก็จะดูมีความเรียบง่ายมากขึ้น ในแง่ของวัสดุและการออกแบบผู้หญิงจะใส่เสื้อผ้าที่มาจากวัสดุแบบเดียวกันทั้งตัว



ภาพที่ 37 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แควร์
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1860”

ที่มา: https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/off-for-the-war-a-unionist-soldier-bidding-farewell-to-his-news-photo-1580410269.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=980.*

ในปี 1880 แฟชั่นของราชวงศ์ฝั่งยุโรป โคร่งเสื้อเปิดไหล่ (Off-the-Shoulder) ตัวเสื้อท่อนมีความกว้างและยาว



ภาพที่ 38 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แควร์
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1880

ที่มา: https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/queen-wilhelmina-of-the-netherlands-early-20th-century-news-photo-1580410420.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=980.*

ในปี 1890 เข้าสู่ยุควิกตอเรีย (Victorian Era) เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของผู้หญิงก็มีความเปลี่ยนแปลงไปเกือบจะเหมือนกันแทบทั้งหมด สีดำหรือขาวเป็นตัวเลือกของผู้หญิงหัวโบราณ สไตล์เสื้อผ้าแขนยาวคอสูง



ภาพที่ 39 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แควร์
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1890”

ที่มา: https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/portrait-of-a-young-woman-wearing-a-corset-under-her-dress-news-photo-1580400722.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=980:*

ในปี 1900 โครงเสื้อผ้าแบบวิกตอเรียถูกนำมาดัดแปลงเป็นรูปแบบเสื้ออนุรักษ์นิยม
เน้นการปกปิด แต่ยังคงเน้นรูปร่างเข้าเอวอยู่



ภาพที่ 40 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1801-1900), ในปี 1900

ที่มา: https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/woman-wearing-the-latest-fashions-standing-next-to-a-horse-news-photo-1580409162.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=980.*

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000)

ในช่วงศตวรรษที่ 20 โลกเกิดการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทั้งในด้านการศึกษา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี อุตสาหกรรม เศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการเปลี่ยนที่เหล่านี้ส่งผลต่อ ศิลปะในทุกแขนง เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นงานศิลปะประเภทหนึ่งก็ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปยุคและ สมัย เกิดรูปแบบของกลุ่มและสไตล์ที่หลากหลายมากขึ้น ส่งผลกับเสื้อผ้าที่เป็นรูปแบบปาร์ตี้แวร์ที่ เกิดขึ้นในยุคนี้มีรูปแบบที่แตกต่างกับยุคที่ผ่านมาอย่างเห็นได้ชัด



ภาพที่ 41 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์

ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1910s

ที่มา (ซ้าย): <https://s1.r29static.com/bin/entry/dc3/426x640,80/1518340/image.jpg>

ที่มา (ขวา): https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/two-elegantly-dressed-women-stand-by-an-open-car-door-news-photo-1580400635.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=980:*

1910s นักสังคมสงเคราะห์ชาวอิตาลี มาร์เซซา ลุยซา คาซาติ “งานศิลปะคือชีวิตของเธอ” คำพูดของเธอคือเป้าหมายในชีวิตของเธอ จากคำพูดเธอจึงไม่น่าแปลกใจที่ในตู้เสื้อผ้าของเธอมีเสื้อผ้าปาร์ตี้แวร์ที่มีราคาสูงและตัดเย็บอย่างประณีตที่สุด ซึ่งเป็นความสุนทรีย์ภาพส่วนตัวของเธอ ในยุคแห่งความมั่งคั่งเฟื่องฟู ทำให้เกิดเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ประดิษฐ์ขึ้นมาจากวัสดุหรูหราที่ไม่ใช่เรื่องแปลกอะไร



ภาพที่ 42 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์

ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1920s

ที่มา (ซ้าย): <https://s3.r29static.com/bin/entry/6a3/426x640,80/1518348/image.jpg>

ที่มา (ขวา): https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/actress-marie-tempest-in-the-comedy-the-honeymoon-news-photo-1580409929.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=980.*

1920s ได้เวลาเริ่มต้นของสังคมปาร์ตี้ กระโปรงและเดรสที่สั้นและดูสนุกมากขึ้น ในช่วง 1920s เพื่อให้การสังสรรค์มีความสะดวกสบายมากขึ้น ช่วยให้เคลื่อนไหวได้มากขึ้น ดีไซน์เนอร์อย่าง Madeline Vionnet, Janne Lavin และ Elsa Schiaparelli เป็นดีไซเนอร์ผู้บุกเบิกในการสร้างเสื้อผ้าที่มีความหลวมสำหรับผู้หญิง ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงสำหรับเสื้อผ้าชุดราตรี ชุด Flapper-Style วัสดุจากกำมะหยี่และผ้าไหม ขอบแต่งด้วยลูกไม้ สายสปาเก็ตตี้ โครงเสื่อแบบตรง ช่วงให้เวลาเคลื่อนไหวมีความสะดวกสบายและสนุกสนาน เนื่องจากเสื้อผ้าที่มีความเรียบง่ายแล้ว เครื่องประดับจึงเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่สำคัญในการทำให้ภาพลักษณ์ของลูกตุ้มบุรุษขึ้น เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอที่ทำจากขนสัตว์ ถูงหน่อง หมวก เป็นช่วงเวลาเห็นการสร้างสรรคส์สไตล์และการปลดปล่อยแฟชั่นจากรูปแบบเดิม ๆ



ภาพที่ 43 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวลร์

ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1940s

ที่มา (ซ้าย): <https://s1.r29static.com/bin/entry/76e/426x640,80/1518349/image.jpg>

ที่มา (ขวา): <https://files.vogue.co.th/uploads/detail4neww35.jpg>

1940s หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ผ่านไป การผลิตผ้าสำหรับกลุ่มสตรีจะอยู่ในระดับสุดท้าย อุตสาหกรรมแฟชั่นตกอยู่ในจุดยากลำบาก แต่ฮอลลีวูดและแฟชั่นชั้นสูงได้รับความนิยมไปทั่วโลก แนวคิดที่สไตล์ที่สะท้อนตัวตน โดยเฉพาะเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวล์ เช่น การปรากฏตัวของดาราสาวชื่อดังอย่าง Rita Hayworth, Grace Kelly, Ava Gardner และ Katharine Hepburn ที่ได้ปรากฏตัวบนจอเงินและงานเดินพรมแดง และการเกิดตราสินค้าแฟชั่นชั้นสูงอย่าง Christian Dior, Balmain, Charles James และ Nina Ricci ได้สร้างสรรค์เสื้อผ้าปาร์ตี้แวล์ที่เหมาะสมแก่การเฉลิมฉลองทุกประเภท เพื่อสร้างความเข้ายวนใจ แต่สำหรับผู้ที่ได้รับผลกระทบจากสงครามชุดที่เรียบง่ายและเข้ารูปความหัวเข่า สำหรับงานกลางวันและกลางคืน จากคอลเล็กชั่น “New Look” ของ Dior ซึ่งถือเป็นงานศิลปะและเป็นที่ยอมรับ



ภาพที่ 44 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวล์

ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1950s

ที่มา (ซ้าย): <https://s3.r29static.com/bin/entry/61b/426x640,80/1518343/image.jpg>

ที่มา (ขวา): <https://cbsnews3.cbsstatic.com/hub/i/r/2012/08/02/cc090d89-a644-11e2-a3f0-029118418759/thumbnail/1240x1654g2/5616826bfc1b6e835749a1c76a9e5195/AP555701788896.jpg>

1950s เนื่องจากผ่านช่วงเวลาของสงครามโลกมาแล้ว ในที่สุดผู้คนมีความรู้สึกปลอดภัยมากขึ้นเกี่ยวกับการใช้จ่ายของพวกเขา สไตล์ที่มีความเรียบง่ายถูกตีความใหม่ถือเป็นวิวัฒนาการของแฟชั่นที่นำโดยดีไซเนอร์ Hubert de Givenchy ผู้ที่สร้างไอเทมที่เป็นสัญลักษณ์ให้กับ Audrey Hepburn เสื้อผ้าเครื่องแต่งปาร์ตี้แวร์ถูกปรับแต่งให้เข้ารูปมากกว่าเสื้อผ้าเมื่อหลายปีที่ผ่านมา เพื่อแสดงสรีระของผู้หญิง การทำช่วงเอวรัดรูปแบบมีชายกระโปรงที่กว้าง “The Wandering Waistline” เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ส่วนใหญ่ในยุคนี้ให้ความรู้สึกเหมือนปกติทุกวันนี้ เหมือนดังลูกของ Sophia Loren และ Marilyn Monroe เป็นดาราที่ได้ความนิยมมากที่สุดในยุคนั้น เป็นช่วงเวลา que ผู้คนมีความสุขสบายและความมั่งคั่ง งานเลี้ยงสังสรรค์อาหารค่ำกับเพื่อน ๆ หรือการออกเดทเพื่อเต้นรำ ความสนุกสนานและความสะดวกสบายได้สะท้อนออกมาในเสื้อผ้า



ภาพที่ 45 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1960s (Paco Rabanne)”

ที่มา (ซ้าย): https://www.pacorabanne.com/ww/sites/default/files/styles/paco_style_custom_700/public/2019-07/BLOC%203.png?itok=eL4Jar9f

ที่มา (ขวา): <https://carpediem1115.files.wordpress.com/2013/12/le-smoking-hero.jpg>

1960s ยุคของสาวน้อย Marianne Faithfull, Jean Shrimpton, Dianna Ross, Twiggy ผู้หญิงเหล่านี้ทำให้การไปปาร์ตี้ดูเหมือนเป็นอาชีพ และพวกเธอรู้ดีกว่าพวกเธอควรสวมใส่เสื้อผ้าแบบไหน พวกเธอขัดกับกฎทางแฟชั่นเดิม ๆ และอวดผิวมากขึ้นในชุดเดรสสั้นสุดเก๋ ดีไซน์เนอร์ Paco Rabanne เป็นที่นิยมการทำเสื้อผ้าจากวัสดุสิ่งทอที่มีความแปลกใหม่ อย่าง PVC ที่มีความมันวาว ทำให้เสื้อผ้าปาร์ตี้แวร์ดูน่าสนใจ และกระโปรงสั้นสุดเก๋จาตการถักโครเชต์ของดีไซน์เนอร์ Marry Quant ทำให้การแต่งตัวออกไปข้างนอกนั้นเน้นที่ความอ่อนเยาว์และความสนุกสนาน แม้ว่าจะมีกระแสของการแต่งตัวแบบผู้หญิงและการดึงดูดทางเพศ แต่ผู้หญิงก็ไม่กลัวที่จะแต่งตัวแบบ Androgynously เสื้อผ้าที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากเสื้อผ้าผู้ชาย “Le Smoking” ดีไซน์เนอร์ Yves Siant Laurent ซึ่งออกแบบชุดทักซิโดชุดแรกสำหรับผู้หญิงในปี 1966



ภาพที่ 46 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์

ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1970s

ที่มา: [https://1.bp.blogspot.com/--](https://1.bp.blogspot.com/--M4ewtV51Rk/WYUxkvzR7zI/AAAAAAAA_kk/gN9TRa7xz0UkuujtYvTc_Z4847RswBsFwCLcBGAs/s640/Disco%2BFashion%2Bin%2Bthe%2B1970s%2B%25281%2529.jpg)

M4ewtV51Rk/WYUxkvzR7zI/AAAAAAAA_kk/gN9TRa7xz0UkuujtYvTc_Z4847RswBsFwCLcBGAs/s640/Disco%2BFashion%2Bin%2Bthe%2B1970s%2B%25281%2529.jpg

1970s ยุคดิสโก้ เต็มไปด้วยความสนุกสนาน สถานที่ปาร์ตี้ที่นิยมคือ Studio 54 สวมเสื้อเบลเซอร์และกางเกงขายาวแบบพอดี้ตัว จัมสูท เดรสผูกเอว เสื้อครอป กางเกงทรงกระดิ่ง เสื้อผ้าที่สามารถเคลื่อนไหวได้อย่างสะดวกและเป็นอิสระ เป็นยุคเป็นแฟชั่นเสื้อผ้าสไตล์วิกตอเรียน เอ็ดเวิร์ดเดียน โรแมนติก ให้เป็นรูปแบบเสื้อผ้าปาร์ตี้แวร์ ดีไซน์เนอร์ที่สามารถสร้างสรรค์เสื้อผ้าในยุคนี้ได้ อย่างดีคือ Yves Saint Laurent, Halston, Bill Blass, Oscar de la Renta หรือเหล่าผู้หญิงเป็นผู้นำกระแสอย่าง Bianca Jagger, Grace Jones, Liza Minelli ที่ได้สร้างแบบอย่างความบันเทิงยามค่ำคือของยุคใหม่ที่ไม่ได้กำหนดไว้เพียงดนตรีหรือแวลล์อ้อม แต่รวมถึงเสื้อผ้าที่ใส่ด้วย



ภาพที่ 47 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์

ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1980s

ที่มา (ซ้าย): <https://s3.r29static.com/bin/entry/68b/426x640,80/1518347/image.jpg>

ที่มา (ขวา): <https://hips.hearstapps.com/hmg->

<prod.s3.amazonaws.com/images/gettyimages-53374845->

1580404783.jpg?crop=0.9833122095479511xw:1xh:center,top&resize=768:*&keepGifs=

1980s คติพจน์ประจำยุค 80s “อะไรที่ใหญ่กว่าย่อมดีกว่าเดิม” หมายถึง ทรงผมที่ใหญ่กว่าเดิม การเสริมไหล่ที่ใหญ่กว่าเดิม รายละเอียดการตกแต่งที่เยอะกว่าเดิม ผ้าแพรที่เงา ทุกสิ่งทุกอย่างใหญ่ขึ้น เช่น Madonna และ Puala Abdul ผู้ที่สะท้อนแฟชั่นยุค 80s นอกจากนี้การแต่งตัวทางเกย์รูป กางเกงขาสั้น (Hot Pants) ลายเสือ เสื้อเปิดไหล่ แจ็คเก็ตตัวใหญ่ เพื่อให้เหมาะสมกับงานปาร์ตี้



ภาพที่ 48 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวล์

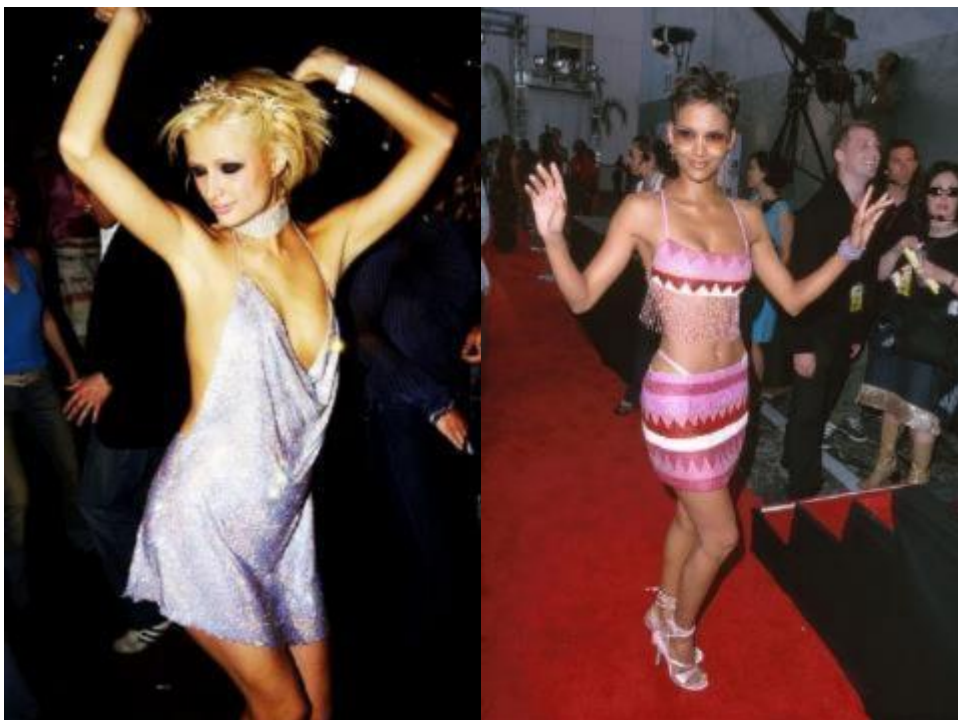
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 1990s

ที่มา (ซ้าย): <https://s2.r29static.com/bin/entry/9ea/426x640,80/1518345/image.jpg>

ที่มา (กลาง): <https://data.whicdn.com/images/109781669/original.jpg>

ที่มา (ขวา): https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/bruce-willis-and-demi-moore-at-the-the-beverly-hilton-hotel-news-photo-1580406319.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=768:*&keepGifs=1

1990s วัฒนธรรมย่อยต่าง ๆ และแตกต่างกันมากมาย การทวนคิดถึงกระบวนการเรเจอร์ ที่กลายเป็นภาพยนตร์อย่างเช่น Kids and Go ทำให้เน้นไปที่งานปาร์ตี้ที่มีดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ และการแสดงแสงที่ผสมผสานรวมกัน การแต่งกายของผู้คนก็มีส่วนสำคัญกับงาน แต่ไม่มีรูปแบบที่จำ เพราะเจาะจงมากเท่ากับที่ผ่านมา ยังคงสะท้อนตัวตนผ่านสไตล์ออกมา เช่น Gwen Stefani



ภาพที่ 49 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แควร์

ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ.1901-2000), 2000s

ที่มา (ซ้าย): <https://s3.r29static.com/bin/entry/e10/426x640,80/1518341/image.jpg>

ที่มา (ขวา): https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/halle-berry-news-photo-1609879578.?crop=1xw:1xh:center,top&resize=768:*&keepGifs=1

2000s ยุคนี้ต้องยกให้กับ Paris Hilton และ Nicole Richie กับการครองไนท์คลับทั่วโลก เป็นช่วงเวลาที่มีสาวปาร์ตี้จะถูกจับจ้องจากเหล่าปาปารัสซี่ ที่คอยถ่ายรูปและนำเสนอเสื้อผ้าหรือสไตล์การแต่งตัว เช่น เสื้อผ้าของพวกเขาเสื้อชั้นในผ้าไหมและเสื้อผ้ารัดรูปที่ใส่คู่กับกางเกงยีนส์กระโปรงทรงไม่สมมาตร พร้อมเสื้อครอป และมินิเดรสเมทัลลิกที่สั้นเกินไป คือเป็นยุคที่มีสไตล์ที่จะไม่ทิ้งความสุข

ศตวรรษที่ 21 (ค.ศ.2001-2100)

2010s ด้วยยุคสมัยที่ก้าวเข้าสู่เทคโนโลยีที่สามารถช่วยเหลือการใช้ชีวิตของผู้คนใน รอบด้าน ช่วงเวลาในชีวิตต่างถูกสามารถบันทึกเก็บไว้บนโลกโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) เช่น Instagram Snapchat Facebook และอื่น ๆ การเกิดสไตล์ที่ต่างต่างก็น้อยลง การแต่งกายในปาร์ตี้ มีความเรียบง่ายมากขึ้น งานปาร์ตี้เป็นเพียงข้ออ้างสำหรับทุกคนที่ชอบแต่งตัว การแต่งตัวแบบปาร์ตี้ แบบที่เน้นคุณค่าและความสนุกจะปรากฏอยู่ในรูปแบบของงานปาร์ตี้แบบเข้าสังคม เช่น งานพรมแดง งานสร้างสรรค์ของบริษัท เป็นต้น แต่รูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ก็จะถูกปรับเปลี่ยน วิวัฒนาการไปตามยุคสมัย



ภาพที่ 50 วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์

ศตวรรษที่ 21 (ค.ศ.2001-2100), 2010s

ที่มา (ซ้าย): <https://s1.r29static.com/bin/entry/700/426x640,80/1518344/image.jpg>

ที่มา (กลาง): https://hips.hearstapps.com/hmg-prod.s3.amazonaws.com/images/adut-akech-arrives-at-the-fashion-awards-2019-held-at-royal-news-photo-1580407493.jpg?crop=1xw:1xh:center,top&resize=768:*&keepGifs=1

ที่มา (ขวา): https://media1.popsugar-assets.com/files/thumbor/qeUtUwvSEcl_BsC-Ly9jh-VAwZk/fit-in/1024x1024/filters:format_auto-!-:strip_icc-!-/2021/10/21/779/n/1922564/d18190b65b026edf_GettyImages-1347362396/i/Zendaya-in-Rick-Owens-at-UK-Screening-Dune.jpg





จากการศึกษาที่มาและความสำคัญของเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้และการศึกษา
วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ พบว่าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้มีความสำคัญ
วิวัฒนาการไปตามบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ในแต่ละช่วงยุคสมัย แต่ในทุกยุคสมัย
เครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้ก็สามารถเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงบุคลิกภาพ สถานภาพทางสังคม ของผู้
สวมใส่ที่ขึ้นอยู่กับโอกาสและสถานที่ ดังนั้นผู้วิจัยจะทำการศึกษาและวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรี
ประเภทปาร์ตี้แวลูจากกระแสนิยมร่วมสมัยในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2022 จากตราสินค้า
เครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ไป
เป็นแนวทางการออกแบบในงานวิจัยต่อไป











ตารางที่ 16 ตารางสรุปวิเคราะห์วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
51 ปีก่อนคริสตกาล (51 B.C.)		เสื้อผ้าแสดงฐานะของผู้สวมใส่	(Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare 	ขาว (White) เหลือง (Yellow) แดง (Red) Luxury Color	ปักประดับ (Embroidery) การจับเดรปปิ้ง (Draping) เลเยอร์ (Layer) 	ผ้าลินิน ผ้าโปร่งใส
30 ปีก่อนคริสตกาล (30 B.C.)		การสวมใส่เสื้อผ้าจากเนื้อผ้าอย่างดีให้สมกับฐานะ	(Party-Casual)	H-Line	Earth tone ขาว (White)	การจับเดรปปิ้ง (Draping) 	ผ้าไหม ผ้าลินิน

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 11 (ค.ศ. 1001-1100)		ชุดจะยืดเกาะตาม สรีระร่างกาย ส่วนบนให้เข้ารูป เสื้อผ้าสามารถใส่ แล้วติดกระดุมจะ ทำให้เสี้อัศจรรย์	(Party-Party)	Fit and Flare	Vivid Color	ปักประดับ (Embroidery) เลเยอร์ (Layer) 	ผ้าไหม
ศตวรรษที่ 16 (ค.ศ. 1501-1600) ในปี 1530		การแสดงที่บ่งบอก ถึงสถานะภาพทางสังคม ชุดสไตล์ ทิวอดอร์ (Tudor-Styles)	(Party-Casual) (Party-Party)	Fit and Flare	Earth Tone Luxury Color	ปักประดับ (Embroidery) 	ผ้ากำมะหยี่ ผ้าไหม

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 16 (ค.ศ. 1501-1600) ในปี 1550		การแต่งที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม	(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare	Earth Tone Luxury Color	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs) 	ผ้ากำมะหยี่ ผ้าไหม
ศตวรรษที่ 17 (ค.ศ. 1601-1700)		การแต่งที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม	(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare	Pastel Color	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ



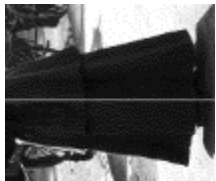
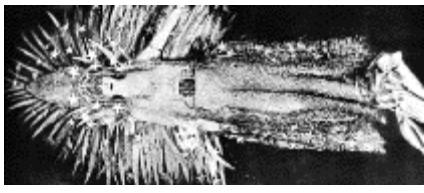

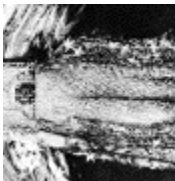
ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงสร้างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 18 (ค.ศ. 1701-1800) ในปี 1760		การแต่งที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม	(Party-Casual) (Party-Party)	Fit and Flare 	Pastel Color	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs)	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ
ศตวรรษที่ 18 (ค.ศ. 1701-1800) ในปี 1775		การแต่งที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม เกิดเป็นความนิยมจากราชวงศ์ยุโรป มาร์อ็องแต็วแอนีต (Marie Antoinette)	(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare	Pastel Color	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs) 	ผ้าไหม ผ้ากำมะหยี่ ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ


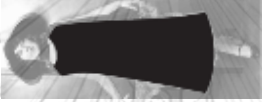
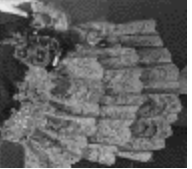



ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงสร้างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 18 (ค.ศ. 1701-1800) ในปี 1790		การแสดงที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม	(Party-Casual) (Party-Party)	Fit and Flare Empire Waists	Pastel Color Black & White	การจับเดรสบั้ง (Draping) 	ผ้าไหม ผ้าใยธรรมชาติ
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1810		เดรสแบบเอ็มไพร์ได้รับการออกแบบสำหรับเหมาะกับทุกโอกาสการสวมใส่ อย่างเช่น สุภาพสตรีหมายเลขที่ 1 โดลีย์ เมดีสัน (Dolley Madison)	(Party-Casual) (Party-Party)	Fit and Flare Empire Waists	Pastel Color	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs) การจับเดรสบั้ง (Draping) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ



ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงสร้างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1815		เดรสแบบเอมไพร์ ได้รับการออกแบบสำหรับเหมากะกับทุกโอกาสการสวมใส่	(Party-Casual)	Fit and Flare Empire Waists Cap Sleeves	Pastel Color ขาว (White)	การจับเดรสบั้ง (Draping) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1820		การแสดงที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม กระโปรงแบบเต็มตัวกลับมาอีกครั้ง แขนเสื้อปาดไหล่	(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare Empire Waists	Pastel Color ขาว (White)	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs) การจับเดรสบั้ง (Draping) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ



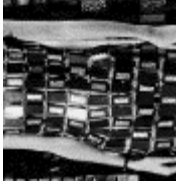

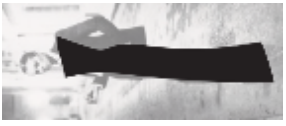
ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงสร้างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1840		การแสดงที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม	(Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare 	Pastel Color ขาว (White)	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1860		การแสดงที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม	(Party-Casual) (Party-Party)	Fit and Flare 	Vivid color	ระบาย (Ruffs) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1880		การแต่งที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม	(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare Off-the-Shoulder 	Vivid color ขาว (White) แดง (Red)	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ ผ้าขนสัตว์
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1890 ยุควิกตอเรีย		เหมาะสมกับการไปงานทางสังคมในรูปแบบต่าง	(Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare สไตล์เสื้อผ่าแขนยาวคอสูง 	Black & White	ปักประดับ (Embroidery) การจับตรบั้ง (Draping) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ




ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงสร้างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1900		โครงสร้างเสื้อผ่าแบบวิกตอเรียถูกนำมาดัดแปลงเป็นรูปแบบเสื้อออูริกซ์นิยมเน้นการปกปิด	(Party-Casual)	Fit and Flare 	Earth tone Black Navy Grey	เลเยอร์ (Layer) 	ผ้าไหม ผ้าขนสัตว์ (Wool) ผ้าใยธรรมชาติ ผ้าใยสังเคราะห์
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1910s		ยุคแห่งความมั่งคั่งเฟื่องฟู ทำให้เกิดเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่อันวิจิตรบรรจงที่ประดิษฐ์ขึ้นมาจากวัสดุหุราก็ไม่ใช่เรื่องแปลกอะไร	(Party-Party)	Free Form Loose Fit 	Vivid Color Luxury Color	ปักประดับ (Embroidery) 	ผ้าใยสังเคราะห์




ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1920s		เริ่มต้นของสิ่งคัมปารตี กระโปรงและเดรสที่สั้นและดูสนุกสนานมากขึ้น ในช่วง 1920s เพื่อให้ การสังสรรค์มีความ สะดวกสบายมากขึ้น ช่วยให้เกิดอินทรวุฒิ	(Party-Party)	I-line Loose Fit Flapper-Style 	Earth Tone Luxury Color	ปักประดับ (Embroidery) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ ผ้าใยสังเคราะห์
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1940s		เสื้อผ่าปาร์ตีแวร์ที่ เหมาะแก่การเฉลิมฉลองทุกประเภท เพื่อ สร้างความสวยงามใจ แต่สำหรับผู้ที่ได้รับ ผลกระทบจากสงคราม ชุดที่เรียบง่ายและ เข้ารูปความท่วงท่า	(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare X-line 	Black Earth Tone	การตัดต่อ (Cutting) 	ผ้าไหม ผ้าใยธรรมชาติ ผ้าใยสังเคราะห์




ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงสร้างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1950s		<p>เนื่องจากผ่านช่วงเวลาของสงครามโลกมาแล้ว ในที่สุดผู้คนก็มีความรู้สึกลับรอดภัยมากขึ้นเกี่ยวกับการใช้จ่ายของพวกเขา สไตล์ที่มีความเรียบง่าย</p>	<p>(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)</p>	<p>Fit and Flare A-line</p>	<p>Black & White Vivid Color</p>	<p>การอัดพเล็ท (Pleat)</p> 	<p>ผ้าใยสังเคราะห์</p>

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1960s		ปาร์ตี้ดูเหมือนเป็นอาชีพ และพวกเขาเรารู้ดีกว่าพวกเขาควรสวมใส่เสื้อผ้าแบบไหน พวกเธอยังติดกับทุกทาง แฟชั่นเดิม ๆ และออกติวมมากขึ้นในชุดเดรสสั้นสุดเก๋	(Party-Party)	I-line, H-line, A-line 	Vivid Color	ปักประดับ (Embroidery) 	ผ้าใยสังเคราะห์ หนังสังเคราะห์ พลาสติก
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1960s		ผู้หญิงก็ไม่กลัวที่จะแต่งตัวแบบ Androgynously เสื้อผ้าที่ดูรับแรงกดดันมาจากเสื้อผ้าผู้ชาย “Le Smoking” ดีไซน์เนอร์ Yves Saint Laurent	(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)	H-line, Y-line, X-line 	Black & White Vivid Color	การตัดต่อ (Cutting)	ผ้าใยสังเคราะห์ ผ้าไหม ผ้าขนสัตว์ (Wool)

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1970s		ยุคนี้ได้เพิ่มความสนใจในสถานบันเทิงยามค่ำคืน คือ Studio 54 ซึ่งมีเนื้อเบเลเซอร์และกางเกงขายาวแบบพอดีตัว จิมสูท เดรส ผูกเอว เสื้อครอป กางเกงทรงกระดิ่ง	(Party-Casual) (Party-Party)	Body conscious, Slim fit 	Black & White Vivid Color	การตัดต่อ (Cutting) 	ผ้าใยสังเคราะห์
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1980s		ยุค 80s “อะไรก็ใหญ่กว่าอดีตกว่าเดิม” หมายถึง ทรงผมที่ใหญ่กว่าเดิม การเสริมไหล่ที่ใหญ่กว่าเดิม รายละเอียดการตกแต่งที่เยอะกว่าเดิม	(Party-Party)	X-line, V-Line, Fit & Flare, Balloon 	Black & White Vivid Color	การตัดต่อผสมผ้า (Mix Fabric) ปักประดับ (Embroidery) 	ผ้าใยสังเคราะห์ ผ้าไหม

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1990s		การทวนคิดถึงการสวมเครื่องประดับที่กลายเป็นภาพยนตร์อย่างเช่น Kids and Go ทำให้เน้นไปที่งานปาร์ตี้ที่มีดนตรีอิเล็กทรอนิกส์และการแสดงแสงที่ผสมผสานรวมกัน	(Party-Casual) (Party-Party)	Asymmetric, Slim fit, Fit & Flare, H-line, A-line 	Vivid Color	ปักประดับ (Embroidery) 	ผ้าใยสังเคราะห์

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 2000s		ยุคนี้ต้องยกให้กับ Paris Hilton และ Nicole Richie กับ การครองใจที่คลั่งไคล้ทั่วโลก เป็นช่วงเวลา ที่สาวปาร์ตี้จะถูกจับจ้องจากเหล่าปาร์ตี้ ที่คอยถ่ายรูปและนำเสนอ เสื้อผ้าหรือสไตล์การแต่งตัว	(Party-Casual) (Party-Party)	Asymmetric, Slim fit, Fit & Flare, H-line, A-line 	Pastel Color	ปักประดับ (Embroidery) การจับเดรปปิ้ง (Draping) 	ผ้าใยสังเคราะห์

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 21 (ค.ศ. 2001-2100)		ยุคสมัยที่ก้าวเข้าสู่เทคโนโลยีที่สามารถช่วยเหลือการใช้ชีวิตของผู้คนในรอบด้าน ช่วงเวลาในชีวิตต่าง ถูกสามารถบันทึก เก็บไว้บนโลกไซเบอร์เน็ตเวิร์ค (Social Network)	(Party-Formal) (Party-Party)	Asymmetric, Free Form, Slim fit, Fit & Flare, H-line, A-line 	Vivid Color	การจับแตรบิ๊ง (Draping) 	ผ้าใยสังเคราะห์ ผ้าใยธรรมชาติ ผ้าไหม

ที่มา : ผู้วิจัย ณฐานันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 17 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์จากการวิเคราะห์
วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์

องค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการวิเคราะห์วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์	
โอกาสสวมใส่ (Occasion)	(Party-Formal) (Party-Party)
แนวคิด (Concept)	การสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเพื่อป้องกันและแสดงถึงฐานะทางสังคม ในวาระโอกาสการสวมใส่เพื่ออภินันทนาการทางสังคมเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายคือส่วนหนึ่งของการแสดงความรู้สึกนึกคิดของผู้สวมใส่ด้วยความสอดคล้องกับบริบททางสังคม เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมีการตัดเย็บและรายละเอียดตกแต่งอย่างประณีต
โครงสร้าง (Silhouette)	Fit & Flare Silhouette, X-line, H-line 
สี (Color)	Black & White, Vivid Color 
รายละเอียดตกแต่ง (Details)	ปักประดับ (Embroidery)  การจับเดรปปิ้ง (Draping) 
วัสดุ (Materials)	ผ้าไหม, ผ้าใยธรรมชาติ, ผ้าใยสังเคราะห์

ที่มา : ผู้วิจัย ธีรภัทร อยู่นุ่มบุญ

4.3. ศึกษาและวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัย ในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล

จากการศึกษาที่มาจากความสำคัญของเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้และการศึกษาวิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาและวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัยในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล โดยมีหลักเกณฑ์การคัดเลือกตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากลเพื่อศึกษาและวิเคราะห์ ดังนี้

(1) ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล ที่เลือกใช้วัสดุที่มีความมันวาว เช่น ผ้า (Fabric) หนังเทียม (PVC) ลาเท็กซ์ (Latex) หรือวัสดุอื่น ๆ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

(2) ตราสินค้าเครื่องแต่งกายที่รูปแบบสินค้าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสไตล์ มีรูปแบบโครงสร้างของเสื้อผ้าที่มีความโดดเด่น เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

(3) ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล ที่มีรูปแบบสไตล์ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Calss)

จากหลักเกณฑ์การคัดเลือกตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากลเพื่อศึกษาและวิเคราะห์ ได้จำนวน 4 ตราสินค้า ได้แก่ (1) ตราสินค้า “Saint Laurent” (2) ตราสินค้า “Versace” (3) ตราสินค้า “Valentino” (4) ตราสินค้า “Robert Wun” เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ไปเป็นแนวทางการออกแบบในงานวิจัย

1) ตราสินค้า “Saint Laurent”

SAINT LAURENT PARIS

ภาพที่ 51 Logo : Saint Laurent

ที่มา : <https://1000logos.net/wp-content/uploads/2020/03/Saint-Laurent-logo.png>

Saint Laurent ก็ตั้งขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1961 โดยดีไซเนอร์ อีฟว์ อ็องรี ดอนา มาตีเยอ-แซ็ง-เลอค็อง) Yves Henri Dona Mathieu Saint Laurent กับคนรักของเขาคือ ปีแยร์ แบร์กแซ่ (Pierre Berge) โดยเริ่มก็ต้องด้วยชื่อแบรนด์ Yves Saint Laurent โดยการมีอีฟว์เป็น ดีไซเนอร์ และปีแยร์เป็นผู้บริหาร



ภาพที่ 52 Yves Henri Dona Mathieu Saint Laurent and Pierre Berge

ที่มา : <https://www.vogue.co.th/uploads/013-yves-saint-laurent-pierre-berge-theredlist.jpg>

โดย อีฟว์ได้เริ่มการทำงานเป็นดีไซเนอร์ให้กับแบรนด์คริสเตียน ดิออร์ (Christian Dior) หลังจาก ดิออร์เสียชีวิตลง อีฟว์ได้ทำหน้าที่หัวหน้าดีไซเนอร์แต่ทำได้ไม่ดีอีฟว์ได้ถูกเกณฑ์ให้เป็นทหาร ไม่นานเขาประสบปัญหาทางจิตจึงได้ออกจากทหารเพื่อรักษาตัว แล้วจึงได้ก่อตั้งแบรนด์ Yves Saint Laurent โดยแรงบันดาลใจส่วนใหญ่ของอีฟว์ในการสร้างสรรค์เสื้อผ้ามาจากไลฟ์สไตล์ของผู้หญิง สถานการณ์ปัจจุบันของบ้านเมือง และวัฒนธรรมที่แตกต่าง โดยอีฟว์ได้สร้างผลงานไว้มากมาย ผลงานที่เป็นที่จดจำและเป็นที่ยุติถึงในวงการแฟชั่นคือชุด “Le smoking” ในปี ค.ศ. 1966 โดยการนำเอารายละเอียดของเสื้อผ้าผู้ชาย ชุดทักซิโด (Tuxedo) ของผู้ชายมาสร้างสรรค์ในเข้ากับรูปร่างของผู้หญิงที่สะท้อนสไตล์แบบ Androgyny ได้รับความสนใจจากผู้คนจำนวนมาก



ภาพที่ 53 Le Smoking

ที่มา : http://blaastyle.com/wp-content/uploads/2013/04/helmut_newton_1_zps1bd6c3f8-1.jpg

“Fashion fade, Style is Eternal” คำพูดของอีฟว์ หมายถึง แฟชั่นเป็นเพียงกระแสนิยมที่ผ่านมาแล้วก็ผ่านไป แต่สไตล์คือสิ่งที่จะคงอยู่ตลอดไป จากคำพูดของอีฟว์เห็นได้จากรูปแบบเสื้อผ้าของ Saint Laurent ที่สะท้อนความเป็นเฟมินิ (Feminine) ที่ถูกผสมผสานกับความเป็นผู้ชาย ให้ออกมาในรูปแบบสไตล์ของ Androgyny อันทรงเสน่ห์และน่าค้นหา ผสมผสานกับแรงบันดาลใจในรอบตัวในช่วงยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป

ปัจจุบันตราสินค้า Saint Laurent มี แอนโทนี วัคคาเรลโล (Anthony Vaccarello) ดำรงตำแหน่งดีไซเนอร์ของตราสินค้า ในปี 2016 จนถึงปัจจุบัน วัคคาเรลโล ได้นำเอากลิ่นอาย โครงเสื้อผ้าจากตอนเริ่มต้นของตราสินค้ามาออกแบบสร้างสรรค์ให้ร่วมสมัย และมีความน่าสนใจ แต่ยังคงสไตล์อันเป็นเอกลักษณ์ของ Yves Saint Laurent แบบดั้งเดิมไว้



ภาพที่ 54 Anthony Vaccarello

ที่มา : https://hips.hearstapps.com/hbz.h-cdn.co/assets/16/14/2560x3199/gallery-1459777959-hbzanthony-vaccarello-embed-03.jpg?resize=480:*


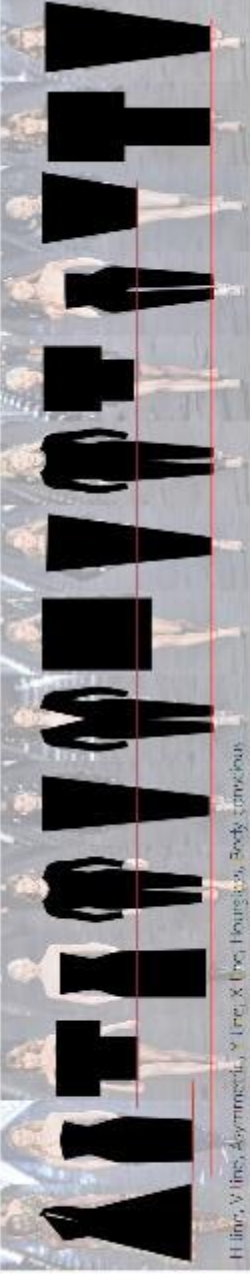



จากการศึกษาตราสินค้า Saint Laurent ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การออกแบบเสื้อผ้าของตราสินค้าจากคอลเลคชั่น ฤดูร้อนในปี 2020 ถึง ฤดูร้อนในปี 2022 ได้ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 18 ตารางการวิเคราะห์ราคาสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Saint Laurent : Spring/Summer 2020” (1)

Collection	Saint Laurent : Spring/Summer 2020									
Concept	แรงบันดาลใจการกลุ่มฮิปปี้ (Hippie) 1976 ที่เกิดจากความหวาดกลัวทรราชสได้ของ Saint Laurent โดยที่เซโนอร์ แอนโทนี วัคคาร์เรโล (Anthony Vaccarello)									
Look										
Silhouette										
Color	<p>H-line, V-line, Asymmetric, X-line, Hourglass</p> <p>Earth Tone, Black & White</p>									
Detail	<p>Play with button Shoulder Patch Belt Embroidery Gathering Layers Draping</p>									
Material	<p>Polyester Velvet Jacquard Chiffon Jeans Leather</p>									

ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษารูปแบบ อยู่ชุมชนบุญ

ตารางที่ 19 ตารางการวิเคราะห์ร้านค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Saint Laurent : Spring/Summer 2020” (2)

Collection	
Concept	<p>Saint Laurent : Spring/Summer 2020</p> <p>แรงบันดาลใจจากยุค 1970s (Hippies) 1976 ที่คู่รักชายหนุ่มชาวฝรั่งเศส Saint Laurent โดยตัวเองที่เล่นโซลโซ่ (Anthony Vaccarello)</p>
Look	
Silhouette	 <p>Line, Y line, Asymmetry, Y Line, X Line, Hourglass, Body camouflage</p>
Color	 <p>Black</p>
Detail	 <p>Draping, Gathering, Cutting, Belt, Bow Tie, Sequin, Shoulder Patch, Velvet, Collar</p>
Material	 <p>Jacquard, Velvet, Sequin</p>

ที่มา : ผู้วิจัย ณฐานันท์ อยู่สมบูรณ์

ตารางที่ 20 ตารางการวิเคราะห์ราคาสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้เฮอเอนต์ระดับสากล “Saint Laurent : Fall/Winter 2020” (1)

Collection	Saint Laurent : Fall/Winter 2020	
Concept	แรงบันดาลใจโครงสร้าง Yves Saint Laurent ช่วงปลาย 70s ต่อ 80s ยึดเอาโครงสร้างแบบดั้งเดิมเปลี่ยนแบบได้สุดที่นำมาใช้ให้ดูร่วมสมัย	
Look		
Silhouette		
Color	<p>H-line, V-line, Asymmetric, X-line, Hourglass</p> <p>Vivid Color, Black & White</p>	
Detail		
Material		


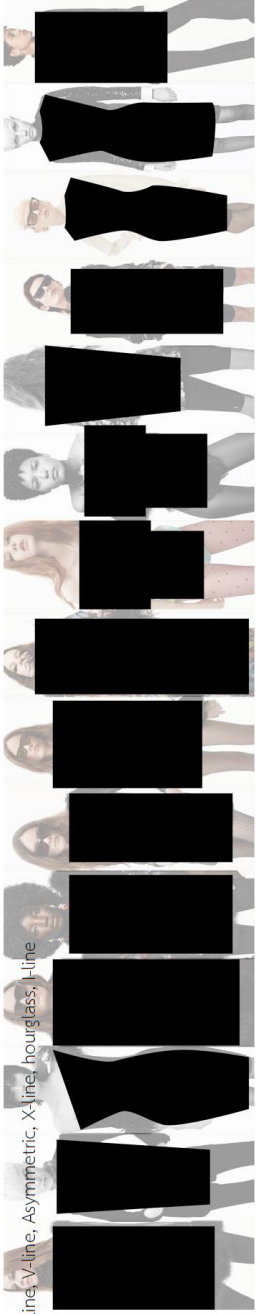







ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษานำที่ อยู่ขงมปัญญา

ตารางที่ 21 ตารางการวิเคราะห์ราคาสินค้านำเข้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Saint Laurent : Fall/Winter 2020” (2)

Collection		Saint Laurent : Fall/Winter 2020									
Inspiration	แรงบันดาลใจโครงสร้างแบบดั้งเดิมเปลี่ยนแบบสุดที่นำมาใช้ให้ร่วมสมัย										
Look											
Silhouette											
Color	<p>Asymmetric, V-line, X-line, Hourglass</p> <p>Vivid Color, Black & White</p>										
Detail	<p>Belt Details Cutting & Ruffles Fur Fur Bow tie Draping</p>										
Material	<p>Latex Jacquard Net Twill Lace Fur</p>										

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันทน์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 22 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Saint Laurent : Spring/Summer 2021” (1)

Saint Laurent : Spring/Summer 2021	
Collection	Saint Laurent : Spring/Summer 2021
Concept	แรงบันดาลใจจากการปรับรูปแบบเสื้อผ้าให้สวมใส่สบายมากขึ้นโดยนำเอาสไตล์เสื้อผ้าของยุค 60s กับ 90s มาทำให้เป็นร่วมสมัยมากขึ้น
Look	
Silhouette	H-line, V-line, Asymmetric, X-line, hourglass, I-line 
Color	Vivid Color, Black & White 
Detail	Cutting Fur  Gathering  Play with Button 
Material	Fur  Twill  Chiffon  Lace Leather Sequin Jacquard

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 23 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Saint Laurent : Spring/Summer 2021” (2)

Collection	Saint Laurent : Spring/Summer 2021									
Concept	แรงบันดาลใจจากการปรับรูปแบบเสื้อผ้าให้สวมใส่สบายมากขึ้นโดยนำเอาสไตล์เสื้อผ้าของยุค 60s ถึง 90s มาทำใช้ประสมผสานมากขึ้น									
Look										
Silhouette	<p>H-line, Y-line, Asymmetric, X-line, Hourglass, A-line, I-line</p>									
Color	<p>Black & White</p>									
Detail	<p>Play with button, Belt, Draping, Cutting Fur</p>									
Material	<p>Tailor, Jacquard, Velvet, Lace, Chiffon</p>									

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 24 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้เฮนเตอร์ะดับสากล “Saint Laurent : Fall/Winter 2021” (1)

Collection	Saint Laurent : Full/Winter 2021										
Concept	แรงบันดาลใจจากการหยิบเอาโครงสร้างเสื้อแบบยุค 60s มาใช้ในการออกแบบ แต่ใช้โทนสีแบบยุค 80s เป็นจุดแห่งความสนุกสนานปาร์ตี้ นำมาผสมผสานเข้าด้วยกัน										
Look											
Silhouette	H-line, V-line, ASymmetric, X-line, Hourglass, A-line										
Color	Vivid Color, Black & White										
Detail											
Material											

ที่มา : ผู้วิจัย ณฐานันท์ อยู่ขมบุญ

ตารางที่ 25 ตารางการวิเคราะห์ราคาสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Saint Laurent : Fall/Winter 2021” (2)

Collection		Saint Laurent : Autumn/Winter 2021																		
Concept		แรงบันดาลใจจากทิวเขาโครังส์เมื่อแบบยุค 60s มาใช้ในการออกแบบ แต่ใช้โทนสีแบบยุค 80s เป็นจุดแห่งความสนุกสนานปาร์ตี้ นำมาผสมผสานเข้าด้วยกัน																		
Look																				
Silhouette																				
Color																				
Detail																				
Material																				

ที่มา : ผู้วิจัย ฐานันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 26 ตารางการวิเคราะห์ราคาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Saint Laurent : Spring/Summer 2022” (1)

Collection		Saint Laurent : Spring/Summer 2022	
Concept	แรงบันดาลใจจากศิลปะของ Paloma Picasso พูถึงสาวไม่ยอมแพ้ของสเก๊าท์ไลน์ชอบ มีความสุขอยู่ในแต่ละสัปดาห์ โดยเน้นโครงสร้างเสื้อผ้าสไตล์ของ Paloma มาใช้ในการออกแบบโดยอิงในแต่ละชุดสมัย		
Look			
Silhouette	 <p>H-line, V-line, Asymmetric, X-line, Hourglass</p>		
Color	 <p>Vivid Color, Black & White</p>		
Detail	 <p>Shoulder Patch Cutting Draping Color Block</p>		
Material	 <p>Polyester Velvet Poly-Spandex Tailor Leather Twill</p>		

ที่มา : ผู้วิจัย ฐานันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 27 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Saint Laurent : Spring/Summer 2022” (2)

Saint Laurent : Spring/Summer 2022	
Collection	Saint Laurent : Spring/Summer 2022
Concept	แรงบันดาลใจจากศิลปะของ Paloma Picasso พูถึงสาวในชุดของศิลปินที่ชอบ มีความสุขอยู่ในแต่ละวัน โทนสีโครงสร้างสีจากศิลปะของ Paloma มาใช้ในการออกแบบโดยอิงในแต่ละชุดสมัย
Look	
Silhouette	<p>H-line, V-line, Asymmetric, X-line, Hourglass, Body conscious, A-line</p>
Color	<p>Vivid Color, Black & White</p>
Detail	<p>Shoulder Patch</p> <p>Cutting</p> <p>Draping</p> <p>Gathering</p>
Material	<p>Polyester</p> <p>Twill</p> <p>Crepe Satin</p> <p>Velvet</p> <p>Taffeta</p>

ที่มา : ผู้วิจัย ฐานันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 28 ตารางสรุปการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล
“Saint Laurent”

ตราสินค้า	Saint Laurent			
Concept	Silhouette	Color	Details	Material
การออกแบบเสื้อผ้า โดยใช้แรงบันดาลใจจาก รอบตัว ผสมผสานกับยุค และสมัยของเสื้อผ้าที่มี ความแตกต่าง การใช้ โครงสร้างเดิม นำมา ตีความใหม่หรือผสมผสาน กับเสื้อผ้าต่างยุคกัน แต่ ยังคงเน้นรูปแบบสไตล์ ของตราสินค้าไว้ เหมือนเดิม	<ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างแบบ เน้นช่วงไหล่ (V- line) - โครงสร้างแบบ เน้นรูปร่าง (X-line) - โครงสร้างแบบ เน้นเข้ารูป (Body Conscious) - โครงสร้างที่ไม่ เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) 	<ul style="list-style-type: none"> - Vivid color - Black 	<ul style="list-style-type: none"> - Cutting - Draping - Bow Tie - Shoulder Patching - Mix Fabric 	<ul style="list-style-type: none"> - Polyester -Chiffon - Satin - PVC - Leather - Latex

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

2) ตราสินค้า “Versace”

Versace ก็ตั้งขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1978 ณ กรุงมิลาน ประเทศอิตาลี โดย จานนี เวอร์ซาเช่ (Gianni Versace) โดยเป็นธุรกิจของครอบครัว จานนีได้ดำรงตำแหน่ง Creative Director พี่ชาย ซานโต เวอร์ซาเช่ (Santo Versace) เป็นผู้บริหาร และมีน้องสาว ดอนนาเทลลา เวอร์ซาเช่ (Donatella Versace) รับผิดชอบด้านออกแบบฝ่ายศิลป์ Branding และ Marketing



ที่มา : <https://1000logos.net/wp-content/uploads/2017/06/Versace-logo.png>

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตราสินค้า Versace ได้รับแรงบันดาลใจมาจากหัวของ เมดูซ่า (Medusa) และอิทธิพลของเทพนิยายจากกรีก ที่สะท้อนให้เห็นถึง ความงาม ทรงพลัง และอำนาจ จานนี ต้องการจะสื่อว่า “เมื่อใครเห็นเธอแล้ว จะต้องหลงรัก และไม่มีวันทอดทิ้งเธอไป” ซึ่งเป็นสิ่งที่จานนี ต้องการให้ผู้คนที่รู้สึกกับเสื้อผ้าของเขา แต่สังเกตเมดูซ่าในตราสินค้ายังคงมีความอ่อนโยน ไม่ได้รู้สึกถึงความเกรี้ยวกราดแต่อย่างใด



ภาพที่ 56 จานนี เวอร์ซาเซ่ (Gianni Versace)

ที่มา : <https://style.katexoxo.com/wp-content/uploads/2020/02/Pasted-into-ประวัติ%E2%80%8Bแบรนด์%E2%80%8B-Versace-ราชวงศ์แห่งวงการแฟชั่น-5.png>

เริ่มต้น Versace โดย จานนี เวอร์ซาเซ่ (Gianni Versace) เป็นผู้ก่อตั้ง จานนีได้ตัดสินใจก้าวเดินทางในเส้นทางของสายแฟชั่นที่ตนเองรัก เขามักจะชอบเดินทางไปทำงานกับคุณแม่ที่ห้องเสื้ออีกด้วย ซึ่งจานนีจะชอบออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้าให้น้องสาวอยู่เสมอ ๆ โดยที่คุณแม่ของเขาเป็นผู้สนับสนุนอย่างเต็มกำลัง จนเมื่อเขาอายุ 26 ปี ได้ย้ายไปทำงานที่มิลาน ได้ทำงานเป็นดีไซน์เนอร์สมัครเล่นให้กับหลาย ๆ แบรนด์ เพื่อแสวงหาความรู้และประสบการณ์ก่อนจะตัดสินใจสร้างแบรนด์ของตนเอง



ภาพที่ 57 Versace โดย จานนี เวอร์ซาเซ่ (Gianni Versace) 1983

ที่มา : <https://style.katexoxo.com/wp-content/uploads/2020/02/Pasted-into-ประวัติ%E2%80%8Bแบรนด์%E2%80%8B-Versace-ราชวงศ์แห่งวงการแฟชั่น-1.png>

Versace ต้องการนำเสนอเสื้อผ้าผู้หญิงที่เมื่อใครก็ตามสวมใส่เสื้อผ้าของแบรนด์แล้ว จะทำให้มีความรู้สึกปลดปล่อยเป็นตัวเอง งานนี้จึงได้ออกแบบเสื้อผ้าออกมาที่รูปแบบรูปทรงที่เซ็กซี่ หย่ายวน เพื่อสื่อถึงการเล่นกับความรู้สึกของผู้อื่น และยังมีสื่ออีกนัยหนึ่งอีกว่า “ไม่แคร์คนรอบข้างที่มองว่าชุดที่ใส่จะเป็นอย่างไร เพราะฉันแคร์เฉพาะตัวเองที่สวมใส่เท่านั้น”



ภาพที่ 58 Gianni Versace Donna

ที่มา : <https://style.katexoxo.com/wp-content/uploads/2020/02/Pasted-into-ประวัติ% E2%80%8Bแบรนด์% E2%80%8B-Versace-ราชวงศ์แห่งวงการแฟชั่น-3.png>

สำหรับคอลเลคชั่นของ Versace ที่เปิดตัวมีชื่อว่า Gianni Versace Donna เป็นการเผยแพร่เสื้อผ้าของ Versace โดยเฉพาะ ซึ่งตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี ของ Versace ส่วนใหญ่นั้นที่ความสุดโต่งในลายพิมพ์ผ้า ศิลปะสไตล์บาโรก หรือสื่อถึงความขัดแย้ง ความหรูหรา ความเฟื่องฟู และทุก ๆ สีน้าของ Versace ที่ออกแบบมากจะเปรียบเสมือนการเล่าเรื่องชีวิตไปในตัว สร้างความโอ้อ่าหรูหราให้แก่ผู้ใส่ ที่เวลาใครใส่แล้วจะดูมีพลังราวกับสวมเสื้อเกาะ



ภาพที่ 59 Donatella Versace


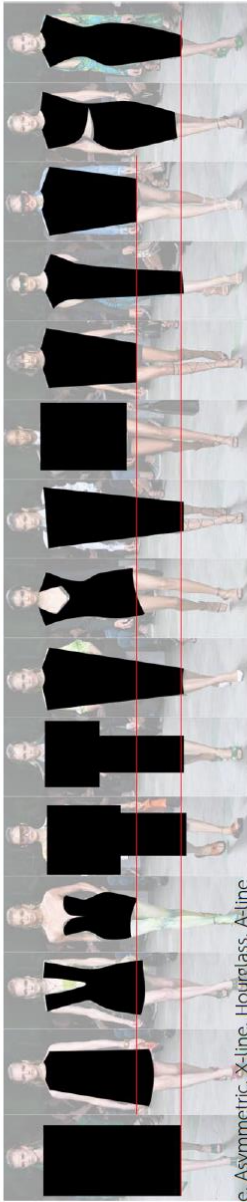



ที่มา : https://hips.hearstapps.com/hbz.h-cdn.co/assets/cm/14/52/54985093e4ec2_-_hbz-versace-my-list-0512-2-hnx8dh-lgn.jpg?fill=320:408&resize=480.*

ปัจจุบัน Donatella Versace ได้ดำรงตำแหน่ง Creative Director ของแบรนด์ การออกแบบและดูแลของตอณาเทลลา ยังคงสไตล์ดั้งเดิมของ Versace ความหรูหรา โอ้อวด เต็มไปด้วยพลัง การนำเสนอรูปแบบเสื้อผ้าที่ให้ความรู้เ้ายวนน่าค้น ทรงเสน่ห์ ด้วยลายพิมพ์และรูปแบบของเสื้อผ้าที่ต้องถูกปรับเปลี่ยนไปให้ร่วมสมัย ทันกับกระแสนิยมในปัจจุบัน

CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากการศึกษาตราสินค้า Versace ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การออกแบบเสื้อผ้าของตราสินค้าจากคอลเลคชั่น ฤดูร้อนในปี 2020 ถึง ฤดูร้อนในปี 2022 ได้ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 29 ตารางการวิเคราะห์ราคาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Versace : Spring/Summer 2020” (1)

Collection		Versace : Spring/Summer 2020	
Concept		แรงบันดาลใจจากการนำเอาลายผ้าที่ปักไม้ ไม้ไผ่ และดอกไม้ ในช่วงยุค 90s ที่เป็นเงินเฟ้อ โดเปซ เคยสวมใส่ในงานประกาศรางวัล แมกมี มาทำใหม่ให้ร่วมสมัยมากขึ้น	
Look			
Silhouette			
Color	<p>H-line, V-line, Asymmetric, X-line, Hourglass, A-line</p> <p>Vivid Color, Black, Natural color</p> 		
Detail	 <p>Embroidery Cutting Draping</p> <p>Tailor details Shoulder Patching</p>		
Materials	 <p>Polyester Jean Crepe Leather (PVC) Polyester Satin Poly-Spandex</p>		


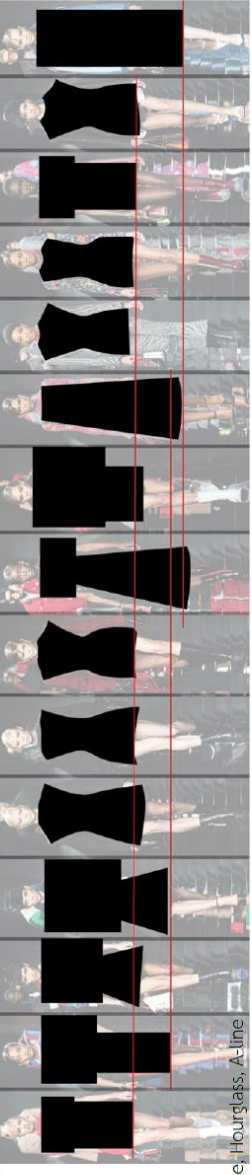



ที่มา : ผู้วิจัย ฐานันท์ อยู่ขมบุญ

ตารางที่ 30 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Versace : Spring/Summer 2020” (2)

Collection	Versace : Spring/Summer 2020	
Concept	แรงบันดาลใจจากการนำเอาลายผ้าที่ป่าไม่ ใบไม้ และดอกไม้ ในช่วงยุค 90s ที่เป็นที่นิยมเพื่อ โดเนลดา คอสตาในงานประกาศรางวัล แกร์มี มาทำให้ร่วมสมัยมากขึ้น	
Look		
Silhouette	 <p>H-line, V-line, Asymmetric, X-line, Hourglass, A-line, Peg-top</p>	
Color	 <p>Vivid Color, Black, Natural color</p>	
Detail	 <p>Embroidery Play with Button Draping Cutting Shoulder Patching</p>	
Material	 <p>Polyester Crepe Satin PVC Polyester PVC Chiffon</p>	


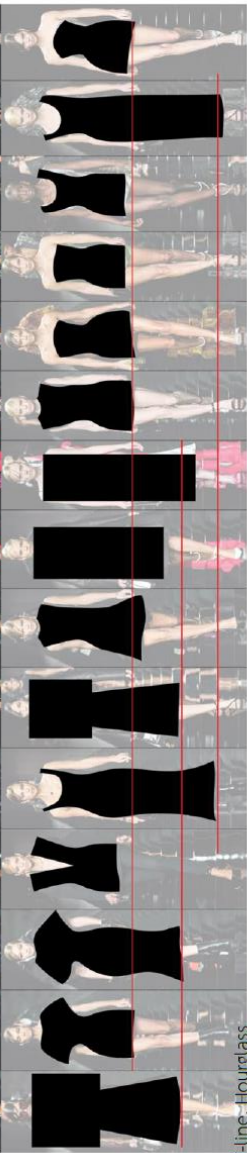
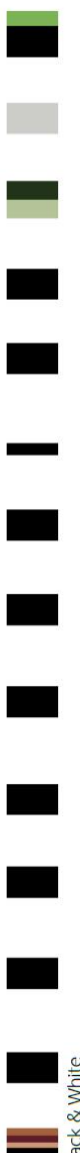


ที่มา : ผู้วิจัย ฐานันท์ อยู่ชมนบุญ

ตารางที่ 31 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Versace : Fall/Winter 2020” (1)

Versace : Fall/Winter 2020	
Collection	
Concept	แรงบันดาลใจจาก “Hyper-Feminine” การทำเสื้อผ้าที่การเสริมและโปกเสริมให้ดู และการรีเอาเว ซึ่ง Donatella มองว่าเป็นความเป็นความลับในสิ่งที่เธอเลือกที่จะมีให้ดูของเสื้อผ้าผู้หญิง
Look	
Silhouette	
Color	H-line, X-line, Hourglass, A-line Vivid Color, Black 
Detail	 Digital Prints Shoulder Patching Zipper Color Block Cutting
Material	 Polyester Flat Knit Leather Nylon Twill Jean


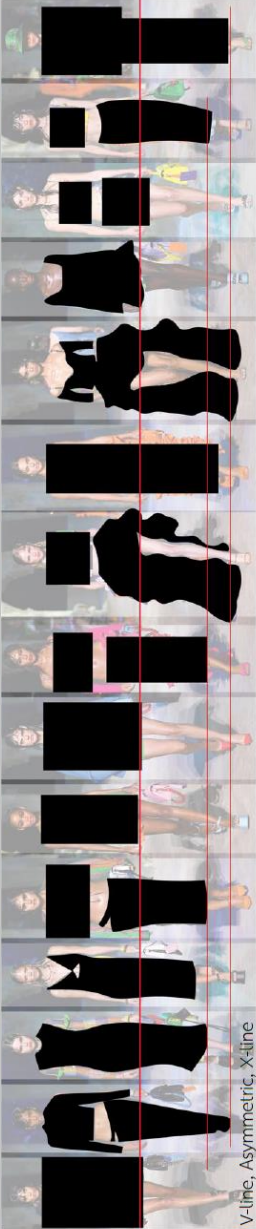



ที่มา : ผู้วิจัย ฐานันท์ อยู่ขมบุญ

ตารางที่ 32 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Versace : Fall/Winter 2020” (2)

Versace : Fall/Winter 2020	
Collection	Versace : Fall/Winter 2020
Concept	แรงบันดาลใจจาก “Hyper-Feminine” การทำเสื้อผ้าที่การเสริมสเปกสตรีโหด และการรีดเอว ซึ่ง Donatella มองว่าเป็นความลึกลับทางเพศที่เสื้อผ้าผู้หญิงจะมีดีเทลของเสื้อผ้าผู้ชาย
Look	
Silhouette	 H-line, V-line, X-line, Hourglass
Color	 Earth Tone, Black & White
Detail	 Color Block Cutting Mix color Embroidery
Material	 Leather Crepe-Satin Sequin Polyester

ที่มา : ผู้วิจัย ค้นคว้าในชั้นที่ อยู่ชั้นปริญญา

ตารางที่ 33 ตารางการวิเคราะห์ราคาค่าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Versace : Spring/Summer 2021” (1)

Collection	Versace : Spring/Summer 2021	
Concept	แรงบันดาลใจที่การกักตัวอยู่บ้านเหมือนการงมบ้า Donatella จึงได้หยิบเอาความมาได้ทั้งทะเล มาเป็นต้นให้ตราลายและเย็บตกแต่งเสื้อผ้าและโทนมัลติโคโลร์แบบดูรอน	
Look		
Silhouette		
Color		
Detail		
Material		

ที่มา : ผู้วิจัย ณฐานนท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 34 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Versace : Spring/Summer 2021” (2)

Collection	Versace : Spring/Summer 2021			
Concept	แรงบันดาลใจที่การกักตัวอยู่บ้านเหมือนการกรมนำ Donatella จึงได้หยิบเอาความคาดไม่ถึงของทะเล มาเป็นดีเทลรายละเอียดการตกแต่งเสื้อผ้าและโทนสีที่สดใ้แบบดูดีร่อน			
Look				
Silhouette	 <p>Asymmetric, X-line, Hourglass, Balloon, Ballerina, A-line</p>			
Color	 <p>Vivid Color</p>			
Detail	 <p>Cutting Shoulder Patching Ruffle Cut out Embroidery</p>			
Material	 <p>Polyester Crepe Satin</p>			

ที่มา : ผู้วิจัย ฐานันท์ อยู่ขมบุญ

ตารางที่ 35 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Versace : Fall/Winter 2021” (1)

Versace : Fall/Winter 2021	
Collection	Versace : Fall/Winter 2021
Concept	แรงบันดาลใจที่จะสร้างสรรค์ด้วยแบบ Monogram ที่มีแรงบันดาลใจจากช่วงยุค 1970 การสร้างภาพจำของ La Greca ให้ติดตาในรูปแบบของ Versace
Look	
Silhouette	
Color	<p>H-line, V-line, X-line, Balloon, A-line</p> <p>Earth Tone</p> 
Detail	 <p>Tailor</p> <p>Cutting</p> <p>Piping</p> <p>Print on Fur</p>
Material	 <p>Polyester</p> <p>Flat knit</p> <p>Jacquard</p> <p>Fur</p> <p>Leather & PVC</p>


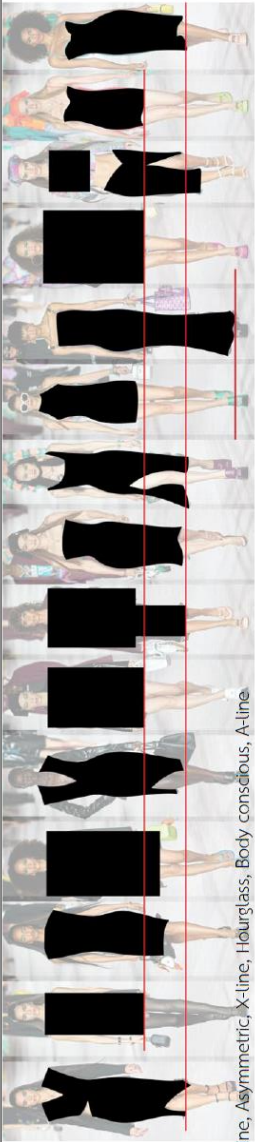



ที่มา : ผู้วิจัย ณฐานันท์ อยู่ขมบุญ

ตารางที่ 36 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล “Versace : Fall/Winter 2021” (2)

Versace : Fall/Winter 2021	
Collection	
Concept	แรงบันดาลใจที่จะสร้างสรรค์ด้วยแบบ Monogram ที่มีแรงบันดาลใจจากช่วงยุค 1970 การสร้างภาพจำของสาย La Greca ให้ติดตาในรูปแบบของ Versace
Look	
Silhouette	
Color	<p>H-line, V-line, X-line, Hourglass, A-line</p> <p>Vivid Color, Earth tone</p>
Detail	<p>Cutting Tailor Draping Belt Embroidery</p>
Materials	<p>Crepe PVC Jacquard Leather (PVC) Chiffon</p>


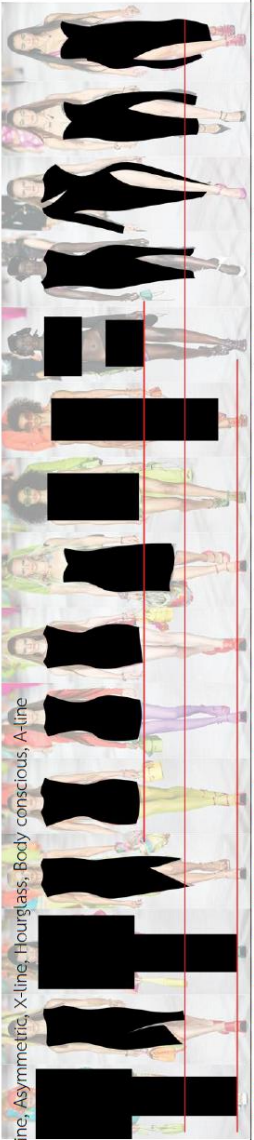



ที่มา : ผู้วิจัย ฐานันท์ อยู่ขมบุญ

ตารางที่ 37 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Versace : Spring/Summer 2022” (1)

Collection	Versace : Spring/Summer 2022	
Concept	แรงบันดาลใจช่วงต้นยุค 2000 การนำเอาเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายทำให้ร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น โดยอิงกับกลุ่มลูกค้าปัจจุบันทางโลกเซ็กซี่แต่มี เน้นความเป็นเฟมินี (Feminine)	
Look		
Silhouette	 <p>H-line, V-line, Asymmetric, X-line, Hourglass, Body conscious, A-line</p>	
Color	 <p>Vivid Color, Black</p>	
Detail	 <p>Pin Details Cut out Tailor Draping Mix Fabric</p>	
Material	 <p>Leather (PVC) Satin LATEX</p>	

ที่มา : ผู้วิจัย ใ้ฐานันท์ อยู่ชงมบุญญ

ตารางที่ 38 ตารางการวิเคราะห์ราคาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Versace : Spring/Summer 2022” (2)

Collection	Versace : Spring/Summer 2022	
Concept	แรงบันดาลใจช่วงต้นยุค 2000 การนำเอาเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายทำให้รวมสมัยมากยิ่งขึ้น ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าปัจจุบันทางโลกเซ็กซี่มีเดีย เน้นความเป็นเฟมินี (Feminine)	
Look		
Silhouette		
Color	 <p>Vivid Color, Black</p>	
Detail	 <p>Pin Details Cut out</p> <p>Shoulder patching</p> <p>Draping</p>	
Material	 <p>LATEX</p> <p>Polyester</p> <p>Satin</p> <p>Crepe Satin</p> <p>Leather</p> <p>PVC</p> <p>Chiffon Glitter</p>	

ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษารูปแบบที่ อยู่ชุมชน

ตารางที่ 39 ตารางสรุปการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล
“Versace”

ตราสินค้า	Versace			
Concept	Silhouette	Color	Details	Material
การออกแบบเสื้อผ้า ที่เน้นความรู้สึกของผู้สวม ใส่เป็นหลัก ที่ต้องการ ความสวย โดดเด่น หรูหรา เข้ายวน เป็นที่ น่าสนใจจากผู้พบเห็น เสื้อผ้าที่ถูกปรับเปลี่ยนไป ตามยุคสมัย แต่ยังคง รูปแบบและสไตล์ที่เป็น เอกลักษณ์ การใช้แรง บันดาลใจจากความรู้สึก หรือสิ่งรอบตัว	- โครงสร้างแบบ เน้นรูปร่าง (X-line) - โครงสร้างแบบ เน้นช่วงเอว (H- line) - โครงสร้างที่ไม่ เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric)	- Vivid color - Black	- Cutting - Draping - Embroidery - Mix Fabric	- Polyester - PVC - Leather - Crepe Satin

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

3) ตราสินค้า “Valentino”



ภาพที่ 60 Logo : Valentino

ที่มา : <https://images.milledcdn.com/2021-04-02/617bf88gMPbNBiHP/Jo3fOtlvXqA0.png>

ตราสินค้า Valentino ก่อตั้งโดย วาเลนติโน่ การาวานี (Valentino Garavani) เป็นดีไซเนอร์ชาวอิตาลี จุดเริ่มต้นการเป็นดีไซเนอร์ของเขาเริ่มจากความสนใจหลงใหล ในภาพยนตร์ Ziegfeld Girl ซึ่งขณะนั้นเขาอายุเพียง 9 ขวบ เขาได้ฝึกการออกแบบภายใต้การดูแลของ Rosa และนักออกแบบท้องถิ่น Ernestina Salvadio ป้าของศิลปินดัง Aldo Giorgini

วาเลนติโน่ในวัย 17 ปี ได้ออกแบบผลงานชิ้นแรกเป็นผลงานที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ International Woolmark หลังจากนั้นเขาก็ได้เริ่มอาชีพดีไซเนอร์เสื้อผ้าระดับ Haute Couture jean Dresses (การตัดเย็บเสื้อผ้าชั้นสูง) ที่ประเทศฝรั่งเศส ตัวเขาเองเคยได้ร่วมทำงานกับแบรนด์แฟชั่นอย่าง Guy Laroche อีกด้วย

Valentino ก่อตั้งขึ้นเมื่อวานเลนติโน่ กลับมาเปิด กูตูร์ เฮ้าท์ (Couture houses) เล็ก ๆ ที่บ้านเกิดในกรุงโรม ประเทศอิตาลี ในปี 1959 และใช้เวลาไม่นานเขาก็ได้เปิดชุด The Valentino Red Dress ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจมาจากในตอนที่เขาไปเจอ “หญิงสาวในชุดกำมะหยี่สีแดง” ที่โรงละครเมืองบาร์เซโลน่า ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้วาเลนติโน่ เลือกใช้สีแดงเป็นสีของแบรนด์ Valentino



ภาพที่ 61 วาเลนติโน่ การาวานี (Valentino Garavani)

ที่มา : <https://style.katexoxo.com/wp-content/uploads/2020/01/Pasted-into-ประวัติแบรนด์-Valentino-ห้องเสื้อชั้นสูงจากอิตาลี.png>

“ความสง่างาม คือ ความสมดุลระหว่างสัดส่วนของอารมณ์และความประหลาดใจ” ความสง่างามจากแบบฉบับของ Valentino ก็คือการออกแบบที่สง่างามและหรูหรา ยกย่องที่ใครจะลอกเลียนแบบ Valentino จึงเป็นแบรนด์ในฝันของหญิงสาวหลายๆ คน ซึ่งน้อยคนนักที่จะทราบ ประวัติแบรนด์ Valentino เราจะพาไปรู้จักจุดริเริ่มและแรงบันดาลใจในการสร้างแบรนด์ จนโด่งดังกลายเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก Valentino กับเฉดสีแดงที่เป็นเอกลักษณ์



ภาพที่ 62 Valentino Red Dress

ที่มา : <https://style.katexoxo.com/wp-content/uploads/2020/01/Pasted-into-เผยแพร่ประวัติ%20%80%8Bแบรนด์%20%80%8B-Valentino-จากตีไซเนอส์ชื่อดังของ-Italy.png>

ปัจจุบัน Valentino มี Pierpaolo Piccioli เป็น Creative Director ดูแล และสร้างสรรค์เสื้อผ้าให้กับ Valentino ที่ยังคงรูปแบบอันเป็นเอกลักษณ์ของ Valentino ไว้ ทำให้ผู้สวมใส่มีความโดดเด่น สง่างาม หรุษรา และมีรูปแบบโครงสร้างที่แตกต่างจากรูปแบบเสื้อผ้าเดิม ๆ




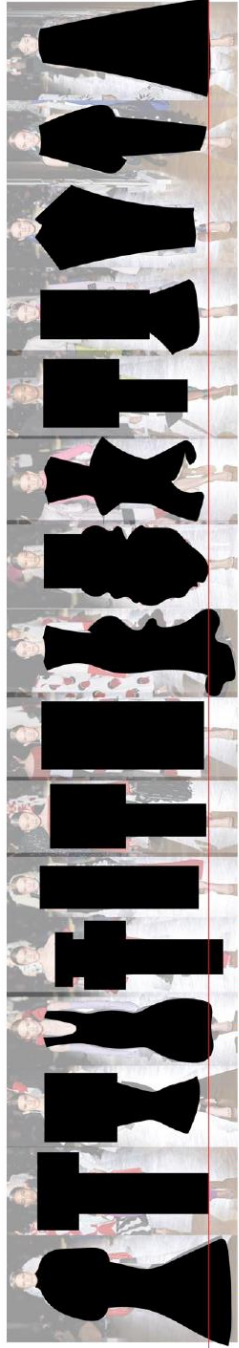



ภาพที่ 63 Pierpaolo Piccioli

ที่มา : https://images.businessoffashion.com/profiles/asset/1546812694641751/pierpaolo-piccioli_courtesy-1546812853022538.jpg?auto=format%2Ccompress&crop=top&fit=crop&h=576&w=1024

จากการศึกษาตราสินค้า Valentino ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การ ออกแบบเสื้อผ้าของตราสินค้าจากคอลเลคชั่น ฤดูร้อนในปี 2020 ถึง ฤดูหนาวในปี 2021 ได้ข้อมูล ดังต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 40 ตารางการวิเคราะห์ราคาเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Valentino : Spring/Summer 2020 Couture” (1)

Collection	Valentino : Spring/Summer 2020 Couture	
Concept	แรงบันดาลใจคือการหยิบเอาโครงสร้างที่หลากหลายมาทำโดยไม่เน้นการเล่าเรื่อง การเล่นกับโครงสร้างที่หลากหลายและดูดี	
Look		
Silhouette		
Color	<p>H-line, V-line, Asymmetric, X-line, Hourglass, Balloon, A-line</p>  <p>Vivid Color, Pastel Tone</p>	
Detail	 <p>Bow Details Draping Embroidery Ruffle Tailor Gathering</p>	
Material	 <p>Chiffon Satin Crepe Satin Taffeta</p>	


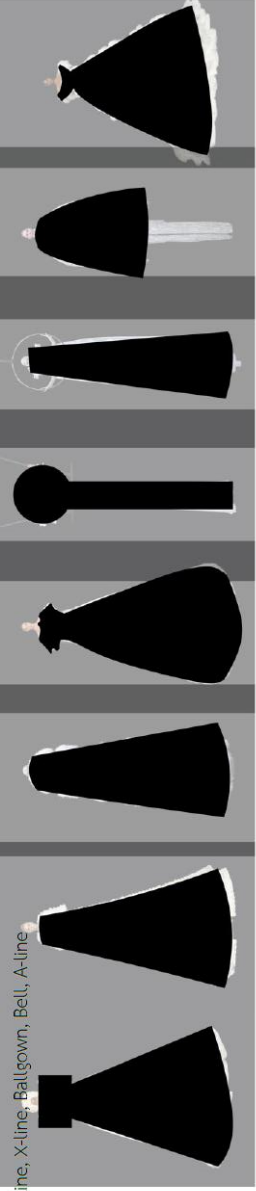



ที่มา : ผู้วิจัย ณฐานันท์ อยู่ขมบุญ

ตารางที่ 41 ตารางการวิเคราะห์ราคาเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Valentino : Spring/Summer 2020 Couture” (2)

Collection	Valentino : Spring/Summer 2020 Couture				
Concept	แรงบันดาลใจคือการหยิบเอาโครงสร้างที่หลากหลายมากทำโดยไม่เน้นการเล่าเรื่อง การเล่นกับโครงสร้างที่หลากหลายและคูสี				
Look					
Silhouette	<p>H-line, V-line, Asymmetric, X-line, Hourglass, Balloon, A-line</p>				
Color	<p>Vivid Color, Pastel Tone</p>				
Detail	<p>Ruffle, Bow Details, Gathering, Cutting, Embroidery</p>				
Material	<p>Crepesatin, Chiffon, Taffeta</p>				

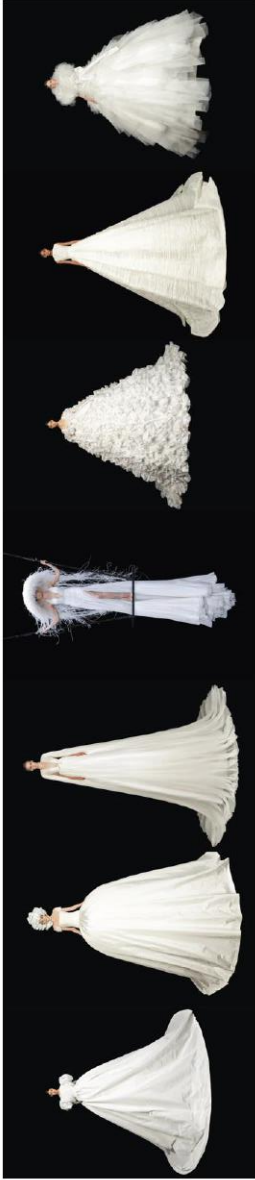




ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษาค้นคว้าข้อมูล

ตารางที่ 42 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Valentino : Fall/Winter 2020 Couture” (1)

Collection	Valentino : Fall/Winter 2020 Couture	
Concept	การนำโครงสร้างมาทำให้อึดยามากขึ้น ลดการปักประดับ หลากยิปพี ลวดความยุ่งยากเนื่องจากสถานการณ์การแพร่เชื้อโควิด 19	
Look		
Silhouette		
Color	 <p>White</p>	
Detail		
Material		

ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษานำที่ อยู่เชียงใหม่

ตารางที่ 43 ตารางการวิเคราะห์ราคาค่าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Valentino : Fall/Winter 2020 Couture” (2)

Collection	Valentino : Fall/Winter 2020 Couture	
Concept	การนำโครงสร้างมาทำให้อึดยามากขึ้น ลดการปักประดับ หลายพิมพ์ ลดความยุ่งยากเนื่องจากการปักการแพร์เซ็ลได้วัด 19	
Look		
Silhouette		
Color	 <p>White</p>	
Detail	 <p>Gathering Pleat Ruffle</p>	
Material	 <p>Taffeta Chiffon</p>	


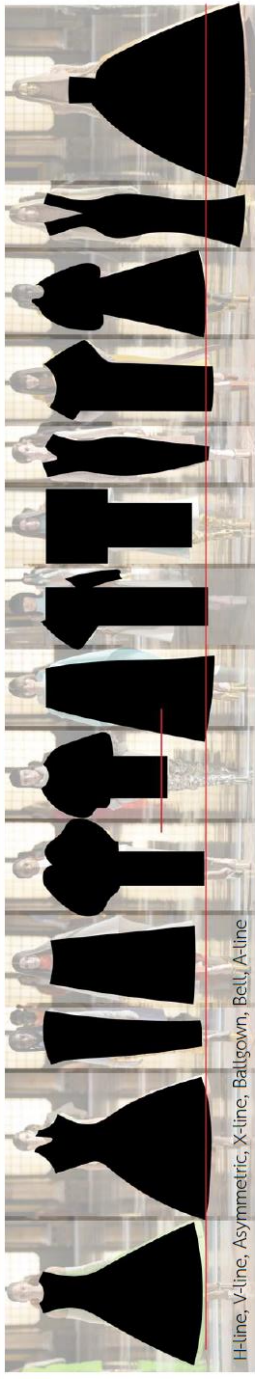


ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษาค้นคว้าอยู่ขณะเขียน

ตารางที่ 44 ตารางการวิเคราะห์ราคาเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Valentino : Spring/Summer 2021 Couture” (1)

Collection	Valentino : Spring/Summer 2021 Couture	
Concept	การลดตีเทลดรายละเอียดการตกแต่งให้เรียบง่าย ลดขนาดโครงสร้างของเสื้อผ้าง และเน้นการทำเทคนิคพื้นผิวเสื้อผ้านแทน	
Look		
Silhouette		
Color	 <p>Vivid Color, White</p>	
Detail	 <p>Embroidery Gathering Draping Tailor</p>	
Material	 <p>Polyester Taffeta Tailor (Wool) Sequin</p>	


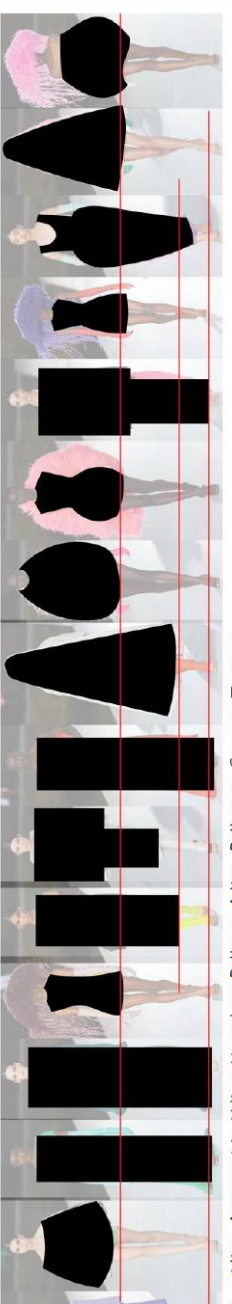



ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษารายงานที่ อยู่ชุมชนบุญ

ตารางที่ 45 ตารางการวิเคราะห์ที่ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Valentino : Spring/Summer 2021 Couture” (2)

Collection	Valentino : Spring/Summer 2021 Couture				
Concept	การลดตีเทิลรายละเอียดการตกแต่งที่น้อยลง ลดขนาดโครงสร้างของเสื้อผ้าง และเน้นการทำเทคนิคพื้นผิวเสื้อผ้านแทน				
Look					
Silhouette	 <p>H-line, V-line, Asymmetric, X-line, Ballgown, Bell, A-line</p>				
Color	 <p>Vivid Color, Earth tone</p>				
Detail	 <p>Cutting, Embroidery, Gathering, Draping</p>				
Material	 <p>Net, Taffeta, Tailor (Wool), Sequin</p>				

ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษานัมที่ อยู่เชียงใหม่

ตารางที่ 46 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Valentino : Fall/Winter 2021 Couture” (1)

Collection	Valentino : Fall/Winter 2021 Couture	
Concept	การนำเอาผลงานทางศิลปะผสมผสานกับศิลปะการทำเสื้อผ้าชั้นสูงให้ออกในรูปแบบเครื่องสร้างที่หลากหลายการพัฒนาคูทรงสร้างให้แตกต่างกัน	
Look		
Silhouette	 <p>H-line, V-line, I-line, Asymmetric, X-line, Hourglass, Balloon, A-line, Ballgown, Cocoon, Trapeze</p>	
Color	 <p>Vivid Color, Pastel tone</p>	
Detail	 <p>Color Block Draping Gathering Cutting Embroidery</p>	
Material	 <p>Taffeta Satin Sequin Feather Wool</p>	

ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษารูปแบบ อยู่ชุมชนบุญ

ตารางที่ 47 ตารางการวิเคราะห์ราคาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Valentino : Fal/Winter 2021 Couture” (2)

Valentino : Fal/Winter 2021 Couture	
Collection	Valentino : Fal/Winter 2021 Couture
Concept	การนำเอาผลงานทางศิลปะผสมผสานกับศิลปะการทำเสื้อผ้าชั้นสูงให้ออกไปในรูปแบบเครื่องสร้างที่หลากหลายการพัฒนาคูทรงสร้างให้แตกต่าง
Look	
Silhouette	 <p>H-line, V-line, H-line, Asymmetric, X-line, Hourglass, Balloon, A-line, Ballgown, Cocoon, Trapeze</p>
Color	 <p>Vivid Color, Pastel tone</p>
Detail	 <p>Draping Ruffle Gathering</p>
Material	 <p>Taffeta Chiffon Polyester Crepe Satin</p>

ที่มา : ผู้วิจัย ณฐานันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 48 ตารางสรุปการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล
“Valentino”

ตราสินค้า	Valentino			
Concept	Silhouette	Color	Details	Material
<p>การนำเอาโครงสร้างทางแพ้นที่มีควมหลากหลายมาพัฒนาและต่อยอดเพิ่มให้เกิดควมหลากหลายของรูปทรงและรูปแบบของเสื้อผ้าใหม่ โดยการนำเอาแรงบันดาลใจจากสิ่งรอบตัวมาใช้ในการหารูปแบบรูปทรง การเล่นการออกแบบกับโครงสร้างของเสื้อผ้าเป็นส่วนใหญ่</p>	<ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) - โครงสร้างแบบกระดิ่ง (Bell) - โครงสร้างแบบบอลูน (Balloon) - โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line) - โครงสร้างที่อิสระ (Free Form) 	<ul style="list-style-type: none"> - Vivid color - Contrast color - Pastel tone - Red color 	<ul style="list-style-type: none"> - Draping - Cutting - Ruffle - Embroidery 	<ul style="list-style-type: none"> -Taffeta - Crepe Satin - Polyester - Sequin

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

4) ตราสินค้า “Robert Wun”

ROBERT WUN

ภาพที่ 64 Logo : Robert Wun

ที่มา : [https://static.wixstatic.com/media/](https://static.wixstatic.com/media/371e12_767390e8dd8c4949af295eb6c14745ac~mv2.png/v1/fill/w_584,h_72,al_c/ROBERT%20WUN%20OFFICIAL%20LOGO.png)

[371e12_767390e8dd8c4949af295eb6c14745ac~mv2.png/](https://static.wixstatic.com/media/371e12_767390e8dd8c4949af295eb6c14745ac~mv2.png/v1/fill/w_584,h_72,al_c/ROBERT%20WUN%20OFFICIAL%20LOGO.png)

[v1/fill/w_584,h_72,al_c/ROBERT%20WUN%20OFFICIAL%20LOGO.png](https://static.wixstatic.com/media/371e12_767390e8dd8c4949af295eb6c14745ac~mv2.png/v1/fill/w_584,h_72,al_c/ROBERT%20WUN%20OFFICIAL%20LOGO.png)

ตราสินค้า Robert Wun ก่อตั้งโดยดีไซเนอร์ โรเบิร์ต วุน (Robert Wun) ตราสินค้าจากลอนดอน ประเทศอังกฤษ ก่อตั้งในปี 2014 โดยแนวคิดเสื้อผ้าผู้หญิงเน้นการออกแบบจากแนวคิด (Concept) รูปแบบเสื้อผ้าโมเดิร์นทันสมัย การนำเอาโครงสร้างทางเสื้อผ้าและประติมากรรมมาผสมผสานกัน และวัสดุแห่งอนาคต โดยแรงบันดาลใจส่วนใหญ่มาจากวิทยาศาสตร์ แห่งโลกธรรมชาติ ความเป็นธรรมชาติ เน้นสุนทรียศาสตร์แบบล้ำสมัยในการเล่าเรื่อง การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างสรรค์เสื้อผ้า



ภาพที่ 65 Robert Wun

ที่มา : [https://static.wixstatic.com/media/](https://static.wixstatic.com/media/371e12_0067f823bf9d45bcb77031910b0119a8~mv2_d_1440_2160_s_2.jpg/v1/fill/w_564,h_830,al_c,q_90/ROBERT_WUN_PORTRIAT.jpg)

[371e12_0067f823bf9d45bcb77031910b0119a8~mv2_d_1440_2160_s_2.jpg/v1/](https://static.wixstatic.com/media/371e12_0067f823bf9d45bcb77031910b0119a8~mv2_d_1440_2160_s_2.jpg/v1/fill/w_564,h_830,al_c,q_90/ROBERT_WUN_PORTRIAT.jpg)

[fill/w_564,h_830,al_c,q_90/ROBERT_WUN_PORTRIAT.jpg](https://static.wixstatic.com/media/371e12_0067f823bf9d45bcb77031910b0119a8~mv2_d_1440_2160_s_2.jpg/v1/fill/w_564,h_830,al_c,q_90/ROBERT_WUN_PORTRIAT.jpg)

จากการศึกษาตราสินค้า Robert Wun ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การ
ออกแบบเสื้อผ้าของตราสินค้าจากคอลเลคชั่น ฤดูร้อนในปี 2020 ถึง ฤดูหนาวในปี 2021 ได้ข้อมูล
ดังต่อไปนี้



ตารางที่ 49 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนต์ระดับสากล “Robert Wun : Spring/Summer 2020”

Collection	Robert Wun : Spring/Summer 2020									
Concept	แรงบันดาลใจจากรูปทรงดอกไม้									
Look										
Silhouette										
Color										
Detail										
Material										

ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษาค้นคว้าข้อมูล

ตารางที่ 50 ตารางการวิเคราะห์ราคาสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้เฮอเอนต์ระดับสากล “Robert Wun : Fall/Winter 2020”

Collection	Robert Wun : Fall/Winter 2020									
Concept	แรงบันดาลใจจากรูปทรงดอกกล้วยไม้									
Look										
Silhouette	<p>Asymmetric, X-line, Balloon, Ball gown, Cocoon, Trapeze, Free form</p>									
Color	<p>Vivid Color, Black & White</p>									
Detail	<p>Organic Form, Pleat, Cutting</p>									
Material	<p>Velvet, Jean, Cotton, Leather, PVC, Jacquard, Crepe Satin, Organdy</p>									

ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษารูปแบบ อยู่ชงมบุญญ

ตารางที่ 51 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประจำฤดูกาล “Robert Wun : Spring/Summer 2021”

Collection	Robert Wun : Spring/Summer 2021									
Concept	แรงบันดาลใจจากรูปทรงดอกไม้									
Look										
Silhouette	<p>H-line, V-line, Asymmetric, X-line, I-line, Balloon, A-line, Trapeze, Free form</p>									
Color	<p>Vivid Color, Black & White, Earth tone</p>									
Detail	<p>Cutting Tailor Pleat</p>									
Material	<p>Tailor Leather Crepe Satin Jean Polyester</p>									

ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษานำมา อยู่ขมบุญ

ตารางที่ 52 ตารางการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้เฮอมนต์ระดับสากล “Robert Wun : Fal/Winter 2021”

Collection	Robert Wun : Fal/Winter 2021	
Concept	แรงบันดาลใจจากบุพรงนก	
Look		
Silhouette	<p>H-line, V-line, Asymmetric, X-line, I-line, Balloon, A-line, Trapeze, Free form</p>	
Color	<p>Vivid Color, Black & White, Earth tone</p>	
Detail	<p>Cutting, Color Block, Pleat, Tailor</p>	
Material	<p>Leather, Crepe Satin, Polyester, Chiffon</p>	

ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษาค้นคว้า อยู่เชียงใหม่

ตารางที่ 53 ตารางสรุปการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล
“Robert Wun”

ตราสินค้า	Robert Wun			
Concept	Silhouette	Color	Details	Material
<p>การนำเอาโครงสร้างของเสื้อผ้ามาออกแบบให้เข้ากับโครงสร้างของสิ่งที่มีจากธรรมชาติ เพื่อเกิดรูปแบบ ดีเทล และสีที่แตกต่าง และเกิดเป็นเสื้อผ้าที่มีความน่าสนใจ และรูปทรงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว</p>	<ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างที่อิสระ (Free Form) - โครงสร้างจากธรรมชาติ (Organic Form) - โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) - โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line) 	<ul style="list-style-type: none"> - Vivid color - Black & White 	<ul style="list-style-type: none"> - Form & Shape - Cutting - Pleat 	<ul style="list-style-type: none"> - Polyester - PVC - Leather - Crepe - Satin

ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

4.4 สรุปลักษณ์ประกอบการออกแบบของเครื่องแต่งกายปาร์ตี้ร่วมสมัยจากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล

จากการศึกษาและวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัยในฤดูร้อนและฤดูหนาวในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล ทั้งหมด 4 ตราสินค้า ได้ทำการวิเคราะห์ถึงแนวคิด รูปแบบสินค้า โครงสร้างของสินค้า สี รายละเอียดของเสื้อผ้า และวัสดุที่นำมาใช้ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 54 ตารางสรุปวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัยในฤดูร้อนและฤดูหนาวในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล

ตราสินค้า	(1) Saint Laurent	(2) Versace	(3) Valentino	(4) Robert Wun
โอกาสสวมใส่ (Occasion)	Party-Casual Party-Formal	Party-Formal Party-Party	Party-Party	Party-Formal Party-Party
แนวคิด (Concept)	การออกแบบ เสื้อผ้าโดยใช้แรงบันดาลใจจาก บันดัลใจจากรอบตัว ผสมผสานกับยุค และสมัยของ เสื้อผ้าที่มีความ แตกต่าง การใช้ โครงสร้างเดิม นำมาตีความใหม่ หรือผสมผสาน กับเสื้อผ้าต่างยุค กัน แต่ยังคงเน้น	การออกแบบ เสื้อผ้าที่เน้น ความรู้สึกของผู้ สวมใส่เป็นหลัก ที่ต้องการความ สวย โดดเด่น หรูหรา เข้ายวน เป็นที่น่าสนใจ จากผู้พบเห็น เสื้อผ้าที่ถูก ปรับเปลี่ยนไป ตามยุคสมัย แต่ ยังคงรูปแบบและ	การนำเอา โครงสร้างทาง แฟชั่นที่มีความ หลากหลายมา พัฒนาและต่อ ยอดเพิ่มให้เกิด ความหลากหลาย ของรูปทรงและ รูปแบบของ เสื้อผ้าใหม่ โดย การนำเอาแรง บันดาลใจจากสิ่ง รอบตัวมาใช้ใน	การนำเอา โครงสร้างของ เสื้อผ้ามา ออกแบบให้เข้า กับโครงสร้าง ของสิ่งที่มีจาก ธรรมชาติ เพื่อ เกิดรูปแบบ ดี เทล และสีที่ แตกต่าง และ เกิดเป็นเสื้อผ้าที่ มีความน่าสนใจ และรูปทรงเป็น

ตราสินค้า	(1) Saint Laurent	(2) Versace	(3) Valentino	(4) Robert Wun
	รูปแบบสไตล์ของ ตราสินค้าไว้	สไตล์ที่เป็น เอกลักษณ์ การ ใช้แรงบันดาลใจ จากความรู้สึก หรือสิ่งรอบตัว	การหารูปแบบ รูปทรง การเล่น การออกแบบกับ โครงสร้างของ เสื้อผ้าเป็นส่วน ใหญ่	เอกลักษณ์ เฉพาะตัว
โครงสร้าง (Silhouette)	- โครงสร้างแบบ เน้นช่วงไหล่ (V-line) - โครงสร้างแบบ เน้นรูปร่าง (X-line) - โครงสร้างที่ไม่ เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) - โครงสร้างแบบ เน้นเข้ารูป (Body Conscious)	- โครงสร้างแบบ เน้นรูปร่าง (X-line) - โครงสร้างแบบ เน้นช่วงเอว (H-line) - โครงสร้างที่ไม่ เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric)	- โครงสร้างที่ อิสระ (Free Form) - โครงสร้างจาก ธรรมชาติ (Organic Form) - โครงสร้างที่ไม่ เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) - โครงสร้างแบบ เน้นช่วงเอว (H- line)	- โครงสร้างที่ อิสระ (Free Form) - โครงสร้างจาก ธรรมชาติ (Organic Form) - โครงสร้างที่ไม่ เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) - โครงสร้างแบบ เน้นช่วงเอว (H- line)
สี (Color)	- Vivid color - Black	- Vivid color - Black	- Vivid color - Contrast color - Pastel tone - Red color	- Vivid color - Black & White

ตราสินค้า	(1) Saint Laurent	(2) Versace	(3) Valentino	(4) Robert Wun
รายละเอียด ตกแต่ง (Details)	<ul style="list-style-type: none"> - Cutting - Draping - Bow Tie - Shoulder Patching - Mix Fabric - Art Prints 	<ul style="list-style-type: none"> - Cutting - Draping - Embroidery - Mix Fabric - Art Prints 	<ul style="list-style-type: none"> - Draping - Cutting - Ruffle - Embroidery - Art Prints 	<ul style="list-style-type: none"> - Form & Shape - Cutting - Pleat
วัสดุ (Materials)	<ul style="list-style-type: none"> - Polyester - Chiffon - Satin - PVC 	<ul style="list-style-type: none"> - Polyester - PVC - Leather - Crepe Satin 	<ul style="list-style-type: none"> -Taffeta - Crepe Satin - Polyester - Sequin 	<ul style="list-style-type: none"> - Polyester - PVC - Leather - Crepe Satin






ตารางที่ 2.4.4.1 “ตารางสรุปวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัยในฤดูร้อนและฤดูหนาวในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล” ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จากการวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัยในฤดูร้อนและฤดูหนาวในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล ผู้วิจัยได้ทำการ สรุปองค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยจากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล ได้ดังนี้

ตารางที่ 55 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์
จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล

องค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์	
โอกาสสวมใส่ (Occasion)	Party-Casual Party-Formal Party-Party
แนวคิด (Concept)	การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อสะท้อนตัวตนและบุคลิกของผู้สวมใส่ ให้เกิดความโดดเด่น เข้ายวน น่าค้นหา แต่ยังคงรูปแบบที่เฉพาะตัว รูปแบบที่แตกต่าง และการออกแบบที่ร่วมสมัยทันกับกระแสนิยมในช่วงเวลานั้นเพื่อให้เสื้อผ้าเหมาะสมกับผู้สวมใส่และวาระโอกาสนั้น
โครงสร้าง (Silhouette)	<p>- โครงสร้างที่อิสระ (Free Form)</p>  <p>- โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric)</p> 

องค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์	
	<p>- โครงสร้างแบบเน้นรูปร่าง(X-line)</p>  <p>- โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line)</p> 
<p>๓๓ (Color)</p>	<p>- Vivid color, Elegant Felling</p>  <p style="text-align: center;">Saint Laurent</p>  <p style="text-align: center;">Versace</p>  <p style="text-align: center;">Valentino</p>  <p style="text-align: center;">Robert Wun</p>

องค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์	
	<p>- Black & White</p> <p>สีที่ช่วยให้ดูทางการมากขึ้นและเหมาะสมกับหลากหลายโอกาส</p> 
<p>รายละเอียด ตกแต่ง (Details)</p>	<p>- Cutting</p> <p>การตัดต่อเส้นสายต่าง ๆ เพื่อให้เสื้อผ้ามีความน่าสนใจ</p>  <p>- Draping</p> <p>การเดรปปิ้งเพื่อให้เสื้อผ้าเกินโครงสร้าง และรูปแบบใหม่ ๆ</p>  <p>- Mix Fabric</p> <p>การตัดผสมผสานวัสดุหรือเนื้อผ้าเพื่อให้เสื้อผ้าเกิดความน่าสนใจ</p>  <p>- Embroidery</p> <p>งานปัก หรืองานฝีมือต่าง ๆ ช่วยเพิ่มคุณค่า ความสวยงาม ให้กับเสื้อผ้า</p> 

องค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์	
	<p>- Art Prints</p> <p>ลายพิมพ์ ลวดลายจากการสร้างสรรค์ลงบนวัสดุ เพื่อให้เสื้อผ้าเกิดความน่าสนใจ และสดใหม่ มีความเฉพาะตัวมากขึ้น</p> 
<p>วัสดุ (Materials)</p>	<p>- Polyester</p> <p>- PVC</p> <p>- Satin</p> <p>- Chiffon</p> <p>- Leather</p>  <p>วัสดุที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์มีรูปแบบลักษณะที่มีความมันเงา สะท้อนแสง หรือมีความบางเบา เพื่อให้ผู้สวมใส่มีความสง่างาม หุหุระ และโดดเด่น จากการศึกษาและวิเคราะห์พบว่าเสื้อผ้าปาร์ตี้แวร์มีความหลากหลายของตัววัสดุขึ้นอยู่กับกระแสนิยมและความต้องการของผู้บริโภค</p>

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จากการศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ในฤดูและฤดูหนาว ในปี 2020-2023 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล สามารถสรุปองค์ประกอบ การออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยจากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล โดยมีองค์ประกอบ ได้วาระโอกาสสวมใส่ (Occasion) Party-Casual, Party-Formal, Party-Party มีแนวความคิดการออกแบบเสื้อผ้าเพื่อสะท้อนตัวตนและบุคลิกของผู้สวมใส่ ให้เกิดความโดดเด่น เย้ายวน น่าค้นหา แต่ยังคงรูปแบบที่เฉพาะตัว รูปแบบที่แตกต่าง และการออกแบบที่ร่วมสมัยทันกับกระแสนิยมในช่วงเวลานั้นเพื่อให้เสื้อผ้าเหมาะสมกับผู้สวมใส่และวาระโอกาสนั้น โครงสร้างเสื้อผ้าที่โครงสร้างที่อิสระ (Free Form) โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) โครงสร้างแบบเน้นรูปร่าง (X-line) และ โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line) โทนสี โทนสดใสเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ (Vivid color) แลโทนสีที่ช่วยให้ดูทางมากขึ้นและเหมาะสมกับหลากหลายโอกาส (Black & White) รายละเอียดการตกแต่งในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Cutting, Draping, Mix Fabric, Embroidery, Art Prints และวัสดุที่ใช้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative class) ที่ต้องการเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว วัสดุที่พิเศษ รูปแบบที่พิเศษ และยังสามารถเสริมบุคลิกภาพและตัวตนของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสให้มีความโดดเด่น

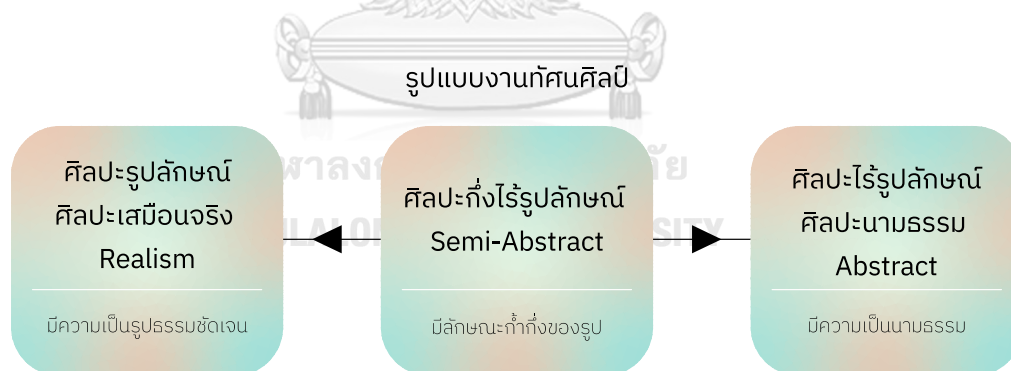
ส่วนที่ 5 แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)

จากการศึกษาและทดลองเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) พบว่าลักษณะของวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์มีความแปลกใหม่และเป็นที่น่าสนใจในการพัฒนาแปรรูปให้เป็นวัสดุทางเลือกของอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายได้ ด้วยลักษณะของวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์เกิดจากการรีดเป็นแผ่นให้มีรูปแบบคล้ายกับการสร้างผ้าชนิดแบบไม่ถักไม่ทอ วัสดุทางเลือกน้ำยางพาราลาเท็กซ์สามารถแปรรูปให้ออกมาเสมือนแผ่นหนังเทียม และจากการทดลองวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์สามารถปรับความหนา ความบาง ความนุ่ม ความกระด้าง และสามารถใส่สีลงไปผสมตัววัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ได้ จากการทดลองการใส่สีในวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) พบว่าไม่สามารถควบคุมการใส่สีให้เป็นลวดลายเหมือนจริงได้ แต่สามารถใส่สีที่ให้ความรู้สึกเหมือนกับศิลปะไร้รูปลักษณะ และจากการศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีพลาสจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามพบว่ากลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีพลาสให้ความสนใจกับแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีความชื่นชอบสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ชอบรูปทรงหรือโครงสร้างที่มีอิสระ สอดคล้องกับรูปแบบแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจและเลือกศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) โดยได้ทำการศึกษา ดังนี้

- (1) ศึกษาประวัติความและความเป็นมาของแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)
- (2) หลักเกณฑ์ในการเลือกผลงานศิลปะที่มีแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)
- (2) ศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ
- (3) สรุปวิเคราะห์และเปรียบเทียบองค์ประกอบแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะที่นำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์

5.1 ศึกษาประวัติและความเป็นมาของแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

ศิลปะไร้รูปลักษณ์หรือศิลปะนามธรรม (Abstract Art) ชื่อเรียกที่แตกต่างกัน แต่ความหมายของแนวคิดทางศิลปะไม่แตกต่างกัน โดยรูปแบบของงานทัศนศิลป์สามารถแบ่งออกได้ 3 ประเภท โดยแบ่งได้จากการเปรียบเทียบ ความเหมือนจริง (Realism) จนไปถึง นามธรรม (Abstract) ได้ดังนี้ (1) ศิลปะรูปลักษณ์ เป็นศิลปะรูปธรรม ที่แสดงรูปลักษณ์ที่เสมือนของคน สัตว์ และสิ่งอื่น ๆ ที่เห็นในธรรมชาติ ศิลปินจะนำเสนอสิ่งที่ตนเองได้พบเห็น ไม่มีการบิดเบือนความจริงตามธรรมชาติ การสร้างสรรค์ไม่ใช่แค่การเลียนแบบธรรมชาติ แต่ถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดลงไปในงาน (2) ศิลปะกึ่งไร้รูปลักษณ์ เป็นศิลปะที่เกิดจากการตัดทอนรูปทรงบางส่วนออกไปจากความจริง มีการถ่ายทอดอยู่ระหว่างศิลปะรูปลักษณ์ และศิลปะไร้รูปลักษณ์ อาจเป็นนามธรรมมากหรือน้อยก็ได้ ขึ้นอยู่กับที่รูปที่เห็นอาจเปลี่ยนจากธรรมชาติจนไม่สามารถจดจำได้ ผู้ชมต้องใช้การสังเกตมากในการชื่นชมผลงาน (3) ศิลปะไร้รูปลักษณ์ เป็นศิลปะที่ใช้การแยกความรู้สึก หรืออารมณ์ออกจากความจริงมีการประสานกลมกลืนขององค์ประกอบ และทัศนธาตุ หรืออาจจะมีการเขียนภาพแล้วให้ความรู้สึกพล่ามัว ไม่ชัดเจน มีการใช้สีลาแบบซ้ำ ๆ กัน ผลงานเป็นงานที่แทบจะไม่มีเค้าโครงเดิมของธรรมชาติอยู่เลย การถ่ายทอดก็จะไม่สนใจเรื่องราวที่ตาเห็น แต่จะตีความออกมาในอีกรูปแบบหนึ่งโดยใช้ความรู้สึก²²



แผนภาพที่ 10 แผนภูมิแสดงรูปแบบของงานทัศนศิลป์

ที่มา : ผู้วิจัย ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

²² วรณธนา จิรมหาศาล

ผลงานทางศิลปะจากทัศนศิลป์ทั้ง 3 ประเภทอยู่ในแกนเดียวกัน ศิลปะรูปลักษณะ จะอยู่อีกด้านหนึ่ง ศิลปะไร้รูปลักษณะจะอยู่ตรงข้างอีกด้านหนึ่ง ศิลปะกึ่งไร้รูปลักษณะจะอยู่ตรงกลาง ศิลปินมีอิสระที่จะเลือกอยู่บนจุดใดจุดหนึ่งในเส้นแกนนี้ได้ (คุณครูวรรณณา จิรมหาศาล) แต่ศิลปะ ทั้ง 3 ประเภทล้วนมีคุณค่าและให้ความรู้สึกทางศิลปะที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับความชอบ รสนิยม และ ประสบการณ์ของผู้ชื่นชมผลงาน

ศิลปะไร้รูปลักษณะหรือศิลปะนามธรรม (Abstract art) เป็นคำเรียกชื่อศิลปกรรม ลัทธิหนึ่งในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 20 ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางในศิลปะประเภทจิตรกรรม ประติมากรรม และภาพยนตร์ที่มีรูปแบบตรงข้ามกับศิลปะแบบประเพณีนิยม ที่เคยมีมาก่อนอย่าง ศิลปะเสมือนจริง (Realism) โดยเฉพาะการลอกเลียนแบบจากธรรมชาติ ศิลปะไร้รูปลักษณะหรือ ศิลปะนามธรรมแตกต่างจากศิลปะที่เราสามารถพบเห็นได้ทั่วไป เป็นผลงานที่ต้องใช้จินตนาการ จิต วิญญาณภายใน และประสบการณ์การของผู้ชม ในการตีความทำความเข้าใจ ความหมายและแนวคิด ของศิลปะไร้รูปลักษณะหรือศิลปะนามธรรม เป็นศิลปะที่แสดงสุนทรียภาพในรูปแบบที่แยกความรู้สึก หรืออารมณ์ออกจากรูปทรงที่เสมือนจริง ซึ่งผู้ชมจะรับรู้และซาบซึ้งกับภาพวาดได้ตาม โดยไม่ จำเป็นต้องเข้าใจตรงกับศิลปินผู้สร้างสรรค์ผลงาน ศิลปะไร้รูปลักษณะหรือศิลปะนามธรรมเป็นศิลปะที่มีลักษณะสกัดมาจากความรู้สึกโดยส่วนรวมออกจากความรู้สึกสภาพแวดล้อมอันเป็นโลกภายนอกซึ่ง นำมาแสดงให้เห็นและปรากฏด้วยการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ออกมาจากความรู้และความสามารถและ สะท้อนบุคลิกภาพของศิลปินผู้สร้างสรรค์ผลงานออกมาเป็นผลงานศิลปะ



แผนภาพที่ 11 แผนภูมิแสดงระยะเวลาทางประวัติศาสตร์ของแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะหรือ

ศิลปะนามธรรม (Abstract Art)

ที่มา : ผู้วิจัย ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

วิวัฒนาการของศิลปะไร้รูปสัญลักษณ์หรือศิลปะนามธรรม นี้ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างโดดเดี่ยว แต่เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่เกิดขึ้นเนื่องจากเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทางสติปัญญา และเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น ในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ภาพวาดและประติมากรรมส่วนเป็นไปตามหลักการดั้งเดิมที่เน้นศิลปะแบบเสมือนจริง จนในช่วงสุดท้ายของศตวรรษที่ 19 สิ่งต่าง ๆ เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปศิลปะอิมเพรสชันนิสม์แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการศึกษาที่เข้มงวดของการวาดภาพธรรมชาติที่เสมือนจริงไม่ใช่วิธีการที่แท้จริงเพียงอย่างเดียวในการเรียนรู้ทางศิลปะ ระหว่างช่วงปี 1900-1930 การพัฒนาในด้านอื่น ๆ ของศิลปะสมัยใหม่ได้ให้เทคนิคเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้สี การปฏิเสธมุมมองสามมิติ และรูปทรงใหม่ ซึ่งจะถูกนำมาใช้เพื่อค้นหาสิ่งที่เป็นศิลปะมาธรรมชาติต่อไป และช่วงศตวรรษที่ 20 ตั้งแต่การค้นพบรังสีเอกซ์ไปจนถึงการพัฒนาด้านยานยนต์ วิทยาศาสตร์ช่วยสร้างมุมมองที่แตกต่างกันอย่างมากมายเกี่ยวกับโลก ตามที่ศิลปิน Fernand Leger พูดไว้เมื่อปี 1914 ว่า “หากการแสดงออกทางภาพเปลี่ยนไป นั่นเป็นเพราะชีวิตสมัยใหม่ทำให้สิ่งนี้จำเป็นต้องเปลี่ยนไป” การเข้าสู่ยุคสมัยใหม่สะท้อนให้เห็นแนวคิดศิลปะอวองการ์ดที่แทรกซึมอยู่ในศิลปะหลากหลายแขนง ศิลปินต่างแสวงหาแนวคิดและวิธีการใหม่ ๆ เพื่อให้ทันกับโลกรอบตัวพวกเขา บ้างอาจจะถูกปฏิเสธ บ้างการจะล้มเลิกความตั้งใจ การหาข้อหักล้างต่อความเชื่อมั่นในแนวคิดแบบศิลปะตะวันตกแบบดั้งเดิม ทำให้เกิดการค้นคว้าวิธีการใหม่ ๆ ทำให้เกิดทัศนคติเชิงโต้แย้งต่องานศิลปะมากขึ้น การเกิดขึ้นของศิลปะไร้รูปสัญลักษณ์หรือศิลปะนามธรรมยังเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงที่ขึ้นในภาพวาดด้วย สิ่งสำคัญก็คือ การเกิดนวัตกรรมการถ่ายภาพในปี 1840 ได้เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญอีกครั้งที่ส่งผลกับศิลปินที่สร้างสรรค์ภาพเสมือนจริง ศิลปินหลายคนหันไปใช้การพรรณนาถึงอัตวิสัย (มุมมองความคิด, ประสบการณ์) ความจริงจากภายใน และอารมณ์ ตามคำแนะนำของ Gauguin คือ การวาดภาพด้วยใจ เช่น การวาดภาพจากจิตสำนึกภายในของตัวเอง คำว่า “Abstract Expressionism” จึงได้เกิดขึ้นครั้งแรกใน 1919 เพื่อเป็นคำจำกัดความของกลุ่มศิลปะนามธรรม หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ศิลปะไร้รูปสัญลักษณ์หรือศิลปะนามธรรม ได้รับแรงผลักดันในช่วงหลังของยุค 1940 จนเกิดรูปแบบกว้าง ๆ 2 รูปแบบ ได้แก่ (1) รูปแบบเน้นความสามารถในการแสดงออกของการใช้เทคนิคการวาด ดังตัวอย่างภาพวาด Women I โดย Dutch émigré Willem de Kooning (1904-1997) มีความโดดเด่นในเรื่อง รูปร่างหน้าตาที่ดูร้ายของพวกเธอ จากการสร้างโครงร่างที่เร่ร่อนจากพู่กันในการวาด



ภาพที่ 66 Women I By Dutch émigré Willem de Kooning

ที่มา : [https://images.squarespace-](https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/5e3b360c86775121135e30f4/1590875082109-67QADMJ0Y01PZ2KUT19U/willem-de-kooning-woman-i.jpg)

[cdn.com/content/v1/5e3b360c86775121135e30f4/1590875082109-](https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/5e3b360c86775121135e30f4/1590875082109-67QADMJ0Y01PZ2KUT19U/willem-de-kooning-woman-i.jpg)

[67QADMJ0Y01PZ2KUT19U/willem-de-kooning-woman-i.jpg](https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/5e3b360c86775121135e30f4/1590875082109-67QADMJ0Y01PZ2KUT19U/willem-de-kooning-woman-i.jpg)

และพยายามค้นหาความจริงพื้นฐานที่อยู่ในจิตสำนึกของศิลปินสิ่งเหล่านี้ไม่ได้เป็น
ตัวกลาง ในกระบวนการตัดสินใจอย่างมีสติและการแสดงออกในการใช้แปรงพู่กันด้วยท่าทาง
โดย Jackson Pollock ได้ทดลองด้วยวิธีต่าง ๆ เพื่อค้นหาวิธีหรือสำรวจแนวคิดของตัวเอง ด้วย
การทดลองรูปแบบต่าง เช่น การหยดสี การเลียงสี การโยนสีลงบนพื้นผ้าใบ (2) รูปแบบการต่อต้าน
การวาด โดย Barnett Newman (1905-1970) ใช้วิธีการล้างพื้นผ้าใบเอาลายละเอียดบนผ้าใบออก
หมดและยังคงสีพื้นไว้เพื่อให้ตระหนักถึงการมีชีวิตอยู่ในความรู้สึกที่สมบูรณ์ของพื้นที่ Abstract
Expressionism คือความงามและความทะเยอทะยานทางปัญญา ที่สามารถสร้างกระแสการเข้าสู่ยุค
ความทันสมัย

ลักษณะการถ่ายทอดศิลปะไร้รูปสัญลักษณ์หรือศิลปะนามธรรมนี้ ศิลปินไม่ได้ให้
ความสำคัญกับภาพที่ต้นแบบที่เห็นตามธรรมชาติเท่าไรหรอก แต่จะให้ความสำคัญกับทัศนธาตุ อัน
ได้แก่ เส้น สี รูปร่างต่าง ๆ เป็นหลักบางครั้งมีเรื่องของความจริง แต่ก็ก็จะแตกต่างกันไปจาก
รูปแบบที่ศิลปะเสมือนจริง เช่น การเขียนรูปให้มีความพล่ามัวไม่ชัดเจน การใช้สีลาของซ้ำ ๆ กัน

ตลอดจนการแยกรูปทรงให้ง่ายจนจำรูปทรงเดิมไม่ได้ (สุชาติ เกาทอง, 2539) และโดยหลักพื้นฐานของศิลปะไว้รูปลักษณะหรือศิลปะนามธรรม ประเด็นสำคัญคือสุนทรียศาสตร์ เป็นคุณสมบัติของที่สำคัญ ตัวอย่างรูปภาพของชายแก่ที่ดูแย่มาก แต่ถ้าสีของภาพสวยงามภาพผลงานชิ้นนี้อาจจะเป็นภาพที่ดูสวยงาม จะเห็นได้ว่า คุณสมบัติของสี สามารถเพิ่มคุณภาพของภาพผลงานได้ เหตุผลทางปรัชญาสำหรับการเห็นคุณค่าของคุณสมบัติของผลงานศิลปะ จากคำกล่าวของเพลโตว่า “เส้นตรงและวงกลมไม่มีเพียงแต่สวยงาม แต่สวยงามตลอดไป” เพลโตหมายความว่า รูปภาพที่เป็นธรรมชาติ (ภาพวาดที่ประกอบไปด้วย วงกลม สี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม และอื่น ๆ) มีความงามที่แน่นอน ดังนั้น ภาพวาดสามารถสวยได้ด้วยเส้นและสีเพียงอย่างเดียว ไม่จำเป็นต้องพรรณนาถึงวัตถุหรือฉากที่เสมือนจริงตามธรรมชาติ และนักทฤษฎีศิลปะ Maurice Denis ได้ค้นพบสิ่งที่คล้ายกันกับเพลโตว่า “โปรดจำไว้ว่า.. ก่อนที่จะเป็นม้าศึกหรือหญิงเปลือย.. ตัวเป็นพื้นผิวเรียบที่ถูกปกคลุมไปด้วยสี ที่ประกอบขึ้นมาตามลำดับ” เช่นเดียวกับความคิดเห็นของ Wassily Kandinsky ถึงเรื่องพลังของสีไว้ว่า การใช้สีและรูปทรงในการขับเคลื่อนผู้ชมเป็นสิ่งสำคัญมากต่อการพัฒนาศิลปะไว้รูปลักษณะหรือศิลปะนามธรรม ใช้พลังของสีในการดึงดูด โดยค้นคว้าที่เชื่อมั่นว่าคุณสมบัติทางอารมณ์ของรูปร่าง เส้น และเหนือสิ่งอื่นใด สีในการวาดภาพ (เขามีความรู้สึกไวต่อสีที่ผิดปกติซึ่งเขาได้รับรู้และมองเห็นได้ เป็นภาวะที่เรียกว่า Synaesthesia) เขาเชื่อว่าภาพวาดไม่ควรวิเคราะห์ด้วยสติปัญญา แต่ควรไปข้างในถึงส่วนต่าง ๆ ของสมองที่เชื่อมโยงกับดนตรีได้ ศิลปินที่มีแนวคิดนามธรรมที่มีมากขึ้นต่างเข้าสู่พลังของสีเพื่อสร้างสรรค์ผลงานของพวกเขา และคำกล่าวของคันทัสกี “งานศิลปะประกอบไปด้วยสองสิ่งคือ สิ่งที่อยู่ภายนอกคือสิ่งอยู่รอบตัวเรา และสิ่งที่อยู่ภายในคืออารมณ์ความรู้สึกจิตวิญญาณของศิลปิน ความรู้สึกเหล่านี้มีความยิ่งใหญ่ต่อการปลุกเร้าความรู้สึกที่คล้ายคลึงกับสิ่งที่สะท้อนออกมาให้ผู้ชม ความรู้สึกภายในของศิลปินสู่การรับรู้สู่งานศิลปะสู่ผู้ชม เมื่อความรู้สึกของทั้งสองมีความคล้ายกันและมีค่าเท่าเทียมกันย่อมหมายความว่า งานศิลปะเช่นนั้น ๆ ประสบความสำเร็จจากสิ่งที่อยู่ภายใน และความรู้สึกนั้นจะคงอยู่แม้ว่างานศิลปะจะเป็นสิ่งสมมุติ สิ่งที่อยู่ภายในนั้นจะเป็นสิ่งกำหนดผลงานทางศิลปะ”

ประเภทของศิลปะไร้รูปลักษณ์หรือศิลปะนามธรรม

ประเภทของศิลปะไร้รูปลักษณ์หรือศิลปะนามธรรม เพื่อให้ง่ายกับการทำความเข้าใจ การแบ่งประเภทสามารถทำให้มองภาพชัดเจนขึ้น เราสามารถแบ่งศิลปะไร้รูปลักษณ์หรือศิลปะนามธรรมออกเป็น 6 ประเภท

1. เส้นโค้ง (Curvilinear) ศิลปะนามธรรมเส้นโค้งเกี่ยวกับศิลปะเซลติก (Celtic Art) การใช้เส้นโค้งเป็นหลักในการออกแบบ ที่มีอิทธิพลจากแนวศิลปะอาร์ตนูโว (Art Nouveau) ตัวอย่าง “รูปแบบที่ไม่มีที่สิ้นสุด (Infinite Pattern) ซึ่งได้ส่งผลให้เกิดศิลปะนามธรรม



ภาพที่ 67 Bookcover of Arthur Mackmurdo, Wren's City Churches, 1883: often cited among incunabula of Art Nouveau Arthur Mackmurdo (1851-1942)

ที่มา : <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/2/28/MackmurdoWren1883.gif/190px-MackmurdoWren1883.gif>

MackmurdoWren1883.gif/190px-MackmurdoWren1883.gif

2. สีหรือแสง (Colour-Related or Light-Related) ในผลงานของ Turner และ Monet ที่ใช้สีหรือแสงในลักษณะที่จะแยกงานศิลปะออกจากความจริงด้วยการทำให้วัสดุละลายจากการใช้สีแบบหมูนวน รูปแบบการพัฒนาการใช้สีส่งผลให้ Mark Rothko (1903-1970) และ Barnett Newman (1905-1970) มีปี 1950 มีภาพวาดนามธรรมที่เกี่ยวกับการใช้สีแบบคู่ขนาดเกิดขึ้น



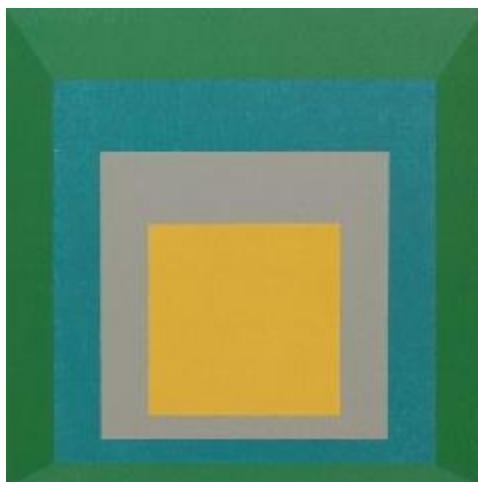
ภาพที่ 68 Mark Rothko, Untitled (Yellow and Blue), 1954. Private Collection.

ที่มา : [https://images.squarespace-](https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/58e26291db29d6c9b329d155/1525194751452-OPKYJWZ3MTZCZ944ZS40/104524641001_4204836030001_rothko-videoimage.jpg)

[cdn.com/content/v1/58e26291db29d6c9b329d155/1525194751452-](https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/58e26291db29d6c9b329d155/1525194751452-OPKYJWZ3MTZCZ944ZS40/104524641001_4204836030001_rothko-videoimage.jpg)

[OPKYJWZ3MTZCZ944ZS40/104524641001_4204836030001_rothko-videoimage.jpg](https://images.squarespace-cdn.com/content/v1/58e26291db29d6c9b329d155/1525194751452-OPKYJWZ3MTZCZ944ZS40/104524641001_4204836030001_rothko-videoimage.jpg)

3. เรขาคณิต (Geometric) เริ่มเกิดขึ้นเมื่อประมาณปี 1908 เริ่มมากจากพื้นฐานของ ศิลปะคิวบิสม์ (Cubism) ซึ่งเป็นศิลปะที่ปฏิเสธมุมมองเชิงเส้นและภาพลวงตาของความลึกเชิงพื้นที่ในภาพวาด มุ่งเน้นไปที่มุมมองแบบ 2 มิติ เป็นรูปแบบนามธรรมแบบเรขาคณิตเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าศิลปะ Concrete Art and Non-Objective Art ภาพวาดจะดูไม่เป็นธรรมชาติ โดยทั่วไปจะเป็นรูปทรงเรขาคณิต เช่น วงกลม สีเหลี่ยมจัตุรัส สามเหลี่ยม สีเหลี่ยมผืนผ้า และอื่น ๆ โดยปราศจากการอ้างอิงถึงหรือเชื่อมโยงกับความเป็นธรรมชาติ ถือเป็นรูปแบบศิลปะนามธรรมที่บริสุทธิ์ที่สุด บางอาจจะบอกว่าเป็นศิลปะนามธรรมรูปแบบหนึ่ง



ภาพที่ 69 The Homage to the Square pictures by Josef Albers (1888-1976)

ที่มา : https://www.guggenheim.org/wp-content/uploads/1959/01/61.1590_ph_web.jpg

4. อารมณ์และสัญชาตญาณ (Emotional or Intuitional Abstract Art) ศิลปะเชิงสัญชาตญาณนี้ผสมผสานรูปแบบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งมีอิทธิพลร่วมกันคือแนวโน้มจากธรรมชาติ ความเป็นธรรมชาตินี้สามารถเห็นได้ในประเภทของรูปทรงและสีที่ใช้ ซึ่งแตกต่างจากเรขาคณิตซึ่งเกือบจะต่อต้านความเป็นธรรมชาติ ศิลปะนามธรรมโดยสัญชาตญาณมักถูกกระตุ้นจากธรรมชาติ เรียกอีกอย่างว่า Organic Abstract (Biomorphic Abstraction) และศิลปะแบบเหนือจริง (Surrealism) ภาพจากจินตนาการและเสมือนจริง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาพที่ 70 Woman (1934, Private Collection) by Joan Miro (1893-1983)

ที่มา : <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/494305>

5. ท่าทางหรือลีลา (Gestural Abstract Art) เป็นรูปแบบของการแสดงออกทางศิลปะนามธรรมซึ่งเป็นกระบวนการสร้างภาพวาดที่มีความสำคัญมาก อาจใช้สีในลักษณะที่ไม่ปกติ ฟุ้งกันที่ไม่ปกติ ใช้ความรวดเร็ว การวาดภาพด้วยท่าทาง สีสั่นมากขึ้น ไม่มีเรขาคณิตอีกต่อไป ศิลปินที่มีชื่อเสียงชาวอเมริกัน ได้แก่ Jackson Pollock (1912-1956) เริ่มต้นการ Action-Painting และ Lee Krasner ภรรยาของเขาซึ่งเป็นแรงบันดาลใจให้เขาวาดภาพแบบการหยดสี โดยเทคนิคการสร้างงาน เช่น การขว้างสี เทสี ราวสี สลัด หรือหยดสี



ภาพที่ 71 Jackson Pollock Shimmering Substance, 1946

ที่มา : <https://www.moma.org/collection/works/78376>

6. มินิมอล (Minimalist Abstract Art) แนวคิดที่ย้อนกลับไปหาความเรียบง่าย พื้นฐาน เน้นแนวคิดศิลปะอวองการ์ด มักใช้รูปแบบพื้นฐานทรงเลขาคณิตในงานประติมากรรมส่วนใหญ่



ภาพที่ 72 Robert Morris, Untitled (mirrored cubes) (1965/71)

ที่มา : https://media.cheggcdn.com/media/e46/e46bf154-26f7-4972-8847-b478fd4a0378/screen_shot_2016-12-05_at_123050_pm-158D119BFD838B363F8.png

จากการแบ่งประเภทของศิลปะไร้รูปลักษณะหรือศิลปะนามธรรมทำให้เห็นว่า ศิลปะไร้รูปลักษณะหรือศิลปะนามธรรม สามารถแยกรูปแบบจากแรงบันดาลใจในการสร้างผลงานเป็น 2 รูปแบบ ได้ (1) รูปแบบแรงบันดาลใจโรแมนติก (Romantic) คือ ได้รับแรงบันดาลใจมาจากสิ่งมีชีวิตธรรมชาติ สิ่งรอบตัว ศิลปินจะสร้างสรรค์งานได้อย่างมีอิสระมีอารมณ์เป็นพื้นฐาน แสดงความรู้สึกภายในออกมาได้อย่างอิสระ (2) รูปแบบแรงบันดาลใจคลาสสิก (Classic) มีแรงบันดาลใจจากรูปทรงแบบเรขาคณิต มีการวางแผน มีกฎเกณฑ์ (อาจจะคิดขึ้นเองจากกรอบแนวคิดและการทำงานของศิลปิน)²³

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) หรือศิลปะนามธรรม ถึงประวัติและความเป็นมา ประเภท และวิธีการทำงานของแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาวิเคราะห์ถึงแนวคิด เทคนิค โครงสร้าง สี และองค์ประกอบเพิ่มเติมต่าง ๆ จากศิลปินที่ใช้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะโดยผ่านผลงานของศิลปิน เพื่อให้ได้ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นและนำมาใช้ในการพัฒนาวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกทีกซ์ และในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายต่อไป

²³ กำจร สุนพงษ์ศรี, 2522

5.2 หลักเกณฑ์ในการเลือกผลงานศิลปินที่มีแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ

ในช่วงยุคสมัยของแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะหรือศิลปะนามธรรมเป็นช่วงเกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทางสติปัญญา และเทคโนโลยี ซึ่งช่วงยุคสมัยที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางศิลปะเป็นอย่างมาก การคิดค้นแนวคิด วิธีการ และรูปแบบการสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปะของศิลปินในยุคนั้น ศิลปินในยุคต่างคิดค้นหาวิธีการสร้างสรรค์ผลงานรูปแบบใหม่ที่แตกต่างจากศิลปะแบบดั้งเดิมหรือศิลปะเสมือนจริง โดยศิลปินที่มีชื่อเสียงในแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะหรือศิลปะนามธรรมมีหลายท่าน จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะที่ถูกถ่ายทอดมาเป็นผลงานจากศิลปิน ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาผลงานศิลปะจากแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะจากศิลปินเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบงานวิจัย โดยการศึกษาองค์ประกอบที่สำคัญของแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกดังต่อไปนี้

- 1) ศิลปินที่มีชื่อเสียงและผลงานระดับโลกที่ใช้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ
- 2) ผลงานที่แสดงออกถึงแนวคิด วิธีการ และรูปแบบของสร้างสรรค์ผลงาน ที่น่าสนใจ

5.3 ศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ

จากการเกณฑ์การคัดเลือกศิลปินและผลงานทางศิลปะเพื่อทำการศึกษถึงแนวคิดองค์ประกอบและรายละเอียดของผลงาน เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบงานวิจัย โดยได้ทำการคัดเลือกศิลปินทั้งหมด 3 ท่าน ได้แก่ (1) วาซีลี คันตันสกี (Wassily Kandinsky) (2) แจ็คสัน พอลล็อก (Jackson Pollock) (3) มอร์ริส หลุยส์ (Morris Louis) โดยทั้ง 3 ท่าน เป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงและมีผลงานจากแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะหรือศิลปะนามธรรม ที่มีผลงานเป็นที่พูดถึงและเป็นแรงบันดาลใจให้กับคนรุ่นหลังในการสร้างสรรค์ผลงาน ผู้วิจัยได้ทำงานการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานของศิลปินทั้ง 3 ท่าน โดยวิเคราะห์องค์ทางศิลปะ แนวคิด รายละเอียดเทคนิค โครงร่างเงา สี และเทคนิคที่สอดคล้องกับการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ได้ดังนี้

1) วาซีลี คันตันสกี (Wassily Kandinsky)

ศิลปินจิตรกรชาวเยอรมัน เชื้อสายรัสเซีย เกิดที่มอสโค (Moscow) ประเทศรัสเซีย เมื่อปี ค.ศ. 1866 ครอบครัวมีฐานะดี จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัย Moscow เริ่มต้นการทำงานเป็นอาจารย์คณะนิติศาสตร์ของมหาวิทยาลัย เมื่ออายุ 29 ปี คันตันสกี ได้พบเห็นภาพวาดแนวศิลปะแบบ Impressionist ของจิตรกรชาวฝรั่งเศสเป็นครั้งแรก คันตันสกีได้มีความรู้สึก ตื่นต่ากับงานศิลปะชิ้นนี้มาก เขาจึงได้ทำงานการลาออกและมาทำงานเป็นศิลปินจิตรกรวาดภาพ ในช่วงอายุ 31 ปี เขาได้เดินทางไปที่ Munich ประเทศเยอรมนีเพื่อศึกษาเทคนิคการวาดภาพจาก Anton Azbe และ Franz Von Stuck ที่ Munich Academy ซึ่งอยู่ในช่วงแนวคิดศิลปะแบบ Art Nouvean (นวศิลป์) คันตันสกีจึงได้ฝึกแนวศิลปะแบบอาร์ตนูโว มาพอประมาณ ในช่วงอายุ 37-42 ปี คันตันสกี ได้เดินทางไป อิตาลี เนเธอร์แลนด์ ตุนิเซีย และได้นำผลงานที่ตนเองออกแสดง ซึ่งได้กล่าวถึงหลักแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์หรือศิลปะนามธรรมของเขาหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 ได้เดินทางไปเยือนบ้านเกิดที่รัสเซีย ได้ครุ่นคิดจะนำความคิดเรื่องธรรมชาติของศิลปะออกมาแพร่เป็น ลักษณะของศิลปะไร้รูปลักษณ์หรือนามธรรม จึงได้เริ่มออกแบบหลักสูตรศิลปะสมัยใหม่ เน้นการ แสดงออกถึงความนึกคิดภาพในซึ่งเป็นแนวคิดหลักความศิลปะไร้รูปลักษณ์ แต่ความคิดของเขาถูกต่อต้านจากอาจารย์คนอื่นจึงได้อพยพย้ายมาที่ประเทศเยอรมนี ในวัย 58 ปี คันตันสกี ได้ทำงานที่ สถาบันศิลปะเพื่อผลิตสถาปนิกและศิลปินในประเทศเยอรมนี โดยจัดการสอนที่ไม่มีกำหนดหลักเกณฑ์ใด ๆ ในการวาดให้แก่นิสิตและส่งเสริมให้นิสิตเข้าใจความต้องการของศิลปะของสังคม และยังให้รู้จักพัฒนาจิตนาการเชิงสร้างสรรค์ด้วย ในวัย 69 คันตันสกี ได้เรียบเรียงตำราศิลปะที่สำคัญ มากเล่มหนึ่งคือ Punkt und Linie zu Fläche : Beitrag zur analyse der malerischen Elemente ต่อสถาบันศิลปะที่คันตันสกีถูกสั่งปิดขาดนาซี และคันตันสกีเสียชีวิตในวัย 73 ปี โดยก่อนเสียชีวิต 2 ปี กองทัพนาซีที่ Munich ได้นำผลงานศิลปะของคันตันสกี ออกแสดงและเรียกชื่องานที่จัดแสดงว่า Degenerate Art (ศิลปะทราม) เพราะ ฮิตเลอร์ (Hitler) ไม่ชอบภาพวาดแนวศิลปะไร้รูปลักษณ์ที่ คันตันสกีวาดเลย แต่คนทั่วไปชอบจึงได้หลังไหลเข้าชมงานแสดงมากถึง 2 ล้านคน หลังงานแสดงทหรรนาชิตคิดจะนำผลงานของคันตันสกีทั้งหมดไปเผา แต่ที่ปรึกษาของฮิตเลอร์ ได้เสนอให้นำภาพของคันตันสกี ออกขาย เพื่อจะได้นำเงินเข้าประเทศ ส่วนงานที่ขายไม่ได้ได้ถูกนำไปเผา ซึ่งได้ทำร้ายจิตใจของคันตันสกีอย่างรุนแรง (สุทัศน์ ยกส้าน, 2553)



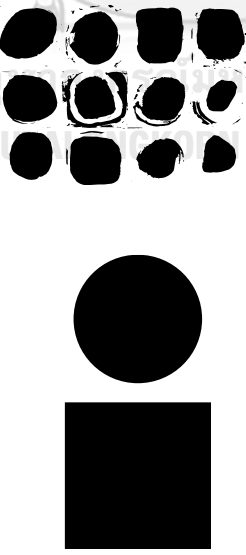





ภาพที่ 73 Wassily Kandinsky

ที่มา : http://www.zcooby.com/wp-content/uploads/2014/12/wassily_kandinsky_2.jpg






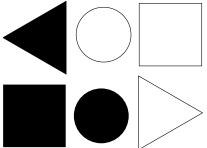


ผลงานของคันทันสกี ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นศิลปะพื้นบ้านของรัสเซีย ดังจะเห็นได้จากการใช้สีต่าง ๆ ประชันกันบนพื้นผ้าใบ สำหรับสไตล์การวาดนั้นคันทันสกีมีความคิดว่า ศิลปะคือสิ่งที่ไม่แสดงว่าเป็นภาพของอะไรเลย นอกจากความให้รู้สึกเท่านั้น ดังนั้นภาพของคันทันสกีบางภาพจึงดูไม่ออกว่าเป็นรูปภาพของอะไร (สุทัศน์ ยกส้าน, 2553) ซึ่งเป็นแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์หรือศิลปะนามธรรม

ตารางที่ 56 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Color Study. Squares with Concentric Circle, 1913”

ชื่อ ผลงาน	Color Study. Squares with Concentric Circles, 1913		
	ศิลปิน	Wassily Kandinsky	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	ภาพวาดที่เกิดจากการศึกษาการรับรู้ถึงเรื่องการผสมสีต่าง ๆ ที่จิตรกรใช้ในกระบวนการสร้างสรรค์ คันทันสกีให้ความสำคัญขององค์ประกอบของสี สีมิจิตวิญญาน คันทันสกีสามารถได้ยินสี ได้ยิน เสียงจากสี		
เทคนิคการสร้าง ผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการ ออกแบบแฟชั่น
<p>- ฟู่กันสีน้ำ, ดินสอสี</p> 	<p>Asymmetric, Geometric</p> 	<p>- Vivid Color</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Embroidery</p> 
ที่มาภาพ	https://www.wassilykandinsky.net/work-370.php		

ที่มา ธีรวัฒน์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 57 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition VII, 1913

ชื่อผลงาน		Composition VII, 1913		
		ศิลปิน	Wassily Kandinsky	
		ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยค้นค้นสก็ ใช้เวลาวาดเพียง 4 วัน เป็นภาพที่สื่อถึง การฟื้นคืนชีพและวันพิพากษา ในสวนเอเดน			
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น	
- สีน้ำมัน  - รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) 	Asymmetric, Geometric, Line Art   	- Vivid Color 	- Embroidery 	
ที่มาภาพ	https://www.wassilykandinsky.net/work-36.php			



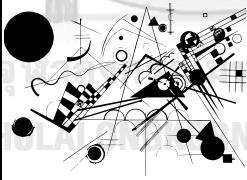
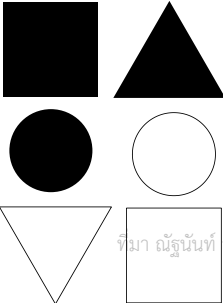



ที่มา ฐฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 58 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Circles in a Circle, 1923

ชื่อผลงาน	Circles in a Circle, 1923		
		ศิลปิน	Wassily Kandinsky
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	<p>ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยค้นค้นสีกี่ ตั้งใจจะสร้างภาษาแห่งนามธรรมโดยเน้นให้เป็นรูปแบบกับโน้ตของดนตรี โดยการภาพในการสื่อสาร “รูปร่างของมันเอง แม้ว่าจะป็นนามธรรม แต่มันมีเสียงภายในของมัน” ค้นค้นสีกี่กำลังสร้างกฎสร้างกลและทัศนศิลป์</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีนํ้ามัน</p>  <p>- รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)</p> 	<p>Asymmetric, Geometric, Line Art</p> 	<p>- Vivid Color</p> 	<p>- Paint, Graphic,</p>   <p>- Embroidery</p> 
ที่มาภาพ	https://www.wassilykandinsky.net/work-247.php		

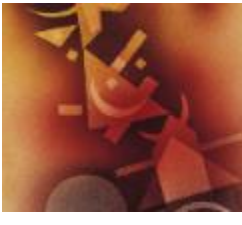
ทีมา ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 59 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition VIII, 1923

ชื่อผลงาน	Composition VIII, 1923		
		ศิลปิน	Wassily Kandinsky
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยค้นค้นสีกี่ ตั้งใจจะสร้างภาษาแห่งนามธรรมโดยเน้นให้เป็นรูปแบบกับโน้ตของดนตรี โดยการภาพในการสื่อสาร “รูปร่างของมันเอง แม้ว่าจะป็นนามธรรม แต่มันมีเสียงภายในของมัน” ค้นค้นสีกี่กำลังสร้างกฎสร้างกลและทัศนศิลป์		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- สีน้ำมัน  - รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) 	Asymmetric, Geometric, Line Art   ที่มา ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ	- Vivid Color 	- Paint, Graphic,   - Embroidery 
ที่มาภาพ	https://www.wassilykandinsky.net/images/works/50.jpg?version=7		




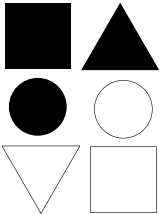



ที่มา ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 60 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Form Cool Depths, 1928”

ชื่อผลงาน	Form Cool Depths, 1928		
	ศิลปิน	Wassily Kandinsky	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยคั่นด้วยสี ใช้สีน้ำทำให้ภาพเกิดความรู้สึกเหมือนสว่างขึ้น โดยใช้ความฟุ้งของสี		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- สีน้ำ  - รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) 	Asymmetric, Geometric 	- Warm Tone 	- Paint, Graphic  - Layer, Embroidery 
ที่มาภาพ	https://www.nortonsimon.org/art/detail/P.1953.215		





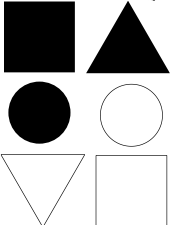



ทีมา ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 61 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Varied Rectangles, 1929

ชื่อผลงาน	Varied Rectangles, 1929		
	ศิลปิน	Wassily Kandinsky	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยค้นค้นสกี		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- สีน้ำ และหมึกอินเดีย  - รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) 	Asymmetric, Geometric 	- Warm Tone 	- Paint, Graphic  - Layer, Embroidery 
ที่มาภาพ	https://www.wassilykandinsky.net/work-614.php		





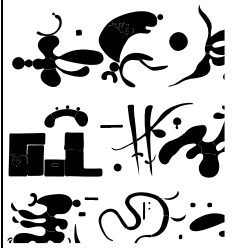





ที่มา ธีรรัตน์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 62 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : After Right – To the left, 1932”

ชื่อผลงาน	After Right – To the Left, 1932		
	ศิลปิน	Wassily Kandinsky	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยค้นค้นสี และการสร้างรูปให้ดูมีมิติความลึกจากการใช้สี		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีน้ำมัน</p>  <p>- รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)</p> 	<p>Asymmetric, Geometric</p>  	<p>- Earth Tone Pastel Color</p> 	<p>- Paint, Graphic, Si</p>  <p>- Cutting: Color block</p> 
ที่มาภาพ	https://www.wassilykandinsky.net/work-567.php		

ที่มา ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 63 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Succession, 1935

ชื่อผลงาน	Succession, 1935		
		ศิลปิน	Wassily Kandinsky
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยค้นค้นสีกี่ ผสมผสานกับรูปทรงธรรมชาติ จากความคิดจะสร้างภาษาเพื่อสื่อสารถึงผู้ชมจากพลังของสีและรูปทรง		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- สีน้ำมัน  - รูปทรงธรรมชาติ (Biomorphic) 	Asymmetric, Geometric, Biomorphic  	- Vivid color 	- Paint, Graphic, Textile   - Layer, Embroidery  
ที่มาภาพ	https://www.wassilykandinsky.net/work-377.php		

ที่มา ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 64 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition X, 1939

ชื่อผลงาน	Composition X, 1939		
	ศิลปิน	Wassily Kandinsky	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	<p>ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยคันตันสกี เป็นภาพด้านองค์ประกอบสุดท้ายของเขา และใช้รูปทรงตามธรรมชาติมาผสมเข้ากับรูปทรงเรขาคณิต และทำให้ภาพองค์ประกอบเด่นด้วยการใช้พื้นหลังสีดำซึ่งเป็นสีที่เขาไม่ชอบเท่าไหร่นัก</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีนํ้ามัน</p>  <p>- รูปทรงตามธรรมชาติ (Biomorphic)</p> 	<p>Asymmetric, Geometric, Biomorphic</p>  	<p>- Vivid Color</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Patchwork</p> 
ที่มาภาพ	<p>https://www.wassilykandinsky.net/work-62.php</p>		

ที่มา ฐันฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 65 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition XI, 1936

ชื่อผลงาน	Composition XI, 1936		
	ศิลปิน	Wassily Kandinsky	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	<p>ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยคันตันสกี เป็นภาพด้านองค์ประกอบสุดท้ายของเขา และใช้รูปทรงตามธรรมชาติมาผสมเข้ากับรูปทรงเรขาคณิต</p> <p>เน้นการใส่สีพื้นหลังเพื่อให้สะดุดตามากขึ้น ส่องพลังของสีเพิ่มมากขึ้น</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีน้ำมัน</p>  <p>- รูปทรงตามธรรมชาติ (Biomorphic)</p> 	<p>Asymmetric, Geometric, Biomorphic</p>  	<p>- Vivid Color</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Layer, Embroidery</p> 
ที่มาภาพ	https://www.wassilykandinsky.net/work-57.php		

ทิมา ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

2) แจ็คสัน พอลล็อก (Jackson Pollock)

ศิลปินจิตรกรชาวอเมริกัน เกิดเมื่อวันที่ 28 มกราคม 1912 ที่เมืองโคดี รัฐไวโอมิ่ง สหรัฐอเมริกา เป็นศิลปินที่มีอิทธิพลให้กับกลุ่มศิลปะไร้รูปลักษณะ หรือศิลปะนามธรรม (Abstract Expressionism) เน้นการสร้างสรรคผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) ด้วยการใช้เทคนิคการวาดภาพของเขามีแปลกและแหวกแนว จากศิลปะเดิม ๆ เขาไม่ชอบใช้แปรงหรือพู่กัน แต่จะใช้เทคนิคอื่นในการวาดภาพหรือสร้างสรรค์ผลงาน เช่น ก้นการ หยด สาด หรือเทสี โดยไม่ได้คำนึงถึงองค์ประกอบทางศิลปะมากนัก ไม่มีแบบแผน เป็นการสร้างสรรคผลงานจากจิตสำนึกภายในสู่ภายนอก ผลงานของพอลล็อกมักมีขนาดใหญ่ เต็มไปด้วยความรุนแรง เต็มซัด อิสระอย่างถึงที่สุด เกิดจากลีลาท่าทางที่ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน ผลงานของพอลล็อกของเขานั้นได้ทำให้เกิดเป็นแรงบันดาลใจและการพัฒนาที่ก้าวหน้าของศิลปินในอเมริกันใหม่สมัยต่อมาเป็นอย่างมาก

แจ็คสัน พอลล็อก ได้ถึงแก่กรรมในปี 1956 ด้วยอุบัติเหตุทางรถยนต์ระหว่างเดินทางกลับบ้าน ด้วยอาการเมาสุรา ขณะมีอายุ 44 ปี พอลล็อกสามารถสร้างผลงานจากแนวคิดทางศิลปะไร้รูปลักษณะหรือศิลปะนามธรรมที่คุณภาพและยังเป็นแรงบันดาลใจให้กับศิลปินรุ่นหลัง


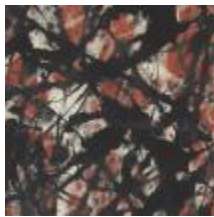







ภาพที่ 74 Jackson Pollock

ที่มา <https://cdn.arstechnica.net/wp-content/uploads/2019/11/pollockTOP-800x530.jpg>


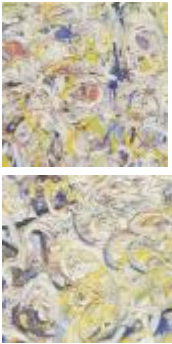
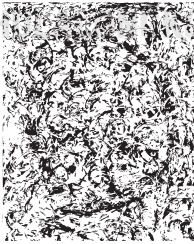



ตารางที่ 66 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Free Form, 1946

ชื่อผลงาน	Free Form, 1946		
		ศิลปิน	Jackson Pollock
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	เป็นภาพแรกที่ศิลปินเริ่มใช้ที่เทคนิคการสร้างสรรคผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยการทาพื้นสีแดง แล้วใช้สีดำและสีขาว โดยการหยดสีและสาดสี และการวาดแปร่งพุกกันและแทงไม้ไปทั่วรูป		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การทาสี, หยดสี 	Asymmetric, Freeform 	- Contrast 	- Paint, Graphic 
- การปาดแปร่ง 			- Weaving 
ที่มาภาพ	https://www.moma.org/collection/works/79690		






ที่มา ฌ็องนันทน์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 67 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Shimmering, 1946

ชื่อผลงาน	Shimmering, 1946		
		ศิลปิน	Jackson Pollock
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	การสร้างสรรคผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากแสงจากธรรมชาติของสภาพแวดล้อมในชนบทของ East Hampton ที่เขาย้ายไปอยู่ การส่องของแสงแดดในฤดูร้อน		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การบีบสีแล้วใช้นิ้วในการวาดหมุน วนไปทั่วรูป 	Asymmetric, Circle 	- Light Tone - Warm Tone 	- Paint, Graphic  - Laser cut, Embroidery 
ที่มาภาพ	https://www.moma.org/collection/works/78376		

ที่มา ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย







ตารางที่ 68 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Summertime: Number 9A, 1948”

ชื่อผลงาน	Summertime: Number 9A, 1948		
	ศิลปิน	Jackson Pollock	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	การสร้างสรรค์ผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากท่ามกลางธรรมชาติ		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การเทสี หยดสี 	Asymmetric, Freeform 	- Vivid Tone 	- Paint, Graphic 
ที่มาภาพ	https://www.tate.org.uk/art/artworks/pollock-summertime-number-9a-t03977		

ทีมา ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 69 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Number 7, 1950

ชื่อผลงาน	Number 7, 1950		
	ศิลปิน	Jackson Pollock	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	การสร้างสรรคผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากท่ามกลางธรรมชาติ		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การสับดสี เหวียงสี  	Asymmetric, Freeform  	- Earth Tone Contrast 	- Paint, Graphic 
ที่มาภาพ	https://www.tate.org.uk/art/artworks/pollock-summertime-number-9a-t03977		

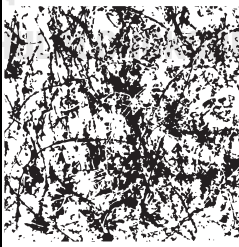
ที่มา ธีรรัตน์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 70 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Blue Poles: Number 11, 1952

ชื่อผลงาน	Blue Poles: Number 11, 1952		
	ศิลปิน	Jackson Pollock	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	การสร้างสรรค์ผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากท่ามกลางธรรมชาติ		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การเทสี ปาสี โยนสี สาดสี 	Asymmetric, Freeform  	- Vivid Tone - Contrast 	- Paint, Graphic 
ที่มาภาพ	https://www.jackson-pollock.org/blue-poles.jsp#		








ที่มา ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 71 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : One: Number 31, 1950”

ชื่อผลงาน	One: Number 31, 1950		
	ศิลปิน	Jackson Pollock	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	การสร้างสรรค์ผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art)		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การดีดสี 	Asymmetric, Freeform 	- Earth Tone 	- Paint, Graphic 
- สบัดแปรง 			- Embroidery 
ที่มาภาพ	https://www.moma.org/collection/works/78386		

ทีมา ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 72 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Untitled, 1950

ชื่อผลงาน	Untitled, 1950		
		ศิลปิน	Jackson Pollock
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	การสร้างสรรคผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากท่ามกลางธรรมชาติ โดยการเป่าสีจากหลอดใส่สีลงไปในผ้าใบเพื่อค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดศิลปะสมัยใหม่		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การเป่าสี  	Asymmetric, Freeform  	- Contrast 	- Paint, Graphic  - Texture : Weaving 
ที่มาภาพ	https://www.tate.org.uk/art/artworks/pollock-summertime-number-9a-t03977		

ที่มา ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 73 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Untitled, 1951

ชื่อผลงาน	Untitled, 1951		
	ศิลปิน	Jackson Pollock	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	การสร้างสรรค์ผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากท่ามกลางธรรมชาติ		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การหยดสี ตีสี  	Asymmetric, Freeform  	- Earth Tone 	- Paint, Graphic  
ที่มาภาพ	https://www.moma.org/collection/works/37765		

ที่มา ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

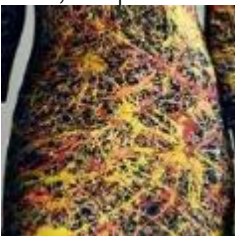
ตารางที่ 74 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Untitled, 1953-54

ชื่อผลงาน	Untitled, 1953-1954		
		ศิลปิน	Jackson Pollock
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	การสร้างสรรคผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากท่ามกลางธรรมชาติ		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การปาดสีด้วยมือและ ด้ามแปรง  	Asymmetric, Freeform  	- Pastel Tone 	- Paint, Graphic  
ที่มาภาพ	https://www.moma.org/collection/works/35733		

ที่มา ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 75 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : White Light, 1954

ชื่อผลงาน	White Light, 1954		
		ศิลปิน	Jackson Pollock
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	การสร้างสรรค์ผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากท่ามกลางธรรมชาติ		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การบีบสี ปาดสีด้วยนิ้วและแปรง  	Asymmetric, Freeform 	- Primary Color - Black & White 	- Paint, Graphic  - Embroidery 
ที่มาภาพ	https://www.moma.org/collection/works/79481		

ที่มา ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

3) มอริส หลุยส์ (Morris Louis)

ศิลปินจิตรกรชาวอเมริกัน เกิดเมื่อปี ค.ศ. 1912 ศิลปินที่ทำงานหลายอย่างเพื่อหาเลี้ยงตัวเอง อาศัยอยู่ในเมืองนิวยอร์ก ได้ศึกษาที่ Maryland Institute of Fine and Applied Art เขาได้ศิลปินที่เริ่มต้นการใช้สีแบบ Magna paint การผสมผสานสี เพื่อให้สีมีคุณสมบัติแบบใหม่ และเขาได้สร้างสรรค์ผลงานด้วยใช้สีในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เทสี การไหลของสี การเป่าสี และการทดลองหาคุณสมบัติให้ของสี กับตัวผ้าใบใหม่ การใช้สีส่งผ่านจิตสำนึกภายในสู่ผลงานทางศิลปะ ภาพวาดของเขาได้แบ่งเป็นคอเลคชันที่ต่างกันไป



ภาพที่ 75 Morris Louis

ที่มา : https://www.theartstory.org/images20/new_design/bio/bio_louis_morris.jpg

โดยหลุยส์ได้รับแรงบันดาลใจการสร้างสร้งงานจาก Jackson pollock ในงานทดลองใช้สีเพื่อสร้างผลงานทางศิลปะ หลุยส์ได้ถือเป็นศิลปินจิตรกรคนสำคัญของแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ หรือศิลปะนามธรรม

ตารางที่ 76 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)





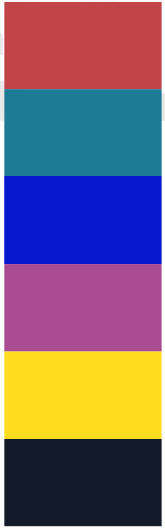


จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Convergent 1959

ชื่อผลงาน	Convergent, 1959		
	ศิลปิน	Morris Louis	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	<p>ภาพวาดจากคอลเลกชัน “Themes And Variations” 1959-1960 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้สีลาท่าทางของการไหลของสี สีที่หลุยส์ใช้เป็นสีอะคริลิกผสมกับเรซินและทินเนอร์เพื่อให้สีมีความใส และเกิดความเหลว</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีอะคริลิกผสมเรซินและทินเนอร์</p>  <p>- การไหลของสี</p> 	<p>Asymmetric, Freeform</p>  	<p>- Earth Tone</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Layer Color</p> 
ที่มาภาพ	<p>https://morrislouis.org/paintings/themes-and-variations/du220</p>		

ทิมา ณ์ฐันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 77 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)








จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Para VI, 1959

ชื่อผลงาน	Para VI, 1959		
		ศิลปิน	Morris Louis
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	ภาพวาดจากคอลเลกชัน “Themes And Variations” 1959-1960 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้ลีลาท่าทางของการไหลของสีที่หลุยส์ใช้เป็นสีอะคริลิกผสมกับเรซินและทินเนอร์เพื่อให้มีความใส และเกิดความเหลว		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<ul style="list-style-type: none"> - สีอะคริลิกผสมเรซินและทินเนอร์  <ul style="list-style-type: none"> - การไหลของสี 	Asymmetric, Freeform 	<ul style="list-style-type: none"> - Vivid color 	<ul style="list-style-type: none"> - Paint, Graphic  <ul style="list-style-type: none"> - Layer Color 
ที่มาภาพ	https://morrislouis.org/paintings/themes-and-variations/du234		

ที่มา ฌ็อง-ฌัก อ็องซูว์ ผู้วิจัย

ตารางที่ 78 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Saf, 1959

ชื่อผลงาน	Saf, 1959		
		ศิลปิน	Morris Louis
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	ภาพวาดจากคอลเลคชัน “Themes And Variations” 1959-1960 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้สีลาท่าทางของการไหลของสี สีที่หลุยส์ใช้เป็นสีอะคริลิกผสมกับเรซินและทินเนอร์เพื่อให้สีมีความใส และเกิดความเหลว		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- สีอะคริลิกผสมเรซินและทินเนอร์ 	Asymmetric, Freeform 	- Warm Color 	- Paint, Graphic 
- การไหลของสี 			- Cutting 
ที่มาภาพ	https://morrislouis.org/pics/painting/du243.jpg		

ที่มา ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 79 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Untitled (Floral), 1959

ชื่อผลงาน	Untitled (Floral), 1959		
	ศิลปิน	Morris Louis	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	<p>ภาพวาดจากคอลเลกชัน “Themes And Variations” 1959-1960 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้สีลาทำทางของการไหลของสีผสมกับการเป่าสี สีที่หลุยส์ใช้เป็นสีอะคริลิกผสมกับเรซินและทินเนอร์เพื่อให้มีความใสและเกิดความเหลว</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีอะคริลิกผสมเรซินและทินเนอร์</p>  <p>- การไหลของสีและการ</p> 	<p>Asymmetric, Freeform, Biomorphic</p> 	<p>- Earth Tone</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Embroidery</p> 
ที่มาภาพ	<p>https://morrislouis.org/pics/painting/du243.jpg</p>		

ที่มา ฐานันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 80 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Gamma Alpha, 1960

ชื่อผลงาน	Gamma Alpha, 1960		
	ศิลปิน	Morris Louis	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	ภาพวาดจากคอลเลคชั่น “Unfurled Paintings” 1960-1961 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้ลีลาท่าทางของการไหลของสี สีที่หลุยส์ใช้เป็นสีอะคริลิกผสมกับเรซินและทินเนอร์เพื่อให้สีมีความใส และเกิดความเหลว		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- สีอะคริลิกผสมเรซินและทินเนอร์  - การไหลของสี 	Asymmetric, Freeform 	- Earth Tone 	- Paint, Graphic 
ที่มาภาพ	https://morrislouis.org/paintings/unfurled-paintings/du327		


ที่มา ฐานันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 81 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Alpha Eta, 1960

ชื่อผลงาน		Alpha Eta, 1960		
		ศิลปิน	Morris Louis	
		ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	<p>ภาพวาดจากคอลเลกชัน “Unfurled Paintings” 1960-1961 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้สีลาทำทางของการไหลของสี การหมุนผ้าใบเพื่อให้เกิดการไล่ของสีในทิศทางต่าง ๆ สีที่หลุยส์ใช้เป็นสีอะคริลิกผสมกับเรซินและทินเนอร์เพื่อให้มีความใส และเกิดความเหลว</p>			
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น	
<p>- สีอะคริลิกผสมเรซิน และทินเนอร์</p>  <p>- การไหลของสี</p> 	<p>Asymmetric, Freeform</p> 	<p>- Earth Tone Pastel Color</p> 	<p>- Paint, Graphic</p> 	
ที่มาภาพ	<p>https://morrislouis.org/paintings/unfurled-paintings/du322</p>			

ที่มา ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 82 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Delta Eta, 1960

ชื่อผลงาน	Delta Eta, 1960		
	ศิลปิน	Morris Louis	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	ภาพวาดจากคอลเลกชัน “Unfurled Paintings” 1960-1961 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้ลิลิตาทำทางของการไหลของสี โดยใช้วัสดุของผ้าใบที่ใช้วาดเป็นวัสดุมีการดูดซึมสีมากขึ้น การหมุนผ้าใบเพื่อให้เกิดการไล่ของสีในทิศทางต่าง ๆ การใช้สีที่เป็นเนื้อสีมีความสดของสีเพิ่มขึ้น เป็นการใช้สีสื่อถึงจินตนาการ		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- สีอะคริลิกผสมน้ำ  - การไหลของสี 	Asymmetric, Freeform 	- Vivid Color 	- Paint, Graphic  - Cutting 
ที่มาภาพ	https://morrislouis.org/pics/painting/du243.jpg		

ที่มา ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 83 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Delta Theta, 1961

ชื่อผลงาน	Delta Theta, 1961		
	ศิลปิน	Morris Louis	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	<p>ภาพวาดจากคอลเลกชัน “Unfurled Paintings” 1960-1961 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้ลีลาท่าทางของการไหลของสี โดยใช้วัสดุของผ้าใบที่ใช้วาดเป็นวัสดุมีการดูซึมสีมากขึ้น การหมุนผ้าใบเพื่อให้เกิดการไล่ของสีในทิศทางต่าง ๆ การใช้สีที่เป็นเนื้อสีมีความสดของสีเพิ่มขึ้น เป็นการใช้สีสื่อถึงจิตนาการ</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีอะคริลิกผสมน้ำ</p>  <p>- การไหลของสี</p> 	<p>Asymmetric, Freeform</p>  	<p>- Vivid Color Colorful</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Tie Details</p> 
ที่มาภาพ	https://morrislouis.org/pics/painting/du243.jpg		

ที่มา ฐานันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 84 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Number 4-32, 1962

ชื่อผลงาน	Number 4-32, 1962		
		ศิลปิน	Morris Louis
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	ภาพวาดจากคอลเลคชัน “Stripe Painting” 1961-1962 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้สีลาทำทางของการเทสีแล้วใช้พู่กันลากเส้นด้วยความยากคือทำให้เส้นและสีสม่ำเสมอ มีน้ำหนักเท่ากันกันตลอดทั้งเส้น		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- สีอะคริลิกผสมน้ำ  - การลากพู่กัน 	Symmetric, Stripe 	- Vivid Color Earth tone 	- Paint, Graphic  - Cutting: Color block 
ที่มาภาพ	https://morrislouis.org/pics/painting/du636.jpg		

ที่มา ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 85 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : No End, 1962

ชื่อผลงาน	No End, 1962		
	ศิลปิน	Morris Louis	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	<p>ภาพวาดจากคอลเลกชัน “Stripe Painting” 1961-1962 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้สีลาทำทางของการเทสีแล้วใช้พู่กันลากเส้นด้วยความยากคือทำให้เส้นและสีสม่ำเสมอ มีน้ำหนักเท่ากันกันตลอดทั้งเส้น</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีอะคริลิกผสมน้ำ</p>  <p>- การลากพู่กัน</p> 	<p>Symmetric, Stripe</p> 	<p>- Vivid Color</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Piping Details</p> 
ที่มาภาพ	<p>https://morrislouis.org/pics/painting/du655.jpg</p>		

ที่มา ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

5.4 สรุปวิเคราะห์และเปรียบเทียบองค์ประกอบทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะที่นำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์

จากการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดทฤษฎีไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปินทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ (1) วาซีลี คันตันสกี (Wassily Kandinsky) (2) แจ็คสัน พอลล็อก (Jackson Pollock) (3) มอร์รอส หลุยส์ (Morris Louis) เป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงและมีผลงานจากแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะเป็นที่ยอมรับ โดยผู้วิจัยได้ทำงานศึกษาและวิเคราะห์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบองค์ประกอบทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะที่จะนำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ โดยสรุปการศึกษาและวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ตารางที่ 86 ตารางค่าเฉลี่ยจากการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)

ข้อมูล	ศิลปิน			ผลรวมเฉลี่ย (ร้อยละ)	
	ผลงานวิเคราะห์รวม 30 ชิ้น (100%)				
	วาซีลี คันตันสกี (Wassily Kandinsky)	แจ็คสัน พอลล็อก (Jackson Pollock)	มอร์รอส หลุยส์ (Morris Louis)		
แนวคิดการสร้างผลงาน	ทฤษฎีสีสีอารมณ์ (Color Emotion) : การใช้สีเพื่อสื่ออารมณ์จากภายในสู่ผลงานภายนอก	27% (8)	33% (10)	33% (10)	93% (28)
	รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) : การใช้รูปทรงเรขาคณิตในการลดทอนและแทนค่าสิ่งที่เสมือนจริง	23% (7)	0% (0)	7% (2)	30% (9)
	รูปทรงตามธรรมชาติ (Biomorphic) : การใช้รูปทรงตามธรรมชาติแต่จะถูกลดทอนลงเหมือนเพียงโครงร่างเงาหรือเส้นลายเท่านั้น	10% (3)	27% (8)	3% (1)	40% (12)

	ข้อมูล	ศิลปิน			ผลรวม เฉลี่ย (ร้อยละ)
		ผลงานวิเคราะห์รวม 30 ชิ้น (100%)			
		วาซีลี คันทันสกี (Wassily Kandinsky)	แจ็กสัน พอลล็อค (Jackson Pollock)	มอร์ รอส หลุยส์ (Morris Louis)	
	การใช้ลีลาท่าทางในการสร้างผลงาน (Gestural Abstract art) : การใช้ลีลาของท่าทางร่างกายหรือสิ่งอื่น ที่มีใช้การวาดโดยตรงเพื่อให้เกิดอารมณ์ ของภาพ	0% (0)	33% (10)	27% (8)	60% (18)
วัสดุการสร้างผลงาน	สีน้ำ	10% (1)	0% (0)	0% (0)	10% (3)
	ดินสอสีไม้	3% (1)	0% (0)	0% (0)	3% (1)
	สีน้ำมัน	23% (7)	0% (0)	0% (0)	23% (7)
	หมึกอินเดีย	3% (1)	0% (0)	0% (0)	3% (1)
	อะคริลิก	0% (0)	0% (0)	33% (10)	33% (10)
เทคนิคการสร้างผลงาน	การเทสี	0% (0)	13% (4)	0% (0)	13% (4)
	หยดสี/บับสี	0% (0)	20% (6)	0% (0)	20% (6)
	ปาดแปรง	0% (0)	10% (3)	0% (0)	10% (3)
	สลับแปรง/เขยียงสี/โยนสี/ปาลี	0% (0)	20% (6)	0% (0)	20% (6)

	ข้อมูล	ศิลปิน			ผลรวม เฉลี่ย (ร้อยละ)
		ผลงานวิเคราะห์รวม 30 ชิ้น (100%)			
		วาซีลี คันทันสกี (Wassily Kandinsky)	แจ็กสัน พอลล็อค (Jackson Pollock)	มอร์ รอส หลุยส์ (Morris Louis)	
	เป่าสี	0% (0)	3% (1)	3% (1)	6% (2)
	การปล่อยไหลของสี	0% (0)	0% (0)	27% (8)	27% (8)
	การวาดด้วยร่างกาย มือ/นิ้ว	0% (0)	10% (3)	0% (0)	10% (3)
	การวาดปกติด้วยพู่กัน	33% (10)	0% (0)	7% (2)	40% (12)
โครงสร้างเงา	ความไม่สมมาตรกัน หรือไม่เท่ากัน (Asymmetric)	33% (10)	33% (10)	27% (8)	93% (28)
	ความสมมาตรกัน หรือเท่ากัน (Symmetric)	0% (0)	0% (0)	6% (2)	6% (2)
	รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)	33% (10)	3% (1)	7% (2)	43% (13)
	รูปทรงธรรมชาติ (Biomorphic)	10% (3)	0% (0)	0% (0)	10% (3)
	รูปทรงอิสระ (Freeform)	0% (0)	33% (10)	33% (10)	66% (20)
	การใช้เส้น (Line Art)	10% (3)	0% (0)	0% (0)	10% (3)
๗๕	Vivid Color	23% (7)	13% (4)	17% (5)	52% (16)
	Pastel Color	3% (1)	7% (2)	3% (1)	13% (4)

ข้อมูล	ศิลปิน			ผลรวม เฉลี่ย (ร้อยละ)	
	ผลงานวิเคราะห์รวม 30 ชิ้น (100%)				
	วาซีลี คันทันสกี (Wassily Kandinsky)	แจ๊คสัน พอลล็อค (Jackson Pollock)	มอร์ รอส หลุยส์ (Morris Louis)		
Contrast Color	0% (0)	17% (5)	0% (0)	17% (5)	
Earth Tone	3% (1)	10% (3)	17% (5)	30% (9)	
Warm Tone	3% (1)	7% (2)	0% (0)	10% (3)	
เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น	ลายพิมพ์ หรือกราฟิกส์ (Paint & Graphic)	30% (9)	33% (10)	33% (10)	97% (29)
	การปัก (Embroidery)	30% (9)	10% (3)	20% (6)	60% (18)
	ปักเลื่อม (Sequin)	10% (3)	3% (1)	0% (0)	13% (4)
	Patchwork	20% (6)	0% (0)	0% (0)	20% (6)
	Laser cut	13% (4)	3% (1)	0% (0)	16% (5)
	การเล่นเลเยอร์ (Layer)	17% (5)	0% (0)	7% (2)	24% (7)
	Color Block	3% (1)	0% (0)	3% (1)	6% (2)
	การตัดต่อ (Cutting)	3% (1)	0% (0)	7% (2)	10% (3)
	การผูกหรือการถัก (Tie)	0% (0)	0% (0)	7% (2)	7% (2)
	การทอ (Weaving)	0%	7%	0%	7%

ข้อมูล	ศิลปิน			ผลรวม เฉลี่ย (ร้อยละ)
	ผลงานวิเคราะห์รวม 30 ชิ้น (100%)			
	วาซีลี คันดินสกี (Wassily Kandinsky)	แจ๊คสัน พอลล็อค (Jackson Pollock)	มอร์ รอส หลุยส์ (Morris Louis)	
	(0)	(2)	(0)	(2)
การสร้างโครงสร้าง (Silhouette)	14% (4)	0% (0)	3% (1)	17% (5)

ที่มา ฐานันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากตารางค่าเฉลี่ยจากการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) ผู้วิจัยสามารถสรุปโดยแบ่งเป็นหัวข้อ ได้แก่ (1) แนวคิดการสร้างผลงาน (2) เทคนิคการสร้างผลงาน (3) โครงร่างเงา (Silhouette) (4) สี (Color) (5) เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น

(1) แนวคิดการสร้างผลงาน ศิลปินส่วนใหญ่ใช้แนวคิดเรื่องทฤษฎีของสีเพื่อสื่ออารมณ์จากภายในสู่ภายนอกถึงผู้ชมผลงาน สีเป็นตัวแทนของการจินตนาการที่สามารถทำให้ผู้ชมสร้างนิกคิดและจินตนาการเองได้ว่าสิ่งที่เห็นคืออะไรโดยไม่ต้องอธิบาย ผสมกับการใช้สีลาท่าทางในการสร้างสรรค์ผลงานที่ให้เกิดความแปลกใหม่ให้กับผลงาน ศิลปินเลือกใช้สีลาท่าทางในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อให้เกิดอารมณ์ร่วมเวลาผู้ชมได้ชมผลงาน ศิลปะไร้รูปลักษณะไม่มีรูปแบบตายตัวเป็นศิลปะนามธรรมเน้นให้ผู้ชมจินตนาการได้เอง ลักษณะผลงานทั้งหมดเป็นภาพวาดประเภทจิตรกรรม

2) เทคนิคการสร้างผลงาน ศิลปินมักเลือกใช้สีลาท่าทางในการสร้างสรรค์ทำให้เกิดการคิดค้นทดลอง วิธีการสร้างสรรค์ผลงานรูปแบบใหม่ เช่น การปล่อยไหลของสี การเทสี สบดสี ปาสี หยดสี สบดแปรง วาดด้วยมือ และเทคนิคอื่น ๆ แต่ศิลปินส่วนใหญ่ก็ยังคงเลือกใช้วิธีการวาดภาพด้วยพู่กันโดยมีการผสมผสานเทคนิครูปแบบใหม่ลงไปในตัวผลงานด้วย ทำให้ภาพวาดเกิดมิติและมีพลัง สามารถจินตนาการออกมาได้หลากหลายรูปแบบ

(3) **โครงร่างเงา (Silhouette)** โครงร่างเงาผลงานจากศิลปิน ส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบภาพวาดที่ไม่สมมาตรกัน (Asymmetric) โดยภาพทั้งสองข้างจะมีรายละเอียดและดีเทลที่แตกต่างกันไป ทำให้ภาพวาดที่ออกมาดูไม่น่าเบื่อและมีความน่าสนใจ มีรูปการณ์ใช้โครงร่างเงาหรือรูปทรงที่เป็นอิสระ (Free Form) ไม่มีรูปแบบตายตัว และการใช้รูปทรงเรขาคณิตมาจัดวางอย่างอิสระเพื่อให้เกิดมิติ รูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ

(4) **สี (Color)** ศิลปินส่วนใหญ่เลือกใช้โทนสีที่ฉูดฉาด (Vivid Color) เพื่อแสดงออกถึงอารมณ์และความรู้สึกของศิลปิน การใช้สีที่ตัดกัน (Contrast) แสดงออกถึงอารมณ์สามารถทำให้ภาพเกิดมิติ แต่ศิลปินบางส่วนยังเลือกใช้โทนสีที่ฉูดฉาดผสมผสานกับโทนสีธรรมชาติ (Earth Tone) เพื่อให้ผลงานมีความหลากหลายและน่าสนใจ

(5) **เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น** จากศึกษาและวิเคราะห์ผลงานของศิลปินพบว่า ลวดลายการสร้างสรรค์ภาพวาดของศิลปินสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบแฟชั่นได้ เช่น การทำลายผ้าหรือกราฟฟิกลงบนวัสดุต่าง ๆ โดยการใช้เทคนิคการสร้างผลงานของศิลปินมาใช้ในการสร้างลวดลาย การปักประดับลงบนวัสดุต่าง ๆ โดยการนำเอาลวดลายที่ได้มาออกแบบให้เข้ากับเทคนิคการปักประดับ การทับซ้อนเป็นชั้นหรือการซ้อนเลเยอร์เสมือนกับการใช้สีเป็นเลเยอร์ของศิลปินมาใช้ในการออกแบบแฟชั่น ที่สามารถใช้สี เส้น หรือ ฟอรั่มในการสื่อถึงอารมณ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากการศึกษาและวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) ศิลปะการส่งต่ออารมณ์ความรู้สึก และกระตุ้นการจินตนาการด้วยสี เส้น ฟอรั่มต่าง ๆ ที่เป็นอิสระไม่มีรูปแบบที่ตายตัว เป็นแนวคิดศิลปะที่มีความน่าสนใจและแปลกใหม่ ทำให้เกิดผลงานรูปแบบใหม่ที่ไม่ซ้ำใคร สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบแฟชั่นได้ ในหลากหลายองค์ประกอบของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ เช่น โครงสร้าง (Silhouette) ลวดลาย (Graphic and Art work) สี (Color) รายละเอียดการตกแต่ง (Details and Technique) โดยนำเอาองค์ประกอบเหล่านี้มาสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ใช้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์เพื่อสะท้อนถึงอารมณ์และความรู้สึกของผู้สวมใส่ได้

ส่วนที่ 6 การศึกษาแนวคิดกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

ปัจจุบันกระแสนิยมแฟชั่นเครื่องแต่งกายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย โดยการคาดคะเนล่วงหน้าถึงกระแสนิยมต่าง ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงไปของปัจจัยต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง สาธารณะสุข และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป กระแสนิยม (Trend) ที่เกิดจากการคาดคะเนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ผลิตสินค้าเครื่องแต่งกายต้องให้ความสำคัญ วิเคราะห์และนำมาปรับใช้ให้เข้ากับรูปแบบของผู้ผลิตเอง เพื่อให้สินค้าเครื่องแต่งกายทันกระแสนิยม หรือนำกระแสนิยม ที่กำลังจะเกิดขึ้นเพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในอนาคตที่จะเกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาแนวคิดกระแสนิยมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย โดยแบ่งเป็นหัวข้อ ดังนี้

6.1 ศึกษาการคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023

6.2 การสัมภาษณ์แนวคิดคาดคะเนของผู้เชี่ยวชาญทางแฟชั่นและเครื่องแต่งกายต่อการเปลี่ยนแปลงกระแสนิยมร่วมสมัย

6.1. ศึกษาการคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023

การสร้างและวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่น (Trend Research in Fashion) ในการออกแบบเครื่องแต่งกาย การนำแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสากล (Trend) มาใช้ นับเป็นเรื่องสำคัญประการหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง ทั้งนี้เพื่อต้องการให้นักออกแบบสามารถสร้างงานอยู่ในแนวคิด ขอบเขตเดียวกันอีกทั้งการกำหนดและเดินตามแนวโน้มแฟชั่นยังเป็นการสร้างกระแสให้สังคมเกิดความนิยมของเรื่องราว รูปทรงและสีสัน ในรูปแบบต่าง ๆ ที่เหมือนกันอีกด้วย กระแสนิยมที่เกิดจากแนวความคิดของTrend มีผลกระทบต่อตลาดผู้บริโภคของอุตสาหกรรมสิ่งและเครื่องนุ่งห่มปัจจุบัน

เพื่อต้องการให้แฟชั่นเป็นสิ่งที่นิยมและมีแนวทางเดียวกันในการออกแบบ การหาแนวกระแสนิยม (Trend) มาใช้จึงเป็นปัจจัยพื้นฐานของการสร้างงานออกแบบ

ในอุตสาหกรรมสิ่งและเครื่องนุ่งห่ม แนวโน้มทิศทางของแฟชั่น มักจะก่อกำเนิดจากการพัฒนาระบบอุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นหลัก เพราะเส้นใยและวัตถุดิบ เป็นตัวบ่งชี้และกำหนดทางเดินของแฟชั่นว่าจะพัฒนาไปในทิศทางใด ก่อนที่จะนำวัตถุดิบมาใช้ในการออกแบบรูปทรงเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย จึงทำให้ในปัจจุบันแนวโน้มกระแสนิยม (Trend) มีความสำคัญมาก การนำเทรนด์มาใช้ดูเหมือนจะเป็นเรื่องที่น่าตื่นเต้นสำหรับคนทั่วไปในปัจจุบัน เพราะมีการพูดถึงเทรนด์บ่อยขึ้น แต่แท้จริงแล้วเทรนด์ คืออะไรและนำไปใช้อย่างไร เป็นสิ่งที่จะต้องทำการศึกษาและนำมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

กระแสนิยมทางแฟชั่น (Fashion Trend) คือ แนวโน้มกระแสนิยมของทิศทางแฟชั่นที่แนะเป็นแนวทางว่ากำลังเกิดรูปแบบและอารมณ์ (Mood) ของเสื้อผ้าแบบไหนขึ้นในอนาคต ในฤดูกาลต่อ ๆ ไป เทรนด์จะเป็นตัวช่วยชี้ให้เห็นแนวโน้มของแฟชั่นให้ไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อให้ตราสินค้าต่าง ๆ วางแผนที่จะผลิตสินค้าออกมาให้อยู่ในตลาดได้ถูกทิศทางและช่วงเวลา เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม เมื่อผู้บริโภคสวมใส่เสื้อผ้าที่ดูดีและทันสมัยตลอดเวลา ก็จะเพิ่มการยอมรับกับตราสินค้านั้น ๆ ได้ตลอดไป

โดยองค์ประกอบของแนวโน้มกระแสนิยม (Trend) จะมีเนื้อหาครอบคลุมถึง

Mood & Tone	ภาพบรรยากาศในงานจะออกมาในลักษณะไหน อารมณ์จะเป็นอย่างไร แหล่งกำเนิด ต้นตอ และที่มาของ
Theme	เกิดขึ้นที่ไหน บริเวณไหน
Material	ลักษณะวัสดุที่จะนำมาใช้ เช่น ใช้ผ้าใยธรรมชาติ หรือใยสังเคราะห์ เป็นผ้ายัดหรือผ้าทอ มีความหนาบางอย่างไร
Color	สีสันทันทีออกมาเป็นไปในแนวทางไหน โทนสีเป็นอย่างไร
Silhouette	โครงสร้างเงาจะเป็นอย่างไร เป็นโครงสร้าง หรือไม่มีโครงสร้าง ความสั้นยาว ขนาดของเสื้อผ้า
Texture	โครงสร้างของทอวัสดุผ้า ทำให้เกิดผิวสัมผัสต่าง ๆ หรือไม่อย่างไร มีความด้านหรือความมันเงา
Reference	ข้อมูลอ้างอิงที่สร้างให้เกิดแรงบันดาลใจใน Theme นั้น ๆ ²⁴

²⁴ พัดชา อุทิศวรรณกุล, “แฟชั่นคืออะไร”, เอกสารประกอบการเรียน Fashion and Merchandise การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น เสนอที่ภาควิชาานภูมิศิลป คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการสร้างและวิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่น (Trend Research in Fashion) ผู้วิจัย จึงได้ทำการศึกษาการคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึง ฤดูร้อนปี 2023 ที่จัดทำโดยบริษัท WGSN โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาเพื่อทำการศึกษาดังนี้

- 1) แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นในเรื่องของวัสดุ (Material)
- 2) แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นในเรื่องของวัสดุ (Material) ที่มีเนื้อหาและองค์ประกอบเกี่ยวกับธรรมชาติ (Natural) วัสดุทางธรรมชาติ (Natural Material) หรือเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการแปรรูปทางธรรมชาติ

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาเพื่อทำการศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นในเรื่องของวัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึง ฤดูร้อนปี 2023 โดยสรุปได้ ดังนี้

1) แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 (Autumn/Winter 2022-2023) จากบริษัท WGSN



ภาพที่ 76 แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 (Autumn/Winter 2022-2023) จากบริษัท WGSN

ที่มา : WGSN.com

การลงทุนในงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์จะถูกขับเคลื่อนด้วย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ดิจิทัล อุตสาหกรรม งานฝีมือ และความต้องการพัฒนาทางวัสดุอย่างไม่มีที่สิ้นสุด การเข้าสู่การปฏิรูปด้านเกษตรกรรมจะช่วยให้อุตสาหกรรมก้าวหน้า การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ขยะจากอุตสาหกรรม ขยะอิเล็กทรอนิกส์ เศษขยะจากอาหาร พลาสติกและสิ่งทอรีไซเคิล เทคโนโลยีนวัตกรรมจะช่วยให้วัสดุเหล่านี้เกิดความสวยงามขึ้น และช่วยส่งเสริมด้านความยั่งยืนและนวัตกรรมจะมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่วัสดุที่สร้างใหม่สำหรับ ฤดูหนาวปี 2022 A/W 22/23 เช่นเดียวกับการออกแบบที่สร้างความมั่นใจ โต้ตอบได้ ใช้งานได้จริง และสนุกสนาน



ตารางที่ 87 ตารางสรุปข้อมูลจากการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 (Autumn/Winter 2022-2023)

WGSN	แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 (Autumn/Winter 2022-2023)
	 <p>Future geological</p> <p>The concept: Explore speculative design research into the future geologies formed by the Anthropocene Age for otherworldly materials.</p> <p>Surface & materials: Terra Utilitas glass works by artist Zhang Jiali; ore jumps and liquid, exploring digital carving, spray-painting rapid prototyping and translucent, and Dmitry Minko's glass Petrains was transformed when their cork moulds split in the ocean.</p> <p>Isabel Silveira's Technofossil novel took ocean plastic and radioactive genes, and Gary Sault's seaweed jewelry combine high craft with wild imaginations.</p> <p>How to implement: Make chiselled, etched and melted surfaces that bring new texture to ceramic, glass, resin, metal and leather.</p> <p>Relevant for: accessories, jewelry, apparel, footwear, packaging, product design, interiors</p>
สรุป	<p>การสำรวจ วิจัย และการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับธรณีวิทยาในอนาคต หรือที่เกิดจากยุค Anthropocene ที่ให้ความรู้สึกเหมือนวัสดุจากโลก จากวัสดุ เช่น หิน กระดาษ อัญมณี ของเหลว หรืออื่น ๆ เป็นการเลียนแบบวัสดุทางธรรมชาติหรือทำวัสดุธรรมชาติให้แปลกตาไปจากเดิม</p>
	 <p>Mushroom matters</p> <p>The concept: Harness the power of mycelium for biodegradable living products and spaces.</p> <p>Surface & materials: Fungi root systems create connective networks, and their self-nourishing biodegradability is explored in Mycelium Melbourne's fungi tableware, Jonas Edwards' Oyster Mushroom chair and Loppa's coffin.</p> <p>In apparel, Oldenbacher's scooped garments in chaga mushroom tea and Helen Foster-Carp's fungi-inspired capsule showcased a mushroom hat. But mycelium is now swelling up, with advice joining Stella McCartney to invest in biomaterial Mylo, which uses and dyes similarly to leather.</p> <p>How to implement: Use fungi's antibacterial, fire resistant, heat insulating and water-resistant qualities for biodegradable design.</p> <p>Relevant for: packaging, accessories, apparel, footwear, product design, interiors, architecture</p>
สรุป	<p>การคุณสมบัติของ ไมซีเลียม (Mycelium) สำหรับผลิตที่ย่อยสลายได้ในทางชีวภาพ เช่น การสร้างวัสดุหนังจากเห็ด โดย Adidas ได้ร่วมมือกับ Stella McCartney เพื่อลงทุนในวัสดุชีวภาพอย่าง Mylo ซึ่งสามารถสร้างสีได้เหมือนกับหนัง</p>

	<p>Patinated process</p> <p>The concept: Create fixed, patinated and faded materials, appreciating naturally unseen effects that occur in sustainable processes.</p> <p>Surface & materials: Develop striking material contrasts. CP: Umberto Albocan uses incorporate Onice Sultano marble and ver-de-gris metal, and Benedetta Tobia offers ancient coins in precious gemstone and metal jewellery. Use non-chemical processes. In fashion, Young Kim harnessed the sun's rays to bleach fabrics naturally for a chemical-free men's collection.</p> <p>How to implement: Explore build-up, faded and oxidised colours and surfaces in textiles, leather, metal, wood and paper. Use sustainable, chemical-free finishes that evolve over time.</p> <p>Relevant for: architecture, accessories, apparel, jewellery, footwear, packaging, product design, interiors</p>
<p>สรุป</p>	<p>การสร้างวัสดุรูปแบบต่าง ๆ ที่ดูเป็นผลมาจากธรรมชาติ ลวดตามทำมา ธรรมชาติที่มาจากกระบวนการที่ยั่งยืน เช่น การรวมรอบหินอ่อนจัดเรียงให้เกิดลาย ใหม่ การวางเสื้อผ้าตาแดดเพื่อให้เกิดลวดลายจากความร้อนจากแสง การทิ้งเหรียญไว้ ตามธรรมชาติเพื่อให้เกิดเอฟเฟคความเก่าตามธรรมชาติ</p>
	<p>Beautiful bio-fabrication</p> <p>The concept: Create super-natural and ephemeral materials that can colour-change, shape-shift and disappear without trace back into nature.</p> <p>Surface & materials: Suzanne Yong's Serpentine Lace dress was formed from a 3D-generated mould using algae and silk protein biomaterial. Its awe-inspiring structure morphed in form in response to climatic humidity and temperature, and dissolved in rain, river or sea water in hours. We're also inspired by Caroline Raff's algae-based Circular Oceans sequin material, and new 3D-printed bioplastic face shields by Alice Potts, coloured by forever and food waste.</p> <p>How to implement: Harness the creative and ecological potential of bio-fabrication, resulting in experiential and awe-inspiring materials.</p> <p>Relevant for: accessories, jewellery, apparel, footwear, packaging, product design, interiors</p>
<p>สรุป</p>	<p>การสร้างวัสดุที่เหนือธรรมชาติ ที่สามารถเปลี่ยนสี และหายไปได้ตาม ธรรมชาติ เช่น การสร้างชุดจากการปรีน 3D ด้วยใช้สาหร่ายกับโปรตีนไหม โครงสร้างจะถูกปรับเปลี่ยนไปตามสภาพอากาศและหายไปเมื่อโดนน้ำ หรือเลื่อมจาก สาหร่ายทะเล หน้ากากจากหญ้าและเศษอาหาร การใช้วัสดุทางชีวภาพ</p>

	 <p>Computational forms</p> <p>The concept: Use digital software tools to 3D-sculpt materials into computational forms.</p> <p>Surface & materials: Take inspiration from Dagiste Comte's extruded clay urns and Elin Roshan's 3D-printed Sand in Motion pieces. In fashion, Mathilde Rougier's Modular Augmented Capsule is a personalized version of her own wardrobe, using photographs, 3D scanning and image recognition, with the final tessellated garments made of waste. Jewellery designer and RMIT researcher Leah Hedges' Facet is the world's first modular self-fit hearing aid, with an aim of elevating variables to be more desirable.</p> <p>How to implement: Digitally extrude, laser-cut, 3D-print and facet glass, clay, sand, metal, rubber, plastic and textiles into surfaces and forms.</p> <p>Relevant for: accessories, jewellery, apparel, footwear, packaging, product design, interiors</p>
<p>สรุป</p>	<p>การใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม ผสมผสานกับวัสดุอย่างดินเหนียว หรือเศษขยะ</p>
<p>สรุป</p>	 <p>Celestial stones</p> <p>The concept: Attract consumers with mineral stones, drawing attention to their tranquil look and healing associations.</p> <p>Surface & materials: Signifying purity, jade's cleansing, soothing benefits make it suitable for beauty rituals, home settings and jewellery, as seen in Cora Sheibani's bubbles. Gold-flecked Lapis Lazuli blue is embraced in the scagliola of Martina Guadagnoli's vase. Marble, featured in interiors, inspires fashion in the form of the limited-edition Mac'Zina bag by luxury brand Valentino, marble firm Budri and industrial designer Patricia Urquiola.</p> <p>How to implement: Ethically source and verify mined stones, and make use of off-cut marble. Emulate minerals via recycled glass, acetate, plastic, and jasperite, as well as 3D print form.</p> <p>Relevant for: accessories, jewellery, apparel, footwear, packaging, product design, interiors</p>
<p>สรุป</p>	<p>การใช้ความงามจากหินมาเป็นของตกแต่งหรือผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ เช่น หยก แร่ธาตุต่าง ๆ</p>

	 <p>Vegetal construction</p> <p>The concept: Evolve rattan and basketry in honest, local and natural materials for a contemporary twist on <u>natural construction</u>.</p> <p>Surface & materials: Look at <u>The Natural Room</u> at Seruh Myerscough Gallery, which curates artists, designers and makers working with jute, sisal, willow and wood in vessel baskets and twiggy furniture. <u>Wicker Earflon</u>, by Dicks Janssens Architecture nestles naturally into its outdoor environment. Slow craft is garnering appreciation. Siri Sirin's jewellery includes rattan and itobasba barona plant, and Emma Bracht's menswear is realised in finely crocheted straw. <u>Eggy Lamm</u> elevates the crumb brush in steam-bent oak, coconut fibre, linen thread and beeswax.</p> <p>How to implement: Support artisan makers and <u>regeneratively harvested</u> local materials. Pair vegetal fibres with other natural materials.</p> <p>Relevant for: architecture, accessories, apparel, jewellery, footwear, packaging, product design, interiors</p>
<p>สรุป</p>	<p>การสร้างงานด้วยธรรมชาติ การถัก สาน ด้วย หวาย ป่าน หอ หรือใยกล้วย และอื่น ๆ ที่เป็นเส้นใยทางธรรมชาติ</p>
	 <p>Edible inventions</p> <p>The concept: Evolving from a focus on <u>cooking up waste</u>, use food waste as a key ingredient for biodegradable and even edible biomaterials.</p> <p>Surface & materials: Food-derived waste is starting to scale. H&M's Yigga wine leather accessories piloted in store this year, while Uyen Tran's <u>TiMata</u> and Anya Maniglate's <u>BinGoods</u> show experimental potential for small goods. Packaging is good enough to eat in <u>Wendell Fan's</u> vegan food wraps, adjusted to suit taste and nutrition when added in a meal. Ziemra Cetinler's <u>Black</u> packaging aims to use up food residue from takeaway eateries, even enhancing the menu as a sauce or spice. <u>Daughinette NYC</u> keeps fruit fresh in novel resin jewellery.</p> <p>How to implement: Pilot for small accessories and packaging. Experiment with edibles, trialling tastes through ingredients, and play with texture via embossing, 3D printing and casting.</p> <p>Relevant for: packaging, accessories, jewellery, beauty, footwear, product design</p>
<p>สรุป</p>	<p>สิ่งประดิษฐ์หรือผลิตภัณฑ์จากสิ่งที่ย่อยสลายได้ จากการนำเศษอาหารจากธรรมชาติ หรือของเสียจากอาหาร มาแปรรูปทางนวัตกรรมรูปแบบต่าง ๆ เช่น หนังสือจากการหมักไวน์ Vegea ของ H&M ที่นำมาทำเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์</p>

	 <p>Shaped by nature</p> <p>The concept: Foster a deeper appreciation of the outdoor world by elevating organic materials and highlighting resource scarcity.</p> <p>Surface & materials: Take inspiration from Darren Applegate's Bonksia vessels, Baptiste Lanne's chiselled furniture and Nir Meiri's biodegradable red cabbage lampshades.</p> <p>Stylised branch-like forms influence Park Seon-min's etched glass and ceramic forms, and in fashion, Scrimm Hog references nature with laser-cut, layered, sun-bleached and gradient colour outfits.</p> <p>How to implement: Bring out the organic nature of wood and clay, and inlays, mould or engineer recycled metal, glass and textiles with texture.</p> <p>Relevant for: accessories, jewellery, apparel, footwear, packaging, product design, beauty, interiors</p>
สรุป	<p>การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการยกระดับวัสดุอินทรีย์ เช่น การสร้างสรรค์โคมไฟจากกะหล่ำปลีแดงที่สร้างย่อยสลายทางชีวภาพได้</p>
	 <p>Organic composites</p> <p>The concept: Harvest agricultural plant and food resources to grow up eco-composites.</p> <p>Surface & materials: Keep zero-waste processes front of mind, as seen in Highsociety Studio's hemp lamps, and Russian studio Jalyng, which created interior products from string nettles, using the whole plant. Food shell waste is developing, such as Attilia LVDW's Eggshell and Keep Life's self-hardening nut-based composite. Sell with food, Ukrainian brand Ochis uses waste coffee grounds for durable eyewear frames that biodegrade over time to make plant fertilizer.</p> <p>How to implement: Source local food waste, plant and agro-waste surplus for composites. Ensure binders and additives don't hinder onward recyclability or biodegradability.</p> <p>Relevant for: accessories, jewellery, footwear, packaging, product design, interiors</p>
สรุป	<p>การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรพืชผลทางการเกษตรและอาหารเพื่อทำให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการคำนึงถึงกระบวนการที่ปราศจากขยะมูลฝอย เช่น กากกาแฟ หรือของเสียจากเปลือกผลไม้ ต่าง ๆ</p>

ที่มา : ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากศึกษาแนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 (Autumn/Winter 2022-2023) จากบริษัท WGSN จะเห็นได้ว่าแนวโน้มกระแสนิยมในด้านวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูกาลนี้ เน้นวัสดุที่มาจากธรรมชาติหรือได้แรงบันดาลใจมาจากธรรมชาติ ด้วยเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูป เพื่อให้เกิดวัสดุรูปแบบใหม่ และการใช้วัสดุเหล่านั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อเป็นการต่ออายุการใช้งานให้วัสดุเหล่านั้น และช่วยลดขยะที่จะเกิดขึ้นอันเป็นการช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเน้นการลงทุนด้านนวัตกรรมเพื่อให้เกิดความหลากหลายด้านวัสดุจากแนวคิดความยั่งยืน

2) แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูร้อนปี 2023 (Spring/Summer 2023) จากบริษัท WGSN



ภาพที่ 77 แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูร้อนปี 2023 (Spring/Summer 2023) จากบริษัท WGSN

ที่มา : WGSN.com

ในปี 2023 จะได้เห็นความเร็วในการจัดระดับความสำคัญในการแก้ปัญหา ซึ่งขับเคลื่อนโดยทรัพยากรวัสดุที่ขาดแคลน เนื่องจากอุตสาหกรรมต่าง ๆ หันมาให้ความสำคัญกับนวัตกรรมความยั่งยืน อุตสาหกรรมต่าง ๆ จะผลักดันความก้าวหน้าในแหล่งวัสดุจากธรรมชาติที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ และแนวปฏิบัติด้านการปฏิรูป ของเสียจากอุตสาหกรรมต่างจะถูกประเมินและนำกลับมาใช้ใหม่ ด้วยการแปรรูปเป็นวัสดุทรัพยากรที่มีค่า เป็นวัสดุทางเลือกใหม่ที่มีคุณค่าและน่าสนใจ

ตารางที่ 88 ตารางสรุปข้อมูลจากการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูร้อนปี 2023 (Spring/Summer 2023) จากบริษัท WGSN

WGSN	แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูร้อนปี 2023 (Spring/Summer 2023) จากบริษัท WGSN
	 <p>Earthed pigments</p> <p>The concept uses local earth-based pigments to reflect outdoor materials around product origin.</p> <p>Material & materials: South Africa ceramic artist Julie Dubouché (through a personal stone-roped weaving) made boots close to the earth, grounded by earth pigmented clay, and aboriginal-cowled clothing brand Spig transforms spiritual paintings from local artists into garments.</p> <p>Italian studio Z&P Ambrogetti drew on the vibrant topography of Hormuz Island for its donut holiday drinkings overlooking the Persian Gulf, and Austrian ceramicist Eggan Bostel infuses natural woods with the arid landscape of her homeland.</p> <p>How to implement: use earth-friendly pigments to paint, stain, coat and ink on ceramics, textiles, paper and wood. Take inspiration from the W&A Pigments Project, which supports natural colour sourcing.</p> <p>Relevant for: architecture, interiors, accessories, apparel, footwear, packaging, product design</p>
สรุป	<p>การใช้เม็ดสีจากดินในท้องถิ่นเพื่อบอกเรื่องราวที่แท้มาที่ไปของต้นกำเนิดผลิตภัณฑ์ เม็ดสีดินจากดินเหนียวตามธรรมชาติ มาใช้การย้อมผ้า เคลือบสี หรือการวาด</p>
	 <p>Organic composites</p> <p>The concept regenerates Mother's natural. Some will lessen the CO2 footprint of composite materials.</p> <p>Material & materials: plant or food waste is produced bioplastic on biomes. Margot Baum (Fast House) did a drink and cut with CO2-sequestrating hemp from the brand's first brewery, also forming Hemp Eyewear. Look of Wood's carbon-neutral wraparound woodchip bamboo composite, and André LUTZ's recyclable fibre incorporating fibre.</p> <p>Material & materials: Ueno Shoji Materials use invasive carpfish shells and Japanese treatment to transform to reduce the carbon footprint, while H&M&S's (Japan) project, Seaweed Skin uses seaweed, nylon and leather to create shoes from algae.</p> <p>How to implement: use abundant, renewable or invasive natural ingredients for pressed, moulded and reconstructed, composite bio-composites.</p> <p>Relevant for: architecture, product design, interiors, accessories, jewellery, apparel, footwear, packaging</p>
สรุป	<p>รูปแบบผลิตภัณฑ์จากเส้นใยธรรมชาติที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ ที่จะช่วยลดคาร์บอนไดออกไซด์ โดยการผสมผสานเศษพืชหรือเศษอาหาร หรือเศษเหลือใช้หรือเศษขยะจากอุตสาหกรรมภาคการเกษตร เช่น เปลือกกุ้ง สาหร่าย เปลือกหอยแมลงภู่ หอยเชลล์</p>

	 <p>Bio-engineered nature</p> <p>The concept of biofabrication will continue to harness the potential of eggs, snails, plants-based materials.</p> <p>Nature's materials develop plastic free materials based on plants and fungi, such as Charlotte McKinstry and Phillip Lim's algae water-soluble dress, as the jewelry collaboration between bio materials scientist Alina Pichler and Australian jeweler Lizzy, which incorporated fossil made his jewelry with copper-based and precious stones, shells and bioactive proteins. Also see the delicate woven textiles by Berlin based designer Milla Lakšman.</p> <p>MIT's Mediated Matter Group proved living materials could be bio-fabricated on a larger scale in Agartha - a water-based robotic constructed perfume made of peat, cellulose, chitin and calcium carbonate.</p> <p>How to implement: 3D printed bio, ecological patterns and motifs, forms made from natural materials.</p> <p>Relevant for: accessories, jewelry, apparel, footwear, packaging, product design, interiors</p>
<p>สรุป</p>	<p>การผลิตวัสดุทางชีวภาพที่มาจากวัสดุทางธรรมชาติและพืช การพัฒนาวัสดุปลอดพลาสติกจากเศษพืชและอาหาร เช่นชุดสายห้อยจากสาหร่าย เครื่องประดับการรวบรวมเศษอาหาร เลื่อมชีวภาพจาก ลูกบ๊วก ไข่มุก หรือหิน การสร้างแผ่นหนังจาก เซลลูโลส ไคโตซาน และแคลเซียมคาร์บอเนต</p>
	 <p>String-work</p> <p>The movement explores the natural construction of structural and string-work also people's daily traditions.</p> <p>Surface & materials work by being used to re-imagine public art, houses have been made from algae, bamboo, large scale rope structures for three months situated in the village of Biberach before its rapid scaling, and Dutch designer Hella Jongenstra uses 3D printing to reimagine architecture as a more pliable and tactile discipline.</p> <p>Playful hand-crafted products by Singapore, Italy, explore string-work in stackable lanterns and durable rope-like hanging chairs, while structural pieces by Colombia's brand Ego made with cellulose structural craft, raise the regional profile and create employment for artisans in the city of Medellin.</p> <p>How to implement: develop sustainable materials in paper, string, jute, waxes and waxes, and/or create products with various weights, multiple geometries.</p> <p>Relevant for: accessories, jewelry, apparel, footwear, packaging, product design, interiors</p>
<p>สรุป</p>	<p>การสร้างเครื่องประดับจักสานจากโครงสร้างทางธรรมชาติโดยใช้วัสดุทางธรรมชาติ เช่น เชือกป่าน ปอ ฟางหรือหวาย รวมกับงานฝีมือ</p>

มา : ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากศึกษาแนวโน้มกระแสนิยม (Trend) วัสดุ (Material) สำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฤดูร้อนปี 2023 (Spring/Summer 2023) จากบริษัท WGSN จะเห็นได้ว่า แนวโน้มกระแสนิยมด้านวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เน้นการพัฒนานวัตกรรมทางด้านวัสดุที่มาจากวัสดุทางธรรมชาติ เพื่อปกป้องธรรมชาติที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ และการสนับสนุนอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่จะลดผลกระทบและเป็นกลางต่อสิ่งแวดล้อม และสภาพภูมิอากาศ การเลิกใช้กระบวนการที่ทรัพยากรมากเกินไป การสร้างความสามารถในการย่อยสลายทาง

ธรรมชาติได้อย่างปลอดภัย การสร้างสิ่งทดแทน การสร้างความสวยงามของธรรมชาติ และการตั้งเป้าหมายสำหรับวัสดุแบบ Zero-Waste (การใช้วัสดุให้ศูนย์เปล่าน้อยที่สุด)

จากการศึกษาการคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแพชชั่นและเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 จะเห็นได้ว่า แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแพชชั่นและเครื่องแต่งกายทั้ง 2 ฤดู มีแนวโน้มกระแสนิยมของวัสดุที่สอดคล้องกัน คือ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุในด้านต่าง ๆ เช่น วัสดุทางการเกษตร วัสดุที่เหลือใช้จากอุตสาหกรรม โดยใช้แนวคิดความยั่งยืน เพื่อเป็นการช่วยลดและปกป้องสิ่งแวดล้อม เพื่อให้วัสดุเหล่านั้นเป็นวัสดุทางเลือกที่จะนำมาใช้ในอุตสาหกรรมแพชชั่นและเครื่องแต่งกาย และแนวโน้มกระแสนิยมของผู้บริโภคที่จะหันมาให้ความสนใจและความสำคัญกับคุณค่าและความงามของธรรมชาติที่อยู่รอบตัวในรูปแบบต่าง ๆ สอดคล้องกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่เป็นวัสดุทางธรรมชาติและเป็นวัสดุทางการเกษตรพื้นถิ่นของประเทศไทย โดยผ่านนวัตกรรมการแปรรูปเพื่อให้เป็นวัสดุทางเลือกหนึ่งสำหรับอุตสาหกรรมแพชชั่นและเครื่องแต่งกายในอนาคต ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์แนวคิดคาดคะเนของผู้เชี่ยวชาญทางแพชชั่นและเครื่องแต่งกายต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสนิยมร่วมสมัย เพื่อสำรวจความคิดเห็นต่อแนวโน้มกระแสนิยมร่วมสมัย

6.2 การสัมภาษณ์แนวคิดคาดคะเนของผู้เชี่ยวชาญทางแพชชั่นและเครื่องแต่งกายต่อการเปลี่ยนแปลงกระแสนิยมร่วมสมัย

จากการศึกษาการคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแพชชั่นและเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 ที่มีแนวโน้มกระแสนิยมที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุในด้านต่าง ๆ เช่น วัสดุทางการเกษตร วัสดุที่เหลือใช้จากอุตสาหกรรม โดยใช้แนวคิดความยั่งยืน เพื่อเป็นการช่วยลดและปกป้องสิ่งแวดล้อม เพื่อให้วัสดุเหล่านั้นเป็นวัสดุทางเลือกที่จะนำมาใช้ในอุตสาหกรรมแพชชั่นและเครื่องแต่งกาย และแนวโน้มกระแสนิยมของผู้บริโภคที่จะหันมาให้ความสนใจและความสำคัญกับคุณค่าและความงามของธรรมชาติที่อยู่รอบตัวในรูปแบบต่าง ๆ สอดคล้องกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่เป็นวัสดุทางธรรมชาติและเป็นวัสดุทางการเกษตรพื้นถิ่นของประเทศไทย โดยผ่าน

นวัตกรรมการแปรรูปเพื่อให้เป็นวัสดุทางเลือกหนึ่งสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกายในอนาคต ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์แนวคิดคาดคะเนของผู้เชี่ยวชาญทางแฟชั่นและเครื่องแต่งกายต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสนิยมร่วมสมัย เพื่อสำรวจความคิดเห็นต่อแนวโน้มกระแสนิยมร่วมสมัย โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย ดังนี้

- 1) ผู้ที่ประสบการณ์การทำงานอยู่อุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย
- 2) ผู้ที่มีผลงานเป็นที่รู้จักและมีผลงานในอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย
- 3) ผู้ที่เป็นที่ยอมรับและมีผู้คนติดตามผลงานในอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย

โดยจากหลักเกณฑ์การพิจารณาสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการคาดคะเนแนวโน้มกระแสนิยมที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตและนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่มีความสอดคล้องกับแนวโน้มกระแสนิยม โดยผู้วิจัยได้ทำการติดต่อขอสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย จำนวน 5 ท่าน ได้แก่



ภาพที่ 78 ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย

ที่มา : ฐันนันทน์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

1) คุณพลัฎฐ์ พลาภี

ดีไซเนอร์ (Designer) ผู้ก่อตั้งตราสินค้า Meshmuseum เสื้อผ้าชุดปาร์ตี้ทางการ ออกงานทางสังคม เน้นการตัดเย็บแบบประณีต มีรายละเอียดการตกแต่งที่เน้นงานฝีมือ สำหรับวาระโอกาสปาร์ตี้ (Party-Formal) และผู้ก่อตั้งตราสินค้า Pyvet Studio เสื้อผ้าทางการที่สามารถสวมใส่ทำงาน และงานปาร์ตี้ได้ โดยแนวคิดการนำผ้าไหมไทยมาตัดเย็บในรูปแบบโครงสร้างที่มีความร่วมสมัย

2) คุณทวีศักดิ์ สมานมิตร

ดีไซเนอร์ (Designer) ตราสินค้า AB-Normal ดีไซเนอร์ที่ได้นำเอาวัสดุทางธรรมชาติมาออกแบบเสื้อผ้าที่มีโครงสร้างที่ร่วมสมัย เหมาะสำหรับผู้บริโภคในปัจจุบัน

3) คุณธันวดี จุฑารากุล

แฟชั่นสไตล์ลิส (Fashion Stylist) อาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการแต่งตัว การเลือกไอเทมเลือกรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้ากับตัวตนของผู้สวมใส่ หรือสิ่งที่ต้องการสื่อสารออกมา

4) คุณแอลลี รุช

แฟชั่นสไตล์ลิส (Fashion Stylist) อาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการแต่งตัว ด้วยสไตล์และความถนัดของคุณแอลลีเน้นการเลือกเสื้อผ้าและมิกซ์แอนด์แมชออกมาให้มีความสดใส น่ารักซึ่งเป็นสไตล์ของคุณแอลลี

5) คุณศุภเกษม ชานินภาค

แฟชั่นสไตล์ลิส (Fashion Stylist) อาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการแต่งตัว ปัจจุบันคุณศุภเกษมได้ทำงานด้านสไตล์ลิสให้กับนิตยสาร L'Officiel Thailand การทำงานที่ต้องการสัมผัสกับเลือกรูปแบบใหม่ก่อนใคร และการวางแผนเพื่อนำเสนอเสื้อผ้าเหล่านั้นให้กับผู้ชมรู้สึกไปในทางเดียวกันกับสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารออก

โดยมีคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ ดังนี้

- 1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มกระแสนิยม (Trend) ที่ส่งผลกับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย
- 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มกระแสนิยมแนวคิดความยั่งยืน (Sustainability Trend)
- 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัสดุจากธรรมชาติ (Natural Material)
- 4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลทเท็กซ์ (Para Latex)

โดยจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย ถึงการคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นและเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 และนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลทเท็กซ์ (Para Latex) โดยได้ผ่านทางโทรศัพท์ ช่วงเดือนกันยายน 2021 สามารถสรุปความคิดเห็นที่ได้จากสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกายของท่าน ได้ดังนี้

ตารางที่ 89 ตารางสรุปความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย ถึงการคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นและเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 และนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลทเท็กซ์ (Para Latex)

คำถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย	สรุปความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย
1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มกระแสนิยม (Trend) ที่ส่งผลกับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย	แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) มีผลต่อการวางแผนการผลิตหรือการวางแผนทิศทางของตราสินค้าในอนาคต เพื่อให้เหมาะสมกับผู้บริโภคและกระแสนิยม เพื่อให้สินค้ามีความร่วมสมัยและเป็นการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น นวัตกรรมด้านวัสดุ เทคโนโลยีในการผลิต ทำให้อุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องและเครื่องกายมีความก้าวหน้า

คำถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ ด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย	สรุปความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย
2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มกระแสนิยม แนวคิดความยั่งยืน (Sustainability Trend)	เป็นกระแสนิยมที่ต้องให้ความสำคัญและ สนับสนุนให้เกิดขึ้นเป็นที่แพร่หลาย และให้ ผู้บริโภคหรือผู้คนหันมาให้ความสนใจมากขึ้น การให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า มากกว่าผลกำไร เพื่อเป็นการช่วยให้สภาวะ สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ดีขึ้น และเกิดความยั่งยืน อย่างครบรอบด้าน
3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัสดุจากธรรมชาติ (Natural Material)	มีความน่าสนใจ เพราะในปัจจุบันมี เทคโนโลยีนวัตกรรมที่สามารถช่วยแปรรูปให้ วัสดุธรรมชาติมาเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับ อุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย ทำให้ เสื้อผ้ามีความแปลกใหม่และน่าสนใจมากขึ้น เป็นผลดีเพราะวัสดุจากวัสดุธรรมชาติสามารถ ย่อยสลายได้ง่ายกว่าวัสดุสังเคราะห์ ทำให้ สามารถลดขยะและลดผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมได้
4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูป วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)	เป็นวัสดุที่น่าสนใจ เพราะนวัตกรรมการแปรรูป วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) เป็นวัสดุจากวัสดุทางธรรมชาติ เป็น วัสดุทางเลือกที่จะสร้างความแปลกใหม่ สำหรับกลุ่มเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย แต่จะออกมา ในรูปแบบไหน เป็นน่าสนใจสำหรับกลุ่มบริโภค หรือไม่ขึ้นอยู่กับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มี ความเหมาะสม

ที่มา : ฐิฐนนท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการศึกษาการคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่น และเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 และการสัมภาษณ์แนวคิดคาดคะเนของผู้เชี่ยวชาญทางแฟชั่นและเครื่องแต่งกายต่อการเปลี่ยนแปลงกระแสนิยมร่วมสมัย สามารถสรุปได้ว่า แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) มีความสำคัญกับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย โดยสามารถทำให้การวางแผนทิศทางของการสร้างสรรค์การออกแบบอารมณ์บรรยากาศ วัสดุ สี สัน โครงสร้างเสื้อผ้า พื้นผิวของวัสดุและรายละเอียดการตกแต่ง และข้อมูลในด้านต่าง ๆ ซึ่งแนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นและเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 เน้นให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีนวัตกรรมที่ช่วยพัฒนาวัสดุทางธรรมชาติ หรือเศษจากอุตสาหกรรมเกษตร แปรรูปมาเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย ถือเป็นวัสดุจากธรรมชาติ และสอดคล้องกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่ง ซึ่งเป็วัสดุทางเลือกที่มีความน่าสนใจและจะสามารถทำให้เกิดความแปลกใหม่สำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกายในอนาคตได้

ส่วนที่ 7 การศึกษาดราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตขึ้นทุกปี ดราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายมีหลากหลายสไตล์ที่เหมาะสมกับวาระการสวมใส่ที่แตกต่างกันออกไป ดราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายต่างต้องปรับตัวเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความร่วมสมัย ทันต่อกระแสนิยม และตอบสนองการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบันด้วย แต่ไม่ว่าโลกจะเปลี่ยนแปลงไปเท่าไร เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายยังมีความสำคัญและเป็นที่ต้องการของผู้คน เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายถือเป็นเครื่องมือที่สามารถแสดงออกถึงบุคลิกตัวตน ความรู้สึก รสนิยม สถานะ วาระโอกาส ของผู้สวมใส่ได้ จึงทำให้ในตลาดอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายมีดราสินค้าที่มีความหลากหลาย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย โดยได้ทำการศึกษาข้อมูลดังต่อไปนี้

7.1 ศึกษาตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยในตลาด

7.2 ศึกษาการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกาย

7.1 ศึกษาตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยในตลาด

ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยในตลาดปัจจุบันมีการแข่งขันและการเกิดตราสินค้าใหม่ โดยมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันหรือคล้ายกันอยู่ในตลาด ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยในตลาดประเทศไทย จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ที่มีการจัดจำหน่ายอยู่ในประเทศไทย โดยเป็นตราสินค้าไฮเอนด์ระดับสากลและตราสินค้าไทยดีไซน์เนอร์ โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาเลือกตราสินค้าเพื่อทำการศึกษา ดังนี้

- 1) ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายที่จัดจำหน่ายสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์
- 2) ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ที่มีการจัดจำหน่ายอยู่ในประเทศไทย

จากหลักเกณฑ์การพิจารณาเลือกตราสินค้าแต่งกายเพื่อทำการศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษตราสินค้า 5 ตราสินค้าที่จัดจำหน่ายอยู่ในประเทศไทย ได้แก่ (1) ตราสินค้า Saint Laurent (2) ตราสินค้า Versace (3) ตราสินค้า Valentino (4) ตราสินค้า Milin (5) ตราสินค้า Pyvet Studio เพื่อทำการศึกษาข้อมูลตราสินค้า

1) ตราสินค้า Saint Laurent

ตราสินค้า Saint Laurent ก่อตั้งโดย อีฟว์ อ็องรี ดอนา มาตีเยอ-แซ็ง-เลอค็อง Yves Henri Dona Mathieu Saint Laurent กับคนรักของเขาชื่อ ปีแยร์ แบร์กแซ่ (Pierre Berge) ในปี 1961 รูปแบบสินค้าเครื่องแต่งกายแสดงออกถึงความเป็นผู้หญิงที่มีความแข็งแรง มีความมั่นใจ ฉลาด การเน้นสตรีระ และเป็นตัวของตัวเอง ความเป็นผู้หญิง (Feminine) ที่ถูกผสมผสานกับความเป็นผู้ชาย ที่ตราสินค้าสามารถสร้างสไตล์และรูปแบบของสินค้าให้เห็นเด่นชัดในรูปแบบสไตล์ Androgyny ที่สามารถสะท้อนตัวตนของผู้สวมใส่ได้อย่างดี ปัจจุบัน แอนโทนี่ วัคคาเรลโล (Anthony Vaccarello) ดำรงตำแหน่งดีไซน์เนอร์ของตราสินค้า Saint Laurent

ตารางที่ 90 ตารางข้อมูลตราสินค้า Saint Laurent

ตราสินค้า	Saint Laurent
โอกาสสวมใส่	Party-Casual Party-Business
รูปแบบสินค้า	Sexy, Formal, Androgyny, Identity, Sophisticated, Creative
สถานที่จัด จำหน่ายใน ประเทศไทย	- The Emquartier - ICONSIAM - Central Embassy
ระดับราคาเฉลี่ย	50,000 บาทขึ้นไป
ภาพตัวอย่าง สินค้า	

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

2) ตราสินค้า Versace

ตราสินค้า Versace ก่อตั้งโดย จานนี เวอร์ซาเช่ (Gianni Versace) ในปี 1978 รูปแบบสินค้าของตราสินค้า Versace การสะท้อนให้เห็นความงามของผู้หญิงในทุกแง่มุม ความทรงเสน่ห์ที่น่าค้นหา ความเย้ายวน การไม่แคร์คนรอบข้างนอกจากตัวเอง โดยการเลือกสวมใส่เสื้อผ้าที่ตนเองมั่นใจ สร้างความโดดเด่น และเสริมความมั่นใจให้กับผู้สวมใส่ อีกทั้งยังมีความหรูหราด้วยการใช้ออกแบบลวดลายลงบนพื้นผ้า การตัดเย็บ วัสดุที่เลือกใช้ ปัจจุบัน Donatella Versace ได้ดำรงตำแหน่ง Creative Director ของตราสินค้า Versace

ตารางที่ 91 ตารางข้อมูลต่างสินค้า Versace

ตราสินค้า	Versace
โอกาสสวมใส่	Party-Business Party-Party
รูปแบบสินค้า	Sexy, Formal, Feminine, Identity Luxury, Sophisticated, Creative
สถานที่จัด จำหน่ายใน ประเทศไทย	- ICONSIAM - Central Embassy
ระดับราคาเฉลี่ย	40,000 บาทขึ้นไป
ภาพตัวอย่าง สินค้า	

ที่มา : ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

3) ตราสินค้า Valentino

ตราสินค้า Valentino ก่อตั้งโดย วาเลนติโน การาวานี (Valentino Garavani) ในปี 1959 การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ให้ความรู้สึก สง่างาม หรุหรา และรูปแบบที่แตกต่างจากตราสินค้าอื่น ๆ อย่างที่ใครจะลอกเลียนแบบ และสีแดงอันสีประจำตราสินค้าช่วยทรงเสริมให้ผู้สวมใส่ ดูมีเสน่ห์ เข้ายวน มีความโดดเด่น และยังหรุหราด้วยรายละเอียดการตัดเย็บ ตกแต่ง ปัจจุบัน Pierpaolo Piccioli เป็น Creative Director ของตราสินค้า Valentino

ตารางที่ 92 ตารางข้อมูลตราสินค้า Valentino

ตราสินค้า	Valentino
โอกาสสวมใส่	Party-Party
รูปแบบสินค้า	Formal, Feminine, Identity Luxury, Sophisticated, Creative
สถานที่จัด จำหน่ายใน ประเทศไทย	- The Emquartier - King Power Rangnam - Central Embassy
ระดับราคาเฉลี่ย	150,000 บาทขึ้นไป
ภาพตัวอย่าง สินค้า	

ที่มา : ฐิฐนนท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

4) ตราสินค้า Milin

ตราสินค้า Milin ก่อตั้งโดย คุณมี มิลิน ยุวรสกุล ก่อตั้งเมื่อปี 2009 โดยรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของตราสินค้า Milin แบบ Day-to-Night ที่เมื่อสวมใส่กลางวันก็ดูเก๋ ชิค มีความโดดเด่น และพร้อมจะไปปาร์ตี้ในตอนค่ำ ก็ดูเปรี้ยว หูหรา และน่าค้นหา เพื่อให้รูปแบบสินค้าสามารถตอบโจทย์ผู้หญิงคนเมืองในปัจจุบันที่ต้องการความคล่องตัว และสินค้าเครื่องแต่งกายที่สามารถสวมใส่ได้หลากหลายโอกาส

ตารางที่ 93 ตารางข้อมูลตราสินค้า Milin

ตราสินค้า	Milin
โอกาสสวมใส่	Party-Business Party-Party
รูปแบบสินค้า	Sexy, Formal, Feminine
สถานที่จัด จำหน่ายใน ประเทศไทย	- The Emporium - Siam Paragon - Central Chidlom
ระดับราคาเฉลี่ย	7,000 บาทขึ้นไป
ภาพตัวอย่าง สินค้า	

ที่มา : ฐันนันทน์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

5) ตราสินค้า Pyvet Studio

ตราสินค้า Pyvet Studio ก่อตั้งโดย คุณใหม่ พลัฎฐ์ พลาภา โดยมีแนวคิดการนำผ้าไหมซึ่งเป็นความท้าทายสำหรับดีไซเนอร์ โดยนำมาออกแบบและตัดเย็บเพิ่มเติมใส่รายละเอียดการตกแต่ง การเดรปปิ้ง การคิดสร้างสรรค์ออกแบบโครงสร้างของเสื้อผ้าที่ไม่สมมาตรกัน (Asymmetric) เพื่อให้เกิดความแปลกใหม่และร่วมสมัย โดยการนำเอาผ้าไหมกับแรงบันดาลใจจากงานศิลปะ ผสมผสานเข้าด้วยกันเพื่อสร้างสรรค์ออกมาเป็นเสื้อผ้าสำหรับผู้หญิง เมื่อสวมใส่แล้วทำให้ดูเด่น โดดเด่น เหมาะสมกับทุก ๆ วาระโอกาสที่สำคัญสำหรับผู้หญิง

ตารางที่ 94 ตารางข้อมูลตราสินค้า Pyvet Studio

ตราสินค้า	Pyvet Studio
โอกาสสวมใส่	Party-Business Party-Party
รูปแบบสินค้า	Formal, Feminine, Identity, Sophisticated, Creative
สถานที่จัด จำหน่ายใน ประเทศไทย	- Pyvet (Head office)
ระดับราคาเฉลี่ย	18,000 บาทขึ้นไป
ภาพตัวอย่าง สินค้า	

ที่มา : ฐิฐนันท อัยุขมบุญ ผู้วิจัย

จากการศึกษาตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยในตลาดประเทศตราสินค้ามีรูปแบบสินค้าผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน แต่ยังคงความโดดเด่นเฉพาะ การแสดงออกถึงความเป็นผู้หญิง รายละเอียดการตกแต่งหรือการตัดเย็บ การสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจากแรงบันดาลใจ และการพัฒนาในทุก ๆ ด้านเพื่อให้ตราสินค้ามีความร่วมสมัย นำกระแสนิยมหรือทันกระแสนิยมเพื่อให้ทันต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคในปัจจุบัน

7.2. ศึกษาการวิเคราะห์ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

อุตสาหกรรมแฟชั่นกับการตลาดเกี่ยวข้องกันโดยกระบวนการวางแผนและปฏิบัติ โดยการกำหนดราคาสินค้า การส่งเสริมการขาย การจัดจำหน่ายความคิดสร้างสรรค์ สินค้าและบริการ เพื่อสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยใช้การวิเคราะห์แผนการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด และการ

วิเคราะห์สภาพแวดล้อม เพื่อให้สามารถทำการตลาดให้กับตราสินค้าแพชชั่นตอบสนองกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคได้

7.2.1 แผนการตลาดและส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Plan & Marketing Mix)

การวิเคราะห์ตราสินค้าแพชชั่นโดยการใช้แผนการตลาดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Plan & Marketing Mix) โดยแผนการตลาดเป็นการแสวงหาแนวทางในการประกอบธุรกิจที่มุ่งเน้นตามความต้องการของผู้บริโภค ความคาดหวังของผู้บริโภค การพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์และบริการ การส่งเสริมการขาย การกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์ การหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์และบริการ ให้เป็นรูปธรรม และสามารถประเมินผลได้ ขั้นตอนแรกในการทำแผนคือการกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาดของกิจการ ประกอบไปด้วย

- วัตถุประสงค์ทางด้านส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share)
- วัตถุประสงค์ทางด้านสินค้าผลิตภัณฑ์และบริการ (Products and Service)
- วัตถุประสงค์ทางด้านสถานะของกิจการในตลาด (Positioning)
- วัตถุประสงค์ด้านชื่อเสียงและจดจำ (Recognition)
- วัตถุประสงค์ทางด้านภูมิศาสตร์ พื้นที่ในการจัดจำหน่าย (Geography)

จากนั้นยุทธศาสตร์ทางการตลาดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) จะถูกกำหนดเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ข้างต้น โดยพื้นฐานในการกำหนดยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาดโดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดนั้นเป็นเครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ บริษัทหรือองค์กรต้องมีส่วนร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค หรือเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าผลิตภัณฑ์และบริการของตน กล่าวคือเป็นปัจจัยและองค์ประกอบที่บริษัทหรือองค์กรผู้ผลิตสินค้าสามารถกำหนดหรือควบคุมได้ โดยต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและเลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์และบริการ นำไปสู่การบรรลุผลของบริษัทหรือองค์กรตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (พิชญ จงสถิตวัฒนา, 2544)

ดังนั้น จากข้อมูลข้างต้นในเรื่องการสร้างแผนการตลาดและส่วนประสมการตลาดในสินค้าแฟชั่นข้างต้น สรุปได้ว่า การบริหารการตลาดที่ดำเนิน จำเป็นต้องมีส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยยึดหลักการ 7P's

ส่วนประสมการตลาด 7P's ประกอบไปด้วย

(1) **ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยมีองค์ประกอบรวม ๆ หลายอย่าง เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคาคุณภาพ ตราสินค้า สถานที่ การบริการ บุคคลหรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ แต่ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของผู้บริโภค จึงเป็นผลทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นขายได้ นอกจากนี้ในปัจจุบันกระแสและแฟชั่น ยังเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างแรงจูงใจและการตัดใจของผู้บริโภคอีกด้วย

(2) **ราคา (Price)** หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่จะนำไปจ่ายหรือแลกเปลี่ยน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์หรือบริการกับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยผู้บริโภคจะเป็นผู้พิจารณาและตัดสินใจในการซื้อ การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงคุณค่า ซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หรือบริการในรูปของเงินตรา

(3) **การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)** หมายถึง โครงสร้างของช่องทางที่ทำหน้าที่เคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปสู่ตลาดเพื่อให้เกิดการจำหน่ายสู่ ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการผู้บริโภคมากที่สุด และคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งด้วย โดยความสำคัญของการทำเลที่ตั้งมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภท

(4) **การส่งเสริมการขาย (Promotion)** หมายถึง เป็นเครื่องมือสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ความคิด บุคคล เพื่อให้เกิดแรงจูงใจ (Persuade) ความต้องการ หรือเตือนความทรงจำ (Remind) การทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อบอกลูกค้าถึงลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจ เช่น โฆษณาในสื่อต่าง ๆ ส่วนลดสำหรับผู้บริโภค การลดราคาประจำปี ในธุรกิจขนาดย่อมการโฆษณาจะเป็นสิ่งที่เกินความจำเป็น เพราะใช้ต้นทุนค่อนข้างสูง ปัจจุบันมีช่องทางการโฆษณาที่เสียค่าใช้จ่ายหรือไม่เสียค่าใช้จ่ายหลากหลายช่องทาง เช่น สื่อบน

โลกอินเทอร์เน็ต การเลือกช่องทางการส่งเสริมการขายในตลาดนั้นสำคัญมากต้องให้เข้าถึงผู้บริโภคของผลิตภัณฑ์และบริการ

(5) บุคคล (People) หมายถึง การใช้หลักมนุษยสัมพันธ์ในการสร้างบรรยากาศ ของการทำงานร่วมกันในบริษัทในขณะเดียวกันต้องมีมนุษยสัมพันธ์ในการติดต่อกับผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการตลาดได้นั้น จะต้องเข้าถึงความต้องการ การจูงใจ บุคลิกภาพ ค่านิยม ทัศนคติ ความคิดเห็น ความเชื่อ ความศรัทธา ผู้บริโภคที่จะเกิดความประทับใจ เกิดความพอใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์และบริการซ้ำจนกลายเป็นความภักดีในตราสินค้าผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการสร้างส่วนครองตลาดที่เหนียวแน่นให้กับตราสินค้าผลิตภัณฑ์และบริการ

(6) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง สิ่งที่ห่อหุ้มหรือบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพเดิม สะดวกในการพกพาเคลื่อนย้าย เพื่อให้สะดวกแก่การขนส่งและการใช้งานของผู้บริโภคความแตกต่างและโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ ในบางกรณีบรรจุภัณฑ์สร้างความได้เปรียบและเป็นแรงจูงใจให้กับการเลือกซื้อของผู้บริโภค

(7) การจดจำใหม่ (Purple Cow) หมายถึง การสร้างปรากฏการณ์ ประสบการณ์ ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ การปฏิวัติกฎเกณฑ์เดิม ๆ เพื่อใหม่เกิดความน่าตื่นตาตื่นใจ รวมไปถึงการลบล้างความเชื่อหรือประสบการณ์แบบเก่า หรือการตลาดที่จดจำได้ (Remarkable Marketing) เกิดขึ้นเมื่อมีการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นน่าจดจำ และเมื่อเกิดความจำแล้ว จะความนิยมของผลิตภัณฑ์นั้น เมื่อความนิยมลดน้อยลงก็หมายความว่าต้องสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาแทนที่ ซึ่งโดยการผลิตภัณฑ์เดิมมาพัฒนาหรือประยุกต์ใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ทำให้เกิดความน่าสนใจใหม่ขึ้นมาแทนที่ผลิตภัณฑ์เดิม ดังคำว่า “Purple Cow” หมายความว่า “วัวสีม่วง” มีความหมายโดยนัย คือ โดยความจริงแล้ววัวมีสีน้ำตาล แต่พอมีวัวสีม่วงซึ่งไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ทำให้วัวสีม่วงเป็นที่น่าสนใจและเป็นที่ยอมรับในทันที

ส่วนประสมทางการตลาดสิ่งที่สำคัญที่สุดได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกนำเสนอต่อผู้บริโภค การสร้างวัวสีม่วง (Purple Cow) ให้เกิดขึ้นในตลาด ย่อมต้องเป็นสิ่งสามารถดึงดูดและเกิดความสนใจอย่างทันที เพราะมีความแปลกกว่าปกติ ทั้งนี้ในการสร้างตราสินค้าใหม่ การศึกษาวิเคราะห์ถึงส่วนประสมทางการตลาดของตราสินค้าคู่แข่งจึงเป็นสิ่งสำคัญ ถู้อยู่โดยการศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาด 7P's และใช้รูปแบบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสทางการตลาด และภาวะคุกคามในตลาดสินค้า เป็นการวางแผนการตลาดของตราสินค้าใหม่ให้ประสบความสำเร็จ ตอบโจทย์กับผู้บริโภคมากที่สุด

7.2.2 การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

นอกจากวิเคราะห์ทางด้านกลยุทธ์ ผู้บริโภคและผลิตภัณฑ์แล้ว การให้ความสนใจเกี่ยวกับตัวบริษัทหรือองค์กรเองก็เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญและไม่สามารถมองข้ามได้ เนื่องจากผู้บริหารจำเป็นต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและภายนอกเพื่อให้เข้าถึงสถานการณ์สภาวะแวดล้อมในตลาดที่มีผลกระทบต่อตราสินค้า

การวิเคราะห์หลัก SWOT ถือเป็นเครื่องมือการวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์เพื่อค้นหา จุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานการในอนาคต โดยการสำรวจสภาพแวดล้อม 2 ด้าน ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งเป็นเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตัวเอง รู้เขา รู้เรา รู้จักสภาพแวดล้อมชัดเจนและวิเคราะห์โอกาส รวมไปถึงอุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทั้งสิ่งเกิดขึ้นแล้วและมีแนวโน้มที่กำลังเกิดการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่จะมีผลต่อบริษัทหรือองค์กร และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ที่บริษัทหรือองค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ของบริษัทหรือองค์กรที่เหมาะสมต่อไป

“SWOT” เป็นตัวย่อที่มีความหมาย ดังนี้

1) “S” ย่อมาจาก Strengths (จุดแข็ง) หมายถึง จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ เป็นปัจจัยภายในจากมุมมองของธุรกิจ ว่าปัจจัยใดภายในบริษัทหรือองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นของผลิตภัณฑ์หรือบริการของตราสินค้าที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้าได้

2) “W” ย่อมาจาก Weaknesses (จุดอ่อน) หมายถึง จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ เป็นปัจจัยภายในอีกประการหนึ่งของตราสินค้าหรือบริการตรงกันข้ามกับจุดแข็ง

เช่น ต้นทุนสูง ทำเลการขายสินค้าและบริการไม่ดี มีคู่แข่งในรูปแบบสินค้าและบริการเดียวกันจำนวนมาก การเงินภายในของบริษัทหรือองค์กรไม่แข็งแกร่ง บุคลากรมีความรู้ทักษะที่จำกัด

3) “O” ย่อมาจาก Opportunities (โอกาส) หมายถึง โอกาสที่จะดำเนินการได้ เป็นการวิเคราะห์โอกาสเป็นปัจจัยภายนอกที่สามารถส่งผลกระทบต่อธุรกิจหรือองค์กร ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น ลูกค้ายุคใหม่ คู่แข่ง ข้อจำกัดต่าง ๆ ของรัฐบาล เป็นต้น ตัวอย่างเช่น การแข่งขันที่รุนแรง คู่แข่งเลิกกิจการหรือย้ายพื้นที่ ตลาดขยายตัว การใช้วัสดุใหม่ที่ดีกว่าเดิม

4) “T” ย่อมาจาก Threats (อุปสรรค) หมายถึง อุปสรรคข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามต่อการดำเนินงานของบริษัทหรือองค์กร เป็นการวิเคราะห์อุปสรรคซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก มีข้อจำกัดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งบริษัทหรือองค์กรจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องและต้องขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นออกจากบริษัทหรือองค์กร เพื่อให้สามารถบริษัทหรือองค์กรดำเนินต่อไปได้²⁵

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การวางแผนการตลาดถือเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการสร้างสรรค์ตราสินค้าหลังจากได้ทิศทางที่ชัดเจนของการวิเคราะห์หาคู่แข่ง และช่องว่างทางการตลาด ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดของตราสินค้าคู่แข่ง จำเป็นต้องนำเอาองค์ประกอบ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการศึกษาตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย โดยจากการศึกษาตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยในตลาดประเทศไทยตราสินค้ามีรูปแบบสินค้าผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน แต่ยังคงความโดดเด่นเฉพาะ การแสดงออกถึงความเป็นผู้หญิง รายละเอียดการตกแต่งหรือการตัดเย็บ การสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจากแรงบันดาลใจ และการพัฒนาในทุก ๆ ด้านเพื่อให้ตราสินค้ามีความร่วมสมัย นำกระแสนิยมหรือทันกระแสนิยมเพื่อให้ทันต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคในปัจจุบัน และจากการศึกษาการวิเคราะห์ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์จากหลักการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

²⁵ พัดชา อุทิศวรรณกุล, “แฟชั่นคืออะไร”, เอกสารประกอบการเรียน Fashion and Merchandise การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น เสนอที่ภาควิชาานุภูมิภาคศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

7P's และการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ซึ่งเป็นสิ่งที่จะต้องทำการศึกษาและวิเคราะห์ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการสร้างตราสินค้าของผู้วิจัย

ตารางที่ 95 ตารางสรุปการทบทวนวรรณกรรม

ส่วนที่	สรุปการทบทวนวรรณกรรม
ส่วนที่ 1	การศึกษาข้อมูลและทดลองนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย
สรุป	จากการศึกษาข้อมูลและทดลองนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย ที่จะนำมาใช้ในงานออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยจากการทดลองแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ให้มีความหลากหลายทางคุณสมบัติ เหมาะสมกับการนำมาใช้ในงานออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย พบว่า วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) มีความหลากหลายในเรื่องของลักษณะพื้นผิว ความหนาบาง สามารถใส่สีให้เกิดลวดลายการไหลของสีให้ความรู้เสมือนกับศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) และสามารถตัดเย็บได้ ดังนั้น วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) มีองค์ประกอบที่สามารถเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับตลาดอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายได้ และยังสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุทางเกษตรพื้นถิ่นประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน
ส่วนที่ 2	การศึกษานโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ.2561-2580
สรุป	จากการศึกษานโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ.2561-2580 โดยนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ซึ่งเป็นวัสดุจากธรรมชาติที่สามารถผลิตได้จากพื้นถิ่นประเทศไทย เป็นการส่งเสริมและตอบโจทย์กับนโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านที่ (2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน คือ (2.1) การเกษตรสร้างมูลค่า (2.1.4) เกษตรแปรรูป และด้านที่ (5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คือ (5.1) สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว (5.1.5) ส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน โดยนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุทางการเกษตร เพิ่มทางเลือกสำหรับ

	วัสดุในอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่ง และเพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มาจากวัสดุจา ธรรมชาติเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค
ส่วนที่ 3	การศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)
สรุป	จากการศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) พบว่า กลุ่มเป้าหมายเป็นสตรีครีเอทีฟคลาสมีช่วงอายุ 18- 50 ปี ประกอบอาชีพอยู่ในกลุ่ม วิชาชีพที่หลากหลาย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว ศิลปินนัก ออกแบบ สายที่เกี่ยวข้องกับความสร้างสรรค์ โดยกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสมี บุคลิกลักษณะที่มีความมุ่งมั่นมีเป้าหมาย มั่นใจ ชอบความเปลี่ยนแปลง และทดลองสิ่ง ใหม่ (Technology and Innovation) ชอบความท้าทาย มีความเฉพาะตัว เป็นตัวเอง สูง (Self-Identity) ชื่นชอบความหลากหลายทางสังคม (Diversity) มีคุณธรรม มี จิตสำนึกที่ดี (Tolerance) กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสมีรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน เป็นคนรักการทำงาน (Working) รักสุขภาพ (Healthy) ชอบเทคโนโลยี (Technology & Innovation) และนำกระแสนิยม (Trendy, Update) ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความ สนใจและมีพฤติกรรมการเลือกสินค้าจากความชอบ ชอบสินค้าเชิงสร้างสรรค์ (Creative) สินค้าที่มีความจำเพาะ (Identity) สินค้าที่มีคุณภาพ (Premier Quality) และมีฟังก์ชันการใช้งาน (Talent) สินค้าต้องช่วยเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ และเป็นตัว ช่วยให้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสดีขึ้น และเป็นไปตามที่กลุ่มเป้าหมาย คาดหวังไว้ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสดีขึ้นเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความเฉพาะ (Niche Market) จึงนิยมเลือกสินค้าจากความชอบ และรูปแบบที่เฉพาะตัวของสินค้า เครื่องแต่งกาย
ส่วนที่ 4	การศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2023
สรุป	จากการศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2023 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล สามารถสรุปองค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยจากตราสินค้า เครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล โดยมีองค์ประกอบ ได้วาระ โอกาสสวมใส่ (Occasion) Party-Casual, Party-Business, Party-Party มีแนวคิด การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อสะท้อนตัวตนและบุคลิกของผู้สวมใส่ ให้เกิดความโดดเด่น เข้า ยวน นำค้นหา แต่ยังคงรูปแบบที่เฉพาะตัว รูปแบบที่แตกต่าง และการออกแบบที่ร่วม สมัยทันกับกระแสนิยมในช่วงเวลานั้นเพื่อให้เสื้อผ้าเหมาะสมกับผู้สวมใส่และวาระ

	<p>โอกาสนั้น โครงสร้างเสื้อผ้าที่โครงสร้างที่อิสระ (Free Form) โครงสร้างที่ไม่เท่ากัน ซ้ายขวา (Asymmetric) โครงสร้างแบบเน้นรูปร่าง(X-line) และ โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line) โทนมสีโทนมสดใสเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ (Vivid color) แล้โทนสีที่ช่วยให้ดูทางการมากขึ้นและเหมาะสมกับหลากหลายโอกาส (Black & White) รายละเอียดการตกแต่งในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Cutting, Draping, Mix Fabric, Embroidery, Art Prints และวัสดุที่ใช้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative class) ที่ต้องการเสื้อผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว วัสดุที่พิเศษ รูปแบบที่พิเศษ และยังคงเสริมบุคลิกภาพและตัวตนของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสให้มีความโดดเด่น</p>
ส่วนที่ 5	แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
สรุป	<p>จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) ศิลปะการส่งต่ออารมณ์ความรู้สึก และกระตุ้นการจินตนาการด้วยสี เส้น รูปแบบต่าง ๆ ที่เป็นอิสระ ไม่มีรูปแบบที่ตายตัว เป็นแนวคิดศิลปะที่มีความน่าสนใจและแปลกใหม่ ทำให้เกิดผลงานรูปแบบใหม่ที่ไม่ซ้ำใคร สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบแฟชั่นได้ ในหลากหลายองค์ประกอบของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ เช่น โครงสร้าง (Silhouette) ลวดลาย (Graphic and Art work) สี (Color) รายละเอียดการตกแต่ง (Details and Technique) โดยนำเอาองค์ประกอบเหล่านี้มาสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ใช้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์เพื่อสะท้อนถึงอารมณ์และความรู้สึกของผู้สวมใส่ได้</p>
ส่วนที่ 6	การศึกษาแนวคิดกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย
สรุป	<p>จากการศึกษาแนวคิดกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย จากการศึกษาคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นและเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 และการสัมภาษณ์แนวคิดคาดคะเนของผู้เชี่ยวชาญทางแฟชั่นและเครื่องแต่งกายต่อการเปลี่ยนแปลงกระแสนิยมร่วมสมัย สามารถสรุปได้ว่า แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) มีความสำคัญกับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย โดยสามารถทำให้การวางแผนทิศทางของการสร้างสรรค์การออกแบบอารมณ์บรรยากาศ วัสดุ สี สัน โครงสร้างเสื้อผ้า พื้นผิวของวัสดุและรายละเอียดการตกแต่ง และข้อมูลในด้านต่าง ๆ ซึ่งแนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นและเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 เน้นให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีนวัตกรรมที่ช่วยพัฒนาวัสดุทางธรรมชาติ หรือเศษจากอุตสาหกรรมเกษตร แปรรูปมาเป็นวัสดุ</p>

	<p>ทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย ถือเป็นวัสดุจากธรรมชาติ และสอดคล้องกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่ง ซึ่งเป็นวัสดุทางเลือกที่มีความน่าสนใจและจะสามารถทำให้เกิดความแปลกใหม่สำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกายในอนาคตได้</p>
ส่วนที่ 7	<p>การศึกษาตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย</p>
สรุป	<p>จากการศึกษาตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย โดยจากการศึกษาตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยในตลาดประเทศ ตราสินค้ามีรูปแบบสินค้าผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน แต่ยังคงความโดดเด่นเฉพาะ การแสดงออกถึงความเป็นผู้หญิง รายละเอียดการตกแต่งหรือการตัดเย็บ การสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจากแรงบันดาลใจ และการพัฒนาในทุก ๆ ด้านเพื่อให้ตราสินค้ามีความร่วมสมัย นำกระแสนิยมหรือทันกระแสนิยมเพื่อให้ทันต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคในปัจจุบัน และจากการศึกษาการวิเคราะห์ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์จากหลักการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 7P's และการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องทำการศึกษาและวิเคราะห์ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการสร้างตราสินค้าของผู้วิจัย</p>

ที่มา : ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีศรีเอทีพีคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายจากการนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย และเพิ่มมูลค่าวัสดุทางการเกษตร ตลอดจนสำรวจความต้องการของผู้บริโภคที่สนใจเครื่องแต่งกายจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 2 การทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตร น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ

ส่วนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีพีคลาส (Creative Class)

ส่วนที่ 4 การศึกษาแนวคิดและการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวย์

ส่วนที่ 5 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) ที่นำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์

ส่วนที่ 6 การสรุปแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์ จากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีศรีเอทีพีคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 7 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

ส่วนที่ 1 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน มีขั้นตอนการศึกษาดังนี้

1.1 ศึกษาข้อมูลการผลิตวัสดุที่นำมาใช้ผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การศึกษาวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย และการศึกษานวัตกรรมการแปรรูปจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เช่น เทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์สู่ผลิตภัณฑ์ออกแบบเชิงพาณิชย์ การสัมภาษณ์ตัวแทนผู้เชี่ยวชาญบริษัทผู้ผลิต และการศึกษาขั้นตอนการแปรรูปจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ เพื่อศึกษาถึงความเป็นมาและความสำคัญ เทคโนโลยีนวัตกรรมขั้นตอนการแปรรูป และการพัฒนาวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

1.2 ศึกษานโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 ในด้านต่าง ๆ เนื่องจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สอดคล้องกับเป้าหมาย และตอบโจทย์นโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 เพื่อศึกษาให้ทราบถึงความสอดคล้องระหว่างนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์กับแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

1.3 ศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ที่คาดว่าจะให้ความสนใจและเลือกสวมใส่เสื้อผ้าที่สร้างสรรค์จากวัสดุทางเลือกจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อศึกษาแนวทางและความเป็นไปได้จากบุคลิกและรสนิยมการเลือกสินค้าของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส เพื่อจัดทำแบบสอบถามและการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายเพื่อศึกษาข้อมูลบุคลิกภาพ การใช้ชีวิตประจำวัน การทำกิจกรรม พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า รูปแบบเครื่องแต่งกาย และอื่น ๆ จากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

1.4 ศึกษาเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear) เนื่องจากมีความสอดคล้องกับนวัตกรรมการแปรรูปจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ด้วยคุณสมบัติของวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่มีความเฉพาะตัว เหมาะสำหรับการสวมใส่ในโอกาสพิเศษ อย่างโอกาสการสวมใส่สำหรับงานปาร์ตี้ (Party) และกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ที่มีความต้องการรูปแบบสินค้าเครื่องแต่งกายที่โดดเด่นเฉพาะตัว และชื่นชอบเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ เพื่อให้ทราบถึงที่มา ความสำคัญ และวิวัฒนาการของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ และศึกษาเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัยในฤดูร้อน 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล เพื่อหาองค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์

1.5 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) เนื่องจากมีความสอดคล้องกับ นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในการสร้างสรรค์การออกแบบ ศึกษาเพื่อหาแนวทางการออกแบบและองค์ประกอบในการออกแบบ โดยการศึกษาถึงประวัติและความเป็นมา ศิลปินและผลงานของศิลปินจากแนวแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

1.6 ศึกษาแนวคิดกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เนื่องจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น จึงมีความสอดคล้องเกี่ยวข้องกับกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย (Fashion Materials Trend) โดยได้ทำการศึกษาจากองค์วิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น บริษัท WGSN ในฤดูหนาวปี 2022 และในฤดูร้อน 2023 เพื่อให้เห็นความสอดคล้องระหว่างกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายกับวัสดุทางเลือกอย่างวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

1.7 ศึกษาตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางการตลาดเพื่อหาความเป็นไปได้ในการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) โดย

ศึกษาตลาดตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ที่จัดจำหน่ายอยู่ในประเทศไทย และการวิเคราะห์ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

ส่วนที่ 2 การทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตร นำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิด ทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ได้มีการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาหาความเป็นไปได้ในการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อศึกษาแนวทางการใช้งานและความเหมาะสมสำหรับเป็นวัสดุในการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

2.1 ศึกษาเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) จากบริษัทผู้ผลิต โดยการสอบถามและสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูล ซึ่งได้แก่ ลักษณะ ขั้นตอน คุณสมบัติ และการพัฒนาวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราลาเท็กซ์

2.2 การทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อหาแนวทางความเหมาะสมกับการใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยคำนึงถึงองค์ประกอบด้านต่าง ๆ เช่น คุณสมบัติ ความหนาบาง รูปแบบการใช้งาน และการดูแลรักษา เป็นต้น

2.3 เมื่อได้ผลการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) แล้วจึงนำวัสดุที่ได้มาทำการศึกษาและวิเคราะห์เพื่อนำมาใช้งานวิจัย นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิด ทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ได้อย่างเหมาะสม

ส่วนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

กระบวนการดำเนินการวิจัยในส่วนของข้อมูลเชิงคุณภาพและปริมาณ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสที่มีแนวคิดให้ความสนใจด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งคาดว่าจะสวมใส่เครื่องแต่งกายจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตร น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาบุคลิกภาพ การดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า และความชื่นชอบส่วนตัว ตลอดจนความสนใจเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลา โดยมีส่วนตอนดังนี้

3.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

3.1.1 กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสในงานวิจัยคือ กลุ่มสตรีที่ชื่นชอบและมีรสนิยมในการเลือกซื้อสินค้าที่มีความสร้างสรรค์ หรือกลุ่มสตรีที่มีความเกี่ยวข้องกับงานศิลปะหรือเกี่ยวข้องกับงานสร้างสรรค์

3.1.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มสตรีที่ชื่นชอบ มีรสนิยม และมีความเกี่ยวข้องกับงานศิลปะหรือเกี่ยวข้องกับงานสร้างสรรค์ อยู่ในเขตเมืองหลวงของประเทศไทย คือ กรุงเทพมหานคร

3.1.3 ตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสเพื่อทำการสัมภาษณ์ โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาจาก ผู้ที่มีสไตล์การแต่งกายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นที่รู้จักและมีผู้ติดตามบนโลกโซเชียล ผู้ที่นำกระแสนิยมของการแต่งกาย และคาดว่าจะเลือกสวมใส่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับแบบสอบถาม

3.2.1 แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลประเภทหนึ่งในงานวิจัยเพื่อใช้ชี้วัดสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริง ผู้วิจัยมีแนวทางการสร้างแบบสอบถามดังต่อไปนี้

3.2.1.1 กำหนดวัตถุประสงค์ของการสร้างแบบสอบถาม เพื่อวางกรอบแนวคิด นำไปสู่การเลือกเนื้อหาหรือคำถามในการสร้างแบบสอบถาม

3.2.1.2 ศึกษารายละเอียดด้านเนื้อหาของกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีพคลาส ให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์

3.2.1.3 ร่างแบบสอบถาม โดยกำหนดโครงสร้างของแบบสอบถามแยกส่วนตามเนื้อหาที่กำหนด โดยในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย (2) การดำเนินชีวิตและการเลือกซื้อสินค้า (3) แนวคิดวัสดุทางเลือก (4) การออกแบบเครื่องแต่งกายด้วยแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์

3.2.1.4 ตรวจสอบคำถาม เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหา

3.2.1.5 หากคุณภาพ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเนื้อหาและภาษาที่ใช้

3.2.1.6 ทดลองใช้แบบสอบถาม

3.2.1.7 ปรับปรุงแก้ไข

3.3. สถิติการวิเคราะห์ข้อมูล

การใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามผู้วิจัยใช้วิธีการดังนี้

3.3.1 ยอดรวม คือ การนำข้อมูลสถิติมารวมกันใช้วิธีการบวกทางคณิตศาสตร์เพื่อให้ได้ผลรวมทั้งหมด

3.3.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต เขียนแทนด้วยสัญลักษณ์ (\bar{X}) เป็นค่ากลางทางสถิติค่าหนึ่งเพื่อใช้หาค่าเฉลี่ยจากแบบสอบถาม วิธีการดังนี้

ผลรวมของแต่ละข้อมูล ($X_1+X_2+\dots+X_n$)

ค่าเฉลี่ยเลขคณิต =

จำนวนข้อมูลทั้งหมด

3.3.3 ค่าร้อยละ หมายถึง สัดส่วนเมื่อเทียบกับ 100 การคำนวณดังนี้

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนคำตอบ} \times 100}{\text{จำนวนผู้ตอบทั้งหมด}}$$

3.3.4 หลักเกณฑ์ในการคำนวณจากแบบสอบถามความพึงพอใจ เพื่อหาค่าเฉลี่ย

ค่าระดับความคิดเห็น	น้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ	1
	น้อย	มีค่าเท่ากับ	2
	ปานกลาง	มีค่าเท่ากับ	3
	มาก	มีค่าเท่ากับ	4
	มากที่สุด	มีค่าเท่ากับ	5

โดยวิธีคิดคือ $((X \times 1) + (X \times 2) + (X \times 3) + (X \times 4) + (X \times 5)) \div N =$

ค่าเฉลี่ย (N คือ จำนวนผู้ทำแบบสอบถาม)

ระดับคะแนนค่าเฉลี่ย	ตั้งแต่ 3.00	มากที่สุด
	2.50 – 2.99	มาก
	2.00 – 2.49	ปานกลาง
	1.50 – 1.99	น้อย
	ต่ำกว่า 1.50	น้อยมาก

นำค่าเฉลี่ยแต่ละข้อทั้งหมดที่ได้มาเฉลี่ยหาค่าเฉลี่ยรวม

หาก ค่าเฉลี่ยแต่ละข้อมากกว่าค่าเฉลี่ยรวม คือ “+”

ค่าเฉลี่ยแต่ละข้อน้อยกว่าค่าเฉลี่ยรวม คือ “-”

3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับการสัมภาษณ์

3.4.1 การสร้างข้อมูลสำหรับการสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลประเภทหนึ่งในงานวิจัย เพื่อใช้วัดสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริงผู้วิจัยมีแนวทางการสร้างบทคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ดังนี้

3.4.1.1 การสัมภาษณ์ถึงรูปแบบสไตล์การแต่งตัว (Style) และพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายและแนวโน้มทางแฟชั่นสำหรับการวางกรอบการออกแบบในการสร้างเนื้อหาสำหรับการสัมภาษณ์

3.4.1.2 การสัมภาษณ์ถึงความสนใจถึงแนวโน้มของกระแสนิยม แนวคิดความยั่งยืน (Sustainability) และวัสดุจากธรรมชาติ (Natural Materials) เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มความสนใจในวัสดุจากธรรมชาติ

3.4.1.3 การสัมภาษณ์ถึงความสนใจและความคิดเห็นต่อนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะถูกนำมาออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เพื่อให้ได้แนวทางการวางกรอบการออกแบบและรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่มาจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการแต่งกายจาก Paper doll dataset

ส่วนที่ 4 การศึกษาแนวคิดและการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์

กระบวนการวิจัย นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ สำหรับสตรีศรีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องศึกษาแนวคิดและการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์จากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) รวมทั้งศึกษาคู่แข่งทางการตลาดและกลุ่มเป้าหมายที่สนใจเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์จากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ โดยมีกระบวนการ ดังนี้

4.1 ศึกษาแนวคิดที่มาจากความสำคัญ ละวิวัฒนาการของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้ เพื่อให้แนวคิดของการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์

4.2. ศึกษาและวิเคราะห์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัยในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการออกแบบ ไม่ว่าจะเป็น เทคนิค วิธีการ โครงร่างเงา สี วัสดุ แนวคิด และรายละเอียดการตกแต่ง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบผลงานเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์จากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

4.3 ศึกษาการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย โดยตราสินค้าที่จัดจำหน่ายอยู่ในประเทศไทย เพื่อศึกษาแนวทางการความเป็นไปได้ และแนวทางของคู่แข่งทางการตลาดตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์

4.3.1 วิเคราะห์ข้อมูลของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัย โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบของการออกแบบ และวิเคราะห์ข้อมูลคู่แข่งตราสินค้าด้วยใช้หลักการ 7P's และหลักการ SWOT Analysis

4.3.2 วิเคราะห์ข้อมูลตราสินค้าของผู้วิจัยและเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางการตลาด เพื่อหาตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย

ส่วนที่ 5 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) ที่นำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรคตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีโอทีพีคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ได้มีการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) เพื่อให้สอดคล้องกับการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้จากแนวคิดทฤษฎี

ศิลปะไร้รูปลักษณ์ และวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปน้ำยาพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) โดยมีกระบวนการ ดังนี้

5.1 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) ถึงที่มา แนวคิด และกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปะโดยใช้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์

5.2 การศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ โดยการคัดเลือกผลงานศิลปะจากศิลปินที่ใช้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ ในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ เพื่อให้เห็นถึงแนวคิดและองค์ประกอบของการออกแบบจากแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์

5.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์และเปรียบเทียบองค์ประกอบทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ที่นำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ เพื่อให้ได้แนวคิดและองค์ประกอบของการออกแบบจากแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ และนำไปประยุกต์ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์

ส่วนที่ 6 การสรุปแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์ราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์จากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยาพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีคิเอนท์ฟคลาสภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

จากกระบวนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งการทดลองที่มีความเกี่ยวข้องกับการงานวิจัยนวัตกรรมการสร้างสรรค์ราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยาพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีคิเอนท์ฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ได้ทำการสรุปวิเคราะห์ข้อมูลและการทดลองจากส่วนต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยมีกระบวนการ ดังนี้

6.1. สรุปการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) การศึกษาข้อมูลการผลิตวัสดุที่นำมาในเครื่องแต่งกาย (2) การศึกษานโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 (3) การศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) (4) การศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party Wear) (5) การศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) (6) การศึกษาแนวคิดกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย (7) การศึกษาตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการออกแบบซึ่งประกอบไปด้วย แนวคิด เทคนิค สี วิธีการ โครงร่างเงา และรายละเอียดการตกแต่ง เพื่อใช้ในการออกแบบ

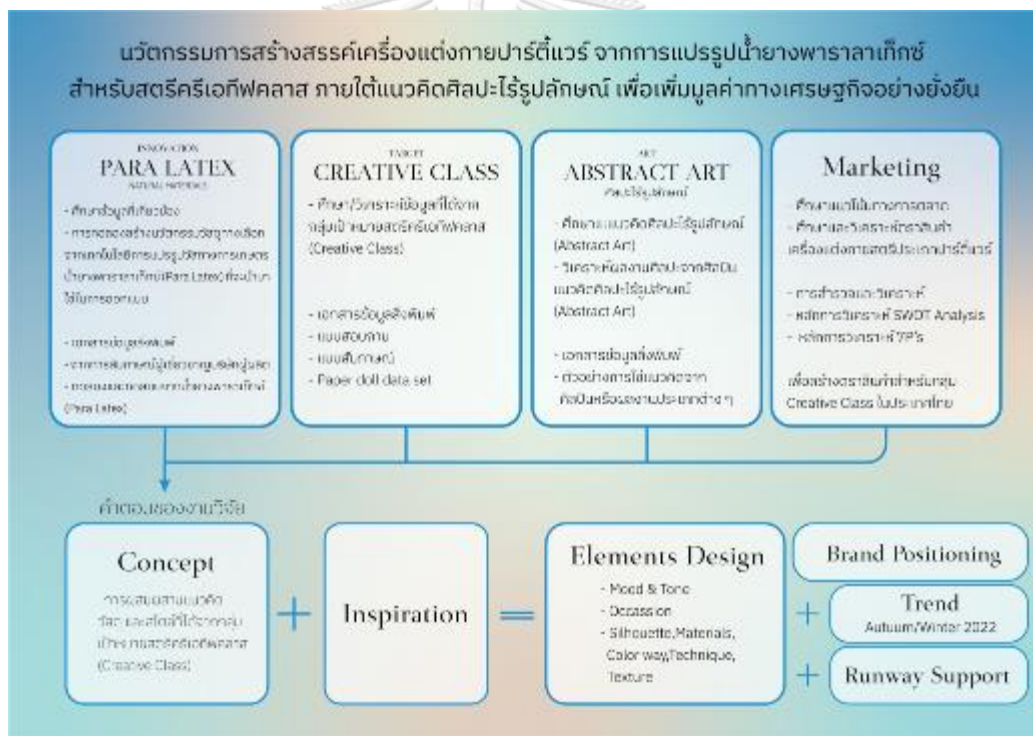
6.2 สรุปการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะสามารถนำมาใช้สร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายโดยมีคุณสมบัติที่มีความเหมาะสม เพื่อให้สามารถเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

6.3 สรุปการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะหรืองานสร้างสรรค์อาศัยอยู่ในเขตเมืองหลวงของประเทศไทย (กรุงเทพมหานคร) เพื่อศึกษาบุคลิกภาพ การดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและความชื่นชอบส่วน ตลอดจนความสนใจเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายไปเป็นแนวทางในการออกแบบ

6.4 สรุปการศึกษาแนวคิดและการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบของการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ เพื่อนำข้อมูลที่เป็นแนวทางในการออกแบบ และการศึกษาตราสินค้าคู่แข่งด้วยหลักการ 7P's และ SWOT Analysis ทั้งนี้เพื่อหาตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย

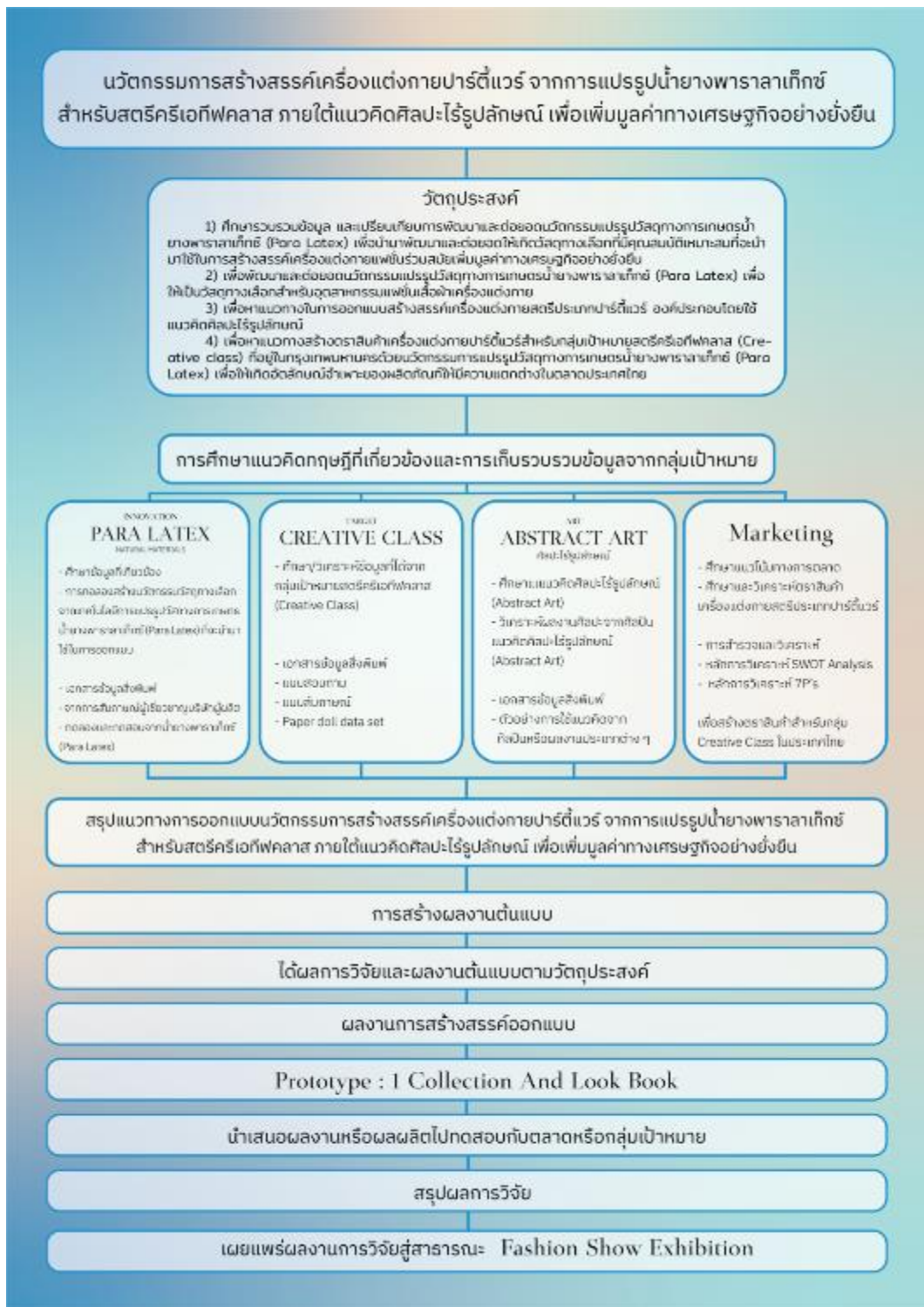
ส่วนที่ 7 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

ในการวิจัย นวัตกรรมการสร้างสรรคตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ เก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ศึกษาแนวคิดและการตลาดตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวย์ (Party wear) โดยมีขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ ดังนี้



แผนภาพที่ 12 แผนภูมิแสดงกระบวนการวิจัย 1

ที่มา : ฐันนันทน์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



แผนภาพที่ 13 แผนภูมิแสดงกระบวนการวิจัย 2

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกาย ปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ สำหรับสตรีศรีเอทีพคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน เป็นกระบวนการภายหลังจากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการความคิดและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ใช้ในการออกแบบในกระบวนการถัดไป โดยมีกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 1.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลการผลิตวัสดุที่นำมาใช้ผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย
- 1.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษานโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580
- 1.3 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีพคลาส
- 1.4 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์
- 1.5 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
- 1.6 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผลสรุปและการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ

- 2.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)

2.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)

2.3 สรุปการวิเคราะห์จากการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

3.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

3.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

3.3 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

3.4 สรุปวิเคราะห์จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

3.5 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลรูปแบบการแต่งกายจาก Paper doll dataset

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ผลสรุปข้อมูลการศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear)

4.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดที่มา ความสำคัญ และวิวัฒนาการของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear)

4.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาและวิเคราะห์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัย ในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล

4.3. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear)

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ผลสรุปข้อมูลการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear)

5.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย

5.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear)

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ผลสรุปข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปสัญลักษณ์ (Abstract Art)

6.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปสัญลักษณ์ (Abstract Art)

6.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปสัญลักษณ์ (Abstract Art) ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ

6.3 สรุปผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบองค์ประกอบทฤษฎีศิลปะไร้รูปสัญลักษณ์นำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์

ส่วนที่ 7 สรุปองค์ประกอบการออกแบบ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์ผลสรุปตราสินค้าผู้วิจัยทางการตลาด

8.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากการตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ 7P's

8.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากการตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ SWOT

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาข้อมูลแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยในแต่ละหัวข้อมีเนื้อหาและรายละเอียดการวิเคราะห์ผลสรุปข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลการผลิตวัสดุที่นำมาใช้ผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

โดยจากข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลการผลิตวัสดุที่นำมาใช้ผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย มีความหลากหลายทั้งกระบวนการผลิตและชนิดของวัสดุที่นำมาใช้ในการผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมีหลากหลายวิธี

(1) การทอ (Weaving) ผ้าที่เกิดจากกระบวนการทอโดยใช้เครื่องทอ (Weaving loom) โดยสีเส้นยืน (Warp yarn) และเส้นพุ่ง (Filling or weft yarn) ที่ทอขัดในแนวตั้งฉากกัน และจุดที่เส้นทั้งสองสอดประสานกัน (Interlacing) จะเป็นเส้นที่เส้นด้ายเปลี่ยนตำแหน่งจากด้านหนึ่งของผ้าไปด้านตรงกันข้าม การทอในปัจจุบันมีการพัฒนาจากการทอด้วยมือ (Hand looms) ไปเป็นการใช้เครื่องจักรในการทอ โดยใช้เทคนิคหลากหลาย รูปแบบแตกต่างกัน เช่น Air-jet loom, Rapier loom, Water-jet loom, Projectile loom, Double-width loom, Multiple-shed loom, Circular loom, Triaxial loom

(2) การถัก (Knitting) ผ้าที่เกิดจากการใช้เข็ม (Needles) ถักเพื่อให้เกิดเป็นห่วงของด้ายที่มีการสอดขัดกัน (Interlocking loops) โดยจะมี เส้นที่อยู่แนวตั้ง (Wales) และ เส้นที่อยู่ในแนวนอน (Courses)

(3) ไม่ถักไม่ทอ (Nonwoven) มีลักษณะโครงสร้างเป็นแผ่นผ้าที่เกิดจากการสานไปมาของเส้นใย (Fibrous web) มีการยึดกันด้วยการที่เส้นใยพันกันไปมา (Mechanical entanglement) หรือโดยการใช้ความร้อน เรซิน หรือสารเคมีในการทำให้เกิดการยึดกันระหว่างเส้นใย ผ้าไม่ถักไม่ทอสามารถผลิตได้โดยหลายกระบวนการผลิต

จะเห็นได้ว่า ผลผลิตวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปน้ำยางพาราแลกทีกซ์ (Para Latex) นั้นอยู่ในกลุ่มของกระบวนการสร้างวัสดุที่นำมาใช้ผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภท ไม่ถักไม่ทอ (Nonwoven) วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปน้ำยางพาราแลกทีกซ์ จึงถือเป็นวัสดุที่มีความน่าสนใจ และสามารถนำมาพัฒนาและต่อยอดผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เป็นวัสดุทางเลือกใหม่สำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่ง และเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในกับวัสดุทางการเกษตรของไทย ที่สามารถสร้างรายได้จากการเพิ่มมูลค่าโดยการออกแบบและสร้างสรรค์


1.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษานโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580

จากการศึกษาข้อมูลจากการศึกษานโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 เพื่อหาแนวทางความสอดคล้องกับการวิจัยนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ซึ่งเป็นวัสดุจากธรรมชาติที่สามารถผลิตได้จากพื้นถิ่นประเทศไทย เป็นการส่งเสริมและตอบโจทยกับนโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในด้านต่าง ๆ โดยการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีศรีเอทีพคلاس ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปปลั๊กชัน เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ส่งเสริมและตอบโจทยกับนโยบายแผนการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 โดยสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 96 ตารางวิเคราะห์สรุปการพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่สอดคล้องกับความต้องการในแผนการในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580

งานวิจัย	<p>นวัตกรรมการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน</p>	
ยุทธศาสตร์ชาติที่สอดคล้องกับงานวิจัย	ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580	
	ด้านที่ (2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	ด้านที่ (5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
	<p>(2.1) การเกษตรสร้างมูลค่า</p> <p>ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้เล่นสำคัญด้านการผลิตและการค้าสินค้า เกษตรในเวทีโลกด้วยพื้นฐานทางพืชเกษตรเขตร้อน และมีข้อได้เปรียบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ที่สามารถพัฒนาต่อยอดโครงสร้างธุรกิจการเกษตรด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม เน้นเกษตรคุณภาพสูงและขับเคลื่อนการเกษตรด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิตภาพการผลิตทั้งเชิงปริมาณและมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตร เพื่อรักษาฐานรายได้เดิมและสร้างฐานอนาคตใหม่ที่สร้างรายได้สูง ทั้งเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป และเกษตรอัจฉริยะ เพื่อให้เกษตรกร มีรายได้สูงขึ้น</p>	<p>(5.1) สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว</p> <p>มุ่งเน้นการพัฒนาสังคมเศรษฐกิจให้เติบโตและมีความเป็นธรรมบนความสมดุลของฐานทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ด้วยเศรษฐกิจฐานชีวภาพ นำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิต เพิ่มความเป็นธรรมทางสังคม สามารถลดความเสี่ยง ของผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และลดปัญหาความขาดแคลนของทรัพยากรลงได้ โดยมีเป้าหมายสู่สังคม ที่มีระดับคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้นแต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำลงผ่านแนวทางและมาตรการต่าง ๆ เช่น การบริโภคและการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพิ่มพื้นที่สีเขียวและป่าไม้ รักษาฐานทรัพยากรสัตว์ป่าและความหลากหลายทางชีวภาพ ส่งเสริมให้สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพดีขึ้น คนมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเอื้ออาทร และเสียสละเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมของชาติ</p>

<p>(2.1.4) เกษตรแปรรูป ปรับใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา รวมทั้ง นวัตกรรมจากภูมิปัญญาในการแปรรูป สร้างความแตกต่าง และเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตร รวมทั้ง ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เกษตรคุณภาพสูงของไทยสู่ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ โดยส่งเสริมการแปรรูป สินค้าเกษตรขั้นสูงที่มีคุณค่าเฉพาะ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่มีความหลากหลาย ด้วยการต่อยอด ผลงานจากสถาบันวิจัยสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ การส่งเสริมให้ นวัตกรรมและเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ มาพัฒนาต่อยอด สินค้าเกษตรขั้นต้นให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าสูง การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและผลิตผลทางการเกษตรเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมทั้งการสนับสนุนการนาเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ในการสร้างสรรค์ บรรจุภัณฑ์อัจฉริยะ เพื่อป้องกันการปลอมปน การควบคุมคุณภาพและความปลอดภัย การติดตามผลิตภัณฑ์ ในระหว่างการขนส่ง รวมถึงยืดอายุของอาหารและสินค้าเกษตรในบรรจุภัณฑ์ ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าทางการตลาด ให้แก่สินค้า พร้อมทั้งส่งเสริมการสร้างแบรนด์ และขยายช่องทาง การตลาดด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งให้ความสำคัญในการสร้าง เครื่องหมายการค้าและปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา</p>	<p>(5.1.5) ส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน โดยส่งเสริมการบริโภคและการผลิตสีเขียวอย่างยั่งยืน ซึ่งรวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการลงทุนและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การบริโภคและการผลิต วิถีคิด และวิถีชีวิต ของบุคคลและองค์กรให้มีการใช้ทรัพยากร อย่างประหยัดคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพมากที่สุด การสร้างการมีจิตสำนึกในการผลิตที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและ พฤติกรรมการบริโภคอย่างพอเพียงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้กลไกทาง เศรษฐศาสตร์และมาตรการทางสังคมจูงใจ ผู้บริโภคและผู้ผลิต การสร้างระบบและ กลไกการเฝ้าระวัง ติดตาม ตรวจสอบ และ ควบคุมมลพิษในภาคการผลิต และการใช้ มาตรการการตรวจสอบ ย้อนกลับถึง แหล่งที่มาของวัตถุดิบ พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการลดขยะเป็นศูนย์ จัดการขยะแบบ เบ็ดเสร็จยั่งยืน การลดการปล่อยมลพิษและ ผลกระทบสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงการจัดการ การปล่อยมลพิษจากภาคการผลิต เพื่อ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจควบคู่กับการใช้ ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมีมลพิษต่ำ โดยกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม การมีระบบจัดการของเสียจาก แหล่งกำเนิดมลพิษทุกประเภทที่เพียงพอ และมีการจัดการมลพิษได้เป็นไปตาม มาตรฐาน มีการบังคับใช้กฎหมายกับ ผู้ประกอบการอย่างเคร่งครัด รวมทั้งการ เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน การพัฒนา พลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือกด้วย</p>
--	---

		<p>การวิจัย พัฒนาวัตถุดิบ และเทคโนโลยี การเพิ่มศักยภาพการผลิต การใช้ และตลาด ตลอดจนการสร้างจิตสำนึกและเข้าถึงองค์ความรู้ด้านพลังงาน พร้อมทั้งการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างสีเขียวทั้งระบบ ซึ่งรวมถึงการสนับสนุนให้ทุกหน่วยงาน ของรัฐมีการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่ได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมให้ภาคเอกชนใช้สินค้าและบริการจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน โดยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งมีการส่งเสริมและพัฒนาเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ดำเนินการเพื่อรองรับการปลูกป่าและเพิ่มพื้นที่สีเขียวในพื้นที่เอกชน การปรับปรุงกลไก รัฐเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชนและภาคเอกชน</p>
--	--	--

<p style="text-align: center;">สรุปความสอดคล้องในงานวิจัยกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี. พ.ศ.2561-2580</p>	<p>จากงานวิจัยการพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อให้สามารถเป็นวัสดุทางเลือกของอุตสาหกรรมแพชชั่น และเพื่อเพิ่มมูลค่าให้ยางพาราในประเทศไทยถือเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศไทย สามารถทำรายได้เข้าประเทศได้อย่างมากมาย ยางพาราถือเป็นวัสดุทางการเกษตรในพื้นที่ประเทศไทยที่น่าสนใจและสามารถนำมาต่อยอด โดยเทคโนโลยีและนวัตกรรมของผู้ผลิตเพื่อแปรรูปเป็นสินค้าที่เกิดมูลค่ามากขึ้น ถือเป็นส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการคิดค้นเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อมาต่อยอดวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน การเกษตรสร้างมูลค่า เกษตรแปรรูป โดยสนับสนุนการปรับใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย รวมถึงนวัตกรรมจากภูมิปัญญา ในการแปรรูปสร้างความแตกต่าง และเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์และสินค้าทางการเกษตร รวมทั้งส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมีคุณภาพสูง สู่ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศได้</p>	<p>จากงานวิจัยการพัฒนานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อให้สามารถเป็นวัสดุทางเลือกของอุตสาหกรรมแพชชั่น เพื่อนำมาออกแบบสร้างสรรค์เป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มผู้บริโภค วัสดุทางเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ถือเป็นวัสดุจากธรรมชาติ และสามารถนำมารีไซเคิล (Recycle) เพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ได้อีก เป็นการใช้ทรัพยากรจากธรรมชาติอย่างคุ้มค่า ลดมลพิษ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์จากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็นอีกหนึ่งช่องทางเลือกสำหรับกลุ่มผู้บริโภค ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว ส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน โดยนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็นอีกหนึ่งช่องทางเลือกสำหรับผู้บริโภคและผู้ผลิต กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและการผลิต ผลิตภัณฑ์จากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็นการเลือกใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ถือเป็น การส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน โดยการเพิ่มตัวเลขของสินค้าในตลาดที่มาจากการผลิตสีเขียวอย่างยั่งยืน</p>
--	---	--

ที่มา : ผู้วิจัย ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จะเห็นได้ว่า การพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำ ยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สามารถส่งเสริมและตอบโต้กับนโยบายแผนการพัฒนาประเทศ ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านที่ (2) ยุทธศาสตร์ด้านการ สร้างความสามารถในการแข่งขัน (2.1) การเกษตรสร้างมูลค่า (2.1.4) เกษตรแปรรูป และด้านที่ (5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (5.1) สร้างการเติบโต อย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว (5.1.5) ส่งเสริมการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน การพัฒนาและ ต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับ อุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายนั้น จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้วัสดุทางการเกษตรและสามารถ สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร ภาคธุรกิจอุตสาหกรรม และประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน

1.3 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส

จากศึกษาข้อมูลจากการศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เพื่อให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่มีความสนใจในนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำ ยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) และอุปนิสัย การดำเนินชีวิต และการตัดสินใจการเลือกสินค้า โดย สามารถวิเคราะห์ผลสรุปจากการศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสได้ ดังนี้

กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชัน มิลเลนเนียล ถือเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสที่มีจำนวนมากที่สุดในกลุ่มจากงานวิจัย ของ ริชาร์ด ฟลอริดา “กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสทั่วโลกมากกว่า 150 ล้านคน โดยส่วนใหญ่เป็น กลุ่มคน เจเนอเรชัน มิลเลนเนียล (Generation Millennials)” โดย 52% เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ ประมาณ 21-41 ปี มีรายได้ดีมาจากการทำงาน เป็นผลมาจากการระดับความรู้ที่ดี กลุ่มเป้าหมาย ส่วนใหญ่มักประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน เช่น เจ้าของกิจการ การแพทย์ การศึกษา การแสดงสื่อ บันเทิง และที่เกี่ยวกับศิลปะการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ มีทักษะและประสบการณ์ความรู้ที่กว้างขวาง อาศัยอยู่ในเมืองที่มีความหลากหลายแตกต่างในหลากหลายด้าน เช่น วัฒนธรรมที่หลากหลาย แตกต่าง เพศ ความชอบและรสนิยม อยู่ในเขตเมืองที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางเทคโนโลยีและ นวัตกรรมที่สามารถช่วยให้การใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมายง่ายขึ้น การติดต่อสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตใน รูปแบบต่าง ๆ ที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีตัวตนและเป็นที่สนใจจากสังคมตลอดเวลา ชอบความ

เจริญก้าวหน้า แต่ยังคงให้ความสำคัญกับครอบครัวและเพื่อนฝูง ผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบสินค้าที่กลุ่มเป้าหมายเลือกมักเป็นสินค้าที่เชิงสร้างสรรค์ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถสะท้อนตัวตนบุคลิก รสนิยม ของตนเองได้ สร้างความโดดเด่น ทำให้กลุ่มเป้าหมายมักมองหาผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบสินค้าที่มีความสดใหม่ นำกระแสนิยม เทคโนโลยีใหม่ นวัตกรรมใหม่ อยู่เสมอ เพื่อให้ตนเองโดดเด่น กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญกับสังคมแวดล้อมที่เต็มไปด้วยผู้คน ซึ่งชอบการเข้าสังคม กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสเป็นผู้นำกระแสนิยมในตลาดระดับไฮเอนด์ สามารถสร้างความเติบโตทาง เศรษฐกิจ และกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ได้

จะเห็นได้ว่า กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ให้ความสนใจกับ ผลผลิตจากความคิดสร้างสรรค์ ศิลปะ และเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ที่ตอบโจทย์การใช้ชีวิตในเขตเมือง หลวง มีไลฟ์สไตล์ที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้การเลือกสินค้าผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ต้องมีความ เฉพาะตัวเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสเกิดความสนใจ สอดคล้องการสร้างสรรคเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายที่ใช้วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกทีกซ์ (Para Latex) ซึ่งถือเป็นวัสดุที่ยังไม่ได้รับความนิยมมากนักและมีรูปแบบสินค้าที่เฉพาะตัวมาก จึงเป็น ช่องทางในการสร้างผลผลิตที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องกายที่ใช้วัสดุ จากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกทีกซ์

1.4 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์

จากการศึกษาข้อมูลจากการศึกษาเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear) เพื่อให้ข้อมูลและองค์ประกอบในการออกเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ โดยใช้วัสดุจาก นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกทีกซ์ (Para Latex) เพื่อให้ตอบโจทย์และ ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส โดยสามารถวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจาก การศึกษาเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ ได้ดังนี้

เครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear) โดยรูปแบบเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party wear) ได้ถูกปรับเปลี่ยนไปตามสมัยนิยมจากเหตุการณ์และเศรษฐกิจ ระดับโลกที่มีผลกระทบต่อไลฟ์สไตล์ของผู้คน ดังนั้นรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party

wear) จะถูกปรับเปลี่ยนไปตามยุคและสมัยนิยมเพื่อให้รูปแบบเสื้อผ้ามีความร่วมสมัย สอดคล้องกับกระแสนิยมในช่วงเวลาขณะนั้น การเลือกใช้วัสดุในการผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์เป็นวัสดุที่มีความพิเศษนำมาผสมผสานเข้ากับเทคนิคการตกแต่งรายละเอียดและเทคนิคของการตัดเย็บ การออกแบบที่พิถีพิถันเพื่อแสดงถึงคุณค่าและเหมาะสมกับรูปแบบของงานสังคมนั้น ๆ แต่นอกเหนือจากการเลือกเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับไปงานอย่างเหมาะสมกับกาลเทศะแล้วนั้น ยังต้องช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพให้ผู้สวมใส่ดูดี มีภาพลักษณ์ที่ดี สะท้อนบุคลิกภาพและตัวตนของผู้สวมใส่

จะเห็นได้ว่า เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear) นั้นมีความสำคัญและถูกปรับเปลี่ยนรูปแบบและองค์ประกอบการออกแบบไปตามบริบททางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และสถานการณ์ช่วงเวลานั้น ๆ แต่ยังคงจุดประสงค์ เจตนารมณ์ของผู้สวมใส่ และการเลือกบริโภคเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์นั้นยังไม่แตกต่างจากอดีตมากนัก ผู้สวมใส่ต้องการความโดดเด่น สะท้อนบุคลิกภาพ สื่อถึงอารมณ์ภายในของผู้สวมใส่ผ่านเสื้อผ้า เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์เหมาะกับโอกาสพิเศษที่ต้องการความโดดเด่น ความเฉพาะจากองค์ประกอบการออกแบบ ดังนั้นด้วยคุณสมบัติของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) เหมาะกับการนำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ที่เหมาะสมกับโอกาสพิเศษที่ต้องการความโดดเด่น และมีความเฉพาะตัว

1.5 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)

จากการศึกษาข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) โดยเป็นแนวคิดทฤษฎีทางศิลปะไร้รูปลักษณะ มีความสอดคล้องกับวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ในการสร้างสรรค์ลวดลายและเทคนิครายละเอียดต่าง ๆ โดยสามารถวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ ได้ดังนี้

ศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) เป็นศิลปะที่ใช้การแยกความรู้สึกหรืออารมณ์ออกจากความจริงมีการประสานกลมกลืนขององค์ประกอบ และทัศนธาตุ หรืออาจจะมีการเขียนภาพแล้วให้ความรู้สึกพลิ้วไหว ไม่ชัดเจน มีการใช้สีแบบซ้ำ ๆ กัน ผลงานเป็นงานที่แทบจะ

ไม่มีเค้าโครงเดิมของธรรมชาติอยู่เลย การถ่ายทอดก็จะไม่สนใจเรื่องราวที่ตาเห็น แต่จะตีความออกมาในอีกรูปแบบหนึ่งโดยใช้ความรู้สึก²⁶ ศิลปะไร้รูปลักษณ์หรือศิลปะนามธรรม สามารถแยกรูปแบบจากแรงบันดาลใจในการสร้างผลงานเป็น 2 รูปแบบ ได้ (1) รูปแบบแรงบันดาลใจโรแมนติก (Romantic) คือ ได้รับแรงบันดาลใจมาจากสิ่งมีชีวิต ธรรมชาติ สิ่งรอบตัว ศิลปินจะสร้างสรรค์งานได้อย่างมีอิสระ มีอารมณ์เป็นพื้นฐาน แสดงความรู้สึกภายในออกมาได้อย่างอิสระ (2) รูปแบบแรงบันดาลใจคลาสสิก (Classic) มีแรงบันดาลใจจากรูปทรงแบบเรขาคณิต มีการวางแผน มีกฎเกณฑ์ (อาจจะคิดขึ้นเองจากกรอบแนวคิดและการทำงานของศิลปิน)²⁷

จะเห็นได้ว่า แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) มีรูปแบบของการสื่อสารทางอารมณ์ที่เป็นอิสระ ทำให้ผู้ชมเกิดจินตนาการที่เป็นอิสระเช่นกัน โดยศิลปินเลือกใช้เทคนิคของการสร้างผลงานศิลปะที่หลากหลายขึ้นอยู่กับความถนัดของศิลปิน แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ส่วนใหญ่มีแรงบันดาลใจมาจากสิ่งมีชีวิต ธรรมชาติ สิ่งรอบตัว ผสมผสานกับเทคนิคองค์ประกอบทางกในการออกแบบสร้างสรรค์เพื่อให้ได้ผลงานศิลปะ เช่นกับการสร้างลวดลาย หรือเทคนิครายละเอียดลงบนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย สอดคล้องกับการสร้างลวดลายบนวัสดุจากนวัตกรรม การแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา latex ที่เกิดจากความอิสระและไม่สามารถควบคุมให้เกิดเป็นลวดลายที่เสมือนจริงได้ ทำให้ลวดลายนั้นสร้างจินตนาการให้กับผู้ชมได้เช่นเดียวกันกับผลงานศิลปะจากแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.6 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

จากการศึกษาข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ และสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เพื่อสอบถามความคิดเห็นถึงแนวคิดกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายและนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา latex (Para Latex) โดยสามารถวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นเครื่องแต่งกายได้ ดังนี้

²⁶ วรณธนา จิรมหาศาล

²⁷ กำจร สุนพงษ์ศรี, 2522

จากการศึกษาการคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแพชั่นและเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 จะเห็นได้ว่า แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแพชั่นและเครื่องแต่งกายทั้ง 2 ฤดู มีแนวโน้มกระแสนิยมของวัสดุที่สอดคล้องกัน คือ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุในด้านต่าง ๆ เช่น วัสดุทางการเกษตร วัสดุที่เหลือใช้จากอุตสาหกรรม โดยใช้แนวคิดความยั่งยืน เพื่อเป็นการช่วยลดและปกป้องสิ่งแวดล้อม เพื่อให้วัสดุเหล่านั้นเป็นวัสดุทางเลือกที่จะนำมาใช้ในอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย และแนวโน้มกระแสนิยมของผู้บริโภคที่จะหันมาให้ความสนใจและความสำคัญกับคุณค่าและความงามของธรรมชาติที่อยู่รอบตัวในรูปแบบต่าง ๆ สอดคล้องกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่เป็นวัสดุทางธรรมชาติและเป็นวัสดุทางการเกษตรพื้นถิ่นของประเทศไทย โดยผ่านนวัตกรรมการแปรรูปเพื่อให้เป็นวัสดุทางเลือกหนึ่งสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกายในอนาคต ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์แนวคิดคาดคะเนของผู้เชี่ยวชาญทางแฟชั่นและเครื่องแต่งกายต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสนิยมร่วมสมัย เพื่อสำรวจความคิดเห็นต่อแนวโน้มกระแสนิยมร่วมสมัย

1.6.1 การสัมภาษณ์แนวคิดคาดคะเนของผู้เชี่ยวชาญทางแฟชั่นและเครื่องแต่งกายต่อการเปลี่ยนแปลงกระแสนิยมร่วมสมัย

จากการศึกษาการคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแพชั่นและเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 ที่มีแนวโน้มกระแสนิยมที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุในด้านต่าง ๆ เช่น วัสดุทางการเกษตร วัสดุที่เหลือใช้จากอุตสาหกรรม โดยใช้แนวคิดความยั่งยืน เพื่อเป็นการช่วยลดและปกป้องสิ่งแวดล้อม เพื่อให้วัสดุเหล่านั้นเป็นวัสดุทางเลือกที่จะนำมาใช้ในอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย และแนวโน้มกระแสนิยมของผู้บริโภคที่จะหันมาให้ความสนใจและความสำคัญกับคุณค่าและความงามของธรรมชาติที่อยู่รอบตัวในรูปแบบต่าง ๆ สอดคล้องกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่เป็นวัสดุทางธรรมชาติและเป็นวัสดุทางการเกษตรพื้นถิ่นของประเทศไทย โดยผ่านนวัตกรรมการแปรรูปเพื่อให้เป็นวัสดุทางเลือกหนึ่งสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกายในอนาคต ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์แนวคิดคาดคะเนของผู้เชี่ยวชาญทางแฟชั่นและเครื่องแต่งกายต่อการเปลี่ยนแปลงของกระแสนิยมร่วมสมัย เพื่อสำรวจความคิดเห็นต่อแนวโน้มกระแสนิยมร่วมสมัย โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย ดังนี้

- 1) ผู้ที่ประสบการณ์การทำงานอยู่อุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย
- 2) ผู้ที่มีผลงานเป็นที่รู้จักและมีผลงานในอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย
- 3) ผู้ที่เป็นที่ยอมรับและมีผู้คนติดตามผลงานในอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย

โดยจากหลักเกณฑ์การพิจารณาสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการคาดคะเนแนวโน้มกระแสนิยมที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตและนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่มีความสอดคล้องกับแนวโน้มกระแสนิยม โดยผู้วิจัยได้ทำการติดต่อขอสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกายจำนวน 5 ท่าน ได้แก่



ภาพที่ 79 ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

1) คุณพลัฎฐ์ พลาภี

ดีไซเนอร์ (Designer) ผู้ก่อตั้งตราสินค้า Meshmuseum เสื้อผ้า ชุดปาร์ตี้ทางการ ออกงานทางสังคม เน้นการตัดเย็บแบบประณีต มีรายละเอียด การตกแต่งที่เน้นงานฝีมือ สำหรับวาระโอกาสปาร์ตี้ (Party-Formal) และผู้ก่อตั้งตราสินค้า Pyvet Studio เสื้อผ้าทางการ ที่สามารถสวมใส่ทำงาน และงานปาร์ตี้ได้ โดยแนวความคิดนำผ้าไหมไทยมาตัดเย็บในรูปแบบโครงสร้างที่มีความร่วมสมัย

2) คุณทวีศักดิ์ สمانมิตร

ดีไซเนอร์ (Designer) ตราสินค้า AB-Normal ดีไซเนอร์ที่ได้ นำเอาวัสดุทางธรรมชาติมาออกแบบเสื้อผ้าที่มีโครงสร้างที่ร่วมสมัย เหมาะสำหรับผู้บริโภคในปัจจุบัน

3) คุณธันวดี จุฬารากุล

แฟชั่นสไตล์ลิสต์ (Fashion Stylist) อาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการแต่งตัว การเลือกไอเทมเสื้อผ้ารูปแบบต่าง ๆ ให้เข้ากับตัวตนของผู้สวมใส่ หรือสิ่งที่ต้องการสื่อสารออกมา

4) คุณแอลลี รุธ

แฟชั่นสไตล์ลิสต์ (Fashion Stylist) อาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการแต่งตัว ด้วยสไตล์และความถนัดของคุณแอลลีเน้นการเลือกเสื้อผ้าและมิชชั่นแอนด์แมชชอออกมาให้มีความสดใส น่ารักซึ่งเป็นสไตล์ของคุณแอลลี

5) คุณศุภเกษม ชานินภาค

แฟชั่นสไตล์ลิสต์ (Fashion Stylist) อาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการแต่งตัว ปัจจุบันคุณศุภเกษมได้ทำงานด้านสไตล์ลิสต์ให้กับนิตยสาร L'Officiel Thailand การทำงานที่ต้องการสัมผัสกับเสื้อผ้ารูปแบบใหม่ก่อนใคร และการวางแผนเพื่อนำเสนอเสื้อผ้าเหล่านั้นให้กับผู้ชมรู้สึกไปในทางเดียวกันกับสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารออก

โดยมีคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ ดังนี้

- 1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มกระแสนิยม (Trend) ที่ส่งผลกับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย
- 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มกระแสนิยมแนวคิดความยั่งยืน (Sustainability Trend)
- 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัสดุจากธรรมชาติ (Natural Material)
- 4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตร น้ำยางพาราเลทเท็กซ์ (Para Latex)

โดยจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย ถึงการคาดคะเน และวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นและเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 และนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลทเท็กซ์ (Para Latex) โดยได้ผ่านทางโทรศัพท์ ช่วงเดือนกันยายน 2021 สามารถสรุปความคิดเห็นที่ได้จากสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกายของทุกท่าน ได้ดังนี้

ตารางที่ 97 ตารางสรุปความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย
ถึงการคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย
ในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 และนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา
ลาเท็กซ์ (Para Latex)

คำถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ ด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย	สรุปความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย
1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มกระแสนิยม (Trend) ที่ส่งผลกับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย	แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) มีผลต่อการวางแผนการผลิตหรือการวางแผนทิศทางของตราสินค้าในอนาคต เพื่อให้เหมาะสมกับผู้บริโภคและกระแสนิยม เพื่อให้สินค้ามีความร่วมสมัยและเป็นการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น นวัตกรรมด้านวัสดุ เทคโนโลยีในการผลิต ทำให้อุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องและเครื่องกายมีความก้าวหน้า
2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มกระแสนิยมแนวคิดความยั่งยืน (Sustainability Trend)	เป็นกระแสนิยมที่ต้องให้ความสำคัญและสนับสนุนให้เกิดขึ้นเป็นที่แพร่หลาย และให้ผู้บริโภคหรือผู้คนหันมาให้ความสนใจมากขึ้น การให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามากกว่าผลกำไร เพื่อเป็นการช่วยให้สภาวะสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ดีขึ้น และเกิดความยั่งยืนอย่างครบรอบด้าน
3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัสดุจากธรรมชาติ (Natural Material)	มีความน่าสนใจ เพราะว่าในปัจจุบันมีเทคโนโลยีนวัตกรรมที่สามารถช่วยแปรรูปให้วัสดุธรรมชาติมาเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย ทำให้เสื้อผ้ามีความแปลกใหม่และน่าสนใจมากขึ้น เป็นผลดีเพราะวัสดุจากวัสดุธรรมชาติสามารถย่อยสลายได้ง่ายกว่าวัสดุสังเคราะห์ ทำให้สามารถลดขยะและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้

คำถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ ด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย	สรุปความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย
4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	เป็นวัสดุที่น่าสนใจ เพราะนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็นวัสดุจากวัสดุทางธรรมชาติ เป็นวัสดุทางเลือกที่จะสร้างความแปลกใหม่ สำหรับกลุ่มเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย แต่จะออกมาในรูปแบบไหน เป็นที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มบริโภคหรือไม่ขึ้นอยู่กับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม

ที่มา : ธีรฉัตร อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จะเห็นได้ว่า จากการศึกษาการคาดคะเนและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นและเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 และการสัมภาษณ์แนวคิดคาดคะเนของผู้เชี่ยวชาญทางแฟชั่นและเครื่องแต่งกายต่อการเปลี่ยนแปลงกระแสนิยมร่วมสมัย สามารถสรุปได้ว่า แนวโน้มกระแสนิยม (Trend) มีความสำคัญกับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย โดยสามารถทำให้การวางแผนทิศทางของการสร้างสรรค์การออกแบบอารมณ์บรรยากาศวัสดุ สี สัน โครงสร้างเสื้อผ้า พื้นผิวของวัสดุและรายละเอียดการตกแต่ง และข้อมูลในด้านต่าง ๆ ซึ่งแนวโน้มกระแสนิยมวัสดุสำหรับแฟชั่นและเครื่องแต่งกายในฤดูหนาวปี 2022 ถึงฤดูร้อนปี 2023 นั้นให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีนวัตกรรมที่ช่วยพัฒนาวัสดุทางธรรมชาติ หรือเศษจากอุตสาหกรรมเกษตร แปรรูปมาเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย ถือเป็นวัสดุจากธรรมชาติ และสอดคล้องกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่ง ซึ่งเป็วัสดุทางเลือกที่มีความน่าสนใจและจะสามารถทำให้เกิดความแปลกใหม่สำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกายในอนาคตได้

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผลสรุปและการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ

จากการศึกษานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงข้อมูล กระบวนการผลิต และรูปแบบวัสดุที่มาจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ของบริษัทผู้ผลิตทั้ง 4 บริษัทผู้ผลิต ได้แก่ (1) บริษัท แอดเวนเทจ ฟุตแวร์ จำกัด (2) บริษัท ลูกยางดีไซน์ จำกัด (3) บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด (4) บริษัท Jon Jon จำกัด โดยผู้วิจัยได้จัดทำหลักเกณฑ์การพิจารณาขอความร่วมมือและสนับสนุนจากบริษัทผู้บริษัท โดยหลักเกณฑ์การพิจารณาขอความอนุเคราะห์และสนับสนุนจากบริษัทผู้บริษัท ได้รับการอนุเคราะห์และสนับสนุนจาก บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด โดยมี คุณอภิษณา เตชะวีรภัทร และ คุณอัครชัย เตชะวีรภัทร ได้ให้การสนับสนุนวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีการคิดค้น ต่อยอด และพัฒนาวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ ให้มีคุณสมบัติและคุณภาพเหมาะกับการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

2.1 ข้อมูลจากการศึกษานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)



ภาพที่ 80 แผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)

ที่มา : TCDC Materials

แผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) โดยนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์จาก คุณอภิภินา เตชะวีรภัทร และ คุณอัครชัย เตชะวีรภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด ได้คิดค้นและพัฒนาวัสดุ แผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ถือเป็นวัสดุจากธรรมชาติ (Natural Materials) และการผสมกับเศษผ้าถือเป็นกระบวนการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับตัววัสดุน้ำยางพาราและเศษผ้าที่เหลือทิ้งอีกด้วย

ขั้นตอนการผลิตแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ของบริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด บริษัทผู้ผลิต มีขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 81 ขั้นตอนการผลิตแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ที่มา : บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด

1) บริษัทผู้ผลิต บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด จะทำการจัดเตรียมเศษวัสดุจากกระบวนการผลิตรองเท้าและกระเป๋า ได้แก่ เศษผ้า เศษด้าย และเศษแผ่นยางพารา จากกระบวนการผลิต และจัดเตรียมแผ่นยางพาราจากน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) โดยจัดซื้อจากเกษตรกรผู้ผลิตโดยตรง เป็นการช่วยเหลือเกษตรกรและเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุทางการเกษตร

2) หลังจากการจัดเตรียมวัสดุขั้นต้นแล้ว บริษัทผู้ผลิตจะนำแผ่นยางพาราจากน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ผสมเข้ากับเศษวัสดุจากกระบวนการผลิต และทำการกวนหรือบดให้เข้ากันในปริมาณที่เหมาะสมกับคุณสมบัติที่ต้องการ

3) นำยางพาราจากน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ผสมเข้ากับเศษวัสดุจากกระบวนการผลิต ที่ผสมเข้ากันแล้วเข้าเครื่องรีดเพื่อให้ออกมาเป็นแผ่นยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่เป็นวัสดุต้นทางรูปแบบใหม่ (New Raw Material) จากกระบวนการแปรรูปด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม

4) บริษัทผู้ผลิตจะนำแผ่นยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่ผสมเข้ากับเศษวัสดุจากกระบวนการผลิต หรือวัสดุต้นทางรูปแบบใหม่ (New Raw Material) ที่ได้ไปแปรรูปเป็นรูปแบบสินค้าผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กระเป๋า และพื้นรองเท้า

โดยจะเห็นได้เศษวัสดุจากกระบวนการผลิตของบริษัทผู้ผลิต บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด สามารถนำมาแปรรูปเป็นวัสดุต้นทางรูปแบบใหม่ (New Raw Material) ได้อีกครั้ง ทำให้ช่วยลดเศษขยะที่เกิดจากกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมได้ และช่วยให้กับวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) มีคุณสมบัติและรูปแบบที่หลากหลาย เป็นทางเลือกให้กับอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้ และเพิ่มมูลค่าให้วัสดุทางการเกษตรอีกด้วย

วัสดุแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ของบริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด เบื้องต้นมีคุณสมบัติ ดังนี้

ตารางที่ 98 ตารางแสดงคุณสมบัติของแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา
ลาเท็กซ์ (Para Latex)

คุณสมบัติของเส้นแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)			
รายการ	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)	รายการ	คุณสมบัติ (มี/ไม่มี)
การติดทนของสี	ไม่ระบุ	ความต้านทานรังสียูวี	ไม่มี
ความต้านทานน้ำ	มี	ลักษณะมันวาว	ไม่มี
ความแข็ง	มี	การป้องกันเสียง	ไม่มี
การนำความร้อน	ไม่มี	ความต้านทานไฟ	ไม่ระบุ
ความต้านทานรอยขีดข่วน	ไม่มี	เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	มี
ความใส	ไม่มี	ความทนทานต่อสารเคมี	ไม่ระบุ
การนำไฟฟ้า	ไม่มี		

ที่มา : ฐิฐนนท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการศึกษานวัตกรรมต้นแบบจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญของบริษัทผู้ผลิต ได้แก่ คุณอภิภักษา เตชะวีรภัทร และ คุณอัศรัย เตชะวีรภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด ถึงขั้นตอนการผลิตและคุณสมบัติของแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ของบริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด จะเห็นได้ว่าวัสดุจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่ผ่านกระบวนการแปรรูปแล้วนั้น สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันได้ และสามารถนำเป็นวัสดุในการสร้างสรรค์ออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายได้ และสามารถเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายได้ด้วยคุณสมบัติและผิวสัมผัสของตัววัสดุจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ผู้วิจัยจึงได้ทำการเปรียบเทียบวัสดุทางเลือกจากนวัตกรรมการแปรรูปน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) กับวัสดุอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายเพื่อให้เห็นถึงองค์ประกอบ คุณสมบัติ และความแตกต่างของวัสดุทางเลือกกับวัสดุอื่น








ตารางที่ 99 ตารางเปรียบเทียบวัสดุที่ใช้ในอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

วัสดุที่ 1 ผ้าคอตตอน (Cotton Fabric)	วัสดุที่ 2 ผ้าสังเคราะห์ (Polyester Fabric)	วัสดุที่ 3 ผ้าถักทอ (Flat Knit)	วัสดุที่ 4 หนังแท้ (Real Leather)	วัสดุที่ 5 หนังเทียม (PVC,PU)	วัสดุที่ 6 พาราเลเท็กซ์ (Para Latex)
					
<p>รูปวัสดุ</p> <p>ผิวสัมผัส : นุ่ม ความยืดหยุ่น : ดี ระบายอากาศ : ดี สวมใส่สบาย ยับง่าย</p>	<p>ผิวสัมผัส : นุ่ม ความยืดหยุ่น : ดี ระบายอากาศ : ดี ทนความร้อน : ดี ความหดตัว : น้อย มีน้ำหนักเบา สวมใส่สบาย ไม่ยับง่าย</p>	<p>ผิวสัมผัส : นุ่ม ความยืดหยุ่น : ดี ระบายอากาศ : ดี ทนความร้อน : ดี ความหดตัว : น้อย สวมใส่สบาย ไม่ยับง่าย</p>	<p>ผิวสัมผัส : กระจ่าง ความยืดหยุ่น:น้อย ระบายอากาศ:ไม่มี ทนความร้อน : ดี ไม่มีความหดตัว มีความแข็งแรง ทนทาน มีน้ำหนัก</p>	<p>ผิวสัมผัส : กระจ่าง ความยืดหยุ่น:น้อย ระบายอากาศ:ไม่มี ทนความร้อน : ดี ไม่มีความหดตัว มีความแข็งแรง ทนทาน มีน้ำหนัก</p>	<p>ผิวสัมผัส : กระจ่าง ความยืดหยุ่น: ปานกลาง ระบายอากาศ:ไม่มี ทนความร้อน : ดี ไม่มีความหดตัว มีความแข็งแรง ทนทาน มีน้ำหนักเบากว่า หนัง</p>
<p>คุณสมบัติ</p>					

วัสดุที่ 1 ผ้าคอตตอน (Cotton Fabric)	วัสดุที่ 2 ผ้าสังเคราะห์ (Polyester Fabric)	วัสดุที่ 3 ผ้าถักทอ (Flat Knit)	วัสดุที่ 4 หนังแท้ (Real Leather)	วัสดุที่ 5 หนังเทียม (PVC,PU)	วัสดุที่ 6 พาราเลทซ์ (Para Latex)
เส้นใยธรรมชาติ วัสดุทางธรรมชาติ (Natural Material)	เส้นใยสังเคราะห์ ผลิตจากพลาสติก	เส้นใยธรรมชาติ วัสดุทางธรรมชาติ (Natural Material) หรือ เส้นใยสังเคราะห์	หนังสัตว์ วัสดุทางธรรมชาติ (Natural Material)	เส้นใยสังเคราะห์ ผลิตจากพลาสติก	วัสดุทางธรรมชาติ (Natural Material)
การทอ	การทอ	การถัก	ไม่ถักไม่ทอ	ไม่ถักไม่ทอ	ไม่ถักไม่ทอ
ซีกด้วยน้ำ แบบเครื่องซีกผ้า แบบซีกมือ	ซีกด้วยน้ำ แบบเครื่องซีกผ้า แบบซีกมือ	ซีกด้วยน้ำ แบบซีกมือ	ซีกแห้ง ซีกด้วยน้ำ พิมพ์	ซีกแห้ง ซีกด้วยน้ำ พิมพ์	ซีกแห้ง ซีกด้วยน้ำ พิมพ์
					
ชนิดของวัสดุ					
กระบวนการผลิต					
วิธีการทำ ความสะอาด					
ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ใน อุตสาหกรรมแฟชั่น					

ที่มา : วิทยาลัยชุมชนบุรีรัมย์

ตารางที่ 100 ตารางการเปรียบเทียบวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) กับวัสดุอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

วัสดุทางการเกษตร น้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)	วัสดุอื่น ๆ ใช้ใน อุตสาหกรรมแฟชั่น เครื่องแต่งกาย	รูปแบบผลิตภัณฑ์ใน อุตสาหกรรมแฟชั่น เครื่องแต่งกาย
<p>- วัสดุทางการเกษตรน้ำ ยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)</p> 	<p>- Leather, PU, PVC</p> 	
	<p>- Heavy Fabric : - Jacquard</p> 	
	<p>- Taffeta</p> 	

วัสดุทางการเกษตร น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	วัสดุอื่น ๆ ใช้ใน อุตสาหกรรมแฟชั่น เครื่องแต่งกาย	รูปแบบผลิตภัณฑ์ใน อุตสาหกรรมแฟชั่น เครื่องแต่งกาย
	- Denim 8 oz. 	

ที่มา : ฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการศึกษาข้อมูลเทคโนโลยีนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในประเทศไทย การศึกษาข้อมูลและการสัมภาษณ์ คุณอภิษณา เตชะวีรภัทร และ คุณอัครชัย เตชะวีรภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด ถึงการพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย พบว่าต้องมีการทดลองการพัฒนาตัวคุณสมบัติของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ให้มีรูปแบบและคุณสมบัติเหมาะสมกับการนำมาใช้ในการผลิตและออกแบบเสื้อผ้าเครื่อง และเป็นวัสดุทางเลือกของอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย โดยผู้วิจัยได้รับความร่วมมือและอนุเคราะห์จาก คุณอภิษณา เตชะวีรภัทร และ คุณอัครชัย เตชะวีรภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด ในการทดลองพัฒนาและต่อยอดวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ โดยมีกระบวนการทดลองในส่วนถัดไป

2.2 ข้อมูลจากการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

จากขั้นตอนการผลิต และคุณสมบัติของแผ่นยางพาราผสมเศษผ้าจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ของบริษัทผู้ผลิต ผู้วิจัย คุณอภิษณา เตชะวีรภัทร และ คุณอัครชัย เตชะวีรภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด ได้ทำการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อเกิดรูปแบบวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่มีรูปแบบและคุณสมบัติที่หลากหลายและเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในงานออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยผู้วิจัย คุณอภิษณา เตชะวีรภัทร และ คุณอัครชัย เตชะวีรภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด ได้ทำการทดลองสร้างรูปแบบวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ โดยมีการทดลองดังนี้



ตารางที่ 101 ตารางการทดลองวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ครั้งที่ 1

การทดลองวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ครั้งที่ 1			
รูปภาพวัสดุ			
ความหนา/บาง	0.1 มิลลิเมตร	หน้ากว้าง	35 เซนติเมตร
สีวัสดุ	สียางพาราธรรมชาติ : สีเหลืองออกน้ำตาล		
ลักษณะของวัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณเศษผ้า : 30% - ความยืดหยุ่น : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี - อื่น ๆ : ไม่มีความหดตัว มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเบากว่าหนัง - ผิวสัมผัส : กระจ่าง - ระบายอากาศ : ไม่มี 		
การทดลองการตัดเย็บ	 <ul style="list-style-type: none"> - ผลการตัดเย็บสามารถตัดเย็บได้ แต่มีความหนืดเล็กน้อย - สามารถตัดเย็บได้สูงสุด 6 ชั้น 		
ข้อจำกัดของวัสดุ	หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดแคบ ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์		

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 102 ตารางการทดลองวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์
(Para Latex) ครั้งที่ 2

การทดลองวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex) ครั้งที่ 2			
รูปภาพวัสดุ			
ความหนา/บาง	0.05 มิลลิเมตร	หน้ากว้าง	77 เซนติเมตร
สีวัสดุ	สียางพาราธรรมชาติ : สีเหลืองออกน้ำตาล		
ลักษณะของวัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณเศษผ้า : 10% - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ทนความร้อน : ดี - อื่น ๆ : มีความนุ่มและวาวมากขึ้น ไม่มีความหดตัว มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเบากว่าหนัง - ผิวสัมผัส : กระจ่างน้อยกว่าครั้งที่ 1 - ระบายอากาศ : ไม่มี 		
การทดลองการตัดเย็บ	 <ul style="list-style-type: none"> - ผลการตัดเย็บสามารถตัดเย็บได้ แต่ยากกว่าวัสดุจากการทดลองครั้งที่ 1 เนื่องจากวัสดุมีความยืดหยุ่นเล็กน้อยเนื่องจากการลดปริมาณของเศษผ้าให้น้อยลง - การรอยแบ่งในชั้นตอนสุดท้ายน้อยทำให้การตัดเย็บยากขึ้นเล็กน้อยจากวัสดุในครั้งที่ 1 		
ข้อจำกัดของวัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดแคบ ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ - จากการทดลองพัฒนาวัสดุให้มีความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าพบว่าข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอยพับในทุก ๆ 60 เซนติเมตร 		

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 103 ตารางการทดลองวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์
(Para Latex) ครั้งที่ 3

การทดลองวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex) ครั้งที่ 3			
รูปภาพวัสดุ			
ความหนา/บาง	0.07 มิลลิเมตร	หน้ากว้าง	55 – 60 เซนติเมตร
สีวัสดุ	ดำ		
ลักษณะของวัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณเศษผ้า : 30% - ความยืดหยุ่น : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี - อื่น ๆ : มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเล็กน้อย - ผิวสัมผัส : ขรุขระและกระด้าง - ระบายอากาศ : ไม่มี 		
การทดลองการตัดเย็บ	 <ul style="list-style-type: none"> - ผลการตัดเย็บสามารถตัดเย็บได้ แต่มีความหนืดเล็กน้อย - สามารถตัดเย็บได้สูงสุด 4 ชั้น 		
ข้อจำกัดของวัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดแคบ ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ - จากการทดลองพัฒนาวัสดุให้มีความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าพบว่าข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอยพับในทุก ๆ 60 เซนติเมตร 		

ที่มา : ธีรนนท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย





ตารางที่ 104 ตารางการทดลองวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์
(Para Latex) ครั้งที่ 4

การทดลองวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex) ครั้งที่ 4			
รูปภาพวัสดุ			
ความหนา/บาง	0.07 มิลลิเมตร	หน้ากว้าง	70 เซนติเมตร
สีวัสดุ	ดำ		
ลักษณะของวัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณเศษผ้า : 10% - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ทนความร้อน : ดี - อื่น ๆ : มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเล็กน้อย - ผิวสัมผัส : นุ่ม, ขรุขระเล็กน้อย - ระบายอากาศ : ไม่มี 		
การทดลองการตัดเย็บ	 <ul style="list-style-type: none"> - ผลการตัดเย็บสามารถตัดเย็บได้ - ต้องใช้เทคนิคการเย็บในการปรับจักรเย็บ และการใช้ตีฟีนสำหรับเย็บหนังและรองกระดาดในการเย็บ และโรยแป้งเพื่อให้ตัววัสดุมีผิวสัมผัสที่สามารถผ่านการเย็บได้ดีมากกว่า ไม่นืด - สามารถตัดเย็บได้สูงสุด 6 ชั้น 		
ข้อจำกัดของวัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดแคบ ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ - จากการทดลองพัฒนาวัสดุให้มีความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าพบว่าข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอยพับในทุก ๆ 90 เซนติเมตร - เนื่องด้วยกรรมวิธีของการใส่สีทำให้วัสดุมีความหนาได้แค่ 0.07 มิลลิเมตร ไม่สามารถมีความหนาที่น้อยกว่านี้ได้ 		

ที่มา : ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการทดลองวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางการเกษตรน้ำมันยางพาราแท้ (Para Latex) ผู้วิจัยได้ทำการสรุปเปรียบเทียบผลการทดลองวัสดุ
ทางเลือกในแต่ละครั้งจากการทดลองได้ดังนี้

ตารางที่ 105 ตารางสรุปเปรียบเทียบผลการทดลองวัสดุทางเลือกในแต่ละครั้งจากการทดลองวัสดุทางการเกษตรน้ำมันยางพาราแท้แท้ (Para Latex)

วัสดุครั้งที่	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ครั้งที่ 4
รูปภาพวัสดุ				
ความหนา/บาง	0.1 มิลลิเมตร	0.05 มิลลิเมตร	0.07 มิลลิเมตร	0.07 มิลลิเมตร
หน้ากว้าง	35 เซนติเมตร	77 เซนติเมตร	60 เซนติเมตร	70 เซนติเมตร

วัสดุครั้งที่	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ครั้งที่ 4
วัสดุ	เสียงพาราธรรมชาติ : สีเหลืองออกน้ำตาล	เสียงพาราธรรมชาติ : สีเหลืองออกน้ำตาล	ดำ	ดำ
การทดลองการตัดเย็บ	ดี	พอใช้	ดี	พอใช้
ลักษณะของวัสดุ	- ปริมาณเศษผ้า : 30% - ผิวสัมผัส : กระด้าง - ความยืดหยุ่น : ไม่มี - ระบายอากาศ : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี อื่น : ไม่มีความทนตัว มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเบา กว้าง	- ปริมาณเศษผ้า : 10% - ผิวสัมผัส : กระด้างน้อยกว่าครั้งที่ 1 - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ระบายอากาศ : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี อื่น : มีความนุ่มและวาวมาก ขึ้น ไม่มีความทนตัว มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเบากว่าหนึ่ง	- ปริมาณเศษผ้า : 30% - ผิวสัมผัส : ชรุขระและกระด้าง - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ระบายอากาศ : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี อื่น ๆ : มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเล็กน้อย ไม่มีความทนตัว	- ปริมาณเศษผ้า : 10% - ผิวสัมผัส : นุ่ม, ชรุขระเล็กน้อย - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ระบายอากาศ : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี อื่น ๆ : มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเล็กน้อย ไม่มีความทนตัว



วัสดุครั้งที่	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ครั้งที่ 4
ข้อจำกัดของวัสดุ	<p>- หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดแคบ ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์</p> <p>- จากการผลิตของพัฒนาวัสดุให้มีความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้า พบว่ามีข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอยพับในทุก ๆ 60 เซนติเมตร</p>	<p>- หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดแคบ ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์</p> <p>- จากการผลิตของพัฒนาวัสดุให้มีความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้า พบว่ามีข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอยพับในทุก ๆ 60 เซนติเมตร</p>	<p>- หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดแคบ ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์</p> <p>- จากการผลิตของพัฒนาวัสดุให้มีความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้า พบว่ามีข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอยพับในทุก ๆ 90 เซนติเมตร</p> <p>- เนื่องด้วยกรรมวิธีการใส่สีทำให้วัสดุมีความหนาได้แค่ 0.07 มิลลิเมตร ไม่สามารถมีความหนาที่น้อยกว่านี้ได้</p>	

ที่มา : ธีธัญญ์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

2.3 สรุปการวิเคราะห์จากการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ

จากการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบคอลเล็กชั่นต้นแบบสำหรับงานวิจัย นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แควร์ จากการแปรรูปน้ำยางพาราแลเท็กซ์ สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้ทำการทดลองและพัฒนาคุณภาพของวัสดุทางเลือกจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ร่วมกับ คุณอภิษณา เตชะวีรภัทร และ คุณอัครชัย เตชะวีรภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด เพื่อให้วัสดุมีคุณสมบัติและคุณภาพที่สามารถต่อยอดไปสู่งานสร้างสรรค์ออกแบบเครื่องแต่งกาย และสามารถเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นได้ โดยสามารถสรุปการวิเคราะห์จากการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ได้ ดังนี้

ตารางที่ 106 ตารางสรุปคุณภาพและคุณสมบัติจากการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ

วัสดุครั้งที่	วัสดุครั้งที่ 3	วัสดุครั้งที่ 4
รูปภาพ		
ความหนา/บาง	0.07 มิลลิเมตร	0.07 มิลลิเมตร
หน้ากว้าง	60 เซนติเมตร	70 เซนติเมตร
สีวัสดุ	ดำ	ดำ
การทดลองการตัดเย็บ	ดี	พอใช้
ลักษณะของวัสดุ	- ปริมาณเศษผ้า : 30% - ผิวสัมผัส : ขรุขระและกระด้าง	- ปริมาณเศษผ้า : 10% - ผิวสัมผัส : นุ่ม, ขรุขระเล็กน้อย

	<ul style="list-style-type: none"> - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ระบายอากาศ : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี - อื่น ๆ : มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเล็กน้อย ไม่มีความหดตัว 	<ul style="list-style-type: none"> - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ระบายอากาศ : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี - อื่น ๆ : มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเล็กน้อย ไม่มีความหดตัว
ข้อจำกัด ของวัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดแคบ ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ - จากการทดลองพัฒนาวัสดุที่มีความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าพบว่าข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอยพับในทุก ๆ 60 เซนติเมตร 	<ul style="list-style-type: none"> - หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดแคบ ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ - จากการทดลองพัฒนาวัสดุที่มีความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าพบว่าข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอยพับในทุก ๆ 90 เซนติเมตร - เนื่องด้วยกรรมวิธีของการใส่สีทำให้วัสดุมีความหนาได้แค่ 0.07 มิลลิเมตร ไม่สามารถมีความหนาที่น้อยกว่านี้ได้

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จากทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปน้ำยางพาราจากแท็กซ์ เพื่อวัสดุทางเลือกจากนวัตกรรมการแปรรูปน้ำยางพาราจากแท็กซ์ที่มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการออกแบบและนำมาตัดเย็บเครื่องแต่งกาย โดยผู้วิจัยและคุณอภิษณา เตชะวีรภัทร คุณอัครชัย เตชะวีรภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด ร่วมกันพัฒนา และจากการทดลองการตัดเย็บวัสดุที่ได้จากการทดลองในตัวอย่างวัสดุครั้งที่ 3 และวัสดุครั้งที่ 4 มีคุณสมบัติและคุณภาพที่สามารถนำมาต่อยอดและใช้เป็นวัสดุหลักในการออกแบบ โดยปัจจัยที่เลือก คือ

- 1) ความหนา/บาง ของตัววัสดุเหมาะสมกับการออกแบบและตัดเย็บ
- 2) หน้ากว้างของวัสดุมีขนาดที่เหมาะสมกับการตัดเย็บ
- 3) สีของวัสดุสามารถปรับเปลี่ยนได้ ทำให้ตัววัสดุมีรูปแบบของสีที่หลากหลายเหมาะสมกับการเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น
- 4) การตัดเย็บสามารถตัดเย็บ ด้วยอุปกรณ์ตัดเย็บพื้นฐานในอุตสาหกรรมแฟชั่นได้
- 5) ลักษณะของวัสดุ มีคุณภาพและคุณสมบัติเหมาะสมกับการออกแบบตัดเย็บ โดยวัสดุจากการทดลองทั้ง 2 ครั้ง มีรูปแบบพื้นผิวที่แตกต่างกัน ซึ่งเกิดจากกระบวนการผลิตที่มีลักษณะเป็นงานฝีมือทำให้เกิดรูปแบบของพื้นผิวของผลงานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่ซ้ำกัน โดยขึ้นอยู่กับปริมาณและลักษณะรูปแบบของเป็นส่วนผสมที่ผสมลงในแผ่นยางพาราลาเท็กซ์ ผู้วิจัยได้เลือกใช้วัสดุที่มีพื้นผิวที่แตกต่างกันในการออกแบบ
- 6) ข้อจำกัดของวัสดุทั้ง 2 ครั้ง จากการทดลองทำให้วัสดุมีข้อจำกัด ซึ่งอยู่ในขอบเขตที่สามารถนำมาใช้การออกแบบและตัดเย็บเครื่องแต่งกายได้

จากการทดลองวัสดุทางเลือกจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อวัสดุให้มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้การออกแบบและตัดเย็บเครื่องแต่งกาย และสามารถนำไปต่อยอดเพื่อพัฒนาตัววัสดุให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น สีของวัสดุ รูปแบบพื้นผิว เป็นต้น เพื่อให้วัสดุมีความหลากหลายสามารถเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น ผู้วิจัยจึงได้ทำการพัฒนาเพื่อวัสดุมีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส โดยวิเคราะห์ผลสรุปจากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส กลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาต่อยอดวัสดุ ในเรื่องของสีและรูปแบบพื้นผิวของวัสดุเพื่อให้ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส ในส่วนถัดไป

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

จากการศึกษานวัตกรรมและการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าหากลุ่มผู้บริโภคที่มีความสนใจในนวัตกรรมใหม่ รูปแบบสินค้าที่มีจำเพาะ และต้องการความโดดเด่น นำกระแสนิยม มีความต้องการรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่มีความแปลกใหม่ ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) มีบุคลิกภาพ และมีความต้องการตามที่ผู้วิจัยกับกำลังศึกษา ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส เพื่อศึกษาบุคลิกภาพ อุปนิสัย สำนวณพฤติกรรม ความต้องการ และความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย

3.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) พบว่า กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล มีจำนวนช่วงอายุที่มากที่สุดในกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสทั้งหมดจากการวิจัยของ ริชาร์ด ฟลิริต้า โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคน เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennials) โดย 52% เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุประมาณ 21-41 ปี มีรายได้ดีมาจากการทำงาน เป็นผลมาจากการระดับความรู้ที่ดี กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มักประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน เช่น เจ้าของกิจการ การแพทย์ การศึกษา การแสดงสื่อบันเทิง และที่เกี่ยวข้องกับศิลปะการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ มีทักษะและประสบการณ์ความรู้ที่กว้างขวาง อาศัยอยู่ในเมืองที่มีความหลากหลายแตกต่างในหลายด้าน เช่น วัฒนธรรมที่หลากหลายแตกต่าง เพศ ความชอบและรสนิยม อยู่ในเขตเมืองที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สามารถช่วยให้การใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมายง่ายขึ้น การติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่าง ๆ ที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีตัวตนและเป็นที่สนใจจากสังคมตลอดเวลา ชอบความเจริญก้าวหน้า แต่ยังคงให้ความสำคัญกับครอบครัวและเพื่อนฝูง ผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบสินค้าที่กลุ่มเป้าหมายเลือกมักเป็นสินค้าที่เชิงสร้างสรรค์ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถสะท้อนตัวตนบุคลิก รสนิยม ของตนเองได้ สร้างความโดดเด่น ทำให้กลุ่มเป้าหมายมักมองหาผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบสินค้าที่มีความสดใหม่ นำกระแส

นิยม เทคโนโลยีใหม่ นวัตกรรมใหม่ อยู่เสมอ เพื่อให้ตนเองโดดเด่น กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญกับสังคมแวดล้อมที่เต็มไปด้วยผู้คน ชื่นชอบการเข้าสังคม กลุ่มเป้าหมายครีเอทีฟคลาสเป็นผู้นำกระแสนิยมในตลาดระดับไฮเอนด์ สามารถสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจ และกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ได้

ตารางที่ 107 ตารางสรุปวิเคราะห์บุคลิกลักษณะและรสนิยมการเลือกสินค้าเครื่องแต่งกายจาก
กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

ข้อมูล กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส	สรุปผลการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส
- ข้อมูลประชากร (Demographical)	เพศ : หญิง อายุเฉลี่ย : 18- 50 ปี ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี หรือ สูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มวิชาชีพ : นักวิทยาศาสตร์, การแพทย์, วิศวกรรม, การออกแบบ, การศึกษา, การเงินการบัญชี, การจัดการธุรกิจ, การสื่อสารและความบันเทิง อาชีพส่วนใหญ่ : พนักงานเอกชน, ธุรกิจส่วนตัว, ศิลปิน นักออกแบบ, สายที่เกี่ยวข้องกับความสร้างสรรค์ รายได้ต่อเดือน : 35,000 บาท ขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตเมืองหลวงของประเทศ (กรุงเทพมหานคร)
- บุคลิกภาพ (Personality)	- มุ่งมั่นมีเป้าหมาย, มั่นใจ (Determined, Confidents) - ชอบความเปลี่ยนแปลง และทดลองสิ่งใหม่ ๆ (Evolution, Innovation, Technology) - ชอบความท้าทาย (Challenge) - ชอบความโดดเด่น (Outstanding) - มีความเฉพาะตัว เป็นตัวเองสูง (Self-Identity) - ชื่นชอบความหลากหลายทางสังคม (Diversity) - มีคุณธรรม มีจิตสำนึกที่ดี (Tolerance)

ข้อมูล กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส	สรุปผลการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส
- ชีวิตประจำวัน (Lifestyles)	- รักการทำงาน (Working) - รักสุขภาพ (Healthy) - ชอบเทคโนโลยี (Technology & Innovation) - นำกระแสนิยม (Trendy, Update)
- พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า	- ชอบสินค้าเชิงสร้างสรรค์ (Creative) - สินค้าที่มีความจำเพาะ (Identity) - สินค้าที่มีคุณภาพ (Premier Quality) - มีฟังก์ชันการใช้งาน (Talent) - เลือกใช้ตราสินค้าที่มีความใส่ใจผู้บริโภค - ชอบสินค้าที่สร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) พบว่า กลุ่มเป้าหมายเป็นสตรีครีเอทีฟคลาสมีช่วงอายุ 18- 50 ปี ประกอบอาชีพอยู่ในกลุ่มวิชาชีพที่หลากหลาย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว ศิลปินนักออกแบบ สายที่เกี่ยวข้องกับความสร้างสรรค์ โดยกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสมีบุคลิกลักษณะที่มีความมุ่งมั่นมีเป้าหมาย มั่นใจ ชอบความเปลี่ยนแปลง และทดลองสิ่งใหม่ (Technology and Innovation) ชอบความท้าทาย มีความเฉพาะตัว เป็นตัวเองสูง (Self-Identity) ชื่นชอบความหลากหลายทางสังคม (Diversity) มีคุณธรรม มีจิตสำนึกที่ดี (Tolerance) กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสมีรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันเป็น คนรักการทำงาน (Working) รักสุขภาพ (Healthy) ชอบเทคโนโลยี (Technology & Innovation) และนำกระแสนิยม (Trendy, Update) ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจและมีพฤติกรรมการเลือกสินค้าจากความชอบ ชอบสินค้าเชิงสร้างสรรค์ (Creative) สินค้าที่มีความจำเพาะ (Identity) สินค้าที่มีคุณภาพ (Premier Quality) และมีฟังก์ชันการใช้งาน (Talent) สินค้าต้องช่วยเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ และเป็นตัวช่วยให้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสดีขึ้น และเป็นไปตามที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวังไว้ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสดีขึ้นเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความเฉพาะ (Niche Market) จึงนิยมเลือกสินค้าจากความชอบ และรูปแบบที่เฉพาะตัวของสินค้าเครื่องแต่งกาย

จากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล เป็นกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่มีความสนใจในเรื่องของนวัตกรรมใหม่ ๆ และมีไลฟ์สไตล์ที่น่าสนใจ สอดคล้องกับงานวิจัย ผู้วิจัยจึงได้จัดทำแบบสอบถามสำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สรุปและข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย

3.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

จากการศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) พบว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับงานศิลปะหรืออยู่ในแวดวงของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับงานสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้ทำได้ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มเฉพาะ จึงทำให้ผู้วิจัยได้ทำงานสำรวจกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องด้วยเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อศึกษาบุคลิกลักษณะตัวตนของกลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย รสนิยมในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย ความคิดเห็นและความสนใจเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา latex (Para Latex) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

- เป็นกลุ่มคนที่มีความเกี่ยวข้องกับงานศิลปะหรือเกี่ยวข้องกับงานสร้างสรรค์

- เป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองหลวงของประเทศไทย คือ กรุงเทพมหานคร

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทำแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน โดยวิธีการส่งแบบสอบถามออนไลน์ ในช่วงเดือนกันยายน 2564 และการแจกแบบสอบถามแบบต่อตัวบุคคล โดยแบบสอบถามมีทั้งสิ้น 4 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย (2) การดำเนินชีวิตและการเลือกซื้อสินค้า (3) แนวคิดวัสดุทางเลือก (4) การออกแบบเครื่องแต่งกายด้วยเทคนิคทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) ดังจะเห็นได้จากข้อมูล ดังนี้

(1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 108 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

รายการข้อมูล	ความถี่	ร้อยละ
1.1 อายุ		
น้อยกว่า 21 ปี	4	4
22-30 ปี	56	56
31-39 ปี	36	36
40-54 ปี	4	4
55 ปี ขึ้นไป	0	0
1.2 ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	6	6
ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า	58	58
สูงกว่าปริญญาตรี	36	36
1.3 อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	2	2
พนักงานบริษัทเอกชน	54	54
ศิลปิน / นักออกแบบ	10	10
พนักงานราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	4
ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ	24	24
สายงานความคิดสร้างสรรค์	6	6
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	0	0
1.4 รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 15,000 บาท	4	4
15,001 – 25,000 บาท	12	12
25,001 – 35,000 บาท	28	28
35,001 บาท ขึ้นไป	56	56
1.5 คำจำกัดความที่ใกล้เคียงกับบุคลิกภาพของท่านที่สุด		
มุ่งมั่นมีเป้าหมาย	48	48
ต้องการการยอมรับจากผู้อื่น	26	26

รายการข้อมูล	ความถี่	ร้อยละ
ชอบเข้าสังคม / ปาร์ตี้สังสรรค์	48	48
ชอบความเปลี่ยนแปลง / ทดลองสิ่งใหม่	44	44
ให้ความสำคัญกับคนรอบข้าง ครอบครัวหรือเพื่อน	60	60
ชอบความท้าทาย	34	34
เน้นความสันโดษ	26	26

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ



(2) การดำเนินชีวิตและการเลือกซื้อสินค้า

ตารางที่ 109 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย “การดำเนินชีวิตและการเลือกซื้อสินค้า”

รายการข้อมูล	ระดับ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
2.1 กิจกรรมยามว่างของคุณ					
ออกกำลังกาย / เล่นกีฬา	8 (8)	30 (30)	46 (46)	16 (16)	0 (0)
ดูภาพยนตร์ / ดูซีรี่	0 (0)	14 (14)	36 (36)	42 (42)	8 (8)
พบปะสังสรรค์ / งานสังคม / ปาร์ตี้	6 (6)	20 (20)	36 (36)	30 (30)	8 (8)
อ่านหนังสือ	14 (14)	44 (44)	24 (24)	12 (12)	6 (6)
เลือกซื้อสินค้า (Shopping)	0 (0)	2 (2)	30 (30)	44 (44)	24 (24)
เล่นโซเชียลมีเดียต่าง ๆ	0 (0)	0 (0)	12 (12)	48 (48)	20 (40)
ทำงานศิลปะ / งานฝีมือ / เวิร์กชอป	8 (8)	24 (24)	42 (42)	24 (24)	2 (2)
เดินทางท่องเที่ยว	4 (4)	18 (18)	38 (38)	28 (28)	12 (12)
ฟังเพลง / เล่นดนตรี	0 (0)	4 (4)	20 (20)	50 (50)	26 (26)
ทำสวน / ตกแต่งบ้าน	14 (14)	28 (28)	30 (30)	24 (24)	4 (4)

รายการข้อมูล	ระดับ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
2.2 อิทธิพลหรือปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องแต่งกาย					
รสนิยมรูปแบบสไตล์ที่มาจากความชื่นชอบหลักของตนเอง	0 (0)	0 (0)	12 (12)	32 (32)	56 (56)
เทรนด์หรือกระแสนิยมทางแฟชั่น ณ ขณะช่วงเวลานั้น	2 (2)	12 (12)	56 (56)	18 (18)	12 (12)
คุณภาพของวัสดุของสินค้าเครื่องแต่งกายนั้น ๆ	0 (0)	2 (2)	34 (34)	50 (50)	14 (14)
โอกาสการที่จำเป็นต้องสวมใส่ ณ ขณะช่วงเวลานั้น	0 (0)	8 (8)	28 (28)	50 (50)	44 (44)
รูปแบบลักษณะจำเพาะและอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของสินค้า	0 (0)	2 (2)	48 (48)	28 (28)	22 (22)
สินค้าที่มีความเป็น Limited Edition หรือการร่วมมือการระหว่างตราสินค้าเครื่องแต่งกาย (Collaboration)	12 (12)	22 (22)	36 (36)	22 (22)	8 (8)
2.3 สถานที่ที่ชื่นชอบในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย					
ห้างสรรพสินค้า / หน้าร้าน	2 (2)	10 (10)	26 (26)	50 (50)	14 (14)
ร้านค้าออนไลน์ / ช่องทางออนไลน์	2 (2)	2 (2)	26 (26)	30 (30)	40 (40)
ร้านค้าออกบูธ	18 (18)	32 (32)	34 (34)	26 (26)	0 (0)
ตลาดนัดทั่วไป	38 (38)	30 (30)	22 (22)	10 (10)	0 (0)

รายการข้อมูล	ความถี่	ร้อยละ
2.4 ความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายต่อเดือน		
1-2 ครั้ง/เดือน	56	56
3-4 ครั้ง/เดือน	22	22

รายการข้อมูล	ความถี่	ร้อยละ
5-6 ครั้ง/เดือน	12	12
มากกว่า 6 ครั้ง/เดือน ขึ้นไป	10	10
2.5 ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายแต่ละครั้ง		
ต่ำกว่า 1,000 บาท / ครั้ง	16	16
1,001 – 5,000 บาท / ครั้ง	64	64
5,001 – 10,000 บาท / ครั้ง	14	14
10,001 – 15,000 บาท / ครั้ง	4	4
15,001 – 20,000 บาท / ครั้ง	0	0
20,001 บาท / ครั้ง ขึ้นไป	2	2
2.6 คุณมีความสนใจเกี่ยวกับวัสดุ (ที่นำมาใช้ในการทำรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย) ที่มีความแตกต่างและแปลกใหม่หรือไม่		
สนใจ	96	96
ไม่สนใจ	4	4
2.7 คุณสนใจเรื่องวัสดุทางการเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือไม่		
สนใจ	82	82
ไม่สนใจ	18	18

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

(3) แนวคิดวัสดุทางเลือก

ตารางที่ 110 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย “แนวคิดวัสดุทางเลือก”

รายการข้อมูล	ระดับ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
3.1 ปัจจัยด้านวัสดุ (Material) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องแต่งกาย					
วัสดุจากธรรมชาติ	4 (4)	12 (12)	48 (48)	28 (28)	8 (8)
วัสดุสังเคราะห์	6 (6)	24 (24)	56 (56)	10 (10)	4 (4)
3.2 ความสนใจเกี่ยวกับวัสดุทางเลือกจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยาพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สู่ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย (ให้ความรู้สึกคล้ายกับหนัง)					
วัสดุทางเลือกจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยาพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพียงอย่างเดียว	10 (10)	22 (22)	54 (54)	12 (12)	2 (2)
วัสดุทางเลือกจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยาพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ผสมกับผ้าใยธรรมชาติอื่น ๆ	12 (12)	16 (16)	48 (48)	20 (20)	4 (4)
3.3 คุณคิดว่า การสวมใส่เสื้อผ้าที่ผลิตจากวัสดุทางเลือกจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยาพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) (ให้ความรู้สึกคล้ายกับหนัง) ควรสวมใส่ในวาระโอกาสใด					
เสื้อผ้าลำลอง (Casual wear) : ลักษณะเสื้อผ้าที่สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันทั่วไป หรือเสื้อผ้าที่สวมใส่ในวันหยุดพักผ่อน มีรูปแบบ	10 (10)	26 (26)	42 (42)	16 (16)	6 (6)

รายการข้อมูล	ระดับ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
หลากหลายไม่จำกัด ขึ้นอยู่กับโอกาสและสถานที่ ²⁸					
เสื้อผ้าทำงาน (Business Wear) : ลักษณะเสื้อผ้าที่มีความเป็นทางการ เรียบง่ายและสุภาพเรียบร้อย ชุดทำงานในเมืองมักเน้นความทันสมัย และตามกระแสนิยมแฟชั่น ส่วนใหญ่เป็นสุท ²⁹	10 (10)	10 (10)	58 (58)	22 (22)	0 (0)
เสื้อผ้าออกงาน (Party wear) : หรือชุดปาร์ตี้ ลักษณะเสื้อผ้าส่วนใหญ่เป็นเครื่องแต่งกายที่มีดีไซน์พิเศษ ³⁰ หรูหรา มีความพิเศษมากกว่าเสื้อผ้ารูปแบบอื่น สวมใส่ในโอกาสพิเศษ	10 (10)	8 (8)	40 (40)	30 (30)	12 (12)

ที่มา : ผู้วิจัย ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

²⁸ พัดชา อุทิศวรรณกุล, “แฟชั่นคืออะไร”, เอกสารประกอบการเรียน Fashion and Merchandise การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น

เสนอที่ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

²⁹ พัดชา อุทิศวรรณกุล, “แฟชั่นคืออะไร”, เอกสารประกอบการเรียน Fashion and Merchandise การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น

เสนอที่ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

³⁰ พัดชา อุทิศวรรณกุล, “แฟชั่นคืออะไร”, เอกสารประกอบการเรียน Fashion and Merchandise การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น

เสนอที่ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(4) การออกแบบเครื่องแต่งกายด้วยแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)

ตารางที่ 111 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย “การออกแบบเครื่องแต่งกายด้วยแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)”

รายงานข้อมูล	ระดับ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
4.1 ปัจจัยด้านรูปแบบสไตล์ที่มีผลต่อความชื่นชอบ					
โมเดิร์น เรียบง่าย (Modern Minimal)	4 (4)	2 (2)	26 (26)	40 (40)	28 (28)
สตรีทสไตล์ เก้ ซิค (Streetstyle)	2 (2)	4 (4)	32 (32)	38 (38)	24 (24)
หรูหรา อลังการ (Luxury)	40 (40)	26 (26)	26 (26)	4 (4)	4 (4)
เซ็กซี่ เปรี๊ยะ (Sexy)	4 (4)	16 (16)	20 (20)	44 (44)	16 (16)
เฟมินีน หญิงสาว (Feminine)	12 (12)	22 (22)	28 (28)	24 (24)	14 (14)
มาสคิวลีน เท่ มีกลิ่นอายของความเป็นผู้ชาย (Masculine)	14 (14)	12 (12)	24 (24)	30 (30)	20 (20)
ล้ำสมัย โดดเด่น แตกต่าง (Futuristic)	26 (36)	24 (24)	26 (26)	10 (10)	4 (4)
4.2 รูปแบบโครงสร้างเครื่องแต่งกาย (Silhouette) ที่สนใจ					
โครงสร้างแบบเอ-ไลน์ (A-Line)	6 (6)	22 (22)	44 (44)	24 (24)	4 (4)

รายงานข้อมูล	ระดับ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
โครงร่างแบบทรงตรงเน้นช่วงเอว (H-Line)	16 (16)	14 (14)	36 (36)	26 (26)	8 (8)
โครงร่างแบบเน้นช่วงไหล่ (V-Line)	10 (10)	26 (26)	30 (30)	24 (24)	10 (10)
โครงร่างแบบเน้นช่วงไหล่ (Y-Line)	18 (18)	34 (34)	38 (38)	6 (6)	4 (4)
โครงร่างแบบทรงตรงยาว (I-Line)	8 (8)	18 (18)	20 (20)	30 (30)	14 (14)
โครงร่างแบบทรงระฆัง (Bell)	12 (12)	22 (22)	36 (36)	26 (26)	4 (4)
โครงร่างแบบไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetrical)	10 (10)	14 (14)	26 (26)	30 (30)	20 (20)
โครงร่างแบบเน้นรูปร่าง (Body Conscious)	10 (10)	14 (14)	38 (38)	16 (16)	22 (22)
4.3 รายละเอียดการตกแต่งเครื่องแต่งกายที่คุณสนใจ					
การตกแต่งด้วยการจับเดรป (Draping)	20 (20)	12 (12)	40 (40)	16 (16)	12 (12)
การตกแต่งด้วยเทคนิคผ้าอื่น เช่น ปัก ถัก ฉลุ เป็นต้น	4 (4)	12 (12)	36 (36)	34 (34)	14 (14)
4.4 ปริมาณของรายละเอียดการตกแต่งเครื่องแต่งกายที่คุณสนใจ					
การตกแต่งรายละเอียด (Details) ทั้งตัว	18 (18)	26 (26)	32 (32)	16 (16)	8 (8)

รายงานข้อมูล	ระดับ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การตกแต่งรายละเอียด (Details) เน้นเฉพาะจุด	4 (4)	14 (14)	26 (26)	34 (34)	22 (22)
การตกแต่งรายละเอียด (Details) กระจาย	8 (8)	18 (18)	38 (38)	22 (22)	14 (14)

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จากการศึกษาข้อมูลแบบสอบถามสำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) แสดงให้เห็นถึงข้อมูลทางบุคลิกลักษณะตัวตน พฤติกรรม และรสนิยมการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย ความคิดเห็นและความสนใจเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกตัวแทนจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกและรายละเอียดเพิ่มเติมจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.3 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จากข้อมูลจากการทำแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย ได้คัดเลือกตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสและทำการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาบุคลิกลักษณะตัวตน พฤติกรรม และรสนิยมการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย ความคิดเห็นและความสนใจเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) และสไตล์การแต่งกาย โดยได้มีเกณฑ์การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายดังนี้

- มีสไตล์การแต่งกายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
- เป็นที่รู้จักและมีผู้ติดตามบนโลกโซเชียล
- ผู้ที่นำกระแสนิยมของการแต่งกาย

โดยผู้วิจัยได้ตั้งคำถามไว้ 7 ข้อ ดังนี้

- สร้างสรรค์
- Sustainability)
- (1) สไตล์การแต่งตัวที่ชื่นชอบ
 - (2) สถานที่ในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย
 - (3) โอกาสที่มักจะเลือกแต่งกายด้วยเครื่องแต่งกายที่ออกแบบจากความคิด
 - (4) คุณคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับกระแสความยั่งยืน (Trend: Sustainability)
 - (5) คุณมีความคิดอย่างไรเกี่ยวกับวัสดุจากธรรมชาติ (Natural Materials)
 - (6) คุณมีความคิดเป็นอย่างไรเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะถูกนำมาออกแบบเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย
 - (7) คุณคิดว่าเสื้อผ้าจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เหมาะสำหรับเครื่องแต่งวาระโอกาสใด
 - (8) เลือกสไตล์เสื้อผ้าที่ชอบและมีความต้องเลือกซื้อ (จากรูปภาพ)

จากเกณฑ์การคัดเลือกตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส (Creative Class) เพื่อทำการสัมภาษณ์ ได้ติดต่อขอทำการสัมภาษณ์และตอบรับจาก ตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส ได้ทั้งหมด 3 ท่าน ได้แก่ (1) คุณอาร์ต อารยา อินทรา (2) คุณลูกนัต สิริวงษ์ สุขเกษมสิน (3) คุณมิงค์ เสาวคนธ์ พรพัฒน์นารักษ์

(1) คุณอาร์ต อารยา อินทรา

คุณอาร์ต อารยา อินทรา ที่ปรึกษาตราสินค้าแฟชั่น ดีไซน์เนอร์ประจำตราสินค้า THEATRE และอาจารย์พิเศษภาควิชาแฟชั่น ถือเป็นผู้เชี่ยวชาญมีประสบการณ์การทำงานในวงการแฟชั่น 30 ปี และด้วยสไตล์การแต่งตัวที่มีความโดดเด่นเป็น เอกลักษณ์ และมีอุปนิสัยเป็นคนมีความมั่นใจ ชอบความโดดเด่น ตรงไปตรงมา ขยันทำงาน จนเป็นที่ยอมรับของวงการแฟชั่นในประเทศไทย



ภาพที่ 82 คุณอาร์ต อารยา อินทรา

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

โดยจากทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ คุณอาร์ต อารยา อินทรา เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2564 ผ่านช่องทางออนไลน์ (Zoom meeting)

(2) คุณลูกนัต สิริวงษ์ สุขเกษมสิน

คุณลูกนัต สิริวงษ์ สุขเกษมสิน ทำงานด้านแฟชั่นสไตล์ลิส (Fashion Stylish) และ Influencer ด้านแฟชั่นเครื่องแต่งกาย คุณลูกนัตมีสไตล์การแต่งตัวที่โดดเด่น และสไตล์การทำงานทางแฟชั่นที่ชัดเจน โดยมีอุปนิสัยเป็นคนมีความมั่นใจตัวเอง ชอบความโดดเด่น เข้าสังคมได้ง่าย ชี้เล่น สนุกสนาน ชอบท่องเที่ยวหาประสบการณ์ใหม่ ขยันทำงาน จนเป็นที่ยอมรับของวงการแฟชั่นและเป็นที่น่าสนใจและติดตามของผู้ที่สนใจด้านแฟชั่น



ภาพที่ 83 คุณลูกนัต สิริวงษ์ สุขเกษมสิน

ที่มา : ผู้วิจัย ธีรฉัตร อยู่นุ่มบุญ

โดยจากทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ คุณลูกนัต สิริวงษ์ สุขเกษมสิน เมื่อ วันที่ 24 กันยายน 2564 ผ่านช่องทางโทรศัพท์

(3) คุณมิ่งค์ เสาวคนธ์ พรพัฒนารักษ์

คุณมิ่งค์ เสาวคนธ์ พรพัฒนารักษ์ เจ้าของธุรกิจส่วนตัว และที่ปรึกษาด้านการพัฒนาตราสินค้า (Branding consultant) คุณมิ่งค์เป็น Influencer ด้านแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ที่มีผู้คนติดตามและให้ความสนใจ คุณมิ่งค์ได้รับเชิญจากตราสินค้าแฟชั่นไอเอนด์ระดับโลกเพื่อเข้าชมแฟชั่นโชว์ในหลากหลายตราสินค้า และมีเอกลักษณ์ด้านการแต่งตัวที่โดดเด่นและสะท้อนสไตล์ของตัวเองออกมาได้อย่างชัดเจน คุณมิ่งค์มีอุปนิสัยมีความมั่นใจ ชอบความโดดเด่น ชอบเข้าสังคม อัจฉริยะดี ขยันทำงาน เป็นที่จับตามองสำหรับกลุ่มที่สนใจในด้านแฟชั่น



ภาพที่ 84 คุณมิ่งค์ เสาวคนธ์ พรพัฒนารักษ์

ที่มา : ผู้วิจัย ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

โดยจากทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ คุณลูกมิ่งค์ เสาวคนธ์ พรพัฒนารักษ์ เมื่อวันที่ 22กันยายน 2564 ผ่านช่องทางโทรศัพท์

จากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ทั้ง 3 ท่าน โดยการสัมภาษณ์และสอบถามตามคำถามที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ 8 ข้อคำถาม สามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 112 ตารางสรุปคำตอบจากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ทั้ง 3 ท่าน (ข้อคำถามที่ 1-7)



ข้อคำถาม	สรุปคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์
(1) สไตล์การแต่งตัวที่ชื่นชอบ	ชอบแต่งกายที่มีความโดดเด่น แปลใหม่ ไม่ซ้ำใคร ชอบ มิกซ์แอนด์แมช (Mix and Match) เสื้อผ้าให้เข้ากับตัวเอง ชอบใส่เสื้อผ้าแบบจัดเต็มหลายเลย์เออร์ (Maximals) และดูน่าสมั้ย
(2) สถานที่ในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย	สถานที่ในการเลือกสินค้าน่าเลือกซื้อจากร้านเพราะได้ลองและสัมผัสพื้นผิว (Texture) แต่ปัจจุบันเริ่มหันมาซื้อของออนไลน์เพิ่มมากขึ้นด้วยความสะดวกสบาย
(3) โอกาสที่มักจะเลือกแต่งกายด้วยเครื่องแต่งกายที่ออกแบบจากความคิดสร้างสรรค์	โอกาสที่มักจะแต่งตัวด้วยเครื่องแต่งกายออกแบบจากความคิดสร้างสรรค์มักเลือกใส่ไปงานเข้าสังคม पार्टी สังสรรค์ และทำงาน ที่ต้องการความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
(4) คุณคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับกระแสนิยมความยั่งยืน (Trend: Sustainability)	เห็นด้วยกับกระแสนิยมความยั่งยืน (Sustainability) เป็นสิ่งที่ทุกคนควรให้ความสำคัญและใส่ใจ แต่ในปัจจุบันสินค้าที่ใช้แนวคิดของความยั่งยืนในการออกแบบสินค้าเครื่องแต่งกายมีสไตล์และรูปแบบที่มีล้าลอง ยังไม่มีกลุ่มสินค้าที่มีความหลากหลายเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายเท่าไรนัก
(5) คุณมีความคิดอย่างไรเกี่ยวกับวัสดุจากธรรมชาติ (Natural Materials)	มีความน่าสนใจ มองการรูปแบบสินค้าที่หลากหลายมากขึ้นกว่าในตลาดปัจจุบันที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และมีความคิดเห็นว่าวัสดุจากธรรมชาติสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าการเกษตรของประเทศไทยได้ หากมีการสนับสนุนอย่างจริงจังจากรัฐและเอกชน


ข้อความ	สรุปคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์
(6) คุณมีความคิดเป็นอย่างไรเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะถูกนำมาออกแบบเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	น่าสนใจ เพราะเป็นวัสดุที่สามารถหาได้จากในประเทศไทย แต่การเลือกซื้อขึ้นอยู่กับรูปแบบของสินค้าว่าเหมาะสมกับตัวเองหรือไม่ และมีความเหมาะสมกับวาระโอกาสใด
(7) คุณคิดว่าเสื้อผ้าจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเท็กซ์ (Para Latex) เหมาะสำหรับเครื่องแต่งวาระโอกาสใด	มีความคิดเห็นว่า เหมาะสมแก่การเลือกสวมใส่ในวาระโอกาสงานเข้าสังคม งานปาร์ตี้ หรือไปทำงาน ที่ต้องการความโดดเด่น เฉพาะตัว และเป็นที่น่าสนใจจากผู้ร่วมงาน

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ



ตารางที่ 113 ตารางสรุปคำตอบจากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส
(Creative Class) ทั้ง 3 ท่าน (ข้อคำถามที่ 8)

ข้อที่	ตัวเลือกรูปภาพสไตล์เสื้อผ้าที่ชอบและมีความต้อง เลือกซื้อ	ตัวเลือก	ความถี่	ร้อยละ
1	 <p style="text-align: center;">A B C</p>	A	0	0
		B	2	67
		C	1	33
2	 <p style="text-align: center;">A B C</p>	A	0	0
		B	1	33
		C	2	67
3	 <p style="text-align: center;">A B C</p>	A	1	33
		B	2	67
		C	0	0

ข้อที่	ตัวเลือกรูปภาพสไตล์เสื้อผ้าที่ขอบและมีความต้องเลือกข้อ	ตัวเลือก	ความถี่	ร้อยละ
4	 A B C	A	0	0
		B	1	33
		C	2	67
5	 A B C	A	3	100
		B	0	0
		C	0	0
6	 A B C	A	1	33
		B	2	67
		C	0	0

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จากการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ทั้ง 3 ท่าน ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปวิเคราะห์สรุปถึงบุคลิกลักษณะตัวตน พฤติกรรม และรสนิยมการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย ความคิดเห็นและความสนใจเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) และสไตล์การแต่งกายจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับใช้ออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายต้นแบบในงานวิจัย

3.4 สรุปวิเคราะห์จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

จากการศึกษาข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ถึงบุคลิกลักษณะตัวตน พฤติกรรม และรสนิยมการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย ความคิดเห็นและความสนใจเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) และสไตล์การแต่งกายจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) จากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส โดยคัดเลือกจากหลักเกณฑ์ผู้ที่จะทำแบบสอบถามต้องเป็นคนที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะหรือสร้างสรรค์และอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 100 คน จากการทำแบบสอบถามทางออนไลน์ ในช่วงเดือนกันยายน 2564 และผู้วิจัยได้คัดเลือกตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส 3 ท่าน เพื่อทำการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพิ่มเติม โดยคัดเลือกจากหลักเกณฑ์เป็นผู้มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของวงการอุตสาหกรรมแฟชั่น และมีบุคลิกลักษณะตรงกับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส โดยการสัมภาษณ์ผ่านทางประชุมออนไลน์ (Zoom) และทางโทรศัพท์ ในช่วงเดือนกันยายน-ตุลาคม โดยพบว่า กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสเป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจด้านศิลปะ เทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ และรูปแบบสินค้าที่มีความแปลกใหม่นำสมัย ชื่นชอบสินค้าที่มีความโดดเด่น โครงสร้างเสื้อผ้ามีความแปลกใหม่ และผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาจากรูปแบบสอบถามและสัมภาษณ์มาสรุปวิเคราะห์บุคลิกลักษณะตัวตน พฤติกรรม ความคิดเห็นและความสนใจเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สไตล์การแต่งกาย และรสนิยมการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์จากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

3.4.1 สรุปการทำแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) พบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความชื่นชอบสินค้าที่มีความสร้างสรรค์จากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ทำให้สินค้ามีรูปแบบเฉพาะตัว และกลุ่มเป้าหมายมีเกี่ยวข้องกับงานศิลปะหรืองานสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความเฉพาะ ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส โดยมีหลักเกณฑ์คือ เป็นกลุ่มคนที่มีความเกี่ยวข้องกับงานศิลปะหรือเกี่ยวข้องกับงานสร้างสรรค์และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเมืองหลวงของประเทศไทย จำนวน 100 คน โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

โดยมีหลักเกณฑ์ในการคำนวณจากแบบสอบถามความพึงพอใจ เพื่อหาค่าเฉลี่ย

ค่าระดับความคิดเห็น	น้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ	1
	น้อย	มีค่าเท่ากับ	2
	ปานกลาง	มีค่าเท่ากับ	3
	มาก	มีค่าเท่ากับ	4
	มากที่สุด	มีค่าเท่ากับ	5

โดยวิธีคิดคือ $((X \times 1) + (X \times 2) + (X \times 3) + (X \times 4) + (X \times 5)) \div N =$

ค่าเฉลี่ย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY (N คือ จำนวนผู้ทำแบบสอบถาม)

ระดับคะแนนค่าเฉลี่ย	ตั้งแต่ 3.00	มากที่สุด
	2.50 – 2.99	มาก
	2.00 – 2.49	ปานกลาง
	1.50 – 1.99	น้อย
	ต่ำกว่า 1.50	น้อยมาก

นำค่าเฉลี่ยแต่ละข้อทั้งหมดที่ได้มาเฉลี่ยหาค่าเฉลี่ยรวม

หาก ค่าเฉลี่ยแต่ละข้อมากกว่าค่าเฉลี่ยรวม คือ “+”
 ค่าเฉลี่ยแต่ละข้อน้อยกว่าค่าเฉลี่ยรวม คือ “-”

(1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 114 ตารางสรุปข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย (จากมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด)

อันดับที่	รายการข้อมูล	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ (%)
อายุกลุ่มเป้าหมาย			
1	อายุ 22-30 ปี	56	56
2	อายุ 31-39 ปี	36	36
3	อายุ 40-54 ปี	4	4
4	อายุน้อยกว่า 22 ปี	4	4
ระดับการศึกษา			
1	ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า	58	58
2	สูงกว่าปริญญาตรี	36	36
3	ต่ำกว่าปริญญาตรี	6	6
อาชีพ			
1	พนักงานบริษัทเอกชน	54	54
2	ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ	24	24
3	ศิลปิน / นักร้องแบบ	10	10
4	สายงานความคิดสร้างสรรค์	6	6
5	พนักงานราชการ / รัฐวิสาหกิจ	4	4
6	นักเรียน / นักศึกษา	2	2
รายได้ต่อเดือน			
1	35,001 บาท ขึ้นไป	56	56
2	25,001 - 35,000 บาท	28	28
3	15,001 - 25,000 บาท	12	12
4	น้อยกว่า 15,000 บาท	4	4
คำจำกัดความที่ใกล้เคียงกับบุคลิกภาพของท่านที่สุด			
1	ให้ความสำคัญกับคนรอบข้าง ครอบครัวหรือเพื่อน	60	60
2	ชอบเข้าสังคม / पार्टตี้สังสรรค์	24	24
3	มุ่งมั่นมีเป้าหมาย	24	24

อันดับที่	รายการข้อมูล	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ (%)
4	ชอบความเปลี่ยนแปลง / ทดลองสิ่งใหม่	22	22
5	ชอบความท้าทาย	17	17
6	ต้องการยอมรับจากผู้อื่น	13	13
7	เน้นความสันโดษ	13	13

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

(2) การดำเนินชีวิตและการเลือกซื้อสินค้า

ตารางที่ 115 ตารางสรุปการดำเนินชีวิตและการเลือกซื้อสินค้า (จากมากที่สุดไปถึน้อยที่สุด)

อันดับที่	รายการข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	สรุป
กิจกรรมยามว่างของคุณ			
1	เล่นโซเชียลมีเดียต่าง ๆ	4.28	+
2	เลือกซื้อสินค้า (Shopping)	3.99	+
3	ฟังเพลง / เล่นดนตรี	3.98	+
4	ดูภาพยนตร์ / ดูซีรีส์	3.44	+
5	เดินทางท่องเที่ยว	3.26	+
6	พบปะสังสรรค์ / งานสังคม / पार्टी	3.14	+
7	ออกกำลังกาย / เล่นกีฬา	2.9	+
8	ทำงานศิลปะ / งานฝีมือ / เวิร์กชอป	2.88	-
9	ทำสวน / ตกแต่งบ้าน	2.76	-
10	อ่านหนังสือ	2.52	-
อิทธิพลหรือปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องแต่งกาย			
1	รสนิยมรูปแบบสไตล์ที่มาจากความชื่นชอบหลักของตนเอง	4.44	+
2	รูปแบบลักษณะจำเพาะและอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของสินค้า	3.7	+
3	คุณภาพของวัสดุของสินค้าเครื่องแต่งกายนั้น ๆ	3.76	+
4	โอกาสที่จำเป็นต้องสวมใส่ ณ ขณะช่วงเวลานั้น	3.7	+
5	เทรนด์หรือกระแสนิยมทางแฟชั่น ณ ขณะช่วงเวลานั้น	3.26	-

อันดับที่	รายการข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	สรุป
6	สินค้าที่มีความเป็น Limited Edition หรือการร่วมมือระหว่าง ตราสินค้าเครื่องแต่งกาย (Collaboration)	2.92	-
สถานที่ที่ชอบในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย			
1	ร้านค้าออนไลน์ / ช่องทางออนไลน์	4.04	+
2	ห้างสรรพสินค้า / หน้าร้าน	3.62	+
3	ร้านค้าออกบูธ	2.88	-
4	ตลาดนัดทั่วไป	2.04	-

อันดับที่	รายการข้อมูล	ความถี่	คิดเป็นร้อยละ (%)
ความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายต่อเดือน			
1	1-2 ครั้ง/เดือน	56	56
2	3-4 ครั้ง/เดือน	22	22
3	5-6 ครั้ง/เดือน	12	12
4	มากกว่า 6 ครั้ง/เดือน ขึ้นไป	10	10
ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายแต่ละครั้ง			
1	1,000 - 5,000 บาท / ครั้ง	64	64
2	ต่ำกว่า 1,000 บาท / ครั้ง	16	16
3	5,001 - 10,000 บาท / ครั้ง	14	14
4	10,001 - 15,000 บาท / ครั้ง	4	4
5	20,001 บาท / ครั้งขึ้นไป	2	2
6	15,001 - 20,000 บาท / ครั้ง	0	0
คุณมีความสนใจเกี่ยวกับวัสดุ (ที่นำมาใช้ในการทำรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย) ที่มีความแตกต่างและแปลกใหม่หรือไม่			
1	สนใจ	96	96
2	ไม่สนใจ	4	4
คุณสนใจเรื่องวัสดุทางการเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือไม่			
1	สนใจ	82	82
2	ไม่สนใจ	18	18

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

(2) แนวคิดวัสดุทางเลือก

ตารางที่ 116 ตารางสรุปแนวคิดวัสดุทางเลือก (จากมากที่สุดไปถึน้อยที่สุด)

อันดับที่	รายการข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	สรุป
ปัจจัยด้านวัสดุ (Materials) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อค้ำเครื่องกาย			
1	วัสดุจากธรรมชาติ	3.24	+
2	วัสดุสังเคราะห์	2.82	-
ความสนใจเกี่ยวกับวัสดุทางเลือกจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยาพาราเลทซ์ (Para Latex) สู่ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย (ให้ความรู้สึกคล้ายกับหนัง)			
1	วัสดุทางเลือกจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยาพาราเลทซ์ (Para Latex) ผสมกับผ้าใยธรรมชาติอื่น	2.88	+
2	วัสดุทางเลือกจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยาพาราเลทซ์ (Para Latex) เพียงอย่างเดียว	2.74	-
คุณคิดว่าการสวมใส่เสื้อผ้าที่ผลิตจากวัสดุทางเลือกจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยาพาราเลทซ์ (Para Latex) (ให้ความรู้สึกคล้ายกับหนัง) ควรสวมใส่ในวาระโอกาสใด			
1	เสื้อผ้าออกงาน (Party Wear) : ลักษณะเสื้อผ้าที่สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันทั่วไป หรือเสื้อผ้าที่สวมใส่ในวันหยุดพักผ่อน มีรูปแบบหลากหลายไม่จำกัด ขึ้นอยู่กับโอกาสและสถานที่ ³¹	3.26	+
2	เสื้อผ้าทำงาน (Business Wear) : ลักษณะเสื้อผ้าที่มีความเป็นทางการ เรียบง่ายและสุภาพเรียบร้อย ชุดทำงานในเมือง มักเน้นความทันสมัยและตามกระแสนิยมแฟชั่น ส่วนใหญ่เป็นสูท ³²	2.92	-

³¹ พัดชา อุทิศวรรณกุล, “แฟชั่นคืออะไร”, เอกสารประกอบการเรียน Fashion and Merchandise การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น

เสนอที่ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

³² พัดชา อุทิศวรรณกุล, “แฟชั่นคืออะไร”, เอกสารประกอบการเรียน Fashion and Merchandise การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น

เสนอที่ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อันดับที่	รายการข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	สรุป
3	เสื้อผ้าลำลอง (Casual Wear)หรือชุดปาร์ตี้ ลักษณะเสื้อผ้าส่วนใหญ่เป็นเครื่องแต่งกายที่มีดีไซน์พิเศษ หรุหรา มีความพิเศษมากกว่าเสื้อผ้ารูปแบบอื่น สวมใส่ในโอกาสพิเศษ ³³	2.82	-

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ



³³ พัดชา อุทิสวรรณกุล, “แฟชั่นคืออะไร”, เอกสารประกอบการเรียน Fashion and Merchandise การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่นเสนอที่ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(4) การออกแบบเครื่องแต่งกายด้วยเทคนิคทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

ตารางที่ 117 ตารางสรุปการออกแบบเครื่องแต่งกายด้วยเทคนิคทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) (จากมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด)

อันดับที่	รายการข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	สรุป
ปัจจัยด้านรูปแบบสไตล์ที่มีผลต่อความชื่นชอบ			
1	สตรีทสไตล์ เก้ ซิค (Streetstyle)	3.78	+
2	โมเดิร์น เรียบง่าย (Modern Minimal)	3.66	+
3	เซ็กซี่ เปรี๊ยะว (Sexy)	3.52	+
4	มาสคิวลีน เท่ มีกลิ่นอายของความเป็นผู้ชาย (Masculine)	3.30	+
5	เฟมินีน หญิงสาว (Feminine)	3.06	-
6	ล้ำสมัย โดดเด่น แตกต่าง (Futuristic)	2.22	-
7	หรูหรา อลังการ (Luxury)	2.06	-
รูปแบบโครงสร้างเครื่องแต่งกาย (Silhouette) ที่สนใจ			
1	โครงร่างแบบไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetrical)	3.36	+
2	โครงร่างแบบเน้นรูปร่าง (Body Conscious)	3.26	+
3	โครงร่างแบบเอ-ไลน์ (A-line)	2.98	+
4	โครงร่างแบบเน้นช่วงไหล่ (V-line)	2.98	+
5	โครงร่างแบบทรงตรงเน้นช่วงเอว (H-line)	2.97	+
6	โครงร่างแบบทรงตรงยาว (I-line)	2.94	-
7	โครงร่างแบบทรงระฆัง (Bell)	2.88	-
8	โครงร่างแบบเน้นช่วงไหล่ (Y-line)	2.44	-
รายละเอียดการตกแต่งเครื่องแต่งกายที่คุณสนใจ			
1	การตกแต่งด้วยเทคนิคผ้าอื่น เช่น ปัก ถัก ฉลุ เป็นต้น	3.42	+
2	การตกแต่งด้วยการจับเดรป (Draping)	3.00	+
ปริมาณของรายละเอียดการออกแต่งที่คุณสนใจ			
1	การตกแต่งรายละเอียด (Details) เน้นเฉพาะจุด	3.56	+
2	การตกแต่งรายละเอียด (Details) กระจาย	3.16	+
3	การตกแต่งรายละเอียด (Details) ทั่วตัว	2.7	-

ที่มา : ผู้วิจัย ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ

3.4.2 สรุปการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) โดยการคัดเลือกตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส ซึ่งเป็นบุคคลที่มีรูปแบบสไตล์การแต่งตัวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดดเด่นนำกระแสนิยมของการแต่งกาย และเป็นที่ยอมรับ รู้จักและมีผู้ติดตามบนโลกโซเชียล มีชื่อเสียงในวงการอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย และคาดว่าจะสวมใส่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ทำมาจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์จากการสำรวจแบบสอบถาม จากนั้นจึงได้ทำการติดต่อขอสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ (1) คุณอาร์ต อารยา อินทรา (2) คุณลูกนัต สิริวงษ์ สุขเกษมสิน (3) คุณมิ่งค์ เสาวคนธ์ พรพัฒน์รักษ์ โดยมีคำถาม 8 ข้อ ดังนี้

- (1) สไตล์การแต่งตัวที่ชื่นชอบ
- (2) สถานที่ในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย
- (3) โอกาสที่มักจะเลือกแต่งกายด้วยเครื่องแต่งกายที่ออกแบบจากความคิดสร้างสรรค์
- (4) คุณคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับกระแสนิยมความยั่งยืน (Trend: Sustainability)
- (5) คุณมีความคิดอย่างไรเกี่ยวกับวัสดุจากธรรมชาติ (Natural Materials)
- (6) คุณมีความคิดเป็นอย่างไรเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะถูกนำมาออกแบบเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย
- (7) คุณคิดว่าเสื้อผ้าจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เหมาะสำหรับเครื่องแต่งวาระโอกาสใด
- (8) เลือกสไตล์เสื้อผ้าที่ชอบและมีความต้องเลือกซื้อ (จากรูปภาพ)

ซึ่งสามารถสรุปคำตอบจากการสัมภาษณ์ได้ ดังนี้ กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ชื่นชอบและนิยมการแต่งกายที่มีความโดดเด่น มีความเฉพาะตัว แพลกใหม่ด้วยโครงสร้าง และนำกระแสนิยมด้วยเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม เมื่อต้องออกไปพบปะผู้คน เข้าสังคม ออกงาน ปาร์ตี้ ตลอดจนการทำงาน ส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายมักเลือกซื้อสินค้าที่หน้าร้านแต่

ปัจจุบันเริ่มหันมาให้ความสนใจกับการเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ด้วยกระแสนิยมของความยั่งยืน (Sustainability) กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับการเลือกสินค้าที่ใช้แนวคิดความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น แต่ในตลาดปัจจุบันยังไม่มีรูปแบบสินค้าที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในตลาดมากนัก และกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสส์ให้ความสนใจกับวัสดุจากธรรมชาติที่ผ่านนวัตกรรมการแปรรูปเพื่อให้เกิดเป็นรูปแบบสินค้านวัตกรรมที่สามารถเพิ่มมูลค่าของวัสดุทางธรรมชาติ และให้ความสนใจกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสส์มีความคิดเห็นว่า วัสดุที่น่าสนใจและเป็นวัสดุทางการเกษตรที่สามารถหาหรือผลิตได้ในประเทศไทย หากสามารถนำไปแปรรูปเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายก็จะสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ได้ โดยกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสส์มีความคิดเห็นว่า ด้วยคุณสมบัติของวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์เหมาะสมที่จะนำมาแปรรูปเป็นเสื้อผ้าสำหรับสวมใส่ในวาระโอกาสพิเศษที่ต้องการความโดดเด่น เฉพาะตัว เช่น งานปาร์ตี้ งานเข้าสังคม หรือการทำงานที่ต้องการความโดดเด่น

จากข้อคำถามข้อที่ (8) สามารถสรุปได้ดังนี้



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 118 ตารางสรุปตัวเลือกรูปภาพสไตล์เสื้อผ้าที่ขอบและมีความต้องเลือกซื้อ

ชื่อที่	1	2	3	4	5	6
รูปภาพตัวเลือก	 B	 C	 B	 C	 A	 B
องค์ประกอบทางแฟชั่น (Fashion)	Free Form, Layer, Mix & Match, Sophisticated, Asymmetric, Draping, Feminine, H- line, Mix fabric, Formal, Deconstruction	Free form, Organic Form, Details, Creative, Layer, Laser cut, H-line	Free form, Layer, Details, I-line, Sophisticated, Creative	Free Form, Organic Form, Deconstruction, Cutting, Creative, H-line	Mix & Match, Geometric Form, Details, Laser cut	Details, Craft, Mix & Match, Layer

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จากการสรุปข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ผู้วิจัยได้ทำการสรุปวิเคราะห์ถึงบุคลิกลักษณะตัวตน พฤติกรรม และรสนิยมการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย ความคิดเห็นและความสนใจเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) และสไตล์การแต่งกายจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ได้ดังนี้

ตารางที่ 119 ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส
(Crative Class) เจเนอเรชันมิลเลนเนียล ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

ข้อมูล กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส	สรุปผลการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส
- ข้อมูลประชากร (Demographical)	เพศ : หญิง อายุเฉลี่ย : 22- 45 ปี ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี หรือ สูงกว่าปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่ : พนักงานเอกชน, ธุรกิจส่วนตัว, ศิลปิน นักออกแบบ, สายที่เกี่ยวข้องกับความสร้างสรรค์ รายได้ต่อเดือน : 35,000 บาท ขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตเมืองหลวงของประเทศ (กรุงเทพมหานคร)
- บุคลิกภาพ (Personality)	<ul style="list-style-type: none"> - ให้ความสำคัญกับคนในครอบครัวและคนรอบข้าง (Pay Attention, Friendly, Lively) - ชอบเข้าสังคม ปาร์ตี้สังสรรค์ พบปะผู้คน (Social, Party, Meeting) - มุ่งมั่นมีเป้าหมาย, มั่นใจ (Determined, Confidents) - ชอบความเปลี่ยนแปลง และทดลองสิ่งใหม่ ๆ (Evolution, Innovation, Technology) - ชอบความท้าทาย (Challenge) - ชอบความโดดเด่น (Outstanding) - มีความเฉพาะตัว เป็นตัวเองสูง (Self-Identity) - ชื่นชอบความหลากหลายทางสังคม (Diversity)
- ชีวิตประจำวัน (Lifestyles)	<ul style="list-style-type: none"> - รักการทำงาน (Working) - รักสุขภาพ (Healthy) - ให้ความสำคัญกับครอบครัว (Family) - มีระเบียบ (Orderly) - ชอบเทคโนโลยี (Technology & Innovation) - นำกระแสนิยม (Trendy, Update)

ข้อมูล กลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส	สรุปผลการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส
- กิจกรรม (Activity)	<ul style="list-style-type: none"> - ชอบทำงาน (Working) - ชอบเล่นโซเชียลมีเดียต่าง ๆ (Socials Media) - ชอบเลือกซื้อสินค้า (Shopping) - ชอบฟังเพลง หรือเล่นดนตรี (Music) - ชอบดูภาพยนตร์หรือซีรี่ (Movie & Serie) - ชอบเดินทางท่องเที่ยว (Travel) - ชอบพบปะสังสรรค์ เข้าสังคม पार्टी (Party)
- พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้าที่บ่งบอกตัวตนรูปแบบเฉพาะตัว (Self-Identity) - สินค้าที่มีความจำเพาะ (Identity) - สินค้าที่มีคุณภาพ (Premier Quality) - สินค้าที่เหมาะสมกับโอกาสพิเศษ (Occasion) - เลือกซื้อสินค้าออนไลน์ และร้านหน้า (Online store & Store) - ซื้อสินค้าเฉลี่ย : 1-4 ครั้งต่อเดือน - ซื้อสินค้ามูลค่าเฉลี่ยต่อครั้ง : 1,000 – 10,000 บาท

ข้อมูล กลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส	สรุปผลการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส
- รูปแบบการแต่งกาย (Style Fashion)	<ul style="list-style-type: none"> - Mix & Match : Layer Item เลือกใส่หลายชิ้นเพื่อให้ลุคที่สวมใส่ออกมาดูโดดเด่น - Sexy : ดุมีเสน่ห์ น่าสนใจ ดึงดูด - Modern & Smart : ทันสมัย เท่ - Free Form : เสื้อผ้าที่รูปทรงอิสระ - Deconstructions : การออกแบบบนโครงสร้าง - Sophisticated : มีขั้นตอนการออกแบบที่ซับซ้อน - Trendy : เสื้อผ้าที่ทันสมัย <p><u>Silhouette</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Asymmetric : โครงสร้างแบบไม่เท่ากันซ้ายขวา - Body Conscious : เน้นรูปร่าง เพื่อเกิดเสน่ห์ - A-line : โครงสร้างแบบเข้ารูปท่อนบน - V-line : โครงสร้างแบบเน้นช่วงไหล่ - H-line : โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว <p><u>Details</u> : เสื้อผ้าที่มีรายละเอียดการตกแต่ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - การตกแต่งด้วยการปัก ฉลุ เป็นต้น - การจับเดรป (Draping) เพื่อให้โครงสร้างแบบใหม่ - การตกแต่งรายละเอียดแบบเน้นเฉพาะจุด

ข้อมูล กลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส	สรุปผลการวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส
<p>- ความคิดเห็นด้านนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)</p>	<p>- ให้ความสนใจกับวัสดุที่มีมาจากธรรมชาติ</p> <p>- ให้ความสนใจกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะถูกนำไปใช้ออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายโดยนำมาผสมกับผ้าใยธรรมชาติชนิดอื่น ๆ</p> <p>- มีความคิดเห็นว่าการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เหมาะสมกับวาระโอกาสออกงาน (Party wear)</p>

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ



ภาพที่ 85 กลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส (Creative Class)

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ
















ยางพาราลาเท็กซ์ คือกลุ่มเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ เนื่องจากเป็นกลุ่มประเภทเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่มีความโดดเด่นในแง่ของวัสดุและรายละเอียดการตัดเย็บและด้วยตัววัสดุน่าจะได้รับความสนใจจากคนรอบข้างหรือสังคม สามารถสร้างความโดดเด่นจากเอกลักษณ์เฉพาะตัวของวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย
















3.5 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลรูปแบบการแต่งกายจาก Paper doll dataset












จากการศึกษากลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการแต่งกายจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน โดยใช้เครื่องมือ Paper doll dataset โดยสามารถแสดงผลได้ ดังนี้



ตารางที่ 120 ตารางกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) จำนวน 100 รูป

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Party - Casual</p> 				
1	2	3	4	5
				
6	7	8	9	10
				
11	12	13	14	15

				
16	17	18	19	20
				
21	22	23	24	25
				
26	27	28	29	30

				
31	32	33	34	35
				
36	37	38	39	40
				
41	42	43	44	45











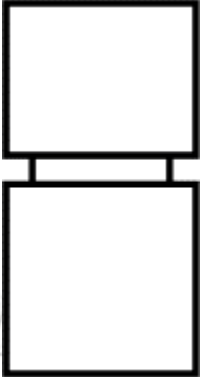
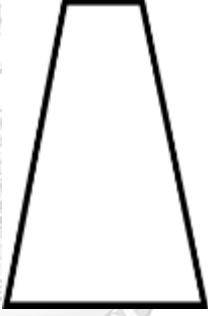
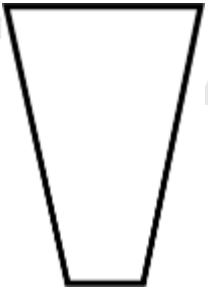
ภาพที่ 87 ภาพกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) จำนวน 100 รูป
ที่มา : ผู้วิจัย ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 121 ตารางการวิเคราะห์สรณนิยมและวิธีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส
จากเครื่องมือ Paper Doll Dataset

การวิเคราะห์สรณนิยมกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)			
ภาพรวมการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ความถี่	ร้อยละ
ความยาวโดยรวม	1. ระดับความสั้นมาก	6	6
	2. ระดับความสั้นเหนือเข่า	13	13
	3. ระดับเข่า	5	5
	4. ระดับกลางหน่อง	27	27
	5. ระดับข้อเท้า	49	49
ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว	1. เส้นใต้หน้าอก	5	5
	2. เส้นเอว	45	45
	3. เส้นสะโพก	11	11
	4. ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว	39	39
จำนวนชั้นเสื้อผ้าที่สวมใส่	1. 1 ชั้น	39	39
	2. 2 ชั้น	44	44
	3. 3 ชั้น	17	17
	4. 4 ชั้น	0	0
	5. 5 ชั้น	0	0
ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชั้นเสื้อผ้า)	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ความถี่	ร้อยละ
เสื้อ (Blouse)	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	3	6
	2. ความยาวระดับเอว	7	14
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	4	8
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	8	16
	5. ความยาวระดับหน้าขา	6	12
	6. ความยาวระดับเข่า	3	6
	7. ความยาวระดับเสื้อไว้ด้านในท่อนล่าง	18	37
เสื้อคลุมตัวนอก (Jacket)	1. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0	0
	2. ความยาวระดับเอว	2	12

การวิเคราะห์สนิยมกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส (Creative Class)			
	3. ความยาวระดับสะโพกบน	1	6
	4. ความยาวระดับสะโพกล่าง	5	29
	5. ความยาวระดับหน้าขา	3	18
	6. ความยาวระดับเข่า	2	12
	7. ความยาวระดับเลยเข่า	4	24
กระโปรง (Skirt)	1. ความยาวระดับสั้นมาก (Micro Mini)	0	0
	2. ความยาวระดับสั้น (Mini)	1	4
	3. ความยาวระดับปานกลางหรือเข่า (Knee)	3	12
	4. ความยาวระดับน่อง (Midi)	12	48
	5. ความยาวระดับข้อเท้า (Maxi)	9	36
กางเกง (Pants)	1. ความยาวระดับสั้นมาก (Hot Pants)	0	0
	2. ความยาวระดับสั้น (Short)	0	0
	3. ความยาวระดับปานกลาง (Pedal Pushers)	0	0
	4. ความยาวระดับน่อง (Cropped Pants)	2	10
	5. ความยาวระดับข้อเท้า (Full Length)	18	90
ชุดกระโปรงหรือกางเกง (Dress or Jumpsuit)	1. ความยาวระดับสั้นมาก (Micro Mini)	2	4
	2. ความยาวระดับสั้น (Mini)	10	22
	3. ความยาวระดับปานกลางหรือเข่า (Knee)	6	13
	4. ความยาวระดับน่อง (Midi)	8	18
	5. ความยาวระดับข้อเท้า (Maxi)	19	42
ลักษณะโครงร่างเงาของชิ้นเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ความถี่	ร้อยละ
เสื้อ (Blouse)	1. เข้ารูป (Slim fit)	6	16
	2. พอดีตัว (Fit)	15	39
	3. ตัวหลวม (Loose fit)	17	45
เสื้อคลุมตัวนอก (Jacket)	1. เข้ารูป (Slim fit)	1	5

การวิเคราะห์รสนิยมกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)			
	2.พอดีตัว (Fit)	9	43
	3. ตัวหลวม (Loose fit)	11	52
กระโปรง (Skirt)	1. เข้ารูป (Slim fit)	1	5
	2.พอดีตัว (Fit)	12	57
	3. ตัวหลวม (Loose fit)	8	38
กางเกง (Pants)	1. เข้ารูป (Slim fit)	6	24
	2.พอดีตัว (Fit)	11	44
	3. ตัวหลวม (Loose fit)	8	32
ชุดกระโปรงหรือกางเกง (Dress or Jumpsuit)	1. เข้ารูป (Slim fit)	4	9
	2.พอดีตัว (Fit)	33	72
	3. ตัวหลวม (Loose fit)	9	20
ภาพรวมโครงร่างเงา	1. เข้ารูป (Slim fit) - เข้ารูป (Slim fit)	3	3
	2. เข้ารูป (Slim fit) -พอดีตัว (Fit)	1	1
	3. เข้ารูป (Slim fit) - ตัวหลวม (Loose fit)	4	4
	4.พอดีตัว (Fit) - เข้ารูป (Slim fit)	0	0
	5.พอดีตัว (Fit) -พอดีตัว (Fit)	45	45
	6.พอดีตัว (Fit) - ตัวหลวม (Loose fit)	6	6
	7. ตัวหลวม (Loose fit) - เข้ารูป (Slim fit)	3	3
	8. ตัวหลวม (Loose fit) -พอดีตัว (Fit)	13	13
	9. ตัวหลวม (Loose fit)-ตัวหลวม (Loose fit)	25	25

การวิเคราะห์สัณนิยกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)				
ภาพรวมรูปแบบโครงสร้างเงา	1. H-line		39	39
	2. A-line		23	23
	3. Y-line		16	16

การวิเคราะห์รสนิยมกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)			
	4. Balloon 	22	22
ลักษณะสีเสื้อผ้าที่สวมใส่	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ความถี่	ร้อยละ
กลุ่มสี	1. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Color)	10	10
	2. กลุ่มสีสด (Vivid Color)	24	24
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone)	23	23
	4. กลุ่มโทนสีดำ (Black)	32	32
	5. กลุ่มโทนสีขาว (White)	11	11
รายละเอียดการลายผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ความถี่	ร้อยละ
มีการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้า	มี	21	21
	ไม่มี	79	79
ปริมาณการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้า	1. ร้อยละ 1-20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	3	7
	2. ร้อยละ 21-40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	3	7
	3. ร้อยละ 41-60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	6	14
	4. ร้อยละ 61-80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	2	5
	5. ร้อยละ 81-100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	7	17
ลักษณะลายผ้าในเสื้อผ้า	1. ลายเรขาคณิต (Geometric)	13	31
	2. ลายนามธรรม (Abstract Art)	6	14
	3. ลายธรรมชาติ (Naturals)	2	5
รายละเอียดการตกแต่งเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ความถี่	ร้อยละ
มีการใช้การตกแต่งเสื้อผ้า ด้วยกรรมวิธีต่าง ๆ	มี	49	49
	ไม่มี	51	51
ปริมาณการตกแต่งเสื้อผ้า	1. ร้อยละ 1-20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	27	55

การวิเคราะห์รสนิยมกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)			
ด้วยกรรมวิธีต่าง ๆ	2. ร้อยละ 21-40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	6	12
	3. ร้อยละ 41-60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	6	12
	4. ร้อยละ 61-80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	3	6
	5. ร้อยละ 81-100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	7	14
ลักษณะการตกแต่งในเสื้อผ้า ด้วยกรรมวิธีต่าง ๆ	1. ลายเรขาคณิต (Geometric)	14	29
	2. ลายนามธรรม (Abstract Art)	24	49
	3. ลายธรรมชาติ (Naturals)	11	22

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

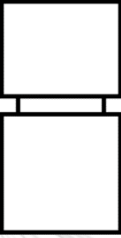

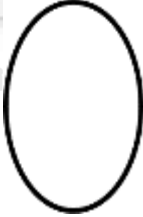

จากการวิเคราะห์รสนิยมกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) โดยการวิเคราะห์เครื่องแต่งกายโดย Paper Doll Dataset จากรูปการณ์แต่งตัวของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 รูป โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสโดยสามารถสรุปข้อมูลจากวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ตารางที่ 122 ตารางสรุปการวิเคราะห์รสนิยมกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

การวิเคราะห์รสนิยมกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)			
ภาพรวมการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ	สรุป
ความยาวโดยรวม	1. ระดับข้อเท้า	49	+
	2. ระดับกลาง hông	27	+
	3. ระดับความสั้นเหนือเข่า	13	+
	4. ระดับความสั้นมาก	6	-
	5. ระดับเข่า	5	-
ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว	1. เส้นเอว	45	+
	2. ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว	39	+
	3. เส้นสะโพก	11	-
	4. เส้นใต้หน้าอก	5	-
จำนวนชั้นเสื้อผ้าที่สวมใส่	1. 2 ชั้น	44	+
	2. 1 ชั้น	39	+

การวิเคราะห์รสนิยมกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)			
	3. 3 ชั้น	17	+
	4. 4 ชั้น	0	-
	5. 5 ชั้น	0	-
ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชั้นเสื้อผ้า)	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ	สรุป
เสื้อ (Blouse)	1. ความยาวระดับเสื้อไว้ด้านในท่อนล่าง	37	+
	2. ความยาวระดับสะโพกกลาง	16	+
	3. ความยาวระดับเอว	14	+
	4. ความยาวระดับหน้าขา	12	-
	5. ความยาวระดับสะโพกบน	8	-
	6. ความยาวระดับใต้หน้าอก	6	-
	7. ความยาวระดับเข่า	6	-
เสื้อคลุมตัวนอก (Jacket)	1. ความยาวระดับสะโพกกลาง	29	+
	2. ความยาวระดับเลยเข่า	24	+
	3. ความยาวระดับหน้าขา	18	+
	4. ความยาวระดับเอว	12	+
	5. ความยาวระดับเข่า	12	-
	6. ความยาวระดับสะโพกบน	6	-
	7. ความยาวระดับใต้หน้าอก	0	-
กระโปรง (Skirt)	1. ความยาวระดับน่อง (Midi)	48	+
	2. ความยาวระดับข้อเท้า (Maxi)	36	+
	3. ความยาวระดับปานกลางหรือเข่า (Knee)	12	+
	4. ความยาวระดับสั้น (Mini)	4	-
	5. ความยาวระดับสั้นมาก (Micro Mini)	0	-
กางเกง (Pants)	1. ความยาวระดับข้อเท้า (Full Length)	90	+
	2. ความยาวระดับน่อง (Cropped Pants)	10	+
	3. ความยาวระดับสั้นมาก (Hot Pants)	0	-
	4. ความยาวระดับสั้น (Short)	0	-

การวิเคราะห์รสนิยมกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)			
	5. ความยาวระดับปานกลาง (Pedal Pushers)	0	-
ชุดกระโปรงหรือกางเกง (Dress or Jumpsuit)	1. ความยาวระดับข้อเท้า (Maxi)	42	+
	2. ความยาวระดับสั้น (Mini)	22	+
	3. ความยาวระดับน่อง (Midi)	18	+
	4. ความยาวระดับปานกลางหรือเข่า (Knee)	13	-
	5. ความยาวระดับสั้นมาก (Micro Mini)	4	-
ลักษณะโครงร่างเงาของชิ้นเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ	สรุป
เสื้อ (Blouse)	1. ตัวหลวม (Loose fit)	45	+
	2. พอดีตัว (Fit)	39	+
	3. เข้ารูป (Slim fit)	16	-
เสื้อคลุมตัวนอก (Jacket)	1. ตัวหลวม (Loose fit)	52	+
	2. พอดีตัว (Fit)	43	+
	3. เข้ารูป (Slim fit)	5	-
กระโปรง (Skirt)	1. พอดีตัว (Fit)	57	+
	2. ตัวหลวม (Loose fit)	38	+
	3. เข้ารูป (Slim fit)	5	-
กางเกง (Pants)	1. พอดีตัว (Fit)	44	+
	2. ตัวหลวม (Loose fit)	32	+
	3. เข้ารูป (Slim fit)	24	-
ชุดกระโปรงหรือกางเกง (Dress or Jumpsuit)	1. พอดีตัว (Fit)	72	+
	2. ตัวหลวม (Loose fit)	20	+
	3. เข้ารูป (Slim fit)	9	-
ภาพรวมโครงร่างเงา	1. พอดีตัว (Fit) - พอดีตัว (Fit)	45	+
	2. ตัวหลวม (Loose fit)-ตัวหลวม (Loose fit)	25	+
	3. ตัวหลวม (Loose fit) - พอดีตัว (Fit)	13	+

การวิเคราะห์รสนิยมกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)			
	4.พอดีตัว (Fit) - ตัวหลวม (Loose fit)	6	+
	5. เข้ารูป (Slim fit) - ตัวหลวม (Loose fit)	4	+
	6. เข้ารูป (Slim fit) - เข้ารูป (Slim fit)	3	-
	7. ตัวหลวม (Loose fit) - เข้ารูป (Slim fit)	3	-
	8. เข้ารูป (Slim fit) - พอดีตัว (Fit)	1	-
	9. พอดีตัว (Fit) - เข้ารูป (Slim fit)	0	-
ภาพรวมรูปแบบโครงสร้างเงา	1. H-line 	39	+
	2. A-line 	23	+
	3. Balloon 	22	-
	4. Y-line 	16	-
ลักษณะสีเสื้อผ้าที่สวมใส่	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ	สรุป
กลุ่มสี	1. กลุ่มโทนสีดำ (Black)	32	+
	2. กลุ่มสีสด (Vivid Color)	24	+

การวิเคราะห์รสนิยมกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส (Creative Class)			
	3. กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone)	23	+
	4. กลุ่มโทนสีขาว (White)	11	-
	5. กลุ่มสีพาสเทล (Pastel Color)	10	-
รายละเอียดการลายผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ	สรุป
มีการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้า	ไม่มี	79	+
	มี	21	-
ปริมาณการใช้ลายผ้าในเสื้อผ้า	1. ร้อยละ 81-100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	17	+
	2. ร้อยละ 41-60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	14	+
	3. ร้อยละ 1-20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	7	-
	4. ร้อยละ 21-40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	7	-
	5. ร้อยละ 61-80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	5	-
ลักษณะลายผ้าในเสื้อผ้า	1. ลายเรขาคณิต (Geometric)	31	+
	2. ลายนามธรรม (Abstract Art)	14	+
	3. ลายธรรมชาติ (Naturals)	5	-
รายละเอียดการตกแต่งเสื้อผ้า	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ร้อยละ	สรุป
มีการใช้การตกแต่งเสื้อผ้าด้วยกรรมวิธีต่าง ๆ	ไม่มี	51	+
	มี	49	-
ปริมาณการตกแต่งเสื้อผ้าด้วยกรรมวิธีต่าง ๆ	1. ร้อยละ 1-20 ของภาพรวมเสื้อผ้า	27	+
	2. ร้อยละ 81-100 ของภาพรวมเสื้อผ้า	7	+
	3. ร้อยละ 21-40 ของภาพรวมเสื้อผ้า	6	-
	4. ร้อยละ 41-60 ของภาพรวมเสื้อผ้า	6	-
	5. ร้อยละ 61-80 ของภาพรวมเสื้อผ้า	3	-
ลักษณะการตกแต่งในเสื้อผ้าด้วยกรรมวิธีต่าง ๆ	1. ลายนามธรรม (Abstract Art)	24	+
	2. ลายเรขาคณิต (Geometric)	14	+
	3. ลายธรรมชาติ (Naturals)	11	-

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จากการสรุปวิเคราะห์สนิยมกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาสจากรูปภาพการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส โดยผู้วิจัยได้ทำการสรุปโครงร่างเงาจากเครื่องมือ Paper Doll Dataset โดยได้จัดแบ่งจากโครงร่างเงาที่ใกล้เคียงกันรวมถึงลักษณะรูปแบบหรือวาระโอกาสการสวมใส่ได้ ดังนี้



ตารางที่ 123 ตารางสรุปโครงร่างเงาจากเครื่องมือ Paper Doll Dataset


ภาพจากกลุ่มเป้าหมาย	โครงร่างเงา (Silhouette)	จำนวน	ความถี่
		4	4
		6	6
		4	4

ภาพจากกลุ่มเป้าหมาย	โครงร่างเงา (Silhouette)	จำนวน	ความถี่
		8	8
		8	8

ภาพจากกลุ่มเป้าหมาย	โครงร่างเงา (Silhouette)	จำนวน	ความถี่
		2	2
		2	2

ภาพจากกลุ่มเป้าหมาย	โครงร่างเงา (Silhouette)	จำนวน	ความถี่
		6	6
		8	8

ภาพจากกลุ่มเป้าหมาย	โครงร่างเงา (Silhouette)	จำนวน	ความถี่
		2	2
		2	2
		2	2






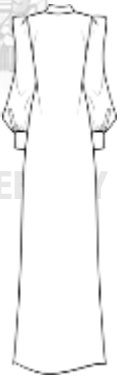
ภาพจากกลุ่มเป้าหมาย	โครงร่างเงา (Silhouette)	จำนวน	ความถี่
		2	2
		2	2
		2	2

ภาพจากกลุ่มเป้าหมาย	โครงร่างเงา (Silhouette)	จำนวน	ความถี่
		3	3
		3	3
		3	3









ภาพจากกลุ่มเป้าหมาย	โครงร่างเงา (Silhouette)	จำนวน	ความถี่
		3	3
		3	3
		3	3

ภาพจากกลุ่มเป้าหมาย	โครงร่างเงา (Silhouette)	จำนวน	ความถี่
		3	3
		4	4
		1	1

ภาพจากกลุ่มเป้าหมาย	โครงร่างเงา (Silhouette)	จำนวน	ความถี่
		1	1
		1	1
		1	1

ภาพจากกลุ่มเป้าหมาย	โครงร่างเงา (Silhouette)	จำนวน	ความถี่
		1	1
		1	1
		1	1

ภาพจากกลุ่มเป้าหมาย	โครงร่างเงา (Silhouette)	จำนวน	ความถี่
		1	1
		1	1
		1	1

ภาพจากกลุ่มเป้าหมาย	โครงร่างเงา (Silhouette)	จำนวน	ความถี่
		1	1
		1	1
		1	1
		1	1

ภาพจากกลุ่มเป้าหมาย	โครงร่างเงา (Silhouette)	จำนวน	ความถี่
		1	1

ที่มา : ผู้วิจัย ธีรฉัตร นันทอยู่ชมบุญ

จากการวิเคราะห์รสนิยมกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสจากรูปภาพการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส ผู้วิจัยได้ทำการสรุปองค์ประกอบทางการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์เครื่องแต่งกายโดย Paper Doll Dataset เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ไปเป็นแนวทางสำหรับการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องกายสตรีปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 124 ตารางสรุปวิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์เครื่องแต่ง
กายโดย Paper Doll Dataset

องค์ประกอบทางการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์เครื่องแต่งกายโดย Paper Doll Dataset		
วาระโอกาสการ สวมใส่ (Occasion)		Party – Casual Party – Formal Party – Party
โครงร่างเงา (Silhouette)	ภาพรวมของโครงร่างเงาจะมีรูปแบบโครงร่างเงา H-line เน้นช่วงเอวของผู้สวมใส่ และไม่สมมาตรกัน มีความพอดีตัวผู้สวมใส่	
Key item	รูปแบบเสื้อผ้าจะเป็นเสื้อผ้าที่มีรายละเอียดโครงสร้างเสื้อผ้ารูปแบบมาตรฐาน แต่จะถูกเพิ่มเติมรายละเอียดโครงสร้างที่มีความอิสระ (Free Form) เข้าไปเพื่อให้รูปแบบเสื้อผ้ามีแปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์ การเพิ่มขนาดหรือสัดส่วนเพื่อให้เพื่อมีเอกลักษณ์ เกิดความแปลกใหม่ด้วยรูปฟอร์ม	
สี (Color)	กลุ่มโทนสีดำ (Black) กลุ่มโทนสีสด (Vivid Color)	

<p>รายละเอียดการ ตกแต่ง (Details)</p>	<p>การปักประดับ หรือการใช้ เทคนิคการเย็บ รูปแบบต่าง เพื่อให้เสื้อผ้าเกิดคุณค่าและ ความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น</p>	
<p>วัสดุ (Materials)</p>	<p>วัสดุที่ใช้ในการผลิตเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายสำหรับ กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟ คลาสมีความหลากหลาย เช่น ผ้าใยสังเคราะห์ (Polyester) หนังแท้ (Leather) หนังสังเคราะห์ (PVC) และผ้าใยธรรมชาติ (Natural Fabric) เป็นต้น</p>	

ที่มา : ผู้วิจัย ณิชฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) โดยการทำแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์เครื่องแต่งกายโดย Paper Doll Dataset ของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ ไปเป็นแนวทางในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวลูจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตร นํ้ายางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) โดยผู้วิจัยได้สรุปวิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบจากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส โดยสามารถสรุปรายละเอียดได้ ดังนี้

ตารางที่ 125 ตารางสรุปวิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบที่ได้จากแบบสอบถามการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์เครื่องแต่งกายโดย Paper Doll Dataset

Category	วาระโอกาสการ สวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	เสื้อผ้า (Item)	สี (Color)	รายละเอียดการ ตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
แบบสอบถาม (Questionnaire)	Party-Party Party-Formal Party-Casual	Asymmetric Body conscious A-line V-line H-line	Dress	Black & White Vivid Color	Embroidery Draping	Natural Material Recycle Material Polyester
			Blouse, Shirt			
			Jacket			
			Skirt Pants			
การสัมภาษณ์ (Interview)	Party-Party Party-Formal	Asymmetric Free form H-line V-Line A-line Fit & Flare	Dress	Black & White Earth Tone Vivid Color	Embroidery Laser cut Draping	Natural Material Recycle Material Polyester Leather PVC Cotton
			Blouse, Shirt			
			Jacket			
			Skirt Pants			

Category	วาระโอกาสการ สวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	เสื้อผ้า (Item)	สี (Color)	รายละเอียดการ ตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
การวิเคราะห์เครื่อง แต่งกายโดย Paper Doll Dataset	Party-Casual Party-Formal Party-Party	H-line A-line Asymmetric Free form	Dress Blouse, Shirt Jacket Skirt Pants Jumpsuit	Black Red Navy Beige Yellow Olive	Embroidery Draping Laser cut Trimming Sewing Stitching	Polyester Leather PVC Natural Fabric

ที่มา : ผู้วิจัย ฐานันท์ อยู่ขมบุญ



ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ผลสรุปข้อมูลการศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear)

จากการศึกษานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาแปรรูปเป็นวัสดุทางเลือกของอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย ผู้จึงได้ทำการศึกษากลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่มีความสนใจในนวัตกรรมที่มีความแปลกใหม่ พบว่า กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) และจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามถึงความสนใจในนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) วัสดุทางเลือกที่จะนำมาออกแบบเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษารูปแบบและองค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์





4.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดที่มา ความสำคัญ และวิวัฒนาการของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear)




จากการศึกษารูปแบบและองค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ ตั้งแต่ แนวคิด ที่มา ความสำคัญ และวิวัฒนาการของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ โดยเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ สามารถแบ่งได้ตามวาระโอกาสของการสวมใส่ เช่น ชุดปาร์ตี้ลำลอง (Party - Casual) ชุดปาร์ตี้ทางการ (Party - Formal) ชุดปาร์ตี้ปาร์ตี้ (Party - Party) ซึ่งในแต่ละวาระโอกาสการสวมใส่จะมีรูปแบบโครงสร้าง รายละเอียดการตกแต่ง และวัสดุที่ใช้แตกต่างกันออกแบบ รูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันแต่รูปแบบของเสื้อผ้าจะถูกเปลี่ยนแปลงไปตามยุคและสมัย โดยสรุปได้ ดังนี้





ตารางที่ 126 ตารางสรุปวิเคราะห์วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์


ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
51 ปีก่อนคริสตกาล (51 B.C.)		เสื้อผ้าแสดงฐานะของผู้สวมใส่	(Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare 	ขาว (White) เหลือง (Yellow) แดง (Red) Luxury Color	ปักประดับ (Embroidery) การจับเดรปปิ้ง (Draping) เลเยอร์ (Layer) 	ผ้าลินิน ผ้าโปร่งใส
30 ปีก่อนคริสตกาล (30 B.C.)		การสวมใส่เสื้อผ้าจากเนื้อผ้าอย่างดีให้สมกับฐานะ	(Party-Casual)	H-Line	Earth tone ขาว (White)	การจับเดรปปิ้ง (Draping) 	ผ้าไหม ผ้าลินิน

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 11 (ค.ศ. 1001-1100)		ชุดจะยืดเกาะตาม สรีระร่างกาย ส่วนบนให้เข้ารูป เสื้อผ้าสามารถใส่ แล้วติดกระดุมจะ ทำให้เสี้อัศจรรย์	(Party-Party)	Fit and Flare	Vivid Color	ปักประดับ (Embroidery) เลเยอร์ (Layer) 	ผ้าไหม
ศตวรรษที่ 16 (ค.ศ. 1501-1600) ในปี 1530		การแสดงที่บ่งบอก ถึงสถานะภาพทางสังคม ชุดสไตล์ ทิวอดอร์ (Tudor-Styles)	(Party-Casual) (Party-Party)	Fit and Flare	Earth Tone Luxury Color	ปักประดับ (Embroidery) 	ผ้ากำมะหยี่ ผ้าไหม

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงสร้างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 16 (ค.ศ. 1501-1600) ในปี 1550		การแต่งตัวที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม	(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare	Earth Tone Luxury Color	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs) 	ผ้ากำมะหยี่ ผ้าไหม
ศตวรรษที่ 17 (ค.ศ. 1601-1700)		การแต่งตัวที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม	(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare	Pastel Color	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ



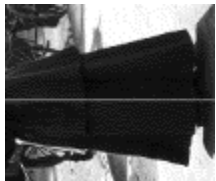
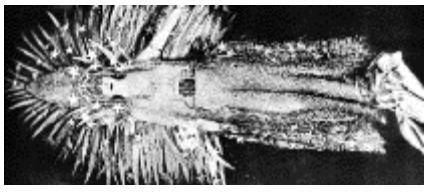

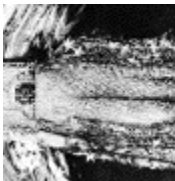
ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 18 (ค.ศ. 1701-1800) ในปี 1760		การแต่งที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม	(Party-Casual) (Party-Party)	Fit and Flare 	Pastel Color	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs)	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ
ศตวรรษที่ 18 (ค.ศ. 1701-1800) ในปี 1775		การแต่งที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม เกิดเป็นความนิยมจากราชวงศ์ยุโรป มาร์อ็องแต็วแอนีต (Marie Antoinette)	(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare	Pastel Color	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs) 	ผ้าไหม ผ้ากำมะหยี่ ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ


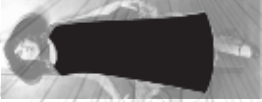
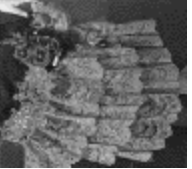



ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงสร้างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 18 (ค.ศ. 1701-1800) ในปี 1790		การแสดงที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม	(Party-Casual) (Party-Party)	Fit and Flare Empire Waists	Pastel Color Black & White	การจับเดรสบั้ง (Draping) 	ผ้าไหม ผ้าใยธรรมชาติ
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1810		เดรสแบบเอ็มไพร์ได้รับการออกแบบสำหรับเหมาะกับทุกโอกาสการสวมใส่ อย่างเช่น สุภาพสตรีหมายเลขที่ 1 โดลีย์ เมดิสัน (Dolley Madison)	(Party-Casual) (Party-Party)	Fit and Flare Empire Waists	Pastel Color	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs) การจับเดรสบั้ง (Draping) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ



ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงสร้างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1815		เดรสแบบเอมไพร์ ได้รับการออกแบบสำหรับเหมาะกับทุกโอกาสการสวมใส่	(Party-Casual)	Fit and Flare Empire Waists Cap Sleeves 	Pastel Color ขาว (White)	การจับเดรสบั้ง (Draping) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1820		การแสดงที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม กระโปรงแบบเต็มตัวกลับมาอีกครั้ง แขนเสื้อปาดไหล่	(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare Empire Waists	Pastel Color ขาว (White)	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs) การจับเดรสบั้ง (Draping) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ



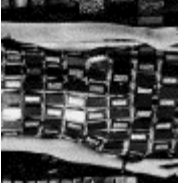


ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงสร้างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1840		การแสดงที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม	(Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare 	Pastel Color ขาว (White)	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1860		การแสดงที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม	(Party-Casual) (Party-Party)	Fit and Flare 	Vivid color	ระบาย (Ruffs) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงสร้างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1880		การแต่งที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม	(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare Off-the-Shoulder 	Vivid color ขาว (White) แดง (Red)	ปักประดับ (Embroidery) ระบาย (Ruffs) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ ผ้าขนสัตว์
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1890 ยุควิกตอเรีย		เหมาะสมกับการไปงานทางสังคมในรูปแบบต่าง	(Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare สไตลเสื้อผ่าแขนยาวคอสูง 	Black & White	ปักประดับ (Embroidery) การจับตรบั้ง (Draping) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ




ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงสร้างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 19 (ค.ศ. 1801-1900) ในปี 1900		โครงสร้างเสื้อผ่าแบบวิกตอเรียถูกนำมาดัดแปลงเป็นรูปแบบเสื้อออูริกซ์นิยมเน้นการปกปิด	(Party-Casual)	Fit and Flare 	Earth tone Black Navy Grey	เลเยอร์ (Layer) 	ผ้าไหม ผ้าขนสัตว์ (Wool) ผ้าใยธรรมชาติ ผ้าใยสังเคราะห์
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1910s		ยุคแห่งความมั่งคั่งเฟื่องฟู ทำให้เกิดเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่อันวิจิตรบรรจงที่ประดิษฐ์ขึ้นมาจากวัสดุหุราก็ไม่ใช่เรื่องแปลกอะไร	(Party-Party)	Free Form Loose Fit 	Vivid Color Luxury Color	ปักประดับ (Embroidery) 	ผ้าใยสังเคราะห์




ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1920s		เริ่มต้นของสังคมปาร์ตี้ กระโปรงและเดรสที่สั้นและดูสนุกสนานมากขึ้น ในช่วง 1920s เพื่อให้ การสังสรรค์มีความ สะดวกสบายมากขึ้น ช่วยให้เกิดอินทรีไวต์	(Party-Party)	I-line Loose Fit Flapper-Style 	Earth Tone Luxury Color	ปักประดับ (Embroidery) 	ผ้าไหม ผ้าลูกไม้ ผ้าใยธรรมชาติ ผ้าใยสังเคราะห์
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1940s		เสื้อผ่าปาร์ตี้แวร์ที่ เหมาะแก่การเฉลิมฉลองทุกประเภท เพื่อ สร้างความเย้ายวนใจ แต่สำหรับผู้ที่ได้รับ ผลกระทบจากสงคราม ชุดที่เรียบง่ายและ เข้ารูปความท่วงท่า	(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare X-line 	Black Earth Tone	การตัดต่อ (Cutting) 	ผ้าไหม ผ้าใยธรรมชาติ ผ้าใยสังเคราะห์




ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงสร้างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1950s		<p>เนื่องจากผ่านช่วงเวลาของสงครามโลกมาแล้ว ในที่สุดผู้คนก็มีความรู้สึกลดอดรภัยมากขึ้นเกี่ยวกับการใช้จ่ายของพวกเขา สไตล์ที่มีความเรียบง่าย</p>	(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)	Fit and Flare A-line	Black & White Vivid Color	<p>การอัดพเล็ท</p> <p>(Pleat)</p> 	ผ้าใยสังเคราะห์

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1960s		ปาร์ตี้ดูเหมือนเป็นอาชีพ และพวกเขาเรารู้ดีกว่าพวกเขาควรสวมใส่เสื้อผ้าแบบไหน พวกเธอยังติดกับทุกทาง แฟชั่นเดิม ๆ และออกตีความขึ้นในชุดเดรสสั้นสุดเด๋	(Party-Party)	I-line, H-line, A-line 	Vivid Color	ปักประดับ (Embroidery) 	ผ้าใยสังเคราะห์ หนังสังเคราะห์ พลาสติก
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1960s		ผู้หญิงก็ไม่กลัวที่จะแต่งตัวแบบ Androgynously เสื้อผ้าที่ดูรับแรงกดดันมาจากเสื้อผ้าผู้ชาย “Le Smoking” ดีไซน์เนอร์ Yves Saint Laurent	(Party-Casual) (Party-Formal) (Party-Party)	H-line, Y-line, X-line 	Black & White Vivid Color	การตัดต่อ (Cutting)	ผ้าใยสังเคราะห์ ผ้าไหม ผ้าขนสัตว์ (Wool)

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงสร้างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1970s		ยุคนี้ได้เพิ่มความนิยมในสถานบันเทิงยามค่ำคืนคือ Studio 54 ซึ่งมีเลเซอร์และแสงหลากสีแบบพอดิ้ว จิมสูท เดรส ผูกเอว เสื้อคอปก กางเกงทรงกระดิ่ง	(Party-Casual) (Party-Party)	Body conscious, Slim fit 	Black & White Vivid Color	การตัดต่อ (Cutting) 	ผ้าใยสังเคราะห์
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1980s		ยุค 80s “อะไรก็ใหญ่กว่าอดีตกว่าเดิม” หมายถึง ทรงผมที่ใหญ่กว่าเดิม การเสริมไหล่ที่ใหญ่กว่าเดิม รายละเอียดการตกแต่งที่เยอะกว่าเดิม	(Party-Party)	X-line, V-Line, Fit & Flare, Balloon 	Black & White Vivid Color	การตัดต่อผสมผ้า (Mix Fabric) ปักประดับ (Embroidery) 	ผ้าใยสังเคราะห์ ผ้าไหม



ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 1990s		การทวนคิดถึงการสวมเครื่องประดับที่กลายเป็นภาพยนตร์อย่างเช่น Kids and Go ทำให้เน้นไปที่งานปาร์ตี้ที่มีดนตรีอิเล็กทรอนิกส์และการแสดงแสงที่ผสมผสานรวมกัน	(Party-Casual) (Party-Party)	Asymmetric, Slim fit, Fit & Flare, H-line, A-line 	Vivid Color	ปักประดับ (Embroidery) 	ผ้าใยสังเคราะห์

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 20 (ค.ศ. 1901-2000) ในช่วงปี 2000s		ยุคนี้ต้องยกให้กับ Paris Hilton และ Nicole Richie กับ การครองใจที่คลั่งไคล้ทั่วโลก เป็นช่วงเวลา ที่สาวปาร์ตี้จะถูกจับจ้องจากเหล่าปาร์ตี้ที่คอยถ่ายรูปและนำเสนอเสื้อผ้าหรือสไตล์การแต่งตัว	(Party-Casual) (Party-Party)	Asymmetric, Slim fit, Fit & Flare, H-line, A-line 	Pastel Color	ปักประดับ (Embroidery) การจับเดรปปิ้ง (Draping) 	ผ้าใยสังเคราะห์

ยุค (Era)	รูปภาพ (Picture)	แนวคิด (Concept)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	โครงร่างเงา (Silhouette)	สี (Color)	รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	วัสดุ (Materials)
ศตวรรษที่ 21 (ค.ศ. 2001-2100)		ยุคสมัยที่ก้าวเข้าสู่เทคโนโลยีที่สามารถช่วยเหลือการใช้ชีวิตของผู้คนในรอบด้าน ช่วงเวลาในชีวิตต่าง ถูกสามารถบันทึก เก็บไว้บนโลกไซเบอร์เน็ตเวิร์ค (Social Network)	(Party-Formal) (Party-Party)	Asymmetric, Free Form, Slim fit, Fit & Flare, H-line, A-line 	Vivid Color	การจับแตรบิ๊ง (Draping) 	ผ้าใยสังเคราะห์ ผ้าใยธรรมชาติ ผ้าไหม

ที่มา : ผู้วิจัย ณฐานันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 127 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์จากการวิเคราะห์
วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์

องค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการวิเคราะห์วิวัฒนาการของเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์	
โอกาสสวมใส่ (Occasion)	Party-Formal Party-Party
แนวคิด (Concept)	การสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเพื่อบ่งบอกและแสดงถึงฐานะทางสังคม ในวาระโอกาสการสวมใส่เพื่อออกงานทางสังคมเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายคือส่วนหนึ่งของการแสดงความรู้สึกนึกคิดของผู้สวมใส่ด้วยมีความสอดคล้องกับบริบททางสังคม เสื้อผ้าเครื่องแต่งมีการตัดเย็บและรายละเอียดตกแต่งอย่างประณีต
โครงสร้าง (Silhouette)	Fit & Flare Silhouette, X-line, H-line, A-line 
สี (Color)	Black & White, Vivid Color, Pastel Tone 
รายละเอียดตกแต่ง (Details)	ปักประดับ (Embroidery)  การจับเดรปปิง (Draping) 
วัสดุ (Materials)	ผ้าไหม, ผ้าใยธรรมชาติ, ผ้าใยสังเคราะห์

ที่มา : ผู้วิจัย ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ

4.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาและวิเคราะห์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัย ในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล

จากการศึกษาและวิเคราะห์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัย ในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear) ไฮเอนด์ระดับสากล เพื่อศึกษาแนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ ผู้วิจัยคัดเลือกตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล โดยมีหลักเกณฑ์การคัดเลือกตราสินค้าเพื่อทำการศึกษา โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้ไฮเอนด์ระดับสากล จำนวน 4 ตราสินค้า ได้แก่ (1) ตราสินค้า “Saint Laurent” (2) ตราสินค้า “Versace” (3) ตราสินค้า “Valentino” (4) ตราสินค้า “Robert Wun” โดยสามารถวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาและวิเคราะห์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัย ในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล ได้ดังนี้

ตารางที่ 128 ตารางสรุปวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัยในฤดูร้อน และฤดูหนาวในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล

ตราสินค้า	(1) Saint Laurent	(2) Versace	(3) Valentino	(4) Robert Wun
โอกาสสวมใส่ (Occasion)	Party-Casual Party-Formal	Party-Formal Party-Party	Party-Party	Party-Formal Party-Party
แนวคิด (Concept)	การออกแบบ เสื้อผ้าโดยใช้แรง บันดาลใจจาก รอบตัว ผสมผสานกับยุค และสมัยของ เสื้อผ้าที่มีความ แตกต่าง การใช้ โครงสร้างเดิม นำมาตีความใหม่ หรือผสมผสาน กับเสื้อผ้าต่างยุค กัน แต่ยังคงเน้น รูปแบบสไตล์ของ ตราสินค้าไว้	การออกแบบ เสื้อผ้าที่เน้น ความรู้สึกของผู้ สวมใส่เป็นหลัก ที่ต้องการความ สวย โดดเด่น หรูหรา เข้ายวน เป็นที่น่าสนใจ จากผู้พบเห็น เสื้อผ้าที่ถูก ปรับเปลี่ยนไป ตามยุคสมัย แต่ ยังคงรูปแบบและ สไตล์ที่เป็น เอกลักษณ์ การ ใช้แรงบันดาลใจ จากความรู้สึก หรือสิ่งรอบตัว	การนำเอา โครงสร้างทาง แฟชั่นที่มีความ หลากหลายมา พัฒนาและต่อ ยอตเพิ่มให้เกิด ความหลากหลาย ของรูปทรงและ รูปแบบของ เสื้อผ้าใหม่ โดย การนำเอาแรง บันดาลใจจากสิ่ง รอบตัวมาใช้ใน การหารูปแบบ รูปทรง การเล่น การออกแบบกับ โครงสร้างของ เสื้อผ้าเป็นส่วน ใหญ่	การนำเอา โครงสร้างของ เสื้อผ้ามา ออกแบบให้เข้า กับโครงสร้างของ สิ่งที่มีจาก ธรรมชาติ เพื่อ เกิดรูปแบบ ดี เทล และสีที่ แตกต่าง และ เกิดเป็นเสื้อผ้าที่ มีความน่าสนใจ และรูปทรงเป็น เอกลักษณ์ เฉพาะตัว

ตราสินค้า	(1) Saint Laurent	(2) Versace	(3) Valentino	(4) Robert Wun
โครงสร้าง (Silhouette)	<ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างแบบเน้นช่วงไหล่ (V-line) - โครงสร้างแบบเน้นรูปร่าง (X-line) - โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) - โครงสร้างแบบเน้นเข้ารูป (Body Conscious) 	<ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างแบบเน้นรูปร่าง (X-line) - โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line) - โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) 	<ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างที่อิสระ (Free Form) - โครงสร้างจากธรรมชาติ (Organic Form) - โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) - โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line) 	<ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างที่อิสระ (Free Form) - โครงสร้างจากธรรมชาติ (Organic Form) - โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) - โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line)
สี (Color)	<ul style="list-style-type: none"> - Vivid color - Black 	<ul style="list-style-type: none"> - Vivid color - Black 	<ul style="list-style-type: none"> - Vivid color - Contrast color - Pastel tone - Red color 	<ul style="list-style-type: none"> - Vivid color - Black & White

ตราสินค้า	(1) Saint Laurent	(2) Versace	(3) Valentino	(4) Robert Wun
รายละเอียด ตกแต่ง (Details)	<ul style="list-style-type: none"> - Cutting - Draping - Bow Tie - Shoulder Patching - Mix Fabric - Art Prints 	<ul style="list-style-type: none"> - Cutting - Draping - Embroidery - Mix Fabric - Art Prints 	<ul style="list-style-type: none"> - Draping - Cutting - Ruffle - Embroidery - Art Prints 	<ul style="list-style-type: none"> - Form & Shape - Cutting - Pleat
วัสดุ (Materials)	<ul style="list-style-type: none"> - Polyester - Chiffon - Satin - PVC 	<ul style="list-style-type: none"> - Polyester - PVC - Leather - Crepe Satin 	<ul style="list-style-type: none"> - Taffeta - Crepe Satin - Polyester - Sequin 	<ul style="list-style-type: none"> - Polyester - PVC - Leather - Crepe Satin

ที่มา : ผู้วิจัย ธีรรัตน์ อยู่ชมบุญ

จากการวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัยในฤดูร้อน และฤดูหนาวในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล ผู้วิจัยได้ทำการ สรุปลงข้อประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยจากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล ได้ดังนี้

ตารางที่ 129 ตารางสรุปองค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์จากตราสินค้าเครื่อง
แต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล

องค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล	
โอกาสสวมใส่ (Occasion)	Party-Casual Party-Formal Party-Party
แนวคิด (Concept)	การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อสะท้อนตัวตนและบุคลิกของผู้สวมใส่ ให้เกิดความโดดเด่น เข้ายวน น่าค้นหา แต่ยังคงรูปแบบที่เฉพาะตัว รูปแบบที่แตกต่าง และการออกแบบที่ร่วมสมัยทันกับกระแสนิยมในช่วงเวลานั้นเพื่อให้เสื้อผ้าเหมาะสมกับผู้สวมใส่และวาระโอกาสนั้น
โครงสร้าง (Silhouette)	<p>- โครงสร้างที่อิสระ (Free Form)</p>  <p>- โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric)</p> 

<p>องค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล</p>	
	<p>- โครงสร้างแบบเน้นรูปร่าง (X-line)</p>  <p>- โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line)</p> 
<p>สี (Color)</p>	<p>- Black, Vivid color, Elegant Felling</p>  <p style="text-align: center;">Saint Laurent</p>  <p style="text-align: center;">Versace</p>  <p style="text-align: center;">Valentino</p>  <p style="text-align: center;">Robert Wun</p>

องค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนต์ระดับสากล	
รายละเอียด ตกแต่ง (Details)	<p>- Cutting</p> <p>การตัดต่อเส้นสายต่าง ๆ เพื่อให้เสื้อผ้ามีความน่าสนใจ</p> 
	<p>- Draping</p> <p>การเดรปปิ้งเพื่อให้เสื้อผ้าเกินโครงสร้าง และรูปแบบใหม่ ๆ</p> 
	<p>- Mix Fabric</p> <p>การตัดผสมผสานวัสดุหรือเนื้อผ้าเพื่อให้เสื้อผ้าเกิดความน่าสนใจ</p> 
	<p>- Embroidery</p> <p>งานปัก หรืองานฝีมือต่าง ๆ ช่วยเพิ่มคุณค่า ความสวยงาม ให้กับเสื้อผ้า</p> 
	<p>- Art Prints</p> <p>ลายพิมพ์ ลวดลายจากการสร้างสรรค์ลงบนวัสดุ เพื่อให้เสื้อผ้าเกิดความน่าสนใจ และสดใหม่ มีความเฉพาะตัวมากขึ้น</p> 

องค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนต์ระดับสากล	
วัสดุ (Materials)	<ul style="list-style-type: none"> - Polyester - PVC - Satin - Chiffon - Leather - Latex  <p>วัสดุที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์มีรูปแบบลักษณะที่มีความมันเงา สะท้อนแสง หรือมีความบางเบา เพื่อให้ผู้สวมใส่มีความสง่างาม หุรหุรา และโดดเด่น จากการศึกษาและวิเคราะห์พบว่าเสื้อผ้าปาร์ตี้แวร์มีความหลากหลายของตัววัสดุขึ้นอยู่กับกระแสนิยมและความต้องการของผู้บริโภค</p>

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

4.3. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear)

จากการศึกษาและวิเคราะห์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear) ตั้งแต่ที่มา ความสำคัญ และวิวัฒนาการของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ และการศึกษาและวิเคราะห์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์จากกระแสนิยมร่วมสมัย ในฤดูร้อนและฤดูหนาว ในปี 2020-2022 จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ไฮเอนด์ระดับสากล ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear) ได้ ดังนี้

ตารางที่ 130 ตารางสรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear)

องค์ประกอบการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์	
โอกาสสวมใส่ (Occasion)	Party-Casual Party-Formal Party-Party
แนวคิด (Concept)	การสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับวาระโอกาสการสวมใส่เพื่อออกงานทางสังคมเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายคือส่วนหนึ่งของการแสดงความรู้สึกนึกคิดของผู้สวมใส่ด้วยความสอดคล้องกับบริบททางสังคม เสื้อผ้าเครื่องแต่งมีการตัดเย็บและรายละเอียดตกแต่งอย่างประณีต การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อสะท้อนตัวตนและบุคลิกของผู้สวมใส่ ให้เกิดความโดดเด่น เข้ายวน น่าค้นหา แต่ยังคงรูปแบบที่เฉพาะตัว รูปแบบที่แตกต่าง และการออกแบบที่ร่วมสมัยทันกับกระแสนิยมในช่วงเวลานั้นเพื่อให้เสื้อผ้าเหมาะสมกับผู้สวมใส่และวาระโอกาสนั้น
โครงสร้าง (Silhouette)	- โครงสร้างที่อิสระ (Free Form) 

- โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric)













- โครงสร้างแบบเน้นรูปร่าง (X-line)



- โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line)



<p>สี (Color)</p>	<p>- Vivid color, Elegant Felling</p>  <p>History of Party wear</p>  <p>Saint Laurent</p>  <p>Versace</p>  <p>Valentino</p>  <p>Robert Wun</p> 
<p>รายละเอียด ตกแต่ง (Details)</p>	<p>- Cutting การตัดต่อเส้นสายต่าง ๆ เพื่อให้เสื้อผ้ามีความน่าสนใจ</p>  <p>- Draping การเตรปึงเพื่อให้เสื้อผ้าเกินโครงสร้าง และรูปแบบใหม่ ๆ</p>   <p>- Mix Fabric การตัดผสมผสานวัสดุหรือเนื้อผ้าเพื่อให้เสื้อผ้าเกิดความน่าสนใจ</p> 

	<p>- Embroidery งานปัก หรืองานฝีมือต่าง ๆ ช่วยเพิ่มคุณค่า ความสวยงาม ให้กับเสื้อผ้า</p>  <p>- Art Prints</p> <p>ลายพิมพ์ ลวดลายจากการสร้างสรรค์ลงบนวัสดุ เพื่อให้เสื้อผ้าเกิดความน่าสนใจ และสดใหม่ มีความเฉพาะตัวมากขึ้น</p> 
<p>วัสดุ (Materials)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ผ้าไหม (Silk) - ผ้าใยธรรมชาติ (Natural Fabric) - ผ้าใยสังเคราะห์ (Polyester) - PVC - Satin - Chiffon - Leather  <p>วัสดุที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์มีรูปแบบลักษณะที่มีความมันเงา สะท้อนแสง หรือมีความบางเบา เพื่อให้ผู้สวมใส่มีความสง่างาม หุรรห่า และโดดเด่น จากการศึกษาและวิเคราะห์พบว่าเสื้อผ้าปาร์ตี้แวร์มีความหลากหลายของตัววัสดุขึ้นอยู่กับกระแสนิยมและความต้องการของผู้บริโภค</p>

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ผลสรุปข้อมูลการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear)

กระบวนการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปแบบทางพาราลาเท็กซ์สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ได้มีการศึกษาการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear) ซึ่งในปัจจุบันอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตขึ้นทุกปี ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ โดยสามารถวิเคราะห์ผลสรุปข้อมูลการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear) ได้ ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย

ในปัจจุบันตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ (Party wear) ร่วมสมัยในตลาดปัจจุบันมีการแข่งขันและการเกิดตราสินค้าใหม่ โดยมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันหรือคล้ายกันอยู่ในตลาด ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ร่วมสมัยในตลาดประเทศไทย จากตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ที่มีการจัดจำหน่ายอยู่ในประเทศไทย โดยเป็นตราสินค้าไฮเอนด์ระดับสากลและตราสินค้าไทยดีไซน์เนอร์ โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาเลือกตราสินค้าเพื่อทำการศึกษา โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษตราสินค้า 5 ตราสินค้าที่จัดจำหน่ายอยู่ในประเทศไทย ได้แก่ (1) ตราสินค้า Saint Laurent (2) ตราสินค้า Versace (3) ตราสินค้า Valentino (4) ตราสินค้า Milin (5) ตราสินค้า Pyvet Studio เพื่อทำการศึกษาข้อมูลตราสินค้าโดยใช้หลักการวิเคราะห์ทางการตลาดของตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกาย ได้แก่ การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 7P's และการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ตราสินค้า Saint Laurent

ตราสินค้า Saint Laurent ก่อตั้งโดย อีฟว์ อ็องรี ดอนา มาตีเยอ-แซ็ง-เลอค็อง Yves Henri Dona Mathieu Saint Laurent กับคนรักของเขาชื่อ ปีแยร์ แบร์กแซ่ (Pierre Berge) ในปี 1961 รูปแบบสินค้าเครื่องแต่งกายแสดงออกถึงความเป็นผู้หญิงที่มีความแข็งแกร่ง มีความมั่นใจ ฉลาด การเน้นสรีระ และเป็นตัวของตัวเอง ความเป็นผู้หญิง (Feminine) ที่ถูกผสมผสานกับความเป็นผู้ชาย ที่ตราสินค้าสามารถสร้างสไตล์และรูปแบบของสินค้าให้เห็นเด่นชัดในรูปแบบสไตล์ Androgyny ที่สามารถสะท้อนตัวตนของผู้สวมใส่ได้ดี ปัจจุบัน แอนโทนี่ วัคคาเรลโล (Anthony Vaccarello) ดำรงตำแหน่งดีไซเนอร์ของตราสินค้า Saint Laurent

ตารางที่ 131 ตารางข้อมูลตราสินค้า Saint Laurent

ตราสินค้า	Saint Laurent
โอกาสสวมใส่	Party-Casual Party-Business
รูปแบบสินค้า	Sexy, Formal, Androgyny, Identity, Sophisticated, Creative
สถานที่จัดจำหน่ายในประเทศไทย	- The Emquartier - ICONSIAM - Central Embassy
ระดับราคาเฉลี่ย	50,000 บาทขึ้นไป
ภาพตัวอย่างสินค้า	

ที่มา : ผู้วิจัย ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 132 ตารางการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 7P's ของตราสินค้า Saint Laurent

ส่วนผสมทางการตลาด 7P's	ตราสินค้า Saint Laurent
ผลิตภัณฑ์ (Product)	รูปแบบเครื่องแต่งกายลักษณะแบบเฟมินีน (Feminine) เซ็กซี่ (Sexy) และ แอนโดรจีนี (Androgyny) มีรูปแบบที่เฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ ในแง่ของดีไซน์ และวัสดุในการสร้างสรรค์สินค้าที่หลากหลายและพิเศษ เหมาะกับการสวมใส่ในโอกาสพิเศษ มีสินค้าที่หลากหลาย เช่น เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ เป็นต้น
ราคา (Price)	ราคาเฉลี่ย 50,000 บาทขึ้นไป
การจัดจำหน่าย (Place)	<ul style="list-style-type: none"> - ช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ - ช่องทางการจำหน่ายร้านค้าปลีกทั่วโลก - ช่องทางการจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ The Emquartier, ICONSIAM, Central Embassy
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้สื่อโฆษณาทางออนไลน์ที่ตราสินค้าเป็นเจ้าของ (Owned media) เช่น YouTube, Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter เป็นต้น - การใช้สื่อโฆษณาตราสินค้าจ้างบริษัทโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Paid media) ทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ นิตยสารออนไลน์ โฆษณابนเว็บไซต์ เป็นต้น - ทางออฟไลน์ เช่น นิตยสาร ป้ายโฆษณา เป็นต้น - การเลือกใช้ Brand Ambassador ซูเปอร์สตาร์ (Superstar) กลุ่มผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (Influencer)
บุคคล (People)	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคของตราสินค้าสตรีที่ช่วงอายุวัยกลางคนอายุช่วง 27-37 ปี - เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennials) - กลุ่มสตรีในระดับกลาง (Middle Class) และระดับบน (Upper Class) - บุคลิกภาพมีความมั่นใจ ชอบความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสุขภาพที่ดี ชอบเข้าสังคม
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	สินค้าด้านในใส่ถุงผ้าใส่กล่องกระดาษสีดำ พิมพ์ตราสินค้าสีขาว ถุงกระดาษสีดำมีหัวพิมพ์ตราสินค้าสีขาว
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	- เสื้อผ้าสุททรวงสำหรับผู้หญิงแบบต้นแบบจาก Le Smoking

ส่วนผสมทาง การตลาด 7P's	ตราสินค้า Saint Laurent
	- การใช้ตราสินค้าตัวย่อ YSL ในการทำเป็นอะไหล่ (Hard wear) เพื่อตกแต่ง เสื้อผ้า

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 133 ตารางการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ของตรา
สินค้า Saint Laurent

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผลิตภัณฑ์มี รูปแบบสินค้าที่มี เอกลักษณ์ ชัดเจนในเรื่อง ของรูปแบบ วัสดุ ที่ใช้การผลิต และคุณภาพที่ดี	ผลิตภัณฑ์เป็นที่ ต้องการของตลาด จึงถูกลอก เลียนแบบเพื่อ จำหน่าย	- การเป็นที่รู้จัก อย่างแพร่หลาย ของตราสินค้าทำ ให้กลุ่มเป้าหมาย ติดตามออกแบบ รูปแบบผลิตภัณฑ์ ใหม่ ๆ และเป็นที่ สนใจและเกิดความ ต้องการ - การที่ตราสินค้า รู้จักกลุ่มเป้าหมาย สามารถออกแบบ รูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตรงกับ ความต้องการของ กลุ่มเป้าหมายได้	- มีตราสินค้า คู่แข่งที่มีรูปแบบ สินค้าคล้ายกัน และมีราคาถูก กว่าเกิดขึ้นตลาด
ราคา (Price)	สินค้ามีราคาสูง เหมาะสมกับ คุณภาพและ เอกลักษณ์	- ราคาของสินค้า อยู่ในระดับสูงทำ ให้กลุ่มลูกค้ามี จำนวนจำกัด	ตราสินค้าควรสร้าง ระดับราคาสินค้า ให้มีความ หลากหลายเหมาะ กับกลุ่มเป้าหมาย	- จากราคาสินค้า ที่สูงทำให้กลุ่ม ลูกค้าไม่เข้าใจถึง คุณค่าและ คุณภาพของ

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	เฉพาะตัวของ ตราสินค้า	- จากราคาสินค้า ที่สูงทำให้กลุ่ม ลูกค้าเลือกต่าง สินค้าที่คล้ายกัน ในราคาที่ต่ำกว่า	ในช่วงวัยที่มีความ หลากหลายใน สังคม	สินค้าอย่าง แท้จริง - ภาวะปัจจัยทาง เศรษฐกิจที่ เกิดขึ้น
การจัด จำหน่าย (Place)	มีการจัดจำหน่าย จ่ายสินค้าทั่วโลก และมีสาขา สถานที่จัด จำหน่ายอยู่ใน เขตเมืองหลวง ทั่วโลก	- การสั่งซื้อทาง ออนไลน์อาจจะ ใช้เวลานานใน การจัดส่งทั่วโลก - สถานที่จัด จำหน่ายสาขาใน ประเทศไทยมี จำกัดรูปแบบ สินค้าไม่ หลากหลาย เท่ากับสาขา ต่างประเทศหรือ ทางออนไลน์	การใช้ช่องทาง ออนไลน์ให้มากขึ้น และสะดวกง่าย ต่อการเลือกซื้อ สินค้าบนช่องทาง ออนไลน์ และการ จัดส่งสินค้าที่ รวดเร็วมั่นคงต่อความ ต้องการของกลุ่ม ลูกค้า	- การเปลี่ยนแปลง ของสถานการณ์ใน ปัจจุบันทำให้กลุ่ม ลูกค้าเลือกซื้อ สินค้าทางช่องทาง ออนไลน์เพิ่มมาก ขึ้น - การเลือกซื้อ สินค้าจากร้านหน้า ของกลุ่มลูกค้า มี ความต้องการ ความเป็นส่วนตัว เพิ่มมากขึ้นในการ เลือกซื้อสินค้าเพื่อ ความปลอดภัยจาก สถานการณ์ใน ปัจจุบัน
การส่งเสริม การขาย (Promotion)	การเลือกใช้สื่อ ทั้งแบบออฟไลน์ และออนไลน์ ทำ ให้ผู้คนจดจำได้ ง่าย	การส่งเสริมการ ขายขึ้นอยู่กับ บริษัทเจ้าของตรา สินค้าทำให้สาขา อื่นในต่างประเทศ ทำการส่งเสริม การขายได้ยาก	การสร้าง ภาพลักษณ์ตรา สินค้าให้มีความ หลากหลายของ ช่วงวัยเพื่อให้ทัน กับกลุ่มคนที่มี	กลุ่มลูกค้าใหม่ อาจจะยังไม่ เข้าใจถึง กระบวนการการ ส่งเสริมการขาย ของตราสินค้าทำ

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
			หลากหลายช่วงวัย ในสังคม	ให้เกิดความไม่ พอใจเกิดขึ้นได้
บุคคล (People)	มีกลุ่มเป้าหมาย ชัดเจน	รูปแบบเสื้อผ้าที่มี รูปแบบชัดเจน เป็นเอกลักษณ์ เช่น รูปแบบที่เซ็กซี่ (Sexy) หรือ รูปแบบที่เข้ารูป ทำให้มีกลุ่มลูกค้า ที่ไม่หลากหลาย มากนัก	การขยาย กลุ่มเป้าหมายให้มี ความหลากหลาย ของช่วงวัยในสังคม	พฤติกรรม การ เลือกซื้อสินค้า เครื่องแต่งกายที่ เปลี่ยนไปอย่าง รวดเร็วของกลุ่ม ลูกค้า
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	มีเอกลักษณ์ เฉพาะสร้าง ความน่าจดจำ	รูปแบบบรรจุ ภัณฑ์ทำจา กระดาษอาจจะ ทำให้เสื่อมสภาพ ได้ง่าย	การเปลี่ยนแปลง วัสดุที่ใช้เพื่อให้ สอดคล้องกับ กระแสนิยมของโลก เช่น การใช้วัสดุรี ไซเคิล หรือการวัสดุ ที่สามารถนำ กลับมาใช้ใหม่ได้	บรรจุภัณฑ์ที่มี รูปแบบคล้ายกับ ตราสินค้าอื่น อาจจะทำให้ เข้าใจผิดได้ง่าย
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	ตราสินค้ามีการ สร้างสรรค์ รูปแบบและ เอกลักษณ์ เฉพาะที่ชัดเจน	การที่มีรูปแบบ จำเพาะทำให้ สินค้ามีเอกลักษณ์ และเป็นที่ต้องการ ของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ถูกลอก เลียนแบบ และจัด จำหน่ายในราคาที่ ต่ำกว่า	การพัฒนาแบบ ของเอกลักษณ์ ดั้งเดิมของตรา สินค้าให้มีความ ร่วมสมัยทันต่อ กระแสนิยมใน ปัจจุบัน	การลอก เลียนแบบที่ เกิดขึ้นอย่าง รวดเร็วทำให้ตรา สินค้าต้องคิดหา วิธีการสร้างสรรค์ การจดจำใหม่ใน รูปแบบใหม่อยู่ เสมอ

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

2) ตราสินค้า Versace

ตราสินค้า Versace ก่อตั้งโดย จานนี เวอร์ซาเช่ (Gianni Versace) ในปี 1978 รูปแบบสินค้าของตราสินค้า Versace การสะท้อนให้เห็นความงามของผู้หญิงในทุกแง่มุม ความทรงเสน่ห์ที่น่าค้นหา ความเย้ายวน การไม่แคร์คนรอบข้างนอกจากตัวเอง โดยการเลือกสวมใส่เสื้อผ้าที่ตนเองมั่นใจ สร้างความโดดเด่น และเสริมความมั่นใจ ให้กับผู้สวมใส่ อีกทั้งยังมีความหรูหราด้วยการใช้ออกแบบลวดลายลงบนพื้นผ้า การตัดเย็บ วัสดุที่เลือกใช้ ปัจจุบัน Donatella Versace ได้ดำรงตำแหน่ง Creative Director ของตราสินค้า Versace

ตารางที่ 134 ตารางข้อมูลต่างสินค้า Versace

ตราสินค้า	Versace
โอกาสสวมใส่	Party-Business Party-Party
รูปแบบสินค้า	Sexy, Formal, Feminine, Identity Luxury, Sophisticated, Creative
สถานที่จัด จำหน่ายใน ประเทศไทย	- ICONSIAM - Central Embassy
ระดับราคาเฉลี่ย	40,000 บาทขึ้นไป
ภาพตัวอย่าง สินค้า	

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 135 ตารางการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 7P's ของตราสินค้า Versace

ส่วนผสมทางการตลาด 7P's	ตราสินค้า Versace
ผลิตภัณฑ์ (Product)	รูปแบบเครื่องแต่งกายลักษณะแบบเฟมินีน (Feminine) เซ็กซี่ (Sexy) แสดงถึงความเป็นผู้หญิงผ่านรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย มีรูปแบบที่เฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ ในแง่ของดีไซน์และวัสดุในการสร้างสรรค์สินค้าที่หลากหลายและพิเศษ เหมาะกับการสวมใส่ในชีวิตประจำวันและโอกาสพิเศษ มีสินค้าที่หลากหลาย เช่น เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ น้ำหอม เครื่องสำอาง และเครื่องใช้ในบ้าน
ราคา (Price)	ราคาเฉลี่ย 40,000 บาทขึ้นไป
การจัดจำหน่าย (Place)	- ช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ - ช่องทางการจำหน่ายร้านค้าปลีกทั่วโลก - ช่องทางการจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ ICONSIAM, Central Embassy
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	- การใช้สื่อโฆษณาทางออนไลน์ที่ตราสินค้าเป็นเจ้าของ (Owned media) เช่น YouTube, Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter เป็นต้น - การใช้สื่อโฆษณตราสินค้าจ้างบริษัทโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Paid media) ทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ นิตยสารออนไลน์ โฆษณบนเว็บไซต์ เป็นต้น ทางออฟไลน์ เช่น นิตยสาร ป้ายโฆษณา เป็นต้น - การเลือกใช้ Brand Ambassador ซูเปอร์สตาร์ (Superstar) กลุ่มผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (Influencer)
บุคคล (People)	- กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคของตราสินค้าสตรีที่ช่วงอายุวัยกลางคนอายุช่วง 27-37 ปี - เจเนอเรชัน มิลเลนเนียล (Generation Millennials) - กลุ่มสตรีในระดับกลาง (Middle Class) และระดับบน (Upper Class) - บุคลิกภาพมีความมั่นใจ ชอบความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสุขภาพที่ดี ชอบเข้าสังคม
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	สินค้าด้านในใส่ถุงผ้าใส่กล่องกระดาษสีดำ พิมพ์ตราสินค้าสีขาว ถุงกระดาษสีดำมีหูหิ้วพิมพ์ตราสินค้าสีขาว
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	- สัญลักษณ์ตราสินค้านี้รูป เมดูซ่า (Medusa) ลายแถบแบบศิลปะกรีกโรมัน - รูปแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ ศิลปะแบบ Rococo - การใช้ตราสินค้า Versace หรือตัว V

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 136 ตารางการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

ของตราสินค้า Versace

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์ชัดเจนในเรื่องของรูปแบบ วัสดุที่ใช้การผลิต ลวดลาย การตกแต่ง รายละเอียด และคุณภาพที่ดี โดยมีรูปแบบของสินค้าผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย	ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของตลาด จึงถูกลอกเลียนแบบเพื่อจำหน่าย	- การเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายของตราสินค้าทำให้กลุ่มเป้าหมายติดตามออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เป็นที่สนใจและเกิดความต้องการ - การที่ตราสินค้ารู้จักกลุ่มเป้าหมายสามารถออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้	- มีตราสินค้าคู่แข่งที่มีรูปแบบสินค้าคล้ายกันและมีราคาถูกกว่าเกิดขึ้นตลาด - สินค้าที่ลอกเลียนแบบ
ราคา (Price)	สินค้ามีราคาสูงเหมาะสมกับคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตราสินค้า	- ราคาของสินค้าอยู่ในระดับสูงทำให้กลุ่มลูกค้ามีจำนวนจำกัด - จากราคาสินค้าที่สูงทำให้กลุ่มลูกค้าเลือกต่างสินค้าที่คล้ายกันในราคาที่ต่ำกว่า	ตราสินค้าควรสร้างระดับราคาสินค้าใหม่มีความหลากหลายเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายในช่วงวัยที่มีความหลากหลายในสังคม	- จากราคาสินค้าที่สูงทำให้กลุ่มลูกค้าไม่เข้าใจถึงคุณค่าและคุณภาพของสินค้าอย่างแท้จริง - ภาวะปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น
การจัดจำหน่าย	มีการจัดจำหน่ายจ่ายสินค้าทั่วโลก	- การสั่งซื้อทางออนไลน์อาจจะ	การใช้ช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น	- การเปลี่ยนแปลงของ

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
(Place)	และมีสาขา สถานที่จัด จำหน่ายอยู่ใน เขตเมืองหลวง ทั่วโลก	ใช้เวลานานใน การจัดส่งทั่วโลก - สถานที่จัด จำหน่ายสาขาใน ประเทศไทยมี จำกัดรูปแบบ สินค้าไม่ หลากหลาย เท่ากับสาขา ต่างประเทศหรือ ทางออนไลน์	และสะดวกง่าย ต่อการเลือกซื้อ สินค้าบนช่องทาง ออนไลน์ และการ จัดส่งสินค้าที่ รวดเร็วมั่นคงต่อความ ต้องการของกลุ่ม ลูกค้า	สถานการณ์ใน ปัจจุบันทำให้กลุ่ม ลูกค้าเลือกซื้อ สินค้าทางช่องทาง ออนไลน์เพิ่มมาก ขึ้น - การเลือกซื้อ สินค้าจากร้าน หน้าของกลุ่ม ลูกค้า มีความ ต้องการความเป็น ส่วนตัวเพิ่มมาก ขึ้นในการเลือกซื้อ สินค้าเพื่อความ ปลอดภัยจาก สถานการณ์ใน ปัจจุบัน
การส่งเสริม การขาย (Promotion)	การเลือกซื้อ ทั้งแบบออฟไลน์ และออนไลน์ ทำ ให้ผู้คนจดจำได้ ง่ายและการ เลือกใช้ ซูเปอร์สตาร์ทั่ว ในการโฆษณา	การส่งเสริมการ ขายขึ้นอยู่กับ บริษัทเจ้าของตรา สินค้าทำให้สาขา อื่นในต่างประเทศ ทำการส่งเสริม การขายได้ยาก	การสร้าง ภาพลักษณ์ตรา สินค้าให้มีความ หลากหลายของ ช่วงวัยเพื่อให้ทัน กับกลุ่มคนที่มี หลากหลายช่วงวัย ในสังคม	กลุ่มลูกค้าใหม่ อาจจะยังไม่ เข้าใจถึง กระบวนการการ ส่งเสริมการขาย ของตราสินค้าทำ ให้เกิดความไม่ พอใจเกิดขึ้นได้
บุคคล (People)	มีกลุ่มเป้าหมาย ชัดเจน และ	รูปแบบเสื้อผ้าที่มี รูปแบบชัดเจนเป็น เอกลักษณ์ เช่น	การขยาย กลุ่มเป้าหมายให้มี	พฤติกรรม การ เลือกซื้อสินค้า เครื่องแต่งกายที่

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	หลากหลายช่วงวัย	รูปแบบที่เซ็กซี่ (Sexy) หรือรูปแบบที่เข้ารูปทำให้มีกลุ่มลูกค้าที่ไม่หลากหลายมากนัก	ความหลากหลายของช่วงวัยในสังคม	เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วของกลุ่มลูกค้า
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	มีเอกลักษณ์เฉพาะสร้าง ความน่าจดจำ	รูปแบบบรรจุภัณฑ์ทำจากระดาษอาจจะทำให้เสื่อมสภาพได้ง่าย	การเปลี่ยนแปลงวัสดุที่ใช้เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสนิยมของโลก เช่น การใช้วัสดุรีไซเคิล หรือการวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบคล้ายกับตราสินค้าอื่น อาจจะทำให้เข้าใจผิดได้ง่าย
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	ตราสินค้ามีการสร้างสรรค์รูปแบบและเอกลักษณ์เฉพาะที่ชัดเจน	การที่มีรูปแบบจำเพาะทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์และเป็นที่ต้องการของ กลุ่มเป้าหมายทำให้ถูกลอกเลียนแบบ และจัดจำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่า	การพัฒนา รูปแบบของเอกลักษณ์ดั้งเดิมของตราสินค้าให้มีความร่วมสมัยทันต่อกระแสนิยมในปัจจุบัน	การลอกเลียนแบบที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้ตราสินค้าต้องคิดหาวิธีการสร้างสรรค์การจดจำใหม่ในรูปแบบใหม่อยู่เสมอ

ผู้วิจัย ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

3) ตราสินค้า Valentino

ตราสินค้า Valentino ก่อตั้งโดย วาเลนติโน่ การาวานี (Valentino Garavani) ในปี 1959 การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ให้ความรู้สึก สง่างาม หุหุหรา และรูปแบบที่แตกต่างจากตราสินค้าอื่น ๆ อยากรที่ใครจะลอกเลียนแบบ และสีแดงอันสีประจำตราสินค้าช่วยทรงเสริมให้ผู้สวมใส่ ดูมีเสน่ห์ เย้ายวน มีความโดดเด่น และยังหุหุหราด้วยรายละเอียดการตัดเย็บ ตกแต่ง ปัจจุบัน Pierpaolo Piccioli เป็น Creative Director ของตราสินค้า Valentino

ตารางที่ 137 ตารางข้อมูลตราสินค้า Valentino

ตราสินค้า	Valentino
โอกาสสวมใส่	Party-Party
รูปแบบสินค้า	Formal, Feminine, Identity Luxury, Sophisticated, Creative
สถานที่จัดจำหน่ายในประเทศไทย	- The Emquartier - King Power Rangnam - Central Embassy
ระดับราคาเฉลี่ย	150,000 บาทขึ้นไป
ภาพตัวอย่างสินค้า	

ที่มา : ผู้วิจัย ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 138 ตารางการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 7P's ของตราสินค้า Valentino

ส่วนผสมทางการตลาด 7P's	ตราสินค้า Valentino
ผลิตภัณฑ์ (Product)	สินค้าเครื่องแต่งกายที่มีรูปแบบสำหรับออกงานทางการ (Party Wear) มีรายละเอียดการตกแต่งและการตัดเย็บ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ให้ความรู้สึกสง่างาม หรุหรา ด้วยมีสินค้าอื่น ๆ เช่น กระเป๋า รองเท้า และเครื่องประดับ เป็นต้น โดยส่วนเสื้อผ้าการแต่งกายในคอลเลกชัน Couture จะเป็นการตัดเย็บเฉพาะบุคคล (Made to order)
ราคา (Price)	ราคาเฉลี่ย 150,000 บาทขึ้นไป
การจัดจำหน่าย (Place)	- ช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ - ช่องทางการจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ The Emquartier, King Power Rangnam, Central Embassy โดยการจัดซื้อส่งจองเสื้อผ้าจากทางหน้าร้านเพื่อตัดเย็บและนำเข้าจากต่างประเทศ
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	- การใช้สื่อโฆษณาทางออนไลน์ที่ตราสินค้าเป็นเจ้าของ (Owned media) เช่น YouTube, Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter เป็นต้น - การใช้สื่อโฆษณตราสินค้าจ้างบริษัทโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Paid media) ทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ นิตยสารออนไลน์ โฆษณบนเว็บไซต์ เป็นต้น ทางออฟไลน์ เช่น นิตยสาร ป้ายโฆษณา เป็นต้น - การเลือกใช้ Brand Ambassador ซูเปอร์สตาร์ (Superstar) กลุ่มผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (Influencer) ให้สวมใส่ในการออกงานทางสังคม
บุคคล (People)	- กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคของตราสินค้าสตรีที่ช่วงอายุวัยกลางคนอายุช่วง 27-37 ปี - เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennials) - กลุ่มสตรีในระดับระดับบน (Upper Class) - บุคลิกภาพมีความมั่นใจ ชอบความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสุขภาพที่ดี ชอบเข้าสังคม
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	สินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจากสั่งตัดแบบพิเศษจากตราสินค้าจะถูกจัดส่งอย่างดีเป็นพิเศษ โดยการจุดจะใส่ถุงคลุมอย่างดีพิมพ์ตราสินค้า

ส่วนผสมทาง การตลาด 7P's	ตราสินค้า Valentino
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	<ul style="list-style-type: none"> - เสื้อผ้าเครื่องแต่งที่ถูกตัดเย็บอย่างประณีต มีเสื้อผ้าสีแดงในทุกฤดูกาล - การประดับตกแต่งรายละเอียดเสื้อผ้าอย่างประณีต - การใช้ตราสัญลักษณ์ตราสินค้า "V" ย่อมาจาก Valentino

ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษานันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 139 ตารางการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

ของตราสินค้า Valentino

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ผลิตภัณฑ์ (Product)	<p>ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์ชัดเจนในเรื่องของรูปแบบ วัสดุที่ใช้การผลิต ลวดลาย การตกแต่ง รายละเอียด และคุณภาพที่ดี โดยมีรูปแบบของสินค้าผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย</p>	<p>- ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเครื่องแต่งมีรูปแบบการตัดเย็บที่ประณีต รายละเอียดตกแต่งที่เยอะทำให้ใช้เวลาในการตัดเย็บสูงทำให้ตัดเย็บได้ในจำนวนที่ไม่ได้มากนัก</p> <p>- รูปแบบสินค้ามีการตัดเย็บ และรายละเอียดกันตกแต่งที่พิเศษทำให้ยากต่อการดูแลรักษา</p>	<p>- การตัดเย็บที่ดี รายละเอียดการตกแต่งที่ดี ทำให้ตราสินค้าเป็นตัวเลือกระดับต้น ๆ ของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเสื้อผ้าชุดออกงาน</p> <p>- การที่ตราสินค้ารู้จักกลุ่มเป้าหมายสามารถออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้</p>	<p>- ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าใช้ระยะเวลาการตัดเย็บที่ค่อนข้างนานทำให้กลุ่มผู้บริโภคเลือกซื้อตราสินค้าอื่นที่ระยะเวลาในการตัดเย็บที่สั้นกว่า</p> <p>- รูปแบบของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าทำให้เกิดการลอกเลียนแบบสินค้า</p>
ราคา (Price)	<p>สินค้ามีราคาสูงเหมาะสมกับ</p>	<p>- ราคาของสินค้าอยู่ในระดับสูงทำ</p>	<p>ตราสินค้าควรสร้างระดับราคาสินค้า</p>	<p>- จากราคาสินค้าที่สูงทำให้กลุ่ม</p>

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	คุณภาพ การตัดเย็บ และเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตราสินค้า	ให้กลุ่มลูกค้ามีจำนวนจำกัด - จากราคาสินค้าที่สูงทำให้กลุ่มลูกค้าเลือกต่างสินค้าที่คล้ายกันในราคาที่ต่ำกว่า	ให้มีความหลากหลายเหมาะกับกลุ่มเป้าหมายในช่วงวัยที่มีความหลากหลายในสังคม	ลูกค้าไม่เข้าใจถึงคุณค่าและคุณภาพของสินค้าอย่างแท้จริง - ภาวะปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น
การจัดจำหน่าย (Place)	มีการจัดจำหน่ายจ่ายสินค้าทั่วโลก และมีสาขาสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในเขตเมืองหลวงทั่วโลกที่จะสามารถติดต่อเพื่อทำการสั่งตัดสินค้าได้	- การสั่งซื้อทางออนไลน์เพื่อทำการนัดหมายเข้ารับบริการในการตัดเย็บเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย - สถานที่จัดจำหน่ายสาขาในประเทศไทยมีน้อยและสามารถติดต่อเพื่อรับบริการสั่งตัดเย็บเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายได้ยาก	การใช้ช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้นในการติดต่อเพื่อขอเข้ารับการตัดชุดเพื่อความสะดวก ง่าย ต่อการติดต่อและการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า - การใช้ร้านหน้าเพื่อติดต่อกับบริษัทสาขาที่สามารถเขาทำการรับตัดเย็บเสื้อผ้าได้จากทั่วโลก	- การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในปัจจุบันทำให้กลุ่มลูกค้าเลือกซื้อสินค้าทางช่องทางอื่นที่ง่ายและสะดวกกว่า - การเลือกซื้อสินค้าจากร้านหน้าของกลุ่มลูกค้า มีความต้องการความเป็นส่วนตัวเพิ่มมากขึ้นในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อความปลอดภัยจากสถานการณ์ในปัจจุบัน

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
การส่งเสริม การขาย (Promotion)	การเลือกใช้สื่อ ทั้งแบบออฟไลน์ และออนไลน์ ทำให้ ผู้คนจดจำได้ ง่ายและการ เลือกใช้ ซูเปอร์สตาร์ตัว ในการโฆษณา	การส่งเสริมการ ขายขึ้นอยู่กับ บริษัทเจ้าของตรา สินค้าทำให้สาขา อื่นในต่างประเทศ ทำการส่งเสริม การขายได้ยาก	การสร้าง ภาพลักษณ์ตรา สินค้าให้มีความ หลากหลายของ ช่วงวัยเพื่อให้ทัน กับกลุ่มคนที่มี หลากหลายช่วงวัย ในสังคม	กลุ่มลูกค้าใหม่ อาจจะยังไม่ เข้าใจถึง กระบวนการการ ส่งเสริมการขาย ของตราสินค้าทำ ให้เกิดความไม่ พอใจเกิดขึ้นได้
บุคคล (People)	มีกลุ่มเป้าหมาย ชัดเจน	รูปแบบเสื้อผ้าที่มี รูปแบบชัดเจน เป็นเอกลักษณ์ ทำให้มีกลุ่มลูกค้า ที่ไม่หลากหลาย มากนัก	การขาย กลุ่มเป้าหมายให้มี ความหลากหลาย ของช่วงวัยในสังคม	พฤติกรรมกร เลือกซื้อสินค้า เครื่องแต่งกายที่ เปลี่ยนไปอย่าง รวดเร็วของกลุ่ม ลูกค้า
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	มีเอกลักษณ์ เฉพาะสร้าง ความน่าจดจำ และมี รายละเอียดของ บรรจุภัณฑ์ที่ดี เพื่อป้องกันการ เสียหาย	การผลิตบรรจุ ภัณฑ์มีต้นทุนที่สูง	การเปลี่ยนแปลง วัสดุที่ใช้เพื่อให้ สอดคล้องกับ กระแสนิยมของ โลก เช่น การใช้วัสดุรี ไซเคิล หรือการ วัสดุที่สามารถนำ กลับมาใช้ใหม่ได้	ต้นทุนของการ ผลิตบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความ ปลอดภัยกับ เสื้อผ้าที่เป็น สินค้า
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	ตราสินค้ามีการ สร้างสรรค์ รูปแบบ การตัด เย็บ รายละเอียด การตกแต่งและ	การที่มีรูปแบบที่ หลากหลายทำให้ ภาพจำของตรา สินค้าไม่ชัดเจน มากนัก ยกเว้น	การพัฒนารูปแบบ ของเอกลักษณ์ ดั้งเดิมของตรา สินค้าให้มีความ ร่วมสมัยทันต่อ	การลอก เลียนแบบที่ เกิดขึ้นอย่าง รวดเร็วทำให้ตรา สินค้าต้องคิดหา

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	เอกลักษณ์ เฉพาะที่ชัดเจน	เครื่องแต่งกายที่ ใช้สัญลักษณ์ของ ตราสินค้า	กระแสนิยมใน ปัจจุบัน	วิธีการสร้างสรรค์ การจดจำใหม่ใน รูปแบบใหม่อยู่ เสมอ

ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

4) ตราสินค้า Milin

ตราสินค้า Milin ก่อตั้งโดย คุณมี มิลิน ยุวจริสกุล ก่อตั้งเมื่อปี 2009 โดยรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของตราสินค้า Milin แบบ Day-to-Night ที่เมื่อสวมใส่กลางวันก็ดูเก๋ ชิค มีความโดดเด่น และพร้อมจะไปปาร์ตี้ตอนค่ำ ก็ดูเปรี้ยว หรุหรา และน่าค้นหา เพื่อให้รูปแบบสินค้าสามารถตอบโจทย์ผู้หญิงคนเมืองในปัจจุบันที่ต้องการความคล่องตัว และสินค้าเครื่องแต่งกายที่สามารถสวมใส่ได้หลากหลายโอกาส

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 140 ตารางข้อมูลตราสินค้า Milin

ตราสินค้า	Milin
โอกาสสวมใส่	Party-Business Party-Party
รูปแบบสินค้า	Sexy, Formal, Feminine
สถานที่จัด จำหน่ายใน ประเทศไทย	- The Emporium - Siam Paragon - Central Chidlom
ระดับราคาเฉลี่ย	7,000 บาทขึ้นไป
ภาพตัวอย่าง สินค้า	

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 141 ตารางการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 7P's ของตราสินค้า Milin

ส่วนผสมทางการตลาด 7P's	ตราสินค้า Milin
ผลิตภัณฑ์ (Product)	รูปแบบเครื่องแต่งกายลักษณะแบบเฟมินีน (Feminine) เซ็กซี่ (Sexy) แสดงถึงความเป็นผู้หญิงผ่านรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย มีรูปแบบที่เฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ โดดเด่น เหมาะกับการสวมใส่ในชีวิตประจำวันและโอกาสพิเศษ มีสินค้าที่หลากหลาย เช่น เสื้อผ้า รองเท้า และเครื่องประดับ
ราคา (Price)	ราคาเฉลี่ย 7,000 บาทขึ้นไป
การจัดจำหน่าย (Place)	- ช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ - ช่องทางการจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ The Emporium, Siam Paragon, Central Chidlom
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	- การใช้สื่อโฆษณาทางออนไลน์ที่ตราสินค้าเป็นเจ้าของ (Owned media) เช่น YouTube, Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter เป็นต้น - การใช้สื่อโฆษณาตราสินค้าจ้างบริษัทโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Paid media) ทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ นิตยสารออนไลน์ โฆษณบนเว็บไซต์ เป็นต้น ทางออฟไลน์ เช่น นิตยสาร ป้ายโฆษณา เป็นต้น - การเลือกใช้ ซูเปอร์สตาร์ (Superstar) และกลุ่มผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (Influencer) ในการโปรโมทและโฆษณาสินค้า
บุคคล (People)	- กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคของตราสินค้าสตรีที่ช่วงอายุวัยกลางคนอายุช่วง 27-37 ปี - เจเนอเรชัน มิลเลนเนียล (Generation Millennials) - กลุ่มสตรีในระดับกลาง (Middle Class) และระดับบน (Upper Class) - บุคลิกภาพมีความมั่นใจ ชอบความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสุขภาพที่ดี ชอบเข้าสังคม
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	ถุงกระดาษสีเบจอมสั้ม (สีประจำตราสินค้า) มีหูหิ้วพิมพ์ตราสินค้าสีดำ
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	การใช้ตราสินค้า Milin หรือตัว M

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 142 ตารางการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

ของตราสินค้า Milin

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์ชัดเจนในเรื่องของรูปแบบ วัสดุที่ใช้การผลิต ลวดลาย การตกแต่ง รายละเอียด และคุณภาพที่ดี โดยมีรูปแบบของสินค้าผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบเฉพาะและวัสดุ ทำให้มีวิธีการดูแลรักษาที่ค่อนข้างยาก	- การเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายของตราสินค้าทำให้กลุ่มเป้าหมายติดตามออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เป็นที่สนใจและเกิดความต้องการ - การที่ตราสินค้ารู้จักกลุ่มเป้าหมายสามารถออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้	- มีตราสินค้าคู่แข่งที่มีรูปแบบสินค้าคล้ายกันและมีราคาถูกกว่าเกิดขึ้นตลาด - สินค้าที่ลอกเลียนแบบ
ราคา (Price)	สินค้ามีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตราสินค้า	- ราคาของสินค้าทำให้กลุ่มลูกค้ามีจำนวนจำกัด - จากราคาสินค้าทำให้กลุ่มลูกค้าเลือกตราสินค้าที่คล้ายกันในราคาที่ต่ำกว่า	ตราสินค้าควรสร้างระดับราคาสินค้าให้มีความหลากหลายเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในช่วงวัยที่มีความหลากหลายในสังคม	- จากราคาสินค้าทำให้กลุ่มลูกค้าไม่เข้าใจถึงคุณค่าและคุณภาพของสินค้าอย่างแท้จริง - ภาวะปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
การจัดจำหน่าย (Place)	<p>- มีการจัดจำหน่ายง่าย</p> <p>สินค้าโดยมีสาขาสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในเขตเมืองหลวง</p> <p>- ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์และสามารถจัดส่งได้อย่างรวดเร็วภายในประเทศไทย</p>	<p>สถานที่จัดจำหน่ายสาขาในประเทศไทยมีจำกัดอยู่ในเฉพาะเขตเมืองหลวงของประเทศไทยเท่านั้น</p>	<p>การใช้ช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้นและสะดวกง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ และการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วมั่นคงต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้า</p>	<p>- การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในปัจจุบันทำให้กลุ่มลูกค้าเลือกซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น</p> <p>- การเลือกซื้อสินค้าจากหน้าของกลุ่มลูกค้า มีความต้องการความเป็นส่วนตัวเพิ่มมากขึ้นในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อความปลอดภัยจากสถานการณ์ในปัจจุบัน</p>
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	<p>การเลือกใช้สื่อทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ ทำให้ผู้คนจดจำได้ง่ายและการเลือกใช้ซูเปอร์สตาร์ในการโฆษณา</p>	<p>การลดราคาของสินค้าที่บ่อยทำให้ลูกค้ารอเลือกซื้อสินค้าเฉพาะช่วงเวลาของการลดราคาสินค้า</p>	<p>การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าให้มีความหลากหลายของช่วงวัยเพื่อให้ทันกับกลุ่มคนที่มีหลากหลายช่วงวัยในสังคม</p>	<p>กลุ่มลูกค้าใหม่อาจจะยังไม่เข้าใจถึงกระบวนการการส่งเสริมการขายของตราสินค้าทำให้เกิดความไม่พอใจเกิดขึ้นได้</p>
บุคคล (People)	<p>มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน</p>	<p>รูปแบบเสื้อผ้าที่มีรูปแบบชัดเจน</p>	<p>การขยายกลุ่มเป้าหมายให้มี</p>	<p>พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า</p>

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
		เป็นเอกลักษณ์ เช่น รูปแบบที่เซ็กซี่ (Sexy) ทำให้มี กลุ่มลูกค้าที่ไม่ หลากหลายมาก นัก	ความหลากหลาย ของช่วงวัยในสังคม	เครื่องแต่งกายที่ เปลี่ยนไปอย่าง รวดเร็วของกลุ่ม ลูกค้า
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	มีเอกลักษณ์ เฉพาะ	รูปแบบบรรจุ ภัณฑ์ทำจา กระดาษอาจจะ ทำให้เสื่อมสภาพ ได้ง่าย	การเปลี่ยนแปลง วัสดุที่ใช้เพื่อให้ สอดคล้องกับ กระแสนิยมของ โลก เช่น การใช้วัสดุรี ไซเคิล หรือการ วัสดุที่สามารถนำ กลับมาใช้ใหม่ได้	บรรจุภัณฑ์ที่มี รูปแบบคล้ายกับ ตราสินค้าอื่น อาจจะทำให้ เข้าใจผิดได้ง่าย
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	ตราสินค้ามีการ สร้างสรรค์ รูปแบบและ เอกลักษณ์ เฉพาะที่ชัดเจน	การที่มีรูปแบบ จำเพาะทำให้ สินค้ามีเอกลักษณ์ และเป็นที่ ต้องการของ กลุ่มเป้าหมายทำ ให้ถูกลอก เลียนแบบ และ จัดจำหน่ายใน ราคาที่ต่ำกว่า	การพัฒนาแบบ ของเอกลักษณ์ ดั้งเดิมของตรา สินค้าให้มีความ ร่วมสมัยทันต่อ กระแสนิยมใน ปัจจุบัน	การลอก เลียนแบบที่ เกิดขึ้นอย่าง รวดเร็วทำให้ตรา สินค้าต้องคิดหา วิธีการสร้างสรรค์ การจดจำใหม่ใน รูปแบบใหม่อยู่ เสมอ

ที่มา : ผู้วิจัย ธีรวัฒน์ อยู่ชมบุญ

5) ตราสินค้า Pyvet Studio

ตราสินค้า Pyvet Studio ก่อตั้งโดย คุณใหม่ พลัญจู้ พลาภา โดยมีแนวคิดการนำผ้าไหมซึ่งเป็นความท้าทายสำหรับดีไซเนอร์ โดยนำมาออกแบบและตัดเย็บ เพิ่มเติมใส่รายละเอียดการตกแต่ง การเดรปปิ้ง การคิดสร้างสรรค์ออกแบบโครงสร้างของเสื้อผ้าที่ไม่สมมาตรกัน (Asymmetric) เพื่อให้เกิดความแปลกใหม่และร่วมสมัย โดยการนำเอาผ้าไหมกับแรงบันดาลใจจากงานศิลปะ ผสมผสานเข้าด้วยกันเพื่อสร้างสรรค์ออกมาเป็นเสื้อผ้าสำหรับผู้หญิง เมื่อสวมใส่แล้วทำให้ดูเสน่ห์ โดดเด่น เหมาะสมกับทุก ๆ วาระโอกาสที่สำคัญสำหรับผู้หญิง

ตารางที่ 143 ตารางข้อมูลตราสินค้า Pyvet Studio

ตราสินค้า	Pyvet Studio
โอกาสสวมใส่	Party-Business Party-Party
รูปแบบสินค้า	Formal, Feminine, Identity, Sophisticated, Creative
สถานที่จัดจำหน่ายในประเทศไทย	- Pyvet (Head office)
ระดับราคาเฉลี่ย	18,000 บาทขึ้นไป
ภาพตัวอย่างสินค้า	

ที่มา : ผู้วิจัย ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 144 ตารางการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 7P's ของตราสินค้า Pyvet Studio

ส่วนผสมทางการตลาด 7P's	ตราสินค้า Pyvet Studio
ผลิตภัณฑ์ (Product)	รูปแบบเครื่องแต่งกายลักษณะแบบเฟมินีน (Feminine) แสดงถึงความเป็นผู้หญิงผ่านรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย มีรูปแบบที่เฉพาะตัว มีเอกลักษณ์โดดเด่น เหมาะกับการสวมใส่ในชีวิตประจำวันและโอกาสพิเศษ
ราคา (Price)	ราคาเฉลี่ย 18,000 บาทขึ้นไป
การจัดจำหน่าย (Place)	- ช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ - ช่องทางการจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ Pyvet (Head office)
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	- การใช้สื่อโฆษณาทางออนไลน์ที่ตราสินค้าเป็นเจ้าของ (Owned media) เช่น Facebook, Instagram เป็นต้น - การใช้สื่อโฆษณาตราสินค้าจ้างบริษัทโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Paid media) ทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ นิตยสารออนไลน์ เป็นต้น ทางออฟไลน์ เช่น นิตยสาร ป้ายโฆษณา เป็นต้น - การเลือกใช้ ซูเปอร์สตาร์ (Superstar) และกลุ่มผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (Influencer) ในการโปรโมทและโฆษณาสินค้า
บุคคล (People)	- กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคของตราสินค้าสตรีที่ช่วงอายุวัยกลางคนอายุช่วง 27-37 ปี - เจเนอเรชัน มิลเลนเนียล (Generation Millennials) - กลุ่มสตรีในระดับบน (Upper Class) - บุคลิกภาพมีความมั่นใจ ชอบความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสุขภาพที่ดี ชอบเข้าสังคม
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	ถุงกระดาษสีดำ มีหูหิ้วพิมพ์ตราสินค้าดำแบนูน หรือถุงคลุมเสื้อผ้าและไม้แขวน
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	การใช้ผ้าไหมไทยในออกแบบเสื้อผ้าและการตัดต่อผ้า

ที่มา : ผู้วิจัย ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 145 ตารางการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

ของตราสินค้า Pyvet Studio

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์ชัดเจนในเรื่องของรูปแบบ วัสดุที่ใช้การผลิต รายละเอียดและคุณภาพที่ดีโดยมีรูปแบบของสินค้าผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย	- ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบเฉพาะและวัสดุ ทำให้มีวิธีการดูแลรักษาที่ค่อนข้างยาก - ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่ไม่หลากหลาย	- การเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายของตราสินค้าทำให้กลุ่มเป้าหมายติดตามออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เป็นที่สนใจและเกิดความต้องการ	- มีตราสินค้าคู่แข่งที่มีรูปแบบสินค้าคล้ายกันและมีราคาถูกกว่าเกิดขึ้นตลาด
ราคา (Price)	สินค้ามีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตราสินค้า	- ราคาของสินค้าทำให้กลุ่มลูกค้ามีจำนวนจำกัด - จากราคาสินค้าทำให้กลุ่มลูกค้าเลือกตราสินค้าที่คล้ายกันในราคาที่ต่ำกว่า	ตราสินค้าควรสร้างระดับราคาสินค้าให้มีความหลากหลาย	- จากราคาสินค้าทำให้กลุ่มลูกค้าไม่เข้าใจถึงคุณค่าและคุณภาพของสินค้าอย่างแท้จริง - ภาวะปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<p style="text-align: center;">การจัดจำหน่าย (Place)</p>	<p>- มีการจัดจำหน่ายจ่ายสินค้าโดยมีสาขาสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในเขตเมืองหลวง</p> <p>- ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์และสามารถจัดส่งได้อย่างรวดเร็วภายในประเทศไทย</p>	<p>สถานที่จัดจำหน่ายสาขาในประเทศไทยมีจำกัดอยู่ที่เดียวในเฉพาะเขตเมืองหลวงของประเทศไทยเท่านั้น</p>	<p>การใช้ช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้นและสะดวกง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ และการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วทันต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้า</p>	<p>- การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในปัจจุบันทำให้กลุ่มลูกค้าเลือกซื้อสินค้าทางช่องทางการออนไลน์เพิ่มมากขึ้น</p> <p>- การเลือกซื้อสินค้าจากร้านหน้าของกลุ่มลูกค้า มีความต้องการความเป็นส่วนตัวเพิ่มมากขึ้นในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อความปลอดภัยจากสถานการณ์ในปัจจุบัน</p>
<p style="text-align: center;">การส่งเสริมการขาย (Promotion)</p>	<p>การเลือกใช้สื่อทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ ทำให้ผู้คนจดจำได้ง่ายและการเลือกใช้ซูเปอร์สตาร์ในการโฆษณา</p>	<p>การส่งเสริมการขายน้อยทำให้กลุ่มลูกค้าไม่รู้จักรตราสินค้ามากนัก</p>	<p>การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าให้มีความหลากหลายของช่วงวัยเพื่อให้ทันกับกลุ่มคนที่มีหลากหลายช่วงวัยในสังคม</p>	<p>กลุ่มลูกค้าใหม่อาจจะยังไม่เข้าใจถึงกระบวนการการส่งเสริมการขายของตราสินค้าทำให้เกิดความไม่พอใจเกิดขึ้นได้</p>

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
บุคคล (People)	มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน	รูปแบบเสื้อผ้าที่มีรูปแบบชัดเจนเป็นเอกลักษณ์ กลุ่มลูกค้าที่ไม่หลากหลายมากนัก	การขยายกลุ่มเป้าหมายให้มีความหลากหลายของช่วงวัยในสังคม	พฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วของกลุ่มลูกค้า
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	มีเอกลักษณ์เฉพาะ	รูปแบบบรรจุภัณฑ์ทำจากระดาษอาจจะทำให้เสื่อมสภาพได้ง่าย	การเปลี่ยนแปลงวัสดุที่ใช้เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสนิยมของโลก เช่น การใช้วัสดุรีไซเคิล หรือการวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบคล้ายกับตราสินค้าอื่น อาจจะทำให้เข้าใจผิดได้ง่าย
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	ตราสินค้ามีการสร้างสรรค์รูปแบบและเอกลักษณ์เฉพาะที่ชัดเจน	รูปแบบเสื้อผ้าที่ไม่ได้แตกต่างจากตราสินค้าอื่น ๆ ในตลาดทำให้กลุ่มลูกค้ามีตัวเลือกที่หลากหลาย	การพัฒนา รูปแบบของเอกลักษณ์ดั้งเดิมของตราสินค้าให้มีความร่วมสมัยทันต่อกระแสนิยมในปัจจุบัน	การลอกเลียนแบบที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้ตราสินค้าต้องคิดหาวิธีการสร้างสรรค์การจดจำใหม่ในรูปแบบใหม่อยู่เสมอ

ที่มา : ผู้วิจัย ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

5.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวย์ (Party wear)

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดของตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวย์ ที่จัดจำหน่ายอยู่ในตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวย์ในประเทศ ทั้ง 5 ตราสินค้า ได้แก่ (1) ตราสินค้า Saint Laurent (2) ตราสินค้า Versace (3) ตราสินค้า Valentino (4) ตราสินค้า Milin (5) ตราสินค้า Pyvet Studio เพื่อทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลตราสินค้าโดยใช้หลักการวิเคราะห์ทางการตลาดของตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกาย ได้แก่ การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 7P's และการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวย์ (Party Wear) โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ตารางที่ 146 ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดของตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้ในประเทศไทย

ส่วนผสมทางการตลาด		ตราสินค้า			
7P's	Saint Laurent	Versace	Valentino	Milin	Pyvet Studio
ผลิตภัณฑ์ (Product)	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้ (Party- Casual)	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้ (Party- Casual) (Party- Business)	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้ (Party- Party)	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้ (Party- Casual) (Party- Business)	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้ (Party- Business)
ราคา (Price)	50,000 บาทขึ้นไป	40,000 บาทขึ้นไป	150,000 บาทขึ้นไป	7,000 บาทขึ้นไป	18,000 บาทขึ้นไป
การจัดจำหน่าย (Place)	- ช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ - ช่องทางการจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ The Emquartier, ICONSIAM, Central Embassy	- ช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ - ช่องทางการจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ ICONSIAM, Central Embassy	- ช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ - ช่องทางการจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ The Emquartier, King Power Rangnam, Central Embassy	- ช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ - ช่องทางการจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ The Emporium, Siam Paragon, Central Chidlom	- ช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ - ช่องทางการจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ Pyvet (Head office)
การส่งเสริมการขาย	การใช้สื่อทางช่องทางออนไลน์	การใช้สื่อทางช่องทางออนไลน์	การใช้สื่อทางช่องทางออนไลน์	การใช้สื่อทางช่องทางออนไลน์	การใช้สื่อทางช่องทางออนไลน์

ตราสินค้า					
ส่วนผสมทางการตลาด 7P's (Promotion)	Saint Laurent	Versace	Valentino	Milin	Pyvet Studio
	<p>- ออฟไลน์</p> <p>- กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคของตราสินค้าสตรีที่ช่วงอายุวัยกลางคนอายุช่วง 27-37 ปี</p> <p>- เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennials)</p> <p>- กลุ่มสตรีในระดับกลาง (Middle Class) และระดับบน (Upper Class)</p> <p>- บุคลิกภาพมีความมั่นใจ ชอบความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสุขภาพที่ดี ชอบเข้าสังคม</p>	<p>- ออฟไลน์</p> <p>- กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคของตราสินค้าสตรีที่ช่วงอายุวัยกลางคนอายุช่วง 27-37 ปี</p> <p>- เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennials)</p> <p>- กลุ่มสตรีในระดับกลาง (Middle Class) และระดับบน (Upper Class)</p> <p>- บุคลิกภาพมีความมั่นใจ ชอบความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสุขภาพที่ดี ชอบเข้าสังคม</p>	<p>- ออฟไลน์</p> <p>- กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคของตราสินค้าสตรีที่ช่วงอายุวัยกลางคนอายุช่วง 27-37 ปี</p> <p>- เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennials)</p> <p>- กลุ่มสตรีในระดับกลาง (Middle Class) และระดับบน (Upper Class)</p> <p>- บุคลิกภาพมีความมั่นใจ ชอบความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสุขภาพที่ดี ชอบเข้าสังคม</p>	<p>- ออฟไลน์</p> <p>- กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคของตราสินค้าสตรีที่ช่วงอายุวัยกลางคนอายุช่วง 27-37 ปี</p> <p>- เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennials)</p> <p>- กลุ่มสตรีในระดับกลาง (Middle Class) และระดับบน (Upper Class)</p> <p>- บุคลิกภาพมีความมั่นใจ ชอบความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสุขภาพที่ดี ชอบเข้าสังคม</p>	<p>- ออฟไลน์</p> <p>- กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคของตราสินค้าสตรีที่ช่วงอายุวัยกลางคนอายุช่วง 27-37 ปี</p> <p>- เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennials)</p> <p>- กลุ่มสตรีในระดับบน (Upper Class) และระดับบน (Upper Class)</p> <p>- บุคลิกภาพมีความมั่นใจ ชอบความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสุขภาพที่ดี ชอบเข้าสังคม</p>

**บุคคล
(People)**

ตราสินค้า					
ส่วนผสมทางการตลาด	Saint Laurent	Versace	Valentino	Milin	Pyvet Studio
7P's	กล่องและถุงกระดาษ พิมพ์ตราสินค้า	กล่องและถุงกระดาษ พิมพ์ตราสินค้า	ใส่ในถุงคลุมอย่างดี พิมพ์ตราสินค้า	ถุงกระดาษ พิมพ์ตรา สินค้า	ถุงกระดาษ พิมพ์ตรา สินค้า
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	- เสื้อผ้าสุททหรงสำหรับ ผู้หญิงแบบต้นแบบจาก Le Smoking - การใช้ตราสินค้าช่วย YSL ในการทำเป็น อะไหล่ (Hard wear) เพื่อตกแต่งเสื้อผ้า	- สัญลักษณ์ตราสินค้า รูป เมดูซ่า (Medusa) ลายแถบแบบศิลปะกรีก โรมัน - รูปแบบลวดลายที่เป็น เอกลักษณ์ ศิลปะแบบ Rococo - การใช้ตราสินค้า Versace หรือตัว V	- เสื้อผ้าเครื่องแต่งที่ถูก ตัดเย็บอย่างประณีต มี เสื้อผ้าสีแดงในทุก ฤดูกาล - การประดับตกแต่ง รายละเอียดเสื้อผ้าอย่าง ประณีต - การใช้ตราสัญลักษณ์ ตราสินค้า “V” ย่อมา จาก Valentino	การใช้ตราสินค้า Milin หรือตัว M	การใช้ผ้าใหม่ไทยใน ออกแบบเสื้อผ้าและการ ตัดต่อผ้า
การจัดจำหน่าย (Purple Cow)					

ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษานันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 147 ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดของตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรี
ปาร์ตี้แวร์ในประเทศไทย

ส่วนผสมทาง การตลาด 7P's	ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ในประเทศไทย
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ตราสินค้าส่วนใหญ่ในตลาดของตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีประเภท ปาร์ตี้แวร์ในประเทศไทยมีรูปแบบเครื่องแต่งกายลักษณะแบบเฟมินีน (Feminine) มีรูปแบบที่เฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ โดยรูปแบบดีไซน์ การ สร้างสรรค์สินค้าที่หลากหลายมีความพิเศษ เหมาะกับการสวมใส่ในโอกาส พิเศษ มีสินค้าที่หลากหลาย เช่น เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น
ราคา (Price)	ราคาเฉลี่ย 10,000 บาทขึ้นไป
การจัดจำหน่าย (Place)	- ช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ - ช่องทางการจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ ICONSIAM, Central Embassy
การส่งเสริม การขาย (Promotion)	- การใช้สื่อโฆษณาทางออนไลน์ที่ตราสินค้าเป็นเจ้าของ (Owned media) เช่น YouTube, Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter เป็นต้น - การใช้สื่อโฆษณาตราสินค้าจ้างบริษัทโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Paid media) ทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ นิตยสารออนไลน์ โฆษณานบนเว็บไซต์ เป็นต้น ทางออฟไลน์ เช่น นิตยสาร ป้ายโฆษณา เป็นต้น - การเลือกใช้ Brand Ambassador ซุปเปอร์สตาร์ (Superstar) กลุ่มผู้มี อิทธิพลบนโลกออนไลน์ (Influencer)
บุคคล (People)	- กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคของตราสินค้าสตรีที่ช่วงอายุวัยกลางคนอายุช่วง 27- 37 ปี - เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennials) - กลุ่มสตรีในระดับกลาง (Middle Class) และระดับบน (Upper Class) - บุคลิกภาพมีความมั่นใจ ชอบความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสุขภาพ ที่ดี ชอบเข้าสังคม
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	สินค้าด้านในใส่ถุงผ้าใส่กล่องกระดาษ พิมพ์ตราสินค้า ดูกระดาษพิมพ์ตราสินค้า

ส่วนผสมทาง การตลาด 7P's	ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ในประเทศไทย
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	<ul style="list-style-type: none"> - การนำรูปแบบของตราสินค้ามาสร้างเป็นเอกลักษณ์เพื่อให้เกิดความน่าจดจำ - การเลือกใช้วัสดุที่เป็นเอกลักษณ์ - การสร้างสรรค์เสื้อผ้าจากเทคนิคการตัดเย็บในรูปแบบต่าง ๆ และการเลือกใช้เทคนิคเหล่านั้นซ้ำ ๆ และดัดแปลง เพื่อให้เกิดภาพจำเกิดเป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้า

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 148 ตารางสรุปการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)
ของตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ในประเทศไทย

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ในประเทศไทย นั้นมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์ชัดเจนในเรื่องของรูปแบบ วัสดุที่ใช้การผลิต ลวดลาย การตกแต่ง รายละเอียด และคุณภาพที่ดี โดยมีรูปแบบของสินค้าผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย	ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ในประเทศไทยมีรูปแบบผลิตภัณฑ์เฉพาะและวัสดุทำให้มีวิธีการดูแลรักษาที่ค่อนข้างยาก	<ul style="list-style-type: none"> - การเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายของตราสินค้าทำให้กลุ่มเป้าหมายติดตามออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เป็นที่สนใจและเกิดความต้องการ - การที่ตราสินค้ารู้จักกลุ่มเป้าหมายสามารถออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์มีตราสินค้าคู่แข่งที่มีรูปแบบสินค้าคล้ายกันและมีราคาถูกกว่า - สินค้าที่ลอกเลียนแบบ

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ราคา (Price)	สินค้ามีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของตราสินค้า	- ราคาของสินค้าทำให้กลุ่มลูกค้ามีจำนวนจำกัด - จากราคาสินค้าทำให้กลุ่มลูกค้าเลือกตราสินค้าที่คล้ายกันในราคาที่ต่ำกว่า - ราคาที่สูงทำให้ลูกค้ามีส่วนในการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าสูง	ตราสินค้าควรสร้างระดับราคาสินค้าให้มีความหลากหลายเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในช่วงวัยที่มีความหลากหลายในสังคม	- จากราคาสินค้าทำให้กลุ่มลูกค้าไม่เข้าใจถึงคุณค่าและคุณภาพของสินค้าอย่างแท้จริง - ภาวะปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น
การจัดจำหน่าย (Place)	ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ในประเทศไทยมีการจัดจำหน่ายจ่ายสินค้าโดยมีสาขาสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในเขตเมืองหลวงของประเทศไทย	สถานที่จัดจำหน่ายสาขาในประเทศไทยมีจำกัดอยู่ในเฉพาะเขตเมืองหลวงของประเทศไทยเท่านั้น	การใช้ช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้นและสะดวกง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ และการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วมั่นคงต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้า	- การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในปัจจุบันทำให้กลุ่มลูกค้าเลือกซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น - การเลือกซื้อสินค้าจากร้านหน้าของกลุ่มลูกค้า มีความต้องการความเป็นส่วนตัวเพิ่มมากขึ้นในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อความปลอดภัยจากสถานการณ์ในปัจจุบัน

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
การส่งเสริม การขาย (Promotion)	ตราสินค้าแฟชั่น เครื่องแต่งกาย สตรีปาร์ตี้แวร์ใน ประเทศไทยมา การเลือกใช้สื่อ ทั้งแบบออฟไลน์ และออนไลน์ ทำ ให้ผู้คนจดจำได้ ง่ายและการ เลือกใช้ ซุปเปอร์สตาร์ใน การโฆษณา	- การส่งเสริมการ ขายขึ้นอยู่กับ บริษัทเจ้าของตรา สินค้าทำให้สาขา อื่นในต่างประเทศ ทำการส่งเสริม การขายได้ยาก - การลดราคาของ สินค้าที่บ่อยทำให้ ลูกค้ารอเลือกซื้อ สินค้าเฉพาะ ช่วงเวลาของการ ลดราคาสินค้า	การสร้าง ภาพลักษณ์ตรา สินค้าให้มีความ หลากหลายของ ช่วงวัยเพื่อให้ทัน กับกลุ่มคนที่มี หลากหลายช่วงวัย ในสังคม	กลุ่มลูกค้าใหม่ อาจจะไม่ เข้าใจถึง กระบวนการการ ส่งเสริมการขาย ของตราสินค้าทำ ให้เกิดความไม่ พอใจเกิดขึ้นได้
บุคคล (People)	มีกลุ่มเป้าหมาย ชัดเจน	รูปแบบเสื้อผ้าที่มี รูปแบบชัดเจน เป็น ทำให้มีกลุ่ม ลูกค้าที่ไม่ หลากหลายมาก นึก	การขยาย กลุ่มเป้าหมายให้มี ความหลากหลาย ของช่วงวัยในสังคม	พฤติกรรมการ เลือกซื้อสินค้า เครื่องแต่งกายที่ เปลี่ยนไปอย่าง รวดเร็วของกลุ่ม ลูกค้า
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	มีเอกลักษณ์ เฉพาะ	รูปแบบบรรจุ ภัณฑ์ทำจา กระดาษอาจจะ ทำให้เสื่อมสภาพ ได้ง่าย	การเปลี่ยนแปลง วัสดุที่ใช้เพื่อให้ สอดคล้องกับ กระแสนิยมของ โลก เช่น การใช้วัสดุรี ไซเคิล หรือการ วัสดุที่สามารถนำ กลับมาใช้ใหม่ได้	บรรจุภัณฑ์ที่มี รูปแบบคล้ายกับ ตราสินค้าอื่น อาจจะทำให้ เข้าใจผิดได้ง่าย

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	ตราสินค้ามีการ สร้างสรรค์ รูปแบบและ เอกลักษณ์ เฉพาะที่ชัดเจน	การที่มีรูปแบบ จำเพาะทำให้ สินค้ามีเอกลักษณ์ และเป็นที่ ต้องการของ กลุ่มเป้าหมายทำ ให้ถูกลอก เลียนแบบ และ จัดจำหน่ายใน ราคาที่ต่ำกว่า	การพัฒนารูปแบบ ของเอกลักษณ์ ดั้งเดิมของตรา สินค้าให้มีความ ร่วมสมัยทันต่อ กระแสนิยมใน ปัจจุบัน	การลอก เลียนแบบที่ เกิดขึ้นอย่าง รวดเร็วทำให้ตรา สินค้าต้องคิดหา วิธีการสร้างสรรค์ การจดจำใหม่ใน รูปแบบใหม่อยู่เสมอ

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ผลสรุปข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)

จากการกระบวนการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จาก
การแปรรูปน้ำยาราลาเท็กซ์สำหรับสตรีคริสเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อเพิ่ม
มูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะที่มีความ
สอดคล้องกับนวัตกรรมการแปรรูปน้ำยาราลาเท็กซ์ (Para Latex) และสอดคล้องกับความต้องการ
ของกลุ่มเป้าหมายสตรีคริสเอทีฟคลาส โดยผู้ได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ
เพื่อนำแนวคิดและองค์ประกอบที่ได้จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะมาประยุกต์ใช้ในการ
การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับงานวิจัย โดยสามารถวิเคราะห์ผลสรุปจากการศึกษาแนวคิด
ทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะได้ดังนี้

6.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)

จากการศึกษาข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) โดยเป็นแนวคิดทฤษฎีทางศิลปะไร้รูปลักษณะ มีความสอดคล้องกับวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ในการสร้างสรรค์ลวดลายและเทคนิครายละเอียดต่าง ๆ โดยสามารถวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ ได้ดังนี้

ศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) เป็นศิลปะที่ใช้การแยกความรู้สึก หรืออารมณ์ ออกจากความจริงมีการประสานกลมกลืนขององค์ประกอบ และทัศนธาตุ หรืออาจจะมีการเขียนภาพ แล้วให้ความรู้สึกพลาหมัว ไม่ชัดเจน มีการใช้สีลาแบบซ้ำ ๆ กัน ผลงานเป็นงานที่แทบจะไม่มีเค้าโครง เดิมของธรรมชาติอยู่เลย การถ่ายทอดก็จะไม่สนใจเรื่องราวที่ตาเห็น แต่จะตีความออกมาในอีก รูปแบบหนึ่งโดยใช้ความรู้สึก³⁴ ศิลปะไร้รูปลักษณะหรือศิลปะนามธรรม สามารถแยกรูปแบบจากแรงบันดาลใจในการสร้างผลงานเป็น 2 รูปแบบ ได้ (1) รูปแบบแรงบันดาลใจโรแมนติก (Romantic) คือ ได้รับแรงบันดาลใจมาจากสิ่งมีชีวิต ธรรมชาติ สิ่งรอบตัว ศิลปินจะสร้างสรรค์งานได้อย่างมีอิสระมีอารมณ์เป็นพื้นฐาน แสดงความรู้สึกภายในออกมาได้อย่างอิสระ (2) รูปแบบแรงบันดาลใจคลาสสิก (Classic) มีแรงบันดาลใจจากรูปทรงแบบเรขาคณิต มีการวางแผน มีกฎเกณฑ์ (อาจจะคิดขึ้นเองจากกรอบแนวคิดและการทำงานของศิลปิน)³⁵

โดยจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อให้เห็นถึงแนวคิดและองค์ประกอบของการออกแบบ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานจากศิลปินที่ใช้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อศึกษาแนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบผลงาน



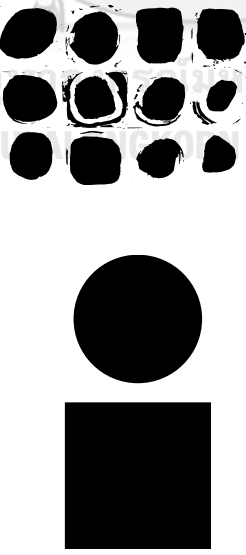



³⁴ วรณธนา จิรมหาศาล

³⁵ กำจร สุนพงษ์ศรี, 2522

6.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ


จากการศึกษาแนวความคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกศิลปินและผลงานทางศิลปะเพื่อทำการศึกษาถึงแนวคิด องค์ประกอบและรายละเอียดของผลงาน เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบงานวิจัย โดยได้ทำการคัดเลือกศิลปินทั้งหมด 3 ท่าน ได้แก่ (1) วาซีลี คันตันสกี (Wassily Kandinsky) (2) แจ็คสัน พอลล็อก (Jackson Pollock) (3) มอร์ริส หลุยส์ (Morris Louis) โดยทั้ง 3 ท่าน เป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงและมีผลงานจากแนวความคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะหรือศิลปะนามธรรม ที่มีผลงานเป็นที่พูดถึงและเป็นแรงบันดาลใจให้กับคนรุ่นหลังในการสร้างสรรค์ผลงาน ผู้วิจัยได้ทำงานการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานของศิลปินทั้ง 3 ท่าน โดยวิเคราะห์องค์ทางศิลปะ แนวคิด รายละเอียด เทคนิค โครงร่างเงา สี และเทคนิคที่สอดคล้องกับการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ได้ดังนี้

ตารางที่ 149 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Color Study. Squares with Concentric Circle, 1913”

ชื่อ ผลงาน	Color Study. Squares with Concentric Circles, 1913		
		ศิลปิน	Wassily Kandinsky
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	ภาพวาดที่เกิดจากการศึกษาการรับรู้ถึงเรื่องการผสมสีต่าง ๆ ที่จิตรกรใช้ในกระบวนการสร้างสรรค์ คันทันสกีให้ความสำคัญขององค์ประกอบของสี สีมิจิตวิญญาน คันทันสกีสามารถได้ยินสี ได้ยิน เสียงจากสี		
เทคนิคการสร้าง ผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการ ออกแบบแฟชั่น
<p>- ฟู่กันสีน้ำ, ดินสอสี</p> 	<p>Asymmetric, Geometric</p> 	<p>- Vivid Color</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Embroidery</p> 
ที่มาภาพ	https://www.wassilykandinsky.net/work-370.php		

ที่มา ธีรวัฒน์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 150 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition VII, 1913

ชื่อผลงาน	Composition VII, 1913		
		ศิลปิน	Wassily Kandinsky
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยค้นค้นสก็ ใช้เวลาวาดเพียง 4 วัน เป็นภาพที่สื่อถึง การฟื้นคืนชีพและวันพิพากษา ในสวนเอเดน		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- สีน้ำมัน  - รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) 	Asymmetric, Geometric, Line Art   	- Vivid Color 	- Embroidery 
ที่มาภาพ	https://www.wassilykandinsky.net/work-36.php		

ที่มา ฐฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 151 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Circles in a Circle, 1923

ชื่อผลงาน	Circles in a Circle, 1923		
		ศิลปิน	Wassily Kandinsky
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	<p>ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยค้นค้นสีกี่ ตั้งใจจะสร้างภาษาแห่งนามธรรมโดยเน้นให้เป็นรูปแบบกับโน้ตของดนตรี โดยการภาพในการสื่อสาร “รูปร่างของมันเอง แม้ว่าจะป็นนามธรรม แต่มันมีเสียงภายในของมัน” ค้นค้นสีกี่กำลังสร้างกฎสร้างกลและทัศนศิลป์</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีนํ้ามัน</p>  <p>- รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)</p> 	<p>Asymmetric, Geometric, Line Art</p> 	<p>- Vivid Color</p> 	<p>- Paint, Graphic,</p>  <p>- Embroidery</p> 
ที่มาภาพ	https://www.wassilykandinsky.net/work-247.php		





ทีมา ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 152 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition VIII, 1923

ชื่อผลงาน	Composition VIII, 1923		
		ศิลปิน	Wassily Kandinsky
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	<p>ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยค้นค้นสีกี่ ตั้งใจจะสร้างภาษาแห่งนามธรรมโดยเน้นให้เป็นรูปแบบกับโน้ตของดนตรี โดยการภาพในการสื่อสาร “รูปร่างของมันเอง แม้ว่าจะป็นนามธรรม แต่มันมีเสียงภายในของมัน” ค้นค้นสีกี่กำลังสร้างกฎสร้างกลและทัศนศิลป์</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีน้ำมัน</p>  <p>- รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)</p> 	<p>Asymmetric, Geometric, Line Art</p>  <p>ที่มา ณัฐนันท์ อยู่ชุม</p>	<p>- Vivid Color</p> 	<p>- Paint, Graphic,</p>  <p>- Embroidery</p> 
ที่มาภาพ	<p>https://www.wassilykandinsky.net/images/works/50.jpg?version=7</p>		



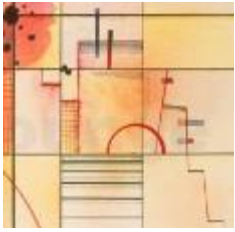
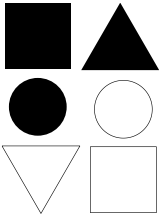



ที่มา ณัฐนันท์ อยู่ชุมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 153 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Form Cool Depths, 1928”

ชื่อผลงาน	Form Cool Depths, 1928		
	ศิลปิน	Wassily Kandinsky	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยคั่นด้วยสี ใช้สีน้ำทำให้ภาพเกิดความรู้สึกเหมือนสว่างขึ้น โดยใช้ความฟุ้งของสี		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- สีน้ำ  - รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) 	Asymmetric, Geometric 	- Warm Tone 	- Paint, Graphic  - Layer, Embroidery 
ที่มาภาพ	https://www.nortonsimon.org/art/detail/P.1953.215		




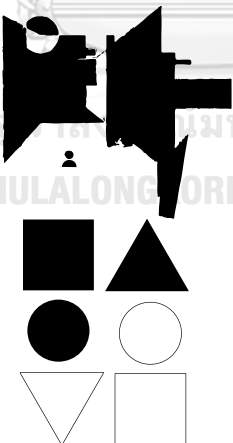



ทีมา ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 154 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Varied Rectangles, 1929

ชื่อผลงาน	Varied Rectangles, 1929		
	ศิลปิน	Wassily Kandinsky	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยค้นค้นสกี		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- สีน้ำ และหมึกอินเดีย  - รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) 	Asymmetric, Geometric 	- Warm Tone 	- Paint, Graphic  - Layer, Embroidery 
ที่มาภาพ	https://www.wassilykandinsky.net/work-614.php		

ที่มา ธีรรัตน์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 155 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : After Right – To the left, 1932”

ชื่อผลงาน	After Right – To the Left, 1932		
	ศิลปิน	Wassily Kandinsky	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยค้นค้นสี และการสร้างรูปให้ดูมีมิติความลึกจากการใช้สี		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีน้ำมัน</p>  <p>- รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)</p> 	<p>Asymmetric, Geometric</p> 	<p>- Earth Tone Pastel Color</p> 	<p>- Paint, Graphic, Si</p>  <p>- Cutting: Color block</p> 
ที่มาภาพ	https://www.wassilykandinsky.net/work-567.php		

ที่มา ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 156 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Succession, 1935

ชื่อผลงาน	Succession, 1935		
		ศิลปิน	Wassily Kandinsky
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยค้นค้นสีกี่ ผสมผสานกับรูปทรงธรรมชาติ จากความคิดจะสร้างภาษาเพื่อสื่อสารถึงผู้ชมจากพลังของสีและรูปทรง		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- สีน้ำมัน  - รูปทรงธรรมชาติ (Biomorphic) 	Asymmetric, Geometric, Biomorphic  	- Vivid color 	- Paint, Graphic, te   - Layer, Embroidery  
ที่มาภาพ	https://www.wassilykandinsky.net/work-377.php		

ที่มา ฐานันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 157 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition X, 1939




ชื่อผลงาน	Composition X, 1939		
	ศิลปิน	Wassily Kandinsky	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	<p>ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยคันตันสกี เป็นภาพด้านองค์ประกอบสุดท้ายของเขา และใช้รูปทรงตามธรรมชาติมาผสมเข้ากับรูปทรงเรขาคณิต และทำให้ภาพองค์ประกอบเด่นด้วยการใช้พื้นหลังสีดำซึ่งเป็นสีที่เขาไม่ชอบเท่าไหร่นัก</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีส้ม</p>  <p>- รูปทรงตามธรรมชาติ (Biomorphic)</p> 	<p>Asymmetric, Geometric, Biomorphic</p>  	<p>- Vivid Color</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Patchwork</p> 
ที่มาภาพ	<p>https://www.wassilykandinsky.net/work-62.php</p>		

ตารางที่ 158 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Wassily Kandinsky : Composition XI, 1936

ชื่อผลงาน	Composition XI, 1936		
	ศิลปิน	Wassily Kandinsky	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	<p>ภาพวาดที่ใช้แนวคิดของรูปทรงเรขาคณิต (Geometric) โดยคั่นด้วยเส้น เป็นภาพด้านองค์ประกอบสุดท้ายของเขา และใช้รูปทรงตามธรรมชาติมาผสมเข้ากับรูปทรงเรขาคณิต</p> <p>เน้นการใส่สีพื้นหลังเพื่อให้สะดุดตามากขึ้น ส่องพลังของสีเพิ่มมากขึ้น</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีน้ำมัน</p>  <p>- รูปทรงตามธรรมชาติ (Biomorphic)</p> 	<p>Asymmetric, Geometric, Biomorphic</p>  	<p>- Vivid Color</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Layer, Embroidery</p> 
ที่มาภาพ	https://www.wassilykandinsky.net/work-57.php		



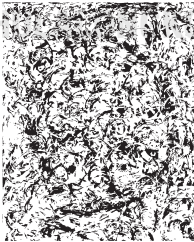



ทิมา ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 159 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Free Form, 1946

ชื่อผลงาน	Free Form, 1946		
		ศิลปิน	Jackson Pollock
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	เป็นภาพแรกที่ศิลปินเริ่มใช้ที่เทคนิคการสร้างสรรคผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยการทาพื้นสีแดง แล้วใช้สีดำและสีขาว โดยการหยดสีและสาดสี และการวาดแปร่งพุกันและแทงไม้ไปทั่วรูป		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การทาสี, หยดสี 	Asymmetric, Freeform 	- Contrast 	- Paint, Graphic 
- การปาดแปร่ง 			- Weaving 
ที่มาภาพ	https://www.moma.org/collection/works/79690		






ที่มา ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 160 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Shimmering, 1946

ชื่อผลงาน	Shimmering, 1946		
		ศิลปิน	Jackson Pollock
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	การสร้างสรรคผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากแสงจากธรรมชาติของสภาพแวดล้อมในชนบทของ East Hampton ที่เขาย้ายไปอยู่ การส่องของแสงแดดในฤดูร้อน		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การบีบสีแล้วใช้นิ้วในการวาดหมุน วนไปทั่วรูป 	Asymmetric, Circle 	- Light Tone - Warm Tone 	- Paint, Graphic  - Laser cut, Embroidery 
ที่มาภาพ	https://www.moma.org/collection/works/78376		

ที่มา ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 161 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Summertime: Number 9A, 1948”

ชื่อผลงาน	Summertime: Number 9A, 1948		
	ศิลปิน	Jackson Pollock	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	การสร้างสรรคผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากท่ามกลางธรรมชาติ		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การเทสี หยดสี 	Asymmetric, Freeform 	- Vivid Tone 	- Paint, Graphic 
ที่มาภาพ	https://www.tate.org.uk/art/artworks/pollock-summertime-number-9a-t03977		

ทีมา ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 162 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Number 7, 1950

ชื่อผลงาน	Number 7, 1950		
	ศิลปิน	Jackson Pollock	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	การสร้างสรรคผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากท่ามกลางธรรมชาติ		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การสับดสี เหวียงสี  	Asymmetric, Freeform  	- Earth Tone Contrast 	- Paint, Graphic 
ที่มาภาพ	https://www.tate.org.uk/art/artworks/pollock-summertime-number-9a-t03977		

ที่มา ธีรรัตน์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 163 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Blue Poles: Number 11, 1952

ชื่อผลงาน	Blue Poles: Number 11, 1952		
	ศิลปิน	Jackson Pollock	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	การสร้างสรรค์ผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากท่ามกลางธรรมชาติ		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การเทสี ปาสี โยนสี สาดสี 	Asymmetric, Freeform  	- Vivid Tone - Contrast 	- Paint, Graphic 
ที่มาภาพ	https://www.jackson-pollock.org/blue-poles.jsp#		






ที่มา ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 164 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : One: Number 31, 1950”

ชื่อผลงาน	One: Number 31, 1950		
	ศิลปิน	Jackson Pollock	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	การสร้างสรรคผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art)		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การดีดสี 	Asymmetric, Freeform  	- Earth Tone 	- Paint, Graphic  - Embroidery 
ที่มาภาพ	https://www.moma.org/collection/works/78386		

ทีมา ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 165 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Untitled, 1950

ชื่อผลงาน	Untitled, 1950		
		ศิลปิน	Jackson Pollock
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	การสร้างสรรคผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากท่ามกลางธรรมชาติ โดยการเป่าสีจากหลอดใส่สีลงไปในผ้าใบเพื่อค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดศิลปะสมัยใหม่		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การเป่าสี  	Asymmetric, Freeform  	- Contrast 	- Paint, Graphic  - Texture : Weaving 
ที่มาภาพ	https://www.tate.org.uk/art/artworks/pollock-summertime-number-9a-t03977		

ที่มา ฐานันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 166 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Untitled, 1951

ชื่อผลงาน	Untitled, 1951		
	ศิลปิน	Jackson Pollock	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	การสร้างสรรค์ผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากท่ามกลางธรรมชาติ		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การหยดสี ตีสี  	Asymmetric, Freeform  	- Earth Tone 	- Paint, Graphic  
ที่มาภาพ	https://www.moma.org/collection/works/37765		

ทิมา ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 167 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : Untitled, 1953-54

ชื่อผลงาน	Untitled, 1953-1954		
		ศิลปิน	Jackson Pollock
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	การสร้างสรรค์ผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากท่ามกลางธรรมชาติ		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การปาดสีด้วยมือและ ด้ามแปรง  	Asymmetric, Freeform  	- Pastel Tone 	- Paint, Graphic  
ที่มาภาพ	https://www.moma.org/collection/works/35733		

ที่มา ธีรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 168 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Jackson Pollock : White Light, 1954

ชื่อผลงาน	White Light, 1954		
		ศิลปิน	Jackson Pollock
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	การสร้างสรรค์ผลงานด้วยเทคนิคการวาดโดยใช้ท่าทาง (Gestural Abstract Art) โดยได้แรงบันดาลใจมาจากท่ามกลางธรรมชาติ		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- การบีบสี ปาดสีด้วยนิ้วและแปรง  	Asymmetric, Freeform 	- Primary Color - Black & White 	- Paint, Graphic  - Embroidery 
ที่มาภาพ	https://www.moma.org/collection/works/79481		

ที่มา ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 169 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Convergent 1959

ชื่อผลงาน	Convergent, 1959		
		ศิลปิน	Morris Louis
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	<p>ภาพวาดจากคอลเลกชัน “Themes And Variations” 1959-1960 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้สีลาท่าทางของการไหลของสี สีที่หลุยส์ใช้เป็นสีอะคริลิกผสมกับเรซินและทินเนอร์เพื่อให้สีมีความใส และเกิดความเหลว</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีอะคริลิกผสมเรซินและทินเนอร์</p>  <p>- การไหลของสี</p> 	<p>Asymmetric, Freeform</p>  	<p>- Earth Tone</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Layer Color</p> 
ที่มาภาพ	<p>https://morrislouis.org/paintings/themes-and-variations/du220</p>		

ทิมา ณ์ฐันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 170 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)








จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Para VI, 1959

ชื่อผลงาน	Para VI, 1959		
	ศิลปิน	Morris Louis	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	ภาพวาดจากคอลเลคชัน “Themes And Variations” 1959-1960 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้สีลาท่าทางของการไหลของสีที่หลุยส์ใช้เป็นสีอะคริลิกผสมกับเรซินและทินเนอร์เพื่อให้มีความใส และเกิดความเหลว		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<ul style="list-style-type: none"> - สีอะคริลิกผสมเรซินและทินเนอร์ - การไหลของสี  	Asymmetric, Freeform 	<ul style="list-style-type: none"> - Vivid color 	<ul style="list-style-type: none"> - Paint, Graphic - Layer Color  
ที่มาภาพ	https://morrislouis.org/paintings/themes-and-variations/du234		

ทิมา ณ์ฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 171 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Saf, 1959

ชื่อผลงาน	Saf, 1959		
		ศิลปิน	Morris Louis
		ประเภท	จิตรกรรม
แนวคิด	ภาพวาดจากคอลเลคชัน “Themes And Variations” 1959-1960 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้สีลาท่าทางของการไหลของสี สีที่หลุยส์ใช้เป็นสีอะคริลิกผสมกับเรซินและทินเนอร์เพื่อให้สีมีความใส และเกิดความเหลว		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- สีอะคริลิกผสมเรซินและทินเนอร์ 	Asymmetric, Freeform 	- Warm Color 	- Paint, Graphic 
- การไหลของสี 			- Cutting 
ที่มาภาพ	https://morrislouis.org/pics/painting/du243.jpg		

ที่มา ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 172 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Untitled (Floral), 1959

ชื่อผลงาน	Untitled (Floral), 1959		
	ศิลปิน	Morris Louis	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	<p>ภาพวาดจากคอลเลคชั่น “Themes And Variations” 1959-1960 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้สีลาทำทางของการไหลของสีผสมกับการเป่าสี สีที่หลุยส์ใช้เป็นสีอะคริลิกผสมกับเรซินและทินเนอร์เพื่อให้มีความใสและเกิดความเหลว</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีอะคริลิกผสมเรซินและทินเนอร์</p>  <p>- การไหลของสีและการ</p> 	<p>Asymmetric, Freeform, Biomorphic</p> 	<p>- Earth Tone</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Embroidery</p> 
ที่มาภาพ	<p>https://morrislouis.org/pics/painting/du243.jpg</p>		

ที่มา ฐานันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 173 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Gamma Alpha, 1960

ชื่อผลงาน	Gamma Alpha, 1960		
	ศิลปิน	Morris Louis	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	ภาพวาดจากคอลเลคชั่น “Unfurled Paintings” 1960-1961 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้ลีลาท่าทางของการไหลของสี สีที่หลุยส์ใช้เป็นสีอะคริลิกผสมกับเรซินและทินเนอร์เพื่อให้สีมีความใส และเกิดความเหลว		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
- สีอะคริลิกผสมเรซินและทินเนอร์  - การไหลของสี 	Asymmetric, Freeform 	- Earth Tone 	- Paint, Graphic 
ที่มาภาพ	https://morrislouis.org/paintings/unfurled-paintings/du327		

ที่มา ฐานันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 174 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Alpha Eta, 1960

ชื่อผลงาน		Alpha Eta, 1960		
		ศิลปิน	Morris Louis	
		ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	<p>ภาพวาดจากคอลเลกชัน “Unfurled Paintings” 1960-1961 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้สีลาทำทางของการไหลของสี การหมุนผ้าใบเพื่อให้เกิดการไล่ของสีในทิศทางต่าง ๆ สีที่หลุยส์ใช้เป็นสีอะคริลิกผสมกับเรซินและทินเนอร์เพื่อให้มีความใส และเกิดความเหลว</p>			
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น	
<p>- สีอะคริลิกผสมเรซิน และทินเนอร์</p>  <p>- การไหลของสี</p> 	<p>Asymmetric, Freeform</p> 	<p>- Earth Tone Pastel Color</p> 	<p>- Paint, Graphic</p> 	
ที่มาภาพ	<p>https://morrislouis.org/paintings/unfurled-paintings/du322</p>			

ที่มา ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 175 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Delta Eta, 1960

ชื่อผลงาน	Delta Eta, 1960		
	ศิลปิน	Morris Louis	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	<p>ภาพวาดจากคอลเลกชัน “Unfurled Paintings” 1960-1961 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้ลีลาท่าทางของการไหลของสี โดยใช้วัสดุของผ้าใบที่ใช้วาดเป็นวัสดุมีการดูดซึมสีมากขึ้น การหมุนผ้าใบเพื่อให้เกิดการไล่ของสีในทิศทางต่าง ๆ การใช้สีที่เป็นเนื้อสีมีความสดของสีเพิ่มขึ้น เป็นการใช้สีสื่อถึงจินตนาการ</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีอะคริลิกผสมน้ำ</p>  <p>- การไหลของสี</p> 	<p>Asymmetric, Freeform</p> 	<p>- Vivid Color</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Cutting</p> 
ที่มาภาพ	https://morrislouis.org/pics/painting/du243.jpg		

ที่มา ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย








ตารางที่ 176 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Delta Theta, 1961

ชื่อผลงาน	Delta Theta, 1961		
	ศิลปิน	Morris Louis	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	<p>ภาพวาดจากคอลเลกชัน “Unfurled Paintings” 1960-1961 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้ลีลาท่าทางของการไหลของสี โดยใช้วัสดุของผ้าใบที่เ้าวาดเป็นวัสดุมีการดูซึมสีมากขึ้น การหมุนผ้าใบเพื่อให้เกิดการไล่ของสีในทิศทางต่าง ๆ การใช้สีที่เป็นเนื้อสีมีความสดของสีเพิ่มขึ้น เป็นการใช้สีสื่อถึงจิตนาการ</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงร่างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีอะคริลิกผสมน้ำ</p>  <p>- การไหลของสี</p> 	<p>Asymmetric, Freeform</p>  	<p>- Vivid Color Colorful</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Tie Details</p> 
ที่มาภาพ	<p>https://morrislouis.org/pics/painting/du243.jpg</p>		

ที่มา ฌ็องนันทน์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 177 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : Number 4-32, 1962

ชื่อผลงาน	Number 4-32, 1962		
	ศิลปิน	Morris Louis	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	<p>ภาพวาดจากคอลเลคชั่น “Stripe Painting” 1961-1962 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้สีลาทำทางของการเทสีแล้วใช้พู่กันลากเส้นด้วยความยากคือทำให้เส้นและสีสม่ำเสมอ มีน้ำหนักเท่ากันกันตลอดทั้งเส้น</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีอะคริลิกผสมน้ำ</p>  <p>- การลากพู่กัน</p> 	<p>Symmetric, Stripe</p> 	<p>- Vivid Color Earth tone</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Cutting: Color block</p> 
ที่มาภาพ	https://morrislouis.org/pics/painting/du636.jpg		

ที่มา ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 178 ตารางการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวความคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
จากผลงานของศิลปิน Morris Louis : No End, 1962

ชื่อผลงาน	No End, 1962		
	ศิลปิน	Morris Louis	
	ประเภท	จิตรกรรม	
แนวคิด	<p>ภาพวาดจากคอลเลคชัน “Stripe Painting” 1961-1962 จากภาพวาดใช้แนวคิดของการใช้สีเป็นหลักในการถ่ายทอดความรู้และการใช้สีลาทำทางของการเทสีแล้วใช้พู่กันลากเส้นด้วยความยากคือทำให้เส้นและสีสม่ำเสมอ มีน้ำหนักเท่ากันกันตลอดทั้งเส้น</p>		
เทคนิคการสร้างผลงาน	โครงสร้างเงา	สี	เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น
<p>- สีอะคริลิกผสมน้ำ</p>  <p>- การลากพู่กัน</p> 	<p>Symmetric, Stripe</p> 	<p>- Vivid Color</p> 	<p>- Paint, Graphic</p>  <p>- Piping Details</p> 
ที่มาภาพ	<p>https://morrislouis.org/pics/painting/du655.jpg</p>		

ที่มา ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

6.3 สรุปผลการวิเคราะห์และเปรียบเทียบองค์ประกอบทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะนำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์

จากการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดทฤษฎีไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) จากผลงานของศิลปินทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ (1) วาซีลี คันตันสกี (Wassily Kandinsky) (2) แจ็คสัน พอลล็อก (Jackson Pollock) (3) มอร์รอส หลุยส์ (Morris Louis) เป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงและมีผลงานจากแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะเป็นที่ยอมรับ โดยผู้วิจัยได้ทำงานศึกษาและวิเคราะห์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบองค์ประกอบทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะที่จะนำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์ โดยสรุปการศึกษาและวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ตารางที่ 179 ตารางค่าเฉลี่ยจากการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)

ข้อมูล	ศิลปิน			ผลรวมเฉลี่ย (ร้อยละ)
	ผลงานวิเคราะห์รวม 30 ชิ้น (100%)			
	วาซีลี คันตันสกี (Wassily Kandinsky)	แจ็คสัน พอลล็อก (Jackson Pollock)	มอร์รอส หลุยส์ (Morris Louis)	
ทฤษฎีสีสื่ออารมณ์ (Color Emotion) : การใช้สีเพื่อสื่ออารมณ์จากภายในสู่ผลงานภายนอก	27% (8)	33% (10)	33% (10)	93% (28)
รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) : การใช้รูปทรงเรขาคณิตในการลดทอนและแทนค่าสิ่งที่เสมือนจริง	23% (7)	0% (0)	7% (2)	30% (9)
รูปทรงตามธรรมชาติ (Biomorphic) : การใช้รูปทรงตามธรรมชาติแต่จะถูกลดทอนลงเหมือนเพียงโครงร่างเงาหรือเส้นลายเท่านั้น	10% (3)	27% (8)	3% (1)	40% (12)

	ข้อมูล	ศิลปิน			ผลรวม เฉลี่ย (ร้อยละ)
		ผลงานวิเคราะห์รวม 30 ชิ้น (100%)			
		วาซีลี คันตันสกี (Wassily Kandinsky)	แจ๊คสัน พอลล็อค (Jackson Pollock)	มอร์ รอส หลุยส์ (Morris Louis)	
	การใช้ลีลาท่าทางในการสร้างผลงาน (Gestural Abstract art) : การใช้ลีลาของท่าทางร่างกายหรือสิ่งอื่น ที่มีใช้การวาดโดยตรงเพื่อให้เกิดอารมณ์ ของภาพ	0% (0)	33% (10)	27% (8)	60% (18)
วัสดุการสร้างผลงาน	สีน้ำ	10% (1)	0% (0)	0% (0)	10% (3)
	ดินสอสีไม้	3% (1)	0% (0)	0% (0)	3% (1)
	สีน้ำมัน	23% (7)	0% (0)	0% (0)	23% (7)
	หมึกอินเดีย	3% (1)	0% (0)	0% (0)	3% (1)
	อะคริลิก	0% (0)	0% (0)	33% (10)	33% (10)
เทคนิคการสร้างผลงาน	การเทสี	0% (0)	13% (4)	0% (0)	13% (4)
	หยดสี/บับสี	0% (0)	20% (6)	0% (0)	20% (6)
	ปาดแปรง	0% (0)	10% (3)	0% (0)	10% (3)
	สลับแปรง/เขวียงสี/โยนสี/ปาสี	0% (0)	20% (6)	0% (0)	20% (6)
	เป่าสี	0% (0)	3% (1)	3% (1)	6% (2)

	ข้อมูล	ศิลปิน			ผลรวม เฉลี่ย (ร้อยละ)
		ผลงานวิเคราะห์รวม 30 ชิ้น (100%)			
		วาซีลี คันทันสกี (Wassily Kandinsky)	แจ๊คสัน พอลล็อค (Jackson Pollock)	มอร์ รอส หลุยส์ (Morris Louis)	
	การปล่อยไหลของสี	0% (0)	0% (0)	27% (8)	27% (8)
	การวาดด้วยร่างกาย มือ/นิ้ว	0% (0)	10% (3)	0% (0)	10% (3)
	การวาดปกติด้วยพู่กัน	33% (10)	0% (0)	7% (2)	40% (12)
โครงสร้างเงา	ความไม่สมมาตรกัน หรือไม่เท่ากัน (Asymmetric)	33% (10)	33% (10)	27% (8)	93% (28)
	ความสมมาตรกัน หรือเท่ากัน (Symmetric)	0% (0)	0% (0)	6% (2)	6% (2)
	รูปทรงเรขาคณิต (Geometric)	33% (10)	3% (1)	7% (2)	43% (13)
	รูปทรงธรรมชาติ (Biomorphic)	10% (3)	0% (0)	0% (0)	10% (3)
	รูปทรงอิสระ (Freeform)	0% (0)	33% (10)	33% (10)	66% (20)
	การใช้เส้น (Line Art)	10% (3)	0% (0)	0% (0)	10% (3)
๗๕	Vivid Color	23% (7)	13% (4)	17% (5)	52% (16)
	Pastel Color	3% (1)	7% (2)	3% (1)	13% (4)
	Contrast Color	0% (0)	17% (5)	0% (0)	17% (5)

ข้อมูล	ศิลปิน			ผลรวม เฉลี่ย (ร้อยละ)	
	ผลงานวิเคราะห์รวม 30 ชิ้น (100%)				
	วาซีลี คันทันสกี (Wassily Kandinsky)	แจ๊คสัน พอลล็อค (Jackson Pollock)	มอร์ รอส หลุยส์ (Morris Louis)		
Earth Tone	3% (1)	10% (3)	17% (5)	30% (9)	
Warm Tone	3% (1)	7% (2)	0% (0)	10% (3)	
เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น	ลายพิมพ์ หรือกราฟิกส์ (Paint & Graphic)	30% (9)	33% (10)	33% (10)	97% (29)
	การปัก (Embroidery)	30% (9)	10% (3)	20% (6)	60% (18)
	ปักเลื่อม (Sequin)	10% (3)	3% (1)	0% (0)	13% (4)
	Patchwork	20% (6)	0% (0)	0% (0)	20% (6)
	Laser cut	13% (4)	3% (1)	0% (0)	16% (5)
	การเล่นเลเยอร์ (Layer)	17% (5)	0% (0)	7% (2)	24% (7)
	Color Block	3% (1)	0% (0)	3% (1)	6% (2)
	การตัดต่อ (Cutting)	3% (1)	0% (0)	7% (2)	10% (3)
	การผูกหรือการถัก (Tie)	0% (0)	0% (0)	7% (2)	7% (2)
	การทอ (Weaving)	0% (0)	7% (2)	0% (0)	7% (2)

ข้อมูล	ศิลปิน			ผลรวม เฉลี่ย (ร้อยละ)
	ผลงานวิเคราะห์รวม 30 ชิ้น (100%)			
	วาซีลี คันดินสกี (Wassily Kandinsky)	แจ็กสัน พอลล็อค (Jackson Pollock)	มอร์ รอส หลุยส์ (Morris Louis)	
การสร้างโครงสร้าง (Silhouette)	14% (4)	0% (0)	3% (1)	17% (5)

ที่มา ฐานันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากตารางค่าเฉลี่ยจากการศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปสัญลักษณ์ (Abstract Art) ผู้วิจัยสามารถสรุปโดยแบ่งเป็นหัวข้อ ได้แก่ (1) แนวคิดการสร้างผลงาน (2) เทคนิคการสร้างผลงาน (3) โครงร่างเงา (Silhouette) (4) สี (Color) (5) เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น โดยสามารถสรุปองค์ประกอบการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปสัญลักษณ์ได้ ดังนี้

ตารางที่ 180 ตารางสรุปองค์ประกอบจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ
(Abstract Art) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวนซ์

องค์ประกอบจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวนซ์	
<p>(1) แนวคิดการ สร้างผลงาน (Concept)</p>	 <p>ศิลปินส่วนใหญ่ใช้แนวคิดเรื่องทฤษฎีของสีเพื่อสื่ออารมณ์จากภายในสู่ภายนอกถึงผู้ชมผลงาน สีเป็นตัวแทนของการจินตนาการที่สามารถทำให้ผู้ชมสร้างนึกคิดและจินตนาการเองได้ว่าสิ่งที่เห็นคืออะไรโดยไม่ต้องอธิบาย ผสมกับการใช้สีลาท่าทางในการสร้างสรรค์ผลงานที่ให้เกิดความแปลกใหม่ให้กับผลงาน ศิลปินเลือกใช้สีลาท่าทางในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อให้เกิดอารมณ์ร่วมเวลาผู้ชมได้ชมผลงาน ศิลปะไร้รูปลักษณะไม่มีรูปแบบตายตัวเป็นศิลปะนามธรรมเน้นให้ผู้ชมจินตนาการได้เอง ลักษณะผลงานทั้งหมดเป็นภาพวาดประเภทจิตรกรรม แร่งบันดาลที่ถูกนำมาใช้ในการสร้างผลงานส่วนใหญ่เป็นแร่งบันดาลใจมาจาก ธรรมชาติ สิ่งที่อยู่รอบตัว</p>
<p>(2) เทคนิคการ สร้างผลงาน (Techniques & Details)</p>	

	<p>ศิลปินมักเลือกใช้สีลาท่าทางในการสร้างสรรค์ทำให้เกิดการคิดค้นทดลอง วิธีการสร้างสรรค์ผลงานรูปแบบใหม่ เช่น การปล่อยไหลของสี การเทสี สบัตสี ปาสี หยดสี สบัตแปรง วาดด้วยมือ และเทคนิคอื่น ๆ แต่ศิลปินส่วนใหญ่ก็ยังคงเลือกใช้วิธีการวาดภาพด้วยพู่กันโดยมีการผสมผสานเทคนิครูปแบบใหม่ลงไปในตัวผลงานด้วย ทำให้ภาพวาดเกิดมิติและมีพลัง สามารถจินตนาการออกมาได้หลากหลายรูปแบบ</p>
<p>(3) โครงร่างเงา (Silhouette)</p>	<div data-bbox="518 645 1380 907" data-label="Image"> </div> <p>โครงร่างเงาผลงานจากศิลปิน ส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบภาพวาดที่ไม่สมมาตรกัน (Asymmetric) โดยภาพทั้งสองข้างจะมีรายละเอียดและทิศทางที่แตกต่างกันไป ทำให้ภาพวาดที่ออกมาดูไม่น่าเบื่อและมีความน่าสนใจ มีรูปการณ์ใช้โครงร่างเงาหรือรูปทรงที่เป็นอิสระ (Free Form) ไม่มีรูปแบบตายตัว และการใช้รูปทรงเรขาคณิตมาจัดวางอย่างอิสระเพื่อให้เกิดมิติ รูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ</p>
<p>(4) สี (Color)</p>	<p>Wassily Kandinsky</p> <div data-bbox="513 1308 1380 1391" data-label="Image"> </div> <p>Jackson Pollock</p> <div data-bbox="513 1473 1380 1556" data-label="Image"> </div> <p>Morris Louis</p> <div data-bbox="513 1639 1380 1722" data-label="Image"> </div> <p>ศิลปินส่วนใหญ่เลือกใช้โทนสีที่ฉูดฉาด (Vivid Color) เพื่อแสดงออกถึงอารมณ์และความรู้สึกของศิลปิน การใช้สีที่ตัดกัน (Contrast) แสดงออกถึงออกอารมณ์ สามารถทำให้ภาพเกิดมิติ แต่ศิลปินบางส่วนยังเลือกใช้โทนสีที่ฉูดฉาด</p>

	ผสมผสานกับโทนสีธรรมชาติ (Earth Tone) เพื่อให้ผลงานมีความหลากหลายและน่าสนใจ
<p>(5) เทคนิคที่ สอดคล้อง ทางการ ออกแบบแฟชั่น (Fashion Techniques & Details)</p>	 <p>จากศึกษาและวิเคราะห์ผลงานของศิลปินพบว่า ลวดลายการสร้างสรรค์ ภาพวาดของศิลปินสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในทางการออกแบบแฟชั่นได้ เช่น การทำลายผ้าหรือกราฟฟิกลงบนวัสดุต่าง ๆ โดยการใช้เทคนิคการสร้างผลงานของศิลปินมาใช้ในการสร้างลวดลาย การปักประดับลงบนวัสดุต่าง ๆ โดยการนำเอาลวดลายที่ได้มาออกแบบให้เข้ากับเทคนิคการปักประดับ การทับซ้อนเป็นชั้นหรือการซ้อนเลเยอร์เสมือนกับการใช้สีเป็นเลเยอร์ของศิลปินมาใช้ในการออกแบบแฟชั่น ที่สามารถใช้สี เส้น หรือ ฟอर्मในการสื่อถึงอารมณ์</p>

ที่มา : ผู้วิจัย ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ


จากการศึกษาและวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) ศิลปะการส่งต่ออารมณ์ความรู้สึก และกระตุ้นการจินตนาการด้วยสี เส้น ฟอर्मต่าง ๆ ที่เป็นอิสระไม่มีรูปแบบที่ตายตัว เป็นแนวคิดศิลปะที่มีความน่าสนใจและแปลกใหม่ ทำให้เกิดผลงานรูปแบบใหม่ที่ไม่ซ้ำใครสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบแฟชั่นได้ ในหลากหลายองค์ประกอบของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ เช่น โครงสร้าง (Silhouette) ลวดลาย (Graphic and Art work) สี (Color) รายละเอียดการตกแต่ง (Details and Technique) โดยนำเอาองค์ประกอบเหล่านี้มาสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ใช้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์เพื่อสะท้อนถึงอารมณ์และความรู้สึกของผู้สวมใส่ได้

ส่วนที่ 7 สรุปองค์ประกอบการออกแบบ

จากการศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสรุปวิเคราะห์ ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ เช่น นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear) และแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางองค์ประกอบในการออกแบบสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในงานวิจัยนี้ โดยสามารถสรุปองค์ประกอบการออกแบบจากการศึกษาส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ ดังนี้

ตารางที่ 181 ตารางสรุปองค์ประกอบในการออกแบบจากการศึกษาและสรุปวิเคราะห์

องค์ประกอบการออกแบบ	นวัตกรรมการปรับปรุง วัสดุทางการเกษตร นำยางพาราเอาเท็กซ์ (Para Latex)	กลุ่มเป้าหมาย สตรีศรีเอทีพคลาส (Creative Class)	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ปาร์ตี้แวร์ (Party wear)	แนวคิดทฤษฎี ศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)
<p>แนวคิด (Concept)</p> <p>การพัฒนาและต่อยอดวัสดุทางธรรมชาติอย่างนวัตกรรม การปรับปรุงวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราเอาเท็กซ์ ให้มีคุณภาพและคุณสมบัติที่จะสามารถสร้างสรรค์ออกแบบเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเพื่อเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย ถือเป็นสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุทางการเกษตรในพื้นที่ประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน</p>	<p>กลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีพคลาส (Creative Class) กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคสุภาพสตรี เจเนอรัชันมิลเลนเนียล อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ของประเทศไทย กลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการสินค้าผลิตภัณฑ์ที่การสร้างสรรค์จากแนวคิดรูปแบบต่าง ๆ โดยรูปแบบสินค้าผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าที่กลุ่มเป้าหมายต้องการต้องมีรูปแบบที่โดดเด่น มีความเฉพาะตัว</p>	<p>การสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับวาระโอกาส การสวมใส่เพื่อออกงานทางสังคมเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายคือส่วนหนึ่งของการแสดงความรู้สึกรสนิยมของผู้สวมใส่ ด้วยมีความสอดคล้องกับบริบททางสังคม เสื้อผ้าเครื่องแต่งมีการตัดเย็บและรายละเอียดแตกต่างอย่างประณีต การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อสะท้อนตัวตนและบุคลิกของผู้สวมใส่ ให้เกิดความโดดเด่น เย้ายวน น่าค้นหา แต่</p>	<p>ศิลปินส่วนใหญ่ใช้แนวคิดเรื่องทฤษฎีของสีเพื่อสื่ออารมณ์จากภายในสู่ภายนอก ถึงผู้ชมผลงาน สีเป็นตัวแทนของการจินตนาการที่สามารถทำให้ผู้ชมสร้างนึกคิดและจินตนาการเองได้ว่าสิ่งที่เห็นคืออะไรโดยไม่ต้องอธิบาย ผสมกับการใช้สีลาฟาทางในการสร้างสรรค์ผลงานที่เกิดความแปลกใหม่ให้กับผลงานศิลปินเลือกใช้สีลาฟาทางในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อให้เกิดอารมณ์ร่วมเวลาผู้ชมได้</p>	

องค์ประกอบการออกแบบ	นวัตกรรมการแปรรูป วัสดุทางการเกษตร นำยางพาราเลาเท็กซ์ (Para Latex)	กลุ่มเป้าหมาย สตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ปาร์ตี้แวย์ (Party wear)	แนวคิดทฤษฎี ศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)
วาระโอกาสการสวมใส่ (Concept)	 <p>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CHULALONGKORN UNIVERSITY</p>	<p>ยังคงรูปแบบที่เฉพาะตัว รูปแบบที่แตกต่าง และการ ออกแบบที่ร่วมสมัยทันกับ กระแสสมัยในช่วงเวลานั้น เพื่อให้เสื้อผ้าเหมาะสมกับผู้ สวมใส่และวาระโอกาสนั้น</p>	<p>ชมผลงาน ศิลปะไร้รูปลักษณะ ไม่มีรูปแบบตายตัวเป็นศิลปะ นามธรรมเน้นให้ผู้ชม จินตนาการได้เอง ลักษณะ ผลงานทั้งหมดเป็นภาพวาด ประเภทจิตรกรรม แร่งบันดา ที่ถุณนำมาใช้ในการสร้าง ผลงานส่วนใหญ่เป็นแรง บันดาลใจมาจาก ธรรมชาติ สิ่งที่อยู่รอบตัว</p>	<p>การบันทึกเรื่องราวที่น่าจดจำ ในวาระโอกาสพิเศษ เทียบได้กับ Party-Party - รูปทรงอิสระ (Free Form)</p>
โครงร่างเงา (Silhouette)	<p>Party-Casual Party-Formal Party-Party</p> <p>- รูปทรงอิสระ (Free Form)</p>	<p>Party-Casual Party-Formal Party-Party</p> <p>- โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้าย ขวา (Asymmetric)</p>	<p>Party-Casual Party-Formal Party-Party</p> <p>- โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้าย ขวา (Asymmetric)</p>	<p>Party-Casual Party-Formal Party-Party</p>

องค์ประกอบการออกแบบ	นวัตกรรมการแปรรูป วัสดุทางการเกษตร นำยางพาราแลก้าเท็กซ์ (Para Latex)	กลุ่มเป้าหมาย สตรีคิริเอทิฟคลาส (Creative Class)	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ปาร์ตี้แควร์ (Party wear)	แนวคิดทฤษฎี ศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)
	<p>- โครงสร้างเน้นรูปทรง เพื่อ กระตุ้น (Body Conscious)</p> <p>- โครงสร้างแบบเข้ารูปตอน บน (A-line)</p> <p>- โครงสร้างแบบเน้นช่วงไหล่ (V-line)</p> <p>- โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line)</p>	<p>- โครงสร้างแบบเน้นรูปร่าง (X-line)</p> <p>- โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line)</p>	<p>- โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้าย ขวา (Asymmetric)</p>	<p>- กลุ่มโทนสีสด (Vivid Color)</p> <p>- กลุ่มโทนสีธรรมชาติ (Earth Tone Color)</p> <p>- การใช้สีที่ตัดกัน (Contrast)</p>
สี (Color)	ขึ้นอยู่กับความต้องการ สีเกิดจากการผสม	<p>- กลุ่มโทนสีดำ (Black)</p> <p>- กลุ่มโทนสีสด (Vivid Color)</p>	<p>- กลุ่มโทนสีสด (Vivid Color)</p> <p>- กลุ่มสีให้ความรู้สึกหรูหรา (Elegant Felling)</p> <p>- Black & White</p>	<p>- กลุ่มโทนสีสด (Vivid Color)</p> <p>- กลุ่มโทนสีธรรมชาติ (Earth Tone Color)</p> <p>- การใช้สีที่ตัดกัน (Contrast)</p>

องค์ประกอบารออกแบบ	นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตร นำมาพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แควร์ (Party wear)	แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปสักขณ์ (Abstract Art)
รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	การตกแต่งเพื่อให้นักออกแบบเอกลักษณ์ โดยการใส่เศษผ้าจากอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดพื้นผิวรูปกับตัววัสดุ และสามารถเสริมความแข็งแรง ลดความยืดหยุ่น ในวัสดุได้ เพื่อวัสดุมีประโยชน์ การใช้สอยที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> - การตกแต่งด้วยการปัก ผลิต (Embroidery) - การจับเดรส (Draping) - การตกแต่งรายละเอียดแบบเน้นเฉพาะจุด 	<ul style="list-style-type: none"> - การตัดต่อเส้นสายต่าง ๆ เพื่อให้เสื้อผ้ามีความน่าสนใจ (Cutting) - การเตรียมปิ้งเพื่อให้เสื้อผ้าเก็บโครงสร้าง และรูปแบบใหม่ ๆ (Draping) - การตัดผสมผสานวัสดุหรือเนื้อผ้าเพื่อให้เสื้อผ้าเกิดความน่าสนใจ (Mix Fabric) - งานปัก หรืองานฝีมือต่าง ๆ ช่วยเพิ่มคุณค่า ความสวยงามให้กับเสื้อผ้า (Embroidery) - ลายพิมพ์ ลวดลายจากการสร้างสรรค์ลงบนวัสดุ เพื่อให้เสื้อผ้าเกิดความน่าสนใจและ 	<ul style="list-style-type: none"> - ลวดลายการสร้างสรรค์ ภาพวาดของศิลปินสามารถนำมาประยุกต์ใช้ทางการออกแบบแฟชั่นได้ เช่น การทำลายผ้าหรือกราฟฟิค (Art Prints) ลงบนวัสดุต่าง ๆ โดยการใช้นวัตกรรมสร้างผลงานของศิลปินมาใช้ในการสร้างลวดลาย การปักประดับลงบนวัสดุต่าง ๆ โดยการนำเอาลวดลายที่ได้มาออกแบบให้เข้ากับเทคนิคการปักประดับ (Embroidery) การทำปักซ้อนเป็นชั้นหรือการซ้อนเลเยอร์

องค์ประกอบการออกแบบ	นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราแลกซ์ (Para Latex)	กลุ่มเป้าหมายสตรีที่อาชีพตลาด (Creative Class)	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวล (Party wear)	แนวคิดทฤษฎีศิลปะรูปทัศนศิลป์ (Abstract Art)
วัสดุ (Materials)	นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราแลกซ์ (Para Latex) เกิดจากการนำยางพาราแลกซ์ที่เก็บเป็นแผ่นแล้วผสมกับเศษผ้าจากอุตสาหกรรมผสมสี เพื่อให้เกิดรูปแบบวัสดุใหม่ที่มาจากวัสดุต้นทางจากธรรมชาติ	วัสดุที่ใช้ในการผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีที่อาชีพตลาดมีความหลากหลาย เช่น ฝ้ายสังเคราะห์ (Polyester) หนังแท้ (Leather) หนังสั้สังเคราะห์ (PVC) และฝ้ายธรรมชาติ (Natural Fabric) เป็นต้น	สตรีใหม่ มีความเฉพาะตัวมากขึ้น (Art Prints) - ผ้าไหม (Silk) - ผ้าใยธรรมชาติ (Natural Fabric) - ฝ้ายสังเคราะห์ (Polyester) - PVC - Satin - Chiffon - Leather	(Layer) เสมือนกับการใช้สีเป็นเลเยอร์ของศิลปินมาใช้การออกแบบแฟชั่นที่สามารถใช้สี เส้น หรือ พอร์มในการสื่อถึงอารมณ์ - สีน้ำ - ดินสอสีไม้ - สีน้ำมัน - หมึกอินเดียม - สีอะคริลิก - ฟ้าใบสำหรับวาดภาพ

ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จากตารางสรุปองค์ประกอบในการออกแบบจากการศึกษาและสรุปวิเคราะห์ข้อมูลส่วนต่าง ๆ จากการศึกษาค้นคว้าที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีพีคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีสีลปะไร้รูปปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยผู้วิจัยได้ทำการสรุปข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและสรุปวิเคราะห์ เพื่อให้ได้แนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีปาร์ตี้แวร์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีพีคลาส จากนวัตกรรมแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ได้ ดังนี้



ตารางที่ 182 ตารางสรุปองค์ประกอบในการออกแบบ

ข้อมูลองค์ประกอบ การออกแบบ	องค์ประกอบในการออกแบบ
แนวคิด (Concept)	<p>การสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีไอทีพคلاس กลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการสิ่งดีๆ จากแนวคิดการออกแบบสร้างสรรค์ เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ เป็นพัฒนาและต่อยอดวัสดุธรรมชาติเพื่อให้เป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยใช้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ ในการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายให้มีรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ โดดเด่นเฉพาะตัว เพื่อสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับวัสดุทางการเกษตรในพื้นที่ประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน</p>
วาระโอกาส การสวมใส่ (Concept)	<p>Party-Casual Party-Formal Party-Party</p>
โครงร่างเงา (Silhouette)	<p>- โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line)</p>  <p>- โครงสร้างแบบเข้ารูปท่อนบน (A-line)</p> 

	<p>- โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric)</p>  <p>- รูปทรงอิสระ (Free Form)</p> 
<p>สี (Color)</p>	<p>- กลุ่มโทนสีดำ (Black)</p> <p>- กลุ่มโทนสีสด (Vivid Color)</p> 
<p>รายละเอียด การตกแต่ง (Details)</p>	<p>- การตกแต่งด้วยการปัก ฉลุ (Embroidery)</p>  <p>- การจับเดรป (Draping)</p>  <p>- การตัดต่อ (Cutting)</p> 

วัสดุ (Materials)	<p>- วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)</p>  <p>- วัสดุจากธรรมชาติ (Natural Materials)</p>
-----------------------------	--

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ส่วนที่ 8 การวิเคราะห์ผลสรุปตราสินค้าผู้วิจัยทางการตลาด

จากการศึกษาและวิเคราะห์การตลาดของตราสินค้าแฟชั่นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในประเทศไทยด้วยหลักการ 7P's และหลักการ SWOT Analysis ของตราสินค้าที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ โดยทั้ง 5 ตราสินค้า ได้แก่ (1) ตราสินค้า Saint Laurent (2) ตราสินค้า Versace (3) ตราสินค้า Valentino (4) ตราสินค้า Milin (5) ตราสินค้า Pyvet Studio เพื่อทำการศึกษาข้อมูลตราสินค้าโดยใช้หลักการวิเคราะห์ทางการตลาดของตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของตราสินค้าในตลาด ซึ่งทำให้ผู้วิจัยได้เห็นภาพรวมและช่องว่างทางการตลาดที่แตกต่างเพื่อหาจุดของการสร้างตราสินค้าของผู้วิจัยให้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่ซ้ำกับตราสินค้าอื่น ๆ ในตลาด เพื่อทำการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์โดยสามารถสรุปการวิเคราะห์ตราสินค้าของผู้วิจัยได้ ดังนี้

8.1 การวิเคราะห์ผลสรุปจากการตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ 7P's

จากการวิเคราะห์การตลาดของตราสินค้าแฟชั่นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในประเทศไทยด้วยหลักการส่วนประสมทางการตลาด 7P's ทำให้ผู้วิจัยสามารถเปรียบเทียบ ข้อดี ข้อเสีย และความแตกต่างในแต่ละตราสินค้าเพื่อให้เห็นถึงช่องว่างทางการตลาด และนำมาต่อยอดตราสินค้าของผู้วิจัย โดยจะเห็นได้ว่า ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในประเทศไทยมีรูปแบบเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกแบบ ราคาที่แตกต่างกัน สถานที่การจัดจำหน่ายที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน การส่งเสริมการขายที่มีรูปแบบเหมือนกัน บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเหมือน ๆ กัน และการ

สร้างภาพจำที่แตกต่างกันออกแบบทำให้รูปแบบของสินค้าผลิตภัณฑ์เกิดความน่าสนใจ จากการศึกษาและวิเคราะห์ตราสินค้าอื่น ๆ ยังไม่มีตราสินค้าใดทำเสื้อผ้าเครื่องแต่งปาร์ตี้แวร์จากวัสดุจากธรรมชาติหรือวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ทำให้เกิดเป็นช่องว่างทางการตลาดในการสร้างสรรค์ตราสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์การตลาดของตราสินค้าของผู้วิจัยด้วยหลักการส่วนผสมทางการตลาด 7P's โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 183 ตารางการวิเคราะห์การตลาดของตราสินค้าผู้วิจัย
ด้วยหลักการส่วนผสมทางการตลาด 7P's

ส่วนผสมทางการตลาด 7P's	ตราสินค้าผู้วิจัย
ผลิตภัณฑ์ (Product)	เครื่องแต่งกายจากวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) มีรูปแบบที่เฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ ในแง่ของดีไซน์และวัสดุในการสร้างสรรค์สินค้าที่หลากหลายและพิเศษ เหมาะกับการสวมใส่ในโอกาสพิเศษเพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับผู้สวมใส่ มีสินค้าที่หลากหลาย เช่น เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น
ราคา (Price)	ราคาเฉลี่ย 20,000 บาทขึ้นไป
การจัดจำหน่าย (Place)	- ช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ - ช่องทางการจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ ICONSIAM, King Power, Head Office
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	- การใช้สื่อโฆษณาทางออนไลน์ที่ตราสินค้าเป็นเจ้าของ (Owned media) เช่น YouTube, Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter เป็นต้น - การใช้สื่อโฆษณาตราสินค้าจ้างบริษัทโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Paid media) ทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ นิตยสารออนไลน์ โฆษณาบนเว็บไซต์ เป็นต้น ทางออฟไลน์ เช่น นิตยสาร ป้ายโฆษณา เป็นต้น - การเลือกใช้ซูเปอร์สตาร์ (Superstar) กลุ่มผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (Influencer)

ส่วนผสมทาง การตลาด 7P's	ตราสินค้าผู้วิจัย
บุคคล (People)	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคของตราสินค้าสตรีที่ช่วงอายุวัยกลางคนอายุช่วง 27-37 ปี - เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennials) - กลุ่มสตรีในระดับกลาง (Middle Class) และระดับบน (Upper Class) - บุคลิกภาพมีความมั่นใจ ชอบความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสุขภาพที่ดี ชอบเข้าสังคม เป็นผู้นำกระแสนิยมแฟชั่น ให้ความสนใจกับเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	<p>สินค้าด้านในใส่ถุงผ้าใส่กล่องสีดำ พิมพ์ตราสินค้าสีขาว</p> <p>ถุงสีดำมีหูหิ้วพิมพ์ตราสินค้าสีขาว</p> <p>จากวัสดุที่ใช้แนวคิดทฤษฎีการออกแบบอย่างยั่งยืน</p>
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	<p>การใช้วัสดุจากธรรมชาติ : วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตร</p> <p>น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)</p>

ที่มา : ผู้วิจัย ฌัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

8.2 การวิเคราะห์ผลสรุปจากการตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ SWOT

จากการวิเคราะห์การตลาดของตราสินค้าผู้วิจัยด้วยหลักการส่วนผสมทางการตลาด 7P's ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้าผู้วิจัยได้ เพื่อให้เกิดการวิเคราะห์อย่างละเอียดมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบโดยใช้หลักการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของตราสินค้าผู้วิจัย จากการวิเคราะห์ส่วนผสมการตลาด 7P's เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างตราสินค้าผู้วิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 184 ตารางวิเคราะห์การตลาดของตราสินค้าผู้วิจัยด้วยหลักการวิเคราะห์สภาวะ
แวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผลิตภัณฑ์สินค้า เครื่องแต่งกาย จากนวัตกรรม การแปรรูปวัสดุ ทางการเกษตร น้ำยางพารา เท็กซ์ (Para Latex) ที่มี รูปแบบสินค้าที่มี เอกลักษณ์ ชัดเจนในเรื่อง ของรูปแบบ และ คุณภาพที่ดี	รูปแบบของ ผลิตภัณฑ์สินค้า เครื่องแต่งกาย เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมายที่มี ความเฉพาะ มี รูปแบบการ แต่งตัวที่เป็น เอกลักษณ์	วัสดุจากนวัตกรรม การแปรรูปวัสดุ ทางการเกษตรน้ำ ยางพาราเท็กซ์ (Para Latex) มี ความโดดเด่น ทำ ให้มีคู่แข่งในตลาด น้อย ทำให้มีโอกาส ในการขายมากกว่า ตราสินค้าอื่น	นวัตกรรมการ แปรรูปวัสดุทาง การเกษตรน้ำ ยางพาราเท็กซ์ (Para Latex) มี วิธีและขั้นตอน การดูแลรักษา ทำความสะอาด และการจัดเก็บที่ ละเอียดอ่อน อาจจะส่งผลให้ เกิดการตัดสินใจ ในการเลือกซื้อ สินค้า - มีต้นทุนที่สูงทำ ให้ราคาของ สินค้าสูงตามไป ด้วย
ราคา (Price)	สินค้ามีราคาสูง เหมาะสมกับ คุณภาพและ เอกลักษณ์ เฉพาะตัวของ ตราสินค้า	- ราคาของสินค้า อยู่ในระดับสูงทำ ให้กลุ่มลูกค้ามี จำนวนจำกัด	ตราสินค้าควรสร้าง ระดับราคาสินค้า ให้มีความ หลากหลายเหมาะ กับกลุ่มเป้าหมาย ในช่วงวัยที่มีความ หลากหลายใน สังคม	- จากราคาสินค้า ที่สูงทำให้กลุ่ม ลูกค้าไม่เข้าใจถึง คุณค่าและ คุณภาพของ สินค้าอย่าง แท้จริง

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
				- ภาวะปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น
การจัดจำหน่าย (Place)	มีการจัดจำหน่ายทั้งทางหน้าร้านและทางออนไลน์ เพิ่มช่องทางการเลือกซื้อสินค้าให้กับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค	- หลังจากการกระบวนการสั่งซื้อแล้วต้องใช้เวลาในการจัดเตรียมสินค้า อาจจะทำให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนใจในการเลือกซื้อสินค้า - สถานที่จัดจำหน่ายสาขาในประเทศไทยมีจำกัด	การใช้ช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น และสะดวกง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ และการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วทันต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้า	- การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในปัจจุบันทำให้กลุ่มลูกค้าเลือกซื้อสินค้าทางช่องทางการออนไลน์เพิ่มมากขึ้น - การเลือกซื้อสินค้าจากร้านหน้าของกลุ่มลูกค้า มีความต้องการความเป็นส่วนตัวเพิ่มมากขึ้นในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อความปลอดภัยจากสถานการณ์ในปัจจุบัน
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	การเลือกใช้สื่อทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ ทำให้ผู้คนจดจำได้ง่าย	การนำเสนอผ่านกลุ่มผู้มีชื่อเสียง ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกว่าคุณค่า โกล	- การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าให้มีความหลากหลายของช่วงวัยเพื่อให้ทัน	กลุ่มลูกค้าใหม่ อาจจะยังไม่เข้าใจถึงกระบวนการส่งเสริมการขาย

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
		ตัวและเข้าถึงได้ยาก	กับกลุ่มคนที่มีหลากหลายช่วงวัยในสังคม - การสร้างภาพลักษณ์ให้น่าสวมใส่และเมื่อสวมใส่แล้วมีรูปแบบเช่นใด มีประโยชน์อย่างไรบ้างหากเลือกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งจากวัสดุจากนวัตกรรมกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกซ์ (Para Latex)	ของตราสินค้าทำให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่พอใจเกิดขึ้นได้
บุคคล (People)	มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน กลุ่มคนที่ต้องการความโดดเด่น เอกลักษณ์เฉพาะตัว ชอบเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ นำกระแสนิยมชอบเข้าสังคม	กลุ่มเป้าหมายที่มีเอกลักษณ์ชัดเจนในสังคมอาจจะมีจำนวนไม่มากนัก	การขยายกลุ่มเป้าหมายให้มีความหลากหลายของช่วงวัยในสังคม	พฤติกรรมทางเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วของกลุ่มลูกค้า

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	มีเอกลักษณ์ เฉพาะสร้าง ความน่าจดจำ จากการเลือกใช้ วัสดุที่มีแนวคิด ทฤษฎีการ ออกแบบความ ยั่งยืน	รูปแบบบรรจุ ภัณฑ์ทำวัสดุรี ไซเคิลอาจจะทำ ให้เสื่อมสภาพได้ ง่าย	การเปลี่ยนแปลง วัสดุที่ใช้เพื่อให้ สอดคล้องกับ กระแสนิยมของ โลก เช่น การใช้วัสดุรี ไซเคิล หรือการ วัสดุที่สามารถนำ กลับมาใช้ใหม่ได้	- บรรจุภัณฑ์ที่มี รูปแบบคล้ายกับ ตราสินค้าอื่น อาจจะทำให้ เข้าใจผิดได้ง่าย - มีต้นทุนที่สูงขึ้น กว่าวัสดุทั่วไป
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	ตราสินค้ามีการ สร้างสรรค์ รูปแบบ ผลิตภัณฑ์ที่มี เอกลักษณ์ เฉพาะที่ชัดเจน และการใช้วัสดุ จากธรรมชาติ : วัสดุจาก นวัตกรรมการ แปรรูปวัสดุทาง การเกษตรน้ำ ยางพารา เท็กซ์ (Para Latex)	การใช้วัสดุจาก ธรรมชาติ : วัสดุ จากนวัตกรรม การแปรรูปวัสดุ ทางการเกษตรน้ำ ยางพาราเท็กซ์ (Para Latex) อาจจะทำให้ กลุ่มเป้าหมายไม่ เข้าใจจุดประสงค์ ของตัวผลิตภัณฑ์ ได้	การพัฒนา ต่อยอด วัสดุจากนวัตกรรม การแปรรูปวัสดุ ทางการเกษตรน้ำ ยางพาราเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อให้เกิด รูปแบบ ผลิตภัณฑ์ที่มี เอกลักษณ์ มีความ ร่วมสมัยทันต่อ กระแสนิยมใน ปัจจุบัน ในแต่ละ ยุค	การส่งเสริมให้ ผู้คนมีความ ต้องการหรือ เลือกใช้เสื้อผ้า จากวัสดุจาก นวัตกรรมการ แปรรูปวัสดุทาง การเกษตรน้ำ ยางพาราเท็กซ์ (Para Latex) ให้ เป็นที่นิยมในวง กว้างได้ซ้ำ

ที่มา : ผู้วิจัย ศึกษานันท์ อยู่ชมบุญ

ตารางที่ 185 ตารางสรุปการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่	สรุปการวิเคราะห์ข้อมูล
ส่วนที่ 1	<p>การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง</p> <p>จากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย นวัตกรรมการสร้างสรรค้เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แควร์ จากการพัฒนาการเกษตรนำ ยางพาราเวลาเท็กซ์ สำหรับสตรีศรีโศทิตคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ในการศึกษาข้อมูล ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของ ผู้วิจัยสามารถสรุปวิเคราะห์ข้อมูลได้ว่า นวัตกรรมการแปรรูปนำยางพาราเวลาเท็กซ์ (Para Latex) เป็นหนึ่งในวัสดุทางเลือก สำหรับผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายโดยเกิดจากกระบวนการของผ้าแบบไม่ถักไม่ทอ และยังเป็นวัสดุที่มีความสอดคล้องและตอบโจทยกับนโยบาย แผนการพัฒนาประเทศไทยตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 ในเรื่องของ การสร้างมูลค่าเพิ่มในกับวัสดุทางการเกษตรในพื้นที่ของ ประเทศไทย ที่จะสามารถส่งเสริมให้กลุ่มคนในใจเกิดช่องทางเลือกผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และนวัตกรรมการแปรรูป วัสดุทางการเกษตรนำยางพาราเวลาเท็กซ์ที่มีความสอดคล้องกับแนวโน้มกระแสสมัยวัสดุสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น ที่กลุ่มผู้บริโภคกำลังมองหาวัสดุ ที่มาจกวัสดุทางธรรมชาติ และการมองหาผลิตภัณฑ์ที่มาจกวัสดุจากธรรมชาติ</p>
ส่วนที่ 2	<p>การวิเคราะห์ผลสรุปและการทดลองสร้างนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากเทคโนโลยีการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราเวลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ</p>
สรุป	<p>จากการศึกษานวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราเวลาเท็กซ์ (Para Latex) ผู้วิจัยได้สรุปการวิเคราะห์ได้ว่า นวัตกรรมการแปรรูป วัสดุทางการเกษตรนำยางพาราเวลาเท็กซ์โดยการพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราเวลาเท็กซ์ โดยการทดลอง เพื่อให้มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการสร้างสรรค้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย และจากการทดลองพัฒนาวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทาง การเกษตรนำยางพาราเวลาเท็กซ์เพื่อให้ได้คุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการสร้างสรรค้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการทดลองพัฒนา นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราเวลาเท็กซ์นั้น สามารถนำมาสร้างสรรค้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย</p>

ส่วนที่	สรุปการวิเคราะห์ข้อมูล
	ได้ และยังสามารถเป็นอีกหนึ่งวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายได้ โดยเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับวัสดุทางการเกษตรในพื้นที่ของประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน
ส่วนที่ 3	การวิเคราะห์ผลสรุปจากข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีเอทีฟคลาส (Creative Class)
สรุป	<p>จากการศึกษาข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีเอทีฟคลาส (Creative Class) โดยการจากรวบรวมข้อมูล แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมายสตรีเอทีฟคลาส ผู้วิจัยสามารถสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ พบว่า กลุ่มเป้าหมายสตรีเอทีฟคลาส ส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ที่ 27-50 ปี ซึ่งครอบคลุมช่วงวัยของ เจเนอเรชันมิลเลนเนียลและเจเนอเรชันเอ็กซ์ โดยกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย กลุ่มคนที่ชื่นชอบและมีความเกี่ยวข้องกับงานศิลปะและงานสร้างสรรค์ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว ศิลปิน นักออกแบบและผู้บริหารระดับสูง เป็นต้น กลุ่มเป้าหมายมีบุคลิกภาพให้ความสำคัญกับครอบครัวและคนรอบข้าง (Friendly, Lively) ชอบเข้าสังคม ปาร์ตี้สังสรรค์ (Party) มุ่งมั่น มั่นใจ (Confident) มีความเฉพาะตัวเป็นตัวเองสูง (Self-Identity) ซึ่งชอบเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ๆ (Technology Innovation) ชอบความท้าทาย (Challenge) ชอบความโดดเด่น (Outstanding) ชอบความหลากหลายทางสังคม (Diversity) นำกระแสสมัยนิยม (Trendy) ซึ่งมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนรูปแบบการแต่งกาย (Style Fashion) ของกลุ่มเป้าหมายสตรีเอทีฟคลาส และกลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในสินค้าที่สร้างสรรค์จากวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำมายพาราเลกซ์ (Para Latex) ซึ่งเป็นวัสดุจากธรรมชาติที่ใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมเพื่อให้เกิดวัสดุรูปแบบที่สามารถนำมาสร้างสรรค์เป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมและเป็นต้นใจกับกลุ่มเป้าหมาย</p>
ส่วนที่ 4	การวิเคราะห์ผลสรุปข้อมูลการศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear)
สรุป	<p>จากการศึกษาข้อมูลการเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear) ผู้วิจัยได้ทำการสรุปวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ โดยสรุปได้ว่า รูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมีแนวคิดการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับวาระโอกาสการสวมใส่เพื่อ</p>

ส่วนที่	<p style="text-align: center;">สรุปการวิเคราะห์ข้อมูล</p> <ul style="list-style-type: none"> - การจัดจำหน่าย (Place) ในการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่จะมีหน้าร้านอยู่ในเขตเมืองหลวง แต่มีช่องทางออนไลน์สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ได้อยู่เขตเมืองหลวง และเพื่อให้บริการมีประสิทธิภาพและผู้บริโภคเกิดความสบายโดยการนำบริการแบบส่วนตัวที่หน้าร้าน - การส่งเสริมการขาย (Promotion) การส่งเสริมการขายของตราสินค้าแฟชั่นขึ้นเครื่องแต่งกายประเภทบิวตี้แวร์ โดยส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับเจ้าของตราสินค้าต่างประเทศ ทำให้การส่งเสริมสินค้าในประเทศไทยได้อย่างจำกัด - บุคคล (People) ตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทบิวตี้แวร์ส่วนใหญ่มีกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่ชัดเจน - บรรจุภัณฑ์ (Packaging) การเลือกใช้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ในตราสินค้าต่าง ๆ มีความคล้ายกัน การพัฒนาในอนาคตควรรีใช้วัสดุที่มากกว่ารีไซเคิล - การจดจำใหม่ (People Cow) ตราสินค้ามีรูปแบบเอกลักษณ์เฉพาะของตราสินค้า แต่ต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเนื่องจากเกิดการเกิดรูปแบบสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์
ส่วนที่ 6	<p style="text-align: center;">การวิเคราะห์ผลสรุปข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art)</p> <p>จากการศึกษาข้อมูลแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) ผู้วิจัยได้สรุปการวิเคราะห์ โดยแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะมีแนวคิดโดยศิลปินส่วนใหญ่ใช้แนวคิดเรื่องทฤษฎีของสีเพื่อสื่ออารมณ์จากภายในสู่ภายนอกถึงผู้ชมผลงาน สีเป็นตัวแทนของอารมณ์จินตนาการที่สามารถทำให้ผู้ชมสร้างนึกคิดและจินตนาการเองได้ว่าสิ่งที่เห็นคืออะไรโดยไม่ต้องอธิบาย ผสมกับการใช้สีลากทาทางในการสร้างสรรค์ผลงานที่เกิดความแปลกใหม่ให้กับผลงาน ศิลปินเลือกใช้สีลากทาทางในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อให้เกิดอารมณ์ร่วมเวลาผู้ชมได้ชมผลงาน ศิลปะไร้รูปลักษณะไม่มีรูปแบบตายตัว เป็นศิลปะนามธรรมเน้นให้ผู้ชมจินตนาการได้เอง ลักษณะผลงานทั้งหมดเป็นภาพวาดประเภทจิตรกรรม แร่งบันดาที่ดูนำมาใช้ในการสร้างผลงานส่วนใหญ่เป็นแร่งบันดาใจมาจาก ธรรมชาติ สิ่งที่อยู่รอบตัว มีรูปทรงโครงสร้างของภาพที่เป็นอิสระ (Free Form) โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) การใช้สี กลุ่มโทนสีสด (Vivid Color) กลุ่มโทนสีธรรมชาติ (Earth Tone Color) การใช้สีที่ตัดกัน (Contrast) โดยการสามารถนำมาตีความให้สอดคล้องกับรายละเอียดการตกแต่งทางการออกแบบเสื้อผ้า (Fashion Design) เช่น ลวดลายการสร้างสรรค์ภาพวาดของศิลปินสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในทางการออกแบบแฟชั่นได้ เช่น การทำลายผ้าหรือกราฟิก (Art Prints) ลงบนวัสดุต่าง ๆ โดยการใช้นวัตกรรมสร้าง</p>
สรุป	

ส่วนที่	สรุปการวิเคราะห์ข้อมูล
	ผลงานของศิลปินมาใช้ในการสร้างผลงานต่าง ๆ โดยการนำเอาลวดลายที่ได้มาออกแบบให้เข้ากับเทคนิคการปักประดับ (Embroidery) การทับซ้อนเป็นชั้นหรือการซ้อนเลเยอร์ (Layer) เสมือนกับการใช้ศิลปะของศิลปินมาใช้ในการออกแบบแฟชั่น ที่สามารถใส่ได้เส้น หรือ พอร์มในการสื่อถึงอารมณ์
ส่วนที่ 7	สรุปองค์ประกอบการออกแบบ
สรุป	<p>จากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย นวัตกรรมการสร้างสรรค์ศิลป์เครื่องแต่งกายบาร์ตีแวร์ จากการพัฒนาการเกษตรนำมายังพาราตาเท็กซ์ สำหรับสตรีรีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปแบบที่ยั่งยืน โดยผู้วิจัยได้ทำการสรุปข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและสรุปวิเคราะห์ เพื่อให้ได้แนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีบาร์ตีแวร์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีรีเอทีฟคลาส จากนวัตกรรมการปรับปรุงวัสดุทางการเกษตรนำมายังพาราตาเท็กซ์ โดยการสรุปวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วนเพื่อให้ได้แนวคิดและองค์ประกอบของการออกแบบ โดยมีแนวคิดการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีรีเอทีฟคลาส กลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการสิ่งต่าง ๆ จากแนวคิดการออกแบบสร้างสรรค์ เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยวัสดุจากนวัตกรรมการเกษตรนำมายังพาราตาเท็กซ์ เป็นพัฒนาและต่อยอดวัสดุธรรมชาติเพื่อให้เป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยใช้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปแบบในการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในมีรูปแบบที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว เพื่อสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับวัสดุทางการเกษตรในพื้นที่ประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน ที่เหมาะสมกับภาวะโอกาสการสวมใส่ ได้แก่ Party-Casual Party-Formal โดยมีโครงสร้างของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายรูปแบบต่าง ๆ เช่น โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line) โครงสร้างแบบเข้ารูปท่อนบน (A-line) โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) โครงสร้างแบบเน้นช่วงไหล่ (V-line) และรูปทรงอิสระ (Free Form) การใช้โทนสีในกลุ่มโทนสีดำ (Black) และกลุ่มโทนสีสด (Vivid Color) มีรายละเอียดการตกแต่ง เช่น การตกแต่งด้วยการปัก ฉลุ (Embroidery) การจับดรอปปิง (Draping) การตัดต่อ (Cutting) และการใช้วัสดุที่มาจากนวัตกรรมการปรับปรุงนำมายังพาราตาเท็กซ์ (Para Latex) เป็นหลัก</p>
ส่วนที่ 8	การวิเคราะห์ผลสรุปตราสินค้าผู้วิจัยทางการตลาด

ส่วนที่	สรุปการวิเคราะห์ข้อมูล
สรุป	<p>จากการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ที่จัดจำหน่ายอยู่ในประเทศไทย เพื่อให้เห็นถึงช่องว่างทางการตลาดในการสร้างตราสินค้าของผู้วิจัย โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตราสินค้าของผู้วิจัยโดยใช้หลักการวิเคราะห์ที่ได้แก่ การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 7P's และการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) โดยสรุปได้ว่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์ (Product) เครื่องแต่งกายจากวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex) มีรูปแบบที่เฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ ในแง่ของดีไซน์และวัสดุในการสร้างสรรค์สินค้าที่หลากหลายและพิเศษ เหมาะกับการสวมใส่ในโอกาสพิเศษเพื่อสร้างความโดดเด่น มีสินค้าที่หลากหลาย เช่น เสื้อผ้า รองเท้า เป็นต้น - ราคา (Price) สินค้ามีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและเอกลักษณ์ของตราสินค้า - การจัดจำหน่าย (Place) ช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ และ ช่องทางการจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ ICONSIAM, King Power, Head Office - การส่งเสริมการขาย (Promotion) การใช้สื่อโฆษณาทางออนไลน์ที่ตราสินค้าเป็นเจ้าของ (Owned media) เช่น YouTube, Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter เป็นต้น การใช้สื่อโฆษณาตราสินค้าจ้างบริษัทโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Paid media) ทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ นิตยสารออนไลน์ โฆษณารับเว็บไซต์ เป็นต้น ทางออฟไลน์ เช่น นิติยสาร ป้ายโฆษณา เป็นต้น การเลือกใช้ซูเปอร์สตาร์ (Superstar) กลุ่มผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (Influencer) - บุคคล (People) กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคของตราสินค้าสตรีที่ช่วงอายุวัยกลางคนอายุช่วง 27-37 ปี เจเนอเรชัน มิลเลนเนียล (Generation Millennials) กลุ่มสตรีในระดับกลาง (Middle Class) และระดับบน (Upper Class) บุคลิกภาพมีความมั่นใจ ชอบความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีสุขภาพที่ดี ชอบเข้าสังคม เป็นผู้มีการสะสมแฟชั่น ให้ความสนใจกับเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ - บรรจุภัณฑ์ (Packaging) สินค้าด้านในใส่ถุงผ้าใส่กล่องสีดำ พิมพ์ตราสินค้าสีขาว ถุงสีดำมีที่พิมพ์ตราสินค้าสีขาว จากวัสดุที่ใช้แนวคิดทฤษฎีการออกแบบอย่างยั่งยืน

ส่วนที่	สรุปการวิเคราะห์ข้อมูล
	- การจดจำใหม่ (People Cow) การใช้วัสดุจากธรรมชาติ ได้แก่ วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำมาย่างพาราเลลเกทซ์ (Para Latex)

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ขงมบุญ



บทที่ 5

อัตลักษณ์ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์

ในการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูป นํ้ายางพาราเลเท็กซ์ สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อเพิ่มมูลค่าทาง เศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูป วัสดุทางการเกษตรนํ้ายางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายให้ มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่ง กาย และแนวทางการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์จากนวัตกรรมการแปรรูป วัสดุทางการเกษตรนํ้ายางพาราเลเท็กซ์ สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ภายใต้แนวคิด ศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มี ความสนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ต้องการเอกลักษณ์และความโดดเด่นล้ำสมัย โดย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมและความสนใจของ กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส รวมทั้งอัตลักษณ์และรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เหมาะสมกัน เพื่อ หาแนวทางการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายและตราสินค้าในลำดับต่อไป โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

- 1.1 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก
- 1.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง

ส่วนที่ 2 อัตลักษณ์ของตราสินค้า

- 2.1 วิสัยทัศน์ตราสินค้า
- 2.2 ขอบเขตตราสินค้า
- 2.3 ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า
- 2.4 หลักการและบุคลิกภาพของตราสินค้า

ส่วนที่ 3 อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

- 3.1 อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านการใช้สอย
- 3.2 อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ
- 3.3 อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุ

ส่วนที่ 1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) กลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจ ชื่นชอบ และมีความเกี่ยวข้องกับศิลปะหรือความคิดสร้างสรรค์ที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โดยการทำแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสจำนวน 100 คน และจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสจำนวน 3 ท่าน โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส โดยสามารถแบ่งเป็น (1) กลุ่มเป้าหมายหลัก (2) กลุ่มเป้าหมายรอง ได้โดยแบ่งจากช่วงวัย (Generation) ของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก

กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชัน มิลเลนเนียล (Generation Millennial) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 186 ตารางแสดงรายละเอียดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก : กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟ
คลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennial)

ข้อมูล	กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennial)
ข้อมูลประชากร (Demographical)	เพศ : หญิง ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี หรือ สูงกว่าปริญญาตรี อาศัยอยู่ในเขตเมืองหลวงของประเทศ (กรุงเทพมหานคร) กลุ่มสตรีในระดับกลาง (Middle Class) และระดับบน (Upper Class)
เจเนอเรชั่น (Generation)	เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennial) อายุเฉลี่ย : 27 - 37 ปี
อาชีพ	พนักงานเอกชน, ธุรกิจส่วนตัว, ศิลปิน นักออกแบบ, สายที่เกี่ยวข้องกับ ความคิดสร้างสรรค์
รายได้ต่อเดือน	35,000 บาท ขึ้นไป
บุคลิกภาพ (Personality)	- ให้ความสำคัญกับคนในครอบครัวและคนรอบข้าง (Pay Attention, Friendly, Lively) - ชอบเข้าสังคม ปาร์ตี้สังสรรค์ พบปะผู้คน (Social, Party, Meeting) - มุ่งมั่นมีเป้าหมาย, มั่นใจ (Determined, Confidants) - ชอบความเปลี่ยนแปลง และทดลองสิ่งใหม่ ๆ (Evolution, Innovation, Technology) - ชอบความท้าทาย (Challenge) - ชอบความโดดเด่น (Outstanding) - มีความเฉพาะตัว เป็นตัวเองสูง (Self-Identity) - ชื่นชอบความหลากหลายทางสังคม (Diversity)
ความสนใจ (Interest)	ศิลปะ, งานออกแบบ, เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ๆ
รูปแบบการแต่งกาย (Style Fashion)	- รูปแบบสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Identity) - ต้องการความโดดเด่นนำกระแสนิยม (Fashionable) - เสื้อผ้าที่การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (Creative) - Mix & Match : Layer Item

ข้อมูล	กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจนเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennial)
	เลือกใส่หลายชิ้นเพื่อให้ลุคที่สวมใส่ออกมาดูโดดเด่น - Sexy : ดุมีเสน่ห์ น่าสนใจ ดึงดูด - Modern & Smart : ทันสมัย เท่ - Free Form : เสื้อผ้าที่รูปทรงอิสระ - Deconstructions : การออกแบบบนโครงสร้าง - Sophisticated : มีขั้นตอนการออกแบบที่ซับซ้อน - Trendy : เสื้อผ้าที่นำสมัย
ชีวิตประจำวัน (Lifestyles)	- รักการทำงาน (Working) - รักสุขภาพ (Healthy) - ให้ความสำคัญกับครอบครัว (Family) - มีระเบียบ (Orderly) - ชอบเทคโนโลยี (Technology & Innovation) - นำกระแสนิยม (Trendy, Update)
กิจกรรม (Activity)	- ชอบทำงาน (Working) - ชอบเล่นโซเชียลมีเดียต่าง ๆ (Socials Media) - ชอบเลือกซื้อสินค้า (Shopping) - ชอบฟังเพลง หรือเล่นดนตรี (Music) - ชอบดูภาพยนตร์หรือซีรีส์ (Movie & Serie) - ชอบเดินทางท่องเที่ยว (Travel) - ชอบพบปะสังสรรค์ เข้าสังคัม ปาร์ตี้ (Party)

ที่มา : ผู้วิจัย ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ



ภาพที่ 88 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก : กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennial)
ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

1.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง คือ กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generation X) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 187 ตารางแสดงรายละเอียดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก : กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟ คลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generation X)

ข้อมูล	กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generation X)
ข้อมูลประชากร (Demographical)	เพศ : หญิง ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี หรือ สูงกว่าปริญญาตรี อาศัยอยู่ในเขตเมืองหลวงของประเทศ (กรุงเทพมหานคร) กลุ่มสตรีในระดับกลาง (Middle Class) และระดับบน (Upper Class)
เจเนอเรชั่น (Generation)	เจเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generation X) อายุเฉลี่ย : 37 - 50 ปี
อาชีพ	พนักงานเอกชน (ผู้บริหารระดับสูง), ธุรกิจส่วนตัว, เจ้าของกิจการ, ศิลปิน นักออกแบบ, สายที่เกี่ยวข้องกับความสร้างสรรค์
รายได้ต่อเดือน	35,000 บาท ขึ้นไป
บุคลิกภาพ (Personality)	<ul style="list-style-type: none"> - ให้ความสำคัญกับคนในครอบครัวและคนรอบข้าง (Pay Attention, Friendly, Lively) - ชอบเข้าสังคม ปาร์ตี้สังสรรค์ พบปะผู้คน (Social, Party, Meeting) - มุ่งมั่นมีเป้าหมาย, มั่นใจ (Determined, Confidents) - ชอบความเปลี่ยนแปลง และทดลองสิ่งใหม่ ๆ (Evolution, Innovation, Technology) - ชอบความท้าทาย (Challenge) - ชอบความโดดเด่น (Outstanding) - มีความเฉพาะตัว เป็นตัวเองสูง (Self-Identity) - ชื่นชอบความหลากหลายทางสังคม (Diversity)
ความสนใจ (Interest)	ศิลปะ, งานออกแบบ, เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ๆ
รูปแบบการแต่งกาย (Style Fashion)	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Identity) - ต้องการความโดดเด่นนำกระแสนิยม (Fashionable) - เสื้อผ้าที่การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (Creative) - Mix & Match : Layer Item <p>เลือกใส่หลายชิ้นเพื่อให้ลุคที่สวมใส่ออกมาดูโดดเด่น</p>

ข้อมูล	กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจนเอเรชั่น เอ็กซ์ (Generation X)
	<ul style="list-style-type: none"> - Sexy : ดุมีเสน่ห์ น่าสนใจ ดึงดูด - Modern & Smart : ทันสมัย เท่ - Free Form : เสื้อผ้าที่รูปทรงอิสระ - Deconstructions : การออกแบบบนโครงสร้าง - Sophisticated : มีขั้นตอนการออกแบบที่ซับซ้อน - Trendy : เสื้อผ้าที่ทันสมัย
<p style="text-align: center;">ชีวิตประจำวัน (Lifestyles)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - รักการทำงาน (Working) - รักสุขภาพ (Healthy) - ให้ความสำคัญกับครอบครัว (Family) - มีระเบียบ (Orderly) - ชอบเทคโนโลยี (Technology & Innovation) - นำกระแสนิยม (Trendy, Update)
<p style="text-align: center;">กิจกรรม (Activity)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ชอบทำงาน (Working) - ชอบเล่นโซเชียลมีเดียต่าง ๆ (Socials Media) - ชอบเลือกซื้อสินค้า (Shopping) - ชอบฟังเพลง หรือเล่นดนตรี (Music) - ชอบดูภาพยนตร์หรือซีรีส์ (Movie & Serie) - ชอบเดินทางท่องเที่ยว (Travel) - ชอบพบปะสังสรรค์ เข้าสังคม पार्टी (Party)

ที่มา : ผู้วิจัย ธีรวัฒน์ อยู่สมบูรณ์



ภาพที่ 89 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก : กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generation X)
ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ในกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรองจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ โดยทั้งสองกลุ่มเป้าหมายมีบุคลิกภาพ พฤติกรรม ความสนใจ รูปแบบการแต่งกาย การใช้ชีวิตประจำวัน และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เหมือนกัน แตกต่างกันเฉพาะช่วงวัย (Generation) เท่านั้น



ภาพที่ 90 กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generation X)
ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาพที่ 91 โลฟส์ไตร์กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generation X)

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ส่วนที่ 2 อัตลักษณ์ของตราสินค้า

จากการศึกษาแนวคิดและข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อให้คุณภาพและคุณสมบัติเหมาะสมกับการเป็นวัสดุทางเลือกเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในอุตสาหกรรมแฟชั่น และนำแนวคิดที่ได้ศึกษามาปรับใช้ในการสร้างสรรค์ตราสินค้าจากนวัตกรรมการแปรรูปน้ำยางพาราเลเท็กซ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการความเป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้าเพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยกำหนดให้ตราสินค้าของผู้วิจัย อยู่ในกลุ่มตลาดตราสินค้านี้ระดับ B+ ซึ่งเป็นตราสินค้าจัดอยู่ในกลุ่มตลาดแฟชั่นจากนักออกแบบและปรับให้ทันสมัยและแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นในปัจจุบัน รวมทั้งความต้องการของกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภค ซึ่งมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่เฉพาะตัว โดยผู้วิจัยได้กำหนดอัตลักษณ์ของตราสินค้า ดังนี้

2.1 วิสัยทัศน์ตราสินค้า (Vision)

ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายที่ใช้แนวคิดการพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปจากวัสดุจากธรรมชาติ (Natural Materials) โดยตราสินค้าได้พัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ซึ่งได้ผ่านการทดลองเพื่อพัฒนาและต่อยอดใหม่วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ถือเป็นวัสดุทางเลือกรูปแบบใหม่ สร้างความสนใจในด้านวัสดุกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่มีความสนใจในวัสดุที่แปลกใหม่ และสามารถสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์จากตราสินค้า โดยการพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์นั้นสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับวัสดุทางการเกษตรจากพื้นถิ่นประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน

2.2 ขอบเขตตราสินค้า (Product Line)

ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีสำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) สำหรับเจนเอเรชั่น มิลเลนเนียล กลุ่มคนที่มีความเกี่ยวข้องกับงานศิลปะหรืองานสร้างสรรค์ และให้ความสำคัญกับสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น นำกระแสนิยมและเทคโนโลยีนวัตกรรม โดยผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าประกอบด้วย สินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกาย ซึ่งสามารถจัดหมวดหมู่และแบ่งสัดส่วนได้ ดังนี้

ตารางที่ 188 ตารางแสดงการจัดหมวดหมู่สัดส่วนผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า (Product Line)

Product Line				
Category	Womenswear			Accessories
Occasion	Party – Casual	Party – Formal	Party – Party	10%
		15%	25%	
Item	Blouse	Blouse	Blouse	Bags
	Crop top	Shirt	Cocktails Dress	Shoes
	T-shirt	Blazer	Long Dress	Accessories
	Top	Jacket	Evening Gown	
	Short Skirt	Long Skirt		
	Short Pants	Trouser		
		Dress		
		Jumpsuit		

ที่มา : ผู้วิจัย ธีรรัตน์ อยู่ชมบุญ

จากตารางการแสดงผลการจัดหมวดหมู่สัดส่วนผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า (Product Line) หมวดหมู่ภายในตราสินค้าของผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า สินค้าภายในตราสินค้าของผู้วิจัยแบ่งออกเป็น กลุ่มสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรีที่เหมาะสมสำหรับวาระโอกาสการสวมใส่ปาร์ตี้และงานสร้างสรรค์มากที่สุด สำหรับวาระโอกาสสวมใส่ในการทำงาน และสำหรับวาระโอกาสสวมใส่แบบลำลอง รวมทั้งสินค้าภายในตราสินค้าที่เกี่ยวกับเครื่องประดับเพื่อช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพของผู้สวมใส่ให้เกิดความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวอีกด้วย

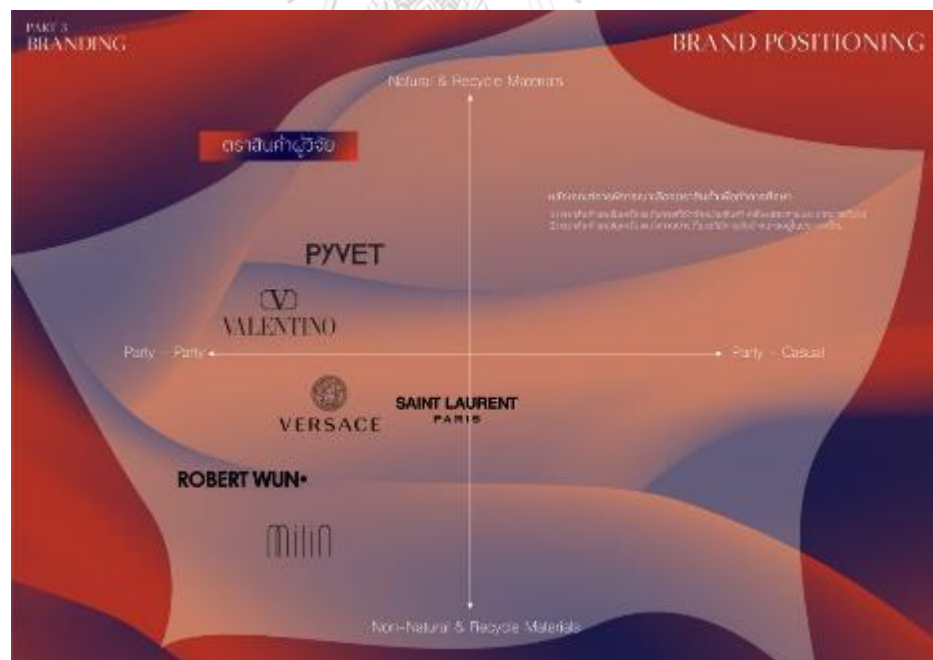
2.3 ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า

จากการศึกษาและวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่งที่มีรูปแบบสินค้าสำหรับวาระโอกาสสวมใส่ปาร์ตี้และงานสังสรรค์ รวมถึงการเลือกใช้วัสดุลาเท็กซ์ (Latex) ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าของผู้วิจัยได้ในกลุ่มที่มีช่องว่างทางการตลาด คือ ระดับ B+ ซึ่งเป็นตราสินค้าที่จัดอยู่ในกลุ่มแฟชั่นจากนักออกแบบและปรับรูปแบบให้ทันสมัยและตามแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นในปัจจุบัน รวมทั้งความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค ซึ่งมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่เฉพาะตัวของตราสินค้า



ภาพที่ 92 ระดับของตราสินค้าของผู้วิจัย (Brand Competitor)

ที่มา : ผู้วิจัย ฌัฐนันท์ อยู่ชมบุญ



ภาพที่ 93 ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าผู้วิจัย (Brand Positioning)

ที่มา : ผู้วิจัย ฌัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จากภาพแสดงให้เห็นถึงตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าของผู้วิจัยและตราสินค้าคู่แข่งในตลาดโดยใช้หลักการเลือกตราสินค้าที่มีชื่อเสียงในระดับสากลและประเทศไทย โดยตราสินค้ามีรูปแบบสินค้าสำหรับวาระโอกาสการสวมใส่งานปาร์ตี้และงานสังสรรค์ และการใช้วัสดุจากธรรมชาติ (Natural Materials) หรือลาเท็กซ์ (Latex) ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบ โดยนำตราสินค้าเหล่านั้นมาเปรียบเทียบเพื่อหาช่องว่างทางการตลาดและโอกาสทางการขายได้มากขึ้น

2.4 หลักการและบุคลิกภาพของตราสินค้า

ตราสินค้าที่ใช้แนวคิดการพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุจากธรรมชาติ โดยตราสินค้าของผู้วิจัยใช้วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) โดยการทดลองพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปเพื่อให้ได้คุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสนใจเกี่ยวกับงานสร้างสรรค์ เทคโนโลยีนวัตกรรมที่ความแปลกใหม่ วัสดุที่มาจากธรรมชาติ และนำกระแสนิยมแฟชั่น

ส่วนที่ 3 อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

ตราสินค้าของผู้วิจัยตราสินค้าเสื้อผ้าและเครื่องประกอบการแต่งกายของสตรีจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส โดยตราสินค้ามีอัตลักษณ์จำเพาะของวัสดุหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้าของตราสินค้าซึ่งเป็นวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปน้ำยางพาราลาเท็กซ์ โดยการพัฒนาและต่อยอดเพื่อให้ได้คุณภาพและคุณสมบัติให้เหมาะสมกับการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย จนเกิดเป็นอัตลักษณ์ของตราสินค้า ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งรายละเอียดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ดังนี้

3.1 อັตลัษณ์ของผลิตภัณท์ด้ำนการใ้สอย

การสร้่างสรรค์ตราสินค้่าแพ้ชั้นเครื่งแต่งกายควรค้่านึ่งถึงประโยชน์การใ้สอยเป็นหลั้ก เพื่อให้การตดัสินใจของกลุ่่มเป้่าหมายผู้บริโภคและลูกค้่าสามารถตดัสินใจเลือกซื้อสินค้่าด้จากความส้าคัญและความจ้่าเป็นในการเลือกใ้สอยผลิตภัณท์เหล่านั้ัน โดยผู้วิจ้ยได้แบ่งการวิเคราะห์ด้ำนการใ้สอยผลิตภัณท์ออกเป็น 2 ส่วน ดั่งนี้

3.1.1 ประโยชน์การใ้สอยหลั้ก

ประโยชน์การใ้สอยหลั้ก คี้อ เครื่งแต่งกายส้่าหรับสวมใ้ส่เพื่อปกปิดหรือปกคลุมร้่างกายเพื่อป้องกันจากอันตรายด้่าง ๑ รวมทั้งเป็นเครื่งแต่งกายที่สามารให้ความอบอุ่นแก่ร้่างกายของผู้สวมใ้ส่ และช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพของผู้สวมใ้ส่ในวาระโอกาสด้่าง ๑ ให้มีความม่ั่นใจมากขึ้น ซึ่่งเป็นการสร้่าความม่ั่นใจให้กับผู้สวมใ้ส่ต่อการพบปะผู้ค่น หรือการเข้าสังค้ม

3.1.2 ประโยชน์การใ้สอยรอง

ประโยชน์การใ้สอยรอง คี้อ นอกจากเครื่งแต่งกายจะสามารให้ประโยชน์ต่อร้่างกายทั้งในด้ำนสุขภาพร้่างกายและสภาพจิตใจแล้ว เครื่งแต่งกายที่ถูกสร้่าสรรค์จากนวัตกรรมการแปรรูปุ่วัสดุธรรมชาติ (Natural Materials) อย่างเช่น นวัตกรรมการแปรรูปุ่วัสดุทางการเกษตรน้ำ้่างพาราลาเท้กซ์ (Para Latex) คี้อเป็นวัสดุทางเลือกส้่าหรับอุตสาหกรรมแพ้ชั้น ซึ่่งจะสามารถช่วยส่งเสริมการสร้่ามูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับวัสดุทางการเกษตรของพ้ืนถ้ินประเทศไทยด้้อย่างย้งยืน และเป็นการเลือกใ้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอັตลัษณ์ของตราสินค้่าและอັตลัษณ์ของผลิตภัณท์ด้ำนการใ้สามารถวิเคราะห์และสรูปุ่ข้อมูลลัษณ์อັตลัษณ์ผลิตภัณท์ของตราสินค้่าในการวิจ้ยได้ ดั่งนี้

ตารางที่ 189 ตารางข้อมูลอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าในการวิจัย

ข้อมูลผลิตภัณฑ์	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า
ตราสินค้า (Brand)	ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีรูปแบบ Ready to wear
ประเภทสินค้า (Category)	- สินค้าเครื่องแต่งกายสตรี ร้อยละ 90 - สินค้าประกอบการแต่งกายเพื่อเสริมบุคลิกภาพ ร้อยละ 10
โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	- Party – Casual ร้อยละ 15 - Party – Formal ร้อยละ 25 - Party – Party ร้อยละ 50
รูปแบบสินค้า	ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ สำหรับกลุ่มคนที่ต้องการความเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่น สร้างสรรค์
ระดับการตลาด (Brand Positioning)	B+ ในตลาดของน้อกออกแบบประเทศไทย
ราคาเฉลี่ย (Average Price)	5,000 – 70,000 บาทขึ้นไป
กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค (Target Group)	กลุ่มสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) กลุ่มคนที่มีความเกี่ยวข้องกับงานศิลปะและงานสร้างสรรค์ ในเขตเมืองหลวงของประเทศไทย (กรุงเทพมหานคร) 1. กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก - กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น มิลเลนเนียล (Generation Millennial) อายุ 27-37 ปี 2. กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง - กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generation X) อายุ 37-50 ปี
ขนาดสินค้า (Sizing)	- สินค้าสำเร็จรูป แบ่งเป็นขนาด XS, S, M, L - สินค้าผลิตสำหรับบุคคล (Made to order) ขนาดตามบุคคล
แนวคิดตราสินค้า (Concept of Brand)	สินค้าแฟชั่นจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)

ข้อมูลผลิตภัณฑ์	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า
ประโยชน์การใช้สอยหลัก	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับสวมใส่เสื้อผ้าปกคลุมร่างกาย สำหรับวาระโอกาสการสวมใส่ต่าง ๆ
ประโยชน์การใช้สอยรอง	- ส่งเสริมการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่สร้างสรรค์มาจากวัสดุทางธรรมชาติ (Natural Materials) - ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับวัสดุทางการเกษตรจากพื้นถิ่นประเทศไทยอย่างยั่งยืน

ที่มา : ผู้วิจัย ธีรวัฒน์ อยู่ชมบุญ

3.2 อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ

อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบมีความสำคัญในการสร้างสรรค์ตราสินค้าที่ช่วยกำหนดอัตลักษณ์ของตราสินค้าให้เอกลักษณ์เฉพาะตัวและแตกต่างจากตราสินค้าอื่นในตลาด ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญในความเฉพาะของผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วย แนวคิด โครงร่างเงา สี รายละเอียดการตกแต่ง และวัสดุ ที่มีความสอดคล้องกันระหว่างตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถสรุปวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ตารางที่ 190 ตารางอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ

ข้อมูลผลิตภัณฑ์	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ
แนวคิดด้านนวัตกรรม (Concept of Innovation)	นวัตกรรมกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตร น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)
แนวคิดการออกแบบ (Concept of Design)	การออกแบบสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรี ประเภทปาร์ตี้แวร์ โดยผสมผสานกับแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้ รูปลักษณะ (Abstract Art)
โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	Ready to wear - Party – Casual (Casual wear) - Party – Formal (Business Wear) - Party – Party (Party wear)
โครงร่างเงา	- โครงสร้างอิสระ (Free Form)

ข้อมูลผลิตภัณฑ์	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ
(Silhouette)	<ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) - โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line) - โครงสร้างแบบเอ-ไลน์ (A-line) - โครงสร้างแบบเน้นรูปร่าง (X-line)
สี (Color)	<ul style="list-style-type: none"> - Black & White - กลุ่มสีสด (Vivid Color) เช่น สีแดง (Red) สีน้ำเงิน (Blue)
เทคนิคและ รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	<ul style="list-style-type: none"> - การปักประดับ (Embroidery) - การเย็บตกแต่ง (Stitching) - การผสมผสานวัสดุ (Mix Materials & Mix Fabric) - การตัดด้วยเลเซอร์ (Laser Cut) - การตัดต่อ (Cutting) - การพิมพ์หรือการเพ้นท์ลวดลาย (Printing & Painting)
วัสดุ (Materials)	<ul style="list-style-type: none"> - วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา ลาเท็กซ์ (Para Latex) - วัสดุอื่น ๆ เช่น ผ้าเส้นใยธรรมชาติ ผ้าเส้นใยสังเคราะห์ เป็นต้น

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

3.3 อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุ

นอกจากอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านการใช้สอยและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบแล้ว ผู้วิจัยได้ศึกษาและทดลองเพื่อพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อให้คุณภาพและคุณสมบัติเหมาะสมกับการนำสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ เป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุ ที่จะทำให้เกิดเอกลักษณ์เฉพาะตัวในผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปวิเคราะห์อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุได้ ดังนี้

ตารางที่ 191 ตารางอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุ

ข้อมูลผลิตภัณฑ์	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุ	
วัสดุ (Materials)	วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตร น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)	
ข้อมูล	ความหนา/บาง	0.1 - 0.05 มิลลิเมตร
	หน้ากว้าง	77 เซนติเมตร
	ความยืดหยุ่น	เล็กน้อย
	ทนความร้อน	ดี
	ผิวสัมผัส	มันเงาและขรุขระเล็กน้อย
	ระบายอากาศ	ไม่มี
	อื่น ๆ	ไม่มีความหดตัว มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเบากว่าหนัง
เทคนิค	<ul style="list-style-type: none"> - การรีด เพื่อเป็นแผ่นให้มีขนาดความหนาหรือบาง - การอบ เพื่อให้แผ่นยางพาราลาเท็กซ์คงสภาพ 	
วิธีการ	<ul style="list-style-type: none"> - การผสมน้ำยางพาราลาเท็กซ์เป็นแผ่นนำมาผสมเข้ากับสีที่ต้องการและปริมาณเศษผ้าที่เหลือจากกระบวนการตัดเย็บเพื่อเสริมสร้างให้แผ่นยางพาราลาเท็กซ์มีความแข็งแรงมากขึ้นและยืดหยุ่นน้อยลง - นำมารีดเป็นให้มีขนาดของความหนาและบางที่ต้องการ แล้วทำการอบเพื่อให้ตัวอย่างคงสภาพ 	

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ



ภาพที่ 94 ภาพอัตลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Identity)

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ



ภาพที่ 95 ภาพอัตลักษณ์ด้านรูปแบบของตราสินค้า

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

บทที่ 6

การสร้างสรรค์ผลงาน

จากการศึกษาเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน เป็นการศึกษาแนวคิดการพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อให้มีคุณภาพ และคุณสมบัติเหมาะสมกับการเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น และการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวย์ (Party wear) ให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนให้กับวัสดุทางการเกษตรพื้นถิ่นประเทศไทยอย่าง น้ำยางพาราลาเท็กซ์ ทั้งนี้เพื่อแสดงผลของการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำผลของการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลมาออกแบบสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายคอลเล็กชันต้นแบบเพื่อแสดงให้เห็นถึงกระบวนการวิจัยที่สามารถผลิตสินค้าเพื่อแก้ปัญหาได้ โดยทั้งนี้สามารถแบ่งเนื้อหาเป็น ส่วน 3 ดังนี้

ส่วนที่ 1 การสร้างแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend)

- 1.1 หลักเกณฑ์การคัดเลือกศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น
- 1.2 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend)
- 1.3 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Trend Support)
- 1.4 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์แรงบันดาลใจในการออกแบบ

ส่วนที่ 3 การสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาผลงานคอลเล็กชันต้นแบบ

- 3.1 การพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย
- 3.2 การออกแบบสร้างสรรค์และพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ

ส่วนที่ 4 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ

ส่วนที่ 1 การสร้างแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend)

จากการศึกษาและวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการทำแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสที่เกี่ยวข้องกับ นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลทเท็กซ์ สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน สามารถสรุปข้อมูลเพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาเป็นคอลเล็กชันได้ แต่ถึงอย่างไรกระบวนการพัฒนาจะอ้างอิงถึงแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นในปัจจุบันหรืออนาคต เพื่อให้ผลงานการสร้างสรรค์จากคอลเล็กชันสามารถเข้าได้กับยุคสมัยและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและสร้างสรรค์ออกแบบคอลเล็กชันเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายต่อไป โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 หลักเกณฑ์การคัดเลือกศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น

จากการศึกษาและวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและการทำแบบสอบถาม สัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับ นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลทเท็กซ์ สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นเพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยจึงใช้หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น จากบริษัทผู้วิจัยศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นชั้นนำระดับสากล โดยมีหลักเกณฑ์ ดังนี้

1) แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) ที่มีเนื้อหาแนวคิดมีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับงานวิจัย

1.1) แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) คือ การศึกษาแนวคิดจากแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นที่มีเนื้อหาแนวคิดมีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับงานวิจัย นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำ

ยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน เพื่อให้งานวิจัยของผู้วิจัยเกิดความน่าสนใจและสอดคล้องกับ กระแสนิยมในอนาคต

1.2) มีเนื้อหาแนวคิดของการพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมจากวัสดุทาง ธรรมชาติ แนวคิดและองค์ประกอบที่สอดคล้องกับธรรมชาติ หรือเรื่องราวของรูปแบบการดำเนินชีวิต การแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

1.3) แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นประจำฤดูหนาว ในปี 2022 (Autumn/Winter 2022)

2) แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Trend Support) ที่มีเนื้อหาแนวคิดมีความ เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับงานวิจัยและแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก

2.1) แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Trend Support) คือ การศึกษาแนวคิดจากแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นที่มีเนื้อหาแนวคิดมีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับ งานวิจัย นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทาง การเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะ ไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน เพื่อให้งานวิจัยของผู้วิจัยเกิดความน่าสนใจและ สอดคล้องกับกระแสนิยมในอนาคต

2.2) มีเนื้อหาแนวคิดของการพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมจากวัสดุทาง ธรรมชาติ แนวคิดและองค์ประกอบที่สอดคล้องกับธรรมชาติ หรือเรื่องราวของรูปแบบการดำเนินชีวิต การแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

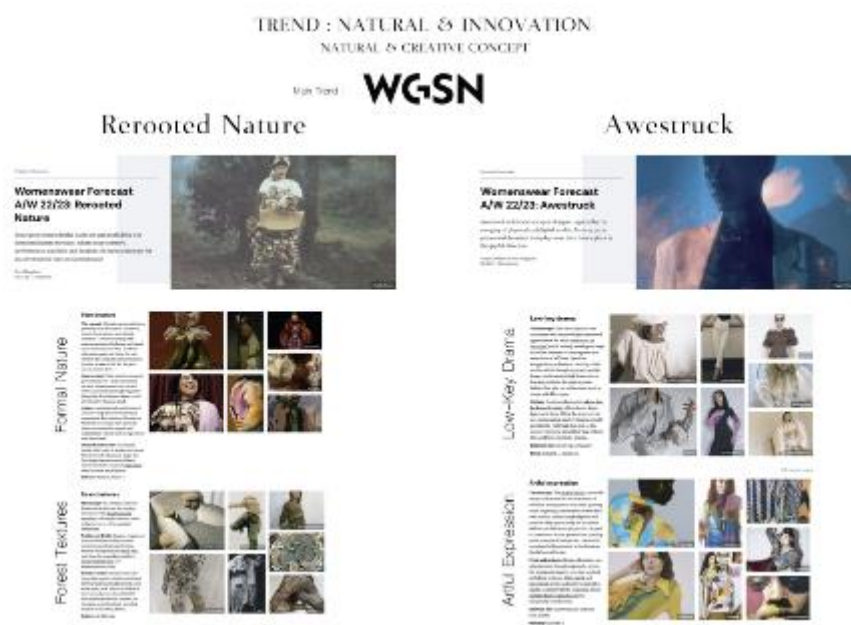
2.3) มีเนื้อหาแนวคิด องค์ประกอบในการออกแบบ ที่สอดคล้องเกี่ยวกับ แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend)

2.4) แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นประจำฤดูหนาว ในปี 2022 (Autumn/Winter 2022)

1.2 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend)

จากการศึกษางานวิจัยนวัตกรรมการสร้างสรรค์ราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราและเท็กซ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน และหลักเกณฑ์การคัดเลือกศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นประจำฤดูหนาวในปี 2022 ที่มีความสอดคล้องเกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นประจำฤดูหนาวในปี 2022 ของบริษัท WGSN โดยได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ที่ได้ข้อมูล ดังนี้

จากการศึกษาข้อมูลแนวโน้มกระแสนิยมที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยได้ทำการแบ่งเนื้อหาขอบเขตของแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นที่เกี่ยวข้องโดยใช้แนวคิดความสร้างสรรค์ (Creative) และธรรมชาติ (Natural) ดังนี้



ภาพที่ 96 แนวโน้มกระแสนิยมหลัก (Main Trend)

ที่มา : บริษัท WGSN แนวโน้มกระแสนิยมประจำฤดูหนาวปี 2022-2023

ตารางที่ 192 ตารางแนวคิด (Concept) ในแต่ละกลุ่มของแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นประจำฤดู
หนาวในปี 2022 ของบริษัท WGSN

กลุ่มแนวโน้มกระแสนิยม : Rerooted Nature	
<p>Product Forecast</p> <h2 style="margin: 0;">Womenswear Forecast A/W 22/23: Rerooted Nature</h2> <p>Resurgent interest in the outdoors and craft drive our Rerooted Nature forecast, where cosy comfort, performance qualities and fashion-led styles converge for an adventurous take on womenswear</p> <p>Sara Maggiori 02.10.21 - 14 minutes</p>	
<p>แนวคิด (Concept)</p>	<p>แนวโน้มกระแสนิยมที่ให้ความสำคัญกับธรรมชาติ มรดกของงานฝีมือ และชุมชน วัฒนธรรม เป็นการนำเสนอไปสู่ช่วงเวลาใหม่หลังจากการเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ถือเป็นการเรื้อยยาวทุกอย่าง ต่างต้องพึ่งพาอาศัยกันระหว่างผู้คนและธรรมชาติ โดยแนวคิดของความยั่งยืนและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (Creative) การออกแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสร้างออกแบบโดยส่วนพาที่แตกต่าง</p>
<p>คำสำคัญ (Keyword)</p>	<p>Natural Heritage, Craft, Sustainability, Regenerative, Development, Biophilic.</p>
<p>Formal nature</p> <p>The concept: Although outdoors looks are generally more focused on casualwear, nature also inspires a more formal direction – a welcome change after seasons dominated by lounge and casual items. Borrow from nature to inform silhouettes, print and colour for both elevated day looks and special occasions dresses, as seen in Iris Van Herpen's recent couture show.</p> <p>Ones to watch: Think about how you can present nature in a more conceptual, curated, almost sensual way. Look to artists such as Malaysian photographer Zhang Lin, floral designer Duan Ly and photographer Susanne Sarré.</p> <p>Colour: A sophisticated use of colour is crucial to keep the look wearable yet aspirational. Rich shades of bloodstone, Dark Oak and Copper work perfectly when contrasted with organic and sophisticated colours such as Algae Green and Sweet Coral.</p> <p>Materials and texture: Use recycled lyocell, silky cupro or modal and viscose blends for soft volume and drapes. Use lightweight sheers in natural fibres, recycled metallic Lurex and plant-based skins for more special pieces.</p> <p>Deliveries: Winter 1, Winter 2</p>	

Theme	Formal Naturals
แนวคิด (Concept)	โดยทั่วไปแล้วรูปแบบที่สะท้อนความเป็นธรรมชาติจะออกมาในรูปแบบของเสื้อผ้าชุดลำลอง (Casual Wear) แต่รูปแบบของความเป็นธรรมชาติก็สร้างนำมาสร้างสรรค์เป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่มีความเป็นทางการขึ้นได้เช่นกัน เป็นเรื่องที่น่าสนใจของการเปลี่ยนแปลงในฤดูกาลนี้ เช่น การสร้างโครงร่างเสื้อผ้า การพิมพ์สี และวัสดุ สำหรับลุคเสื้อผ้าที่เป็นเสื้อผ้าสำหรับโอกาสพิเศษ
คำสำคัญ (Keyword)	Formal, Natural to inform silhouette, Print, Color, Present Nature, Volume, Drape, Organic sophisticated, Natural fiber.
<div data-bbox="336 846 501 869"> <p>Forest textures</p> </div> <div data-bbox="336 887 587 1010"> <p>The concept: The newfound love for forests and woods, and the ongoing fascination with mushrooms and mycelium, will inspire textures, prints and patterns, as well as material innovations.</p> </div> <div data-bbox="336 1021 608 1167"> <p>Textiles and details: Organic, rugged and irregular finishes are key to mimic nature's compelling imperfections, whether through delicate mossy felts, new ideas for camouflage motifs, or nature-inspired trims and feature texture prints.</p> </div> <div data-bbox="336 1178 600 1346"> <p>Brands to watch: Danish label Louise Lyngh Hjerregaard redefines traditional knitwear and uses deadstock and a zero-waste policy, with a focus on technical innovation; Japanese brand Koi I's delicate textured florals; Westens, an emerging secondhand and upcycling business in São Paulo, Brazil.</p> </div> <div data-bbox="336 1357 485 1379"> <p>Delivery: all deliveries</p> </div>  <div data-bbox="1246 1413 1362 1435"> <p>View More Images</p> </div>	
Theme	Forest Texture
แนวคิด (Concept)	ความหลงใหลและความรักที่มีต่อต้นไม้ ป่าไม้ เห็ด หรือไมซีเลียมที่อยู่ตามธรรมชาติ ที่ถูกนำมาใช้การออกแบบภาพพิมพ์ ลวดลายผ้า ตลอดจนเทคโนโลยีนวัตกรรมด้านวัสดุ
คำสำคัญ (Keyword)	Forest & Wood, Fascination, Materials Innovation, Organic, Natural texture, Technology Innovation, Upcycling.

กลุ่มแนวโน้มกระแสนิยม : Awestruck

<p>Product Forecast</p> <h3>Womenswear Forecast A/W 22/23: Awestruck</h3> <p>Awestruck celebrates escapist designs inspired by the merging of physical and digital worlds. Fantasy party pieces and decadent everyday-wear both have a place in this joyful direction.</p> <p>Angela Sakko & Sara Maggiori 02.18.23 - 12 minutes</p>	
<p>แนวคิด (Concept)</p>	<p>การเปลี่ยนแปลงทั่วโลกและในทุกด้าน เทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ถูกพัฒนาการสร้างสรรค์แนวคิดบนโลกดิจิทัล เมตาเวิร์ส การแสดงอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ที่โดดเด่นการนำเอาความจริงไปทำเป็นเสมือนจริงจาก สมัยโบราณสู่นาคต ความแฟนตาซี และวิทยาศาสตร์ การออกแบบโดยโทนสีที่เด่นชัด วัสดุที่หรูหรา การออกแบบบนเทคโนโลยีที่ขยายขอบเขตมากขึ้น จากแนวคิดศิลปะและจินตนาการอย่างอิสระที่เสริมสร้างความเป็นมนุษย์มากกว่าการลดทอนความเป็นมนุษย์</p>
<p>คำสำคัญ (Keyword)</p>	<p>Technology, Science, Fantasy, Metaverse, Cyborg aesthetics, Surrealist, Ancient and Future, Bold color, Luxe, Opulent</p>
<p>Low-key drama</p> <p>The concept: This trend taps into the consumer who has developed a renewed appreciation for what constitutes an 'occasion' and is actively seeking out ways to add an element of extravagance as a new-form of self-love. Consider exaggerating a sleeve or creating a little surface shine through recycled metallic Lurex, and translate high drama into a low-key aesthetic through daywear fabrics that play on soft textures such as crepe and silky cupro.</p> <p>Styling: Continue playing into above-the-keyboard dressing with volume, sheer layers and shine filling the screen to act as a conversation starter. Designs should provide the right high-low mix so the wearer can move about their day without the need for a wardrobe change.</p> <p>Relevant for: women tops, trousers</p> <p>Drop: Autumn 1, Autumn 2</p>	 <p style="text-align: right;">View More Images</p>

Theme	Low-Key Drama
แนวคิด (Concept)	การเจาะจงผู้บริโภคที่ได้ชื่นชอบเสื้อผ้าที่มีโอกาสการสวมใส่ไปงานต่าง ๆ การเพิ่มองค์ประกอบของเสื้อผ้าแบบใหม่ๆ ที่ให้เกิดขนาดที่มีความใหญ่กว่าปกติและการใช้วัสดุจากการรีไซเคิล การเดรปปิ้งเพิ่มให้เกิดวอลุ่มของเสื้อผ้าที่แปลกใหม่
คำสำคัญ (Keyword)	Occasion, New-Form, Sheer Layer, Extravagance, Development.
<p>Artful expression</p> <p>The concept: The #artinfashion trend will remain influential for womenswear. It will have an important role amid growing focus on getting communities to tell their own stories, and art-inspired prints will provide a key opportunity for brands to collaborate with emerging artists. Appeal to consumers across generations by using patterns across all categories – especially on relaxed silhouettes or as the focus on playful curved hems.</p> <p>Print and pattern: Simple silhouettes are reinvigorated through expressive prints. For maximum impact, over-dye on plush and plissé textures. #Patchwork and #deadstock prints and patterns provide a way to connect with the customer, where current stock is repurposed in a sustainably creative way.</p> <p>Relevant for: outerwear, cut and sew, knit, denim</p> <p>Delivery: Autumn 3</p> 	
Theme	Artful Expression
แนวคิด (Concept)	กระแสของ Art in Fashion ยังคงมีอิทธิพลต่อเสื้อผ้าของผู้หญิง และสร้างความน่าสนใจเพิ่มขึ้นในการบอกเล่าเรื่องราวเล่าที่มาจากแรงบันดาลใจต่าง ๆ ศิลปะจึงเป็นสิ่งที่ตราสินค้าต่าง ๆ หันมาทำงานร่วมกับศิลปินหน้าใหม่ เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายรุ่นใหม่
คำสำคัญ (Keyword)	Art in Fashion, Inspiration, Maximal, Patch work, Sustainability, Creative wear, Artist, Style Art.

ที่มา : บริษัท WGSN แนวโน้มกระแสนิยมประจำฤดูหนาวปี 2022-2023

โดยจากการศึกษาข้อมูลแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นที่เกี่ยวข้องโดยใช้แนวคิดความสร้างสรรค์ (Creative) และธรรมชาติ (Natural) ผู้วิจัยได้ทำการสรุปวิเคราะห์จากธีม (Theme) แนวคิด (Concept) เพื่อให้ได้แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) ประจำฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022) จากบริษัท WGSN โดยสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 193 ตารางสรุปวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) ประจำฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022) จากบริษัท WGSN

Trend	Natural And Innovation
แนวคิดความสร้างสรรค์และธรรมชาติ (Concept : Creative and Natural)	
	
<p style="text-align: center;">แนวคิด (Concept)</p>	<p>กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญและเสพความสุนทรีย์ในสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติรอบตัว ทำให้เกิดการพัฒนาทางเทคโนโลยีนวัตกรรมต่าง ๆ ที่จะช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติไว้ตามแนวคิดของความยั่งยืน การเลือกใช้และพัฒนาต่อยอดวัสดุรูปแบบใหม่ที่มาจากวัสดุจากธรรมชาติ และการนำเอางค์ประกอบของธรรมชาติมาสร้างสรรค์ทางการออกแบบในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งองค์ประกอบของเสื้อผ้า ศิลปะลวดลาย และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่สร้างสรรค์ธรรมชาติอันเสมือนจริงบนโลกดิจิทัล เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่ทำให้ความรู้สึกและอารมณ์ ที่จะทำให้สามารถนึกถึงธรรมชาติอันสวยงามที่อยู่รอบตัว</p>
<p style="text-align: center;">คำสำคัญ (Keyword)</p>	<p>Natural, Environment, Creative, Development, Technology, Innovation, Bio-Materials, Decoration, Craft Manship, Art, Digitals, Emotional.</p>

Trend	Natural And Innovation
งาม (Color)	Natural tone, Earth tone
โครงร่างเงา (Silhouette)	Asymmetric, V-line, Volume, Flare.
รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	Deconstruction, Natural form, Organic Ornament, Technique Craft, Laser cut, Embroidery, Patchwork, Trim, Volume, Printing, Dye, Cutting.

Trend	Natural And Innovation
	
วัสดุ (Materials)	Bio-Materials, Natural Material, Plant Based, Recycle Materials, Silky, Raw Materials, Organic.

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

โดยจากการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) ประจำฤดูหนาว ในปี 2022 ของบริษัท WGSN ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์สรุปจากการศึกษาและวิเคราะห์ โดยจะเห็นว่า แนวโน้มกระแสนิยมที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตมีแนวคิดที่คำนึงและให้ความสำคัญกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และการใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมเพื่อให้เกิดวัสดุที่มาจากวัสดุทางธรรมชาติ (Natural Material) เพื่อที่จะนำมาสร้างสรรค์สินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายเพิ่มมากขึ้น และผู้บริโภคมีความสนใจในตัววัสดุที่มีความแปลกใหม่ และมีเอกลักษณ์ที่เฉพาะตัวจากการออกแบบสร้างสรรค์ที่มีแรงบันดาลใจมาจากธรรมชาติ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นเพิ่มเติม จากบริษัทผู้วิจัย ศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นชั้นนำระดับสากล เพื่อนำมาวิเคราะห์หาความสอดคล้องและสนับสนุนแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก



ภาพที่ 97 สรุปแนวคิด (Concept) ในแต่ละกลุ่มของแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นประจำฤดูหนาวในปี 2022 ของบริษัท WGSN แนวโน้มกระแสนิยมหลัก (Main Trend)

ที่มา : ผู้วิจัย ณิชฐนันท์ อยู่ชมบุญ

1.3 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend)

จากการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) โดยมีหลักเกณฑ์การคัดเลือกศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น เพื่อให้สอดคล้องเกี่ยวข้องกับงานวิจัย นวัตกรรมการสร้างสรรคตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์ จากการศึกษาการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน เพื่อศึกษาถึงแนวโน้มของกระแสนิยมแฟชั่นที่กำลังจะเกิดขึ้นอนาคตเพื่อให้เห็นความสอดคล้องกัน ใน แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน และงานวิจัย โดยใช้หลักเกณฑ์การคัดเลือกศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น โดยได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น จากบริษัทผู้วิจัยศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นชั้นนำระดับสากล ได้แก่ (1) บริษัท Pop Fashion (2) บริษัท Fashion Snoops (3) บริษัท Nelly Rodi โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.3.1 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) จากบริษัท Pop Fashion ในหัวเรื่อง Switching Fantasy ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022)

ตารางที่ 194 ตารางสรุปวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) จากบริษัท Pop Fashion ในหัวเรื่อง Switching Fantasy ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022)

Theme	Switching Fantasy
	
แนวคิด (Concept)	<p>การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีอิสระในสุนทรียภาพและจิตใจ และทำให้กลุ่มคนใหม่มีความมั่นใจที่เพิ่มมากขึ้นมีความกล้าหาญโดยเกิดขึ้นตามธรรมชาติ</p>
คำสำคัญ (Keyword)	<p>Fantasy, Evolution, Multi Culture, Independent, Confidents, Romantic mix, Avant grade, Be Bold, Be Vivid, Party.</p>
	
สี (Color)	<p>Wonderful Space : Natural tone, Pastel, Earth tone.</p>

Theme	Switching Fantasy
	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>Over-Stretch</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Romantic Tails</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Defense Armor</p>  </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;"> <p>Beautyberry</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>DOUGAN</p>  </div> </div> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;"> <p>Loose Parachute</p> <p>Stable Triangle</p> </div>
<p>โครงร่างเงา (Silhouette)</p>	<p>Volume, Deconstruction, Over, Slim fit, Loose Balloon Silhouette, A-line, H-line, Bell-line, V-line, Asymmetric</p>
<div style="display: grid; grid-template-columns: repeat(4, 1fr); gap: 10px;"> <!-- Scalloped Edge --> <div style="text-align: center;"> <p>Scalloped Edge</p>  </div> <!-- Flow slice --> <div style="text-align: center;"> <p>Flow slice</p>  </div> <!-- Croset Structure --> <div style="text-align: center;"> <p>Croset Structure</p>  </div> <!-- Lazy Cloak --> <div style="text-align: center;"> <p>Lazy Cloak</p>  </div> <!-- Voluminous --> <div style="text-align: center;"> <p>Voluminous</p>  </div> <!-- Straight Shawl Collar --> <div style="text-align: center;"> <p>Straight Shawl Collar</p>  </div> <!-- Finish Touch --> <div style="text-align: center;"> <p>Finish Touch</p>  </div> <!-- Multiple Deconstruction --> <div style="text-align: center;"> <p>Multiple Deconstruction</p>  </div> </div>	

Theme	Switching Fantasy
รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	Scalloped Edge, Flow slice, Voluminous, Straight Collar, Closet Structure, Lazy Cloak, Finish Touch, Multiple Deconstructions.
	 <p>The collage displays five material samples with labels: Lace (top left), Jersey (middle left), Satin (bottom left), Leather (top right), and Fur (bottom right). A faint watermark of a crown and scepter is visible in the background of the collage.</p>
วัสดุ (Materials)	Lace, Jersey, Satin, Leather, Fur

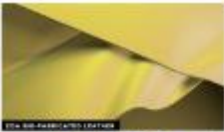
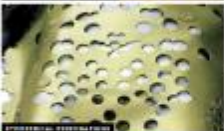





ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

1.3.2 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) จากบริษัท Fashion Snoops ในหัวเรื่อง Reciprocity ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022)

ตารางที่ 195 ตารางสรุปวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) จากบริษัท Fashion Snoops ในหัวเรื่อง Reciprocity ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022)

Trend	Reciprocity
	<p style="text-align: center;">RECIPROCITY</p> <p>In a newfound appreciation and mutual respect for the cyclical nature of Reciprocity, we must foster new technological innovations and products that nourish and benefit the environment and not just the human consumer. We will go beyond biomimicry and use nature not as a template to mimic and copy, but instead examine how our actions can profoundly give and not simply take. Nature is no longer considered a place in which humans reside and use. It is a living, breathing being in which we live alongside in the truest of partnerships.</p> <p style="text-align: center;">Lab Made Bio Garmentry Digital Greenery Earth's Power Ethical Luminescence Future-Nature</p> <p style="text-align: center;">FASHION SNOOPS</p>
<p style="text-align: center;">แนวคิด (Concept)</p>	<p>การพึ่งพาอาศัยกัน การซาบซึ้งและความเคารพซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดการคิดค้นเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ และผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ช่วยเหลือสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้บริโภค การใช้วัสดุทางธรรมชาติ หรือลอกเลียนแบบธรรมชาติ และธรรมชาติไม่ใช่สถานที่ที่มนุษย์อาศัยอยู่หากแต่ธรรมชาติถือเป็นสิ่งมีชีวิต ด้วยผู้คนหรือกลุ่มผู้บริโภคจะหันมาให้ความสำคัญและอาศัยอยู่เคียงข้างกันกับธรรมชาติอย่างแท้จริง</p>
<p style="text-align: center;">คำสำคัญ (Keywords)</p>	<p>Reciprocity, Newfound, Technological innovations, Environment, Biomimicry, Nature, Lab made, Bio garments, Digital greenery, Earth's power, Ethical Luminescence, Future-Nature</p>

Trend	Reciprocity
สี (Color)	Natural-Infused : Natural tone, Earth tone, Pastel
โครงร่างเงา (Silhouette)	Asymmetric, A-line, V-line, H-line Volume, Tailor
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>Surface Interest</p> <ul style="list-style-type: none"> - Embroidery - Feathers - Fringe - Fur Trim - Hard Ware - Military - Pleats - Quilted - Ruffles - Sequins & Jewels </div> <div style="width: 45%;"> <p>Construction + Technique</p> <ul style="list-style-type: none"> - Button Front - Patchwork - Cutsuits - Pockets - Deconstructed - Ties <p>Shape + Styling</p> <ul style="list-style-type: none"> - Draped - Puff Sleeves - Oversized Collar - Ruched - Volume - Sits </div> </div>	




Trend	Reciprocity
รายละเอียดการตกแต่ง (Details)	Embroidery, Quilted, Construction, Patchwork, Cutting, Deconstruction, Pocket, Draped, Volume, Puff, Oversize
 Bio-Fabricated Leather  Symmetrical Perforations  Iridescent Finishes  Cellular Embroidery	 Fibrous Knits  Bio-based Faux Fur  Plant Dyed Wovens
วัสดุ (Materials)	Bio-Fabricated Leather, Symmetrical Perforations, Iridescent Finishes, Cellular Embroidery, Fibrous Knits, Bio-based Faux Fur, Plant Dyed Woven.






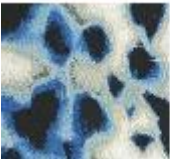
ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

1.3.3 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) จากบริษัท Nelly Rodi ในหัวเรื่อง Phantasmagoria ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022)

ตารางที่ 196 ตารางสรุปวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) จากบริษัท Nelly Rodi ในหัวเรื่อง Phantasmagoria ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022)

Trend	Phantasmagoria
	
<p>แนวคิด (Concept)</p>	<p>การเปลี่ยนแปลงจากโลกปัจจุบันสู่การจินตนาการโลกเหนือจริงที่เต็มไปด้วยท้องทุ่งหญ้าเขียวข่มราวกับปามหัตศจรรย์ เป็นอิสระจากการยับยั้งชั่งใจที่สามารถบอกกว่าสุนทรียศาสตร์อันแปลกใหม่ ความเป็นธรรมชาติที่น่าสนใจมาเป็นแรงบันดาลใจและน่าภาคภูมิใจ การยินดีกับรูปแบบโครงสร้างเสื้อผ้าแบบกูดูร์และวัสดุที่น่าสนใจ อารมณ์ความรู้สึก และสีที่สดใสและนุ่มนวล</p>
<p>คำสำคัญ (Keywords)</p>	<p>Wonderlands, Aesthetic, Natural Ornament, Organic, Couture silhouette, Flamboyant Materials, Vibrant Color, Softened Bright, Bold Feminine, Strange, Sensual, Organic Volume</p>

Trend	Phantasmagoria
	
สี (Color)	Freaky Elegant Garden Naturals, Vibrant Color, Softened Bright,
	
โครงสร้างเงา (Silhouette)	Asymmetric, Volume, V-line, H-line
	

Trend	Phantasmagoria
รายละเอียดการ ตกแต่ง (Details)	Embroidery, Volume, Layer, Deconstruction
 	   
วัสดุ (Materials)	Organic Cotton, Fur, Nylon, Micro-Organic, Chiffon, Jacquard.

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จากการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) จากบริษัทผู้วิจัยศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นชั้นนำระดับสากล ได้แก่ (1) บริษัท Pop Fashion (2) บริษัท Fashion Snoops (3) บริษัท Nelly Rodi โดยมีหลักเกณฑ์การคัดเลือกศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นตามข้างต้น โดยเลือกศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นที่มีเนื้อหาแนวคิดสอดคล้องเกี่ยวข้องกับงานวิจัย นวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีคริสเอทีพลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยผู้วิจัยจะได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุนไปเป็นองค์ประกอบในการสร้างแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend)

1.4 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend)

จากการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) และแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) เพื่อให้แนวคิดและองค์ประกอบการออกแบบและนำไปสรุปเป็นแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend) ที่มีเนื้อหาแนวคิดและองค์ประกอบสอดคล้องเกี่ยวข้องกับงานวิจัย นวัตกรรมการสร้างสรรค้ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีคิริเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 197 ตารางการเปรียบเทียบการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) และแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) ฤดูหนาวในปี2022 (Autumn/Winter 2022)

แนวคิดความสร้างสรรค์และธรรมชาติ (Concept : Creative and Natural)

MAIN TREND
NATURAL IS CREATIVE CONCEPT

SWITCHING FANTASY

RECIPROCALITY

DESIGN AESTHETIC

FANTASMA

FASHION SNOOPS

รูปแบบโครงสร้างเงา (Silhouette)

TREND : NATURAL & INNOVATION
NATURAL & CREATIVE CONCEPT

SILHOUETTES

MAIN TREND :
WGSN

Neon, Neon, Neon, Neon, Neon, Neon, Neon



TREND SUPPORT :
POP FASHION

15%



TREND SUPPORT :
FASHION SNOOCS

25%



TREND SUPPORT :
NellyRodi™

5%



สี (Color)

TREND : NATURAL & INNOVATION
NATURAL & CREATIVE CONCEPT

COLOUR

MAIN TREND :
WGSN

Organic Spirituality



TREND SUPPORT :
POP FASHION

15%

Wonderful Space



TREND SUPPORT :
FASHION SNOOCS

25%

Natural Infused



TREND SUPPORT :
NellyRodi™

5%



Freshly Eager Garden



รายละเอียดการตกแต่ง (Details)

TREND : NATURAL & INNOVATION
NATURAL & CREATIVE CONCEPT





DETAILS

<p>MAIN TREND : WGSN</p>  <ul style="list-style-type: none"> Decorations Texture & Color Technique Craft Knitwear Laser cut Technology Embroidery Patchwork Layer Volume Trim Printed Comfy Cut & Sew 	<p>15% TREND SUPPORT : POP FASHION</p>  <ul style="list-style-type: none"> Printed Silk Color Block Color Contrast Simple Silhouette Color Contrast Layer Color Contrast Layer Color Contrast Layer Color Contrast Layer Color Contrast Layer Color Contrast Layer 	<p>25% TREND SUPPORT : FASHION SNOOPS</p>  <ul style="list-style-type: none"> Surface Interest Embroidery Pattern Color Trim Hard Edge Glazy Recycled Printed Texture & Color Color Contrast Layer Color Contrast Layer Color Contrast Layer 	<p>5% TREND SUPPORT : NellyRodi</p>  <ul style="list-style-type: none"> Embroidery/Print Embroidery/Print Color Contrast Color Contrast Color Contrast Color Contrast Color Contrast Color Contrast Color Contrast Color Contrast Color Contrast Color Contrast Color Contrast Color Contrast Color Contrast
---	--	--	---

วัสดุ (Materials)

TREND : NATURAL & INNOVATION
NATURAL & CREATIVE CONCEPT

MATERIALS

<p>MAIN TREND : WGSN</p> <ul style="list-style-type: none"> Bio-Materials Natural Materials Plant Based Recycle Materials Silky Raw Materials Organic 	<p>15% TREND SUPPORT : POP FASHION</p>  <ul style="list-style-type: none"> Leather Denim Silk Leather Fur 	<p>25% TREND SUPPORT : FASHION SNOOPS</p>  <ul style="list-style-type: none"> Normal Natural Leather Synthetic Parasites Indigenous Printing Onion Embroidery Flaxseed Print Recycled Paper Ink Plant Dead Wood 	<p>5% TREND SUPPORT : NellyRodi</p>  <ul style="list-style-type: none"> Organic Cotton Bioluminescent Recycled Onion Recycled Recycled Recycled Recycled Recycled Recycled Recycled Recycled Recycled Recycled
--	---	---	---

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

TREND ELEMENT ANALYSIS CHART

	TREND	CONCEPT	SILHOUETTE	COLOURS	DETAILS	MATERIALS
MAIN TREND	WGSN 65%					
	POP FASHION 15%					
TREND SUPPORT	FASHION SNOOPS 25%					
	NellyRodi™ 5%					
NEW TREND		REFRESHED 		Natural Wonder Natural Tone 	Township Coat Tweed, Wool, Voluminous 	Bi-Material, Bio-Based Organic, Natural Material

ภาพที่ 98 ภาพการเปรียบเทียบการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) และแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022) และแนวโน้มกระแสนิยมใหม่ (New Trend)


ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จากการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลักและแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุนฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022) จะเห็นได้ว่า แนวคิด (Concept) และองค์ประกอบในการออกแบบต่าง ๆ ให้ความสนใจและความสำคัญกับความเป็นธรรมชาติ เทคโนโลยีนวัตกรรม และการสร้างสรรค์ โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลในแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลักและแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุนมาสร้างแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ โดยนำเอาแนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบของแต่ละแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นมาวิเคราะห์และเรียบเรียงเพื่อให้ความสอดคล้องกับเนื้อหาแนวคิดของงานวิจัย โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 198 ตารางข้อมูลแนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบของแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น
ใหม่ (New Trend) ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022)

Trend	Refreshed
	
<p>แนวคิด (Concept)</p>	<p>กระแสนิยมที่ผู้คนต่างมองหาการเริ่มต้นใหม่อย่างสดชื่น ตื่นเต้นไปกับการใช้ชีวิตท่ามกลางธรรมชาติทั้งแบบโลกจริงและโลกเสมือนจริง ที่ให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติรอบตัว การใช้ชีวิตแบบพึ่งพาอาศัยกันระหว่างคนกับธรรมชาติการมองการเทคโนโลยีนวัตกรรมที่แปลกใหม่และสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ทั้งหมดโลกจริงและโลกดิจิทัล ล้วนต่างต้องพึ่งพาอาศัยกัน การสร้างสรรค์จะช่วยสร้างสิ่งใหม่ให้กับผู้คนให้รู้สึกและมีอารมณ์ร่วมกัน โดยการนำเอาแรงบันดาลใจจากเสน่ห์ของธรรมชาติมาสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของผลงานการออกแบบ</p>
<p>คำสำคัญ (Keywords)</p>	<p>Natural Aesthetic, Environment, Emotion, Creative, Technology, Innovation, Digital, Fantasy</p>

SILHOUETTES	
	
<p>Hidden Play Top Crop Shirt The Party Mini Asymmetrical Skirt The Mermaid</p>	
	
	
<p>Romantic Tails The Comparty Flare Leather Pants The Patchwork Party Suit Leather Blazer Asymmetrical Dress</p>	
	
<p>รูปแบบโครงสร้าง เงา (Silhouette)</p>	<p>Asymmetric, H-line, V-line, A-line, Volume, Fit & Flare</p>
	
<p>สี (Color)</p>	<p>Natural Tone</p>
DETAILS	
<p>Embroidery Technique: Grid resolution Scalloped Edges</p>	
	
<p>Voluminous Multiple Decomposition Flow slice</p>	
	

<p>รายละเอียดการ ตกแต่ง (Details)</p>	<p>Embroidery, Cutting, Draping, Scalloped, Voluminous, Deconstructions, Slice.</p>
<p>MATERIALS</p> 	
<p>วัสดุ (Materials)</p>	<p>Bio-Materials, Natural Material, Plant based, Bio-Fabricated Leather, Satin, Lace, Chiffon</p>

ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ



ภาพที่ 99 แนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบของแนวโน้มกระแสแฟชั่นใหม่

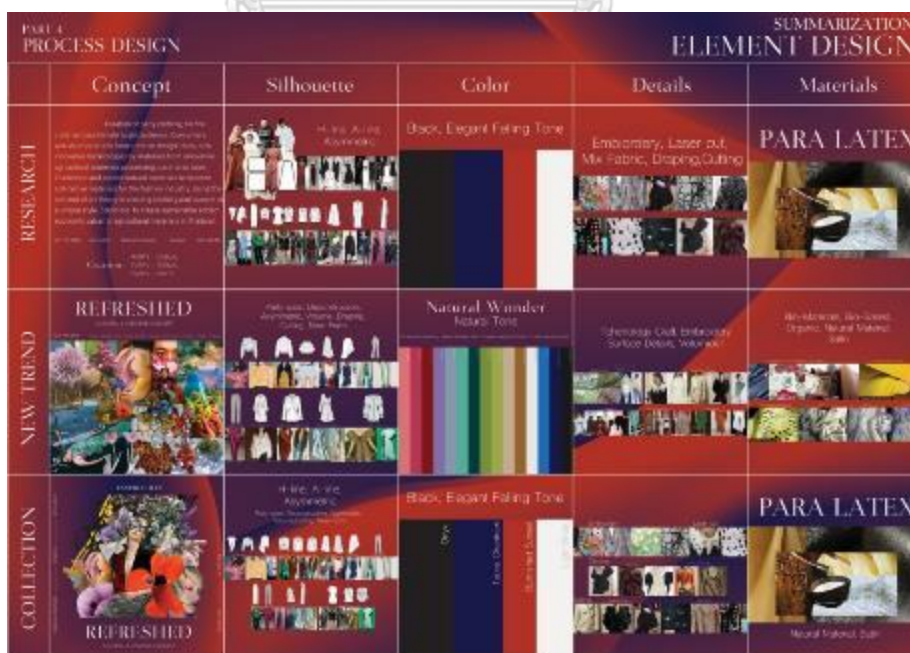
(New Trend) ฤดูหนาวในปี 2022 (Autumn/Winter 2022)

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จากการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) และแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) เพื่อนำข้อมูลแนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบมาวิเคราะห์เพื่อหาแรงบันดาลใจในการออกแบบคอลเล็กชันให้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยนวัตกรรม การสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์แรงบันดาลใจในการออกแบบในส่วนถัดไป

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์แรงบันดาลใจในการออกแบบ

จากการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) และแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้า สร้างแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend) และจากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยเรื่อง นวัตกรรม การสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์มาเพื่อค้นหาแรงบันดาลใจในการออกแบบสำหรับคอลเล็กชันนี้



ภาพที่ 100 ภาพตารางการเปรียบเทียบและสรุปแรงบันดาลใจในการออกแบบ

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

แรงบันดาลใจในการออกแบบ

แรงบันดาลใจในการออกแบบคอลเล็กชันนี้ โดยแนวคิดในการสร้างสรรค์เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายจากแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ จะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้คนหรือกลุ่มผู้บริโภคต่างโยกหา หรือต้องการความเป็นธรรมชาติและหววนคิดถึง คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ทำให้แรงบันดาลใจ แนวคิดการออกแบบคอลเล็กชันนี้มาจากการนำเอาโครงสร้าง รูปทรง เส้นสาย และรายละเอียดของการตกแต่ง จากความงามหรือความประทับใจในธรรมชาติรอบตัว ด้วยการตีความผ่านแนวคิดทฤษฎี ศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) เพื่อให้เกิดรูปแบบผลงานทางศิลปะที่มีรูปเอกลักษณ์เฉพาะตัวของ ผู้วิจัย เพื่อนำมาสร้างโครงสร้างรูปแบบที่อิสระตามธรรมชาติ หรือการนำมาผสมผสานเข้ากับ โครงสร้างเสื้อผ้าแบบพื้นฐานที่มีความเป็นสากล และการตีความผ่านรายละเอียดการตกแต่งรูปแบบ ต่าง ๆ รวมไปถึงการเลือกใช้วัสดุที่มาจากธรรมชาติ เช่น วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อให้รูปแบบของเสื้อผ้ามีอัตลักษณ์เฉพาะ โดย องค์ประกอบของการออกแบบจากแรงบันดาลใจความประทับใจของธรรมชาติรอบตัวผ่านการตีความ แบบแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อส่งมอบความรู้สึกให้กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภครู้สึกนึกถึงว่า ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ ช่วยรักษา สนับสนุน และการบริโภคผลิตภัณฑ์จากนวัตกรรมการ แปรรูปวัสดุจากธรรมชาติ



ภาพที่ 101 ภาพแสดงอารมณ์ของแรงบันดาลใจในการออกแบบคอลเล็กชัน

(Mood Board Collection)

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

โดยองค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้าในคอลเล็กชันสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 199 ตารางสรุปองค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้าคอลเล็กชัน

Collection	Refreshed : PARA LATEX
	
<p>แนวคิด (Concept)</p>	<p>การสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจากความประทับใจในธรรมชาติรอบตัว ผ่านการตีความผ่านแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) โดยการนำเอาผลงานทางศิลปะจากความประทับใจในธรรมชาติมาสร้างสรรค์รูปแบบ รูปทรง และรายละเอียดการตกแต่ง มาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าในคอลเล็กชันนี้ รวมไปถึงการเลือกใช้วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ในการนำมาเป็นวัสดุหลักในการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในคอลเล็กชัน เพื่อส่งเสริมการเลือกใช้วัสดุทางธรรมชาติ ให้กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคมีทางเลือกของรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ ที่สร้างสรรค์จากวัสดุจากธรรมชาติและรู้สึกลึกซึ้งเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ และช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย</p>
<p>คำสำคัญ (Keywords)</p>	<p>Natural Aesthetic, Innovation, Environment, Emotion, Creative, Self-Identity, Technology, Abstract Art</p>

โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	Party - Casual Party - Formal Party - Party
	
รูปแบบโครงสร้าง เงา (Silhouette)	Asymmetric, H-line, V-line, A-line Party wear, Deconstruction, Volume, Cutting, New-Form
	
สี (Color)	Elegant Felling Tone
	
รายละเอียดการ ตกแต่ง (Details)	Embroidery, Cutting, Draping, Scalloped, Voluminous, Deconstructions, Slice.
	
วัสดุ (Materials)	PARA LATEX, Silk Satin, Silk Chiffon

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ



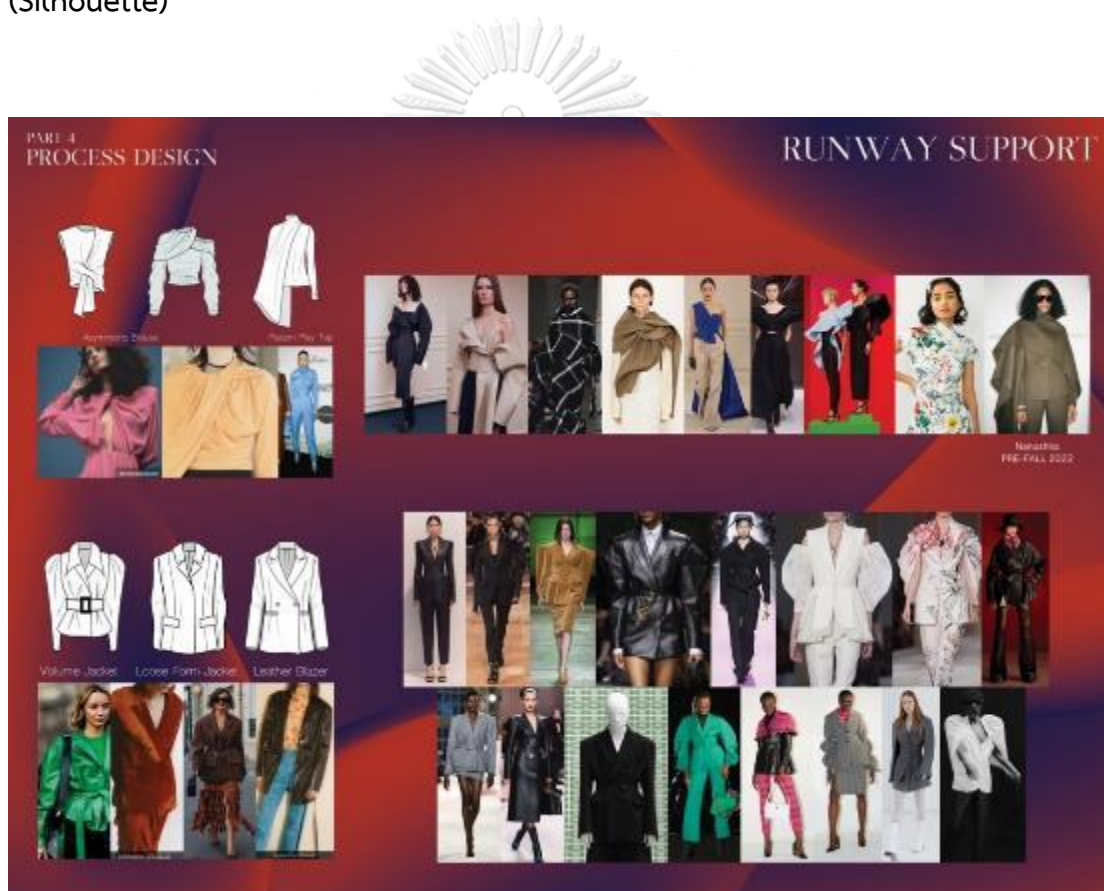
ภาพที่ 102 ภาพสรุปองค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้าคอลเล็กชัน
 ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ



ภาพที่ 103 ภาพอ้างอิงรูปแบบเสื้อผ้าในคอลเล็กชัน (Reference Collection)
 ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ทั้งนี้ จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลและองค์ประกอบของแรงบันดาลใจ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบโครงสร้างเสื้อผ้าและรายละเอียดการตกแต่งจากรันเวย์คอลเล็กชัน (Runway Collection) ของตราสินค้าที่มีชื่อเสียงระดับสากล ที่มีความเกี่ยวข้องกับแรงบันดาลใจ เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนในการออกแบบคอลเล็กชัน เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคสตรีครีเอทีฟคลาส ตรงกับความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น ดังนี้

ข้อมูลจากรันเวย์คอลเล็กชันสนับสนุน (Runway Support) ด้านโครงร่างเงา (Silhouette)



ภาพที่ 104 ภาพจากรันเวย์คอลเล็กชันสนับสนุน (Runway Support) ด้านโครงร่างเงา (Silhouette)

ที่มา : ผู้วิจัย ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ



ภาพที่ 105 ภาพจากรันเวย์คอลเล็กชันสนับสนุน (Runway Support) ด้านโครงร่างเงา (Silhouette)

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ



ภาพที่ 106 ภาพจากรันเวย์คอลเล็กชันสนับสนุน (Runway Support) ด้านโครงร่างเงา (Silhouette)

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

ข้อมูลจากรันเวย์คอลเล็กชันสนับสนุน (Runway Support) ด้านรายละเอียดการตกแต่ง (Details)



ภาพที่ 107 ภาพจากรันเวย์คอลเล็กชันสนับสนุน (Runway Support) ด้านโครงสร้างเงา (Silhouette)

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ



ภาพที่ 108 ข้อมูลจากรันเวย์คอลเล็กชันสนับสนุน (Runway Support) ด้านรายละเอียดการตกแต่ง (Details)

ที่มา : ผู้วิจัย ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ

จากการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน เพื่อหาแรงบันดาลใจ แนวคิด และองค์ประกอบในการออกแบบเสื้อผ้าคอลเล็กชัน ผู้วิจัยได้ทำการสรุปข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์เพื่อนำไปออกแบบและพัฒนาผลงานคอลเล็กชันต้นแบบในส่วนถัดไป

ส่วนที่ 3 การสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาผลงานคอลเล็กชันต้นแบบ

การสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาผลงานคอลเล็กชันต้นแบบ เกิดจากการศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เห็นช่องว่างและความเหมาะสมทางการตลาดและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งอ้างอิงจากการกำหนดทิศของแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นเพื่อให้ทันสมัยนิยม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการทดลองพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยมีรายละเอียดในการทดลองและพัฒนาเพื่อให้เกิดเป็นรูปแบบสินค้าเครื่องแต่งกาย ดังนี้

3.1 การพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

จากการทดลองเพื่อพัฒนาและต่อยอดวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ให้มีคุณภาพและคุณสมบัติเพื่อให้เกิดความเหมาะสม ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องและพัฒนาวัสดุร่วมกับ คุณอภิษณา เตชะวีรภัทร และ คุณอัครชัย เตชะวีรภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด ให้สามารถเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในอุตสาหกรรมแฟชั่นได้ จากการศึกษาระบุข้อมูลแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์เพื่อหาความเกี่ยวข้องและความเป็นไปได้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายให้มีความเหมาะสม เพื่อให้วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์มีความเหมาะสมสามารถพัฒนาเป็นวัสดุหลักสำหรับการออกแบบคอลเล็กชันต้นแบบเครื่องแต่งกายต่อไป ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ดังนี้

ตารางที่ 200 ตารางสรุปเปรียบเทียบผลการทดลองวัสดุทางเลือกในแต่ละครั้ง
จากการทดลองวัสดุทางเลือกจากวัสดุทางเภสัชกรนำยางพาราเถาเท็กซ์ (Para Latex)

วัสดุครั้งที่	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ครั้งที่ 4
รูปภาพวัสดุ				
ความหนา/ บาง	0.1 มิลลิเมตร	0.05 มิลลิเมตร	0.07 มิลลิเมตร	0.07 มิลลิเมตร
หน้ากว้าง	35 เซนติเมตร	77 เซนติเมตร	60 เซนติเมตร	70 เซนติเมตร
สีวัสดุ	สียางพาราธรรมชาติ : สีเหลืองออกน้ำตาล	สียางพาราธรรมชาติ : สีเหลืองออกน้ำตาล	ดำ	ดำ

วัสดุครั้งที่	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ครั้งที่ 4
การทดลอง การตัดเย็บ	ดี	พอใช้	ดี	พอใช้
ลักษณะของ วัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณเศษผ้า : 30% - ผิวสัมผัส : ธรรมดา - ความยืดหยุ่น : ไม่มี - ระบายอากาศ : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี - อื่น : ไม่มีความทนต่อตัว มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเบา แข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเบา กว่าหนัง 	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณเศษผ้า : 10% - ผิวสัมผัส : ธรรมดา น้อยกว่าครั้งที่ 1 - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ระบายอากาศ : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี - อื่น : ไม่มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเล็กน้อย ไม่มีความทน 	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณเศษผ้า : 30% - ผิวสัมผัส : ขรุขระและกระด้าง - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ระบายอากาศ : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี - อื่น : ไม่มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเล็กน้อย ไม่มีความทน 	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณเศษผ้า : 10% - ผิวสัมผัส : นุ่ม, ขรุขระเล็กน้อย - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ระบายอากาศ : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี - อื่น : ไม่มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเล็กน้อย ไม่มีความทน
ข้อจำกัดของ วัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดแคบ ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดแคบ ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ - จากการทดลองพัฒนาวัสดุใหม่ ความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้ การออกแบบเสื้อผ้าพบว่า 	<ul style="list-style-type: none"> - หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดแคบ ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ - จากการทดลองพัฒนาวัสดุใหม่ ความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้ การออกแบบเสื้อผ้าพบว่า 	<ul style="list-style-type: none"> - หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดแคบ ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ - จากการทดลองพัฒนาวัสดุใหม่ ความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้ การออกแบบเสื้อผ้าพบว่า

วัสดุครั้งที่	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ครั้งที่ 4
	ข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอย พับในทุก ๆ 60 เซนติเมตร	ข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอย พับในทุก ๆ 60 เซนติเมตร	ข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอย พับในทุก ๆ 60 เซนติเมตร	ข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอย พับในทุก ๆ 90 เซนติเมตร - เนื่องด้วยกรรมวิธีการใส่สี ทำให้วัสดุมีความหนาได้แค่ 0.07 มิลลิเมตร ไม่สามารถมีความหนา ที่น้อยกว่านี้ได้

ที่มา : ฐิฐินันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการทดลองพัฒนาวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปน้ำยางพาราแลกซ์ (Para Latex) เพื่อให้มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการนำ
ออกแบบเครื่องแต่งกาย โดยจากการทดลองและพัฒนาวัสดุจากการทดลองพัฒนาในครั้งที่ 3 และ 4 มีความเหมาะสมในการออกแบบเครื่องแต่งกาย โดยผู้วิจัยได้
วิเคราะห์ข้อมูลแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและแนวโน้มกระแสสังคมแฟชั่นใหม่ เพื่อหาแนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบเครื่องแต่ง และผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้
จากการศึกษาและวิเคราะห์มาพัฒนาต่อยอดวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกซ์ที่มีความสอดคล้องเกี่ยวข้องกับแรงบันดาลใจ
ในการออกแบบ ในเรื่องของสีและการผสมผสานพื้นผิวสัมผัสของวัสดุในคอลเล็กชันต้นแบบ โดยสามารถสรุปการทดลองพัฒนาสีและผิวสัมผัสที่จะนำมาใช้เป็นวัสดุ
หลักในคอลเล็กชันได้ ดังนี้

ตารางที่ 201 ตารางสรุปการพัฒนาวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)

วัสดุ	วัสดุสีดำ (หนา)	วัสดุสีดำ (บาง)	วัสดุสีน้ำเงิน	วัสดุสีแดง	วัสดุสีขาว
รูปภาพวัสดุ					
ความหนา/บาง	0.07 มิลลิเมตร	0.05 มิลลิเมตร	0.05 มิลลิเมตร	0.08 มิลลิเมตร	0.06 มิลลิเมตร
หน้ากว้าง	65 เซนติเมตร	76 เซนติเมตร	77 เซนติเมตร	73 เซนติเมตร	77 เซนติเมตร
สีวัสดุ	ดำ	ดำ	น้ำเงิน	แดง	ขาว
การทดลอง การตัดเย็บ	ดี	พอใช้	พอใช้	ดี	ดี
การตัดเย็บ	- ใช้จักรอุตสาหกรรมเย็บ ผ้าปกติ หรือจักร อุตสาหกรรมสำหรับเย็บ เครื่องหนังได้เช่นกัน	- ใช้จักรอุตสาหกรรมเย็บ ผ้าปกติ หรือจักร อุตสาหกรรมสำหรับเย็บ เครื่องหนังได้เช่นกัน	- ใช้จักรอุตสาหกรรมเย็บ ผ้าปกติ หรือจักร อุตสาหกรรมสำหรับเย็บ เครื่องหนังได้เช่นกัน	- ใช้จักรอุตสาหกรรมเย็บ ผ้าปกติ หรือจักร อุตสาหกรรมสำหรับเย็บ เครื่องหนังได้เช่นกัน	- ใช้จักรอุตสาหกรรมเย็บ ผ้าปกติ หรือจักร อุตสาหกรรมสำหรับเย็บ เครื่องหนังได้เช่นกัน

วัสดุ	วัสดุสีดำ (หนา)	วัสดุสีดำ (บาง)	วัสดุสีน้ำเงิน	วัสดุสีแดง	วัสดุสีขาว
	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ตีพิมพ์เย็บสำหรับเย็บหนังสือเพื่อลดความหนืดในการเย็บ - ด้านสำหรับการเย็บด้านขนาดปกติหรือด้านสำหรับเย็บเครื่องหนังสือ ยินส์ เป็นต้น - ใช้กระดาษแข็งในการกำหนดแนวเย็บ - ใช้แบ่งผู้โรยบิวส์ดูขณะตัดเย็บเพื่อลดความหนืด และใช้ตัดทำความสะอาดหลังการตัดเย็บ - ไม่ควรเลาะแก้ไขแนวเย็บหากไม่จำเป็น 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ตีพิมพ์เย็บสำหรับเย็บหนังสือเพื่อลดความหนืดในการเย็บ - ด้านสำหรับการเย็บด้านขนาดปกติหรือด้านสำหรับเย็บเครื่องหนังสือ ยินส์ เป็นต้น - ใช้กระดาษแข็งในการกำหนดแนวเย็บ - ใช้แบ่งผู้โรยบิวส์ดูขณะตัดเย็บเพื่อลดความหนืด และใช้ตัดทำความสะอาดหลังการตัดเย็บ - ไม่ควรเลาะแก้ไขแนวเย็บหากไม่จำเป็น 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ตีพิมพ์เย็บสำหรับเย็บหนังสือเพื่อลดความหนืดในการเย็บ - ด้านสำหรับการเย็บด้านขนาดปกติหรือด้านสำหรับเย็บเครื่องหนังสือ ยินส์ เป็นต้น - ใช้กระดาษแข็งในการกำหนดแนวเย็บ - ใช้แบ่งผู้โรยบิวส์ดูขณะตัดเย็บเพื่อลดความหนืด และใช้ตัดทำความสะอาดหลังการตัดเย็บ - ไม่ควรเลาะแก้ไขแนวเย็บหากไม่จำเป็น 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ตีพิมพ์เย็บสำหรับเย็บหนังสือเพื่อลดความหนืดในการเย็บ - ด้านสำหรับการเย็บด้านขนาดปกติหรือด้านสำหรับเย็บเครื่องหนังสือ ยินส์ เป็นต้น - ใช้กระดาษแข็งในการกำหนดแนวเย็บ - ใช้แบ่งผู้โรยบิวส์ดูขณะตัดเย็บเพื่อลดความหนืด และใช้ตัดทำความสะอาดหลังการตัดเย็บ - ไม่ควรเลาะแก้ไขแนวเย็บหากไม่จำเป็น 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ตีพิมพ์เย็บสำหรับเย็บหนังสือเพื่อลดความหนืดในการเย็บ - ด้านสำหรับการเย็บด้านขนาดปกติหรือด้านสำหรับเย็บเครื่องหนังสือ ยินส์ เป็นต้น - ใช้กระดาษแข็งในการกำหนดแนวเย็บ - ใช้แบ่งผู้โรยบิวส์ดูขณะตัดเย็บเพื่อลดความหนืด และใช้ตัดทำความสะอาดหลังการตัดเย็บ - ไม่ควรเลาะแก้ไขแนวเย็บหากไม่จำเป็น
ลักษณะของวัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณเศษผ้า : 30% - ผิวสัมผัส : ชรุขระและกระด้าง 	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณเศษผ้า : 10% - ผิวสัมผัส : นุ่ม, ชรุขระเล็กน้อย 	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณเศษผ้า : 10% - ผิวสัมผัส : นุ่ม, ชรุขระเล็กน้อย 	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณเศษผ้า : 30% - ผิวสัมผัส : ชรุขระและกระด้าง 	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณเศษผ้า : 30% - ผิวสัมผัส : ชรุขระและกระด้าง

วัสดุ	วัสดุสีดำ (หนา)	วัสดุสีดำ (บาง)	วัสดุสีน้ำเงิน	วัสดุสีแดง	วัสดุสีขาว
	<ul style="list-style-type: none"> - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ระบายอากาศ : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี - อื่น ๆ : มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเล็กน้อย ไม่มีความหดตัว 	<ul style="list-style-type: none"> - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ระบายอากาศ : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี - อื่น ๆ : มีความนุ่มและวาวมากขึ้น ไม่มีความหดตัว มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเบากว่าหนึ่ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ระบายอากาศ : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี - อื่น ๆ : มีความนุ่มและวาวมากขึ้น ไม่มีความหดตัว มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเบากว่าหนึ่ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ระบายอากาศ : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี - อื่น ๆ : มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเล็กน้อย ไม่มีความหดตัว 	<ul style="list-style-type: none"> - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ระบายอากาศ : ไม่มี - ทนความร้อน : ดี - อื่น ๆ : มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเล็กน้อย ไม่มีความหดตัว
ข้อจำกัดของวัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดเล็ก ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ - จากการผลิตพัฒนาวัสดุให้มีความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้การออกแบบเสื้อผ้าพบว่า ข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอยพับในทุก ๆ 90 เซนติเมตร 	<ul style="list-style-type: none"> - หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดเล็ก ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ - จากการผลิตพัฒนาวัสดุให้มีความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้การออกแบบเสื้อผ้าพบว่า ข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอยพับในทุก ๆ 90 เซนติเมตร 	<ul style="list-style-type: none"> - หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดเล็ก ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ - จากการผลิตพัฒนาวัสดุให้มีความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้การออกแบบเสื้อผ้าพบว่า ข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอยพับในทุก ๆ 90 เซนติเมตร 	<ul style="list-style-type: none"> - หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดเล็ก ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ - จากการผลิตพัฒนาวัสดุให้มีความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้การออกแบบเสื้อผ้าพบว่า ข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอยพับในทุก ๆ 90 เซนติเมตร 	<ul style="list-style-type: none"> - หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดเล็ก ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ - จากการผลิตพัฒนาวัสดุให้มีความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้การออกแบบเสื้อผ้าพบว่า ข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอยพับในทุก ๆ 90 เซนติเมตร

วัสดุ	วัสดุสีดำ (หนา)	วัสดุสีดำ (บาง)	วัสดุสีน้ำเงิน	วัสดุสีแดง	วัสดุสีขาว
	<ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบลักษณะของพื้นผิวสัมผัสที่ขรุขระที่แตกต่างกันในแต่ต่างรอบของการผลิต - เนื่องด้วยกรรมวิธีการการใส่สีทำให้วัสดุมีความหนาได้แค่ 0.07 มิลลิเมตร ไม่สามารถมีความหนาน้อยกว่านี้ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อควรระวังหลังเย็บจากแรงดึงรั้งวัสดุหลังเย็บ เพื่อให้เกิดการฉีกขาดหรือชำรุดได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบลักษณะของพื้นผิวสัมผัสที่ขรุขระที่แตกต่างกันในแต่ต่างรอบของการผลิต - เนื่องด้วยกรรมวิธีการการใส่สีทำให้วัสดุมีความหนาได้แค่ 0.07 มิลลิเมตร ไม่สามารถมีความหนาน้อยกว่านี้ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบลักษณะของพื้นผิวสัมผัสที่ขรุขระที่แตกต่างกันในแต่ต่างรอบของการผลิต - เนื่องด้วยกรรมวิธีการการใส่สีทำให้วัสดุมีความหนาได้แค่ 0.07 มิลลิเมตร ไม่สามารถมีความหนาน้อยกว่านี้ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีรูปแบบลักษณะของพื้นผิวสัมผัสที่ขรุขระที่แตกต่างกันในแต่ต่างรอบของการผลิต - เนื่องด้วยกรรมวิธีการการใส่สีทำให้วัสดุมีความหนาได้แค่ 0.07 มิลลิเมตร ไม่สามารถมีความหนาน้อยกว่านี้ได้
การดูแลรักษาวัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - วัสดุควรหลีกเลี่ยงการสัมผัสโดยตรงจากแสงเพื่อรักษาคุณภาพสีของวัสดุ - หลังการใช้งานหรือสวมใส่เครื่องแต่งกายที่ทำจากวัสดุควรทำความสะอาดด้วยแอลกอฮอล์หรือน้ำสะอาด 	<ul style="list-style-type: none"> - วัสดุควรหลีกเลี่ยงการสัมผัสโดยตรงจากแสงเพื่อรักษาคุณภาพสีของวัสดุ - หลังการใช้งานหรือสวมใส่เครื่องแต่งกายที่ทำจากวัสดุควรทำความสะอาดด้วยแอลกอฮอล์หรือน้ำสะอาด 	<ul style="list-style-type: none"> - วัสดุควรหลีกเลี่ยงการสัมผัสโดยตรงจากแสงเพื่อรักษาคุณภาพสีของวัสดุ - หลังการใช้งานหรือสวมใส่เครื่องแต่งกายที่ทำจากวัสดุควรทำความสะอาดด้วยแอลกอฮอล์หรือน้ำสะอาด 	<ul style="list-style-type: none"> - วัสดุควรหลีกเลี่ยงการสัมผัสโดยตรงจากแสงเพื่อรักษาคุณภาพสีของวัสดุ - หลังการใช้งานหรือสวมใส่เครื่องแต่งกายที่ทำจากวัสดุควรทำความสะอาดด้วยแอลกอฮอล์หรือน้ำสะอาด 	<ul style="list-style-type: none"> - วัสดุควรหลีกเลี่ยงการสัมผัสโดยตรงจากแสงเพื่อรักษาคุณภาพสีของวัสดุ - หลังการใช้งานหรือสวมใส่เครื่องแต่งกายที่ทำจากวัสดุควรทำความสะอาดด้วยแอลกอฮอล์หรือน้ำสะอาด

วัสดุ	วัสดุสีดำ (หนา)	วัสดุสีดำ (บาง)	วัสดุสีน้ำเงิน	วัสดุสีแดง	วัสดุสีขาว
	- เพื่อรักษาความเงาหรือเพิ่มความเงาใช้แว็กซ์ เคลือบเงาหรือทำความสะอาดสำหรับหนังหรือยางทั่วไป เช็ดทำความสะอาด สะอาดได้	- เพื่อรักษาความเงาหรือเพิ่มความเงาใช้แว็กซ์ เคลือบเงาหรือทำความสะอาดสำหรับหนังหรือยางทั่วไป เช็ดทำความสะอาด สะอาดได้	- เพื่อรักษาความเงาหรือเพิ่มความเงาใช้แว็กซ์ เคลือบเงาหรือทำความสะอาดสำหรับหนังหรือยางทั่วไป เช็ดทำความสะอาด สะอาดได้	- เพื่อรักษาความเงาหรือเพิ่มความเงาใช้แว็กซ์ เคลือบเงาหรือทำความสะอาดสำหรับหนังหรือยางทั่วไป เช็ดทำความสะอาด สะอาดได้	- เพื่อรักษาความเงาหรือเพิ่มความเงาใช้แว็กซ์ เคลือบเงาหรือทำความสะอาดสำหรับหนังหรือยางทั่วไป เช็ดทำความสะอาด สะอาดได้

ที่มา : ฐานันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการพัฒนาต่อยอตวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ให้ความสอดคล้องเกี่ยวกับแรงบันดาลใจในการออกแบบ ในเรื่องของสีและการผสมผสานพื้นผิวสัมผัสของวัสดุในคอลเล็กชันแบบ โดยสามารถสรุปการทดลองพัฒนาสีและผิวสัมผัสที่จะนำมาใช้เป็นวัสดุหลักในคอลเล็กชันได้ ผู้วิจัยได้ร่วมมือกับคุณอภิขณา เตชะวิริภัทร และ คุณอัครชัย เตชะวิริภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด เพื่อพัฒนาต่อยอตวัสดุในเรื่องสีและการผสมผสานพื้นผิวสัมผัสของวัสดุในคอลเล็กชันแบบ โดยมีทั้งหมด 4 สี ได้แก่ สีดำ สีน้ำเงิน สีแดง และสีขาว รูปแบบของผิวสัมผัส 2 ลักษณะ ได้แก่ วัสดุที่มีผิวสัมผัสแบบขรุขระและขรุขระกึ่งเรียบ มาใช้เป็นวัสดุหลักในการออกแบบเครื่องแต่งกาย โทนมีรายละเอียดในการสร้างสรรค์และพัฒนาคอลเล็กชันในส่วนถัดไป

3.2 การออกแบบสร้างสรรค์และพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและแนวโน้มกระแสนิยมใหม่ เพื่อใช้ในการพัฒนาคอลเล็กชันและการทดลองพัฒนาวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ให้มีคุณภาพและคุณสมบัติเหมาะสมกับการออกแบบเครื่องแต่งกาย รวมทั้งการปรึกษาและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และได้มีการปรับปรุงให้เหมาะสมและสวยงาม สามารถสรุปการพัฒนาคอลเล็กชันได้ ดังนี้

3.2.1 การทดลองการขึ้นหุ่นของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

การทดลองการขึ้นหุ่นของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อหาค้นหาข้อจำกัด เอกลักษณะเฉพาะ และโครงสร้างให้เกิดความเหมาะสมกับคุณภาพและคุณสมบัติของวัสดุ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดลองขึ้นหุ่นเพื่อศึกษาโครงสร้างและรูปแบบการตัดเย็บให้เหมาะสมกับวัสดุที่จะนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ออกแบบคอลเล็กชันต้นแบบ



รูปภาพที่ 6.3.2.1.1 ภาพการทดลองการขึ้นหุ่นของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ที่มา : ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



รูปภาพที่ 6.3.2.1.2 ภาพการทดลองการขึ้นหุ่นของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตร
 น้ํายางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

ที่มา : ฐนันทน์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการทดลองการขึ้นหุ่นของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปน้ํายางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) พบว่า

- 1) ความหนาและบางของวัสดุให้เกิดความรู้สึกของความเล็กใหญ่แตกต่างกันของรูปแบบโครงสร้างหรือการทับซ้อนกัน เช่น การจับจีบ การเดรปปิ้ง เป็นต้น
- 2) จากเทคนิคที่ใช้ในการทดลองขึ้นหุ่น เช่น การจับจีบ การเดรปปิ้ง จะเห็นได้ว่า หากมีการทับซ้อนกันเพื่อให้ความลึกและต้นบนโครงสร้างของเครื่องแต่งกาย จะทำให้โครงสร้างเสื้อผ้ามีมิติมากขึ้น
- 3) ข้อจำกัดของวัสดุ นั้นไม่ควรมึรูปแบบการทับซ้อนกันที่หลากหลายชั้น (Layer) มากเกินไป จะทำให้มีผลกระทบต่อตัดเย็บที่จะเกิดขึ้นหรือไม่สามารถตัดเย็บได้เนื่องจากมีความหนาที่มากกว่าปกติที่เครื่องมือการตัดเย็บจะสามารถทำได้

ดังนั้น การใช้วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปน้ํายางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ในการออกแบบเครื่องแต่ง เพื่อให้เกิดโครงสร้างที่แปลกใหม่และเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มเป้าหมาย

ผู้บริโภคร ผู้วิจัยต้องคำนึงถึงปัจจัยในการตัดเย็บด้วย เพื่อให้ผลงานจากการออกแบบสามารถตัดเย็บได้ และเป็นเครื่องแต่งกายที่มีความเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งด้านวัสดุและรูปแบบโครงสร้างด้วย

3.2.2 การทดลองทำเทคนิคและรายละเอียดการตกแต่ง (Details and Technique) ลงบนวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา Latex (Para Latex)

จากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง แรงบันดาลใจในการออกแบบ และ แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดลองทำเทคนิคและรายละเอียดการตกแต่ง (Details and Technique) ลงบนวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา Latex (Para Latex) ให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์มาใช้เป็นองค์ประกอบหนึ่งในการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องกาย โดยผู้วิจัยได้ทำการทดลองทำเทคนิคและรายละเอียดการตกแต่ง โดยมีขั้นตอน ดังนี้

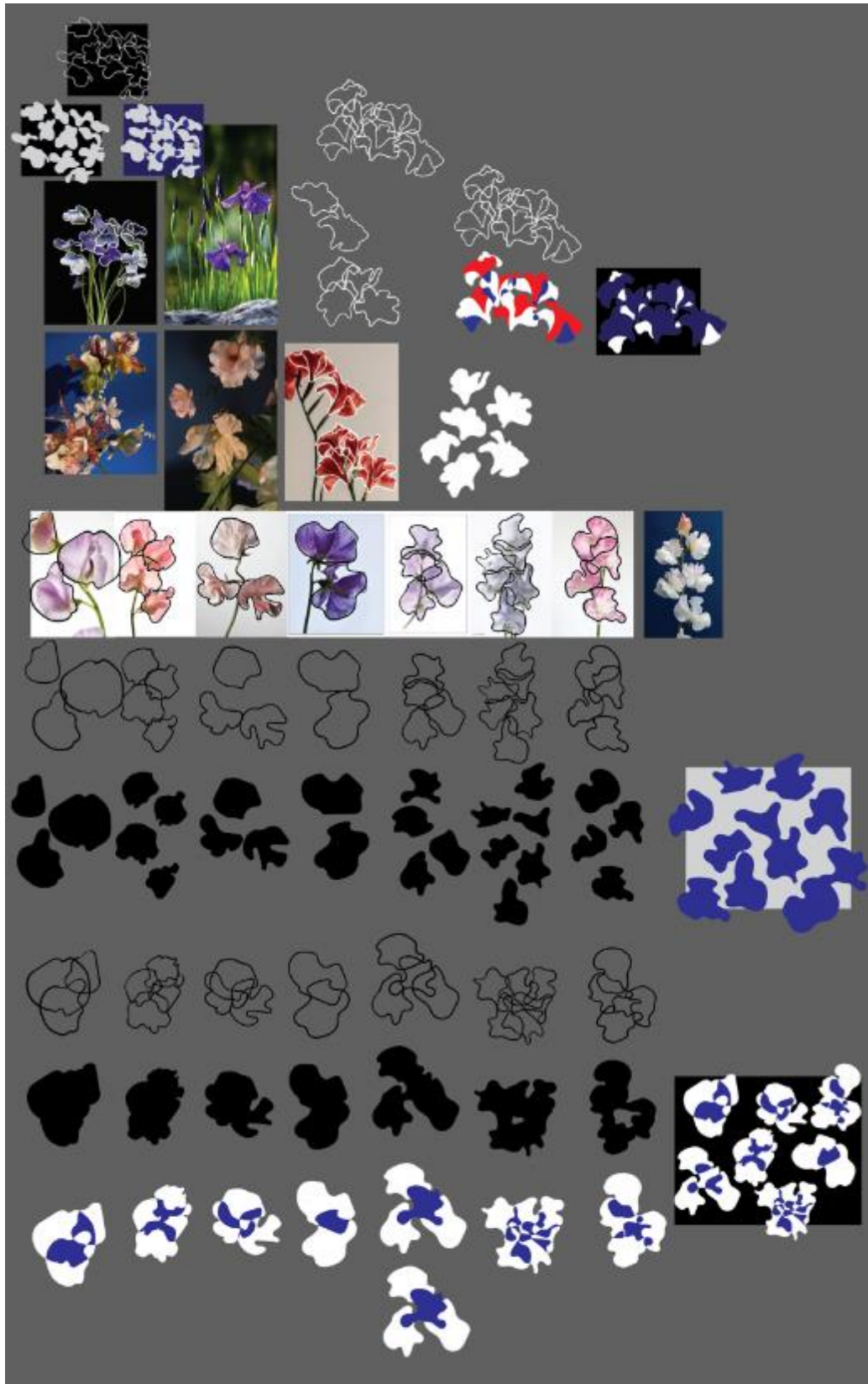
- 1) ผู้วิจัยได้ทำการสร้างสรรค์ลวดลายศิลปะไร้รูปลักษณะผ่านมุมมองของผู้วิจัย จากความประทับใจหรือความชื่นชอบ โดยผู้วิจัยได้แรงบันดาลใจมาจากความงามของธรรมชาติรอบตัว เช่น ต้นไม้ ใบไม้ ดอกไม้ และบรรยากาศตามธรรมชาติ ที่ชื่นชอบ มาผ่านการตีความและออกแบบสร้างสรรค์เป็นผลงานศิลปะ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะเพื่อให้ได้ลวดลายที่รูปแบบเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผู้วิจัย



ภาพที่ 109 ภาพการสร้างสรรคผลงานการออกแบบศิลปะของผู้วิจัย (My Abstract Art)

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากผลงานการออกแบบสร้างสรรค์โดยใช้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะในการออกแบบ โดยผู้วิจัยได้นำเอาภาพความงามของธรรมชาติอย่างดอกไม้ นานาพันธุ์ ที่ตนเองประทับใจและชื่นชอบ มาผ่านการตีความตามแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ ด้วยการมองเป็นรูปแบบโครงสร้าง (Silhouette) ลายเส้น (Line Art) ภาพแบบ 2 มิติ (2D) หรือ 3 มิติ (3D) ที่มีรูปแบบเป็นโครงสร้างที่ชัดเจนและการลดทอนรายละเอียด มีโครงสร้างที่เป็นอิสระไม่ตายตัวเหมือนกัน โครงสร้างธรรมชาติรอบตัว (Organic Form) โดยทำให้ผู้ชมสร้างสรรค์เกิดจินตนาการได้เอง



ภาพที่ 110 ภาพการทดลองสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบศิลปะของผู้วิจัย (My Abstract Art)

ที่มา : ธีรนนท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

2) หลังจากการสร้างผลงานการออกแบบสร้างสรรค์โดยใช้แนวคิด
ทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ ผู้วิจัยได้นำลวดลายของผลงานศิลปะไร้รูปลักษณ์ในรูปแบบของตนเองมา
ทดลองทำเทคนิคและรายละเอียดการตกแต่ง ลงบนวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตร
น้ำยางพาราลาเท็กซ์ เพื่อให้เกิดวัสดุที่มีความน่าสนใจและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากขึ้น โดยผู้วิจัยได้
ทดลองด้วยการนำวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ด้วยวิธีการ
ตัดแบบเลเซอร์ (Laser Cut) ให้เกิดเป็นลวดลายตามที่ต้องการ



ภาพที่ 111 ภาพการทดลองการนำวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพารา
ลาเท็กซ์ ด้วยวิธีการตัดแบบเลเซอร์ (Laser Cut)
ที่มา : ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการทดลองทำเทคนิคและรายละเอียดการตกแต่งลงบนวัสดุจาก
นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ด้วยวิธีการตัดแบบเลเซอร์ (Laser Cut)
พบว่า เกิดกลิ่นไหม้และรอยไหม้บนขอบของวัสดุหากทดลองบนวัสดุที่มีสีอ่อนจะเห็นได้ชัด อีกทั้ง
ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคนิคการตัดแบบเลเซอร์ ให้คำแนะนำว่า

- 1) เนื่องจากวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์จะทำให้มีกลิ่นใหม่เกิดเป็นมลภาวะทางอากาศได้ เนื่องจากเป็นวัสดุจากธรรมชาติ
- 2) วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์จะเกิด รอยไหม้ได้ง่าย เนื่องจากเป็นวัสดุจากธรรมชาติ หากจะนำไปใช้งานที่ต้องการความสะอาด โดยไม่มีรอยไหม้นั้นผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้ใช้วิธีการทำบล็อกตัดหนังแบบเหล็ก (Block Cut) แต่จะมีข้อเสียคือไม่สามารถทำเป็นลวดลายที่มีความต่อเนื่องได้จะทำได้เพียงลวดลายที่มีขนาดเล็ก-กลางแบบนำมาต่อกันเป็นแพทเทิร์นได้

จากการปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำทดลองทำเทคนิคและรายละเอียดการตกแต่งลงบนวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ด้วยวิธีการตัดแบบเลเซอร์ (Laser Cut) จึงได้พบข้อจำกัดของวัสดุที่เกี่ยวข้องกับการทำเทคนิคแบบด้วยวิธีการตัดแบบเลเซอร์นั้น ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถใช้วิธีการตัดแบบเลเซอร์กับวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ได้ เนื่องจาก ผู้วิจัยมีความต้องการให้วัสดุนั้นมีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการสร้างสรรค์ออกแบบเป็นเครื่องแต่งกายที่มีคุณภาพที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส แต่ด้วยวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ด้วยวิธีการตัดแบบเลเซอร์ นั้นอาจจะเหมาะสมกับรูปแบบผลงานหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของรูปแบบผลงานหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ด้วย

จากการทดลองทำเทคนิคและรายละเอียดการตกแต่งลงบนวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ด้วยวิธีการตัดแบบเลเซอร์ (Laser Cut) และคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคนิคการตัดแบบเลเซอร์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาและทำการทดลองทำเทคนิคและรายละเอียดการตกแต่งลงบนวัสดุ ด้วยใช้เทคนิควิธีการทำบล็อกตัดหนังแบบเหล็ก (Block Cut) ในการสร้างลวดลายลงบนวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์เพื่อใช้ในการออกแบบ



ภาพที่ 112 ภาพจากการทดลองทำเทคนิคและรายละเอียดการตกแต่งลงบนวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ด้วยการทำบล็อกตัดหนังแบบเหล็ก (Block Cut) ที่มา : ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการทดลองทำเทคนิคและรายละเอียดการตกแต่งลงบนวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ด้วยการทำบล็อกตัดหนังแบบเหล็ก (Block Cut) ในการสร้างลวดลายของวัสดุ พบว่า การทำบล็อกตัดหนังแบบเหล็กสามารถตัดวัสดุได้ในรูปทรงที่ต้องการ โดยวิธีการการสร้างเทคนิคและรายละเอียดการตกแต่ง ดังนี้

- 1) นำวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ไปตัดตามรูปแบบลวดลายที่สร้างขึ้นตามบล็อกตัด โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคในการตัด มีเครื่องยนตร์อุตสาหกรรมในการใช้แรงกดบล็อกที่มีความคมเหมือนใบมีดขึ้นโครงสร้างเป็นรูปลวดลายที่ต้องการ กดบล็อกลงบนวัสดุเพื่อให้ได้ชิ้นงานตามรูปแบบที่ต้องการ
- 2) หลังจากได้ชิ้นงานที่มีลวดลายหรือโครงสร้างตามที่ต้องการแล้ว นำชิ้นงานเหล่านั้นมาต่อเรียงกันเพื่อให้เกิดเป็นผืนหรือแผ่นเทคนิคจากลวดลายต่าง ๆ เป็นชิ้นเทคนิคที่ต้องการ หรือชิ้นงานบางส่วนจะนำไปใช้เป็นรายละเอียดตกแต่งลงบนผืนหรือแผ่นอีกชั้น (Layer) หนึ่งของชิ้นเทคนิค

3.2.3 การวางแผนผลิตภัณฑ์ในคอลเล็กชัน

จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปน้ำยาพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีศรีเอทีพลาส ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน และแนวโน้มกระแสนิยมใหม่ เพื่อหาแนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกาย การวางแผนผลิตภัณฑ์ในคอลเล็กชันจะทำให้ผู้วิจัยสามารถออกแบบโครงสร้างเครื่องแต่งกายที่ครอบคลุมต่อการใช้งานและมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่สามารถผสมผสาน (Mix and Match) ภายในคอลเล็กชันและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีพลาสได้ โดยผู้วิจัยได้มีการวางแผนผลิตภัณฑ์ในคอลเล็กชันไว้ ดังนี้

ตารางที่ 202 ตารางรายละเอียดการวางแผนผลิตภัณฑ์ในคอลเล็กชัน

รูปแบบ (Look)	โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	จำนวนผลิตภัณฑ์ (Item)/ ชิ้น	ผลิตภัณฑ์ (Item)		
1	Party – Formal	1	Dress		
2	Party – Casual	3	Blouse	Blouse	Pants
3	Party – Party	2	Jacket	Skirt	
4	Party – Formal	3	Blouse	Coat	Pants
5	Party – Party	1	Dress		
จำนวนผลิตภัณฑ์รวม		10			

ที่มา : ฐันนันท อยุธยาบุญ ผู้วิจัย

ทั้งนี้ จากการวางแผนผลิตภัณฑ์ในคอลเล็กชันให้มีรูปแบบที่หลากหลายเหมาะสมแก่การสวมใส่ในโอกาสต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างกรอบจำกัดเพื่อให้ง่ายต่อการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกาย รวมทั้งเพื่อให้เห็นถึงภาพรวมขององค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ในคอลเล็กชันทั้งหมด ผู้วิจัยจึงได้ทำการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายโดยมีลักษณะ ในส่วนถัดไป

3.2.4 การออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายคอลเล็กชัน

จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปแบบน้ำยาพาราลาเท็กซ์ สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน และแนวโน้มกระแสนิยมใหม่ เพื่อหาแนวคิด องค์ประกอบในการออกแบบเพื่อนำมาเป็นแนวทางการออกแบบคอลเล็กชัน ทั้งนี้องค์ประกอบในการออกแบบของงานวิจัยประกอบด้วย ได้แก่

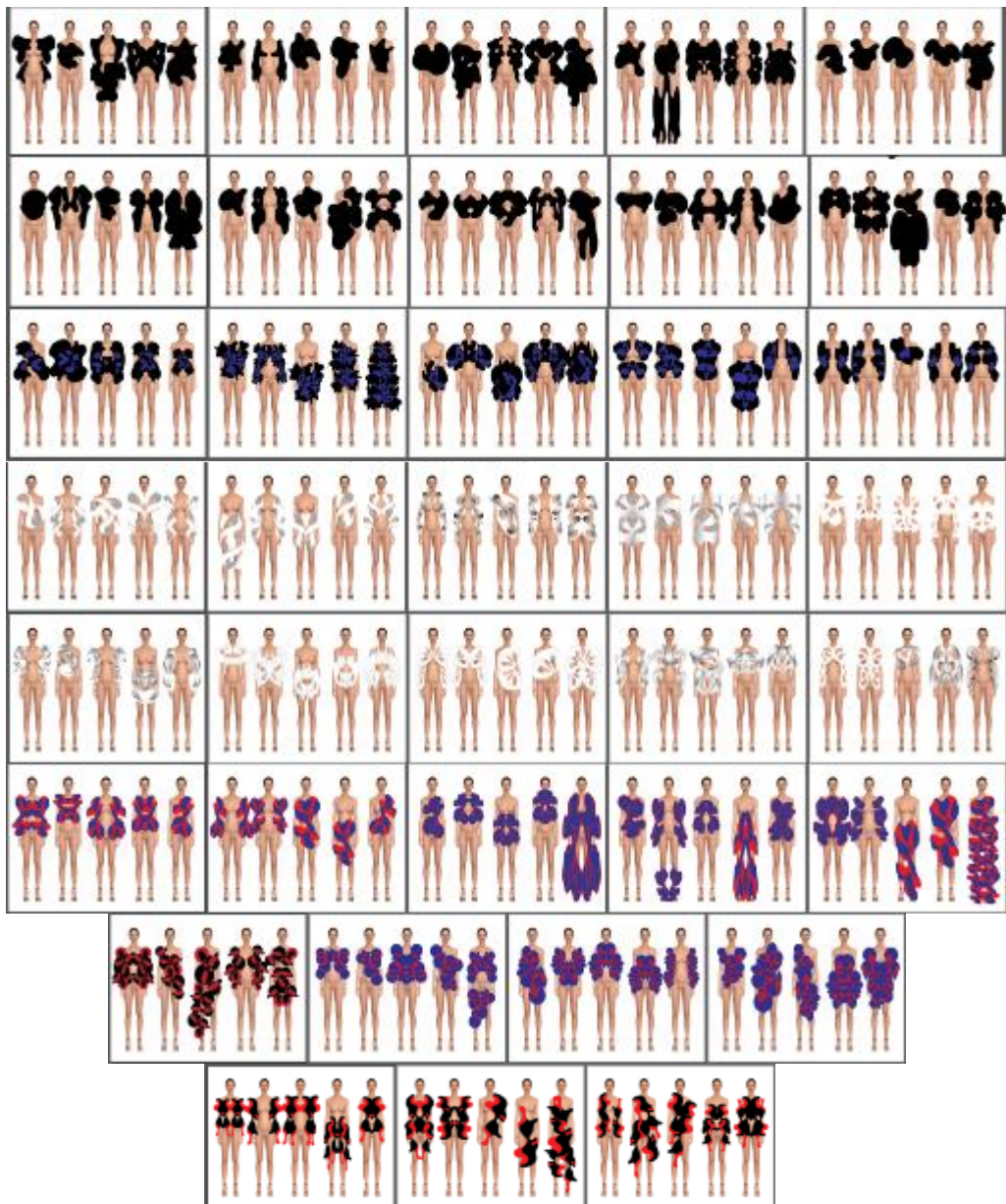
- 1) ข้อกำหนดของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยาพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)
- 2) องค์ประกอบของเครื่องแต่งกายและโครงสร้างเงาของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class)
- 3) องค์ประกอบในการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party wear)
- 4) องค์ประกอบในการออกแบบตามแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)
- 5) องค์ประกอบในการออกแบบตามแนวโน้มกระแสนิยมใหม่ (New Trend)

จากองค์ประกอบในการออกแบบที่ได้จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำองค์ประกอบในการออกแบบส่วนต่าง ๆ มาใช้เป็นหลักในการออกแบบ ด้วยการผสมผสานและสนับสนุนในการออกแบบเครื่องแต่งกาย โดยผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาผลงานการออกแบบไปพร้อมกับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อสร้างสรรค์คอลเล็กชัน ได้ดังนี้

1) ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 1

ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบและปรึกษาร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อวิเคราะห์รูปแบบผลงานในการออกแบบคอลเล็กชัน เพื่อที่จะพัฒนาและต่อยอดการออกแบบให้เกิดความเหมาะสม ผู้วิจัยได้มีกระบวนการการออกแบบ ดังนี้

การออกแบบโดยใช้วิธีการตัดปะ (Collage) เพื่อหา
รูปแบบโครงสร้างของเสื้อผ้าที่เกิดจากรูปทรงทำให้เกิดความแปลกใหม่มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยใช้
รูปทรงจากผลงานศิลปะไร้รูปลักษณะของผู้วิจัย มาใช้ในการตัดปะ (Collage) และพัฒนาเพื่อให้เกิด
ความลงตัวและสมบูรณ์เหมาะสมและสอดคล้องกับองค์ประกอบในการออกแบบของงานวิจัย



ภาพที่ 113 ภาพการทดลองการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 1

โดยใช้วิธีการตัดปะ (Collage)

ที่มา : ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 114 ภาพการทดลองการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 1

ที่มา : ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 115 ภาพการทดลองการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 1
ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 116 ภาพการทดลองการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 1
ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

หลังจากการออกแบบโดยใช้วิธีการตัดปะ (Collage) เพื่อหารูปแบบโครงสร้างของเสื้อผ้าที่เกิดจากรูปทรงทำให้เกิดความแปลกใหม่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ผู้วิจัยได้ปรึกษาร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพัฒนางานออกแบบไปสู่ผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน ครั้งที่ 1



ภาพที่ 117 ผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน ครั้งที่ 1 จำนวน 16 ชุด

ที่มา : ฐนนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากการออกแบบสร้างสรรค์คอลเล็กชันครั้งที่ 1 ผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษา จากแบบที่คาดว่าจะมีความเหมาะสมทั้งภาพรวมและความหลากหลายต่อการเลือกสวมใส่เพื่อให้เป็นทางเลือกสำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีพีคลาส โดยทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกแบบจาก 16 แบบ เพื่อทำการผลิตชุดต้นแบบคอลเล็กชันจากการออกแบบสร้างสรรค์คอลเล็กชันจำนวน 5 แบบ เพื่อนำไปตัดเย็บเป็นชุดผ้าดิบและชุดต้นแบบ ตามลำดับ



ภาพที่ 118 ผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน ครั้งที่ 1 จำนวน 5 แบบ

เพื่อนำไปตัดเย็บเป็นชุดผ้าดิบและชุดต้นแบบ

ที่มา : ณิชนนท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำคัดเลือกแบบร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการทดลองตัดเย็บชุดต้นแบบ (ผ้าดิบ) เพื่อหาความเหมาะสมก่อนตัดเย็บชุดในคอลเล็กชันจากวัสดุจริง โดยผู้วิจัยได้ทำการตัดเย็บชุดต้นแบบ (ผ้าดิบ) จำนวน 3 ชุด เพื่อศึกษาหาข้อจำกัดและเพื่อหาวิธีแก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้น

คอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 1



ภาพที่ 119 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 1

ที่มา : ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 203 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 1

ชุดที่ 1 (Look 1)	
แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Item)	<p>1) เสื้อ (Draping Volume Blouse) ตัวเสื้อเกิดจากโครงร่างเงาที่มาจาก การตัดปะ (Collage) ของรูปทรงลวดลายจากผลงานศิลปะไร้รูปลักษณะของผู้วิจัย (My Abstract) โดยการใช้เทคนิคการจับจีบซ้อนกัน เพื่อให้เกิดมิติ (Volume) ของเสื้อผ้าเป็นทรงมีความลึกและตื้น</p> <p>2) กางเกงขากว้าง (The Comyparty Flare) กางเกงใช้เทคนิคการจับจีบซ้อนกันเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของเทคนิคที่เสื้อสู่อ่างเกงตัดต่อข้างด้านในเพื่อโดยใช้เส้นโค้งรับกับตัวเสื้อ</p>
รายละเอียดเทคนิค และการตกแต่ง (Details & Technique)	เทคนิคของรายละเอียดการตกแต่งที่จะใช้เป็นเทคนิคการพิมพ์สกรีน (Flex Screen) ลงบนพื้นผิวของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแท้กึ่ง

ที่มา : ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 120 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าดิบจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 1

ที่มา : ฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

คอลเล็กชัน “REFRESHED” ครั้งที่ 1 ชุดที่ 2



ภาพที่ 121 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 2

ที่มา : ฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 204 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 2

ชุดที่ 2 (Look 2)	
แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Item)	<p>1) เดรส (Asymmetric Dress) เดรสสั้นเกิดจากโครงร่างเงาที่มาจาก การตัดปะ (Collage) ของรูปทรงลวดลายจากผลงานศิลปะไร้รูปลักษณะ ของผู้วิจัย (My Abstract) และนำมาผสมผสานเข้ากับรูปแบบโครงเสื้อที่มี ความเป็นสากล เช่น ปกแบบเทลเลอร์และแขนเสื้อสูท เพื่อให้รูปแบบของเดรส มีความเป็นสากลร่วมสมัย สวมใส่ได้หลากหลายโอกาสมากขึ้น และการ ใช้เทคนิคการจับจีบซ้อนกันเพื่อให้เกิดมิติ (Volume) ของเสื้อผ้าเป็นทรงมี ความลึกและตื้นในส่วนต่าง ๆ</p>
รายละเอียดเทคนิค และการตกแต่ง (Details & Technique)	<ul style="list-style-type: none"> - เทคนิคของรายละเอียดการตกแต่งที่จะใช้การนำเอาชิ้นงานจากการตัด ด้วยบล็อกตัดหนังแบบเหลี่ยม (Block Cut) ในรูปทรงลวดลายจากผลงาน ศิลปะไร้รูปลักษณะของผู้วิจัย (My Abstract) มาใช้เย็บต่อกันและซ้อนทับ กันเป็นผืนแผ่นเพื่อให้ตกแต่งลงบนตัวเดรส ทำให้เดรสเกิดความน่าสนใจ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากยิ่งขึ้น - การตัดต่อใช้วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำ ยางพาราลาเท็กซ์ที่สีต่างกัน เพื่อให้เดรสเกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ที่มา : ฐันนันท อยู่มบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 122 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าดิบจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 2

ที่มา : ฐันนันท อยู่มบุญ ผู้วิจัย

คอลเล็กชัน “REFRESHED” ครั้งที่ 1 ชุดที่ 3



ภาพที่ 123 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 3

ที่มา : ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 205 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 3

ชุดที่ 3 (Look 3)	
แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Item)	<p>1) เสื้อคลุม (Volume Jacket) เสื้อคลุมเกิดจากโครงร่างเงาที่มาจาก การตัดปะ (Collage) ของรูปทรงลวดลายจากผลงานศิลปะไร้รูปลักษณะ ของผู้วิจัย (My Abstract) และการใช้เทคนิคการจับจีบซ้อนกันเพื่อให้เกิด มิติ (Volume) ของเสื้อผ้าเป็นทรงมีความลึกและตื้นในส่วนต่าง ๆ</p> <p>2) กระโปรง (Asymmetric Skirt) กระโปรงเกิดจากโครงร่างเงาที่มาจาก การตัดปะ (Collage) ของรูปทรงลวดลายจากผลงานศิลปะไร้ รูปลักษณะของผู้วิจัย (My Abstract) และการใช้เทคนิคการจับจีบซ้อนกัน เพื่อให้เกิดมิติ (Volume) ของเสื้อผ้าเป็นทรงมีความลึกและตื้นในส่วน ต่าง ๆ</p>

ชุดที่ 3 (Look 3)	
รายละเอียดเทคนิค และการตกแต่ง (Details & Technique)	<p>1) เสื้อคลุม (Volume Jacket) ใช้การตัดต่อใช้วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่สีต่างกัน เพื่อให้เดรสเกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น</p> <p>2) กระโปรง (Asymmetric Skirt) ใช้เทคนิคของรายละเอียดการตกแต่งที่จะใช้การนำเอาชิ้นงานจากการตัดด้วยบล็อกตัดหนังแบบเหลี่ยม (Block Cut) ในรูปทรงลดทอนจากผลงานศิลปะไร้รูปลักษณะของผู้วิจัย (My Abstract) มาใช้เย็บต่อกันและซ้อนทับกันเป็นผืนแผ่นเพื่อให้ตกแต่งลงบนกระโปรง ทำให้กระโปรงเกิดความน่าสนใจและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากยิ่งขึ้น</p>

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 124 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าดิบจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 3

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการทดลองตัดเย็บชุดต้นแบบ (ผ้าดิบ) เพื่อหาความเหมาะสมก่อนตัดเย็บชุดในคอลเล็กชันจากวัสดุจริง โดยผู้วิจัยได้ทำการตัดเย็บชุดต้นแบบ (ผ้าดิบ) จำนวน 3 ชุด เพื่อศึกษาหาข้อจำกัดและเพื่อหาวิธีแก้ไขปัญหาค่าที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยได้มีพบข้อจำกัดและแนวทางการแก้ไขปัญหาค่าที่เกิดขึ้น ดังนี้

- 1) การปรับลดและเพิ่ม ความสั้นและยาว ที่จะทำให้รูปทรงของตัวเสื้อเพื่อให้เกิดความสวยงามและความเหมาะสม
- 2) การลดความซับซ้อนของแบบ เช่น การเย็บกลับ หรือ การจับจีบที่มีความหนาเกิดขึ้นเป็นต้น เพื่อให้วิธีการตัดเย็บมีความเป็นไปได้ลดซับซ้อนเพื่อเป็นการลดต้นที่จะเกิดขึ้นด้วย
- 3) เทคนิค วิธีการตัดเย็บ หรืออุปกรณ์ที่มีความเหมาะสมที่จะทำให้เกิดความแข็งแรงและคงทนมากยิ่งขึ้น เช่น การเย็บด้วยด้ายเย็บที่มีขนาดที่เหมาะสม การเลือกใช้ซิปปหรือกระดุม การใช้ตีนผีที่มีความจำเพาะ การใช้เทคนิคการเย็บต่าง ๆ เช่น การใช้กระดากแข็งกันแนวเย็บ การโรยแป้งเพื่อทำการเย็บง่ายขึ้น
- 4) การดูแลจัดการหลังการตัดเย็บ เช่น การใช้ด้วยแว็กซ์เพื่อทำความสะอาดพื้นผิวของวัสดุและช่วยให้วัสดุเกิดความเงางามน่าใช้มากขึ้น
- 5) การปรับแก้ไขแบบจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน เพื่อให้มีความสอดคล้องกับข้อจำกัดและแนวทางการแก้ไขปัญหาค่าที่เกิดขึ้น และให้คอลเล็กชันมีความหลงตัวมากยิ่งขึ้น

จากข้อจำกัดและแนวทางการแก้ไขปัญหาค่าที่เกิดขึ้นในการทดลองตัดเย็บชุดต้นแบบ (ผ้าดิบ) ผู้วิจัยจะนำสิ่งเหล่านี้ไปปรับใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2 เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์กับคอลเล็กชัน ทั้งในเรื่องของความสวย การตัดเย็บ และความเรียบร้อยของผลิตภัณฑ์ ในรูปแบบของการตัดเย็บชุดต้นแบบจากวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลาเท็กซ์ ในส่วนถัดไป

2) ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2

จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำคัดเลือกแบบร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการทดลองตัดเย็บเครื่องแต่งกายต้นแบบ (ผ้าดิบ) เพื่อหาความเหมาะสมก่อนตัดเย็บเครื่องแต่งกายในคอลเล็กชันต้นแบบจากวัสดุจริง โดยผู้วิจัยได้ปรับแก้ไขผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 1 ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และข้อจำกัดของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางเภสัชกรน้ำยารพาลาเท็กซ์ (Para Latex) ตามผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2 หลังจากการปรับแก้ จำนวน 5 แบบ เพื่อนำไปตัดเย็บเป็นเครื่องแต่งกายจากวัสดุจริง โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 125 ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2 ที่มา : ณิชนันท์ อยู่ชมพูญ ผู้วิจัย

และจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2 หลังจากการปรับแก้จำนวน 5 แบบ เพื่อนำไปตัดเย็บเป็นเครื่องแต่งกายจากวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางเภสัชกรน้ำยารพาลาเท็กซ์ (Para Latex) โดยสามารถแบ่งรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Item) ตามวาระโอกาสการสวมใส่ (Occasion) ได้ดังนี้



ภาพที่ 126 การแบ่งรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Item) ตามวาระโอกาสการสวมใส่ (Occasion) จากผลงาน
การออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2
ที่มา : ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

คอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 1 (Look 1)



ภาพที่ 127 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 1 จากผลงานการออกแบบ
คอลเล็กชันครั้งที่ 2
ที่มา : ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 206 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 1

ชุดที่ 1 (Look 1)	
แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Item)	1) เดรส (Asymmetric Dress) เดรสสั้นเกิดจากโครงร่างเงาที่มาจาก การตัดปะ (Collage) ของรูปทรงลวดลายจากผลงานศิลปะไร้รูปลักษณะ ของผู้วิจัย (My Abstract) และนำมาผสมผสานเข้ากับรูปแบบโครงเสื้อที่มี ความเป็นสากล เช่น ปกแบบเทลเลอร์และแขนเสื้อสูท เพื่อให้รูปแบบของเดรส มีความเป็นสากลร่วมสมัย สวมใส่ได้หลากหลายโอกาสมากขึ้น และการ ใช้เทคนิคการจับจีบซ้อนกันเพื่อให้เกิดมิติ (Volume) ของเสื้อผ้าเป็นทรงมี ความลึกและตื้นในส่วนต่าง ๆ
รายละเอียดเทคนิค และการตกแต่ง (Details & Technique)	- เทคนิคของรายละเอียดการตกแต่งที่จะใช้การนำเอาชิ้นงานจากการตัด ด้วยบล็อกตัดหนังแบบเหลี่ยม (Block Cut) ในรูปทรงลวดลายจากผลงาน ศิลปะไร้รูปลักษณะของผู้วิจัย (My Abstract) มาใช้เย็บต่อกันและซ้อนทับ กันเป็นผืนแผ่นเพื่อให้ตกแต่งลงบนตัวเดรส ทำให้เดรสเกิดความน่าสนใจ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากยิ่งขึ้น - การตัดต่อใช้วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำ ยางพาราลาเท็กซ์ที่สีต่างกัน เพื่อให้เดรสเกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ที่มา : ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 128 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 1

จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2 ที่มา : ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

คอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 2 (Look 2)



ภาพที่ 129 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 2

จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2

ที่มา : ญัฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 207 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 2 ชุดที่ 2 (Look 2)

ชุดที่ 2 (Look 2)	
แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Item)	<p>1) เสื้อ (Draping Volume Blouse) ตัวเสื้อเกิดจากโครงร่างเงาที่มาจาก การตัดปะ (Collage) ของรูปทรงลวดลายจากผลงานศิลปะไร้รูปลักษณะของผู้วิจัย (My Abstract) โดยการใช้เทคนิคการจับจีบซ้อนกัน เพื่อให้เกิดมิติ (Volume) ของเสื้อผ้าเป็นทรงมีความลึกและตัน</p> <p>2) เสื้อด้านใน (Asymmetric Top) เสื้อแขนกุดชายเสื้อไม่เท่ากัน เกิดจากเทคนิคศิลปะของการนำเอารูปทรงลวดลายจากผลงานศิลปะไร้รูปลักษณะของผู้วิจัย (My Abstract) โดยวิธีการตัดด้วยบล็อกตัดหนังแบบ เหล็ก (Block Cut) จัดเรียงและตัดเย็บเป็นตัวเสื้อด้านใน</p>

ชุดที่ 2 (Look 2)	
	3) กางเกงขากว้าง (The Comyparty Flare) กางเกงใช้เทคนิคการจับจีบซ้อนกันเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของเทคนิคที่เสื่อสู่กางเกงตัดต่อข้างด้านในเพื่อโดยใช้เส้นโค้งรับกับตัวเสื่อ
รายละเอียดเทคนิคและการตกแต่ง (Details & Technique)	2) เสื้อด้านใน (Asymmetric Top) เสื้อแขนกุดชายเสื่อไม่เท่ากัน เกิดจากเทคนิคตีเกลของการนำเอารูปทรงลวดลายจากผลงานศิลปะไร้รูปลักษณะของผู้วิจัย (My Abstract) โดยวิธีการตัดด้วยบล็อกตัดหนังแบบเหล็ก (Block Cut) จัดเรียงต่อกันเป็นผืนแผ่นตามรูปแบบแพทเทิร์นของตัวเสื่อ และตัดเย็บเป็นตัวเสื้อด้านใน

ที่มา : ฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 130 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 2 จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2

ที่มา : ฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

คอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 3 (Look 3)



ภาพที่ 131 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 3 จากผลงานการออกแบบ

คอลเล็กชันครั้งที่ 2

ที่มา : ภัฏนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 208 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 3

ชุดที่ 3 (Look 3)	
แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Item)	<p>1) เสื้อคลุม (Volume Jacket) เสื้อคลุมเกิดจากโครงร่างเงาที่มาจาก การตัดปะ (Collage) ของรูปทรงลวดลายจากผลงานศิลปะไร้รูปลักษณะ ของผู้วิจัย (My Abstract) และ การใช้เทคนิคการจับจีบซ้อนกันเพื่อให้เกิด มิติ (Volume) ของเสื้อผ้าเป็นทรงมีความลึกและตื้นในส่วนต่าง ๆ</p> <p>2) กระโปรง (Asymmetric Skirt) กระโปรงเกิดจากโครงร่างเงาที่มาจาก การตัดปะ (Collage) ของรูปทรงลวดลายจากผลงานศิลปะไร้ รูปลักษณะของผู้วิจัย (My Abstract) และ การใช้เทคนิคการจับจีบซ้อนกัน เพื่อให้เกิดมิติ (Volume) ของเสื้อผ้าเป็นทรงมีความลึกและตื้นในส่วน ต่าง ๆ</p>

ชุดที่ 3 (Look 3)	
รายละเอียดเทคนิค และการตกแต่ง (Details & Technique)	<p>1) เสื้อคลุม (Volume Jacket) ใช้การตัดต่อใช้วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ที่สีต่างกัน เพื่อให้เดรสเกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น</p> <p>2) กระโปรง (Asymmetric Skirt) ใช้เทคนิคของรายละเอียดการตกแต่งที่จะใช้การนำเอาชิ้นงานจากการตัดด้วยบล็อกตัดหนังแบบเหลี่ยม (Block Cut) ในรูปทรงลวดลายจากผลงานศิลปะไร้รูปลักษณะของผู้วิจัย (My Abstract) มาใช้เย็บต่อกันและซ้อนทับกันเป็นผืนแผ่นเพื่อให้ตกแต่งลงบนกระโปรง ทำให้กระโปรงเกิดความน่าสนใจและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากยิ่งขึ้น</p>

ที่มา : ฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 132 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 3 จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2

ที่มา : ฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

คอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 4 (Look 4)



ภาพที่ 133 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 4

จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2

ที่มา : ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 209 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 4

ชุดที่ 4 (Look 4)	
แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Item)	<p>1) เสื้อด้านใน (Pattern Play Top) เสื้อตัวยาวผ้าไหมชีฟอง (Silk Chiffon) เทคนิคการสร้างโครงสร้างแพทเทิร์นโบสำหรับผูก ผูกโบด้านหลัง เพื่อให้สามารถมิกซ์แอนด์แมทช์กับรูปแบบผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้</p> <p>2) กางเกงขายาว (Wide Pants) กางเกงขายาวทรงกางเกงขากว้าง เพื่อให้สวมใส่ได้ง่าย ทเพื่อให้สามารถมิกซ์แอนด์แมทช์กับรูปแบบผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้</p> <p>3) โคล้ช (Volume Coat) เสื้อโคล้ชตัวสั้นเกิดจากโครงร่างเงาที่มาจากการตัดปะ (Collage) ของรูปทรงลวดลายจากผลงานศิลปะไร้รูปลักษณะของผู้วิจัย (My Abstract) และการใช้เทคนิคการจับจีบซ้อนกันเพื่อให้เกิดมิติ (Volume) ของเสื้อผ้าเป็นทรงมีความลึกและตื้นในส่วนต่าง ๆ</p>
รายละเอียดเทคนิคและการตกแต่ง	1) เสื้อด้านใน (Pattern Play Top) โครงสร้างแพทเทิร์นโบสำหรับผูก ผูกโบด้านหลัง

ชุดที่ 4 (Look 4)	
(Details & Technique)	<p>3) โค้ช (Volume Coat) เสื้อโค้ชใช้เทคนิคของรายละเอียดการตกแต่งที่จะใช้การนำเอาชิ้นงานจากการตัดด้วยบล็อกตัดหนังแบบเหล็ก (Block Cut) ในรูปทรงลวดลายจากผลงานศิลปะไร้รูปลักษณะของผู้วิจัย (My Abstract) มาใช้เย็บต่อกันและซ้อนทับกันเป็นผืนแผ่นเพื่อให้ตกแต่งลงบนตัวเสื้อโค้ช ทำให้ตัวเสื้อโค้ชเกิดความน่าสนใจและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากยิ่งขึ้น</p> <p>- การใช้วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนี้่างพาราลาเท็กซ์ที่ต่างกัน เพื่อให้เสื้อโค้ชเกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น</p>

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 134 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 4

จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

คอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 5 (Look 5)



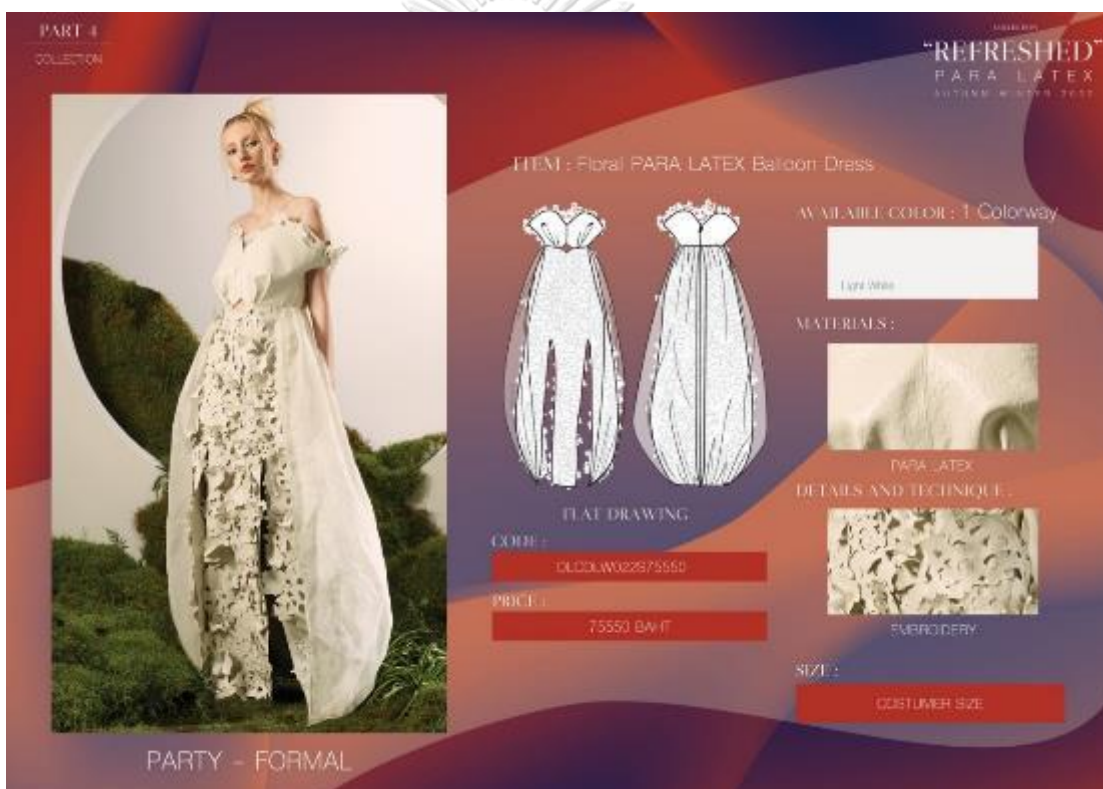
ภาพที่ 135 ภาพผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 5
จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2
ที่มา : ภัทรนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

ตารางที่ 210 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 5

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชุดที่ 5 (Look 5)	
แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Item)	1) เดรส (Asymmetric Dress) เดรสชิ้นเกิดจากโครงร่างเงาที่มาจาก การตัดปะ (Collage) ของรูปทรงลวดลายจากผลงานศิลปะไร้รูปลักษณะ ของผู้วิจัย (My Abstract) และการใช้เทคนิคการจับจีบซ้อนกันเพื่อให้เกิด มิติ (Volume) ของเสื้อผ้าเป็นทรงมีความลึกและตื้นในส่วนต่าง ๆ และ การซ้อนของผ้าไหมชีฟอง เพื่อให้รูปทรงของเดรสมีมิติมากขึ้น และดู นุ่มนวลมากขึ้น
รายละเอียดเทคนิค และการตกแต่ง (Details & Technique)	- เทคนิคของรายละเอียดการตกแต่งที่จะใช้การนำเอาชิ้นงานจากการตัด ด้วยบล็อกตัดหนังแบบเหล็ก (Block Cut) ในรูปทรงลวดลายจากผลงาน ศิลปะไร้รูปลักษณะของผู้วิจัย (My Abstract) มาใช้เย็บต่อกันและซ้อนทับ กันเป็นผืนแผ่นเพื่อให้ตกแต่งลงบนตัวเดรส ทำให้เดรสเกิดความน่าสนใจ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากยิ่งขึ้น

ชุดที่ 5 (Look 5)	
	<p>- การใช้วัสดุที่มีความผิวสัมผัสแตกต่างกัน คือ ความหนาของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปน้ำวัสดุทางการเกษตรยางพาราเลเท็กซ์และความเบาบางของผ้าไหมชีฟอง นำมาใช้ในการตัดเย็บเพื่อให้เดรสเกิดความลงตัวและสวยงามมากขึ้น</p> <p>- การตัดต่อใช้วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ที่สีต่างกัน เพื่อให้เดรสเกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น</p>

ที่มา : ภัฏนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 136 ภาพการตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชัน “REFRESHED” ชุดที่ 5 จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2

ที่มา : ภัฏนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการพัฒนาผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่ 2 จำนวน 5 แบบ ในคอลเล็กชันต้นแบบและการตัดเย็บเครื่องแต่งกายจากวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex) เสร็จสมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยจึงได้จัดทำภาพสำหรับแสดงผลงานการออกแบบคอลเล็กชันต้นแบบ สำหรับการนำเสนอและแสดงผลการออกแบบคอลเล็กชันต้นแบบจากวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ต่อสาธารณะ โดยมีภาพผลงานการออกแบบและการนำเสนอต่อสาธารณะ ในส่วนถัดไป

ส่วนที่ 4 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ

จากการพัฒนาผลงานการออกแบบคอลเล็กชันต้นแบบและการตัดเย็บเครื่องแต่งกายจากวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex) ผู้วิจัยได้จัดทำภาพถ่ายภาพสำหรับแสดงผลงาน เพื่อนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์และนำเสนอผลงานการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปน้ำยางพาราเลเท็กซ์สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนต่อสาธารณะต่อไป



ภาพที่ 137 ภาพผลงานการสร้างสรรค้ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชั่นต้นแบบ

ที่มา : ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 138 ภาพผลงานการสร้างสรรค้ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชั่นต้นแบบ ชุดที่ 1

ที่มา : ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 139 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 1
ที่มา : ภัฏฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 140 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 2
ที่มา : ภัฏฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 141 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 2
ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 142 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 3
ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 143 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 3
ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 144 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 4
ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 145 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 4

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 146 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ ชุดที่ 5

ที่มา : ฐันันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 147 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชั่นต้นแบบ ชุดที่ 5
ที่มา : ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 148 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชั่นต้นแบบ
ที่มา : ณิชนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย



ภาพที่ 149 ภาพผลงานการสร้างสรรค์ออกแบบและพัฒนาคอลเล็กชั่นต้นแบบ

ที่มา : ฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 7

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา การทดลอง และการสร้างสรรค์ผลงานคอลเล็กชันต้นแบบของงานวิจัย นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำ ยางพาราเลเท็กซ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นการอภิปรายผลของ การศึกษา การทดลอง และการสร้างสรรค์ผลงานคอลเล็กชัน ต้นแบบทั้งหมด เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยและสร้างสรรค์สำหรับพัฒนาต่อยอดในครั้งต่อไป ในส่วน ต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 สังเขปัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงาน

- 1.1 ความสำคัญและวัตถุประสงค์
- 1.2 วิธีการดำเนินงานวิจัย

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัย

- 2.1 การศึกษา การทดลอง พัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตร น้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex)
- 2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค
- 2.3 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า
- 2.5 การสร้างสรรค์คอลเล็กชันต้นแบบ

ส่วนที่ 3 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 สังเขปวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงาน

1.1 ความสำคัญและวัตถุประสงค์

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรคตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อค้นหาคำตอบและแนวทางการพัฒนาต่อยอด จากการตั้งคำถามว่า ทำอย่างไรจึงจะสามารถพัฒนาต่อยอด นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จัดได้ว่าเป็นวัสดุทางธรรมชาติอันเป็นผลผลิตหลักจากภาคการเกษตรในพื้นที่ประเทศไทย ให้มีคุณภาพและคุณสมบัติ สำหรับเป็นวัสดุทางเลือกในการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นร่วมสมัย และสามารถนำวัสดุไปต่อยอดในการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส โดยใช้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์เพื่อให้เกิดอัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างในตลาดของประเทศไทย และสามารถเป็นวัสดุทางเลือกของอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

1.2 วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรคตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้เริ่มจากการทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex) ในตลาดในประเทศและระดับสากล เพื่อหาความเป็นไปได้และแนวโน้มกระแสนิยมของตลาดผู้บริโภค รวมถึงไปถึงช่องว่างทางการตลาดและความเป็นไปได้สำหรับการพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์สู่การสร้างสรรคออกแบบเครื่องแต่งกาย เพื่อให้สามารถเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นได้

จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ เพื่อพัฒนาต่อยอดให้มีคุณภาพและคุณสมบัติเหมาะสมกับการเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับการสร้างสรรค์ออกแบบเครื่องแต่งกาย และผู้วิจัยได้ทำการทดลองร่วมกับบริษัทผู้ร่วมวิจัยเพื่อพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ และผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้ากลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่มีความสนใจและมีความชอบในนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุจากธรรมชาติที่มีความแปลกใหม่และมีเอกลักษณ์จำเพาะตัว และจากการศึกษาค้นคว้าพบว่า คือกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) มีความสนใจและมีความเป็นไปได้ในการเลือกสวมใส่เสื้อผ้าจากวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเชิงลึกจึงได้จัดทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเป้าหมายที่ให้ความสนใจและคาดว่าจะเลือกสวมใส่เครื่องแต่งกายจากวัสดุนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ และได้ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมและความต้องการ อีกทั้งศึกษารูปแบบเครื่องแต่งกายที่กลุ่มเป้าหมายสวมใส่จาก Paper Doll Data Set เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาแนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบเครื่องแต่งกาย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มสตรีครีเอทีฟคลาสต่อไป

จากลักษณะรูปแบบที่มีเอกลักษณ์จำเพาะตัวของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสที่มีหลักการ แนวคิด ความสนใจและความชอบในเครื่องแต่งกายที่มีลักษณะรูปแบบเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear) เพื่อให้ตนเองเกิดความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว น่ากระแสนิยม และชื่นชอบแนวคิดทางการออกแบบสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์และแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์หาแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกาย ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส

เมื่อได้ทำการศึกษา วิเคราะห์ สืบค้นและทดลอง ทำให้สามารถสรุปข้อมูลจากส่วนต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกาย อีกทั้งยังได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้มกระแสนิยมเพื่อสนับสนุนนวัตกรรม แนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบเครื่องแต่งกายจาก วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ เพื่อให้ตอบสนองและตรงกับความต้องการ

ต้องการของกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาสและตลาดมากที่สุด ซึ่งจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการออกแบบเครื่องแต่งกายรวมทั้งทดลองวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ และทดลองการตัดเย็บเพื่อศึกษาโครงสร้างก่อนที่จะตัดเย็บจากวัสดุจริง

วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ไม่ได้รับความนิยมในการนำมาต่อยอดออกแบบเป็นเครื่องแต่งกายมากนัก เนื่องจากคุณภาพและคุณสมบัติแบบดั้งเดิมของวัสดุที่มีข้อจำกัดต่าง ๆ ผู้วิจัยเร่งเห็นศักยภาพของนวัตกรรม คุณสมบัติและคุณภาพของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ที่จะสามารถทดลองเพื่อพัฒนาต่อยอดให้มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการนำมาสร้างสรรค์ออกแบบเครื่องแต่งกาย จึงได้ทำการทดลองพัฒนาต่อยอดจนสามารถนำมาสร้างสรรค์เป็นเครื่องแต่งกายที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส และสามารถเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นได้ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ ตัดเย็บคอลเล็กชันต้นแบบจากวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ และได้มีการเผยแพร่ผลงานจากการวิจัยนี้ทางช่องทางสื่อต่าง ๆ ก่อนที่จะสรุปข้อมูลและจัดทำข้อเสนอแนะ

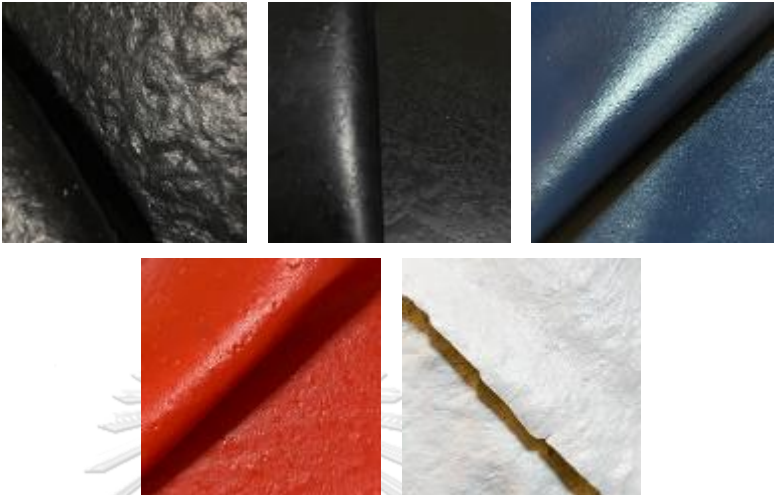
ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องนวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน รวมทั้งการทดลองพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อให้สามารถมีคุณภาพและคุณสมบัติที่จะสามารถเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายได้ การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล การทำแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เพื่อให้เห็นถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส (Creative Class) การศึกษารูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ และการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะ (Abstract Art) โดยสามารถสรุปการวิจัยได้ ดังนี้

2.1 การศึกษา การทดลอง พัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำ ยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

จากการศึกษา การทดลอง พัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) วัสดุที่มาจากธรรมชาติซึ่งเป็นผลผลิตจากภาคการเกษตรของประเทศไทย ซึ่งถือเป็นวัสดุจากนวัตกรรมที่ตอบโจทย์และสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2581 ของประเทศไทย ในด้านต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม จากศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์มีการนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ทำให้เห็นได้ว่า ผลิตภัณฑ์จากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์อยู่รอบตัวในชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาค้นคว้าหาบริษัทผู้ผลิต คิดค้นและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ จากวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์เพื่อร่วมมือในการวิจัยและทดลอง เพื่อพัฒนาต่อยอดวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ให้มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการนำมาออกแบบตัดเย็บเครื่องแต่งกาย โดยผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากคุณอภิษณา เตชะวีรภัทร และ คุณอัครชัย เตชะวีรภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด ในการทดลองเพื่อพัฒนาต่อยอดวัสดุ ให้มีคุณภาพและคุณสมบัติเหมาะสมกับการออกแบบตัดเย็บเครื่องแต่งกาย โดยผลจากการทดลองได้รูปแบบลักษณะของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ดังนี้

ตารางที่ 211 ตารางสรุปข้อมูลรูปแบบลักษณะของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูป
วัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)

หัวข้อ	รายละเอียด
รูปภาพวัสดุ	
ความหนา/บาง	0.06 – 0.08 มิลลิเมตร
หน้ากว้าง	65 – 77 เซนติเมตร
สีวัสดุ	สามารถทดลองสร้างสีโดยขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการใช้งาน
การทดลองการตัดเย็บ	ดี
การตัดเย็บ	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้จักรอุตสาหกรรมเย็บผ้าปกติ หรือจักรอุตสาหกรรมสำหรับเย็บเครื่องหนังได้เช่นกัน - ใช้ตีนผีเย็บสำหรับเย็บหนังเพื่อลดความหนืดในการเย็บ - ด้านสำหรับการเย็บด้านขนาดปกติหรือด้านสำหรับเย็บเครื่องหนังหรือยีนส์ เป็นต้น - ใช้กระดาษแข็งในการกำหนดแนวเย็บ - ใช้แปรงฝุ่นโรยบนวัสดุขณะตัดเย็บเพื่อลดความหนืด และเช็ดทำความสะอาดหลังการตัดเย็บ - ไม่ควรเลาะแก้ไขแนวเย็บหากไม่จำเป็น
ลักษณะของวัสดุ	<ul style="list-style-type: none"> - ปริมาณเศษผ้า : 30% - ผิวสัมผัส : ขรุขระและกระด้าง - ความยืดหยุ่น : มีเล็กน้อย - ระบายอากาศ : ไม่มี

หัวข้อ	รายละเอียด
	<ul style="list-style-type: none"> - ทนความร้อน : ดี - อื่น ๆ : มีความแข็งแรงทนทาน มีน้ำหนักเล็กน้อย ไม่มีความหดตัว
ข้อจำกัด	<ul style="list-style-type: none"> - หน้ากว้างของวัสดุที่ได้มีขนาดแคบ ทำให้มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ - จากการทดลองพัฒนาวัสดุให้มีความยาวที่มากขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าพบว่า มีข้อจำกัดของวัสดุ โดยจะมีรอยพับในทุก ๆ 90 เซนติเมตร - มีรูปแบบลักษณะของพื้นผิวสัมผัสที่ขรุขระที่แตกต่างกันในแตกต่างรอบของการผลิต - เนื่องด้วยกรรมวิธีของการใส่สีทำให้วัสดุมีความหนาได้แค่ 0.07 มิลลิเมตร ไม่สามารถมีความหนาน้อยกว่านี้ได้
การดูแลรักษา	<ul style="list-style-type: none"> - วัสดุควรหลีกเลี่ยงการสัมผัสโดนตรงจากแสงเพื่อรักษาคุณภาพสีของวัสดุ - หลังการใช้งานหรือสวมใส่เครื่องแต่งกายที่ทำจากวัสดุควรทำความสะอาดด้วยแอลกอฮอล์หรือน้ำสะอาด - เพื่อรักษาความเงาหรือเพิ่มความเงาใช้แว็กซ์เคลือบเงาหรือทำความสะอาดสำหรับหนังหรือยางทั่วไป เช็ดทำความสะอาดได้

ที่มา : ฐนันท์ อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการทดลองพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกทีกซ์ (Para Latex) โดยการร่วมมือกันระหว่างผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนานวัตกรรมจากคุณอภิษณา เตชะวีรภัทร และ คุณอัครชัย เตชะวีรภัทร บริษัท เดอะ โคลเวอร์ จำกัด ในการพัฒนาต่อยอดวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกทีกซ์ให้มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการนำมาออกแบบตัดเย็บเครื่องแต่งกาย โดยมีรูปแบบเอกลักษณ์ของการผสมผสานวัสดุต่าง ๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดรูปแบบวัสดุที่แตกต่างและมีข้อจำกัดที่แตกต่างไปจากเดิม ทำให้เกิดอัตลักษณ์จำเพาะตัวของวัสดุอันเป็นจุดเด่นที่จะสามารถสร้างอัตลักษณ์จำเพาะไปสู่เครื่องแต่งกายหรือผลิตภัณฑ์ได้ และจากการทดลองการตัดเย็บวัสดุเพื่อหาข้อจำกัดและเทคนิคการตัดเย็บที่เหมาะสมกับวัสดุ เพื่อนำข้อมูลที่ได้เหล่านี้มาพัฒนาและเป็นแนวทางและหลักปฏิบัติในการสร้างสรรค์ผลงาน วัสดุนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกทีกซ์สามารถตัดเย็บได้เหมือนกับวัสดุอื่น ๆ ที่อุตสาหกรรมแฟชั่นเลือกใช้อยู่ในปัจจุบัน ดังนั้น วัสดุนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลกทีกซ์สามารถเป็นวัสดุทางเลือกใหม่สำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น และสร้าง

ความยั่งยืนในเรื่องวัสดุที่มาจากธรรมชาติซึ่งวัสดุนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนี้ย่างพาราลาเท็กซ์สามารถย่อยสลายได้เอง ไม่เป็นมลพิษกับสิ่งแวดล้อม และสามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้อีก เป็นการหมุนเวียนการใช้วัสดุให้มีอายุการใช้งานยาวนานมากขึ้น ลดการเกิดขยะที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และยังช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าผลผลิตจากภาคการเกษตรของประเทศไทย

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค

เมื่อทดลองพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนี้ย่างพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ให้มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าศึกษา หากกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่มีความต้องการเครื่องแต่งกายจากนวัตกรรมที่มีความแปลกใหม่และนำกระแสนิยม มีรูปแบบและเอกลักษณ์จำเพาะตัว พบว่า กลุ่มสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) มีความต้องการและชื่นชอบนวัตกรรมใหม่ ๆ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส โดยการจัดทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย โดยจากการศึกษาข้อมูลกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) โดยการจากรวบรวมข้อมูล แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส ผู้วิจัยสามารถสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ พบว่า กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส ส่วนใหญ่จะมีช่วงอายุอยู่ที่ 27-50 ปี ซึ่งครอบคลุมช่วงวัยของ เจเนอเรชันมิลเลนเนียลและเจเนอเรชันเอ็กซ์ โดยกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย กลุ่มคนที่ชื่นชอบและมีความเกี่ยวข้องกับงานศิลปะและงานสร้างสรรค์ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว ศิลปิน นักออกแบบ และผู้บริหารระดับสูง เป็นต้น กลุ่มเป้าหมายมีบุคลิกภาพให้ความสำคัญกับครอบครัวและครอบครัว (Friendly, Lively) ชอบเข้าสังคม पार्टीสังสรรค์ (Party) มุ่งมั่น มั่นใจ (Confident) มีความเฉพาะตัวเป็นตัวเองสูง (Self-Identity) ชื่นชอบเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ๆ (Technology Innovation) ชอบความท้าทาย (Challenge) ชอบความโดดเด่น (Outstanding) ชอบความหลากหลายทางสังคม (Diversity) นำกระแสนิยม (Trendy) ซึ่งมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนรูปแบบการแต่งกาย (Style Fashion) ของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส และกลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในสินค้าที่สร้างสรรค์จากวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรนี้ย่างพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ซึ่งเป็นวัสดุจากธรรมชาติ

ที่ใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมเพื่อให้เกิดวัสดุรูปแบบที่สามารถนำมาสร้างสรรค์เป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมและเป็นที่สนใจกับกลุ่มเป้าหมาย

2.3 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 การศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear)

เมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการทดลองพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ให้มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายและข้อมูลจากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสให้ความสนใจกับวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ แต่ด้วยคุณสมบัติของวัสดุเหมาะสมโอกาสการสวมใส่ที่ต้องความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและโดดเด่น สอดคล้องกับเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ โดยจากการศึกษาข้อมูลการเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายสตรีประเภทปาร์ตี้แวร์ (Party wear) ผู้วิจัยได้ทำการสรุปวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้แวร์ โดยสรุปได้ว่า รูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมีแนวคิดการสร้างสรรคเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับวาระโอกาสการสวมใส่เพื่อออกงานทางสังคมเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายคือส่วนหนึ่งของการแสดงความรู้สึกนึกคิดของผู้สวมใส่ด้วยความสอดคล้องกับบริบททางสังคม เสื้อผ้าเครื่องแต่งมีการตัดเย็บและรายละเอียดตกแต่งอย่างประณีต การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อสะท้อนตัวตนและบุคลิกของผู้สวมใส่ ให้เกิดความโดดเด่น เย้ายวน น่าค้นหา แต่ยังคงรูปแบบที่เฉพาะตัว รูปแบบที่แตกต่าง และการออกแบบที่ร่วมสมัยทันกับกระแสนิยมในช่วงเวลานั้นเพื่อให้เสื้อผ้าเหมาะสมกับผู้สวมใส่และวาระโอกาสนั้น มีรูปแบบโครงสร้างสรรคที่สร้างสรรค์ เช่น โครงสร้างที่อิสระ (Free Form) โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) โครงสร้างแบบเน้นรูปร่าง (X-line) และ โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line) มีการใช้สีโดย กลุ่มโทนสีสด (Vivid color) กลุ่มสีที่ให้ความรู้สึกหรูหรา (Elegant Felling Color) การตกแต่งรายละเอียดลงบนเสื้อผ้าให้เสื้อผ้าเกิดคุณค่าเพิ่มขึ้น เช่น การตัดต่อเส้นสายต่าง ๆ เพื่อให้เสื้อผ้ามีความน่าสนใจ (Cutting) การเตรปิ้งเพื่อให้เสื้อผ้าเกินโครงสร้าง และรูปแบบใหม่ ๆ (Draping) การตัดผสมผสานวัสดุหรือเนื้อผ้าเพื่อให้เสื้อผ้าเกิดความน่าสนใจ (Mix Fabric) งานปัก หรืองานฝีมือต่าง ๆ ช่วยเพิ่มคุณค่า ความสวยงาม ให้กับ

เสื้อผ้า(Embroidery) ลายพิมพ์ ลวดลายจากการสร้างสรรค์ลงบนวัสดุ เพื่อให้เสื้อผ้าเกิดความน่าสนใจและสดใหม่ มีความเฉพาะตัวมากขึ้น (Art Prints) โดยวัสดุส่วนที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายประเภทปาร์ตี้มีความหลากหลาย เช่น ผ้าไหม (Silk) ผ้าใยธรรมชาติ (Natural Fabric) ผ้าใยสังเคราะห์ (Polyester) PVC Satin Chiffon Leather เป็นต้น

2.3.2 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีพี คลาส จากการทำแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มสตรีศรีเอทีพีคลาสนี้มีความชื่นชอบและสนใจรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือเครื่องแต่งกายที่มีแนวคิดสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เนื่องจากเป็นแนวคิดทฤษฎีทางศิลปะที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่ซ้ำใคร ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ โดยจากการศึกษาข้อมูลแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) ผู้วิจัยได้สรุปการวิเคราะห์ โดยแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์มีแนวคิดโดยศิลปินส่วนใหญ่ใช้แนวคิดเรื่องทฤษฎีของสีเพื่อสื่ออารมณ์จากภายในสู่ภายนอกถึงผู้ชมผลงาน สีเป็นตัวแทนของการจินตนาการที่สามารถทำให้ผู้ชมสร้างนึกคิดและจินตนาการเองได้ว่าสิ่งที่เห็นคืออะไรโดยไม่ต้องอธิบาย ผสมกับการใช้ลีลาท่าทางในการสร้างสรรค์ผลงานที่ให้เกิดความแปลกใหม่ให้กับผลงาน ศิลปินเลือกใช้ลีลาท่าทางในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อให้เกิดอารมณ์ร่วมเวลาผู้ชมได้ชมผลงาน ศิลปะไร้รูปลักษณ์ไม่มีรูปแบบตายตัวเป็นศิลปะนามธรรมเน้นให้ผู้ชมจินตนาการได้เอง ลักษณะผลงานทั้งหมดเป็นภาพวาดประเภทจิตรกรรม แรงบันดาลที่ถูกนำมาใช้ในการสร้างผลงานส่วนใหญ่เป็นแรงบันดาลใจมาจาก ธรรมชาติ สิ่งที่อยู่รอบตัว มีรูปทรงโครงสร้างของภาพที่เป็นอิสระ (Free Form) โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) การใช้สี กลุ่มโทนสีสด (Vivid Color) กลุ่มโทนสีธรรมชาติ (Earth Tone Color) การใช้สีที่ตัดกัน (Contrast) โดยสามารถนำมาตีความให้สอดคล้องกับรายละเอียดการตกแต่งทางการออกแบบเสื้อผ้า (Fashion Design) เช่น ลวดลายการสร้างสรรค์ภาพวาดของศิลปินสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในทางการออกแบบแฟชั่นได้ เช่น การทำลายผ้าหรือกราฟิก (Art Prints) ลงบนวัสดุต่าง ๆ โดยการใช้เทคนิคการสร้างผลงานของศิลปินมาใช้ในการสร้างลวดลาย การปักประดับลงบนวัสดุต่าง ๆ โดยการนำเอาลวดลายที่ได้มาออกแบบให้เข้ากับเทคนิคการปักประดับ (Embroidery) การทับซ้อนเป็นชั้นหรือการซ้อนเลเยอร์ (Layer) เสมือนกับ

การใช้สีเป็นเลเยอร์ของศิลปินมาใช้ในการออกแบบแฟชั่น ที่สามารถใช้สี เส้น หรือ ฟอรั่มในการสื่อถึงอารมณ์

จากการศึกษาวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แนวทางในการออกแบบและองค์ประกอบในการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ เพื่อสร้างอัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า และสอดคล้องตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส

2.4 อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า

การสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้ จากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) สำหรับสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) มีอัตลักษณ์จำเพาะตั้งแต่วัสดุที่ใช้หลักในตราสินค้าซึ่งเป็นวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ ที่ทดลองพัฒนาต่อยอดให้มีคุณภาพและคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการตัดเย็บเครื่องแต่งกาย และการออกแบบสร้างสรรค์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องไปกับแนวโน้มกระแสนิยม ผู้วิจัยจึงได้สรุปอัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้าได้ ดังนี้

ตารางที่ 212 ตารางแสดงข้อมูลอัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้าในการวิจัย

ข้อมูลผลิตภัณฑ์	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า
ตราสินค้า (Brand)	ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีรูปแบบ Ready to wear
ประเภทสินค้า (Category)	- สินค้าเครื่องแต่งกายสตรี ร้อยละ 90 - สินค้าประกอบการแต่งกายเพื่อเสริมบุคลิกภาพ ร้อยละ 10
โอกาสการสวมใส่ (Occasion)	- Party – Casual ร้อยละ 15 - Party – Formal ร้อยละ 25 - Party – Party ร้อยละ 50
รูปแบบสินค้า	ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ สำหรับกลุ่มคนที่ต้องการความเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่น สร้างสรรค์

ข้อมูลผลิตภัณฑ์	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า
ระดับการตลาด (Brand Positioning)	B+ ในตลาดของน้อกออกแบบประเทศไทย
ราคาเฉลี่ย (Average Price)	5,000 – 70,000 บาทขึ้นไป
กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค (Target Group)	<p>กลุ่มสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) กลุ่มคนที่มีความเกี่ยวข้องกับงานศิลปะและงานสร้างสรรค์ ในเขตเมืองหลวงของประเทศไทย (กรุงเทพมหานคร)</p> <ol style="list-style-type: none"> กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก <ul style="list-style-type: none"> กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชันมิลเลนเนียล (Generation Millennial) อายุ 27-37 ปี กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง <ul style="list-style-type: none"> กลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) อายุ 37-50 ปี
ขนาดสินค้า (Sizing)	<ul style="list-style-type: none"> สินค้าสำเร็จรูป แบ่งเป็นขนาด XS, S, M, L สินค้าผลิตสำหรับบุคคล (Made to order) ขนาดตามบุคคล
แนวคิดตราสินค้า (Concept of Brand)	สินค้าแฟชั่นจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตร น้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)
ประโยชน์การใช้สอยหลัก	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับสวมใส่เสื้อผ้าปกคลุมร่างกาย สำหรับวาระโอกาสการสวมใส่ต่าง ๆ
ประโยชน์การใช้สอยรอง	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่สร้างสรรค์มาจากวัสดุทางธรรมชาติ (Natural Materials) ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับวัสดุทางการเกษตรจากพื้นที่ประเทศไทยอย่างยั่งยืน

ที่มา : ฐันนัท อยู่ชมบุญ ผู้วิจัย

จากการข้อมูลของอัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า ผู้วิจัยได้ใช้เป็นหลักแนวคิด ทิศทางในการออกแบบสร้างสรรค์รูปแบบเครื่องแต่งกายในคอลเล็กชันต้นแบบในการวิจัย เพื่อให้สอดคล้องกับการสร้างสรรค์ตราสินค้าและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาสและแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น

2.5 การสร้างสรรค์คอลเล็กชันต้นแบบ

จากการทดลองและพัฒนาต่อยอดวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) ให้มีคุณภาพและคุณสมบัติเหมาะสมที่นำมาออกแบบตัดเย็บเครื่องแต่งกาย ด้วยลักษณะรูปแบบ ผิวสัมผัส และข้อจำกัดของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมไปถึงการเทคนิคของการตัดเย็บที่ต้องใช้ฝีมือและความประณีตของช่างตัดเย็บและการเลือกใช้วัสดุในปริมาณที่มีความเหมาะสมหรือการผสมผสานวัสดุอื่น ๆ กับวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ เพื่อให้สามารถสวมใส่ได้หลากหลายโอกาส และสอดคล้องกับความต้องการกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีพีคลาส การสร้างสรรค์ออกแบบโครงสร้างเครื่องแต่งกาย การใช้สีและรายละเอียดการตกแต่งได้นำเอาแนวคิดและองค์ประกอบในการสร้างสรรค์คอลเล็กชันต้นแบบ จากการศึกษาวิเคราะห์สรุปข้อมูลของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ กลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีพีคลาส เครื่องแต่งกายปาร์ตี้ แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณะและแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นมาประกอบในการออกแบบสร้างสรรค์คอลเล็กชันต้นแบบ เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยสร้างสรุปการสร้างสรรค์คอลเล็กชันต้นแบบได้ ดังนี้

2.5.1 การทดลองการขึ้นหุ่น

จากการทดลองการขึ้นหุ่นโดยใช้วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex) เป็นการทดลองเพื่อหาความเหมาะสมและรูปแบบการใช้วัสดุเพื่อให้โครงสร้างของเสื้อผ้า การเกิดมิติความลึกตื้นของรูปแบบโครงสร้างเสื้อผ้า เพื่อจะได้นำไปปรับใช้ในการออกแบบ และค้นหาข้อจำกัดของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ พบว่า ตัววัสดุสามารถสร้างมิติความลึกตื้นของโครงสร้างเสื้อผ้าได้ดี ทำให้สามารถสร้างสรรค์รูปทรงของโครงสร้างเสื้อผ้าที่มีขนาดกลางถึงใหญ่ โดยการจับจีบทำให้โครงสร้างเสื้อผ้าเกิดเป็นรูปทรงตามที่ต้องการจากความหนาบางของวัสดุ หรือสร้างสรรค์ด้วยการบิดของวัสดุเพื่อให้เกิดมิติหรือเกิดรายละเอียดของโครงสร้างด้วยตัววัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์สามารถใช้ได้ทั้งหน้าและหลังของวัสดุ โดยวัสดุมีข้อจำกัดในการสร้างมิติเนื่องวัสดุมีความหนาจึงทำให้การสร้างมิติจากการทับซ้อนของวัสดุที่หลายชั้นนั้นอาจจะส่งผลที่จะทำให้ไม่สามารถตัดเย็บได้ ผู้วิจัยจึงได้นำเอาสิ่งที่ได้จากการทดลองการขึ้นหุ่นจากวัสดุจาก

นวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ นั้นไปเป็นหลักแนวคิดในการออกแบบสร้างสรรค์คอลเล็กชันต้นแบบ

2.5.2 แนวทางการออกแบบ

จากการศึกษาวิเคราะห์สรุปข้อมูลที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับงานวิจัยและการทดลองวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางและองค์ประกอบในการออกแบบคอลเล็กชันต้นแบบ โดย รูปแบบลักษณะและข้อจำกัดของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์มาเป็นหลักในการออกแบบ การใช้โทนสี โครงสร้างของเครื่องแต่งกายและเทคนิคการตกแต่งรายละเอียดลงบนเครื่องแต่งกายให้ความรู้สึกถึงเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ การสร้างโครงสร้างเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย (Silhouette) และรูปลักษณ์ (Art Work) ของการสร้างลวดลายบนเทคนิคการตกแต่งรายละเอียด (Details & Technique) จากแนวการสร้างผลงานทางศิลปะของตนเองจากการใช้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ โดยผู้วิจัย เน้นสร้างสรรค์โครงสร้างเครื่องแต่งกายมีรูปทรงอิสระจากเส้นสายของผลงานศิลปะไร้รูปลักษณ์ในแบบของผู้วิจัย และเทคนิครายละเอียดการตกแต่งด้วยเทคนิคการประดับเพิ่มคุณค่าให้กับผลงานตามแนวคิดการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ เน้นโทนสีที่ให้ความรู้สึกหรูหรา ทางกร เรียบโก้ และร่วมสมัย รวมทั้งผสมผสานแนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบจากแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นที่มาจากการวิเคราะห์ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีพีคลาส

2.5.3 การตัดเย็บผ้าดิบ

จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันต้นแบบโดยมีแนวทางการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์สรุปข้อมูลที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับงานวิจัยและการทดลองวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ ผู้วิจัยได้ทำการทดลองการตัดเย็บเครื่องแต่งกายบนวัสดุผ้าดิบก่อนที่จะตัดเย็บบนวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ โดยการใช้ผ้าดิบนำมาอัดผ้ากาวเพื่อให้ผ้าดิบนั้นมีความหนาบางใกล้เคียงกับวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ เพื่อศึกษา

ความเป็นไปได้ของโครงสร้างเครื่องแต่งกาย วิเคราะห์และหาแนวทางการปรับแก้โครงสร้างเครื่องแต่งกายในคอลเล็กชันต้นแบบก่อนใช้วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์

2.5.4 การตัดเย็บผ้าจริง

จากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันต้นแบบโดยมีแนวทางการออกแบบแนวคิดและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์สรุปข้อมูลที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับงานวิจัยและการทดลองวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ ผู้วิจัยได้ทำการทดลองการตัดเย็บเครื่องแต่งกายบนวัสดุผ้าดิบก่อนที่จะตัดเย็บบนวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์หรือผ้าจริง พบว่า การตัดเย็บบนวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์มีกระบวนการที่ซับซ้อนกว่าการจัดเย็บบนผ้าดิบ ได้แก่

1) การตัดเย็บวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ มีผิวสัมผัสที่เหนียวหรือเหนียว ทำให้การตัดเย็บค่อนข้างยาก ใช้เวลาในการตัดเย็บนาน ดังนั้น ผู้เชี่ยวชาญด้านตัดเย็บ แนะนำว่า ควรใช้แปรงฝุ่นโรยลงบนผิวสัมผัสของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ เพื่อให้ตัวผิวสัมผัสเกิดความลื่นลดความเหนียวของผิวสัมผัส ทำให้การตัดเย็บสะดวกมากยิ่งขึ้น

2) โครงสร้างเครื่องแต่งกายที่มีการทับซ้อนกัน จับจีบ หรือบิดเพิ่มความหนาของวัสดุในการตัดเย็บทำให้การตัดเย็บมีความยากมากขึ้นหรืออาจจะไม่สามารถตัดเย็บได้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตัดเย็บ แนะนำว่า ให้ปรับโครงสร้างหรือแพทเทิร์นของเครื่องแต่งกายให้มีการทับซ้อนกันน้อยลง แต่ยังคงรูปแบบโครงสร้างเครื่องแต่งกายแบบเดิมอยู่

3) การตัดเย็บแบบเย็บกลับวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์นั้น จะทำให้เกิดความยากมากขึ้นในการตัดเย็บทำให้ใช้เวลาในการตัดเย็บสูงขึ้น ส่งผลกับต้นทุนที่จะเกิดขึ้น ด้วยคุณสมบัติของวัสดุที่ไม่เกิดการรูด ผู้เชี่ยวชาญด้านการตัดเย็บแนะนำให้ทำการตัดริมผ้าให้สวยงาม เพื่อความสวยงามและเป็นการลดต้นทุนที่จะเกิดขึ้น

4) ในส่วนของการตัดต่อแต่งในส่วนต่าง ๆ ของโครงสร้างเครื่องแต่งกาย ผู้เชี่ยวชาญด้านการตัดเย็บ แนะนำว่า ให้เป็นการเย็บปะแทนการตัดต่อเพื่อลดความกรรมวิธี

การตัดเย็บ ลดการใช้เวลาในการตัดเย็บและทำให้การตัดเย็บง่ายขึ้น แต่ยังคงรูปแบบของโครงสร้างเครื่องแต่งกายจากการออกแบบเดิมไว้

5) การปักประดับรายละเอียดการตกแต่งลงบนโครงสร้างเครื่องแต่งกายนั้นเป็นงานฝีมือ เพื่อให้การตัดเย็บสะดวกและยังทรงคุณค่าของการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ไว้

6) การเลือกใช้วัสดุที่มีผิวสัมผัสที่แตกต่างจากวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ เช่น ผ้าไหมซีฟองที่บางกว่า ผ้าคอนตันที่มีบางกว่า โดยการตัดเย็บเข้าด้วยกันหรือการสวมใส่คู่กัน ทำให้รูปแบบของโครงสร้างเสื้อผ้ามีความน่าสนใจและมีความหลากหลายของวัสดุเพิ่มมากขึ้น

โดยจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันต้นแบบโดยมีแนวทางการออกแบบ แนวคิดและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์สรุปข้อมูลที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับงานวิจัยและการทดลองวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ การตัดเย็บบนวัสดุจริงเน้นให้มีรูปแบบโครงสร้างเครื่องแต่งกายและรายละเอียดการตกแต่งตามผลงานการออกแบบคอลเล็กชันต้นแบบมากที่สุด ปรับเปลี่ยนและแก้ไขตามข้อจำกัดของวัสดุ การตัดเย็บ หรือกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้ได้เครื่องแต่งกายต้นแบบจากผลงานการออกแบบคอลเล็กชันต้นแบบที่มีความสมบูรณ์ที่สุด

การวิจัยเรื่องนวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน รวมทั้งการทดลองพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex) เพื่อให้สามารถมีคุณสมบัติและคุณภาพที่จะสามารถเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกายได้ การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล การทำแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เพื่อให้เห็นถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสตรีครีเอทีฟคลาส (Creative Class) การศึกษารูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ และการศึกษาแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art) โดยงานวิจัยนี้ประสบความสำเร็จในการทดลองและพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ สู่ นำมาสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายที่สามารถสวมใส่ได้จริงและสามารถสร้างอัตลักษณ์จำเพาะให้กับตัวสินค้าได้จากวัสดุ สรุปได้ว่า วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex) สามารถเป็นวัสดุทางเลือกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่นที่จะนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายได้ และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับผลผลิตจากภาคการเกษตรของพื้นที่ในประเทศไทยได้อย่างยั่งยืนอีกด้วย

ส่วนที่ 3 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาสรุปวิเคราะห์และการทดลองจากการวิจัยเรื่องนวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส ภายใต้แนวคิดทฤษฎี ศิลปะไร้รูปลักษณะ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) มีข้อจำกัดที่หลากหลาย เช่น ความหนานาง ความยืดหยุ่น การใช้เทคนิคการสร้างลวดลายบนวัสดุ การแต่งกลิ่นหรือการผสมรวมของวัสดุชนิดอื่นเพื่อให้เกิดผิวสัมผัสแบบใหม่ โดยหากมีการทดลองพัฒนาต่อยอดอย่างต่อเนื่อง ข้อจำกัดของวัสดุอาจจะลดน้อยลงและเกิดคุณสมบัติหรือรูปแบบใหม่เพิ่มมากขึ้น หรือการนำไปใช้ผสมผสานเข้ากับวัสดุอื่น ๆ ที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เพื่อให้สวมใส่ได้ง่ายเหมาะสมสำหรับวาระโอกาสการสวมใส่อื่น ๆ ก็จะทำให้เกิดความหลากหลายในรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของวัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ จะทำให้การเลือกใช้วัสดุจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราลาเท็กซ์ได้รับความนิยมนและเป็นกระแสนิยมเป็นที่สนใจในมุมมองที่เพิ่มมากขึ้น และจะสามารถช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับผลผลิตจากภาคการเกษตรของพื้นที่ประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2563). *Facsheet สินค้ายางพารา ประจำเดือนธันวาคม 2563* [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

https://ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/721601/721601.pdf&title=721601&cate=739&d=0

กลุ่มที่ 3 กลุ่มตั้งเม. (2558). *SMEs ผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปสู่อาเซียน* [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

http://oldkm.moc.go.th/download/doc/Othe_60/1/4%2058กลุ่ม3%20SMEs%20ผลิตภัณฑ์ยางพาราแปรรูปสู่อาเซียน.pdf (2558)

คลังข้อมูลสารสนเทศระดับภูมิภาค (ภาคใต้). สำนักงานพัฒนาการวิชาการเกษตร (องค์การมหาชน). กรมวิชาการเกษตร. *ยางพารา Para Rubber* [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<https://www.arda.or.th/kasetinfo/south/para/controller/index.php>

ไทยรัฐออนไลน์. (2563). *ชุดชั้นในยางพารา ป้องกันมะเร็งเต้านม* [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<https://www.thairath.co.th/news/local/1837523> (6 พฤษภาคม 2563)

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). *ธนาคารแห่งประเทศไทย. ส่งเสริมเศรษฐกิจไทยในวิกฤติโควิด* [ออนไลน์].

แหล่งที่มา: https://www.bot.or.th/Thai/AboutBOT/Activities/Documents/MediaBriefing2021/220764_Briefing.pdf (22 กรกฎาคม 2564)

ฝ่ายวิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจยาง การยางแห่งประเทศไทย. (2563). *สถานการณ์การยางพาราปี 2563 และแนวโน้มปี 2564* [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.raot.co.th/ewt_dl_link.php?nid=6750 (2563)

พิชชา อุทิสวรรณกุล. (2563). *เอกสารประกอบการเรียน Fashion and Merchandise การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น*. กรุงเทพมหานคร: คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ยุทธศาสตร์ชาติ [ออนไลน์]. (2561). แหล่งที่มา: <https://www.moac.go.th/pyp-dwl-files-402791791892> (2561)

วรรณณา จิรมหาศาล. รูปแบบงานทัศนศิลป์ตะวันออก[ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

http://www.thaischool.in.th/_files_school/10106250/data/10106250_1_20170127-133605.pdf

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2563). หน้ากากอนามัยยางพารา ผลิตจากคนไทย แปรนตร์

“SaBai”[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.1907.1.0.html>
(1 กรกฎาคม 2563)

สมบัติ กุสุมาวสี. (2553). ปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

ริชาร์ด ฟลอริดา กับตัวแบบ 3T. *For Quality* 16, 150: 95-98. แหล่งที่มา:

https://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/FQ150_p095-99.pdf (เมษายน 2553)

สสวท. (มกราคม 2563). ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)[ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

http://designtechnology.ipst.ac.th/wp-content/uploads/sites/83/2020/01/4_01ส่วนประสมทางการตลาด-1.pdf

BrandThink. ณัฐนิชา อิศระอาด. (2564). GEMIO รองเท้าสุขภาพที่ใส่ใจทุกสรีระเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาสุขภาพ[ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<https://www.brandthink.me/content/gemiohealthshoes> (20 มิถุนายน 2564)

Craft ‘N’ Roll. (2562). *Textile 101 – เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับผ้า ผ้าคืออะไร*[ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<https://craftnroll.net/craft-101/textile-101-material/> (22 มีนาคม 2562)

MDR International co.,ltd. ชนิดของยางและการใช้งาน[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.mdr-thai.com/ชนิดของยางและการใช้งาน/>

Somkit Chuenarrom. (2557).

Nuchdanai Na Songkhla. (2563). *ผ้าคอตตอน คือไร มีคุณสมบัติอะไรบ้าง*[ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<https://www.mcshop.com/blog/accessories/ผ้าคอตตอน-คืออะไร-มีคุณสมบัติ/> (25 กุมภาพันธ์ 2563)

PORTFOLIOS*NET. (11 มิถุนายน 2553). *Wassily Kandinsky จิตรกรผู้เห็นเสียง และได้ยินสี*[ออนไลน์].

แหล่งที่มา: <http://www.portfolios.net/forum/topics/wassily-kandinsky>

RubberDigest. *แนวทางการแปรรูปยางพารา*[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://rubberdigest.com/?p=85> (1

สิงหาคม 2557)

- SME Startup. (2563). *Rubber Idea* อนุรักษ์รักษ์โลก ที่เพิ่มความเท่าเพราะทำจากยาง Recycle [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.smethailandclub.com/index.php/startup-startingabusiness/6197.html> (25 สิงหาคม 2563)
- TCDC Material Database. *แผ่นยางธรรมชาติเจาะรู*[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.tcdcmaterial.com/th/search-material/10/ยาง/punched-natural-rubber-sheet-mi00390-02>
- TCDC Material Database. *แผ่นยางพาราผสมเศษผ้า*[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.tcdcmaterial.com/th/search-material/13/วัสดุธรรมชาติอื่นๆ/eco-2-surface-r-mi00006-01>
- TCDC Material Database. *สีน้ำยางพาราแปรรูป Jon Jon*[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.tcdcmaterial.com/th/search-material/10/ยาง/siinamyangphaaraaaeprruup-jon-jon-mi00638-01>
- TCDC Material Database. *เส้นใยยาง ART01*[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.tcdcmaterial.com/th/search-material/10/ยาง/advantage-rubber-thread-art01-mi00944-01>
- Thamita Chanwatcharachot. (2563). *ผ้าโพลีเอสเตอร์ คืออะไร มีคุณสมบัติอะไรบ้าง*[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.mcshop.com/blog/t-shirts/ผ้าโพลีเอสเตอร์-คืออะไร/> (24 สิงหาคม 2563)
- The Lion King. *หมอนและที่นอนยางพารา จากยางพาราธรรมชาติ 100%*[ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.thelionkingthailand.com>

ภาษาอังกฤษ

- Abstract Art*[Online]. From: <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/a/abstract-art>
- Anna Moszynska. (14 April 2020). *World of Art Abstract Art*. Second Edition. London: Thames & Hudson Ltd.
- Annie Ochmanek. (2016). *Jackson Pollock*[Online]. From: <https://www.moma.org/artists/4675>

- Charlotte Chilton and Barry Samaha. (6 Jan 2021). *The Evolution of Dresses Through the Ages*
See how the garment has been transformed time and time again[Online]. From:
<https://www.harpersbazaar.com/fashion/g30715740/dress-evolution-through-years/>
- Erin Cunningham. (12 December 2015). *What Party Girl Looked Like In 10 Different Points In History*[Online]. From: <https://www.refinery29.com/en-us/party-girl-style-history>
- Hi fashion. (19 May 2017). *A Brief History of Women's Party Wear*[Online]. From:
<https://www.thehifashionsite.com/brief-history-party-wear/>
- Hoopycake. (2014). *Morris Louis Biography*[Online]. From: <https://morrislouis.org/biography>
- Hoopycake. (2014). *Morris Louis Paintings*[Online]. From: <https://morrislouis.org/paintings>
- Janvi Gandhi. (18 May 2020). *Versace – The Brand Story*[Online]. From:
<https://www.luxuryabode.com/blog/versace--the-brand-story/artid73>
- Jennifer Hahn. (1 December 2020). *Dezeen Latex “is a noble and natural material that does not kill animals”*[Online]. From: <https://www.dezeen.com/2020/12/01/latex-natural-rubber-sustainable-material-fashion-design/> (1 December 2020)
- Kering. *Houses History of Yves Saint Laurent*[Online]. From:
<https://www.kering.com/en/houses/couture-and-leather-goods/saint-laurent/history/>
- Milin[Online]. From: <https://milin.com>
- Pyvet[Online]. From: <https://pyvetstudio.com>
- Rana Florida. *The Consumer Redefined: The Creative Class*[Online]. From:
<https://ranaflorida.com/articles/FINAL%20LE%20MIAMI%20REPORT.pdf>
- Robert Wun. *About Robert Wun*[Online]. From: <https://www.robertwun.com/bio-1>
- Robert Wun. *Collection Robert Wun*[Online]. From: <https://www.robertwun.com>
- Robyn at Joel and Son Fabric. (3 December 2018). *The History of Valentino – The ‘Emperor Of Fashion’*[Online]. From: <https://www.joelandsonfabrics.com/uk/the-memo/fashion-and-inspiration/the-history-of-valentino-the-emperor-of-fashion>

Sebastian Zenker. (March 2009). *Who's Your Target? The Creative Class as a Target Group for Place Branding*[Online]. From:

https://www.researchgate.net/publication/228624122_Who%27s_Your_Target_The_Creative_Class_as_a_Target_Group_for_Place_Branding (March 2009)

Stephen Farthing. (September 2010). *Art: The Whole Story*. Second Edition. London: Thames & Hudson Ltd.

Visual Arts Cork. *Abstract Art: A General Guide Definition, Types, History, Characteristics*[Online]. From: http://www.visual-arts-cork.com/abstract-art.htm#google_vignette

Vogue. *Saint Laurent*[Online]. From: <https://www.vogue.com/fashion-shows/designer/saint-laurent>

Vogue. *Valentino*[Online]. From: <https://www.vogue.com/fashion-shows/designer/valentino>

Vogue. *Versace*[Online]. From: <https://www.vogue.com/fashion-shows/designer/versace>

WassilyKandinsky. *Paintings of Wassily Kandinsky*[Online], From: <https://www.wassilykandinsky.net>



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

คำถามสำหรับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

คำถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย
1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มกระแสนิยม (Trend) ที่ส่งผลกับอุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องแต่งกาย
2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มกระแสนิยมแนวความคิดความยั่งยืน (Sustainability Trend)
3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัสดุจากธรรมชาติ (Natural Material)
4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราแลเท็กซ์ (Para Latex)

แบบสอบถามการวิจัย

(1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

รายการข้อมูล	คำตอบ
1.1 อายุ	
น้อยกว่า 21 ปี	
22-30 ปี	
31-39 ปี	
40-54 ปี	
55 ปี ขึ้นไป	
1.2 ระดับการศึกษา	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	
ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า	
สูงกว่าปริญญาตรี	
1.3 อาชีพ	
นักเรียน / นักศึกษา	
พนักงานบริษัทเอกชน	
ศิลปิน / นักออกแบบ	
พนักงานราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	
ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ	
สายงานความคิดสร้างสรรค์	

รายการข้อมูล	คำตอบ
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	
1.4 รายได้ต่อเดือน	
น้อยกว่า 15,000 บาท	
15,001 – 25,000 บาท	
25,001 – 35,000 บาท	
35,001 บาท ขึ้นไป	
1.5 คำจำกัดความที่ใกล้เคียงกับบุคลิกภาพของท่านที่สุด	
มุ่งมั่นมีเป้าหมาย	
ต้องการการยอมรับจากผู้อื่น	
ชอบเข้าสังคม / ปาร์ตี้สังสรรค์	
ชอบความเปลี่ยนแปลง / ทดลองสิ่งใหม่	
ให้ความสำคัญกับคนรอบข้าง ครอบครัวหรือเพื่อน	
ชอบความท้าทาย	
เน้นความสันโดษ	

(2) การดำเนินชีวิตและการเลือกซื้อสินค้า

รายการข้อมูล	ระดับ			
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มากที่สุด
2.1 กิจกรรมยามว่างของคุณ				
ออกกำลังกาย / เล่นกีฬา				
ดูภาพยนตร์ / ดูซีรี่				
พบปะสังสรรค์ / งานสังคม / ปาร์ตี้				
อ่านหนังสือ				
เลือกซื้อสินค้า (Shopping)				
เล่นโซเชียลมีเดียต่าง ๆ				
ทำงานศิลปะ / งานฝีมือ / เวิร์กชอป				
เดินทางท่องเที่ยว				

รายการข้อมูล	ระดับ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ฟังเพลง / เล่นดนตรี					
ทำสวน / ตกแต่งบ้าน					
2.2 อิทธิพลหรือปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องแต่งกาย					
รสนิยมรูปแบบสไตล์ที่มาจากความชื่นชอบหลักของตนเอง					
เทรนด์หรือกระแสนิยมทางแฟชั่น ณ ขณะช่วงเวลานั้น					
คุณภาพของวัสดุของสินค้าเครื่องแต่งกายนั้น ๆ					
โอกาสการที่จำเป็นต้องสวมใส่ ณ ขณะช่วงเวลานั้น					
รูปแบบลักษณะจำเพาะและอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของสินค้า					
สินค้าที่มีความเป็น Limited Edition หรือการร่วมมือการระหว่างตราสินค้าเครื่องแต่งกาย (Collaboration)					
2.3 สถานที่ที่ชื่นชอบในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย					
ห้างสรรพสินค้า / หน้าร้าน					
ร้านค้าออนไลน์ / ช่องทางออนไลน์					
ร้านค้าออกบูธ					
ตลาดนัดทั่วไป					

รายการข้อมูล	คำตอบ
2.4 ความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายต่อเดือน	
1-2 ครั้ง/เดือน	
3-4 ครั้ง/เดือน	
5-6 ครั้ง/เดือน	
มากกว่า 6 ครั้ง/เดือน ขึ้นไป	
2.5 ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายแต่ละครั้ง	
ต่ำกว่า 1,000 บาท / ครั้ง	
1,001 – 5,000 บาท / ครั้ง	
5,001 – 10,000 บาท / ครั้ง	
10,001 – 15,000 บาท / ครั้ง	
15,001 – 20,000 บาท / ครั้ง	
20,001 บาท / ครั้ง ขึ้นไป	
2.6 คุณมีความสนใจเกี่ยวกับวัสดุ (ที่นำมาใช้ในการทำรูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย) ที่มีความแตกต่างและแปลกใหม่หรือไม่	
สนใจ	
ไม่สนใจ	
2.7 คุณสนใจเรื่องวัสดุทางการเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือไม่	
สนใจ	
ไม่สนใจ	

(3) แนวคิดวัสดุทางเลือก

รายการข้อมูล	ระดับ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
3.1 ปัจจัยด้านวัสดุ (Material) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องแต่งกาย					
วัสดุจากธรรมชาติ					
วัสดุสังเคราะห์					
3.2 ความสนใจเกี่ยวกับวัสดุทางเลือกจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยาพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) สู่ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย (ให้ความรู้สึกคล้ายกับหนัง)					
วัสดุทางเลือกจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยาพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) เพียงอย่างเดียว					
วัสดุทางเลือกจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยาพาราลาเท็กซ์ (Para Latex) ผสมกับผ้าใยธรรมชาติอื่น ๆ					
3.3 คุณคิดว่าการสวมใส่เสื้อผ้าที่ผลิตจากวัสดุทางเลือกจากการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยาพาราลาเท็กซ์ (Para Latex)(ให้ความรู้สึกคล้ายกับหนัง) ควรสวมใส่ในวาระโอกาสใด					
เสื้อผ้าลำลอง (Casual wear) : ลักษณะเสื้อผ้าที่สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันทั่วไป หรือเสื้อผ้าที่สวมใส่ในวันหยุดพักผ่อน มีรูปแบบหลากหลายไม่จำกัด ขึ้นอยู่กับโอกาสและสถานที่ ³⁶					
เสื้อผ้าทำงาน (Business Wear)					

³⁶ พัดชา อุกฤษวรรณกุล, “แฟชั่นคืออะไร”, เอกสารประกอบการเรียน Fashion and Merchandise การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น เสนอที่ภาควิชาานุภูมิภาคศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการข้อมูล	ระดับ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
: ลักษณะเสื้อผ้าที่มีความเป็นทางการ เรียบง่ายและสุภาพเรียบร้อย ชุดทำงานในเมืองมักเน้นความทันสมัย และตามกระแสนิยมแฟชั่น ส่วนใหญ่เป็นสูท ³⁷					
เสื้อผ้าออกงาน (Party wear) : หรือชุดปาร์ตี้ ลักษณะเสื้อผ้าส่วนใหญ่เป็นเครื่องแต่งกายที่มีดีไซน์พิเศษ ³⁸ หรูหรา มีความพิเศษมากกว่าเสื้อผ้ารูปแบบอื่น สวมใส่ในโอกาสพิเศษ					

³⁷ พัดชา อุทิศวรรณกุล, “แฟชั่นคืออะไร”, เอกสารประกอบการเรียน Fashion and Merchandise การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น เสนอที่ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

³⁸ พัดชา อุทิศวรรณกุล, “แฟชั่นคืออะไร”, เอกสารประกอบการเรียน Fashion and Merchandise การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น เสนอที่ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(4) การออกแบบเครื่องแต่งกายด้วยแนวคิดทฤษฎีศิลปะไร้รูปลักษณ์ (Abstract Art)

รายงานข้อมูล	ระดับ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
4.1 ปัจจัยด้านรูปแบบสไตล์ที่มีผลต่อความชื่นชอบ					
โมเดิร์น เรียบง่าย (Modern Minimal)					
สตรีทสไตล์ เก๋ ชิค (Streetstyle)					
หรูหรา อลังการ (Luxury)					
เซ็กซี่ เปรี๊ยะว (Sexy)					
เฟมินีน หญิงสาว (Feminine)					
มาสคูลิน เท่ มีกลิ่นอายของความเป็นผู้ชาย (Masculine)					
ล้ำสมัย โดดเด่น แตกต่าง (Futuristic)					
4.2 รูปแบบโครงสร้างเครื่องแต่งกาย (Silhouette) ที่สนใจ					
โครงสร้างแบบเอ-ไลน์ (A-Line)					
โครงสร้างแบบทรงตรงเน้นช่วงเอว (H-Line)					
โครงสร้างแบบเน้นช่วงไหล่ (V-Line)					
โครงสร้างแบบเน้นช่วงไหล่ (Y-Line)					
โครงสร้างแบบทรงตรงยาว (I-Line)					
โครงสร้างแบบทรงระฆัง (Bell)					
โครงสร้างแบบไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetrical)					
โครงสร้างแบบเน้นรูปร่าง (Body Conscious)					

4.3 รายละเอียดการตกแต่งเครื่องแต่งกายที่คุณสนใจ					
การตกแต่งด้วยการจับเดรป (Draping)					
การตกแต่งด้วยเทคนิคผ้าอื่น เช่น ปัก ถัก ฉลุ เป็นต้น					
4.4 ปริมาณของรายละเอียดการตกแต่งเครื่องแต่งกายที่คุณสนใจ					
การตกแต่งรายละเอียด (Details) ทั้งตัว					
การตกแต่งรายละเอียด (Details) เน้นเฉพาะจุด					
การตกแต่งรายละเอียด (Details) กระจาย					

คำถามสำหรับการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเป้าหมายสตรีศรีเอทีฟคลาส

ข้อคำถาม	คำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์
(1) สไตล์การแต่งตัวที่ชื่นชอบ	
(2) สถานที่ในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย	
(3) โอกาสที่มักจะเลือกแต่งกายด้วยเครื่องแต่งกายที่ออกแบบจากความคิดสร้างสรรค์	
(4) คุณคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับกระแสนิยมความยั่งยืน (Trend:Sustainability)	
(5) คุณมีความคิดอย่างไรเกี่ยวกับวัสดุจากธรรมชาติ (Natural Materials)	
(6) คุณมีความคิดเป็นอย่างไรเกี่ยวกับนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex) ที่จะถูกนำมาออกแบบเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	
(7) คุณคิดว่าเสื้อผ้าจากนวัตกรรมการแปรรูปวัสดุทางการเกษตรน้ำยางพาราเลเท็กซ์ (Para Latex) เหมาะสำหรับเครื่องแต่งวาระโอกาสใด	

(8) เลือกสไตล์เสื้อผ้าที่ชอบและมีความต้องเลือกซื้อ (จากรูปภาพ)

ข้อที่	ตัวเลือกรูปภาพสไตล์เสื้อผ้าที่ชอบและมีความต้องเลือกซื้อ	ตัวเลือก	เลือก
1	 <p style="text-align: center;">A B C</p>	A	
		B	
		C	
2	 <p style="text-align: center;">A B C</p>	A	
		B	
		C	
3	<p style="text-align: center;">จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p>  <p style="text-align: center;">A B C</p>	A	
		B	
		C	

ข้อที่	ตัวเลือกรูปภาพสไตล์เสื้อผ้าที่ชอบและมีความต้องเลือกซื้อ	ตัวเลือก	เลือก
4	 <p style="text-align: center;">A B C</p>	A	
		B	
		C	
5	 <p style="text-align: center;">A B C</p>	A	
		B	
		C	
6	 <p style="text-align: center;">A B C</p>	A	
		B	
		C	

ภาพจากสูจิบัตรงานวิจัย





INDEPENDENT STUDY EXHIBITION
MASTER OF FINE AND APPLIED ARTS

S15-2622
At CentralwOrld

MFA 18

Master Of Fine And Applied Arts
Fashion And Textile Design
Department Of Creative Arts
Faculty Of Fine And Applied Arts
Chulalongkorn University
Bangkok, Thailand



centralwOrld



REVISE
การนิเทศนิทรรศการนิเทศนิเทศ
การนิเทศนิเทศนิเทศนิเทศ
การนิเทศนิเทศนิเทศ

COLLECTION

GALA MOOD
-IN THE MOOD FOR GALLERY- 01
Paswee Pasithornrangsart

MODULALITY 02
Onpreeya Ritthichot

REFRESHED 03
Nuttanani Vachompon

MFA 18
FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS
CHULALONGKORN UNIVERSITY



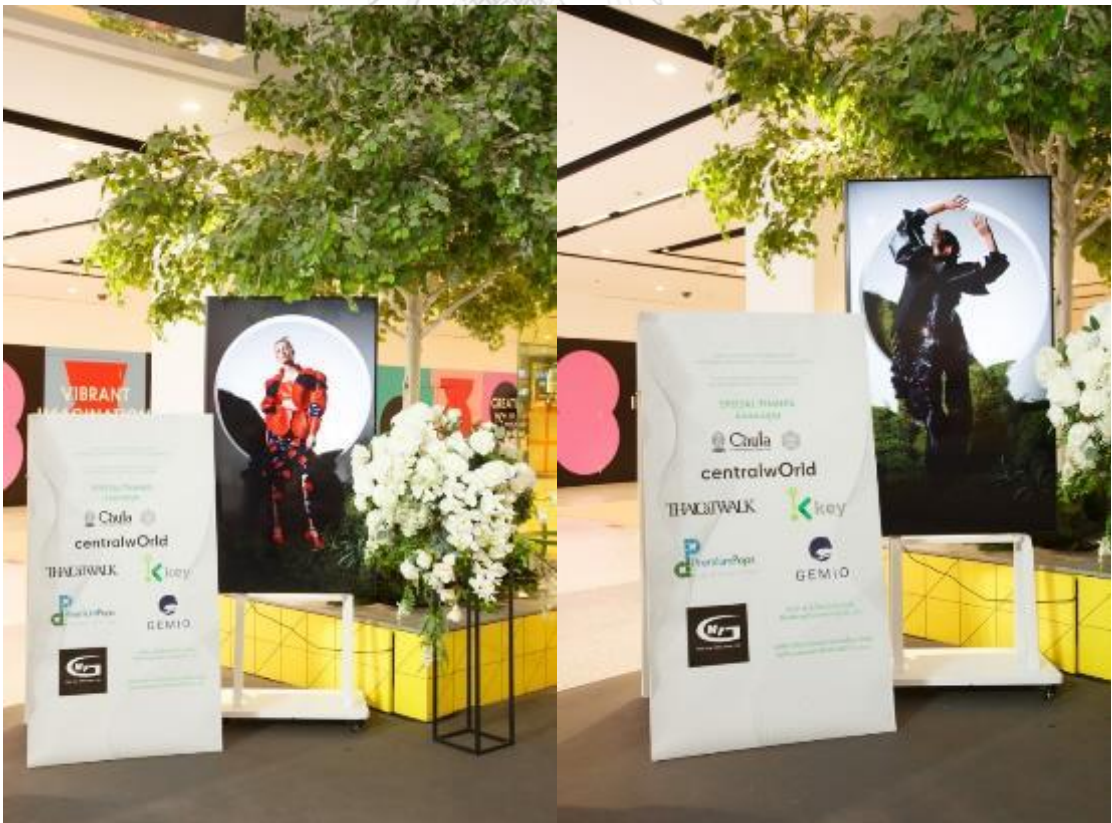




ภาพจากการจัดแสดงนิทรรศการและแฟชั่นโชว์เพื่อนำเสนอผลงานสารนิพนธ์

การนำเสนอผลงานสารนิพนธ์สู่สาธารณชนได้จัดขึ้นในรูปแบบนิทรรศการและแฟชั่นโชว์ โดยใช้ชื่องาน “REVIBE” โดยมีแนวคิดการใช้ทรัพยากรทางแฟชั่นให้เกิดคุณค่าสูงสุดด้วยนวัตกรรมและการสร้างสรรค์เพื่อยุโทเปียแห่งความยั่งยืน จัดขึ้นเพื่อนำเสนอผลงานการวิจัยของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตและดุขฎีบัณฑิตของสาขานฤมิตศิลป์ ภาควิชา นฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2564 โดยมีการจัดแสดงขึ้นในวันที่ 31 พฤษภาคม – 2 มิถุนายน พ.ศ. 2565 ที่ ลานกิจกรรม Craft Studio ชั้น 5 ณ เซ็นทรัลเวิลด์ (CentralwOrld)























ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ณัฐนันท์ อยู่ชมบุญ
วัน เดือน ปี เกิด	24 พฤศจิกายน 2535
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2559 ศิลปะบัณฑิต สาขาแฟชั่นดีไซน์ (เกียรตินิยมอันดับ 1) คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยรังสิต พ.ศ. 2565 ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ ภาควิชาานฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ที่อยู่ปัจจุบัน	22 ซอยเปรมฤทัย 2 ถนนติวานนท์ ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัด นนทบุรี 11000

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY