

โครงการออกแบบเคหะสิ่งทอจากริมน้ำยีนส์เหลือใช้ บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด
(มหาชน) สำหรับแบรนด์ MC

Textile Decoration from remnant of jean, MC GROUP Public
Company Limited for MC jeans group



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิเชฐ โสวิทยสกุล
คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร. อุไรวรรณ ปิติมณีนียกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผ่องศรี รอดโพธิ์ทอง

อาจารย์ จารุพัชร อาชะสมิต

อาจารย์ ปาณสาร สุขสงวน

อาจารย์ นฤดี ภู่อัตถ์รักษ์

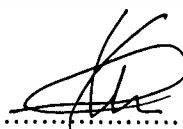
ประธานคณะกรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

.....


อาจารย์ นฤดี ภู่อัตถ์รักษ์

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์

โครงการออกแบบเคหะสิ่งทอจากริมน้ำยีนส์เหลือใช้
บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) สำหรับแบรนด์ Mc
Textile Decoration from remnant of jean, MC GROUP
Public Company Limited for MC jeans group
นายศาสด์ แสงชัยอรุณ
53020231
สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
ศิลปอุตสาหกรรม
2557

นักศึกษา

รหัสประจำตัว

ปริญญา

สาขาวิชา

ปีการศึกษา

บทคัดย่อ

โครงการออกแบบเคหะสิ่งทอจากริมน้ำยีนส์เหลือใช้บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) สำหรับแบรนด์ Mc มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางการใช้วัสดุเหลือใช้จากการผลิตยีนส์ เพื่อทำการออกแบบเคหะสิ่งทอ สำหรับนำไปจัดแสดงหน้าร้านค้าหรือสำหรับตกแต่งภายในร้านค้าชายปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ให้กับแบรนด์ Mc ทั่วประเทศ เพื่อเป็นแนวทางการต่อยอดแนวคิดการใช้วัสดุเหลือใช้ให้เกิดประโยชน์และเพื่อสร้างความสัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรต่อลูกค้า ในด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ภายใต้โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุ ในแนวคิด Upcycling Process ในการนำเศษผ้ายีนส์มาทำเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม

โดยรูปแบบการจัดติดตั้งหรือของตกแต่งภายในร้าน ออกแบบโมเดิร์น ลอฟท์ (modern loft) ที่เน้นสีสันความเป็นธรรมชาติของวัสดุ ภายใต้การออกแบบที่สอดคล้องกับแบรนด์ ในแนวคิด "Simple Fashion Jeans" โดยเน้นในกลุ่มยีนส์สีเข้มเป็นหลัก

จากแบรนด์ MC ที่มียอดขายเป็นอันดับหนึ่งในตลาดยีนส์ที่มีแบรนด์ในประเทศไทย รวมถึงยีนส์นั้นมีชื่อเสียงทางด้านความคงทน แข็งแรง ผู้จัดทำจึงเล็งเห็นว่าริมน้ำยีนส์นั้นเป็นวัสดุที่มีความเหมาะสมในการนำมาทำการออกแบบเคหะสิ่งทอให้สอดคล้องกับการที่ทางบริษัทได้มีนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ทางด้านสิ่งแวดล้อม ในการจัดการวัสดุเหลือใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และทางบริษัทยังต้องการที่จะต่อยอดโครงการด้วยการนำไปสร้างอาชีพให้กับชุมชนในอนาคตอีกด้วย

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบเคหะสิ่งทอจากริมผ้ายีนส์เหลือใช้บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) สำหรับแบรนด์ Mc จะสำเร็จลุล่วงไม่ได้ถ้าขาดกำลังใจ และความช่วยเหลือจากทั้งทางครอบครัว อาจารย์ เพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ที่ช่วยดูแลและผลักดันจนวิทยานิพนธ์สำเร็จ ขอขอบพระคุณครอบครัว ที่ให้ความช่วยเหลือในทุกๆเรื่อง คอยเป็นกำลังใจที่ตีเสมอมา ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน ที่สั่งสอนอบรม ทั้งเรื่องเรียนและเรื่องการค้าในชีวิต ให้คำปรึกษา โดยเฉพาะ อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ นฤดี ภูริตรักษ์ ที่คอยดูแลลูกศิษย์ และช่วยเหลือให้คำแนะนำในด้านการออกแบบในการทำวิทยานิพนธ์เสมอมา ขอขอบพระคุณ อาจารย์ผ่องศรี รอดโพธิ์ทอง ที่คอยแนะนำรับฟังการเสนอหัวข้อวิทยานิพนธ์มาตั้งแต่ต้น รับฟังปัญหาเรื่องการเรียนและปัญหาด้านต่างๆมาตั้งแต่ปี 2 ขอขอบพระคุณอาจารย์ปณาสาร สุขสงวน ที่แนะนำความแตกต่างของอาชีพนักออกแบบและแนะนำมุมมองใหม่ๆ ให้กล้าคิดกล้าลองในการเล่นกับผ้ายีนส์ และแนะนำพี่ป๊องให้ติดต่อในเรื่องของการฟอกยีนส์ และอาจารย์จรรุพัชร อาชวะสมิต สำหรับกำลังใจ คำชื่นชม คำแนะนำ รวมถึงให้โอกาสในการติดต่อวัสดุริมผ้ายีนส์จากทาง บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ในการทำหัวข้อวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณพี่วิป พี่ใหญ่ พี่ตั้ง จากทางบริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่คอยช่วยเหลือทางด้านข้อมูล วัสดุ และอำนวยความสะดวกในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้เสมอมาครับ

ขอขอบพระคุณพี่บอย ณ ซ็อบเทคไทล์ ที่คอยช่วยเหลือในทุกๆเรื่อง ตั้งแต่ปี 2 ไม่ว่าเดือนร้อนขนาดไหนก็จะคอยช่วยในทุกๆครั้ง

ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ที่คอยหยิบยื่นความช่วยเหลือ ความห่วงใย เป็นกำลังใจ ให้กันเสมอมา ขอขอบคุณบุคคลอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวถึง ณ ที่นี้ ที่มีส่วนร่วมเป็นทั้งแรงกายแรงใจ ผลักดันให้การทำให้วิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้าย สิ่งที่ได้รับจากอาจารย์ทุกท่าน ตลอดระยะเวลา 5 ปีนี้มีค่ามาก การสอนให้อดทน รับแรงกดดัน อารมณ์ ข้อจำกัด ความคาดหวัง แต่สุดท้ายมันคือความเป็นตัวเองและความขยัน ที่ทำให้เรามาถึงจุดนี้ได้ ขอขอบคุณทุกความพยายามและความตั้งใจ ความไว้วางใจ ขอขอบคุณโอกาสและความช่วยเหลือจากทุกท่านด้วยดีเสมอมา ขอขอบคุณครับ

สารบัญ

	หน้า	
ใบอนุญาตวิทยานิพนธ์	I	
บทคัดย่อ	II	
กิตติกรรมประกาศ	III	
สารบัญ	V	
สารบัญภาพประกอบ	X	
สารบัญตารางประกอบ	XIV	
บทที่ 1	บทนำ	
1.1	ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา	1
1.2	ความมุ่งหมายและจุดประสงค์ของโครงการ	3
1.3	ขอบเขตของวิทยานิพนธ์	3
1.4	ความเป็นไปได้ของโครงการ	4
1.5	วิธีการดำเนินการวิจัยโดยย่อ	4
1.6	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2	การค้นคว้า รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และสรุปผล	
2.1	ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	6
2.1.1	ประวัติความเป็นมาของบริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	6
2.1.2	วิสัยทัศน์และพันธกิจ	7
2.1.2.1	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์	7
2.1.2.2	กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย	7
2.1.3	แบรนด์และสินค้าของบริษัทฯ	8
2.1.3.1	ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง ภายใต้แบรนด์ Mc	8
2.1.3.2	ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง ภายใต้แบรนด์ Mc Lady	9
2.1.3.3	ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง ภายใต้แบรนด์ Mc Pink	9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3.4	ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง ภายใต้แบรนด์ Bison	10
2.1.3.5	ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง ภายใต้แบรนด์ Mc mini	10
2.1.3.6	ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง ภายใต้แบรนด์ mc mc	11
2.1.3.7	ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง ภายใต้แบรนด์อื่นๆ The Blue Brothers	11
2.1.3.8	ผลิตภัณฑ์นาฬิกาภายใต้แบรนด์ชั้นนำมากมายจากทั่วโลก	12
2.1.4	กลุ่มเป้าหมาย	13
2.1.5	ช่องทางการจำหน่าย	13
2.1.5.1	ร้านค้าปลีกของตนเอง	13
2.1.5.2	ห้างค้าปลีกสมัยใหม่	13
2.1.5.3	รถเคลื่อนที่	13
2.1.5.4	ช่องทางการขายอื่นๆในประเทศ	13
2.1.5.5	ช่องขายผ่านตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ	13
2.1.6	นโยบายการกำหนดราคา	14
2.1.6.1	สินค้าราคาปกติ	14
2.1.6.2	สินค้าราคาเดียว	14
2.1.6.3	สินค้าราคาโปรโมชั่น	14
2.1.7	ความรับผิดชอบต่อสังคม	14
2.1.7.1	ทางเศรษฐกิจ	14
2.1.7.2	ทางสังคม	15
2.1.7.3	ทางสิ่งแวดล้อม	15
2.2	วัสดุเหลือใช้ของบริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	15
2.3	ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง ภายใต้แบรนด์ Mc	17
2.3.1	โครงสร้างรายได้แบรนด์ Mc เทียบกับแบรนด์อื่นๆ	18
2.4	ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้า	19
2.4.1	ดีสเพลย์ ดีไซน์	19
2.4.1.1	การออกแบบการจัดแสดงสินค้าต้องมีรูปแบบ ที่สอดคล้องกับแบรนด์,สินค้าหรือการให้บริการ	
2.4.1.2	การออกแบบต้องคำนึงถึงการให้สอย	19
2.4.1.3	การออกแบบที่ดีต้องมีความงาม	19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.1.4	การออกแบบทำให้เกิดเอกลักษณ์เฉพาะตัว และstyleที่ชัดเจน	19
2.4.1.5	การปฏิบัติการจัดวาง	20
2.4.1.6	หลักการจัดวางศิลปะในเทศกาลต่างๆ	20
2.4.2	การใช้องค์ประกอบทางศิลปะมาใช้จัดDISPLAY	21
2.4.2.1	เอกภาพ	21
2.4.2.2	ความสมดุล	21
2.4.2.3	การเน้น	22
2.4.2.4	ความกลมกลืน	23
2.4.2.5	ความขัดแย้ง	23
2.4.2.6	จังหวะลีลา	23
2.5	ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและประเภทของเฟอร์นิเจอร์ประเภทบุ	26
2.5.1	วิธีการเลือกผ้าบุให้กับเฟอร์นิเจอร์	26
2.5.2	ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ในเฟอร์นิเจอร์ประเภทบุ	27
2.5.2.1	ฟองน้ำอัด	27
2.5.2.2	ฟองน้ำวิทยาศาสตร์	28
2.5.2.3	แผ่นใยสังเคราะห์ เป็นใยสังเคราะห์อัดแผ่น	28
2.6	ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและประเภทของปืนเบ็ค	29
2.6.1	รูปร่างปืนเบ็คที่มีอยู่ในท้องตลาด	29
2.6.1.1	ปืนเบ็คทรงหยดน้ำ	29
2.6.1.2	ปืนเบ็คทรงกลม	29
2.6.1.3	ปืนเบ็คทรงสี่เหลี่ยม	30
2.6.1.4	ปืนเบ็คทรงซี่ส	30
2.6.1.5	ปืนเบ็คทรงถุง	30
2.6.1.6	ปืนเบ็คทรงโซฟา	31
2.6.1.7	ปืนเบ็คทรงสตู	31
2.6.1.8	ปืนเบ็ครูปทรงอื่นๆ	31
2.6.2	ขนาดของปืนเบ็ค	32
2.6.3	ขนาดของเม็ดโฟม	33
2.6.3.1	เม็ดโฟมเบอร์ 1	33
2.6.3.2	เม็ดโฟมเบอร์ 2	33
2.6.3.3	เม็ดโฟมเบอร์ 3	34

	2.6.3.4 เม็ดโฟมเบอร์ 4	34
	2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับการตกแต่งสำเร็จผ้า	35
	2.7.1 การตกแต่งสำเร็จเชิงกล	35
	2.7.2 การตกแต่งสำเร็จทางเคมี	35
	2.7.2.1 การตกแต่งสะท้อนน้ำ	36
	2.7.2.2 การตกแต่งผ้าให้นุ่ม	39
	2.7.2.3 การตกแต่งเพื่อด้านแบคทีเรีย	41
	2.8 ข้อมูลเกี่ยวกับการต่อผ้า	45
	2.9 การฟอกยีนส์ด้วยหิน	46
บทที่	3 การพัฒนาการออกแบบ	47
	3.1 การคัดเลือกวัสดุ	47
	3.2 แบบร่าง การพัฒนาการออกแบบ	48
	3.2.1 เลือกลำดับตามลักษณะของลวดลาย	48
	3.2.2 เรียงตามกลุ่มเทคนิคการสร้างลวดลาย	52
	3.2.2.1 การตัดต่อผ้า	52
	3.2.2.2 การปะผ้า	55
	3.2.2.3 การขีดसान	56
	3.3 ขั้นตอนการออกแบบ	61
	3.4 ตัวอย่างแบบร่างผลิตภัณฑ์เบื้องต้น	64
	3.4.1 พรหมปูพื้น ขนาด 4 ฟุต x 6 ฟุต	64
	3.4.2 อาร์มแชร์	66
	3.4.3 ปิ่นปัก	68
	3.4.4 คอฟฟี่ เทเบิล	70
	3.4.5 หมอนอิง ขนาด 16 นิ้ว X 16 นิ้ว และ 18 นิ้ว X 18 นิ้ว	72
	3.4.6 กระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag) ขนาด กว้าง 14 นิ้ว สูง 18 นิ้ว หนา 5 นิ้ว	75
	3.4.7 กระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag) ขนาด กว้าง 18 นิ้ว สูง 14 นิ้ว หนา 7 นิ้ว	77
	3.4.8 กระเป๋าถือขนาดเล็ก	79
	3.4.9 ผลิตภัณฑ์รวมทั้งหมดในการออกแบบ	81

บทที่ 4	การพัฒนารูปแบบ	
4.1	แผ่นนำเสนองานและแบบแสดงรายละเอียด	82
4.1.1	หมอนอิง	84
4.1.2	พรมปูพื้นขนาด 4 ฟุต x 6 ฟุต	85
4.1.3	พรมปูพื้นขนาด 3 ฟุต x 4 ฟุต	85
4.1.4	อาร์มแชร์	86
4.1.5	คอฟฟี่ เทเบิล	86
4.1.6	บีนแบ็ค	87
4.1.7	กระเป๋าทูขนาดเล็ก	87
4.1.8	กระเป๋าทูประสังค์ กว้าง 14 นิ้ว สูง 18 นิ้ว	88
4.1.9	กระเป๋าทูประสังค์ กว้าง 18 นิ้ว สูง 14 นิ้ว	88
4.2	การประเมินราคาต้นทุน	89
4.2.1	หมอนอิง	89
4.2.2	พรมปูพื้น	90
4.2.3	อาร์มแชร์	91
4.2.4	คอฟฟี่ เทเบิล	92
4.2.5	บีนแบ็ค	92
4.2.6	กระเป๋าทู	93
4.3	ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ	94
บทที่ 5	บทสรุปผลการออกแบบ	
5.1	สรุปผลการออกแบบ	99
5.2	ข้อเสนอแนะของนักศึกษา	99
5.3	ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ	100
ภาคผนวก ก		101
ภาคผนวก ข		102
บรรณานุกรม		104
ประวัติผู้เขียน		105

สารบัญภาพประกอบ

		หน้า
ภาพที่ 1.1	ภาพวัสดุเหลือใช้ชนิดริมผ้าจากผลิตภัณฑ์ยีนส์	2
ภาพที่ 2.1	ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Mc	9
ภาพที่ 2.2	ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Mc Lady	9
ภาพที่ 2.3	ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Mc Pink	10
ภาพที่ 2.4	ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Bison	10
ภาพที่ 2.5	ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Mc mini	11
ภาพที่ 2.6	ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ mc mc	11
ภาพที่ 2.7	ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ The Blue Brothers	12
ภาพที่ 2.8	ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Timedeco	12
ภาพที่ 2.9	ภาพแสดงประเภทวัสดุเหลือใช้ประเภทริมผ้าและการใช้ประโยชน์ของบริษัทฯ	16
ภาพที่ 2.10	ภาพแสดงริมผ้ายีนส์เหลือใช้ จากผลิตภัณฑ์ยีนส์	16
ภาพที่ 2.11	ภาพแสดงรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Mc	17
ภาพที่ 2.12	ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Mc	17
ภาพที่ 2.13	ภาพแสดงร้านค้าขายปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) แบรนด์ Mc	18
ภาพที่ 2.14	ภาพแสดงดิสเพลย์แบบเอกภาพ	21
ภาพที่ 2.15	ภาพแสดงดิสเพลย์แบบสมมาตร	22
ภาพที่ 2.16	ภาพแสดงดิสเพลย์แบบอสมมาตร	22
ภาพที่ 2.17	ภาพแสดงดิสเพลย์แบบการเน้น	22
ภาพที่ 2.18	ภาพแสดงดิสเพลย์แบบกลมกลืน	23
ภาพที่ 2.19	ภาพแสดงดิสเพลย์แบบขัดแย้ง	23
ภาพที่ 2.20	ภาพแสดงดิสเพลย์แบบจังหวะลีลา	23
ภาพที่ 2.21	ภาพแสดงหน้าร้านในห้างค้าปลีกสมัยใหม่ของ แม็คยีนส์ในสาขาต่างๆ	24
ภาพที่ 2.22	ภาพแสดงตัวอย่างดิสเพลย์ของห้างแฮร์รอดส์	25
ภาพที่ 2.23	ภาพแสดงดิสเพลย์ร้านขายลูกกวาด (The Candy Room)	25
ภาพที่ 2.24	ภาพแสดงเฟอร์นิเจอร์ประเภทบู	26
ภาพที่ 2.25	ภาพแสดงเฟอร์นิเจอร์ประเภทบู	27
ภาพที่ 2.26	ภาพแสดงฟองน้ำประเภทฟองน้ำอัด	27
ภาพที่ 2.27	ภาพแสดงฟองน้ำฟองน้ำวิทยาศาสตร์	28

	หน้า	
ภาพที่ 2.28	ภาพแสดงแผ่นใยสังเคราะห์	28
ภาพที่ 2.29	ภาพแสดงปืนแบ็คทรงหยดน้ำ	29
ภาพที่ 2.30	ภาพแสดงปืนแบ็คทรงกลม	29
ภาพที่ 2.31	ภาพแสดงปืนแบ็คทรงสี่เหลี่ยม	30
ภาพที่ 2.32	ภาพแสดงปืนแบ็คทรงสี่ส	30
ภาพที่ 2.33	ภาพแสดงปืนแบ็คทรงดง	30
ภาพที่ 2.34	ภาพแสดงปืนแบ็คทรงโซฟา	31
ภาพที่ 2.35	ภาพแสดงปืนแบ็คทรงสตูล	31
ภาพที่ 2.36	ภาพแสดงปืนแบ็คทรงรูปทรงอื่นๆ	31
ภาพที่ 2.37	ภาพแสดงขนาดมาตรฐานของปืนแบ็ค	32
ภาพที่ 2.38	ภาพแสดงการเทียบของคนกับขนาดของปืนแบ็ค	32
ภาพที่ 2.39	ภาพแสดงขนาดของเม็ดโฟมเบอร์ 1	33
ภาพที่ 2.40	ภาพแสดงขนาดของเม็ดโฟมเบอร์ 2	33
ภาพที่ 2.41	ภาพแสดงขนาดของเม็ดโฟมเบอร์ 3	34
ภาพที่ 2.42	ภาพแสดงขนาดของเม็ดโฟมเบอร์ 4	34
ภาพที่ 2.43	ภาพแสดงการทดสอบเปรียบเทียบผ้าธรรมดา กับผ้าที่ผ่านการตกแต่งสำเร็จสะท้อนน้ำ	36
ภาพที่ 2.44	ภาพแสดงโครงสร้างทางเคมีและลักษณะการสะท้อนน้ำของสารสะท้อนน้ำประเภท Paraffin, wax	37
ภาพที่ 2.45	ภาพแสดงโครงสร้างทางเคมีของสารสะท้อนน้ำ Silicone	38
ภาพที่ 2.46	ภาพแสดงโครงสร้างทางเคมีของสารสะท้อนน้ำ Fluorocarbon-based repellents (FC)	38
ภาพที่ 2.47	ภาพแสดงกลไกการทำงานของสารตกแต่งผ้าให้นุ่ม	40
ภาพที่ 2.48	ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ที่ใช้วิธีการต่อผ้า	45
ภาพที่ 2.49	ภาพแสดงเครื่องฟอกยีนส์ด้วยหิน(stone wash)	46
ภาพที่ 2.50	ภาพแสดงขณะฟอกยีนส์ด้วยการด้วยหิน(stone wash)	46
ภาพที่ 3.1	ภาพแสดงริมผ้ายีนส์ที่คัดเลือกสำหรับนำมาทำการออกแบบ	47
ภาพที่ 3.2	ภาพแสดงเศษผ้าและผ้าชิ้นที่คัดเลือกสำหรับนำมาทำการออกแบบ	47
ภาพที่ 3.3	ภาพแสดงการทดลองสร้างลวดลายจากริมผ้ายีนส์ ชุด MC	50
ภาพที่ 3.4	ภาพแสดงการทดลองสร้างลวดลายจากริมผ้ายีนส์ ชุด A	52

	หน้า	
ภาพที่ 3.5	ภาพแสดงการสร้างลวดลายด้วยเทคนิคการตัดต่อผ้า(Patchwork)	55
ภาพที่ 3.6	ภาพแสดงการสร้างลวดลายด้วยเทคนิคการปะผ้า(Applique)	56
ภาพที่ 3.7	ภาพแสดงการสร้างลวดลายด้วยเทคนิคการขีดสาน	57
ภาพที่ 3.8	ภาพแสดงปริมาณและคุณสมบัติของวัสดุ	61
ภาพที่ 3.9	ภาพแสดงลักษณะการคัดเลือกกริมผ้ายีนส์สำหรับใช้ในการออกแบบ	61
ภาพที่ 3.10	ภาพแสดงการทดลองการลวดลายสำหรับใช้ในการออกแบบ	63
ภาพที่ 3.11	ภาพแสดงสถานที่ในการจัดแสดงผลภัณฑ์และหน้าร้าน MC Jeans ในสาขาต่างๆ	63
ภาพที่ 3.12	ภาพแสดงแบบร่างพรมปูพื้น ขนาด 4 ฟุต x 6 ฟุต เทียบขนาดจริงเมื่อทำการต่อลาย	64
ภาพที่ 3.13	ภาพแสดงขั้นตอนการตัดเย็บลวดลายพรมปูพื้น ขนาด 4 ฟุต x 6 ฟุต	65
ภาพที่ 3.14	ภาพแสดงแบบร่างอาร์มแชร์(Armchair) และลายผ้า	66
ภาพที่ 3.15	ภาพแสดงขั้นตอนการตัดเย็บลวดลายผ้าอาร์มแชร์(Armchair)	67
ภาพที่ 3.16	ภาพแสดงแบบร่างบินแบ็ค(Bean bag) และลายผ้า	68
ภาพที่ 3.17	ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างลวดลายผ้าและการตัดเย็บบินแบ็ค(Bean bag)	69
ภาพที่ 3.18	ภาพแสดงแบบร่างคอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table) และลายผ้า	70
ภาพที่ 3.19	ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างลวดลายผ้าและการตัดเย็บคอฟฟี่ เทเบิล (Coffee table)	71
ภาพที่ 3.20	ภาพแสดงแบบร่างหมอนอิงและลายผ้า	72
ภาพที่ 3.21	ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างลวดลายผ้าหมอนอิงขนาด18 นิ้ว X 18 นิ้ว	73
ภาพที่ 3.22	ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างลวดลายผ้าหมอนอิงขนาด12 นิ้ว X 16 นิ้ว	74
ภาพที่ 3.23	ภาพแสดงแบบร่างกระเป๋าเอเนกประสงค์(Tote Bag)ขนาดกลางและลายผ้า	75
ภาพที่ 3.24	ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างลวดลายกระเป๋าเอเนกประสงค์ (Tote Bag)ขนาดกลาง	76
ภาพที่ 3.25	ภาพแสดงแบบร่างกระเป๋าเอเนกประสงค์(Tote Bag)ขนาดใหญ่และลายผ้า	77
ภาพที่ 3.26	ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างลวดลายกระเป๋าเอเนกประสงค์ (Tote Bag)ขนาดใหญ่	78
ภาพที่ 3.27	ภาพแสดงแบบร่างกระเป๋าถือขนาดเล็ก(Clutch Bag)และลายผ้า	79
ภาพที่ 3.28	ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างลวดลายกระเป๋าถือขนาดเล็ก(Clutch Bag)	80
ภาพที่ 3.29	ภาพแสดงแบบร่างรวมผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในการออกแบบ	81
ภาพที่ 4.1	แสดงขอบเขตของโครงการ	82

	หน้า	
ภาพที่ 4.2	ภาพแสดงลักษณะรูปแบบสถานที่ที่จะนำเสนอในการออกแบบ	83
ภาพที่ 4.3	แสดงรูปแบบและแนวทางการออกแบบ	83
ภาพที่ 4.4	แสดงรูปแบบหมอนอิงขนาด 18 นิ้ว X 18 นิ้ว และ 12 นิ้ว X 16 นิ้ว และลายผ้า	84
ภาพที่ 4.5	แสดงรูปแบบหมอนอิงขนาด 20 นิ้ว X 20 นิ้ว และ 18 นิ้ว X 18 นิ้ว	84
ภาพที่ 4.6	แสดงพรมปูพื้น ขนาด 4 ฟุต x 6 ฟุต และลายผ้า	85
ภาพที่ 4.7	แสดงพรมปูพื้น ขนาด 3 ฟุต x 4 ฟุต และลายผ้า	85
ภาพที่ 4.8	แสดงอาร์มแชร์ (Armchair) ขนาดและลายผ้า	86
ภาพที่ 4.9	แสดงรูปแบบคอฟฟี่ เทเบิล (Coffee table) ขนาดและลายผ้า	86
ภาพที่ 4.10	แสดงบีนแบ็ค (Bean bag) ขนาดและลายผ้า	87
ภาพที่ 4.11	11 แสดงกระเป๋าถือขนาดเล็ก (Clutch Bag) ขนาดและลายผ้า	87
ภาพที่ 4.12	แสดงกระเป๋าอเนกประสงค์ (Tote Bag) ขนาดกลางและลายผ้า	88
ภาพที่ 4.13	แสดงกระเป๋าอเนกประสงค์ (Tote Bag) ขนาดใหญ่และลายผ้า	88
ภาพที่ 4.14	แสดงภาพถ่ายของตกแต่งการแสดงผลงานชิ้นสุดท้าย	94
ภาพที่ 4.15	แสดงภาพถ่ายของกระเป๋าทั้งหมดในการออกแบบ	95
ภาพที่ 4.16	แสดงภาพถ่ายของคอฟฟี่ เทเบิล (Coffee table)	95
ภาพที่ 4.17	แสดงภาพถ่ายของหมอนอิงและบีนแบ็ค (bean bag)	96
ภาพที่ 4.18	แสดงภาพถ่ายของหมอนอิงและอาร์มแชร์ (Armchair)	96
ภาพที่ 4.19	แสดงภาพถ่ายของการแสดงผลงานชิ้นสุดท้าย	97
ภาพที่ 4.20	แสดงภาพถ่ายของการแสดงผลงานชิ้นสุดท้าย	98

สารบัญตารางประกอบ

		หน้า
ตารางที่ 2.1	ตารางแสดงประเภทวัสดุเหลือใช้และวัสดุเหลือทิ้งของบริษัทฯ	15
ตารางที่ 2.2	ตารางแสดงลักษณะริมผ้าวัสดุเหลือใช้ของบริษัทฯ ที่ผู้จัดทำเลือกใช้	16
ตารางที่ 2.3	ตารางแสดงงบการเงินรวมปี 2554-2556 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย	18
ตารางที่ 2.4	ตารางแสดงแบคทีเรียที่นำมาทดสอบกับผ้าที่ตกแต่งสารด้านแบคทีเรีย	41
ตารางที่ 2.5	ตารางเปรียบเทียบสารด้านแบคทีเรีย นาโนซิงค์ออกไซด์ นาโนไทเทเนียมไดออกไซด์ และนาโนซิลเวอร์	43
ตารางที่ 3.1	ตารางแสดงการทดลองการฟอกยีนส์ ก่อนและหลังทำการฟอก	60
ตารางที่ 4.1	แสดงการประเมินราคาหมอนอิง	89
ตารางที่ 4.2	แสดงการประเมินราคาพรมปูพื้น	90
ตารางที่ 4.3	แสดงการประเมินราคาอาร์มแชร์(Armchair)	91
ตารางที่ 4.4	แสดงการประเมินราคาคอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table)	92
ตารางที่ 4.5	แสดงการประเมินราคาบินแบ็ค(Bean bag)	92
ตารางที่ 4.6	แสดงการประเมินราคากระเป๋า	93

บทที่ 1

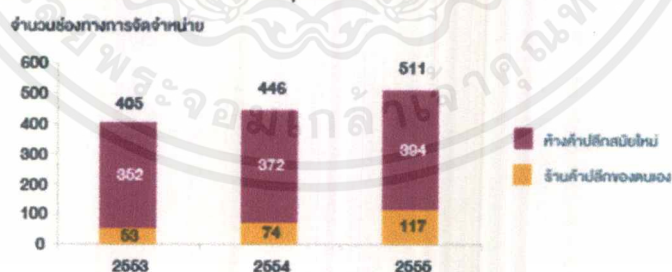
บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

จากปัญหามลภาวะที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน ทำให้หลายอุตสาหกรรมต้องหันกลับมารักษาสິงแวดล้อม ประกอบกับทิศทางการบริโภคสินค้าโดยเฉพาะกลุ่มตลาดญี่ปุ่นและสหภาพยุโรปที่นิยมบริโภคสินค้าที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและให้ความสำคัญกับการนำวัสดุหรือวัตถุดิบเหลือใช้มาใช้ใหม่ ด้วยกระบวนการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่หรือการนำกลับมาใช้ซ้ำเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเพื่อเป็นการร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2555 ในรูปบริษัท จำกัด เพื่อประกอบธุรกิจเป็นผู้บริหารการจัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป และเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้องภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัท ซึ่งได้เริ่มดำเนินธุรกิจมาตั้งแต่ปี 2518 จากการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทยีนส์ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (OEM) ให้กับผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศเป็นหลัก ซึ่งต่อมา ได้ริเริ่มผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทยีนส์ด้วยแบรนด์ของตนเอง ชื่อ Mc ภายใต้แนวความคิด “If You Come To Jeans, We Are Mc” และได้มีการพัฒนาสินค้าและนำเสนอแบรนด์ใหม่ๆอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย

ในปี 2555 กลุ่มบริษัทฯ ได้ดำเนินการปรับโครงสร้างกลุ่มธุรกิจ โดยกำหนดให้ แม็คกรุ๊ป เป็นบริษัทแกนหลักที่ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอยู่ทั่วประเทศ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างทั่วถึง รวมถึงออกแบบ จัดหาสินค้า บริหารคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าสำหรับการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของกลุ่มบริษัทฯ



กราฟที่ 1.1 แสดงจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายแยกตามประเภทของกลุ่มบริษัทฯ ในปี 2553, 2554 และปี 2555

ที่มา <http://www.mcgroupnet.com/about?lang=th>

โดยเป้าหมายของแม็คยีนส์ คือการก้าวขึ้นเป็นแบรนด์ชั้นนำระดับภูมิภาค โดยเริ่มขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปสู่ต่างประเทศ เพื่อกระจายและจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ ในประเทศพม่าและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และได้ตั้งเป้าหมายในการขยายการจัดจำหน่ายไปสู่ประเทศในเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น อินโดนีเซีย เวียดนาม และมาเลเซีย เป็นต้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้เปิดช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต เข้าสู่ฐานลูกค้ากลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และเป็นช่องทางการจำหน่ายที่มีศักยภาพการเติบโตอย่างรวดเร็ว

โดยทางบริษัทได้มีโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุ ภายใต้แนวคิด Upcycling Process ในการนำเศษผ้าเย็บสำเร็จมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ซึ่งเป้าหมายของโครงการนั้น นอกเหนือไปจากการสร้างประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้จากเย็บและยังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ที่มีอยู่มากมายจากการผลิต การเติบโตอย่างต่อเนื่องของบริษัททำให้การผลิตเพิ่มมากขึ้น และเกิดวัสดุเหลือใช้จากการผลิตในปริมาณเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะเศษผ้าเนื่องจากทางบริษัทมีการใช้ผ้าเย็บซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต จึงทำให้เหลือริ้วผ้าเย็บจากการผลิตเป็นจำนวนมาก ซึ่งทางบริษัทก็นำมาใช้ประโยชน์หรือผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อื่นต่อ จึงต้องนำไปจำหน่ายเป็นวัสดุเหลือใช้ โดยจะมีผู้มารับซื้อถึงโรงงานในราคาที่ถูก



ภาพที่ 1.1 ภาพวัสดุเหลือใช้ชนิดริ้วผ้าจากผลิตภัณฑ์เย็บ

จากการผลิตเย็บแต่ละครั้งจะต้องมีการตัดแพทเทิร์นกับผืนผ้า ซึ่งบริเวณริ้วผ้านั้นจะเป็นส่วนที่มีได้ใช้ในการผลิตจึงมักถูกตัดทิ้งในปริมาณมาก ทำให้ผู้จัดทำมีความสนใจในการนำริ้วผ้าจากการผลิตเย็บนำมาออกแบบเป็นเคหะสิ่งทอ สำหรับนำไปจัดดีสเพลย์หรือนำไปตกแต่งภายในร้านค้าขายปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ให้กับแบรนด์ Mc ที่มีจำนวนกว่า 421 แห่งทั่วประเทศ เพื่อเป็นแนวทางการต่อยอดแนวคิดการใช้วัสดุเหลือใช้ให้เกิดประโยชน์และเพื่อสร้างความสัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรต่อลูกค้า ในด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยรูปแบบการจัดดีสเพลย์หรือของตกแต่งภายในร้าน ออกแบบในสไตล์ โมเดิร์น ลอฟท์ (modern loft) ที่เน้นสีสันความเป็นธรรมชาติของวัสดุ ที่ยังคงเก๋าก็ยังมีเสน่ห์เหมือนกับผ้าเย็บ ภายใต้การออกแบบที่สอดคล้องกับแบรนด์ ในแนวคิด “Simple Fashion Jeans” โดยเน้นในส่วนของ Denim เป็นหลัก และเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นแบรนด์ Mc Jeans อย่างชัดเจน ที่สืบเนื่องจากประสบการณ์การทำเย็บที่มีความโดดเด่นด้านแพทเทิร์นมานานกว่า 40 ปี ความใส่ใจในรายละเอียดด้านคุณภาพในทุกขั้นตอนการผลิต และนโยบายด้านราคาที่ทำให้สินค้าเข้าถึงลูกค้าได้ในทุกระดับ

แบรนด์ MC จึงเป็นแบรนด์ที่มียอดขายเป็นอันดับหนึ่งในตลาดยีนส์ที่มีแบรนด์ในประเทศไทย รวมถึงยีนส์นั้นมียี่ห้อเสียงทางด้านความคงทน แข็งแรง ผู้จัดทำจึงสังเกตเห็นว่าริ้วผ้าจากยีนส์นั้นเป็นวัสดุที่มีความเหมาะสมในการนำมาทำการออกแบบเคหะสิ่งทอให้สอดคล้องกับการที่ทางบริษัท ได้มีนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม ทางด้านสิ่งแวดล้อม ในการจัดการวัสดุเหลือใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และทางบริษัทยังต้องการที่จะต่อยอดโครงการด้วยการนำไปสร้างอาชีพให้กับชุมชนในอนาคตอีกด้วย

1.2 ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อออกแบบเคหะสิ่งทอจากริ้วผ้ายีนส์เหลือใช้ บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) สำหรับแบรนด์ Mc

1.3 ขอบเขตของการทำวิทยานิพนธ์

1.3.1 เป็นโครงการออกแบบเคหะสิ่งทอจากริ้วผ้ายีนส์เหลือใช้ บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) สำหรับแบรนด์ Mc

1.3.2 ออกแบบเคหะสิ่งทอจากริ้วผ้ายีนส์เหลือใช้ โดยผลิตภัณฑ์ที่ทำมีดังนี้

1.3.2.1	พรมปูพื้น ขนาด 120 ซม. x 180 ซม.	จำนวน 1 ผืน
1.3.2.2	พรมปูพื้น ขนาด 90 ซม. x 125 ซม.	จำนวน 1 ผืน
1.3.2.3	หมอนอิง ขนาด 12 นิ้ว x 16 นิ้ว	จำนวน 1 ใบ
1.3.2.4	หมอนอิง ขนาด 16 นิ้ว x 16 นิ้ว	จำนวน 1 ใบ
1.3.2.5	หมอนอิง ขนาด 18 นิ้ว x 18 นิ้ว	จำนวน 1 ใบ
1.3.2.6	หมอนอิง ขนาด 20 นิ้ว x 20 นิ้ว	จำนวน 2 ใบ
1.3.2.7	อาร์มแชร์ (Armchair) ขนาด 65 ซม. x 70 ซม. x 120 ซม.	
จำนวน 1 ตัว		
1.3.2.8	คอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table) ขนาด 90 ซม. x 90 ซม. x 45 ซม.	
จำนวน 1 ตัว		
1.3.2.9	ปิ่นแบ็ค(bean bag) ขนาด 120 ซม. x 120 ซม. x 100 ซม.	
จำนวน 1 รูปแบบ		
1.3.2.10	กระเป๋าอเนกประสงค์(Tote Bag) ขนาด 14 นิ้ว x 18 นิ้ว x 5 นิ้ว	
จำนวน 1 ใบ		
1.3.2.11	กระเป๋าอเนกประสงค์(Tote Bag) ขนาด 18 นิ้ว x 14 นิ้ว x 7 นิ้ว	
จำนวน 1 ใบ		
1.3.2.12	กระเป๋าถือขนาดเล็ก(Clutch Bag) ขนาด 11 นิ้ว x 8 นิ้ว x 1.5 นิ้ว	
จำนวน 1 ใบ		

1.3.3 ออกแบบสำหรับกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ร้าน Mc ในห้างค้าปลีกสมัยใหม่รายใหญ่ (Modern Trade)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ความเป็นไปได้ของโครงการ

1.4.1 ด้านการออกแบบ

มีความเป็นไปได้ในการออกแบบเคหะสิ่งทอจากวัสดุเหลือใช้จากยีนส์ บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยการนำริมนผ้าที่เหลือใช้จากการผลิตผลิตภัณฑ์ยีนส์ มาทำการออกแบบเคหะสิ่งทอให้มีความโดดเด่น เกิดความน่าสนใจ ทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือใช้จากการผลิต

1.4.2 ด้านนโยบาย

1.4.2.1 บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุ ภาตใต้แนวคิด Upcycling Process ในการนำเศษผ้ายีนส์มาทำเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงงานพัฒนาวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งทางบริษัทมีกำลังสามารถในการผลิต ซึ่งนอกจากสร้างประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้เพื่อเป็นการรักษาสິงแวดล้อมแล้ว ยังต่อยอดโครงการด้วยการนำไปสร้างอาชีพให้กับชุมชนในอนาคตอีกด้วย

1.4.3 ด้านเศรษฐกิจ

เป็นโครงการเสนอแนะออกแบบเคหะสิ่งทอจากวัสดุเหลือใช้ให้มีความแปลกใหม่ หลากหลาย เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด ให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้าที่รักษาสິงแวดล้อมมากขึ้น ภายใต้แบรนด์ Mc

1.4.4 ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริษัท ลดการเกิดวัสดุเหลือใช้และบริษัทมีแผนที่จะนำวัสดุเหลือใช้ที่เหลือจากการผลิตมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต่างๆ เช่น การทำรองเท้าเดินในบ้านจากเศษผ้า หรือการทำกระเป๋าเงินจากเศษผ้า เป็นต้น เพื่อต่อยอดด้วยการกลับมาสร้างอาชีพให้กับชุมชน

1.5 วิธีดำเนินการวิจัยโดยย่อ

1.5.1 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อเป็นพื้นฐานทางการออกแบบ

1.5.1.1 ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับวัสดุเหลือใช้จากบริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

1.5.1.1.1 ศึกษาประเภทของวัสดุเหลือใช้

1.5.1.1.2 ศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติของริมนผ้าจากยีนส์

1.5.1.2 ศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแบรนด์ Mc

1.5.1.2.1 ศึกษาประวัติและความเป็นมา

1.5.1.2.2 ศึกษาแนวความคิดในการออกแบบ

1.5.1.2.3 ศึกษาข้อมูลทางการตลาด

1.5.1.2.4 ศึกษาแบรนด์ที่มีอยู่และการกำหนดระดับราคาของสินค้า

1.5.1.3 ศึกษาค้นคว้าขั้นตอน กรรมวิธีการใช้วัสดุเหลือใช้จากริมนผ้ายีนส์

1.5.1.3.1 ศึกษากระบวนการเย็บ

1.5.1.3.2 ศึกษากระบวนการทอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5.1.3.3 ศึกษากระบวนการสาน

1.5.1.3.4 ศึกษารูปแบบของเคหะสิ่งทอ

1.5.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ เพื่อใช้ในการกำหนดแนวคิดหลักและแนวทางในการออกแบบ สามารถออกแบบจากวัสดุเหลือใช้จากยีนส์ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้

1.5.3 ขั้นตอนการทดลอง ออกแบบและพัฒนาารูปแบบตามข้อมูลและแนวคิดในการออกแบบที่ได้ผ่านการวิเคราะห์มาแล้ว โดยมีขั้นตอน คือ

1.5.3.1 ขั้นตอนการทดลองทำเทคนิคต่างๆกับวัสดุเหลือใช้ ได้แก่ การเย็บ การต่อ การสาน การทอ เพื่อให้ได้แนวทางที่หลากหลาย และนำมาใช้ วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการผลิต ความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวทางการออกแบบที่ได้กำหนดไว้

1.5.3.2 ขั้นตอนขึ้นชิ้นงานทดลอง เพื่อเลือกรูปแบบและนำไปพัฒนาต่อ

1.5.3.3 ขั้นตอนการเลือกรูปแบบที่เหมาะสมตามวัตถุประสงค์ของโครงการและแนวคิดในการออกแบบ

1.5.4 ขั้นตอนการผลิตผลงานจริง

1.5.5 ขั้นตอนการวิเคราะห์และประเมินผลการออกแบบ

1.5.6 ขั้นตอนการอภิปรายผล คือ การประมวลผลข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ตามขั้นตอนทั้งหมด อภิปรายผลการออกแบบ เพื่อรวบรวมข้อมูลต่างๆ ทั้งหมดเป็นเอกสารสำหรับนำเสนอผลงาน

1.5.7 ขั้นตอนการนำเสนอผลงาน เป็นการนำเสนอผลงานทั้งหมดที่ได้ออกแบบและปฏิบัติตามขั้นตอนต่างๆ ทั้งหมดโดยนำเสนอผลงานการออกแบบและเอกสาร

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เรียนรู้กระบวนการใช้วัสดุเหลือใช้จากยีนส์ด้วยกรรมวิธีต่างๆ

1.6.2 สามารถนำวัสดุเหลือใช้ในระบบอุตสาหกรรมมาใช้ในการออกแบบให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า

1.6.3 ผลงานเคหะสิ่งทอจากวัสดุเหลือใช้จากยีนส์สามารถผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายรูปแบบ

บทที่ 2

การค้นคว้า รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และสรุปผล

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

2.1.1 ประวัติและความเป็นมาบริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จัดทะเบียนก่อตั้งบริษัทเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2555 ในรูปบริษัทจำกัด เพื่อประกอบธุรกิจเป็นผู้บริหารการจัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป และเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง ภายใต้เครื่องหมายการค้าของกลุ่มบริษัทฯ และเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น และเพื่อลงทุนในบริษัทอื่น ซึ่งต่อมาได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2556 มีทุนจดทะเบียนจำนวน 400 ล้านบาท และทุนเรียกชำระแล้วจำนวน 300 ล้านบาท กลุ่มบริษัทฯ เริ่มดำเนินธุรกิจมาตั้งแต่ปี 2518 จากการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทยีนส์ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (OEM) ให้กับผู้จัดจำหน่ายในต่างประเทศเป็นหลัก ซึ่งต่อมา ได้ริเริ่มผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทยีนส์ด้วยแบรนด์ของตนเอง ชื่อ Mc ภายใต้คอนเซ็ปต์ “If You Come To Jeans, We Are Mc” และได้มีการพัฒนาสินค้าและนำเสนอแบรนด์ใหม่ๆอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย

การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการที่สำคัญ บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

- ปี 2518 - กางเกงยีนส์แบรนด์ Mc ถือกำเนิดขึ้น ภายใต้วิสัยทัศน์ของนายพิชัย ภัฏจนารักษ์
- ปี 2523 - ก่อตั้ง บจก. พี.เค.การ์เมนท์ (อิมพอร์ต - เอ็กซ์พอร์ต) เพื่อดำเนินธุรกิจผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทยีนส์ภายใต้แบรนด์ Mc
- ปี 2543 - เปิดตัวแบรนด์ Mc Lady และ Bison เพิ่มความหลากหลายของสินค้าและตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้มากขึ้น.
- ปี 2551 - ดำเนินแผนการขยายสาขาเชิงรุก โดยเปิดให้บริการร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop) สาขาแรกที่เทศบาล ภูเก็ต ศาลายา
- ปี 2555 - ปรับโครงสร้างการประกอบธุรกิจ เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต โดยก่อตั้ง บริษัทจำกัด ภายใต้ชื่อ บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจค้าปลีกเครื่องแต่งกายและไลฟ์สไตล์
 - จัดตั้ง บจก. วินเนอร์แมน เพื่อให้บริการและบริหารจัดการพนักงานขาย
 - จัดตั้ง บจก. แม็ค ยีนส์ แมนูแฟคเจอร์ริง เพื่อรองรับการขยายกำลังการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป
 - จัดตั้ง ตัวแทนจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ ในประเทศสหภาพพม่า และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ปี 2556 - เปิดตัวแบรนด์ Mc Pink ขยายธุรกิจเข้าสู่เสื้อผ้าแฟชั่น วัยรุ่นสตรี
- จัดตั้ง บจก. ว้าว มี เพื่อดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต
- จัดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน ในชื่อ บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
- เปิดตัวแบรนด์ Mc mini ขยายฐานกลุ่มลูกค้าสู่กลุ่มเด็กอายุ 6-12 ปี
- เปิดตัวแบรนด์ The Blue Brothers ขยายฐานธุรกิจเข้าสู่ตลาดพรีเมียม โดยการเปิดร้านค้าปลีก The Blue Brothers Denim Store จำหน่ายยีนส์ The Blue Brothers และยีนส์นำเข้า
- เปิดตัวแบรนด์ mc mc ขยายฐานธุรกิจเข้าสู่กลุ่มสินค้า Value-for-money สำหรับทุกเพศทุกวัย

2.1.2 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

บมจ. แม็คกรุ๊ป มุ่งหวังที่จะเป็นองค์กรธุรกิจชั้นนำของเอเชียด้านเครื่องแต่งกายและวิถีชีวิต ด้วยการบริหารจัดการแบรนด์ที่หลากหลาย ให้เหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่าง มุ่งมั่นที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้มีส่วนได้เสียและลูกค้า ด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพที่ได้รับการออกแบบอย่างสมสรริระมากที่สุด ในราคาที่เป็นธรรมในทุกระดับ โดยช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกสบาย พร้อมการบริการที่ทุ่มเทจากใจ

บริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำด้านธุรกิจค้าปลีกเครื่องแต่งกายและไลฟ์สไตล์ในภูมิภาคเอเชีย ด้วยการมีแบรนด์ที่หลากหลายเพื่อตอบสนองทุกรูปแบบชีวิตที่ต่างกัน โดยได้จัดทำแผนธุรกิจ ซึ่งมีเป้าหมายทางการเงิน และเป้าหมายการเติบโตของรายได้ ที่อัตราเติบโตเฉลี่ย ร้อยละ 20 ต่อปี ตั้งแต่ปี 2556 – 2559 และเพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไรสูงสุด บริษัทฯ มีความมุ่งมั่น ที่จะบรรลุเป้าหมายดังกล่าวโดยใช้กลยุทธ์ดังต่อไปนี้

2.1.2.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ทั้งเครื่องแต่งกาย สินค้าไลฟ์ สไตล์และพัฒนาแบรนด์สินค้าใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่มทุกวัย บริษัทฯ มุ่งมั่น ที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้วยการออกแบบและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้ง ที่เป็นสินค้านวัตกรรมมาตรฐาน และสินค้าแฟชั่น ให้มีความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์ เพื่อครอบคลุมความต้องการของลูกค้า เช่น นำเสนอสินค้าแฟชั่นใหม่ๆ ในฤดูกาลต่างๆ โดยพิจารณาถึงกระแสการแต่งกายในแต่ละช่วงเวลานั้น เป็นต้น และมุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าของบริษัทให้เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

2.1.2.2 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจำหน่าย

2.1.2.2.1 ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงลูกค้าได้ครอบคลุมทั่วประเทศ บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายที่จะขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุม ด้วยการเพิ่มร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop) และจุดขายในห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งในสิ้น ปี 2556 มีจำนวน 614 แห่ง และมีแผนที่จะขยายอย่างต่อเนื่อง ปีละประมาณ 100 จุดขาย โดยบริษัทฯ จะมุ่งเน้นการเปิดร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop) เพื่อจะสามารถบริหารจัดการสินค้าคงเหลือในแต่ละร้านค้าได้ด้วยตนเอง มีความสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้า ก่อให้เกิดประโยชน์ในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้ง การขายตรงให้กับผู้บริโภค เป็นเงินสดทำให้ระยะเวลาการเก็บหนี้โดยรวมลดลง สามารถบริหารจัดการความสามารถในการทำกำไรได้ดีกว่ากลยุทธ์การเปิดร้านค้าแห่งใหม่ของบริษัทฯ จะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุกวัยได้มากขึ้น และเพิ่มความสะดวกในการซื้อสินค้าแก่ลูกค้า ทั้งนี้ ในการเปิดร้านค้าใหม่แต่ละแห่ง บริษัทฯ จะพิจารณาความเป็นไปได้อย่างรอบคอบโดยพิจารณาถึงทำเล จำนวนประชากร กลุ่มลูกค้า เป้าหมายและกำลังซื้อ เป็นต้น

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังได้ขยายเข้าสู่ช่องทาง การจัดจำหน่ายโดยรถโมบายเคลื่อนที่เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง โดยบริษัทฯ มีแผนที่จะเพิ่มจำนวนรถโมบายเคลื่อนที่ จากที่มีจำนวน 1 คัน ในปี 2556 เพิ่มเป็น 6 คันในปี 2557

2.1.2.2.2 เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ บจก. ว้าว มี ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัทฯ ได้เปิดตัวช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ขึ้น ในเดือนมิถุนายน 2556 ภายใต้ชื่อเว็บไซต์ www.wowme.co.th เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสู่ลูกค้ารายย่อยอีกทางหนึ่ง โดยเน้นสินค้าที่เป็นเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นแบรนด์ของกลุ่มบริษัทฯ และแบรนด์อื่นๆ ที่กลุ่มบริษัทฯ ไม่ได้เป็นเจ้าของ ทั้งแบรนด์ในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะทำให้บริษัทฯ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากขึ้น และเพิ่มความสะดวกในการซื้อสินค้าแก่ลูกค้า

2.1.2.2.3 ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังต่างประเทศ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) บริษัทฯ มีเป้าหมายที่จะขยายฐานลูกค้าใหม่ไปยังต่างประเทศ จากปัจจุบันที่มีการแต่งตั้งผู้แทนจำหน่ายในประเทศสหภาพพม่า และ สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาวแล้ว โดยมุ่งหวังจะขยายช่องทางให้ครอบคลุมกลุ่มประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม และกัมพูชา เป็นต้น โดยจะพิจารณาถึงรูปแบบการเข้าถึงที่เหมาะสม ทั้งการเข้าไปดำเนินการโดยตรงด้วยกลุ่มบริษัทฯ เอง หรือในรูปแบบของการร่วมลงทุนกับพันธมิตรทางธุรกิจ หรือการแต่งตั้ง ผู้จัดจำหน่าย เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจและความเสี่ยงในการลงทุนในประเทศนั้นๆ

2.1.3 แบรินด์และสินค้าของบริษัทฯ

แบรินด์สินค้าของกลุ่มบริษัทฯ มีจุดเด่นและรูปแบบที่แตกต่างกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

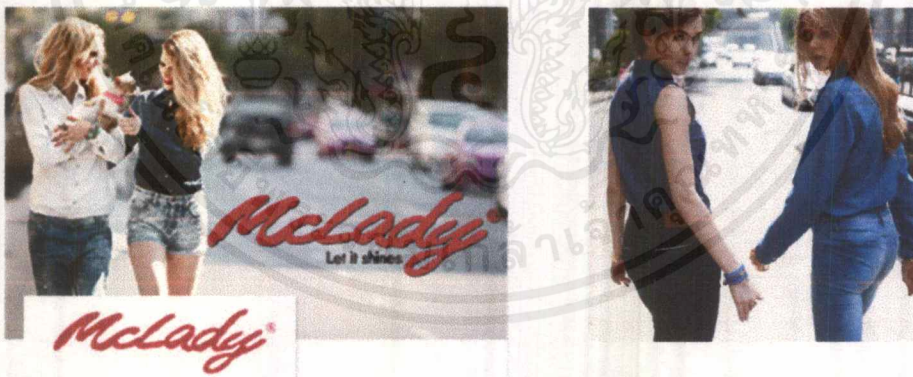
2.1.3.1 ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง ภายใต้แบรินด์ Mc เป็นแบรินด์ที่มียอดขายเป็นอันดับหนึ่งในตลาดยีนส์ ที่มีแบรินด์ในประเทศไทย (อ้างอิงรายงานการวิจัยธุรกิจยีนส์ในประเทศไทยของสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA) เป็นสินค้าที่เน้นการออกแบบภายใต้แนวคิด “Simple Fashion Jeans” โดยเน้นสินค้าในส่วนของ Denim เป็นหลักและมีสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นแบรินด์ Mc Jeans อย่างชัดเจนบนผลิตภัณฑ์ สืบเนื่องมาจากประสบการณ์การทำยีนส์ ที่มีความโดดเด่นด้านรูปแบบการตัดเย็บมานานเกือบ 40 ปี ความใส่ใจในรายละเอียดด้านคุณภาพในทุกขั้นตอนการผลิต และนโยบายด้านราคาที่ทำให้สินค้าเข้าถึงลูกค้าได้ในทุกระดับ รวมไปถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ Mc Me เพื่อลูกค้าผู้หญิงที่อายุ 40 ปี ขึ้นไปที่ต้องการหันมาใส่ยีนส์ ดังนั้น แบรินด์ Mc Jeans จึงเป็นแบรินด์ที่สร้างรายได้หลักให้แก่บริษัทฯ โดยมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรินด์ Mc คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 79.4 ร้อยละ 78.2 และร้อยละ 76.1 ของรายได้จากการขายรวม ในปี 2554 ปี 2555 และปี 2556 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Mc
ที่มา : <http://mcjeans.com/lookbook/2/MC+JEANS>

2.1.3.2 ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง ภายใต้แบรนด์ Mc Lady เป็นแบรนด์สินค้าสตรีที่มุ่งเน้นการออกแบบที่เหมาะสมเข้ากับสรีระของผู้หญิงวัยรุ่น ภายใต้แนวคิด “Lively, Easy Going and Comfortable” โดยมีจุดเด่นด้านการออกแบบให้เสื้อผ้ามีลักษณะเป็น Denim Street Fashion สำหรับผู้หญิงที่มีความเป็นตัวของตัวเอง ทันสมัย ตามแนวโน้มแฟชั่น โดยมีลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้หญิงวัยรุ่น วัยนักศึกษา และวัยเริ่มทำงาน ที่มีอายุระหว่าง 18 ปี ถึง 25 ปี บริษัทฯ มีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Mc Lady คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.9 ร้อยละ 18.3 และ ร้อยละ 16.7 ของรายได้จากการขายสินค้า ในปี 2554 ปี 2555 และ ปี 2556 ตามลำดับ



ภาพที่ 2.2 ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Mc Lady
ที่มา : <http://www.mcgroupnet.com/brand>

2.1.3.3 ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้องภายใต้แบรนด์ Mc Pink เป็นสินค้าแฟชั่นสตรี ที่เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัทฯ ภายใต้แนวคิด “Stylish & Fashionable Everyday Wear” ซึ่งบริษัทฯ เริ่มจัดจำหน่ายตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2556 เป็นต้นมา โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแบรนด์ Mc Pink คือ นักศึกษา และวัยเริ่มทำงานผู้หญิงที่มีอายุระหว่าง 18 ปี ถึง 25 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบแฟชั่นและใส่ใจในการแต่งกายให้มีความโดดเด่นและทันสมัย ชอบเข้าสังคมและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความถี่ในการเปลี่ยนเครื่องแต่งกายสูง ในปี 2556 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Mc Pink คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.4 ของรายได้จากการขายสินค้า



ภาพที่ 2.3 ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Mc Pink
ที่มา : <http://www.mcgroupnet.com/brand>

2.1.3.4 ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้องภายใต้แบรนด์ Bison เป็นแบรนด์ที่มุ่งเน้นการออกแบบและบริหารการตลาดภายใต้แนวคิด “Cool, Comfortable, Breaking Rules, Character” โดยมีจุดเด่นด้านการออกแบบให้สามารถสวมใส่ได้ในทุกโอกาส เช่นเดียวกับแบรนด์ Mc แต่กำหนดตำแหน่งทางการตลาดด้วยการให้ความสำคัญด้านราคาเป็นหลัก แต่ยังคงคุณภาพและความประณีตในการตัดเย็บ บริษัทฯ มีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Bison คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.2 ร้อยละ 3.4 และร้อยละ 4.0 ของรายได้จากการขายสินค้า ในปี 2554 ปี 2555 และ ปี 2556 ตามลำดับ



ภาพที่ 2.4 ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Bison
ที่มา : <http://www.mcgroupnet.com/brand>

2.1.3.5 ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้องภายใต้แบรนด์ Mc mini แบรนด์ Mc mini เป็นกลุ่มสินค้าใหม่ของบริษัทฯ ที่มุ่งเน้นลูกค้ากลุ่มเด็ก จากช่องว่างทางการตลาดที่มีอยู่และเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ภายใต้แนวคิด “Childhood, Time with Happiness” บริษัทฯ ได้เริ่มจัดจำหน่ายสินค้า Mc mini ตั้งแต่เดือนเมษายน 2556 โดยมีจุดเด่นคือเป็นสินค้าที่มีคุณภาพเทียบเท่ากับสินค้าของผู้ใหญ่ และมีความสดใส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของรูปแบบสินค้าโดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Mc mini คือ กลุ่มเด็กผู้ชาย ที่มีอายุระหว่าง 6 ปี ถึง 12 ปี นอกจากนี้บริษัทฯ มีแผนจะเพิ่มการผลิตสินค้าสำหรับเด็กผู้หญิงในช่วงวัยเดียวกัน ภายในปลายปี 2557 บริษัทฯ มีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Mc mini คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.3 ของรายได้จากการขายสินค้าในปี 2556



ภาพที่ 2.5 ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Mc mini
ที่มา : <http://mcjeans.com/lookbook/3/MC+MINI>

2.1.3.6 ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้องภายใต้แบรนด์ mc mc เป็นแบรนด์ที่ขยายฐานเข้าสู่กลุ่มสินค้า Value-for-money สำหรับทุกเพศทุกวัย ภายใต้แนวคิด 365 Days of Style วันไหนไหนก็ mc mc ซึ่งบริษัทฯ เริ่มจัดจำหน่ายตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2556 เป็นต้นมา โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของแบรนด์ mc mc คือ ทุกเพศทุกวัยที่เน้นแต่งตัวสบายๆ แต่ยังคงดูดีในแบบฉบับของตัวเอง โดยลักษณะของสินค้าและคอลเลกชันในแบบ Easy Quality Open Fun เพื่อให้ลูกค้านึกถึง mc mc ทุกวัน และสามารถซื้อสินค้าจากร้าน mc mc ได้ทุกวัน



ภาพที่ 2.6 ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ mc mc
ที่มา : <http://mcjeans.com/lookbook/2/MC+JEANS>

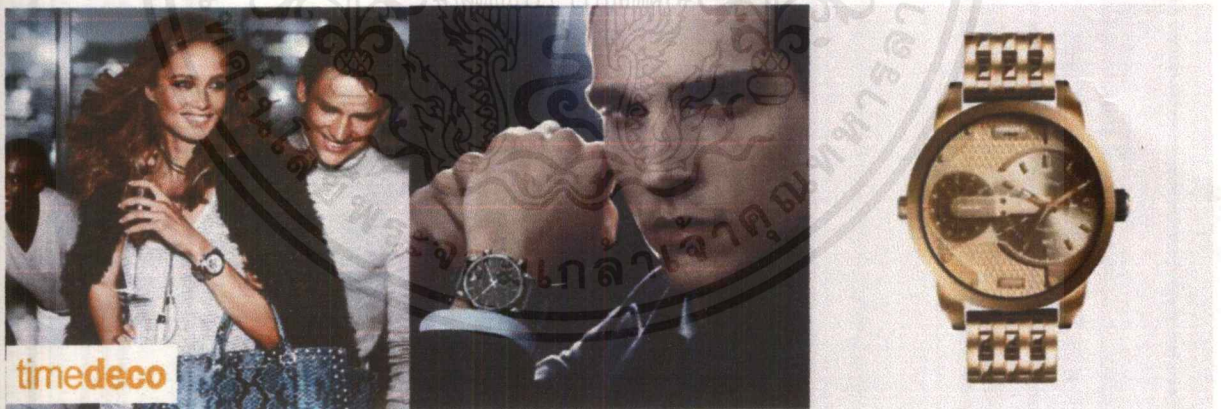
2.1.3.7 ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้องภายใต้แบรนด์อื่นๆ The Blue Brothers ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2556 บริษัทฯ ได้เริ่มจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้แบรนด์ The Blue Brothers ซึ่งเป็นสินค้าคุณภาพระดับพรีเมียม ต่อมาในเดือน ธันวาคม 2556 บริษัทฯ ได้มีการเปิดร้านค้าปลีกแห่งใหม่ภายใต้ชื่อ The Blue Brothers Denim Store อย่างเต็มรูปแบบเป็นแห่งแรก โดยจัดจำหน่ายสินค้าภายใต้ แบรนด์ The Blue Brothers และสินค้าอื่นของผู้ผลิตรายอื่นที่มี

ชื่อเสียงในต่างประเทศที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทั้งรูปแบบ ดีไซน์และการสวมใส่ เน้นคุณภาพ ระดับพรีเมียม



ภาพที่ 2.7 ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ The Blue Brothers
ที่มา : <http://www.mcgroupnet.com/brand>

2.1.3.8 ผลิตภัณฑ์นาฬิกาภายใต้แบรนด์ชั้นนำมากมายจากทั่วโลก บริษัทฯ ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าและการจัดจำหน่ายเข้าสู่นาฬิกาแฟชั่นแบรนด์ดังจากทั่วโลก อาทิเช่น Diesel, DKNY, Emporio Armani เป็นต้น ผ่านเครือข่ายการจัดจำหน่ายของ ไทม์ เดคโค ซึ่งบริษัทย่อยของบริษัทฯได้เข้าลงทุนและถือหุ้นอยู่ในสัดส่วน 51% ในเดือนพฤศจิกายน 2556 ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวของนาฬิกาชั้นนำหลากหลายแบรนด์ โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มลูกค้าชายหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไปที่ต้องการนาฬิกาแฟชั่นที่เข้ากับบุคลิกและแฟชั่นร่วมสมัย บริษัทฯ มีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของไทม์ เดคโคคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.2 ของรายได้จากการขายสินค้าในปี 2556



ภาพที่ 2.8 ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Timedeco
ที่มา : <http://mcjeans.com/lookbook/2/MC+JEANS>

2.1.4 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้ารายใหญ่ 10 รายแรกของกลุ่มบริษัทฯ โดยส่วนใหญ่จะเป็นห้างค้าปลีกสมัยใหม่รายใหญ่ (Modern Trade) โดยมีสัดส่วนรายได้จากการขายของลูกค้า 10 รายแรก คิดเป็นร้อยละ 49.2 ร้อยละ 46.1 และร้อยละ 40.6 ของยอดขายรวมในปี 2554 ปี 2555 และ ปี 2556 ตามลำดับ หากแบ่งกลุ่มลูกค้าปลายทางของบริษัทฯ พบว่า บริษัทฯ มียอดขายจากกลุ่มลูกค้าในต่างจังหวัดคิดเป็นร้อยละ 81.6 ร้อยละ 80.5 และร้อยละ 76.0 ของยอดขายรวมในปี 2554 ปี 2555 และปี 2556 ตามลำดับ

2.1.5 ช่องทางการจำหน่าย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทฯ จัดจำหน่ายสินค้าทั้งหมดผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายรวม 684 แห่ง ทั่วประเทศไทยและ 10 แห่งในต่างประเทศผ่านตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างทั่วถึง โดยมีรายละเอียดตามประเภทของช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้

2.1.5.1 ร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop) ร้านค้าปลีกของบริษัทฯ ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า และพลาซ่าในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ประกอบด้วย

- ร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทยีนส์เป็นหลัก ภายใต้แบรนด์ Mc รวมถึงผลิตภัณฑ์ Mc Me และ/หรือแบรนด์ Mc Lady และ/หรือแบรนด์ Mc mini และ/หรือแบรนด์ Bison
- ร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าแฟชั่นสตรี ภายใต้แบรนด์ Mc Pink
- ร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าเสื้อผ้าสำหรับ บุรุษสตรี เด็กชาย และ เด็กหญิง ภายใต้แบรนด์ mc mc
- ร้านค้าปลีกภายใต้ชื่อ The Blue Brothers Denim Store จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทยีนส์ที่เน้นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง (premium) ซึ่งเป็นสินค้าภายใต้แบรนด์ The Blue Brothers ที่บริษัทเป็นเจ้าของและสินค้านำเข้าภายใต้แบรนด์ชั้นนำจากต่างประเทศ
- ร้านค้าปลีกที่ขายสินค้านานาฬิกาแบรนด์ชั้นนำจากทั่วโลก อาทิเช่น Diesel, DKNY, Emporio Armani

2.1.5.2 ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นจุดขายหรือเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้าทั้งที่เป็นเครือข่าย และเป็นห้างสรรพสินค้าท้องถิ่นในต่างจังหวัด และซูเปอร์สโตร์ที่มีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ เช่น เซ็นทรัล โรบินสัน เดอะมอลล์ บิ๊กซี เทสโก้โลตัส เป็นต้น

2.1.5.3 รถเคลื่อนที่ เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าในต่างจังหวัดในท้องที่ที่ยังไม่มีจุดขาย เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น และอาจจะสามารถนำรถเคลื่อนที่ข้ามเขตเข้าไปขายในประเทศเพื่อนบ้านได้ เพื่อเป็นการทดสอบตลาดก่อนไปเปิดสาขา

2.1.5.4 ช่องทางการขายอื่นๆในประเทศ เช่น การเปิดบูธขายในงานแสดงสินค้า หรือเทศกาลต่างๆ

2.1.5.5 ช่องขายผ่านตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศ กลุ่มบริษัทฯ เริ่มขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปสู่ต่างประเทศด้วยการแต่งตั้งตัวแทนการจัดจำหน่าย ซึ่งจะเป็นผู้ทำการตลาดกระจายและจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มบริษัทฯในประเทศพม่า ในเดือนเมษายน 2555 และในประเทศลาว ในเดือนธันวาคม 2555 และได้ตั้งเป้าหมายในการขยายการจัดจำหน่ายไปสู่ประเทศใน

กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม และกัมพูชา เป็นต้น ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2556 บริษัทมีจุดขายต่างประเทศรวม 10 แห่ง โดยอยู่ที่ลาว 1 แห่ง และพม่า 9 แห่ง

2.1.6 นโยบายการกำหนดราคา

บริษัทฯ มีนโยบายในการกำหนดระดับราคาขายปลีก โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ อาทิเช่น ต้นทุนสินค้า ประเภทสินค้า รุ่น แบบสินค้า และอัตรากำไรขั้นต้นที่กำหนดไว้ นอกจากนี้บริษัทฯ จะพิจารณาถึงอุปสงค์ในตลาดการแข่งขันและกำลังซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยบริษัทฯ มีการกำหนดระดับราคาขายปลีกให้เหมาะสม สามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งในระดับเดียวกัน และให้อยู่ในระดับที่แข่งขันได้ บริษัทฯ ไม่มีนโยบายในการแข่งขันด้านราคากับผู้จัดจำหน่ายสินค้ารายอื่นอย่างไรก็ตาม บริษัทฯ อาจมีการนำสินค้ามาจัดรายการส่งเสริมการขาย ตามกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทฯ และ/หรือห้างค้าปลีกสมัยใหม่ ในจุดจำหน่ายต่างๆ ตามความเหมาะสม เพื่อกระตุ้นยอดขายและเพิ่มฐานลูกค้าในแต่ละช่วงเวลา

บริษัทฯ มีกลยุทธ์การกำหนดราคาขายปลีกสินค้าของกลุ่มบริษัทฯ เป็น 3 รูปแบบ แตกต่างกันไปตามความเหมาะสมของแต่ละช่องทางการจัดจำหน่าย และช่วงเวลาในการทำประชาสัมพันธ์หรือส่งเสริมการขาย ดังนี้

2.1.6.1 สินค้าราคาปกติ (Normal Price) กำหนดระดับราคาขายปลีกเป็นราคาปกติเท่ากับราคาป้าย ซึ่งใช้กับสินค้าที่จัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop) และจุดขายในห้างสรรพสินค้าทั่วประเทศ ซึ่งเป็นราคาที่แข่งขันได้ในสินค้าประเภทเดียวกัน รวมทั้งสินค้าแบรนด์ใหม่ mc mc ที่กำหนดราคาในลักษณะ Value-for-money

2.1.6.2 สินค้าราคาเดียว (One Price) กำหนดระดับราคาขายปลีกเป็นราคาเดียว เช่น 790 890 และ 990 บาทต่อตัว ซึ่งเป็นสินค้าที่มีการออกแบบและผลิตเฉพาะรุ่นพิเศษสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเฉพาะกลุ่มที่เหมาะสมกับช่องทางการจัดจำหน่ายบางประเภท ส่วนใหญ่ในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่

2.1.6.3 สินค้าราคาโปรโมชั่น กำหนดระดับราคาขายปลีกโดยมีส่วนลดจากราคาปกติ โดยนำสินค้าบางกลุ่มมาจัดรายการส่งเสริมการขาย ด้วยกลยุทธ์การให้ส่วนลด สำหรับสินค้าที่เคลื่อนไหวช้า หรือให้ส่วนลดเพื่อเร่งยอดขายในช่วงเทศกาล เป็นต้น

2.1.7 ความรับผิดชอบต่อสังคม

บมจ.แม่ศรีภูมิ เริ่มต้นธุรกิจด้วยความตั้งใจ จนสร้างให้ทุกแบรนด์ไลฟ์สไตล์มีชีวิต และมีการพัฒนาเติบโต การบริหารจัดการที่ได้สมดุลทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จะช่วยส่งเสริมให้ทุกแบรนด์และทุกชีวิตในบริษัทแข็งแรง และพร้อมจะก้าวสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต โดยมีแผนนโยบายหลักดังนี้

2.1.7.1 ทางเศรษฐกิจ บริษัทฯ พยายามให้การดำเนินธุรกิจด้วยกลยุทธ์ที่จะเพิ่มมูลค่าให้กับกระบวนการผลิต ด้วยการสรรสร้างนวัตกรรมในกระบวนการทำงาน เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสู่ตลาดใหม่ๆ ซึ่งจะสร้างผลกำไรให้ผู้ถือหุ้น และตอบแทนให้กับพนักงานได้อย่างเหมาะสมและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.7.2 ทางสังคม บริษัทฯ เน้นการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม ดูแลและแบ่งปันผลประโยชน์ให้ได้อย่างเหมาะสมและครอบคลุม เคารพในสิทธิมนุษยชนของบุคลากรของบริษัท มีการพัฒนาความรู้ และ ทักษะ ของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ และเปิดโอกาสให้บุคคลผู้ด้อยโอกาสได้เข้ามาร่วมงานกับบริษัท โดยบริษัทได้ให้การสนับสนุนการดำเนินการของมูลนิธิแม่ค้ายีนส์ เพื่อสังคมไทยอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งส่งเสริมนโยบาย “Happy Work Place” ในองค์กร

2.1.7.3 ทางสิ่งแวดล้อม บริษัทฯ ให้ความสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมด้านการผลิตและการทำงาน ให้ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสมมีประสิทธิภาพ มีการจัดการวัสดุเหลือใช้ให้นำมาใช้ประโยชน์ได้อีก รวมไปถึงการพัฒนานวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสีเขียวในการทำงาน

2.2 วัสดุเหลือใช้ของบริษัท แม่ครูป จำกัด (มหาชน)

บริษัทฯ แม่ครูป จำกัด (มหาชน) มีหลักการบริหารงานบนแนวทางการดำเนินกิจการควบคู่กับการให้ความสำคัญและการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ใส่ใจดูแลสังคมสิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายให้ได้รับความเป็นธรรมเท่าเทียมกัน ตลอดจนตระหนักและยึดถือการปฏิบัติตามกฎหมายควบคู่ไปพร้อมกับการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เป็นบริษัทที่มีธรรมาภิบาล และรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม อันจะส่งผลให้เกิดความความเชื่อมั่นต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ และสามารถดำเนินธุรกิจให้เจริญเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของกลุ่มบริษัทฯ ทำให้การผลิตมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น และผลที่ตามมาคือวัสดุเหลือใช้จากการผลิตก็มีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะวัสดุประเภทผ้า เนื่องจากทางบริษัทฯ มีการใช้ผ้าเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตจึงทำให้เหลือผ้าจากการผลิตเป็นจำนวนมาก ซึ่งทางบริษัทฯ ก็ยังมีได้นำมาใช้ประโยชน์หรือนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อื่นต่อ จึงต้องนำไปจำหน่ายเป็นวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุเหลือทิ้ง ซึ่งจะมีผู้มารับซื้อถึงโรงงานในราคาถูก

	ชื่อเศษวัสดุ ชุดหมวก	ขนาดโดยประมาณ กว้าง ๓๖.๖ CM ยาว ๒๖.๖ CM		ชื่อเศษวัสดุ ริ้วผ้าไหม	ขนาดโดยประมาณ กว้าง 5 CM X ยาว 50 CM
	ชื่อเศษวัสดุ หัวซอง	ขนาดโดยประมาณ กว้าง ๒๖.๕ CM x ยาว 4 CM		ชื่อเศษวัสดุ ริ้วผ้า	ขนาดโดยประมาณ มีขนาดไม่แน่นอน
	ชื่อเศษวัสดุ หลอดสี	ขนาดโดยประมาณ เส้นผ่าศูนย์กลาง 3 - 3.5 CM สูง 11.5 - 12 CM		ชื่อเศษวัสดุ แกนผ้า	ขนาดโดยประมาณ เส้นผ่าศูนย์กลาง 5 CM ยาว 132 - 154 CM
	ชื่อเศษวัสดุ กล่องใส่ผ้า	ขนาดโดยประมาณ กว้าง x ยาว x สูง 11.5 CM X 28 CM X 12 CM		ชื่อเศษวัสดุ เศษกระดาษ	ขนาดโดยประมาณ มีขนาดไม่แน่นอน
	ชื่อเศษวัสดุ ริ้วผ้าเล็ก	ขนาดโดยประมาณ ยาว 50 CM ขึ้นไป ความกว้างไม่แน่นอน		ชื่อเศษวัสดุ เศษกระดาษ	ขนาดโดยประมาณ มีขนาดไม่แน่นอน
	ชื่อเศษวัสดุ	ขนาดโดยประมาณ		ชื่อเศษวัสดุ ขี้ริ้ว	ขนาดโดยประมาณ มีขนาดไม่แน่นอน
	ชื่อเศษวัสดุ	ขนาดโดยประมาณ		ชื่อเศษวัสดุ	ขนาดโดยประมาณ
	ชื่อเศษวัสดุ ขา 1804 มีมี	ขนาดโดยประมาณ กว้าง 76 - 83 CM ความยาวไม่แน่นอน		ชื่อเศษวัสดุ เศษผ้า	ขนาดโดยประมาณ มีขนาดไม่แน่นอน

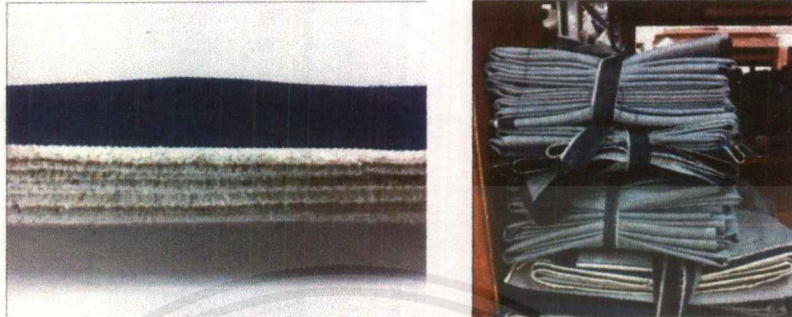
รายชื่อเศษวัสดุ ของ แผนก Finishing

	ชื่อเศษวัสดุ เศษผ้า	ขนาดโดยประมาณ 1 X 1 CM
	ชื่อเศษวัสดุ เศษผ้า	ขนาดโดยประมาณ มีขนาดไม่แน่นอน

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงประเภทวัสดุเหลือใช้และวัสดุเหลือทิ้งของบริษัทฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับใช้ภายในบริษัทฯ เท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ที่มา : บริษัท แม่ครูป จำกัด (มหาชน)
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งการผลิตยีนส์แต่ละครั้งจะต้องมีการตัดแพทเทิร์นกับผืนผ้า ซึ่งบริเวณริบผ้านั้นจะเป็นส่วนที่มีได้นำมาใช้งานในการผลิต จึงต้องถูกตัดทิ้งเป็นวัสดุเหลือใช้ในปริมาณที่มาก เฉลี่ยประมาณวันละ 6,500 หลา โดยปกติทางบริษัทฯจะนำริบผ้ามาใช้สำหรับมัดสิ่งของต่างๆ แล้วที่เหลือก็จะถูกจำหน่ายเป็นวัสดุเหลือใช้ ทำให้ผู้จัดทำมีความสนใจในการนำริบผ้าจากการผลิตยีนส์ซึ่งเป็นวัสดุเหลือใช้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2.9 ภาพแสดงประเภทวัสดุเหลือใช้ประเภทริบผ้าและการใช้ประโยชน์ของ บริษัทฯ

ริบผ้าที่ได้จากทางบริษัทฯนั้นจะไม่สามารถระบุได้ว่าจะได้ริบผ้าของยีนส์ชนิดไหนหรือเนื้อผ้าแบบใด ขึ้นอยู่กับการผลิตในช่วงนั้นว่าทางบริษัทฯ กำลังผลิตยีนส์รุ่นใดหรือยีนส์รุ่นใดที่กำลังขาดตลาด ซึ่งไม่สามารถทำการระบุได้แต่ถ้าต้องการริบผ้าชนิดไหนก็สามารถแจ้งกับทางบริษัทฯให้ช่วยคัดแยกริบผ้าชนิดไหนไว้ได้ โดยริบผ้ายีนส์ที่ผู้จัดทำเลือกใช้นั้นมีลักษณะดังนี้

แหล่งที่มาของวัสดุ	บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
ความยาวของริบผ้ายีนส์	330 เซนติเมตร
ความกว้างของริบผ้ายีนส์	1-2 เซนติเมตร
สีของริบผ้ายีนส์	สี มิตไนท์
ส่วนผสมเส้นใยของริบผ้ายีนส์	เส้นใยฝ้าย 90 % , เส้นใยโพลีเอสเตอร์ 10 %
น้ำหนักของริบผ้ายีนส์	20 กรัม/เส้น

ตารางที่ 2.2 ตารางแสดงลักษณะริบผ้าวัสดุเหลือใช้ของ บริษัทฯ ที่ผู้จัดทำเลือกใช้

ที่มา : บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)



ภาพที่ 2.10 ภาพแสดงริบผ้ายีนส์เหลือใช้ จากผลิตภัณฑ์ยีนส์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง ภายใต้แบรนด์ Mc

แบรนด์ Mc เป็นแบรนด์ที่มียอดขายเป็นอันดับหนึ่งในตลาดยีนส์ ที่มีแบรนด์ในประเทศไทย (อ้างอิงรายงานการวิจัยธุรกิจยีนส์ในประเทศไทยของสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (TMA) เป็นสินค้าที่เน้นการออกแบบภายใต้แนวคิด “Simple Fashion Jeans” โดยเน้นสินค้าในส่วนของ Denim เป็นหลักและมีสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นแบรนด์ Mc Jeans อย่างชัดเจนบนผลิตภัณฑ์ สืบเนื่องมาจากประสบการณ์การทำยีนส์ ที่มีความโดดเด่นด้านแพทเทิร์นมานานเกือบ 40 ปี ความใส่ใจในรายละเอียดด้านคุณภาพในทุกขั้นตอนการผลิต และนโยบายด้านราคาที่ทำให้สินค้าเข้าถึงลูกค้าได้ในทุกระดับ



ภาพที่ 2.11 ภาพแสดงรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Mc

ที่มา : <http://mcjeans.com/lookbook/2/MC+JEANS>

รวมไปถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ Mc Me เพื่อลูกค้าผู้หญิงที่อายุ 40 ปี ขึ้นไปที่ต้องการหันมาใส่ยีนส์ ดังนั้น แบรนด์ Mc Jeans จึงเป็นแบรนด์ที่สร้างรายได้หลักให้แก่บริษัทฯ โดยมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Mc คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 79.4 ร้อยละ 78.2 และร้อยละ 76.1 ของรายได้จากการขายรวม ในปี 2554 ปี 2555 และปี 2556 ตามลำดับ



ภาพที่ 2.12 ภาพแสดงตราสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบรนด์ Mc

ที่มา : http://www.channelvthailand.com/v/v_program/ttt-special/

2.3.1 โครงสร้างรายได้แบรนด์ Mc เทียบกับแบรนด์อื่นๆ

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย ตามงบการเงินรวมปี 2556 และ งบการเงินรวมประหนึ่งทำใหม่ในปี 2554 - 2555 มีรายละเอียดดังนี้

งบการเงินรวม (* งบการเงินเสมือนรวม)	ปี 2554 *		ปี 2555 *		ปี 2556	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่เกี่ยวข้อง						
1. เครื่องหมายการค้า Mc	1,432.0	79.4	1,998.6	78.2	2,259.4	76.1
2. เครื่องหมายการค้า McLady	323.7	17.9	467.6	18.3	495.7	16.7
3. เครื่องหมายการค้า Bison	39.8	2.2	86.1	3.4	120.2	4.0
4. เครื่องหมายการค้า McPink	-	-	-	-	12.5	0.4
5. เครื่องหมายการค้า McMini	-	-	-	-	8.5	0.3
6. เครื่องหมายการค้าอื่น	-	-	-	-	3.0	0.1
7. รายได้จากการขายวัตถุดิบ	9.0	0.5	3.3	0.1	4.0	0.1
รวมรายได้จากการขายเสื้อผ้าสำเร็จรูป	1,804.5	100.0	2,555.6	100.0	2,903.3	97.7

ตารางที่ 2.3 ตารางแสดงงบการเงินรวมปี 2554-2556 ของบริษัทฯ และบริษัทย่อย
ที่มา : แบบแสดงรายงานข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ในปี 2556 ทางแบรนด์ได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนขึ้นเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าอย่างแท้จริง เช่น MC ME, Biker Jeans, Block to Campus และ Mc Indigo ยอดขายตามไลฟ์สไตล์ภายใต้แบรนด์ Mc มีการจัดจำหน่ายผ่านร้านจำหน่ายของตัวเอง (Free-standing shop) จำนวน 153 แห่ง และผ่านร้านค้าขายปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) จำนวน 421 แห่งทั่วประเทศ



ภาพที่ 2.13 ภาพแสดงร้านค้าขายปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) แบรนด์ Mc
ที่มา : <http://th.soidb.com/bangkok/store/mcjeans-central-rattathibet.html>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้า (DISPLAY DESIGN)

2.4.1 ดิสเพลย์ ดีไซน์(DISPLAY DESIGN)

ดิสเพลย์ ดีไซน์(DISPLAY DESIGN) คือการออกแบบการจัดแสดงสินค้าแต่มีที่คุ้นเคยกับคำว่า WINDOW DISPLAYตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป โดยเน้นความสวยงามหรูหราหรือจัดตามเทศกาลและฤดูต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดความประทับใจให้กับลูกค้า การออกแบบการจัดแสดงสินค้าในปัจจุบันจึงมีอิทธิพลมากต่อการเพิ่มยอดขายสินค้า บางครั้งอาจขึ้นอยู่กับการจัดวาง การตกแต่งบรรยากาศและการสร้างแรงดึงดูดใจ ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์นั้นๆ ฉะนั้นการออกแบบที่ดีจึงมีผลต่อร้านค้า การตกแต่งดิสเพลย์หรือการจัดตกแต่งตำแหน่งโปรโมชันต่างๆตามเทศกาลจึงต้องมีความพิถีพิถัน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างบรรยากาศให้กับร้านค้า การออกแบบการจัดแสดงสินค้าที่ดีเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและจุดประสงค์ โดยหลักการหรือแนวทางที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบร้านค้าทั่วไปแบ่งออกเป็น 7 ข้อดังนี้

2.4.1.1 การออกแบบการจัดแสดงสินค้าต้องมีรูปแบบที่สอดคล้องกับแบรนด์, สินค้าหรือการให้บริการ การออกแบบจะต้องสอดคล้องกับแบรนด์ เพราะจะทำให้การออกแบบมีเอกภาพ ซึ่งสามารถทำได้โดยศึกษาความเด่นชัดในการให้บริการและลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์แล้วนำมาแปรรูปเป็นรูปแบบและรายละเอียดในการออกแบบ ไปจนถึงการควบคุมบรรยากาศ, การจัดวาง, การกำหนดสี, การกำหนดวัสดุ, การประมาณราคา และการจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับแบรนด์ ร้านค้าที่ขายสินค้าแต่การตกแต่งร้านค้านั้นไม่ได้ช่วยส่งเสริมสินค้านั้นๆจนทำให้สินค้านั้นขาดความน่าสนใจ ในการออกแบบจึงควรคำนึงถึงความสอดคล้องและช่วยส่งเสริมสินค้าหรืออำนวยความสะดวกหรือการให้บริการให้มากที่สุด

2.4.1.2 การออกแบบต้องคำนึงถึงการให้สอย
ในที่นี้หมายถึงพื้นที่การใช้สอยของผู้ที่ใช้งานหรือลูกค้าที่เข้ามาใช้งาน โดยจะคำนึงถึงสัดส่วน ระยะเวลาต่างๆ มุมมอง การหยิบ การก้มเงย ขนาดของเฟอร์นิเจอร์และสัดส่วนมนุษย์เพื่อให้ได้ผลต่อการใช้งานมากที่สุด

2.4.1.3 การออกแบบที่ดีต้องมีความงาม
การออกแบบที่มีความสวยงามนั้นย่อมทำให้ร้านนั้นดูดีดึงดูดสายตาและก่อให้เกิดความประทับใจ ซึ่งหลักก็คือการใช้ทฤษฎีศิลปะในการเข้ามาช่วย ไม่ว่าจะเป็นเส้นสาย รูปร่างรูปทรง สี วัสดุตกแต่ง แล้วนำมาจัดองค์ประกอบให้เกิดความสวยงามและใส่เทคนิคเฉพาะของนักออกแบบของแต่ละคนลงไปแต่ทั้งนี้ทั้งนั้นควรอยู่บนความพอดีไม่มากเกินไปหรือน้อยเกินไป

2.4.1.4 การออกแบบทำให้เกิดเอกลักษณ์เฉพาะตัวและstyleที่ชัดเจน
เหมือนงานศิลปะที่จะต้องมีแนวความคิดเพื่อผูกเรื่องและมีการออกแบบอย่างมีความหมายและสอดคล้องกันอย่างเป็นเอกภาพ การกำหนดแนวความคิด อาจจะหมายถึงการสร้างเรื่องราวที่น่าสนใจ การกำหนดแนวความคิดในการตกแต่งร้านในลักษณะนี้ อาจจะออกมาในรูปแบบของโครงหลักที่มาจากแบรนด์ และลักษณะเฉพาะของสินค้า ควรจะคิดให้เสร็จสิ้นทุกอย่างก่อนเช่น ชื่อร้าน โลโก้ สินค้า การบริการ ชุดฟอร์ม หีบห่อวัสดุตกแต่งภายในทั้งหมดเพื่อให้สอดคล้องและสัมพันธ์กันทั้งร้าน ซึ่งถ้าทำทุกอย่างได้ก็สามารถสร้างเอกลักษณ์เฉพาะของร้านได้ แต่ก็ยังสามารถทำให้เกิดเอกลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เฉพาะตัวขึ้นมาได้เช่น

2.4.1.4.1 การได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ เช่น ฟุ้งหญ้า ภูเขา ทะเล ยกตัวอย่างร้านขายเครื่องหอม ร้านสปา ร้านอาหารริมทะเล เป็นต้น

2.4.1.4.2 ที่ตั้งที่อยู่ในเมืองเก่าโซนอนุรักษ์วัฒนธรรมตัวอาคารหรืออาคารชุมชนเมืองย่านธุรกิจที่ทันสมัยซึ่งจะมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน

2.4.1.4.3 ความเป็นตัวตนที่ชัดเจนของเจ้าของร้านในเรื่องของสไตล์ การแต่งตัว ความชอบเรื่องใดเรื่องหนึ่งแล้วปรับเปลี่ยนเป็นมาเป็นสไตล์การตกแต่งร้านที่เป็นตัวตน ของตัวเองแบบเฉพาะไม่เหมือนใคร

2.4.1.4.4 การได้รับอิทธิพลมาจากสไตล์ เช่น classic style, thai style, modern style, art decor style

2.4.1.5 การปฏิบัติการจัดวาง เริ่มต้นจากการเลือกอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์และของ ตกแต่งตลอดจนสินค้าที่ต้องการแสดงโดยมีหลักคิด ดังนี้

2.4.1.5.1 ต้องจัดวางให้สินค้าดูเด่นกว่าชั้นวาง โดยมีชั้นวางเป็น เสมือนพื้นหลังที่ส่งเสริมสินค้า โดยออกแบบชั้นวางให้ดูเรียบ สีน้อยๆ รายละเอียดไม่ควรเยอะ โดยจัดวางให้ดูน่าซื้อน่าสนใจ

2.4.1.5.2 กำหนดสีพื้นหลังของชั้นวาง สีที่ควรใช้ควรเป็นสีเรียบ, ขาวหรือสีกลุ่มโทนเดียวกันให้เป็นพื้นหลังที่ไม่ไปดบังสินค้า หรือถ้าเป็นโทนดำ เทา เข้มก็ควรเป็น ผลิตภัณฑ์สีอ่อนจะไม่ทำให้ดูจมหายไปหรือถ้าเป็นสีสดก็ควรดูผลิตภัณฑ์ที่สีเรียบแต่ถ้าผลิตภัณฑ์สีสด หรือมีรูปทรงสะดุดตา พื้นหลังก็ควรเรียบเพื่อส่งเสริมสินค้าให้มากที่สุด

2.4.1.5.3 หลักการจัดวางสินค้าในชั้นวาง การนำสินค้าทุกชิ้นมา รวมกันแล้วแยกแยะออกมาเป็นเซต วิธีการจัดวางคือ เลือกสินค้าที่ขายไม่ดี อยู่ใกล้ตา สินค้าที่ขายได้ หรืออยู่ในโฆษณาอยู่แล้วให้วางในตำแหน่งที่ไม่เด่นมากนัก เพราะจะได้เฉลี่ยกันทั้งหมด สินค้า โปรมอชั่นพิเศษก็ควรอยู่ในตำแหน่งที่ดึงดูดเช่นกัน ทั้งนี้การจัดวางจะต้องศึกษาพฤติกรรมของ ลูกค้าให้ละเอียดถี่ถ้วน เพราะแต่ละผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะไม่เหมือนกัน

2.4.1.6 หลักการจัดวางดีสเพลย์ในเทศกาลต่างๆ กิจกรรมอีเว้นท์ของร้านควร ทำบ่อยๆ ตามสถานการณ์, ฤดู, เทศกาลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมและ พฤติกรรมลูกค้าของแต่ละชุมชน โดยมีหลักเกณฑ์และขั้นตอนดังนี้

2.4.1.6.1 การออกแบบบรรยากาศโดยรวม ควรให้เชื่อมโยงอย่าง กลมกลืนระหว่างแบรนด์และชุมชน โดยมีแนวความคิดที่เป็นเหมือนโครงเรื่องที่ชัดเจนให้สอดคล้อง กับสินค้า

2.4.1.6.2 การออกแบบภาพลักษณ์และงานกราฟิก การจัดกิจกรรม พิเศษควรเลือกตัวหนังสือคำโฆษณา คำเด็ดในตัวหนังสือที่สวยงาม กลมกลืนกับธีม และออกแบบ กราฟิกให้ง่ายสนุกมีคู่สีที่เข้ากันเส้นสายและรูปแบบที่เข้ากับแนวความคิดและได้อรรถประกอบสวยงาม มีจุดเด่น มีจุดรอง มีแบคกราวด์ มีไฟร์กราวด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.1.6.3 มีลูกเล่น คือ หัวใจของงานในแต่ละการจัดวางตามเทศกาล การสร้างลูกเล่นให้มีความรู้สึกเชิงบวกเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ทำให้ลูกค้ามีความสุขเกิดรอยยิ้ม ความประทับใจกับแบรนด์สินค้าได้

2.4.1.6.4 การจัดแสง การจัดแสงสว่างที่ดีควรคำนึงถึงแสงธรรมชาติที่เข้ามากระทบในตอนกลางวัน การจัดแสง เงา สวยงามในตอนกลางคืน หรือพลบค่ำใน ลักษณะตั้งเวลาเปิดปิด ย่อมแสงให้รู้สึกเชิญชวนมีการเน้นให้เดิน กลบให้เบาลงในบางจุด เกิดระยะที่ดีและมุมมองที่ดี

2.4.2 การใช้องค์ประกอบทางศิลปะมาใช้จัดDISPLAY

สำหรับใน การจัดดิสเพลย์นั้นจะต้องอาศัยความรู้ทางด้านศิลปะเข้ามาช่วยในการเรียกร้องหรือดึงดูดความสนใจ อย่างแรกคือเรื่องของความสวยงาม การจัดวางอย่างเป็นจังหวะ การใช้สี สัน ต่างๆ อย่างลงตัวทั้งหมดก็เพื่อให้ลูกค้าที่พบเห็นเกิดภาพจินตนาการความอยากได้ และเกิดการเลือกซื้อ

2.4.2.1 เอกภาพ (UNITY) คือ การเลือกสินค้าที่จัดดิสเพลย์ เป็นไปในทิศทางเดียวกันเช่น เป็น COLECTION เดียวกัน เป็นสินค้ากลุ่มเดียวกัน มีวัสดุหรือพื้นผิวชนิดเดียวกันมาจัดแสดง



ภาพที่ 2.14 ภาพแสดงดิสเพลย์แบบเอกภาพ

ที่มา : <http://displaybybe101.blogspot.com/p/display-design.html>

2.4.2.2 ความสมดุล (BALANCE) คือ ความพอเหมาะพอดีในสัดส่วนต่างๆ ทั้ง ชายและขวา ในการจัดดิสเพลย์ ซึ่งจะต้องคำนึงในส่วนเดียวเพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกหนักไปทางด้านใด ด้านหนึ่ง โดยทางด้านศิลปะนั้นความสมดุลนั้นมี 2 ลักษณะดังนี้

2.4.2.2.1 ความสมดุลแบบ สมมาตร คือ ความสมดุลแบบทั้ง 2 ด้านซ้าย-ขวาเท่ากัน ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกทั้งซ้ายและขวานั้นเท่ากันเหมือนกับฟ้ากับดิน



ภาพที่ 2.15 ภาพแสดงศิลปะแบบสมมาตร

ที่มา : <http://displaybybe101.blogspot.com/p/display-design.html>

2.4.2.2.2 ความสมดุลแบบ อสมมาตร คือ ความสมดุลแบบทั้ง 2 ด้านไม่เท่ากันและมีรูปทรงหรือรูปแบบที่ต่างกันแต่เมื่อ มองดูแล้วก่อให้เกิดความรู้สึกที่มีความถ่วงดุลกันทำให้รู้สึกเท่ากัน โดยส่วนใหญ่การจัดศิลปะสินค้ามักจะใช้แบบนี้กันเป็นส่วนมาก



ภาพที่ 2.16 ภาพแสดงศิลปะแบบอสมมาตร

ที่มา : <http://displaybybe101.blogspot.com/p/display-design.html>

2.4.2.3 การเน้น (EMPHASIS) คือ การสร้างจุดเด่นหรือเน้นเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ ด้วยวิธีการต่างๆ เช่นการใช้สีตรงกันข้ามกันเพื่อให้เกิดความสะดุดตาหรือใช้ PROP ประกอบการจัดศิลปะจำนวนมากเพื่อให้ดูโดดเด่น และการตั้งกองสินค้าให้ดูใหญ่โตเป็นต้น



ภาพที่ 2.17 ภาพแสดงศิลปะแบบการเน้น

ที่มา : <http://displaybybe101.blogspot.com/p/display-design.html>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2.4 ความกลมกลืน (HARMONY) คือ การสัมพันธ์กันในเรื่องประเภทของสินค้า, เรื่องของสี, การใช้งาน, รูปร่าง, ลักษณะ พื้นผิว เมื่อนำมาประกอบเข้าด้วยกันแล้วดูกลมกลืนและเข้ากันได้ดีไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกแตกแยกจากพวกเดียวกัน



ภาพที่ 2.18 ภาพแสดงดิสเพลย์แบบกลมกลืน

ที่มา : <http://displaybybe101.blogspot.com/p/display-design.html>

2.4.2.5 ความขัดแย้ง (CONTRAST) คือ ความไม่ลงรอยหรือไม่เข้าพวกกันเพื่อเรียกร้องความสนใจ เพื่อให้ดูไม่น่าเบื่อ กับผู้ที่พบเห็นแล้วทำให้เกิดความสนใจหรือข้อสังเกต โดยภาพรวมของการใช้ ความขัดแย้งนั้นถ้าคิดเป็นเปอร์เซ็นต์แล้ว ถ้ามองภาพรวมของการจัดดิสเพลย์เป็น 100% แต่ให้ใช้รูปแบบความขัดแย้งแค่ 20%



ภาพที่ 2.19 ภาพแสดงดิสเพลย์แบบขัดแย้ง

ที่มา : <http://displaybybe101.blogspot.com/p/display-design.html>

2.4.2.6 จังหวะลีลา (RHYTHM) คือ การใช้พื้นที่เพื่อการจัดองค์ประกอบความถี่ห่าง การเว้นช่องไฟของวัตถุหรือสินค้าทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง เพื่อให้เกิดจังหวะที่ดูแล้วไม่น่าเบื่อหรือแน่นจนรู้สึกอึดอัดจนเกินไป ด้วยจังหวะและช่องไฟที่พอดี



ภาพที่ 2.20 ภาพแสดงดิสเพลย์แบบจังหวะลีลา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการค้าและโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างหน้าร้าน ในห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ของ แม็คยีนส์ในสาขาต่างๆ



สาขา ซีคอน บาง

สาขา เซ็นทรัล รัตนาธิเบศร์

สาขา เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน



สาขา เดอะมอลล์ บางกะปิ

สาขา อยุรยาชีตีพาร์ค

สาขา บิ๊กซี ราชดำริ



สาขา เมกาบางนา

ภาพที่ 2.21 ภาพแสดงหน้าร้านในห้างค้าปลีกสมัยใหม่ของ แม็คยีนส์ในสาขาต่างๆ

ที่มา : <http://th.soidb.com/bangkok/store/mcjeans.html>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างศิลปะในต่างประเทศ

รูปแบบการจัด Window display ของห้างแฮร์รอดส์ที่ลอนดอนโดยการจัดแสดงให้เห็นถึงการใช้ชีวิตและแฟชั่นที่ผสมผสานกันโดยให้แบล็กกราวด์ของเมืองใหญ่ ด้วยการทำให้โมเดล 2 มิติของตัวอาคารมาเสริมบรรยากาศของตัวเมืองหรือสัญลักษณ์ของสถานที่ที่สำคัญของเมืองนั้นๆ มาช่วยเชื่อมโยงกับหุ่นที่จัดโชว์ด้วยเสื้อผ้าในรูปแบบต่างๆ ที่สอดคล้องกับตัวอาคารของเมืองใหญ่



ภาพที่ 2.22 ภาพแสดงตัวอย่างศิลปะของห้างแฮร์รอดส์
ที่มา : <http://thewindowdisplayblog.wordpress.com/>

ร้านขายลูกกวาด(The Candy Room)

ร้านขายลูกกวาดที่มีเอกลักษณ์ความเรียบง่ายจนกลายเป็นความโดดเด่น ที่เรียกร้องและดึงดูดความน่าสนใจเป็นอย่างมาก ทั้งตัวสินค้าที่แสดงความโดดเด่นออกมาให้เห็นได้ชัดเจน บนพื้นที่เป็นระนาบสีขาวตัดกับเส้นสายสีดำที่เป็นอารมณ์ของลายการ์ตูนที่มันสอดคล้องกับตัวสินค้าที่เป็นขนม (ลูกกวาด) หรือความเป็นเด็ก ได้เป็นอย่างดีบรรยากาศภายในร้านโดดเด่นด้วยตัวสินค้า การสัญจรภายในร้านเดินเป็นวงกลมทำให้เห็นสินค้าได้ครบถ้วน ตรงกลางร้านมีเกาะกลางสำหรับวางสินค้า ผนังด้านข้างเป็นชั้นวางสินค้าโดยรอบ

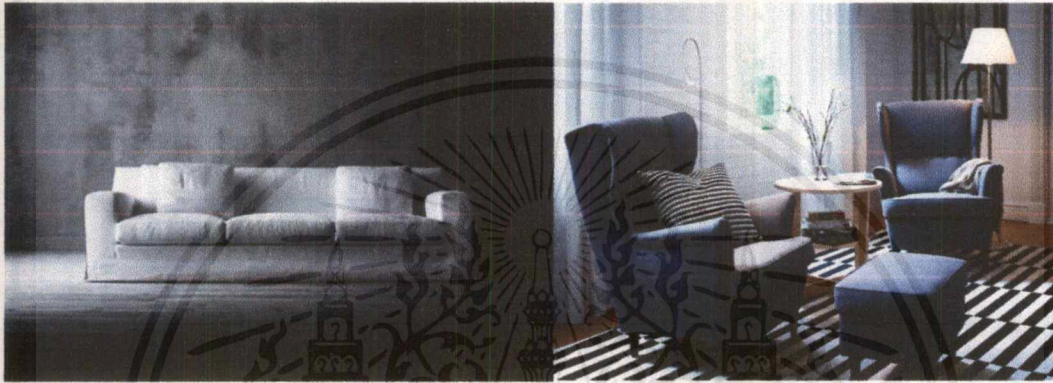


ภาพที่ 2.23 ภาพแสดงศิลปะร้านขายลูกกวาด (The Candy Room)
ที่มา : <http://www.facebook.com/ideathai>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและประเภทของเฟอร์นิเจอร์ประเภทบุ

เฟอร์นิเจอร์ประเภทบุ เฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้มีจุดประสงค์ในการนำเอาวัสดุต่างๆ มาบุกับเฟอร์นิเจอร์คือ เพื่อเพิ่มความนุ่มนวลและทำให้เฟอร์นิเจอร์มีรูปแบบที่แปลกใหม่ โครงสร้างภายในสามารถใช้ได้ทั้งโครงสร้างไม้ โลหะ สปริง แล้วหุ้มด้วยฟองน้ำ โฟมยาง หรือโฟมวิทยาศาสตร์แล้วปิดผิวทับด้วยผ้าหรือหนังชนิดต่างๆ ตัวอย่างเช่น ผ้าบุเนื้อसान ผ้าบุเนื้อลินิน ผ้าบุคอตตอน 100% ผ้าบุคอตตอนเคลือบมัน ผ้ากำมะหยี่ ผ้าหนังกลับเทียม ผ้าพิมพ์ ผ้าปัก ผ้าบุเอาร์ทดอร์ ผ้ากันไฟ หนังเทียม ซึ่งเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้อันได้แก่ เก้าอี้รับแขก เก้าอี้สำนักงาน โซฟา อาร์มแชร์ โดยส่วนใหญ่จะเป็นส่วนประกอบของที่นั่งและพนักพิง เป็นต้น



ภาพที่ 2.24 ภาพแสดงเฟอร์นิเจอร์ประเภทบุ

ที่มา : <http://www.12market.com/product1599304/>

เฟอร์นิเจอร์ที่บุผ้า จะแตกต่างจากเฟอร์นิเจอร์บุหนังตรงที่วัสดุที่ใช้บุคือ ผ้า ซึ่งอาจจะเป็นผ้าฝ้าย ผ้าคอตตอน หรือผ้าไหม โดยเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้เหมาะสำหรับการตกแต่งบ้านในทุกๆรูปแบบ ตั้งแต่สไตล์คันทรี่ไปจนถึงสไตล์โมเดิร์นทันสมัย

โดยจุดเด่นของเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ นอกจากรูปทรงหรือดีไซน์ที่ออกแบบได้หลากหลายแล้ว การเลือกใช้สวดลาย สี และชนิดของผ้ายังเป็นองค์ประกอบหนึ่งของเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ด้วย โดยราคาจะก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก คือ ชนิดของผ้า เนื้อผ้า ไปจนถึงยี่ห้อของผ้า

2.5.1 วิธีการเลือกผ้าบุให้กับเฟอร์นิเจอร์

โดยปกติผ้าบุเฟอร์นิเจอร์นั้นจะมีความแตกต่างกับผ้าที่ใช้สำหรับตัดเสื้อผ้า เนื่องจากผ้าบุนั้นจะต้องมีความคงทนแข็งแรงมากกว่า อาจมีการพันสารเคมีกันเปื้อนและสารกันเนื้อผ้า นอกจากนั้นผ้ายังมีความกว้างที่มากกว่าผ้าสำหรับตัดเสื้อผ้า เพื่อสำหรับเมื่อนำมาหุ้มเฟอร์นิเจอร์ที่มีขนาดใหญ่ เช่น โซฟาจะไม่มีรอยต่อ ตามปกติร้านที่จำหน่ายผ้าบุนั้นจะเป็นร้านที่จำหน่ายผ้าบุเฟอร์นิเจอร์โดยเฉพาะ โดยอาจจะเป็นผ้าทอ ผ้าพิมพ์ ทั้งในประเทศและจากต่างประเทศ ซึ่งอาจจะเป็นทั้งร้านจำหน่ายผ้าบุและผ้ามา販ไปในตัวด้วย โดยผ้าที่นิยมใช้ได้แก่ ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าใยผสมและซาติน

ในการเลือกพิจารณาผ้าควรเลือกให้เหมาะสมกับแบบของเฟอร์นิเจอร์ บางเฟอร์นิเจอร์สามารถใช้ได้กับผ้าหลายชนิด บางชนิดค่อนข้างใช้ผ้าที่เฉพาะเจาะจง เช่น เฟอร์นิเจอร์เด็กควรเลือกผ้าสีอ่อน หรือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีสดใส เป็นต้น เฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบเฉพาะ เช่น เฟอร์นิเจอร์นมพิส จะมีผ้าบุที่มีลวดลายและสีสันทึ่ออกแบบมาโดยเฉพาะ เฟอร์นิเจอร์แบบคันทรี่ อาจเลือกใช้ผ้าฝ้ายลายตาราง หรือผ้าฝ้ายสีพื้น หรือเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในการตกแต่งแบบผสมผสาน อาจเลือกใช้ผ้าบุที่แตกต่างกันกับเฟอร์นิเจอร์ก็ได้ เช่น แก้วทูลุส กับผ้าไหม หรือผ้าซาติน เป็นต้น



ภาพที่ 2.25 ภาพแสดงเฟอร์นิเจอร์ประเภทบุ

ที่มา : <http://www.westelm.com/products/everett-upholstered-loveseat-g809/>

โดยการเลือกสีและลายควรให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม เช่น สีของผ้าม่าน ของพรม หรือเฟอร์นิเจอร์ชนิดอื่นๆ ซึ่งเฟอร์นิเจอร์ชุดเดียวกันอาจใช้สีที่ต่างกันก็ได้ แต่หากเลือกสีของผ้าบุไม่ถูกก็สามารถดูจากสีของผ้าม่านหรือพรม เช่น ผ้าม่านลายทางฟ้า เทา เบงก็เลือกใช้ผ้าบุสีเบจ ไม่ควรเลือกใช้สีฟ้าหรือเทาอีก เพราะจะทำให้สีหน้าหนักของสีในห้องดูเข้มเกินไป

การดูแลรักษาเฟอร์นิเจอร์ ประเภทบุนี้จะต้องดูแลรักษามากกว่าเฟอร์นิเจอร์ประเภทอื่นๆ แม้ว่าข้อดีจะเป็นความนุ่มในการสัมผัส และสีสันทึ่สามารถเลือกหลากหลาย แต่ผ้าก็เป็นวัสดุที่สามารถเปื้อนได้ง่าย เวลาเลือกใช้ควรเลือกแบบที่สามารถกันน้ำได้ และเป็นผ้าที่หนาพอสมควร เพื่ออายุการใช้งานที่ยืนยาวขึ้น

2.5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ในเฟอร์นิเจอร์ประเภทบุ

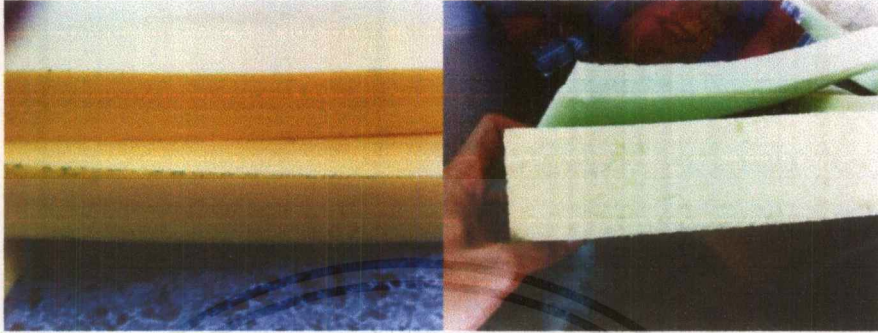
2.5.2.1 ฟองน้ำอัด คือการนำเศษฟองน้ำมาปั่นให้เป็นเม็ดเล็กผสมนํ้ายาทำฟองน้ำและเข้าเครื่องอัด ซึ่งฟองน้ำชนิดนี้จะมี ความแข็งของฟองน้ำมากที่สุดและราคาถูกที่สุด จึงนิยมใช้เป็นฐานล่างสุดของการบุเฟอร์นิเจอร์ มีขนาดความหนาตั้งแต่ 0.5", 1", 1.5" และ 2" ความกว้างตั้งแต่ 1.00 - 1.80 เมตร



ภาพที่ 2.26 ภาพแสดงฟองน้ำประเภทฟองน้ำอัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับคนใช้วงเพื่อตรวจสอบงานเท่านั้น ไม่ควรเอาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2.2 ฟองน้ำวิทยาศาสตร์ จะมีความนุ่มมากกว่าฟองน้ำอัด โดยแบ่งออกตามคุณภาพความนุ่ม-แข็งของฟองน้ำ ตามลำดับดังนี้ ฟองน้ำขาว, ฟองน้ำเหลือง, ฟองน้ำเขียวอ่อน, ฟองน้ำเขียวแก่ และ ฟองน้ำส้ม โดยจะติดเป็นชั้นถัดจากฟองน้ำอัดเพื่อเพิ่มความนุ่มให้กับเฟอร์นิเจอร์ มีขนาดความหนาตั้งแต่ 0.5", 1", 1.5" และ 2"ขนาด 1.25 เมตร x 2 เมตร



ภาพที่ 2.27 ภาพแสดงฟองน้ำฟองน้ำวิทยาศาสตร์

2.5.2.3 แผ่นใยสังเคราะห์ เป็นใยสังเคราะห์อัดแผ่น ราคาขึ้นอยู่กับความหนา แผ่นเส้นใย โดยส่วนใหญ่มักนำมาใช้หุ้มปิดผิวฟองน้ำด้านใน ก่อนหุ้มบุด้วยผ้าเพื่อสำหรับปิดผิวรอยต่อของฟองน้ำที่อาจมียาวไม่พอ ทำให้เวลาสัมผัสภายนอกจะมีความรู้สึกเป็นชั้นเดียวกัน



ภาพที่ 2.28 ภาพแสดงแผ่นใยสังเคราะห์

2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและประเภทของบีนแบ็ค

บีนแบ็ค คือเบาะนั่งประเภทหนึ่งที่ข้างในส่วนใหญ่มีกบบรรจุเม็ดโฟมไว้ฝากใน มีความยืดหยุ่น สามารถเปลี่ยนรูปได้ตามต้องการ ซึ่งมีวัสดุทำผิวหลากหลายชนิด เช่น วัสดุที่ทำจากPVC, ผ้าฝ้าย, ผ้า ไนล่อน ,ซาติน,ขนสัตว์เทียม,ผ้าทวิว,ผ้าแคนวาส หรือวัสดุที่ทำจากผ้ายีนส์ และวัสดุอื่นตามต้องการได้

2.6.1 รูปทรงบีนแบ็คที่มีอยู่ในท้องตลาดมีรูปทรงดังนี้

2.6.1.1 บีนแบ็คทรงหยดน้ำ



ภาพที่ 2.29 ภาพแสดงบีนแบ็คทรงหยดน้ำ

ที่มา : <http://www.target.com.au/c/home/furniture/bean-bags/W237078>

2.6.1.2 บีนแบ็คทรงกลม



ภาพที่ 2.30 ภาพแสดงบีนแบ็คทรงกลม

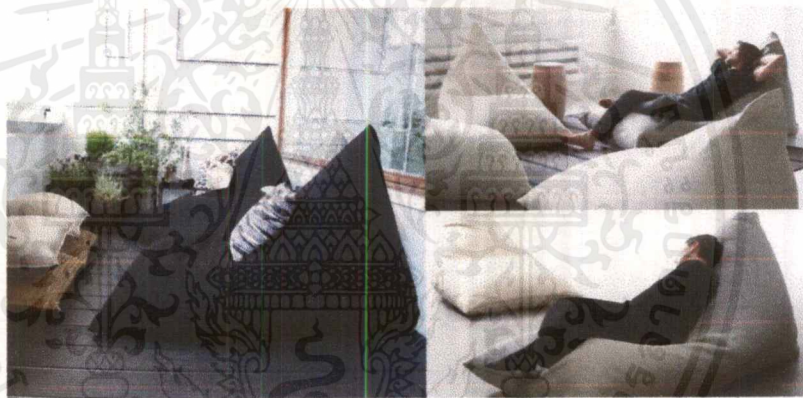
ที่มา : <http://www.gilt.com/brand/majestic-home-goods/product/1012563791>

2.6.1.3 ปีนแบ็คทรงสี่เหลี่ยม



ภาพที่ 2.31 ภาพแสดงป็นแบ็คทรงสี่เหลี่ยม
ที่มา : <http://www.apartmenttherapy.com/>

2.6.1.4 ปีนแบ็คทรงซีส



ภาพที่ 2.32 ภาพแสดงป็นแบ็คทรงซีส
ที่มา : <http://design-milk.com/12-seats-for-maximum-relaxation/>

2.6.1.5 ปีนแบ็คทรงถุง



ภาพที่ 2.33 ภาพแสดงป็นแบ็คทรงถุง

ที่มา : <http://gitapack1.blogspot.com/2012/12/bean-bag-inout-door.html>

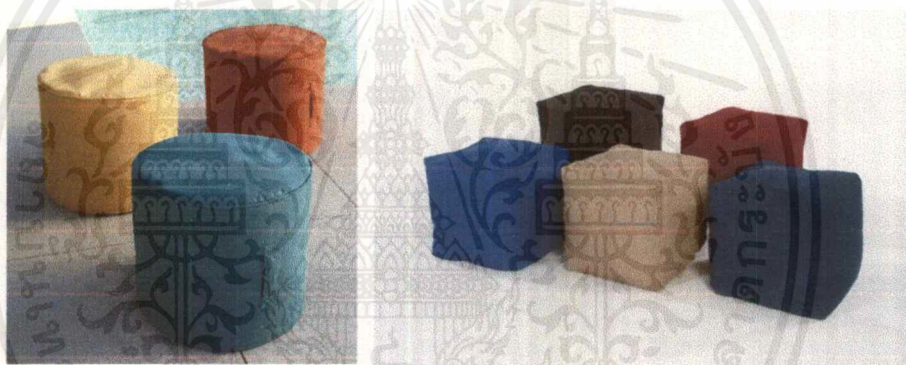
2.6.1.6 ปีนแบ็คทรงโซฟา



ภาพที่ 2.34 ภาพแสดงป็นแบ็คทรงโซฟา

ที่มา : <http://zohecy.besthostingpro.com/9/341.php>

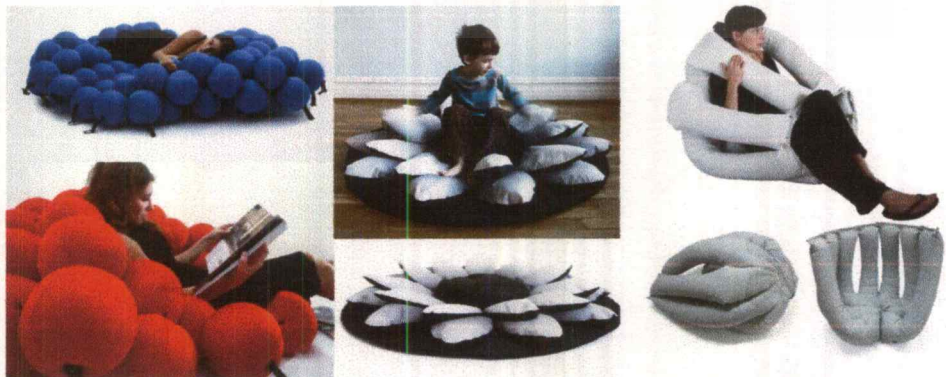
2.6.1.7 ปีนแบ็คทรงสตูล



ภาพที่ 2.35 ภาพแสดงป็นแบ็คทรงสตูล

ที่มา : <http://www.promo-wholesale.com/china/Furniture/8/24-x24-x17--Switch->

2.6.1.8 ปีนแบ็ครูปทรงอื่นๆ



ภาพที่ 2.36 ภาพแสดงป็นแบ็คทรงรูปทรงอื่นๆ

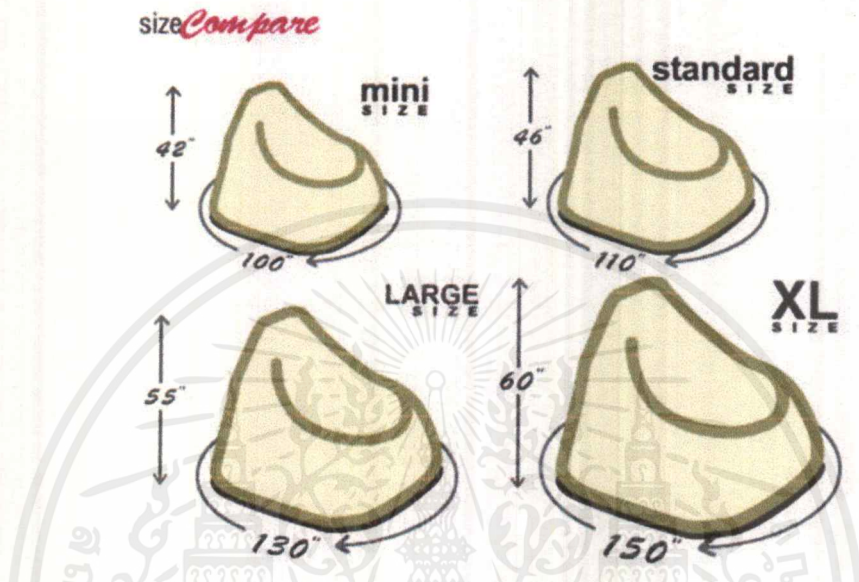
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ที่มา : http://www.oddee.com/item_97346.aspx

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.2 โดยขนาดของปิ่นแบ็คก็มีขนาดดังนี้

- ขนาดไซส์ S: รอบวง 100 นิ้ว เส้นผ่าศูนย์กลาง 80 cm.
 ขนาดไซส์ M: รอบวง 110 นิ้ว เส้นผ่าศูนย์กลาง 88 cm.
 ขนาดไซส์ L: รอบวง 130 นิ้ว เส้นผ่าศูนย์กลาง 104 cm.
 ขนาดไซส์ XL: รอบวง 150 นิ้ว เส้นผ่าศูนย์กลาง 110 cm.



ภาพที่ 2.37 ภาพแสดงขนาดมาตรฐานของปิ่นแบ็ค

ที่มา : <http://th.88db.com/thailand/Bangkok-Area+Chatuchak/Buy-Sell/Furniture/ad->

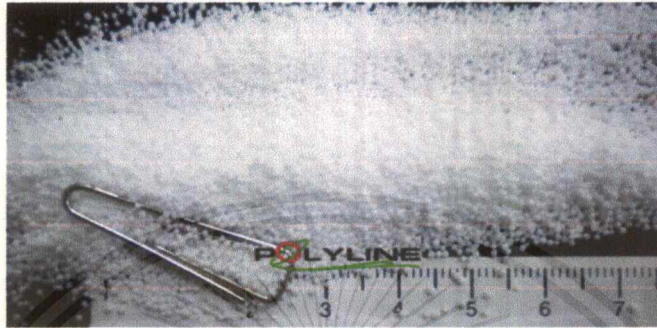


ภาพที่ 2.38 ภาพแสดงการเทียบของคนกับขนาดของปิ่นแบ็ค

ที่มา : <http://www.greatbeanbags.com/size-guide>

2.6.3 ขนาดของเม็ดโฟม

2.6.3.1 เม็ดโฟมเบอร์ 1 เป็นเม็ดเล็กละเอียดหรือบางที่เรียกไมโครบีด(Micro Beads)ความหนาแน่นปานกลาง เหมาะสำหรับทำหมอนรองคอ ตุ๊กตาไซดเล็กถึงไซดกลางให้ความรู้สึกที่แตกต่างหากบรรจุอยู่ในผ้ายัดสามารถใช้เป็นหมอนได้เป็นอย่างดีคือรองรับน้ำหนักและสรีระตามส่วนโค้งเว้าของศีรษะ



ภาพที่ 2.39 ภาพแสดงขนาดของเม็ดโฟมเบอร์ 1

ที่มา : http://www.siambig.com/shop/view.php?id_product=183879&shop=rakmai

2.6.3.2 เม็ดโฟมเบอร์ 2 เป็นเม็ดโฟมที่มีขนาดใหญ่กว่าเม็ดโฟมไมโครบีดขึ้นมาเมื่อนำมาใช้กับหมอนหรือตุ๊กตาจะให้ความรู้สึกที่นิ่มนวลสบายเมื่อได้สัมผัสเหมาะกับหมอนตกแต่งเป็นอย่างมาก



ภาพที่ 2.40 ภาพแสดงขนาดของเม็ดโฟมเบอร์ 2

ที่มา : http://www.siambig.com/shop/view.php?id_product=183880&shop=rakmai

2.6.3.3 เม็ดโพลีเมอร์ 3 เป็นเม็ดขนาดกลางค่อนข้างใหญ่เล็กน้อยคืนตัวได้ดี เมื่อโดนกดทับสามารถรับน้ำหนักได้ดีเหมาะกับงานที่ต้องการความเบาและรองรับน้ำหนักไม่ว่าจะเป็น ตุ๊กตาตัวใหญ่ หมอนประดับตกแต่ง หรือถุงบินแบ็คขนาดต่างๆ ซึ่งทางผู้จัดทำเลือกใช้เม็ดโพลีเมอร์นี้ ในการทำผลิตภัณฑ์ บินแบ็ค(bean bag)



ภาพที่ 2.41 ภาพแสดงขนาดของเม็ดโพลีเมอร์ 3

ที่มา : http://www.siambig.com/shop/view.php?id_product=183896&shop=rakmai

2.6.3.4 เม็ดโพลีเมอร์ 4 เป็นเม็ดโพลีเมอร์ขนาดใหญ่เหมาะอย่างยิ่งสำหรับบรรจุใส่ บินแบ็ครูปทรงต่างๆ มีคุณสมบัติดีในการรองรับน้ำหนักและคงรูปอยู่ได้นาน อีกทั้งยังสามารถรองรับ สรีระและนวดตัวได้เป็นอย่างดีทำให้นั่งแล้วไม่ปวดเมื่อย



ภาพที่ 2.42 ภาพแสดงขนาดของเม็ดโพลีเมอร์ 4

ที่มา : http://www.siambig.com/shop/view.php?id_product=183902&shop=rakmai

2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับการตกแต่งสำเร็จผ้า(Textiles Finishing)

ประเภทการตกแต่งสำเร็จผ้า

การตกแต่งสำเร็จผ้าเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องมาจากกระบวนการฟอกย้อม และตกแต่งสำเร็จ โดยการตกแต่งสำเร็จเป็นการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมคุณสมบัติบางอย่าง ให้กับผลิตภัณฑ์สิ่งทอเพื่อให้สิ่งทอนั้นมีคุณสมบัติการใช้สอยดีขึ้นหรือตรงต่อความต้องการมากขึ้น และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์สิ่งทอ การตกแต่งสำเร็จทำได้หลายวิธี ทั้งใช้เครื่องจักรในการผลิตหรือใช้สารเคมีเข้าช่วย การจำแนกประเภทตามกรรมวิธีการตกแต่งมี 2 ประเภท คือ

2.7.1 การตกแต่งสำเร็จเชิงกล (Mechanical Finishing) เป็นการตกแต่งผ้าโดยใช้เครื่องจักรในการผลิตซึ่งเป็นลักษณะเชิงกล เป็นการตกแต่งสำเร็จที่เปลี่ยนแปลงลักษณะทางกายภาพของผืนผ้า เช่น การขัดมัน การตัดขน การตะกุกขน การทำให้ผ้าหดตัว เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ผ้ามีคุณสมบัติที่ดีขึ้น เช่น เรียบเป็นมันเงา นุ่ม ผิวสัมผัสดีขึ้น

2.7.2 การตกแต่งสำเร็จทางเคมี (Chemical Finishing) เป็นการตกแต่งสำเร็จผ้าด้วยสารละลาย ซึ่งสารตั้งต้นอาจจะมาจากธรรมชาติ หรือสารเคมีสังเคราะห์ขึ้นมา เพื่อช่วยในการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมคุณสมบัติแตกต่างออกไปตามที่ต้องการ เช่น การตกแต่งต้านการยับ การตกแต่งต้านการลามไฟ การตกแต่งสะท้อนน้ำ การตกแต่งด้านแบบที่เรีย การตกแต่งด้านไฟฟ้าสถิต การตกแต่งให้มิกกลิ่นหอม และการตกแต่งให้ผิวสัมผัสนุ่มดีขึ้น เป็นต้น ซึ่งในการตกแต่งด้วยสารละลายส่วนใหญ่จะทำในเครื่องสเต็นเตอร์ (Stenter) ซึ่งสามารถใช้ได้กับผ้าหลากหลายชนิด และโครงสร้างในปัจจุบันมีเครื่องจักรที่พัฒนามารองรับการตกแต่งสำเร็จทางเคมีหลากหลายรูปแบบได้แก่ เครื่องพ่นสเปรย์ เครื่องตกแต่งผ้า add on finishing เพื่อให้ผ้ามีคุณสมบัติ 2 ด้านไม่เหมือนกัน เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถจำแนกตามความคงทนได้ 3 ประเภท ได้แก่

1) การตกแต่งถาวร (Permanent Finishing) การตกแต่งที่คงทนอยู่ตลอดอายุการใช้งานของผ้า หรือวัสดุนั้น สารเคมีที่ใช้ในการตกแต่งมีโอกาสน้อยมากที่จะมีปริมาณลดลงหรือสูญเสีย

2) การตกแต่งคงทน (Durable Finishing) การตกแต่งที่คงทนอยู่เกือบอายุการใช้งานของวัสดุนั้น หรือเป็นการตกแต่งที่มีระยะเวลาจำกัด สารเคมีสามารถสูญเสียได้ตามอายุการใช้งาน

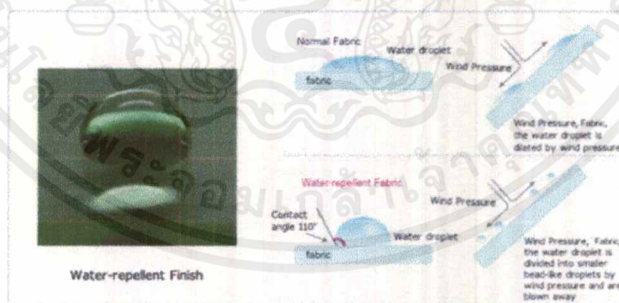
3) การตกแต่งชั่วคราว (Temporary Finishing) การตกแต่งที่คงทนอยู่เพียงการซักล้างหนึ่งหรือมากกว่า หรือการซักแห้งได้ไม่กี่ครั้ง สามารถทำซ้ำได้ เพราะสารเคมีจะถูกกำจัดออกไปได้ง่าย เพียงการซักครั้งเดียว

การตกแต่งบางชนิดสามารถทำให้เกิดการตกแต่งถาวรโดยการนำเอาสมบัติการเป็นเทอร์โมพลาสติกของเส้นใยมาใช้ เมื่อผ้าใยสังเคราะห์ถูกความร้อนจะเซตตัวด้วยความร้อนทำให้มีลักษณะที่ต้องการ เช่น การอัดกระโปรงจีบรอบตัว (Pleat)

การตกแต่งสำเร็จผ้าทางเคมีนั้นสามารถแยกได้ดังนี้

2.7.2.1 การตกแต่งสะท้อนน้ำ การตกแต่งเพื่อให้ผ้ามีคุณสมบัติในการกันน้ำ (Water repellent Finish) ได้นั้น มีการทำมานานแล้วโดยที่ในระยะแรกนั้น ใช้วิธีการเคลือบผ้าด้วยสารที่ไม่มีการดูดซึมน้ำ เช่น พวกซีฟิ่งหรือยางธรรมชาติ ในปัจจุบันมีหลายวิธี ทั้งวิธีทางกายภาพ เช่นการตัดแปรพื้นผิวเส้นใยโดยใช้พลาสมา หรือวิธีทางเคมี เช่น การการเคลือบผิวเส้นใยด้วยสารที่มีคุณสมบัติไม่ชอบน้ำ(Hydrophobic) ได้แก่สารเคมีพวก พาราฟิน แร็กซ์ ซิลิโคนและสารประกอบฟลูออโรคาร์บอน เช่น เทฟลอน (polytetrafluoroethylene) เป็นต้น ในปัจจุบันนี้สารประกอบฟลูออโรคาร์บอนได้รับความนิยมในการนำมาตกแต่งสะท้อนน้ำบนสิ่งทอ เนื่องจากให้มุมสัมผัส (contact angle) ของน้ำมีค่ามากที่สุด โดยที่วัสดุนั้นจะไม่เปียกน้ำ โดยทั่วไปผ้าที่เคลือบด้วยสารฟลูออโรคาร์บอนจะมีค่ามุมสัมผัสของน้ำอยู่ระหว่าง $120^{\circ} - 140^{\circ}$ แต่สารฟลูออโรคาร์บอนมีการปลดปล่อยสารพิษที่ก่อให้เกิดการระคายเคืองผิวหนังและไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ในปัจจุบันจึงมีการปรับปรุงพื้นผิวสัมผัสของผ้าให้มีมุมสัมผัสของน้ำมากกว่า 120° โดยไม่ใช้สารเคลือบผิวฟลูออโรคาร์บอน โดยใช้หลักการทางด้านนาโนเทคโนโลยีมาปรับปรุงพื้นผิวสิ่งทอที่สามารถเลียนแบบการกลิ้งของน้ำบนใบบัว (Lotus effect) ทำให้สิ่งทอไม่เปียกน้ำและมีคุณสมบัติทำความสะอาดตนเองได้ (self cleaning) โดยหลักการ คือทำให้พื้นผิวสัมผัสของเส้นใยเกิดความขรุขระขึ้น โดยการนำอนุภาคระดับนาโนเมตรมาอัดลงในช่องว่างเล็กๆบนผิวของเส้นใย จากนั้น จุ่มอัดสารเคลือบประเภทไขมันหรือสารที่มีคุณสมบัติไม่ชอบน้ำเพื่อหุ้มอนุภาคนาโนไว้ ทำให้อนุภาคนาโนมีผิวที่ไม่ชอบน้ำคล้ายกับเส้นใยนาโน ตัวอย่างอนุภาคนาโนที่ใช้ได้แก่ ซิลิกอนไดออกไซด์ (SiO_2) ที่มีขนาด 10 - 15 นาโนเมตร



ภาพที่ 2.43 ภาพแสดงการทดสอบเปรียบเทียบผ้าธรรมดากับผ้าที่ผ่านการตกแต่งสำเร็จสะท้อนน้ำ
ที่มา : http://www.thaitextile.org/tdc/?page_id=541

สารห่อหุ้มอนุภาคได้แก่ สารในกลุ่มออร์แกโนซิลเลน (organosilane) สารออร์แกโนซิลเลน (organosilane) จะเกิดปฏิกิริยา โซล-เจล (Sol-gel) ขึ้นรอบๆผิวของอนุภาคซิลิกา ทำให้อนุภาคซิลิกาไม่ชอบน้ำ ทำให้ผิวของผ้ามีความขรุขระมากขึ้น เป็นเหตุให้ผิวผ้ามีพลังงานต่ำลงกว่าเดิมมาก ส่งผลให้มุมสัมผัสของน้ำมากขึ้น มากกว่าการเคลือบผิวด้านสารสะท้อนน้ำทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลไกการสะท้อนน้ำ (Mechanisms of repellency) กระบวนการสะท้อนน้ำ เนื่องมาจากความสัมพันธ์ของค่าแรงตึงผิววิกฤต (Critical Surface Tension) ของผ้าและของเหลว โดยมีค่าแรงตึงผิววิกฤตของผ้ามีค่าน้อยกว่าแรงตึงผิววิกฤตของของเหลว โดยของเหลวจะไม่ซึมเข้า โดยจะเกิดสมบัติ water repellent ขึ้น เพราะฉะนั้นแล้วการทำ water/oil repellent จะต้องทำให้ของแข็งมีค่าแรงตึงผิววิกฤตลดลงต่ำกว่าค่าแรงตึงผิววิกฤตของของเหลวตั้งรูป

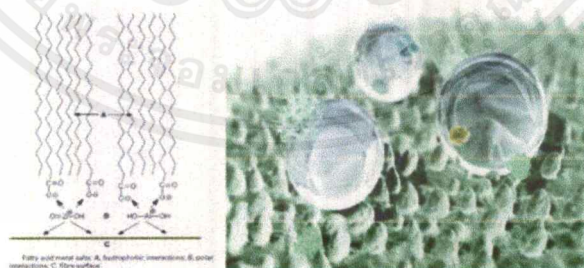
(ค่าแรงตึงผิววิกฤตผ้า > ค่าแรงตึงผิววิกฤตของของเหลว = ผ้าเปียก, ค่าแรงตึงผิววิกฤตผ้า < ค่าแรงตึงผิววิกฤตของของเหลว = ผ้าสะท้อนน้ำ)

การที่จะทำให้ผ้ามีคุณสมบัติสะท้อนน้ำทำได้หลายวิธีได้แก่

1. การลดแรงตึงผิว ซึ่งเป็นกลไกระหว่างสารสะท้อนน้ำที่อยู่ในผ้ากับผิวผ้า
2. การเกิดปฏิกิริยาเคมีของสารสะท้อนน้ำกับผิวของเส้นใย
3. การสารสะท้อนน้ำโดยการเคลือบฟิล์มบางๆ บนผิวเส้นใย เป็นต้น

สารสะท้อนน้ำที่ใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอที่ใช้กันมีหลายประเภท เช่น paraffin wax , metallic salt , fatty acid, stearamidemethyl pyridinium chloride, pyridinium chloride, silicone, Fluorocarbon-based repellents, N-methyl Stearomide เป็นต้น ทางทีมงานได้รวบรวมประเภทของสารสะท้อนน้ำที่นิยมใช้กัน ซึ่งได้แก่

1. สารสะท้อนน้ำประเภท Paraffin, wax เป็นสารสะท้อนน้ำที่ใช้กันในยุคแรกๆ นะคะ ส่วนใหญ่จะเป็นกรดไขมัน (ส่วนใหญ่จะเป็นกรด stearic acid) ที่มีส่วนประกอบของ aluminium หรือ zirconium สารสะท้อนน้ำนี้จะไปทำปฏิกิริยากับเส้นใยทำให้มีสมบัติสะท้อนน้ำขึ้น แต่สารกลุ่มนี้จะไปเพิ่มการติดไฟของผ้าได้ แต่ปัจจุบันสารกลุ่มนี้ไม่นิยมนำมาใช้ในสิ่งทอแล้ว

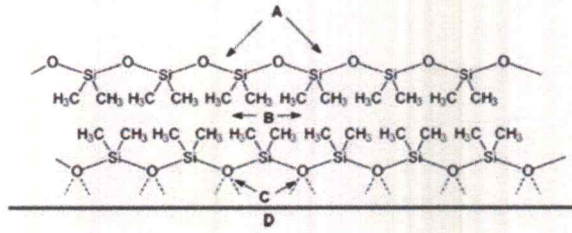


ภาพที่ 2.44 ภาพแสดงโครงสร้างทางเคมีและลักษณะการสะท้อนน้ำของสารสะท้อนน้ำประเภท Paraffin, wax

ที่มา : http://www.thaitextile.org/tdc/?page_id=609

2. สารสะท้อนน้ำ Silicone เป็นสารพวก Polydimethylsiloxane ลักษณะการสะท้อนน้ำนั้นคือสารชนิดนี้จะมาสร้างชั้นที่ไม่ชอบน้ำ (Hydrophobic layer) รอบๆ เส้นใย โดยโครงสร้างของ Polydimethylsiloxane จะยึดติดกับเส้นใยด้วยพันธะไฮโดรเจน และจะแสดงสมบัติไม่ชอบน้ำ (Hydrophobic) บนผิวของเส้นใย สารในกลุ่มนี้นิยมใช้กันค่อนข้างมากในปัจจุบัน

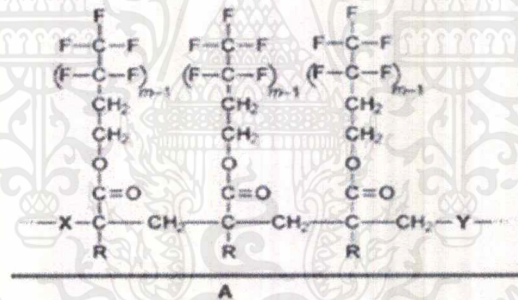
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.45 ภาพแสดงโครงสร้างทางเคมีของสารสะท้อนน้ำ Silicone
ที่มา : http://www.thaitextile.org/tdc/?page_id=609

ข้อดี - ข้อเสียของการใช้สารสะท้อนน้ำ Silicone

1. ทำให้มีความคงทนต่อการซัก (มีความคงทนกว่าพวก wax แต่น้อยกว่า fluorochemical)
 2. มีราคาแพงกว่า wax แต่น้อยกว่า fluorochemical
 3. ทนต่อการเปียกของน้ำ แต่ไม่ทนต่อการเปียกของน้ำมัน
 4. ผิวสัมผัสนุ่มและยืดหยุ่นได้ดี
3. Fluorocarbon-based repellents (FC) สารสะท้อนน้ำชนิดนี้จะมีประสิทธิภาพดีที่สุดในบรรดาสารสะท้อนน้ำที่ใช้กัน โดย FC นี้เมื่อตกแต่งสำเร็จลงบนผ้าแล้ว จะมีการก่อรูป CF₃ คลุมบริเวณพื้นผิวเส้นใยด้านนอก ซึ่งจะให้ประสิทธิภาพการสะท้อนน้ำดีมาก



ภาพที่ 2.46 ภาพแสดงโครงสร้างทางเคมีของสารสะท้อนน้ำ Fluorocarbon-based repellents (FC)

ที่มา : http://www.thaitextile.org/tdc/?page_id=609

สำหรับผ้าสะท้อนน้ำนั้นนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ เช่น

ผ้าที่ผ่านการตกแต่งสะท้อนน้ำนั้น เมื่อเราหยดน้ำลงไป แล้วน้ำจะกลิ้งบนผิวผ้าเหมือนกับ น้ำกลิ้งบนใบบัว ปัจจุบันมีการนำไปตกแต่งสำเร็จผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้มีคุณสมบัติสะท้อนน้ำเพื่อประโยชน์ใช้สอยมากมาย เช่น ผ้าปูโต๊ะ, รมกันฝน, ถุงผ้าสะท้อนน้ำ, กระจาปใส่ไนต์บู้ค, ผ้าคลุมรถ, เสื้อแจ็คเก็ตที่ใสในเมืองหนาว เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยมีขั้นตอนการตกแต่งสำเร็จผ้าดังนี้

1. ชั่งสารเคมีกักน้ำปริมาณ 20-50 กรัม/ลิตร คนให้เข้ากัน
2. นำผ้าขึ้นตัวอย่าง จุ่มลงในสารเคมีที่เตรียมไว้ (ให้ผ้าเปียกทั่วกันทั้งผืน)แล้วบีบน้ำเคมีออกจากผ้าให้ผ้าเปียกหมาดๆ
3. นำผ้าที่ได้ (ผ้าเปียกหมาดๆ) อบแห้ง โดยระยะเวลาอาจขึ้นอยู่กับความหนาของผ้าหรือใช้เตารีดรีดให้ผ้าแห้ง

Step1 Drying ที่ 120°C เวลา 1-3 นาที

Step2 Curing ที่ 150-170 °C เวลา 30-45 วินาที

ซึ่งทางศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ จำหน่ายสารสะท้อนน้ำในราคากิโลกรัมละ 800 บาท

2.7.2.2 การตกแต่งผ้าให้นุ่ม

การตกแต่งให้นุ่ม (Soft finish) เป็นการตกแต่งสำเร็จให้ผ้ามีผิวสัมผัสนุ่ม น่าสัมผัส เหมาะกับการใช้งานกับผ้าที่ต้องสัมผัสกับผิวของผู้ใช้ เช่น เสื้อผ้า ชุดกีฬา เป็นต้น สารที่ใช้ในการตกแต่งให้นุ่มมีหลายประเภท แต่ในปัจจุบันที่นิยมใช้จะเป็นสารสังเคราะห์พวกซิลิโคน (Silicone) และ สารฟลูออโรเรซิน เป็นต้น โดยมีสารตกแต่งผ้าให้นุ่ม ดังนี้

2.7.2.2.1 สารปรับนุ่มที่มีประจุบวก

ข้อดี ของสารตกแต่งผ้านุ่มแบบประจุบวก ได้แก่ ให้ความนุ่มดีมาก,สามารถทำได้ทั้งกระบวนการ Exhaustion และกระบวนการ Padding ได้, ช่วยในการปรับปรุงการเกิดไฟฟ้าสถิตย์, และราคาไม่แพง

ข้อเสีย สารตกแต่งผ้านุ่มแบบประจุบวก ได้แก่ อาจทำให้เฉดสีเปลี่ยน,และ cationic softener บางตัวอาจทำให้ผ้าซีมน้ำได้ไม่ดี, ทำให้เกิดการเหลืองของผ้า (Phenolic yellowing) เมื่อผ้าอยู่ภายใต้อุณหภูมิสูงนานๆ และอาจจะทำให้ความคงทนต่อแสงของสีเดเร็กซ์และสีรีแอคทีฟลดลง

2.7.2.2.2 สารปรับนุ่มแบบไม่มีประจุ

ข้อดีของสารตกแต่งผ้า Ethoxylated non-ionic softeners ได้แก่ ไม่ทำให้ผ้าเหลือง และสามารถใช้ร่วมกับสารเคมีตกแต่งประเภทอื่นได้ดี โดยไม่ทำให้เกิดการตกตะกอน

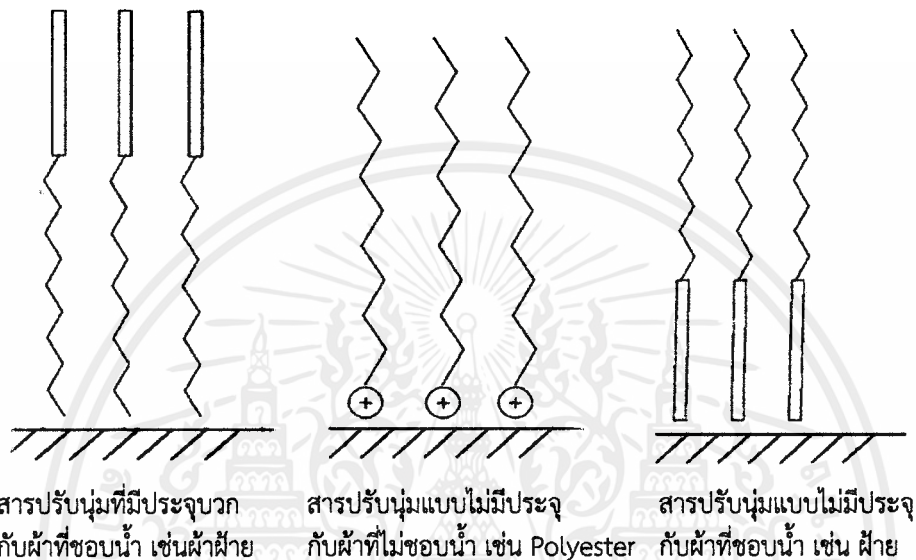
ข้อเสียสารตกแต่งผ้า Ethoxylated non-ionic softeners ได้แก่ ไม่ทนการซัก ผ้าที่ผ่านการตกแต่งจะซีมน้ำไม่ดี และใช้วิธีการตกแต่งในระบบ exhaustion ให้ผลที่ไม่ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8.2.2.3 สารปรับนุ่มแบบไม่มีประจุกับผ้าที่ชอบน้ำ

ข้อดีของสารตกแต่ง้านุ่มแบบSilicone softenerได้แก่ ความนุ่มและนุ่มลื่นที่สูงมาก ให้สัมผัสที่ยืดหยุ่น สามารถลดปัญหาการเกิดรอยขีดข่วนกับผ้าและการฉีกขาดบนผ้าได้เป็นอย่างดี ตัวสารเองมีความคงทนต่ออุณหภูมิที่สูงได้ดี และสามารถทำได้ทั้งกระบวนการ Exhaustion ได้

ข้อเสียสารตกแต่ง้านุ่มแบบไม่มีประจุและpolyethylene ได้แก่ อาจทำให้เกิดปัญหามลพิษในอากาศเสียจากกระบวนการตกแต่ง้านุ่ม ผ้าที่ผ่านการตกแต่ง้านุ่มบางชนิดจะซึมน้ำไม่ดี



ภาพที่ 2.47 ภาพแสดงกลไกการทำงานของสารตกแต่ง้านุ่ม
ที่มา : ศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

โดยมีขั้นตอนการตกแต่ง้านุ่มสำเร็จผ้าดังนี้

1. ชั่งสารเคมีปรับให้ผ้านุ่มจำนวน 20-50 กรัม ละลายในน้ำ 1 ลิตร แล้วปรับค่า กรด-ด่าง ให้ได้ประมาณ 4.5 – 5 (ด้วยกรดมะนาว) คนให้เข้ากัน
2. นำผ้าชิ้นตัวอย่าง จุ่มลงในสารเคมีที่เตรียมไว้ (ให้ผ้าเปียกทั่วกันทั้งผืน)แล้วบีบน้ำเคมีออกจากผ้า ให้ผ้าเปียกหมาดๆ
3. นำผ้าที่ได้ (ผ้าเปียกหมาดๆ) อบแห้ง โดยระยะเวลาอาจขึ้นอยู่กับความหนาของผ้า หรือใช้เตารีดรีดให้ผ้าแห้ง Drying ที่ 100 -140°C เวลา 1-5 นาที

ซึ่งทางศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ จำหน่ายสารตกแต่ง้านุ่มในราคา กิโลกรัมละ 100-150 บาท

2.7.2.3 การตกแต่งเพื่อต้านแบคทีเรีย (Anti-bacteria Finishes) สารที่ใช้

ในการตกแต่งด้านแบคทีเรียในปัจจุบันมีทั้งสารธรรมชาติ เช่น โคโคซาน และสารสังเคราะห์ได้แก่ นาโนซิงค์ออกไซด์ ซิลเวอร์ออกไซด์ เป็นต้น การตกแต่งนี้จะไปยับยั้งการเพิ่มจำนวน และการเจริญของแบคทีเรียหลายชนิดซึ่งเป็นอันตรายต่อร่างกาย และก่อให้เกิดผลข้างเคียงได้แก่ เกิดอาการคัน กลิ่นเหม็น เป็นต้น

โดยแบคทีเรียที่เป็นอันตรายต่อร่างกายมีหลากหลาย ซึ่งแบคทีเรียที่นำมาทดสอบกับผ้าที่ตกแต่งสารต้านแบคทีเรียที่สำคัญๆได้แก่

แบคทีเรีย	มาตรฐานที่ทดสอบ	รายละเอียด
1. แบคทีเรียชนิดแกรมบวก (Staphylococcus aureus)	AATCC 6538	S. aureus เจริญเติบโตได้ดีในอาหารเลี้ยงเชื้อทั่วไป เช่น Nutrient agar, Trypticase soy agar อุณหภูมิเหมาะสมในการเจริญเติบโต คือ 25-35 °C จัดว่าเป็นแบคทีเรียที่ทนความร้อน แสงแดด ความแห้ง รวมทั้งอุณหภูมิสูงหรือต่ำได้ดี และยังทนสารเคมีบางชนิดได้
2. แบคทีเรียแกรมลบ (Klebsiella pneumonia)	AATCC 4352	เป็นเชื้อประจำถิ่นใน ปาก ลำไส้ และ ผิวหนัง รูปร่างเป็นแท่งสามารถหมักน้ำตาลแลคโตสได้เป็นแบคทีเรียชนิด facultative anaerobic เป็นเชื้อที่ไม่เคลื่อนที่และยังสามารถสร้างแคปซูลได้ เชื้อนี้จัดเป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้เกิดอาการปอดบวม นอกจากนี้ยังเกิดการติดเชื้อในอวัยวะส่วนอื่นนอกจากทางเดินหายใจได้ เช่น เยื่ออ่อนในช่องปาก ผิวหนัง ลำไส้ เชื้อชนิดนี้สามารถเจริญเติบโตได้ดีที่อุณหภูมิตั้งแต่ 12-43 °C สามารถทนความแห้งได้เป็นเวลาหลายเดือน
3. แบคทีเรียแกรมลบ (Escherichiacoli)	AATCC11229, AATCC25922	E. coil มีหลาย serotypes และหลาย diotypes ส่วนใหญ่เคลื่อนที่ได้บางสายพันธุ์มีแคปซูล เชื้อสามารถทนต่อสภาวะแวดล้อมได้ดี เช่น มีชีวิตอยู่ตามเสื้อผ้าแห้งและฝุ่นละอองได้หลายวัน อยู่ในน้ำได้หลายสัปดาห์ แต่ถูกทำลายเมื่อต้มทำลายเมื่อต้มที่อุณหภูมิ 60 องศา นาน 30 นาที ทำให้เกิดโรคในคนคือ โรคอุจจาระร่วงพบมากในเด็ก

ตารางที่ 2.4 ตารางแสดงแบคทีเรียที่นำมาทดสอบกับผ้าที่ตกแต่งสารต้านแบคทีเรีย

ที่มา : http://www.textileknowledge.com/?page_id=265

สารต้านแบคทีเรีย คือ สารที่ทำลายหรือยับยั้งการเติบโตหรือการแพร่พันธุ์ของเชื้อแบคทีเรีย โดยสารต้านแบคทีเรียจะเข้าไปทำลายหรือยับยั้งการทำงานของโปรตีนภายในเซลล์แบคทีเรียทำให้เกิดความเสียหายต่อผนังเซลล์และเยื่อหุ้มเซลล์หรือต่อสารพันธุกรรมที่เรียกว่า DNA (Deoxyribonucleic Acid) มีผลทำให้แบคทีเรียไม่สามารถแบ่งเซลล์ได้และทำให้เซลล์ตายในที่สุด ดังนั้นเมื่อเราใช้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่มีสารต้านแบคทีเรียก็จะสามารถลดปัญหากลิ่นอับชื้นในผลิตภัณฑ์หรือจุดต่างด้าบนเส้นใยได้

2.7.2.3.1 กลไกการทำงานของสารต้านแบคทีเรีย

สารต้านแบคทีเรีย เช่น ผลึกของซิลเวอร์นาโนหรืออนุภาคเงินขนาดจิ๋ว, ผลึกของซิงค์ออกไซด์ ซึ่งเป็นอนุภาคขนาดเล็กมากสามารถเข้าไปสัมผัสกับเชื้อแบคทีเรียได้อย่างทั่วถึงเป็นผลให้เกิดปฏิกิริยาตอบโต้กับโปรตีน ในเชื้อแบคทีเรียซึ่งจะส่งผลให้ ระบบเมทาโบลิซึมในเซลล์ของเชื้อแบคทีเรียมีการยับยั้งการเจริญเติบโต นอกจากนี้สารต้านแบคทีเรียยังทำลายระบบหายใจ ระบบขนย้ายอิเล็กตรอนในกระบวนการเมทาโบลิซึม และระบบขนย้ายซัสเตรทในเยื่อหุ้มเซลล์ ยิ่งไปกว่านั้น ยังยับยั้งการเพิ่มจำนวน จึงทำให้วัสดุสิ่งทอที่ได้มีคุณสมบัติในด้านการต้านการติดเชื้อ , ไม่มีกลิ่นเหม็น, ลดอาการคัน และการเกิดแผลที่เกิดจากการติดเชื้อของแบคทีเรีย

โดยในปัจจุบันได้มีการพัฒนาให้สิ่งทอมีคุณสมบัติในการกำจัดหรือยับยั้งแบคทีเรีย (Antimicrobial) โดยที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิตที่ถูกแบคทีเรียนั้นรุกราน สาร Antimicrobial มีอยู่หลายชนิด ซึ่งแต่ละชนิดจะมีข้อดีข้อเสียและความเหมาะสมกับวัสดุสิ่งทอแตกต่างกัน ตัวอย่างสารต้านแบคทีเรีย ที่นิยมนำมาใช้ได้แก่

1. นาโนซิงค์ออกไซด์ (ZnO nano particle) ซิงค์ออกไซด์เป็นสารประกอบที่ไม่ละลายน้ำ แต่ละลายได้ในสารละลายกรดและเบส มีลักษณะเป็นผงสีขาว มีสมบัติในการต้านแบคทีเรียและป้องกันรังสียูวี
2. นาโนไทเทเนียมไดออกไซด์ (TiO₂ nano particle) ไทเทเนียมไดออกไซด์สามารถเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาแบบใช้แสง เมื่อถูกกระตุ้นด้วยแสงที่มีพลังงานที่เหมาะสม (ความยาวคลื่นสั้นกว่า 385 นาโนเมตร) จะทำให้อิเล็กตรอนในไทเทเนียมไดออกไซด์สามารถกำจัดสารอินทรีย์หรือเชื้อโรคที่เกาะอยู่บนอนุภาคได้ อนุภาคไทเทเนียมไดออกไซด์ที่มีขนาดเล็กนั้นไม่พบว่าเป็นพิษต่อเซลล์ ภายใต้ทั้งสภาวะที่มีแสงหรือไม่มีแสงก็ตาม
3. นาโนซิลเวอร์ (Ag nano particle) เป็นเทคโนโลยีที่ทำให้เงินเป็นอนุภาคเล็กๆระดับนาโน เพื่อสามารถแทรกลงไปบนเนื้อผ้า เมื่ออากาศเกิดความชื้น ซิลเวอร์ไอออนจะถูกปล่อยออกมาเกิดกลไกการยับยั้งการเจริญของเชื้อจุลินทรีย์ โดย ซิลเวอร์นาโนนั้นจะมีปฏิกิริยาตอบโต้อย่างมากกับโปรตีน ซึ่งจุลินทรีย์มีองค์ประกอบของโปรตีนเป็นองค์ประกอบหลัก รวมทั้งยับยั้งการเพิ่มจำนวนและการเจริญของจุลินทรีย์ที่เป็นสาเหตุของการติดเชื้อ , กลิ่น, อาการคัน และการเกิดแผล และสารต้านแบคทีเรียชนิดอื่นๆเช่น สาร PHMB poly(hexamethylenebiguanide) , สาร Triclosan, สาร Quat Silane เป็นต้น

หัวข้อ	นาโนซิงค์ออกไซด์ ZnO nano particle	นาโนไทเทเนียม ไดออกไซด์ TiO ₂ nano particle	นาโนซิลเวอร์ Ag nano particle
การยับยั้งเชื้อ	ไม่ใช้แสง	ต้องใช้แสง (380 nm)	ไม่ใช้แสง
UV Filter	UV A, UV B	UV A, UV B	N/A
ราคา	ปานกลาง	ปานกลาง	สูง
ขนาดอนุภาค	23 nm.	40-60 nm.	40-60 nm.
ความเป็นพิษ	เป็นสารที่ร่างกายต้องการ ช่วยในการเจริญเติบโต , พัฒนาเซลล์สมอง และสตรีให้นมบุตร	ไม่เป็นพิษ	ไม่เป็นพิษ
สิ่งทอนาโน	ใช้ทำสิ่งทอสีขาวได้	ใช้ทำสิ่งทอสีขาวได้	ใช้ทำสิ่งทอสีขาวไม่ได้

ตารางที่ 2.5 ตารางเปรียบเทียบสารต้านแบคทีเรีย นาโนซิงค์ออกไซด์
นาโนไทเทเนียมไดออกไซด์ และนาโนซิลเวอร์
ที่มา : http://www.textileknowledge.com/?page_id=265

เทคโนโลยีนาโนในปัจจุบัน สามารถทำให้อนุภาคของสารมีขนาดเล็กในระดับนาโนเมตร เป็นการเพิ่มพื้นที่ผิวของสารทำให้ประสิทธิภาพการทำงานของสารดีขึ้นและทำให้สารสามารถแทรกเข้าไปอยู่ในเส้นใยได้มากขึ้น

โดยมีขั้นตอนการตกแต่งสำเร็จผ้าดังนี้

1. ชั่งเคมีดำนแบคทีเรีย จำนวน 20-50 กรัม ละลายในน้ำ 1 ลิตร แล้วปรับค่า กรด-ด่าง ให้ได้ ประมาณ 4.5 – 5 (ด้วยกรดมะนาว) คนให้เข้ากัน
2. นำผ้าชิ้นตัวอย่าง จุ่มลงในสารเคมีที่เตรียมไว้ (ให้ผ้าเปียกทั่วกันทั้งผืน)แล้วบีบน้ำเคมีออกจากผ้า ให้ผ้าเปียกหมาดๆ
3. นำผ้าที่ได้ (ผ้าเปียกหมาดๆ) อบแห้ง โดยระยะเวลาอาจขึ้นอยู่กับความหนาของผ้า หรือใช้เตารีด รีดให้ผ้าแห้ง Drying ที่ 80-140 เวลา 1-5 นาที

ซึ่งทางศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ จำหน่ายสารตกแต่งดำนแบคทีเรียในราคา ลิตรละ 850 บาท



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8 ข้อมูลเกี่ยวกับการต่อผ้า(Patchwork)

Patchworkคือการนำผ้ามาตัดเป็นรูปร่างต่างๆที่เราต้องการตามรูปทรงเรขาคณิต แล้วนำมาเย็บต่อกัน โดยเย็บมือหรือจักร จนเป็นลวดลายสวยงาม โดยการต่อผ้ามีหลายวิธี เช่น

Traditional patchwork คือการต่อผ้าแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นการนำผ้ามาเย็บต่อกันให้เป็นรูปสี่เหลี่ยมและนำมาต่อกันจนเป็นผ้าผืนใหญ่

Cutting paper and fabric patches คือ การตัดผ้าตามแบบเพื่อนำมาซอยติดกับผ้าให้เป็นลวดลายที่สวยงามแปลกตา และสามารถประยุกต์ได้หลายหลายรูปแบบ

Logcabin คือ การนำผ้าชิ้นสี่เหลี่ยมเล็กๆ มาเย็บวนรอบๆโดยเลือกสีเส้นที่สวยงามนำมาเย็บต่อกันจนเป็นช่อง หรือ บล็อก



ภาพที่ 2.48 ภาพแสดงผลิตรภัณฑ์ที่ใช้วิธีการต่อผ้า

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/465418942716513406-7/>

2.9 การฟอกยีนส์ด้วยหิน(stone wash)

stone wash คือการฟอกด้วยหิน (หินชนิดหนึ่งที่มีน้ำหนักเบา) การฟอกแบบนี้ทำให้ผ้าที่ถูกฟอกไม่สม่ำเสมอ แล้วยังสามารถทำให้ซิดเป็นเฉพาะจุดได้ โดยการเอาหินมาขัดตามตำแหน่งที่ต้องการ เช่นที่หัวเข่า หน้าขา หรือแขนเสื้อ jacket โดยการขัดด้วยมืออีกครั้ง เช่นกัน ควรใส่ soft tenner ด้วย น้ำหนักผ้าที่เหมาะสมกับการฟอก stone wash คือตั้งแต่ 8-14 oz. ส่วนตัว 6 oz. หากฟอกด้วยวิธีนี้อาจทำให้ผ้าขาดเป็นรูได้ ฟอกได้ทั้งสีอ่อนและสีเข้ม

สืวายส์ สเตราส์ แอนด์ โคโดนัลด์ ฟรีแลนด, พนักงาน บริษัท การ์เมนท์ คิคคัน

"หินซักผ้า" ยีนส์ในปี 1950 ประดิษฐ์ Claude Blankiet ได้รับเครดิตกับการคิดค้นเทคนิคในปี

กางเกงยีนส์ stonewashed เป็นเทรนด์แฟชั่นที่นิยมปี 1970 ก่อนที่จะเป็นผ้ายีนส์สำเร็จรูปในเชิงพาณิชย์ในปี 1980



ภาพที่ 2.49 ภาพแสดงเครื่องฟอกยีนส์ด้วยหิน(stone wash)

ที่มา : <https://rxvl.wordpress.com/2010/07/>



ภาพที่ 2.50 ภาพแสดงขณะฟอกยีนส์ด้วยการด้วยหิน(stone wash)

ที่มา : <http://www.vnjeans.com/giat-da-giat-enzyme/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

การออกแบบในขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบ เป็นการนำข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับการต่อผ้า(Patchwork) รวมถึงศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่น่าสนใจ และความเป็นไปได้การใช้ริมผ้ายีนส์สำหรับนำไปใช้ในการออกแบบและนำมาทดลองสร้างลวดลาย โดยคำนึงถึงความเหมาะสมในการผลิตและลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์

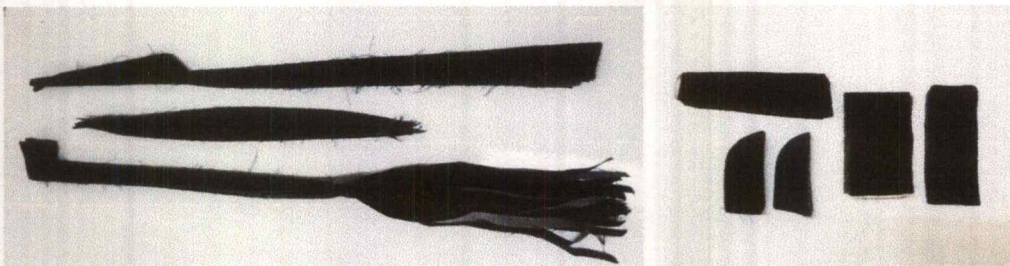
3.1 การคัดเลือกวัสดุ

การเลือกวัสดุควรเลือกวัสดุตั้งแต่บริษัทเพราะการตัดแต่ละครั้งจะได้ความหนาของริมผ้ายีนส์ไม่เท่ากัน ริมผ้ายีนส์ที่เลือกใช้ส่วนใหญ่จะเลือกใช้ยีนส์ที่เข้มซึ่งเป็นสีผ้ายีนส์ที่ผลิตมากที่สุด在公司 และเลือกที่มีความกว้างของเศษริมผ้ายีนส์ของตั้งแต่ 2.5 ซม. ถึง 3.5 ซม. ลักษณะของขนริมผ้ายีนส์ยาวประมาณ 0.5 ซม. ความหนาของผ้าตั้งแต่ 12-14 ออนซ์



ภาพที่ 3.1 ภาพแสดงริมผ้ายีนส์ที่คัดเลือกสำหรับนำมาทำการออกแบบ

วัสดุเหลือทิ้งที่เป็นเศษผ้าและผ้าชิ้น ที่เหลือจากการตัดแพทเทิร์นกางเกงยีนส์คัดเลือกตามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ โดยคัดเลือกที่ความกว้างตั้งแต่ 5 ซม. ขึ้นไป สำหรับนำไปทำการตัดต่อผ้า(Patchwork) โดยเลือกสีผ้ายีนส์หลากหลายตั้งสีอ่อนไปจนถึงสีเข้ม ตามรอบการผลิตของบริษัทในขณะนั้น

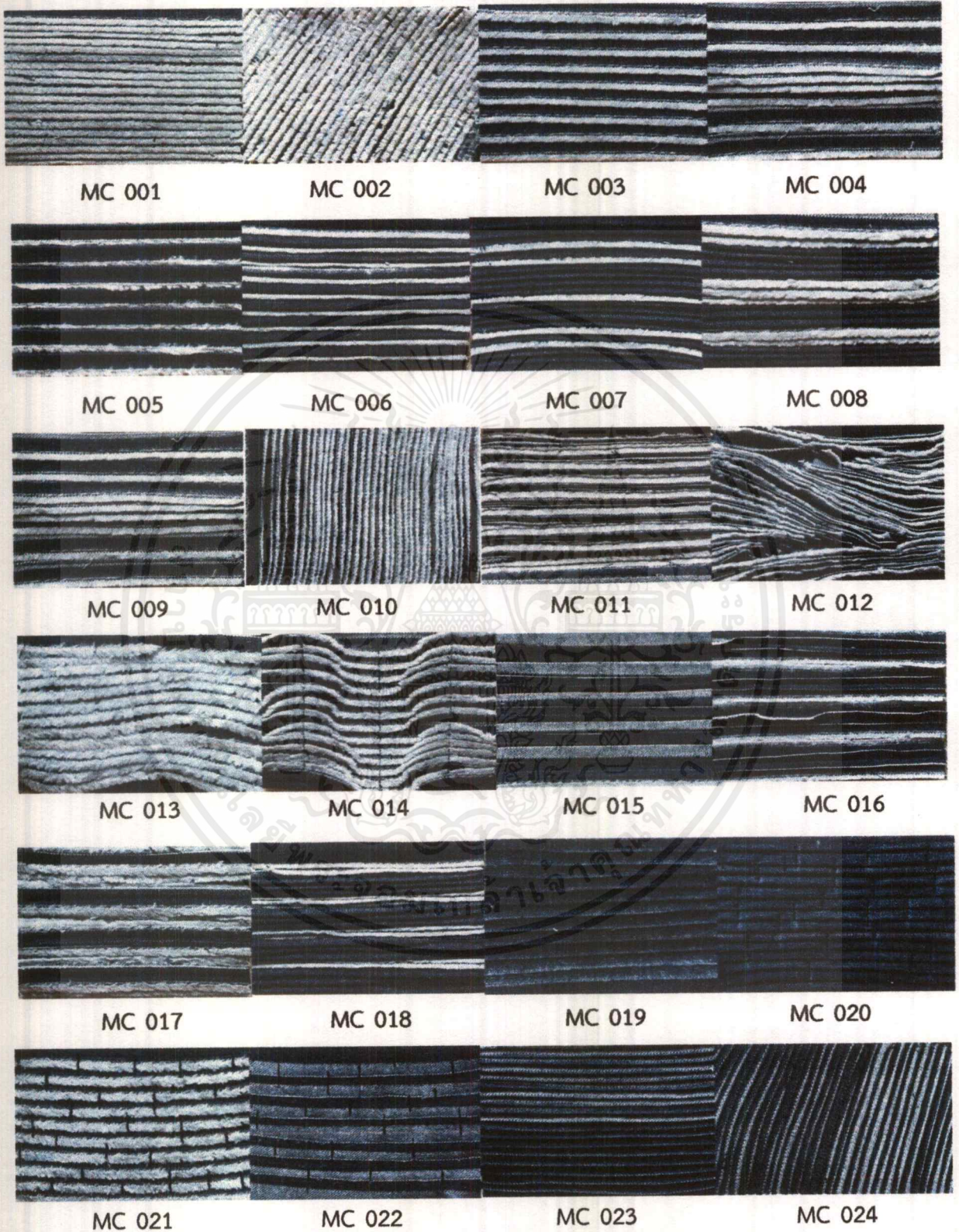


ภาพที่ 3.2 ภาพแสดงเศษผ้าและผ้าชิ้นที่คัดเลือกสำหรับนำมาทำการออกแบบ

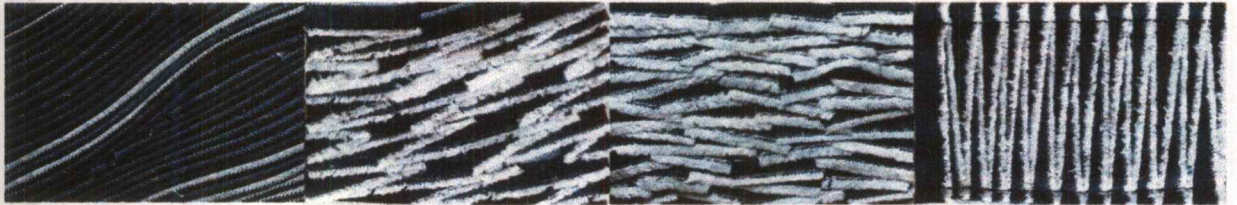
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 แบบร่างการพัฒนารูปแบบการออกแบบ

3.2.1 เลือกลำดับตามลักษณะของสวดลาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



MC 025

MC 026

MC 027

MC 028



MC 029

MC 030

MC 031

MC 032



MC 033

MC 034

MC 035

MC 036



MC 037

MC 038

MC 039

MC 040

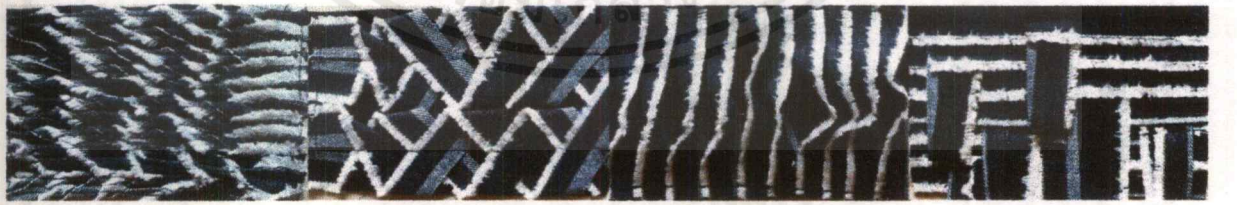


MC 041

MC 042

MC 043

MC 044



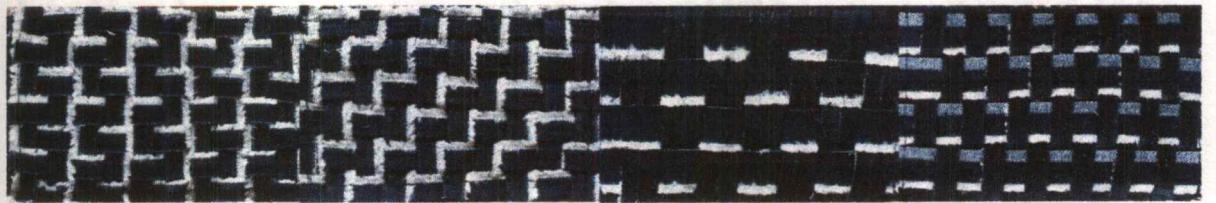
MC 045

MC 046

MC 047

MC 048

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

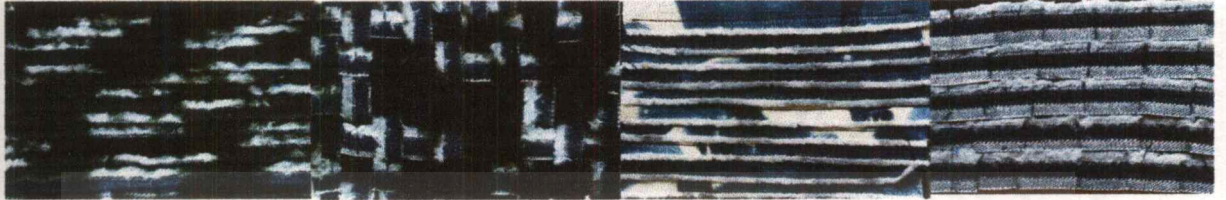


MC 049

MC 050

MC 051

MC 052

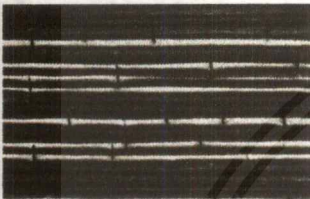


MC 053

MC 054

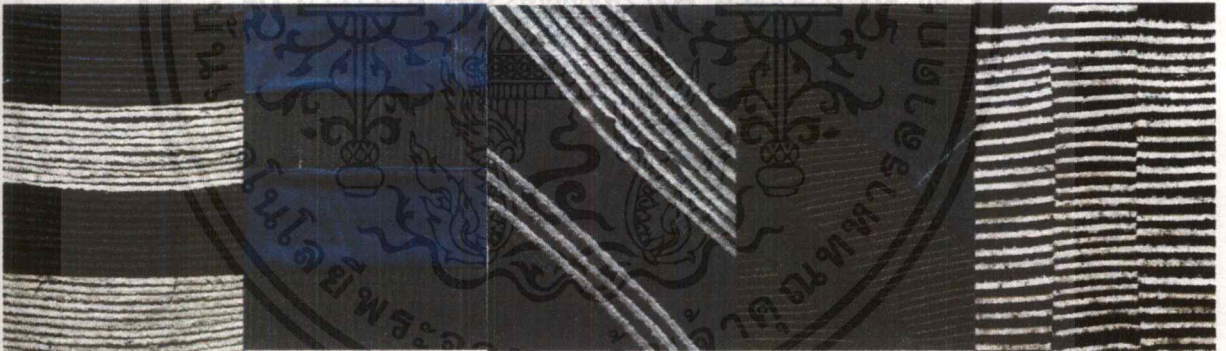
MC 055

MC 056



MC 057

ภาพที่ 3.3 ภาพแสดงการทดลองสร้างลวดลายจากกรรมผ้ายืนส์ ชุด MC



A 001

A 002

A 003

A 004

A 005



A 006

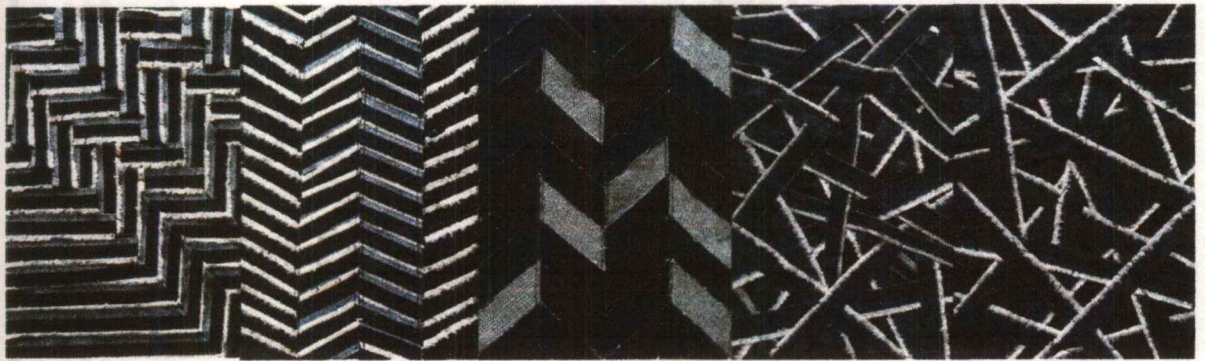
A 007

A 008

A 009

A 010

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



A 011

A 012

A 013

A 014

A 014.1



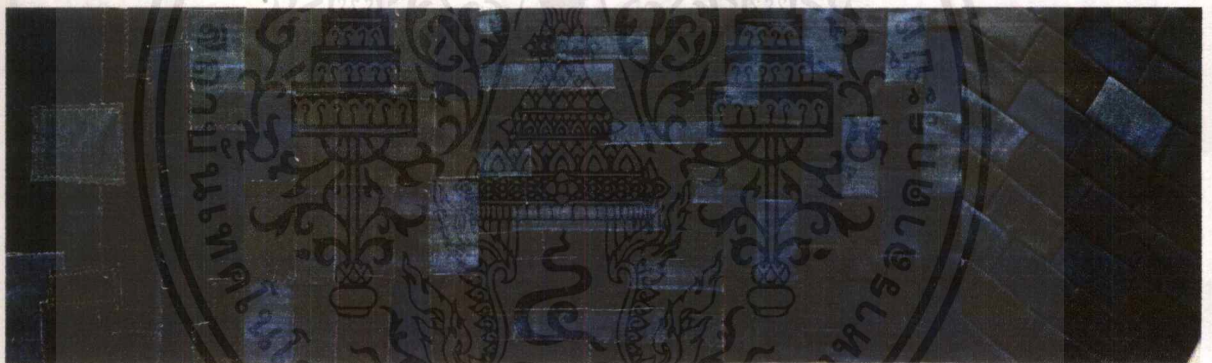
A 014.2

A 014.3

A 014.4

A 014.5

A 014.6



A 015

A 016

A 017

A 018

A 019



A 020

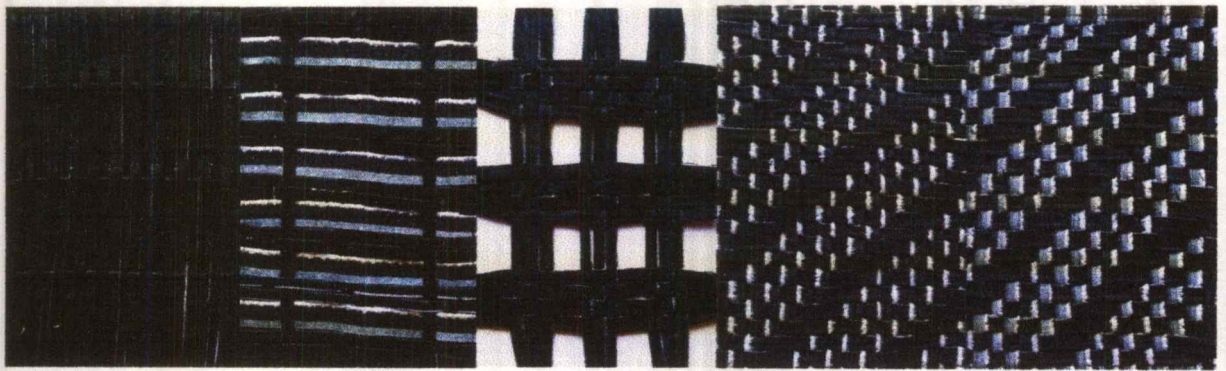
A 021

A 022

A 023

A 024

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



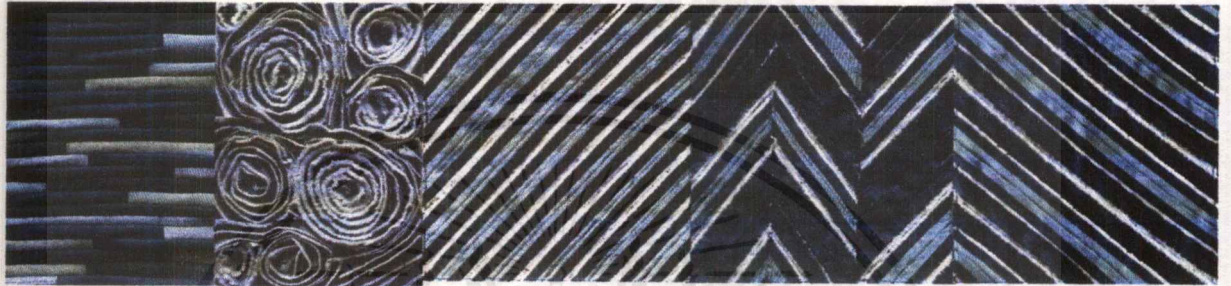
A 025

A 026

A 027

A 028

A 029



A 030

A 031

A 032

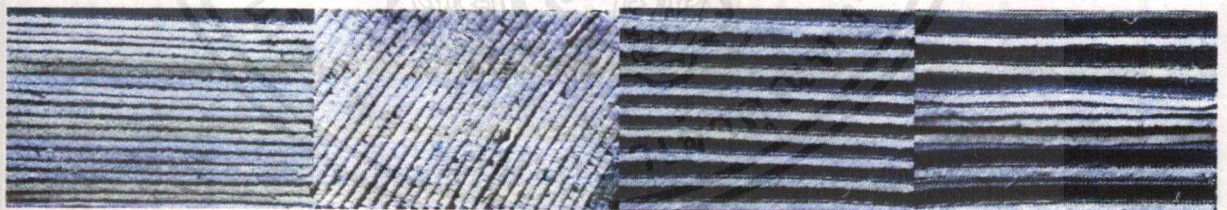
A 033

A 034

ภาพที่ 3.4 ภาพแสดงการทดลองสร้างลวดลายจากกริมผ้ายีนส์ ชุด A

3.2.2 เรียงตามกลุ่มเทคนิคการสร้างลวดลาย

3.2.2.1 การตัดต่อผ้า(Patchwork)

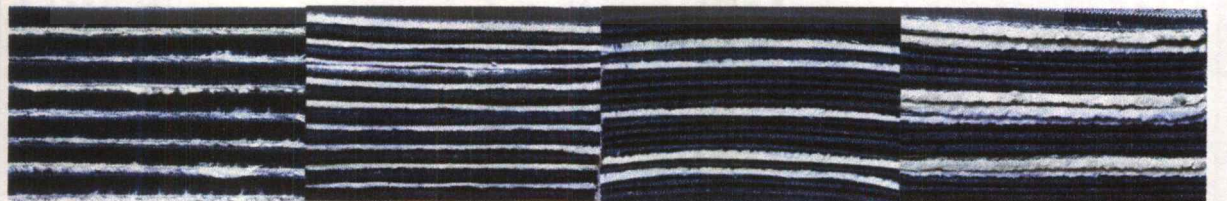


MC 001

MC 002

MC 003

MC 004



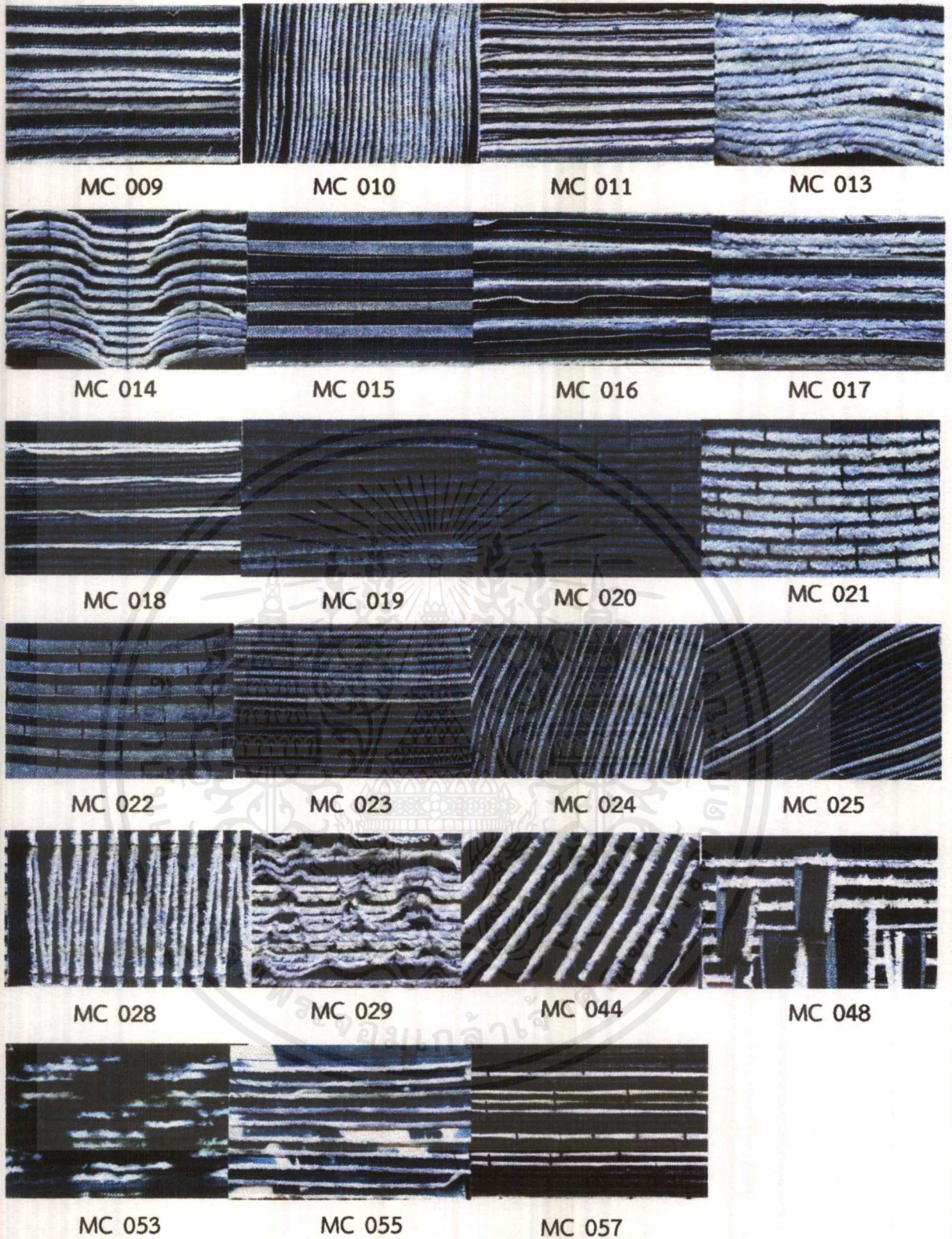
MC 005

MC 006

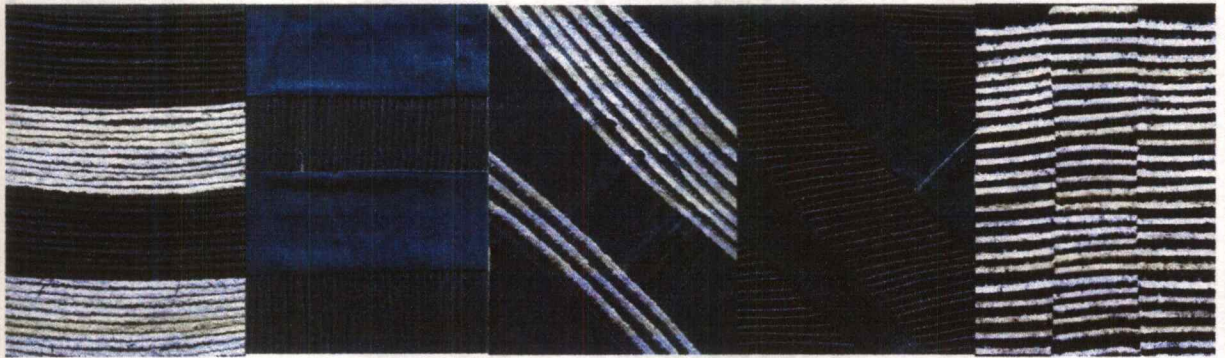
MC 007

MC 008

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



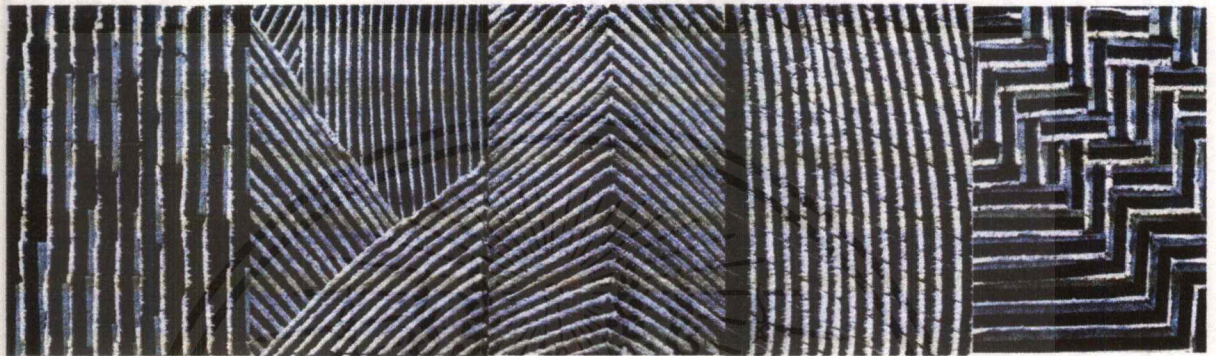
A 001

A 002

A 003

A 004

A 005



A 006

A 007

A 009

A 010

A 011



A 012

A 013

A 015

A 016

A 017



A 018

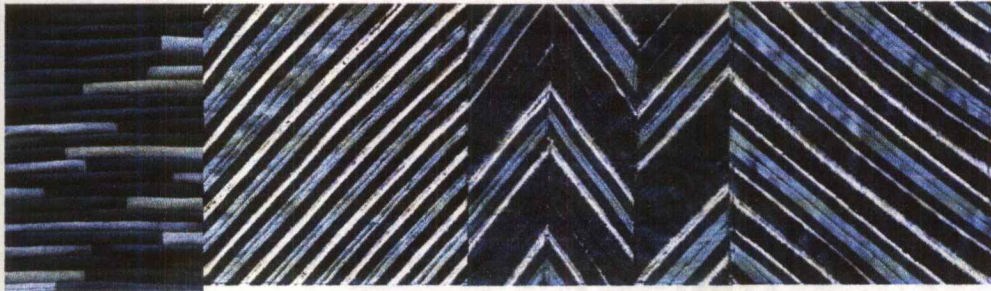
A 019

A 020

A 021

A 022

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



A 030

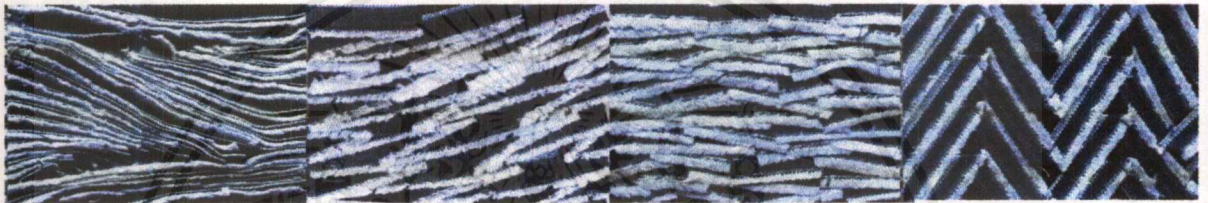
A 032

A 033

A 034

ภาพที่ 3.5 ภาพแสดงการสร้างลวดลายด้วยเทคนิคการตัดต่อผ้า(Patchwork)

3.2.2.2 การปะผ้า(Applique)

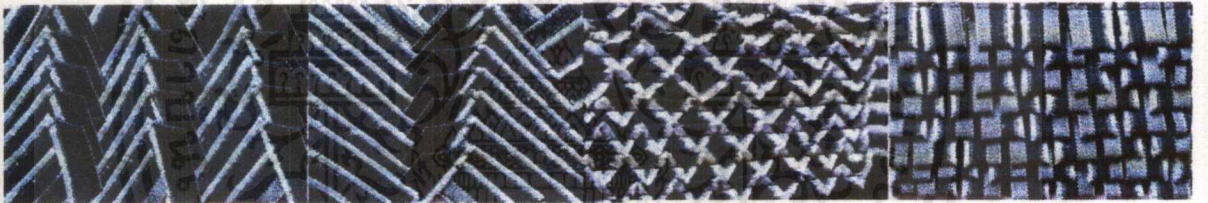


MC 012

MC 026

MC 027

MC 030



MC 031

MC 032

MC 033

MC 034

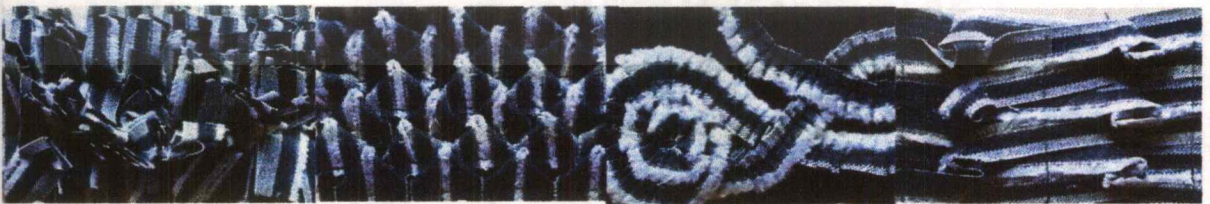


MC 035

MC 036

MC 037

MC 038



MC 039

MC 040

MC 041

MC 042

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

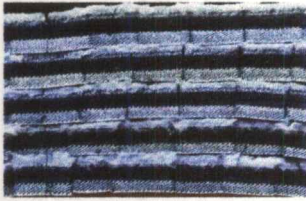


MC 043

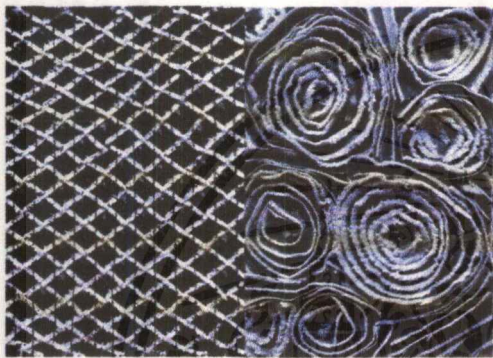
MC 045

MC 046

MC 047



MC 056

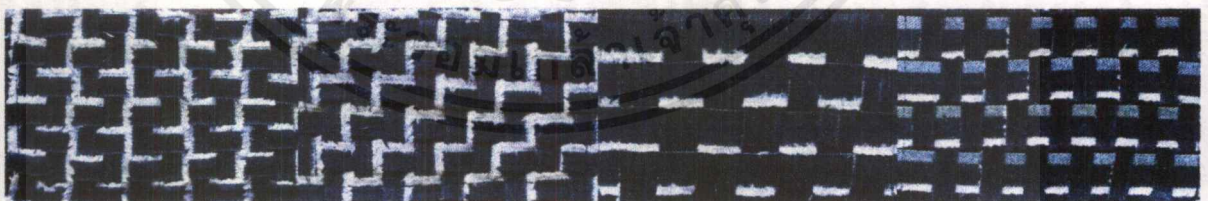


A 008

A 031

ภาพที่ 3.6 ภาพแสดงการสร้างลวดลายด้วยเทคนิคการปะผ้า(Applique)

3.2.2.3 การขัดสาน

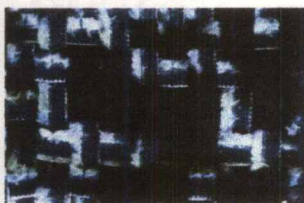


MC 049

MC 050

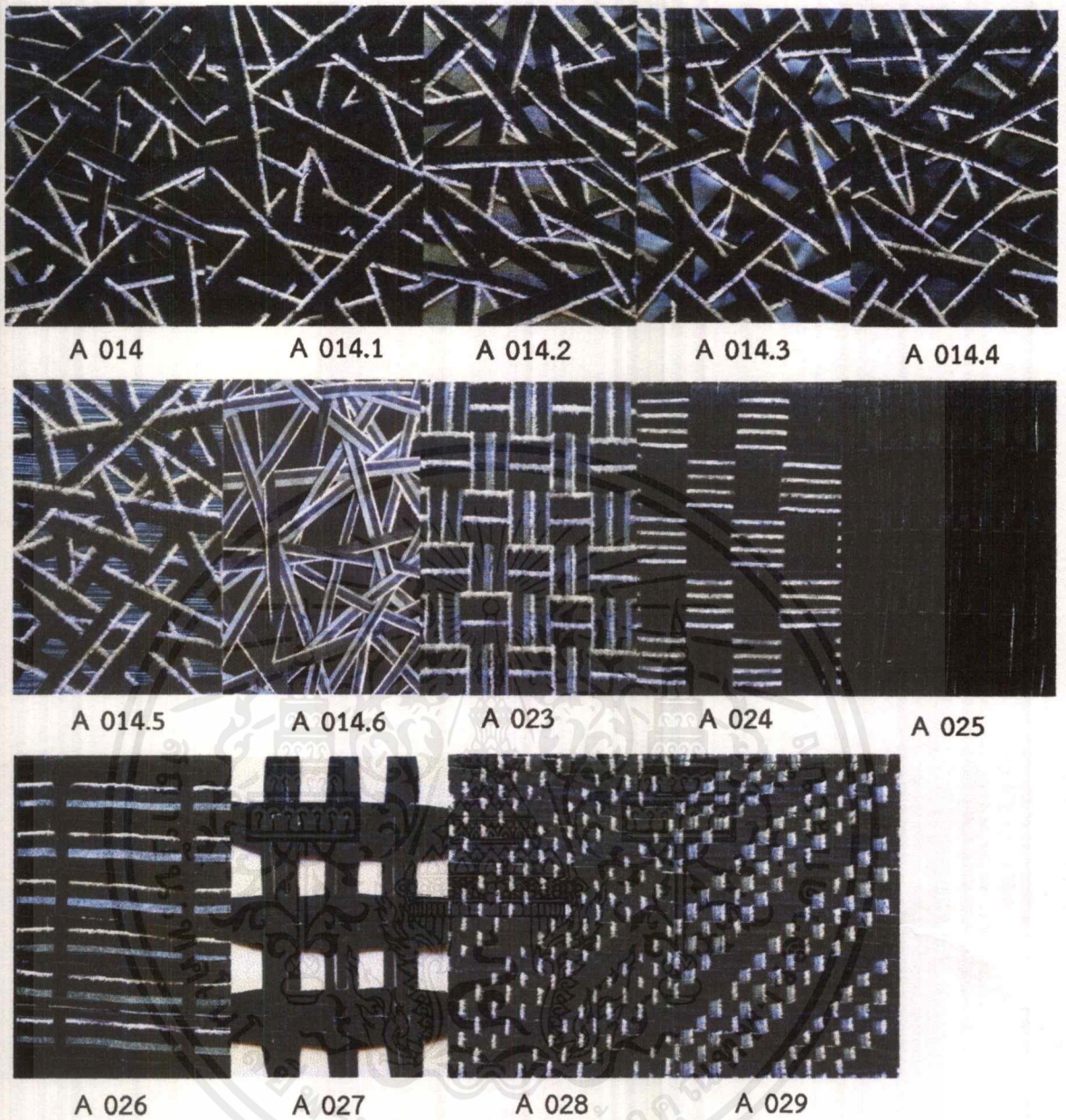
MC 051

MC 052



MC 054

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

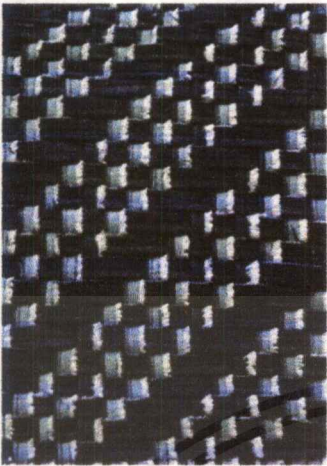





ภาพที่ 3.7 ภาพแสดงการสร้างลวดลายด้วยเทคนิคการขัดสาน



ผืนผ้าที่ได้ทำการตัดเย็บแล้วนำไปทดลองฟอกแบบฟอกด้วยหิน(stone wash) ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่โดยไม่ต้องใช้สารเคมี ซึ่งทางผู้จัดทำมีได้นำมาใช้ในงานออกแบบเพราะขัดต่อแนวทางในการออกแบบที่ตั้งไว้ ในการที่จะใช้เศษวัสดุจริงและลดขั้นตอนในการผลิต

ก่อนการฟอก	หลังการฟอก
	
<p>A 014.1</p> 	<p>A 014.1</p> 
<p>ผ้ายีนส์ที่เป็นผ้าพื้นมีแข็งและมีกรูรูปของผ้า ไม่มีการหลุยลุ่ยของเส้นด้าย</p>	<p>ชิ้นผ้าทดลองมีขนาดเล็กกลางด้านละ 1.5 ซม. เกิดเศษด้ายมากขึ้น เนื้อผ้ายีนส์มีความนุ่มขึ้น ขนริมผ้าไม่เป็นระเบียบ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก่อนการฟอก	หลังการฟอก
<p>A 029</p> 	<p>A 029</p> 
<p>การขีดสานของผ้ายีนส์เป็นระเบียบ ไม่มีเศษด้ายหลุดลุ่ย</p>	<p>ชิ้นผ้าทดลองมีขนาดเล็กกลางด้านละ 1.5 ซม. เกิดเศษด้ายหลุดลุ่ยมากขึ้น เนื้อผ้ายีนส์มีความนุ่มขึ้น ภาพรวมของลายผ้าสีอ่อนลง</p>
<p>A 008</p> 	<p>A 008</p> 
<p>ลวดลายของผ้ายีนส์เป็นระเบียบ เห็นลายชัดเจน</p>	<p>ชิ้นผ้าทดลองมีขนาดเล็กกลางด้านละ 1.5 ซม. เกิดเศษด้ายหลุดลุ่ยมากขึ้น เนื้อผ้ายีนส์มีความนุ่มขึ้น เห็นลวดลายชัดเจนน้อยกว่าการก่อนการฟอก</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก่อนการฟอก	หลังการฟอก
<p>A 034</p> 	<p>A 034</p> 
<p>ลายการตัดต่อผ้าเห็นลายชัดเจนไม่มีเศษด้ายหลุดลุ่ย</p>	<p>ชิ้นผ้าทดลองมีขนาดเล็กกลวงด้านละ 1.5 ซม. เกิดเศษด้ายหลุดลุ่ยมากขึ้น เนื้อผ้ายีนส์มีความนุ่มขึ้น เห็นลวดลายชัดเจนน้อยกว่าก่อนการฟอก และในส่วนที่ทำการเย็บไม่แข็งแรงเกิดการหลุดลุ่ยของชิ้นงาน</p>

ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงการทดลองการฟอกยีนส์ ก่อนและหลังทำการฟอก

3.3 ขั้นตอนการออกแบบ

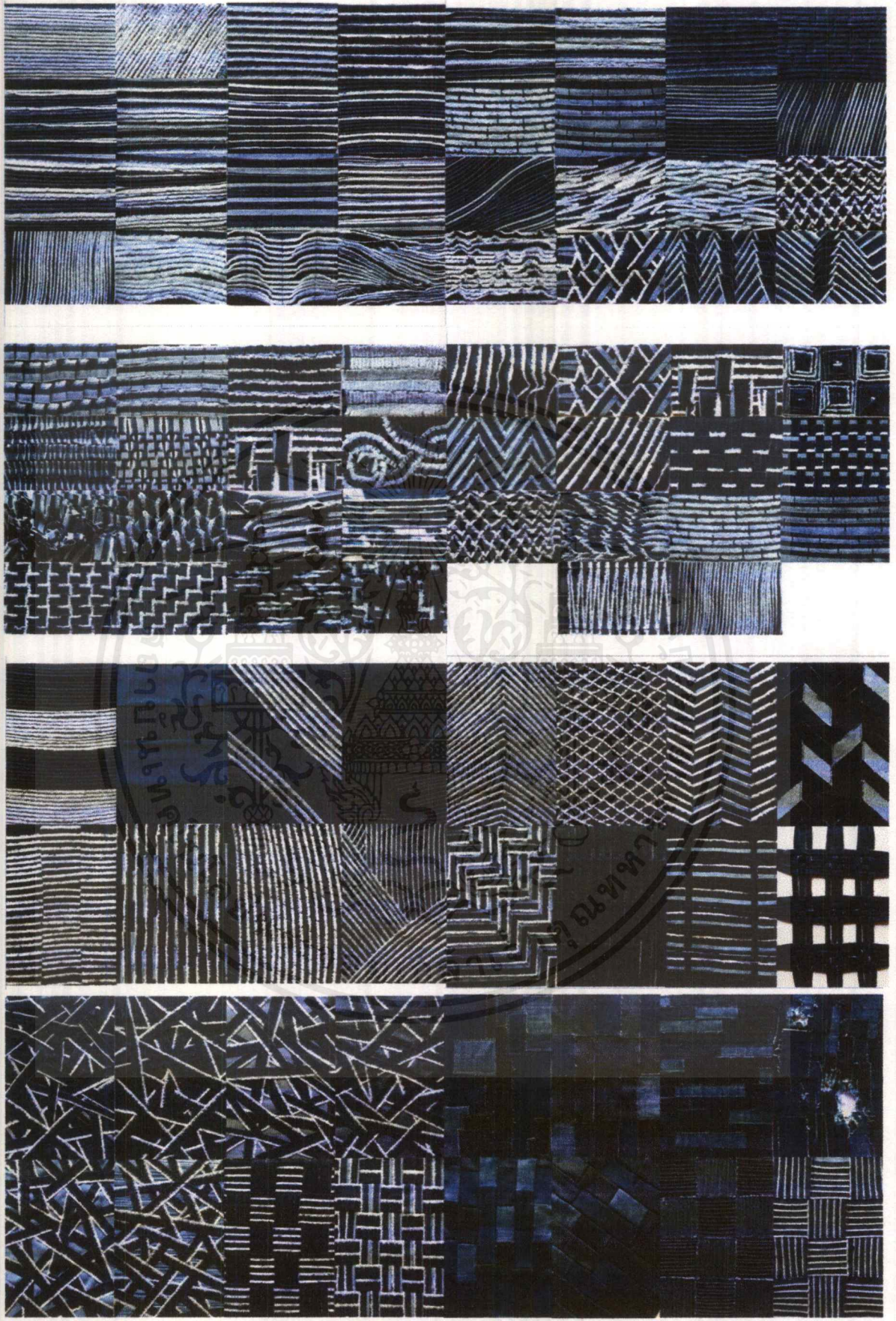


ภาพที่ 3.8 ภาพแสดงปริมาณและคุณสมบัติของวัสดุ

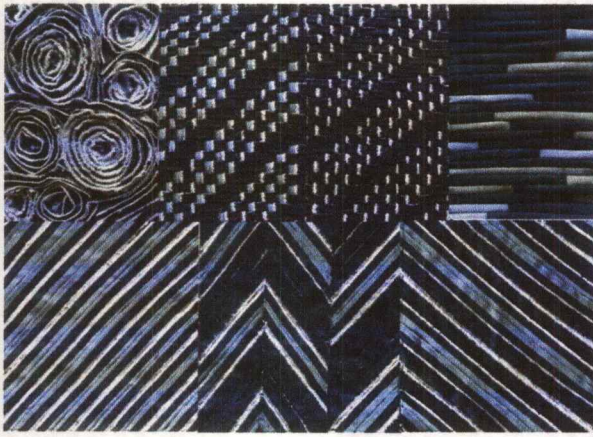


ภาพที่ 3.9 ภาพแสดงลักษณะการคัดเลือกริมนผ้ายีนส์สำหรับการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.10 ภาพแสดงการทดลองการสวดลายสำหรับการออกแบบ



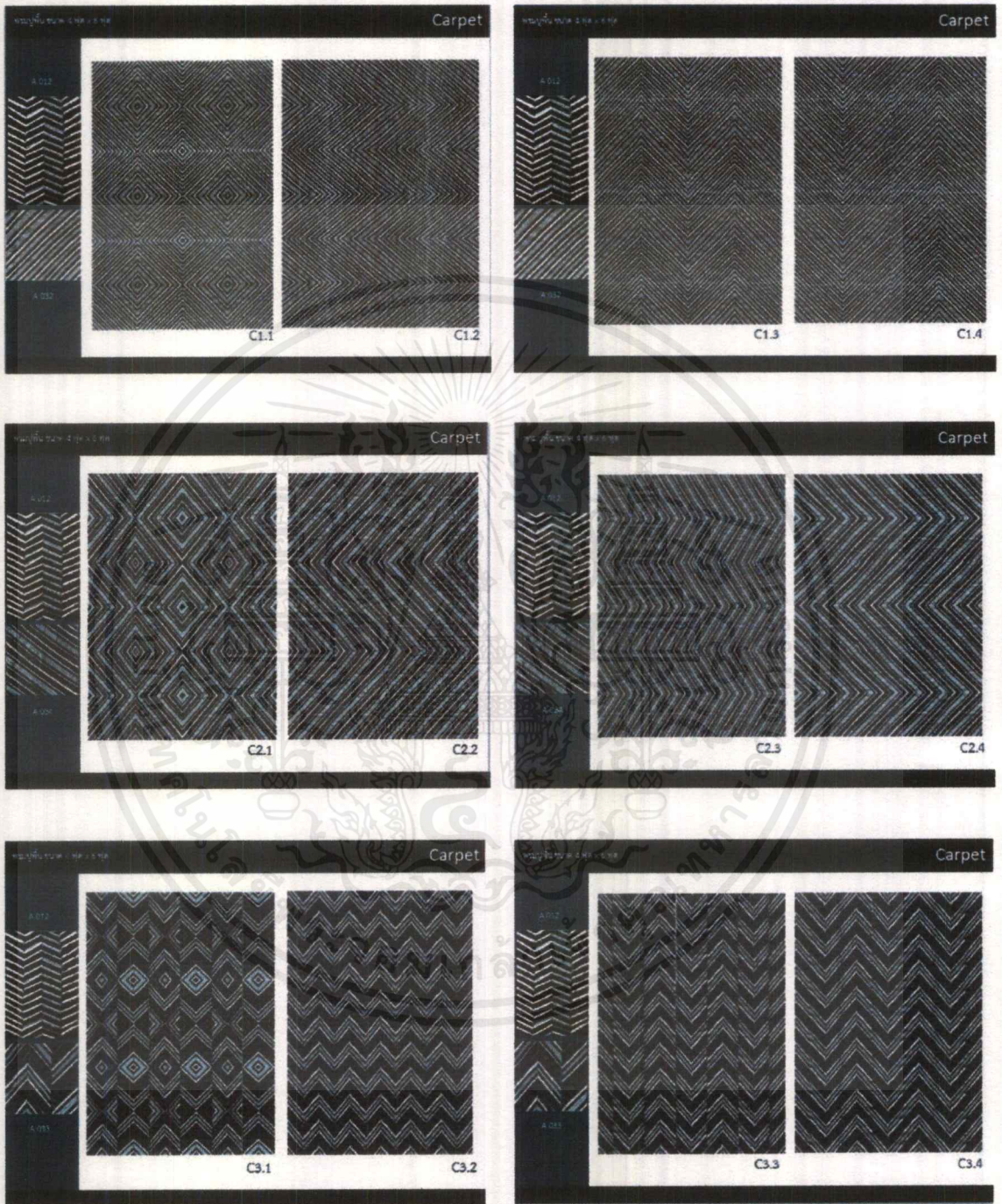
สำหรับนำไปจัดคสเพลย์หรือนำไปตกแต่งภายในร้านค้าขายปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ให้กับแบรนด์ Mc ทั่วประเทศที่มีหน้าร้าน ตั้งแต่ขนาด 1 ม. X 2ม. ถึง 3 ม. X 4ม.

ภาพที่ 3.11 ภาพแสดงสถานที่ในการจัดแสดงผลิตภัณฑ์และหน้าร้าน MC Jeans ในสาขาต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 ตัวอย่างแบบร่างผลิตภัณฑ์เบื้องต้น

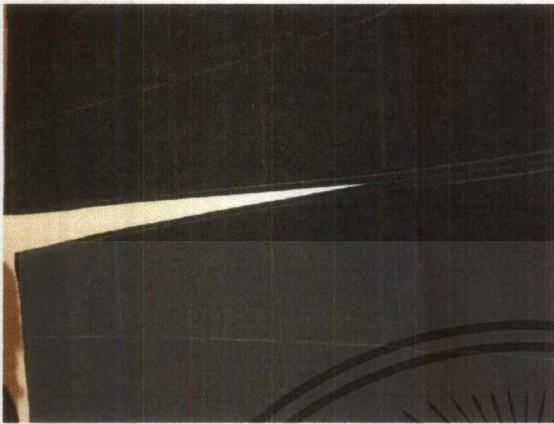
3.4.1 พรอมปูพื้น ขนาด 4 ฟุต x 6 ฟุต



ภาพที่ 3.12 ภาพแสดงแบบร่างพรอมปูพื้น ขนาด 4 ฟุต x 6 ฟุต เทียบขนาดจริงเมื่อทำการต่อลาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา **64** ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดย พรมปูพื้น ขนาด 4 ฟุต x 6 ฟุต เลือกลาย A 34 นำมาย่อขนาดลายให้เล็กลงแล้วเรียงต่อกันเป็นแพทเทิร์น (pattern) โดยมีขั้นตอนการตัดเย็บดังนี้



ตัดผ้าสำหรับเป็นผ้าพื้นโดยแบ่งเป็นสองส่วนเพื่อให้สามารถเข้าจักรเย็บได้ และตัดแพทเทิร์นชิ้นลวดลาย



เรียงชิ้นลายโดยเรียงจากลายด้านนอกเข้าลายด้านในและเย็บติดกับผ้าพื้น



เย็บชิ้นผ้าสองชิ้นเข้าด้วยกัน เย็บผ้าและแผ่นฟองน้ำบางซั้วด้านหลัง แล้วเย็บเก็บขอบ

ภาพที่ 3.13 ภาพแสดงขั้นตอนการตัดเย็บลวดลายพรมปูพื้น ขนาด 4 ฟุต x 6 ฟุต

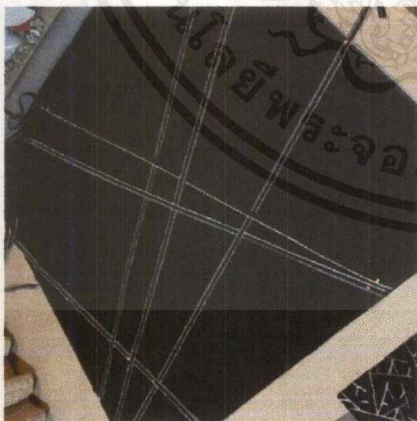
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา 65 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.2 อาร์มแชร์(Armchair) ขนาด กว้าง 65 ซม. ลึก 70 ซม. สูง 120 ซม.



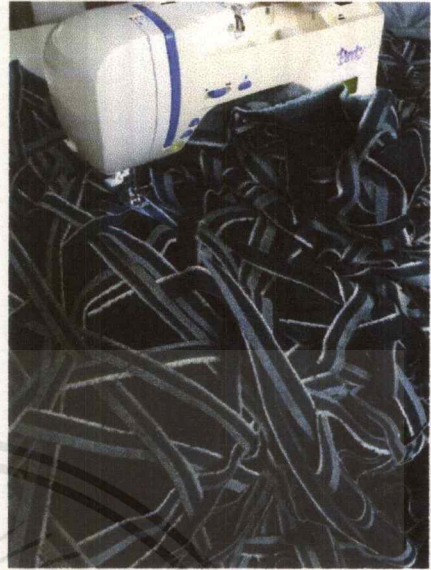
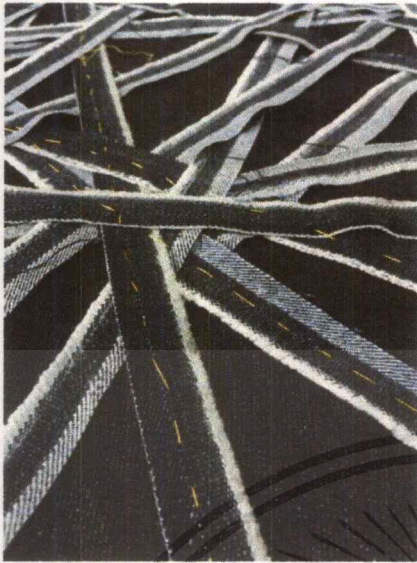
ภาพที่ 3.14 ภาพแสดงแบบร่างอาร์มแชร์(Armchair) และลายผ้า

โดยอาร์มแชร์(Armchair) ปรับเปลี่ยนลายเป็น A 014.6 โดยกลับด้านริมผ้ายีนส์ให้สว่างมากยิ่งขึ้น โดยมีขั้นตอนการตัดเย็บดังนี้



เรียงเส้นริมผ้ายีนส์ตามลาย A 014.6 ขนาด 1.2 ม. X 4 ม.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 66๖ ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เนาเส้นริมผ้ายีนส์กับผ้าพื้นแต่ละเส้น แล้วนำไปเย็บให้ผ้า2ชั้นติดกันด้วยด้ายยีนส์ บริเวณแถบกลางเส้นริมผ้ายีนส์

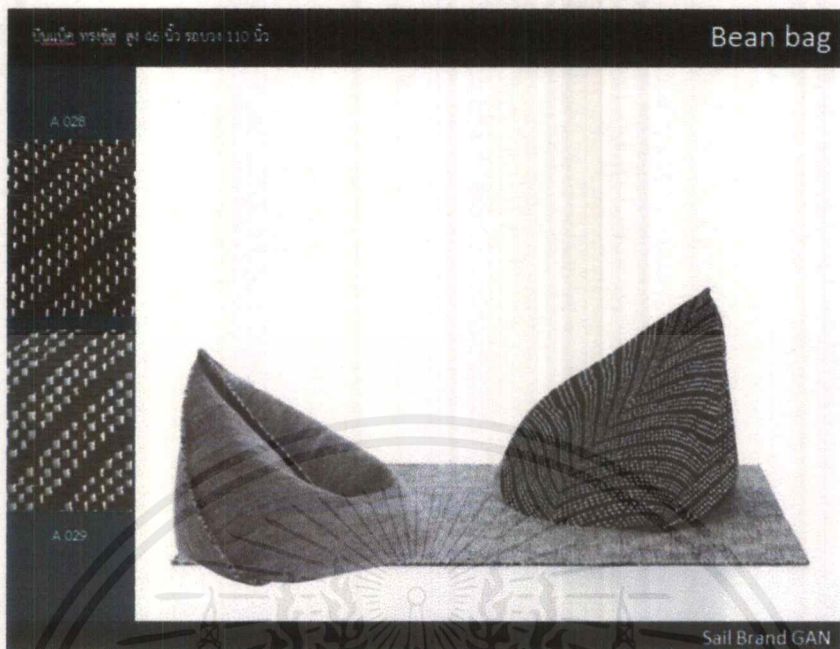


ขึ้นโครงอาร์มแชร์ด้วยไม้ โดยบริเวณขาเป็นไม้สักย้อมสีแล้วนำไปทำการหุ้มบุ

ภาพที่ 3.15 ภาพแสดงขั้นตอนการตัดเย็บลวดลายผ้าอาร์มแชร์(Armchair)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 67 จะต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.3 ปิ่นแบ็ค(Bean bag) ทรงสี่ส ูง 46 นิ้ว รอบวง 110 นิ้ว



ภาพที่ 3.16 ภาพแสดงแบบร่างปิ่นแบ็ค(Bean bag) และลายผ้า

โดยปิ่นแบ็ค(Bean bag) เลือกใช้ลาย A 029 ปรับเปลี่ยนรูปทรงของปิ่นแบ็คและเพิ่มกั้นผ้า ยีนส์สีอ่อนเพื่อเสริมทรงโดยมีขั้นตอนการตัดเย็บดังนี้



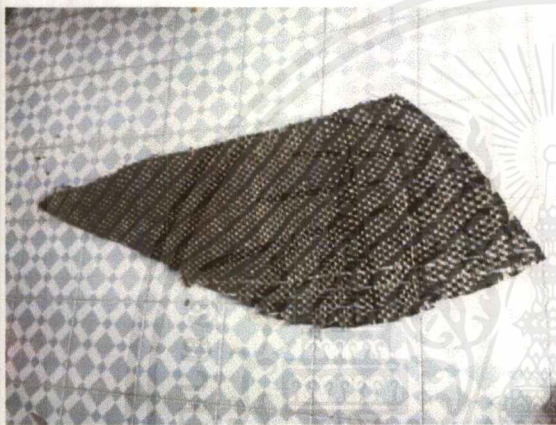
นำริมผ้ายีนส์พับครึ่งแล้วเย็บเป็นท่อ นำเส้นยีนส์สีเข้มเย็บเป็นแถบเส้นยีนส์สำหรับसान



सानตามลาย A 029 ขนาด 140 ซม. x 200 ซม.



ตัดผ้าด้านในสำหรับใส่เม็ดโพน



ตัดผ้าसानด้านนอกแต่ละฝั่งแล้วนำมาเย็บลายต่อกัน โดยขนาดเท่ากับผ้าด้านใน



นำผ้ายีนส์สีอ่อนห่อด้วยเส้นเชือกสำหรับเป็นผ้ากั้นแล้วเย็บผ้ากั้นเป็นขอบเพื่อเสริมทรง

ภาพที่ 3.17 ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างลวดลายผ้าและการตัดเย็บเป็นแบ็ค(Bean bag)

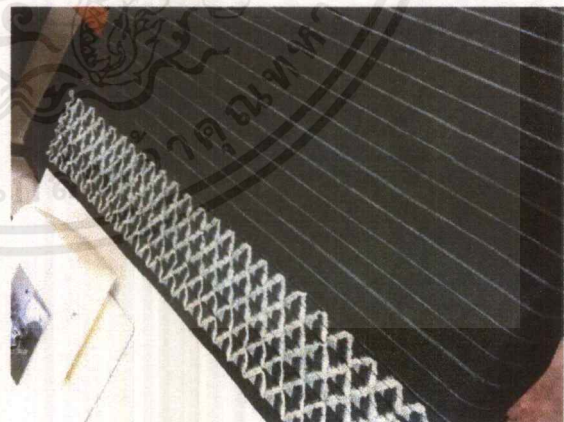
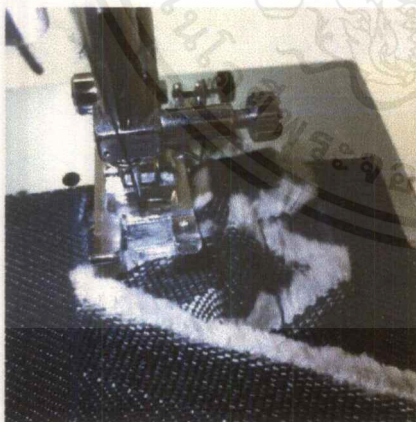
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 69 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.4 คอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table) ขนาด กว้าง 90 ซม. ยาว 90 ซม. สูง 45 ซม.

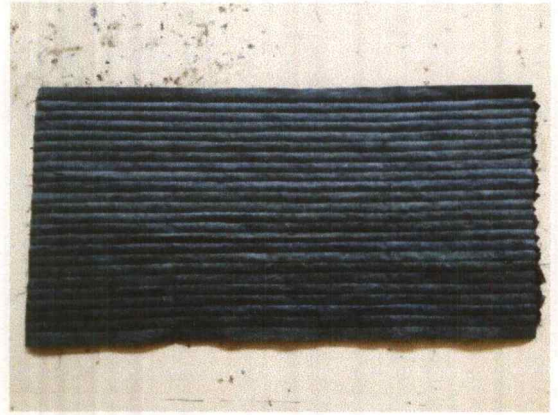
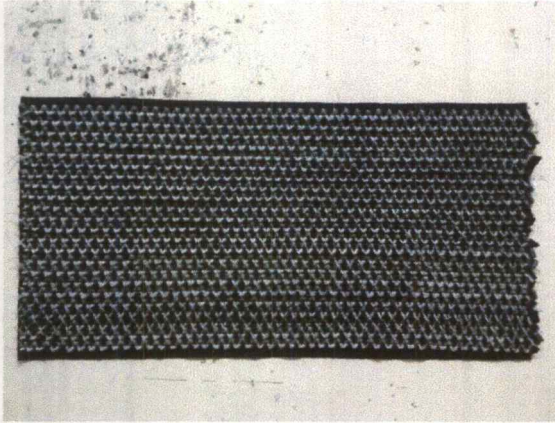


ภาพที่ 3.18 ภาพแสดงแบบร่างคอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table) และลายผ้า

โดยคอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table) ปรับเปลี่ยนผ้ายีนส์ด้านบนให้มีสีเข้มมากขึ้นแล้วนำไปฟอกไล้ระดับสี เพิ่มความนุ่มให้กับผิวสัมผัสโดยมีขั้นตอนการตัดเย็บดังนี้



ตัดชิ้นผ้าพื้นตีเส้นความกว้าง 2.5 ซม.แล้วเย็บพับเส้นริมผ้ายีนส์แต่ละเส้นตามลวดลาย A 007 หนึ่งแถวต่อหนึ่งเส้นริมผ้ายีนส์



ภาพแสดงลายขนาด 95 ซม. X 50 ซม. (เนื้อเย็บด้านละ 2.5 ซม.) ด้านหน้าและด้านหลัง



นำผ้ายีนส์สีอ่อนทอด้วยเส้นเชือกสำหรับเป็นผ้ากั้นแล้วเย็บผ้ากั้นเป็นขอบเพื่อเสริมทรง แล้วทำการเย็บขึ้นทรงคอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table) โดยใช้ก้อนโฟมเป็นโครงด้านใน

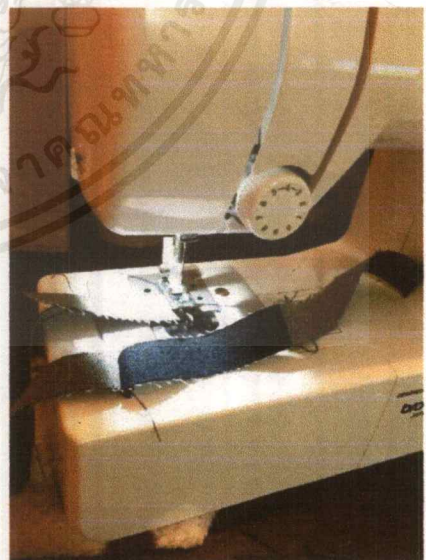
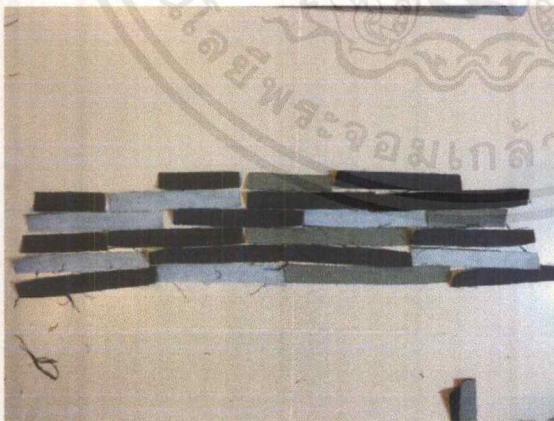
ภาพที่ 3.19 ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างลวดลายผ้าและการตัดเย็บคอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table)

3.4.5 หมอนอิง ขนาด 16 นิ้ว X 16 นิ้ว และ 18 นิ้ว X 18 นิ้ว

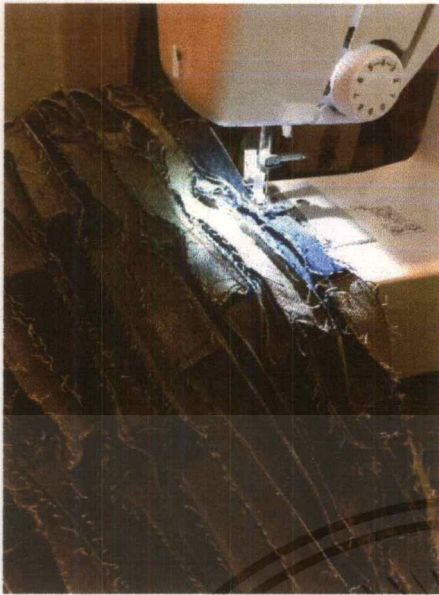


ภาพที่ 3.20 ภาพแสดงแบบร่างหมอนอิงและลายผ้า

โดยการปรับเปลี่ยนลายผ้าหมอน ขนาด 18 นิ้ว X 18 นิ้ว ให้เห็นผ้ายีนส์สีสว่างมากขึ้น โดยมีขั้นตอนการตัดเย็บดังนี้



ตัดเศษผ้าต่างสีเป็นชิ้นๆขนาด 2 ซม. X 10 ซม. มาจัดเรียงแล้วนำไปเย็บต่อกันเป็นเส้น



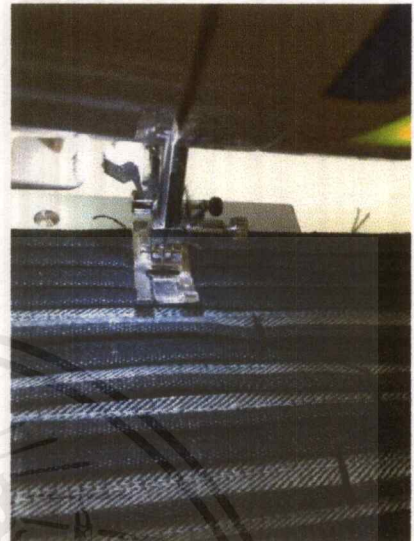
นำเศษผ้าที่เย็บเป็นเส้นมาทำการเย็บต่อเป็นผืน



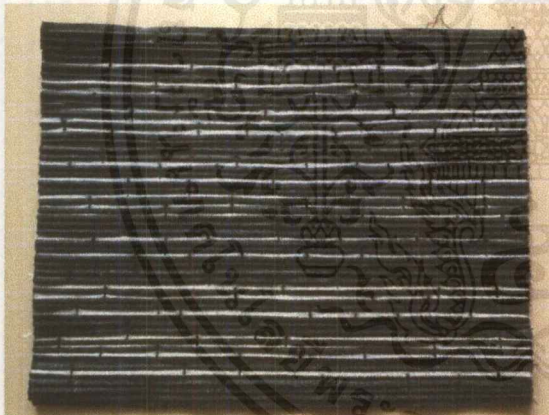
นำผ้าผืนเย็บเป็นทรงหมอนโดยผ้าด้านหลังเป็นผ้ายีนส์สีพื้น

ภาพที่ 3.21 ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างลวดลายผ้าหมอนอิงขนาด 18 นิ้ว X 18 นิ้ว

ปรับเปลี่ยนขนาดหมอน ขนาด 16 นิ้ว X 16 นิ้ว เป็น ขนาด 12 นิ้ว X 16 นิ้ว โดยเพิ่มแทรกผ้ายัดสี น้ำตาลส้มเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ โดยมีขั้นตอนการตัดเย็บดังนี้



ตัดผ้าแคนวาสเป็นผ้าพื้นและตีเส้นเพื่อเป็นแนวการเย็บ เย็บเส้นทอริมผ้ายีนสีจากล่างขึ้นบนจนเต็มผ้าพื้น แล้วนำไปเย็บลีดด้วยด้ายสีดำแบบสุ่ม



นำผ้าที่เย็บลายแล้วมาแทรกด้วยผ้ายัดสีส้มอิฐแล้วเย็บแบบวางสุ่ม แล้วเย็บขึ้นทรงหมอนโดยผ้าด้านหลังเป็นผ้ายีนสีพื้น

ภาพที่ 3.22 ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างลวดลายผ้าหมอนอิงขนาด 12 นิ้ว X 16 นิ้ว

3.4.6 กระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag) ขนาด กว้าง 14 นิ้ว สูง 18 นิ้ว หนา 5 นิ้ว

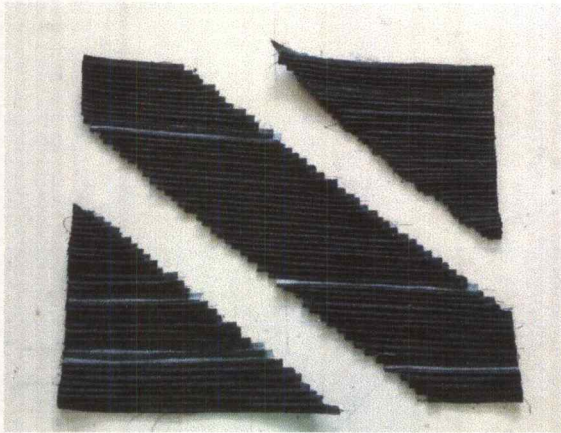


ภาพที่ 3.23 ภาพแสดงแบบร่างกระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag)ขนาดกลางและลายผ้า

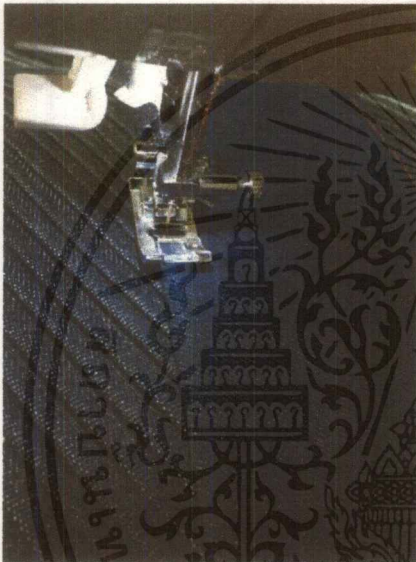
กระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag) ขนาด กว้าง 14 นิ้ว สูง 18 นิ้ว หนา 5 นิ้ว เลือกใช้ลาย A004 เพิ่มความน่าสนใจด้วยการเดินด้ายตะขบสีน้ำตาลแดง และเพิ่มเส้นยีนส์สีอ่อนแทรกเป็นช่วงๆ โดยมีขั้นตอนการตัดเย็บดังนี้



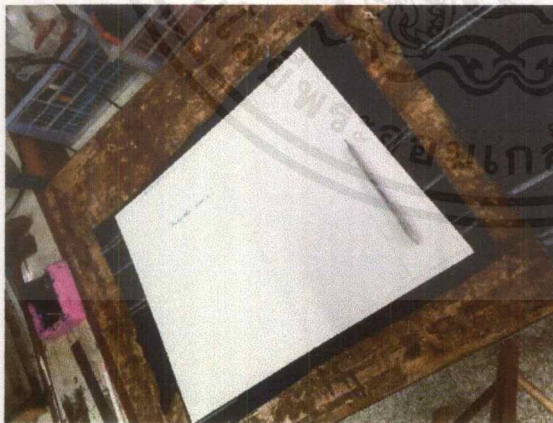
ตัดแพทเทิร์นกระดาษแล้วนำไปวัด ตัดกับผ้าพื้นสำหรับเย็บเป็นตัวลวดลาย



นำทอริมผ้ายีนส์เย็บตามผ้าพื้นที่ตัดไว้ข้างต้น แล้วนำยีนส์สีพื้นมาเย็บต่อระหว่างลาย



เย็บลิ่มตะเข็บด้วยด้ายสีแดงอิฐโซลันแนวตะเข็บการเย็บ



นำผ้าที่ทำลวดลายมาตัดตามแพทเทิร์นการทำกระเป๋า แล้วนำไปเย็บขึ้นรูปกระเป๋า

ภาพที่ 3.24 ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างลวดลายกระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag)ขนาดกลาง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา 76 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.7 กระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag) ขนาด กว้าง 18 นิ้ว สูง 14 นิ้ว ทน 7 นิ้ว



ภาพที่ 3.25 ภาพแสดงแบบร่างกระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag)ขนาดใหญ่และลายผ้า

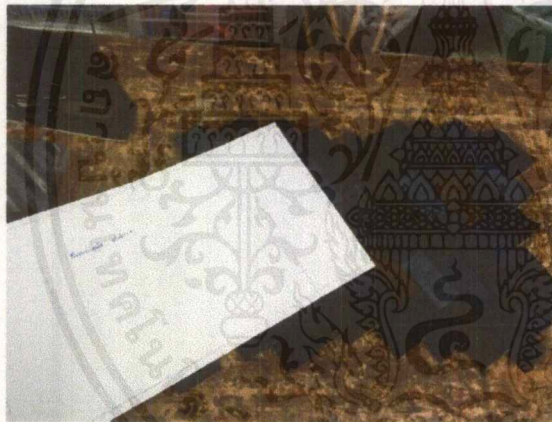
กระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag) ขนาด กว้าง 18 นิ้ว สูง 14 นิ้ว ทน 7 นิ้ว เลือกใช้ลาย A 019 เพิ่มความน่าสนใจด้วยการเพิ่มผ้าลายทหาร และนำซากางเกงมาใช้เป็นกระเป๋าต้านข้าง โดยมีขั้นตอนการตัดเย็บดังนี้



ตัดแพทเทิร์นเศษผ้ายีนส์และผ้าแคนวาสมาเรียงสลับสีตามลาย A 019



นำแพทเทิร์นเศษผ้ายีนส์และผ้าแคนวาสที่ตัดข้างต้นมาเย็บต่อกันเป็นผ้าผืน



นำผ้าที่ทำลวดลายมาตัดตามแพทเทิร์นการทำกระเป๋า แล้วนำไปเย็บขึ้นรูปกระเป๋า

ภาพที่ 3.26 ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างลวดลายกระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag)ขนาดใหญ่

3.4.8 กระเป๋าถือขนาดเล็ก(Clutch Bag) ขนาด กว้าง 11 นิ้ว สูง 8 นิ้ว หนา 1.5 นิ้ว

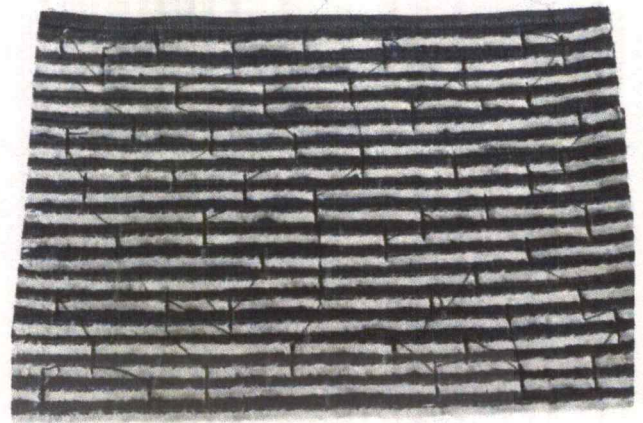


ภาพที่ 3.27 ภาพแสดงแบบร่างกระเป๋าถือขนาดเล็ก(Clutch Bag)และลายผ้า

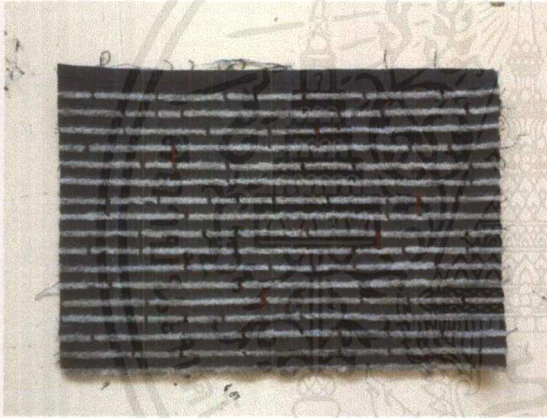
กระเป๋าถือขนาดเล็ก(Clutch Bag) ขนาด กว้าง 11 นิ้ว สูง 8 นิ้ว หนา 1.5 นิ้ว เลือกใช้ลาย MC 021 และเพิ่มความน่าสนใจด้วยการเดินด้ายลึกลับสีน้ำตาลแดง โดยมีขั้นตอนการตัดเย็บดังนี้



ตัดผ้าแคนวาสเป็นผ้าพื้นและตีเส้นเพื่อเป็นแนวการเย็บ เย็บเส้นริมผ้ายืนสีจากล่างขึ้นบนจนเต็มผ้าพื้น แล้วนำไปเย็บลึกลับด้วยด้ายสีดำแบบสุ่ม



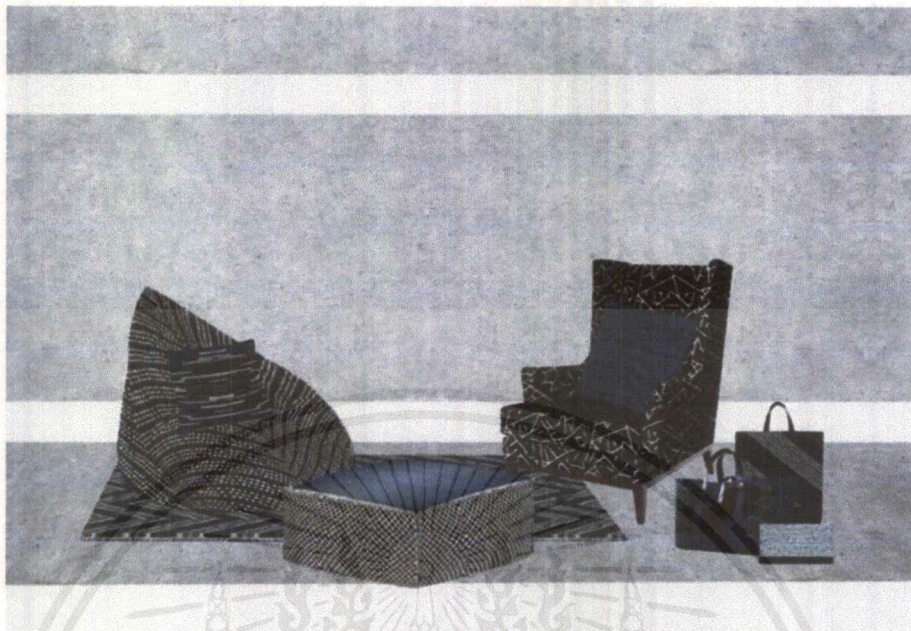
นำผ้าที่เย็บแล้วนำมาเย็บลีดด้วยด้ายสีดำแบบสุ่มและแทรกด้วยด้ายสีแดงอิฐในบ้างตำแหน่ง



นำผ้าที่ทำลวดลายมาตัดตามแพทเทิร์นการทำกระเป๋า แล้วนำไปเย็บขึ้นรูปกระเป๋า

ภาพที่ 3.28 ภาพแสดงขั้นตอนการสร้างลวดลายกระเป๋าถือขนาดเล็ก(Clutch Bag)

3.4.9 ผลิตภัณฑ์รวมทั้งหมดในการออกแบบ



ภาพที่ 3.29 ภาพแสดงแบบร่างรวมผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในการออกแบบ

บทที่ 4

การพัฒนาการออกแบบ

4.1 แผ่นนำเสนอผลงานและแบบแสดงรายละเอียด

การนำเสนอผลงานในขั้นตอนสุดท้าย เป็นการแก้ไขปรับปรุงจากการออกแบบในขั้นตอนแบบร่าง ได้แก้ไขและปรับเปลี่ยนดังนี้

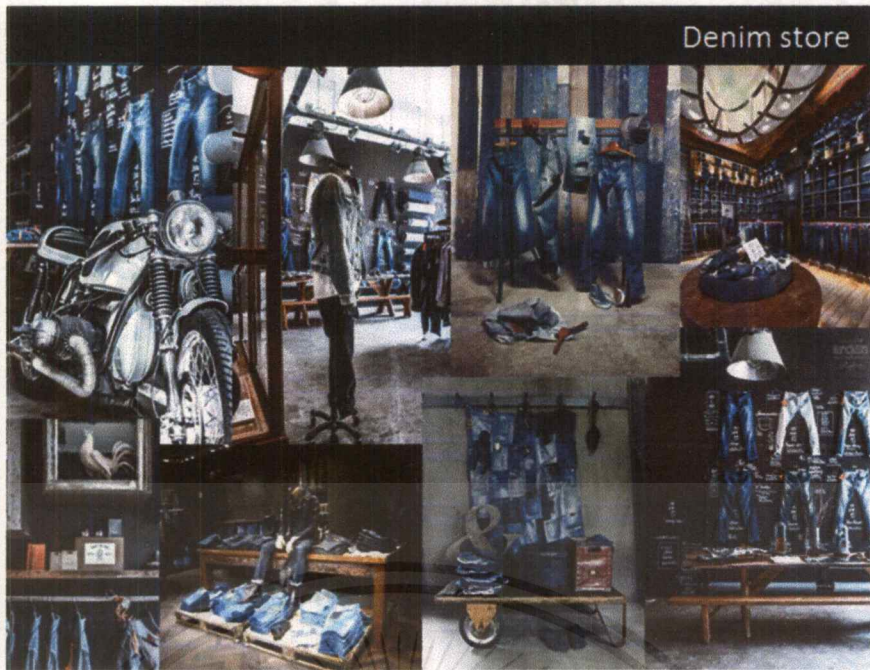
ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ

- เพื่อออกแบบเคหะสิ่งทอจากกรมฝ้ายอินทรีย์เหลือใช้ บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) สำหรับแบรนด์ Mc

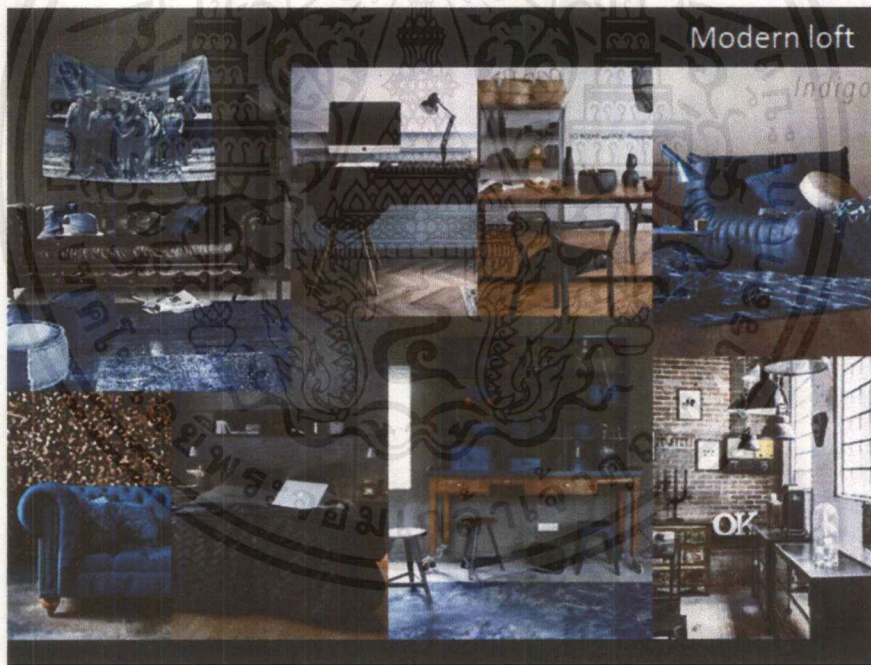
ขอบเขตของผลิตภัณฑ์

- | | |
|----------------------------------|----------------|
| - พรมปูพื้น ขนาด 4 ฟุต x 6 ฟุต | จำนวน 1 ผืน |
| - พรมปูพื้น ขนาด 3 ฟุต x 4 ฟุต | จำนวน 1 ผืน |
| - หมอนอิง ขนาด 12 ฟุต x 16 ฟุต | จำนวน 1 ใบ |
| - หมอนอิง ขนาด 16 ฟุต x 16 ฟุต | จำนวน 1 ใบ |
| - หมอนอิง ขนาด 18 ฟุต x 18 ฟุต | จำนวน 1 ใบ |
| - หมอนอิง ขนาด 20 ฟุต x 20 ฟุต | จำนวน 2 ใบ |
| - อาร์มแชร์ (Armchair) | จำนวน 1 ตัว |
| - คอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table) | จำนวน 1 ตัว |
| - บีนแบ็ก (bean bag) | จำนวน 1 รูปแบบ |
| - กระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag) | จำนวน 2 ใบ |
| - กระเป๋าถือขนาดเล็ก(Clutch Bag) | จำนวน 1 ใบ |

ภาพที่ 4.1 แสดงขอบเขตของโครงการ



ภาพที่ 4.2 ภาพแสดงลักษณะรูปแบบสถานที่ที่จะนำเสนอในการออกแบบ



ภาพที่ 4.3 แสดงรูปแบบและแนวทางการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.1 หมอนอิง

หมอนอิง ขนาด 12 นิ้ว X 16 นิ้ว และ 18 นิ้ว X 18 นิ้ว ทำการปรับเปลี่ยนลายผ้าหมอน ขนาด 18 นิ้ว X 18 นิ้ว ให้เห็นผ้ายีนส์สีสว่างมากขึ้นและปรับเปลี่ยนขนาดหมอน ขนาด 16 นิ้ว X 16 นิ้ว เป็น ขนาด 12 นิ้ว X 16 นิ้ว โดยเพิ่มแทรกผ้ายืดสีน้ำตาลส้มเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และหมอนอิง ขนาด 18 นิ้ว X 18 นิ้ว 1 ใบ , 20 นิ้ว X 20 นิ้ว 2 ใบ เป็นผ้ายีนส์สีพื้น



ภาพที่ 4.4 แสดงรูปแบบหมอนอิงขนาด 18 นิ้ว X 18 นิ้ว และ 12 นิ้ว X 16 นิ้ว และลายผ้า



ภาพที่ 4.5 แสดงรูปแบบหมอนอิงขนาด 20 นิ้ว X 20 นิ้ว และ 18 นิ้ว X 18 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2 พรมปูพื้นขนาด 4 ฟุต x 6 ฟุต

พรมปูพื้น ขนาด 4 ฟุต x 6 ฟุต เลือกลาย A 34 นำมาย่อขนาดลายให้เล็กลงแล้วเรียงต่อกัน เป็นแพทเทิร์น (pattern)



ภาพที่ 4.6 แสดงพรมปูพื้น ขนาด 4 ฟุต x 6 ฟุตและลายผ้า

4.1.3 พรมปูพื้นขนาด 3 ฟุต x 4 ฟุต

พรมปูพื้น ขนาด 3 ฟุต x 4 ฟุต เลือกลาย MC 001 มาใช้ในการออกแบบ



ภาพที่ 4.7 แสดงพรมปูพื้น ขนาด 3 ฟุต x 4 ฟุตและลายผ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.4 อาร์มแชร์(Armchair)

อาร์มแชร์(Armchair) ปรับเปลี่ยนลายเป็น A 014.6 โดยกลับด้านริมผ้ายีนส์ให้สว่างมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 4.8 แสดงอาร์มแชร์(Armchair) ขนาดและลายผ้า

4.1.5 คอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table)

คอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table) ขนาด กว้าง 90 ซม. ยาว 90 ซม. สูง 45 ซม.ปรับเปลี่ยนผ้ายีนส์ด้านบนให้มีสีเข้มมากขึ้นแล้วนำไปฟอกโล่ระดับสี เพิ่มความนุ่มให้กับผิวสัมผัส



ภาพที่ 4.9 แสดงรูปแบบคอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table) ขนาดและลายผ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรรงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.6 ปีนแบ็ค(Bean bag)

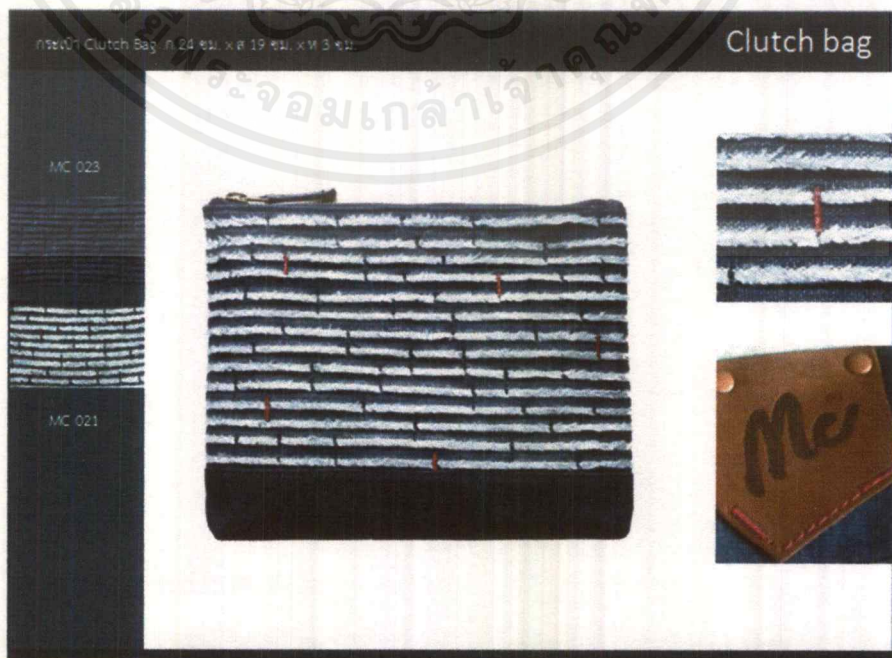
ปีนแบ็ค(Bean bag) ขนาด กว้าง 120 ซม. ยาว 120 ซม. สูง 100 ซม. ปรับเปลี่ยนรูปทรงของปีนแบ็คและเพิ่มก้นผ้ายีนส์สีอ่อนเพื่อเสริมทรง



ภาพที่ 4.10 แสดงปีนแบ็ค(Bean bag) ขนาดและลายผ้า

4.1.7 กระเป๋าถือขนาดเล็ก(Clutch Bag)

กระเป๋าถือขนาดเล็ก(Clutch Bag) ขนาด กว้าง 11 นิ้ว สูง 8 นิ้ว หนา 1.5 นิ้ว เพิ่มความน่าสนใจด้วยการเดินด้ายลึอกสีน้ำตาลแดง



ภาพที่ 4.11 แสดงกระเป๋าถือขนาดเล็ก(Clutch Bag) ขนาดและลายผ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ภายในของโรงเรียนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.8 กระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag)

กระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag) ขนาด กว้าง 14 นิ้ว สูง 18 นิ้ว หนา 5 นิ้ว เพิ่มความน่าสนใจด้วยการเดินด้ายตะขบสีน้ำตาลแดง และเพิ่มเส้นยีนส์สีอ่อนแทรกเป็นช่วงๆ



ภาพที่ 4.12 แสดงกระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag) ขนาดกลางและลายผ้า

4.1.9 กระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag)

กระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag) ขนาด กว้าง 18 นิ้ว สูง 14 นิ้ว หนา 7 นิ้วเพิ่มความน่าสนใจด้วยการเพิ่มผ้าลายทหาร และนำซากางเกงมาใช้เป็นกระเป๋าด้านข้าง



ภาพที่ 4.13 แสดงกระเป๋าเนกประสงค์(Tote Bag) ขนาดใหญ่และลายผ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์และกรรมสิทธิ์ในข้อมูลทั้งหมดไว้ใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 การประเมินราคาต้นทุน

4.2.1 หมอนอิง

หมอนอิง	ขนาด	รายการ	จำนวน	ราคา (บาท)
	12 นิ้ว X 16 นิ้ว	ค่าเย็บลาย	1 ชิ้น	150
		ค่าผ้ายีนส์	1 ม.	120
		ค่าผ้ายัด	1 ม.	80
		ค่าเย็บหมอน	1 ชิ้น	40
		ค่าเย็บไส้หมอน	1 ชิ้น	90
		รวมสุทธิ	1 ชิ้น	480
	18 นิ้ว X 18 นิ้ว	ค่าเย็บลาย	1 ชิ้น	300
		ค่าผ้ายีนส์	1 ม.	120
		ค่าเย็บหมอน	1 ชิ้น	40
		ค่าเย็บไส้หมอน	1 ชิ้น	90
		รวมสุทธิ	1 ชิ้น	550
		ราคาขาย	1 ชิ้น	1,100
	18 นิ้ว X 18 นิ้ว (สี่พื้น)	ค่าผ้ายีนส์	1 ม.	120
		ค่าเย็บหมอน	1 ชิ้น	40
		ค่าเย็บไส้หมอน	1 ชิ้น	90
		รวมสุทธิ	1 ชิ้น	250
		ราคาขาย	1 ชิ้น	550
			20 นิ้ว X 20 นิ้ว (สี่พื้น)	ค่าผ้ายีนส์ สีอ่อน
ค่าผ้ายีนส์ สีเข้ม	1 ม.			100
ค่าเย็บหมอน	1 ชิ้น			40
ค่าเย็บไส้หมอน	1 ชิ้น			90
รวมสุทธิ	2 ชิ้น			480
ราคาขาย	2 ชิ้น			1,150
รวมสุทธิ	5 ชิ้น			1,760
ราคาขาย	5 ชิ้น			4,000

ตารางที่ 4.1 แสดงการประเมินราคาหมอนอิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2 พรมปูพื้น

พรมปูพื้น	ขนาด	รายการ	จำนวน	ราคา (บาท)
	4 ฟุต x 6 ฟุต	ค่าเย็บลาย	1 ชิ้น	2,000
		ค่าผ้ายีนส์	4 ม.	400
		ค่าเย็บขอบ	1 ชิ้น	300
		ค่า Backing	2 หลา	360
		รวมสุทธิ	1 ชิ้น	3,600
		ราคาขาย	1 ชิ้น	9,000
	3 ฟุต x 4 ฟุต	ค่าเย็บลาย	1 ชิ้น	380
		ค่าผ้ายีนส์	1 ม.	100
		ค่าเย็บขอบ	1 ชิ้น	200
		ค่า Backing	1 หลา	100
		รวมสุทธิ	1 ชิ้น	780
		ราคาขาย	1 ชิ้น	3,500
		รวมสุทธิ	2 ชิ้น	4,380
		ราคาขาย	2 ชิ้น	11,000

ตารางที่ 4.2 แสดงการประเมินราคาพรมปูพื้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

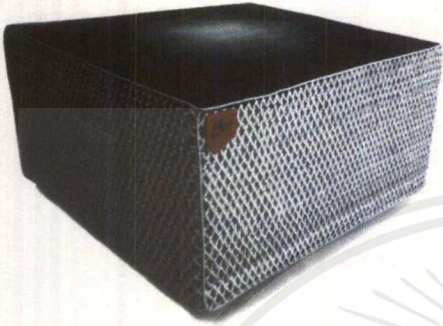
4.2.3 อาร์มแชร์(Armchair)

อาร์มแชร์(Armchair)	ขนาด	รายการ	จำนวน	ราคา (บาท)
	ความลึก: 70 ซม.	ค่าเย็บลาย	4.5 หลา	4,000
	ความกว้างที่นั่ง: 65 ซม.	ค่าผ้ายีนส์	4.5 หลา	450
	ความสูง: 120 ซม.	ค่าโครงไม้	1 ตัว	2,700
	ความสูงที่นั่ง: 45 ซม. / 45 ซม. / 45 ซม.	ค่าหุ้มบุ	1 ตัว	3,500
		รวมสุทธิ	1 ตัว	10,650
		ราคาขาย	1 ตัว	32,000

ตารางที่ 4.3 แสดงการประเมินราคาอาร์มแชร์(Armchair)


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.4 คอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table)

คอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table)	ขนาด	รายการ	จำนวน	ราคา (บาท)
	กว้าง 90 ซม.	ค่าเย็บลาย	4 ชั้น	2,000
	ยาว 90 ซม.	ค่าผ้ายีนส์	3 หลา	300
	สูง 45 ซม.	ค่าพอก	1 ชั้น	30
		ค่าหุ้มบุ	1 ชั้น	4,000
		รวมสุทธิ	1 ชั้น	6,330
		ราคาขาย	1 ชั้น	20,000

ตารางที่ 4.4 แสดงการประเมินราคาคอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table)

4.2.5 ปิ่นแบ็ค(Bean bag)

ปิ่นแบ็ค(Bean bag)	ขนาด	รายการ	จำนวน	ราคา (บาท)
	กว้าง 120 ซม.	ค่าเย็บลาย	1 ชั้น	2,000
	ยาว 120 ซม.	ค่าผ้ายีนส์	2 หลา	200
	สูง 100 ซม.	ค่าเย็บไส้ใน	1 ชั้น	100
		ค่าเย็บ	1 ชั้น	500
		ค่าเม็ดโฟม	3 กก.	900
			รวมสุทธิ	1 ชั้น
		ราคาขาย	1 ชั้น	11,000

ตารางที่ 4.5 แสดงการประเมินราคาปิ่นแบ็ค(Bean bag)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.6 กระเป๋า

กระเป๋าลักษณะเล็ก(Clutch Bag)	ขนาด	รายการ	จำนวน	ราคา (บาท)
	กว้าง 11 นิ้ว สูง 8 นิ้ว หนา 1.5 นิ้ว	ค่าเย็บลาย	2 ชิ้น	300
		ค่าผ้ายีนส์	1 ม.	100
		ค่าหนัง	1 ทลา	170
		ค่าเย็บกระเป๋า	1 ใบ	800
กระเป๋านอกประสงค์(Tote Bag)	รวมสุทธิ		1 ใบ	1,370
	ราคาขาย		1 ใบ	2,500
	กว้าง 14 นิ้ว สูง 18 นิ้ว หนา 5 นิ้ว	ค่าเย็บลาย	2 ชิ้น	900
		ค่าผ้ายีนส์	2 ม.	200
		ค่าเย็บกระเป๋า	1 ใบ	1,500
		รวมสุทธิ		1 ใบ
กระเป๋านอกประสงค์(Tote Bag)	ราคาขาย		1 ใบ	4,500
		ค่าเย็บลาย	2 ชิ้น	600
ค่าผ้ายีนส์		1 ม.	100	
ค่าผ้าแคนวาส		1 ทลา	150	
ค่าหนัง		1 ทลา	170	
ค่าเย็บกระเป๋า		1 ใบ	1,500	
รวมสุทธิ		1 ใบ	2,520	
ราคาขาย		1 ใบ	5,500	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานภายในเท่านั้น มิได้อยู่ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 แสดงภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

เป็นการนำเสนอผลงานขั้นตอนสุดท้ายในรูปแบบของผลิตภัณฑ์แสดงหน้าร้าน MC



ภาพที่ 4.14 แสดงภาพถ่ายของตกแต่งการแสดงผลงานขั้นตอนสุดท้าย

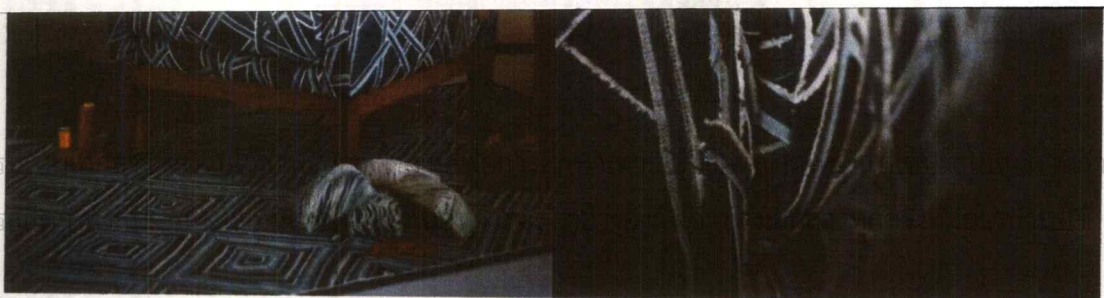
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



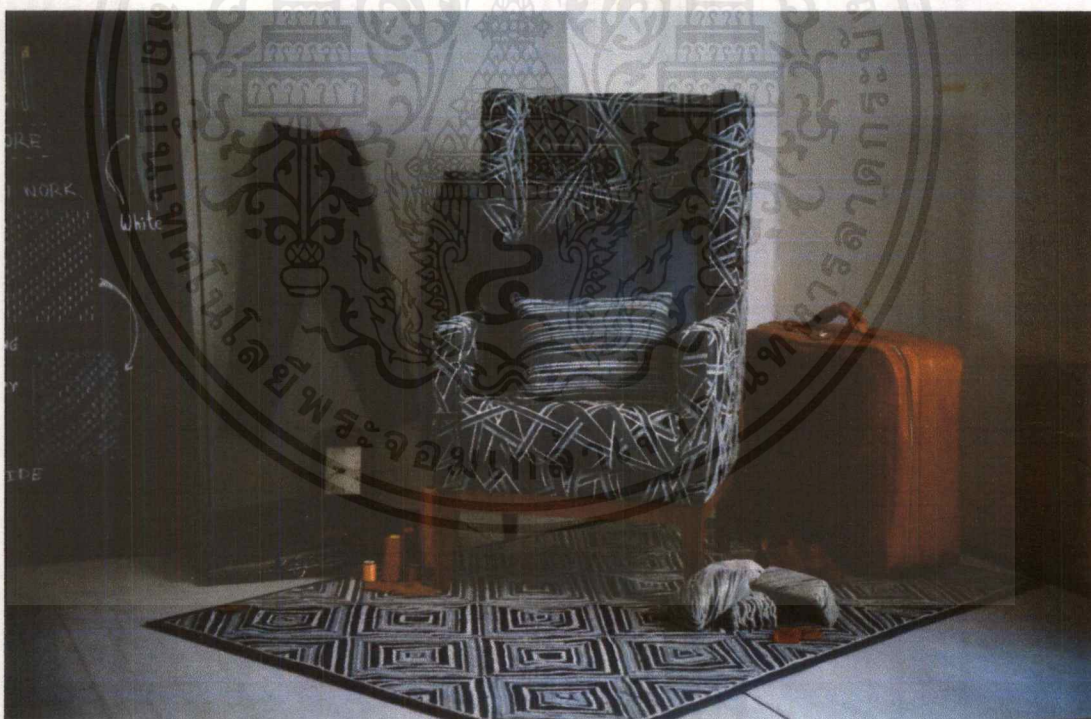
ภาพที่ 4.15 แสดงภาพถ่ายของกระเป๋าทั้งหมดในการออกแบบ



ภาพที่ 4.16 แสดงภาพถ่ายของคอฟฟี่ เทเบิล(Coffee table)



ภาพที่ 4.18 แสดงภาพถ่ายของหมอนอิงและอาร์มแชร์(Armchair)



ภาพที่ 4.19 แสดงภาพถ่ายของการแสดงผลงานขั้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.20 แสดงภาพถ่ายของการแสดงผลงานชิ้นสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทสรุปผลการออกแบบ

5.1 สรุปผลการออกแบบ

โครงการออกแบบเคหะสิ่งทอจากริมผ้ายีนส์เหลือใช้บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) สำหรับแบรนด์ Mc มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางการต่อยอดแนวคิดการใช้วัสดุเหลือใช้ภายในบริษัท นำมาก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้ที่มีอยู่มากมายจากการผลิตสำหรับนำไปจัดหน้าร้าน(Display)หรือเป็นของตกแต่งภายในร้านค้าขายปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ให้กับแบรนด์ Mc ทั่วประเทศ จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของบริษัททำให้เกิดวัสดุเหลือใช้จากการผลิตในปริมาณเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะเศษผ้าซึ่งทางบริษัทมีการใช้ผ้ายีนส์เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต จึงทำให้เหลือริมผ้ายีนส์จากการผลิตเป็นจำนวนมาก นอกเหนือจากที่ทางบริษัทใช้ริมผ้ายีนส์ในการนำไปมัดสิ่งของหรือเศษผ้าเหลือทิ้งจากการตัดเย็บ ทางผู้จัดทำจึงมีความสนใจนำริมผ้ายีนส์และเศษผ้าเหลือทิ้งนั้นมาสร้างเป็นลวดลายต่างๆด้วยเทคนิคการเย็บ การตัดต่อผ้า (Patchwork)หรือการสาน ให้เกิดความสวยงามและเหมาะสมกับการนำไปใช้ทำการออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ โดยคัดเลือกลวดลายตามความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ซึ่งในส่วนของ การตัดเย็บสามารถให้บุคลากร ฝ่ายฝึกหัดเย็บของบริษัทเป็นผู้ทำการผลิตได้

จากขั้นตอนการออกแบบจนถึงผลิตภัณฑ์ต้นแบบขั้นสุดท้าย แสดงให้เห็นว่าริมผ้ายีนส์เหลือใช้นั้น สามารถนำมาทำการเย็บตัดต่อผ้า(Patchwork) แล้วนำไปทำเป็นส่วนตกแต่งของผลิตภัณฑ์ต่างๆได้ เช่น เฟอร์นิเจอร์ หรือของตกแต่งบ้านอื่นๆ รวมไปถึงสิ่งค้าแฟชั่นและผ้ายีนส์ซึ่งขึ้นชื่อเรื่องความคงทนแข็งแรงและมีอายุการใช้งานที่ยาวนานจึงเป็นวัสดุที่เหมาะสมกับการออกแบบเคหะสิ่งทอหรือต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆได้ด้วย

นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรต่อลูกค้า ในด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม การลดต้นทุนการผลิต หรือแม้กระทั่งออกรายการผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่นอกเหนือจากการผลิตสินค้าเครื่องแต่งกาย ภายใต้โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุ ในแนวคิด Upcycling Processในการนำเศษผ้ายีนส์มาทำเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและเนื่องด้วยทางบริษัทยังต้องการที่จะต่อยอดโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุ ด้วยการนำไปสร้างอาชีพให้กับชุมชนในอนาคตอีกด้วย

5.2 ข้อเสนอแนะของนักศึกษา

5.2.1 เนื่องจากการผลิตกางเกงยีนส์ในแต่ละรอบการผลิตจะผลิตตามการสั่งซื้อทำให้ริมผ้า ยีนส์ที่ได้จะได้สีหรือชนิดของผ้าที่แตกต่างตามรอบการผลิต ซึ่งไม่สามารถกำหนดชนิดของริมผ้ายีนส์ ได้ ถ้าต้องการริมผ้ายีนส์รูปแบบเดิมจะต้องรอรอบการผลิตผ้าชนิดนั้นหรือเลือกริมผ้ายีนส์ของผ้าที่มี รอบการผลิตบ่อยๆ ซึ่งแต่ละรอบการผลิตก็จะผลิตในปริมาณที่มากหรือถ้าต้องการริมผ้ายีนส์ลักษณะ พิเศษจะต้องทำการแจ้งกับพนักงานก่อนหรือเข้าไปดูวัสดุด้วยตนเองที่บริษัท

5.2.2 ริมผ้ายีนส์เป็นเศษผ้าที่ได้จากการตัดผ้า จะมีเศษด้ายค่อนข้างมาก จึงควรเย็บเก็บริม หรือเย็บลอคให้แน่นหนาเสียก่อน

5.2.3 ริมผ้ายีนส์ที่ได้จากทางบริษัท มีขนาดและลักษณะของขนที่แตกต่างกันถึงแม้จะเป็น เนื้อผ้าชนิดเดียวกัน จึงต้องทำการคัดเลือกก่อนนำมาทำการตัดเย็บหรือตัดต่อผ้า

5.2.4 การนำริมผ้ายีนส์ที่ทำการตัดเย็บแล้วเป็นผืนนำไปฟอก จะทำให้ขนาดของผ้าเล็กลง ทำให้ริมผ้าและด้าย หลุดลุ่ยมากขึ้น แต่ก็ทำให้เกิดภาพลักษณ์ใหม่ที่ดูมีความเป็นยีนส์มากขึ้นและทำให้ผ้ายีนส์มีความนุ่มขึ้น

5.2.5 การนำผ้ายีนส์ไปทำการฟอกแบบฟอกด้วยหิน(stone wash) จะต้องทำผ้าผืนมาเย็บ ติดหรือทำให้เป็นทรงเสียก่อน ถ้าเป็นผ้าผืนอาจะจะไม่เกิดการฟอกได้ ในที่นี้ผู้จัดทำนำผ้าผืนทดลองไป เย็บสอยกับกางเกงยีนส์ก่อนนำไปฟอก เนื่องด้วยเครื่องฟอกเป็นเหมือนเครื่องปั่นผ้า ผืนผ้าที่นำไป ฟอกควรเป็นสีเหลี่ยมจัตุรัส ถ้าเป็นสีเหลี่ยมผืนผ้าที่ยาวมากๆอาจจะเกิดการพันกันของผ้าได้ มี เช่นนั้นจะต้องทำการฟอกเพียงผืนเดียวซึ่งจะเพิ่มต้นทุนในการผลิตและไม่นิยมทำในระบบ อุตสาหกรรม

5.2.6 ด้วยลักษณะความเป็นยีนส์ส่วนผ่านการฟอกและผ่านสารเคมีในกระบวนการผลิต มาแล้วหลายครั้ง ก่อนนำมาใช้ควรนำไปซักก่อน เพื่อกันคราบสกปรก สารเคมีตกค้าง ความหดของ ผ้าหรือสีตก ก่อนจะนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์

5.3 ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ

ศึกษาโครงสร้างของผ้า ให้สามารถเลือกใช้เทคนิคการสร้างลายให้ช่วยเสริมสร้างความ แข็งแรงของผ้าได้ เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปใช้งานสำหรับเป็นผ้าห่มบุและการออกแบบเป็น ผลิตภัณฑ์กระเป๋าได้อย่างถูกต้อง

พัฒนาเรื่องการสร้างเอกลักษณ์ให้ผลงานดูกลมกลืนใน 1 ชุดผลิตภัณฑ์และสามารถพัฒนา ผลงานต่อเพื่อวางจำหน่ายจริงได้

ภาคผนวก ก

บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

สถานที่ 448, 450 ถนนอ่อนนุช เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250
โทร 02-329-1051-56, 02-727-7287
เว็บไซต์ www.mcgroupnet.com

ร้านตัดเย็บกระเป๋า

บริษัท เลทเทอร์สตูดิโอ จำกัด

สถานที่ 172/57 ถนนจันทร์ซอย 6 ถนนจันทร์ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร
กรุงเทพฯ 10120
โทร 02-6789233, 02-6789657

ร้านทำโครงอาร์มแชร์ (Armchair)

สมเกียรติ เฟอร์นิเจอร์

สถานที่ ซอย ไสวสุวรรณ แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800
โทร 085-486-7126

ร้านหุ้มบุอาร์มแชร์ (Armchair)

K เกตุ A ดีไซน์เฟอร์นิเจอร์

สถานที่ ซอย ไสวสุวรรณ แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800
โทร 084-430-3188

ภาคผนวก ข

นิยามศัพท์

Modern Trade

ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ คือ เป็นจุดขายหรือเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้าทั้งที่เป็นเครือข่ายและเป็นห้างสรรพสินค้าท้องถิ่นในต่างจังหวัด และซูเปอร์สโตร์ที่มีสาขากระจายอยู่ทั่วประเทศ เช่น เซ็นทรัล โรบินสัน เดอะมอลล์ บิ๊กซี เทสโก้โลตัส เป็นต้น

Modern loft

สไตล์ลอฟท์ก็คือโกดังหรือโรงงานเก่าที่ถูกนำมาดัดแปลงทำเป็นที่อยู่อาศัย มีต้นกำเนิดมาจากย่าน SoHo มีโรงงาน อุตสาหกรรมและโกดังเก็บของ เยอะมากเลยล่ะ แต่พอหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก โรงงานอุตสาหกรรมใน SoHo หลายแห่งปิดตัว บ้างก็ย้ายออกไป นอกเมืองโกดังทั้งหลายจึงถูกทิ้งไว้ โดยไม่ได้ใช้ประโยชน์ กลุ่มคนไม่สามารถซื้อหรือเช่าที่อยู่อาศัยในเมืองได้เพราราคาแพง จึงมีแนวคิดที่จะนำโกดังเก่ามาดัดแปลงเป็นที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะศิลปินที่ต้องการพื้นที่มาก ๆ ในการทำงานศิลปะ ต่อมาเริ่มมีการนำสไตล์โมเดิร์นเข้ามาผสมผสานกับสไตล์ที่สื่อถึงความ เป็นลอฟท์เช่น ปูนเปลือย ปูนขัดมัน โครงสร้างเหล็ก สไตล์โมเดิร์นจะทำให้ดูเรียบง่ายและดูทันสมัย ส่วนสไตล์ลอฟท์ให้ความรู้สึกของพื้นผิววัสดุจริง จึงนิยมนำมาผสมผสานกันให้เกิดความขัดแย้งกันได้อย่างลงตัว เพิ่มความเด่นลดความเป็นโมเดิร์นลง โข่วเนื้อแท้ของวัสดุและโครงสร้าง



ที่มา : <http://www.idesignarch.com/modern-attic-loft-with-grey-palette-in-prague/>

OEM

OEM ย่อมาจาก Original Equipment Manufacturer หมายถึงการรับจ้างผลิตสินค้าให้กับแบรนด์ต่าง ๆ ตามแบบที่ลูกค้ากำหนด โดยใช้การผลิตของเรารวมถึงเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตด้วย มักจะเป็นโรงงานเปิดใหม่ หรือโรงงานที่ไม่เน้นการสร้างแบรนด์ของตนเอง และโรงงานที่ไม่มีความชำนาญในการออกแบบผลิตภัณฑ์

Free standing Shop

ร้านค้าปลีกของตนเอง ร้านค้าปลีกของบริษัทฯ ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้า และพลาซ่าในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น เป็นร้านค้าปลีกที่ตั้งอยู่โดยเอกเทศอยู่อย่างอิสระ

Upcycling Process

โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุ คือโครงการของทางบริษัทฯ ที่มุ่งพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจที่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้มีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุ เนื่องจากบริษัทย่อยมีเศษผ้าซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักที่เหลือจากการผลิตเป็นจำนวนมาก (ประมาณ 7 ตัน/เดือน) จึงได้จัดทำโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุ ภายใต้แนวคิด “Upcycling Process” โดยมีดร.สิงห์ อินทรชูโต เป็นที่ปรึกษาโครงการ ซึ่งเป็นการนำเศษผ้ายีนส์และผ้ายืดมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าให้แก่เศษวัสดุเหลือใช้ โดยเน้นการใช้บุคลากร กระบวนการวิธีการและเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีอยู่ในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในทุกๆ ขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการคิดค้น ออกแบบสร้างสรรค์ หรือการตัดเย็บ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้จากโครงการ เช่น กระเป๋าผ้ายีนส์ รองเท้าเดินในบ้าน หมอนอิง เบาะรองนั่ง เป็นต้น รวมถึงมีแผนงานที่จะพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ โดยการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากองค์ความรู้ร่วมกับนักวิจัยอีกหลายท่าน เช่น การทำกระดาษจากเศษผ้า การพัฒนาวัสดุยีนส์คอมโพสิตจากเศษผ้ายีนส์ เป็นต้น ซึ่งเป้าหมายของโครงการที่นอกเหนือไปจากการสร้างประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้เพื่อเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อมแล้ว บริษัทฯ ยังต้องการที่จะต่อยอดโครงการด้วยการนำไปสร้างอาชีพให้กับชุมชนในอนาคตอีกด้วย

บรรณานุกรม

บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน). [Online]. Available : www.mcgroupnet.com. 2553.

จัดแสดงสินค้า (DISPLAY DESIGN). [Online]. Available :

<http://displaybybe101.blogspot.com/p/display-design.html> /. 2553.

เฟอร์นิเจอร์ประเภทบุ“ผ้าบุเฟอร์นิเจอร์”. [Online]. Available :

<http://www.bestroomstyle.com/%E0%B8%9C%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%9A%E0%B8%B8%E0%B9%80%E0%B8%9F%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%88%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B9%8C/>. 2552.

POLYLINE. “ขนาดของเม็ดโฟม”. [Online]. Available :

<http://www.siambig.com/shop/index.php?shop=rakmai>. 2551.

การตกแต่งสำเร็จผ้า (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. 2553: 6)

ประวัติการศึกษา

ชื่อ นายศาสวัต แสงชัยอรุณ

วุฒิการศึกษา

- ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนศรีอยุธยา ในพระอุปถัมภ์ฯ
- ระดับปริญญาตรี ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2557

