

ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า เพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

STUDY AND DESIGN HANDBAG FOR COMMERCIAL DESIGN



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2566

KMITL-2023-ED-M-222-047

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

STUDY AND DESIGN HANDBAG FOR COMMERCIAL DESIGN



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL EDUCATION
IN TECHNOLOGY DESIGN TECHNOLOGY
SCHOOL OF INDUSTRIAL EDUCATION AND TECHNOLOGY
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2023

KMITL-2023-ED-M-222-047

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2023

SCHOOL OF INDUSTRIAL EDUCATION AND TECHNOLOGY

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์
นักศึกษา	นางสาวภากรวิทย์ เจริญวงศ์
รหัสประจำตัว	60603029
ปริญญา	ครุศาสตรบัณฑิต สาขาการศึกษา
สาขาวิชา	เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2566
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ ภิรมย์การ

บทคัดย่อ

การวิจัยศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ (2) ออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ จากการศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าในประเด็น ของรูปแบบ เทคนิค และวัสดุที่ใช้ในการผลิตเพื่อนำผลที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

จากการศึกษาพบว่ารูปแบบและการตลาดของผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ นั้นประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบยั่งยืน (Sustainability) 2) กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบ Upcycle 3) รูปทรงของกระเป๋า (Pattern) ได้แก่ กระเป๋าถือ (tote Bag) กระเป๋าสะพายข้าง (Crossbody bag) กระเป๋ากระเป๋าคาดอก/กระเป๋าคาดเอว (Fanny Pack) กระเป๋าเสริมขนาดเล็ก (Additional mini bag) จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาออกแบบเพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจในกลุ่มตัวอย่าง พบว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.63$, S.D.= 0.55) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ($\bar{X} = 4.67$, S.D.= 0.59) 2) ด้านราคา (Price) ($\bar{X} = 4.72$, S.D.= 0.61) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ($\bar{X} = 4.61$, S.D.= 0.49) และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ($\bar{X} = 4.54$, S.D.= 0.51) ด้านความสวยงามของผลิตภัณฑ์ด้านรูปร่างรูปทรง ($\bar{X} = 4.72$, S.D.= 0.51) 2) ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X} = 4.47$, S.D.= 0.56) และ 3) ด้านความเหมาะสมต่อการใช้สอย ($\bar{X} = 4.50$, S.D.= 0.70) ด้านราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.58$, S.D.= 0.77) 2) ด้านราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ ($\bar{X} = 4.31$, S.D.= 0.82) และ 3) ด้านราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ ($\bar{X} = 4.42$, S.D.= 0.65)

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์กระเป๋า, กระบวนการแปรรูปวัสดุเหลือใช้, การออกแบบเชิงพาณิชย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 |
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title	Study and Design Handbag for Commercial Design
Student	Parawee Charoenwong
Student ID.	60603029
Degree	Master of Science in Industrial Education
Program	Technology of Industrial Product Design
Year	2023
Thesis Advisor	Associate Professor Dr. Chaturong Louhapensang
Thesis Co-Advisor	Assistant Professor Dr. Thanate Piromgarn

ABSTRACT

This study aims to design commercial handbags by 1) Study marketing of commercial handbags 2) Design commercial bag and seasonal adaptation. This research is firms to archive the objective of the Handbag pattern, technique, and raw materials to use in the production. Also apply to create the satisfactory for evaluation from the customer including apply with mixed methods research by in-depth interview technique with 3 experts of handbag commercial design and the experts of handbag trend information, this research also has documentary research to analyze by using content analysis and then apply to design process for handbag commercial.

This study found the marketing of handbag commercials include 1) Sustainability Handbag 2) Upcycling handbag process 3) Shape of Handbag which is tote bag, Shoulder bag / Crossbody bag, Fanny Pack (Belt Bag) and additional mini bag. Then the researcher takes the result from questionnaire to represent the satisfaction of customer toward the commercial handbag.

For this research meet sample group among 36 people satisfy at ($\bar{X} = 4.63$, S.D.= 0.55) Product satisfy at ($\bar{X} = 4.67$, S.D.= 0.59) 2) Affordable Price at ($\bar{X} = 4.72$, S.D.= 0.61) 3) marketing channel at ($\bar{X} = 4.61$, S.D.= 0.49) and 4) Promotion ($\bar{X} = 4.54$, S.D.= 0.51) product visual good at ($\bar{X} = 4.72$, S.D.= 0.51) 2) Product unique at ($\bar{X} = 4.47$, S.D.= 0.56) and 3) Product useful ($\bar{X} = 4.50$, S.D.= 0.70) Price and product are satisfy at ($\bar{X} = 4.58$, S.D.= 0.77) 2) Price and quality are satisfy at ($\bar{X} = 4.31$, S.D.= 0.82) and 3) Price and benefit are satisfy at ($\bar{X} = 4.42$, S.D.= 0.65)

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ดีก็ด้วยความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ ภิรมย์การ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาอย่างยิ่ง และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐไท พรเจริญ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เอกอุทัยวงศ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรภัท เลิศข้าซอกกุล ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนข้อชี้แนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในขั้นตอนสุดท้ายจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณา อินทร์น้อย, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา คิตติ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมชาย เศษวิเศษ ที่ได้กรุณาช่วยเหลือให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้ เพื่อปรับปรุงให้มีคุณภาพและมีความเหมาะสมต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ เรียน ดร. กิตติศักดิ์ อริยะเครือ อาจารย์ประจำสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, ดร. เกษม มานะรุ่งวิทย์ อาจารย์ประจำสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และ ดร. ก้องเกียรติ มหาอินทร์ อาจารย์ประจำสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ที่ได้กรุณาช่วยเหลือให้คำแนะนำด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้และขอขอบพระคุณ สยามสแควร์ที่ให้พื้นที่ในการศึกษาข้อมูล ให้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูล ในการวิจัยนี้ได้เป็นอย่างดี

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่บิดา มารดา ญาติ เพื่อน อาจารย์ และผู้มีอุปการคุณของผู้วิจัย และผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพอย่างยิ่ง หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ภารวีย์ เจริญวงศ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....I	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....II	II
กิตติกรรมประกาศ.....III	III
สารบัญ.....IV	IV
สารบัญตาราง.....VI	VI
สารบัญภาพ.....VII	VII
บทที่ 1 บทนำ.....1	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....1	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....2	2
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....3	3
1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย.....4	4
1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....7	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....8	8
2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกระเป่า.....9	9
2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องประกอบการแต่งกาย.....23	23
2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการอธิบายพฤติกรรมมนุษย์.....41	41
2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการออกแบบ.....42	42
2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์.....45	45
2.6 ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....50	50
บทที่ 3 วิธีดำเนินการงานวิจัย.....54	54
3.1 วิธีดำเนินงานวิจัยรายวัตถุประสงค์ ที่ 1 เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์.....54	54
3.2 วิธีดำเนินงานวิจัยรายวัตถุประสงค์ ที่ 2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์.....55	55
3.3 วิธีดำเนินงานวิจัยรายวัตถุประสงค์ ที่ 3 เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค.....59	59

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ 1 เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์.....	63
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ 2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์.....	63
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค.....	76
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	82
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	82
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	85
5.3 อภิปรายผล.....	87
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	89
บรรณานุกรม.....	90
ภาคผนวก.....	91
ภาคผนวก ก หนังสือราชการ.....	92
ภาคผนวก ข แบบตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินความเหมาะสม.....	96
ภาคผนวก ค การเขียนแบบเพื่อการผลิต.....	106
ภาคผนวก ง รูปแบบผลิตภัณฑ์.....	109
ภาคผนวก จ ผลตอบรับการตีพิมพ์บทความวิจัย.....	112
ประวัติผู้เขียน.....	115

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 การวิเคราะห์เครื่องมือในการทำเครื่องประดับ.....	65
4.2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 1.....	72
4.3 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 2.....	73
4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 6.....	75
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล.....	77
4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการตลาด.....	78
4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์.....	79
4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านความพึงพอใจ.....	79
4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านความช่องทางการจัดจำหน่าย.....	80
4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านความช่องทางการส่งเสริมการตลาด.....	80

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ VI อ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงรูปแบบที่ 1 ของกระเป๋าแต่ละประเภท.....	10
2.2 แสดงรูปแบบที่ 2 ของกระเป๋าแต่ละประเภท.....	11
2.3 แสดงรูปแบบที่ 3 ของกระเป๋าแต่ละประเภท	11
2.4 แสดงรูปแบบที่ 4 ของกระเป๋าแต่ละประเภท.....	12
2.5 แสดงรูปแบบที่ 5 ของกระเป๋าแต่ละประเภท.....	12
2.6 แสดงรูปแบบที่ 6 ของกระเป๋าแต่ละประเภท.....	12
2.7 แสดงรูปแบบที่ 7 ของกระเป๋าแต่ละประเภท.....	14
2.8 รูปแบบของตัวล๊อคฝากระเป๋า.....	16
2.9 รูปแบบของห่วงต่างๆของกระเป๋า.....	16
2.10 รูปแบบของหูหิ้วต่างๆของกระเป๋า.....	16
2.11 รูปแบบของหมุดย้าต่างๆของกระเป๋า.....	17
2.12 รูปแบบของลูกบิด.....	22
2.13รูปแบบของลูกบิดเคลือบ.....	22
2.14 รูปแบบของลูกบิดโลหะ.....	22
2.15 รูปแบบขององค์ประกอบแนวคิด Marketing 5.0.....	51
2.16 รูปแบบของ Customer Path.....	58
3.1 แสดงแผนผังวิธีการดำเนินการวิจัย.....	62
4.1 รูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋าในรูปแบบต่างๆ ของปัจจุบัน.....	64
4.2 ภาพแสดงแบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าถือ (Tote Bags).....	67
4.3 ภาพแสดงแบบร่างกระเป๋าสะพายข้าง (Shoulder bag / Crossbody bag).....	67
4.4 ภาพแสดงแบบร่างกระเป๋ากระเป๋าคาดอก / กระเป๋าคาดเอว (Fanny Pack).....	68
4.5 ภาพแสดงแบบร่างกระเป๋าเสริมขนาดเล็ก (Additional mini bag).....	68
4.6 การวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบผลิตภัณฑ์.....	69
4.7 ภาพการออกแบบแนวคิดที่ 1.....	70
4.8 ภาพการออกแบบแนวคิดที่ 2.....	71
4.9 ภาพการออกแบบแนวคิดที่ 3.....	71
4.10 รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์.....	76

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการศึกษาพบว่าในยุคของสมัยนิยมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทำให้มีการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีรวมไปถึงการสร้างสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในประเทศที่มีแนวโน้มในด้านของอุตสาหกรรมสิ่งทอที่โตขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากได้รับการส่งเสริมจากกรมการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ อีกทั้งกระทรวงพาณิชย์ที่ยังให้การสนับสนุนในด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต ทั้งนี้เพื่อให้เกิดรูปแบบที่มีความหลากหลาย และสามารถตอบสนองความต้องการได้หลายกลุ่ม อีกทั้งประเทศไทยเองก็เป็นประเทศที่มีการพัฒนาอยู่เรื่อยๆ เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการและสิ่งที่โลกให้ความสำคัญ ทั้งนี้ก็รวมไปถึงด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศไทยที่โตขึ้นเนื่องจากได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลและกระทรวงต่างๆ ที่ได้มีการกำหนดคลัสเตอร์เป้าหมายในระยะแรกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ ซุปเปอร์คลัสเตอร์ (Super cluster) เน้นอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนสูงและอีกส่วนเป็นคลัสเตอร์อื่นๆ ส่วนนี้จะประกอบไปด้วยหลายอุตสาหกรรม โดยในกลุ่มนี้จะมีอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรวมอยู่ในคลัสเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นด้วย โดยจะมีการพัฒนาให้เกิดความเชื่อมโยงกันมากขึ้นในระบบอุตสาหกรรมทั้งระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ [1] ทั้งนี้เพื่อให้เกิดรูปแบบที่มีความหลากหลายและสามารถตอบสนองความต้องการได้หลายหลายกลุ่ม ไม่ว่าจะอยู่ในประเทศหรือต่างประเทศ เพื่อเป็นการขยายฐานของตลาดและเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของไทยอีกช่องทางหนึ่งด้วย ซึ่งหากแต่ในปัจจุบันกลุ่มธุรกิจการค้าที่ยังคงเป็นที่นิยมในท้องตลาดนั้นกลับเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกลุ่มกระแส นิยมคือสินค้ากลุ่ม (Fast Fashion) ซึ่งกลุ่มนี้ก็เป็นกลุ่มที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเพื่อให้ทันและสอดคล้องกับเทรนด์โลก [2] รวมไปถึงการกระจายตัวที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งราคาที่สามารถจับต้องได้ หากเปรียบเทียบกับสินค้าหรู (Luxury Brands) ที่ตรงตามเทรนด์แต่จะมีราคาค่อนข้างสูง ซึ่งไม่มีความสอดคล้องกับค่าครองชีพของประชากรภายในประเทศ ฉะนั้นการที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถต่อสู้กับกลุ่มของตลาดโลกได้นั้น ผลิตภัณฑ์ของเราจึงจะต้องมีความแปลกใหม่ ทันยุคทันสมัย มีเอกลักษณ์และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ได้ ทั้งในแง่ของราคา และประโยชน์การใช้สอย

ในปัจจุบันเครื่องประกอบการแต่งกายที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือผลิตภัณฑ์กระเป่าเนื่องจากกระเป่าเป็นสิ่งที่เราใช้ประจำในทุกๆ วันไม่ว่าเราจะไปที่ไหนก็ตาม อีกทั้งรูปแบบเสื้อผ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของผู้หญิงส่วนใหญ่ มักจะไม่มีกระเป๋า หรือถ้ามีส่วนใหญ่ก็ไม่สามารถใช้งานได้จริง ไม่ว่าจะเป็ชุดยาว หรือเสื้อเชิ้ตก็ตาม แม้แต่กระเป๋าที่กางเกงก็ยังมึขนาดเล็กเกินไปที่จะใส่ทุกอย่าง นอกจากนี้ การใช้กระเป๋ายังการช่วยลดโลกร้อน เนื่องจากเราไม่ได้ใช้ถุงพลาสติกเพิ่ม

ซึ่งจะตรงกับกระบวนการแบบ Upcycle หรือ Upcycling นั่นคือกระบวนการให้ที่เป็น กระแสนุรักษ์สภาพแวดล้อมธรรมชาติ โดยมีความแตกต่างกับคำว่า Recycle เพราะคำว่า Re คือการนำกลับเข้ามาสู่วงจร Cycle คือการใช้ใหม่ แต่ส่วนคำว่า up นั้นคือการเพิ่มมูลค่าให้กับวงจร Cycle [3] โดยเราจะนำขยะจากอุตสาหกรรมที่เรียกว่าผ้าเหลือสต็อก (Dead Stock) เนื่องจากในระบบการเมนต์นั้นไม่สามารถใช้ผ้าได้ทั้งหมด 100 เปอร์เซ็นต์ โดยเต็มที่ใช้เพียง 97 เปอร์เซ็นต์ [4] นั้นหมายความว่าขยะที่เหลือ 1-3 เปอร์เซ็นต์นั้นก็จะแปรสภาพไปเป็นขยะ ซึ่งขะนี้เราสามารถ นำมาสร้างเป็นมูลค่าเพิ่มได้โดยนำมาเป็นวัสดุประกอบการผลิตกระเป๋า ผนวกกับการออกแบบที่มีความทันสมัยและหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมการใช้งานได้อย่างครอบคลุม

ผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ นี้ได้มีการพัฒนาและผสมผสานกับความทันสมัยระหว่างวัสดุที่ใช้ในการผลิต และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกให้กับผู้บริโภคในการออกแบบนั้นเราจะมีการบูรณาการระหว่างเทรนด์โลกและความเป็นไทยในปัจจุบันที่ทันสมัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์อย่างลงตัว

จากแนวทางในการศึกษานั้น ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับรูปแบบของการใช้งานและกระแอสังคัมในแต่ละช่วง เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างหลากหลาย ทั้งนี้เพื่อขยายระบบอุตสาหกรรมภายในประเทศ รวมถึงเป็นแรงขับเคลื่อนเล็กๆที่ช่วยรณรงค์สิ่งแวดล้อม ด้วย

นั้นจะต้องมีความแปลกใหม่ และยังสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มบริโภคได้มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ รวมถึงการสร้างรูปลักษณ์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจด้วย รวมไปถึงการเชื่อมกันระหว่างความเป็นไทยและความเป็นสากล

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์
- 1.2.2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์
- 1.2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

หลักการที่ใช้ในการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ มีแนวทางการศึกษาโดยใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1.3.1 กรอบแนวความคิดวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าในห้างจำหน่าย ตลอดจนจนถึงวิเคราะห์ถึงรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่มีจำหน่ายในตลาด โดยพิจารณาจากรูปแบบและรูปร่างที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตลาด โดยพิจารณาจากกรอบแนวความคิด ของการศึกษาและพินิจวิเคราะห์ (ดนต์ รัตนทัศนีย์ มปป : 44 - 47) คือการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นทางกายภาพของวัสดุ ประโยชน์ใช้สอย น้ำหนักและโครงสร้างของผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาวิเคราะห์รูปแบบของกระเป๋าในปัจจุบัน

1.3.2 กรอบแนวความคิดวัตถุประสงค์ 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

ในการออกแบบผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีความคิดแนวตั้ง (Vertical Thinking) เป็นการคิดเพื่อ การสรรหาสิ่งที่จะต้องเป็นเหตุเป็นผล วิเคราะห์แยกแยะหาข้อผิดพลาดเพื่อนำมาเลือกสรรวิธี ที่ดีที่สุดและใช้ในการแก้ไขปัญหา อีกทั้งยังสามารถกำจัดทางเลือกอื่นๆ ออกเมื่อค้นพบทางเลือกที่ดี ที่สุดแล้วก็จะไม่คิดหาวิธีอื่นๆ อีกต่อไป ซึ่งจะเคลื่อนที่ในทิศทางที่กำหนดเอาไว้และนำไปสู่แนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างชัดเจน โดยใช้วิธีการที่แน่นอน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการคิดเชิงวิเคราะห์ อย่างมีลำดับขั้นตอนและต่อเนื่อง ไม่มีการกระโดดข้ามขั้นเหมือนการคิดแนวข้าง นอกจากนี้ การคิดแนวตั้งยังเป็นเรื่องของการตัดวิธีคิดอื่นๆ ออกไปแล้วใช้การแบ่งหมวดหมู่และประเภทต่างๆ แบบตายตัวและดำเนินไปในแนวทางที่น่าจะเป็นมากที่สุด ซึ่งเขียน Dr. Edward de Bono โดยอยู่ภายใต้หลักการออกแบบ 5 ประการ (สถาพร ดิบุญมี ณ ชุมแพ, 2550) [6] 1) หน้าที่ใช้สอย 2) ความสะดวกสบายในการใช้งาน 3) ความแข็งแรง 4) ความสวยงาม 5) การบำรุงรักษาและซ่อมแซม

1.3.3 กรอบแนวคิด ตามวัตถุประสงค์ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการตลาดคือแนวคิดจากงานวิจัยของ Jittangwattana, B. (1998). โดย นำเสนอแนวคิดของ James Culliton ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งเรียกว่า 4Ps

1.3.3.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะนำเสนอแก่ตลาดเพื่อให้เกิด ความสนใจความต้องการเป็นกรรมสิทธิ์การใช้หรือการบริโภค ประกอบด้วยทั้งสินค้าและบริการซึ่ง แบ่งได้ 3 ระดับคือ

แก่นผลิตภัณฑ์ หมายถึง อรรถประโยชน์หรือผลประโยชน์สำคัญที่ให้ผู้ซื้อ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปร่างผลิตภัณฑ์ หมายถึง ส่วนที่เป็นรูปร่างผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยคุณลักษณะ 5 ประการ คือ ระดับคุณภาพ ลักษณะ รูปแบบ ตรายผลิตภัณฑ์ และการบรรจุหีบห่อ

ประโยชน์เพิ่มของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ประโยชน์ของผู้ซื้อที่จะได้รับนอกเหนือจาก ประโยชน์สำคัญของผลิตภัณฑ์

1.3.3.2 ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดให้อยู่ในรูปแบบของ ตัวเงินซึ่งในการกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ของนักการตลาดนั้นจะมีจุดหมายหรือวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันโดยจะสามารถแยกได้ 3 ประการ คือ การตั้งราคาโดยมุ่งกำไร การตั้งราคาโดยมุ่งที่การขาย และการตั้งราคาเพื่อคงไว้ซึ่งฐานะเดิม

1.3.3.3 การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่จะนำผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาด เป้าหมายหรือผู้บริโภคโดยวิธีการจำหน่ายผ่านคนกลางหรืออาจจะจำหน่ายโดยตรงเพื่อให้ไปยัง ผู้บริโภคหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.3.3.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อจำหน่าย กับกลุ่มลูกค้า หรือผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการรับทราบวัตถุประสงค์หรือแนวคิดในการจำหน่าย

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์สำหรับออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินการวิจัยโดยใช้วิธีการปฐมภูมิ (Primary Source) และการสำรวจจากการลงพื้นที่ โดยพิจารณาองค์ประกอบภาพรวมจากรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป่าในปัจจุบันเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป่า ในรูปแบบการออกแบบเชิงนิเวศน์เศรษฐกิจ (eco-design) คือการประยุกต์ใช้แนวคิด Upcycle เป็นกระบวนการที่เน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด ด้วยการนำเศษวัสดุเหลือใช้ทั้งหลาย มาพัฒนาให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพและมีมูลค่าสูงขึ้น และที่สำคัญก็ต้องเป็นสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งกระบวนการออกแบบและการผลิต [7] โดยกำหนดหัวข้อดังนี้

1.4.1 วิธีดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

1.4.1.1 กรณีศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์กระเป่าที่มีความรู้และประสบการณ์การทำงานจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ได้มาประยุกต์ใช้กับการออกแบบ อีกทั้งผู้วิจัยได้สำรวจพื้นที่ภาคสนามและศึกษาความต้องการของกลุ่มตัวอย่างใน ห้างสรรพสินค้าสยามเซ็นเตอร์จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการสังเกตการณ์

(observation form) และแบบสอบถาม (questionnaire) เพื่อวัดพฤติกรรม ความคิดเห็น เจตคติ ความสนใจของผลิตภัณฑ์กระเป๋

1.4.1.2 เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยการเลือกแบบเฉพาะเจาะจงและแบบวิเคราะห์ เอกสาร (Documentary Research ประกอบกับการสำรวจพื้นที่ภาคสนามด้วยวิธีการสังเกตการณ์ (observation form) และแบบสอบถาม (questionnaire)

1.4.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ตรวจสอบข้อมูลโดยอาจารย์ที่ปรึกษาปรับปรุงทำการแก้ไข แล้วจึงนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋เพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

1.4.1.4 ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ รูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋เพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

1.4.2 วิธีดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋เพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

1.4.2.1 กรณีศึกษาผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋เพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ผู้วิจัยได้มีการศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการพัฒนาในเชิงพาณิชย์ และตรงตามเงื่อนไขของกระบวนการการผลิตแบบ Upcycle

1.4.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้คำถามในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิโดยศึกษาข้อมูลปฐมภูมิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ เพื่อเป็นแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ ร่วมกับสรุปแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก

1.4.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (AHP)

1.4.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

1.4.2.5 ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋เพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

1.4.3 วิธีดำเนินการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3) ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์กระเป๋เพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

1.4.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป๋และสนใจสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป๋และสนใจสิ่งแวดล้อม

สยามดิสคัฟเวอรี จำนวน 36 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกจากกลุ่มผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม Co-Creation Space โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.4.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขอบเขตในการประเมินประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์เพื่อการประเมินผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือการประเมินประสิทธิภาพด้วยการใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามแบบปิด (closed form questionnaire) ซึ่งมีแบบสอบถามที่ข้อความถามมีข้อความลักษณะจำกัดให้ตอบ ผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) (พรรณีสถิติวิจารณ์. 2559: 170-171)

โดยผู้วิจัยโดยวิเคราะห์หัวข้อคำถามของแบบประเมินประสิทธิภาพจากแนวคิดในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ของ (อุดมศักดิ์ สาริบุตร. 2549: 10-12) ซึ่งมีหัวข้อดังนี้

1. หน้าที่ใช้สอย คือ หน้าที่ใช้สอยเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์
2. ความสวยงาม คือ มีความสวยงามในรูปลักษณะรูปทรงสีลวดลายดูเหมาะสมกับการใช้งาน
3. แข็งแรงทนทาน คือ แข็งแรงทนทานใช้งานได้ดี
4. ความสะดวกสบายในการใช้งาน คือ การใช้งานต้องสะดวกสบายคล่องตัวจากบริบทการใช้งานของผู้ใช้งาน
5. ด้านการบำรุงรักษาและซ่อมแซม คือ สามารถทำความสะอาดหรือซ่อมแซมได้จากการใช้งานของผู้ใช้งาน

1.4.3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์โดยอ้างอิงข้อความถามจากแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ (อุดมศักดิ์ สาริบุตร. 2549: 10-12) จากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ มาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และแปรผลโดยการบรรยาย

1.4.3.4 ตัวแปรที่ศึกษา

- (1) ตัวแปรต้น ได้แก่
 - (1.1) รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์
 - (1.2) ขั้นตอนกระบวนการออกแบบ
- (2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อมสยามดิศพ์เวอร์รี่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

1.5.1 การศึกษาเพื่อผลิตภัณฑ์กระเป๋ า หมายถึง กระบวนการการศึกษา การค้นคว้าและการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ าด้วยการใช้เศษผ้า Dead stock เพื่อสร้างโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์นั้น

1.5.2 การออกแบบเชิงพาณิชย์ หมายถึง การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ าด้วยการใช้เศษผ้า Dead stock โดยใช้กระบวนการทางด้านการออกแบบและความเป็นศิลปะเข้ามาผสานกัน

1.5.3 ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดจากผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป๋ าด้วยการพัฒนาในเชิงพาณิชย์

1.5.4 ผู้เชี่ยวชาญ หมายถึง ผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องผลิตภัณฑ์กระเป๋ าด้วยการพัฒนาในเชิงพาณิชย์

1.5.5 หน้าที่ใช้สอย หมายถึง หน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์กระเป๋ าด้วยการพัฒนาในเชิงพาณิชย์

1.5.6 ความสวยงาม หมายถึง ความสวยงามของผลิตภัณฑ์กระเป๋ าด้วยการพัฒนาในเชิงพาณิชย์

1.5.7 ความทนทานในการใช้งาน หมายถึง ความแข็งแรงทนทานในการใช้งานของผลิตภัณฑ์กระเป๋ าด้วยการพัฒนาในเชิงพาณิชย์

1.5.8 การบำรุงรักษาและซ่อมแซม หมายถึง การบำรุงรักษาและซ่อมแซมผลิตภัณฑ์กระเป๋ าด้วยการพัฒนาในเชิงพาณิชย์

1.5.9 ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋ าด้วยการพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ได้แก่ด้านหน้าที่ใช้สอย, ความสวยงาม, ความทนทานในการใช้งาน, การบำรุงรักษาและซ่อมแซม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินงานวิจัย เรื่องการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อการศึกษา โดยนำเสนอไว้จำแนกเป็นหัวข้อสำคัญดังนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกระเป๋า

- 2.1.1 ประวัติความเป็นมาของกระเป๋า
- 2.1.2 การแบ่งประเภทของกระเป๋า
- 2.1.3 วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต
- 2.1.4 ประเภทของเส้นใยผ้า
- 2.1.5 ประเภทของผ้า
- 2.1.6 ลูกบิด

2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องประกอบการแต่งกาย

- 2.2.1 ศิลปะกับเสื้อผ้าและเครื่องประกอบการแต่งกาย
- 2.2.2 ความหมายและเครื่องประกอบการแต่งกาย
- 2.2.3 หลักการสำคัญของเครื่องประกอบการแต่งกาย
- 2.2.4 หลักการแต่งการสำหรับสตรี
- 2.2.5 การแต่งกายในโอกาสต่างๆ

2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการอธิบายพฤติกรรมมนุษย์

- 2.3.1 การอธิบายพฤติกรรมมนุษย์

2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการออกแบบ

- 2.4.1 แนวคิดในการออกแบบ
- 2.4.2 ความหมายของการออกแบบ

2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

- 2.5.1 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์
- 2.5.2 แนวคิดในการออกแบบกระเป๋า

2.6 ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.6.1 ทฤษฎีการตลาดสมัยใหม่
- 2.6.2 องค์ประกอบของแนวคิด Marketing 5.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกระเป่า

2.1.1 ประวัติความเป็นมาของกระเป่า

อุตสาหกรรมหนังและเครื่องหนัง เป็นอุตสาหกรรมเกษตร (Agro Industry) ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมากประเภทหนึ่ง สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับหนังสัตว์โดยการผลิตหนังฟอกชนิดต่างๆ ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากการทำปศุสัตว์ และยังก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้อีกมากในอุตสาหกรรมเครื่องหนังหลากหลาย ประเภท เช่น เสื้อหนัง ถุงมือหนัง สายนาฬิกาหนังเฟอร์นิเจอร์หนัง รองเท้าหนัง กระเป่าหนัง และอื่นๆ โดยผลผลิตมีทั้งจำหน่ายในประเทศและส่งออก เป็นแหล่งรายได้และสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาปีละประมาณ 20,000 ล้านบาท (นาฏยา มณีรัตน์, 2560)

ค.ศ. 1500 – 1800 : กระเป่าแขวนและกระเป่าถือตั้งแต่ช่วงแรกๆ ของอารยธรรมกระเป่าและกระเป่าเป็นบทความในชีวิตประจำวันที่ใช้กันโดยทั่วไปทั้งชายและหญิงพวกเขาจำเป็นสำหรับการพกเงินและสิ่งของส่วนตัวอื่นๆ เนื่องจากเสื้อผ้ายังไม่ได้รับการติดตั้งกระเป่า เราเห็นว่าภาพเหล่านี้ดูจากภาพวาดสิ่งพิมพ์และสิ่งทอและกระเป่าถือที่เก็บรักษาไว้ในพิพิธภัณฑ์ได้ก็แห่งถุงโบราณดังกล่าวเป็นของหายากเพราะพวกเขาส่วนใหญ่ทำจากวัสดุที่เน่าเสียง่าย

กระเป่าและกระเป่ามีหลายแบบหลายแบบเช่นกระเป่าที่มีตะขอกระเป่าหนังและกระเป่าที่มีเชือกถักยาว ยกเว้นถุงสะพายที่หายากบางส่วนเหล่านี้สวมใส่ทั้งหมดติดกับสายพานหรือเข็มขัด การแนะนำกระเป่าที่มีต่อปลายศตวรรษที่ 16 ทำให้ถุงของผู้ชายหายไปอย่างช้าๆ ในช่วงศตวรรษที่ 17 ต่อจากนี้ไปกระเป่าเป็นของโดเมนผู้หญิงเกือบทั้งหมด

จากศตวรรษที่ 16 เป็นต้นไปผู้หญิงมักสวมกระเป่าบน chatelaine; ตะขอกับโซ่ที่สามารถใช้อุปกรณ์ขนาดเล็กเช่นกุญแจกรรไกรและเครื่องมือตัดเย็บ ตั้งแต่ chatelaines มักจะสร้างขึ้นจากโลหะมีค่าพวกเขายังถือว่าเป็นอัญมณีและสัญลักษณ์สถานะการออกแบบและอุปกรณ์เสริมของ chatelaine วิวัฒนาการในช่วงหลายศตวรรษที่ แต่มันไม่ได้จนกว่าจุดเริ่มต้นของศตวรรษที่ 20 ที่กระเป่าถือในที่สุดก็แทนที่มัน

ในศตวรรษที่ 17 และ 18 และส่วนมากของศตวรรษที่ 19 เสื้อผ้าของผู้หญิงมีมากมายเหลือเฟือที่หนึ่งหรือสองถุงหรือ “กระเป่า” ได้อย่างง่ายดายสามารถซ่อนอยู่ใต้กระโปรงกระเป่าดังกล่าวมักสวมใส่เป็นคู่ ๆ : หนึ่งแขวนจากสะโพกแต่ละอัน – เพราะฉะนั้นชื่อกระเป่าต้นขากระเป่าต้นขา ยังคง เป็นที่นิยมมากที่สุดที่สุดในศตวรรษที่ 19

ค.ศ.1800 – 1900 ยุคใหม่กระเป่าใหม่พิพิธภัณฑ์เมื่อเมืองโรมันแห่งปอมเปอีถูกค้นพบในศตวรรษที่ 18 สิ่งที่กรีกโบราณและโรมันโบราณได้รับความนิยมอย่างมากการเคลื่อนไหวแบบคลาสสิกนี้มีผลกระทบอย่างมากต่อแฟชั่นของผู้หญิงด้วยเช่นชุดกลายเป็นแบบตรงและเอวขึ้นไปใต้ชุดที่ละเอียดอ่อนเหล่านี้ไม่มีที่สำหรับกระเป่าต้นขา เนื้อหาของพวกเขาย้ายเข้าไปอยู่ในกระเป่า

ถือกระเป่าถืออันแท้จริงตัวแรกที่นำมาทำเป็นคอร์ดหรือโซ่ ถุงดังกล่าวเป็นแฟชั่นจนถึงทศวรรษเอกสาร์นี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แรกของศตวรรษที่ 19 Reticules ทำด้วยมือจากผ้าทุกชนิดโดยผู้หญิงมักใช้ผ้าเหล่านี้

ในช่วงศตวรรษที่ 19 อายุของการปฏิวัติอุตสาหกรรม มีการคิดค้นวิธีการและเทคนิคการผลิตใหม่ๆ วัสดุใหม่ๆ เช่นกระดาษอัดแท่งเหล็กและเหล็กขัดได้ เกิดขึ้นและถูกนำมาใช้เพื่อผลิตถุง ซึ่งส่งผลให้มีรูปแบบและรูปแบบใหม่ ๆ ถุงใหม่ได้รับการพัฒนาสำหรับนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ ซึ่งสามารถเดินทางได้ง่ายขึ้นโดยเรือและทางรถไฟ กระเป๋าเดินทางสำหรับการเดินทางทางรถไฟ เป็นกระเป๋าถือของวันนี้ กระเป๋าเดินทางซึ่งเหมาะสำหรับการเดินทางแต่ยังสามารถนำไปใช้ในการช้อปปิ้งหรือไปเที่ยวได้

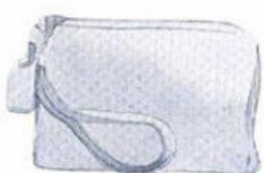
คศ.1900 – ปัจจุบันในศตวรรษที่ 20 ศิลปะและการเคลื่อนไหวแฟชั่นขึ้นมาและเดินอย่างรวดเร็วและกระเป๋าถือวิวัฒนาการมาข้าง อย่างไม่รู้จบตามการปลดปล่อยสตรีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการสร้างกระเป๋าถือ มีผู้หญิงใช้แรงงานมากขึ้นเรื่อยๆ และเมื่อพวกเขากลายเป็นมือถือมากขึ้น กระเป๋าถือของพวกเขาต้องตอบสนองความต้องการที่หลากหลายมากขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้มีกระเป๋าทุกประเภทสำหรับวัตถุประสงค์เฉพาะเช่นกล่องหนังสำหรับเดินทางไปออฟฟิศกระเป๋าหนังและถุงพลาสติกกลางวันสำหรับเดินและเยี่ยมชมสง่างามถุงประกายและminaudières (clutch โลหะ) สำหรับการใช้จ่ายค่ำ

การสร้างแบรนด์เริ่มมีความสำคัญมากขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 20 และนักออกแบบกระเป๋าถือชั้นยอดก็ผล่อออกมา นักออกแบบที่รู้จักทั่วโลกสำหรับกระเป๋าถือและเครื่องหนังพิเศษ ได้แก่ Hermès, Louis Vuitton, Gucci และ Prada สำหรับนักออกแบบแฟชั่นเช่น Chanel, Dior, Yves Saint Laurent, Versace, Donna Karan และ Dolce & Gabbana กระเป๋าถือได้กลายเป็นอุปกรณ์เสริมที่สำคัญ ในทางตรงกันข้ามกับศตวรรษที่ผ่านมาซึ่งในการออกแบบอาจไม่เปลี่ยนแปลงเป็นเวลาหลายสิบปีกระเป๋าถือได้กลายเป็นอุปกรณ์เสริมแฟชั่นที่เปลี่ยนไปทุกฤดูกาล

2.1.2 การแบ่งประเภทของกระเป๋า

ผลิตภัณฑ์กระเป๋า มีมากมายหลากหลายชนิดรูปแบบ รูปทรง และขนาด ก็แตกต่างกันไปตามลักษณะการใช้งาน แบ่งออกเป็นประเภทดังนี้

WRISTLET BAG



CLUTCH BAG



ENVELOPE BAG



ภาพที่ 2.1 แสดงรูปแบบของกระเป๋าแต่ละประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. กระเป๋าแบบมีสายคล้อง (Wristlet Bag) กระเป๋าขนาดกะทัดรัดเหมาะกับ ขนาดมือจุดเด่นของกระเป๋าทรงนี้คือมีสายมาคล้องอยู่ที่มือ
2. กระเป๋าแบบไม่มีสายคล้อง (Clutch Bag) กระเป๋าขนาดกะทัดรัดเหมาะกับ ขนาดมือ เป็นกระเป๋าที่สามารถถือด้วยมือข้างเดียวได้ ไม่มีสายให้คล้องหรือสะพาย
3. กระเป๋าคลายซองจดหมาย (Envelope) กระเป๋าขนาดกะทัดรัดเหมาะกับขนาดมือคล้ายกับกระเป๋าคัลต์ซ์ แต่ความแตกต่างอยู่ตรง ที่การเปิดและการปิดกระเป๋าจากด้านหน้าซึ่งมีลักษณะ คล้ายกับการเปิดปิดซองจดหมาย



ภาพที่ 2.2 แสดงรูปแบบของกระเป๋าแต่ละประเภท

4. กระเป๋าคลายตัวยู (Saddle Bag) กระเป๋ารูปทรงคล้ายตัว U เหมือนกับอานม้าหรือที่เรียกกันว่า Saddle
5. กระเป๋าทรงจิบ (Bucket Bag) กระเป๋าสะพายแบบสายยาว คนส่วนใหญ่เรียกว่า กระเป๋าทรงขนมจีบ มีรูปร่างสี่เหลี่ยมลักษณะคล้ายกับถังจึงเรียกว่า Bucket Bag
6. กระเป๋าซองทรง (Trapeze Bag) กระเป๋าทรงเหลี่ยมที่ด้านหน้าดูแคบแต่ภายในสามารถขยายให้กว้างขึ้นได้จากด้านข้างของกระเป๋าด้วยรูปทรงสามเหลี่ยมเรียกได้ว่าเป็นกระเป๋าที่มีการผสมผสานของสองรูปทรงเอาไว้ด้วยกันอย่างลงตัว



ภาพที่ 2.3 แสดงรูปแบบของกระเป๋าแต่ละประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. กระเป๋าทรงสี่เหลี่ยม (Frame Bag) กระเป๋าที่มีขอบมุมด้านต่างๆ เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมเปรียบเหมือนกับกรอบรูปภาพเหมาะสำหรับใช้ใส่ของติดตัวเล็กๆ น้อยๆ ในแต่ละวัน

8. กระเป๋าใส่ลูกโบว์ลิ่ง (Bowler Bag) กระเป๋าทรงนี้ เริ่มต้นจากการผลิตมาเพื่อใส่ลูกโบว์ลิ่งเอาไว้ข้างใน มีขนาดใหญ่และจุของได้มาก ปัจจุบันนำมาใช้ในหลายๆการใช้งาน

9. กระเป๋าทรงขนมปัง (Baguette Bag) กระเป๋าทรงยาวใบเล็กมีลักษณะคล้ายขนมปัง Baguette ของชาวฝรั่งเศส เหมาะสำหรับใส่ของที่ไม่วุ่นวายมากเกินไป เน้นดีไซน์สวยงามมากกว่า การใช้งาน

DUFFEL BAG

SATCHEL BAG

HOBO BAG



ภาพที่ 2.4 แสดงรูปแบบของกระเป๋าแต่ละประเภท

10. กระเป๋าใบใหญ่มีหูหิ้วและสายสะพาย (Duffel Bag) สามารถจุของได้เยอะ เป็นกระเป๋าใบใหญ่ที่มีทั้งหูหิ้วและสายสะพายอยู่ในใบเดียวกัน

11. กระเป่านักเรียน (Satchel Bag) เป็นกระเป๋าที่ถูกออกแบบมาไว้สำหรับ ใส่เอกสาร แต่มีสายสะพายเพิ่มเข้ามาและใส่ดีไซน์เพื่อให้กระเป๋ามีความเป็นแฟชั่นมากขึ้น

12. กระเป๋าบุตรงกลาง (Hobo Bag) กระเป๋าทรงสี่เหลี่ยมที่มีจุดเด่นอยู่ที่ตรงกลางด้านบนของกระเป๋าจะยุบลงมาทำให้ดูเป็นธรรมชาติอย่างไม่ต้องใจ

CROSSBODY BAG

BACKPACK BAG

WEEKEND BAG



ภาพที่ 2.5 แสดงรูปแบบของกระเป๋าแต่ละประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. กระเป๋าสะพายข้าง (Crossbody) เป็น กระเป๋าที่ถือเป็น Sub Category เพราะเป็นกระเป๋ารูปทรงไหนก็ได้ เพียงแค่มีสายสะพายพาดข้ามตัวก็สามารถเรียกว่า Crossbody ได้

14. กระเป๋าเป้(Backpack Bag) กระเป๋าที่ตอบโจทย์ด้านการ ใช้งานได้เป็นอย่างดี ใบใหญ่ใส่ของได้เยอะ รวมถึงการออกแบบที่คำนึงถึงการใช้งานจากการสะพายหลังให้เหมาะสมกับผู้ใช้ในแต่ละคนอีกด้วย

15. กระเป๋าใส่ของใบใหญ่ (Weekend Bag) กระเป๋าถือใบใหญ่ใส่ของได้มากคล้ายกับทรง Bowler Bag แต่ความต่างอยู่ที่ Weekend Bag จะให้ลุคที่สบายๆ ไม่เป็นทรงเหลี่ยมหรือทรงตรงที่แน่นอน



ภาพที่ 2 6 แสดงรูปแบบของกระเป๋าแต่ละประเภท

16. กระเป๋าทรงสี่เหลี่ยมหรือถุงผ้า (Tote Bag) กระเป๋าที่มีทรงสี่เหลี่ยมมีหูหิ้วสะพายไหล่สามารถเป็นวัสดุอะไรก็ได้

17. กระเป๋าพับตรงกลาง (Foldover Bag) กระเป๋าทรงทั่วไป จุดเด่นอยู่ที่ปากกระเป๋าจะพับลงมาถึงบริเวณกึ่งกลางของกระเป๋า

18. กระเป๋าถือออกงาน (Minaudiere Bag) กระเป๋าขนาดกะทัดรัด รูปทรงเล็กใส่ของได้ไม่มากใช้ใส่ของที่จำเป็นอย่างมือถือหรือกระเป๋าทังค์ จึงใช้เป็นกระเป๋าถือสำหรับออก งานเท่านั้น

MESSENGER BAG**BARREL BAG**

ภาพที่ 2.7 แสดงรูปแบบของกระเป๋าแต่ละประเภท

19. กระเป๋าแมสเซนเจอร์ (Messenger Bag) กระเป๋าสะพายข้างมีสายยาวที่ได้ รับแรงบันดาลใจมาจากกระเป๋าของคนที่มีอาชีพเป็น Messenger และนำมาดัดแปลงจน กลายเป็นกระเป๋าแฟชั่น สามารถเรียกว่า Courier ได้เหมือนกัน

20. กระเป๋ากีฬา (Barrel Bag) กระเป๋าใบใหญ่จุของได้มากได้รับแรงบันดาลใจในการ ออกแบบมาจากถังน้ำมันไว้สำหรับใส่ของ เสื้อผ้า อุปกรณ์กีฬาต่างๆ ช่วยเสริมลุคความเป็น Sport Man

2.1.3 วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบภายนอก คือ วัสดุที่ใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการทำกระเป๋าสามารถมองเห็นได้จากภายนอกเป็นตัวบ่งบอกถึงคุณภาพของกระเป๋าในด้านของความสวยงามและราคา ซึ่งวัตถุดิบหลักที่ใช้ มีดังนี้

2.1.3.1 หนังแท้ คือ หนังที่เป็นผลพลอยได้จากวัตถุดิบจากธรรมชาติที่ได้จากสัตว์ แล้วนำมาผ่านกระบวนการทางเคมีและตกแต่งเป็นหนังชนิดต่างๆ โดยแบ่งออกเป็นหลายประเภท ดังนี้

- หนังบอนเด็ด (Recycle Leather) เป็นเศษหนังที่ถูกกักไว้ในขั้นตอนของ การตัดหนังและนำมาปั่นเพื่อขึ้นเป็นแผ่นหนังชนิดนี้มีคุณสมบัติเหมือนหนังแท้ทุกประการในด้านของอายุ การใช้งานแต่จะมีความแข็งแรงกว่าหนังแท้

- หนังกลับ (Suede & Nubuck Leather) เป็นหนังส่วนชั้นกลางโดย Suede ทำมาจากแผ่นหนังวัวด้านใน (Inner leather) มีลักษณะไม่คงทน ดูแลรักษายาก โดนน้ำไม่ได้และเป็นรอยง่าย ส่วนหนัง Nubuck คงทนมากกว่าหลายเท่า เพราะเป็นหนังคุณภาพสูงระดับ Full Grain

- หนังแก้ว หนังที่มีความมันวาวจากการเคลือบสารชนิดพิเศษดูแลรักษาง่าย แต่ต้องระวัง รอยขีดข่วนจากของมีคมและรอยปากกา เป็นหนังชนิดที่เรียกได้ว่าเหมาะกับการนำมาทำกระเป๋าถือ หรือสินค้าที่ต้องการความหรูหรา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ผนังพอกฟาด ผนังยิ่งอยู่นานสีของผนังจะยิ่งเข้มขึ้น ชัดเจนขึ้นและสวยขึ้น มีความทนทาน ใช้งานจริงและเป็นที่ยอมรับอย่างมาก

2.1.3.2 ผนังเทียม คือ วัสดุติดสังเคราะห์ที่สร้างขึ้นเพื่อเลียนแบบผนังแท้โดยใช้ กระบวนการผลิตทางเคมีอุตสาหกรรมทำผิวเทียมบนเนื้อผ้าหรือใยสังเคราะห์ให้มีสี สันลวดลายเหมือนผนังแท้ นำไปพิมพ์หรืออัดลวดลายต่างๆ เลียนแบบลายธรรมชาติ มีอยู่ 2 ชนิดคือ ผนังพียู และผนังพีวีซี แต่ ผนังที่นิยมมากที่สุดคือผนังพียูซึ่งผนังพียูประเภท Polyester จะเป็นที่ยอมรับมากในหมู่สินค้าจำพวกกระเป๋าดังๆ เนื่องจากมีผิวสัมผัสเหมือนกับผนังแท้มากที่สุด และมีขั้นตอนการผลิตที่สะอาด ไม่มีมลพิษตกค้างโดยผนังพียูจะแบ่งเป็น 3 ประเภทหลักๆ ดังนี้

- Polycarbonate based PU : อายุการใช้งานอยู่ได้นานถึง 20 ปี
- Polyether based PU : อายุการใช้งาน 7 ปี
- Polyester based PU : อายุการใช้งาน 3 ปี

วัสดุติดภายใน กระเป๋าทุกชนิดจะต้องมีองค์ประกอบภายในช่วยเสริมให้ กระเป๋าน่าใช้ มาก ขึ้นเพื่อช่วยให้ ภายในกระเป๋า ดู เรียบ ร้อย และเพิ่มประโยชน์ใช้สอยให้กับกระเป๋าวัสดุที่ ใช้ เป็นซับในมีดังนี้

1. ผนังแท้ เป็นผนังที่มีความบางและราคาถูกสำหรับผิวที่นิยมใช้เป็นซับใน คือ ผนังแกะที่มีเกรดต่ำและหนังท้องหมูซึ่งมีราคาถูก แต่จะมีน้ำหนักมากกว่า
2. ผนังเทียม เป็นผนังชนิดบาง ซึ่งได้รับความนิยมสูงมากเพราะดูคล้ายผนังแท้แต่น้ำหนักเบา ราคาถูก มีข้อเสียคือ มีอายุการใช้งานจำกัด
3. ผ้า ได้รับความนิยมมากขึ้นเพราะมีความคงทนมากกว่าและราคาค่อนข้างถูกหาซื้อง่าย สามารถเลือกหลายอย่าง ได้ผ้าที่ใช้ทำซับในมีหลายชนิด เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าโพลีเอสเตอร์ ผ้าซาติน และผ้าอื่นๆ

วัสดุเสริมทรง เนื่องจากกระเป๋าทำได้จากวัสดุหลายประเภทบางประเภทไม่สามารถรักษาทรงได้ด้วยตัวเองจึงต้องหาวัสดุเสริมทรงมาช่วยให้กระเป๋าดูดีขึ้นหรือช่วยให้การใช้งานง่ายขึ้น กระเป๋าทรงแข็งจะต้องเสริมให้เป็นรูปทรงต่าง ๆ ตามการออกแบบขึ้นอยู่กับความนิยมของตลาดแฟชั่น และการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ประเภทของวัสดุเสริมทรงมีดังนี้

1. ใยสังเคราะห์ชนิดต่าง ๆ เหมาะกับการเสริมทรงกระเป๋า เนื่องจากมีความอ่อนตัวพอสมควรทำให้กระเป๋ามีทรงแต่ไม่แข็งกระด้างแต่มีราคาค่อนข้างสูง
2. ฝ้ายเคมีที่มีเส้นใยการทอและเสริมความแข็ง ใช้ได้กับงานบางประเภท เช่น งานที่ไม่ต้อง การความแข็งแรงมาก
3. กระดาษชนิดต่างๆ สำหรับใช้กับงานที่ต้องการความแข็งแรงและความคมของเส้นกระดาษมีหลายชนิดและหลายราคาจึงต้องเลือกให้เหมาะสมกับงานอะไหล่และอุปกรณ์เสริมเอาไว้เพื่อช่วยเสริมประโยชน์การใช้สอยและความปลอดภัยในการใช้งานแบ่งได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 ซิป ใช้ในการปิด-เปิด กระเป๋าซึ่งเป็นที่นิยมมากและมีความสำคัญต่อกาผลิตกระเป๋ เพราะใช้ง่ายมีหลายประเภท แบ่งตามวัสดุที่ใช้ได้แก่ ซิปโลหะ ซิปไนลอน ซิปพลาสติก การเลือกใช้ขึ้นอยู่กับรูปแบบและความนิยมของตลาด ความคงทนและราคา

3.2 โลหะ เป็นอะไหล่หลากหลายชนิดที่ได้รับการออกแบบมาเพื่อใช้กับผลิตภัณฑ์เครื่องหนังโดยแยกตามวัตถุประสงค์ในการใช้งานได้ดังนี้

- ตัวล๊อคฝากระเป๋าในปัจจุบันอะไหล่ชนิดนี้มีมากมายหลายแบบในการเลือกใช้ขึ้นอยู่กับ การออกแบบของกระเป๋าให้เหมาะสมสวยงามและมีความคงทนปลอดภัยสะดวกต่อการใช้งาน เช่น กุญแจแม่เหล็ก กระดุมแม่เหล็ก ตัวล๊อคเสียบ ตัวล๊อคปิด เป็นต้น



ภาพที่ 2.8 แสดงรูปแบบของตัวล๊อคฝากระเป๋า

- ห่วงต่างๆ ซึ่งมีรูปร่างลักษณะต่าง ๆ มากมาย ขึ้นอยู่กับการนำไปใช้และการออกแบบ เช่น รูปวงกลม สีเหลี่ยม สามเหลี่ยม ห่วงส่วนใหญ่มีประโยชน์หลัก ๆ คือการนำไปเย็บติดกับสายกระเป๋าหิ้ว เป็นต้น



ภาพที่ 2.9 แสดงรูปแบบของห่วงต่างๆของกระเป๋า

- หูหิ้วมีรูปร่างที่เฉพาะเจาะจงใช้ในการติดกับสายหนังหรือตัวกระเป๋าเพื่อประโยชน์ในการใช้หิ้วหรือเป็นอุปกรณ์สำเร็จรูปสามารถยึดติดกับตัวกระเป๋าได้เลย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.10 แสดงรูปแบบของหูหิ้วต่างๆของกระเป่า

- หมุดย้าเป็นอะไหล่ที่ช่วยยึดติดแทนการใช้กาวการเย็บในปัจจุบันมีรูปร่างลักษณะที่แปลกและสวยงามบางครั้งใช้เป็นอุปกรณ์ในการตกแต่งให้กับกระเป่าทำให้ดูสวยงามยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2.11 แสดงรูปแบบของหมุดย้าต่างๆของกระเป่า

กาวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการผลิตเครื่องหนัง เพราะต้องใช้ในการประกอบชิ้นส่วนเข้าด้วยกัน การเลือกใช้กาวจะต้องคำนึงถึงวัสดุที่ที่จะใช้กาวนั้นเพื่อให้เหมาะสมกับงานและชนิดของกาว

1. กาวน้ำ คือ กาวที่ละลายได้ด้วยน้ำแห้งช้า แต่เป็นกาวที่ใช้หน้าเดียว ทาหน้าเดียว แล้วติดกับชิ้นส่วนได้เลย เหมาะกับงานที่ต้องใช้เวลาในการประกอบหรือจัดชิ้นส่วนเข้าด้วยกัน เช่น การจีบมุม การติดกล่องกาวชนิดนี้ช่วยให้ความเร็วเพราะทาเพียงด้านเดียว และติดทนถาวร

2. กาวยาง คือ กาวที่ไม่ละลายด้วยน้ำ มี 2 ชนิด คือ ชนิดที่มีส่วนผสมของ เบนซิน พาราฟินซึ่งระเหยง่าย กาวชนิดนี้จะแห้งเร็ว การใช้งานจะต้องทาทั้ง 2 หน้าของชิ้นงานทำให้แห้ง จึงจะติดกัน และกาวยางชนิดนี้ละลายด้วยความร้อนเท่านั้นต้องอาศัยความร้อนละลายกาวให้ติดลงบนผิวงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. เทปกาว เป็นกาวยางที่นำมาปรับให้สะดวกแก่การใช้งาน โดยการติดเทปกาวลงบนหน้างาน แล้วลอกกระดาษเทปกาวก็จะสามารถติดชิ้นส่วนลงไปได้เลย ซึ่งจะทำให้การทำงานรวดเร็วมากแต่มีราคาค่อนข้างสูง

ด้าย เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการผลิตเครื่องหนังใช้ในการยึดติด เย็บงานเข้าด้วยกัน หรือเย็บโซ่ชิ้นงานแบ่งเป็น 2 ชนิด คือด้ายไนลอนโพลีเอสเตอร์และด้ายฝ้ายในการเลือกใช้ด้ายและขนาดของด้ายขึ้นอยู่กับชนิดของงาน ชนิดของจักร ความคงทน และ ความนิยม (พิมพ์พรรณ ธนเศรษฐ์, 2558, น. 21-28)

2.1.4 ประเภทของเส้นใยผ้า

เส้นใยผ้าจากธรรมชาติ

เป็นเส้นใยที่ได้จากพืชและสัตว์เส้นใยผ้าฝ้ายเป็นเส้นใยของส่วนที่ห่อหุ้มเมล็ดฝ้ายโดยนำมาปั่นเป็นเส้นด้ายและทอเป็นผ้าอย่างที่เราเรียกกันติดปากว่า “ผ้าฝ้าย” เส้นใยของฝ้ายมีความเหนียวปานกลางดูดซับน้ำและความชื้นได้ดีระบายความร้อนและทนต่อความร้อนได้ดีทนต่อการซักรีดทนต่อกรดและด่างมีความบางและเบา และราคาถูกจึงเป็นที่นิยมกันอย่างไม่น้อย ในปัจจุบันเพื่อใช้ตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าแต่ผ้าที่ได้จากเส้นใยฝ้ายค่อนข้างยับง่าย และขึ้นราได้ง่าย

เส้นใยผ้าขนสัตว์

เป็นเส้นใยที่ได้จากขนสัตว์ เส้นใยที่ได้จากขนสัตว์ ภายเทความร้อนได้ดี มีความเหนียวพอสมควร เปียกน้ำแล้วจะหดตัว และความเหนียวก็จะลดลงด้วยลักษณะเป็นมันเงาทนต่อความร้อนได้ปานกลางทนต่อเชื้อราและแบคทีเรียได้ดีดูดความร้อนจึงเหมาะกับเสื้อผ้าที่ให้ความอบอุ่น เป็นผ้าที่ไม่ทนต่อด่างและแสงแดดจัด ซึ่งจะทำให้เส้นใยเปื่อยและขาดง่ายทำความสะอาดได้ด้วยวิธีซักแห้ง ควรเก็บใส่ถุงพลาสติกเพื่อป้องกันมอด

เส้นใยผ้าไหม

เป็นเส้นใยธรรมชาติ ซึ่งได้มาจากรังไหม ด้วยการนำรังไหมไปต้ม เพื่อสาวไหมออกจากรัง และนำมาปั่นเป็นเส้นด้ายไว้ใช้ทอผ้าไหมอย่างที่เรารู้จักกันดี ลักษณะของผ้าไหมมีความมันวาวเมื่อสะท้อนแสง แลดูสวยงามเนื้อผ้าที่ได้จากได้จากการทอไหมจะมีความกระชับแน่นเหนียว และทนทาน ผ้าไหมมีความชื้นอยู่ในตัวจึงทำให้รู้สึกนุ่มเมื่อสวมใส่คงรูปได้ดีไม่ยับง่าย คุณภาพที่ดีก็มาพร้อมกับราคาที่ค่อนข้างสูงแต่ยังคงเป็นที่นิยมอยู่ไม่น้อย นำผ้าไหมมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้ากันในปัจจุบัน

เส้นใยไหม หากได้รับความชื้นหรือความร้อนที่สูงเกิน อาจจะเสื่อมสภาพได้ง่ายจึงจำเป็นต้องระวังความร้อนสูงจากเตารีด หรือตากแดดที่มีแสงจัด อีกทั้งยังต้องระวังแมลงอาจกัดกินเส้นไหมเพราะเส้นไหมเป็นเส้นใยโปรตีนของรังตัวหนอนไหม ทำความสะอาดได้โดยการซักด้วยน้ำสบู่ที่มีฤทธิ์อ่อนไม่เหมาะกับผงซักฟอกซึ่งมีฤทธิ์เป็นกรดจัด อาจทำให้ผ้าไหมเสื่อมคุณภาพได้

เส้นใยผ้าลินิน

เป็นเส้นใยจากลำต้นของแฟล็กซ์ นำมาปั่นเป็นเส้นด้าย แล้วทอเป็นผ้าลินิน ด้วยคุณสมบัติของเส้นใยธรรมชาติที่มีความเหนียวและแข็งแรง ทนแสงและความร้อนได้ดี จึงรีดได้ด้วยความร้อนสูง มีความมันวาวคล้ายเส้นใยไหม ดูดซับน้ำได้ดี ข้อเสียคือเนื้อผ้าจากเส้นใยลินิน ค่อนข้างแข็งและยับง่าย เส้นใยสังเคราะห์จากสารเคมี โดยการผ่านกระบวนการทางเคมี

เส้นใยผ้าโพลีเอสเตอร์

เป็นผ้าที่ได้จากเส้นใยสังเคราะห์ ซึ่งมีลักษณะคล้ายผ้าฝ้ายที่ได้จากเส้นใยธรรมชาติ เพราะมีความนุ่มและมันเงาบางและเบาจับจีบได้ง่ายและคงรูปได้ดีดูดซับความชื้นได้น้อยด้วยคุณสมบัติที่ไม่ยับง่ายเส้นใยผ้าโพลีเอสเตอร์จึงมักนิยมนำไปผสมกับผ้าฝ้ายเพื่อให้ผ้านั้น นุ่มใช้มากยิ่งขึ้น

เส้นใยผ้าไนลอน

เป็นผ้าเส้นใยสังเคราะห์ประเภทเทอร์โมพลาสติก เส้นใยผ้าไนลอนนี้มีความเหนียวและทนทานสูง แต่ยังคงยืดหยุ่นและคืนตัวได้ค่อนข้างดี การที่นำเส้นใยผ้าไนลอนไปผสมกับเนื้อผ้า เพราะให้ผ้าสามารถคงรูปได้ และไม่ให้ยับง่าย เมื่อนำไปซักแล้วจะแห้งเร็ว สามารถทำความสะอาดได้โดยการซักด้วยสบู่หรือผงซักฟอก รีดให้เรียบได้ง่าย เนื่องจากผ้าที่ทำจากเส้นใยไนลอนไวต่อความร้อน จึงสามารถอบให้แห้งได้ด้วยความร้อนทุกระดับ แต่ใส่แล้วอาจไม่ค่อยสบายตัวนัก

เส้นใยผ้าสแปนเด็กซ์

เป็นผ้าที่ได้จากเส้นใยสังเคราะห์ที่ยืดและหดกลับได้ดี ด้วยคุณลักษณะพิเศษนี้จึงมักนิยมนำไปทำเป็นชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นใน ผ้าพันข้อเท้าและขอบถุงเท้า แต่ถ้าเส้นใยผ้าสแปนเด็กซ์ ได้รับสารฟอกขาวประเภทคลอรีน หรือต่างที่มีความเข้มข้นจะทำให้ความเหนียวและการยืดตัวของผ้าลดลง นอกจากนี้เส้นใยผ้าสแปนเด็กซ์ยังสามารถทนต่อเหงื่อไคลและ ไขมันได้ดีและยังทนต่อสารเคมีได้ดีอีกด้วย

เส้นใยสังเคราะห์ที่ได้จากธรรมชาติ แต่ผ่านกระบวนการทางเคมี

เส้นใยผ้าเรยอน

เป็นเส้นใยผ้าสังเคราะห์ที่ได้จากต้นไม้ ด้วยกระบวนการย่อยสลายทางเคมีแล้วนำมาฉีดเป็นเส้นใยเพื่อนำมาปั่นจนเป็นด้ายผ้าที่ทอจากเส้นใยเรยอนจะมีความนุ่มนวล มันวาว ใส่แล้วรู้สึกสบายตัวเพราะเส้นใยผ้าเรยอนระบายความร้อนและดูดความชื้นได้ดี ข้อควรระวัง ความเหนียวของผ้าจะลดลง ถ้าปล่อยให้ตากแดดที่จัดเป็นระยะเวลาและผ้าจะเกิดเชื้อราค่อนข้างง่าย ถ้าเก็บในที่อับชื้น

2.1.5 ประเภทของผ้า

ผ้า (Fabric) หมายถึง วัสดุชนิดหนึ่งที่มีลักษณะเป็นแผ่นและผ่านกระบวนการผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ หรือสังเคราะห์ จนได้เป็นเส้นด้าย และผ่านกรรมวิธีผลิตจนได้เป็นผืนผ้า

ประเภทของผ้าแบ่งเป็น 2 ประเภทดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ประเภท ผ้าทอ (weaving fabric) กรรมวิธีการนำเส้นด้ายมาขัดกันมีเส้นใยด้าย ดังนี้
เส้นด้ายยืน (Warp yarn) กับเส้นด้ายพุ่ง (Weft yarn)

2. ประเภท ผ้าถัก (Knitted fabric) การนำเส้นด้ายต่อกันเป็นห่วง (Interlock loops)
มีเส้นใยด้ายดังนี้ คือ เส้นด้ายแนวตั้ง (Wales) และ เส้นด้ายแนวนอน (Course)

ถ้าเราแบ่งเป็นชนิดนั้น จะแบ่งได้ 3 ชนิด ดังต่อไปนี้

1. เส้นใยที่ทำจากธรรมชาติ 100% (Natural fiber) และแบ่งได้เป็นประเภทดัง ต่อไปนี้
เส้นใยไหม (Silk) ไหมมาจากโปรตีนของรังไหม แล้วนำมาปั่นจนได้เป็นเส้นด้าย
นำมาทอหรือถักได้เป็นผืนผ้า คุณสมบัติของผ้าไหมนั้นมีความนุ่มมือ เงางามจับตา ไม่ยับง่าย
หรือไม่ยับเลย คงสภาพของผ้าได้ดีทีเดียวดูความชื้นได้ดีพอสมควรและสามารถปรับตัวได้ใน
อุณหภูมิที่เปลี่ยนแปลงไ้สบายมาก ฤดูหนาวก็ใส่แล้วอบอุ่นสามารถติดไฟได้เวลาไหมผ้าจะหดและ
ไหมเป็นขี้เถ้า ต้องซักด้วยสบู่ที่มีฤทธิ์อ่อนเท่านั้นเพราะผงซักฟอกที่มีกรดแรงจะทำลายเนื้อผ้าก่อน
รีดต้องนำผ้าฝ้ายมารอง

เส้นใยลินิน (Linen) ผลิตจากเส้นใยของต้น flax แล้วนำมาปั่นจนได้เป็นเส้นด้ายจากนั้นจึง
มาทอ หรือการถักได้เป็นผืนผ้าลินินนั้นเส้นใยธรรมชาติที่มีความคงทนและความแข็งแรงที่สุดโดยที่
คุณสมบัติของผ้าลินินนั้นจะยับง่าย ซักได้ สามารถรีดได้ที่อุณหภูมิสูงลักษณะของจะมีความมันเงา
สวยงาม ผิวเรียบแข็งและดูดซึมน้ำได้ดีติดไฟได้ เวลาไหมจะเหมือนกระดาษเวลาพับผ้าลินิน
ต้องใช้การม้วนเท่านั้น เพราะถ้าพับเส้นด้ายอาจหักเสียหายได้

เส้นใยฝ้าย (Cotton) ได้มาจากการนำเส้นใยของปุยฝ้ายนำมาปั่นจนเกิดเป็นเส้นด้าย
แล้วจึงนำมาทอหรือถักได้เป็นผืนผ้าคุณสมบัติของผ้าฝ้าย หรือ ผ้า Cotton นั้นจะ ยับง่าย รีดยาก หด
ย้วย แต่บางเบาหากผลิตเป็นเครื่องนุ่งห่มจะใส่สบายแต่ปัจจุบันมีกระบวนการในการผลิตเส้นด้าย
ที่มีประสิทธิภาพ ทำให้คุณภาพของฝ้ายดีขึ้นจึงเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายสามารถซักได้ด้วยเครื่อง
หรือมือรีดได้ในอุณหภูมิที่สูงได้ ไม่ไหม้หรือเกิดอาการหดตัว อาจขึ้นราได้ง่ายเนื่องจากเป็นใยฝ้ายติด
ไฟได้ไม่มียางเหนียว เวลาไหม้ลักษณะจะเหมือนกระดาษไหม้เป็นขี้เถ้า

เส้นใยขนสัตว์ (Wool) ฝ้ายขนสัตว์ คือการนำขนสัตว์นำมาปั่นจนเกิด เป็นเส้นด้ายแล้วจึง
มาทอหรือถักเป็นผืนผ้าขนสัตว์ที่นิยมมาใช้ทำเป็นผ้าที่สุดคือขนแกะ คุณสมบัติของขนสัตว์นั้น
ดูความร่อนและถ่ายเทความชื้นได้ดีเวลาสวมใส่จึงให้ความอบอุ่นได้ดีและไม่เหนอะหนะร่างกายเวลา
สวมใส่หดตัวมากเวลาเปียก จึงควรซักแห้งเท่านั้น หลังจากซักแห้งควรเก็บใส่ถุงพลาสติกเพื่อ
ป้องกันมอด

2. เส้นใยสังเคราะห์จากสารเคมี (Chemical Synthetic fiber)

สแปนเด็กซ์ (Spandex) เป็นผ้าที่มีความยืดหยุ่นสูงเป็นผ้าเส้นใยสังเคราะห์นิยมนำมาผลิต
เสื้อผ้าที่ต้องการความยืดหยุ่น เช่น ชุดชั้นในมาทอแทนยางธรรมชาติที่อายุการใช้งานสั้น

ไนลอน (Nylon) ไนลอน ได้มาจากกระบวนการรวมตัวของปิโตรเคมี จำพวก เบนซีน
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พินอล ไฮโดรเจน แอมโมเนีย และมาผ่านกรรมวิธีทางเคมีและผลิตเป็นเส้นด้ายด้วยการถักหรือทอ คุณลักษณะของผ้าในลอนนั้นมีความทนทานมากรูปร่างของผ้าทรงตัวได้ดี สามารถซักผึ่งซักฟอกได้ ทนต่อเชื้อราและแมลง ทนต่อการขัดสีแต่เวลาใส่ไม่ค่อยสบายตัวนักมักผลิตขึ้นมาใช้เป็นเสื้อผ้า ที่มีราคาไม่สูง

โพลีเอสเตอร์ (Polyester) ได้มาจากกระบวนการรวมตัว จำพวก ปีโตรเคมี จำพวกเอทานอล ผ่านกรรมวิธีทางเคมีได้เป็นเส้นด้ายแล้วผ่านกระบวนการถักหรือทอ แล้วได้เป็นผืนผ้าเป็นเส้นใยที่ผลิต ขึ้นมาเพื่อให้มีคุณสมบัติคล้ายฝ้ายลักษณะเป็นเส้นใยาวนุ่มเงามัน ดูดความชื้นได้น้อยผ้ามีความ เเบาบาง ยับยาก จับจีบได้ แต่เมื่อใส่ไประยะนานผ้าจะเกิดขุยได้

3. เส้นใยสังเคราะห์จากวัสดุธรรมชาติ (Natural Synthetic fiber)

เรยอน (Rayon) ได้มาจากกรนำเปลือกไม้ในธรรมชาติ ผ่านกรรมวิธีทางเคมีได้เป็นเส้น ด้ายและผ่านกรรมวิธีด้วยการถักหรือการทอ ผลิตขึ้นมาเพื่อให้มีคุณสมบัติเหมือนกับฝ้าย คุณสมบัติ มีความนุ่ม มั่นเงา สามารถระบายความร้อนและดูดความชื้นได้ แต่ถึงอย่างไรก็ไม่สามารเป็นผ้าที่ดี กว่าฝ้ายได้ ราคาค่อนข้างถูกนิยมนำมาทดแทนผ้าฝ้าย

2.1.6 ลูกบิด

ลูกบิดมีขนาดเล็กตกแต่งวัตถุที่จะเกิดขึ้นในความหลากหลายของรูปทรงและขนาดของวัสดุ เช่นหินกระดูกเปลือก, แก้ว, พลาสติก, ไม้หรือมุกและมีรูขนาดเล็กสำหรับเกลียวหรือเอ็น ลูกบิดมี ขนาดตั้งแต่ต่ำกว่า 1 มิลลิเมตร (0.039 นิ้ว) ถึงเส้นผ่านศูนย์กลางมากกว่า 1 เซนติเมตร (0.39 นิ้ว) ลูกบิดคู่หนึ่งที่ทำจากหอยทากทะเลสีเทา เรียกว่าอายุประมาณ 100,000 ปีถือเป็นอัญมณีที่เป็นที่รู้จัก มากที่สุด ^{[1] [2]} งาน ลูกบิดคือศิลปะหรืองานฝีมือในการทำสิ่งของด้วยลูกบิด ลูกบิดสามารถทอร่วมกับ ด้ายแบบพิเศษร้อยเข้ากับด้ายหรือลวดอ่อนและยึดหยุ่นได้หรือยึดติดกับพื้นผิว (เช่นผ้า , ดิน)

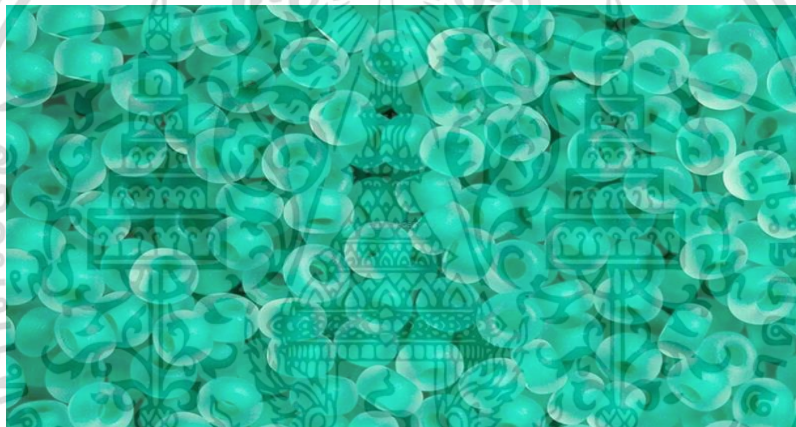
ประเภทของลูกบิด

ลูกบิด แบ่งออกเป็นประเภทที่ทับซ้อนกันได้หลายประเภทตามเกณฑ์ที่แตกต่างกันเช่นวัสดุ ที่ใช้ทำกระบวนการที่ใช้ในการผลิตสถานที่หรือช่วงเวลาที่มาลวดลายบนพื้นผิวหรือรูปร่างทั่วไป ใน บางกรณีเช่นลูกบิดmillefioriและcloisonnéหลายประเภทอาจทับซ้อนกันในลักษณะที่พึ่งพาซึ่งกัน และกัน และในบรรดาลูกบิดสามารถแยกแยะกลุ่มใหญ่สามกลุ่ม:

- โปรงใส
- โปรงแสง
- ทึบแสง



ภาพที่ 2.12 แสดงรูปแบบของลูกปัด



ภาพที่ 2.13 แสดงรูปแบบของลูกปัดเคลือบ



ภาพที่ 2.14 แสดงรูปแบบของลูกปัดโลหะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มเหล่านี้รวมอยู่ในสี่

- กระจกสี. หลอดสีที่ทาสีไว้ล่วงหน้าเป็นพื้นฐานสำหรับลูกปัดสี การย้อมสีประเภทนี้ไม่ซีดจางหรือสีทื่อ

- ลูกปัดย้อมสี - ย้อม กำลังสร้างวิธีการใช้การเตรียมสีกับฐาน จากนั้นสีจะได้รับการแก้ไขผ่านการบำบัดทางเคมี และขัดด้วยลูกปัด แสดงผลของความมันวาว การลงสีประเภทนี้จะไม่เสถียรนัก อาจทำให้สีไหม้และเสื่อมสภาพได้

- ลูกปัดชุบ - MATTE, FROST มันถูกสร้างขึ้นตามสูตรของการย้อม แต่ไม่ขัดเงา จึงมีพื้นผิวที่ "นุ่มนวล"

- ลูกปัดมุก (PEARL), Ceylon (CEYLON) ปิดทอง (GOLD LUSTER) ลูกปัด บังแดดชนิดพิเศษไม่ทนต่ออิทธิพลภายนอกและกลัวแสง กลัวรอยขีดข่วนและเวลาในการทดสอบ

- น้ำมันเบนซิน (IRIS) หรือสายรุ้ง (RAINBOW) ลักษณะที่ปรากฏที่เสถียรที่สุด

- ลูกปัดเมทัลลิกซ์ (METALLIZED) มีชนิดย่อย: การชุบด้วยไฟฟ้า, โลหะ (ใช้ดีบุกออกไซด์กับแก้วร้อน), ชุบทอง, เงิน, แพลตตินัม (ใช้โลหะมีค่ากับฐานแก้ว) ลูกปัดดังกล่าวควรได้รับการปกป้องจากน้ำและผลที่ตามมา

ลูกปัดสามารถทำมาจากวัสดุที่แตกต่างกัน ลูกปัดเก่าแก่ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติหลายชนิด ซึ่งหลังจากการรวบรวมแล้วสามารถเจาะและขึ้นรูปได้อย่างง่ายดาย เมื่อมนุษย์มีความสามารถจัดหาและทำงานกับวัสดุที่ยากขึ้นวัสดุเหล่านั้นจึงถูกเพิ่มเข้าไปในช่วงของสารที่มีอยู่ แต่ในปัจจุบันมีการเพิ่มวัสดุสังเคราะห์ ในการผลิตที่ทันสมัยที่สุดวัสดุลูกปัดทั่วไปเช่น ไม้, พลาสติก, แก้ว, โลหะ

2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องประกอบการแต่งกาย

2.1 ศิลปะกับเสื้อผ้าและเครื่องประกอบการแต่งกาย

เสื้อผ้าเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องนุ่งห่มหรือเครื่องแต่งกายเสื้อผ้ามีไว้ปกปิดร่างกายและป้องกันภัยจากสิ่งแวดล้อมภายนอกและเสื้อผ้ายังช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพให้มีภาพลักษณ์ที่ดีหากต้องการมีภาพลักษณ์ที่ดีผู้นั้นจะต้องเลือกแต่งกายที่มีรสนิยมรสนิยมของการแต่งกายขึ้นอยู่กับศิลปะศิลปะในการแต่งกายจึงเป็นสิ่งสำคัญในการแต่งกายโดยทั่วไปจะคำนึงถึงขนาดรูปร่างเพศวัยและบุคลิกของการสวมใส่และศิลปะจะเป็นส่วนเสริมเพิ่มเติมหรือประดับตกแต่งให้เกิดรสนิยมศิลปะจึงมีความสัมพันธ์กับเสื้อผ้าและการแต่งกาย

องค์ประกอบศิลปะที่นำมาเกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าและการแต่งกาย ได้แก่

1.ขนาดและสัดส่วน (Size and Proportion)

ขนาดและสัดส่วนมีความสัมพันธ์กันขนาดเกี่ยวข้องกับสัดส่วนหากร่างกายมีขนาดใหญ่สัดส่วนจะขยายใหญ่ดังนั้นในการแต่งกายหรือการออกแบบเสื้อผ้าที่แก้ไขข้อบกพร่องของสัดส่วนของร่างกายเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยเช่นคนหน้าอกใหญ่ควรสวมเสื้อที่มีปกหรือเสื้อคอวีเพื่อช่วยให้ทรงอกเล็กลงหรือผู้ที่อ้วนควรเลือกเสื้อผ่าชุดหลวมที่ไม่เน้นบริเวณเอวหรือคับตึงเพราะจะเน้นให้เห็นขนาดที่ชัดเจน

2. ความกลมกลืน (Harmony) ความกลมกลืนในการแต่งกาย ได้แก่

ความกลมกลืนของสีเสื้อผ้าและการตกแต่งการใช้สีตกแต่งควรมีความกลมกลืนกับบุคลิกภาพยุคและวัยผู้สูงอายุควรใช้เสื้อผ้าที่มีสีเข้มไม่ฉูดฉาดเพราะจะทำให้ดูอ่อนโยน

3. การตัดกัน (Contrast) การตัดกันในการแต่งกายทำได้หลายวิธี

ในด้านการตัดกันด้วยขนาดลวดลายแบบหรือสีการตัดกันเพื่อสร้างจุดเด่นดังนั้นในการตัดกันจึงควรคำนึงถึงผู้สวมใส่ว่ามีบุคลิกภาพที่เหมาะสมอย่างไรในการตัดกันควรพิจารณาถึงปริมาณของการตัดกันซึ่งไม่เกิน 80 เปอร์เซ็นต์ของผลงาน เช่น การใช้สีตัดกันของเสื้อผ้าควรตัดกันไม่เกิน 80 เปอร์เซ็นต์

4. เอกภาพ (Unity) เอกภาพของการแต่งกายคล้ายกับความกลมกลืน

ซึ่งเน้นในด้านความสัมพันธ์และความสอดคล้องในการแต่งกายควรมีความสอดคล้องในด้านแบบสีหรือการตกแต่งให้ผสมกลมกลืนเป็นกลุ่มเดียวกันหรือในลักษณะเดียวกันเพื่อดูเรียบร้อยสวยงามเอกภาพในการแต่งกายได้แก่การแต่งกายในชุดทำงานที่มีสีเดียวกัน ตกแต่งในแบบเรียบง่ายแต่ดูคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน

5. การซ้ำ (Repetition) หากในการจัดอาหาร

การวางแต่งการรอบขอบจานคือการซ้ำในการแต่งกายการเรียงกระดุมของเสื้อผ้านี้คือการซ้ำเช่นกันการซ้ำทำในลักษณะของการตกแต่ง เช่น การติดลูกไม้รอบคอเสื้อ หรือชายกระโปรงหรือการตกแต่งด้วยลวดลายของผ้า และสีของการตกแต่ง เหตุที่ต้องทำซ้ำก็เพื่อดึงดูดความสนใจหรือเบี่ยงเบน ความสนใจของส่วนบกพร่องต่าง ๆ ของร่างกายนั่นเอง

6. จังหวะ (Rhythm) ในการแต่งกาย

จังหวะเปรียบเสมือนช่วงระยะของการนำสายตาที่เชื่อมโยงหรือต่อเนื่องกันหรือการประสานต่อเนื่องกันของสายตาอย่างมีจังหวะของส่วนประกอบเครื่องแต่งกาย เช่น ปกเสื้อ เข็มขัด กระโปรงหรือรองเท้าการออกแบบเสื้อผ้าอย่างมีจังหวะก็เพื่อสานองค์ประกอบย่อยเข้าเป็นองค์ประกอบใหญ่เพื่อสร้างจุดเด่นที่ชัดเจนการเชื่อมโยงสายตาอย่างมีจังหวะสามารถทำได้โดยการซ้ำของวัสดุที่คล้ายกันหรือต่างกันโดยทำเป็นจังหวะที่เหมือนกันหรือต่างกันซึ่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการสร้างจุดสนใจนั้นๆ

7. การเน้น (Emphasis) เมื่อจังหวะสร้างจุดเด่น

จุดเด่นนั้นจะทำให้เกิดการเน้นในการเน้นของการแต่งกายเป็นการอำพรางข้อบกพร่องโดยเบี่ยงเบนความสนใจไปยังส่วนอื่นหรือในขณะเดียวกันการเน้นอาจเรียกร่องหรือสร้างจุดสนใจให้กับการออกแบบนั้นๆในการเน้นอาจเน้นด้วยเครื่องประดับลวดลายหรือสีสันของลวดลายผ้า

8. ความสมดุล (Balance) ความสมดุลในการแต่งกายทำได้หลายวิธี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการสร้างความสมดุลของการแต่งกายจะ จัดแบ่งเป็นด้านบน และด้านล่าง เช่น เสื้อและกระโปรงหรือเสื้อกับกางเกง การทำให้สมดุลอาจใช้ลวดลายหรือน้ำหนักของสีเสื้อผ้าช่วย ในการแบ่งน้ำหนักได้ เช่น ใส่กระโปรงสีดำและใส่เสื้อสีขาวสลับดำ เป็นต้น

9. สี (Color) สีเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับงานศิลปะ เพราะสีต่าง ๆ

จะทำให้เกิดความสวยงามน่าสนใจและแสดงถึงอารมณ์ความรู้สึกในการแต่งกายสีจะช่วย เสริมบุคลิกของผู้สวมใส่และยังเป็นแรงบันดาลใจในการแสดงออกถึงความรู้สึกและความน่าสนใจดั่ง นั้นในบริษัทใหญ่ๆหลายบริษัทจึงได้จ้างนักออกแบบเสื้อผ้าออกแบบเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายโดย เลือกรูปแบบและสีเพื่อสร้างความสนใจต่อลูกค้าเช่นพนักงานธนาคารพนักงานต้อนรับหรือพนักงานขาย สินค้าจะมีสีที่แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของงานในการใช้สีของเสื้อผ้า ควรใช้ในลักษณะของค่าน้ำหนัก(Value)คือ มีการใช้สีอ่อน-แก่เพื่อเกิดความแตกต่างของค่าน้ำหนักสี เช่น ในการ แต่งกายที่เกี่ยวข้องกับการใช้สีทางจิตวิทยา จะมีปฏิกริยาต่ออารมณ์ของการแต่ง กายดังนี้

สีแดง เป็นสีที่กระตุ้นจิตใจเป็นอย่างดี เข้ายวน ร้อนแรงผู้ที่ใส่สีแดงจะต้องเป็นคน ที่มีความมั่นใจในตัวเอง เปิดเผยและเป็นผู้นำ

สีเหลือง เป็นสีที่บ่งบอกถึงความเป็นมีคณมีอารมณ์ดีร่าเริงอ่อนโยนมีพลังความฉลาด และจินตนาการสนใจ งานการใส่สีเหลืองอาจลดความสดใสหรือใส่เป็นเสื้อคลุมจะทำให้ลดความ เจิดจ้าลง

สีเขียว เป็นสีที่แสดงออกถึงความสุขุมเยือกเย็นเหมาะสำหรับงานที่ต้องใช้พลังหรือความคิด เมื่อใส่สีเขียวจะดูเป็นคนกระฉับกระเฉงและพัฒนาตนเอง

สีฟ้า เป็นสีของความสงบและพักผ่อนมักใส่ในวันหยุดในบรรยากาศที่ผ่อนคลายดูสดชื่นควร เลี่ยงสีฟ้าหากรู้สึกหดหูเพราะจะทำให้เหงามากขึ้นควรใส่คู่กับสีส้มอ่อน

สีม่วง เป็นสีที่ขริ่มสง่าเกิดความศรัทธาและความสงบหากเป็นคนที่เปิดกว้างจะยอมรับสีม่วง ได้ สีม่วงปนแดงจะสร้างความมั่นใจได้ดี

สีขาว เป็นสีที่ใสสะอาดเข้าได้กับทุกสีชอบค้นหาความจริงของชีวิตเป็นสีของนักคิดเมื่อใส่สี ขาวจะทำให้ขาดอำนาจในการตัดสินใจ

สีดำ เป็นสีที่แสดงออกถึงความมั่นใจในตัวเองผู้ที่ใส่สีดำจะแสดงถึงการให้ผู้อื่นนับถือเป็นผู้ที่ ชอบบออยู่อย่างโดดเดี่ยว

สีน้ำเงิน เป็นสีที่ควบคุมตนเองได้ดีมีความลึกซึ้งรับผิดชอบสนุกกับทุกเรื่องควรใช้สีน้ำเงินกับ สีสดใสต่างๆ จะทำให้ดูดีขึ้น

การแก้ไขข้อบกพร่องด้วยเสื้อผ้า

นอกจากนี้หลักการทางศิลปะต่างๆยังช่วยแก้ไขปัญหาและอำพรางข้อบกพร่องต่างๆของร่า กายได้อีกดังตัวอย่างที่จะกล่าวต่อไปนี้

1. รูปร่างผอมสูงถึงแม้จะมีรูปร่างดีแต่หากใส่เสื้อผ้ารัดรูปมากเกินไปเช่นใส่เสื้อแขนกุดหรือฝ้ายืดบางรัดรูปจะเน้นให้เห็นสรีระที่ผอมบางชัดเจนควรใส่เสื้อผ้าที่หนาๆหรือจิบฟองฟูเพราะจะเสริมให้ดูหนาขึ้นและมีบุคลิกที่ดีขึ้น
2. รูปร่างอ้วนเตี้ยหากคอสั้นทำให้คอดูยาวขึ้นควรใส่เสื้อคอวีหรือคอเชิร์ทจะช่วยให้ใบหน้าดูยาวขึ้นไม่ควรใส่เสื้อปิดคอจะทำให้คอสั้นลงลดทอนของเสื้อผ้าควรเป็นดอกเล็กๆและลายตั้งห้ามใส่ฟองน้ำเสริมไหล่เพราะจะดูหนาขึ้นไม่ควรใส่ชุดติดกันเพราะจะเน้นขนาดและตัดกันอย่างชัดเจนนอกจากนี้ควรสวมกระโปรงและเสื้อแยกชิ้นและมีสีเข้มไม่ควรใช้ผ้าหนาเพราะจะเพิ่มความอ้วนขึ้นอีก
3. สะโพกใหญ่ไม่ควรสวมเสื้อเอวลอยเพราะจะเน้นสะโพกชัดเจนควรสวมกระโปรงที่ตัดเย็บจากผ้านุ่มๆพริ้วทั้งตัวสีเข้มเพื่ออำพรางไม่ควรสวมกระโปรงหรือกางเกงที่รัดรูปเพราะจะเน้นความใหญ่ของสะโพกและควรสวมกระโปรงคลุมเข้าเพื่อกระชับสะโพกมากขึ้น
4. หน้าอกใหญ่สวมเสื้อที่มีปกหรือคอวีเพราะจะทำให้ทรงอกดูเล็กลงใส่เสื้อสีเข้มตัดเย็บด้วยผ้าที่บางเบาหลีกเลี่ยงเสื้อที่มีลวดลายหรือมีกระเปาะที่หน้าอกเพราะจะทำให้เกิดจุดเด่นและเพิ่มความหนาให้หน้าอกได้
5. ไหล่แคบควรสวมเสื้อผ้าที่มีฟองน้ำและเลือกผ้าพริ้วบางไม่มีใครที่จะมีรูปร่างสวยหรือสมบูรณ์ไปทุกอย่างหากแต่ได้นำหลักการทางศิลปะมาประยุกต์ใช้ก็จะสามารถทำให้ความบกพร่องนั้นลดลงและมีบุคลิกภาพที่ดีขึ้นได้ในปัจจุบันไม่ว่าสถานการณ์ของโลกจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตามแต่หลักการทางศิลปะต่างๆที่กล่าวมายังคงนำมาประยุกต์ใช้ได้เป็นอย่างดีถึงแม้ว่าในอนาคตเทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นก็ตาม

2.2.2 ความหมายของการแต่งกาย

การแต่งกาย หมายถึงการตกแต่งร่างกายด้วยเสื้อผ้าและเครื่องประดับทุกอย่างตั้งแต่ศีรษะจรดเท้า หากรู้จักเลือกเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมกับตนเองจะทำให้มีบุคลิกมีบุคลิกภาพที่ดี นอกจากนี้ต้องแต่งกายให้เหมาะสมกับตนเองแล้วต้องเหมาะสมกับกาลคือเหมาะสมกับเวลากลางวันกลางคืนงานโอกาสต่างๆ และเหมาะสมกับเทศะคือเหมาะสมกับสถานที่ เช่น สถานที่ราชการ โรงเรียน สถานที่ท่องเที่ยว โรงภาพยนตร์ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

ความสำคัญของการแต่งกาย

การแต่งกายนอกจากจะมีวัตถุประสงค์เพื่อความสวยงามเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพและช่วยสร้างความประทับใจให้เกิดแก่ผู้พบเห็นแล้วการแต่งกายที่ดีนั้นยังเป็นสิ่งแรกที่จะสร้างความพอใจ ความสนใจความเชื่อถือความศรัทธาและความไว้วางใจให้แก่ผู้พบเห็นได้ดังนั้นการแต่งกายจึงมีความสำคัญดังนี้

1. เพื่อป้องกันอันตรายจากสภาพแวดล้อม

การสวมใส่เสื้อผ้าให้เหมาะสมกับสภาพอากาศ ได้แก่ อากาศร้อน อากาศหนาวลักษณะการประกอบอาชีพโดยเฉพาะผู้ที่ทำงานประเภทต่างๆที่อาจเกิดอันตรายได้ระหว่างการปฏิบัติงานได้แก่ชุดป้องกันของพนักงานดับเพลิง เครื่องแบบของข้าราชการ ทหาร ตำรวจ เป็นต้น

2. เพื่อป้องกันเชื้อชาติ วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียม

เมื่อมนุษย์มีสติปัญญามากยิ่งขึ้นมีการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มชนและจากการอยู่ร่วมกันเป็นหมู่คณะจึงจำเป็นต้องมีระเบียบและกฎเกณฑ์ในอันที่จะอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขโดยไม่มีการรุกรานซึ่งกันและกันจากการปฏิบัติที่กระทำสืบต่อกันมาในที่สุดได้กลายมาเป็นขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมขึ้นในสมัยโบราณเมื่อมีการเฉลิมฉลองประเพณีสำคัญต่างๆ เช่นการเกิดการตายการเก็บเกี่ยว พิธีผลหรือเริ่มมีการสังคมกับกลุ่มอื่นๆก็จะมีการประดับหรือตกแต่งร่างกายให้เกิดความสวยงามด้วยเครื่องประดับต่างๆเช่นขนนกหนังสัตว์หรือทาสีตามร่างกายมีการสักหรือเจาะบางครั้งก็วาดลวดลายตามส่วนต่างๆของร่างกายเพื่อแสดงฐานะหรือตำแหน่งซึ่งในปัจจุบันก็ยังมีหลงเหลืออยู่ส่วนใหญ่อีกจะเป็นชาวพื้นเมืองของประเทศต่าง ๆ

3. เพื่อแสดงสถานะทางสังคม

สถานะภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของมนุษย์แต่ละบุคคลย่อมไม่เหมือนกันจึงทำให้เกิดการแต่งกายที่แตกต่างกันออกไปสังคมทั่วไปมีหลายระดับชนชั้นมีการแบ่งแยกกันตามฐานะทางเศรษฐกิจ เช่น ชนชั้นระดับเจ้านายชาวบ้านและกรรมกรการแต่งกายสามารถบอกได้ถึงสถานะภาพทางสังคมของผู้สวมใส่ได้อีกด้วยเช่น ระดับการศึกษา ฐานะความเป็นอยู่

4. เพื่อป้องกันอุปนิสัยของผู้แต่ง

การแต่งกายสามารถบอกอุปนิสัยของผู้แต่งกายได้ว่ามีลักษณะอย่างไรเช่นมีความประณีตการรักสวยรักงามความเป็นคนพิถีพิถัน รู้จักกาลเทศะ เป็นต้น

2.2.3 หลักสำคัญในการแต่งกาย

1. ความสะอาด (Clean)

ความสะอาดของเครื่องแต่งกายมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างบุคลิกภาพอย่างมากหากบุคคลที่แต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่มีราคาแพงแต่ขาดความสะอาดทำให้ดูหมดคุณค่าและเป็นการทำลายบุคลิกภาพและความน่าเชื่อถือลงดังนั้นทุกคนจึงควรให้ความสำคัญกับการรักษาความสะอาดของเสื้อผ้าพร้อมทั้งทะนุถนอมเนื้อผ้าให้อยู่ในสภาพดีอยู่เสมอ

2. ความสุภาพเรียบร้อย (Polite)

ความสุภาพเรียบร้อยในการแต่งกายควรเริ่มตั้งแต่ศีรษะจรดเท้า เช่น ทรงผม สีส้ม เสื้อผ้า ได้แก่ สีแบบ ขนาด รองเท้า การเลือกเครื่องประดับ กระเป๋าถือ ควรเลือกให้เหมาะสมกับตนเองไม่ควรตามแฟชั่น

3. ความถูกต้องตามโอกาสและกาลเทศะ (Be temperate) การแต่งกายให้เหมาะสมกับโอกาสและกาลเทศะเป็นการให้เกียรติตนเองและผู้อื่นช่วยให้เกิดความมั่นใจในการดำเนินกิจกรรมต่างๆแต่ไม่ว่าจะเป็นโอกาสใดก็ตามผู้แต่งควรมีพื้นฐานที่ความสุภาพเรียบร้อยในการแต่งกายเป็นหลักซึ่งหมายถึงทั้งหมดตั้งแต่ศีรษะจรดเท้าดังนั้นผู้สวมใส่จึงควรพิจารณาว่าตนเองจะไปทำอะไรที่ไหนอย่างไรเพื่อเลือกเสื้อผ้าให้เหมาะสมกับโอกาส เช่น

- การไปติดต่อธุรกิจควรให้ความสำคัญกับความเรียบร้อย และความสะอาดของเสื้อผ้าและร่างกายเป็นอย่างยิ่งควรใส่เสื้อสูทเพื่อให้ดูมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

- การไปงานเลี้ยง ควรพิจารณาลักษณะงานสถานที่จัดงานว่ามีความหรูหราเล็กน้อยเพียงใดถ้าเป็นงานเลี้ยงตอนกลางวันของบริษัทอาจใส่เสื้อผ้าชุดทำงานกลางวันปกติโดยเสริมเครื่องประดับให้ดูสดใสขึ้นสำหรับงานกลางคืนควรสวมเสื้อผ้าที่ดูหรูหรามากขึ้นแต่งหน้าเข้มมากขึ้นและสวมเครื่องประดับพอสมควร

- การไปเล่นกีฬาควรสวมเครื่องแต่งกายที่ถูกต้องเหมาะสม เช่น เสื้อที่เช็ดกางเกงวอร์มรองเท้าผ้าใบ ซึ่งนอกจากจะเหมาะสมแล้วยังช่วยให้มีความคล่องตัวและลดอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้

4. ความเหมาะสมกับอาชีพ (Appropriate to the profession)

การแต่งกายให้เหมาะสมกับอาชีพเป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึงอย่างยิ่งเพราะบางอาชีพเป็นอาชีพที่เสี่ยงกับอันตรายจึงมีชุดเฉพาะที่ใส่ในการปฏิบัติงาน เช่น พนักงานดับเพลิงพนักงานไฟฟ้าหรือบางอาชีพต้องการความน่าเชื่อถือก็ควรเลือกเสื้อผ้าให้เหมาะสมเพื่อเป็นการเสริมสร้างบุคลิกภาพ เช่น ครู แพทย์ พนักงานธนาคาร เป็นต้น

5. ความเหมาะสมกับวัย (Ageappropriate)

การแต่งกายนั้นผู้แต่งควรคำนึงถึงความเหมาะสมกับอายุเป็นองค์ประกอบ ดังนี้

5.1 วัยเด็ก เสื้อผ้าควรจะมีสีสันสดใส รูปแบบน่ารัก มีลายการ์ตูน

5.2 วัยรุ่น เสื้อผ้าควรมีสีสันอ่อน ๆ

แบบของเสื้อผ้าเป็นไปตามลักษณะรูปร่างและความชอบของแต่ละคนไม่ควรสวมเสื้อผ้าที่เปิดเผยหรือรัดรูปจนเกินไปโดยเฉพาะเสื้อหรือกางเกงที่รัดรูปมากๆอาจเกิดผลเสียต่อสุขภาพได้ไม่ควรใส่เสื้อผ้าที่มีราคาแพงเกินความจำเป็นและไม่ควรใส่เครื่องประดับที่ดูหรูหราซึ่งนอกจากดูไม่เหมาะสมกับวัยแล้วยังอาจเป็นอันตรายต่อตนเองอีกด้วยสำหรับรองเท้าควรเป็นรองเท้าที่สวมใส่สบาย สะดวกคล่องตัว เหมาะกับกิจกรรม และไม่ควรรื้อรองเท้าที่แพงเกินไปเนื่องจากในวัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายอย่างรวดเร็ว

5.3 วัยผู้ใหญ่ เสื้อผ้าที่เหมาะสมกับวัยผู้ใหญ่ควรมีสีสู่ภาพเรียบร้อยเพื่อให้ดูสง่างามเหมาะสมกับวัยและบุคลิกภาพของตนเอง

6. ความเหมาะสมกับรูปร่าง (The shape)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิลปะการแต่งกายที่ช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดีคือการแต่งกายให้เหมาะสมกับรูปร่างและสัดส่วนของตนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เสื้อผ้าที่แต่งช่วยอำพรางจุดบกพร่องของรูปร่างพร้อมทั้งส่งเสริมจุดเด่นของรูปร่างทำให้เกิดความเหมาะสมสวยงามอย่างลงตัว

2.2.4 การแต่งกายสำหรับสตรี

บุคคลจะต้องรู้จักพิจารณาบุคลิกภาพของตนเองว่าเป็นคนมีรูปร่างผิวพรรณสัดส่วนเป็นอย่างไรเพื่อจะได้เลือกเสื้อผ้าได้อย่างเหมาะสมศิลปะการแต่งกายที่ช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดีคือการแต่งกายให้เหมาะสมกับรูปร่างสัดส่วนของตนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เสื้อผ้าที่แต่งช่วยอำพรางจุดบกพร่องของรูปร่างพร้อมทั้งส่งเสริมจุดเด่นของรูปร่างทำให้เกิดความเหมาะสมสวยงามโดยเฉพาะอย่างยิ่งสตรียิ่งต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการเลือกเครื่องแต่งกายให้เหมาะสมซึ่งปัจจัยที่ควรนำมาพิจารณาการแต่งกายสำหรับสตรี มีดังนี้

1. รูปร่างการแต่งกายให้เหมาะกับรูปร่างจะช่วยเสริมบุคลิกภาพให้สุขภาพสตรีดีขึ้นได้เป็นอย่างมาก ผู้หญิงส่วนใหญ่จะมีรูปร่างอยู่ใน 3 ขอบข่าย ได้แก่ รูปร่างหัวใจ รูปร่างแอปเปิ้ล และรูปร่างลูกแพร์ ดังนั้น สุขภาพสตรีจะต้องพิจารณารูปร่างของตนเองนั้นจัดอยู่ในขอบข่ายใดเพื่อจะได้เลือกเครื่องแต่งกายให้เหมาะสมกับรูปร่างของตน

1.1 หุ่นทรงรูปร่างหัวใจสุขภาพสตรีที่จัดอยู่ในขอบข่ายหุ่นทรงรูปร่างหัวใจได้แก่คนที่มีช่วงอกใหญ่ไหล่กว้างและเรียวยาวที่ช่วงเอวสะโพกเล็กขาเรียวยาวแล้วจะรู้สึกช่วงบนใหญ่กว่าช่วงล่าง สตรีที่มีหุ่นแบบนี้ควรเลือกสวมเสื้อนอกตัวหลวมๆขนาดสบายที่ไม่รัดเอวจนคอคจนทำให้เห็นข้อบกพร่องของหุ่นอย่างชัดเจนคนที่มีหุ่นทรงรูปร่างหัวใจจะมีช่วงขาที่เรียวยาวจึงสามารถเลือกใส่กางเกงขาเลิบได้ เสื้อที่คนหุ่นประเภทนี้ไม่ควรเลือกสวมใส่คือเสื้อที่ค่อนข้างรัดรูปโดยเฉพาะรัดช่วงเอวหรือเสื้อที่มีพองน้ำหนุ่ยไหล่เพราะจะทำให้ดูไหล่ใหญ่ยิ่งขึ้นและนอกจากนี้ก็ไม่ควรสวมเสื้อนอกกับเสื้อในมีสีตัดกัน เพราะจะดึงดูดสายตาให้ผู้อื่นมองเห็นความบกพร่องได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

1.2 หุ่นทรงแอปเปิ้ลคือสุขภาพสตรีที่มีช่วงกลางของลำตัวได้แก่เอวและหน้าท้องค่อนข้างหนาแต่ยังมีส่วนของสะโพกที่ได้ส่วนช่วงแขนและท่อนขาเพรียวสตรีที่มีหุ่นทรงแอปเปิ้ลควรเลือกสวมเสื้อเข้ารูปขนาดความยาวปิดหน้าท้องกับกางเกงขาเลิบจะเหมาะกว่าการสวมเสื้อที่มีกระเป๋าดตรงช่วงเอวกับกางเกงที่จีบเพราะจะทำให้ดูช่วงเอวใหญ่ขึ้นไปอีก

1.3 หุ่นทรงลูกแพร์คือสุขภาพสตรีที่ช่วงล่างซึ่งได้แก่สะโพกและต้นขาใหญ่กว่าส่วนบนและส่วนกลางของลำตัวอกเล็กและเอวเล็กสตรีหุ่นทรงลูกแพร์ควรเลือกใส่เสื้อตัวยาวคลุมสะโพกกับกางเกงทรงหลวมการสวมเสื้อเสริมพองน้ำทำให้ไหล่กว้างขึ้นจะดูทำให้สมดุลกับสะโพกและการใช้กระดุมเม็ดใหญ่ก็จะช่วยให้ดึงดูดสายตาผู้อื่นให้สนใจในส่วนบนมากกว่าที่จะมองส่วนล่างซึ่งเป็นส่วนที่บกพร่องสิ่งที่สตรีหุ่นทรงลูกแพร์ควรหลีกเลี่ยงให้มากที่สุดคือกางเกงพิตๆที่ใส่แล้วพอดิต้วยิ่งถ้าหากใส่กับเสื้อที่มีความยาวไม่คลุมสะโพกด้วยแล้ว จะทำให้เน้นส่วนที่บกพร่องได้อย่างชัดเจน

2. การแต่งกายเพื่อแก้ไขข้อบกพร่องของร่างกายคนแต่ละคนย่อมมีบุคลิกภาพภายนอกที่แตกต่างกันออกไปบางส่วนของร่างกายอาจดูดีเหมาะสมไม่จำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขหรือเติมแต่งในทางตรงกันข้ามหากบางส่วนของร่างกายอาจดูไม่สมส่วนจะต้องมีการแก้ไขและเติมแต่งหรือแต่งกายอำพรางส่วนบกพร่องของรูปร่างนั้นให้หายไปการแต่งกายเพื่อช่วยแก้ไขข้อบกพร่องหรือข้อด้อยให้ดูดีขึ้น ดังนี้

2.1 คอสั้น การแต่งกายที่จะทำให้คนคอสั้นดูดีขึ้น คือเสื้อคอเปิด จะเป็นเสื้อคอวี คอแหลมหรือคอเว้าจะเป็นแบบไหนจะต้องพิจารณาลักษณะของใบหน้าประกอบด้วยหรืออาจจะเลือกสวมเสื้อคอไม่มีปกเลือกผูกผ้าพันคอหลวมๆ หากจะสวมสร้อยคอควรเลือกสร้อยคอที่มีความยาวปานกลางคนคอสั้นควรเลือกไว้ผมสั้นจะดูดีกว่าการแต่งกายที่ควรหลีกเลี่ยงคือเสื้อคอปิดปกสูงผูกโบหรือ เน็กไท เสื้อคอเต่า คอจีน การใช้พันคอที่ผูกชิด คอและการสวม สร้อยคอ สั้น ๆ เพราะจะเป็นการดึงดูดสนใจไปที่คอ

2.2 คนเตี้ยควรเลือกใส่เสื้อผ้าคอวีแบบเรียบๆถ้าเป็นลายดอกควรเป็นดอกเล็กถ้าจำเป็นต้องใช้เข็มขัดควรเป็นเข็มขัดเส้นเล็กๆและควรเลือกใส่รองเท้าที่มีส้นหรือส้นสูงหากเป็นสุภาพสตรีควรเลือกใส่กระโปรงสั้นจะเหมาะสมกว่ากระโปรงยาวผ้าที่ควรเลือกนำมาตัดเสื้อผ้านั้นควรเป็นผ้าเนื้อเดียวกันและสีเดียวกันตลอดทั้งส่วนบนและส่วนล่างหากเป็นคนล่ำสีจะทำให้สายตาของผู้ดูหยุดอยู่ที่สีตัดกัน

2.3 คนสูง เหมาะกับเสื้อปกสูง หรือปกกว้าง เน้นส่วนเอวด้วยเข็มขัดหรือผ้าพันเอวขนาดใหญ่ สุภาพสตรีควรเลือกกระโปรงที่แนบสะโพก มีเสื้อตัวนอกคลุมสะโพกจะทำให้ดูดีขึ้น ความยาวของกระโปรงควรเลยเข้า

2.4 คนอ้วน เหมาะกับเสื้อคอแหลม สีเข้ม หากมีลายควรเป็นลายเล็ก ลายทางตรงใช้เข็มขัดหัวเล็กหัวเข็มขัดเป็นผ้าหุ้มสีเดียวกับเสื้อเพื่อไม่ให้สะดุดตาเกินไปเสื้อที่ตึงหรือพิตลำตัวควรหลีกเลี่ยงกระโปรงต้องเป็นกระโปรงยาวเลยเข้าเสมอ

2.5 คนผอมควรเลือกเสื้อคอสูงหรือแคบแนบคอปกกว้างมากเสื้อจีบหรือพองส่วนนอกแขนสามส่วนเหมาะกว่าแขนสั้นผ้าลายขวางเหมาะกว่าลายทางลง ใช้ผ้าคาดเอวหรือเข็มขัดขนาดใหญ่ กระโปรงจีบพอง อย่าสั้นมากเครื่องประกอบการแต่งกาย เช่น กระเป๋า รองเท้า เข็มกลัด ห่วงหู ควรเลือกที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ รองเท้าที่สวมไม่จำเป็นต้องเป็นรองเท้ามีส้นเสมอไป

2.6 ไหล่กว้าง ควรเลือกเสื้อคอวี คอแหลม และคอเว้าลึก ซึ่งจะทำให้ไหล่ดูแคบลง หนุนไหล่บ้าง หรือไม่หนุนเลยหากเป็นชุดว่ายน้ำหรือชุดราตรีต้องเลือกแบบที่มีสายคล้องไหล่ที่มีขนาด ไม่ใหญ่นักหลีกเลี่ยงเสื้อคอกว้าง หรือเสื้อที่มีรายละเอียดช่วงไหล่และช่วงบ่ามากๆ และการใช้เครื่องประดับขนาดใหญ่บนบ่า

2.7 ไหล่แคบเหมาะกับเสื้อคอกว้างคอปิดเสื้อแขนพองมีจีบรูดหรือระบายที่หัวแขนเพิ่มรายละเอียดบนช่วงไหล่และบ่าด้วยลายขวางติดแผ่นเสริมไหล่ไม่ควรเลือกเสื้อคอแหลมลึกมากหรือเสื้อคอต่ำที่ไม่หนุนไหล่และเสื้อคอเต่า หลีกเลี่ยงการติดเข็มกลัดที่ปกเสื้อและอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8 ไม่มีเอวหรือคนหุ่นตรงซึ่งมีขนาดของอกเอวและสะโพกเท่ากันหมดซึ่งอาจเป็นได้ทั้งคนผอมและคนอ้วนหากคนผอมควรเลือกเสื้อที่เอาชายเสื้อสอดไว้ในกระโปรงใช้เข็มขัดเป็นตัวแบ่งระหว่างส่วนบนและส่วนล่างของร่างกาย แต่ถ้าหากเป็นคนอ้วนไม่ควรเอาชายเสื้อใส่ไว้ในกระโปรงควรเลือกเสื้อตัวหลวมที่มีความยาวคลุมสะโพกที่อาจโค้งเข้าเอวได้นิดหน่อย

2.9 เอวใหญ่คนเอวใหญ่จะแตกต่างจากคนไม่มีเอวเพราะคนเอวใหญ่นั้นยังมีส่วนว่าส่วนโค้งอยู่ข้างคนตัวสูงที่เอวใหญ่จะได้เปรียบว่าคนตัวเตี้ยคนเอวใหญ่เหมาะกับเสื้อเข้ารูปแบบหลวมๆหรือใส่เสื้อสองชั้นมีเสื้อตัวนอกกับตัวใน คาดเข็มขัดได้แต่ต้องเป็นเส้นเล็ก ๆ หรือแบบโค้งต่ำ

2.10 เอวคอดได้จัดว่าเป็นความบกพร่องเพราะคนเอวเล็กจัดว่าเป็นคนที่มีเอวสวยควรเลือกชุดที่เข้ารูปเน้นเอวถ้าเป็นเสื้อนอกก็เป็นเสื้อที่เปิดด้านหน้าให้เห็นเอวควรเลือกกระโปรงบานผ้าเนื้อบางหากเป็นชุดราตรีควรเป็นชุดที่มีเข็มขัด

2.11 อกเล็กสุภาพสตรีควรเลือกใส่เสื้อยกทรงที่เสริมฟองน้ำเสื้อตัวนอกเป็นเสื้อลายขวางตีเกล็ดตะเข็บบนแนวอกเพื่อทำให้ออกดูหนาและใหญ่ขึ้นหรืออาจจะเลือกการสวมเสื้อทับกับหลายชั้น เช่น เสื้อกั๊กทับเสื้อเชิ้ต หรือสวมเสื้อแจ็กเก็ต หลีกเลี้ยงเสื้อคอลึก เสื้อเอวลอย กางเกงหรือกระโปรงเอวสูง เสื้อรัดรูป เสื้อลายแนวตั้ง

2.12 สะโพกใหญ่ต้นขาใหญ่ ควรเลือกเสื้อผ้าที่เป็นลายทางตรงกางเกงหรือกระโปรงควรเป็นสีเข้มจับคู่กับเสื้อสีสว่าง เพิ่มเครื่องประดับส่วนบน เช่น ผ้าพันคอ สร้อยคอ เข็มกลัด เพื่อสร้างความสนใจส่วนบนมากกว่าส่วนกลาง เสื้อผ้าที่ควรหลีกเลี่ยงคือกระโปรงสั้น กางเกงขาสั้น กระโปรงเข้ารูป กางเกงเข้ารูป กางเกงหรือกระโปรงมีกระเป๋า กางเกงปลายขาสอบเข้ากางเกงหรือกระโปรงที่เป็นผ้าลายขวางหรือสวมเสื้อที่ชายเสื้ออยู่ตรงส่วนที่ใหญ่ที่สุดของสะโพกหรือเสื้อตัวนอกที่ผ่าชายด้านหลัง

2.13 สะโพกยื่นมักจะคู่กับเอวแอ่นจะต้องพยายามแก้ไขบุคลิกภาพของตนเองส่วนหนึ่งด้วยนอกจากนี้แล้วจะต้องเลือกใส่เสื้อคลุมตัวยาวให้พอดีสะโพก ตัวหลวม ไม่นั้นเอว

2.14 น่องใหญ่ข้อเท้าใหญ่ควรเลือกใส่กระโปรงที่มีความยาวระดับเข่าหรือคลุมเข่าสวมถุงน่องสีเข้มรองเท้าสีเข้มพื้นหนาหรือรองเท้าแตะที่มีสายรองเท้าเส้นใหญ่ควรหลีกเลี่ยงกางเกงขาสวมส่วนกระโปรงยาวระดับน่อง รองเท้าส้นแหลม ถุงน่องเนื้อเงาสีอ่อน และเครื่องประดับขาทุกชนิด

2.15 ขาสั้นควรเลือกใส่กระโปรงสั้นเหนือเข่ากางเกงหรือกระโปรงเอวสูงกางเกงทรงแคบลายทางตรงรองเท้าส้นสูงปานกลางเสื้อผ้าที่ควรหลีกเลี่ยงได้แก่กระโปรงที่มีการออกแบบลวดลายหรือขลิบบริเวณชายกระโปรง กระโปรงยาวตัวหลวม กางเกงขากว้าง กางเกงลายตาหมากรุก รองเท้า ส้นสูงมากหรือส้นเตี้ยเกินไป

2.16 ขาโค้ง ไม่ควรเลือกใส่กระโปรงแคบ ควรใช้ผ้าหนา และตัดหลวม ๆ

2.17 หน้าท้องใหญ่เป็นสิ่งที่แก้ไขยากจะต้องอาศัยเสื้อที่มีความยาวคลุมเลยหน้าท้องลงมาอย่าให้ชายเสื้อมาหยุดพอดีที่หน้าท้องหากจำเป็นต้องใส่ชายเสื้อไว้ในกระโปรงควรเลือกเสื้อที่ตัวเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใหญ่หน่อยและดึงให้หย่อนลงมาเพื่อปิดหน้าท้อง เลือกใส่กระโปรงย้วย กระโปรงทรงเอ กระโปรงบาน จะเหมาะกว่ากระโปรงแคบ

3. ผิวพรรณการเลือกสีของเสื้อผ้าให้เหมาะสมกับสีผิวเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเสริมบุคลิกภาพได้อีกทางหนึ่ง

3.1 ผิวสีขาวจัด ควรเลือกเสื้อผ้าสีน้ำตาลอ่อน สีเขียวอ่อน สีเขียวหม่น สีเหลืองอมส้ม สีส้มอมน้ำตาล สีเลือดหมู ควรหลีกเลี่ยงเสื้อผ้าสีอ่อน เช่น ชมพูอ่อน สีเหลืองอ่อนเพราะจะทำให้ผิวซีด

3.2 ผิวสีคล้ำ ควรเลือกสีชมพู สีเหลือง สีฟ้า หากเป็นเสื้อลาย ควรออกลายสีเหลือง สีฟ้า สีชมพู สีส้ม สีเปลือกข้าวโพด ไม่ควรเลือกสีขรึม ๆ เช่น น้ำตาลแก่ เทาแก่ น้ำเงินแก่เพราะจะทำให้ดู ผิวคล้ำมากขึ้น

4. สีของเสื้อผ้า

4.1 สีเข้ม มีส่วนผสมของสีดำ เช่น สีดำ สีน้ำตาล สีน้ำเงิน สีม่วง ฯลฯ จะช่วยพรางรูปร่างให้ดูผอมลง เหมาะกับคนที่ค่อนข้างอ้วน

4.2 สีสดใส เช่น สีแดงจ้า สีส้ม สีชมพูเข้ม ฯลฯ จะช่วยให้รูปร่างดูใหญ่ขึ้นกว่าความเป็นจริง

4.3 สีอ่อนใส ที่มีส่วนผสมของสีขาวอยู่มาก เช่น สีเหลืองอ่อน สีเบจ สีเขียวอ่อน สีฟ้าอ่อน สีชมพูอ่อน สีส้มอ่อน ฯลฯ จะช่วยให้รูปร่างดูอ้วนหรือใหญ่ขึ้นกว่าความเป็นจริง เหมาะสำหรับคนที่มีรูปร่างเล็ก ผอมบาง

5. ลักษณะของเนื้อผ้า

5.1 เนื้อผ้าบางพลิ้ว เป็นมันเงา จะเน้นสัดส่วนรูปร่างของผู้สวมใส่ ทำให้ดูรูปร่างใหญ่ขึ้นมากกว่าปกติ ไม่เหมาะกับคนที่มีรูปร่างไม่ดี

5.2 เนื้อผ้าแข็งหรือหยาบกระด้าง เนื้อผ้าหนาจะทำให้ผู้สวมใส่ดูรูปร่างใหญ่กว่าปกติ

5.3 เนื้อผ้าที่มีลวดลาย เช่น ลายตาราง ลายเส้น หากเส้นมีความหนา และมีสีตัดกับสีพื้น จะทำให้ผู้สวมใส่ตัวใหญ่กว่าปกติ หรืออาจดูตัวเล็กลง ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของลายเส้นว่าเป็นลายขวางหรือลายตั้ง หรือใช้สีสันแบบไหน

6. แบบของเสื้อผ้า การแต่งกายที่ช่วยเสริมบุคลิกภาพของผู้สวมใส่นั้นแบบของเสื้อผ้าเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องเหมาะสมกับรูปร่างของผู้สวมใส่นั้นก่อนอื่นเราจึงควรสำรวจรูปร่างของตนเองเพื่อให้ทราบถึงจุดดีหรือจุดบกพร่องของสัดส่วนของเรา เพื่อที่จะเลือกเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับรูปร่างตามหลักการดังนี้

6.1 ลำตัวเล็กแต่แขนขาใหญ่ควรเลือกเสื้อผ้าที่ช่วยพรางให้ดูแขนขาเล็กลงเช่นเสื้อยืดเข้ารูปกับกระโปรงทางเอไลน์ยาวเสมอเข้าและผ่าข้างเล็กน้อยหรือชุดสูทเข้ารูปคอวีสีเข้มกับกระโปรงทรงสอบยาวเสมอเข้าหรืออาจเป็นแซ็คคอกว้าง ตัวหลวม ผ้าพลิ้ว แขนกุด แล้วใส่สูททับ

6.2 ลำตัวช่วงบนสั้นกว่าช่วงล่างเหมาะกับเสื้อสูทลายทางตรงเข้ารูปยาวคลุมสะโพกกับกระโปรงเอวต่ำทรงเอไลน์ หรือกางเกงเอวต่ำขาตรง หรืออาจสวมแจ็กเก็ตวีตัวแหลมและคาดเข็มขัดให้อยู่ระดับใต้เอวจริงของผู้สวมใส่ จะทำให้ลำตัวช่วงบนยาวขึ้น

6.3 ลำตัวช่วงบนยาวกว่าช่วงล่างไม่ควรใส่กางเกงหรือกระโปรงเอวต่ำเพราะจะทำให้ช่วงล่างยิ่งดูสั้นและไม่เหมาะกับแจ็กเก็ตเพราะมีเนื้อที่สะโพกและต้นขาเยอะแต่ควรสวมสูทหรือแจ็กเก็ตตัวหลวมความยาวไม่เกินระดับสะโพกหรือกระโปรงสอบผ่าข้างอาจใส่รองเท้าส้นสูงประมาณ 2.5 นิ้ว จะช่วยให้ช่วงขาดูเพรียวมากขึ้น

6.4 รูปร่างอวบ หน้าอก สะโพก และช่วงตัวใหญ่ ควรใส่เสื้อเชิ้ตเข้ารูปปลดกระดุมบนหนึ่งหรือสองเม็ด โดยใส่เสื้อยืดคอกว้างไว้ด้านใน และใส่กางเกงขาตรงสีเข้ม เช่น ดำ น้ำตาล เพื่อช่วยให้รูปร่าง ดูเพรียวมากขึ้นหรืออาจใส่สูทเข้ารูปพอดีตัวความยาวปิดสะโพกกับกางเกงขาตรงลายทางแต่ควรเน้นที่สีเข้มถ้าใช้สีอ่อนจะทำให้ดูอ้วนมากขึ้น

6.5 รูปร่างผอมบาง ควรเลือกเสื้อผ้าที่ช่วยให้ดูอ้วนขึ้นเล็กน้อย เช่น เสื้อ กางเกงที่เนื้อผ้าหนา สีอ่อน ๆ หรือสีสันสดใสหรืออาจเลือกเสื้อผ้ายาวกว้างก็จะช่วยให้ดูดีขึ้นควรใส่กางเกงที่ขากว้างเล็กน้อยสำหรับแจ็กเก็ตควรปักเลื่อมเล็กน้อยจะทำให้รูปร่างไม่ดูผอมจนเกินไป

7. การเลือกใช้เครื่องประดับ มีแนวทางการเลือก ดังนี้

7.1 เข็มกลัดควรใช้เข็มกลัดเมื่อสวมใส่เสื้อที่เป็นสีพื้นแบบเรียบๆ โดยเลือกเข็มกลัดที่มีแบบและสีไปกันได้กับแบบและสีของ เสื้อผ้าต่างๆ สร้อยคอ และแหวน ควรติดเข็มกลัดบริเวณใดบริเวณหนึ่ง เช่น ปกเสื้อ หรือเหนือกระดุมเม็ดบน เป็นต้น

7.2 เข็มขัดควรเลือกขนาดของเส้นเข็มขัดให้เหมาะสมกับเอวของตนหากเป็นความเอวหนาใหญ่ควรใช้ เข็มขัดเส้นเล็กๆสีขิมๆเพื่อให้เอวที่หนาใหญ่ไม่เป็นที่สะดุดตาสำหรับคนเอวเล็กเอวบาง ควรใช้เข็มขัดเส้นที่มีขนาดใหญ่มีลวดลายหรือเป็นโลหะห้อยตุ้ดตุ้ดได้ เพราะจะทำให้เอวที่เป็นจุดเด่นของร่างกายได้อวดโฉมสะดุดตาผู้คน

7.3 สร้อยคอการสวมใส่สร้อยคอควรพิจารณารูปร่างและแบบคอเสื้อแล้วจึงเลือกขนาดความยาวของสร้อยคอเช่นถ้าเป็นคนรูปหน้ากลมควรจะสวมใส่เสื้อคอตั้งแทนคอแหลมลึกและควรสวมสร้อยคอเส้นยาวเรียวแต่ถ้าเป็นคนรูปหน้ายาวก็ไม่ควรสวมเสื้อคอแหลมลึกรูปตัววีหรือใส่สร้อยคอเส้นยาวเพราะจะยิ่งเน้นให้เห็นว่าหน้ายาว ควรสวมเสื้อคอกลมแบบติด ๆ คอ หรือเป็นรูปตัวยูแล้วสวมสร้อยคอเส้นสั้น เพื่อให้แลดูหน้าไม่ยาวนัก

7.4 ต่างหูเป็นเครื่องประดับที่จะช่วยลดหรือเพิ่มเครื่องหน้าของสตรีให้ดูทรูและแจ่มใสขึ้นขอแนะนำในการเลือกต่างหูให้เหมาะสมกับรูปหน้ามี ดังนี้

7.4.1 รูปหน้ากลม ควรใช้ต่างหูทรงเรขาคณิตแบบที่รูปทรงเป็นเหลี่ยม เช่น สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม หรือทรงขนมเปียกปูนควรเป็นทรงยาวๆ หรือห้อยตุ้ดตุ้ด ไม่ควรใส่ต่างหูทรงเหลี่ยมด้านเท่า ทรงกลม รูปดอกไม้กลมโต ๆ หรือทรงที่จะไปเพิ่มความกว้างให้กับแก้ม หากใส่ต่างหูติดหู

ที่เป็นมุก เพชร และทอง ควรเลือกขนาดกลางๆ หากเล็กเกินไปจะขัดกับแก้มกลม ๆ ที่มีเนื้อทำให้ต่างหุจมหายไปในหน้ากลม ๆ

7.4.2 รูปหน้าเหลี่ยมคือใบหน้าที่มีกรามแกงออกมาเห็นชัดหรือค่อนข้างชัด ควรลดความเหลี่ยมของคางด้วยต่างหุรูปทรงกลม ทรงรี ทรงพุ่ม จะใช้แบบติดหูหรือห้อยตุ้ดตุ้ดก็ได้

7.4.3 หน้ารูปหัวใจคือรูปหน้าที่คางเล็กเรียวแหลมแต่หน้าผากกว้างต่างหุสำหรับคนหน้ารูปนี้มีหลายแบบเช่นต่างหุห้อยที่เป็นพวงตรงชายต่างหุห้อยยาวรูปสามเหลี่ยมเล็กแบบที่มีฐานกว้างๆห้อยตรงชายแล้วเรียวขึ้นไปหาตึงหู หรือจะใช้ต่างหุรูปทรงยาว ๆ ทรงกลม ๆ ติดหูก็จะช่วยลบ ความเรียวของคางได้

7.4.4 รูปหน้ายาวหน้ายาวจะต่างจากหน้ารูปไข่คือช่วงความยาวของใบหน้าจะยาวมาเกินไปทรงของต่างหุจึงต้องเพิ่มตรงช่วงหูให้ดูมีแก้มออกมาควรใช้เฉพาะต่างหุแบบติดหูอย่าใช้แบบห้อยตุ้ดตุ้ด หรือต่างหุแบบทรงรีๆ ยาว ๆ

7.5 แหวน มีแนวทางการเลือก ดังนี้

7.5.1 นิ้วส้นที่ไม่เรียวงามและเล็บเล็กรูปสี่เหลี่ยมควรใช้แหวนแฉกหรือแหวนเหลี่ยมวงบางๆอย่าเลือกแหวนที่มีลักษณะหัวกลมใหญ่

7.5.2 นิ้วส้นแต่มีความเรียวงามและเล็บสวยควรสวมแหวนหัวไขรีๆเพรียวๆตัวเรือนบางๆแต่จะต้องไม่แคบกว่าความกว้างของนิ้วจะช่วยให้นิ้วดูเรียวยาวขึ้น

7.5.3 นิ้วยาวแต่เล็กเกินไปและเล็บสั้นควรใช้แหวนแฉกลักษณะเป็นแถบๆแบบรัสเซีย

7.5.4 นิ้วยาวแต่ผอมมากๆไม่อวบสวยควรสวมแหวนตัวเรือนหนาและมีหัวแหวนกลม ๆ หรือหัวแหวนรูปสี่เหลี่ยมขนาดใหญ่ จะช่วยเพิ่มความอวบอูมสมส่วนมากขึ้น

การเลือกเครื่องแต่งกายให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของสุภาพสตรีแต่ละคนที่กล่าวมาแล้วข้างต้นพอจะสรุปได้ ดังนี้

1. เส้นแนวตั้งและเส้นซีกอกทำให้ดูสูงขึ้น
2. เส้นซีกเข้าทำให้เตี้ยลง
3. เส้นแนวนอนทำให้ดูใหญ่ขึ้นและทำให้เตี้ยลง
4. ผ้าสีเข้มทำให้ผอมลงและสูงขึ้น
5. ผ้าสีอ่อนทำให้อ้วนขึ้นและเตี้ยลง
6. ผ้าเนื้อด้านทำให้สูงขึ้นและผอมลง
7. ผ้าเนื้อเงาทำให้อ้วนขึ้นและเตี้ยลง

2.2.5 การแต่งกายในโอกาสต่าง ๆ

ในชีวิตประจำวันมนุษย์จะมีกิจกรรมต่างๆที่แตกต่างกันออกไปบางคนอยู่แต่ในบ้านไม่ค่อยได้พบผู้คนจึงอาจไม่ต้องพิถีพิถันเครื่องแต่งกายมากนักในขณะที่บางคนต้องออกไปทำงานนอกบ้านก็

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะต้องมีการพิจารณาเลือกเสื้อผ้าให้เหมาะสมกับสถานที่ทำงานของตนและเหมาะสมกับลักษณะงาน ดังจะกล่าวต่อไปนี้

ชุดทำงาน ผู้ที่ออกไปทำงานนอกบ้านสามารถแบ่งสถานที่ทำงานได้เป็น 2 ประเภทได้แก่ ทำงานในสถานที่ราชการหรือเรียกว่าข้าราชการและทำงานในบริษัทเอกชนหรือที่เราเรียกว่าทำงานออฟฟิศการแต่งกายของข้าราชการจะต้องเน้นไปที่ความสุภาพเรียบร้อยกระโปรงไม่สั้นมากและคอเสื้อก็จะต้องไม่ลึกลงเกินไปลายเสื้อไม่ต้องฉูดฉาดจนทำให้คนต้องมองเหลียวหลังทั้งนี้ควรเลือกแต่งกายให้เข้ากับบุคลิกภาพของตนจะเหมาะสมกว่าส่วนข้าราชการที่มีเครื่องแบบแน่นอนที่ใช้บังคับ เช่นทหารตำรวจพยาบาลจะไม่สามารถเลือกแบบและสีสันทันของเครื่องแต่งกายได้ส่วนสาวออฟฟิศจะเลือกแต่งกายได้อย่างอิสระกว่าข้าราชการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันสาวออฟฟิศสามารถสวมกางเกงไปทำงานบางแห่งอนุญาตให้เป็นกางเกงยีนก็ได้สาวออฟฟิศจึงต้องพิจารณาเลือกเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับตนเองเพื่อเสริมให้ตนเองนั้นดูดีขึ้นและที่สำคัญต้องอำพรางสิ่งที่บกพร่องของร่างกายได้เป็นอย่างดี ชุดกลางวันธรรมดาเป็นชุดที่ใส่สำหรับการออกไปเดินซื้อของการออกไปพบปะเพื่อนฝูงเช่นนี้สามารถเลือกสวมใส่ได้อย่างอิสระและเหมาะสมกับตนเอง หากไปติดต่อสถานที่ราชการอาจเลือกชุดที่เรียบร้อยกว่า

ชุดสำหรับงานเลี้ยงงานกลางคืนควรเลือกชุดที่เป็นผ้าเนื้อนุ่มๆซึ่งจะช่วยให้การเคลื่อนไหวสวยงามขึ้นสีที่เลือกควรเป็นสีที่สดใสชุดสำหรับงานเลี้ยงหรืองานกลางคืนไม่เหมาะที่จะเป็นผ้าแข็งกระด้างเพราะดูไม่เหมาะสมกับบุคลิกของคนไทยนอกจากบางคนเท่านั้นชุดกลางคืนสามารถสร้างความเก๋ไก๋ได้ด้วยสิ่งประกอบ คือ ผ้าพันคอ ผ้าพันเอว เข็มขัด หรือเครื่องประดับ ประเภทสร้อยคอ เข็มกลัด เท้าที่โอกาสอำนวย

สรุปสาระสำคัญ

ความสำคัญของการแต่งกายมีด้วยกันหลายประการเช่นเพื่อป้องกันอันตรายเห็นได้จากการใส่เสื้อผ้าเพื่อป้องกันความหนาวการใส่เสื้อแขนยาวเพื่อป้องกันแสงแดดหรือแต่งกายเพื่อดึงดูดความสนใจและความสวยงามแต่งกายเพื่อแสดงฐานะทางสังคม เช่น เครื่องแบบนักศึกษา ข้าราชการ ตำรวจหรือการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าและเครื่องประดับราคาแพงก็สามารถบ่งบอกฐานะทางสังคมได้เช่นกันนอกจากนี้การแต่งกายยังบ่งบอกถึงขนบธรรมเนียมและสภาพซึ่งแต่ละท้องถิ่นก็มีลักษณะแบบแผนของตนเองอย่างเช่นธรรมเนียมตะวันตกถ้าเป็นงานพิธีการจะต้องแต่งกายครบเครื่องสวมถุงน่อง รองเท้า หมวก ถุงมือ แต่ถ้าเป็นธรรมเนียมไทยจะไม่สวมหมวก

การแต่งกายเป็นมารยาททั่วไปซึ่งทุกคนต้องปฏิบัติเหมือนกันตามแต่โอกาสที่เหมาะสมเช่น แต่งกายไปทำงาน ไปวัด ทำบุญ ไปเล่นกีฬา และงานพิธีต่างๆ หรือการแต่งกายที่อยู่ในเครื่องแบบของนักเรียน นักศึกษา ทหาร ตำรวจบริษัทห้างร้านที่กำหนดให้พนักงานแต่งกายเป็นต้น หากบุคคลใดสามารถปฏิบัติได้ตามกฎระเบียบที่กำหนดถือว่าเป็นผู้มีมารยาทในการแต่งกายที่ดี

2.2.5.1 ความสำคัญของเสื้อผ้า

เสื้อผ้าเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่โดยมีความสำคัญคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. เพื่อป้องกันตัวเองจากภัยธรรมชาติ เช่น ภัยจากสภาพอากาศหนาว ร้อนหรือภัยจากแมลงต่าง ๆ

2. เพื่อป้องกันตัวเองจากอันตรายในโอกาสต่าง ๆ เหมาะกับคนทำงานในอาชีพต่าง ๆ เช่น นักดับเพลิง นักบิน วิศวกร

3. เพื่อป้องกันตัวเองจากศัตรู โดยเฉพาะศัตรูที่เป็นมนุษย์ด้วยกัน เช่น การสวมเสื้อเกราะกันกระสุน หมวกเหล็ก

4. การต้องการความสุภาพ ทั้งนี้ขึ้นกับเวลา สถานที่และบุคคล การยอมรับความสุภาพของ สถานที่หนึ่งอาจแตกต่างจากสถานที่หนึ่งก็เป็นได้

5. เพื่อตกแต่งร่างกายและดึงดูดความสนใจ อาจเป็นการประดับร่างกายด้วยเครื่องประดับ ที่บอกฐานะ ยศ ตำแหน่ง เครื่องราชย์ เป็นต้น

6. สถานภาพทางสังคม เช่น ชุดที่เกี่ยวข้องกับอาชีพการงาน ตำแหน่งที่ได้รับ

7. การแสดงออกทางพิธีการ งานต่าง ๆ ที่กำหนดให้ใส่เสื้อผ้าที่มีความเจาะจง เช่น งานศพ งานสโมสรสันนิบาต

8. การแบ่งแยกจากกลุ่ม มักเกิดกับวัยรุ่นหรือความต้องการความแตกต่างกันระหว่างองค์กร เช่น เสื้อ blazers ที่สวมเพื่อบอกสถาบันที่สังกัดอยู่ของนักเรียน ชุดของพระในศาสนาคริสต์ที่มีนิกายแตกต่างกัน ชุดนักเรียน เครื่องหมายที่แสดงสัญลักษณ์ของสถาบัน หมวกของพยาบาล

9. การดึงดูดความสนใจเพศตรงข้าม

10. เพื่อความพึงพอใจของตนเอง

11. สภาพทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม

สิ่งแวดล้อมในธรรมชาติพัฒนาไปอย่างมากมาย ยิ่งวิวัฒนาการมากขึ้นเท่าไรก็ยังมีผลต่อมนุษย์มากขึ้นเท่านั้นอิทธิพล ของเสื้อผ้าและการประดับตกแต่งร่างกายสามารถได้มาทั้งจากธรรมชาติการติดต่อค้าขายการคมนาคมซึ่งมีผลต่อมนุษย์ในการพัฒนาหรือปรับปรุงเครื่องแต่งกายของตนเองให้ดีขึ้น การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ศาสนาและสังคมก็มีส่วนเป็นอย่างมาก ในการกำหนดการแต่งกายของมนุษย์

- อิทธิพลของเครื่องแต่งกายต่อมนุษย์

- อิทธิพลทางวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ใช้ในการศึกษาเรียนรู้ความเป็นไปและสังคมที่บุคคลดำรงอยู่ไม่ว่าจะเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต งานอดิเรก ศิลปะ ความเชื่อ ความรู้ ความชำนาญ จริยธรรม ฯลฯ เสื้อผ้าที่สวมใส่จะขึ้นอยู่กับการสืบทอดต่อ ๆ กันมา อาจเกิดจากการผสมผสานระหว่างอิทธิพลทางวัฒนธรรม และนำมาประยุกต์ใช้หรือเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นลักษณะที่เกิดขึ้นอย่างมั่นคงในสังคม โครงร่าง ของเสื้อผ้ามีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนในแต่ละยุคของประวัติศาสตร์ช่วงเวลาซึ่งอาจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะแตกต่างกันนับร้อยปีในแต่ละยุคแต่เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วจากการขนส่งและธุรกิจก็ทำให้ย่นระยะเวลาที่ห่างกันให้สั้นลงได้

เสื้อผ้าได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมทางกาย ทรัพยากรทางธรรมชาติ และความสามารถในการนำทรัพยากรต่าง ๆ ไปใช้ในหลายๆสังคมได้พัฒนาแนวทางการนำทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับสิ่งทอมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ประเพณีและขนบธรรมเนียม

ประเพณีและขนบธรรมเนียมเป็นธรรมเนียมปฏิบัติในชีวิตประจำวันของผู้คนที่หยั่งรากลึกจนกลายเป็นความเคยชินและเป็นประเพณี ในกรณีของการแต่งกายก็เช่นเดียวกัน บางสังคมมีการแต่งกายที่สืบทอดเป็นวัฒนธรรมที่ยาวนาน เช่น การสวมชุด紗หรือของสตรีชาวอินเดีย

คุณค่าทางสังคม

ลักษณะที่แตกต่างและความมีเอกลักษณ์ในแต่ละสังคมทำให้การสวมเสื้อผ้าของมนุษย์มีความแตกต่างกันไปการยอมรับเรื่องใดเรื่องหนึ่งในสังคมหนึ่งอาจแตกต่างไปจากสังคมหนึ่งก็ได้โดยคุณค่านี้อาจมาจากพื้นฐานที่ต่างกันตั้งแต่ครอบครัวการเลี้ยงดูวิถีการดำเนินชีวิตในแต่ละวันการศึกษาและกลุ่มคนที่คบค้าสมาคมอยู่รวมไปถึงยุคสมัยที่ต่างกันก็ทำให้แนวความคิดเรื่องคุณค่าของการแต่งกายแตกต่างกันได้

ปัจจัยทางสังคมจิตวิทยา

เสื้อผ้าที่สวมใส่ทำให้คนแต่ละคนมีความรู้สึกแตกต่างกันไปในการแต่งกายแต่ละครั้งรวมถึงไปถึงความคิดที่บุคคลภายนอกมายังตนเองก็แตกต่างกันด้วยรูปแบบของเครื่องแต่งกายขนาดสีสีนรูปร่างทำให้ภาพลักษณ์ของบุคคลแตกต่างกันไปในแต่ละครั้งที่มีการสวมใส่เครื่องแต่งกายที่ต่างกัน

สัญลักษณ์ของเครื่องแต่งกาย

การปรากฏตัวในแต่ละครั้งด้วยเครื่องแต่งกายที่ต่างกันทำให้ภาพลักษณ์ของบุคคลดูแตกต่างกันไปได้ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของเครื่องแต่งกายที่ต่างกันรูปแบบบางอย่างของเครื่องแต่งกายทำให้สังคมคาดหวังว่าบุคคลผู้สวมใส่มิใช่ลักษณะเป็นเช่นไร อายุเท่าไร หรือมีอาชีพอะไร

การแบ่งแยกชนชั้นหรือแบ่งแยกกลุ่ม

เพื่อต้องการให้ดูแตกต่างจากกลุ่มชนอื่นมนุษย์พยายามหาวิธีที่จะทำให้กลุ่มของตนดูแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นเพื่อให้รับรู้ถึงลักษณะประจำกลุ่มของตนเอง ง่ายในการจดจำและแยกแยะความแตกต่าง

ความสบายและลักษณะเฉพาะที่ต้องการ

เพื่อให้ร่างกายอบอุ่นมนุษย์เลือกสวมเสื้อที่มีความหนาแน่นในฤดูหนาวและในฤดูร้อนก็สวมใส่เสื้อผ้าที่บางเบาขึ้นเพื่อความสบาย

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและแฟชั่น

เป็นเหตุผลที่ทำให้เครื่องแต่งกายมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมอาจมาจากแนวความคิดความเชื่อเหตุการณ์ทางการเมืองเศรษฐกิจการพบเห็นแฟชั่นจากแหล่งอื่นทำให้แนวความคิดในการแต่งกายเปลี่ยนแปลงไปได้เช่นกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุคลิกภาพกับการแต่งกาย

บุคลิกภาพหมายถึงลักษณะเฉพาะของคนแต่ละคนบุคลิกภาพของแต่ละคนมีผลต่อการแต่งกายทำให้บุคคลแสดงออกในเรื่องการแต่งกายแตกต่างกันบุคลิกภาพโดยทั่วไปของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกิดจากความต้องการสร้างความประทับใจให้ปรากฏต่อผู้ที่พบเห็นแต่ความประทับใจนี้ไม่ได้มั่นคงยาวนานหรือน่าเชื่อถือได้เสมอไป เช่น บุคคลที่มีบาร์มี มีท่าทางน่ายกย่อง เกรงขามในช่วงเวลาหนึ่งอาจไม่ได้รับความเชื่อถือในเวลาต่อมาก็เป็นได้ เช่น พวกนักการเมือง เป็นต้น นอกจากนี้ความคิดของคนเราที่มีต่อบุคคลอื่น ๆ ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาบุคลิกภาพที่แสดงออกอาจไม่ใช่บุคลิกภาพที่แท้จริงของบุคคลนั้นเสมอไปนอกจากนี้คนส่วนมากต้องการแสดงออกถึงบุคลิกภาพที่ดีของตนเองต่อผู้อื่นเพื่อสร้างความประทับใจต่อเพื่อนและผู้คุ้นเคย

การแต่งกายช่วยให้สามารถแสดงออกถึงบทบาทของตนเองในสังคมและบุคลิกภาพได้ ดังนี้

1. เครื่องแต่งกายและบุคลิกภาพที่ดึงดูดความสนใจ สามารถสร้างความประทับใจเมื่อแรกพบได้
2. เครื่องแต่งกายสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือที่ต้องการให้กับผู้สวมใส่ได้
3. การใช้เครื่องแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์สามารถใช้ได้ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับ อายุ โอกาส การงาน ฯลฯ เช่น วัยรุ่นอาจสวมชุดนักเรียนในตอนกลางวันและเปลี่ยนเป็นชุดลำลองเพื่อสังสรรค์กับเพื่อนในตอนเย็น
4. เครื่องแต่งกายควรมีส่วนช่วยส่งเสริมและสร้างบุคลิกภาพที่ดีให้กับผู้สวมใส่
5. โครงสร้างของกระดูก รูปร่างหน้าตาและผิวพรรณ เป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพของคนเราซึ่งไม่อาจเปลี่ยนแปลงได้ แต่สามารถควบคุมน้ำหนัก แก้ไขกิริยาท่าทางและเลือกเครื่องแต่งกาย และสีสันทันที่ช่วยแก้ไขข้อบกพร่องของร่างกายได้

ลักษณะบุคลิกภาพมีความพยายามมากมายในการแบ่งแยกลักษณะบุคลิกภาพของคนออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ เช่น การแบ่งลักษณะบุคลิกภาพออกเป็นลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

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

ลักษณะของบุคลิกต่าง ๆ เหล่านี้มักใช้ในการแบ่งแยกกลุ่มของเครื่องแต่งกายด้วยแต่ก็เป็นลักษณะของบุคลิกภาพในอุดมคติมากกว่าที่จะเป็นบุคลิกภาพของคนจริงๆ โดยทั่วไปบางครั้งการจำแนกบุคลิกภาพของคนเพื่อใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการแต่งกายและบุคลิกภาพจึงนิยมแบ่งในลักษณะที่เรียกว่า Yangyin หรือลักษณะของความเป็นชาย-หญิงมากกว่า ลักษณะของ Yang type เป็นบุคลิกที่แสดงออก ถึงพลัง ที่เหนือมนุษย์ ความก้าวร้าว รุนแรง และลักษณะของเพศชาย มีความคิดความสนใจเกี่ยวเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ในวงการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นไปรอบตัว มีชีวิตชีวา ชอบแหกกฎ และเป็นผู้นำชอบเสื้อผ้าที่มีสีสันจัดจ้านหรือสีโทนร้อนลักษณะ ของ Yin type แสดงออกถึงพลังของผืนดิน ความเป็นหญิงความอ่อนน้อมสนใจตนเองมากกว่า คนรอบข้างเก็บตัวอ่อนไหว ซื่อาย มีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ตามมากกว่า ชอบสวมเสื้อผ้าที่มีสีโทนเย็น สีธรรมชาติ

การจำแนกลักษณะบุคลิกภาพรูปแบบอื่นๆที่ใช้ในการศึกษาลักษณะการแต่งกายนิยมใช้เกณฑ์การจำแนกของ Eduard Spranger ซึ่งแบ่งลักษณะบุคลิกภาพของคนออกเป็น 6 กลุ่มดังนี้

1. The theoretical type เป็นผู้ที่ยึดถือความถูกต้อง ความจริง มีความรู้คงแก่ เรียนเสื้อผ้าที่บุคคลเหล่านี้เลือกสวมใส่เป็นไปเพื่อประโยชน์อย่างแท้จริง เหมาะกับอาชีพการงานไม่ตามแฟชั่น

2. The economic type เป็นบุคคลที่รู้จักใช้จ่ายเงินและเวลาอย่างคุ้มค่าที่สุดคนเหล่านี้จะจัดการเกี่ยวกับเสื้อผ้าของตนเองอย่างมีระเบียบแบบแผนวางแผนการใช้จ่ายเงินทองเพื่อซื้อเสื้อผ้าอย่างรอบคอบ

3. The aesthetic type คนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับเรื่องของการออกแบบการแต่งกาย และความสวยงาม เสื้อผ้าที่เลือกสวมใส่จึงต้องมีความโก้ และทันสมัย

4. The social type เป็นบุคคลที่ให้ความสำคัญกับบุคคลอื่นการแต่งกายจึงมักหลีกเลี่ยงเครื่องแต่งกายที่สังคมไม่ยอมรับ

5. The political type เป้าหมายของบุคคลในกลุ่มนี้คือการทำให้ผู้คนประทับใจและแสวงหาอำนาจการเลือกเครื่องแต่งกายจะเลือกที่สามารถนำตนเองก้าวเข้าไปในสังคมหรือเป็นที่ดึงดูดความสนใจของผู้คน

6. The religious-philosophical type เป็นกลุ่มคนที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับอุดมคติและความเรียบง่าย เสื้อผ้าที่คนเหล่านี้เลือกเน้นที่ความสบาย ไม่หรูหรา ไม่ใช่เพื่อสร้างความสุขที่เกิดจากการแต่งกายแต่เพื่อความเรียบง่ายของการดำเนินชีวิตนอกจากบุคลิกภาพดังกล่าวข้างต้น ยังมีลักษณะของบุคคลในรูปแบบอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเลือกเครื่องแต่งกายและมีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพของเราซึ่งแสดงให้เห็นว่าเครื่องแต่งกายสามารถบ่งบอกสภาวะจิตใจสุขภาพ และทัศนคติของผู้สวมใส่ที่มีต่อสังคมได้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับการแต่งกาย การพัฒนาบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับการแต่งกายเพราะเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นของบุคคล มีผลทำให้เครื่องแต่งกายได้รับการพัฒนาตามไปด้วยความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและการแต่งกายนี้แยกออกเป็น

- ความสัมพันธ์ในด้านสังคม (Sociological) คือภาพลักษณ์ที่บุคคลอื่นมองเห็นเมื่อสวมใส่เสื้อผ้าชุดนั้น

- ความสัมพันธ์ในด้านจิตวิทยา (Psychological) คือสิ่งที่บุคคลต้องการให้ผู้อื่นคิดเกี่ยวกับตนเองเมื่อสวมใส่เสื้อผ้าชุดนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุคลิกภาพและการสร้างความประทับใจปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความประทับใจให้กับผู้พบเห็นคือ รูปลักษณ์ภายนอก กิริยามารยาท และการสนทนาโต้ตอบกับบุคคลอื่นรูปลักษณ์ภายนอกหรือ ภาพลักษณ์ (Appearance) รูปลักษณ์ภายนอกเป็นสิ่งแรกที่ผู้คนสังเกตเห็นในบุคคลอื่นไม่ว่าจะเป็น รูปร่างหน้าตา สีผม ทรงผม เครื่องแต่งกายกิริยามารยาทการแสดงออกและน้ำเสียงขณะพูดเครื่องแต่งกายอาจเป็นสิ่งแรกที่สร้างความประทับใจในการพบกันแต่เมื่อสนิทสนมคุ้นเคยเสื้อผ้าก็มีความสำคัญน้อยลงและบุคลิกของคนเราจะมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นลักษณะนิสัยและกิริยามารยาท (Mannerisms and manners) ผู้ที่มีกิริยามารยาทหรือการแสดงออกที่ดีจะสร้างความประทับใจเมื่อแรกพบได้เสมอการฝึกให้เป็นผู้มีการแสดงออกที่เหมาะสมสามารถทำได้ โดยการสังเกตกิริยาที่เราแสดงออกเป็นประจำและเตือนตัวเองให้มีความเคยชินกับกิริยาที่ดี ตัวอย่างการแสดงออกที่ไม่เหมาะสมและไม่ควรกระทำ เช่น การพูดโพล่งกลางวงสนทนาของบุคคลอื่น การนินทา โทษก ชีบ่น ดื้อรั้น โอ้อวด ขอบบงการ เป็นต้น นอกจากนี้การแสดงออกต่างๆ ที่จะทำให้เสียบุคลิกภาพ เช่น การกัดเล็บเมื่อรู้สึกไม่มั่นใจ การแสดงออกถึงความขัดเขินมากจนเกินไป การโบกมือไปมาเวลาพูดแต่การแสดงออกถึงกิริยามารยาทที่มากเกินไปก็อาจทำให้ดูไม่จริงจังหรือเสแสร้งได้น้ำเสียงและคำพูด (Voice and conversation) น้ำเสียงและคำพูดเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพความแตกต่างของวัฒนธรรมถิ่นที่อยู่ทำให้คนเรามี

สำเนียงและภาษาที่แตกต่างกันได้ในการสนทนากับบุคคลที่มีความแตกต่างกันควรใช้ภาษาที่มีความเป็นกลางสื่อความหมายที่เข้าใจตรงกัน ไม่ควรใช้คำแสลงที่ทำให้ผู้อื่นสับสน คำพูดหยาบคาย คำพูดที่ดูถูกดูหมิ่นผู้อื่น คำส่อเสียดก้าวร้าวและไม่ควรพูดด้วยน้ำเสียงรุนแรงฟังแล้วก้าวร้าว หลีกเลี่ยงการพูดเรื่องตนเองมากเกินไปเรียนรู้ที่จะเป็นผู้ฟังที่ดี

ปัจจัยที่มีผลต่อบุคลิกภาพ

เชื้อชาติวัฒนธรรมครอบครัวเพื่อนและการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นมีผลต่อบุคลิกภาพของคนเรานอกจากนี้พันธุกรรมและสิ่งแวดล้อมก็มีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพเช่นเดียวกันลักษณะที่ถ่ายทอดทางพันธุกรรม (Heredity)

พันธุกรรม (Heredity) เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างรูปร่างภายนอกของคนเรา ซึ่งไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้เราจึงต้องเรียนรู้ที่จะยอมรับความเป็นตัวตนของตนเองเรียนรู้ที่จะอำพรางข้อด้อยของร่างกายและเสริมส่วนดีให้ดูโดดเด่น ลักษณะที่ถ่ายทอดทางพันธุกรรมแตกต่างกันไปตามเชื้อชาติสังเกตได้จากสีผม สีผิว โครงสร้างของร่างกาย เป็นต้นเครื่องแต่งกายที่สามารถเสริมสร้างให้คนที่มีความแตกต่างกันดูโดดเด่นได้ไม่น้อยหน้ากัน

สิ่งแวดล้อม (Environment) สิ่งแวดล้อมมีบทบาทสำคัญในการพัฒนา บุคลิกภาพของคนเรามาตั้งแต่เกิดการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมรอบตัวสามารถทำให้บุคลิกภาพของคนเราเปลี่ยนแปลงไปได้คนแต่ละช่วงวัยมีความต้องการที่แตกต่างกันนักจิตวิทยาและจิตแพทย์เชื่อว่าเครื่องแต่งกายสามารถที่ส่วนช่วยให้คนในแต่ละช่วงวัยปรับตัวให้เหมาะสมกับสภาวะของตนเองได้

2.5.2 การอธิบายพฤติกรรมมนุษย์

การศึกษาจิตวิทยาของตัวคนเพื่อเข้าใจถึงการกระทำต่างๆของมนุษย์ (Humanactions) ถึงแม้จะมีความยุ่งยากตามที่กล่าวมาแล้ว ปัญหาเรื่องการเข้าใจถึงสาเหตุแห่งพฤติกรรมนั้นยังมีความยุ่งยากและสลับซับซ้อนมากกว่าอีกกล่าวคือยังมีสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งคือสาเหตุต่างๆที่มีอยู่ความคิด นั้นคือกระบวนการทางด้านความคิด (Mental processes) ที่เป็นกลไกในการคิดและวิเคราะห์ เพื่อสั่งการให้มีการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งในขั้นสุดท้าย กระบวนการทางด้านความคิดนั้น เป็นสิ่งที่ไม่อาจสังเกตเห็นได้โดยตรง โดยเหตุที่กระบวนการดังกล่าวนี้เป็น

ส่วนสำคัญที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมด้วยดังนั้นเพื่อความสมบูรณ์ในการเข้าใจเรื่องราวของพฤติกรรมจึงเป็น ต้องมีการอธิบายถึงสิ่งที่กล่าวมานั้นด้วยเนื่องจากจากกระบวนการทางด้านความคิดนั้นเป็นสิ่งที่ไม่อาจมองเห็นได้ การอธิบายจึงต้องอาศัยวิธีเดียวเท่าที่มีอยู่ คือการใช้วิธีสังเกตความเห็นแบบอ้างอิง (Inference) เพื่อที่จะทราบถึงสาเหตุ บางอย่างที่เกิดขึ้นและที่ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้บุคคลดังกล่าวปฏิบัติไปเช่นนั้น ปัญหาของการอธิบายพฤติกรรมที่มีสาเหตุมาจากปัจจัยต่างๆที่มีอยู่ กระบวนการคิดในสมองของคนที่เราไม่อาจมองเห็นได้นั้น การที่จะเข้าใจโดยมีหลักเกณฑ์ เท่าที่อำนวยความสะดวกให้ได้ นั้น โดยใช้วิธีทายหรือลงความ เห็นโดยวิธีอ้างอิงจากสิ่งที่เรา สามารถสำรวจหรือมองเห็นได้ กล่าวคือพฤติกรรมที่แสดงออกย่อมเกิดขึ้นจากอิทธิพลของปัจจัยบางอย่างมาเป็นต้นเหตุทำให้เกิดอย่างหนึ่งที่เรามองหรือสำรวจเห็นได้คือ ตัวกระตุ้นหรือสิ่งที่เป็นสาเหตุที่เกิดขึ้นมาก่อน (Stimulus or antecedents) ที่ส่งผลกระทบต่อ ให้ เกิดการกระทำปัจจัยอีกอย่างหนึ่งก็คือ กระบวนการคิดที่เราไม่อาจเห็นได้นั้นเอง สิ่งนั้นที่เป็นปัญหาที่เราจำเป็นต้อง หาทางเข้าใจวิธีเข้าใจตามวิธีวิเคราะห์ในกระบวนการของพฤติกรรมที่อาจหาได้ขั้นแรกที่เราได้ทราบถึงสาเหตุแห่งตัวกระตุ้นที่เกิดขึ้นและมีกระทบแล้วเราจำเป็นต้องกระโดดข้ามไป

2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการอธิบายพฤติกรรมมนุษย์

การศึกษาจิตวิทยาของตัวคนเพื่อเข้าใจถึงการกระทำต่างๆของมนุษย์ (Humanactions) ถึงแม้จะมีความยุ่งยากตามที่กล่าวมาแล้ว ปัญหาเรื่องการเข้าใจถึงสาเหตุแห่งพฤติกรรมนั้นยังมีความยุ่งยากและสลับซับซ้อนมากกว่าอีกกล่าวคือยังมีสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งคือสาเหตุต่างๆที่มีอยู่ความคิด นั้นคือกระบวนการทางด้านความคิด (Mental processes) ที่เป็นกลไกในการคิดและวิเคราะห์ เพื่อสั่งการให้มีการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งในขั้นสุดท้าย กระบวนการทางด้านความคิดนั้น เป็นสิ่งที่ไม่อาจสังเกตเห็นได้โดยตรง โดยเหตุที่กระบวนการดังกล่าวนี้เป็น

ส่วนสำคัญที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมด้วยดังนั้นเพื่อความสมบูรณ์ในการเข้าใจเรื่องราวของพฤติกรรมจึงเป็น ต้องมีการอธิบายถึงสิ่งที่กล่าวมานั้นด้วยเนื่องจากจากกระบวนการทางด้านความคิดนั้นเป็นสิ่งที่ไม่อาจมองเห็นได้ การอธิบายจึงต้องอาศัยวิธีเดียวเท่าที่มีอยู่ คือการใช้วิธีสังเกตความเห็นแบบอ้างอิง (Inference) เพื่อที่จะทราบถึงสาเหตุ บางอย่างที่เกิดขึ้นและที่ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้บุคคล

ดังกล่าวปฏิบัติไปเช่นนั้นปัญหาของการอธิบายพฤติกรรมที่มีสาเหตุมาจากปัจจัยต่างๆที่มีอยู่ กระบวนการคิดในสมองของคนที่เราไม่อาจมองเห็นได้นั้นการที่จะเข้าใจโดยมีหลักเกณฑ์ เท่าที่ อำนวยให้ได้ นั้น โดยใช้วิธีทายหรือลงความ เห็นโดยวิธีอ้างอิงจากสิ่งที่เรา สามารถสำรวจ หรือมองเห็นได้กล่าวคือพฤติกรรมที่แสดงออกย่อมเกิดขึ้นจากอิทธิพลของปัจจัยบางอย่างมาเป็นต้นเหตุทำให้เกิดอย่างหนึ่งที่เรามองหรือสำรวจเห็นได้คือ ตัวกระตุ้นหรือสิ่งที่เป็นสาเหตุที่เกิดขึ้นมาก่อน (Stimulus or antecedents) ที่ส่งผลกระทบต่อ ให้ เกิดการกระทำปัจจัยอีกอย่างหนึ่งก็คือ กระบวนการคิดที่เราไม่อาจเห็นได้นั้นเอง สิ่งนั้นที่เป็นปัญหาที่เราจำเป็นต้อง หาทางเข้าใจวิธีเข้าใจตาม วิธีวิเคราะห์ในกระบวนการของพฤติกรรมที่อาจหาได้ขั้นแรกที่เราได้ทราบถึงสาเหตุแห่งตัว กระตุ้นที่เกิดขึ้นและมีกระทบแล้วเราจำเป็นต้องกระโดดข้ามไป

2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการออกแบบ

2.4.1 แนวคิดในการออกแบบ

แนวคิดในการออกแบบ จะแสดงออกให้เห็นได้ในผลงานที่ออกแบบ หากผู้ออกแบบ มีแนวคิดที่ดีมีความคิด สร้างสรรค์และมีเอกลักษณ์ของตนเองการออกแบบนั้นก็จะได้ผลงานที่ดีมีคุณค่า และมีเอกลักษณ์ หากผู้ออกแบบไม่มี แนวคิดที่ดี ไม่มีความคิดสร้างสรรค์ และไม่มีเอกลักษณ์ของตนเอง หรือว่าเพียงแต่เอางานที่มีอยู่เดิมแล้ว มาปรับเปลี่ยน เล็กน้อย หรือลอกเลียน การออกแบบของผู้อื่น มาดัดแปลงเพียงเล็กน้อย ผลงานที่ออกมาจะไม่มีคุณค่าไม่มีเอกลักษณ์เป็นเพียงผลงานการออกแบบที่พื้นๆ ธรรมดาแนวคิดในการออกแบบที่ดีนั้น

ควรจะต้องมีการคิดอย่างสร้างสรรค์ นักออกแบบที่ดีอย่างน้อยควรมีความรู้พื้นฐาน ในการ แก้ไขปัญหาเมื่อมีปัญหาก็สามารถรู้ว่าปัญหานั้นเคยได้รับการแก้ไขอย่างไรมาก่อน นักออกแบบที่ดี ควร ให้ความสนใจกับ โครงสร้าง ทางวิศวกรรมของงานชิ้นนั้นๆ และมีความรู้พื้นฐาน ในโครงสร้างลักษณะของการทำงานและลักษณะการใช้งานของสิ่งที่ได้ออกแบบแนวคิดในการออกแบบที่ดี ผู้ออกแบบจะต้องไม่สนใจแต่ในความงามเพียงอย่างเดียว แนวคิดในการ ออกแบบที่ดี ต้องใช้งานง่าย และสร้างประโยชน์แก่ผู้ใช้ได้อย่างสูงสุด โดยนักออกแบบที่ดีจะต้องมีการบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

จินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์นั้น ไม่ได้ต้องเกี่ยวว่า จะต้องมีความสติปัญญาที่ดีเลิศเลอ หรือต้องมีการศึกษาสูงส่งแต่อย่างใด กระบวนการความคิดสร้างสรรค์ เป็นการผสมผสาน จินตนาการ ประสบการณ์ข้อมูลที่มีอยู่เพื่อให้เกิดแนวคิดใหม่หรือผลงานใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน กระบวนการความคิดสร้างสรรค์นั้นขึ้นอยู่กับความสามารถของนักออกแบบ แต่ละคน นักออกแบบที่ดีควรมีคุณสมบัติ เช่น จะต้องเป็นคนช่างสังเกต รู้จักตั้งข้อสังเกต และ มีความมุ่งมั่นทางความคิดไม่ล้มเลิกความคิดนั้นโดยง่าย เพราะในการจะเกิดสิ่งใหม่ๆ อาจจะมาจาก

การลองผิดลองถูกหลายครั้งหลายหน รู้จักการพิจารณาการคิดวิเคราะห์ปัญหา รู้จักใฝ่หาเรียน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์เพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รู้สิ่งใหม่อยู่เสมอสามารถเชื่อมโยงความรู้ ประสบการณ์ และจินตนาการสร้างสรรค์ได้อย่างลงตัว รู้จักที่จะใช้ความคิดอย่างมีระบบ มีความสามารถในการวางแผน จัดการอย่างรอบคอบ มีความยืดหยุ่นในภาคปฏิบัติ และมีความสนใจข่าวสาร ของการออกแบบต่างๆ

วิธีการคิดและการแก้ปัญหา

นักออกแบบที่ดีควรจะต้องรู้จักที่จะเลือก วิธีการคิดที่เหมาะสมกับงานนั้นๆ โดยวิธีการคิดและการแก้ปัญหา นั้นมีอยู่ด้วยกันหลากหลายวิธี ยกตัวอย่างเช่น

- การระดมความคิด

เป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จากผู้ที่มีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน หรือการระดมความคิดไอเดียสร้างสรรค์จากนักออกแบบหลายๆคนเพื่อรวบรวมแนวคิดในการหาข้อมูลในการออกแบบ

- การคิดแบบทีละขั้น

เป็นการคิดโดยใช้ประสบการณ์และความรู้ในการเรียงลำดับขั้นตอนของงาน และปัญหา เป็นกระบวนการคิดที่แยกย่อยปัญหาและขั้นตอนของงาน ตามลำดับความสำคัญในการออกแบบ สิ่งต่างๆ ล้วนแต่จะต้องมี ความสัมพันธ์กับหน้าที่ของสิ่งนั้น มีความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยในการใช้งาน และความสวยงาม การออกแบบตกแต่งภายใน หรือการออกแบบสถาปัตยกรรม อาจจะต้องการ การแสดงออกในเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกความสวยงาม ความมั่นคงแนวคิดในการออกแบบ จึงต้องตอบสนองอารมณ์ความรู้สึก มีความสวยงาม ความมั่นคงแข็งแรงหรือการออกแบบที่อาจจะต้องการความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยของมนุษย์ จะต้องเป็นการออกแบบที่สัมพันธ์กับสัดส่วน รูปร่างของมนุษย์อย่างเหมาะสม เช่น การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ แนวคิดในการออกแบบจึงต้องตอบสนองต่อการใช้งานของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการ ออกแบบสิ่งใดๆหากผู้ออกแบบได้แสดง ออกให้เห็นถึงแนวความคิดที่ดี ผสมผสานความมีเสน่ห์ในรูปแบบ ลักษณะ กับประโยชน์ใช้สอย มีการใช้งานที่ไม่ยุ่งยากจึงจะถือได้ว่าเป็นการออกแบบที่มีเอกลักษณ์ เป็นการออกแบบที่ดี และนับได้ว่าเป็นการออกแบบที่ประสบความสำเร็จ

2.4.2 ความหมายของการออกแบบ

การออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผนจัดตั้งขั้นตอน และรู้จักเลือกใช้วัสดุวิธีการเพื่อทำ ตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิด สร้างสรรค์ และการสร้างสรรค์ สิ่งใหม่ขึ้นมา เช่น เราจะทำเก้าอี้หนึ่งซักตัวจะต้องวางแผนไว้เป็นขั้นตอน โดยต้องเริ่มเลือกวัสดุที่จะใช้ทำเก้าอี้ นั้นจะใช้ วัสดุอะไรที่เหมาะสมวิธีการต่อยอดนั้นควรใช้ กาว ตะปูนอต หรือใช้ข้อต่อแบบใดคำนวณสัดส่วนการใช้งานให้เหมาะสม ความแข็งแรงของเก้าอี้ขึ้นมา กน้อยเพียงใด สีสนควรใช้สีอะไรจึงจะสวยงาม และทนทานกับการใช้งาน เป็นต้น

การออกแบบมีการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ 4 ลักษณะ

1. ความคิดริเริ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ความคล่องในการคิด
3. ความยืดหยุ่นในการคิด
4. ความคิดละเอียดละออ

การพัฒนา หมายถึงอะไร

การพัฒนา ใช้ศัพท์ทางภาษาอังกฤษว่า Improvement หมายถึงการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง บ้าง แต่ถ้าใช้คำว่า Development หมายถึงการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้นสำหรับคำหลังดูเหมือนจะตรงกับภาษาไทยมากกว่า

ผลิตภัณฑ์ หมายถึงอะไร สิ่งที่มีมนุษย์ค้นคว้าออกแบบประดิษฐ์ขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกสบาย ในการดำรงชีพการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึงกระบวนการค้นคว้าคิดออกแบบ แก๊วและปรับปรุงเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้น

การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหมายถึง การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นด้วยกรรมวิธีทางด้านอุตสาหกรรม และสิ่งแวดล้อมต่างๆที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรม โดยมีการวิเคราะห์หาข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดแล้วนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อผลิตเป็นจำนวนมากๆให้อยู่ในความนิยมของตลาดในราคาพอสมควร

ปัจจัยที่เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 4 ประการคือ

- 1.การออกแบบที่สัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- 2.การออกแบบที่สัมพันธ์กับวัสดุและกระบวนการผลิต
- 3.การออกแบบที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค
 - 3.1 ความต้องการที่สอดคล้องกับความเป็นอยู่
 - 3.2 ความสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ
- 4.การออกแบบที่มีคุณค่าทางความสวยงาม

ความสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์

1. ความสำคัญ ในด้านคุณค่าทาง ศิลปะ งานออกแบบที่ดีทำให้ผลิตภัณฑ์ มีความงามดึงดูดใจสามารถตอบสนองรสนิยมของผู้บริโภคได้

2. มีประสิทธิภาพทางอุตสาหกรรม มีการเลือกวัสดุที่ดีเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพลงทุนน้อย แต่มีปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้น

3. มีคุณภาพทางการบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบที่ดี มีการใช้วัสดุที่ดีมีกระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ

4. มีศักยภาพในการแข่งขันทางพาณิชย์ ผลิตภัณฑ์ที่มีความงาม ความคงทนและความปลอดภัยจะเป็นที่ต้องการของตลาดทำให้มียอดขายสูงสามารถแข่งขันทางการค้ากับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันของบริษัทอื่น

5. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เมื่อบริษัทมีกำไรจากการขายผลิตภัณฑ์ ที่มีการออกแบบที่ดี

บริษัทจะนำผลกำไรมาลงทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมหรือสร้างเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่คล้ายคลึงกับ ผลิตภัณฑ์เดิม

6. มีศักยภาพในการรักษาลูกค้าเดิมการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมหรือการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกี่ยวพันกันขึ้นด้วย การออกแบบที่ดีจะช่วยให้บริษัทสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ ในขณะที่เดียวกันบริษัทยังสามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ที่มีรสนิยมอย่างเดียวกันได้ด้วย

7. มีการพยากรณ์ที่ดี เป็นที่คาดหมายกันว่าสินค้าที่มีการออกแบบไม่ดียังไม่ค่อยได้รับการยอมรับของประชาชนในทางตรงกันข้ามสินค้าที่มีการออกแบบ ที่ดีจะได้รับการยอมรับ ทำให้การพยากรณ์เป็นไปในทางที่พึงประสงค์

8. การรับรองคุณภาพตามระบบ ISO 9000 ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ได้รับ ประกันคุณภาพ มีการควบคุมการ ออกแบบกระบวนการผลิตการตรวจและการทดสอบลักษณะและคุณลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์และแสดงให้เห็นได้ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ

9. มีการคิดค้นสิ่งใหม่ เมื่อมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกและแตกต่างไปจากเดิมตั้งแต่ระดับเล็กน้อยจนถึงระดับมาก เป็นต้นว่าบริษัทผลิตภัณฑ์รถยนต์จะมีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยกับรถยนต์รุ่นเดิมอยู่เสมอ เพื่อให้กลายเป็นรถยนต์รุ่นใหม่พร้อมกับราคาที่สูงขึ้น

10. มีการพัฒนาทีมงานในการออกแบบ เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างนักออกแบบด้วยกัน และทำงานร่วมกับบุคลากรฝ่ายการตลาด วิศวกร ฝ่ายผลิต คนงานรวมทั้งผู้บริหารองค์กร

2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

2.5.1 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัย (Design factors) มากมายที่นักออกแบบที่ต้องคำนึงถึง แต่ในที่นี้จะขอกกล่าวเพียงปัจจัยพื้นฐาน 10 ประการ ที่นิยมใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาสร้างสรรค์ผลงานเชิงอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ และเป็นตัวกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่

1.หน้าที่ใช้สอย (Function)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้บริโภคต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือหลายหน้าที่ก็ได้แต่หน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่ขึ้นต้องใช้งานไประยะหนึ่งถึงจะทราบข้อบกพร่อง ตัวอย่างเช่น

การออกแบบโต๊ะอาหารกับโต๊ะทำงาน โต๊ะทำงานมีหน้าที่ใช้สอยยุ่งยากกว่ามีลิ้นชักสำหรับเก็บเอกสาร เครื่องเขียน ส่วนโต๊ะอาหารไม่จำเป็นต้องมีลิ้นชักเก็บ ของระยะเวลาของการใช้งานสั้นกว่าแต่ต้องสะดวกในการทำความสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบเก้าอี้ หน้าที่ใช้สอยเบื้องต้นของเก้าอี้คือใช้นั่ง ด้วยกิจกรรมต่างกัน เช่น เก้าอี้รับประทาน อาหารลักษณะและขนาดต้องเหมาะสมกับโต๊ะอาหารเก้าอี้เขียนแบบลักษณะและขนาดต้องเหมาะสมกับโต๊ะเขียนแบบ ถ้าจะเอาเก้าอี้รับแขกมาใช้ในห้องเขียนก็คงจะเกิดการเมื่อยล้าปวดหลัง ปวดคอ และนั่งทำงานได้ไม่นาน

การออกแบบมิดที่ในครัวนั้นมีอยู่มากมายชนิดตามการใช้งานเฉพาะเช่น มิดปอกผลไม้ มิดแลเนื้อสัตว์ มิดสับกระดูก มิดหั่นผักเป็นต้น ถ้าหากมีการใช้มิดอยู่ชนิดเดียวตั้งแต่แลเนื้อสับกระดูกหั่นผัก ก็อาจจะใช้ได้แต่จะไม่ได้ความสะดวกเท่าที่ควรหรืออาจจะได้รับอุบัติเหตุขณะใช้ได้เพราะไม่ได้รับการออกแบบมาให้ใช้งานเป็นการเฉพาะอย่าง

2. ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปร่าง ขนาด สี สีสันสวยงามน่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยม และได้ผลดี เพราะความสวยงามเป็นความพึงพอใจแรกที่เราสัมผัสได้ก่อนมักเกิดมาจากรูปร่าง และสีเป็นหลักการกำหนดรูปร่างและสีในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นไม่ เหมือนกับการกำหนดรูปร่าง และสีในงานจิตรกรรมซึ่งสามารถที่จะแสดงหรือกำหนดรูปร่างและสีได้ตามความนึกคิดของจิตรกรแต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นจำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานของรูปร่างและสีในระหว่างทฤษฎีทางศิลปะ และความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้าด้วยกัน ถึงแม้ว่ามนุษย์แต่ละคนมีการรับรู้และพึงพอใจในเรื่องของความงามได้ไม่เท่ากันและไม่มีการตัดสินใจใดๆ ที่เป็นตัวชี้ขาดความถูกความผิดแต่คนเราส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มที่จะมองเห็นความงาม ไปในทิศทาง เดียวกันตาม ธรรมชาติ ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ ของที่ระลึก และของตกแต่งบ้านต่างๆ ความสวยงามก็คือหน้าที่ใช้สอยนั่นเอง และความสวยงามจะสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้

3. ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องเข้าใจกายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับขนาดสัดส่วนความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะต่างๆ ของผู้ใช้งานเกิดความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งทางด้านจิตวิทยา (Psychology) และสรีระวิทยา (Physiology) ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิภาค และสังคมแวดล้อมที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นข้อบังคับในการออกแบบ

การวัดคุณภาพทางด้านกายวิภาคเชิงกล (ergonomics) พิจารณาได้จากการใช้งานได้ อย่างกลมกลื่นต่อการสัมผัสตัวอย่าง เช่น การออกแบบเก้าอี้ต้องมีความนุ่มนวล มีขนาดสัดส่วนที่ นั่งแล้วสบาย โดยอิงกับมาตรฐานผู้ใช้ของชาวตะวันตกมาออกแบบเก้าอี้สำหรับชาวเอเชียเพราะอาจเกิดความไม่พอดีหรือไม่สะดวกในการใช้งานออกแบบปุ่มบังคับด้ามจับของเครื่องมือและอุปกรณ์ ต่างๆ ที่ผู้ใช้ต้องใช้ร่างกายไปสัมผัสเป็นเวลานาน จะต้อง กำหนด ขนาด (dimensions) ส่วนโค้งส่วนเว้า

ส่วนตรงส่วนแคบของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้อย่างพอเหมาะกับร่างกายหรืออวัยวะของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพื่อทำให้เกิดความถนัดและความสะดวกสบายในการใช้รวมทั้งลดอาการเมื่อยล้าเมือใช้ไป นานๆ

4.ความปลอดภัย (Safety)

ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจน และมีคำอธิบายการใช้แนบมากับผลิตภัณฑ์ด้วยตัวอย่างเช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า ควรมีสวนป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้จากความเมื่อยล้าหรือพลั้งเผลอ เช่น จากการสัมผัสกับส่วนกลไกทำงาน จากความร้อน จากไฟฟ้าดูด ฯลฯ จากการสัมผัสกับส่วนกลไกทำงาน จากความร้อน จากไฟฟ้าดูด ฯลฯ หลีกเลี่ยงการใช้วัสดุที่ง่ายต่อการเกิดอัคคีภัยหรือเป็นอันตรายต่อสุขภาพ และควรมีสัญลักษณ์หรือคำอธิบายติดเตือนบนผลิตภัณฑ์ไว้ การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กต้องเลือกใช้วัสดุที่ไม่มีสารพิษเจือปน เพื่อป้องกันเวลา เด็กเอาเข้าปากกัดหรืออม ชิ้นส่วนต้องไม่มีส่วนแหลมคมให้เกิดการบาดเจ็บมีข้อความหรือสัญลักษณ์บอกเตือน เป็นต้น

5.ความแข็งแรง (Construction)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัว ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ และวัตถุประสงค์ที่กำหนดโครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรงกระทำในรูปแบบต่างๆ จากการใช้งานตัวอย่างเช่น การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ดีต้องมีความมั่นคงแข็งแรง ต้องเข้าใจหลักโครงสร้างและการรับน้ำหนัก ต้องสามารถควบคุมพฤติกรรมการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัดท่าทางในการใช้งานให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น การจัด ท่าทางในการใช้งานให้เหมาะสม สะดวกสบาย ถูกสุขลักษณะและต้องรู้จักผสมความงามเข้ากับชิ้นงานได้อย่างกลมกลืนเพราะโครงสร้างบางรูปแบบมีความแข็งแรงดีมากแต่ขาดความสวยงาม จึงเป็นหน้าที่ของนักออกแบบ ที่จะต้องเป็นผู้สานสองสิ่งเข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ นอกจากการเลือกใช้ประเภทของวัสดุโครงสร้างที่เหมาะสมแล้ว ยัง ต้องคำนึงถึงความประหยัดควบคู่กันไปด้วย

6. ราคา (Cost)

ก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นกลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้นักออกแบบสามารถกำหนดแบบผลิตภัณฑ์และประมาณราคา ขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้เคียงมากขึ้น การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมนั้นส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้ชนิดหรือเกรดของวัสดุ และวิธีการผลิตที่เหมาะสม ผลิตได้ง่ายและรวดเร็ว แต่ในกรณีที่ประมาณราคาจากแบบสูงกว่าที่กำหนดก็อาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่างๆ กันใหม่เพื่อลดต้นทุนแต่ทั้งนี้ต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์

7.วัสดุ (Materials)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การออกแบบควรเลือกว่าวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่างๆ ได้แก่ ความใส ผิวมันวาวทนความร้อน ทนกรดด่างไม่ลื่น ฯลฯ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ นอกจากนั้นยังต้อง พิจารณาถึงความง่ายในการดูแล รักษาความสะดวกรวดเร็วในการผลิต สั่งซื้อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกในการ รณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ (recycle) ก็เป็น สิ่งที่นักออกแบบต้องตระหนักถึงในการออกแบบร่วมด้วย เพื่อช่วยลดกันลดปริมาณขยะของโลก

8.กรรมวิธีการผลิต (Production)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักร และอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้รวดเร็วอย่างมี ประสิทธิภาพ มากกว่าการประหยัดเพราะการผลิตที่ละมากๆ

9. การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถบำรุงรักษา และแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่ง ยากเมื่อ มีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้นง่ายและสะดวกต่อการทำความสะอาด เพื่อช่วยยืดอายุการ ใช้งานของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งควรมีค่าบำรุงรักษาและการสึกหรอต่ำตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ประเภท เครื่องมือเครื่องจักรกลเครื่องยนต์และเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ที่มีกลไกภายในซับซ้อนอะไหล่บางชิ้นย่อม มีการเสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งานหรือจากการใช้งานที่ผิดวิธีการออกแบบที่ดีนั้น จะต้องศึกษาถึง ตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้น เพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝาครอบบริเวณต่างๆ ให้สะดวก ในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ได้โดยง่าย นอกจากนี้การออกแบบยังต้องคำนึงถึง องค์ประ กอบอื่นๆร่วมด้วย เช่น การใช้ชิ้นส่วนร่วมกันให้มากที่สุดโดยเฉพาะอุปกรณ์ยึดต่อการเลือก ใช้ชิ้นส่วน ขนาดมาตรฐาน ที่ทำได้ง่ายการถอดเปลี่ยนได้เป็นชุดๆการออกแบบให้บางส่วนสามารถใช้เก็บ อะไหล่หรือใช้เป็นอุปกรณ์สำหรับการซ่อมบำรุงรักษาได้ในตัว เป็นต้น

10.การขนส่ง (Transportation)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนส่ง ระยะทางเส้นทางการขนส่ง (ทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ) การกินเนื้อที่ในการขนส่ง (มีดีความจุ กว้าง*ยาว*สูง ของรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกทั่วไป ตู้บรรทุกสินค้า ฯลฯ) ส่วนการบรรจุหีบห่อต้อง สามารถป้องกัน ไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้ง่ายกรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำการออก แบบนั้นมีขนาดใหญ่อาจต้องออกแบบให้ชิ้นส่วนสามารถถอดประกอบได้ง่าย เพื่อให้หีบห่อมีขนาด เล็กลงตัวอย่างเช่น การออกแบบเครื่องเรือนชนิดถอดประกอบได้ ต้องสามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในตู้ สินค้าที่เป็นขนาดมาตรฐานเพื่อประหยัดค่าขนส่งรวมทั้งผู้ซื้อสามารถทำการขนส่งและประกอบชิ้น ส่วนให้เข้ารูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้โดยสะดวกด้วยตัวเอง

งานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีจะต้องผสมผสานปัจจัยต่างๆ ทั้งรูปแบบ (form) ประโยชน์ ใช้สอย (function) ภายวิภาคเชิงกล (ergonomics) และอื่นๆ ให้เข้ากับวิถีการดำเนินชีวิต แฟชั่นหรือ แนวโน้มที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างกลมกลืนลงตัวมีความสวยงามโดดเด่น มีเอกลักษณ์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เฉพาะตัวตั้งอยู่บนพื้นฐานทางการตลาด และความ เป็นไปได้ในการผลิตจำนวนมาก ส่วนการให้ลำดับ ความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และความซับซ้อนของ ผลิตภัณฑ์นั้นๆ เช่น การออกแบบเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้าตามแฟชั่น อาจพิจารณาที่ประโยชน์ ใช้สอยความสะดวกสบายในการใช้ และความสวยงามเป็นหลัก แต่สำหรับการออกแบบยานพาหนะ เช่น จักรยาน รถยนต์ หรือ เครื่องบิน อาจต้องคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวครบทุกข้อหรือมากกว่านั้น

2.5.2 แนวคิดในการออกแบบกระเป๋า

ความรู้เรื่องเทรนด์ (Trends) เทรนด์ คือกรอบของแรงบันดาลใจ เป็นเรื่องของสิ่งที่กำลัง นิยมในขณะนั้น ความชอบความนิยมในเรื่องเดียวกันแต่ไม่ใช่แรงบันดาลใจโดยตรงเพราะต้องอาศัย การเก็บ ข้อมูลต่างๆ ของผู้บริโภค เพื่อนำมาจัดกรอบในเรื่องราวเดียวกัน เทรนด์จะถูกกำหนดโดย แหล่งแฟชั่นใหญ่ๆ ของโลก เช่น ปารีส มิลาน ลอนดอน และโตเกียว เป็นต้น รวมถึงผู้ผลิตและผู้ขาย ที่เลือกเทรนด์ที่มีอยู่แล้ว 1-2 เทรนด์ แล้วผลิตสินค้าออกมา

การสร้างเทรนด์มี 2 วิธี คือ สร้างขึ้นเองหรือนำของคนอื่นมาดัดแปลงการออกแบบจำเป็น ต้องให้เข้ากันกับเครื่องแต่งกายอื่นๆ ด้วยและต้องตามกระแสแฟชั่นในฤดูนั้นๆ เพื่อที่ สินค้าจะเป็นที่นิยมการออกแบบโดยใช้แรงบันดาลใจนั้น เป็นหนึ่งในกระบวนการคิดขั้นพื้นฐานของ มนุษย์ แรงบันดาลใจจึงไม่ใช่การลอกเลียนแบบใคร หากแต่นำสิ่งหนึ่งมาประยุกต์เป็นอีกสิ่งหนึ่งในการ กำหนดเทรนด์แฟชั่นในฤดูกาลต่างๆ จะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสำคัญ เช่น เสื้อผ้า สไตล์การ ออกแบบ แรงบันดาลใจ และอื่นๆ

1. สไตล์การออกแบบ นักออกแบบแต่ละคนมีสไตล์ในการออกแบบที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับ ความชอบและความต้องการในการออกแบบตัวสินค้าเพราะสินค้าแต่ละ แบบก็จะเหมาะกับ กลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท เช่น สินค้าระดับบน (Hi-End) หรือระดับล่าง (Low-End) หรือลักษณะ พื้นบ้าน (Country) ที่ใช้วัตถุดิบธรรมชาติมาประกอบผลิตภัณฑ์ ซึ่งทั้งหมดนี้ก็ขึ้นอยู่กับสไตล์ ของนักออกแบบและความต้องการของลูกค้า

2. เสื้อผ้า รูปแบบของเสื้อผ้าที่สวมใส่ต้องมีความกลมกลืน สอดคล้องอย่างพอดี กับกระเป๋า และรองเท้าย่างลงตัวสมบูรณ์แบบที่สุดโดยมีปัจจัยของช่วงเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องการแต่ง กาย และใช้เสื้อผ้าที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลา และสไตล์ของตนเองจะเป็นองค์ประกอบ ในการกำหนดแนวโน้มแฟชั่น

3. แรงบันดาลใจ อารมณ์ คือ การคิดหรือการสร้างแนวคิดในการออกแบบที่เป็นแฟชั่นโดย การผสมผสานสิ่งแวดล้อมต่างๆ ทั้งศิลปะ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เพื่อสร้างสรรค์งานออก แบบที่ผสมผสานกันอย่างกลมกลืนนำไปสู่ รูปร่าง ขนาด ที่โดดเด่น การเพิ่มขึ้นของมูลค่าของสิ่งต่างๆ ตามกาลเวลา

4. เพศ การแบ่งเพศชายหรือหญิงที่ชัดเจน จะสามารถบ่งบอกลักษณะ ความชอบ ความต้องการ ทำให้มีรายละเอียดในการวิเคราะห์ และนำมาออกแบบได้มากขึ้น 27 สามารถ

สร้างแนวความคิด และแรงบันดาลใจในการออกแบบของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น (จารุพันธ์ จารโยภาส, 2548) ความรู้เรื่องการออกแบบ (Design) สินค้าต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้าหรือเครื่องประดับ ต่างๆ ทุกอย่างล้วนมีการออกแบบ ไม่เพียงแค่รูปแบบเดียวแต่ยังออกแบบ ออกมาเป็นรูปแบบ Collection ซึ่งมีการออกแบบในลักษณะเดียวกันอาจต่างกันที่ขนาด สี รูปแบบ และประโยชน์ใช้สอย เพื่อประโยชน์ทางการค้าและเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคเพราะฉะนั้นก่อน การออกแบบทุกครั้งจะต้องดูแนวโน้มแฟชั่นด้วยว่าจะไปในทิศทางใดถึงแม้ว่างานออกแบบ ของตัวเองจะมีเอกลักษณ์ เป็นของตัวเองแต่ต้องไม่ลืมว่ากระแสแฟชั่นของโลกจะไปตามแฟชั่นที่ กระจุกอยู่ตามเมืองใหญ่ๆ เมื่อเข้ามาในวงการแฟชั่นและต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของแฟชั่น หรือยืนอยู่ในจุดที่สามารถกำหนดแฟชั่นเองได้ก็ต้องศึกษาแนวโน้มและพัฒนาการทางแฟชั่น ซึ่งรวมทั้ง รูปแบบ สี และส่วน ประกอบอื่นๆ (จารุพันธ์ จารโยภาส, 2548)

ความรู้เรื่องสี (Color) การลงสีในงานออกแบบ จะช่วยให้สามารถจินตนาการถึงผลิตภัณฑ์ ที่เสร็จ สมบูรณ์แล้วได้ชัดเจนมากขึ้น เพราะจะกำหนดสี วัสดุ และสิ่งที่ใช้ตกแต่งได้โดยมองเห็นเป็น รูปธรรมมากขึ้น การลงสีในการออกแบบนั้นเป็นสิ่งที่ควรทำมากที่สุด ต้องอาศัยแสงเงาเป็น ตัวกำหนดด้วยเป็นสิ่งที่มิอาจหลีกเลี่ยงในการดึงดูดความสนใจผู้บริโภคและผู้พบเห็น ถึงแม้ว่าจะ มีผลิตภัณฑ์ที่มีรูปทรงสวยงามเพียงใด แต่ถ้าไม่ได้ใส่สีสันทันที่เหมาะสมและสวยงามผลิตภัณฑ์ ก็จะถูกด้อยค่าลง (จารุพันธ์ จารโยภาส, 2548)

2.6 ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 ทฤษฎีการตลาดสมัยใหม่

ปัจจุบันเรามักได้ยินคำว่าฐานข้อมูล (Database) หรือ Big Data มากขึ้นเรื่อยๆ เพราะในยุค สมัยการซื้อขายเกิดขึ้นผ่านระบบดิจิทัลเพียงสัมผัสหน้าจอสมาร์ตโฟน ก็สามารถ เลือกสินค้า อ่านรีวิวทำรายการสั่งซื้อ จ่ายเงินได้ภายในไม่กี่นาที พฤติกรรมการกดชมโฆษณา ชุมดูราย ละเอียดสิ่งของ ระยะเวลาที่ใช้อ่านเนื้อหา ประสบการณ์ทั้งหมดทั้งหมดในโลกออนไลน์ ล้วนถูกบันทึก สะสมไว้ในรูปแบบของรหัสนับล้านล้าน เมื่อนำมารวมกันข้อมูลเหล่านี้ อาจบ่งบอกพฤติกรรมของ เราได้มากกว่าที่เราจะอธิบายตัวเองได้เสียอีก

ในศตวรรษที่ 21 ข้อมูลจึงเปรียบเสมือนชุมทรัพย์ที่เพียงรู้จักวิธีประมวลผล ก็จะค้นพบ อะไรอีกมากมายที่นักการตลาดรุ่นก่อนไม่เคยขุดค้นไปถึง

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดนั้นพัฒนาไปพร้อมกับเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกความเร็ว อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ชิพที่มีขนาดเล็กลง กลไกในการประมวลผลที่ฉับไวขึ้น ทำให้เกิด อุปกรณ์ใหม่ๆ หนทางใหม่ๆ ที่จะสร้างประสบการณ์อันตรงใจให้แก่ลูกค้า (Customer Experience) ตอบสนองความต้องการของแต่ละคนได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง แต่น่าประทับใจยิ่งขึ้น ผ่านระบบอัตโนมัติ

(Automation)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หากจะอธิบายสิ่งที่กล่าวมา ให้ง่ายที่สุด เราอาจใช้สมการข้างล่างนี้ย่อความหมาย ของแนวคิดการตลาดในปัจจุบันออกมาได้ ดังนี้

Human + Data + Technology + Platform + Analyze = Marketing 5.0

2.6.2 องค์ประกอบของแนวคิด Marketing 5.0

Marketing 5.0 มีองค์ประกอบหลัก 5 อย่างที่ต้องทำงานสอดประสานกัน โดยมี Big Data และ Data Platform เป็นฐานรองรับ



ภาพที่ 2.15 แสดงรูปแบบขององค์ประกอบแนวคิด Marketing 5.0

1. Data Driven Marketing

ข้อมูลคือ พื้นฐานสำคัญที่ช่วยทำให้การตัดสินใจแม่นยำ ถูกต้องมากขึ้นการเก็บข้อมูลทุกอย่าง โดยเฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าขายดี สินค้าค้างสต็อก คำค้นหาสินค้า พฤติกรรมการใช้ชีวิตของลูกค้า การใช้งานเว็บไซต์ การใช้งานแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ทุกอย่างจะต้องมีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ วางโครงสร้างพื้นฐานในองค์กรเพื่อรองรับข้อมูลจำนวนมหาศาลที่มีแต่จะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

ปัจจุบันมีเครื่องมือหลากหลายรูปแบบที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดตามข้อมูลลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นระบบ Customer relationship management: CRM, Salesforce, Salespage, Google Analytics, Facebook Pixel และอื่นๆ อีกมากมายที่จะช่วยให้ให้นักการตลาดดิจิทัลเพื่อนำมาใช้ เป็น วัตถุดิบในการวิเคราะห์ และพัฒนาประสบการณ์เดิม หรือสร้างประสบการณ์ใหม่ได้ราวกับเข้าไปนั่งในใจของลูกค้า

2. Agile Marketing

การทำงานที่เน้นความรวดเร็ว ฉับไว ปรับปรุงตัวเองอยู่ตลอดเวลา จะช่วยให้ธุรกิจรับมือกับความเปลี่ยนแปลงของตลาดในปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูงและคู่แข่งเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง Agile Marketing จึงไม่ใช่เป็นความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาด แต่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฝ่ายในองค์กร เพื่อตอบสนองกิจกรรมทางการตลาดที่เกิดขึ้น เช่น การสร้างแคมเปญเล็กๆ ขึ้นมา หลากหลายแคมเปญ รับผิดชอบต่อหาแนวทางที่ใช้แล้วไปต่อ ไม่ต้องเสียเวลากับวิธีการที่เคยได้ผลแต่ไม่ได้ผลอีกต่อไป

3. Predictive Marketing

ข้อมูลที่มีอยู่มหาศาลในการทำการตลาดดิจิทัล จะต้องนำมาวิเคราะห์อย่างสม่ำเสมอ ติดตาม การเปลี่ยนแปลง ตรวจสอบความเป็นไปแบบ Data Science เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าเกี่ยวกับสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้น ประเมินความเป็นไปได้ว่าแคมเปญที่จะปล่อยออกไป มีโอกาสประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด การเปิดตัวสินค้าในช่วงเวลานี้ของทุกปีมักจะมีผลเป็นอย่างไร โดยนำปัจจัยแวดล้อมมาร่วมวิเคราะห์ด้วย รวมถึงผลลัพธ์ที่เคยผิดพลาดก็มีส่วนช่วยให้เราประเมินอนาคตได้แม่นยำยิ่งขึ้นเช่นเดียวกัน

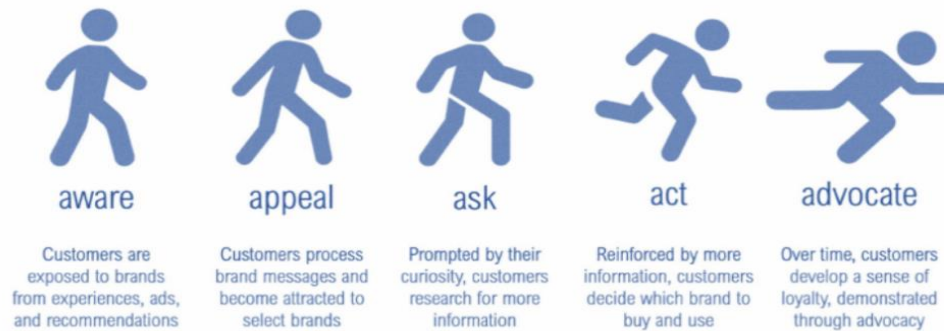
4. Contextual Marketing

เข้าใจบริบทของลูกค้า ไม่ว่าจะกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจจะเล็กแค่ไหน แต่พฤติกรรมของมนุษย์แต่ละคนล้วนมีรายละเอียดที่แตกต่างกันไป การทำความเข้าใจพฤติกรรมของแต่ละบุคคล (Personalized Marketing) จึงเป็นจุดเด่นที่เทคโนโลยีในปัจจุบันเข้ามาเสริมประสบการณ์ให้ลูกค้า รู้สึกถึงความเป็น “คนพิเศษ” เพราะข้อความโฆษณาสินค้าชนิดเดียวกัน แต่หากส่งผ่านช่องทางที่พอเหมาะ ในเวลาที่พอดี ก็ช่วยสร้างความรู้สึกที่แปลกใหม่ กระตุ้นให้เกิดความสนใจมากขึ้น ได้ตามแต่พฤติกรรมของแต่ละคน อุปกรณ์ IoT และ AI ที่คอยติดตามข้อมูลของคนจำนวนมากได้พร้อมๆ กัน จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้วางแผนทำการตลาดได้อย่างสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น

5. Augmented Marketing

เพิ่มประสิทธิภาพการตลาดและการขาย ด้วยเทคโนโลยี MarTech ลดการทำงานซ้ำซ้อน ซ้ำซากที่ไม่จำเป็นด้วยเทคโนโลยี เพิ่มคุณค่าให้บุคลากรสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้นให้แก่ลูกค้า ตัวอย่างสำคัญอย่างการรอคิวร้านอาหาร ที่ไม่จำเป็นต้องให้พนักงานชานเรียกชื่อลูกค้าที่ยืนหงุดหงิดเต็มหน้าร้านที่ละคน แต่ใช้แอปพลิเคชันลงทะเบียนล่วงหน้า จากนั้นจึงแจ้งเตือนเมื่อพร้อมให้บริการ หรือการใช้ Chatbot ช่วยตอบคำถามง่ายๆ ที่มีการถามบ่อย เพื่อลดภาระของพนักงานที่จะต้องมาตอบคำถามเต็มซ้ำๆ แคมเปญโปรแกรมายังช่วยได้ตั้งแต่ให้ข้อมูล ไปจนถึงปิดการขายได้เอง แล้วยังประมวลผลพฤติกรรมการใช้งานในขั้นตอนต่างๆ ให้นำไปปรับปรุงได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

The 5A's Customer Path



Source: Marketing 5.0: Technology for Humanity by Hermanwan Kartajaya, Iwan Setiawan, and Philip Köster

ภาพที่ 2.16 แสดงรูปแบบของ Customer Path

ขั้นตอนประสบการณ์ของลูกค้าตามแนวทางที่ Marketing 5.0 วางไว้สามารถแบ่งได้เป็น 5 ระยะดังต่อไปนี้

รู้จัก (Aware) กลุ่มเป้าหมายรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ผ่านประสบการณ์ ป้ายโฆษณาหรือการแนะนำจากผู้มีอิทธิพลทางความคิด

สนใจ (Appeal) เมื่อพบเห็นแล้วโดนใจก็จดจำได้ เกิดความสนใจที่จะเลือกซื้อหาสินค้าหรือเลือกใช้บริการ

ถามไถ่ (Ask) เกิดความสงสัยใคร่รู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ตามหาข้อมูล อ่านรีวิวดูวิดีโอ สาธิตการทดลองใช้ ถามจากคนใกล้ตัวเพิ่มเติม

ตัดสินใจ (Act) เลือกซื้อ เลือกใช้บริการจากการประมวลผลข้อมูลที่สนับสนุนความสนใจ

บอกต่อ (Advocate) จากลูกค้ากลายเป็นซูเปอร์แฟนผู้พร้อมบอกต่อความดีงามของสินค้าหรือบริการที่ตนเองพึงพอใจ ชวนให้คนอื่นๆ มาทดลองใช้ไปด้วยกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเรื่องการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ผู้วิจัยได้กำหนดการดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

3.2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

3.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

สำหรับวิธีการดำเนินการวิจัยผู้วิจัยใช้วิธีการดำเนินการวิจัยโดยการใช้วิจัยเชิงคุณภาพโดยขั้นตอนประกอบด้วยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีดำเนินงานวิจัยรายวัตถุประสงค์ที่ 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ กลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป๋าและสนใจสิ่งแวดล้อม จำนวน 3 คน โดยผู้วิจัย ได้ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป๋าและสนใจสิ่งแวดล้อมจำนวน 3 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sample) (นิรัช สุดสังข์.2548) ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกจากกลุ่มผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม Co-Creation Space ที่มีความรู้ และประสบการณ์ในการทำงาน ด้านผลิตภัณฑ์กระเป๋าและอยู่ในอุตสาหกรรมแฟชั่นมากกว่า 6 ปี ได้แก่

1. นางสาว ธัญญรัตน์ อภิพัชกุล Brand Manager บริษัท Map Active ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์กระเป๋า
2. นางสาว สุภัสษา ตั้งคณานันท์ Marketing Manager บริษัท ธนจิรา รีเทลคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
3. นางสาว พิมลวรรณ ช้องศิวากานท์ Visual Merchandiser บริษัท Uniqlo Thailand

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง และแบบวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) ประกอบกับการสำรวจพื้นที่ภาคสนามด้วยวิธีการสังเกตการณ์ (observation form) และแบบสอบถาม (questionnaire)

3.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.3.1 การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ

(1) การสังเกต ผู้วิจัยได้สังเกตพฤติกรรม ในการซื้อผลิตภัณฑ์กระเป่าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยสังเกตแบบไม่เข้าร่วมและทำการจดบันทึกพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์กระเป่าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ล้อมตามี่ปรากฏ เพื่อใช้ประกอบเป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

(2) การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางของแพชั่น และรูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป่าโดยทำการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญ โดยการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง พร้อมทั้งบันทึกเสียง และจดบันทึกเพื่อประกอบการสัมภาษณ์

3.1.3.2 การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กระเป่า และการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป่า รวมถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป่าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และวัสดุที่เกี่ยวข้อง

เมื่อรวบรวมข้อมูลที่ได้แล้วผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ตรวจสอบข้อมูลโดยอาจารย์ที่ปรึกษาปรับปรุงทำการแก้ไขแล้วจึงนำมาเป็นแนวทางในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ตรวจสอบข้อมูลโดยอาจารย์ที่ปรึกษาปรับปรุงทำการแก้ไข แล้วจึงนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

3.2 วิธีดำเนินงานวิจัยรายวัตถุประสงค์ที่ 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์
 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิง
 พาณิชยกรรมจำนวน 3 ท่าน โดยมีประสบการณ์ในการวิเคราะห์และออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าโดยใช้
 วิธีการเลือก แบบเจาะจง (Purposive Sample) (นิรัช สุตสังข์. 2548) ได้แก่

1. ผศ.ดร.กิตติศักดิ์ อริยะเครือ อาจารย์ประจำสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คณะ
 อุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
2. ดร.เกษม มานะรุ่งวิทย์ อาจารย์ประจำสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คณะ
 อุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
3. ดร.ก้องเกียรติ มหาอินทร์ อาจารย์ประจำสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คณะ
 อุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.2.1 ลักษณะเครื่องมือ

แบบสอบถามเรื่องการออกแบบรูปแบบและการผลิตผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิง
 พาณิชยกรรมที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ซึ่งจะนำไปใช้สำหรับผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง
 โดยเป็นการสัมภาษณ์ในเชิงลึก (In Depth-Interview) และการสัมภาษณ์ แบบไม่เป็นทางการ
 ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นข้อมูลร่วมกับข้อมูลภาคเอกสารและภาคสนามที่ผู้วิจัยได้รวบรวมมาในตอนต้น

3.2.2.2 แบบสอบถามความคิดเห็นแบบมาตรฐานค่าระดับ (Rating Scale) ของ
 ผู้เชี่ยวชาญทางด้านด้านการออกแบบด้านผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ โดยอาศัยทฤษฎี
 เอกสารตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิง
 พาณิชยกรรมตามคุณสมบัติของกระบวนการประเมินตาม ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

3.2.3 การสร้างเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

3.2.3.1 สร้างแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูลทางด้านด้านการออกแบบรูปแบบ
 ของผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ และการสร้างผลิตภัณฑ์กระเป๋า จากเศษผ้าและ
 ลูกปัดโดยอาศัย ทฤษฎี หลักการที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ เอกสาร บทความ เว็บไซต์
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบลวดลาย และการสร้างผลิตภัณฑ์ กระเป๋าเพื่อพัฒนา ในเชิงพาณิชย์ตาม กระบวนการ ที่ถูกต้องและความเป็นไปได้ เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพ ที่มีความเหมาะสม สำหรับการออกแบบ ลวดลายและการสร้างผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

3.2.3.2 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย (Index of item Objective Congruence : IOC) ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้มีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. ผศ.ดร. สมชาย เซะวิเศษ อาจารย์ประจำสาขาครุศาสตร์ สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2. ผศ.ดร.กฤษณา คิตติ อาจารย์ประจำสาขาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3. รศ.ดร. สุวรรณ อินทร์น้อย อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์ สถาปัตยกรรมและการออกแบบคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ พิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Content Validity) และข้อเสนอแนะ ดังนี้

- | | |
|----------|---|
| +1 คะแนน | สำหรับข้อความที่สอดคล้องกับเนื้อหา |
| 0 คะแนน | สำหรับข้อความที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับเนื้อหา |
| -1 คะแนน | สำหรับข้อความที่ไม่สอดคล้องกับเนื้อหา |

จากคะแนนนำผลการพิจารณามาคำนวณด้วยสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ หมายถึง คะแนนการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

โดยข้อความที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่าข้อความนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหาสามารถ นำไปใช้ได้ (วิชนาถ ทิวะสิงห์ 2548 : 107)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.3.2 นำแบบสอบถามและตารางที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปดำเนินการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น

4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

3.2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวของผู้วิจัยเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ในกระบวนการทางการสร้างผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากเศษผ้าและลูกปัดเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพ ความสวยงามและตรงกับวัตถุประสงค์ตามที่คุณวิจัยกำหนดไว้ เพื่อนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ในวัตถุประสงค์ต่อไป โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์และนำไปการสร้างผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์จากนั้นจึงนำแบบที่ได้ไปสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบผลิตภัณฑ์ กระเป๋า คัดเลือก แนะนำ ให้ได้รูปแบบที่เหมาะสม

3.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามประเมินความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอโดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอ้างอิงจากรอบแนวความคิดเพื่อการออกแบบ

วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และแปรผล โดยการบรรยายโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกจากระดับความต้องการ 5 ระดับ ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 วิธีดำเนินงานวิจัยรายวัตถุประสงค์ที่ 3) เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค

3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป๋าและสนใจสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป๋าและสนใจสิ่งแวดล้อม สยามดิสคัฟเวอรี จำนวน 30 คน ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกจากกลุ่มผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโซน Co-Creation Space โดยการใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) (นิรัชสุดสังข์.2548)

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ท่าน โดยการใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ประเมินตามแบบมาตรฐานค่าระดับ (Rating Scale) ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	เหมาะสมมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	เหมาะสมมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	เหมาะสมปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	เหมาะสมน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	เหมาะสมน้อยที่สุด

3.3.3 การสร้างเครื่องมือวิจัย

3.3.3.1 สร้างแบบสอบถามการศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์เพื่อประยุกต์สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า (ผลิตภัณฑ์) ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการตลาดคือแนวคิด 4Ps ตามกรอบแนวความคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 80) ได้กล่าวถึงทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งเรียกว่า 4Ps ดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะ นำเสนอแก่ตลาด เพื่อให้เกิดความสนใจความต้องการเป็นกรรมสิทธิ์การใช้หรือการบริโภคประกอบด้วยทั้งสินค้าและบริการซึ่งแบ่งได้ 3 ระดับคือ

(1.1) แก่นผลิตภัณฑ์ หมายถึง วัตถุประสงค์หรือผลประโยชน์สำคัญ
ที่ให้ผู้ซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(1.2) รูปร่างผลิตภัณฑ์ หมายถึง ส่วนที่เป็นรูปร่างผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยคุณลักษณะ 5 ประการ คือ ระดับคุณภาพ ลักษณะ รูปแบบ ตราผลิตภัณฑ์และการบรรจุหีบห่อ

(1.3) ประโยชน์เพิ่มของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ประโยชน์ของผู้ซื้อที่จะได้รับนอกเหนือจากประโยชน์สำคัญของผลิตภัณฑ์

(2) ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดให้อยู่ในรูปแบบของตัวเงิน ซึ่งในการ กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ของนักการตลาดนั้นจะมีจุดหมายหรือวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันโดยจะสามารถแยกได้ 3 ประการ คือการตั้งราคาโดยมุ่งกำไรการตั้งราคาโดยมุ่งที่การขายและการตั้งราคาเพื่อคงไว้ซึ่งฐานะเดิม

(3) การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึงกิจกรรมที่จะนำผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดเป้าหมายหรือ ผู้บริโภคโดยวิธีการจำหน่ายผ่านคนกลางหรืออาจจะจำหน่ายโดยตรงเพื่อให้ไปยังผู้บริโภคหรือกลุ่ม ลูกค้าเป้าหมาย

(4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารจำหน่ายกับกลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการรับทราบวัตถุประสงค์หรือแนวคิดในการจำหน่าย

3.3.3.2 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตาม เนื้อหาโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ และตามกรอบแนวคิดในการวิจัย (Index of item Objective Congruence : IOC) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านดังนี้

(1) ผศ.ดร. สมชาย เชะวิเศษ อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

(2) ผศ.ดร.กฤษณา คิตติ อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(3) รศ.ดร.สุวรรณา อินทร์น้อย อาจารย์ประจำสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ พิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Content Validity) และข้อเสนอแนะ ดังนี้

- +1 คะแนน สำหรับข้อความที่สอดคล้องกับเนื้อหา
- 0 คะแนน สำหรับข้อความที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับเนื้อหา
- 1 คะแนน สำหรับข้อความที่ไม่สอดคล้องกับเนื้อหา

จากคะแนนนำผลการพิจารณามาคำนวณจากสูตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยข้อความที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่าข้อความนั้นมีความ

ตรงเชิงเนื้อหาสามารถนำไปใช้ได้ (ริชานาด ทิวะสิงห์ 2548 : 107)

3.3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ท่าน จากแบบสอบถามความคิดเห็นจากนั้น นำกลับมาสรุปผลที่ได้ในรูปแบบข้อมูลเชิงปริมาณ

3.3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

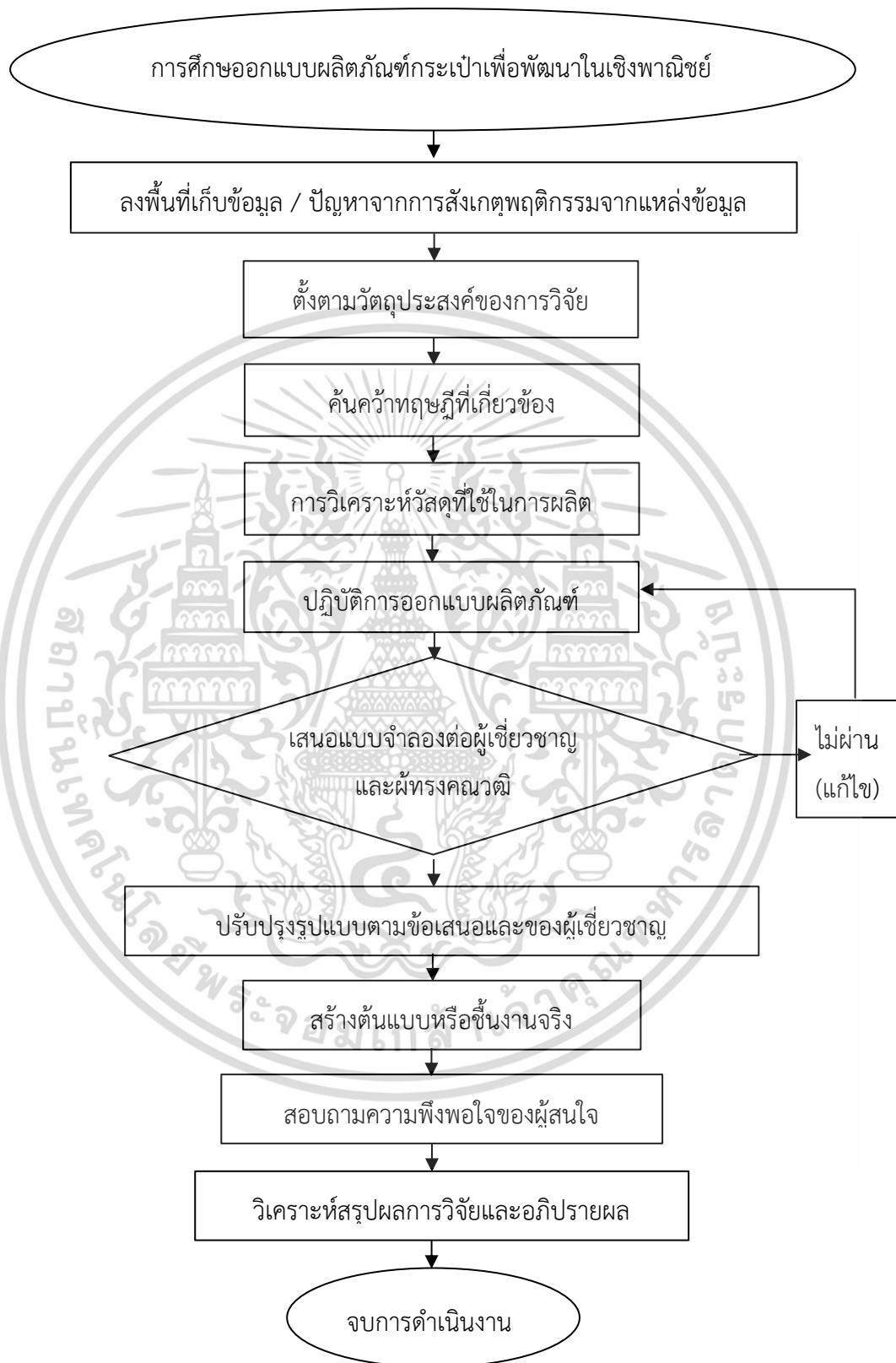
วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามประเมินความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกรอกแบบผลิตภัณฑ์ กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอ้างอิงจากกรอบแนวคิดเพื่อการออกแบบ

1. วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และแปรผลโดยการบรรยายโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกจากระดับความต้องการ 5 ระดับ ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุปและแปลผลโดยการบรรยาย



ภาพที่ 3.1 แสดงแผนผังวิธีการดำเนินการวิจัย

ภาพโดย : ภากรวิทย์ เจริญวงศ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่องการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลแต่ละขั้นตอนเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ดังนี้

- 4.1 เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์
- 4.2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์
- 4.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

4.1.1 ผลการวิเคราะห์การศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

การวิเคราะห์ด้านกระบวนการทำงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (unstructured interview) และการสังเกตแบบไม่มีโครงสร้าง (unstructured observation) ซึ่งให้ข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งที่อย่างแท้จริง จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการลงพื้นที่จริงมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยการบรรยายแบบความเรียงจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน ด้านผลิตภัณฑ์กระเป๋าและอยู่ในอุตสาหกรรมแฟชั่นมากกว่า 6 ปี ในเรื่องกระบวนการและขั้นตอนผลิตกระเป๋าวิธีการใช้รูปกระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน สีที่ใช้ในการออกแบบ เทคนิคในการร้อยลูกบิด ฯลฯ ในการตรวจสอบเพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือ และความเที่ยงตรงของข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลก่อนทำการวิเคราะห์โดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ สถานที่ เวลา และตัวบุคคลที่ให้ข้อมูล สุภางค์ จันทวานิช (2553, หน้า 128-130)

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ด้านการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์กระเป๋าเปรียบเสมือนวัตถุที่สร้างขึ้นมาเพื่อบรรจุสิ่งของต่างๆ มีหลากหลายขนาดตามความเหมาะสม และตามจุดประสงค์ของผลิตภัณฑ์กระเป๋านั้นเพื่อบรรจุอะไร ซึ่งนอกจากกระเป๋าจะช่วยในการบรรจุสิ่งของต่างๆ แล้วนั้นยังมีส่วนในการรักษาสิ่งของมีค่าอีกด้วย ในปัจจุบันวงการกระเป๋า ได้มีการพัฒนา รวมไปถึงมีการคิดค้นรูปแบบต่างๆ ขึ้นมามากมายเพื่อตอบสนองความต้องการ การของผู้บริโภคที่จะใช้ในวาระและโอกาสต่าง ๆ



ภาพที่ 4.1 ภาพแสดงรูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋าในรูปแบบต่างๆ ของปัจจุบัน
ภาพโดย : ภารวีย์ เจริญวงศ์ (1 เมษายน 2563)

สรุปผลการวิเคราะห์ด้านการออกแบบลักษณะรูปทรงของกระเป๋า คือ ในปัจจุบันรูปแบบของ กระเป๋า นั้นจะมีการพัฒนาตากระแสะโลก เพื่อตอบสนองความต้องการและการใช้งานของผู้บริโภคในแต่ละโอกาสการใช้งาน ซึ่งจุดประสงค์หลักของกระเป๋า คือพาชนะสำหรับใส่ของที่สามารถือเคลื่อนที่ได้ แต่นอกเหนือจากนั้นผลิตภัณฑ์ กระเป๋าก็ยังเป็นอีกหนึ่งเครื่องประกอบการแต่งกายที่สามารถช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพของผู้ใช้งานรวมถึงสามารถบ่งบอกถึงรสนิยมของแต่ละบุคคลได้อีกด้วย โดยกระเป๋าแต่ละรูปแบบรูปทรงนั้น จะถูกเลือกใช้งานในแต่ละประเภท ที่มีความจำเป็นแตกต่างกันออกไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์เครื่องมือในการทำเครื่องประดับ

ลำดับ	รูปแบบลูกปัด	ชื่อลูกปัด	ข้อมูลที่ศึกษา
1		ลูกปัดหิน	เป็นวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ ใช้หินในการนำมาทำเป็นรูปทรงต่างๆ นิยมใช้หินคัลเนเลียน, หินอาเกต, หินเจสเปอร์, หินออนนิคซ์, หินแคลซิโดนี, หินเขียวหनुมาน เป็นต้น
2		ลูกปัดหอย	เป็นวัสดุที่ได้จากธรรมชาตินิยมนำมาทำเป็นเครื่องประดับมากกว่าการสาน หรือเครื่องประดับที่ใช้ในกาตกแต่งต่างๆ
3		ลูกปัดไม้	เป็นวัสดุจากธรรมชาติ นิยมนำไม้มากลึงให้เป็นรูปทรงต่างๆ บ้างใช้สีธรรมชาติ หรือนำตัวลูกปัดมาทำสีเพิ่มเติม
4		ลูกปัดโลหะ	ลูกปัดที่ทำมาจากโลหะนั้นจะมีหลายชนิด เช่น ทองคำ เงิน สำริด โดยจะนำโลหะมาหลอมก่อนเป็นลูกปัด หรือนำก้อนแร่ที่ขุดเจอมาเจาะรูร้อยเป็นลูกปัดโดยไม่ต้องหลอม
5		ลูกปัดแก้ว	เป็นวัสดุที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็สารประกอบด้วยซิลิกาและตะกั่วซึ่งแก้วนั้นสามารถเป่าหรือยัดให้เป็นรูปทรงต่างๆ ได้
6		ลูกปัดเซรามิก	เป็นลูกปัดที่มีกรรมวิธีการทำเกี่ยวกับการทำเซรามิก กรรมวิธีในการพิมพ์ลายนั้น มีทั้งแบบพิมพ์ลายลงไปบนเนื้อ หรือเขียนลายลงก่อนเผาซึ่งกรรมวิธีต่างๆจะทำให้ได้ลวดลายที่ต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลำดับ	รูปแบบลูกปัด	ชื่อลูกปัด	ข้อมูลที่ศึกษา
7		ลูกปัดพลาสติก	เป็นลูกปัดที่มีน้ำหนักเบา ราคาไม่สูง โดยทั่วไปจะมีหลากหลายสี และหลากหลายรูปทรง น้ำหนักเบา นิยมนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทั้งกระเป่า หรือเครื่องประดับ
8		ลูกปัดซิลิโคน	ลูกปัดซิลิโคนเป็นมีคุณสมบัติคล้ายคลึงกับลูกปัดพลาสติก แต่มีราคาสูงกว่า มีหลากหลายรูปทรง และหลากหลายสี นิยมนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทั้งกระเป่า หรือเครื่องประดับ

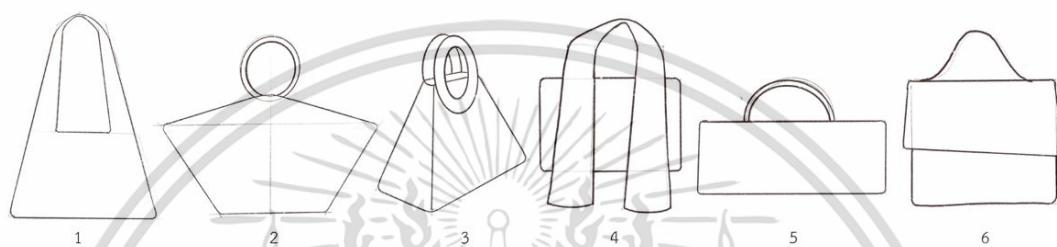
จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบของลูกปัด คือ รูปทรงและประเภทของลูกปัดนั้น โดยส่วนใหญ่แล้ว จะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน แต่แตกต่างกันที่ลักษณะการนำมาใช้งาน ซึ่งการสานลูกปัดนั้นถือเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและแฟชั่นในแต่ละสมัย โดยสอดคล้องกับคำพูดของ ชุมกรมทอง กล่าวไว้ว่า ศิลปะ หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อความงามและความพอใจ **หัตถกรรม** หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อประโยชน์ใช้สอยโดยมิได้อาศัยเครื่องจักร ทำด้วยฝีมือของตนเองโดยเป็นการเลียนแบบจากสิ่งที่พบเห็นในชีวิตประจำวัน ดังนั้นคำว่า “**ศิลปหัตถกรรม**” ย่อมหมายถึงสิ่งที่มีมนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม ดังนั้นลายสานแต่ละรูปแบบนั้นก็มีการพัฒนาเพื่อให้ออกมาคล้ายคลึงกับการใช้งานในแต่ละประเภทของชีวิตประจำวันเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

ซึ่งจากตารางที่ 1 นั้นจะเป็นการศึกษาลูกปัดในรูปแบบต่างๆ เนื่องจากลูกปัดเป็นวัสดุหลักของการสาน และการสานลูกปัดนั้นสามารถต่อยอดและพัฒนาเป็นรูปแบบต่างๆ ได้ นอกจากนี้ลูกปัดยังเป็นวัสดุที่มีความคงทนแข็งแรง โดยสามารถนำมาสานได้รูปแบบต่างๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

4.2.2 ผลการวิเคราะห์การระดมความคิด (Idea Sketch) ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวความคิดแบบแนวตั้ง Vertical Thinking โดยอยู่ภายใต้หลักการออกแบบ 5 ประการ (สถาพร ดิบุญมี ณ ชุมแพ, 2550) [6] 1) ด้านหน้าที่ใช้สอย 2) ด้านความสะดวกสบายในการใช้งาน 3) ด้านความแข็งแรง 4) ด้านความสวยงาม 5) ด้านการบำรุงรักษาและซ่อมแซม โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋านั้น มีการนำเอาสินค้า Dead Stock หรือสินค้าที่เหลือค้างอยู่ในสต็อก โดยไม่มีการเคลื่อนไหว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

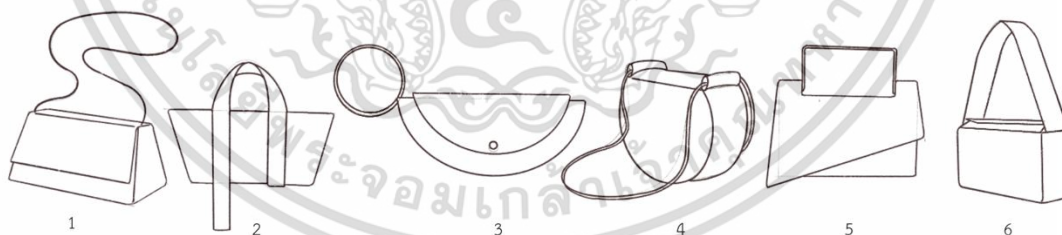
หรือถูกนำไปผลิตเป็นเวลามากกว่า 6 เดือน อาจจะเป็นสินค้าเก่าเก็บ หมดยุค เสียหาย ตกรุ่น สินค้าที่ซื้อเยอะแต่ใช้น้อย[9] ซึ่งวัสดุที่เราเลือกมาใช้ในเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์กระเป๋าในการผลิต นั้นคือผ้าและรวมไปถึงเศษผ้าด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับกระบวนการ Upcycle โดยมีการผสมผสานกับลูกบิดในรูปแบบต่างๆ เพื่อเพิ่มความทันสมัยและเพิ่มมูลค่าให้กระผลิตภัณฑ์กระเป๋าได้ โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกรูปทรงกระเป๋าถือ (Tote Bags) กระเป๋าสะพายข้าง (Shoulder bag / Crossbody bag) กระเป๋าคาดอก / กระเป๋าคาดเอว (Fanny Pack) กระเป๋าเสริมขนาดเล็ก (Additional mini bag)



ภาพที่ 4.2 ภาพแสดงแบบร่างผลิตภัณฑ์กระเป๋าถือ (Tote Bags)

ภาพโดย : ภารวีย์ เจริญวงศ์ (1 เมษายน 2563)

จากภาพที่ 4.2 ภาพแสดงรูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋าขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นกระเป๋าที่ได้รับความนิยมสูงสุด เนื่องด้วยขนาดที่สามารถบรรจุสิ่งของได้อย่างเพียงพอและมีรูปทรงที่สามารถไม่พิเศษทำให้สามารถนำหยิบมาใช้ได้ในหลากหลายโอกาส

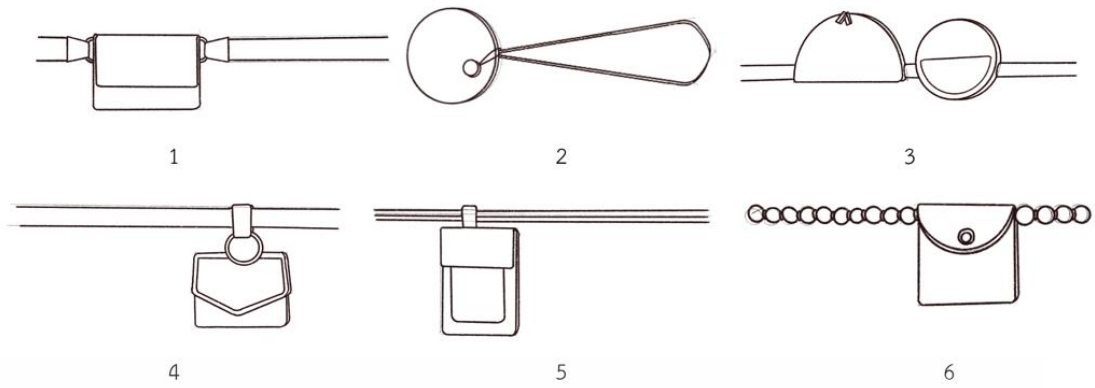


ภาพที่ 4.3 ภาพแสดงแบบร่างกระเป๋าสะพายข้าง (Shoulder bag / Crossbody bag)

ภาพโดย : ภารวีย์ เจริญวงศ์ (1 เมษายน 2563)

จากภาพที่ 4.3 ภาพแสดงรูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋าสะพายข้าง เป็นกระเป๋าที่มีขนาดกระทัดรัดเหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน เนื่องด้วยรูปทรงที่ทันสมัย และสามารถใช้ประกอบการแต่งกายได้ในหลายหลายรูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.4 ภาพแสดงแบบร่างกระเป๋ากระเป๋าคาดอก / กระเป๋าคาดเอว (Fanny Pack)

ภาพโดย : ภารวีย์ เจริญวงศ์ (1 เมษายน 2563)

จากภาพที่ 4.4 ภาพแสดงแบบร่างกระเป๋ากระเป๋าคาดอก/กระเป๋าคาดเอว เป็นรูปแบบของกระเป๋าที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เนื่องจากมีขนาดที่เหมาะสมและทันสมัย สะดวกสบายต่อการใช้งานในวันที่สัมภาระมีอย่างจำกัด

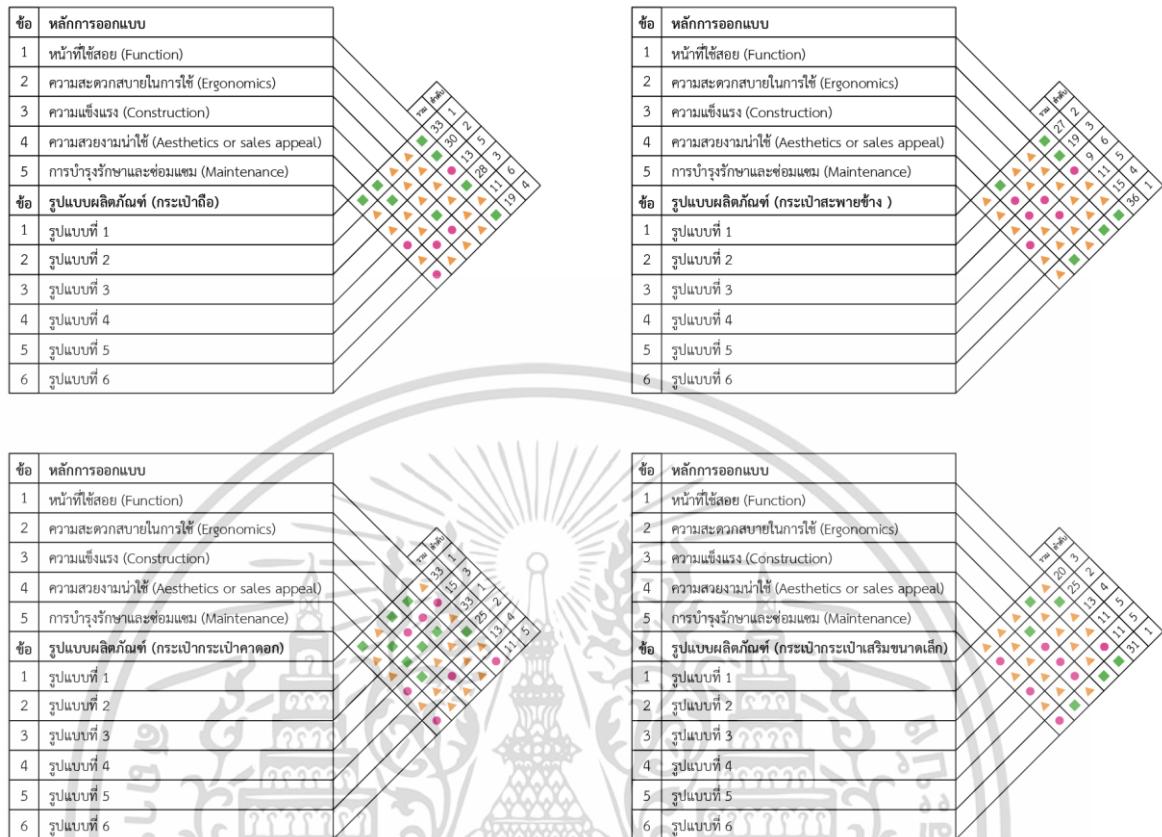


ภาพที่ 4.5 ภาพแสดงแบบร่างกระเป๋าเสริมขนาดเล็ก (Additional mini bag)

ภาพโดย : ภารวีย์ เจริญวงศ์ (1 เมษายน 2563)

จากภาพที่ 4.5 ภาพแสดงแบบร่างกระเป๋าเสริมขนาดเล็ก เป็นกระเป๋ากึ่งเครื่องประดับที่สามารถใช้งานควบคู่กับผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบอื่นๆ อีกทั้งยังสามารถบรรจุสิ่งของชิ้นเล็กๆ หรือสิ่งของสำคัญที่สามารถพกพาได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น

4.2.4 ผลการวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์



ภาพที่ 4.6 การวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบผลิตภัณฑ์

ภาพโดย : ภารวีย์ เจริญวงศ์ (1 เมษายน 2563)

ผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบร่างจากการวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าทรงเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามและเหมาะสม เกณฑ์การพิจารณาค่าคะแนน

- มีความสอดคล้องมาก (9)
- ▲ มีความสอดคล้องปานกลาง (3)
- มีความสอดคล้องน้อย (1)

สรุปผลการวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์

ทางการออกแบบผลิตภัณฑ์จากแบบร่างทั้งหมด 24 รูปแบบ พบว่ารูปแบบที่มีความเหมาะสมสอดคล้องต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าทรงเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ คือ กระเป๋าทรงเป่า รูปแบบที่ 1 มี 33 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 2 มี 30 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 4 มี 28 คะแนน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อยู่ในลำดับที่ 3, รูปแบบที่ 6 มี 19 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 4, รูปแบบที่ 3 มี 13 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 5, รูปแบบที่ 5 มี 11 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 6, กระเป๋าสะพายข้าง รูปแบบที่ 6 มี 36 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 1 มี 27 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 2 มี 19 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, รูปแบบที่ 5 มี 15 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 4, รูปแบบที่ 4 มี 11 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 5, รูปแบบที่ 3 มี 9 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 6, กระเป๋ากระเป๋าคาดอก/กระเป๋าคาดเอว รูปแบบที่ 1 และ 3 มี 33 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 4 มี 25 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 2 มี 15 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, รูปแบบที่ 5 มี 13 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 4, รูปแบบที่ 4 มี 11 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 5, กระเป๋าเสริมขนาดเล็ก รูปแบบที่ 6 มี 31 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 2 มี 25 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 1 มี 20 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, รูปแบบที่ 3 มี 13 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 4, รูปแบบที่ 4 และ 5 มี 11 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 5 จากนั้นผู้วิจัยได้มีการนำแบบร่างรูปทรงผลิตภัณฑ์ที่มีค่าคะแนนความสัมพันธ์มากที่สุดมาสร้าง Sketch Design โดยใช้วัสดุจากผ้าหรือเศษผ้า (Dead Stock) และลูกบิดในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลายดังนี้

4.2.5 ผลการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Sketch Design)



ภาพที่ 4.7 การออกแบบแนวคิดที่ 1

ภาพโดย : ภารวีย์ เจริญวงศ์ (17 พฤษภาคม 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 4.7 การออกแบบแนวคิดที่ 1 กระเป๋าโทนสีเข้มโดยโทนสีหลักจะเป็นสีโทนร้อน ผสมกับสีโทนเย็น และมีการใช้ลูกบิดสีดำ เป็นตัวหลัก ผสมกับเศษผ้าที่นำมาเลือกโทนสีให้มีความเข้ากัน โดยตัวทรงกระเป๋าจะมีการออกแบบให้มีความทันสมัย และสามารถใช้งานในชีวิตประจำวันได้ตลอด



ภาพที่ 4.8 การออกแบบแนวคิดที่ 2

ภาพโดย : ภารวีย์ เจริญวงศ์ (17 พฤษภาคม 2563)

จากภาพที่ 4.8 การออกแบบแนวคิดที่ 2 กระเป๋าสานลูกบิดโทนสีพาสเทล (Pastel) มีความอ่อนหวานของการเลือกสีลูกบิดและเศษผ้าที่เลือกมาให้มีความเข้ากัน เหมาะกับผู้หญิง (Feminine) โดยรูปทรงที่ใช้ในการออกแบบนั้นสามารถตอบสนองพฤติกรรมการใช้งานต่างๆ ได้



ภาพที่ 4.9 การออกแบบแนวคิดที่ 3

ภาพโดย : ภารวีย์ เจริญวงศ์ (17 พฤษภาคม 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 4.9 การออกแบบแนวคิดที่ 3 กระเป๋าสานลูกปัดสีโทนเย็น โดยธีมที่ใช้เป็นแบบ กลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone) โดยเลือกทั้งเศษผ้าและลูกปัดให้กลมโทนกัน รวมทั้งรูปทรงกระเป๋าที่ออกแบบนั้นจะมีความทันสมัยและสามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้เช่นกัน



ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 1

รายการประเมิน	(n = 3)		ระดับความคิ ดเห็น
	\bar{x}	S.D.	
1 ด้านประโยชน์ใช้สอย			
1.1 ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา	4.67	0.58	มากที่สุด
1.2 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า	4.67	0.58	มากที่สุด
1.3 ผลิตภัณฑ์มีรูปร่างที่เหมาะสม	4.67	0.58	มากที่สุด
2 ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์			
2.1 ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างที่เหมาะสม	4.67	0.58	มากที่สุด
2.2 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านรูปทรง	4.00	1.00	มาก
2.3 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสี	4.67	0.58	มากที่สุด
2.4 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านลวดลาย	4.67	0.58	มากที่สุด
3 คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ			
3.1 มีคุณค่าในตัวเอง	4.67	0.58	มากที่สุด
3.2 เหมาะสมกับการผลิต	4.67	0.58	มากที่สุด
4 แบบอย่างและวัฒนธรรม			
4.1 แสดงความเป็นอัตลักษณ์กระเป๋า	4.67	0.58	มากที่สุด
4.2 ออกแบบได้เหมาะสมกับภาพการณ์	4.33	0.58	มาก
เฉลี่ย	4.58	0.62	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.2 สรุปผลการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ พบว่ารูปแบบที่ 1 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.58$, S.D.= 0.62) ด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา สามารถใช้งานได้ อย่างคุ้มค่าและมีรูปร่างที่เหมาะสมค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.67$, S.D.= 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุดด้าน ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างที่เหมาะสมความงาม ทางด้านสีและมีความงามทางด้านลวดลาย ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.67$, S.D.= 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในตัวเองและเหมาะสมกับการผลิต ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.67$, S.D.= 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม พบว่า ผลิตภัณฑ์แสดงความเป็นอัตลักษณ์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.67$, S.D.= 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด



ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 2

รายการประเมิน	(n = 3)		ระดับความ คิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
1 ด้านประโยชน์ใช้สอย			
1.1 ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา	3.33	0.58	ปานกลาง
1.2 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า	3.33	0.58	ปานกลาง
1.3 ผลิตภัณฑ์มีรูปร่างที่เหมาะสม	3.67	1.15	มาก
2 ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์			
2.1 ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างที่เหมาะสม	3.67	1.15	มาก
2.2 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านรูปทรง	3.33	0.58	ปานกลาง
2.3 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสี	3.67	0.58	มาก
2.4 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านลวดลายผ้า	3.67	0.58	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มีอยู่ภายใต้เงื่อนไขการนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการประเมิน	(n = 3)		ระดับความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
3 คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ			
3.1 มีคุณค่าในตัวเอง	3.67	0.58	มาก
3.2 เหมาะสมกับการผลิต	3.33	0.58	ปานกลาง
4 แบบอย่างและวัฒนธรรม			
4.1 แสดงความเป็นอัตลักษณ์กระเป๋า	3.33	0.58	ปานกลาง
4.2 ออกแบบได้เหมาะสมกับภาพการณ์	4.00	1.00	มาก
เฉลี่ย	3.55	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.3 สรุปผลการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ พบว่ารูปแบบที่ 2 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.55$, S.D.= 0.72) ด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า ผลิตภัณฑ์มีรูปร่างที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.67$, S.D.= 1.15) อยู่ในระดับมาก ด้านความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.67$, S.D.= 1.15) อยู่ในระดับมาก ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ พบว่าผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในตัวเอง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.67$, S.D.= 0.58) อยู่ในระดับมาก ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม พบว่าผลิตภัณฑ์ออกแบบได้เหมาะสมกับภาพการณ์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.00$, S.D.= 1.00) อยู่ในระดับมาก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 3

รายการประเมิน	(n = 3)		ระดับความคิดเห็น
	\bar{X}	S.D.	
1 ด้านประโยชน์ใช้สอย			
1.1 ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา	3.00	1.00	ปานกลาง
1.2 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า	3.33	1.53	ปานกลาง
1.3 ผลิตภัณฑ์มีรูปร่างที่เหมาะสม	3.33	1.15	ปานกลาง
2 ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์			
2.1 ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างที่เหมาะสม	4.33	0.58	มาก
2.2 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านรูปทรง	3.33	0.58	ปานกลาง
2.3 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสี	2.67	0.58	ปานกลาง
2.4 ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านลวดลายผ้า	3.67	0.58	มาก
3 คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ			
3.1 มีคุณค่าในตัวเอง	3.67	0.58	มาก
3.2 เหมาะสมกับการผลิต	2.67	0.58	ปานกลาง
4 แบบอย่างและวัฒนธรรม			
4.1 แสดงความเป็นอัตลักษณ์กระเป่า	3.33	0.58	ปานกลาง
4.2 ออกแบบได้เหมาะสมกับภาพการณ์	3.33	0.58	ปานกลาง
เฉลี่ย	3.33	0.75	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 สรุปผลการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ พบว่ารูปแบบที่ 3 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.75) ด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 1.53) อยู่ในระดับปานกลาง ด้านความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.58) อยู่ในระดับมาก ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ พบว่าผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในตัวเอง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.58) อยู่ในระดับมาก ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม พบว่า ผลิตภัณฑ์แสดงความเป็นอัตลักษณ์กระเป่าและออกแบบได้เหมาะสมกับภาพการณ์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.58) อยู่ในระดับปานกลาง

ผลวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ โดยมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 3 รูปแบบ จะพบว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.62) รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.72) และรูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมปานกลาง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.75) ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปผลการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์แบบประเมินได้ว่ารูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมจะนำไปผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า เพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์



ภาพที่ 4.10 รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์
ภาพโดย : ภารวีย์ เจริญวงศ์ (17 พฤษภาคม 2563)

จากภาพที่ 4.16 การออกแบบแนวคิดที่ 1 กระเป๋าโทนสีเข้มโดยโทนสีหลักจะเป็นสีโทนร้อนผสมกับสีโทนเย็น และมีการใช้ลูกบิดสีดำ เป็นตัวหลักผสมกับเศษผ้าที่นำมาเลือกโทนสีให้มีความเข้ากัน โดยตัวทรงกระเป๋าจะมีการออกแบบให้มีความทันสมัยและสามารถใช้งานในชีวิตประจำวันได้ตลอด

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

ผู้วิจัยได้ทำแบบประเมินความคิดเห็นของกลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป๋าและสนใจสิ่งแวดล้อม สยามดิสคัฟเวอรี จำนวน 36 คน ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกจากกลุ่มผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม Co-Creation Space โดยการใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) (นิรัช สุตสังข์. 2548) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ พบว่า

4.3.1 ผลการวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์จาก กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

แบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 แบบประเมินความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์จากกระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ข้อ	รายการประเมิน	จำนวนคน	ร้อยละ
1	เพศ		
	1.1 ชาย	7	19.44
	1.2 หญิง	29	80.56
2	อายุ		
	2.1 25 – 30 ปี	23	63.89
	2.2 31 – 35 ปี	9	25.00
	2.3 36 – 40 ปี	3	8.33
	2.4 41 – 45 ปี	1	2.78
4	รายได้		
	4.1 รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท	0	0.00
	4.2 20,001 – 25,000 บาท	4	11.11
	4.3 25,001 – 30,000 บาท	24	66.67
	4.4 30,001 – 35,000 บาท	6	16.67
	4.5 รายได้มากกว่า 35,000 บาท	2	5.56
	รวม	36	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงผลการประเมินกลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อม

ด้านเพศ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 19.44 และเป็นเพศหญิง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 80.56

ด้านอายุ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 25-30 ปี มากที่สุดจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 63.89 นอกจากนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

63.89 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31 – 35 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมา คือ อายุ 36 – 40 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และอายุ 41 – 45 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78

ด้านระดับการศึกษา ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป่า และสนใจสิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 80.56 รองลงมาคือ จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78

ด้านรายได้ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมามีรายได้ 30,001 – 35,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 บาท รองลงมามีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 รองลงมามีรายได้มากกว่า 35,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56 และมีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการตลาด

ข้อ	การตลาด (Marketing)	ระดับความพึงพอใจ		ระดับความคิดเห็น ผู้บริโภค
		\bar{X}	S.D.	
1	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.67	0.59	มากที่สุด
2	ด้านราคา (Price)	4.72	0.61	มากที่สุด
3	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.61	0.49	มากที่สุด
4	ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.54	0.51	มากที่สุด
รวม		4.63	0.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.63 , S.D.= 0.55) พิจารณารายข้อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) (\bar{X} = 4.67 , S.D.= 0.59) 2) ด้านราคา (Price) (\bar{X} = 4.72 , S.D.= 0.61) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) (\bar{X} = 4.61 , S.D.= 0.49) และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (\bar{X} = 4.54 , S.D.= 0.51)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์

ข้อ	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระดับความพึงพอใจ		ระดับความคิดเห็นผู้บริโภค
		\bar{X}	S.D.	
1	ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ด้านรูปร่าง รูปทรง	4.72	0.51	มากที่สุด
2	ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.47	0.56	มาก
3	ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้สอย	4.50	0.70	มาก
รวม		4.56	0.59	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป๋าและสนใจสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.56$, S.D.= 0.59) พิจารณารายข้อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ด้านรูปร่าง รูปทรง ($\bar{X} = 4.72$, S.D.= 0.51) 2) ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X} = 4.47$, S.D.= 0.56) และ 3) ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้สอย ($\bar{X} = 4.50$, S.D.= 0.70)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป๋าและสนใจสิ่งแวดล้อมด้านราคา

ข้อ	ด้านราคา (Price)	ระดับความพึงพอใจ		ระดับความคิดเห็นผู้บริโภค
		\bar{X}	S.D.	
1	ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.58	0.77	มากที่สุด
2	ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ	4.31	0.82	มาก
3	ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ	4.42	0.65	มาก
รวม		4.44	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป๋าและสนใจสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.44$, S.D.= 0.75) พิจารณารายข้อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.58$,

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

S.D.= 0.77) 2) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ ($\bar{X} = 4.31$, S.D.= 0.82) และ 3) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ ($\bar{X} = 4.42$, S.D.= 0.65)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์
กระเป๋าและสนใจสิ่งแวดล้อมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อ	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ระดับความพึงพอใจ		ระดับความคิดเห็นผู้บริโภค
		\bar{X}	S.D.	
1	ผลิตภัณฑ์สามารถวางจัดจำหน่ายใน งานแสดงสินค้า	4.58	0.55	มากที่สุด
2	ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์	4.69	0.47	มากที่สุด
รวม		4.64	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป๋าและสนใจสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.64$, S.D.= 0.51) พิจารณารายข้อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์สามารถวางจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้า ($\bar{X} = 4.58$, S.D.= 0.55) และ 2) ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ ($\bar{X} = 4.69$, S.D.=0.47)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งาน ผลิตภัณฑ์
กระเป๋าและสนใจสิ่งแวดล้อมด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อ	ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระดับความพึงพอใจ		ระดับความคิดเห็นผู้บริโภค
		\bar{X}	S.D.	
1	4.1 มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์	4.56	0.61	มากที่สุด
2	4.2 มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ในด้านต่างๆ	4.50	0.74	มาก
3	4.3 มีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อ ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ	4.03	0.74	มาก
รวม		4.36	0.69	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป๋าและสนใจสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.36$, S.D.= 0.69)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิจารณารายชื่อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.56$, S.D.= 0.61) 2) มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ ($\bar{X} = 4.50$, S.D.= 0.74) และ 3) มีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ ($\bar{X} = 4.03$, S.D.= 0.74)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ผู้วิจัยได้สรุปผลของการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะของงานวิจัย ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล
- 5.3 อภิปรายผล
- 5.4 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษิตตามขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

5.1.1.1 ผลการวิเคราะห์การศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ขั้นตอนการศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์สรุปโดยศึกษาข้อมูลทั้งจากหนังสือและผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อมองหาเอกลักษณ์ที่น่าสนใจมาออกแบบผลิตภัณฑ์

5.1.1.2 ผลการวิเคราะห์การศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ขั้นตอน การศึกษา รูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋าเดิม ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์สรุปโดยศึกษาข้อมูลทั้งจากเอกสารและผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อมองหาเอกลักษณ์ที่น่าสนใจมาออกแบบผลิตภัณฑ์

5.1.1.3 ผลการวิเคราะห์การศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋า รวมถึงรูปทรงและสีที่ใช้ในการออกแบบ ขั้นตอนการวางแบบร่าง ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลด้านรูปแบบของกระเป๋าและวิเคราะห์สรุป โดยศึกษาข้อมูลทั้งจากหนังสือและผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กระเป๋า เพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสม สวยงามและง่ายต่อการนำมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ พบว่าผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ นั้นมีหลายหลายรูปแบบซึ่งในแต่ละรูปแบบนั้นก็ล้วนแล้วแต่ตอบสนอง พฤติกรรมการใช้งานในต่างวาระและโอกาส เนื่องจากผลิตภัณฑ์กระเป๋านั้นกลายเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญในชีวิตประจำวันของมนุษย์ไปแล้ว โดยรูปแบบที่

ได้รับความนิยมส่วนใหญ่คือ กระเป๋าถือ (tote Bag) กระเป๋าสะพายข้าง (Shoulder bag/Crossbody

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

bag) กระเป๋ากระเป๋าคาดอก / กระเป๋าคาดเอว (Fanny Pack) กระเป๋าเสริมขนาดเล็ก (Additional mini bag) ซึ่งได้มีการพัฒนารูปแบบให้มีความทันสมัยและตรงตามกระกระแสนิยมมากที่สุดด้วยการผนวกเข้ากับกระบวนการผลิตแบบ Upcycling [3] โดยเป็นการนำผ้าเหลือสต็อก (Dead Stock) กลับมาใช้ใหม่ โดยไม่ผ่านกระบวนการอุตสาหกรรม (Recycle) ซึ่งในแง่ของสิ่งแวดล้อมนั้น การผลิตแบบ Upcycle คืออีกหนึ่งกระบวนการปรับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ในแง่ของการใช้แล้วทิ้ง (Take- Make - Dispose) เปลี่ยนมาเป็นแบบหมุนเวียน (Circular Economy) ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดขยะที่เกิดจาก อุตสาหกรรมการผลิต และปลายทางคือการลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ซึ่งยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainability) ที่จะสามารถช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมในระยะยาวได้

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

5.1.2.1 ผลการวิเคราะห์ด้านการออกแบบขั้นตอนการศึกษาด้านการออกแบบ ผู้วิจัย ได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ในท้องตลาด โดยศึกษารูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋า โดยมีการใช้กรอบแนวความคิดแบบ Vertical Thinking โดยอยู่ภายใต้หลักการออกแบบ 5 ประการ (สถาพร ตีบุญมี ณ ชุมแพ, 2550) [6] 1) หน้าที่ใช้สอย 2) ความสะดวกสบายในการใช้งาน 3) ความ แข็งแรง 4) ความสวยงาม 5) การบำรุงรักษาและซ่อมแซม ซึ่งได้มีการนำรูปแบบของผลิตภัณฑ์ กระเป๋ามาพัฒนา ผนวกกับการเพิ่มความทันสมัย [2] และสร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ กระเป๋าได้ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความหลากหลายและตัวเลือกให้กับความต้องการมากยิ่งขึ้นทั้งนี้เพื่อตอบสนองพฤติกรรมการใช้งานได้อย่างครบถ้วน

5.1.2.2 ผลการวิเคราะห์การระดมความคิด (Idea Sketch) ผู้วิจัยได้ทำการระดมความคิด ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกในการเริ่มต้นออกแบบเพื่อหาแนวทางในการออกแบบกระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ สิ่งที่ได้จากการระดมความคิดนั้น ทำให้มองเห็นถึงความเป็นไปได้ในการออกแบบของรูปร่าง รูปทรง ที่เหมาะสมกับการใช้งาน จากนั้นผู้วิจัยได้เลือกออกมา จัดกลุ่มทั้งหมด 4 กลุ่มเพื่อนำไปพัฒนาต่อไป

รูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋าขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นกระเป๋าที่ได้รับความนิยมสูงสุด เนื่องด้วยขนาดที่สามารถบรรจุสิ่งของได้อย่างเพียงพอ และมีรูปทรงที่สามารถไม่พิเศษทำให้สามารถนำ หยิบมาใช้ได้ในหลากหลายโอกาส

รูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋าสะพายข้าง เป็นกระเป๋าที่มาขนาดกระทัดรัดเหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน เนื่องด้วยรูปทรงที่ทันสมัยและสามารถใช้ประกอบการแต่งกายได้ในหลายหลายรูปแบบ

รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ากะเป๋าคาดอก/กระเป๋าคาดเอวเป็นรูปแบบของกระเป๋าคาดอก/กระเป๋าคาดเอวที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบันเนื่องจากมีขนาดที่เหมาะสมและทันสมัยสะดวกสบายต่อการใช้งาน ในวันที่สัมภาษณ์อย่างจำกัด

รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสเสริมขนาดเล็กเป็นกระเป๋ากิ่งเครื่องประดับที่สามารถใช้งานได้ควบคู่กับผลิตภัณฑ์กระเป๋ารูปแบบอื่นๆ อีกทั้งยังสามารถบรรจุสิ่งของชิ้นเล็กๆ หรือสิ่งของสำคัญที่สามารถพกพาได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น

5.1.2.3 ผลการวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบร่างจากการวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคาดอก/กระเป๋าคาดเอว จากแบบร่างทั้งหมด 24 รูปแบบ พบว่ารูปแบบที่มีความเหมาะสมสอดคล้องต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าคาดอก/กระเป๋าคาดเอวเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ คือ กระเป๋าคาดอก/กระเป๋าคาดเอว รูปแบบที่ 1 มี 33 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 2 มี 30 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 4 มี 28 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, รูปแบบที่ 6 มี 19 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 4, รูปแบบที่ 3 มี 13 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 5, รูปแบบที่ 5 มี 11 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 6, กระเป๋าคาดเอว รูปแบบที่ 6 มี 36 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 1 มี 27 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 2 มี 19 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, รูปแบบที่ 5 มี 15 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 4, รูปแบบที่ 4 มี 11 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 5, รูปแบบที่ 3 มี 9 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 6, กระเป๋าคาดอก/กระเป๋าคาดเอว รูปแบบที่ 1 และ 3 มี 33 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 4 มี 25 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 2 มี 15 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, รูปแบบที่ 5 มี 13 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 4, รูปแบบที่ 4 มี 11 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 5, กระเป๋าสเสริมขนาดเล็ก รูปแบบที่ 6 มี 31 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 1, รูปแบบที่ 2 มี 25 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 2, รูปแบบที่ 1 มี 20 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 3, รูปแบบที่ 3 มี 13 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 4, รูปแบบที่ 4 และ 5 มี 11 คะแนน อยู่ในลำดับที่ 5 จากนั้นผู้วิจัยได้มีการนำแบบร่างรูปทรงผลิตภัณฑ์ที่มีค่าคะแนนความสัมพันธ์มากที่สุดมาสร้าง Sketch Design โดยใช้วัสดุจากผ้าหรือเศษผ้า (Dead Stock) และลูกบิดในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลาย

5.1.2.4 ผลการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Sketch Design)

รูปแบบที่ 1 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.62) ด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยเหมาะสมกับราคา สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่าและมีรูปร่างที่เหมาะสมค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุดด้านความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างที่เหมาะสมความงามทางด้านสีและมีความงามทางด้านลวดลาย ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ พบว่า ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าในตัวเองและเหมาะสมกับการผลิต ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม พบว่า ผลิตภัณฑ์แสดงความเป็นอัตลักษณ์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.58) อยู่ในระดับมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบที่ 2 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 3.55 , S.D.= 0.72) ด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า ผลิตรถยนต์มีรูปร่างที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 3.67 , S.D.= 1.15) อยู่ในระดับมาก ด้านความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ พบว่า ผลิตรถยนต์มีโครงสร้างที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 3.67 , S.D.= 1.15) อยู่ในระดับมาก ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ พบว่า ผลิตรถยนต์มีคุณค่าในตัวเอง ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 3.67 , S.D.= 0.58) อยู่ในระดับมาก ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรมพบว่า ผลิตรถยนต์ออกแบบได้เหมาะสมกับภาพการณ์ ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.00 , S.D.= 1.00) อยู่ในระดับมาก

รูปแบบที่ 3 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 3.33 , S.D.= 0.75) ด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่าผลิตรถยนต์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 3.33 , S.D.= 1.53) อยู่ในระดับปานกลาง ด้านความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ พบว่า ผลิตรถยนต์มีโครงสร้างที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.33 , S.D.= 0.58) อยู่ในระดับมาก ด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ พบว่า ผลิตรถยนต์มีคุณค่าในตัวเอง ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 3.67 , S.D.= 0.58) อยู่ในระดับมาก ด้านแบบอย่างและวัฒนธรรม พบว่า ผลิตรถยนต์แสดงความเป็นอัตลักษณ์กระเป่าและออกแบบได้เหมาะสมกับภาพการณ์ ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 3.33 , S.D.= 0.58) อยู่ในระดับปานกลาง

ผลวิเคราะห์การออกแบบผลิตรถยนต์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ โดยมีรูปแบบผลิตรถยนต์ทั้งหมด 3 รูปแบบ จะพบว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.58, S.D.= 0.62) รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 3.55, S.D.= 0.72) และรูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมปานกลาง ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 3.40, S.D.= 0.75) ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปผลการวิเคราะห์แบบประเมินได้ว่ารูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมจะนำไปผลิตต้นแบบผลิตรถยนต์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

5.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานผลิตรถยนต์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อมที่มีรูปแบบผลิตรถยนต์จากกระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

ด้านเพศ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้งานผลิตรถยนต์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อม ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 19.44 และเป็นเพศหญิงจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 80.56

ด้านอายุ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้งานผลิตรถยนต์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อม ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 25-30 ปี มากที่สุดจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 63.89

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31 – 35 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมา คือ อายุ 36 – 40 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และอายุ 41 – 45 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78

ด้านระดับการศึกษา ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อม ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 80.56 รองลงมาคือ จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78

ด้านรายได้ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อม ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมามีรายได้ 30,001 – 35,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 บาท รองลงมามีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 รองลงมามีรายได้มากกว่า 35,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56 และมีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

การตลาด พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจ ของกลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.63 , S.D.= 0.55) พิจารณารายข้อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์(Product) (\bar{X} = 4.67 , S.D.= 0.59) 2) ด้านราคา(Price) (\bar{X} = 4.72 , S.D.= 0.61) 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) (\bar{X} = 4.61 , S.D.= 0.49) และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) (\bar{X} = 4.54 , S.D.= 0.51)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.56 , S.D.= 0.59) พิจารณารายข้อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ด้านรูปร่าง รูปทรง (\bar{X} = 4.72 , S.D.= 0.51) 2) ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (\bar{X} = 4.47 , S.D.= 0.56) และ 3) ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อการใช้สอย (\bar{X} = 4.50 , S.D.= 0.70)

ด้านราคา (Price) พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.44 , S.D.= 0.75) พิจารณารายข้อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (\bar{X} = 4.58 , S.D.= 0.77) 2) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ (\bar{X} = 4.31 , S.D.= 0.82) และ 3) ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณสมบัติ (\bar{X} = 4.42 , S.D.= 0.65)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจกลุ่ม ผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พัฒนา ในเชิงพาณิชย์ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.64 , S.D.= 0.51) พิจารณารายชื่อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์สามารถวาง จัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้า (\bar{X} = 4.58 , S.D.= 0.55) และ 2) ผลิตภัณฑ์จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ (\bar{X} = 4.69 , S.D.= 0.47)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ ของกลุ่มผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์กระเป่าและสนใจสิ่งแวดล้อม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อ พัฒนาในเชิงพาณิชย์ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 36 คน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.36 , S.D.= 0.69) พิจารณารายชื่อของความพึงพอใจ ได้แก่ 1) มีบริการจัดส่งผลิตภัณฑ์ (\bar{X} = 4.56 , S.D.= 0.61) 2) มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ (\bar{X} = 4.50 , S.D.= 0.74) และ 3) มีการสร้างแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ (\bar{X} = 4.03 , S.D.= 0.74)

5.3 อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามหัวข้อวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

5.3.1 อภิปรายผลงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

รูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป่าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์นั้นมีการออกแบบและพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ใช้งานโดยมีการคำนึงถึงการใช้กระบวนการการสร้างผลิตภัณฑ์แบบยั่งยืนเพราะมีลักษณะเด่นตั้งแต่รูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป่า การวางแบบร่าง สี วัสดุที่ใช้ในการผลิต รวมไปถึงกระบวนการในการผลิตที่มีคุณสมบัติทางเศรษฐกิจ และผลิตภัณฑ์แบบยั่งยืน โดยการผลิตด้วยเทคนิคการใช้เศษผ้าเหลือใช้ (Dead Stock) ซึ่งขณะนั้นเราสามารถนำมาสร้างเป็นมูลค่าเพิ่มได้โดยนำมาเป็นวัสดุประกอบการผลิตกระเป่า ผนวกกับการออกแบบที่มีความทันสมัย และหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมการใช้งานได้อย่างครอบคลุมโดยมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

ประเด็นที่ 1 ธุรกิจผลิตภัณฑ์กระเป่าในประเทศไทย ปัจจุบันมีการขยายตัวและเติบโตอย่างรวดเร็ว มีการแข่งขันกันทางการตลาดสูง หากแบรนด์ใดที่มีจุดเด่น มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนก็จะอยู่ได้นานและลดคู่แข่งลงไปด้วยอีกทั้งยังต้องปรับตัวกับยุคสมัย อัปเดตเทรนด์และรูปแบบใหม่ๆ ของตัวผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ และต้องคอยศึกษาพฤติกรรม ความคิด ความชอบของกลุ่มลูกค้า เพื่อมาปรับใช้ในผลิตภัณฑ์ของเรา ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ พิมลพรรณ ธรเศรษฐ (2558) ที่ศึกษาเรื่องโครงการธุรกิจ ออกแบบผลิต และจำหน่ายกระเป่าแฟชั่น กล่าวว่าธุรกิจสินค้าแฟชั่น

มีการแข่งขันสูงและมีความใกล้เคียงกันอย่างมาก แต่ละธุรกิจต้องวางแผนการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของสินค้าและบริการเพื่อนำมาเป็นจุดขาย

ประเด็นที่ 2 ผู้บริโภคในยุคสมัยปัจจุบัน ยังคงชื่นชอบในงานดีไซน์ที่ตรงตามเทรนด์ มีเอกลักษณ์โดดเด่น และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพียงแต่ต้อง ประยุกต์ รูปร่าง รูปทรง วัสดุ ต่างให้ทันสมัยขึ้น แต่ยังคงมีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อยู่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด ของ พิมลพรรณ ธรเศรษฐ (2558) ที่ศึกษาเรื่องโครงการธุรกิจออกแบบ ผลิตภัณฑ์และจำหน่าย กระเป๋าแฟชั่นกล่าวว่า กระเป๋าแฟชั่นที่มีการออกแบบที่ทันสมัย มีคอลเลกชันทั้งชายและหญิง มีวัสดุให้เลือกหลายแบบ ตัดเย็บประณีต สร้างภาพลักษณ์ที่ดี ใช้กลยุทธ์มีคุณภาพและทันสมัย อยู่ตลอดเวลา สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับลูกค้า การออกแบบกระเป๋าต้องคำนึงถึงความ สะดวกสบายและความสวยงามเป็นหลัก

ประเด็นที่ 3 สิ่งที่สำคัญสำหรับการทำธุรกิจนอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ที่ดี คือต้องมีการทำ ตลาดที่ดีด้วย มีการโฆษณาสินค้า จัดโปรโมชั่น หรือแม้กระทั่งช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ยุคสมัยนี้ การมีหน้าร้านไม่สำคัญอีกต่อไป เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ วุฒิ สุขเจริญ (2559) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคกล่าวว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่จะสนใจและใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์มากขึ้น ใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ในการ ค้นหา สินค้าสั่งซื้อสินค้า ค้นหาความคิดเห็นจากผู้ที่มีประสบการณ์จากการใช้ สินค้า และสามารถเลือกซื้อ สินค้าได้ตลอดเวลา จึงมักเลือกซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์หรือโทรศัพท์มือถือ

5.3.2 อภิปรายผลงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อ พัฒนาในเชิงพาณิชย์

การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ ได้ใช้กรอบแนวความคิด Lateral Thinking (Lt) ของ (Bono, E. D. 2004) โดยอยู่ภายใต้หลักการออกแบบ 4 ประการ 1) ด้าน ประโยชน์ใช้สอย 2) ความงามตามหลักองค์ประกอบศิลป์ 3) คุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ 4) แบบอย่างและวัฒนธรรม (มนตรี ยอดบางเตย. 2538) สรุปผลการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า เพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

ผลวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์โดยมีรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 3 รูปแบบ จะพบว่า รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 4.58 , S.D.= 0.62) รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 3.55 , S.D.= 0.72) และรูปแบบที่ 3 มีความเหมาะสมปานกลาง ค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 3.40 , S.D.= 0.75) โดยมีการนำรูปแบบของผลิตภัณฑ์ กระเป๋ามาใช้เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้น โดยผนวกเข้ากับการผลิตแบบยั่งยืน เพื่อให้สอดคล้องกับเทรนด์ของอุตสาหกรรมในปัจจุบันด้วย

5.3.3 อภิปรายผลงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการตลาดคือแนวคิด 4Ps ตามกรอบแนวความคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 80) ได้กล่าวถึงทฤษฎีส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งเรียกว่า 4Ps พบว่า ผู้บริโภควัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ท่าน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ ใช้สอยเหมาะสมกับราคา (\bar{X} = 4.67 , S.D.= 0.58) ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า (\bar{X} = 4.67 , S.D.= 0.58) ผลิตภัณฑ์มีรูปร่างที่เหมาะสม (\bar{X} = 4.67 , S.D.= 0.58) ผลิตภัณฑ์มีโครงสร้างที่เหมาะสม (\bar{X} = 4.67 , S.D.= 0.58) ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านรูปทรง (\bar{X} = 4.00 , S.D.=1.00) ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านสี (\bar{X} = 4.67 , S.D.= 0.58) ผลิตภัณฑ์มีความงามทางด้านลวดลาย (\bar{X} = 4.67 , S.D.= 0.58) มีคุณค่าในตัวเอง (\bar{X} = 4.67 , S.D.= 0.58) เหมาะสมกับการผลิต (\bar{X} = 4.67 , S.D.= 0.58) แสดงความเป็นอัตลักษณ์กระเป๋า (\bar{X} = 4.67 , S.D.= 0.58) ออกแบบได้เหมาะสมกับภาพการณ์ (\bar{X} = 4.67 , S.D.= 0.58) โดยค่าเฉลี่ยทั้งหมดจะอยู่ที่ (\bar{X} = 4.58 , S.D.= 0.63)

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์ รวมถึงรูปแบบซึ่งผลิตภัณฑ์กระเป๋าแต่ละประเภทและการใช้กระบวนการผลิตแบบยั่งยืนเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์

5.4.2 แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์มีหลากหลายสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษามาต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไปได้อีก

5.4.3 ควรศึกษาถึงการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบของวัสดุอื่นๆ เพื่อนำมาเป็นวัสดุที่ใช้ในการผลิตทดแทนและเพิ่มเติม

บรรณานุกรม

- ประดิษฐ์ รัตนวิจิตราศิลป์ (2559). Thai textile and fashion and Outlook (ฉบับที่ 19 เมษายน 2559). กรุงเทพฯ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
- WHO WHAT WEAR Fashion Trend Forecast ค้นเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2564.
เข้าถึงได้จาก <https://www.whowhatwear.com/fashion-trend-forecast-2021/slide17>
- จักรกฤษณ์ ศิริรินทร์ Up Upcycle 5.0 ค้นเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2564.
เข้าถึงได้จาก <https://www.salika.co/2019/10/29/upcycle-5-0-era/>
- ศรัณญา อ่าวสมบัติกุล, ธนดิษ ศรียานงค์ Start Up ผ้าสตั๊ดด้วยแพลตฟอร์มที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ค้นเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2564. เข้าถึงได้จาก <https://adaybulletin.com/talk-guest-moreloop/40167>
- WHO WHAT WEAR Handbag Trend 2021 ค้นเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2564.
เข้าถึงได้จาก <https://www.whowhatwear.com/spring-summer-handbag-trends-2021/slide2>
- สถาพร ตีบุญมี ณ ชุมแพ (2550). การศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์ไอเดียนส์โตร์
- WHO WHAT WEAR Handbag Trend 2021 ค้นเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2564.
เข้าถึงได้จาก <https://www.whowhatwear.com/spring-summer-handbag-trends-2021/slide2>



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก
หนังสือราชการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ อว.7004/ 0734

วันที่ 29 มิถุนายน 2564

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมิน

เรียน รศ.ดร.สุวรรณา อินทร์น้อย

ด้วย นางสาวภากรวิทย์ เจริญวงศ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์” โดยมี รศ.ดร.จตุรงค์ เล้าหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมินนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นางสาวภากรวิทย์ เจริญวงศ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบแบบประเมินมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรพงษ์ ไพรินทร์)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ อว.7004/ 0734

วันที่ 29 มิถุนายน 2564

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมิน

เรียน รศ.ดร.สุวรรณา อินทร์น้อย

ด้วย นางสาวภากรวิทย์ เจริญวงศ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์” โดยมี รศ.ดร.จตุรงค์ เล่าหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.ธนศ ภิรมย์การ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมินนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นางสาวภากรวิทย์ เจริญวงศ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบแบบประเมินมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรพงษ์ ไพรินทร์)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ อว.7004/ 0734

วันที่ 29 มิถุนายน 2564

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมิน

เรียน ผศ.ดร. สมชาย เซะวิเศษ

ด้วย นางสาวภารวีย์ เจริญวงศ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์” โดยมี รศ.ดร.จตุรงค์ เลหาหะเพ็ญแสง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.ธเนศ ภิรมย์การ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบประเมินนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นางสาวภารวีย์ เจริญวงศ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบแบบประเมินมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรพงษ์ ไพรินทร์)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติการแทนคณบดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

แบบตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินความเหมาะสม

แบบตรวจสอบความต้องการในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

แบบตรวจสอบความพึงพอใจของผู้บริโภค

แบบตรวจสอบความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินความเหมาะสม
(ความต้องการในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค)

การวิจัยเรื่อง

ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์



วัดสุประสงค์์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

นางสาว ภากรวิทย์ เจริญวงศ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินความเหมาะสมของ
การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์
การหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
(Index of item objective Congruence : IOC)

คำชี้แจง จะให้คะแนนคำถามแต่ละข้อดังนี้ +1 หรือ 0 หรือ -1

+1	คะแนน	แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
0	คะแนน	ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
-1	คะแนน	แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ผู้ประเมินคุณภาพ

.....

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม					
1	เพศ				
2	อายุ				
3	พื้นที่อาศัย (สถานะ และถิ่นฐานที่อยู่ปัจจุบัน)				
4	อาชีพหลักในปัจจุบัน				
5	ระดับรายได้ต่อเดือน				
ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋า					
6	ท่านซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋าด้วยสาเหตุใด				
7	ท่านมีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋าบ่อยเพียงใด				
8	ท่านซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋าราคาเฉลี่ยต่อใบเท่าไร				
9	ปัจจัยสำคัญที่ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋า				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็น ผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
10	ท่านใช้ผลิตภัณฑ์กระเป๋าในโอกาสใด				
11	ผลิตภัณฑ์กระเป๋าโทนสีใดที่ท่านนิยมเลือกใช้				
12	ขนาดผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่ท่านนิยมเลือกใช้				
13	รูปแบบของผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่ท่านเลือกใช้				
14	ท่านนิยมซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากสถานที่ใด				
15	ราคาของผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่ท่านเห็นว่าเหมาะสม				
16	อายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่ท่านเห็นว่ามีความเหมาะสม				
ตอนที่ 3 ทศนคติและรสนิยมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่มีความเป็นเอกลักษณ์					
17	ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่ท่านเลือกซื้อ มีประโยชน์อย่างไรต่อท่าน				
18	ถ้ามีผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Sustainability) เน้นการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์และทันสมัยท่านสนใจหรือไม่				

(ลงชื่อ).....ผู้ประเมิน

(.....)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินความเหมาะสม
(ความพึงพอใจของผู้บริโภค)

การวิจัยเรื่อง

ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

นางสาว ภารวีย์ เจริญวงศ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**แบบตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินความเหมาะสมของ
การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์
การหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
(Index of item objective Congruence : IOC)**

คำชี้แจง จะให้คะแนนคำถามแต่ละข้อดังนี้ +1 หรือ 0 หรือ -1

+1	คะแนน	แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
0	คะแนน	ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
-1	คะแนน	แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ผู้ประเมินคุณภาพ

.....

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1	ด้านหน้าที่ใช้สอย				
	1.1 ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้งานได้จริง				
	1.2 สามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย				
	1.3 เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้งานที่หลากหลาย				
	1.4 สามารถรองรับการใช้งานได้ทุกเพศทุกวัย				
2	ด้านความสะดวกสบายในการใช้งาน				
	2.1 มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค				
	2.1 สามารถใช้งานต่อเนื่อง				
	2.3 ผลิตภัณฑ์ดูแลรักษาง่าย				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็น ผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
3	ด้านความแข็งแรง				
	3.1 วัสดุที่ใช้มีความแข็งแรง				
	3.2 สามารถป้องกันสิ่งที่บรรจุด้านในได้				
	3.3 ทนต่อสภาพแวดล้อมรอบข้างได้				
	3.4 มีความยืดหยุ่นในตัวของชิ้นงาน				
4	ด้านความสวยงามน่าใช้				
	4.1 ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามโดดเด่น				
	4.2 ผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่ทันสมัย				
	4.3 วัสดุที่ใช้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม				
	4.4 มีความประณีตของชิ้นงาน				
5	ด้านการบำรุงรักษาและซ่อมแซม				
	5.1 ผลิตภัณฑ์สามารถทำความสะอาดง่าย				
	5.2 สามารถซ่อมแซมส่วนที่ชำรุดของผลิตภัณฑ์ได้				
6	ด้านราคาเหมาะสม				
	6.1 ราคามีความเหมาะสมกับชิ้นงาน				

(ลงชื่อ).....ผู้ประเมิน

(.....)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินความเหมาะสม
(ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์)

การวิจัยเรื่อง

ศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์
2. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

นางสาว ภากรวิทย์ เจริญวงศ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต

สาขาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินความเหมาะสมของ
การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์
การหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์
(Index of item objective Congruence : IOC)

คำชี้แจง จะให้คะแนนคำถามแต่ละข้อดังนี้ +1 หรือ 0 หรือ -1

+1	คะแนน	แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
0	คะแนน	ไม่แน่ใจว่าข้อความวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
-1	คะแนน	แน่ใจว่าข้อความวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ผู้ประเมินคุณภาพ

.....

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1	ความพึงพอใจในผลงานการออกแบบด้านหน้าลักษณะทางกายภาพของวัสดุ				
	1.1 สะดวกสบายในการใช้งาน				
	1.2 สามารถนำไปใช้งานได้จริง				
	1.3 มีความง่ายต่อการออกแบบ				
	1.4 สามารถใช้งานได้ทุกเพศทุกวัย				
2	ความพึงพอใจในผลงานการออกแบบด้านประโยชน์ใช้สอย				
	2.1 มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค				
	2.1 ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้ต่อเนื่อง				
	2.3 ผลิตภัณฑ์สามารถดูแลรักษาง่าย				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ	รายการพิจารณา	ความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
3	ความพึงพอใจในผลงานการออกแบบ ด้านความสวยงาม				
	3.1 ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามโดดเด่น				
	3.2 ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์				
	3.3 ผสมผสานวัสดุได้อย่างเหมาะสม				
	3.4 มีความประณีตของชิ้นงาน				
4	ความพึงพอใจในผลงานการออกแบบ ด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต				
	4.1 การผลิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน				
	4.2 กรรมวิธีการผลิตเหมาะแก่การใช้งาน				
	4.3 วัสดุที่ใช้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม				
	4.4 ต้นทุนในการผลิตต่ำ				

(ลงชื่อ).....ผู้ประเมิน

(.....)

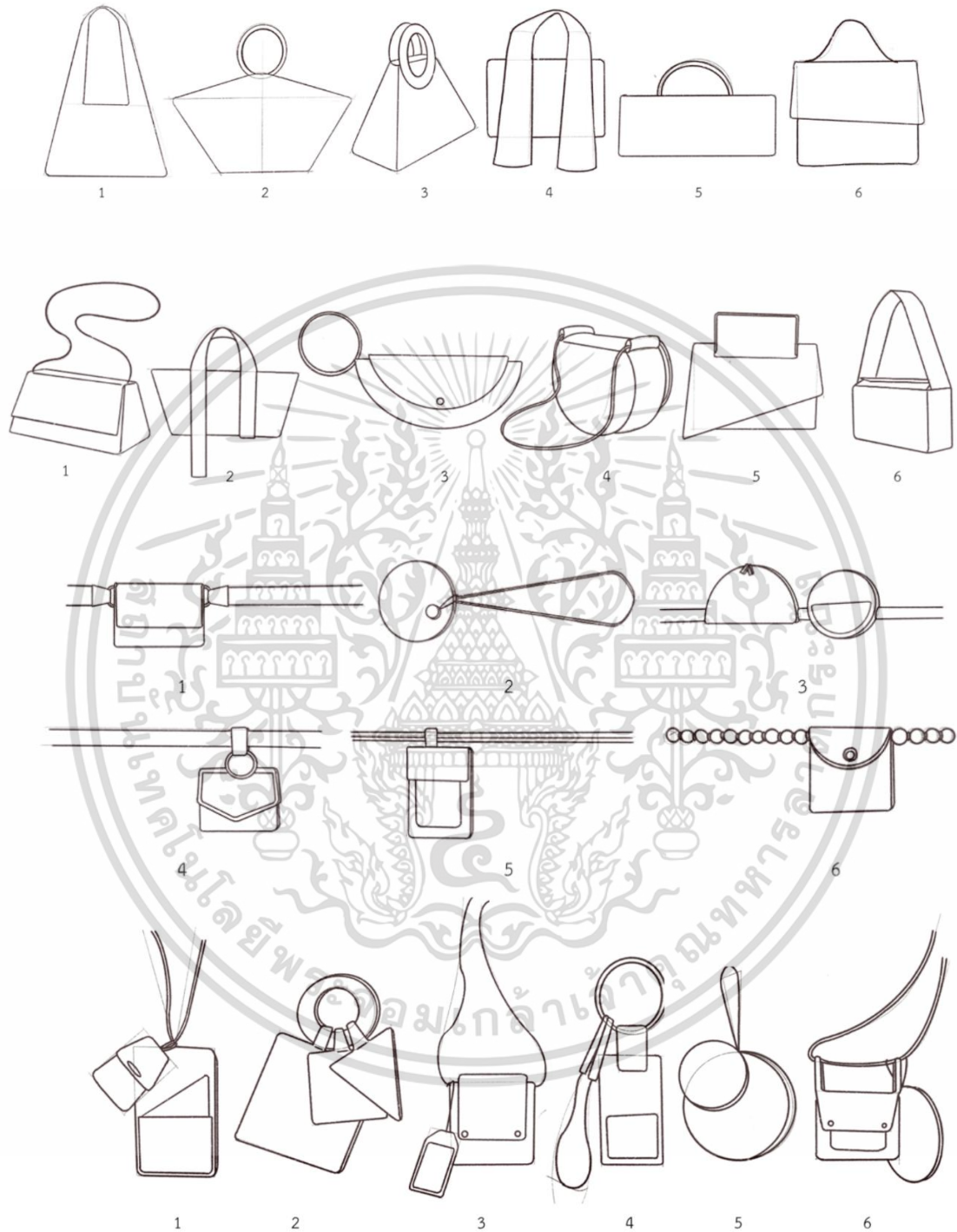
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ค
การเขียนแบบเพื่อการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบร่าง 1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบร่าง 2

ลำดับ	รูปแบบ	คำอธิบาย
1		<p>Set 1</p> <p>กระเป๋าโทนสีเข้ม โดยโทนสีหลักจะเป็นสีโทนร้อนผสมกับสีโทนเย็น และมีการใช้ลูกบิดสีดำ เป็นตัวหลัก ผสมกับเศษผ้าที่นำมาเลือกโทนสีให้มีความเข้ากัน โดยตัวทรงกระเป๋าจะมีการออกแบบให้มีความทันสมัยและสามารถใช้งานในชีวิตประจำวันได้ตลอด</p>
2		<p>Set 2</p> <p>กระเป๋าสานลูกบิดโทนสีพาสเทล (Pastel) มีความอ่อนหวานของการเลือกสีลูกบิดและเศษผ้าที่เลือกมาให้ความเข้ากัน เหมาะกับผู้หญิง (Feminine) โดยรูปทรงที่ใช้ในการออกแบบนั้นสามารถตอบสนองพฤติกรรมการใช้งานต่างๆ ได้</p>
3		<p>Set 3</p> <p>กระเป๋าสานลูกบิดสีโทนเย็น โดยสีที่ใช้เป็นแบบกลุ่มสีธรรมชาติ (Earth Tone) โดยเลือกทั้งเศษผ้าและลูกบิดให้คลุมโทนกัน รวมทั้งรูปทรงกระเป๋าที่ออกแบบนั้นมีความทันสมัยและสามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้เช่นกัน</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง
รูปแบบผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ อว 7004/0556

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง เลขที่ 1 ซอยฉลองกรุง 1
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

31 พฤษภาคม 2564

เรื่อง หนังสือตอบรับเพื่อนำเสนอบทความในการประชุมวิชาการระดับชาติทางการศึกษา ครั้งที่ 11
แบบออนไลน์

เรียน นางสาวกรวิทย์ เจริญวงศ์

ด้วย คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง มีความยินดีเรียนเชิญท่านเพื่อนำเสนอบทความ เรื่อง **“การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า
เพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์”** ในการประชุมวิชาการระดับชาติทางการศึกษา ครั้งที่ 11 แบบออนไลน์ ในหัวข้อ
เรื่อง **“การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง: ก้าวข้ามความท้าทายสู่การเรียนรู้วิถีใหม่** ในวันที่
11 มิถุนายน 2564 ณ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.กิติพงศ์ มะโน)

คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
อีเมล drleth@kmitl.ac.th
โทรศัพท์ 08-6403-9974

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประชุมวิชาการ ระดับชาติทางการศึกษา ครั้งที่ 11 แบบออนไลน์
การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง :ก้าวข้ามความท้าทายสู่การเรียนรู้วิถีใหม่



ประกาศนียบัตรการนำเสนอผลงานวิจัย

การวิจัย เจริญวงศ์ จตุรงค์ เลาะห์เพ็ญแสง และธนศ ภิรมย์การ

นำเสนอบทความเรื่อง

การศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าเพื่อพัฒนาในเชิงพาณิชย์

ณ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วันที่ 11 มิถุนายน พ.ศ.2564

(รองศาสตราจารย์ ดร.ทิตพิงค์ มะโน)

คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

ประธานกรรมการประชุมวิชาการ ระดับชาติทางการศึกษา ครั้งที่ 11 แบบออนไลน์

