

กำหนดอรรถกถา ๙๕ ของสมเด็จ เสด็จพระราช

**โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้านสำหรับห้องนั่งเล่น จากหญ้าแฝกหอม
ของร้านอ้อมส์ บริษัท ฝ่ายซอคำ จำกัด**

**Fabric for Home Decorative for Living Room from Vetivetia zizanioides
for Oomph shop Fai Sor Kam Co.,Ltd.**



ร.พ.
๗๖ ๒๖๙ ค
๒๕๔๙-๒๕๕๐

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 85020
- 4 พ.ย. 2551
วัน,เดือน,ปี.....

b. 11๑๑๕๑๖๘.....
.....

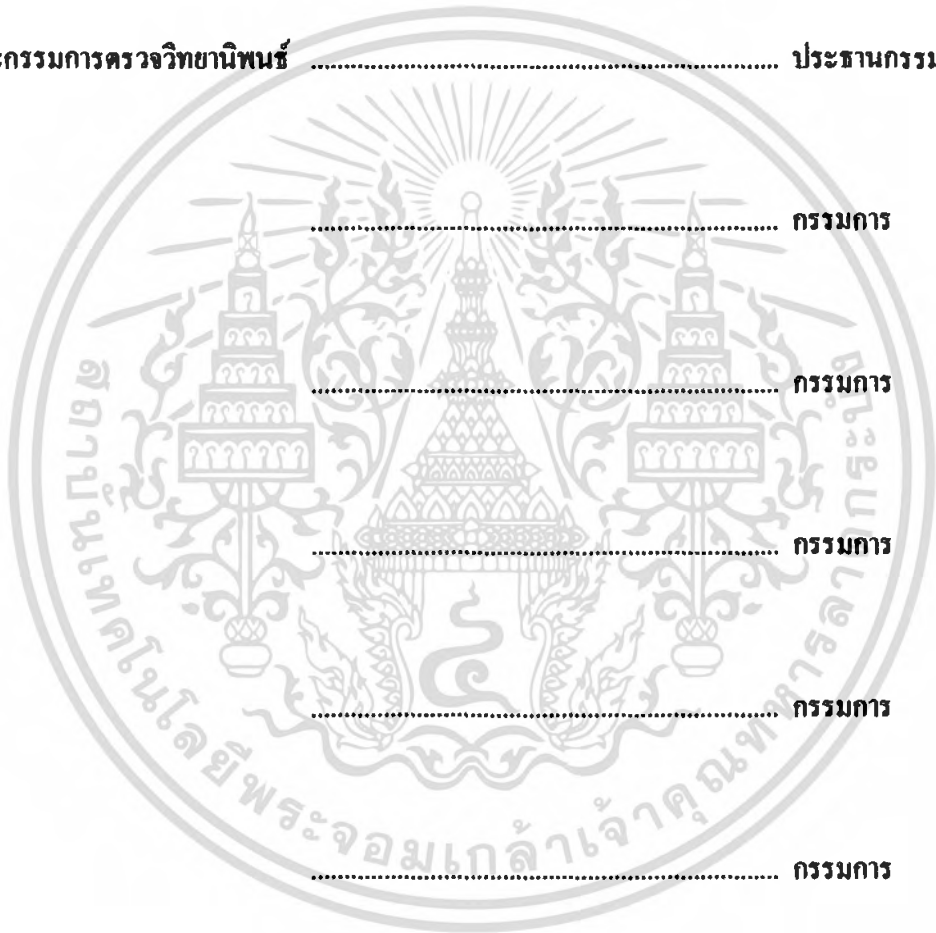
**วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดำเนินการตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต
ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2549-2550**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

.....
กมลปิติ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ ประธานกรรมการ



อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
อาจารย์ (จารุพัชร อาชวะสมิท)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง **โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้านสำหรับห้องนั่งเล่น จากหญ้าแฝกหอมของร้านอู๋มส์ บริษัท ฝ้ายซอคำ จำกัด**
(Fabric for Home Decorative for Living Room from Vetivetia
Zizanioides for Oomph shop Fai Sor Kam Co., Ltd.)

ชื่อนักศึกษา **นางสาวนฤติ ภู่วัคนรักษ์**
ภาควิชา **ศิลปะอุตสาหกรรม**
ปีการศึกษา **2549-2550**

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้ศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกมากกว่าในแง่ของการอนุรักษ์ทรัพยากรดินและน้ำ ซึ่งมีคุณค่าที่ไม่สามารถประเมินราคาเป็นตัวเงินให้เกษตรกรเห็นได้ เพื่อเป็นการสนองแนวพระราชดำริเกี่ยวกับหญ้าแฝกอย่างต่อเนื่อง การนำใบหญ้าแฝกที่ได้จากการตัดทิ้งอยู่เป็นประจำในการดูแลแฉกมาพัฒนาให้เป็นวัสดุที่ใช้ในงานศิลปหัตถกรรมต่างๆ ที่ให้ประโยชน์ใช้สอยมากมาย ด้วยคุณสมบัติของเส้นใยที่มีความเหนียว คงทน อีกทั้งการขึ้นรามีน้อยมากเมื่อเทียบกับเส้นใยอื่น และยังมีความสวยงามหากนำมาขึ้นรูป

ข้าพเจ้าจึงสังเกตเห็นถึงการนำใบหญ้าแฝกมาใช้เป็นวัสดุในการผลิต ผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้านในห้องนั่งเล่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัท ฝ้ายซอคำ จำกัด สำหรับจำหน่ายในร้านอู๋มส์ ซึ่งมีการนำวัสดุธรรมชาติมาใช้งานออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้านในห้องนั่งเล่น ที่เน้นคุณค่าทางศิลปะ และคงรักษาความงามตามธรรมชาติของวัสดุไว้ ผสมผสานภูมิปัญญาไทยและการออกแบบเพื่อการใช้งาน ไว้ด้วยกันอย่างลงตัว มีเอกลักษณ์

ดังนั้นโครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้านสำหรับห้องนั่งเล่น จากหญ้าแฝกหอม ของร้านอู๋มส์ บริษัท ฝ้ายซอคำ จำกัด จึงเป็นทางหนึ่งในการนำเสนอทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภคที่นิยมผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติในปัจจุบัน และเพื่อการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์แต่ละสิ่งทอจากวัสดุธรรมชาติ ช่วยอนุรักษ์สภาพแวดล้อม ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของมนุษย์ที่ดีขึ้น สนับสนุนการประกอบอาชีพ เกษตรกรรม อาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรมของคนไทยในชนบทให้เป็นรูปแบบเชิงธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาให้เป็นอุตสาหกรรมของชาติให้ทัดเทียมอารยประเทศ ก้าวไปสู่รูปแบบความเป็นสากลเพื่อการแข่งขันในตลาดการค้าโลกในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในขั้นสุดท้ายของวิทยานิพนธ์ โครงการนี้ได้กำหนดขอบเขตของการออกแบบผลิตภัณฑ์ไว้ดังนี้

1. ศึกษาคุณสมบัติของวัสดุ วัสดุแผ่น
 2. ศึกษาขนาดสัดส่วนของเครื่องใช้ในห้องนั่งเล่นและอุปกรณ์ที่จะใช้ร่วมกับชุดเคหะสิ่งทอที่จะออกแบบ
 3. ศึกษาและออกแบบทรวดทลายถักสาน ทรวดทลายทอ โทนสีและรูปแบบของผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งห้องนั่งเล่น ให้คงเอกลักษณ์ความงามตามธรรมชาติของวัสดุไว้
 4. ศึกษากรรมวิธีการผลิตในระบบกึ่งอุตสาหกรรม และออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุที่ผลิตขึ้นในประเทศไทย และสามารถควบคุมการผลิตอย่างเป็นระบบในประเทศไทยได้
2. ออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอตกแต่งห้องนั่งเล่นจากหญ้าแฝก รวมทั้งสิ้น 12 ชิ้น ประกอบไปด้วย

- โคมไฟตั้งพื้น จำนวน 1 ชิ้น	ขนาด กxยxส = 60x60x120 ซม.
- กถ้องอนกประสงค์ จำนวน 3 ชิ้น	ขนาด กxยxส = 42x42x14 ซม.
	ขนาด กxยxส = 25x25x42 ซม.
	ขนาด กxยxส = 15x15x22 ซม.
- เบาะรองนั่ง จำนวน 2 ชิ้น	ขนาด กxยxส = 67x147x6 ซม.
	ขนาด กxยxส = 67x67x6 ซม.
- หมอนอิงสามเหลี่ยม จำนวน 1 ชิ้น	ขนาด กxยxส = 25x60x15 ซม.
- หมอนอิง จำนวน 2 ชิ้น	ขนาด กxยxส = 40x40x25 ซม.
	ขนาด กxยxส = 50x50x25 ซม.
- ถาดอนกประสงค์ จำนวน 2 ชิ้น	ขนาด กxยxส = 32x32x7.5 ซม.
	ขนาด กxยxส = 22x22x7.5 ซม.
- กรอบกระจก จำนวน 1 ชิ้น	ขนาด กxยxส = 40x40x7.5 ซม.

โดยผลิตภัณฑ์ทั้ง 12 ชิ้นนี้ไม่จำเป็นต้องใช้งานร่วมกัน แต่ได้รับการออกแบบขึ้นมาเป็นชุดเดียวกัน เพื่อให้สอดคล้องกับแนวนโยบายการสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของแบรนด์ อูมส์ บริษัท ฝ่ายซอค่า จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ข้าพเจ้ามีความตั้งใจ พยายาม และมานะ อุตุน จนสามารถ
ดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ จากบุคคล
หลายๆท่าน ซึ่ง ขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอบคุณ

อาจารย์จารุพัชร อาชวะสมิท อาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยช่วยเหลือให้แนวทาง คำปรึกษาที่คิ
มาตลอดเวลาที่ได้เป็น ศิษย์ กับอาจารย์ อาจารย์สอนให้ข้าพเจ้าได้มองเห็นความสำคัญ ใน
รายละเอียดต่างๆ และการมีที่มาที่ไปในงานออกแบบ

อาจารย์ผ่องศรี รอดโพธิ์ทอง ครูผู้มีเมตตาให้ความกรุณากับลูกศิษย์ทุกคน ในยามที่
ข้าพเจ้าขาดเหลือ อาจารย์จะมีรอยยิ้ม และคำปรึกษาให้เสมอ และเป็นผู้แนะแนวทางการเขียน
หัวข้อวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

อาจารย์ ปาณสาร สุขสงวน, อาจารย์จุลิศร วัชรนันท์ อาจารย์ช้าง และอาจารย์ คร.อุไร
วรรณ ปิตินฉิยากุล คนสวย ที่คอยพูดให้กำลังใจ และสอนให้รู้จัก ถึงความงามของงานออกแบบ
สิ่งทอ

อาจารย์ คร.อุไรวรรณ ปิตินฉิยากุล คนสวย, อาจารย์พีบอล ที่สอนให้ข้าพเจ้าได้มี
กระบวนการออกแบบที่ดี และ port folio ชิ้นงาม

อาจารย์วินัย อุดมทรัพย์, ที่อบรมสั่งสอน ให้คำชี้แนะ และความอบอุ่นมาโดยตลอด และ
ขอเป็นกำลังใจให้ อาจารย์หายป่วย มีสุขภาพที่แข็งแรงโดยเร็ว

คุณครูเพทาย ภูญเนตร ผู้สอนช่างทอพรหม สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและ
หัตถกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ให้ข้อมูล ความรู้ ความช่วยเหลืออย่างมากมาย จนสามารถ
ดำเนินงานได้สำเร็จลุล่วง และได้ค้นแบบที่สำเร็จสวยงาม จึงขออนุญาติยกย่องให้เป็นครู

คุณครูเต็ง สอนศรี . ผู้สอนช่างทอพรหม สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัวและ
หัตถกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ให้ความรู้ และกรุณาเป็นผู้การทำค้นแบบ ปลุกปั้นจนได้
ค้นแบบที่สำเร็จสวยงาม จึงขออนุญาติยกย่องให้เป็นครู

คุณป้านาง จันทะมาน . หัวหน้ากลุ่มแม่บ้านเจริญรัตน์ 5 ฝ่ายสายทอมือ ที่ให้ความรู้ และ
กรุณาเป็นผู้สนับสนุน ในการทำค้นแบบ ปลุกปั้นจนได้ค้นแบบที่สำเร็จสวยงาม

คุณป้าเนย, ป้าเนียง, น้ำทองศรี ที่ให้ความรู้ และกรุณาเป็นผู้ทำค้นแบบ ปลุกปั้นจนได้
ค้นแบบที่สำเร็จสวยงาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณวิรัตน์ พรเจริญโรจน์ . เจ้าของและผู้จัดการบริษัทฝ้ายซอคำ จำกัด ที่ให้ข้อมูลและสนับสนุนการทำงานเป็นอย่างดี

พี่เอก, พี่ป๊าก ดีไซน์เนอร์บริษัทฝ้ายซอคำ จำกัด ที่ให้ข้อมูลสนับสนุนการทำงานเป็นอย่างดี คุณแม่ลำควน . หัวหน้ากลุ่มสตรีสหกรณ์นิคมบ้านก้อขาว ที่พาไปเที่ยวเชิงรอย ให้ความรู้และวัสดุในการทำต้นแบบ

พี่แค้น (นายอภิรัฐ บุญเรืองถาวร) ขอบคุณมากที่อุดหนุนสำหรับทริปที่เชิงรอย และความสนุกสนานตลอดเวลาในการทำที่ติส ขอบคุณที่คอยให้กำลังใจ ให้คำแนะนำ และความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ทุกอย่าง มาโดยตลอดเวลาที่รู้จักกัน

เบียร์ค (นายอภิรัฐ บุญเรืองถาวร) ขอบคุณมากที่ให้ความรัก ความจริงใจ ความเพื่อนที่ดี ที่สุด และความช่วยเหลือในทุกๆอย่างจนทำให้มีวันนี้

แก้ว (จิตาวิรัตน์ อภิรักษ์มนตรี) เพื่อนที่น่ารัก คอยให้คำแนะนำ และความช่วยเหลือทุกอย่าง

ที่นิชรี่ นางฟ้าที่มาช่วยเหลือทำให้มีต้นแบบส่งทันเวลา ขอบคุณมากๆ

น้องพิช ขอบคุณมากๆ สำหรับความเป็นห่วง ความช่วยเหลือทุกอย่าง และขนมโมจิ

น้องฮั่ว ขอบคุณมากๆ ที่มาช่วยเหลือทำให้มีต้นแบบส่งทันเวลา

นั้ง (พรพินน แผ่แพทย์กุล), แอ๊ะ(เบญจรัตน์ สุขโค) เพื่อนที่น่ารักคอยช่วยเหลือ ช่วย

แก้ปัญหา และกระตุ้นเตือนการทำงาน

คุณพ่อ คุณแม่ ปุ๊ยและอุ๊ย ที่ดูแล ให้ทั้งความรักและกำลังใจ กำลังทรัพย์ ค่าปริษามาโดย

ตลอด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนำ

โครงการปลูกหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการรณรงค์ส่งเสริมและขยายผลให้ประชาชนปลูกหญ้าแฝกเพื่อปรับปรุงรักษาหน้าดิน มีแนวโน้มว่าในประเทศไทยจะมีการปลูกหญ้าแฝกให้เป็นพืชคลุมดินไปทั่วทุกพื้นที่เกษตรกรรม

แต่การปลูกหญ้าแฝกเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรดินและน้ำในลักษณะต่างๆนั้นเป็นการใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกในแง่ของการอนุรักษ์ ซึ่งมีคุณค่าที่ไม่สามารถประเมินราคาเป็นตัวเลขให้เกษตรกรเห็นได้ จึงเป็นสาเหตุให้เกษตรกรบางส่วนยังไม่ยอมรับหญ้าแฝก นักวิชาการที่เกี่ยวข้องทั้งหลาย พยายามส่งเสริมให้เกษตรกรได้เห็นประโยชน์และยอมรับในการปลูกหญ้าแฝกเพื่อลดการสูญเสียน้ำดินและน้ำให้กว้างขวาง โดยการโน้มน้าวและเหนี่ยวนำให้เกษตรกรเห็นความสำคัญด้านอื่นๆ ว่าแท้ที่จริงแล้วใบและรากของหญ้าแฝกนั้นสามารถใช้เป็นประโยชน์อย่างอื่นได้อีก โดยเฉพาะส่วนของใบซึ่งต้องตัดออกอยู่เป็นประจำทุกๆ 60 วันในการดูแลแถวแฝก ด้วยความแข็งแรงและคงทนของเส้นใยหญ้าแฝก โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้มีการทดลองนำใบหญ้าแฝกมาใช้ทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเมื่อนำมาเทียบเคียงกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผักตบชวาแล้วเห็นว่า มีคุณภาพดี เพราะเส้นใยหญ้าแฝกมีความเหนียว แข็งแรง ไม่ฉีกง่ายเมื่อเทียบกับผักตบชวาปลูกและหาได้ง่ายในท้องถิ่น จึงราคาถูกกว่ามากเมื่อนำมาดัดสานขึ้นรูปก็มีสวยงามไม่แพ้กัน

ข้าพเจ้าจึงเห็นถึงการนำใบหญ้าแฝกมาใช้เป็นวัสดุในการผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งห้องนั่งเล่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการผลิตผลิตภัณฑ์ของบริษัท ฝ่ายซอค่า จำกัด สำหรับจำหน่ายในร้านฮูมส์ ซึ่งมีการนำวัสดุธรรมชาติมาใช้ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งห้องนั่งเล่น ที่เน้นคุณค่าทางศิลปะความงามตามธรรมชาติและเรื่องราวของวัสดุ ผสมผสานภูมิปัญญาไทยและการออกแบบเพื่อการใช้งานไว้ด้วยกันอย่างลงตัว มีเอกลักษณ์โดดเด่น ดังนั้นโครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้านสำหรับห้องนั่งเล่น จากหญ้าแฝกหอม ของร้านฮูมส์ บริษัท ฝ่ายซอค่า จำกัด จึงเป็นทางหนึ่งในการนำเสนอทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภคที่นิยมผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติในปัจจุบัน และเพื่อการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอจากวัสดุธรรมชาติ ช่วยอนุรักษ์สภาพแวดล้อม ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของมนุษย์ที่ดีขึ้น สนับสนุนการประกอบอาชีพ เกษตรกรรม อาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรมของคนไทยในชนบทให้เป็นรูปแบบเชิงธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาให้เป็นอุตสาหกรรมของชาติให้ทัดเทียมอารยประเทศ ก้าวไปสู่รูปแบบความเป็นสากลเพื่อการแข่งขันในตลาดการค้าโลกในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
อนุมติผล	ค
คำนำ	ง
รายการตารางประกอบ	จ
รายการภาพประกอบ	ฉ
บทที่	
1. บทนำ (การเสนอหัวข้อวิทยานิพนธ์)	
ความเป็นมา	1
ความสำคัญของวิทยานิพนธ์	2
ข้อมูลเบื้องต้นในการออกแบบ	3
1.1 วัตถุประสงค์	
1.2 นโยบาย	
1.3 รูปแบบลักษณะการนำไปใช้จัดพื้นที่ภายในห้องนั่งเล่น	
1.4 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ใกล้เคียง	
วัตถุประสงค์	8
ปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไข	9
ความเป็นไปได้ของโครงการ	12
ขอบเขตของโครงการวิทยานิพนธ์	15
แนวทางในการศึกษาวิจัย	17
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	19
คำนิยามต่างๆ	20
อ้างอิง	21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่

2.	การค้นคว้า วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล	22
2.1	ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ Oomph บริษัท ฝ่ายซอคำ จำกัด	23
2.1.1	ประวัติความเป็นมาและจุดมุ่งหมาย	24
2.1.2	นโยบาย และการตลาด	25
2.1.3	สถานที่ตั้ง บรรยากาศและรูปแบบในการจัดตกแต่ง	27
2.1.4	รูปแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากผ้าฝ้ายที่มีอยู่ในปัจจุบัน	28
2.1.5	วัสดุ กรรมวิธีการผลิตและการตกแต่งผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	30
2.1.6	แนวโน้มรูปแบบผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอของแบรนด์ Oomph ปี 2007	31
2.1.7	วิเคราะห์สรุปวัตถุประสงค์การออกแบบและแนวโน้มรูปแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ใน โครงการ ให้เหมาะสมกับแบรนด์ Oomph ในปี 2007	32
2.1.8	ระดับราคา	33
2.2	ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตกแต่งห้องนั่งเล่น	36
2.2.1	ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับห้องนั่งเล่น	37
2.2.2	รูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์สิ่งทอภายในห้องนั่งเล่น	39
2.2.3	วิเคราะห์และสรุปขนาดพื้นที่และรูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์สิ่งทอภายในห้องนั่งเล่น	42
2.3	ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงในโครงการ	44
2.3.1	หมอนอิง	45
2.3.2	เบาะรองนั่ง	53
2.3.3	พู่ตอง	59
2.3.4	กรอบรูป	62
2.4	ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสนอแนะในโครงการ	66
2.4.1	โคมไฟตั้งพื้น	67
2.4.2	กล่องอเนกประสงค์	71
2.4.3	ถาดอเนกประสงค์	72
2.5	ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์	73
2.5.1	ประเภทของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์	74
2.5.2	รสนิยมของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มเป้าหมาย	77
2.5.3	พฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน	78
2.5.4	พฤติกรรมการใช้งานผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน	79

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.5	ความสัมพันธ์ทางกายวิภาคที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานของผลิตภัณฑ์	80
2.5.6	วิเคราะห์ และสรุปพฤติกรรมของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มเป้าหมาย	84
2.6	ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุหญาแฝก	87
2.6.1	ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับหญาแฝก	88
2.6.2	การเสริมความแข็งแรงให้กับเส้นใยหญาแฝก	91
2.6.3	กรรมวิธีการเตรียมหญาแฝกก่อนทำผลิตภัณฑ์	93
2.5.4	กรรมวิธีการฟอกขาว และการย้อมสีหญาแฝก	95
2.6.5	ขอบเขตจำกัดต่อการนำหญาแฝกมาใช้ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	100
2.6.5	การใช้ประโยชน์จากหญาแฝกในด้านศิลปหัตถกรรม	101
2.7	ข้อมูลเกี่ยวกับการทอ และการถักสาน	102
2.7.1	ลายสานพื้นฐานที่เหมาะสมสำหรับใยหญาแฝกที่ที่ค่อนข้างอยู่ตัวและแข็ง	103
2.7.2	ลายสานพื้นฐานที่เหมาะสมสำหรับใยหญาแฝกที่อ่อนนุ่ม	105
2.7.3	การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์	110
2.7.4	สรุปเลือกวิธีการการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์จากใยหญาแฝก	112
2.8	ข้อมูลเกี่ยวกับสีของผลิตภัณฑ์	116
2.8.1	สีของผลิตภัณฑ์	117
2.8.2	จิตวิทยาของสี	118
2.8.3	ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สีกับการออกแบบ	120
2.8.4	เทคนิคการใช้สีกับวัสดุหญาแฝก	122
2.8.5	แนวโน้มสีต้นเพื่อการตกแต่งสำหรับปี 2007	123
บทที่		
3.	การพัฒนาการออกแบบ	124
3.1	แบบร่างการพัฒนาการออกแบบ และการทำต้นแบบ	
3.1.1	สรุปผลข้อมูลเพื่อการออกแบบ	125
3.1.2	การพัฒนาแนวความคิด และการออกแบบ	127
3.1.3	การทดลองการทอ และการสาน	133
3.2	ผลงานในขั้นแบบร่าง	135
3.3	สรุปผลการออกแบบ	140

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่

- 4. การนำเสนอ ผลงานการออกแบบขั้นสุดท้าย**
- 4.1 แผ่นเสนองาน และแบบแสดงรายละเอียด 143
- 4.2 ผลงานผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 153

บทที่

- 5. บทสรุป**
- 5.1 สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของนักศึกษา 154
- 5.2 สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ 154

ภาคผนวก

ประวัติการศึกษา

บรรณานุกรม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการตารางประกอบ

ตารางที่	หน้า
1. ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างของหญ้าแฝกหอมและหญ้าแฝกคอน	4
2. ตารางวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับราคาในเชิงจิตวิทยาที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในโครงการ	34
3. แสดงสรุปรูปแบบการจัดวางเฟอร์นิเจอร์กับพื้นที่ขนาดต่างๆ ตามที่หักของกลุ่มผู้บริโภค	40
4. วิเคราะห์วัสดุที่ใช้ใช้ได้หมอนอิง	50
5. แสดงการวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ทำได้ในเบาะ	56
6. แสดงการวิเคราะห์วิธีได้ - ถอดเพื่อทำความเข้าใจความสะอาดปลอดภัย	58
7. ความส่องสว่างในพื้นที่ใช้งานต่างๆในบ้านอยู่อาศัย	67
8. ลักษณะการส่องแสงของโคมไฟ	68
9. ตารางแสดงมิติส่วนต่างๆ ของร่างกายคนไทย ชายและหญิง อายุ 17 – 49 ปี	81
10. ตารางแสดงมิติส่วนต่างๆ ของร่างกายคนไทย ชายและหญิง อายุ 17 – 49 ปี	82
11. ตารางแสดงการวิเคราะห์เลือกกลุ่มผู้บริโภคในโครงการ	84
12. ตารางเปรียบเทียบลักษณะที่แตกต่างของหญ้าแฝกหอมและหญ้าแฝกคอน	89
13. หญ้าแฝกสายพันธุ์ในประเทศไทย (ตามทะเบียนของกรมพัฒนาที่ดิน)	89
1.4. ตารางแสดงการฟอกขาวด้วย H_2O_2 (Hydrogen Peroxide)	95
15. ตารางแสดงการผสมสีย้อมเส้นใย	95
16. แสดงการย้อมสีเส้นใย	97
17. ตารางแสดงสีจากธรรมชาติ ที่ได้จากส่วนต่างๆ ของพืชแต่ละชนิด	99
18. ตารางแสดงการเปรียบเทียบขอบเขตจำกัดของการถนอมเส้นพลาสติก	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1. ภาพตัวอย่างลักษณะของหมอนแฝก	3
2. ภาพตัวอย่างการตัดหมอนแฝกที่โตเต็มที่ออก	3
3. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ทำจากหมอนแฝก	5
4. ภาพลักษณะของแบรนด์ ผ้ายซอคำ	6
5. ภาพตัวอย่างร้าน Oomph ที่ชั้น 4 ของห้างสรรพสินค้า Siam Paragon	6
6. ภาพตัวอย่างห้องนั่งเล่นที่บ่งบอกรูปแบบความเป็นตะวันออก	7
7. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ใกล้เคียง	7
8. คราสัญลักษณ์ของแบรนด์ Oomph	23
9. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ต่อร้าน	26
10. ภาพร้าน Oomph ที่บริเวณชั้น 4 ห้างสรรพสินค้า Siam Paragon	27
11. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าฝ้ายในกลุ่ม Accessories	28
12. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าฝ้ายในกลุ่ม Home textile product Bedding	28
13. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าฝ้ายในกลุ่ม Home spa Products	29
14. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าฝ้ายในกลุ่ม Decorative items	29
15. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าฝ้ายในกลุ่ม Home textile product Dining room	29
16. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าฝ้ายในกลุ่ม Home textile product Living room	30
17. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์สิ่งทอของแบรนด์ Oomph ในปัจจุบัน	30
18. แนวโน้มผลิตภัณฑ์ใหม่ ของแบรนด์ Oomph ปี 2007	31
19. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์งานทอจากหมอนแฝกและผ้ายโคยเรียงลำดับจากซ้ายไปขวา	33
20. ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์งานปักสานจากหมอนแฝกและหวายโคยเรียงลำดับจากซ้ายไปขวา	33
21. แผนภูมิเส้นแสดงการวางตำแหน่งของ ราคาผลิตภัณฑ์ใหม่ในโครงการ ประเภทงานทอ	34
22. แผนภูมิเส้นแสดงการวางตำแหน่งของ ราคาผลิตภัณฑ์ใหม่ในโครงการ ประเภทงานสาน	34
23. แผนภูมิเส้นแสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์งานทอจาก หมอนแฝกในโครงการใหม่ ต่อผลิตภัณฑ์เดิมของแบรนด์	34
24. แผนภูมิเส้นแสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์งานปักสานจาก หมอนแฝกในโครงการใหม่ ต่อผลิตภัณฑ์เดิมของแบรนด์	35
25. บรรยากาศของห้องนั่งเล่น	37

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการภาพประกอบ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
26. บรรยากาศของห้องนั่งเล่นรูปแบบต่างๆ	38
27. สัญลักษณ์เฟอร์นิเจอร์ในโครงการประเภทต่างๆ	39
28. การจัดวางผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน แบบลอยตัว ในห้องนั่งเล่น	42
29. รูปแบบต่างๆของหมอนอิง	45
30. หมอนขอบแบน	45
31. หมอนขอบแบนแบบมีระบาย	46
32. ปลอกหมอนแบบแฉับ	46
33. หมอนปีก	46
34. หมอนแบบมีอก-ปีกซ์	46
35. หมอนแบบมุมปล่อย	47
36. หมอนหนุนจีบสี่เหลี่ยม	47
37. หมอนแบบมุมผูก	47
38. หมอนชั้นเบสท์	47
39. หมอนพีฟ	48
40. หมอนยาวทรงกลมและทรงสี่เหลี่ยมแต่งขอบด้วยกิ้น	48
41. หมอนยาวทรงกลมแบบแต่งขอบด้วยกิ้น	48
42. หมอนยาวทรงกลมชนิดมีเชือกผูกปลาย	48
43. รูปแบบของหมอนอิงในสมัยไทยล้านนา	48
44. รูปแบบเบาะรองนั่งที่ไม่มีส่วนพิงหลัง	53
45. รูปแบบเบาะรองนั่งที่มีส่วนพิงหลัง	53
46. แสดงพื้นที่ที่คนใช้ในการนั่งบนเบาะรองนั่ง	55
47. แสดงการใช้งานของเบาะรองนั่ง	58
48. ภาพตัวอย่างชุดเบาะไม่มีปลอก	59
49. ภาพแสดงการคิดไซ้	64
50. ภาพแสดงการใช้ห่วงแขวน	64
51. ภาพแสดงการใช้แผ่นแขวนภาพ	64
52. ภาพแสดงการแขวนสำหรับงานหนัก	64
53. ภาพแสดงการใช้ลวดขึงผ้า	64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการภาพประกอบ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
54. ภาพแสดงการทากาว	64
55. ภาพอุปกรณ์ยึดติดหลังกรอบรูปแบบต่างๆ	65
55 โคมไฟตั้งพื้นจากวัสดุธรรมชาติแบบต่างๆ	67
56. กล้องอเนกประสงค์จากวัสดุธรรมชาติแบบต่างๆ	71
57. กล้องอเนกประสงค์จากวัสดุธรรมชาติแบบต่างๆ	72
58. รูปแบบการตกแต่งบ้าน	74
59. รูปแบบการตกแต่งบ้าน	77
60. รูปพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	78
61. ขนาดช่วงระยะต่างๆ ของร่างกายมนุษย์	81
62. ภาพลักษณะของรากหญ้าแฝก และ แนวรั้วหญ้าแฝก	87
63. ภาพตัดขวาง ใบหญ้าแฝก	88
64. ภาพลักษณะของสายดักसानเปีย	91
65. ภาพส่วนผสม ดิซอม + เกลือ	97
66. ภาพการข้อมติเส้นใยหญ้าแฝก	98
67. ภาพใบหญ้าแฝกที่ข้อมติ	98
68. ภาพผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝกที่ข้อมติ	101
69. ตัวอย่างกรรมวิธีการทอ	112
70. ตัวอย่างวัสดุ เชือกปอ และ หญ้าแฝกข้อมติ	112
71. ตัวอย่างกรรมวิธีการดักसान	113
72. ตัวอย่างเปียแบบแบน	114
73. ตัวอย่างเปียแบบกลม	115
74. ภาพตัวอย่างเลขฐานต่างๆ	115
75. แสดงวงจรตี	118
76. แสดงแนวโน้มของสีของผลิตภัณฑ์ในปี ค.ศ. 2007	123

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมา

การปลูกหญ้าแฝกเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรดินและน้ำเป็น หนึ่งในโครงการอันเนื่องมาจากแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยการรวมใจของหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนคนไทยทั่วประเทศ ได้มีการดำเนินงานโครงการปลูกหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการรณรงค์ส่งเสริมและขยายผลให้ประชาชนปลูกหญ้าแฝกเพื่อปรับปรุงรักษาหน้าดินในพื้นที่ลาดชันรอบแหล่งน้ำ บ่อน้ำ สองข้างทางลำเลียง ถนน รวมทั้งพื้นที่เกษตรกรรม โดยมีการบำรุงดูแลรักษาหญ้าแฝกที่ปลูกอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงมีแนวโน้มว่าในประเทศไทยจะมีการปลูกหญ้าแฝกให้เป็นพืชคลุมดินไปทั่วทุกพื้นที่เกษตรกรรม แต่การปลูกหญ้าแฝกเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรดินและน้ำในลักษณะต่าง ๆ นั้นเป็นการใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกในแง่ของการอนุรักษ์ ซึ่งมีคุณค่าที่ไม่สามารถประเมินราคาเป็นตัวเลขเงินให้เกษตรกรเห็นได้ จึงเป็นสาเหตุให้เกษตรกรบางส่วนยังไม่ยอมรับหญ้าแฝก แต่แท้ที่จริงแล้วใบและรากของหญ้าแฝกนั้นสามารถใช้เป็นประโยชน์อย่างอื่นได้อีก โดยเฉพาะส่วนของใบซึ่งต้องตัดออกอยู่เป็นประจำทุกๆ 60 วันในการดูแลแถวแฝก ด้วยความแข็งแรงและคงทนของเส้นใยหญ้าแฝก โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้มีการทดลองนำใบหญ้าแฝกมาใช้ทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเมื่อนำมาเทียบเคียงกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝักคอบขวาแล้วเห็นว่า มีคุณภาพดี เพราะเส้นใยหญ้าแฝกมีความเหนียว แข็งแรง ไม่ขึ้นราง่าย เมื่อเทียบกับฝักคอบขวาปลูกและหาได้ง่ายในท้องถิ่น จึงราคาถูกกว่ามากเมื่อนำมาถักสานขึ้นรูปก็มีสวยงามไม่แพ้กัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญของวิทยานิพนธ์

ร้าน Oomph ตั้งอยู่ที่ชั้น 4 ของห้างสรรพสินค้า Siam Paragon จำหน่ายผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอและรูปเทียนหอม เป็นแบรนด์ใหม่ที่เพิ่งเปิดตัวของบริษัท ฝ่ายซอค่า จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอและรูปเทียนหอม มีแนวนโยบายที่จะขยายสายการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอตกแต่งห้องนั่งเล่นให้เพิ่มมากขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ของร้าน Oomph นั้นยังรักษามาตรฐานเอกลักษณ์ร่วมของบริษัทฝ่ายซอค่าไว้และยังคงแนวความคิดหลักของบริษัทที่ว่า การหยิบเอาภูมิปัญญาของไทยดึงออกมาพร้อมกับวัตถุดิบที่มีอยู่ มาสร้างสรรค์เป็นผลงานให้เป็นที่ยอมรับได้ในตลาดสากล โดยผลิตภัณฑ์ของร้าน Oomph จะมีรูปแบบสีสันทันสมัยเป็นแพชั่นมากกว่าผลิตภัณฑ์ของร้านฝ่ายซอค่า และด้วยความนิยมในผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอจากเส้นใยธรรมชาติที่มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีความต้องการของผู้บริโภคที่นิยมความสุนทรีย์ภาพ, ความเป็นธรรมชาติ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศค่อนข้างสูง และมีแนวโน้มว่าจะมีผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้นที่หันมาให้ความสนใจซื้อหาผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอจากวัสดุธรรมชาติมาใช้ตกแต่งเป็นหน้าเป็นตาให้กับเจ้าของบ้าน ทั้งยังช่วยสร้างบรรยากาศและให้ความรู้สึกเป็นมิตรกับผู้ใช้ ให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย จากกลิ่นอายของความเป็นธรรมชาติที่มีในตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี เพราะฉะนั้นจึงมีความเป็นเหตุเป็นผลกันที่จะนำไปพัฒนาให้เป็นที่รู้จักในการผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน สำหรับห้องนั่งเล่น เพื่อการจำหน่ายในร้าน Oomph ภายใต้การผลิตของบริษัท ฝ่ายซอค่า จำกัด เป็นทางหนึ่งในการนำเสนอทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภคที่นิยมผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติในปัจจุบันและในอนาคต อีกทั้งเพื่อการรณรงค์และสนับสนุนให้เกษตรกรปลูกหญ้าแฝกเพิ่มมากขึ้น ครอบคลุมต่อโครงการปลูกหญ้าแฝกตามแนวพระราชดำรินิพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ช่วยอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่ามากที่สุด ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของมนุษย์ที่ดีขึ้น สนับสนุนการประกอบอาชีพเกษตรกรรมอาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรมของคนไทยในชนบทให้เป็นรูปแบบเชิงธุรกิจอย่างค่องเนื่องและสามารถพัฒนาให้เป็นอุตสาหกรรมของชาติที่คึกคักเทียบอารยประเทศ ก้าวไปสู่รูปแบบความเป็นสากลเพื่อการแข่งขันในตลาดการค้าโลกได้ในอนาคต

ข้อมูลเบื้องต้นในการออกแบบ

1. วัสดุ

หญ้าแฝก เป็นพืชตระกูลหญ้าเช่นเดียวกับ ข้าวโพด ข้าวฟ่าง อ้อย และตะไคร้ พบกระจายทั่วไปหลาย ๆ พื้นที่ ที่พบในประเทศไทยจำแนกออกได้ 2 ชนิดได้แก่ หญ้าแฝกหอม และหญ้าแฝกคอง ในธรรมชาติพบว่าแฝกทั้งสองชนิดนี้มีการกระจายตัวได้ดีในสภาพพื้นที่ทั้งที่ลุ่ม และที่ดอน ในดินสภาพต่างๆ



ภาพที่ 1 ภาพตัวอย่างลักษณะของหญ้าแฝก

ในการปลูกหญ้าแฝก จะต้องมีการบำรุงดูแลรักษา โดยตัดส่วนของใบที่โตเต็มที่ออกทุกๆ 60 วัน เพื่อการดูแลหญ้าแฝก อีกทั้งยังมีการปลูกซ่อมแซมทดแทนหญ้าแฝกส่วนที่ตายไป ใบส่วนที่ตัดออกมาแล้วสามารถนำมาใช้ในงานศิลปหัตถกรรมต่างๆ ได้



ภาพที่ 2 ภาพตัวอย่างการตัดหญ้าแฝกที่โตเต็มที่ออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างของหญ้าแฝกหอมและหญ้าแฝกคอน

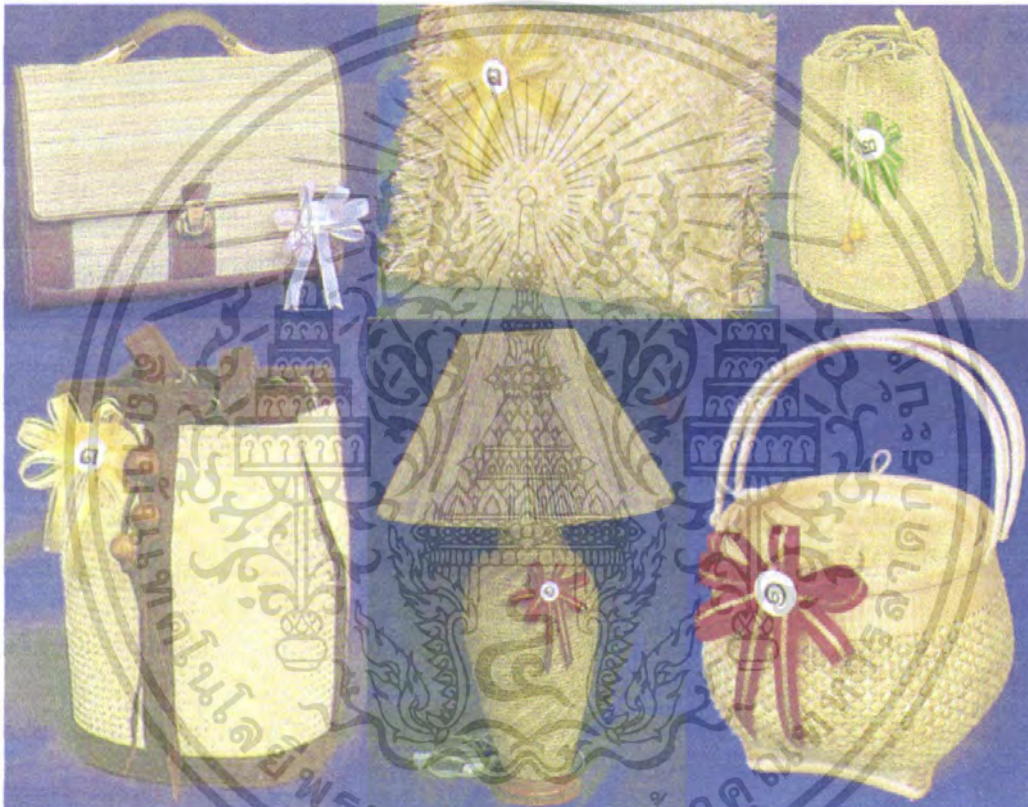
หญ้าแฝกหอม (<i>Vetiveria Zizanioides</i> Nash)	หญ้าแฝกคอน (<i>Vetiveria Nemoralis</i> A. Camas)
<p>ถิ่นกำเนิด -คอนกลางทวีปเอเชีย สันนิษฐานว่าอยู่ในประเทศอินเดีย -มีการนำไปปลูกขยายพันธุ์ทั่วไป</p> <p>พันธุ์ กำแพงเพชร 2 , เชียงราย , สงขลา 1 , สงขลา 2 , สงขลา 3 , สุราษฎร์ธานี , ครึ่ง 1 , ครึ่ง 2 , ศรีลังกา , เชียงใหม่ , แม่ฮ่องสอน (รวม 11 พันธุ์)</p> <p>ลักษณะกอ -เป็นพุ่ม ใบยาวตั้งตรงขึ้นสูง -สูงประมาณ 150-200 ซม. -แตกตะเกียงและแตกแขนงลำต้น</p> <p>ใบ -ยาว 45-100 ซม. กว้าง 0.6-1.2 ซม. -สีเขียวเข้ม หลังใบโค้ง -เนื้อใบเหนียว มีไขเคลือบมาก</p> <p>ช่อดอกและดอก -ช่อดอกสูง 150-200 ซม. -สีอมม่วง -ดอกย่อยไม่มีระยางค์แข็ง</p> <p>เมล็ด ขนาดโตกว่า</p> <p>ราก -กลิ่นหอมเย็น -หยั่งลึก 100-300 ซม.</p> <p>การใช้ประโยชน์ -รากใช้ทำน้ำมันหอม สบู่ เครื่องประดับ กระเป๋า หักไม้แขวนเสื้อ สมุนไพรและเป็นยากันแมลงในตู้เสื้อผ้า</p>	<p>ถิ่นกำเนิด -เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศไทย ลาว เขมร และเวียดนาม -กระจายพันธุ์อยู่ในสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ไม่มีการนำไปปลูกขยายพันธุ์</p> <p>พันธุ์ อุตรธานี 1 , อุตรธานี 2 , นครพนม 1 , นครพนม 2 , ร้อยเอ็ด , ชัยภูมิ , เลย , สระบุรี 1 , สระบุรี 2 , ห้วยขาแข้ง , กาญจนบุรี , นครสวรรค์ , ราชบุรี , ประจวบคีรีขันธ์ , จันทบุรี , พิษณุโลก , กำแพงเพชร</p> <p>ลักษณะกอ -เป็นพุ่ม ใบยาวปลายจะโค้งลงคล้ายกอดะไคร้ -สูงประมาณ 100-150 ซม. -ไม่มีการแตกตะเกียงและแขนงลำต้น</p> <p>ใบ -ยาว 35-80 ซม. กว้าง 0.4-0.8 ซม. -สีเขียวจัด หลังใบพับเป็นสันแข็งสามเหลี่ยม -เนื้อใบหยาบ มีไขเคลือบน้อย</p> <p>ช่อดอกและดอก -ช่อดอกสูง 100-150 ซม. -தாகสีตั้งแต่ ขาวครีม ม่วง -ดอกมีระยางค์แข็ง</p> <p>เมล็ด ขนาดเล็กกว่า</p> <p>ราก -ไม่มีความหอม -หยั่งลึก 80-100 ซม.</p> <p>การใช้ประโยชน์ -ปัจจุบันเมืองไทยใช้ใบมาทำวัสดุบุหลังคา แต่ไม่เป็นที่นิยม</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คันและใบ

-เชื้อเพลิง อาหารสัตว์ ปุ๋ยหมัก-วัสดุถุงหลังคา ทำหลังคา ทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประเภทต่างๆ เช่น หมวก โคมไฟ เสื้อ ฯลฯ

ปัจจุบันมีการนำหญ้าแฝกมาใช้ในงานศิลปหัตถกรรมต่างๆ อาทิเช่น แจกัน, กรอบรูป, ฝาใส่ดินสอปากกา, กระเป๋าดู, ตะกร้า หมวก เป็นต้น



ภาพที่ 3 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ทำจากหญ้าแฝก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. นโยบาย

บริษัท ฝ้ายซอคำ จำกัด เริ่มก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 1991 เป็นบริษัทที่ออกแบบและผลิตผลิตภัณฑ์รูปเทียนหอมและเคหะสิ่งทอ จัดจำหน่ายภายใต้ชื่อแบรนด์ ฝ้ายซอคำ โดยมีแนวคิดหลักที่ว่า การหยิบเอาภูมิปัญญาของไทยดึงออกมาพร้อมกับวัตถุดิบที่มีอยู่มาสร้างสรรค์เป็นผลงานให้เป็นที่ยอมรับได้ในตลาดสากล และมีนโยบายที่ผลิตผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณภาพอย่างมากและใช้วัสดุธรรมชาติเป็นสำคัญ จำหน่ายสินค้าในกลุ่มผู้บริโภคที่มีรสนิยมชื่นชอบความเรียบง่าย สมบูรณ์แบบ แบบดั้งเดิม ในกลิ่นอายความอบอุ่นแบบตะวันออก แต่สภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเกิดการแข่งขันทางการตลาดอย่างสูงบริษัทฝ้ายซอคำ จึงเปิดแบรนด์ Oomph ขึ้นเพื่อการขยายช่องทางการตลาดให้มากขึ้น ร้าน Oomph ตั้งอยู่ที่ชั้น 4 ของห้างสรรพสินค้า Siam Paragon จำหน่ายผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอและรูปเทียนหอม ในรูปแบบที่มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่มากขึ้น และในขณะนี้นโยบายที่จะขยายสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอในห้องนั่งเล่น ให้มีเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมให้สามารถตอบสนองต่อกิจกรรมการใช้งานได้ครอบคลุมขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ในร้านยังคงให้ความสำคัญกับการใช้วัสดุธรรมชาติที่มีในประเทศไทย และจ้างชาวบ้านแรงงานฝีมือคนไทยเพื่อประโยชน์ในระดับประเทศ



ภาพที่ 4 ภาพลักษณ์ของแบรนด์ ฝ้ายซอคำ



ภาพที่ 5 ภาพตัวอย่างร้าน Oomph ที่ชั้น 4 ของห้างสรรพสินค้า Siam Paragon

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. รูปแบบลักษณะการนำไปใช้จัดพื้นที่ภายในห้องนั่งเล่น



ภาพที่ 6 ภาพตัวอย่างห้องนั่งเล่นที่บ่งบอกรูปแบบความเป็นตะวันออก

4. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ใกล้เคียง



ภาพที่ 7 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์ใกล้เคียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อใช้ประโยชน์จากใบหญ้าแฝกที่เหลือ จากการตัดออกทุกๆ 60 วันในการดูแลแถวแฝก
2. เพื่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จาก หญ้าแฝก โดยออกแบบในด้านรูปแบบ ลวดลาย สี สัน และประโยชน์ใช้สอย
3. เพื่อศึกษาค้นคว้า และเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการทดลองนำ หญ้าแฝก มาเป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน
4. เพื่อเพิ่มแนวทางผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอเพื่อการตกแต่งของแบรนด์ Oomph ให้มีความหลากหลายและครอบคลุมมากขึ้นกว่าเดิม เป็นการขยายตลาดของแบรนด์ Oomph
5. เป็นการนำเสนอทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภคในปัจจุบัน ที่นิยมผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติได้มีโอกาสในการเลือกซื้อเพิ่มมากขึ้น
6. เป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนไทยในท้องถิ่นและประเทศชาติ
7. ส่งเสริมให้เกิดการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในประเทศไทย ลดการขาดดุลการค้ากับต่างประเทศ
8. ส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ และใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าให้เกิดประโยชน์สูงสุด
9. ส่งเสริมและรณรงค์ให้เกษตรกรปลูกหญ้าแฝกเพิ่มมากขึ้น คอบสนอง โครงการปลูกหญ้าแฝกเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรดินและน้ำ ตามแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไข

ปัญหา	แนวทางการแก้ไข
<p>1. ปัญหาด้านนโยบาย</p> <p>- การปลูกหญ้าแฝกในพื้นที่เกษตร เพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรดินและน้ำ เป็นการใช้ประโยชน์ในแง่ของการอนุรักษ์ ซึ่งมีคุณค่าที่ไม่สามารถประเมินราคาเป็นต้นทุนให้เกษตรกรเห็นได้ จึงเป็นสาเหตุให้เกษตรกรบางส่วนยังไม่ยอมรับหญ้าแฝก</p>	<p>- สรรหาวิธีการ และทดลองนำส่วนต่างๆ ของหญ้าแฝก มาพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่าย สร้างรายได้ให้ชาวบ้าน ส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ธรรมชาติ และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าให้เกิดประโยชน์สูงสุด</p>
<p>2. ปัญหาด้านการตลาด</p> <p>- ผลิตภัณฑ์ข้างเคียงประเภทเคหะสิ่งทอ ที่มีจำหน่ายในท้องตลาดขณะนี้มีหลากหลายรูปแบบ แต่การนำวัสดุเส้นใยธรรมชาติมาใช้ ยังมีน้อยชนิดไม่หลากหลาย ทำให้เกิดการแข่งขันสูง และเกิดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ</p> <p>- ร้านอู๋มส์ เป็นแบรนด์ของบริษัท ฝ่ายชอค่า จำกัด ที่เพิ่งเปิดตัวใหม่ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจแบรนด์ อู๋มส์ จึงมีนโยบายที่จะขยายผลิตภัณฑ์พวกเคหะสิ่งทอ ให้มีรูปแบบที่ดูสมัยใหม่มากขึ้น แต่ผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอของแบรนด์ที่มีอยู่ในขณะนี้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ใช้ในห้องน้ำ ห้องนอน และห้องอาหาร ซึ่งมีหลากหลายชนิด ครบทุกความต้องการของผู้บริโภคแล้ว แต่ผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ใช้ในห้องนึ่งเล่นนั้นยังไม่หลากหลาย และครอบคลุมการใช้งานได้อย่างครบถ้วนมีเพียงแค่ หมอนอิง, เบาะรองนั่ง, กล่องทิชชู, กรอบรูป เท่านั้น ยังไม่มีผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากบริษัท ฝ่ายชอค่า ทำให้ไม่ดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเท่าที่ควร</p>	<p>- นำใบหญ้าแฝกที่เหลือจากการตัดออก ทุกๆ 60 วันในการดูแลแฉกมาใช้พัฒนาให้เป็นวัสดุสำหรับการผลิต ผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ เพราะเป็นวัตถุดิบที่หาง่ายในท้องถิ่น มีราคาถูกกว่ามาก</p> <p>- ออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ เพื่อตกแต่งห้องนั่งเล่น ให้มีความหลากหลายและครอบคลุมกิจกรรมการใช้งาน ภายในห้องนั่งเล่นได้อย่างครบถ้วน อาทิเช่น โคมไฟ, ถาด, อเนกประสงค์, เบาะรองนั่ง, หมอนอิง เป็นต้น</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์สิ่งของตกแต่งบ้านของร้านอู๋มส์



ผลิตภัณฑ์สิ่งของที่ใช้ในห้องน้ำ



ผลิตภัณฑ์สิ่งของที่ใช้ในห้องนอน



ผลิตภัณฑ์สิ่งของที่ใช้ในห้องอาหาร



ผลิตภัณฑ์สิ่งของที่ใช้ในห้องรักแขก



ผลิตภัณฑ์สิ่งของที่ใช้ในห้องนั่งเล่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>3. ปัญหาด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใบหญ้าแฝกมีความคมตรงขอบใบ อาจทำให้เกิดการระคายเคือง - หญ้าแฝกเป็นพืช จึงมีอายุการใช้งานน้อยกว่า เส้นใยสังเคราะห์อื่นๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - กริคริมใบที่มีความคมออก ตลอดความยาวของใบก่อนการนำไปใช้เป็นวัสดุ - ยึดอายุการใช้งานให้นานขึ้น โดยการนำใบหญ้าแฝกมา อบควันกำมะถันเพื่อป้องกันเชื้อรา ก่อนการนำมาใช้เป็นวัสดุ
<p>4. ปัญหาด้านการใช้งาน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในห้องนั่งเล่น เวลาใช้งานจะต้องมีการสัมผัสกับพื้นผิวของผลิตภัณฑ์ การใช้ใบหญ้าแฝกในการออกแบบ ไม่สามารถให้ความรู้สึกนุ่มสบายได้เทียบเท่าการใช้เส้นใยฝ้าย ไหม หรือเส้นใยสังเคราะห์อื่นๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบโดยคำนึงถึง ความเหมาะสมกับการใช้งาน อาทิเช่น <ol style="list-style-type: none"> 1. ออกแบบโดยใช้ใบหญ้าแฝก เป็นวัสดุหลักของผลิตภัณฑ์ อาทิเช่น โคมไฟ, ถาด, เอนกประสงค์, 2. ออกแบบโดยใช้ใบหญ้าแฝก เป็นวัสดุรองของผลิตภัณฑ์ที่ อาทิเช่น เบาะรองนั่ง, หมอนอิง เป็นต้น
<p>5. ปัญหาด้านรูปแบบความสวยงาม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในขณะนี้ของแบรนด์ Oomph ยังขาดการนำเสนอความงามของพื้นผิววัสดุ และการอ้างอิงเทรนด์แฟชั่น เพื่อการเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย - การทอและคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์เป็นแนวทางการผลิตหลักของบริษัท 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบโดยดึงลักษณะเฉพาะตัวของวัสดุมาใช้ เน้นที่ความเป็นธรรมชาติเป็นสำคัญ อ้างอิงเทรนด์ตามเทรนด์แฟชั่น และคำนึงถึงเอกลักษณ์ของแบรนด์ Oomph - ออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยใช้โครงสร้างการทอ ที่เหมาะสมกับวัสดุหญ้าแฝกเป็นหลัก ประกอบกับ การตกแต่งที่มีคุณภาพดีเทียบเท่ากับการใช้เส้นใยชนิดอื่นๆ ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นไปได้ของโครงการ

1. ด้านนโยบาย

- ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝก และเป็นแนวทางใหม่ในการพัฒนาวิถีดุคิบัติ กระตุ้นให้เกษตรกรปลูกหญ้าแฝกเพิ่มมากขึ้น คอบสนองโครงการปลูกหญ้าแฝกเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรดินและน้ำ ตามแนวพระราชดำรินพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว
- สนับสนุนนโยบายของรัฐบาล ในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศ

โดยกรมพัฒนาที่ดิน ศึกษาวิจัยทดลองการใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกเล็งเห็นถึงในอนาคตคว่าจะมีการปลูกหญ้าแฝกเป็นจำนวนมาก จึงสมควรนำหญ้าแฝกมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้

โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ส่งเสริมสนับสนุนการกระจายรายได้ให้กับผู้ประกอบการอาชีพอุตสาหกรรม และหัตถกรรมในชนบทให้มีรายได้ที่ต่อเนื่องสม่ำเสมอ

- โครงการนี้มุ่งส่งเสริมให้มีการใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ภายในประเทศ มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอของไทยโดยแรงงานคนไทย ซึ่งสอดคล้องกับการพึ่งพาตนเองตามพระราชดำริเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว
- โครงการนี้คอบสนองนโยบายและได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากบริษัทฝ้ายซอคำ จำกัด เนื่องจากทางบริษัทต้องการที่จะขยายตลาดผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน ให้กับร้านฮูมส์ ซึ่งเป็นแบรนด์ใหม่ของบริษัทที่เพิ่งเปิดตัวและมีนโยบายที่จะขยายผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอชุดห้องนั่งเล่นในรูปแบบใหม่จึงอนุมัติให้มีโครงการการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอตกแต่งห้องนั่งเล่น จากหญ้าแฝก ในครั้งนี้

2. ด้านเศรษฐกิจ

- ด้วยจุดเด่นที่นำหญ้าแฝกซึ่งเป็นวัสดุใหม่ มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอรูปแบบใหม่ จึงเป็นทางเลือกให้กับตลาดต่างประเทศ ช่วยส่งเสริมการส่งออกและนำเงินตราเข้าประเทศมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นทางเลือกให้กับตลาดภายในประเทศให้หันมานิยมสนับสนุนผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอของไทย ช่วยลดการนำเข้าสินค้าไม่ให้เงินตรารั่วไหลไปสู่ต่างประเทศอีกทางหนึ่ง
- บริษัท ฝ้ายซอคำ จำกัด เป็นบริษัทที่เลือกใช้วัตถุดิบ ออกแบบ และผลิตโดยคนไทย ทั้งหมด ดังนั้นเมื่อมีการขยายสายการผลิตเพิ่มขึ้นจึงนับว่าเป็นการกระจายรายได้และกระจายงานให้กับคนภายในประเทศมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- บริษัท ฝ้ายซอคำ จำกัด เป็นบริษัทหนึ่งที่มีการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศอย่างมาก ดังนั้นเมื่อเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ก็เป็นโอกาสในการเพิ่มยอดขายให้กับบริษัทและยังเป็นการช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้าระหว่างประเทศอีกทางหนึ่ง

3. ด้านวัตถุดิบ

ในการปลูกหญ้าแฝกจะต้องมีการบำรุงดูแลรักษา โดยการตัดส่วนของใบออกทุกๆ 60 วันในการดูแลแฉกและต้องมีการปลูกซ่อมทดแทนหญ้าแฝกส่วนที่ตายไปทันที ดังนั้นจะมีใบส่วนตัดออกเป็นจำนวนมาก จึงนำมาใช้ในงานศิลปหัตถกรรมต่างๆ

- การนำใบหญ้าแฝกมาใช้ประโยชน์นั้น มีความเหมาะสมที่จะนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ
- จากการทดลองทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากหญ้าแฝก โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ทำให้ทราบข้อมูลคุณสมบัติเด่นของเส้นใยหญ้าแฝก คือ เป็นเส้นใยที่มีความยาวเหนียวแข็งแรงมาก และมีอัตราการขึ้นรานน้อยกว่าเส้นใยฝักคบบชามาก เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศที่เป็นเขตร้อนชื้นได้ดี
- สามารถนำไปย้อมสี สร้างความสวยงามให้กับผลิตภัณฑ์ได้
- สามารถใช้เส้นใยหญ้าแฝกเป็นค้ำพุงในโครงสร้างการทอได้ดีให้มีความสวยงามเมื่อนำมาเทียบเคียงกับการ ถักสาน ในงานหัตถกรรม
- โครงการนี้มีส่วนช่วยพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทย ให้มีความหลากหลายมากขึ้นไปอีก

4. ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม

- ด้านสังคม โครงการนี้ส่งเสริมการกระจายรายได้ให้กับผู้ที่ประกอบอาชีพการเกษตร หัตถกรรม และอุตสาหกรรม ช่วยยกระดับฐานะความเป็นอยู่ คุณภาพชีวิตของประชาชนคนไทยให้ดีขึ้น ช่วยเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ของไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย รวมทั้งยังเป็นการปลูกฝังค่านิยมการใช้ผลิตภัณฑ์ของไทย ส่งผลให้ภาพรวมของสังคมไทยดีขึ้นกว่าเดิม
- ด้านสภาพแวดล้อม โครงการนี้เป็นการนำวัชพืชรุกรานชาติคือ หญ้าแฝก มาใช้ให้เกิดประโยชน์คุ้มค่าสูงสุด จึงเป็นการช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรดินและน้ำ ไม่เป็นการสร้างผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมใดๆทั้งสิ้น ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ด้านการออกแบบ

การออกแบบเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเพิ่มคุณค่าราคาของผลิตภัณฑ์ หากมีการออกแบบรูปแบบ และการใช้งานที่สอดคล้องกับคุณลักษณะที่โดดเด่นของวัสดุ จะสามารถเพิ่มคุณค่า ราคาของผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้นได้

วัสดุหญาแผ่นนั้นมีความเหมาะสมมาก ในการนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับตกแต่งบ้าน เนื่องจากความเป็นวัสดุธรรมชาติ จะช่วยสร้างความรู้สึกรักถึงการกลับสู่ธรรมชาติ สร้างความสุนทรีย์ ผ่อนคลาย มากกว่าผลิตภัณฑ์สำหรับตกแต่งบ้านที่ทำจากวัสดุสังเคราะห์

- วัสดุหญาแผ่นไม่ปัญหาในการออกแบบให้เป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอ เพราะสามารถออกแบบโดยใช้โครงสร้างการทอเป็นหลัก สามารถย้อมสี และยังสามารถออกแบบได้หลากหลายรูปแบบ

สรุปความเป็นไปได้ของโครงการ

หัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอตกแต่งห้องนั่งเล่น จากหญาแผ่น นี้มีความสอดคล้องต่อความเป็นไปได้ของโครงการ ในทุกๆด้าน และได้รับการสนับสนุนจากทางแบรนด์ Oomph ของบริษัท ฝ่ายขอคำ จำกัด เป็นอย่างดี จึงเป็นโครงการที่สามารถเป็นจริงได้ ดังนั้นผู้ออกแบบ จึงคาดว่าโครงการนี้สมควรที่จะได้ ทำการศึกษาค้นคว้าและวิจัยเพื่อหาผลสรุปที่แท้จริงให้ถูกต้องสมบูรณ์ต่อไป

ขอบเขตของวิทยานิพนธ์

1. ออกแบบลวดลายทอ โทนสี และ รูปแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอตกแต่งห้องนั่งเล่น จากหญ้าแฝก ให้แสดงถึงความงามของทุ่งหญ้า ยามพระอาทิตย์ตก ที่มีกลิ่นอายของความเป็นเอเชีย ตะวันออก และยังคงเอกลักษณ์ความงามตามธรรมชาติของวัสดุ ไว้
2. ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีรูปร่าง และ โครงสร้างที่เหมาะสมการใช้งานเป็นเคาะสิ่งทอ ตกแต่งห้องนั่งเล่นจากหญ้าแฝก โดย
 - ใช้ใบหญ้าแฝก เป็นวัสดุหลักของผลิตภัณฑ์ โคมไฟ, กล้อง, ถาด, กรอบกระจก
 - ใบหญ้าแฝก เป็นวัสดุรองของผลิตภัณฑ์ เบาะรองนั่ง, หมอนสามเหลี่ยม, หมอนอิง
3. ออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอตกแต่งห้องนั่งเล่นจากหญ้าแฝกที่จะทำการออกแบบรวมทั้งสิ้น 9 ชิ้น ประกอบไปด้วย

- โคมไฟตั้งพื้น จำนวน 1 ชิ้น	ขนาด กxยxส = 60x60x120 ซม.
- กล้องเนกประสงค์ จำนวน 3 ชิ้น	ขนาด กxยxส = 42x42x14 ซม.
	ขนาด กxยxส = 25x25x42 ซม.
	ขนาด กxยxส = 15x15x22 ซม.
- เบาะรองนั่ง จำนวน 2 ชิ้น	ขนาด กxยxส = 67x147x6 ซม.
	ขนาด กxยxส = 67x67x6 ซม.
- หมอนอิงสามเหลี่ยม จำนวน 1 ชิ้น	ขนาด กxยxส = 25x60x15 ซม.
- หมอนอิง จำนวน 2 ชิ้น	ขนาด กxยxส = 40x40x25 ซม.
	ขนาด กxยxส = 50x50x25 ซม.
- ถาดเนกประสงค์ จำนวน 2 ชิ้น	ขนาด กxยxส = 32x32x7.5 ซม.
	ขนาด กxยxส = 22x22x7.5 ซม.
- กรอบกระจก จำนวน 1 ชิ้น	ขนาด กxยxส = 40x40x7.5 ซม.
4. ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุที่ผลิตขึ้นในประเทศไทย และสามารถควบคุมการผลิตอย่างเป็นระบบในประเทศไทยได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ออกแบบให้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอตกแต่งห้องนั่งเล่นจากหญ้าแฝกนี้ให้มีความเป็น Corporate Identity เพื่อดึงดูดลูกค้าให้ซื้อไปทั้งหมด
6. ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่มีลักษณะดังนี้
 - กลุ่มคนวัยทำงาน ทั้งชายและหญิง ในช่วงอายุ 25 – 40 ปี มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง
 - มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 20,000 บาทเป็นต้นไป
 - มีการศึกษาดี ระดับปริญญาตรีเป็นต้นไป
 - มีรสนิยมความสุนทรีย์ภาพ และ มีรสนิยมบริโภคผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

แนวทางการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ ภูเขาแฝก เพื่อการนำมาทำผลิตภัณฑ์
 - ความรู้พื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับภูเขาแฝก
 - ขอบเขตจำกัดของการนำภูเขาแฝกมาใช้ในงานผลิตภัณฑ์สิ่งทอ
 - กรรมวิธีการเตรียมภูเขาแฝก เพื่อนำมาทำผลิตภัณฑ์สิ่งทอ
 - กรรมวิธีเพิ่มคุณภาพ บำรุงรักษา ทำความสะอาดผลิตภัณฑ์จากภูเขาแฝก
2. ศึกษาลักษณะและคุณสมบัติของวัสดุอื่นที่จะนำมาใช้ร่วมกับการออกแบบ โดยจะต้องเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และเน้นวัสดุที่มีอยู่ในประเทศไทย
3. ศึกษาโครงสร้างการทอที่เหมาะสมกับวัสดุภูเขาแฝก และการนำไปใช้เป็นผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ
4. ศึกษาตลาดรายการทอที่สอดคล้องกับคุณสมบัติและพื้นผิวของวัสดุ
5. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบตกแต่งห้องนั่งเล่นในรูปแบบบรรยากาศแนวตะวันออก
6. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของบริษัท ฝ่ายซอคำ จำกัดและร้าน Oomph
 - ประวัติความเป็นมา แนวนโยบาย และแนวความคิดทางการออกแบบของบริษัทฝ่ายซอคำ
 - แนวนโยบาย และแนวความคิดทางการออกแบบของร้าน Oomph
 - สถานที่ตั้ง รูปแบบ การตกแต่ง และ บรรยากาศของร้าน Oomph
 - เอกลักษณ์ของร้าน Oomph
7. ศึกษาข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์
 - ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีจำหน่ายอยู่ของร้าน
 - ผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงที่มีจำหน่ายในท้องตลาด

8. ศึกษาข้อมูลด้านผู้บริโภคร
 - ประเภทของกลุ่มผู้บริโภคร
 - พฤติกรรมและรสนิยมของผู้บริโภครกลุ่มเป้าหมาย
 - ความต้องการของผู้บริโภครกลุ่มเป้าหมาย
9. ศึกษาจิตวิทยาเรื่องสี รูปแบบลวดลาย สีต้นของเทรนคแพชั่นการตกแต่งภายในปี2007-2008
10. ศึกษาขนาดสัดส่วนของเครื่องใช้ในห้องนั่งเล่น
11. ศึกษากรรมวิธีการผลิตในระบบกึ่งอุตสาหกรรม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางผลิตภัณฑ์สิ่งทอดกแต่งห้องนั่งเล่นใหม่ เพิ่มโอกาสทางการขายของร้านอูมส์
2. เป็นการขยายสายการผลิตของบริษัท ฝ่ายซอค่า จำกัด และส่งเสริมชื่อเสียงของร้านอูมส์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
3. เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ทำจากหญ้าแฝกที่มีความแปลกใหม่น่าสนใจกว่าเดิม
4. ส่งเสริมภาพพจน์ และเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์สิ่งทอไทยให้เป็นที่แพร่หลายมากขึ้น
5. เป็นการส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งห้องในประเทศให้มีรูปแบบและประสิทธิภาพในการใช้งานมากกว่าเดิม
6. เป็นการพัฒนาเพื่อนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น
7. ส่งเสริมการใช้ของที่ขึ้นเองภายในประเทศ ลดการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ
8. ลดการเสียดุลการค้า นำเงินตราเข้าประเทศ
9. ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น และประเทศชาติซึ่งเป็นการช่วยทำให้เศรษฐกิจพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น เพราะในการผลิตนั้นเป็นการใช้วัสดุ ทรัพยากรและเทคโนโลยีการผลิตที่มีอยู่ภายในประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์ที่กว้างขวางกว่าเดิม
10. เป็นผลดีต่อตัวนักศึกษาที่จะได้เรียนรู้ในเรื่องของการทำงานที่เป็นระบบฝึกหัดการวิเคราะห์ และแก้ปัญหา ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นในการทำงานในอนาคต
11. เป็นโครงการที่ช่วยส่งเสริมการใช้เหตุผลในการออกแบบ เพิ่มทักษะความรู้ และความสามารถ ได้นำความรู้ที่ศึกษามาช่วยในการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพและเพิ่มมาตรฐานให้ดีขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. การดูแลแถวแปด หมายถึง การตัดใบของหญ้าแฝกออกเมื่อพืชโตเต็มที่ตอนอายุประมาณ 45-60 วัน เพื่อให้เกิดยอดใหม่ พืชก็จะทำหน้าที่ในการกักดินและน้ำได้มากขึ้น
2. อู๋มส์ (Oomph) หมายถึง พลังในการใช้ชีวิต ในที่นี้เป็นชื่อของแบรนด์สินค้า
3. ระวังค์ หมายถึง เป็นข้อต่อกัน เพื่อช่วยในการเคลื่อนไหวและทำหน้าที่เฉพาะอย่าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อ้างอิง

- กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2549. ความรู้เรื่องหญ้าแฝก. กรุงเทพฯ : ปตท. จิตริน จินตปรีชา. “โครงการออกแบบชุดเฟอร์นิเจอร์ จากหญ้าแฝกหอม เพื่อการพักผ่อน ภายใน บ้านพักอาศัยชนานกลาง.” สถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต ศิลปะอุตสาหกรรม. 2544.
- Jane Edwards. 1992. Asian Elements. London : First published
- คณะกรรมการวิชาการหญ้าแฝก กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2549. การใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝก. [Online]. Available : <http://web.ku.ac.th/agri/grass/gindex2.htm>.
- asian@mbe.nifty.com. 2006. ASIAN ELEMENTS INTERIOR. [Online]. Available : <http://www.rakuten.co.jp/asian/>.
- รัชชนก กิ่งทอง. “โครงการออกแบบชุดผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผาตกแต่งห้องนั่งเล่น ของบริษัท ฝ้ายชอคำ จำกัด.” สถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต ศิลปะอุตสาหกรรม. 2544.
- ศูนย์สารสนเทศ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 จังหวัดเชียงใหม่. 2549. โครงการปลูกหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติ. [Online]. Available : http://www.prdnorth.in.th/The_King/plant.php.
- องค์การสวนพฤกษศาสตร์. 2549. หญ้าแฝกคืออะไร. [Online]. Available : <http://thvn.rdpb.go.th/#>.
- วิวรรษา กิ่งเมืองเก่า. “โครงการออกแบบชุดเคหะสิ่งทอในห้องนั่งเล่น จากผ้าฝ้ายทอมือ สำหรับร้าน ป้าซ่า.” สถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต ศิลปะอุตสาหกรรม. 2545.
- กลุ่มทอผ้าที่กระตุก อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์. รายละเอียดผลิตภัณฑ์จักสานจากหญ้าแฝก. 2549. [Online]. Available : <http://www.thaitambon.com/tambon/tprdsdesc.asp?ID=600401&PROD=024214512&SME=02326151747>.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2548. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหญ้าแฝก. [Online]. Available : <http://203.151.85.13/newirp/index.asp>.

บทที่ 2

การค้นคว้า วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

การทำวิทยานิพนธ์หัวข้อ โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้านสำหรับห้องนั่งเล่น จากผ้าฝ้ายแฟกทอมของแบรนด์ Oomph บริษัทฝ้ายชอค่าจำกัด นั้น จำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์และเป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ในโครงการ ทั้งในด้านแนวทางการออกแบบ รูปแบบและสีสันทัน ที่สอดคล้องกับแบรนด์ Oomph, ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดสัดส่วนกับการใช้งาน และพื้นที่สภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ในโครงการ, วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์คู่แข่ง, วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เลือกที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ในโครงการ, ข้อมูลผ้าฝ้ายแฟกทอมซึ่งเป็นวัสดุหลัก, ข้อมูลการทอและการปักสาน และการผลิตในระบบกึ่งอุตสาหกรรม

การศึกษาข้อมูลดังกล่าวเพื่อที่จะนำมาวิเคราะห์และสรุปผลเป็นข้อมูลนำไปใช้แก้ไขปัญหาสำหรับการนำเสนอ และใช้เป็นแนวทางในการออกแบบต่อไปซึ่งประกอบไปด้วย

- 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอู๋มส์ บริษัท ฝ้ายชอค่า จำกัด
- 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตกแต่งห้องนั่งเล่น
- 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงในโครงการ
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสนอแนะในโครงการ
- 2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์
- 2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุผ้าฝ้ายแฟก
- 2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับการทอ และการปักสาน
- 2.8 ข้อมูลเกี่ยวกับสีของผลิตภัณฑ์

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์ Oomph บริษัท ฟ้ายชอค่า จำกัด



ภาพที่ 8 ตราสัญลักษณ์ของแบรนด์ Oomph

การออกแบบผลิตภัณฑ์ในโครงการนี้เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้านให้กับแบรนด์ Oomph ของบริษัทฟ้ายชอค่าจำกัด ดังนั้นปัจจัยที่มีความสำคัญที่จะทำให้การออกแบบผลิตภัณฑ์ในโครงการมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแบรนด์ คือ การเข้าใจถึงวัตถุประสงค์แนวทางการออกแบบ ตลอดจนภาพลักษณ์ และบุคลิกภาพของแบรนด์ ในบทนี้จะเป็นการศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับแบรนด์ Oomph ซึ่งจะประกอบด้วยหัวข้อย่อยต่างๆ ดังนี้

- 2.1.1 ประวัติความเป็นมาและจุดมุ่งหมาย
- 2.1.2 นโยบาย และการตลาด
- 2.1.3 สถานที่ตั้ง บรรยากาศและรูปแบบในการจัดตกแต่ง
- 2.1.4 รูปแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากผ้าฝ้ายที่มีอยู่ในปัจจุบัน
- 2.1.5 วัสดุ กรรมวิธีการผลิตและการตกแต่งผลิตภัณฑ์สิ่งทอ
- 2.1.6 แนวโน้มรูปแบบผลิตภัณฑ์ทะเลสิ่งทอของแบรนด์ Oomph ปี 2007
- 2.1.7 วิเคราะห์สรุปวัตถุประสงค์การออกแบบ และแนวโน้มรูปแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอในโครงการให้เหมาะสมกับแบรนด์ Oomph ในปี 2007
- 2.1.8 ระเบียบราคา

2.1.1 ประวัติความเป็นมาและจุดมุ่งหมาย

บริษัท ฝ้ายชอคำ จำกัด เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 1991 โดย คุณจิตติชัย พรเจริญโรจน์ ซึ่งมีความสนใจในผ้าทอพื้นเมืองของไทย จากแนวความคิดเริ่มต้นที่ว่า “สิ่งของหรือแนวคิดดั้งเดิมของบรรพบุรุษนั้น มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวอยู่แล้ว เมื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยก็จะมีคามงามและเหมาะสมกับคนไทยมากที่สุด” จึงเริ่มศึกษาและออกแบบพัฒนา ลวดลายทอบนผืนผ้า โดยคำนึงถึงความงาม คุณภาพและการนำไปใช้ประโยชน์ของผ้าเป็นหลัก แล้วนำผืนผ้าผืนที่ทอได้มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอสำหรับตกแต่งบ้าน เช่น ชุดหมอนและผ้าปูบนเตียงนอน, ชุดหมอนอิงบนโซฟา, ผ้าปูบนโต๊ะอาหาร เป็นต้น นับตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัท จนถึงปัจจุบัน เป็นเวลากว่าสิบปีที่ผลิตภัณฑ์สิ่งทอของบริษัทฝ้ายชอคำ จะเป็นงานหัตถกรรมโดยแรงงานฝีมือของชาวบ้าน ด้วยจุดมุ่งหมายที่ว่า “หยาบภูมิปัญญาพื้นบ้านของไทย คือ การทอผ้า เทคนิคการผลิตงานหัตถกรรม จึงออกมารวมกับวัตถุดิบที่มีอยู่ในประเทศไทย มาสร้างสรรค์เป็นผลงานให้เป็นที่ยอมรับในตลาดสากล เพื่อส่งเสริมสร้างงานสร้างรายได้ให้ชาวบ้าน และนำเงินตราเข้าประเทศ”

ต่อมาเมื่อทางบริษัท ฝ้ายชอคำ จำกัด ต้องการขยายตลาดไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใหม่ ในปี 2006 บริษัทฝ้ายชอคำจำกัด จึงเปิดแบรนด์ Oomph ขึ้น ตั้งอยู่ที่ ห้างสรรพสินค้า สยามพารากอน ภายใต้การผลิตของบริษัท ฝ้ายชอคำ จำกัด โดยการผลิตทั้งหมดเป็นแบบครบวงจร เริ่มตั้งแต่การปลูกฝ้าย, การย้อมสีธรรมชาติและการทอผ้า จนถึงการจัดจำหน่าย มีโรงงานทอทั้งหมด 2 โรงงาน คือ

1. ที่ จ.เชียงใหม่ ตั้งอยู่บนเนื้อที่ 9 ไร่ บนถนนเชียงใหม่ฮอด ต.สบเตี๊ยะ อ.จอมทอง จ.เชียงใหม่
2. ที่หมู่บ้านข่าไก่อ.สกลนคร

2.1.2 นโยบาย และการตลาด

นโยบาย

นโยบายทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ Oomph แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อมุ่งหวังกำไรตามเป้าหมาย(To achieve a target return) โดยทางแบรนด์ Oomph จะตั้งงบประมาณของกำไรในรูปของอัตราของผลตอบแทนจากยอดขาย โดยลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อวัตถุประสงค์นี้จะมีลักษณะรูปแบบที่เรียบง่าย เพื่อการใช้สอยที่ดี และการผลิตเพื่อให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า แต่มีสีสันตามกระแสความนิยมของกลุ่มลูกค้า
2. ออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ต่อแบรนด์ Oomph (Product brand image) โดยทางบริษัทฝ่ายซอกำจำกัด ต้องการสร้างภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ Oomph ให้มีคุณภาพและการออกแบบที่สูงกว่าคู่แข่งชั้น โดยระดับราคาและคุณภาพการออกแบบจะไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างกลยุทธ์ราคาตามหลักจิตวิทยาแบบการกำหนดราคาสูง (Prestige Pricing) โดยอาศัยหลักด้านจิตวิทยาช่วยในการจูงใจผู้บริโภคให้เห็นภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และผู้ใช้สินค้าของแบรนด์ Oomph ว่าเป็น กลุ่มผู้บริโภคระดับกลาง- สูง (Middle-High Group) โดยทาง Oomph จะตั้งงบประมาณของกำไรในรูปของอัตราของผลตอบแทนจากยอดขาย โดยลักษณะการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อวัตถุประสงค์นี้ จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เน้นการออกแบบสีสัน สดสวยทอลและวัสดุที่หวือหวา โดยมุ่งหวังการสร้างภาพลักษณ์และดึงดูดความสนใจต่อลูกค้า เช่น การนำไปแสดงในงานแสดงสินค้าทั้งในและนอกประเทศ ซึ่งรูปแบบจะไม่คำนึงถึงเวลาหรือความยากง่ายในการผลิต



ภาพที่ 9 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ต่อร้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาด

ตลาดของแบรนด์ Oomph เน้นการตลาดเฉพาะส่วน (Single Segment Strategy) แบบ Niche Market ได้แบ่งเกณฑ์ในการจัดส่วนแบ่งตลาด (Market Segmentation) ออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านประชากรศาสตร์ (Demographic)
 - อายุ : 25 ปีขึ้นไป
 - เพศ : กลุ่มโสดและสมรสแล้ว
 - รายได้ : 20,000 บาทขึ้นไป
 - ระดับการศึกษา : การศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี
 - อาชีพ : ตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี
2. ด้านภูมิศาสตร์ (Geographic)
 - พื้นที่ : ในประเทศไทย เอเชียและยุโรป
 - ขนาดของเมือง : เมืองใหญ่ (ประชากร 1 ล้านคนขึ้นไป)
 - สภาพความเจริญ : เขตเมือง
3. ด้านจิตวิทยา (Psychographic)
 - รสนิยม : นิยมสินค้าจากประเทศทางตะวันออก, นิยมสินค้าจากวัฒนธรรมชาติ, นิยมสินค้าประเภทงานทอ
 - สถานะทางสังคม : ระดับกลางถึงสูง
4. ด้านพฤติกรรม (Behavior)
 - วัตถุประสงค์ในการซื้อ : ผลิตภัณฑ์ตกแต่งห้องเพื่อการพักผ่อนภายในบ้าน
 - โอกาสในการซื้อ : ซื้อตามการปรับเปลี่ยนฤดูกาล
 - ความภักดีต่อบริษัท : สูง

จากข้อมูลด้านพฤติกรรม (Behavior) จะเห็นว่า โอกาสในการซื้อ เป็นแบบการซื้อตามการปรับเปลี่ยนฤดูกาล อีกทั้งยังมีความภักดีต่อบริษัทสูง เราจึงเห็นช่องว่างทางการตลาดสำหรับส่วนแบ่งตลาด (Market Segmentation) เดิม ในด้านพฤติกรรม คือ ซื้อเมื่อฤดูกาลปรับเปลี่ยนไปเป็นฤดูร้อน ซึ่งฤดูร้อนในทวีปยุโรปและอเมริกาจะสั้น ทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญ อีกทั้งยังมีกระแส นิยมผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมชาติ น่าจะทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเดิมของแบรนด์ Oomph ยินดีที่จะซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ตกแต่งห้องของตกแต่งบ้านที่ใช้ภายในห้องนั่งเล่น จากหญ้าแฝกหอมในโครงการ

2.1.3 สถานที่ตั้ง บรรยากาศและรูปแบบในการจัดตกแต่งร้าน

สถานที่ตั้งสำนักงาน บริษัท ฝ่ายซอค่า จำกัด เลขที่ 385/62 ซอยประชาอุทิศ 33 ถนนประชาอุทิศ บางมด ทุ่งครุ กรุงเทพฯ 10140

สถานที่ตั้งร้าน Oomph ห้องที่ 437 ชั้น 4 ห้างสรรพสินค้า Siam Paragon วันจันทร์ - วันศุกร์ เปิดเวลา 11.00 - 23.00 น. / วันเสาร์ - อาทิตย์ เปิดเวลา 10.00 - 22.00 น.

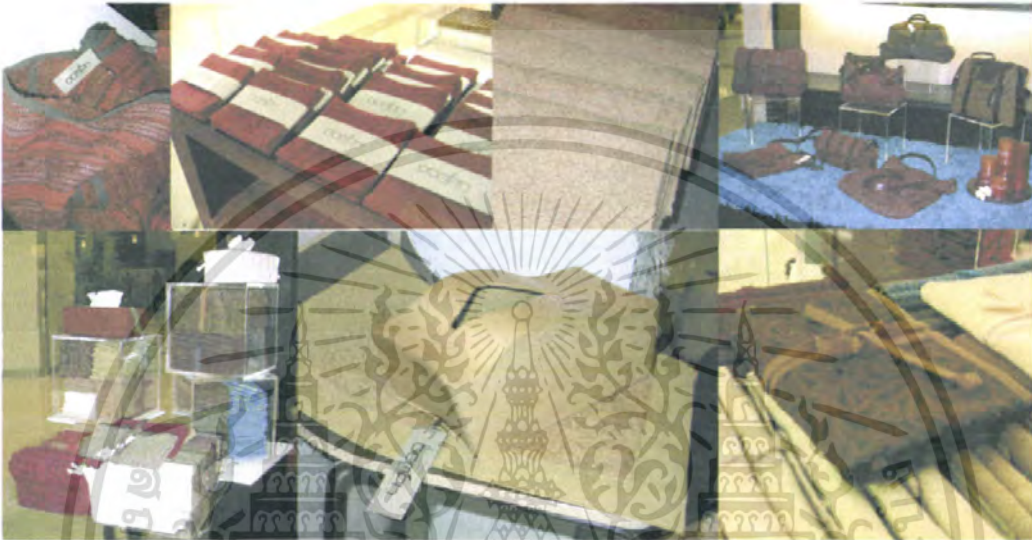


ภาพที่ 10 ภาพร้าน Oomph ที่บริเวณชั้น 4 ห้างสรรพสินค้า Siam Paragon

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.4 รูปแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าฝ้ายที่มีอยู่ในปัจจุบันของแบรนด์ Oomph

ผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าฝ้ายที่มีอยู่ในปัจจุบันของแบรนด์ Oomph วางจำหน่ายในร้าน Oomph ที่บริเวณชั้น 4 ห้างสรรพสินค้า สยามพารากอน แบ่งออกได้เป็นหลายกลุ่มสินค้า ดังนี้ Accessories, Home textiles, Home textile product Bedding, Home spa Products, Decorative items, Home textile product Dining room, Home textile product Living room



ภาพที่ 11 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าฝ้ายในกลุ่ม Accessories

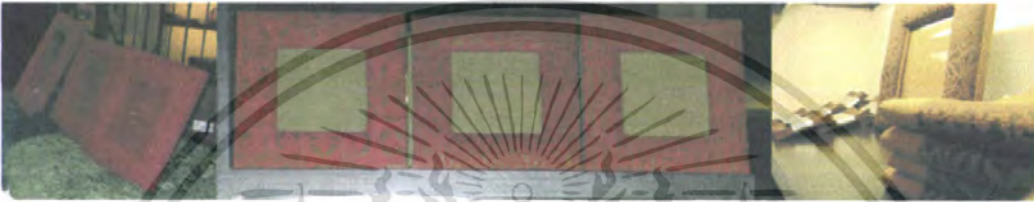


ภาพที่ 12 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าฝ้ายในกลุ่ม Home textile product Bedding

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 13 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าฝ้ายในกลุ่ม Home spa Products



ภาพที่ 14 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าฝ้ายในกลุ่ม Decorative items



ภาพที่ 15 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าฝ้ายในกลุ่ม Home textile product Dining room



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 16 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าฝ้ายในกลุ่ม Home textile product Living room

2.1.5 วัสดุ กรรมวิธีการผลิตและการตกแต่งผลิตภัณฑ์สิ่งทอ

วัสดุ

วัสดุที่มีอยู่ในปัจจุบันของแบรนด์ Oomph คือ เส้นใยฝ้าย เพราะผลิตได้เองจากโรงทอของฝ้ายชอค่า ดังนั้นผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอที่มีอยู่ในปัจจุบันของแบรนด์ Oomph จึงเป็นผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอที่มีการใช้เส้นใยฝ้ายเป็นวัตถุดิบหลัก และมีการใช้เส้นด้าย Cotton, Polyester, Acrylic และผ้าสาธูเป็นวัตถุดิบรองลงมา มีใช้วัสดุธรรมชาติเป็นเส้นด้ายพุ่ง ได้แก่ กก, กกสามเหลี่ยมและกกกลม ซึ่งสามารถแสดงระดับราคาขาย (F.O.B. Price) ที่แตกต่างกันตามรูปแบบ ความยากง่ายและวัตถุดิบที่ใช้

กรรมวิธีการผลิตและการตกแต่ง

โรงทอของบริษัท ฝ้ายชอค่า จำกัด ใช้กี่ทอผ้า แบบ 2 และ 4 ตะกรอด้วยพิมขนาด 4, 13, 20, นิ้ว และ 60, 120, 150, 200 เซ็นติเมตร

การตกแต่ง หลากหลายวิธีการ เช่น การปัก, สกรีน, กระตุก, ปัจจุบันเน้นวิธีการสอด สลับสีหรือแบบ ของเส้นด้ายขึ้น สลับไปมา

การย้อมสี มีทั้งแบบการย้อมสีธรรมชาติ และสีสังเคราะห์



ภาพที่ 17 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์สิ่งทอของแบรนด์ Oomph ในปัจจุบัน

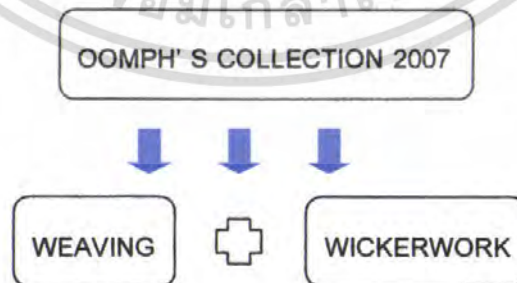
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.6 แนวโน้มรูปแบบผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอของแบรนด์ Oomph ปี 2007

ปัจจุบันโลกของการออกแบบ กว้างขึ้นอย่างไร้ขอบเขต ผู้บริโภคเปิดใจที่จะยอมรับสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ การออกแบบไม่ยึดติดกับหลักการและกระแสแฟชั่น แต่กลับมีความเป็นตัวของตัวเองที่ชัดเจนมากขึ้น สำหรับ แบรนด์ Oomph ซึ่งจากชื่อของแบรนด์ที่แปลว่า “ ความมีชีวิตชีวา พลังในการใช้ชีวิตอยู่อย่างมีความสุข ” ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ จะเป็นงานออกแบบที่มีความโดดเด่น สีตัดจัดจ้าน ดูแรง โมเดิร์น และมีความเป็นสากลมากขึ้นกว่า แบรนด์ ฝ้ายชอคค่า แต่ยังคงเน้นไปที่การใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ให้ได้ประโยชน์คุ้มค่าที่สุด

สำหรับ แบรนด์ Oomph นั้น ได้แสดงความเป็นตัวเองที่การกำหนดทิศทางของผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ เริ่มต้นในปี 2006 ด้วยผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอที่มีเส้นใยฝ้ายเป็นวัตถุดิบหลัก เพราะผลิตได้เองจากโรงทอของ ฝ้ายชอคค่า ซึ่งได้รับความนิยมไปทั่วโลก ทำให้ผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอของแบรนด์ Oomph ที่เป็นงานจากวัสดุธรรมชาติได้รับความนิยมตามไปด้วย แต่เนื่องด้วยเกิดภาวะการแข่งขันสูงในตลาดของ สินค้าจากวัตถุดิบธรรมชาติ ซึ่งส่วนใหญ่วัสดุธรรมชาติที่นิยมนำมาเป็นวัตถุดิบนั้นในงานทอจะเป็น พวก เส้นไหม, เส้นฝ้าย, ในงานสานจะเป็นพวก ผักตบชวา, ลิพา เป็นต้น วัตถุดิบเหล่านี้มีการแข่งขันสูง ส่งผลไปถึงต้นทุนในการผลิต ที่ต้องสูงขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นการนำวัสดุใหม่อย่าง หญ้าแฝก วัสดุที่ยังไม่เคยนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักใน โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอของแบรนด์ Oomph ปี 2007 จึงเป็นการหลีกเลี่ยงปัญหาด้านการแข่งขันทางการตลาดได้เป็นอย่างดี

แนวโน้มรูปแบบผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอของแบรนด์ Oomph ปี 2007 จะเป็นงานออกแบบที่เน้นความแปลกใหม่เป็นสำคัญที่สุด สำหรับออกงานแสดงสินค้า มี Corporate Identity เดียวกัน สามารถจัดเป็นกลุ่มเพื่อดึงดูดความสนใจ สร้างชื่อเสียงให้แบรนด์ เป็นที่รู้จัก มีแรงบันดาลใจมาจากธรรมชาติรอบตัว บรรยากาศทุ่งหญ้า ความอบอุ่น ความเป็นเมืองร้อน ซึ่งหมายถึงธรรมชาติของภูมิภาคเอเชียที่ไม่ใช่แค่เฉพาะเพียงบางเผ่าพันธุ์ สีตัดจัดจ้าน บ่งบอกถึงความเป็น Oriental Style อิงเทรนด์ สี สากล



ภาพที่ 18 แนวโน้มผลิตภัณฑ์ใหม่ของแบรนด์ Oomph ปี 2007

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.7 วิเคราะห์สรุปวัตถุประสงค์การออกแบบ และแนวโน้มรูปแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอในโครงการให้เหมาะสมกับแบรนด์ Oomph ใน ปี 2007

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอของคกแต่งบ้านในห้องนั่งเล่น จากจากหญ้าแฝกหอม ให้กับแบรนด์ Oomph ในปี 2007 เป็นการดำเนินการตามกลยุทธ์ การขยายสายผลิตภัณฑ์ (Line Extension) เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ใช้ภายในห้องนั่งเล่น ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของทางบริษัท วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) จะอยู่ในช่วงขั้นแนะนำ (Introduction Stage) ในขั้นนี้ผู้บริโภคยังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ในโครงการมากนัก และยังมีการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์เดียวกัน ดังนั้น โครงการผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอที่ใช้ภายในห้องนั่งเล่น จากหญ้าแฝกหอม จึงควรมีวัตถุประสงค์การออกแบบเพื่อสร้างภาพลักษณ์ต่อบริษัท (Product Brand Image) เพื่อสร้างมาตรฐาน คุณภาพและการออกแบบที่ดี ต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ของแบรนด์จะต้องความแปลก และโดดเด่นไม่ซ้ำกับคู่แข่ง ให้ผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่ในใจผู้บริโภคสินค้าแบรนด์ Oomph



2.1.8 ระดับราคา

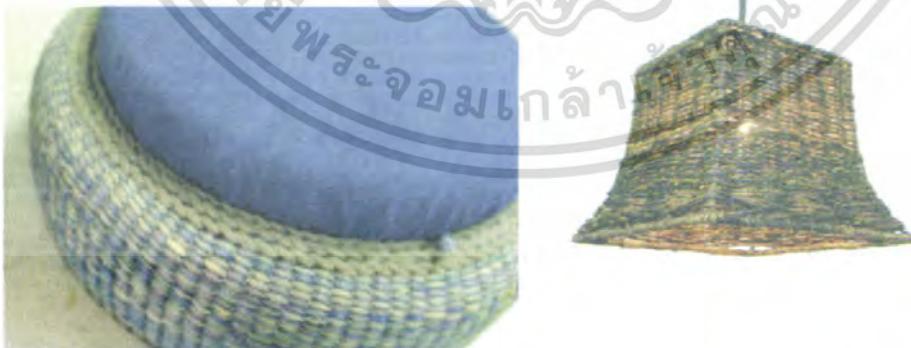
จากข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงระดับราคาขาย (F.O.B. Price) จะวิเคราะห์ได้ว่าระดับราคาในเชิงจิตวิทยา จะเป็นแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

- คุณค่าของการออกแบบ
- คุณค่าของวัสดุ ลักษณะของเส้นใยที่ส่งผลต่อความละเอียดในงานทอ, ถักสาน และกรรมวิธีการผลิต

โดยเปรียบเทียบจาก ผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้านประเภทเดียวกัน ที่มีรูปลักษณะเหมือนกัน และจัดเป็นวัสดุพวกเส้นใยธรรมชาติ แต่ต่างกันในเนื้อวัสดุที่ใช้ คือ ฝ้าย กับ หนูก้า แฝก จะพบว่าระดับราคาขาย (F.O.B. Price) ของผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ทอด้วย เส้นใยหนูก้าแฝก จะมีราคาสูงกว่า เส้นใยฝ้าย และ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ถักสานด้วย เส้นใยหนูก้าแฝก จะมีราคาต่ำกว่า ผักตบชวา



ภาพที่ 19 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์งานทอจากหนูก้าแฝก และ ฝ้าย โดยเรียงลำดับจากซ้ายไปขวา



ภาพที่ 20 ภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์งานถักสานจากหนูก้าแฝก และ หวาย โดยเรียงลำดับจากซ้ายไปขวา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถสรุปการวางตำแหน่งราคาของผลิตภัณฑ์ใหม่ในโครงการของแบรนด์ Oomph ได้ดังนี้



ภาพที่ 21 แผนภูมิเส้นแสดงการวางตำแหน่งของ ราคาผลิตภัณฑ์ใหม่ในโครงการ ประเภทงานทอ



ภาพที่ 22 แผนภูมิเส้นแสดงการวางตำแหน่งของ ราคาผลิตภัณฑ์ใหม่ในโครงการ ประเภทงานสาน

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับราคาในเชิงจิตวิทยาที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในโครงการ

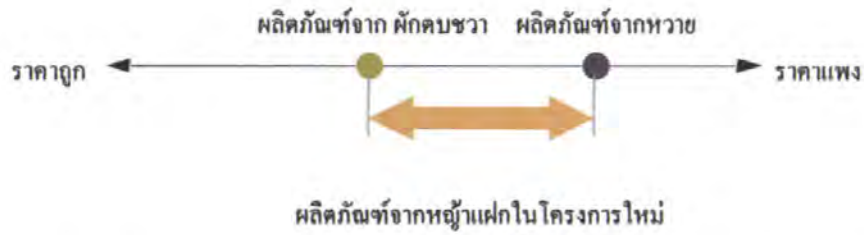
ระดับราคาในเชิงจิตวิทยา	ฝ้าย	ฝักคบชวา	หญ้าแฝก
- คุณค่าของการออกแบบ	ปานกลาง	สูง	สูง
- คุณค่าของเนื้อวัสดุ ความละเอียดในการทอ	ละเอียด	หยาบ เนื่องจาก ขนาดเบี่ยงที่ใหญ่	ปานกลาง (ขนาด \varnothing 7-10 mm)

ดังนั้นการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใหม่จากหญ้าแฝก ต่อผลิตภัณฑ์เดิมในแบรนด์ ควรมีราคาอยู่ระหว่างผลิตภัณฑ์ที่ทอด้วย ฝักคบชวา กับ ฝ้าย จึงสรุปเป็นกราฟได้ดังนี้



ภาพที่ 23 แผนภูมิเส้นแสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์งานทอจาก หญ้าแฝกในโครงการใหม่ ต่อ ผลิตภัณฑ์เดิมของแบรนด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 24 แผนภูมิเส้นแสดงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์งานถักสานจาก หญ้าแฝกในโครงการใหม่ ต่อ ผลิตภัณฑ์เดิมของแบรนด์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดตกแต่งห้องนั่งเล่น

การออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอในโครงการ ปัจฉัยหนึ่งซึ่งมีความเกี่ยวข้องและมีความสำคัญ คือ ความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์สิ่งทอกับสถานะแวดล้อม ในบทนี้จะเป็นการศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับสถานะแวดล้อมของผลิตภัณฑ์สิ่งทอในโครงการ ซึ่งจะประกอบด้วยหัวข้อย่อยต่างๆ ดังนี้

2.2.1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับห้องนั่งเล่น

2.2.2 รูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์สิ่งทอภายในห้องนั่งเล่น

2.2.3 วิเคราะห์และสรุปขนาดพื้นที่และรูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์สิ่งทอภายในห้องนั่งเล่น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับห้องนั่งเล่น

ห้องนั่งเล่น สำหรับบ้านที่มีเนื้อที่กว้างขวางมักนิยมแยกออกจากห้องรับแขก ห้องนั่งเล่นมีความหมายใกล้เคียงกับห้องพักผ่อนด้วย สามารถใช้ในความหมายเดียวกันได้ ห้องนั่งเล่นมีไว้สำหรับการพักผ่อนร่วมกันของทุกๆคนในครอบครัว อาจเป็นช่วงก่อน หรือหลังอาหารมื้อเย็น หรือช่วงวันหยุด เพื่อให้ทุกคนในครอบครัวได้ใช้เป็นที่สนทนา ดูโทรทัศน์ หรือทำกิจกรรมยามว่างด้วยกัน อาจใช้ต้อนรับแขกที่สนิทสนมเป็นพิเศษได้ด้วย กรณีอยู่คนเดียว ห้องนั่งเล่นก็ยังคงเป็นห้องพักผ่อนตัวซึ่งเป็นคนละส่วนกับการพักผ่อนในห้องนอน

ขนาดของห้องนั่งเล่น ขึ้นอยู่กับจำนวนสมาชิกในครอบครัว และขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของเจ้าของบ้านในการใช้งาน เพราะนอกจากจะใช้ห้องนั่งเล่นพักผ่อนพูดคุยกันแล้ว ยังใช้เป็นห้องอ่านหนังสือ ทำงาน เย็บปักถักร้อย หรือเพื่อความบันเทิง ฟังดนตรี เล่นดนตรี ดูโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เล่นเกม หรืออื่นๆ จึงไม่ควรจัดให้มีเครื่องเรือนมากจนเกินไปทำให้ห้องดูคับแคบ เพราะเป็นที่สำหรับพักผ่อน จึงควรเป็นห้องโปร่งสบายตา

ที่ตั้ง ที่ตั้งของห้องนั่งเล่น มักมีพื้นที่ที่ติดต่อกับห้องรับแขก เพราะบางครั้งอาจใช้รับรองแขกที่สนิทกันเป็นพิเศษได้ บางครั้งในบ้านที่มีบริเวณไม่กว้าง อาจจัดห้องนั่งเล่นไว้ร่วมกับห้องรับแขกเลยก็ได้ และห้องนั่งเล่นมักอยู่ติดกับห้องรับประทานอาหาร

แสงสว่าง ห้องนี้ต้องการแสงสว่างพอประมาณ จะมีแสงสว่างมากเฉพาะที่เท่านั้น เช่น โคมไฟสำหรับอ่านหนังสือหรือทำงาน ไฟเฉพาะจุดที่ต้องการแสงสว่าง เช่น การเย็บผ้า การเล่นเกม การเล่นดนตรี ยกเว้นในกรณีที่บ้านมีห้องนั่งเล่นร่วมกับห้องรับแขก ในกรณีนี้แสงสว่างภายในห้องนี้ควรมีแสงสว่างมากพอสมควร เพื่อให้มีบรรยากาศสดใส ไม่มีดทึม โดยเฉพาะเนื้อที่ที่ใช้สนทนา ควรใช้สีที่กลมกลืน เพื่อสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเองระหว่างแขกและเจ้าของบ้าน



ภาพที่ 25 บรรยากาศของห้องนั่งเล่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีน้ำตาลช่วยเพิ่มน้ำหนักและความกลมกลืนให้กับห้องสีเหลือง แสงไฟช่วยขับเน้นสีเหลืองของห้องให้เกิดบรรยากาศอบอุ่น

การจัดห้องนั่งเล่น หากภายในห้องนั่งเล่นมีกิจกรรมหลายอย่าง ก็ควรแยกเป็นมุมๆ เช่น การพูดคุย การเพลิดเพลินกับตั้งบันเทิง จะอยู่ใกล้กัน เพราะไม่ต้องใช้แสงสว่างมากนัก ส่วนการอ่านหนังสือ การทำงาน อยู่ด้านเดียวกัน โดยมีแสงสว่างเฉพาะที่ บริเวณนั้นๆ ที่สำคัญคือ ห้องต้องไม่มีเครื่องเรือนและอุปกรณ์ต่างๆ มากจนคับแคบเกินไป จุดสำคัญของห้องนี้ไม่ได้อยู่ที่การจัดเครื่องเรือนให้เข้าชุดกัน แต่อยู่ที่การแบ่งเนื้อที่ใช้เกิดประโยชน์ใช้สอยสะดักสบาย



ภาพที่ 26 บรรยากาศของห้องนั่งเล่นรูปแบบต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2 รูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์สิ่งทอภายในห้องนั่งเล่น

การพักผ่อนหย่อนใจ ถือเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ทุกคน บ้านคือสถานที่หนึ่งทีนอกจากจะใช้เป็นที่อยู่อาศัยแล้ว การเป็นสถานที่สำหรับพักผ่อนก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน บริเวณส่วนต่างๆของบ้านจึงถูกจัดให้เป็นมุมพักผ่อนที่แตกต่างกัน เช่น บริเวณที่มีลมพัดเย็นสบาย จึงใช้เป็นที่สำหรับการอ่านหนังสือส่วนตัว เป็นต้น ดังนั้นสถานที่ที่จัดเป็นมุมพักผ่อนจึงเป็นข้อควรพิจารณาสำหรับการจัดวางผลิตภัณฑ์สิ่งทอของคุณแต่ง เพื่อความสวยงามและเหมาะสมกับภูมิทัศน์โดยรอบ มุมพักผ่อนที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานผลิตภัณฑ์สิ่งทอของคุณแต่งในห้องนั่งเล่นจึง จำแนกเป็นบริเวณต่างๆ ดังนี้

เนื่องจากเนื้อที่ภายในห้องนั่งเล่นมีความหลากหลาย ในการออกแบบ จัดตกแต่ง จึงได้เกิดเป็นความแตกต่างในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอคุณแต่งขึ้น เพราะผู้บริโภคแต่ละคนก็เลือกใช้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอของคุณแต่ง ที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่ที่ต้องการนำไปใช้ ดังนั้นหากผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอคุณแต่งสามารถรองรับกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดวางได้เหมาะสมกับขนาดและรูปแบบพื้นที่ที่ผู้บริโภคต้องการ ใช้งานได้หลายแบบ ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอของคุณแต่ง ในโครงการตอบสนองกับความต้องการ ใช้งานให้กับผู้บริโภคได้มากขึ้น

จึงควรเป็นอย่างยิ่งในการศึกษาข้อจำกัด และความแตกต่างในพื้นที่ ที่จะมผลกระทบต่อปรับเปลี่ยนการจัดวางผลิตภัณฑ์สิ่งทอของคุณแต่งในโครงการ เพื่อให้สามารถเข้าไปรองรับการใช้งานต่อผู้บริโภคให้ได้ดีที่สุด ในกรณีศึกษานี้ได้ยกตัวอย่างให้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอของคุณแต่งบ้านเป็นเสมือน เฟอร์นิเจอร์ชุดหนึ่ง

ผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอของคุณแต่งบ้านในโครงการประกอบด้วย


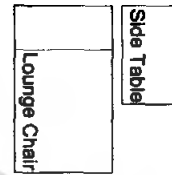

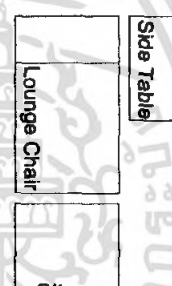
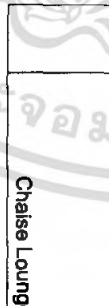
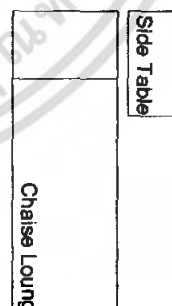


ภาพที่ 27 สัญลักษณ์เฟอร์นิเจอร์ในโครงการประเภทต่างๆ


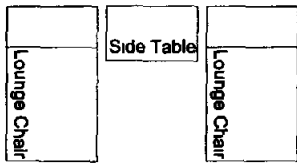
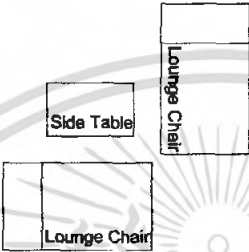
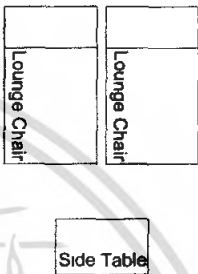
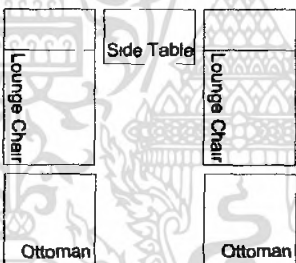
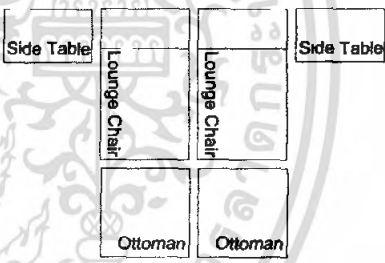
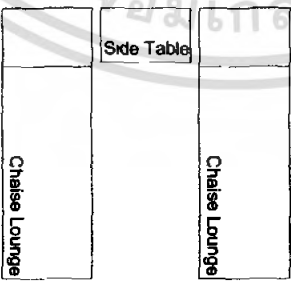
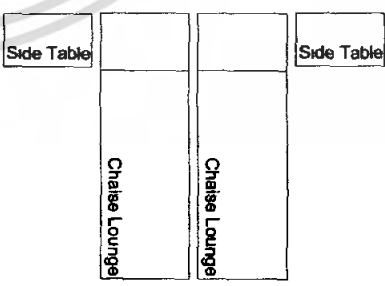
- กำหนดให้ Chaise Lounge มีเนื้อที่โดยประมาณ 1.50 x 0.50 เมตร
- กำหนดให้ Lounge Chair มีเนื้อที่โดยประมาณ 0.85 x 0.50 เมตร
- กำหนดให้ Ottoman มีเนื้อที่โดยประมาณ 0.50 x 0.50 เมตร
- กำหนดให้ Side Table มีเนื้อที่โดยประมาณ 0.30 x 0.50 เมตร

- กำหนดให้ระยะห่างระหว่างผลิตภัณฑ์เคาะเตียงทอ Lounge Chair กับ Ottoman มีระยะประมาณ 0.30 เมตร
- กำหนดให้ระยะห่างผลิตภัณฑ์เคาะเตียงทออื่นๆ มีระยะประมาณ 0.05 เมตร

ตารางที่ 3 แสดงสรุปรูปแบบการจัดวางเฟอร์นิเจอร์กับพื้นที่ขนาดต่างๆ ตามที่פקของกุ่มผู้บริโภค

รูปแบบเฟอร์นิเจอร์	รูปแบบการจัดวาง	
แบบเดี่ยว สำหรับนั่งพักผ่อน ประกอบด้วย Lounge Chair 1 ตัว / Lounge Chair 1 ตัว + Side Table 1 ตัว รองรับได้ 1 คน	A1  จัดวางแบบลอยตัว แบบ A1 เนื้อที่เฟอร์นิเจอร์ประมาณ 0.50 x 0.85 เมตร	A2  จัดวางแบบลอยตัว แบบ A2 เนื้อที่เฟอร์นิเจอร์ประมาณ 0.85 x 1.20 เมตร
แบบเดี่ยว สำหรับนั่งเอน พักผ่อน ประกอบด้วย Lounge Chair 1 ตัว + Side Table 1 ตัว / Lounge Chair 1 ตัว + Ottoman 1 ตัว + Side Table 1 ตัว รองรับได้ 1 คน	B1  จัดวางแบบลอยตัว แบบ B1 เนื้อที่เฟอร์นิเจอร์ประมาณ 1.40 x 0.50 เมตร	B2  จัดวางแบบลอยตัว แบบ B2 เนื้อที่เฟอร์นิเจอร์ประมาณ 1.40 x 1.20 เมตร
แบบเดี่ยว สำหรับนอนพักผ่อน ประกอบด้วย Chaise Lounge 1 ตัว / Chaise Lounge 1 ตัว + Side Table 1 ตัว รองรับได้ 1 คน	C1  จัดวางแบบลอยตัว แบบ C1 เนื้อที่เฟอร์นิเจอร์ประมาณ 1.50 x 0.50 เมตร	C2  จัดวางแบบลอยตัว แบบ C2 เนื้อที่เฟอร์นิเจอร์ประมาณ 1.50 x 1.20 เมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดเล็ก สำหรับนั่งพักผ่อน ประกอบด้วย Lounge Chair 2 ตัว + Side Table 1 ตัว รองรับได้ 1-2 คน	S1  จัดวางแบบเส้นตรง จิตหนึ่ง แบบ S1 เนื้อที่เฟอร์นิเจอร์ประมาณ 0.50 x 2.60 เมตร	S2  จัดวางแบบเส้นตรง จิตหนึ่ง แบบ S2 เนื้อที่เฟอร์นิเจอร์ประมาณ 0.85 x 1.40 เมตร
	S3  จัดวางแบบตัว L เข้ามุม แบบ S3 เนื้อที่เฟอร์นิเจอร์ประมาณ 1.40 x 1.40 เมตร	S4  จัดวางแบบตัว U จิตหนึ่ง แบบ S4 เนื้อที่เฟอร์นิเจอร์ประมาณ 1.45 x 1.05 เมตร
ชุดกลาง สำหรับนั่งเอน พักผ่อน ประกอบด้วย Lounge Chair 2 ตัว + Ottoman 2 ตัว + Side Table 1 ตัว / 2 ตัว รองรับได้ 1-2 คน	M1  จัดวางแบบเส้นตรง จิตหนึ่ง แบบ M1 เนื้อที่เฟอร์นิเจอร์ประมาณ 1.40 x 1.40 เมตร	M2  จัดวางแบบเส้นตรง จิตหนึ่ง แบบ M2 เนื้อที่เฟอร์นิเจอร์ประมาณ 1.40 x 1.75 เมตร
	L1  จัดวางแบบเส้นตรง แบบ L1 เนื้อที่เฟอร์นิเจอร์ประมาณ 1.50 x 1.40 เมตร	L2  จัดวางแบบเส้นตรง จิตหนึ่ง แบบ L2 เนื้อที่เฟอร์นิเจอร์ประมาณ 1.50 x 1.75 เมตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 วิเคราะห์และสรุปขนาดพื้นที่และรูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์สิ่งทอภายในห้องนั่งเล่น

การจัดวางแบบเส้นตรง หมายถึง การจัดวางผลิตภัณฑ์สิ่งทอในโครงการ โดยมีลักษณะเป็นแถวหรือวางชิดริมผนังระเบียบ สำหรับขนาดเนื้อที่ใช้สอยที่มีอยู่น้อยในแนวกว้าง แต่มีขนาดมากในแนวยาว

การจัดวางแบบลอยตัว หมายถึง ผลิตภัณฑ์สิ่งทอในโครงการทุกชิ้นเป็นอิสระต่อกัน โดยที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอในโครงการ ไปใช้ให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ที่ใช้สอย

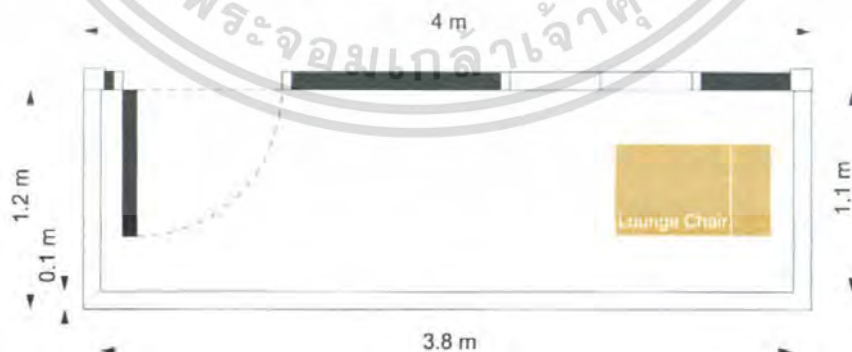
การจัดวางแบบเข้ามุม หมายถึง การจัดวางผลิตภัณฑ์สิ่งทอในโครงการให้สามารถเข้ากับมุมห้อง โดยอาจจัดเป็นรูปตัว L หรือตัว U แล้วแต่กรณี

การจัดแบบเข้ามุนั้น ถึงแม้จะสามารถเข้ามุนห้องได้หลายรูปแบบและขยายให้ยาวเท่าใดก็ได้ แต่มีความคล่องตัวและรูปแบบการจัดวางได้น้อยกว่า รวมทั้งบางครั้งการจัดวางแบบตัว L มีความสะดวกสบายในการพูดคุยน้อย ซึ่งต้องแก้ปัญหาโดยการนำเก้าอี้เดี่ยวแบบลอยตัว 1 หรือ 2 ตัวมาจัดวางร่วมไปด้วย เพื่อให้สามารถพูดคุยกับอีกฝ่ายหนึ่งได้

สรุปขนาดพื้นที่ใช้สอยล่าสุด

พื้นที่ใช้สอยล่าสุดของห้องนั่งเล่นทั่วไปในบ้านพักอาศัยขนาดกลางและบ้านพักอาศัยขนาดใหญ่ พื้นที่ใช้สอย 3.80 x 1.10 เมตร มีพื้นที่ 4.18 ตารางเมตร

จะเห็นได้ว่าโครงการออกแบบผลิตภัณฑ์เคาะสิ่งทอตกแต่งห้องนั่งเล่น จากหญ้าแฝก เป็นโครงการที่มีขอบเขตจำกัดที่บริเวณห้องนั่งเล่น หรือพื้นที่อเนกประสงค์ ซึ่งพื้นที่เหล่านั้นเป็นพื้นที่ที่ไม่มีข้อกำหนดตายตัวของขนาดพื้นที่ ทำให้เป็นพื้นที่ที่มีขนาดหลากหลาย ผลิตภัณฑ์เคาะสิ่งทอที่เข้าไปอยู่ในพื้นที่เหล่านั้น ควรมีรูปแบบการจัดวางแบบลอยตัว เป็นอิสระต่อกัน เพื่อการเข้าไปรองรับแม้กระทั่งพื้นที่ที่มีขนาดน้อยที่สุดในขอบเขตของโครงการ



ภาพที่ 28 การจัดวางผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน แบบลอยตัว ในห้องนั่งเล่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการวิเคราะห์

ผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอในโครงการนำรูปแบบการจัดวางแบบลอยตัวเป็นอิสระต่อกันมาใช้ในการออกแบบ และยังสามารถจัดวางเป็นชุดได้ตามความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอยและขนาดพื้นที่ของผู้บริโภคนั้นๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงในโครงการ

ในบทนี้จะเป็นการศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงในโครงการ อันได้แก่ หมอนอิง, เบาะรองนั่ง, ฟุตอง(Futon), กรอบรูป ซึ่งเป็นการศึกษาจากผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิต และจำหน่ายในแบรนด์ Oomph และแบรนด์คู่แข่ง ซึ่งจะประกอบด้วยหัวข้อย่อยต่างๆ ดังนี้

- 2.3.1 หมอนอิง
- 2.3.2 เบาะรองนั่ง
- 2.3.3 ฟุตอง(Futon)
- 2.3.4 กรอบรูป



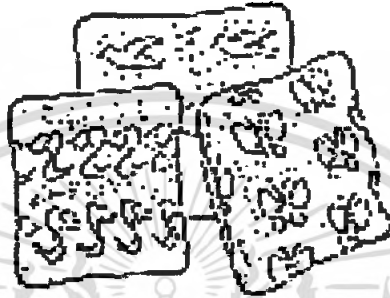
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.1 หมอนอิง

รูปแบบของหมอน

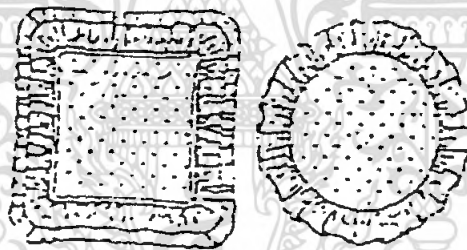
สามารถแบ่งตามลักษณะของชิ้นส่วนได้ดังนี้

1. หมอนขอบแบน แบบแต่งขอบด้วยกิ้น เป็นแบบที่ตัดเย็บได้ง่ายที่สุด ประกอบด้วย ชั้นบน และชั้นล่างเย็บต่อกัน ถ้าต้องการตกแต่งด้วยขอบกิ้น ก็ต้องเย็บกิ้นให้ติดกับชั้น หน้าของหมอนก่อน แล้วจึงเย็บหมอนให้ติดกับชั้นล่าง



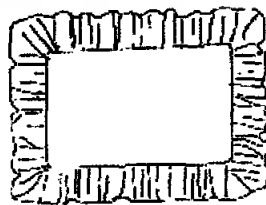
ภาพที่ 29 หมอนขอบแบน

2. หมอนขอบแบนแบบมีระบาย ช่วยเพิ่มความอ่อนหวานน่ารักให้กับหมอน มีทั้งแบบ ระบายชั้นเดียว และระบาย 2 ชั้น หรืออาจคิดทั้งจีบระบายและแทรกด้วยกิ้นก็ได้



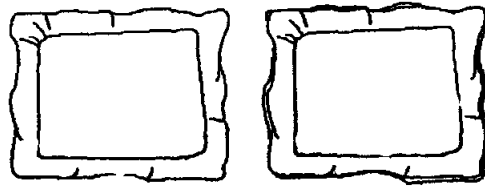
ภาพที่ 30 หมอนขอบแบนแบบมีระบาย

3. ปลอกหมอนแบบแฉิม เป็นปลอกหมอนที่ตัดเย็บง่ายใช้สะดวกไม่ต้องเข้าซิปล ด้านล่างของปลอกหมอนอาจจะเป็นผ้าที่เกยกัน ใช้ช่องเปิดสำหรับสอดใส่ หรือถอดตัวในของหมอน เป็นแบบที่เหมาะสมสำหรับใช้ในเตียงนอนแทนหมอนที่มีจีบระบาย ซึ่งเป็นแบบที่เข้าซิปลได้ลำบาก



ภาพที่ 31 ปลอกหมอนแบบแฉิม

4. หมอนปัก หมอนปักนี้มีลักษณะแบน เป็นปักยื่นออกมาล้อมรอบหมอนอยู่ และทำหน้าที่เป็นกรอบของหมอน ปักเป็นชั้นเดียวกับส่วนที่เป็นชั้นบนและชั้นล่างของหมอน



ภาพที่ 32 หมอนปัก

5. หมอนแบบม็อก-บ็อกซ์ เป็นหมอนแบนแบบหนึ่ง แต่ทำให้มีลักษณะคล้ายรูปเบาะ โดยไม่ต้องมีหนังหรือแถบข้างแยกต่างหาก ผ้าที่ใช้จะเป็นหนังของหมอนแบบนี้จะเป็นชั้นเดียวกับส่วนที่เป็นด้านบนและล่างของหมอน ตะเข็บที่เย็บตัดมุมแต่ละมุมจะทำให้หมอนมีลักษณะเป็นกล่อง



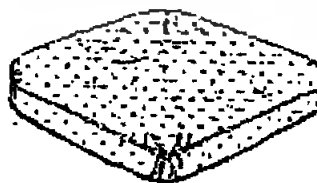
ภาพที่ 33 หมอนแบบม็อก-บ็อกซ์

6. หมอนแบบมุมปล่อย มุมของหมอนคล้ายกับแบบม็อก-บ็อกซ์ แต่จะไม่เย็บปิดตลอด และแทนที่จะเย็บชั้นบนชั้นล่างให้ติดกันก่อนแล้วจึงค่อยเย็บทำมุมแบบม็อก-บ็อกซ์ แต่จะทำมุมหมอนเสียก่อนแล้วจึงค่อยเย็บทั้งสองชั้นให้ติดกัน



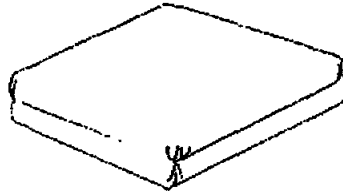
ภาพที่ 34 หมอนแบบมุมปล่อย

7. หมอนหนุนจิบซีเสื้อ คล้ายกับหมอนมุมปล่อย แต่มุมของหมอนแบบนี้ จะมีความอ่อนโยนมากกว่า เกิดจากการจับจีบให้มีลักษณะคล้ายกับปักซีเสื้อ โดยการตัดผ้าที่มุมทิ้งไปแล้วพับให้เป็นจีบชน



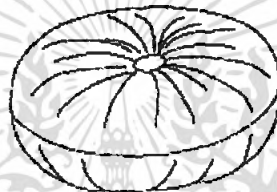
ภาพที่ 35 หมอนหนุนจิบซีเสื้อ

8. หมอนแบบมุมศอก บางครั้งเรียกว่าหมอนแบบจิบรูคมุม เหมาะอย่างยิ่งสำหรับหมอนขนาดใหญ่ที่ใช้วางบนพื้น หรือหมอนที่ใช้ผ้าที่มีลวดลายพรางตา จะทำแบบมีก้นหรือไม่มีก้นก็ได้



ภาพที่ 36 หมอนแบบมุมศอก

9. หมอนชั้นเบิสท์ เป็นหมอนทรงกลม ถ้าทำจากผ้าพิมพ์หรือผ้าลายทางจะมีลวดลายแผ่กระจายเป็นรัศมีออกจากจุดรวมที่ศูนย์กลาง ลวดลายแผ่กระจายนี้จะเด่นมากเมื่อใช้ผ้าที่มีลวดลายเป็นขอบ



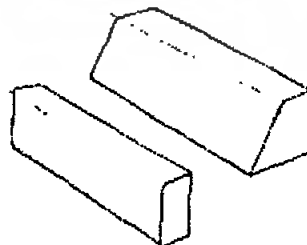
ภาพที่ 37 หมอนชั้นเบิสท์

10. หมอนพีฟ เป็นหมอนทรงกลมที่มีลักษณะแบบมีริ้นล่างเป็นวงกลมผืนใหญ่ จีบรูคหุ้มล้อมมาทางด้านบน และตรงกลางด้านบนมีผ้าชั้นแบนเย็บปิดทับอยู่



ภาพที่ 38 หมอนพีฟ

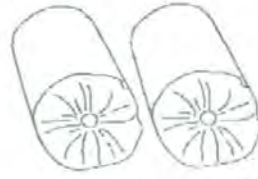
11. หมอนยาวทรงลิ้มและทรงสี่เหลี่ยมแต่งขอบด้วยก้น เป็นหมอนยาวซึ่งมีปลายทั้งสองข้างเป็นรูปลิ้มหรือสี่เหลี่ยม ซึ่งเหมาะสำหรับใช้บนเตียงนอน เก้าอี้นอน หรือวางพิงไว้บนพื้นห้อง



ภาพที่ 39 หมอนยาวทรงลิ้มและทรงสี่เหลี่ยมแต่งขอบด้วยก้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. หมอนยาวทรงกลมแบบแต่งขอบด้วยกิ้น ปลายทั้งสองข้าง มีหลายลักษณะ ได้แก่ แบบแบนราบแบบธรรมดา แบบจีบรูด และแบบพับ ปลายปิดแบบต่างๆเหล่านี้ทำให้ หมอนข้างมีลักษณะสวยงามแตกต่างกันไป



ภาพที่ 40 หมอนยาวทรงกลมแบบแต่งขอบด้วยกิ้น

1.3 หมอนยาวทรงกลมชนิดมีเชือกผูกปลาย เป็นหมอนข้างแบบที่ใช้กันทั่วไป ทำง่าย เนื่องจากใช้ผ้าเพียงชิ้นเดียว นำมาเย็บต่อกันเป็นทรงกระบอก แล้วดึงรูดและผูกไว้ที่ปลาย ทั้งสองข้าง ไม่จำเป็นต้องใช้zip



ภาพที่ 41 หมอนยาวทรงกลมชนิดมีเชือกผูกปลาย

1.4 หมอนอิงโบราณ



ภาพที่ 42 รูปแบบของหมอนอิงในสมัยไทยล้านนา

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้น ก็ยังมีหมอนดัดแปลงรูปอื่นๆตามแต่ความคิดสร้างสรรค์ เช่น หมอนรูปพัด เปลือกหอย โบริว หมอนที่มีท้าวแขน ฯลฯ

ขนาดของหมอนอิง

ขนาดขึ้นอยู่กับ ลักษณะการใช้งาน ขนาดของเฟอร์นิเจอร์ ขนาดโดยทั่วไป
min. 30 x 30 cm. max. 50 x 50 cm.

สรุป

ขนาดของหมอนอิงที่เหมาะสมคือ 35 x 60 ซม. รูปแบบของหมอนอิงที่เหมาะสม เป็นแบบขอบแบนไม่มีระบาย หมอนจะมีปลอกเพื่อลดทำความสะอาด โดยพิจารณาการ ถอดใส่แบบใช้zip นอกจากนี้ได้กล่าวมาข้างต้นก็ยังมีหมอนดัดแปลงรูปอื่นๆตามแต่ความคิดสร้างสรรค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนประกอบของหมอนอิง

1. ปลูกหมอน
2. คั้ววัสดุใส่ใน

วัสดุที่เป็นไส้หมอน

เป็นวัสดุที่ทำให้เกิดความอ่อนนุ่ม ความสบายในการใช้งาน และเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดเป็นรูปร่างของหมอนขึ้น วัสดุที่นิยมใช้ ได้แก่

1. นุ่น เป็นเส้นใยพืชชนิดหนึ่ง ซึ่งได้จากฝ้าย คนไทยใช้นุ่นทำไส้ที่นอนและหมอนมานานแล้ว ใยนุ่นให้ความอบอุ่น พองฟูดี และเป็นวัสดุที่หาได้ง่ายในประเทศไทย จึงได้รับความนิยมมาก แต่ในนุ่นมีข้อเสียคือ เมื่อใช้ไปนานๆจะค่อยๆเปื่อยยุ่ยสลายตัว ลดความพองฟูลงและทำให้หมอนนั้นค่อยๆแบนและเสียรูปทรงลงไป
2. ฟองน้ำ ถูกใช้เป็นตัวในหมอนสำเร็จรูปที่มีขายทั่วไป โพลียูรีเทนอาจเป็นฟองน้ำล้วนๆหรือจะใช้ร่วมกับวัสดุใส่ในชนิดอื่นก็ได้ ฟองน้ำที่ใช้ทำไส้ในหมอนหรือเบาะอาจอยู่ในรูปของแผ่นบาง เป็นแท่งหนา เป็นชิ้นเล็กๆ หรือตัดเป็นรูปต่างๆไว้แล้ว ตัวในหมอนฟองน้ำที่มีราคาถูกมักทำจากแผ่นฟองน้ำและมีเศษฟองน้ำชิ้นเล็กๆเป็นไส้ใน ความแน่นของฟองน้ำ ขึ้นอยู่กับความหนาแน่น (น้ำหนักของฟองน้ำต่อหนึ่งหน่วยปริมาตร มีหน่วยเป็นกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร) ถ้าฟองน้ำนั้นมีความหนาแน่นมาก ก็จะมีเนื้อแน่นและทนทานดี แต่จะมีความไหย่งตัวต่ำ นั่นคือ เมื่อกดก็จะยุบน้อยและเมื่อปล่อยมือก็สามารถคืนกลับสู่ที่เดิมได้ช้า ฟองน้ำคุณภาพดีบางชนิดจะมีทั้งความทนทานดีและความไหย่งสูง จะให้ความอ่อนนุ่มมากและรักษารูปทรงได้ดี เหมาะที่จะใช้ทำไส้หมอนหรือเบาะมาก แต่จะมีราคาค่อนข้างแพงกว่าฟองน้ำทั่วไป

ตารางที่ 4 วิเคราะห์วัสดุที่ใช้ยัดไส้หมอนอิง

ชนิดเงื่อนไขในการพิจารณา	นุ่น	เส้นใย(โพลีเอสเตอร์)	ฟองน้ำชิ้น	ขนเป็ด
1. ทนทาน	2	3	2	3
2. ไม่มีฝุ่นละออง	1	3	3	3
3. ทำความสะอาดง่าย	1	4	3	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ราคาถูก	3	3	4	1
รวม	7	*13	12	10

สรุป เลือกใช้เส้นใยโพลีเอสเตอร์เป็นไส้ของหมอนอิง

การตกแต่งหมอนอิง

1. การปัก สามารถใช้ได้กับปลอกทุกรูปแบบ มีทั้งแบบปักมือและปักเครื่อง
2. การเย็บซิกแซกที่ขอบ เป็นการเย็บเทปแบบริมหยักหรือแบบซิกแซก ทำให้ปลอกหมอนดูเด่นขึ้น
3. การเย็บผ้าก๊วน อาจจะก๊วนอย่างเดียว หรืออาจจะก๊วนกับปลอกหมอนแบบระบาย ระหว่างระบาย กับปลอกหมอนแบบมีปัก
4. การต่อระบาย ทำให้หมอนดูอ่อนหวาน ไม่แข็งกระด้าง
5. การใช้ลูกไม้ เป็นการนำลูกไม้มาเย็บติดโดยรอบ ทำให้หมอนดูสวยงามหรูหรา ยิ่งขึ้น แต่จะไม่เหมาะกับปลอกหมอนแบบมีปัก
6. การตกแต่งด้วยริบบิ้นหรือลูกบิด ช่วยให้ดูน่ารักและเป็นจุดสนใจ
7. การเย็บปะเป็นลวดลาย เป็นการตัดผ้าสีต่างๆมาติดเพื่อตกแต่งให้ดูแปลก
8. การตกแต่งขอบ เช่น ขอบแบบซิกแซกโค้ง ขอบแบบรูปหยักฟันปลา ฯลฯ

ข้อมูลอุปกรณ์ประกอบหมอนอิง

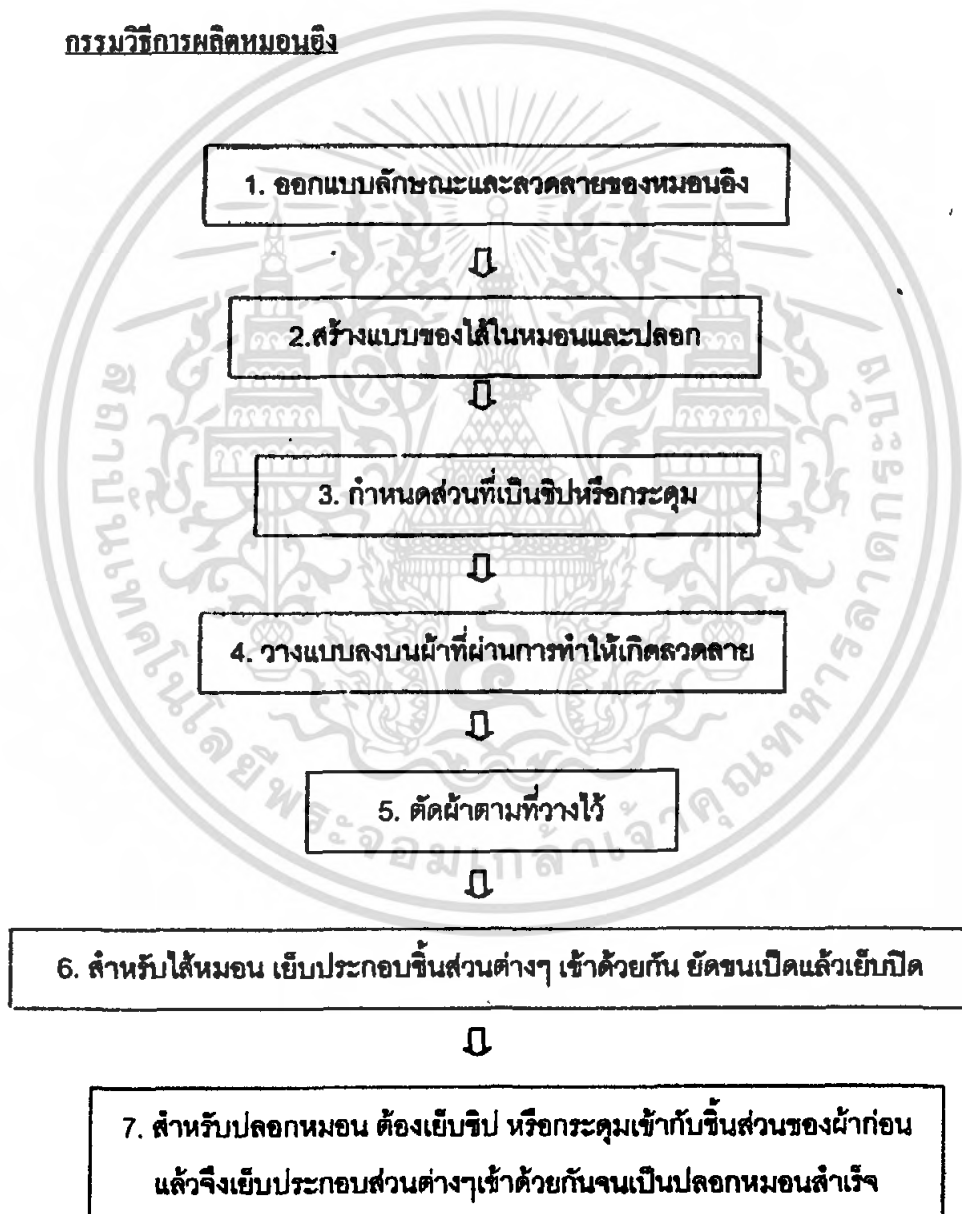
ได้แก่ อุปกรณ์ยึดติดต่างๆเพื่อการถอดเปลี่ยนหรือทำความสะอาด

1. กระจุกแม่เหล็ก (Snap Button) มีประโยชน์เพื่อใช้ในการเปิด - ปิดได้ กระจุกนี้มีด้วยกัน 4 ตัวคือ ส่วนประกอบด้านบน 2 ตัว ด้านล่าง 2 ตัว การติดนั้นต้องเจาะรูให้ตรงกันทั้ง 2 ด้านของผ้าในที่ที่ต้องการติด กระจุกชนิดนี้มีหลายแบบ ในการติดจะใช้เครื่องมือเฉพาะและตุ้มนูเพื่อทำการเจาะผ้า
2. กระจุกแม่เหล็ก (Magnet) มีลักษณะคล้ายกระจุกแม่เหล็ก คือประกอบด้วยตัวเมียและตัวผู้เช่นเดียวกัน แต่มีความสะดวกและความไวในการใช้งานมากกว่า แต่ไม่ให้ความมั่นใจในการปิด เพราะใช้แรงแม่เหล็กในการยึดติดกัน ทำให้หลุดได้เมื่อคลื่นแรงกึ่งวแรงๆ หรือแม่เหล็กอาจเสื่อมคุณภาพได้
3. เวลโครเทปหรือเทปตีนตุ๊กแก (Velco) มีลักษณะเป็นเทป 2 ชั้น ใช้ประกอบกับเวลาที่ต้องการให้ผ้า 2 ชั้นติดกัน ส่วนที่ติดกันนั้นด้านหนึ่งจะมีลักษณะเป็นขนฟูๆ เวลโครเทปนี้ไม่สามารถทนต่อแรงดึงของผ้า 2 ชั้นได้และเสื่อมคุณภาพได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. Zip (Zip) ใช้ยึดติดกันระหว่างผ้า 2 ผืน โดยรูดเปิด-ปิด การซัดzipทำโดยการเย็บติดกับผ้าให้แนวรอยต่อตรงกัน จะสะดวกในการเปิดปิดมาก Zipมีหลายชนิด มีทั้งที่ทำจากโลหะ ในล่อน การใช้zip เหมาะสำหรับช่องใหญ่ๆ ซึ่งzipมี 2 ประเภทคือ ชนิดปิดท้าย (Closed-End fastener) มีทั้งแบบปิดด้านเดียวและ 2 ด้าน เพื่อไม่ให้ปลายทั้งสองเป็นอิสระเมื่อแยกzipเปิดจนสุด อีกชนิดหนึ่งคือ zip ชนิดปิดท้าย (Open-End Fastener) เป็นzipมีเคียวและมีสวมที่ปลายแถบผ้าทั้ง 2 ด้าน เพื่อให้สามารถถอดออกได้เมื่อรูดzipเปิด และต้องสวมกลับเข้าที่พอดีก่อนรูด zipปิด

กรรมวิธีการผลิตหมอนอิง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการถอด – ใส่ปลอกหมอน

1. การติดจีบ
2. การติดด้วยเวลโคร
3. การติดด้วยกระดุม
4. การใช้โบว์หรือเชือกผูก
5. การเย็บเป็นลิ้นซ้อนกันที่ด้านหลัง

การใช้งานหมอนอิง

นอกจากจะเป็นหมอนพิงหลัง แล้วยังใช้สำหรับหนุนศีรษะด้วย วัสดุคัสโต้ที่ใช้ควรมีคุณสมบัติที่ไม่เกิดฝุ่นหรือเชื้อรา ทำความสะอาดได้สะดวก เลือกพิจารณาวัสดุที่ใช้คัสโต้หมอน 4 ชนิดคือ นุ่น เส้นใยโพลีเอสเตอร์ ฟองน้ำ และขนเป็ด



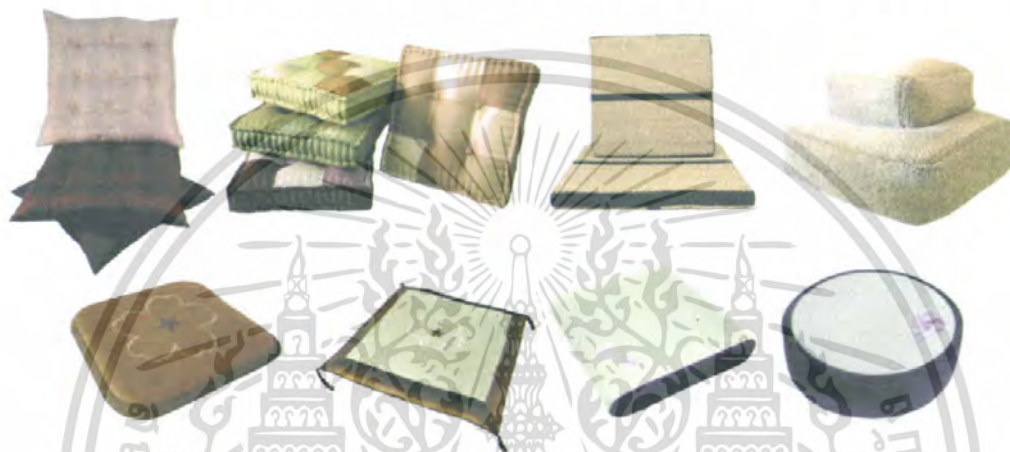
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2 เบาะรองนั่ง

รูปแบบต่างๆของเบาะรองนั่ง

เบาะรองนั่งที่มีอยู่ในท้องตลาดนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ ตามลักษณะของการใช้งาน คือ

1. แบบที่เป็นเบาะรองนั่งเพียงอย่างเดียว รูปแบบนี้มักพบทั่วไป เนื่องจากเป็นรูปแบบที่ง่ายต่อการผลิตในระบบกึ่งอุตสาหกรรม และมีขนาดกะทัดรัดจัดเก็บได้ง่าย เบาะรองนั่งลักษณะนี้ จะใช้งานโดยการนำมารองนั่งบนพื้นเลยโดยไม่มีส่วนที่ใช้พิงหลัง



ภาพที่ 43 รูปแบบเบาะรองนั่งที่ไม่มีส่วนพิงหลัง

2. แบบที่เป็นเบาะรองนั่งพร้อมส่วนพิงหลัง รูปแบบที่มักพบเห็นบ่อยๆ คือ เบาะรองนั่งแบบพับ และเบาะรองนั่งพร้อมหมอนสามเหลี่ยม ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งาน กล่าวคือ สามารถใช้พิงหลังหรือใช้ในการท้าวแขนได้



ภาพที่ 44 รูปแบบเบาะรองนั่งที่มีส่วนพิงหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาดสัดส่วนของเบาะรองนั่ง

1. แบบที่เป็นเบาะรองนั่งเชิงอย่างเดียว มีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น สี่เหลี่ยมจัตุรัส, สี่เหลี่ยมผืนผ้า, วงกลม เป็นต้น แต่อย่างไรก็ดี รูปแบบที่มักพบเห็นในท้องตลาดนั้นก็คือแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัสซึ่งโดยทั่วไปขนาดของเบาะรองนั่งแบบนี้จะมีหลายขนาดตั้งแต่ขนาดเล็ก ไปถึงขนาดใหญ่ซึ่งมีขนาดโดยเฉลี่ย 3 ขนาด ดังนี้

(ขนาด = กว้าง x ยาว)



1. ขนาดเล็กสุด = 42.5 x 42.5 เซนติเมตร
2. ขนาดกลาง = 50 x 50 เซนติเมตร
3. ขนาดใหญ่ = 60 x 60 เซนติเมตร

*ความหนาของเบาะรองนั่งมีขนาดตั้งแต่ 3 ซม. 5 ซม. 7.5 ซม. 10 ซม.

2. แบบที่เป็นเบาะรองนั่งพร้อมส่วนพิงหลัง โนที่นี้จะขอกกล่าวถึงเฉพาะเบาะรองนั่งพร้อมหมอนสามเหลี่ยม เนื่องจากเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมและมีการผลิตออกมาเพื่อจำหน่ายมากที่สุด โดยทั่วไปจะมีขนาดโดยเฉลี่ย 3 ขนาด ดังนี้

(ขนาด = กว้าง x ยาว)

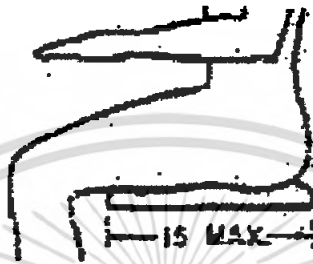


1. ขนาดเล็กสุด = 20 x 30 เซนติเมตร
2. ขนาดกลาง = 30 x 45 เซนติเมตร
3. ขนาดใหญ่ = 40, 50 x 55, 65 เซนติเมตร

วิเคราะห์ขนาดสัดส่วนของเบาะรองนั่ง

พื้นที่ที่คนใช้ในการนั่งบนเบาะรองนั่งนั้น พิจารณาจากขนาดสัดส่วนคนมาตรฐานในวัยผู้ใหญ่ ทั้งเพศชายที่ 97.5 เปอร์เซ็นต์โกลด์และเพศหญิงที่ 2.5 เปอร์เซ็นต์โกลด์ ขนาดของลักษณะทางกายภาพที่เกี่ยวข้อง คือ

- ความกว้าง พิจารณาจากระยะความกว้างของช่วงสะโพก คือ เพศชาย 39
- เซนติเมตร เพศหญิง 34 เซนติเมตร ความกว้างโดยเฉลี่ย 37.5 เซนติเมตร
- ความยาว พิจารณาจากระยะการใช้พื้นที่นั่งโดยเฉลี่ยของคน คือ 37.5 เซนติเมตร



ภาพที่ 46 แสดงพื้นที่ที่คนใช้ในการนั่งบนเบาะรองนั่ง

สรุป

1. ขนาดความกว้างและความยาวของเบาะรองนั่งที่เหมาะสม จึงควรมีขนาด 40 x 40 เซนติเมตรเป็นอย่างน้อย ซึ่งสำหรับโครงการนี้จะใช้ขนาดของเบาะรองนั่งที่มีขนาดไม่เกิน 50 x 50 เซนติเมตร ซึ่งเป็นเบาะขนาดกลาง
2. รูปแบบของเบาะรองนั่ง ควรจะอยู่ในรูปลักษณะที่สามารถเก็บได้ง่าย ประหยัดเนื้อที่ และมีความเรียบร้อยสวยงาม เพื่อการจัดเก็บร่วมกับโต๊ะโต๊ะ
3. เป็นเบาะรองนั่งที่มีปลอกเบาะที่สามารถใส่ - ถอดออกเพื่อซักล้างทำความสะอาดได้อย่างสะดวกง่ายดาย

ส่วนประกอบของเบาะรองนั่งและวัสดุที่ใช้

1. ปลอกเบาะรองนั่ง

ส่วนใหญ่มักทำมาจากผ้าที่ได้จากเส้นใยชนิดต่างๆ เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าไหม ผ้าฝ้ายผสมใยโกลีเอสเตอร์ ฯลฯ ซึ่งในการเลือกใช้ผ้าชนิดใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับว่าจะนำไปใช้ในสถานที่แบบใด ทั้งนี้ในการออกแบบมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ด้วย เช่น ความคงทนต่อการใช้งาน ความคงทนต่อการซักล้างทำความสะอาด ความคงทนต่อแสงแดดและสารเคมี เป็นต้น

2. วัสดุที่ใช้ทำไส้ในเบาะ

วัสดุที่ใช้ทำไส้ในของเบาะรองนั่งเป็นสิ่งที่มีจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นตัวกำหนดรูปร่างของเบาะ และไส้ในที่เป็นวัสดุที่ไม่เหมือนกันนั้นก็ยังเป็นส่วนที่สร้างความรู้สึกที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งแต่ละชนิดก็มีราคาและคุณสมบัติที่แตกต่างกันด้วย โดยสามารถแบ่งวัสดุที่ใช้ได้เป็น 3 ชนิดคือ

- นุ่น เป็นเส้นใยชนิดหนึ่ง ซึ่งมีความพองฟูดี ใยของนุ่นสามารถให้ความอบอุ่นได้ดี และเป็นวัสดุที่หาได้ง่ายภายในประเทศ แต่มีข้อเสีย คือ เมื่อใช้ไปนานๆ ความพองฟูจะลดลง ทำให้เบาะแบนและละเอียดรูปทรง นอกจากนี้ใยนุ่นอาจทำให้เกิดการแพ้ต่อบางคน
- ฟองน้ำ ฟองน้ำมีราคาถูกกว่านุ่น มักจะทำจากแผ่นฟองน้ำโพลียูรีเทน และมีเศษฟองน้ำเป็นไส้ใน ความหนาแน่นของฟองน้ำขึ้นอยู่กับความหนาแน่น ถ้ามีความหนาแน่นมากจะมีเนื้อที่แน่นทนทานดี แต่มีความโหยงตัวต่ำ กล่าวคือ เมื่อตกลงไปจะยุบตัวน้อย พอปล่อยก็จะกลับสู่สภาพเดิมได้ช้า ฟองน้ำที่มีคุณภาพดีจะมีความโหยงตัวสูงและมีความทนทานดี ซึ่งจะมีความอ่อนนุ่มมากและไม่เสียรูปทรงได้ง่าย เหมาะในการใช้ทำไส้เบาะแต่มีราคาค่อนข้างแพงกว่าฟองน้ำธรรมดา
- ใยโพลีเอสเตอร์ จัดอยู่ในกลุ่มวัสดุพลาสติก นิยมในการทำไส้เบาะ ซึ่งใยโพลีเอสเตอร์จะอยู่ในรูปของแผ่นเส้นใยที่บรรจุรวมกันอย่างหลวมๆ มีความยืดหยุ่นและฟูมากกว่านุ่น อ่อนนุ่มระบายความร้อนได้ดี คัดไฟได้ช้าและดับได้เอง ใยโพลีเอสเตอร์มีราคาไม่แพง (มีราคาต่อกิโลกรัมเท่ากับนุ่น)

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์วัสดุที่ใช้ทำไส้ในเบาะ

	นุ่น	ฟองน้ำ	ใยโพลีเอสเตอร์
1. ทนทานต่อการใช้งาน รองรับน้ำหนักได้ดี	3	3	2
2. ง่ายต่อการผลิต	2	4	3
3. ราคาถูก	4	3	3
รวม	9	*10	9

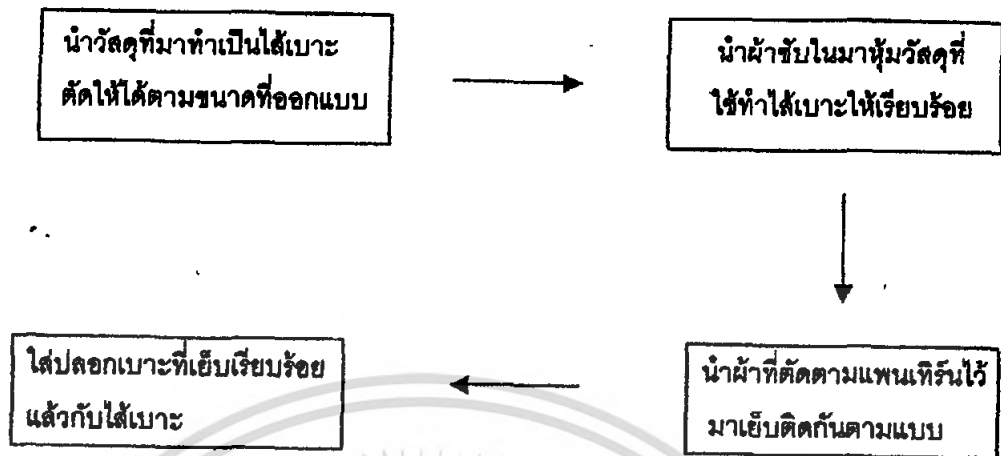
4 ตีมาก 3 ดี 2 พอใช้ 1 ไม่ดี

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา

- ทนทานต่อการใช้งาน รองรับน้ำหนักได้ดี
- ง่ายต่อการผลิต
- ราคาถูก

สรุป เลือกฟองน้ำในการทำวัสดุที่ใช้ทำไส้ในเบาะ (ฟองน้ำอัด)

กรรมวิธีการผลิตเบาะรองนั่ง



วิธีการใส่ – ถอดปลอกเบาะรองนั่ง

1. แบบติดซิป เป็นวิธีที่ใช้ง่ายที่สุด เนื่องจากมีความทนทาน สะดวกในการถอดเพื่อทำความสะอาด และยังสามารถผลิตได้ง่ายด้วย
2. แบบผูกด้วยเชือกหรือริบบิ้น ง่ายในการถอดเพื่อทำความสะอาด ตัดเย็บง่าย สร้างความสวยงามให้กับผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าใช้วิธีใส่ปลอกแบบนี้พื้นผิวของผ้าจะไม่เรียบตึงเหมือนแบบใส่ซิป และไม่สามารถปกปิดไส้เบาะด้านในได้ ไส้เบาะจึงจำเป็นต้องออกแบบให้มีความสวยงาม เรียบร้อยกลมกลืนด้วย
3. แบบเย็บเป็นลิ้นซ้อนกันด้านหลัง มีความสวยงามเรียบง่าย ไม่มีส่วนที่ยื่นออกมาบริเวณผิวสัมผัสของผลิตภัณฑ์ แต่เป็นวิธีที่ค่อนข้างยากในการถอดเพื่อทำความสะอาด
4. แบบใช้กระดุม เป็นการตกแต่งเพื่อเพิ่มความสวยงามให้กับผลิตภัณฑ์ มีรูปแบบที่หลากหลาย และเป็นวิธีที่สร้างความสะดวกสบายในการใส่ – ถอดปลอกเบาะด้วย
5. แบบใช้กระดุมแป๊ป หรือกระดุมแม่เหล็ก สะดวกในการถอดเพื่อทำความสะอาด แต่ไม่เป็นที่นิยมเนื่องจากไม่แข็งแรง และไม่ให้ความมั่นใจในการเปิด - ปิด
6. แบบเวลโครเทปหรือตีนตุ๊กแก (Velcro) เป็นแถบยาวสองแถบ ใช้ประกบกันเพื่อให้ผ้า 2 ชั้น สามารถยึดติดกันได้ วิธีนี้ค่อนข้างสะดวกในการใส่ – ถอดปลอกแต่ไม่สามารถทนต่อแรงดึงของผ้า 2 ชั้นมากๆ ได้ จึงไม่เป็นที่นิยม

ตารางที่ 6 แสดงการวิเคราะห์วิธีใช้ – ถอดเพื่อทำความเข้าใจความสะอาดปลอดภัย

	ติดชิป	กระดุม	เชือกหรือริบบิ้นผูก	แบบสอดเบาะ
1. ทนทาน	4	3	3	3
2. สะดวกในการใส่ – สอด	4	3	3	4
3. เย็บประกอบได้เรียบร้อย สวยงาม	4	3	2	4
4. ง่ายต่อการผลิต	4	3	2	4
รวม	*16	12	10	15

4 ดีมาก 3 ดี 2 พอใช้ 1 ไม่ดี

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา

- ทนทาน
- สะดวกในการใส่ – สอด
- เย็บประกอบได้เรียบร้อย สวยงาม
- ง่ายต่อการผลิต

สรุป เลือกการติดชิปเป็นวิธีใช้ – ถอดปลอดภัยเพื่อทำความเข้าใจความสะอาด

พฤติกรรมการใช้งาน

ในการนั่งลงบนเบาะรองนั่งนั้น ส่วนใหญ่แล้วผู้นั่งจะนั่งในท่าขัดสมาธิ หรือนั่งพับเพียบเสียดเป็นส่วนใหญ่ มีบ้างในบางกรณีที่มีหมอนตามเหลี่ยมเป็นส่วนพิงหลัง ผู้นั่งจะนั่งพิงแล้วยืดขาขวาออกไป หรือนั่งขัดสมาธิแล้วพิงหลังกับหมอน หรือนั่งพับเพียบแล้วท้าวแขนกับหมอน ซึ่งขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่ผู้นั่งกำลังทำอยู่โดยปกติแล้วเบาะรองนั่งที่วางลงบนพื้นบ้านนั้น มักจะอยู่ในห้องที่ต้องการบรรยากาศของความเป็นกันเอง หรือการพักผ่อนสบายๆ ผ่อนคลายความตึงเครียด เช่น ห้องรับแขก ห้องนั่งเล่น เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมที่มักจะมีเกิดขึ้นก็มีหลายประเภท เช่น นั่งคุย ดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือ ฟังเพลง ตลอดจนกิจกรรมสันทนาการประเภทอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมต่างๆ นั้นขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้ใช้นั้นเอง



ภาพที่ 47 แสดงการใช้งานของเบาะรองนั่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับฟุตอง(Futon)

รูปแบบที่พบเห็นในท้องตลาดในปัจจุบัน จากการค้นคว้าข้อมูล ฟูกที่นอนแบบที่ปูพื้นได้และสามารถพับและม้วนเก็บได้นั้น จะมีลักษณะแบบเดียวกับที่นอนของญี่ปุ่นที่เรียกว่า ฟุตอง (futon) จะมีรูปทรงเป็นที่เหลี่ยมผืนผ้า แบ่งเป็น 2 ประเภทหลักๆคือ แบบมีปลอก มักใช้กับฟุตองแบบปรับเป็นโซฟาได้ มีรูปทรงที่ค่อนข้างคงตัวแบบที่นอนที่ใช้บนเตียง ซึ่งต้องมีโครงสร้างที่แข็งแรงมารองรับ และใช้ฉีปเป็นอุปกรณ์ในการถอดเปลี่ยนเพื่อทำความสะอาด แบบไม่มีปลอกนั้นหุ้ม จะใช้งานได้หลายแบบคือ ปูรวมกับพื้นหรือปูบนโครงไม้กระดาน และนำไปดัดแปลงใช้กับโครงไม้ที่ใช้สำหรับ futon แบบ sofa-bed ได้ อีกทั้งการซักวัสดุจะไม่ซักจนแน่น แล้วซัดผ้าหุ้มกับวัสดุภายในด้วยการเขี่ยติดกันไปแบบต่างเช่น เขี่ยผูกเป็นจุด เขี่ยเป็นแนวสั้นๆ เป็นต้น ฟุตองแบบนี้สามารถม้วนเก็บและเคลื่อนย้ายได้



ภาพที่ 48 ภาพตัวอย่างฟุตองแบบไม่มีปลอก

วิเคราะห์รูปแบบของฟุตอง

เลือกใช้แบบไม่มีปลอกหุ้ม เนื่องจาก มีรูปแบบที่เหมาะสมกับแนวทางในการออกแบบให้ความรู้สึกของงานแบบตะวันออก มีความสวยงามสื่อถึงวิถีสัมผัสของผลิตภัณฑ์ว่านุ่มสบาย

วิเคราะห์ขนาดสัดส่วนของฟุตอง

ขนาดที่ใช้เป็นมาตรฐานในท้องตลาดจะมี 2 ขนาด ได้แก่

Queen Size มีขนาดประมาณ 60 x 80 นิ้ว (150 x 200 ซม.)

Full Size มีขนาดประมาณ 54 x 75 นิ้ว (135 x 190 ซม.)

Single Size มีขนาดประมาณ 30 x 75 นิ้ว (75 x 190 ซม.)

ขนาดที่แสดงข้างต้นนี้เป็นขนาดที่วัดเมื่อกางแผ่ออกเต็มที่ ความหนามาตรฐานมี 3 ขนาดคือ หนา 4,6 และ 8 นิ้ว ถ้าทำให้บางกว่านี้จะยัดวัสดุเข้าไปลำบากอีกทั้งยังบางเกินกว่าจะใช้เป็นที่นอน อาจทำให้ผู้ใช้ปวดหลังได้ และขนาดของผ้าที่เหมาะสมในการผลิตได้แก่หน้าผ้าประมาณ 44 หรือ 60 นิ้ว

สรุป

ขนาดสัดส่วนของฟูกที่นอนฟูกองที่เลือกใช้ได้แก่ ขนาด *single* หรือ 75 x 190 ซม.หนา 6 นิ้ว เนื่องจากมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน มีขนาดที่ใกล้เคียงกับเตียงเดี่ยวมากที่สุด การม้วนเก็บสามารถทำได้โดยสะดวก ความหนาที่โซ่อยู่ในระดับปานกลางที่สามารถใช้งานเป็นที่นอนได้และมีน้ำหนักไม่มากจนเกินไปสำหรับการขนส่งทั้งในด้านของผู้ใช้และผู้ส่งออก

รูปแบบของฟูกองที่เหมาะสมคือแบบไม่มีปลอกหุ้มแล้วยึดกับวัสดุภายในที่ยึดอย่างหลวมๆด้วยการเย็บติดกันเป็นจุดๆ เมื่อไม่ใช้งานสามารถม้วนเก็บหรือเคลื่อนย้ายไปใช้ในบริเวณอื่นภายในบ้านได้ โดยใช้แถบเวลโครในการม้วนเก็บฟูกอง

วิเคราะห์วัสดุที่ใช้ยึดโซ่เบาะของฟูกอง

1. โยมะพร้าว แข็งกว่าที่นอนนุ่มจะเสียบทรงง่ายกว่า หากเคลื่อนย้ายอย่างผิดจะมีอายุการใช้งานถึง 4 ปี แต่มีข้อเสียคือ แมลงมักจะเข้าไปทำรังในที่นอน เกิดเชื้อราและแบคทีเรียได้ง่ายเช่นกัน เป็นวัสดุที่ผลิตกันชนในท้องตลาดไม่ค่อนนิยมใช้
2. ฟองน้ำไม่ใช้วัสดุที่นำมาจากธรรมชาติ จึงไม่เกิดเชื้อราและแบคทีเรีย อีกทั้งยังนุ่มสบาย แต่มีข้อเสียคือ ยุบตัวเร็ว ความแน่นของฟองน้ำ ขึ้นอยู่กับความหนาแน่น (น้ำหนักของฟองน้ำต่อหนึ่งหน่วยปริมาตร มีหน่วยเป็นกรัมต่อลูกบาศก์เซนติเมตร) ถ้าฟองน้ำนั้นมีความหนาแน่นมาก ก็จะมีเนื้อแน่นและทนทานดี แต่จะมีความโหยงตัวต่ำ นั่นคือ เมื่อกดก็จะยุบน้อย และเมื่อปล่อยมือก็สามารถดึงกลับสู่ที่เดิมได้ช้า ฟองน้ำคุณภาพดีบางชนิด จะมียางให้ความทนทานดีและความโหยงสูง จะให้ความอ่อนนุ่มมากและรักษารูปทรงได้ดี เหมาะที่จะใช้ทำไส้หมอนหรือเบาะมาก แต่จะมีราคาค่อนข้างแพงกว่าฟองน้ำทั่วไป
3. ยางพารา เป็นที่นอนแข็งและมีน้ำหนักมาก ยากต่อการเคลื่อนย้าย อีกทั้งยังมีกลิ่นและดูดความร้อนอีกด้วย
4. โยสังเคราะห์ มีความนุ่มฟู น้ำหนักเบา ทำความสะอาดได้ง่าย ไม่เกิดเชื้อราหรือแบคทีเรีย

สรุป

สำหรับวัสดุที่เป็นไส้ของเบาะนั้นพิจารณาเส้นใยโพลีเอสเตอร์ เนื่องจากมีน้ำหนักที่เบา สามารถซักทำความสะอาดได้ง่ายเบาะจะดูพองฟูและนุ่มสบาย เป็นวัสดุที่นิยมใช้กันมากในท้องตลาดปัจจุบัน ไม่มีการฟุ้งกระจาย อายุการใช้งานนาน ง่ายต่อการผลิตและไม่เกิดเชื้อราหรือแบคทีเรีย โยโพลีเอสเตอร์จึงเหมาะสมที่สุด

อุปกรณ์ยึดติดต่างๆเพื่อการม้วนเก็บฟูดอง

1. กระจุกแม่เหล็ก (Snap Button) กระจุกนี้มีด้วยกัน 4 ตัวคือ ส่วนประกอบด้านบน 2 ตัว ด้านล่าง 2 ตัว การติดนั้นต้องเจาะรูให้ตรงกันทั้ง 2 ด้านของผ้าในที่ที่ต้องการติดกระจุกชนิดนี้มีหลายแบบ ในการติดจะใช้เครื่องมือเฉพาะและตุ้มน็อตเพื่อทำการเจาะ
2. กระจุกแม่เหล็ก (Magnet) ประกอบด้วยตัวเมียและตัวผู้ มีความสะดวกและความไวในการใช้งานมากกว่า แต่การใช้แรงแม่เหล็กในการยึดติดกัน ทำให้หลุดได้เมื่อโดนเกี่ยวแรงๆ ใช้ไปนานๆอาจเสื่อมคุณภาพได้
3. เวลโครเทปหรือเทปตีนตุ๊กแก (Velco) มีลักษณะเป็นเทป 2 ชั้น ส่วนที่ติดกันนั้นด้านหนึ่งจะมีลักษณะคล้ายห่วงเล็กๆมากมาย ส่วนอีกด้านหนึ่งจะมีลักษณะเป็นขนฟูๆ ซิป (Zip) ใช้ยึดติดกันระหว่างผ้า 2 ผืน โดยรูดปิดเปิด การยึดซิปทำโดยการเย็บติดกับผ้าให้แนวรอยต่อตรงกัน จะสะดวกในการเปิดปิดมาก ซิปมีหลายชนิด มีทั้งที่ทำจากโลหะ ไนลอน การใช้ซิปเหมาะสำหรับช่องใหญ่ๆ ซิปมี 2 ประเภทคือ ชนิดปิดท้าย (Closed-End fastener) มีทั้งแบบปิดด้านเดียวและ 2 ด้าน เพื่อไม่ให้ปลายทั้งสองเป็นอิสระเมื่อแยกซิปเปิดจนสุด อีกชนิดคือ ซิปชนิดเปิดท้าย (Open-End Fastener) เป็นซิปมีเคียวและตัวสวมที่ปลายแถบผ้าทั้ง 2 ด้าน เพื่อให้สามารถถอดแยก ได้เมื่อรูดซิปเปิด และต้องสวมกลับเข้าที่ให้พอดีก่อนรูดซิปปิดเชือก หรือวัสดุสิ่งทอที่เป็นชนิดเดียวกับฟูกหรือเบาะ เป็นวิธีที่ในท้องตลาดใช้กันอยู่ซึ่งให้ความคงทนสะดวก สามารถซ่อมแซมได้ง่าย แต่จะทำให้เกิดสายยาวรุงรังได้

สรุป

เลือกใช้แถบเวลโครในการช่วยรัดเก็บฟูดอง เนื่องจากให้ความสะดวก รวดเร็วในการใช้งาน ทำให้งานดูเรียบร้อยมากกว่าใช้แถบผ้า เป็นอุปกรณ์ที่เหมาะสมที่สุดในการใช้ร่วมกับการม้วนเก็บฟูดอง

2.3.4 กรอบรูป

การทำกรอบรูปถือว่าเป็นงานที่มีความสำคัญอย่างหนึ่ง เพราะการสร้างสรรค์กรอบรูปมีส่วนช่วยเหลือเสริมคุณค่าความงามให้กับรูปภาพ และของผลงานศิลปะให้มีมากขึ้น เมื่อนำไปตั้งโต๊ะหรือแขวนประดับบนฝาผนังภายในห้องที่มีรูปแบบการตกแต่งต่างๆ แล้ว สามารถจัดวางได้อย่างเหมาะสมกลมกลืนด้วย

จุดประสงค์การใส่กรอบรูป

เพื่อให้มีความสวยงามเหมาะสม หากพิจารณาเหตุผลความต้องการใส่กรอบให้กับ รูปภาพหรืองานศิลปะอื่นๆ นั้นมีจุดประสงค์ 3 อย่าง คือ

1. เพื่อความสวยงาม เพราะกรอบรูปเป็นจุดรวมกำหนดขอบเขตของการมองดูภาพ ช่วยส่งเสริมให้มองเห็นขนาด และสีสันของภาพ ได้ได้เด่นชัดเจนขึ้น นอกจากนั้นกรอบรูปยังช่วยเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างรูปภาพ หรืองานศิลปะ ฉะนั้นการใส่กรอบรูปต้องคำนึงถึงรูปแบบของภาพกับพื้นที่ที่นำกรอบรูปภาพนั้นไปตกแต่งอีกด้วย
2. ใช้เป็นส่วนป้องกันฝุ่นละอองหรือรอยต่างๆที่จะ ไปถูกบนภาพได้ ต้องการความสะอาดสบายในการรักษาความสะอาด สามารถทำได้ง่ายภายนอกกรอบจะสะดวกกว่าการทำ ความสะอาดบนงานศิลปะหรือภาพโดยตรง
3. ช่วยรักษารูปทรงผลงานหรือรูปภาพ เพราะภาพต่างๆจะมีลักษณะแบนราบ และการวางภาพในแนวตั้งเพื่อที่จะเห็นภาพได้ชัดเจน ก็มักจะมีปัญหาเกี่ยวกับงานศิลปะที่ไม่สามารถทรงตัวอยู่ได้เองในแนวตั้ง เช่น งานศิลปะที่เขียนบนกระดาษ หรือผ้า ยกเว้นงานจิตรกรรมสีน้ำมัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผ้าใบที่ขึงบนกรอบไม้ จึงทรงตัวอยู่ได้ ส่วนภาพหรืองานศิลปะอื่นๆจึงต้องอาศัยกรอบรูปเป็นส่วนช่วยบังคับรูปภาพนั้นให้ตั้งขึ้นและยังช่วยรองรับกระบอกใส่ปิดหน้ารูปภาพให้แนบสนิทชิดกันด้วย

ความสวยงามของกรอบรูปขึ้นอยู่กับกรอบแบบ

เหตุที่ต้องมีการออกแบบ ก็เพื่อหาข้อมูลความบกพร่องเสียก่อนที่จะทำงานจริง นับว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก การทำกรอบรูปเช่นเดียวกัน ต้องมีวัตถุประสงค์การออกแบบกรอบรูปภาพไว้ก่อน เพื่อให้ง่ายสะดวกรวดเร็วในการประกอบกรอบรูปนั้น ฉะนั้นการออกแบบจะเป็นการกำหนดรูปแบบวัสดุการประกอบชิ้นส่วน ความเหมาะสมของกรอบเพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลงนำไปใช้ทำกรอบรูปที่ความจำคในการใช้งานกับรูปภาพที่ใส่กรอบเพียงชิ้นเดียว

คุณสมบัติของกรอบรูปและการนำไปใช้

ความสำคัญของกรอบรูป ตัวกรอบจะมีความสัมพันธ์กับสิ่งข้างเคียงที่เกี่ยวข้อง โดยที่กรอบรูปจะมีส่วนช่วยส่งเสริมให้มีคุณค่าความงาม สิ่งที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับตัวกรอบรูปมี 2 อย่าง คือ

1. กรอบรูปมีความสัมพันธ์กับรูปภาพหรือผลงานศิลปะที่จะนำมาใส่ หมายถึงกรอบรูปที่ดีเมื่อนำมาใช้ใส่รูปภาพแล้วจะช่วยให้ภาพนั้น ดูมีคุณค่าทางด้านความงามออกมาได้อย่างเด่นชัด ไม่ใช่เมื่อนำเอาภาพมาใส่กรอบแล้วกลายเป็นว่ากรอบสวยสะดุดตาเด่นชัดกว่าภาพนั้นเสียอีก นับว่าไม่ถูกต้องตามจุดประสงค์นัก นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับขนาดของกรอบรูป และขนาดของภาพจะต้องมีความสัมพันธ์กันด้วย
2. กรอบรูปมีความสัมพันธ์กับสภาพห้องที่ตกแต่ง การออกแบบใส่กรอบรูปต้องขึ้นอยู่กับภาพนั้น ไปประดับอยู่ในพื้นที่ที่มีการตกแต่งไว้แบบใด

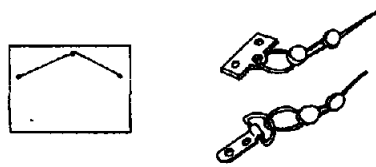
การใช้งานกรอบรูป

1. ใช้ตกแต่งห้องนั่งเล่น เพื่อความสวยงาม
2. ปิดบังส่วนที่สกปรก มีค่าหมิ่นบงบนห้อง หรือส่วนที่ชำรุดภายในห้อง

วัสดุที่ใช้ทำกรอบรูป

1. ส่วนที่เป็นกรอบ
 - ไม้ชนิดต่างๆ
 - โลหะ
 - พลาสติก
 - ผ้า
 - กระดาษ
2. ส่วนที่จะปิดบังตัวรูปภาพ
 - กระดาษ
 - พลาสติก

รูปแบบของตัวยึดติดกรอบรูป หรือห่วงสำหรับแขวนซึ่งมีหลายแบบ ดังนี้



ภาพที่ 49 ภาพแสดงการติดโซ่



ภาพที่ 50 ภาพแสดงการใช้ห่วงแขวน

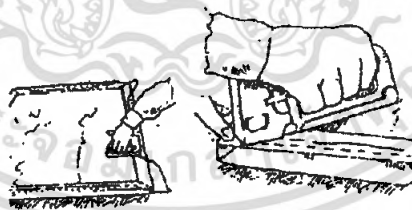


ภาพที่ 51 ภาพแสดงการใช้แผ่นแขวนภาพ

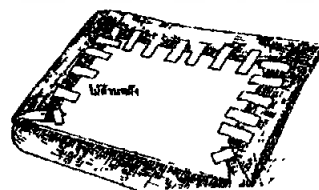


ภาพที่ 52 ภาพแสดงการแขวนสำหรับงานหนัก

การยึดผ้าติดกับ โครงสร้างกรอบรูป



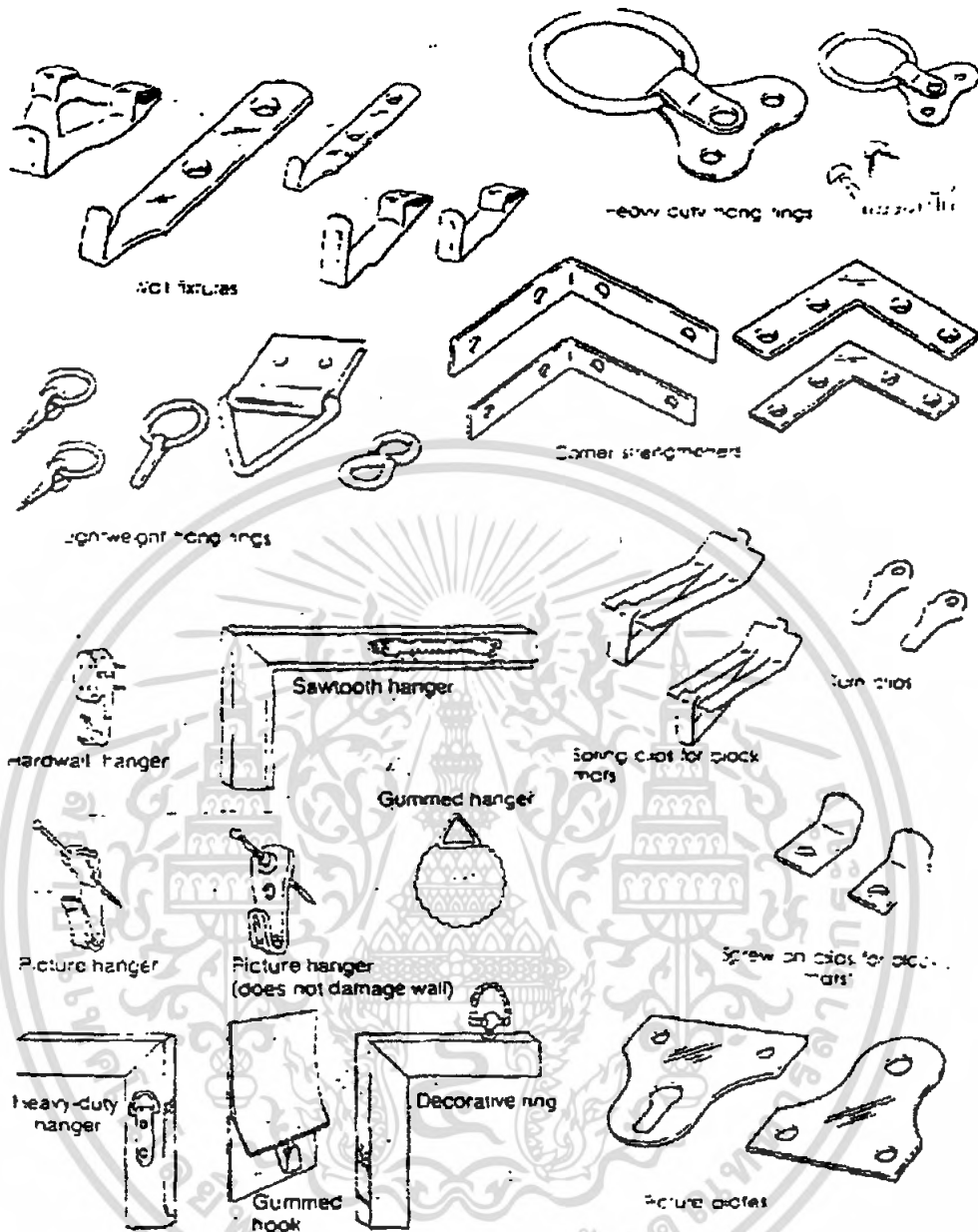
ภาพที่ 53 ภาพแสดงการใช้ถั่วอิงผ้า



ภาพที่ 54 ภาพแสดงการทากาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุปกรณ์ยึดติดหลังกรอบรูป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสนอแนะในโครงการ

ในบทนี้จะเป็นการศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสนอแนะของโครงการ อันได้แก่ โคมไฟตั้งพื้น, กล้องเอนกประสงค์, ถาดเอนกประสงค์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เคยมีการผลิต และจำหน่ายในแบรนด์ Oomph มาก่อน ซึ่งจะประกอบด้วยหัวข้อย่อยต่างๆ ดังนี้

2.4.1 โคมไฟตั้งพื้น

2.4.2 กล้องเอนกประสงค์

2.4.3 ถาดเอนกประสงค์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.1 โคมไฟตั้งพื้น

โคมไฟตั้งพื้น ให้ประโยชน์ทั้งเป็นแสงพื้นฐาน โดยการตั้งไว้ตามมุมห้อง หรือ ให้แสงสว่างเฉพาะแห่ง เช่นวางไว้ข้างเก้าอี้เพื่อให้แสงสว่างเพื่ออ่านหนังสือ ไฟพื้นฐาน ให้แสงสว่างโดยทั่วไป อาจเป็นหลอดไฟที่ติดเพดานหรือไฟที่มีโคม ซึ่งทำให้เกิดแสง อ่อนๆแผ่กระจายไปทั่วห้อง และมีผลทำให้เกิดแสงสว่างโดยทั่วไป



ภาพที่ 55 โคมไฟตั้งพื้นจากวัสดุธรรมชาติแบบต่างๆ

การออกแบบโคมไฟ โดยพื้นฐานต้องทราบถึงการส่องสว่าง การส่องสว่างมีทั้ง การส่องสว่างภายในและภายนอก ในที่นี้จะกล่าวถึงการส่องสว่างภายในเท่านั้น ซึ่งการ ส่องสว่างภายใน หมายถึงการส่องสว่างภายใน อาคาร, สำนักงาน, บ้านอยู่อาศัย, โรงแรม, โรงพยาบาลและ โรงเรียน เป็นต้น การส่องสว่างภายในบ้านที่อยู่อาศัยมีความสำคัญ 2 ประการคือ

1. การให้แสงสว่างเพื่อใช้งาน ได้สะดวกสบาย หมายถึง ต้องให้ได้ระดับ แสงสว่างอยู่ในเกณฑ์ที่ทำงานได้โดยไม่ต้องทำให้เพ่งสายตามากเกินไป
2. การให้แสงเพื่อเกิดความสุขงาม นั่นก็ต้องอาศัยความมีศิลป์ในตัว เพื่อ พิจารณาในแง่การให้แสงแบบเอฟเฟค (Effect lighting) หรือการให้แสงแบบ ต่อกเน้น (Accent Lighting)

ตารางที่ 7 ความส่องสว่างในพื้นที่ใช้งานต่างๆในบ้านอยู่อาศัย

พื้นที่ต่างๆ	ความส่องสว่างที่พื้นที่ (ลักซ์)	ความส่องสว่างรอบข้าง (ลักซ์)
ห้องนั่งเล่น	60 / 300	60

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักการส่องแสงของโคมไฟ ลักษณะการส่องแสงมี 5 อย่าง

ตารางที่ 8 ลักษณะการส่องแสงของโคมไฟ

รูปแบบ	ลักษณะการส่องแสง	ความเข้มของการส่อง %	
		ส่องลง	ส่องขึ้น
1. DIRECT (ส่องลง)	- ส่องตรงลงทั้งหมด ให้การส่องสว่างตรงจากจุดกำเนิดแสง ไปยังวัตถุ อาจเป็นแสงไฟจากหลอด เพียงอย่างเดียว หรือมีส่วนประกอบ บังคับแสงให้มีทิศทาง หรือมีขอบเขต เฉพาะ เช่น ไฟฉาย แสง สปอตไลท์	90%-100%	10%-0%
2. SEMI - DIRECT (กึ่งส่องลง)	- ส่วนใหญ่ส่องลงหรือกึ่งส่องลง ลักษณะแสงเป็นแบบกึ่งตรงจาก แหล่งกำเนิดแสง คือ มีแสงส่วนหนึ่งที่ ส่องตรงจากแหล่งกำเนิดแสงเป็นหลัก และแสงอีกส่วนหนึ่งสะท้อนและ กระจายไปทั่ว	60% - 90%	40%-10%
3. GENERAL- DIFFUSE (แสงกระจาย)	- ครึ่งส่องลงครึ่งส่องสะท้อน หรือแสง กระจาย มีลักษณะของแสงแต่กระจาย ไปทั่วทิศทางรอบจุดกำเนิดแสง เช่น โคมประเภทสีขาวฝ้าหรือขุ่น เป็นต้น	50%	50%
4. SEMI - INDIRECT (กึ่งส่องขึ้น)	- ส่วนใหญ่ส่องสะท้อนหรือ กึ่งส่อง ขึ้น มีลักษณะของแสงที่กระจายเป็น หลัก และแสงส่องตรงจากจุดกำเนิด เป็นแสงประกอบ	40% - 10%	60% - 90%
5. INDIRECT (ส่องขึ้น)	- ส่องแสงสะท้อนทั้งหมด หรือ ส่อง ขึ้น แสงสว่างที่ไม่ได้ส่องตรงจากจุด กำเนิดแสง แต่ส่องกระทบสิ่งแวดล้อม แล้วสะท้อน กระจายลงมา เกิดความ สว่างทั่วไป ไม่มีขอบเขต	10% - 0%	90% - 100%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบันมีผู้ผลิตโคมไฟแบบต่างๆมากมาย อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำโคมเพื่อกรองแสงไม่ให้จ้าเกินไปก็ประติมากรรมจากวัสดุต่างๆกัน นักออกแบบจึงสมควรต้องเลือกใช้ให้เหมาะสม โดยมีข้อควรพิจารณาดังนี้

1. องค์ประกอบที่เหมาะสม เช่น โคมไฟ 1 จุด สำหรับเตียงเดี่ยว โคมไฟ 2 จุด สำหรับเตียงคู่หรือโซฟา
2. แสงสว่างที่เพียงพอ เลือกโคมไฟที่ให้แสงสว่างเหมาะกับกิจกรรมนั้นๆ และควรคำนึงถึงแสงสว่างจากโคมไฟดวงอื่นๆด้วย แสงสว่างจากดวงไฟดวงอื่นๆ ในห้องจะมีผลต่อแสงสว่างจ้าที่ได้รับหลอดพิเศษดวงใดดวงหนึ่ง เช่น ในการดูโทรทัศน์ควรมีไฟพื้นฐานที่ให้แสงอ่อนๆ ลดความสว่างจ้าจากจอโทรทัศน์
3. การป้องกันแสงจ้า โดยใช้โคมไฟที่ทำให้แสงอ่อนลงและกระจายแสง
4. ความกลมกลืนของโคมไฟกับส่วนต่างๆของห้อง นับตั้งแต่การเลือกรูปทรงและขนาดของโคมไฟ ถ้ามีโคมไฟต้องพิจารณาเทียบเคียงกับสีของเครื่องเรือนที่อยู่บริเวณนั้น ในกรณีใช้หลอดไฟย้อมสี ต้องใช้ด้วยความระมัดระวัง หลอดไฟสีชมพูทำให้เกิดแสงสีออกแดง วัสดุโคมไฟย้อมสี เข้ากับเครื่องเรือนจำพวกไม้มะฮอกกานี หลอดไฟสีเหลืองให้แสงที่ทำให้สีเหลืองและสีเขียวดูสว่างขึ้น หลอดไฟสีเขียวจะทำให้ใบไม้สีเขียวอื่นๆ ดูเขียวจัดขึ้น

การใช้งานของโคม

1. ใช้โคมไฟตั้งโต๊ะสำหรับอ่านหนังสือได้
2. ใช้โคมไฟทั่วไป เพื่อความสวยงามหรือความสบายตา
3. ใช้ตกแต่งภายในห้องนั่งเล่นให้สวยงาม

วัสดุที่ใช้ทำโคมไฟ

- | | |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. ส่วนกรอบไฟทำจาก <ul style="list-style-type: none"> - ผ้า - โลหะชนิดต่างๆ - กระดาษ - พลาสติก - แก้ว | <ol style="list-style-type: none"> 2. ส่วนที่เป็นฐานโคมไฟทำจาก <ul style="list-style-type: none"> - ไม้ชนิดต่างๆ - วัสดุฉนวน - เซรามิกส์ - แก้ว - โลหะ |
|---|---|

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ของโคมไฟตั้งโต๊ะและโคมไฟตั้งพื้น

1. ตัวโคมสามารถทนความร้อนที่เกิดจากตัวหลอดไฟได้
2. ให้ความสว่างได้ตามการใช้งาน
3. ใช้งานได้สะดวก
4. ทำความสะอาดได้
5. มีความแข็งแรงทนทานพอสมควร-มาก

ส่วนประกอบที่สำคัญของโคมไฟ

1. หลอดไฟฟ้า
2. สวิตช์ไฟ
3. โครงรับโคมไฟ
4. โคมไฟ
5. ฐานโคมไฟ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.2 ก่ออเนกประสงค์



ภาพที่ 56 ก่ออเนกประสงค์จากวัสดุธรรมชาติแบบต่างๆ

การใช้งานของก่อกอเนกประสงค์

1. ใช้บรรจุสิ่งของได้
2. ใช้ครอบหรือบรรจุสิ่งของ ป้องกันสิ่งสกปรก
3. ใช้เพื่อการตกแต่งภายในห้องนั่งเล่นให้สวยงาม

วัสดุที่ใช้ทำก่อกอเนกประสงค์

ส่วนตัวก่อกอและฝาครอบทำจาก

- วัสดุอิฐดิน
- ไม้ชนิดต่างๆ
- กระดาษ
- เซรามิกสี
- พลาสติก
- แก้ว
- โลหะ

ประโยชน์ของก่อกอเนกประสงค์

1. ใช้งานได้สะดวก
2. ทำความสะอาดได้
3. มีความแข็งแรงทนทานพอสมควร-มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3 ถาดอเนกประสงค์



ภาพที่ 57 ถาดอเนกประสงค์จากวัสดุธรรมชาติแบบต่างๆ

การใช้งานของถาดอเนกประสงค์

1. ใช้บรรจุสิ่งของได้
2. ใช้ครอบหรือบรรจุสิ่งของ ป้องกันสิ่งสกปรก
3. ใช้เพื่อการตกแต่งภายในห้องนั่งเล่นให้สวยงาม

วัสดุที่ใช้ทำถาดอเนกประสงค์

ส่วนตัวถาดและฝาครอบทำจาก

วัสดุธรรมชาติ

ไม้ชนิดต่างๆ

เซรามิกส์

พลาสติก

แก้ว

โลหะ

ประโยชน์ของถาดอเนกประสงค์

1. ใช้งานได้สะดวก
2. ทำความสะอาดได้
3. มีความแข็งแรงทนทานพอสมควร-มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์

ในบทนี้จะเป็นการศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มเป้าหมาย ทำการวิเคราะห์เพื่อกำหนด สีสัน ลวดลายและรูปแบบบนผลิตภัณฑ์ การใช้งานที่มีความสัมพันธ์เหมาะสมกับขนาดสัดส่วนทางกายภาพมนุษย์ เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการนำไปใช้สูงสุด ซึ่งจะประกอบด้วยหัวข้อต่างๆ ดังนี้

- 2.5.1 ประเภทของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์
- 2.5.2 รสนิยมของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มเป้าหมาย
- 2.5.3 พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน
- 2.5.4 พฤติกรรมการใช้งานผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน
- 2.5.5 ความสัมพันธ์ทางกายวิภาคที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานของผลิตภัณฑ์
- 2.5.6 วิเคราะห์ และสรุปพฤติกรรมของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มเป้าหมาย

2.5.1 ประเภทของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 58 รูปแบบการตกแต่งบ้าน

ประเภทของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ทั่วไป มีปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาแบ่งกลุ่มของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้ ดังนี้

- อายุ
- สถานภาพทางเศรษฐกิจ / รายได้
- สถานภาพทางสังคม / ตำแหน่งหน้าที่การงาน
- สถานภาพทางการศึกษา
- สถานภาพทางครอบครัว

รวมถึงปัจจัยอื่นๆ เช่น พื้นฐานการดำเนินชีวิต, วัฒนธรรม, ทักษะ, ศาสนา เป็นต้น จากปัจจัยดังกล่าวมาสามารถแบ่งกลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เป็น 4 กลุ่ม ได้ดังนี้

1. กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ (High-End Group)

หากพิจารณาปัจจัยด้านต่างๆที่ใช้กำหนดลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มนี้ แล้วจะสรุปได้ดังนี้

- ด้านอายุ : ส่วนมากอายุอยู่ระหว่าง 35 - 60 ปี และกลุ่มคนอายุน้อยที่มีฐานะทางบ้านดี
- ด้านรายได้ : ส่วนมากมีรายได้จากกิจการของตนเอง หรือมีตำแหน่งในองค์กรในระดับสูง
- ด้านการศึกษา : ส่วนมากมีการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี แต่บางส่วนมีการศึกษาที่ไม่ดีนักแต่มีฐานะที่ดีขึ้นจากการค้าขาย
- ด้านสถานภาพ : มากกว่าร้อยละ 80 เป็นกลุ่มที่สมรส และเป็นครอบครัวขนาดใหญ่ ดังนั้นที่อยู่อาศัยจึงมีขนาดใหญ่ มีบริเวณบ้าน เช่น บ้านเดี่ยวราคาแพง
- ข้อดี : มีกำลังซื้อสูง นิยมซื้อสินค้าตามความพอใจมากกว่า แม้ว่าสินค้านั้นมีราคาแพง ทั้งนี้เพราะมีรูปแบบให้เลือกได้มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- **ข้อเสีย :** ไม่สามารถกำหนดกลุ่มช่วงอายุหรือการศึกษาเป็นรูปธรรมได้อย่างชัดเจน ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนี้อาจมีความแตกต่างกันอย่างมากเนื่องจากปัจจัยด้านอื่นๆที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ เช่น ผู้บริโภคระดับสูงที่มีเชื้อสายจีน นิยมใ้ตะประดับ मुख มากกว่าผลิตภัณฑ์สไตล์ โมเดิร์น แต่ในขณะเดียวกัน กลุ่มที่ได้รับอิทธิพลจากตะวันตกนิยมแบบหลังมากกว่า

2. กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ระดับกลาง – สูง (Middle-High Group)

หากพิจารณาปัจจัยด้านต่างๆ ที่ใช้กำหนดลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มนี้ แล้วจะสรุปได้ดังนี้

- **ด้านอายุ :** ประมาณ 90% มีอายุ 30 ปีขึ้นไป
- **ด้านรายได้ :** มีรายได้ค่อนข้างสูงในระดับหนึ่ง เนื่องมาจากตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี ประสบความสำเร็จพอสมควรเป็นที่ยอมรับในสังคม
- **ด้านการศึกษา :** เกือบทั้งหมดมีการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี
- **ด้านสถานภาพ :** มีกลุ่มที่โสดและสมรสแล้ว ในสัดส่วนที่แตกต่างกันไม่มากนัก รูปแบบในการอยู่อาศัยจึงเป็นบ้านเดี่ยว, ทาวน์เฮาส์ หรือคอนโดมิเนียมขนาดใหญ่
- **ข้อดี :** สามารถพิจารณาถึงปัจจัยด้านอายุ การศึกษาดลอคจนสถานภาพที่เป็นรูปธรรมได้ชัดเจน กล่าวคือ เป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่มีความมั่นคงทั้งในด้านการเงินและหน้าที่การงาน
- **ข้อเสีย :** กำลังซื้อถือว่าค่อนข้างต่ำลงมาในระดับหนึ่ง ค่านึงถึงประโยชน์ใช้สอยที่ได้รับ ควบคู่ไปกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมากกว่าความพึงพอใจ

3. กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ (Middle Group)

ลักษณะของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มคนวัยหนุ่มสาว เป็นคนรุ่นใหม่ กลุ่มนี้ยังสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

(1) กลุ่มวัยเริ่มต้นทำงาน แนวคิดของคนกลุ่มนี้ได้รับอิทธิพลจากตะวันตกมากขึ้น มีการแยกตัวจากที่อาศัยร่วมกับพ่อแม่ ออกมาอยู่ตามลำพังหรือกับผู้อื่น จึงเป็นเหตุให้พฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เน้นที่ประโยชน์ใช้สอยที่คุ้มค่าที่สุด สามารถลดประกอบได้ง่าย น่านักเบาะ สะดวกในการขนย้าย และให้ความสำคัญด้านราคาควบคู่ไปกับคุณภาพมากกว่าสองกลุ่มแรก หากพิจารณาปัจจัยด้านต่างๆที่ใช้กำหนดลักษณะของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ แล้วจะสรุปได้ดังนี้

- **ด้านอายุ :** อายุประมาณ 23 - 30 ปี
- **ด้านรายได้ :** มีรายได้ปานกลาง อยู่ในช่วง 15,001 - 25,000 บาท / เดือน
- **ด้านการศึกษา :** ตั้งแต่ระดับ ปวช., ปวศ., ปริญญาตรี และปริญญาโท

- ด้านสถานภาพ : เป็นช่วงเริ่มต้นสร้างฐานะคั้งนั้น 80 % เป็นโสด

(2.) กลุ่มวัยเรียน กลุ่มนี้จะมีควมใกล้เคียงกับกลุ่มวัยเริ่มทำงาน กล่าวคือ อาจมีความจำเป็นต้องแยกออกมาจากครอบครัวมาอยู่ตามลำพังหรืออยู่กับเพื่อนฝูง เพื่อความสะดวกในการเดินทางเหมือนกัน การอยู่อาศัยเป็นแบบชั่วคราว เช่น หอพัก บ้านเช่า หรือ คอนโดมิเนียมในกรณีผู้ปกครองมีกำลังที่จะซื้อสูง

หากพิจารณาปัจจัยด้านต่างๆที่ใช้กำหนดลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มนี้ แล้วจะสรุปได้ดังนี้

- ด้านอายุ : มีอายุประมาณ 18 - 22 ปี
- ด้านรายได้ : ยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง แต่สามารถพิจารณาจากรายได้และฐานะของ ผู้ปกครองได้ กล่าวคือส่วนใหญ่แล้วจะมีรายได้ปานกลาง-ดี
- ด้านการศึกษา : ส่วนใหญ่จะสำเร็จการศึกษาในระดับสูง แม้ว่าจะกำลังศึกษาอยู่
- ด้านสถานภาพ : โสด

4. กลุ่มผู้บริโภคระดับล่าง (Low Group)

เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ต่ำสุดของตลาด จากการสำรวจของการเคหะแห่งชาติ (ปี 2538) ได้ทำการแบ่งคนจนในเมืองออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- (1.) จนระดับที่หนึ่ง มาจากต่างจังหวัด มีงานทำไม่แน่นอน ขาดรายได้ หรือพวกลูกเช่ากินค่า
- (2.) จนระดับที่สอง พอมีรายได้ มีงานทำ สามารถเช่าห้องพักในระดับราคา 300 – 500บาท / เดือนได้ ไม่ค่อยลำบากเรื่องการเงินอยู่
- (3.) จนระดับสาม กลุ่มนี้อยู่ในเมืองมานานพอสมควร มีรายได้ที่มากขึ้น สามารถผ่อนบ้านราคาถูกลงได้ สามารถส่งลูกเรียนหนังสือได้ มีความต้องการ (Need) ใช้สอยสินค้าได้ตามอัศภาพ สามารถซื้อเฟอร์นิเจอร์ใช้ได้ตามความจำเป็น และเน้นที่ประโยชน์ใช้สอยและราคาเป็นหลักโดยไม่จำกัดรูปแบบ

หากพิจารณาปัจจัยด้านต่างๆที่ใช้กำหนดลักษณะของผู้บริโภคกลุ่มนี้ แล้วจะสรุปได้ดังนี้

- ด้านอายุ : คนกลุ่มนี้มีระดับอายุที่หลากหลาย มีอยู่ในทุกช่วงอายุ
- ด้านรายได้ : จัดว่ามีรายได้ แต่อยู่ในระดับต่ำ ส่วนมากรายได้ที่ได้รับคือค่าแรงขั้นต่ำนั่นเอง (ประมาณ 4,000 – 5,000 บาท / เดือน)
- ด้านการศึกษา : ระดับการศึกษาค่อนข้างต่ำ ส่วนมากอยู่ในระดับไม่ถึงปริญญาตรี
- ด้านสถานภาพ : มีทั้งโสดและสมรสแล้ว ส่วนมากจะอาศัยกันเป็นครอบครัวใหญ่ ในที่อยู่อาศัยประเภทแฟลต ห้องเช่า บ้านเช่าราคาถูก

2.5.2 ทัศนียภาพของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มเป้าหมาย

ลักษณะของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มเป้าหมาย เป็นคนหัวสมัยใหม่ ใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย สบายๆ ไม่นิยมความหรูหรา มีความสนใจชอบและรักในธรรมชาติ นิยมใช้และเลือกซื้อสิ่งของที่เป็นแบบเรียบง่าย คู่ทันสมัย ไม่หรูหราอลังการ ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ Oomph แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก

ชาวต่างประเทศ ประเทศที่นิยมได้แก่ ประเทศแถบยุโรป ประเทศอังกฤษ ประเทศเยอรมัน พวกสแกนดิเนเวีย อายุตั้งแต่ 25-45 ปี อยู่ในวัยทำงาน ที่มาทำงานในเมืองไทยหรือมาเที่ยวในลักษณะที่อยู่มา นานกว่าสามเดือนขึ้นไป จึงมีการซื้อของตกแต่งบ้าน ต้องมีฐานะ อำนวยในการเงินค่อนข้างดี นิยมผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติที่คงความเป็นธรรมชาติไว้มากที่สุด และนิยมสี โทนร้อนแบบเอเชียที่สะอาดตา (เช่น สีแดง สีเขียวสด สีฟ้าเทอร์คอยส์) เป็นส่วนมาก มีการเบรคด้วยสีน้ำตาลธรรมชาติ และชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบและ Texture แปลกๆ

2. กลุ่มเป้าหมายรอง

ชาวไทย อายุประมาณ 25 – 45 ปี มีฐานะอำนวยทางการเงินดี นิยมสีที่สดใสแต่ไม่จ้ามก



ภาพที่ 59 รูปแบบการตกแต่งบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3 พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอของคกแต่งบ้าน



ภาพที่ 60 รูปพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

- **วัสดุและฝีมือ**
ผลิตภัณฑ์ที่ดีต้องมีพื้นฐานจากการเลือกใช้วัสดุที่มีประกออบกับฝีมือที่ทำ จนถึงการผลิตขั้นสุดท้าย (Finish) การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จึงต้องพิจารณาตั้งแต่วัสดุที่ทำว่าใช้ของดี แข็งแรงทนทานหรือไม่ และพิจารณาถึงความประณีตในการผลิต
- **ประโยชน์ใช้สอย**
พิจารณาว่าผลิตภัณฑ์นั้นสอดคล้องกับความต้องการใด ควรเลือกผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประโยชน์ได้อย่างดี
- **ความสะดวกสบาย**
ผลิตภัณฑ์ที่ตื่นอกจากใช้สอยเกิดประโยชน์แล้ว ต้องให้ความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้ควบคู่กันไปด้วย และสามารถใช้งานได้โดยไม่มี ความยุ่งยากเกิดขึ้น
- **ความงาม**
ผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์ต้องมีความงามในตัวนับตั้งแต่ รูปทรง สัดส่วน ความสมดุล เน้นจุดเด่น ความกลมกลืน สดุดลาย นอกจากความงามในตัวผลิตภัณฑ์เองแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความเหมาะสมในการนำไปจัดวางในตำแหน่งที่ต้องการอีกด้วย
- **ราคา**
การพิจารณาที่เหมาะสมต้องพิจารณาประกออบกับสภาพวัสดุ ความประณีต ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้น รวมไปถึงการบำรุงรักษาและการซ่อมแซม
- **ความพึงพอใจ**
นับเป็นสิ่งสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เพราะเจ้าของบ้านย่อมเลือกผลิตภัณฑ์คกแต่งให้สอดคล้องกับอุปนิสัยของตน จะเห็นได้ว่าการคกแต่งห้องในลักษณะต่างๆ สามารถบ่งบอกบุคลิกลักษณะและรสนิยมของเจ้าของบ้าน ได้อย่างดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.4 พฤติกรรมการใช้งานผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน

สรุปผลพฤติกรรมการใช้งานผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน ของผู้บริโภคในโครงการ

ปรากฏว่าผู้บริโภคคำนึงถึง คุณภาพ 33% ความสวยงาม 33% ประโยชน์ใช้สอย 19% ราคา 13% เรียงตามลำดับความสำคัญได้ดังนี้

1. ด้านคุณภาพ มักขึ้นอยู่กับความคงทน แข็งแรงของวัสดุที่เลือกใช้ และกระบวนการผลิตที่เหมาะสม
2. ด้านความสวยงาม ผู้บริโภคต้องการความสวยงามในระดับสูง ชื่นชอบสินค้าตามความพอใจ ชอบผลิตภัณฑ์ที่มีรูปทรงไม่เหมือนใคร ดูแปลก ชอบสีสันสดใส อิงสิริธรรมชาติ
3. ด้านประโยชน์ใช้สอย เมื่อศึกษากิจกรรมที่ผู้บริโภคมักจะทำขณะใช้ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ นั่งพักผ่อนดูสนทนาและรับประทานอาหารและรับประทานอาหารของว่างและเครื่องดื่มในเปอร์เซ็นต์ที่ใกล้เคียงกัน จึงควรพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในโครงการเพื่อตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค
4. ด้านราคา ถ้าคุณสมบัติข้างต้นเป็นที่พอใจแล้ว ราคาไม่ใช่ปัญหาในการตัดสินใจซื้อ เพราะกลุ่มเป้าหมายในโครงการตัดสินใจซื้อสินค้าตามความพอใจเป็นหลัก

สรุปการจัดลำดับความสำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน ในโครงการ

ดังนั้น โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน จากหญ้าแฝกสำหรับห้องนั่งเล่นให้กับแบรนด์ Oomph จะมีการออกแบบมุ่งไปที่

1. คุณภาพและความสวยงาม
2. ด้านประโยชน์ใช้สอย
3. ด้านราคา

ตามความต้องการของผู้บริโภคที่ทำการศึกษามาจากข้อมูลแบบสอบถามในข้างต้น

2.5.5 ความสัมพันธ์ทางกายวิภาคที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานของผลิตภัณฑ์

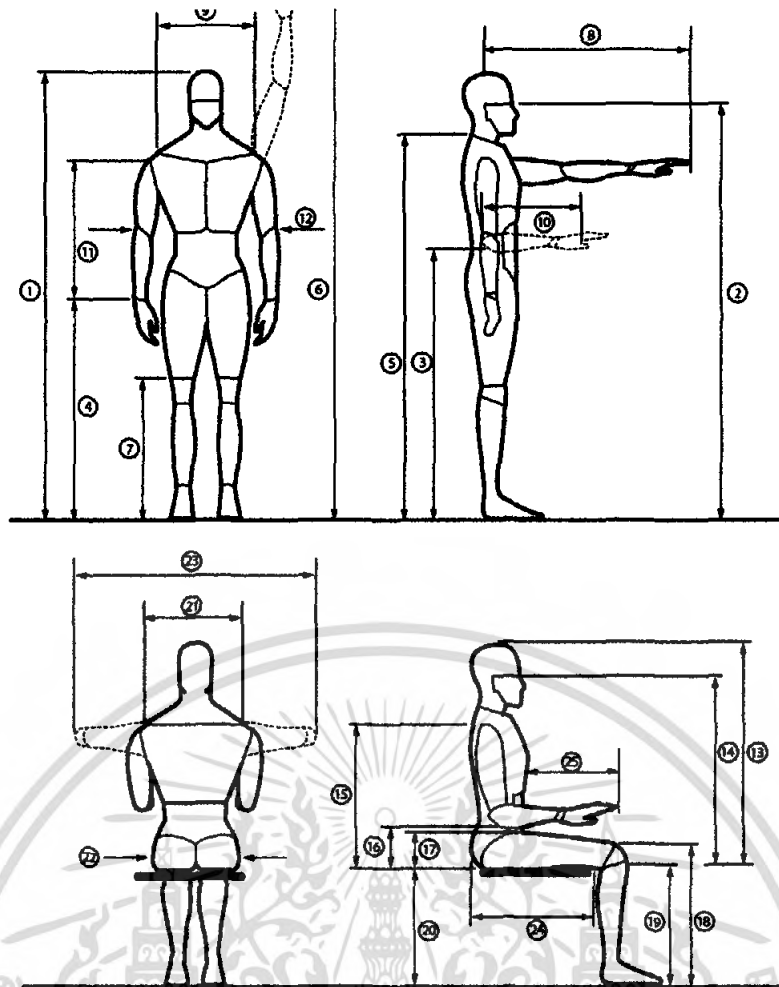
ขนาดและสัดส่วนร่างกายผู้บริโภคร

สัดส่วนของผลิตภัณฑ์นั้นมีความสัมพันธ์โดยตรงกับสัดส่วนของมนุษย์ ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถใช้งานได้ดีนั้น ต้องศึกษาสัดส่วนพฤติกรรมการนั่งของมนุษย์ กล่าวคือ สัดส่วนทุกอย่างของผลิตภัณฑ์ใดๆ เช่น ความสูง ความกว้าง ความลึก ความลาดเอียง เป็นต้น ล้วนถูกกำหนดขึ้นจากสรีระของมนุษย์ทั้งสิ้น

ในปัจจุบันการนำเอาสัดส่วนของมนุษย์มาใช้นารออกแบบต่างๆนั้น มีหลักการในการกำหนดค่าต่างๆ เป็นแบบช่วงของค่าขนาดสัดส่วนของร่างกายมนุษย์ (Wide Range of Body Dimension) ที่สามารถช่วยทำให้การออกแบบมีความเหมาะสมกับผู้ใช้มากที่สุด อาจถึง 80% หรือ 90% ของผู้ใช้ทั้งหมด ซึ่งขึ้นอยู่กับการแจกแจงค่าตัวแปร (Percentile Distribution) ของมิติที่จะนำไปใช้ วิธีนี้เป็นวิธีที่ได้รับการยอมรับในปัจจุบันมากกว่าการใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Average Body Size) มาใช้ประกอบการออกแบบ เนื่องจากการหาค่าเฉลี่ยนั้นเป็นการนำค่าตัวแทนขนาดของคนกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดเท่านั้น ดังนั้นค่าความแน่นอนสำหรับการใช้กับผู้คน โดยทั่วไปอย่างกว้างขวางจึงยังไม่มี

มิติวิกฤต (Critical Body Dimension)

มิติส่วนต่างๆของร่างกาย เช่น ความสูงยืน คือค่าที่วัดได้ จะมีทั้งค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) และค่าเฉลี่ยที่จะกำหนดค่าใดเป็นมิติวิกฤต ขึ้นอยู่กับนำไปใช้ ซึ่งแต่ละกรณีจะไม่เหมือนกัน การพิจารณาเลือกค่ามิติวิกฤตคือหลักกว่า ค่ามิติวิกฤตนั้น ต้องช่วยในการออกแบบที่สามารถนำไปใช้ได้ดี สะดวกสบายกับผู้ใช้ทุกขนาด หรือใช้งานได้กว้างขวางที่สุด



ภาพที่ 61 ขนาดช่วงระยะต่างๆ ของร่างกายมนุษย์

ตารางที่ 9 ตารางแสดงมิติส่วนต่างๆ ของร่างกายคนไทย ชายและหญิง อายุ 17 - 49 ปี

รหัส	ตำแหน่ง
1	ความสูงยืน
2	ความสูงระดับตา
3	ความสูงปลายไหล่
4	ความสูงกึ่งกลางกำปั้น
5	ความสูงข้อศอก
6	ความสูงใต้เป่าหลัง
7	ความสูงกลางหัวเข่า
8	ความหนอก
9	ระยะห่างจุดปลายไหล่
10	ระยะข้อศอก(ขณะงอ)ถึงจุดกึ่งกลางกำปั้น
11	ระยะห่างระหว่างไหล่ถึงจุดกึ่งกลางกำปั้น
12	ความกว้างระดับข้อศอก
13	ความสูงระดับพื้นที่นั่ง - ศีรษะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

14	ความสูงระดับพื้นที่นั่ง – คา
15	ความสูงระดับพื้นที่นั่ง – ปุ่มโถ่ง
16	ความสูงระดับพื้นที่นั่ง – ระยะข้อศอกขณะงอ
17	ความสูงระดับพื้นที่นั่ง – คันขา
18	ความสูงจากพื้น – คอนบนหัวเข้า
19	ความสูงของหน้าแข้ง
20	ความสูงของพื้นที่นั่ง
21	ความกว้างโถ่ง (ขณะนั่ง)
22	ความกว้างตะโปก (ขณะนั่ง)
23	ความกว้างข้อศอก (กางออกในแนวระดับ)
24	ระยะห่างเส้นสัมผัสกัน – ข้อพับที่หัวเข้า
25	ระยะห่างหน้าท้อง - หัวเข้า

ตารางที่ 10 ตารางแสดงมิติส่วนต่างๆ ของร่างกายคนไทย ชายและหญิง อายุ 17 – 49 ปี

รหัส	ชายไทย			หญิงไทย		
	ค่าสูงสุด (MAX)	ค่าต่ำสุด (MIN)	ค่าเฉลี่ย (MEAN)	ค่าสูงสุด (MAX)	ค่าต่ำสุด (MIN)	ค่าเฉลี่ย (MEAN)
1	185.6	141.4	165.9	175.0	136.5	154.0
2	176.5	135.6	154.6	165.0	123.0	143.1
3	154.3	119.5	135.7	144.0	103.9	125.7
4	90.0	57.3	73.1	80.4	54.7	69.0
5	119.4	89.0	103.6	119.2	68.5	95.5
6	97.7	63.2	75.9	82.4	57.0	69.0
7	64.3	34.0	45.2	49.0	32.4	40.0
8	31.2	12.0	20.3	32.5	15.7	21.6
9	44.8	27.4	38.8	39.9	26.2	32.6
10	43.3	25.2	32.6	38.3	23.9	29.6
11	81.7	44.4	62.5	72.3	40.7	56.7
12	64.8	28.0	42.8	52.5	28.2	40.0
13	99.8	54.5	87.0	91.5	61.5	80.0
14	95.4	57.3	75.8	80.0	60.1	69.6
15	89.6	43.4	57.3	69.5	42.0	52.7
16	43.9	16.2	23.6	33.5	12.8	21.8
17	24.4	6.4	15.2	18.3	10.6	13.7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

18	78.4	35.2	52.2	58.0	36.1	48.5
19	52.4	24.9	41.4	48.5	32.2	38.2
20	47.5	24.9	40.5	45.1	28.2	36.9
21	57.2	27.8	43.1	47.7	29.0	38.8
22	45.4	22.0	32.4	42.0	20.5	33.5
23	101.5	68.2	88.0	93.2	69.0	81.1
24	70.0	39.5	48.2	57.4	35.3	46.8
25	56.0	24.4	36.9	44.2	22.6	33.0

ที่มา : จากรายงานการสำรวจและวิจัยขนาด โครงสร้างร่างกายคนไทย ระยะที่ 2 : 2529-2533
สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6
กรุงเทพฯ 10400



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.6 วิเคราะห์ และสรุปพฤติกรรมของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มเป้าหมาย

องค์ประกอบในการกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน

สิ่งที่ต้องคำนึงในการกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงลักษณะของเฟอร์นิเจอร์แต่ละชนิด 3 สิ่งหลักที่ผู้บริโภคต้องการคือ

- ความงาม (Aesthetic)
- ประโยชน์ใช้สอย (Function)
- ความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological)

ทั้ง 3 สิ่งนี้มีความต้องการมากน้อยแตกต่างกันในแต่ละบุคคล บางคนชอบความสวยงามเป็นหลัก (ซึ่งแต่ละคนก็จะตัดสินความงามไม่เหมือนกัน) บางคนเห็นประโยชน์ใช้สอยสำคัญ เพราะชอบความสะดวกสบาย ในขณะที่บางคนตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพราะเหตุผลทางจิตวิทยา เช่น เป็นสินค้ามีตราเป็นที่นิยม (Brand Name) ใช้แล้วส่งเสริมบุคลิกภาพ ดูหรูหรา ซึ่งความแตกต่างนี้มีอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค เช่น รายได้ ทัศนคติ สภาพสังคม ระดับการศึกษา พฤติกรรม สถานภาพ

เมื่อกำหนดสัดส่วนความสำคัญขององค์ประกอบดังกล่าวแล้ว (กำหนดโดยศึกษาจากพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย) ก็จะทราบถึงความต้องการของการออกแบบ (Design Needs) ว่าเมื่อจะออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้านชนิดหนึ่ง (What) เพื่อให้ใครใช้ (Who) ใช้งานที่ไหน (Where) ใช้เมื่อไหร่ (When) ทำไมต้องเลือกใช้ผลิตภัณฑ์นี้ (Why) และใช้งานอย่างไร (How)

สรุปการจัดลำดับความสำคัญในการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ในโครงการ

ดังนั้น โครงการออกแบบชุดเฟอร์นิเจอร์ห้องนอนนอกอาคารจากพลาสติกเส้นสำหรับบ้านพักอาศัย ให้กับบริษัทไฮรกา อินเตอร์เนชันแนล จำกัด จะมีการออกแบบมุ่งไปที่

1. คุณภาพและความสวยงาม
2. ด้านประโยชน์ใช้สอย
3. ด้านราคา

ตามความต้องการของผู้บริโภคที่ทำการศึกษามาจากแบบสอบถามในช่วงต้น

ตารางที่ 11 ตารางแสดงการวิเคราะห์เลือกกลุ่มผู้บริโภคในโครงการ

เงื่อนไข	ความสำคัญ	กลุ่มผู้บริโภค			
		ระดับสูง	ระดับกลาง-สูง	ระดับกลาง	ระดับต่ำ
ขนาดของกลุ่มผู้บริโภค	2	1	3	2	4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โอกาสที่จะพักในที่พักอาศัยขนาดกลางและขนาดใหญ่	4	4	4	3	1
รสนิยมในการใช้สินค้าแปลกใหม่	4	3	4	3	1
ความต้องการสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์ทางด้านจิตใจ	4	4	3	2	1
กำลังซื้อ	4	4	3	2	1
	รวม	62	62	44	24

* หมายเหตุ ตัวเลข 1-4 เป็นการให้คะแนนเรียงจากน้อยไปมาก

ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการที่พิจารณาเลือกออกมาคือ กลุ่มผู้บริโภคระดับกลาง-สูง

วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

จากข้อมูลดังกล่าวเราพอจะสรุปความต้องการของผู้บริโภค เพื่อจะกำหนดคุณสมบัติที่ต้องการและนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน ในโครงการต่อไป สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ชนิดของผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน ในห้องนั่งเล่น ที่ผู้บริโภคใช้และยังมีความนิยมที่สุดคือ ไม้ (51%) เพราะความนิยมในคุณค่าที่ให้ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติ เข้ากับพื้นที่ภายในห้องนั่งเล่น ได้หลากหลายรูปแบบ และเป็นวัสดุที่มีราคาสูงในปัจจุบัน ซึ่งต่างจากหญ้าแฝกที่ยังคงมีผู้บริโภคไม่รู้จักวัสดุ คุณสมบัติ ไม้คู่กันเคยกับวัสดุอยู่ถึง 89% ซึ่งเมื่อให้ข้อมูลหญ้าแฝกกับผู้ทำแบบสอบถามก่อนทำแบบสอบถาม ปรากฏว่าพึงพอใจกับหญ้าแฝก ในด้านคล้ายผักตบชวา สามารถนำมาใช้แทนเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน ในห้องนั่งเล่น ได้มากที่สุดถึง 41% และรองลงมาเป็นเรื่องการใช้ของธรรมชาติ 33% ยังสังเกตได้ว่า 57% ของกลุ่มสำรวจจะชอบแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอของตกแต่งบ้าน ที่ดูแปลก แต่งต่าง ไม่เหมือนใคร และชอบสีที่เป็นสีสคิส มีมากที่สุดถึง 53%

จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนแปลงไป การคำนึงในการเลือกซื้อสินค้าในปัจจุบันอื่นๆนอกจากปัจจัยทางด้านราคามีมากขึ้น ผู้บริโภคสนใจสินค้าที่ตอบสนองทางด้านจิตใจมากกว่าราคาและหน้าที่การใช้งาน เช่น เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักหรือมีตราชื่อที่ดัง เพื่อแสดงถึงฐานะที่มั่งคั่งของผู้ใช้ ทั้งที่หน้าที่การใช้งานมีความสามารถเทียบเท่ากับผลิตภัณฑ์ในห้องตลาดทั่วไป หรือเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ถูกใจในสโตร์ที่ชอบ โดยไม่สนใจทางด้านราคาว่าจะแพงมากน้อยเท่าไร เป็นต้น

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในโครงการ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์โดยทั่วไปของผู้บริโภค การออกแบบชุดเฟอร์นิเจอร์ในโครงการให้ตอบสนองทุกการใช้งานให้กับพื้นที่ประเภทระเบียง เฉลียง และพื้นที่นอกประตูกระจก ให้ได้ประสิทธิภาพสูงคงเป็นไปได้อย่าง ฉะนั้นจึงควรออกแบบเฟอร์นิเจอร์พักผ่อนในลักษณะต่างๆ ให้ความหลากหลายตามพฤติกรรมที่นั่งพักผ่อน ที่จะส่งผลทำให้มิติของเฟอร์นิเจอร์มีขนาดแตกต่างกันไป เช่น เก้าอี้เอน (Lounge Chair), เก้าอี้เอน (Lounge Chair) + ที่วางเท้า (Ottoman) หรือเก้าอี้เอนนอน (Chaise Lounge) โดยที่ผู้บริโภคสามารถเลือกเฟอร์นิเจอร์ไปจัดวางตามความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอยและขนาดพื้นที่ของผู้บริโภคนั้นๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุหญ้าแฝก



ภาพที่ 62 ภาพลักษณะของรากหญ้าแฝก และ แนวรั้วหญ้าแฝก

แนวทางการศึกษาในบทนี้จะเป็นการศึกษาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับหญ้าแฝก ซึ่งเป็นวัสดุหลักสำหรับผลิตภักซ์ในโครงการ เพื่อให้เข้าใจในธรรมชาติของวัสดุอย่างแท้จริงเป็นประโยชน์อย่างมากในการออกแบบ ซึ่งจะประกอบด้วยหัวข้อย่อยต่างๆ ดังนี้

- 2.6.1 ข้อมูลเกี่ยวกับหญ้าแฝก
- 2.6.2 การเสริมความแข็งแรงให้กับเส้นใยหญ้าแฝก
- 2.6.3 กรรมวิธีการเตรียมหญ้าแฝกก่อนทำผลิตภักซ์
- 2.6.4 กรรมวิธีการฟอกขาว และการย้อมสีหญ้าแฝก
- 2.6.5 ขอบเขตจำกัดต่อการนำหญ้าแฝกมาใช้ในงานออกแบบผลิตภักซ์ที่ตั้ง
- 2.6.6 การใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกในด้านศิลปหัตถกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับหญ้าแฝก

หญ้าแฝก มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Vetiveria Zizanioides* เป็นพืชตระกูลหญ้า มักขึ้นเป็นกอหนาแน่นอยู่ตามธรรมชาติ ทั่วทุกภาคของประเทศ มีความทนทานต่อสภาวะต่าง ๆ เติบโตสูงถึงกึ่งเมตรประมาณ 30 ซม. ความสูงจากยอดประมาณ 50 -150 ซม. ใบแคบและยาวประมาณ 75 ซม. กว้างประมาณ 8 มม. รากอาจลึกลงในดินถึง 3 เมตร โคนต้นมีลักษณะแบน ใบค่อนข้างแข็ง แดกออกจากโคนกอเรียงซ้อนกันแน่น ขอบใบขนาน ส่วนปลายใบสอบ แหลมยาว ช่อดอกสูงประมาณ 20-40 เซนติเมตร ดอกมีลักษณะคล้ายกระสวย มีทั้งดอกชนิดสมบูรณ์เพศและดอกตัวผู้ เมล็ดมีรูปขอบขนาน โคนมน ปลายแหลม มีหนามแหลมสั้นที่บริเวณผิวของเมล็ด รากหญ้าแฝกเป็นระบบรากฝอย (Fibrous root) รากแข็งแรง มีปริมาณมาก ฐานกันแน่นและหยั่งลึกลงไปดิน ไม่แผ่ขนาน มีรากแขนง โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีรากฝอยมาก จึงช่วยยึดเหนี่ยวดิน ช่วยป้องกันการชะล้างหน้าดินและการพังทลายของดินได้เป็นอย่างดีแผ่กว้างโดยรอบกอเพียงประมาณ 50 เซนติเมตร จึงไม่เป็นอุปสรรคต่อการปลูกร่วมกับพืชอื่น เพราะไม่เกิดปัญหาการแย่งอาหารกัน



ภาพที่ 63 ภาพตัดขวาง ใบหญ้าแฝก

หญ้าแฝก แบ่งตามลักษณะภายนอกได้เป็น 2 ชนิด คือ

1. หญ้าแฝกหอม หรือ หญ้าแฝกส้ม หรือหญ้าแฝกบ้าน (*Vetiveria zizanioides* Nash) พบขึ้นอยู่ทั่วไปในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ สามารถปรับตัวเข้ากับพื้นที่นั้น ๆ ได้ดี และเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว
2. หญ้าแฝก หรือ หญ้าแฝกดอน หรือ หญ้าแฝกป่า (*Vetiveria nemoralis* A. Camus) พบทั่วไปในที่ค่อนข้างแฉ้ง หรือ ที่ดินที่มีการระบายน้ำได้ดีในทุกภาคของประเทศไทย โดยเฉพาะในป่าเต็งรัง แต่จะมีน้อยในภาคใต้สามารถขึ้นได้ดีทั้งในที่แคบจัดและแคบปานกลาง

ตารางที่ 12 ตารางเปรียบเทียบลักษณะที่แตกต่างของหญ้าแฝกหอมและหญ้าแฝกคอน

หญ้าแฝกหอม	หญ้าแฝกคอน
ลักษณะกอ - เป็นท่ม ใบยาวตั้งตรงขึ้นสูง - สูงประมาณ 150-200 ซม. - มีการแตกตะเกียงและแตกแขนงลำต้นได้	- เป็นท่ม ใบยาว ปลายแผ่โค้งลงคล้ายกอกตะไคร้ไม่ตั้งมาก เหมือนหญ้าแฝกหอม - สูงประมาณ 100-150 ซม. - ปกติไม่มีการแตกตะเกียง และแขนงลำต้น
ใบ - ยาว 45-100 ซม. กว้าง 0.6-1.2 ซม. - ใบสีเขียวเข้ม หลังใบโค้ง ท้องใบออกสีเขียว มีรอยกั้นขวางในเนื้อใบ ต่อกับแคคเห็น ชัดเจน - เนื้อใบค่อนข้างเนียน มีไขเคลือบมาก ทำให้ดูมัน	- ยาว 35-80 ซม. - กว้าง 0.4-0.8 ซม. - ใบสีเขียวชืด หลังใบพับเป็นสันสามเหลี่ยม ท้องใบสีเขียวกับด้านหลังใบแต่ ชืดกว่า แผ่นใบเมื่อต่อกกับแคคไม่เห็น รอยกั้นในเนื้อใบ - เนื้อใบหยาบ สากคาย มีไขเคลือบน้อย ทำให้ดูมัน ไม่เคลือบมัน
ช่อดอกและดอก - สูง 150-250 ซม. - ส่วนใหญ่มีสีม่วง	- สูง 100-150 ซม. - มีได้หลายสี ตั้งแต่สีขาว ครีม ถึงม่วง
ราก - มีความหอม เนื่องจากมีน้ำมันหอมระเหย ซึ่งเป็นสารพวก Alkaloids - สามารถหยั่งลึกได้ ประมาณ ตั้งแต่ 100-300 ซม.	- ไม่มีความหอม - มีรากสั้นกว่า โดยทั่วไปจะหยั่งลึก ประมาณ 80-100 ซม.

ตารางที่ 13 หญ้าแฝกสายพันธุ์ในประเทศไทย (ตามทะเบียนของกรมพัฒนาที่ดิน)

หญ้าแฝกหอม	หญ้าแฝกคอน
1. กำแพงเพชร 2	1. อุดรธานี 1
2. เชียงราย	2. อุดรธานี 2
3. สงขลา 1	3. นครพนม 1
4. สงขลา 2	4. นครพนม 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. สงขลา 3	5. ร้อยเอ็ด
6. สุราษฎร์ธานี	6. ชัยภูมิ
7. ศรีง 1	7. เลย
8. ศรีง 2	8. สระบุรี 1
9. ศรีลังกา	9. สระบุรี 2
10. เชียงใหม่	10. หัวขนาแข็ง
11. แม่ฮ่องสอน	11. กาญจนบุรี
	12. นครสวรรค์
	13. ประจวบคีรีขันธ์
	14. ราชบุรี
	16. จันทบุรี
	17. พิษณุโลก
	18. กำแพงเพชร 1

สรุปชนิดของหญ้าแฝกที่มีใบเหมาะสมจะนำมาทำงานหัตถกรรม

มี 2 สายพันธุ์ คือ

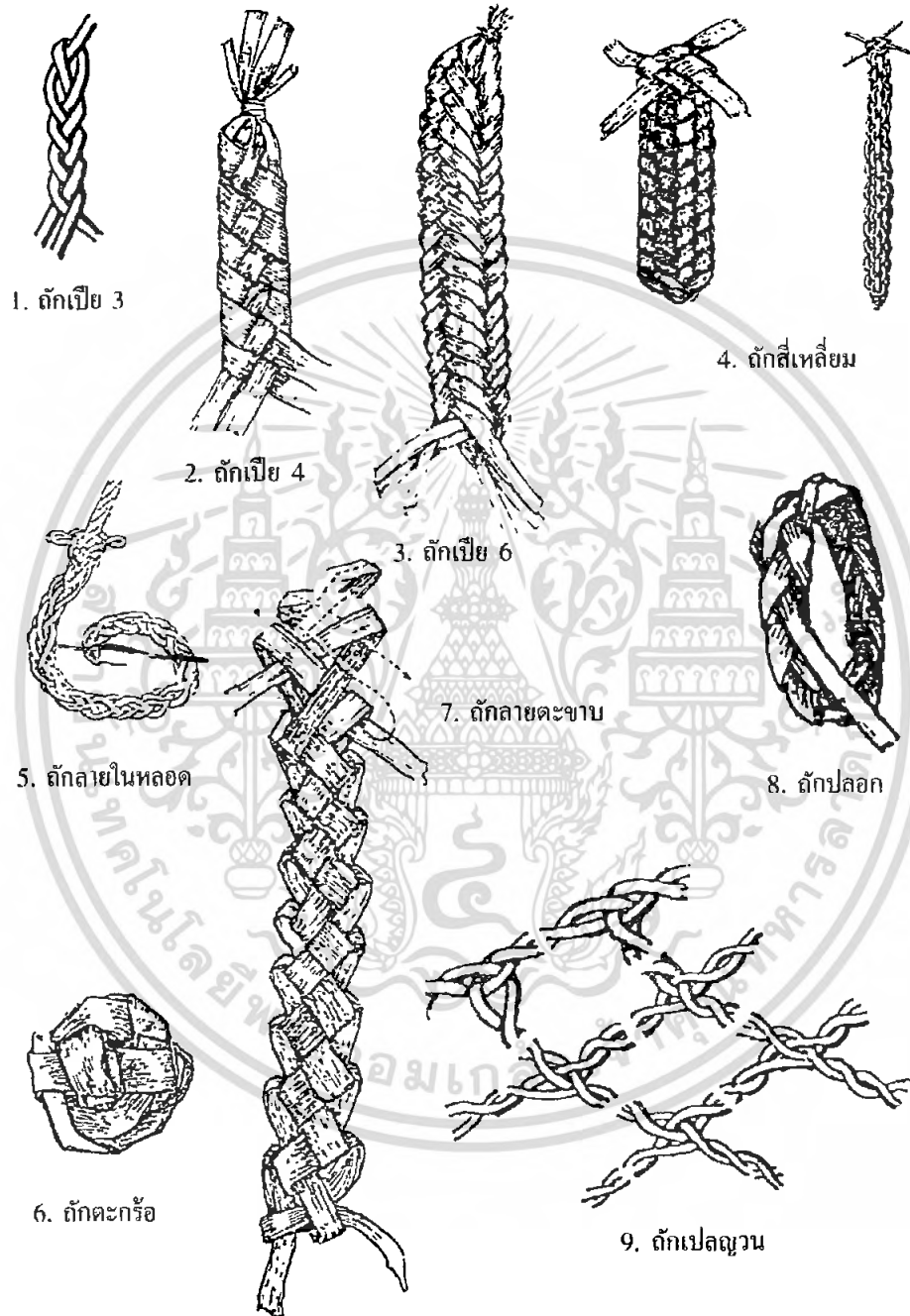
1. หญ้าแฝกหอม (*Vetiveria Zizanioides* Nash) ได้แก่สายพันธุ์ศรีลังกา กำแพงเพชร 2 สุราษฎร์ธานี และสงขลา 3 เป็นต้น ลักษณะใบของหญ้าแฝกหอมนี้จะมีใบมันและขาวเมื่อโดนน้ำใบจะนึ่ม จึงเหมาะสมจะนำมาทำงานหัตถกรรมได้

2. หญ้าแฝกคอง (*Vetiveria Nemoralis* A. Camus) หญ้าแฝกคองหรือที่เรียกว่าแฝกหรือแฝกพื้นบ้านนั้น มีการกระจายพันธุ์อยู่ในวงแคบๆ ตามธรรมชาติเฉพาะบริเวณแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ยอดกอตอนปลายจะแผ่โค้งลงคล้ายกอดคอไคร้ไม่ตั้งมากเหมือนหญ้าแฝกหอม ในบางพื้นที่พบว่า ขึ้นอยู่หนาแน่นในลักษณะเป็นพืชรพินล่างคลุมดิน เป็นบริเวณกว้าง หญ้าแฝกคองมีใบยาว 35 – 60 ซม. กว้าง 0.4 – 0.6 ซม. ใบมีสีเขียวซีด หลังใบพับมีสันสามเหลี่ยม เนื้อใบหยาบสาบคาย มีไขเคลือบน้อย ทำให้ดูร่วนไม่เหนียวมัน ท้องใบมีสีเขียวกับด้านหลังใบ แต่จะมีสีเขียวกว่า แผ่นใบเมื่อส่องกับแดดไม่เห็นรอยสันในเนื้อใบ เส้นกลางใบสังเกตเห็นชัดเจน มีลักษณะแข็งเป็นแกนหนุนทางด้านหลัง เหมาะสำหรับนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.2 การเสริมความแข็งแรงให้กับเส้นใยย่านแฝก

ลักษณะของลวดลายถักสานเปีย



ภาพที่ 64 ภาพลักษณะของลวดลายถักสานเปีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการผลิตด้าย (yarn manufacturing)

กระบวนการผลิตด้ายจากเส้นใยสั้น จะมีกระบวนการหลายขั้นตอน กว่าการผลิตด้ายจากเส้นใยยาว ซึ่งมีเพียงการนำเอาเส้นใยมารวมกัน แล้วขึ้นเกลียว ดังนั้นในที่นี้จะกล่าวถึงกระบวนการผลิต ด้ายจากเส้นใยสั้น โดยจะยกตัวอย่างกระบวนการผลิตของเส้นใยฝ้าย

การผลิตด้ายจากเส้นใยสั้น (spun yarn)

มีขั้นตอนกระบวนการผลิตดังนี้

1. การเปิด (opening) เป็นการทำให้เส้นใยที่อัดอยู่ในกอง (bale) มีการเปิดและกระจายตัว รวมทั้งทำการผสมเส้นใยให้ทั่วถึง (uniform) มากขึ้น
2. การสาวใย (carding) เป็นการทำให้เส้นใยเรียงตัวไปในทิศทางเดียวกัน เส้นใยมีการสานกันไปมาเป็นใย (web) บาง
3. การดึง (drawing) เป็นการเพิ่มการจัดทิศทางของเส้นใยให้ขนานกันมากขึ้น โดยใย (web) ที่ได้จะถูก ดึงผ่านลูกกลิ้งที่มีความเร็วต่างกัน ทำให้เกิดเป็นเส้นด้ายที่มีการรวมตัวของเส้นใยอย่างหลวมๆ
4. การขึ้นเกลียว (roving) เป็นการดึงเพิ่มเติมเพื่อจัดเส้นใยให้มีการเรียงตัวไปในทิศทางเดียวกันมากขึ้น มีการขึ้นเกลียวชนิดน้อยเพื่อเพิ่มแรงยึดระหว่างเส้นใย
5. การปั่นเส้นด้าย (spinning) เป็นการนำเอาด้ายที่มีการขึ้นเกลียวเล็กน้อย มาขึ้นเกลียวเพิ่มเพื่อให้ได้ เส้นด้ายที่มีความแข็งแรง

2.6.3 กรรมวิธีการเตรียมหญ้าแห้งก่อนทำผลิตภัณฑ์

- (1) คัดเลือกใบหญ้าแห้งที่มีอายุประมาณ 3 เดือน โดยตัดให้สูงจากโคนต้นประมาณ 15-20 ซม.



- (2) นำใบหญ้าแห้งต้มในน้ำเดือดประมาณ 2-3 นาที



- (3) นำไปผึ่งให้สะเด็ดน้ำ นำใบหญ้าแห้งที่สะเด็ดแล้วไปตากแดด ประมาณ 3 วัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (4.) นำใบหญ้าแฝกที่แห้งแล้วอบกัมมะถัน 1 วัน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดเชื้อรากับหญ้าแฝก



ภาพที่ 65 ภาพตู้อบกัมมะถัน



- (5.) คัดเลือกใบหญ้าแฝกที่มีลักษณะใบกว้าง สมบูรณ์ ไม่ฉีกขาด โดยใช้เข็มกรีดริมใบ ซึ่งมีความคมออก



- (6.) นำใบหญ้าแฝกที่ผ่านการคัดเลือก แล้วนำไปชุบน้ำให้เปียกพอหมาดๆ แล้วใช้กระดาษหนังสือพิมพ์ หรือผ้าห่อใบแฝกไว้เพื่อเป็นการเพิ่มความชื้นและง่ายต่อการใช้จกसान เพราะเส้นจะไม่หักหรือขาดในระหว่างการจกसान

- (7.) นำผลิตภัณฑ์จากหญ้าแฝกอบกัมมะถันอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์จะไม่เกิด เชื้อราในการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.4 กรรมวิธีการฟอกขาว และการย้อมสีผ้าฝ้ายแปด

การฟอกขาว

ตารางที่ 14 ตารางแสดงการฟอกขาวด้วย H_2O_2 (Hydrogen Peroxide)

ลำดับที่	สารเคมี – อัตราส่วน	วิธีทำ
1	-การฟอกขาวเส้นใยพืชด้วย H_2O_2 ไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์ Hydrogen Peroxide ที่อุณหภูมิห้อง (อุณหภูมิปกติ) -อัตราส่วนน้ำ 1:20 – 1:30 -ใช้ $H_2O_2 = 20 - 50$ cc/ลิตร	-นำวัสดุที่จะฟอกขาวแช่ลงในน้ำประมาณ 10 -12 ชม. -เสร็จแล้วเอาออกล้างน้ำให้สะอาด
2	-การฟอกขาวเส้นใยพืชด้วย H_2O_2 ที่อุณหภูมิสูง (รวม $70 - 80^\circ C$) อัตราส่วนน้ำ 1:20 – 1:30 -ใช้ $H_2O_2 = 10 - 15$ cc/ลิตร ไม่ควรเกิน 20 cc/ลิตร	-ต้มน้ำให้ร้อนจัดประมาณ $80^\circ C$ -เอา H_2O_2 ใส่ลงไปคนให้ทั่ว -เอาวัสดุที่จะฟอกใส่ลงไปแช่เอาไว้ ประมาณ 30 - 60 นาที -เสร็จแล้วเอาออกล้างน้ำให้สะอาด
3	-การฟอกขาวเส้นใยพืชด้วย คลอรีน -อัตราส่วนน้ำ 1:20 -ใช้ผงคลอรีน 8 – 10 กรัม/ลิตร	-ละลายผงคลอรีนกับน้ำที่จะใช้พอประมาณ โขยแบ่งน้ำออกเป็น 4 ถี จนละลายให้คลอรีนตกตะกอน รินเอาน้ำใส่ๆ มาใช้ แล้วจึงเอาน้ำส่วนที่ 2 ใส่ลงไปค่อยๆ ละลายไปจนหมดน้ำที่เตรียมไว้เสร็จแล้วจึงเอาเส้นใยลงไปแช่ประมาณ 30 นาที เอาออกล้างน้ำให้สะอาดแล้วนำไปแช่ในน้ำที่ผสมกรดส้ม 5%-10%

การผสมสีย้อมเส้นใยพืช

ตารางที่ 15 ตารางแสดงการผสมสีย้อมเส้นใยพืช

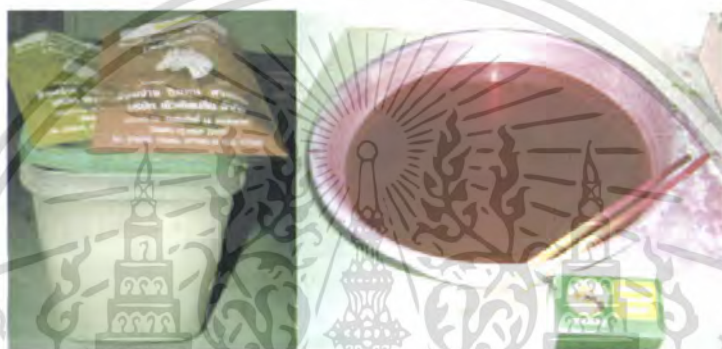
สีที่จะย้อม	มีส่วนผสมของสีต่างๆ คือ	สีที่ได้
สีเขียว	วิธีทำ สีเหลืองทอง + สีนํ้าเงิน - ใช้สีเหลืองทองเป็นหลัก - ใช้สีนํ้าเงินค่อยๆ ผสมค้ดลงไปจนเป็นสีเขียวเข้ม	สีเขียวแก่
	วิธีทำ สีเหลืองอ่อน + สีนํ้าเงิน - ใช้สีเหลืองอ่อน (เหลืองคอกบวม) เป็นสีหลัก - ใช้สีเขียวแก่ค่อยๆ ค้ดไปจนได้สีเขียวใบไม้	สีเขียวใบไม้
	วิธีทำ สีส้ม + สีนํ้าเงิน - ใช้สีส้มเป็นหลัก	สีเขียวขี้ม้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	- เอาสีน้ำเงินค้อยๆ ไล่ลงไปจนออกเป็นสีเขียวหม่น	
สีส้ม	สีเหลืองคอกบวบ + แดงบานเย็น สีเหลืองทอง + แดงเลือดคนก <u>วิธีทำ</u> - ใช้สีเหลืองเป็นหลัก เทไล่ลงไปก่อน - จึงเอาสีแดงบานเย็น หรือสีแดงเลือดคนกเทไล่ลงไป จนได้สีตามต้องการ	สีส้ม
สีม่วง	สีบานเย็น + สีน้ำเงิน <u>วิธีทำ</u> - สีบานเย็นไล่เป็นสีหลัก - ค่อยเอาสีน้ำเงินเค็มลงไป พอเห็นว่าเป็นสีม่วงจึง หยุด ถ้าต้องการเป็นสีม่วงน้ำเงิน ก็เค็มสีน้ำเงินต่อ ลงไปเรื่อยๆ จนได้สีม่วงแดงหรือม่วงน้ำเงิน แล้ว แต่ความต้องการ	สีม่วงแดง สีม่วงน้ำเงิน
สีน้ำตาล	สีเหลือง + สีม่วง + สีน้ำเงิน <u>วิธีทำ</u> - ใช้สีเหลืองทองไล่ลงไป (เป็นสีหลัก) - ใช้สีม่วงคุดพอให้เห็นว่าเป็นสีน้ำตาล - แล้วเอาสีน้ำเงินไล่ลงไปเพื่อให้เป็นสีน้ำตาลไหม้	สีน้ำตาลไหม้
	สีเหลืองทอง + สีแดงสด + เขียวแก่ <u>วิธีทำ</u> - ใช้สีเหลือง (เป็นสีหลัก) - เอาสีแดงไล่ลงไป (จะได้สีส้ม) - เอาสีเขียวคุดพอประมาณจนเป็นสีน้ำตาล	สีน้ำตาลทอง
	สีส้ม + สีน้ำเงิน <u>วิธีทำ</u> - ใช้สีส้มเป็นหลัก - เอาสีน้ำเงินค้อยๆ ไล่ลงไปจนออกเป็นสีน้ำตาล	สีน้ำตาล
สีแดงเลือด คนก	สีเหลืองทอง + สีบานเย็น <u>วิธีทำ</u> - สีบานเย็นเป็นสีหลัก - ค่อยๆ เอาสีเหลืองทอง เทไล่ลงไป จนเห็นว่าได้สี แดงเลือดคนกแล้วจึงหยุด	
สีเทา	สีน้ำเงิน + สีม่วง + สีดำ <u>วิธีทำ</u> - ใช้สีน้ำเงินพอประมาณ - คัดด้วยสีม่วงเพียงเล็กน้อย - คัดด้วยสีดำเพียงเล็กน้อย	สีเทาอ่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	<p>สีน้ำเงิน + สีดำ</p> <p>วิธีทำ - สีน้ำเงินเป็นหลัก โดยใส่สีพอประมาณ</p> <p>- เอาสีดำใส่ลงไปเพียงเล็กน้อย พอเห็นว่าเป็นสีเทา</p> <p>อม น้ำเงินก็พอ</p>	สีเทาเข้ม
	<p>สีน้ำเงิน + สีม่วง</p> <p>วิธีทำ - สีน้ำเงินเป็นหลัก โดยใส่สีพอประมาณ</p> <p>- เอาสีม่วงใส่ลงไปเล็กน้อย พอเห็นว่าเป็นสีเทา</p> <p>อม แดง</p>	สีเทา



ภาพที่ 65 ภาพส่วนผสม สีข้อม + เกือบ

การย้อมสีเส้นใยพืช

เส้นใยพืช เป็นเส้นใยที่ได้จากธรรมชาติ ประเภทที่ได้มาจากบางส่วนจากลำต้น และใบของต้นพืช ซึ่งมีสีเป็นธรรมชาติ คือ สีเหลือง หรือเหลืองออกน้ำตาล เมื่อนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งบางครั้งจะต้องนำมาผลิตให้เข้ากับความต้องการของตลาดให้มีสีสันสวยสดงดงาม จึงจำเป็นต้องย้อมสี ซึ่งจะต้องนำเส้นใยเหล่านั้นมาผ่านกระบวนการฟอกขาว ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว จึงจะนำมาย้อมสีให้สดใสดังงาม ในส่วนของการย้อมจะมีการเตรียมและวิธีการ ดังนี้

ตารางที่ 16 แสดงการย้อมสีเส้นใยพืช

อัตราส่วน	วิธีทำ
<ul style="list-style-type: none"> - ใช้น้ำข้อม = น้ำหนักวัสดุ 1 ส่วน ต่อ น้ำ 30 เท่า - สีตามความต้องการความ 	<ul style="list-style-type: none"> - นำเส้นใยพืชที่จะย้อมแช่น้ำเอาไว้อย่างน้อย 6 ชั่วโมง ขึ้นไป ดมน้ำที่จะย้อมให้ร้อนจัดหรือเดือดอ่อนๆ - นำสีใส่ละลายลงไป คนให้ทั่ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<p>เข้มน</p> <p>- กรดส้ม 2 – 4 ซ่อนแกง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - นำเส้นใยพืชที่จะข้อมใส่ลงไปกลับไปกลับมาประมาณ 5 นาที ยกเส้นใยขึ้น - ใส่กรดส้มที่เตรียมลงไป คนให้ละลาย - นำเส้นใยลงข้อมต่ออีกประมาณ 5 – 10 นาที กลับบ่อยๆ - ล้างน้ำให้สะอาด
--	---



ภาพที่ 66 ภาพการข้อมเส้นใยบ้านแฝด



ภาพที่ 67 ภาพใยบ้านแฝดที่ข้อมสี

ผลิตภัณฑ์จากใยบ้านแฝดที่ข้อมสี จะเป็นการข้อมสีด้วยธรรมชาติ เช่น จากเปลือกไม้ ใบบัว, ผลไม้ เป็นต้น หรือเป็นการข้อมด้วยสีเคมี ก็จะทำให้มีสีสันแปลกตา ขึ้นอยู่กับความชอบของผู้บริโภคว่าชอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นสีธรรมชาติ หรือผลิตภัณฑ์ที่ข้อมสี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สิ่งจากรธรรมชาติ

การข้อมเสั้นโยพิซด้วยสิ่งจากรธรรมชาติ ส่วนใหญ่ได้จากรพิซ เปลือกไม้ โยไม้ ลูกไม้ และ รากไม้ มีชั้นตอนเพื่อที่จะทำให้เกิดสีต่างๆ ได้สวยงามเปลกรดา ต่างจากรสีสังเคราะห์

ตารางที่ 17 ตารางแสดงสิ่งจากรธรรมชาติ ที่ได้จากรส่วนต่างๆ ของพืชแต่ละชนิด

สี	ได้จาก
สีแดง	ดอกคำฝอย รากขยอ ครั่ง
สีน้ำเงิน	คันคราม
สีเหลือง	แก่นขนุน ขมิ้นชัน แก่นเข รากคันสะกือ
สีดำ	ลูกกระเจาย ลูกมะเกลือ
สีชมพู	คั้นมหากาฬ คั้นฝาง
สีน้ำตาลแก่	เปลือกไม้โกงกาง
สีม่วงอ่อน	ลูกหว่า
สีกาเกิแกมเขียว	เปลือกเอกากับแก่นขนุน
สีกาเกิแกมเหลือง	หมากสนกับแก่นแกแล
สีส้ม (แดงเลือคนก)	ลูกตะตี
สีตองอ่อน (กระคังงา)	รากแดง (มะชुक)
สีเขียว	เปลือกคั้นมะริคไม้ โยบุกวาง เปลือกกระชुक เปลือกสมอคราม แล้วข้อม ทับด้วยแดง
สีเปลือกไม้	คั้นลกฟ้า หมามกราย ไม้โกงกาง เปลือกตะปูน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.5 ขอบเขตจำกัดต่อการนำหญ้าแฝกมาใช้ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ

ศึกษาขอบเขตจำกัดต่อการนำหญ้าแฝกมาใช้ในงานทอและงานสาน ทั้งในด้านคุณสมบัติของเส้นใย การดูดซึมน้ำสี โครงสร้างของใบ ความยืดหยุ่นต่อการนำหนัก การกดทับ โครงสร้างการทอและการถักสาน เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบลวดลายการทอและการสานที่เหมาะสมในกรรมวิธีการผลิต

ตารางที่ 18 ตารางแสดงการเปรียบเทียบขอบเขตจำกัดของการสานเส้นพลาสติก

การทดสอบ	หญ้าแฝกกับโครงสร้างหญ้าแฝก	หญ้าแฝกกับโครงสร้างหวาย	หญ้าแฝกกับโครงสร้างไม้
ความหย่อนหลังจากการสาน	-ไม่เกิด	-ดึงคงรูป โดยการถักสาน	-ดึงคงรูป โดยการอิงลวดติดกับโครงไม้
ความยากง่ายในการสาน	-ง่าย แต่ต้องควบคุมน้ำหนักมือในการถักสาน เนื่องจากหญ้าแฝกเปราะ	-ค่อนข้างง่าย แต่ต้องควบคุมน้ำหนักมือ ในการถักสาน เนื่องจากหญ้าแฝกเปราะแตกง่าย	-ค่อนข้างไม่เหมาะสม ต้องควบคุมน้ำหนักมือในการถักสาน
เวลาในการสาน	-เร็ว	-ช้า เนื่องจากหญ้าแฝกเส้นไม่ความยาวมาก ทำให้ต้องเสียเวลาในการต่อความยาวเส้น	-ช้า เนื่องจากหญ้าแฝกเปราะแตกง่ายค่อนข้างเร็ว

การทดสอบการสานหญ้าแฝก

จากการทดสอบการสานหญ้าแฝกกับโครงสร้างไม้ ทำให้เราทราบปัญหาในการสานที่แตกต่างกับโครงสร้างหวาย คือ หญ้าแฝกไม่สามารถยึดติดกับโครงสร้างไม้และหวายได้ ต้องใช้การยิงลวดเพื่อช่วยยึดได้ ทำให้เกิดปัญหาความหย่อนตัวหลังจากการสาน ถ้าระยะที่สานมีความยาวเกิน 30 cm (เป็นระยะที่ยังสามารถควบคุมการดึงด้วยมือให้ดึงได้) และความยากในการสานซึ่งใช้เวลาในการสานนาน

แต่ในขณะที่โครงสร้างการสานหญ้าแฝกกับหญ้าแฝกมีความง่าย และเหมาะสม

2.6.6 การใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝกในด้านศิลปหัตถกรรม

นอกจากใบของหญ้าแฝกได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์เป็นวัสดุขุดหลุมหลังคา และประโยชน์อื่นๆ รวมทั้งส่วนรากของหญ้าแฝกสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องหอมและเครื่องยาสมุนไพรดังกล่าวมาแล้วนั้น จากการตรวจสอบเอกสารและบันทึกย้อนหลังไปเป็นระยะเวลายาวนาน ยังไม่ปรากฏว่าได้มีการใช้ส่วนใบและรากของหญ้าแฝกมาประดิษฐ์ในเชิงศิลปหัตถกรรม

ต่อมาเมื่อมีการรณรงค์การปลูกหญ้าแฝก เพื่ออนุรักษ์ดินและน้ำตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทำให้นักวิชาการที่เกี่ยวข้องทั้งหลาย พยายามส่งเสริมให้เกษตรกรได้เห็นประโยชน์และยอมรับในการปลูกหญ้าแฝก เพื่อลดการสูญเสียหน้าดินและน้ำให้กว้างขวาง โดยการโน้มน้าวและเหนี่ยวนำให้เกษตรกรเห็นความสำคัญด้านอื่นๆ อาทิเช่น การใช้ประโยชน์เพื่อเสริมรายได้ โดยการนำใบของหญ้าแฝกมาประดิษฐ์เป็นเครื่องใช้และเครื่องประดับในอาคารบ้านเรือน และทำผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดับจากใบหญ้าแฝก เป็นต้น



ภาพที่ 68 ภาพผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝกที่ย้อมสี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 ข้อมูลเกี่ยวกับการทอ และการถักสาน

การสานเป็นการนำวัสดุที่มีลักษณะเป็นเส้นมาขัดสานกัน โดยที่ภาษาช่างเรียกว่า การยกและการข่ม ซึ่งมีด้วยกัน 3 ลาย ได้แก่ ลายแม่บท ลายพัฒนา และลายประดิษฐ์ ลาย สานจากวัสดุธรรมชาติ แบ่งตามชนิดของเส้นใยที่นำมาสาน 2 ประเภท คือ

1. ไบหญาแฝกที่ค่อนข้างอยู่ตัวและแข็ง
2. ไบหญาแฝกที่อ่อนนุ่ม

2.7.1 ลายสานพื้นฐาน ที่เหมาะสำหรับไบหญาแฝกที่ค่อนข้างอยู่ตัวและแข็ง

2.7.2 ลายสานพื้นฐาน ที่เหมาะสำหรับไบหญาแฝกที่อ่อนนุ่ม

2.7.3 การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์

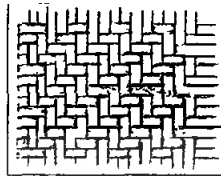
2.7.4 สรุปเลือกวิธีการการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์จากไบหญาแฝก



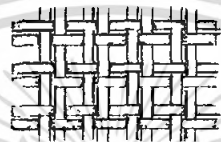
2.7.1 ลายสานพื้นฐาน ที่เหมาะสำหรับใบหม้อแฝกที่ที่ก่อนข้างอยู่ตัวและแข็ง

1.1 ลวดลายพื้นฐาน เป็นแม่บทการจักรสานทั่วไป มี 6 ลายสำคัญ คือ

1.1.1 ลายซัด คือ ลายซอก 1 เส้น ซ่อม 1 เส้น สลับกันเรื่อยไป ใช้สานกระสอบ ตะกร้า กระบุง ไซ ข้อง



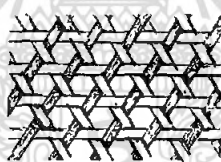
1.1.2 ลายสอง ใช้สาน กระชอน กระสอบ



1.1.3 ลายสาม เป็นลายที่คิดแปลงเพิ่มเติมจากลายสอง นิยมสานกระสอบ เสื่อ กระบุง



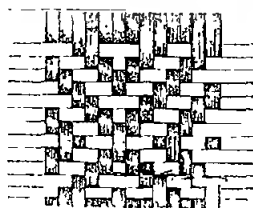
1.1.4 ลายตาหลิ่ว หรือ ลายชะลอม ลายชะหุม นิยมใช้ทำกระเป่า ตะกร้า ชะลอม



1.1.5 ลายขอ เป็นลายสำหรับสานกระด้ง



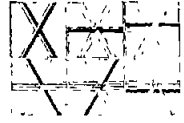
1.1.6 ลายบองทอง นิยมใช้สานทางภาคใต้ เป็นลายของกระด้ง ใช้เก็บพริก กาแฟ ข้าวเปลือก



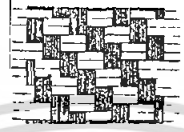
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 **ลายพัฒนา** เป็นลวดลายที่ช่างจกสานในอดีต ได้ค้นคิดปรับปรุงพัฒนามาจากลายพื้นฐาน สามารถนำไปใช้กับงานจกสานที่ต่างกันไป บางลวดลายก็เป็นส่วนที่ตกแต่งไปในตัว ด้วยลวดลายที่ปรากฏทั่วไปมี 5 ลวดลายคือ

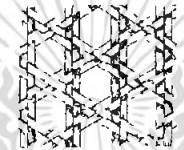
1.2.1 ลายบัว ใช้สานกระเป๋าคะกรำ แฉก กระซอน



1.2.2 ลายสี่ด้าน ใช้สาน ตะกร้า ข้อง



1.2.3 ลายเจลาเกิ้ลเค่า ใช้ทำฝาชี กระเป๋า



1.2.4 ลายคองจิง ใช้ทำฝาชี



1.2.5 ลายคี่หล่ม นิยมใช้เส้นสีสานสลับลาย ลายคี่หล่มนี้ ถ้าใช้สานเส้นคว่ำเข้าหากัน เรียกลายหล่มคว่ำ ถ้าเส้นหางออก เรียกลายคี่หล่มหาง



1.3 **ลายประดิษฐ์** ลวดลายมีเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นและของช่างแต่ละคน มักเป็นที่นิยมชมชอบของนักสะสมเครื่องจกสานด้วย ได้แก่



แสดงลายคอกจัน



แสดงลายบัว



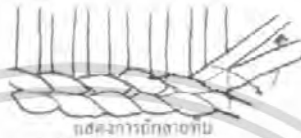
แสดงลายขัดโครงหวาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.2 ลายสานพื้นฐาน ที่เหมาะสำหรับใบห่อแผ่นที่อ่อนนุ่ม

2.1 ลายเม็ดแดง ลายทึบ

เป็นลายเบื้องต้น นิยมนำมาขึ้นต้นผลิตภัณฑ์ได้หลายชนิด เนื่องจากลายเม็ดแดงมีความแข็งแรงพอประมาณ และมีความสวยงาม นอกจากนี้ ลายเม็ดแดงสามารถผสมผสาน กับลวดลายอื่นได้มากมาย เช่นลายหนึ่ง ลายสอง ลายน้ำไหล ลายดอกพิกุล ลายดาชะลอม ลายตัวหนอน



แสดงการถักลายทึบ

แสดงการถักลายเม็ดแดง

แสดงลายเม็ดแดงหรือลายทึบ

นิยมนำมาใช้เป็นลวดลายที่มีความแข็งแรงพอสมควรระดับหนึ่ง แต่ยังคงใช้หุ่นในการขึ้นรูป ใช้ทำกระเป๋า ดั้งขยะ ก่องใส่กระดาษชำระ ถาด ตะกร้า ใปีะโคมไฟ เป็นต้น

2.2 ลายหนึ่ง

เป็นลายเบื้องต้นและเป็นลายที่นิยมใช้ในเครื่องจักรสานทุกชนิด เนื่องจากเป็นลายที่มีความแข็งแรงตามขนาดหรือความเหนียวแน่นของลายนี้นำมาสาน มีลักษณะเหมือนลายตารางหมากรุก



แสดงการถักสานลายหนึ่ง



แสดงลายหนึ่ง

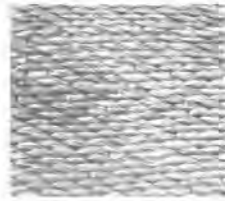
นำมาทำ กระเป๋า ดั้งขยะ ก่องใส่กระดาษชำระ ที่รองจาน พื้นรองเท้าแตะ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ลายสอง

มีพื้นฐานมาจากลายหนึ่ง แต่ต่างจากลายหนึ่ง คือการข้ามเส้นขึ้น และแนวนอนโดยจะข้าม

2 เส้นขึ้นต่อ ความแข็งแรงพอสมควร



แสดงลายสอง

นำมาทำกระเป๋า ถึงใส่ขะ ตะกร้า ที่รองจาน เป็นต้น

2.4 ลายสาม

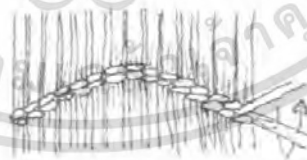
คล้ายลายสอง แต่ต่างกันตรงที่การข้ามลายของเส้นแนวนอนที่ข้าม 3 เส้น ในการสานจะได้ลายที่แข็ง สาม

แสดงการถักลายสาม

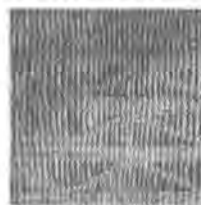
นำมาทำตะกร้า ถาด กระเป๋า กล่องใส่ของ เป็นต้น

2.5 ลายน้ำไหล

ลายพันไขว้ เช่นเดียวกับลายเม็ดแตงบนเส้นขึ้น เป็นชั้นสูงต่ำ มองดูเหมือนคลื่นน้ำไหล มีความโปร่งมาก



แสดงการถักลายน้ำไหล



แสดงลายน้ำไหล

นิยมนำมาทำเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ถาด โป๊ะ โคมไฟฟ้า กระเป๋า เป็นต้น

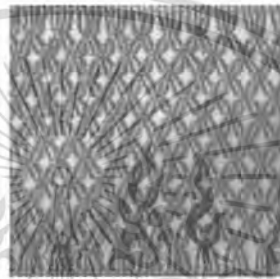
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 ลายดอกพิกุล

เป็นลายตกแต่งเช่นเดียวกับลายน้ำไหล เป็นลายที่พื้นมัดจอนมีลักษณะคล้ายดอกไม้ เป็นลายที่มีความโปร่ง มีความอ่อนของลวดลาย เหมาะแก่การนำไปใช้ตกแต่งผลิตภัณฑ์มากกว่านำมาใช้ทำผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องการความแข็งแรงนัก



แสดงการถักลายดอกพิกุล



แสดงลายดอกพิกุล

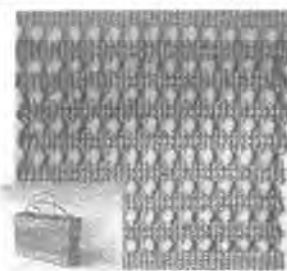
นำมาใช้ทำผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องการความแข็งแรงมากนัก ได้แก่ ฉากกั้นห้อง ใ้ปะไฟ กระเป๋า เป็นต้น

2.7 ลายตาชะลอม 2 เส้น 3 เส้น 4 เส้น

คล้ายการสานชะลอม การนับเส้นนับจากเส้นขึ้นของลายมาสานไขว้กัน โยจากตัวอย่างมีความแข็งแรงพอสมควร ยิ่งความละเอียดของลายมากยิ่งแข็งแรง



แสดงลายตาชะลอม 2 เส้น



แสดงลายตาชะลอม 3 เส้น

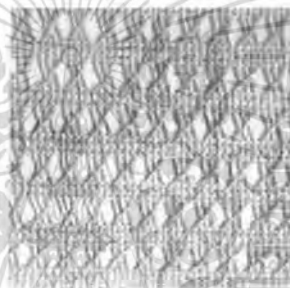
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8 ลายตัวหนอน ลายเกลียว

มาจากลายพื้นฐานเดียวกัน เป็นการผูกเส้นขึ้นให้เป็นเกลียวกลุ่มเดียวกันโดยการผูกเฉียง ถ้าผูกเป็นเส้นคู่เฉียงจะมีลักษณะคล้ายหนอน เรียกว่า “ลายตัวหนอน” แต่ถ้าผูกให้เป็นเส้นเดี่ยว เรียกว่า “ลายเกลียว”



แสดงลายตัวหนอน



แสดงลายเกลียว

2.9 ลายพื้นข้าม

นิยมใช้ทำผลิตภัณฑ์เป็นลายที่มีความแข็งแรง เนื่องจากกระบวนการสานที่มีค้ำพันเส้นใย ในการสานแต่ละครั้ง สามารถคงรูปทรงได้โดยไม่ต้องมีโครงค้ำใน และสามารถขึ้นรูปได้ด้วยตัวเอง โดยไม่ต้องอาศัยหุ่นและสามารถขึ้นรูปทรงได้ทุกๆรูปทรง โดยไม่มีขีดจำกัด ลวดลายการ พื้นข้ามมีความละเอียดอ่อน ระยะเวลาในการทำงานน้อยกว่าลายอื่น ขนาดลายค่อนข้างเล็ก



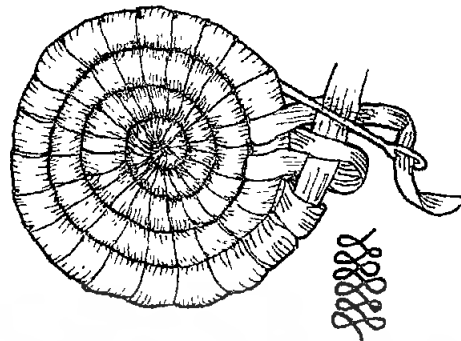
แสดงลายพื้นข้าม

ทำผลิตภัณฑ์ได้หลายชนิด ได้แก่ ที่หุ้มแจกัน ก่องใส่กระดาษชำระ ตะกร้าใส่เสื้อผ้า ถังขยะ ถาด ขามที่มีฝาปิด ตะกร้า ก่องใส่ของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.10 ฝ้ายพันไขว้

มีความละเอียดสวยงามอีกรูปแบบหนึ่ง ลวดลายนุ่มและแข็งแรงมาก

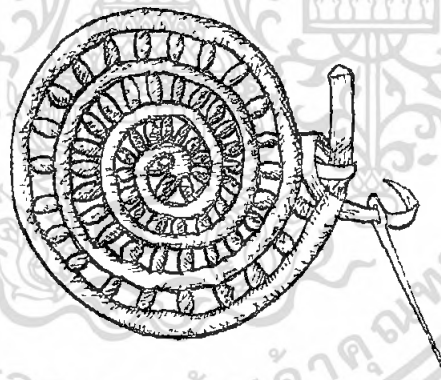


แสดงการพันไขว้

นิยมนำมาทำเป็นแผ่นรองความร้อนที่มีหูหิ้วจับ ซึ่งสามารถรองรับได้ดี ไม่เป็นอันตรายต่อพื้นโต๊ะ และทำกระเป๋า

2.11 ฝ้ายลูกแก้ว

ใช้วิธีการพันเส้นในแนววน โดยพันข้ามเส้นช่องเล็กน้อย ทำเป็นลวดลายที่มีความโปร่งและแข็งแรงพอสมควร และลักษณะลวดลายที่ได้ ดูไม่ละเอียดอ่อนแต่ใช้เวลาในการจักรสานน้อย ขึ้นรูปทรงได้เอง



แสดงการพันฝ้ายลูกแก้ว

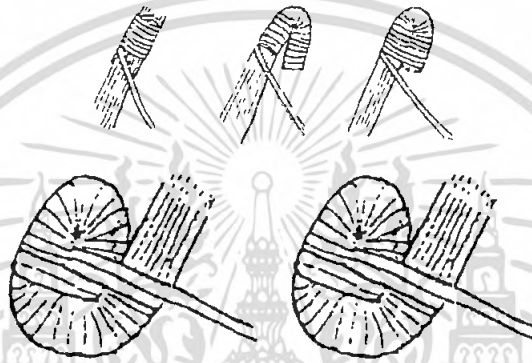
นำมาทำผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ตะกร้า ถังขยะ กระเป๋า ตะกร้าใส่เสื้อผ้าและฝาปิดที่รองกันร้อนที่โต๊ะ

2.7.2 การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์

1. การพัน แบ่งได้ 2 ชนิดคือ

1.1 การพันข้าม (Lazy Squaw) มีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. เริ่มพันหัวเส้นเชือก
2. พันได้มากแล้วงอพับ
3. พันรวมเข้าด้วยกัน
4. หักขมวดพันให้ติดกัน
5. พันขมวดติดกันเป็นก้อนหอยใช้เข็มรูโต หรือลวดนำ



แสดงขั้นตอนการพันข้าม

1.2 การพันไขว้ (Figure Eight) คือการพันข้ามไปมานั่นเอง มีขั้นตอนดังนี้

1. พันหัวเส้นใยที่ต้องการจะพัน
2. หักหัวงอขมวดติดกัน
3. พันขมวดให้ติดกันเป็นก้อนหอยด้วยวิธีพันไขว้



แสดงขั้นตอนการพันไขว้

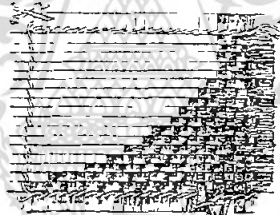
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. **การตีเกลียว (Screw Thread)** เป็นการเพิ่มความเหนียว ความแข็งแรงแก่เส้นใย แล้วจึงนำไปถักสานขึ้นรูปต่อไป เมื่อตีเกลียวแล้วจะคล้ายเชือกจากเส้นใยธรรมชาติ
- ตีเกลียวด้วยมือ ขวัญเป็นเกลียวเล็กๆ ใช้กับงานที่มีความละเอียดประณีต
 - ตีเกลียวด้วยมือ ขนาดกลาง ใช้กับงานละเอียดปานกลาง และต้องการความแข็งแรงเพิ่มขึ้น
 - ตีเกลียวด้วยมือ ขนาดใหญ่ ใช้เป็นสายกระเป่า หรืออาจใช้ในการสานทำเฟอร์นิเจอร์
 - ตีเกลียวด้วยเครื่องมือด้วยมือ เครื่องนี้ประสิทธิภาพไม่ค่อนัก เพราะจะได้เกลียวที่ไม่สม่ำเสมอ ควบคุมยาก



แสดงขั้นตอนการปั่นข้าม

3. **การสาน (Plait)** เช่น ลายหนึ่ง ลายสอง



แสดงการสานลายหนึ่ง

4. **การผูก (Knots)** เช่น การผูกรูปลุง รูปเปลญวน



แสดงการผูก จะผูกตะแคงหรือตั้งก็ได้

5. **การทอ (Weaving)** ได้แก่ การทอเป็นผืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.4 สรุปเลือกวิธีการการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์จากใบหญ้าแฝก

กรรมวิธีการทอ หลังจากการอบกำมะถัน ป้องกันเชื้อรา และข้อมสีแล้ว

1. คัดเลือกเอาใบหญ้าแฝกที่มีใบกว้าง สมบูรณ์ ไม่ฉีกขาด และมีความยาวที่สุด
2. ใช้เข็มกรีดริมใบ ซึ่งมีความคมออก ตลอดความยาวของใบ
3. นำใบหญ้าแฝกที่คัดเลือกแล้ว ไปชุบน้ำให้เปียกพอหมาดๆ แล้วห่อไว้ด้วยกระดาษหนังสือพิมพ์ หรือผ้า เพื่อให้ใบหญ้าแฝกนุ่ม ง่ายต่อการถักสานเพราะเส้นจะไม่หักงอ หรือขาดในระหว่างการทอ
4. ขึ้นเส้นขึ้นด้วย เชือกปอ และใช้วิธีการทอแบบ การทอเสื่อถัก ให้ใบหญ้าแฝกเป็นเส้นพุ่ง
5. ขณะที่ทอต้องมีการฉีดพรมน้ำ ลงบนหญ้าแฝกให้มีความชื้น อยู่ตลอดเพื่อรักษาให้ใบหญ้าแฝกนุ่ม
6. ใช้วิธีการต่อเส้นพุ่ง โดยสลับหัวท้ายของใบ ไปมา เพื่อให้ได้เส้นพุ่งที่มีขนาดความกว้าง ยาว เท่ากันตลอด และเพิ่มความแข็งแรง



ภาพที่ 69 ตัวอย่างกรรมวิธีการทอ

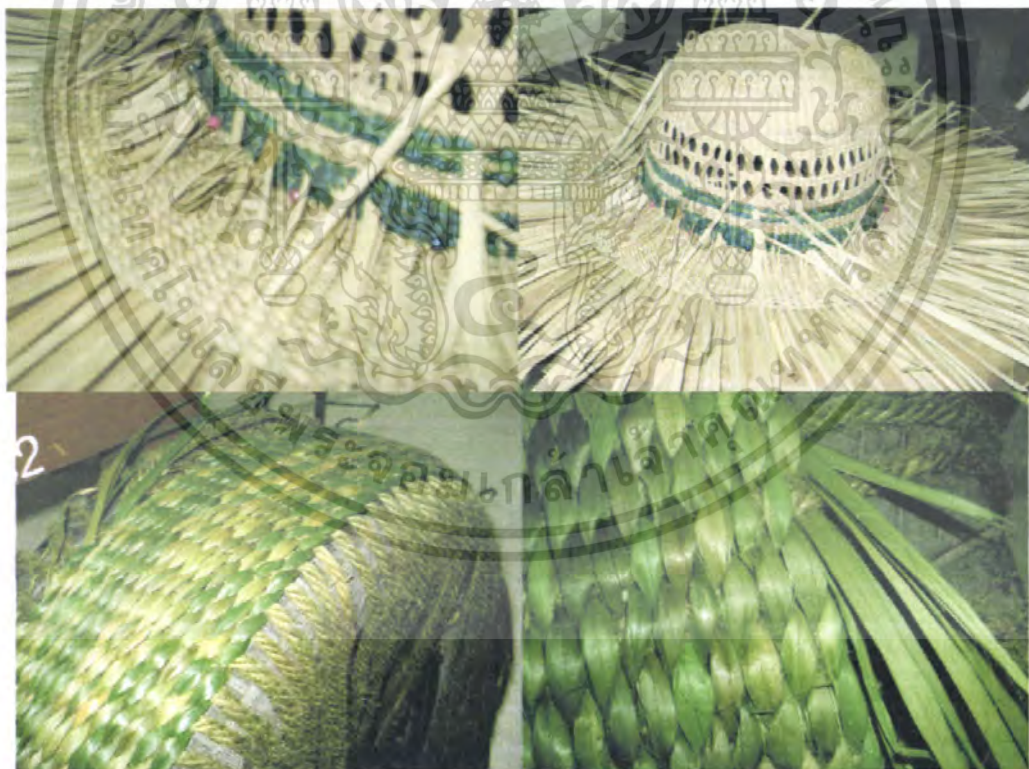


ภาพที่ 70 ตัวอย่างวัสดุ เชือกปอ และ หญ้าแฝกข้อมสี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรรมวิธีการถักสาน หลังจากการรอบทามะถัน ป้องกันเชือรา และข้อมสี่แล้ว

1. คัดเลือกเอาใบหญ้าแฝกที่มีใบกว้าง สมบูรณ์ ไม่มีฉีกขาด และมีความยาวที่สุด
7. ใช้เข็มกรีดริมใบ ซึ่งมีความคมออก ตลอดความยาวของใบ
8. นำใบหญ้าแฝกมาตีเกลียวด้วยเครื่อง หรือฉีกเป็นฝอยๆ และนำมาถักเป็นเชือก
9. นำมาใบหญ้าแฝกถักเป็นเปียแบบ
10. นำใบหญ้าแฝกที่คัดเลือกแล้ว ไปชุบน้ำให้เปียกพอหมาดๆ แล้วห่อไว้ด้วยกระดาษหนังสือพิมพ์ หรือผ้า เพื่อให้ใบหญ้าแฝกนุ่ม ง่ายต่อการถักสานเพราะเส้นจะไม่หักงอ หรือขาดในระหว่างการทอ
11. นำใบหญ้าแฝกมาตีเกลียวด้วยเครื่อง หรือฉีกเป็นฝอยๆ และนำมาถักเป็นเชือก
12. นำมาใบหญ้าแฝกถักเป็นเปียแบบ
13. ขึ้นโครงด้วย หวาย และใช้วิธีการถัก
14. ขณะที่สานต้องมีการฉีดพรมน้ำ ลงบนหญ้าแฝกให้มีความชื้น อยู่ตลอดเพื่อรักษาให้ใบหญ้าแฝกนุ่ม
15. ใช้วิธีการต่อเส้นพุ่ง โดยสลับหัวท้ายของใบ ไปมา เพื่อให้ได้เส้นพุ่งที่มีขนาด ความกว้าง ยาว เท่ากันตลอด และเพิ่มความแข็งแรง



ภาพที่ 71 ตัวอย่างกรรมวิธีการถักสาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะของสายจักสานเปีย

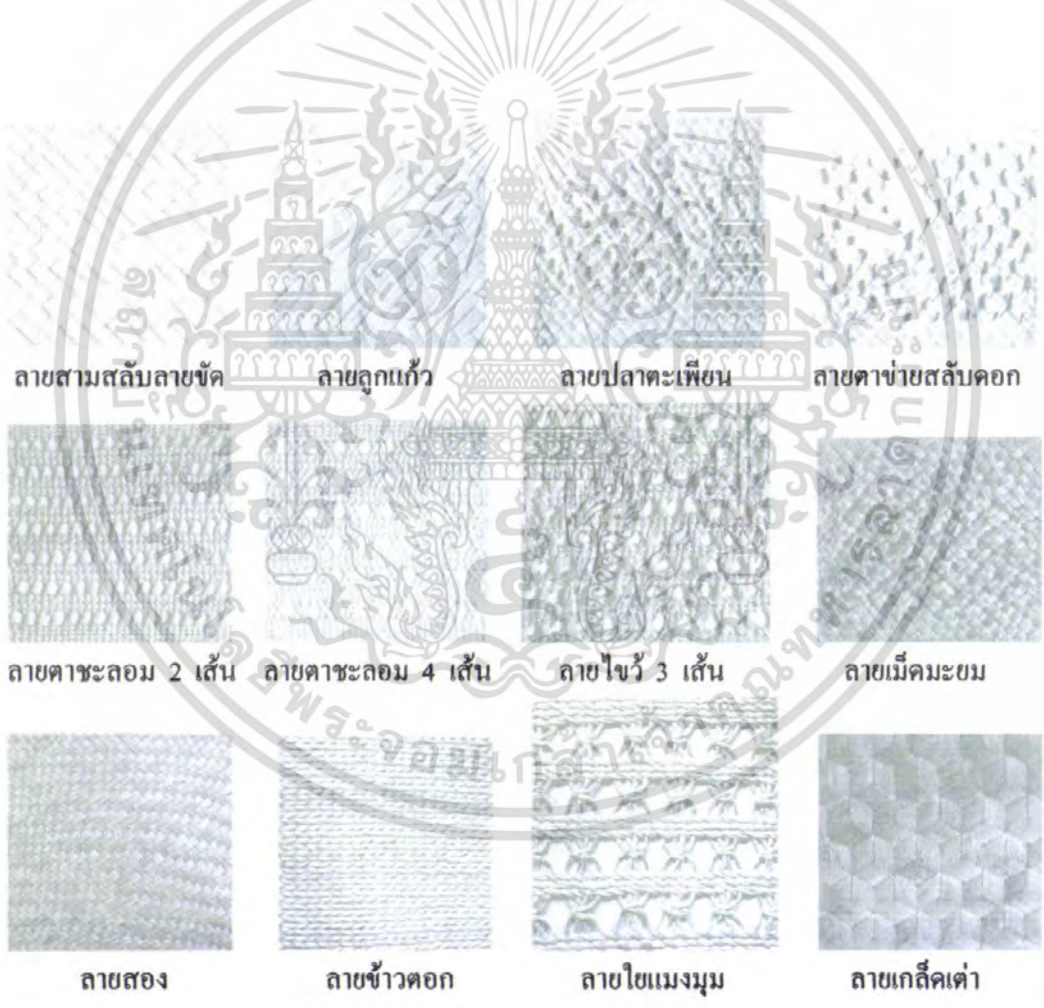


ภาพที่ 72 ตัวอย่างเปียแบบแบน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 73 ตัวอย่างเปียแบบกลม



ภาพที่ 74 ภาพตัวอย่างลายสานต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8 ข้อมูลเกี่ยวกับสีของผลิตภัณฑ์

สี (color) หมายถึง ลักษณะความเข้มของแสงที่กระทบผ่านสายตาให้เห็นเป็นสี และมีผลทางด้านจิตวิทยา คือ สีแต่ละสีมีคุณสมบัติในการกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกได้ไม่เหมือนกันตามแต่อิทธิพลของสีนั้นๆ ดังนั้นในการเลือกใช้สีให้เหมาะสมและถูกต้องตามวัตถุประสงค์จึงมีความสำคัญมากในการออกแบบ เพื่อความสำเร็จในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นักออกแบบจะใช้ความรู้เรื่องการใช้สีสร้างอารมณ์ความรู้สึก และทัศนคติที่ดีของผู้ใช้ต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะประกอบด้วยหัวข้อย่อยต่างๆ ดังนี้

- 2.8.1 สีของผลิตภัณฑ์
- 2.8.2 จิตวิทยาของสี
- 2.8.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สีกับการออกแบบ
- 2.8.4 ความสัมพันธ์ของสีต่อผลิตภัณฑ์
- 2.8.5 เทคนิคการใช้สีกับวัสดุหยาบแผก
- 2.8.6 แนวโน้มสีสำหรับการตกแต่งสำหรับปี 2007

2.8.1 สีของผลิตภัณฑ์

สีของผลิตภัณฑ์ สามารถแยกออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. สีทั่วไป
2. สีเลียนแบบวัฒนธรรมชาติ

1. สีทั่วไป หมายถึง สีในวงจรสี แต่จะมีความเข้ม ความแรงของสีมากน้อยนั้น ขึ้นอยู่กับการผสมสีนั้น

- ความเข้มของสี (Value) คือ ความอ่อน หรือความเข้มของสี
 - ความแรงของสี (Chromatic) คือ ความแข็งของสี (Strength หรือ Intensity) ซึ่งก็คือ ความหนัก และจางของสี ซึ่งอาจจะมีค่าความเข้มของสีเหมือนกัน แต่มีความหนักและจางไม่เท่ากัน
 - สีผสมขาว (Tint) คือ สีที่เกิดจากส่วนผสมของสีขาว ทำให้สีมีความอ่อน
 - สีผสมดำ (Shade) คือ สีที่เกิดจากส่วนผสมของสีดำ ทำให้สีมีความเข้ม
- สีขั้นที่ 1 (Primary Hues) คือ แม่สีวัตถุธาตุ หมายถึงวัตถุที่มีสีในตัวเอง สามารถนำมาระบาย ทา ย้อม และผสมกันได้แม่สีวัตถุธาตุ

สีน้ำเงิน (Prussian Blue)

สีแดง (Crimson Leke)

สีเหลือง (Grimson Leke)

สีขั้นที่ 2 (Secondary Hues) คือ สีที่เกิดจากการนำสีแม่ 2 สี ผสมกันในปริมาณเท่า ๆ กันจะได้สีใหม่ดังนี้

น้ำเงิน + แดง เป็น สีม่วง (Violet)

น้ำเงิน + เหลือง เป็น สีเขียว (Green)

แดง + เหลือง เป็น สีส้ม (Orange)

สีขั้นที่ 3 (Tertiary Hues) เกิดจากการผสมสีขั้นที่ 2 กับแม่สี (สีขั้นที่ 1) จะได้ ดังนี้

เหลือง + เขียว เป็นสีเขียวเหลือง (Yellow – Green)

น้ำเงิน + เขียว เป็นสีเขียวแก่ (Blue – Green)

น้ำเงิน + ม่วง เป็นสีม่วงน้ำเงิน (Blue Violet)

แดง + ม่วง เป็นสีม่วงแดง (Red – Violet)

แดง + ส้ม เป็นสีแดงส้ม (Red – Orange)

เหลืองผสมส้ม เป็นสีส้มเหลือง (Yellow – Orange)

คู่สีในวงจรสี

คู่สีในวงจรสีนั้น จะเป็นสีที่อยู่ตรงข้ามกัน หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า สีตัดกันอย่างแท้จริง (True Contrast) ซึ่งมีดังนี้



ภาพที่ 75 แสดงวงจรสี

วรรณะของสี (Tone of Color)

ในวงจรสีทั้ง 12 สี สามารถแบ่งสี ได้ออกเป็น 2 พวก ตามลักษณะของสีที่ปรากฏดังนี้

- วรรณะร้อน (Warm Tone Colour) เป็นสีที่ให้ความรู้สึกรุนแรง ร้อน ตื่นเต้น มีพลังและแข็งแรงสีในวรรณะนี้จะประกอบด้วย สีเหลือง, สีเหลืองส้ม, สีส้ม, สีแดงส้ม, สีแดง และสีม่วงแดง
 - วรรณะเย็น (Cool Tone Colour) เป็นสีที่ให้ความรู้สึกสงบเยือกเย็น สบายตาไม่ร่าร้อน สีในวรรณะนี้ประกอบด้วยสีเขียวอ่อน, สีเขียว, สีเขียวแก่, สีนํ้าเงิน, สีม่วงนํ้าเงิน และสีม่วง
- หมายเหตุ** สีเหลืองเป็นสีที่สามารถอยู่ได้ทั้งในวรรณะร้อน และวรรณะเย็น

2. สีเลียนแบบธรรมชาติ

เป็นสีที่ทำขึ้นพิเศษ เพื่อให้เกิดลักษณะที่ใกล้เคียงกับวัสดุในธรรมชาติ เช่น สีมุก สีสะท้อนแสง สีโลหะต่างๆ

2.8.2 จิตวิทยาของสี

1. สีแดง หรือม่วงแดง (crimson – red or purple)

มีลักษณะเหมือนมีการเคลื่อนไหวที่ตลอดเวลา คล้ายกับการเจาะทะลุของดอกสว่าน ให้ความรู้สึกเสียดแทงใจ ตื่นเต้น มั่งมี ร่ารวย มีอำนาจ เป็นสีที่ให้ความอบอุ่นกว่าสีอื่นๆ และใช้ได้กับสถานเริงรมย์ เพื่อเป็นการแสดงจุดเด่น สะดุดตา แต่ถ้าใช้สีแดงไม่ถูกต้องหรือมากเกินไป กลับให้ความรู้สึกฉุนเฉียว หงุดหงิดง่าย สีแดงเข้ากับสีม่วง, สีขาว, สีทอง, สีนํ้าตาล, สีเหลืองอ่อน และตรงกันข้ามกับสีเขียว เมื่อสีแดงสลับลวดลายทอง ทำให้รู้สึกไปในทางพิธีการสง่า มั่งคั่ง นำเกรงขาม เป็นสีที่เห็นชัดที่สุดในเวลากลางคืน

2. สีส้ม หรือสีแดงชาติ (scarlet or vermillion)

มีลักษณะคล้ายสีแดงให้ความรู้สึกรุนแรงน้อยกว่าสีแดง ให้ความรู้สึกแก่ผู้พบเห็นไปในทางตื่นเต้นเร้าใจ สนุกสนาน รื่นเริง ให้ความอบอุ่น เป็นสีที่ใช้ตกแต่งในทางระยาคาเหมือนสีแดง เป็นสีที่ควรใช้เป็นประจำหรือไม่ประจำ เป็นสีที่เหมาะสมแก่การพักผ่อนอารมณ์ เช่น งานออกร้าน งานฉลองเทศกาลต่างๆ หรือสถานที่ๆ ผ่านซึ่งระยะเวลาสั้นๆ เป็นครั้งคราว เช่น สถานีรถไฟฟ้า โรงภาพยนตร์ สีส้มเข้ากันได้กับสีขาว สีเทา สีดำ ตรงข้ามกับสีเขียวอมฟ้า (สีคราม)

3. สีเหลือง (yellow)

แสดงถึงความสดชื่น ความใหม่ทันสมัย ดินแดนมีชีวิตชีวา ความเปลี่ยนแปลง ความร่าเริง สนุกสนาน สีนี้นิยมนำมาใช้มาก ถ้าใช้มากควรทำให้มัน หรือเป็นสีนวล (cream) สีเหลืองเป็นสีอ่อนในทางคุณค่าสี สีเหลืองมีความสว่างมากที่สุด สามารถสะท้อนแสงแดดให้กระจายได้มากที่สุด สีเหลืองเข้ากันได้กับสีขาว สีส้ม สีแดง สีเขียว ตรงข้ามกับสีม่วง

4. สีเขียว (green)

มีลักษณะเป็นสีกลางวรรณะ คือกึ่งร้อนกึ่งเย็น จึงให้ความรู้สึกเป็นกลางๆ เย็นๆ สบายตา สดชื่น น่าวางใจ มีลักษณะไม่ผาดโผน สงบ ปราศจากความเคร่งเครียด ในด้านความรู้สึกของผู้ที่ชอบสีนี้ กล่าวได้ว่า เป็นผู้มีสติ รู้จักใช้คำพูด ไม่ชอบความยุ่งยาก เป็นคนชอบระเบียบแบบแผน อนุรักษ์นิยมแต่งกายพิถีพิถัน ชื่อสัตย์สุจริต เป็นสีที่เข้ากันได้กับสีเทาอ่อน สีขาว สีน้ำตาลอ่อนๆ ตรงข้ามกับสีแดง

5. สีเขียวแก่ (dark green)

หรือสีกึ่งเทา (gray) เป็นสีที่แสดงถึงความโศกเศร้า เป็นสีของคนมีอายุ คนชรา เป็นสีที่ให้ความรู้สึกเกี่ยวกับผู้ใช้สีนี้เป็นคนชอบสบายๆ เงียบ ชอบสันโดษ ไม่ชอบสังคม ไม่ชอบความวุ่นวาย ดินแดน มีความมานะ พยายามดี

6. สีน้ำเงิน (blue)

ลักษณะเป็นสีในวรรณะเย็น และเป็นสีที่เป็นที่สูงสุดในจำนวนสีทั้งหมด สีน้ำเงินเมื่ออยู่ในความเข้มจัด จะให้ความรู้สึกเยือกเย็น สงบ สง่างาม มีศักดิ์ศรี สามารถเข้ากันได้กับสีขาวและกลมกลืนกับสีดำได้ สีตรงข้ามคือสีเหลืองส้ม

7. สีม่วง (purple)

ลักษณะอยู่ในวรรณะเย็นเหมือนสีน้ำเงิน เป็นสีที่นิยมใช้น้อย ให้ความรู้สึกขริบๆ ลึกลับในตัวเอง เป็นสีแห่งความคิดหวัง ไม่เชื่อมั่น ไม่แน่นอน เข้ากันได้กับสีบานเย็น สีฟ้า ตรงข้ามกับสีเหลือง

8. สีชมพู (rose pink)

เป็นสีที่ให้ความรู้สึกในทางสดชื่น อ่อนหวาน นุ่มนวล มีความภูมิฐาน สง่างามท่าที เป็นสีที่แสดงถึงความเริ่มต้น แรกแย้ม เริ่มผลิ เป็นสีที่มีลักษณะหวานของคนหนุ่มสาว เป็นสีของความรัก

ความมั่นใจ ในด้านความรู้สึกของคนที่ชอบสินีนี้เป็นคนรักสวยรักงาม ชอบความเป็นระเบียบ
ทันสมัย ช่างคิด ช่างสังเกต เป็นคนนุ่มนวล

9. สีทองอ่อน (yellow green)

เป็นที่ให้ความรู้สึกเย็นๆ แต่คั่นคั่น มีชีวิตคล้ายๆ สีชมพู เป็นสีของวัยหนุ่มสาว เป็นสี
เริ่มต้นของชีวิต คนที่ชอบสีนี้คล้ายกับสีชมพู แต่มีความเป็นผู้ใหญ่ มั่นคง และอยู่ในคุณภาพ

10. สีเทาแก่ (สีกลาง - neutral)

คล้ายกับสีน้ำเงิน เป็นสีที่ไม่แสดงความรู้สึกหรือร้น เฉยๆ เงียบๆ เศร้าโศก ผู้ที่ชอบสีนี้
เป็นคนไม่ชอบแสดงความคิดเห็น เป็นคนพูดมากเพื่อเชื่อ คบยาก แต่งกายเรียบร้อย รักระเบียบ เป็น
คนเคร่งเครียด

11. สีดำและสีขาว (black & white)

สีดำเป็นที่ใช้ไว้ทุกข์ เป็นสีที่แสดงความรู้สึกเศร้าโศก และให้ความรู้สึกหดหู่ เงียบ ทึบตัน
ส่วนสีขาว คือสัญลักษณ์ของความบริสุทธิ์ ความเบิกบานสะอาด เรียบร้อย แสดงความเชื่อมั่น
ความไม่มีมลทิน น่ารัก น่าถนอม ไม่เบื่อ ไม่เก่า และใหม่อยู่เสมอ สีขาวกับดำอยู่ด้วยกันแสดงถึง
อารมณ์ที่ถูกกดดัน

2.8.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สีกับการออกแบบ

สีสามารถทำให้ผู้ดูนั้นเห็นว่าอยู่ใกล้หรือไกลกว่าระยะจริง ตามปกติแล้วสีอุ่นซึ่งได้แก่ สี
เหลืองนั้น จะทำให้ดูคล้ายกับว่าเข้ามาอยู่ใกล้ตัวผู้ดู ในขณะที่สีเย็น คือ สีน้ำเงิน, น้ำเงินเทา และ
ม่วงนั้นจะดูคล้ายกับว่าลอยห่างจากผู้ดูออกไป

สีที่เมื่อเราใช้ในเนื้อที่มากๆ แล้วไม่น่าดูนั้น หากใช้แค่เพียงน้อยอาจทำให้น่าสนใจได้มาก
ขึ้น และอาจช่วยส่งเสริมความน่าดูให้แก่สีอื่นๆ ได้

- การใช้สีเข้มจัดกับสีอ่อน จะทำให้แลดูโดดเด่น มีชีวิต
- สีที่มีความสทสีพอกัน เมื่อใช้คู่ร่วมกันจะสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ดูได้

หลักในเรื่องความเด่นของสีมีอยู่ว่า ควรจะต้องให้สีใดสีหนึ่งปรากฏเด่นออกมา ไม่ว่าจะ
เป็นสีอุ่นหรือสีเย็น ลักษณะของการใช้สีที่ไม่ดูคือ การใช้สีในแต่ละสีที่มีปริมาณเท่ากันทั้งหมด
หากให้ปริมาณของสีแต่ละสีมีค่าที่แตกต่างกันหรือเปลี่ยนไปจากเดิม จะทำให้ผู้ดูเกิดความรู้สึกที่
เปลี่ยนไป สีที่มีปริมาณมากย่อมมีความเด่นกว่าสีที่มีปริมาณน้อย แต่ทั้งนี้ยังต้องขึ้นอยู่กับค่าความ
สทสีของสีอีกด้วย

การเปลี่ยนแปลงระยะของสี

- สีแดง (Red) ในสีแดงทุกๆ สีจะให้ความรู้สึกว่ายู่ในระยะใกล้กว่าที่เป็นจริง เพราะเป็นสี
ที่สะท้อนความร้อน และมากกว่าสีอื่นๆ ด้วย

- **สีน้ำเงิน (Blue)** ในสีน้ำเงินทุกๆ สี จะให้ความรู้สึกของสีอ่อนกว่าสีจริงๆ ของตัวมัน หรืออาจบอกได้ว่า จะรู้สึกว่ามีอยู่ไกลกว่าระยะจริง เนื่องจาก ค่า (Value) ของสีน้ำเงินแก่ใกล้กับสีที่เก็บแสง ไม่สะท้อนแสงออกมา จึงทำให้รู้สึกว่ามีอยู่ไกลกว่าระยะจริง

- **สีเขียว (Green)** ในสีเขียวทุกๆ สี จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของระยะ เพราะไม่เกิดการสะท้อนมากเหมือนสีแดง ประกอบกับสีเขียวเป็นสีธรรมชาติที่มีอยู่ทั่วไป จึงไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น

สีกับการใช้งาน

สีจะช่วยให้ทัศนวิสัยแจ่มใสมากที่สุด เช่น

- สีอ่อนตัดกับสีแก่ (ค่าแปรเปลี่ยนของสี)
- สีสดใสดำกับสีดกโต
- สีอ่อนกับสีดกโต
- สีอ่อนตัดกับสีเขียว

สีตัดกันเองอยู่แล้วตามปกติ เช่น

- สีดำบนพื้นสีเหลือง
- สีเหลืองบนพื้นสีดำ
- สีแดงบนพื้นสีขาว
- สีเหลืองบนพื้นสีน้ำเงิน
- สีส้มบนพื้นสีน้ำตาล
- สีชมพูบนพื้นสีดำ

หลักการใช้สีในห้องนั่งเล่น

เนื่องจากห้องนั่งเล่นเป็นห้องที่ต้องใช้พบปะสังสรรค์ หรือ หรือสนทนากันด้วยความสดชื่นคึกคัก ดังนั้นจึงไม่เหมาะที่จะใช้สีที่ให้ความรู้สึกสงบ ซึมเซา ควรใช้สีที่กระตุ้นอารมณ์ให้มีความรู้สึกคึกคักอยู่ตลอดเวลา คือสีอ่อน ซึ่งเป็นสีที่อยู่ในจำพวกสีร้อน แต่ไม่ควรใช้สีสดแท้ๆ ควรลดความสดของสีให้น้อยลงจนกลายเป็นสีอ่อนปานกลาง เช่น สีส้ม โดยให้ความสดของสีส้มนั้นอ่อนลง ห้องนั่งเล่นควรใช้สีอ่อน ดูแล้วเย็นตา

การใช้วัสดุและสีในห้อง

- ใช้วัสดุตามธรรมชาติ หรือลักษณะคล้ายคลึงธรรมชาติ
- ใช้วัสดุที่ดูแล้วสบายตา ไม่มีคทึบหรือแข็งกระด้าง
- ใช้สีที่เย็นตา ไม่ควรใช้สีที่รุนแรง หรือร้อนแรงเป็นจำนวนมาก
- ใช้วัสดุที่บำรุงรักษาได้ง่าย

2.8.4 ความสัมพันธ์ของสีต่อผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์ของสีต่อผลิตภัณฑ์

1.ขนาด (Size)

- สีอ่อน (Light Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูใหญ่ขึ้น
- สีเข้ม (Dark Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูเล็กลง

2.น้ำหนัก (Weight)

- สีอ่อนและสีร้อน (Worm Colour) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูเบา
- สีเข้มและสีเย็น (Cool Colour) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูหนัก

3.ความแข็งแรง (Strengture)

- สีร้อน ทำให้รู้สึกแข็งแรงมาก
- สีเย็น ทำให้รู้สึกแข็งแรงน้อย

4.อุณหภูมิ (Temperature)

- สีร้อน ทำให้เกิดความรู้สึกแฉะร้อนไม่สบายใจ
- สีเย็น ทำให้เกิดความรู้สึกสดชื่น สงบ เยือกเย็น สบายใจ

5.ความสะอาด (Cleanliness)

- สีขาว เป็นสีที่ให้ความรู้สึกสะอาดที่สุด
- สีอ่อน เช่น สีงาช้าง (Ivory), สีเหลืองอ่อน (Pale Yellow), สีฟ้าอ่อน (Pale Green), สีเขียวอ่อน (Pale Green), ให้ความรู้สึกนุ่มนวล สะอาดตา และถูกตุนลักษณะ

6.ความภูมิฐาน (Dignity)

สีเทา เป็นสีที่ให้ความรู้สึกภูมิฐานมากที่สุด อาจใช้สีร้อนเน้นได้เล็กน้อย ตามปกติที่ใช้ในสำนักงาน จะใช้สีเทาแกมเขียว (Grayed Olive Green) และสีเทาแกมน้ำเงิน (Nacialized)

2.8.5 เทคนิคการใช้สีกับวัสดุพื้นผิว

เทคนิคการใช้สี (Colour Technique)

ปัญหาเกี่ยวกับเทคนิคการใช้สีมีดังนี้

1. สีกับรูปร่าง (Colour in Relation to Form)
2. สีกับพื้นผิว (Colour & Texture)
3. สีและวัตถุ (Colour & Material)

สีกับรูปร่าง (Colour & Relation Form)

สีกับรูปร่างมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด สีชนิดเดียวกันใช้กับของที่มีรูปร่างต่างกันจะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน แท่งกลมหรือทรงกลม จะมีสีที่เข้มกว่ารูปทรงลูกบาศก์เพราะสามารถสะท้อนแสงได้ดี ทำให้จุดที่สะท้อนกับจุดที่อยู่ด้านหลังตัดกันรุนแรง

สีและพื้นผิว (Colour & Texture)

ผลิตภัณฑ์ที่มีผิวขรุขระหรือผลิตภัณฑ์ที่มีจุดหรือพื้นผิว หากไม่ต้องการให้มองเห็นได้ชัดเจนนั้น สามารถพรางได้ด้วยวิธีการใช้สีอ่อน หรือสีที่มีความด้าน ส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีการเคลื่อนไหวหรือพวกเครื่องจักรนั้นไม่นิยมใช้สีอ่อน เนื่องจากจะทำให้ระคายสายตา และทำงานไม่สะดวก

สีและวัสดุ (Colour & Material)

วัสดุที่เกี่ยวข้องกับสีมี 5 ประเภท คือ

1. สีต่างๆ, แล็กเกอร์ และเคลือบ (Plants, Lacquers % Enamels) ซึ่งมีหลากหลายสี
2. โลหะ (Material Colour) พวกชุบโครเมียม นิกเกิล อะลูมิเนียม การชุบโลหะที่ต่างชนิดกัน ทำให้ได้สีที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความหลากหลาย
3. พลาสติก (Plastics) พลาสติกเป็นวัสดุที่สามารถสร้างสรรค์สีได้อย่างมากมาย
4. เครื่องเคลือบดินเผา (Vitreous Enamel) สีเคลือบของผลิตภัณฑ์เซรามิกส้นนั้น มีหลากหลายสี แต่เป็นสีที่ควบคุมให้มีคามเหมือนจริงได้ยาก ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับอุณหภูมิของเตา
5. แก้ว (Glass)

2.8.6 แนวโน้มสีสำหรับการตกแต่งสำหรับปี 2007

Color Trend ปี 2007



ภาพที่ 76 แสดงแนวโน้มของสีของผลิตภัณฑ์ในปี ค.ศ. 2007

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

แบบร่างการพัฒนาการออกแบบ และการทำคัตแบบสามารถแบ่งได้เป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 แบบร่างการพัฒนาการออกแบบ และการทำคัตแบบ
 - 3.1.1 สรุปผลการข้อมูล เพื่อการออกแบบ
 - 3.1.2 การพัฒนาแนวความคิด และการออกแบบ
 - 3.1.3 การทดลองการทอ และการสาน
- 3.2 ผลงานในขั้นแบบร่าง
- 3.3 สรุปผลการออกแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.1 สรุปผลการข้อมูล เพื่อการออกแบบ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบ (Data Gathering & Analysis)



โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์ของงานออกแบบสิ่งทอสีผสม-สีสกรีนแฟชั่น สำหรับแบรนด์ Oomph
รหัสงานที่ 6110219 45020279 ภาวโสตศึกษาและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี (ปีการศึกษา 2564)

ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทผู้ขายสินค้าจิวเวลรี่และแบรนด์ Oomph

- ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างภาพลักษณ์ต่อแบรนด์ Oomph (Product brand image)

โดยทางบริษัทผู้ขายสินค้า จิวเวลรี่ ต้องการสร้างภาพลักษณ์หรือทัศนคติของแบรนด์ Oomph ให้มีคุณภาพและการออกแบบที่โดดเด่นกว่าแบรนด์อื่น โดยระดับราคาและคุณภาพการออกแบบจะไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างกลยุทธ์ราคาตามหลักจิตวิทยาแบบการกำหนดราคาสูง (Prestige Pricing) โดยอาศัยสินค้ากันจัดจำหน่ายในช่วงการรุ่งเรืองของผู้บริโภคที่เน้นภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และใช้สินค้าของแบรนด์ Oomph ว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคระดับสูง (High-End User)



ภาพ ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ที่สร้างภาพลักษณ์ต่อแบรนด์

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์ของงานออกแบบสิ่งทอสีผสม-สีสกรีนแฟชั่น สำหรับแบรนด์ Oomph
รหัสงานที่ 6110219 45020279 ภาวโสตศึกษาและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี (ปีการศึกษา 2564)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทเจ้าของคำจำกัดและแบรนด์ Oomph

ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาดของแบรนด์ Oomph

แบรนด์ Oomph ของบริษัทเจ้าของคำจำกัด เป็นแบรนด์ที่เน้นการตลาดเฉพาะส่วน (Single Segment Strategy) แบบ Niche Market ได้แบ่งตลาดในการจัดส่วนแบ่งตลาด (Market Segmentation) ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ด้านประชากรศาสตร์ (Demographic)

- อายุ : 25 ปีขึ้นไป
- อาชีพ : กลุ่มโสดและสมรสแล้ว
- รายได้ : 20,000 บาทขึ้นไป
- ระดับการศึกษา : การศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี
- อาชีพ : พนักงานบริษัทเอกชน

ด้านภูมิศาสตร์ (Geographic)

- พื้นที่ : ในประเทศไทย เอเชียและยุโรป
- ขนาดของเมือง : เมืองใหญ่ (ประชากร 1 ล้านคนขึ้นไป)
- สภาพแวดล้อม : เมืองใหญ่

ด้านจิตวิทยา (Psychographic)

- รสนิยม : มีค่านิยมที่ทันสมัย-ทันสมัย-ทันสมัย, มีค่านิยมที่ทันสมัย-ทันสมัย, มีค่านิยมที่ทันสมัย-ทันสมัย
- ลักษณะนิสัย : รักความสวยงาม
- ลักษณะนิสัย : รักความสวยงาม

ด้านพฤติกรรมการซื้อ (Behavior)

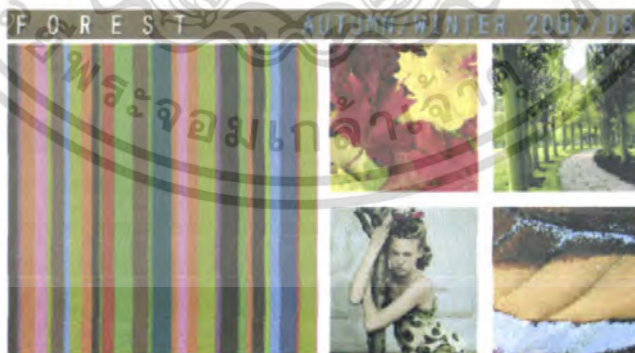
- วัตถุประสงค์ในการซื้อ : ซื้อเพื่อความสะดวก-ซื้อเพื่อความสะดวก-ซื้อเพื่อความสะดวก และการศึกษาเกี่ยวกับแบรนด์
- โอกาสในการซื้อ : ซื้อจากการรับชมสิ่งที่น่าสนใจ
- ความถี่ในการซื้อ : สูง

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นและสิ่งทอของแบรนด์ Oomph
 วิทยาลัยการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร ปี 2559
 โทร. 02-225-4502279 โทรสาร 02-225-4502279 อีเมล: oomph@kmitl.ac.th

ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทเจ้าของคำจำกัดและแบรนด์ Oomph

แนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นและสิ่งทอของแบรนด์ Oomph ปี 2007

แบรนด์ Oomph ได้มีการใช้แนวคิดในการออกแบบจาก <http://www.fashiontrendsetter.com> จึงทำการรับแรงบันดาลใจ 1 ใน แนวคิดสีในปี 07-08 ในชื่อ Theme : Forest มาเป็นแนวทางการออกแบบ



โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นและสิ่งทอของแบรนด์ Oomph
 วิทยาลัยการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร ปี 2549
 โทร. 02-225-4502279 โทรสาร 02-225-4502279 อีเมล: oomph@kmitl.ac.th

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเตรียมฐานเผกก่อนการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์



โครงการออกแบบเชิงนิเวศวิทยาชุมชนยั่งยืน จากมูลนิธิ DOMPH
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2549

3.1.2 การพัฒนาแนวความคิด และการออกแบบ

2. การวิเคราะห์โจทย์เพื่อการออกแบบ (Data Gathering & Analysis)



โครงการออกแบบเชิงนิเวศวิทยาชุมชนยั่งยืน จากมูลนิธิ DOMPH
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2549

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำหนดขอบเขตงาน (Limitation)

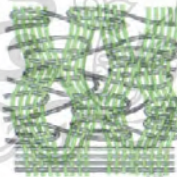
- 1. โฉมที่ซื้อพื้น 1 โฉม
(ขนาดซื้อรวมโดยประมาณ 50x50x200 cm)
- 2. ก่อขอมหาประชิด 3 ก่อ
(ขนาดซื้อรวมโดยประมาณ 22x22x38 cm
19x19x33 cm
15x15x25 cm)
- 3. เบลอชบ่อ 2 เบลอ
(ขนาดซื้อรวมโดยประมาณ 66x66x6 cm
60x60x60 cm)
- 4. เขื่อนขังรวมสี่เหลี่ยม 1 ใบ
(ขนาดซื้อรวมโดยประมาณ 60x60x60 cm)
- 5. เขื่อนขัง 2 ใบ
(ขนาดซื้อรวมโดยประมาณ 40x64x20 cm)
- 6. เตาขอมหาประชิด 1 เตา
(ขนาดซื้อรวมโดยประมาณ 52x52x7.5 cm)
- 7. กอขมระจก 1 ใบ
(ขนาดซื้อรวมโดยประมาณ 25x29x4.5 cm)

โครงการออกแบบและจัดวางสิ่งก่อสร้างของนิสิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กำหนดขอบเขตบริการงาน (Requirements)

- 1. ออกแบบสถาปัตยกรรมและจัดสวน

EXPERIMENTAL SWAT



- 2. ออกแบบโถงสี และรูปแบบผนังภายในอาคารตามแนวทางในท้องถื่น เช่น ผนังหินจากช่องเขียง-ไม้ดอก ที่ต่อจากลักษณะความเหมาะสมของวัสดุ

ASIAN STYLE



โครงการออกแบบและจัดวางสิ่งก่อสร้างของนิสิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กำหนดข้อบังคับของงาน (Requirements)

- 3. ใช้ใบสวกินผ้า เป็นวัสดุหลักของผลิตภัณฑ์ ประเภทดอกไม้ กลุ่ม เกาต์ กระชกร-จก
- ใช้ใบสวกินผ้าสีของสวกินผ้าที่นำย้อม เป็นวัสดุรองของผลิตภัณฑ์ ประเภทกระชกรนี้ โดยย้อมสี เมล่อน ส้ม ชมพู

MATERIAL



- 4. ใช้สีที่ปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติจากชุมชน จังหวัดขอนแก่น สำหรับแบรนด์ OOMPH
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาลัยออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (ปีการศึกษา 2563)

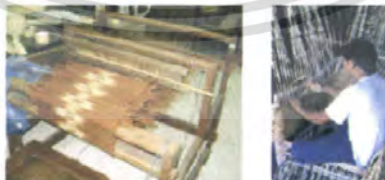
กำหนดความต้องการของงาน (Needs of Design)

คืออะไร WHAT FOR

- เป็นของขวัญวันปีใหม่หรือของขวัญวันสงกรานต์ให้กับทางบริษัท แม่ของคำ จำกัด (OOMPH) ซึ่งเป็นบริษัทที่ใส่ใจการอนุรักษ์
- ส่งเสริมการใช้ส-โภจจากชุมชน ตามโครงการ-ราชภัฏ

อย่างไร HOW

- นำสวกินผ้าที่ผ่านการย้อมสีแล้ว มาทำการออกแบบเป็นกระเป๋า 3 สีขึ้น มาใช้ใบสวกินผ้า เป็นผลิตภัณฑ์เป็นของขวัญวันปีใหม่ โครงการในภูมิภาคที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระนครเหนือ



โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติจากชุมชน จังหวัดขอนแก่น สำหรับแบรนด์ OOMPH
มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี 4502079 เทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (ปีการศึกษา 2563)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตีปรีชัญญาในการออกแบบ (Philosophy of Design)

รูปทรงร่วมสมัย CONTEMPORARY FORM



AESTHETIC PHASE

ภูมิปัญญาท้องถิ่น DESIGN CULTURE

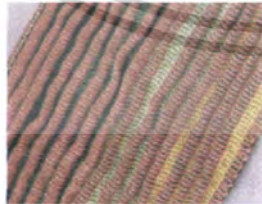


รูปทรงตามธรรมชาติ NATURAL FORM



โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นอย่างยั่งยืน จากศูนย์พัฒนา สำหรับแบรนด์ DOMPH
นวัตกรรมที่ ภูมิปัญญา 45020279 ภาควิชาศิลปประยุกต์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ (ปีการศึกษา 2549)

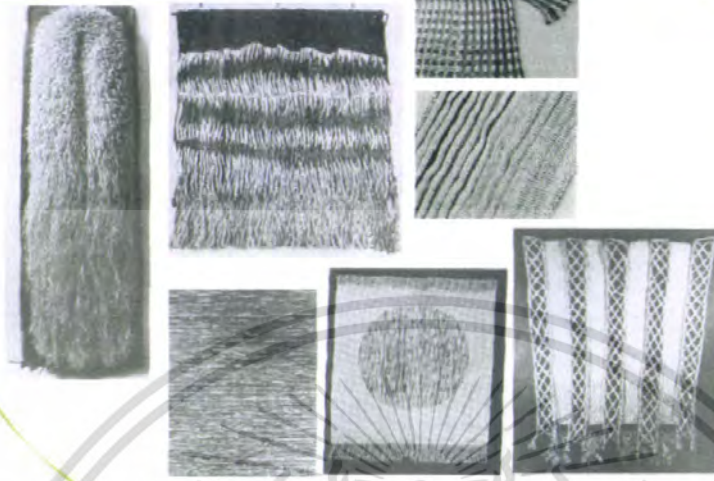
PRELIMINARY IDEA



โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นอย่างยั่งยืน จากศูนย์พัฒนา สำหรับแบรนด์ DOMPH
นวัตกรรมที่ ภูมิปัญญา 45020279 ภาควิชาศิลปประยุกต์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ (ปีการศึกษา 2549)

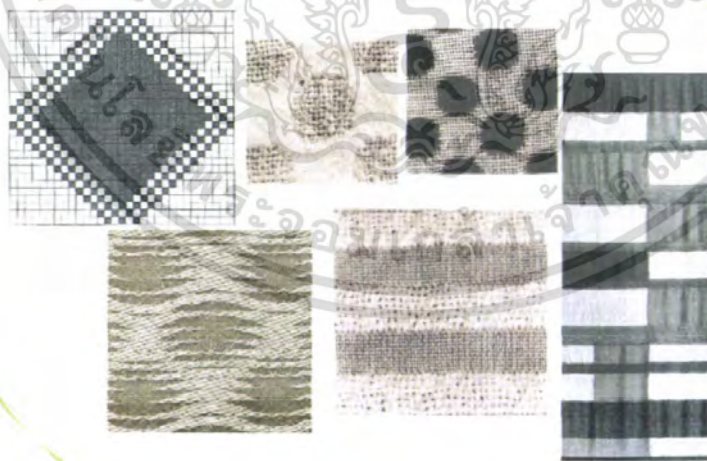
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PRELIMINARY IDEA



โครงการออกแบบเบื้องต้นมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้ จากงานเขียน สำหรับแบรนด์ DOMPH
ประเภทวัสดุ (สีและลวดลาย) จากเว็บไซต์และงานออกแบบที่สร้างสรรค์ (ปีการศึกษา 2562)

PRELIMINARY IDEA



โครงการออกแบบเบื้องต้นมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้ จากงานเขียน สำหรับแบรนด์ DOMPH
ประเภทวัสดุ (สีและลวดลาย) จากเว็บไซต์และงานออกแบบที่สร้างสรรค์ (ปีการศึกษา 2562)

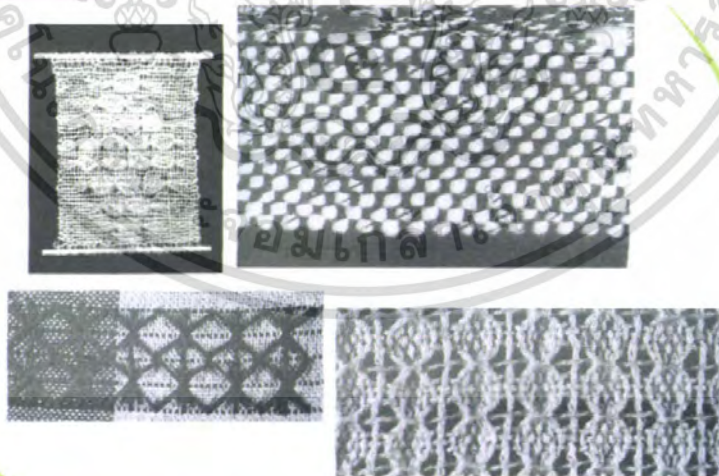
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PRELIMINARY IDEA



โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอตกแต่งห้องนอน จากงานออกแบบ สำหรับแบรนด์ DOMPH
นางสาวนฤมล ฤทธิรัตน์ 45020279 ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

PRELIMINARY IDEA



โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอตกแต่งห้องนอน จากงานออกแบบ สำหรับแบรนด์ DOMPH
นางสาวนฤมล ฤทธิรัตน์ 45020279 ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำมาใช้

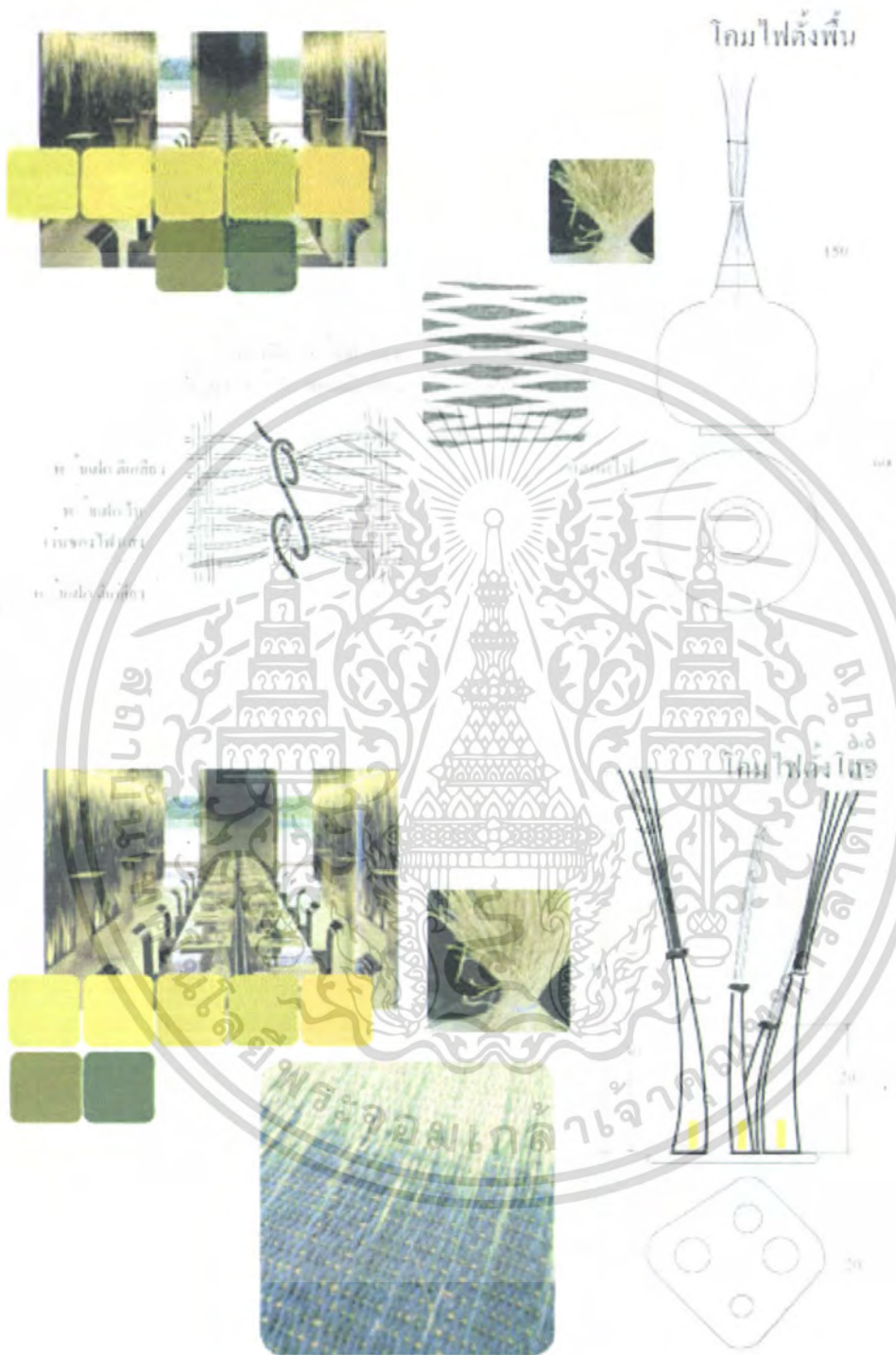


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ผลงานในชั้นแบบร่าง

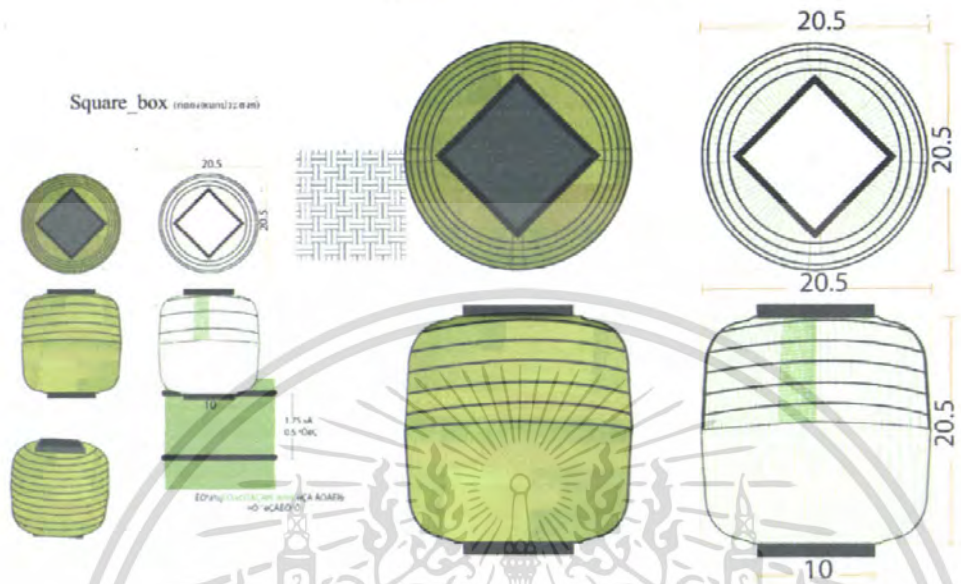


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Square_box (กล่องอเนกประสงค์)

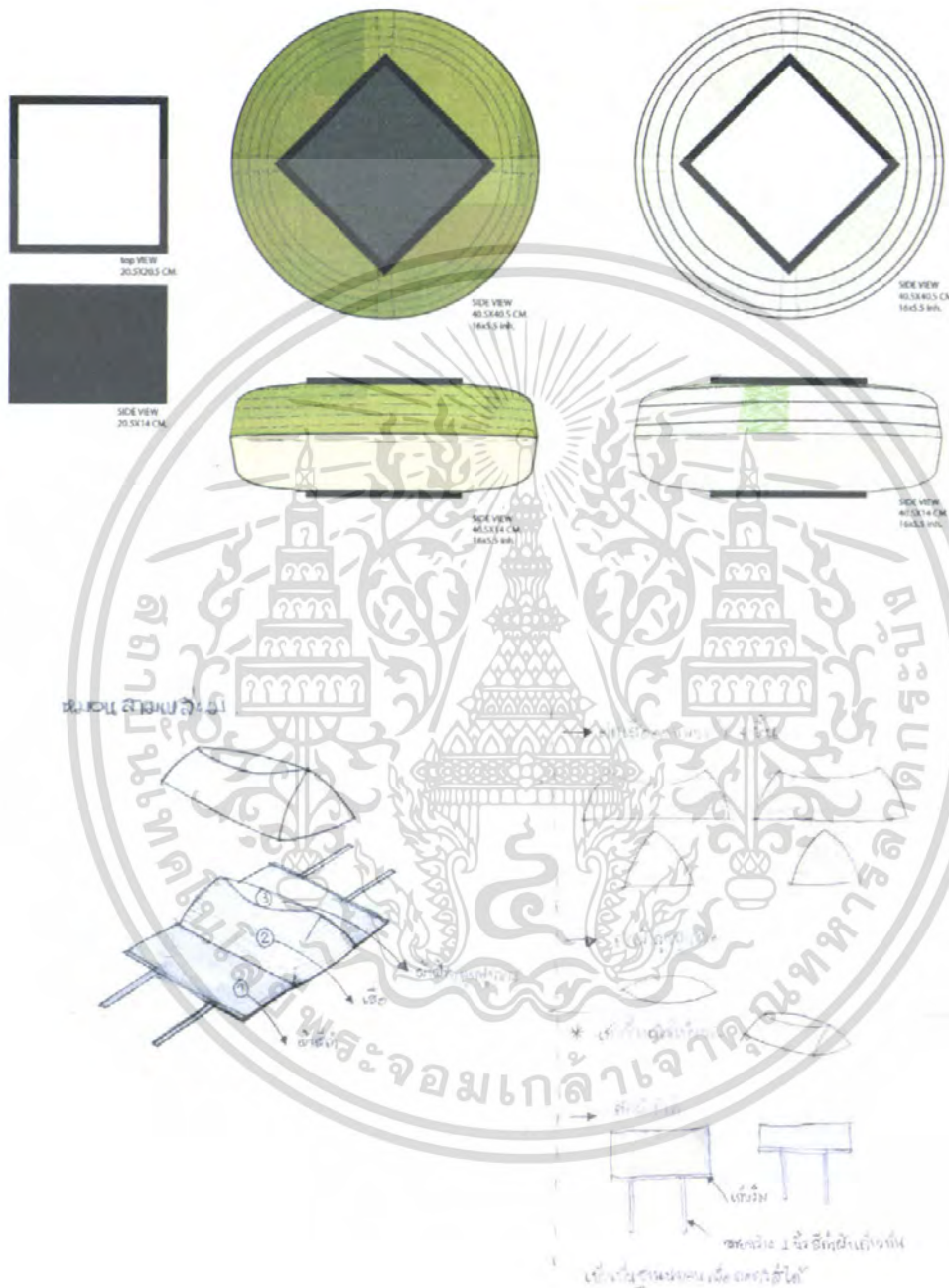


Square_box (กล่องอเนกประสงค์)



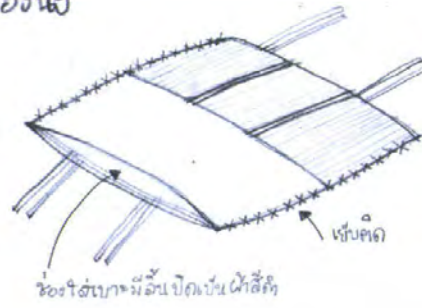
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Square_box (กล่องอเนกประสงค์)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตะขารองน้ำ



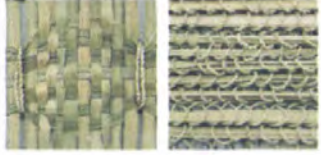
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

๐๐๓๕๓

5 การวิเคราะห์และประเมินทางเลือก (Design Analysis & Evaluation)

ANALYSIS

เลือก SKD. 3 และ 4



ลิขสิทธิ์สงวนโดย บริษัท ออโต้เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ปี ๒๕๖๓
สามารถดูภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์และรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์: www.atothai.com

Page 35

๐๐๓๕๓

5 การวิเคราะห์และประเมินทางเลือก (Design Analysis & Evaluation)

EVALUATION

เลือกแบบที่เลือก

	Durability ¹⁾	Aesthetic ²⁾	Production ³⁾	Cost ⁴⁾	Function ⁵⁾	
SKD.1	3	2	5	4	5	51
SKD.2	4	4	4	3	3	37
SKD.3	2	5	3	2	2	45
SKD.4	2	4	2	2	3	39

ลิขสิทธิ์สงวนโดย บริษัท ออโต้เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ปี ๒๕๖๓
สามารถดูภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์และรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์: www.atothai.com

Page 36

๐๐๓๕๓

5 การวิเคราะห์และประเมินทางเลือก (Design Analysis & Evaluation)

ANALYSIS

เลือก SKD. 2



ลิขสิทธิ์สงวนโดย บริษัท ออโต้เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ปี ๒๕๖๓
สามารถดูภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์และรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์: www.atothai.com

Page 37

๐๐๓๕๓

5 การวิเคราะห์และประเมินทางเลือก (Design Analysis & Evaluation)

EVALUATION

เลือกแบบที่เลือก

	Durability ¹⁾	Aesthetic ²⁾	Production ³⁾	Cost ⁴⁾	Function ⁵⁾	
SKD.1	3	2	5	4	5	51
SKD.2	4	4	4	3	3	37
SKD.3	2	5	3	2	2	45
SKD.4	2	4	2	2	3	39

ลิขสิทธิ์สงวนโดย บริษัท ออโต้เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ปี ๒๕๖๓
สามารถดูภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์และรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์: www.atothai.com

Page 38

๐๐๓๕๓

5 การวิเคราะห์และประเมินทางเลือก (Design Analysis & Evaluation)

ANALYSIS

เลือก SKD. 2



ลิขสิทธิ์สงวนโดย บริษัท ออโต้เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ปี ๒๕๖๓
สามารถดูภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์และรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์: www.atothai.com

Page 39

๐๐๓๕๓

5 การวิเคราะห์และประเมินทางเลือก (Design Analysis & Evaluation)

EVALUATION

เลือกแบบที่เลือก

	Durability ¹⁾	Aesthetic ²⁾	Production ³⁾	Cost ⁴⁾	Function ⁵⁾	
SKD.1	3	3	5	4	5	51
SKD.2	3	3	4	3	3	45
SKD.3	2	4	3	2	2	41
SKD.4	3	4	2	2	3	44

ลิขสิทธิ์สงวนโดย บริษัท ออโต้เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) ปี ๒๕๖๓
สามารถดูภาพตัวอย่างผลิตภัณฑ์และรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์: www.atothai.com

Page 40


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

DOMP&H

5. การวิเคราะห์และประเมินทางเลือก (Design Analysis & Evaluation)

ANALYSIS

เลือก SKD. 1



Page 41

DOMP&H

5. การวิเคราะห์และประเมินทางเลือก (Design Analysis & Evaluation)

EVALUATION

การวิเคราะห์ (Analysis)

	Durability	Aesthetic	Production	Cost	Function	
SKD.1	3	2	5	4	5	31
SKD.2	3	4	4	3	3	22
SKD.3	2	5	3	2	2	45
SKD.4	2	4	2	2	3	39

Page 42

DOMP&H

5. การวิเคราะห์และประเมินทางเลือก (Design Analysis & Evaluation)

ANALYSIS

เลือก SKD. 2



Page 43

DOMP&H

ข้อดี

มีความแข็งแรงทนทาน (Durability) เป็นที่พอใจ สามารถใช้งานได้เป็น
 เวลา - ทนต่อการทำความสะอาด (Design Function) เป็นที่พอใจ สามารถใช้งานได้เป็น
 เวลา มีความสวยงาม (Aesthetic) เป็นที่พอใจ สามารถใช้งานได้เป็น
 เวลา มีความทนทาน (Production) เป็นที่พอใจ สามารถใช้งานได้เป็น
 เวลา มีความคุ้มค่า (Cost) เป็นที่พอใจ สามารถใช้งานได้เป็น
 เวลา มีความเหมาะสม (Function) เป็นที่พอใจ สามารถใช้งานได้เป็น
 เวลา

Page 44



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 แผ่นเสนองาน และแบบแสดงรายละเอียด

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงออกแบบเชิงฟังก์ชัน จากพหุวัสดุฟากพจน สำหรับแบรนด์ *Omaha*
นางสาวณฤดี ภูธินาถีย์ #5020279 ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ปีการศึกษา 2564

การย้อมสีแฟก



โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงออกแบบเชิงฟังก์ชัน	ปีการศึกษา 2564
นางสาวณฤดี ภูธินาถีย์	
นางสาวณฤดี ภูธินาถีย์	
นางสาวณฤดี ภูธินาถีย์	

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงออกแบบเชิงฟังก์ชัน จากพหุวัสดุฟากพจน สำหรับแบรนด์ *Omaha*
นางสาวณฤดี ภูธินาถีย์ #5020279 ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ปีการศึกษา 2564

การย้อมสีแฟก



โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงออกแบบเชิงฟังก์ชัน	ปีการศึกษา 2564
นางสาวณฤดี ภูธินาถีย์	
นางสาวณฤดี ภูธินาถีย์	
นางสาวณฤดี ภูธินาถีย์	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการอบรมผลิตสินค้าทางออกแบบท้องถิ่น จากพริกพริกหอม ถึงระดับชนบท 0๓๓๕
นางสาวณฤดี สุริธานรักษ์ #๙๐๒๐๒7๙ ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ปีที่๓ศึกษา ๒๕๖๑

การข้อมสีฝ้าย




โครงการอบรมผลิตสินค้าทางออกแบบท้องถิ่น จากพริกพริกหอม ถึงระดับชนบท 0๓๓๕
นางสาวณฤดี สุริธานรักษ์ #๙๐๒๐๒7๙ ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ปีที่๓ศึกษา ๒๕๖๑

ชื่อผลงาน: การข้อมสีฝ้าย
ชื่อผู้จัดทำ: นางสาวณฤดี สุริธานรักษ์
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์ ดร. อรุณรัตน์ นาคเสนา
ชื่อสถาบัน: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โครงการอบรมผลิตสินค้าทางออกแบบท้องถิ่น จากพริกพริกหอม ถึงระดับชนบท 0๓๓๕
นางสาวณฤดี สุริธานรักษ์ #๙๐๒๐๒7๙ ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ปีที่๓ศึกษา ๒๕๖๑

การข้อมสีฝ้าย



โครงการอบรมผลิตสินค้าทางออกแบบท้องถิ่น จากพริกพริกหอม ถึงระดับชนบท 0๓๓๕
นางสาวณฤดี สุริธานรักษ์ #๙๐๒๐๒7๙ ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ปีที่๓ศึกษา ๒๕๖๑

ชื่อผลงาน: การข้อมสีฝ้าย
ชื่อผู้จัดทำ: นางสาวณฤดี สุริธานรักษ์
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์ ดร. อรุณรัตน์ นาคเสนา
ชื่อสถาบัน: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่ง จากทฤษฎีพหุองค์ สำหรับแบรนด์ *Omni*
นางสาวณกุล ภูธินันท์ #5020279 ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ปีแรกเรียน 2561

style - form - texture - colour

มีเอกลักษณ์เฉพาะ
ให้โดดเด่นที่สุด

ลวดลายรูปทรง (simple form)

สีดิน

ธรรมชาติ

สีเขียว

เอเชียตะวันออก

เอเชียตะวันตก

Asia

ทวีปเอเชีย (Asia)

ทวีปอเมริกา

ทวีปยุโรป

ทวีปแอฟริกา

ทวีปออสเตรเลีย

รูปถ่าย: 1. ดอกไม้และผลไม้สด 2. ประตูไม้แบบญี่ปุ่น 3. ทุ่งหญ้าเขียว 4. ภาพศิลปะนามธรรม

ใบงาน: 1. ชื่อโครงการ: ... 2. ชื่อผู้เรียน: ... 3. ชื่ออาจารย์: ... 4. วันที่: ...

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่ง จากทฤษฎีพหุองค์ สำหรับแบรนด์ *Omni*
นางสาวณกุล ภูธินันท์ #5020279 ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ปีแรกเรียน 2561

Oriental style with modern twist สีสดใสเกี่ยวกับความทันสมัย

GREEN:
The color green if used properly in interior design will promote abundance, commitment, wealth, prosperity and adaptability. It symbolizes nature, morality, meditation, and balance.
สีเขียวช่วยให้เรามองเห็นโลกที่งดงามภายใต้แสงสีสดใส ความอุดมสมบูรณ์ สุขภาพ การบริการ เป็นสัญลักษณ์ของธรรมชาติ ความสดใส สว่างสดใส และความสมดุล

YELLOW:
Behavior Response to Yellow: cheerfulness, sharing, creativity, promotes optimism, stability, attention getter.
ความสดใส แรงบันดาลใจ ความสร้างสรรค์ สดชื่น

RED:
Red is a dominant, dynamic, exciting, strong, sheltered, impulsive, sexy, brave, challenging, royal, commanding, confident color that when used properly in interior design can give a very effective environment.
สีแดงเป็นสีที่แข็งแกร่ง กล้าหาญ เข้มแข็ง ความมั่นใจ เป็นสีที่โดดเด่น ช่างรุนแรงในการตกแต่งภายใน ต้องใช้ให้ถูกต้องในการเปลี่ยนสิ่งรอบด้าน

BLACK:
สีแดงเป็นสีที่มั่นคง สงบนิ่ง เป็นสีที่โดดเด่น ช่างรุนแรงในการตกแต่งภายใน ต้องใช้ให้ถูกต้องในการเปลี่ยนสิ่งรอบด้าน

รูปถ่าย: 1. ประตูไม้แบบญี่ปุ่น 2. ภาพศิลปะนามธรรม 3. ภาพศิลปะนามธรรม 4. ภาพศิลปะนามธรรม 5. ภาพศิลปะนามธรรม 6. ภาพศิลปะนามธรรม

ใบงาน: 1. ชื่อโครงการ: ... 2. ชื่อผู้เรียน: ... 3. ชื่ออาจารย์: ... 4. วันที่: ...

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์ในทางศิลปหัตถกรรมจากพืชผักผลไม้ สำหรับชนบท 010004
นางสาวณฤดี กุรีธินฤชัย #5020279 ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

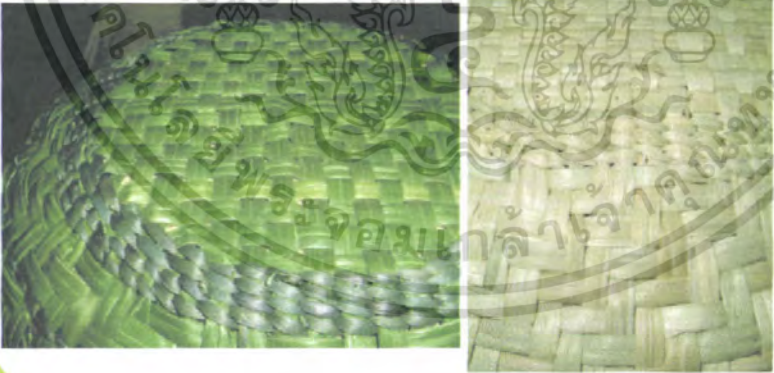
การขึ้นรูปลายสาน



ใบงานออกแบบผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมจากพืชผักผลไม้
ออกแบบโดย : นางสาวณฤดี กุรีธินฤชัย
สาขาวิชา : ศิลปอุตสาหกรรม
คณะ : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏ

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์ในทางศิลปหัตถกรรมจากพืชผักผลไม้ สำหรับชนบท 010004
นางสาวณฤดี กุรีธินฤชัย #5020279 ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

การขึ้นรูปลายสาน



ใบงานออกแบบผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมจากพืชผักผลไม้
ออกแบบโดย : นางสาวณฤดี กุรีธินฤชัย
สาขาวิชา : ศิลปอุตสาหกรรม
คณะ : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอแสดงห้องเรียน จากภาษาพื้นถิ่น สู่หรับชนบท Osmk
นางสาวนฤดี กุริธานันท์ ๕5020279 ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ปีแรกศึกษา ๕๕๕๕


การขึ้นรูปลายสาน



ชื่อโครงการ	โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอแสดงห้องเรียน จากภาษาพื้นถิ่น สู่หรับชนบท Osmk	ปีแรกศึกษา	๕๕๕๕
ชื่อผู้จัดทำ	นางสาวนฤดี กุริธานันท์	ชื่ออาจารย์	นางสาวนฤดี กุริธานันท์
สาขาวิชา	ศิลปกรรมศาสตร์	ชื่อภาควิชา	ศิลปกรรมศาสตร์
ชื่อสถาบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	ชื่อคณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอแสดงห้องเรียน จากภาษาพื้นถิ่น สู่หรับชนบท Osmk
นางสาวนฤดี กุริธานันท์ ๕5020279 ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ปีแรกศึกษา ๕๕๕๕

การขึ้นรูปลายสาน



ชื่อโครงการ	โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอแสดงห้องเรียน จากภาษาพื้นถิ่น สู่หรับชนบท Osmk	ปีแรกศึกษา	๕๕๕๕
ชื่อผู้จัดทำ	นางสาวนฤดี กุริธานันท์	ชื่ออาจารย์	นางสาวนฤดี กุริธานันท์
สาขาวิชา	ศิลปกรรมศาสตร์	ชื่อภาควิชา	ศิลปกรรมศาสตร์
ชื่อสถาบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	ชื่อคณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เชิงทดลองของท้องถิ่น จากภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับชนบท 0๑๓๗4
นางสาวนฤดี ภูรัตนโกษ ๙๕๐๒๐๒๗๙ ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ปีการศึกษา ๒๕๖๑

การขึ้นรูปลายสาน

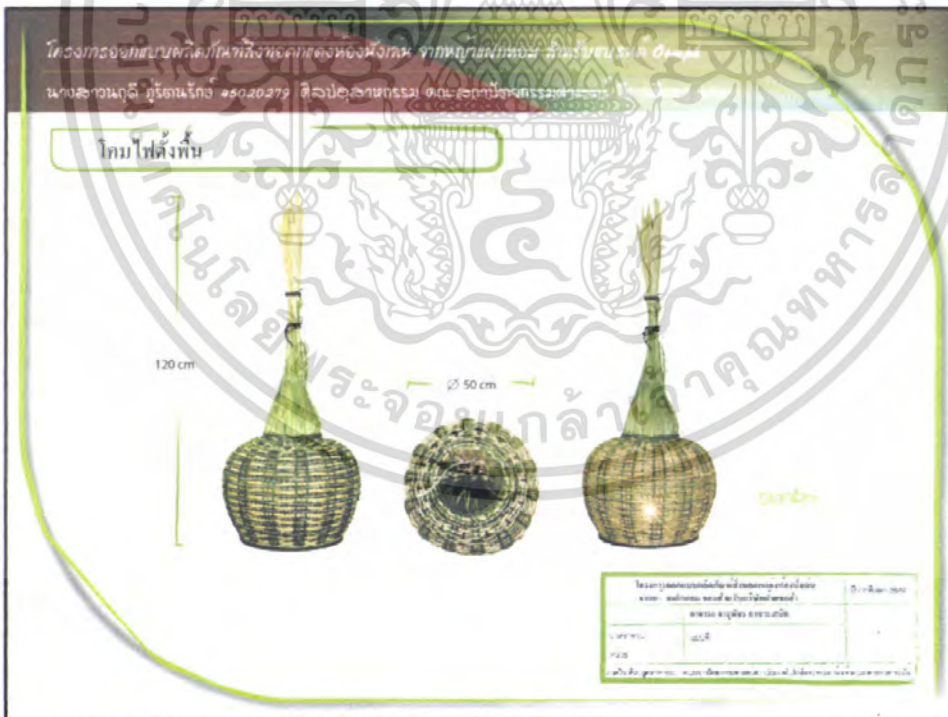
ใบเสนอราคาฉบับนี้ใช้ได้เฉพาะกับลูกค้าที่ติดต่อ สั่งซื้อสินค้าเท่านั้น หากมีข้อสงสัย กรุณา ติดต่อสอบถามได้ที่	วันที่เสนอราคา
นางสาวนฤดี ภูรัตนโกษ	๒๕๖๑
นางสาวนฤดี ภูรัตนโกษ	
ใบเสนอราคาฉบับนี้ใช้ได้เฉพาะกับลูกค้าที่ติดต่อสั่งซื้อสินค้าเท่านั้น	

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เชิงทดลองของท้องถิ่น จากภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับชนบท 0๑๓๗4
นางสาวนฤดี ภูรัตนโกษ ๙๕๐๒๐๒๗๙ ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ปีการศึกษา ๒๕๖๑

โถเค้นกประตงค์

ใบเสนอราคาฉบับนี้ใช้ได้เฉพาะกับลูกค้าที่ติดต่อ สั่งซื้อสินค้าเท่านั้น หากมีข้อสงสัย กรุณา ติดต่อสอบถามได้ที่	วันที่เสนอราคา
นางสาวนฤดี ภูรัตนโกษ	๒๕๖๑
นางสาวนฤดี ภูรัตนโกษ	
ใบเสนอราคาฉบับนี้ใช้ได้เฉพาะกับลูกค้าที่ติดต่อสั่งซื้อสินค้าเท่านั้น	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เชิงทดลองท้องถิ่น จากภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับแบรนด์ Ombak
นางสาวณฤดี กุรีธินฤชัย #5020279 ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ นิเทศศาสตร์ 2564

หมอนอิงสามเหลี่ยม

56 cm 25 cm 15 cm

ชื่อโครงการ	โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เชิงทดลองท้องถิ่น จากภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับแบรนด์ Ombak	ปีการศึกษา	2564
ชื่อผู้จัดทำ	นางสาวณฤดี กุรีธินฤชัย	ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา	
ชื่อสถาบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	ชื่อภาควิชา	ศิลปกรรมศาสตร์
ชื่อคณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์	ชื่อสาขาวิชา	ศิลปอุตสาหกรรม
ชื่อสถาบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	ชื่อโรงเรียน	มัธยมศึกษา

โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เชิงทดลองท้องถิ่น จากภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับแบรนด์ Ombak
นางสาวณฤดี กุรีธินฤชัย #5020279 ศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ นิเทศศาสตร์ 2564

เบาะรองนั่ง

75 cm 75 cm / 145 cm

ชื่อโครงการ	โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เชิงทดลองท้องถิ่น จากภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับแบรนด์ Ombak	ปีการศึกษา	2564
ชื่อผู้จัดทำ	นางสาวณฤดี กุรีธินฤชัย	ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา	
ชื่อสถาบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	ชื่อภาควิชา	ศิลปกรรมศาสตร์
ชื่อคณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์	ชื่อสาขาวิชา	ศิลปอุตสาหกรรม
ชื่อสถาบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	ชื่อโรงเรียน	มัธยมศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ผลงานผลิตภัณฑ์ต้นแบบ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5 บทสรุป

บทสรุปของวิทยานิพนธ์ในโครงการนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบที่ได้ตั้งไว้
ดังนี้

5.1 สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของนักศึกษา

- หัวข้อที่เลือกมาทำนั้นต้องสำรวจตัวเองให้แน่ใจก่อนว่า มีความชอบและสามารถที่จะทำให้อสำเร็จได้จริงๆหรือไม่
- ในการเสนอโครงการควรกำหนดขอบเขตของงานให้รอบคอบ อย่ากำหนดขอบเขตงานที่มีขนาดใหญ่และมีจำนวนมากเกินไปเพราะจะทำให้ตัวเองลำบากในภายหลังได้
- ควรวางแผนในการทำงานให้ดี เรียงลำดับความสำคัญของแต่ละงานให้ดี กำหนดเวลาการทำงานที่ชัดเจน และปฏิบัติตามให้ได้ตามที่กำหนดไว้
- การหาสถานที่ทำงาน ควรเลือกที่ที่เหมาะสม คือ มีผู้ที่มีความชำนาญพอที่จะสามารถให้คำปรึกษาได้ และสามารถเดินทางไปมาได้สะดวก
- สุขภาพร่างกายเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ในบางครั้งก็ควรที่จะพักผ่อนและปล่อยวางเมื่อรู้สึกร่างกายแย่ลง และไม่ควรเคร่งเครียดจนเกินไป
- การทำวิทยานิพนธ์เป็นการฝึกตนเอง ในด้านความรับผิดชอบ ระเบียบวินัย การจัดการความกดดันต่องานที่หนักและแรงกดดันต่างๆ

5.2 สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

- ให้ความสำคัญกับการออกแบบค่อนข้างน้อยทำให้เวลาไปทำชิ้นงานจริงมีปัญหาที่ต้องแก้ไข ปัญหาเฉพาะหน้า ซึ่งทำให้เสียเวลาค่อนข้างมาก
- ใช้เวลาในการสร้างแนวความคิด ในการออกแบบสร้างเรื่องราวสมมุติให้เป็นเอกลักษณ์มากเกินไป
- จำนวนชิ้นงานมีจำนวนมากและต้องนำมาประกอบกันระหว่างชิ้นงานด้วยตนเอง เป็นการเพิ่มปริมาณงานขั้นตอนการผลิตที่ยุ่งยากมากยิ่งขึ้น
- การทำวิทยานิพนธ์เป็นการฝึกตนเอง ในด้านความรับผิดชอบ ระเบียบวินัย การจัดการ ความอดทนต่องานที่หนักและแรงกดดันต่างๆ

ข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา
