

การออกแบบเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากเศษผ้าใยสัที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต



ศิลปนิพนธ์เสนอคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ  
หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์  
ธันวาคม 2560  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

DESIGNING OF WOMEN COSTUME JEWELRY FROM JEANS REMAINING FROM  
THE MANUFACTURING INDUSTRY




Arts Thesis Submitted to the Faculty of Architecture of Naresuan University  
In Partial Fulfillment of the Requirement for the  
Bachelor of Fine and Applied Arts Degree in Product and Package Design

December 2017

Copyright 2017 by Naresuan University

คณะกรรมการสอบได้พิจารณาศิลปนิพนธ์ เรื่อง “เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากเศษผ้า  
ยีนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต” ของ นางสาวอนุสรฯ พูลผล เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์  
ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะกรรมการสอบ

  
..... ประธานที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร.นริศ สูดสังข์)



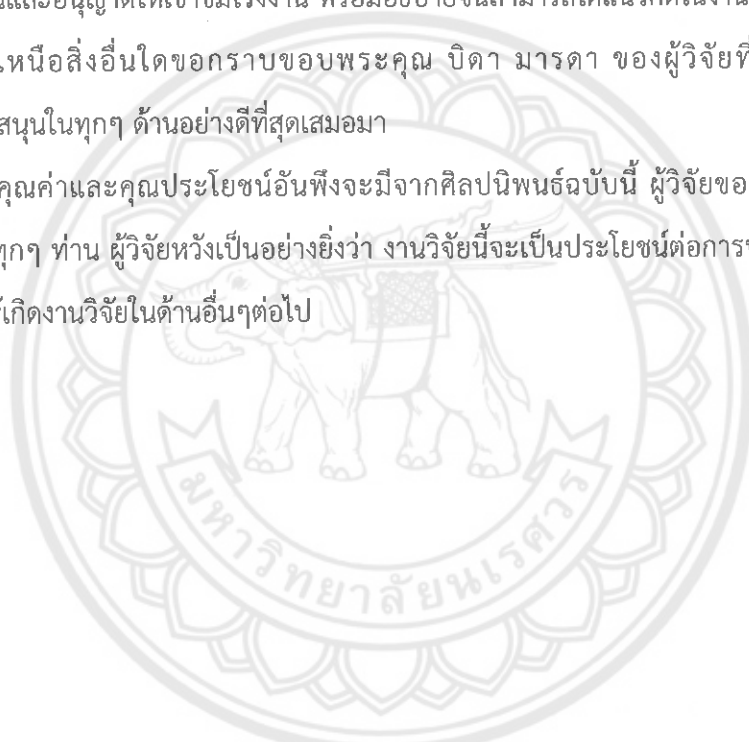
## ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุด  
สังข์ ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้อุทิศส่วสละเวลาอันมีค่ามาเป็นทั้งที่ปรึกษา พร้อมทั้งให้  
คำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำศิลปนิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณทางบริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการ  
สัมภาษณ์และอนุญาตให้เข้าชมโรงงาน พร้อมอธิบายจนสามารถได้แนวคิดในงานวิจัย

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ของผู้วิจัยที่ให้กำลังใจและให้  
การสนับสนุนในทุกๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มี  
พระคุณทุกๆ ท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำรูปแบบกระเป๋ไป  
พัฒนาให้เกิดงานวิจัยในด้านอื่นๆต่อไป



อนุสรณ์ พูลผล

ชื่อเรื่อง	เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากเศษผ้ายีนส์ที่เหลือจาก อุตสาหกรรมการผลิต
ผู้วิจัย	นางสาวอนุสรรา พูลผล
ประธานที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. นิรัช สุตสังข์
ประเภทสารนิพนธ์	ศิลปนิพนธ์ ศป.บ. สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยรัตนนคร, พ.ศ. 2560
คำสำคัญ	เครื่องประกอบการแต่งกาย ยีนส์ กระเป๋าและรองเท้า

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มี งานวิจัยเล่มนี้มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพของเศษผ้า ยีนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต เพื่อออกแบบเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากเศษผ้ายีนส์ที่ เหลือจากอุตสาหกรรม การผลิตและเพื่อประเมินผลงานการออกแบบเครื่องประกอบการแต่งกาย จากเศษผ้ายีนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมโดยงานวิจัยได้มีการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์และเก็บ แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 50 คน โดยเป็นเพศหญิงทั้งหมด 50 คน อายุระหว่าง 20-25 ปีมีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 68 รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง 10,001- 15,000 บาท มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44 มีจำนวนยีนส์ที่ครอบครอง 3 ตัวขึ้นไป มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และ กระเป๋าครอบเท่านั้น ทางผู้วิจัยได้ออกแบบกระเป๋า 3 แบบและรองเท้า 3 แบบผลของวิจัย สรุปได้ ดังนี้

1. รูปแบบกระเป๋าแบบที่ 1 มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 58
2. รูปแบบรองเท้าได้แบบที่ 3 มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48 จากผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัย สามารถสรุปแบบที่จะตัดเย็บออกมาเป็นเครื่องประกอบการแต่งกายของสตรีในงานวิจัย

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญ.....	1
จุดมุ่งหมายของการศึกษา.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	3
แผนการดำเนินงานตลอดโครงการ.....	3
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องประกอบการแต่งการสตรี.....	4
ข้อมูลทั่วไปของบริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน).....	12
ข้อมูลเศษผ้ายืนสีที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต.....	17
ข้อมูลการออกแบบ.....	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	34
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	34
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	34
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	35
กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	36
แนวคิดการออกแบบ.....	37

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	39
บทสัมภาษณ์.....	39
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	41
รูปแบบของกระเป่าและรองเท้า 3 แบบ.....	43
รูปแบบกระเป่าในงานวิจัย.....	43
รูปแบบรองเท้าในงานวิจัย.....	44
5 บทสรุป.....	45
สรุปผลการวิจัย.....	45
อภิปรายผลการวิจัย.....	45
ข้อเสนอแนะ.....	46
บรรณานุกรม.....	47
ภาคผนวก.....	50
ประวัติผู้วิจัย.....	60

## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 ผ้าพันคอ.....	5
2 ถุงมือ.....	6
3 กระเป๋าสำหรับสตรี.....	6
4 เข็มขัด.....	7
5 เน็คไท.....	7
6 ถุงน่อง.....	8
7 ผ้าเช็ดหน้า.....	9
8 หมวก.....	9
9 เครื่องประดับ.....	10
10 ร่ม.....	11
11 รองเท้า.....	11
12 สินค้าภายใต้แบรนด์แม็คกรู๊ป.....	15
13 สินค้าภายใต้แบรนด์ใหม่เดคโค.....	16
14 ตัวอย่างเศษวัสดุในโรงงาน.....	18
15 ตัวอย่างเส้นแวนอน.....	21
16 ตัวอย่างเส้นแนวตั้ง.....	21
17 ตัวอย่างเส้นแนวเฉียง.....	22
18 รูปร่างและรูปทรง.....	23
19 แสงและเงา.....	25
20 สีอ่อนและสีเย็น.....	29
21 ตัวอย่างภาพสีเอกรงค์.....	29
22 แบบร่างที่ 1.....	37
23 แบบร่างที่ 2.....	37
24 แบบร่างที่ 3.....	38
25 รูปแบบรองเท้าจริง.....	43
26 รูปแบบกระเป๋าจริง.....	44



## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ

หน้า

27	แสดงผลงานจริง.....	44
----	--------------------	----



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงเพศ.....	41
2 แสดงอายุ.....	41
3 แสดงรายได้กลุ่มตัวอย่าง.....	41
4 แสดงจำนวนยีนส์ที่มีครอบครอง.....	42
5 แสดงรูปแบบของรองเท้า ที่กลุ่มตัวอย่างเลือก.....	42
6 แสดงรูปแบบของกระเป๋า ที่กลุ่มตัวอย่างเลือก.....	43



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญ

ยีนส์เป็นเครื่องแต่งกายประเภทหนึ่งที่มีรูปแบบและลักษณะพิเศษเฉพาะตัวเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมที่นิยมใส่กันอย่างแพร่หลายทั่วโลก (ณัฐรัชชัย วิรุฬห์หวัชระ, 2544) กล่าวว่า ยีนส์เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถครองใจคนทั่วโลก มาเป็นเวลาหลายชั่วอายุคน ซึ่งนับว่าเป็นค่านิยมที่ยาวนานกว่าเสื้อผ้าแฟชั่นใดๆที่เคยปรากฏ ซึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่ายีนส์เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ผู้บริโภคสามารถเลือกเพื่อสวมใส่ให้เข้ากับบุคลิกภาพของตัวเองพร้อมกับความร่วมสมัย จุดขายที่สำคัญที่สุดของยีนส์ในการรับรู้ของผู้บริโภค คือ มีความแข็งแรง คงทน ไม่ต้องรีด ไม่ต้องดูแลรักษามาก เพราะเป็นสินค้าที่ยิ่งใส่ ยิ่งนานยิ่งมีความสวย ยิ่งเก่ายิ่งดูมีคุณค่า สามารถสวมใส่ให้เข้ากับเสื้อผ้าได้แทบทุกชนิดและยังสามารถที่จะได้ใส่ได้ทุกเพศทุกวัย ปัจจุบันยีนส์เลยมาเป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่นที่ได้รับความนิยม มีการปรับเปลี่ยนสภาพการออกแบบให้ตอบสนองต่อรสนิยมของผู้สวมใส่ มีการให้ความสำคัญต่อการตัดเย็บและมีการเพิ่มลวดลายแปลกใหม่ เช่น สีที่จัดจางลง แม้แต่รอยขาด กลับทำให้ยีนส์มีเสน่ห์มากขึ้น และยังสามารถเพิ่มมูลค่าให้ยีนส์มีราคาแพงขึ้น

ปัจจุบันผ้ายีนส์ได้รับความนิยมมากขึ้นทุกปี เพราะความมีเสน่ห์ที่แข็งแรงทนทานของผ้ายีนส์ที่มีมายาวนาน และถูกนำมาใช้งานในหลายรูปแบบ ผ้ายีนส์ยังถูกขนานนามว่า ผ้ายีนส์ไม่มีวันตาย อีกด้วย ส่วนใหญ่จะได้รับความนิยมนำมาทำเครื่องนุ่งห่ม รวมถึงในประเทศไทยด้วยเช่นกัน

โดยเฉลี่ยจากกลุ่มประชากรตัวอย่างในประเทศไทย พบว่าแต่ละคนจะมียีนส์อยู่ในตู้เฉลี่ยถึงคนละ 10 ตัว ทำให้กำลังการผลิตเครื่องนุ่งห่มจากผ้ายีนส์เพิ่มมากขึ้นทั้งในบริษัทอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และขนาดย่อยหรือครัวเรือน จากกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นทุกปีตลอดระยะเวลาห้าปีที่ผ่านมา เมื่อมีการผลิตเพิ่มมากขึ้นทำให้มีเศษผ้ายีนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิตเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน จากข้อมูลพบว่าบริษัทอุตสาหกรรมขนาดใหญ่มีจำนวนเศษผ้ายีนส์ที่เหลือจากการผลิตในหนึ่งวันมากถึง 6500 หลา และจะถูกทำไปขายต่อเพียงกิโลกรัมละ 1 บาท ซึ่งทางผู้วิจัยได้เล็งถึงปัญหาที่สำคัญ ที่จะนำเศษผ้าที่เหลือจากการตัดเย็บมาพัฒนาให้เกิดเป็นสินค้าใหม่ ซึ่งสามารถลดปริมาณเศษผ้าและนำของที่มีมองว่าไม่มีคุณค่ากลับมาสร้างประโยชน์อีกครั้ง

ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาการนำเศษผ้ายีนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิตมาทำเป็นเครื่องประกอบเครื่องแต่งกายสตรี เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับเศษผ้ายีนส์ จึงเป็นที่มาของงานวิจัยเครื่องประกอบเครื่องแต่งกายสตรีจากเศษผ้ายีนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต (DESIGNING OF WOMEN COSTUME JEWELRY FROM JEANS. REMAINING FROM THE MANUFACTURING INDUSTRY)

### จุดมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพของเศษผ้ายีนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต
2. เพื่อออกแบบเครื่องประกอบเครื่องแต่งกายสตรีจากเศษผ้ายีนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต
3. เพื่อประเมินผลงานการออกแบบเครื่องประกอบเครื่องแต่งกายจากเศษผ้ายีนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต

### ขอบเขตของการวิจัย

ทางผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัยดังนี้

#### ขอบเขตด้านพื้นที่

ทางผู้วิจัยได้นำเศษผ้าจากบริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มาใช้ในการตัดเย็บ

#### ขอบเขตด้านด้านประชากร

- ประชากรเพศหญิงอาศัยอยู่ในจังหวัดพิษณุโลก อายุ 20 ปีขึ้นไป
- กลุ่มตัวอย่าง เพศหญิง อายุ 24 ปีขึ้นไป มีรายได้เฉลี่ย 5,000 บาทขึ้นไป อาศัยอยู่ในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 40 คน

#### ขอบเขตด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกผลิตภัณฑ์ที่ใช้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ดังนี้

กระเป๋	2	โครงสร้าง	1	กราฟิก
รองเท้า	1	โครงสร้าง	1	กราฟิก

### ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยเรื่องนี้มีความเกี่ยวข้องกับลำดับช่วงเวลาการออกแบบเครื่องประกอบการแต่งกายจากเศษผ้ายืนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต เป็นเวลา 4 เดือน ตั้งแต่เดือนสิงหาคม เดือน – ธันวาคม 2560

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. ได้ทราบเพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพของเศษผ้ายืนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต
2. ได้ออกแบบเครื่องประกอบการแต่งกายเศษผ้ายืนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต
3. ได้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์

### นิยามศัพท์เฉพาะ

เศษผ้ายืนส์ คือ เศษผ้ายืนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต

อุตสาหกรรมการผลิต คือ อุตสาหกรรมการผลิตผ้ายืนส์เพื่อการค้า

### แผนการดำเนินงานตลอดโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	2560			
	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .	↔			
2 .วิเคราะห์ข้อมูลและสร้างแนวคิดการออกแบบ		↔		
3ออกแบบและสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ .			↔	
4พัฒนาแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมาย .				↔
5. วิเคราะห์ผลและรายงานผล				↔

## บทที่ 2

### เอกสารที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบประกอบการแต่งกายสตรีจากเศษผ้าใยสังเคราะห์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิตทางผู้วิจัยได้รวบรวม แนวคิด ทฤษฎีต่างๆ ซึ่งทางผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่สำคัญในงานวิจัย ดังนี้

#### 1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

##### 1.1 ความหมายของเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

##### 1.1.1 ร้องเท้าสำหรับสตรี

##### 1.1.2 กระเป๋าสำหรับสตรี

#### 2. ข้อมูลทั่วไปของบริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

#### 3. ข้อมูลเศษผ้าใยสังเคราะห์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต

##### 3.1 ปัญหาเศษผ้าจากอุตสาหกรรมการผลิต

##### 3.2 ลักษณะของเศษผ้าใยสังเคราะห์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต

#### 4. ข้อมูลการออกแบบ

##### 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการออกแบบ

##### 4.2 การออกแบบสำหรับกลุ่มเป้าหมาย

#### 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### 1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องประกอบการแต่งกายสตรี

1.1 ความหมายของเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีคุณประโยชน์ของเครื่องประกอบการแต่งกายที่ใช้อย่างจริงจังนั้นคุณจะมีอยู่น้อยมากถ้าจะเปรียบคุณประโยชน์กับสิ่งของอื่นๆ ที่ใช้อยู่ในชีวิตประจำวัน แต่เครื่องประดับก็มีความสวยงามเป็นจุดประทับใจส่วนประโยชน์ใช้สอยเป็นผลพลอยได้ดังนั้นการออกแบบเครื่องประกอบการแต่งกายจึงเน้นจุดสนใจด้านความสวยงามก่อนเป็นสำคัญซึ่งรวมไปถึงความละเอียดประณีตด้วยประโยชน์ใช้สอยเป็นสิ่งรองลงไป ในขณะที่เดียวกันมักจะเป็นเรื่องของผู้หญิงมากกว่าผู้ชายผู้ใช้เครื่องประกอบการแต่งกายควรรู้จักเลือกเสื้อผ้าให้มีความเหมาะสมไปกันได้กับเครื่องประดับที่ใช้ด้วย หากผู้ใช้เครื่องประดับไม่มีรสนิยมในการเลือกซื้อเลือกใช้เครื่องประดับที่มีราคาแพงจะดูคล้ายราคาเหมือนของราคาถูก ไม่มีคุณค่าแก่ผู้พบเห็นทำอย่างไรจึงจะใช้

เครื่องประกอบการแต่งกายเป็นการเลือกซื้อและการใช้เครื่องประกอบการแต่งกายนั้นอยู่ที่ความชอบและไม่ชอบ อันเป็นรสนิยมที่มีต่อเครื่องประดับ และเครื่องแต่งกายนั่นเองพื้นฐานที่ทำให้รสนิยมของผู้ใช้เครื่องประดับแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสาเหตุ 3 ประการ คือ

1. พื้นฐานที่แตกต่างกันทางด้านเศรษฐกิจ คนที่มีเศรษฐกิจดี ย่อมมีโอกาสเลือกซื้อ และใช้ของดีมีคุณค่า มากกว่าคนที่มี เศรษฐกิจไม่ดี
2. พื้นฐานที่แตกต่างกันทางด้านสิ่งแวดล้อม สิ่งแวดล้อมที่ทำให้เกิดความคุ้นเคยเป็นเสมือนอิทธิพลที่ทำให้เกิดการคล้าย-ตามกัน และเมื่อเปลี่ยนสิ่งแวดล้อมใหม่ บางคน อาจจะปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ได้เร็ว บางคนอาจปรับตัวได้ช้า หรือไม่สามารปรับตัว ให้กับสิ่งแวดล้อมได้เลยเป็นต้น
3. พื้นฐานที่แตกต่างกันทางด้านวัฒนธรรม วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นจุดสำคัญที่ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ ตลอดจนเสื้อผ้า เครื่องประดับ แตกต่างกันได้มาก

**เครื่องประกอบการแต่งกายประกอบด้วย**

scarves (ผ้าพันคอ) - ผ้าพันคอ (พหูพจน์คือ scarfs หรือ scarves) ผ้ารูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสสี่เหลี่ยมผืนผ้า หรือสามเหลี่ยม ทำจากผ้าถักโครเชต์หรือผ้าทอเป็นเครื่องประกอบการแต่งกายสารพัดประโยชน์ หรือตกแต่งสวยงาม จับจีบรอบไหล่ คอหรือคลุมศีรษะเพื่อความอบอุ่นหรือประดับ

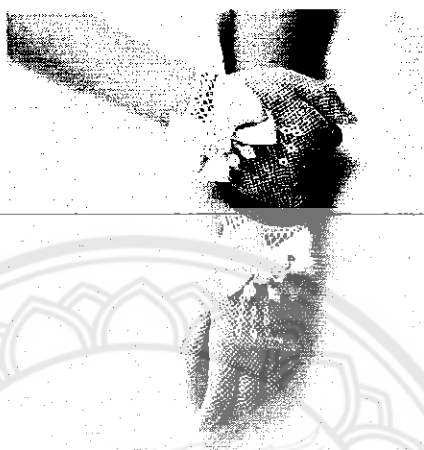


ภาพที่1 ผ้าพันคอ

ที่มา: <https://www.co-opclick.com/>

Gloves (ถุงมือ) - ถุงมือ มีปลอกนิ้วแยกจากกัน สำหรับนิ้วหัวแม่มือและนิ้วอื่นๆ ใช้ใส่เป็นเครื่องประดับ เพื่อความอบอุ่นในฤดูหนาว หรือเครื่องป้องกันสำหรับคนงาน ถุงมือนี้นำมาใช้โดยชาวอียิปต์ ชาวกรีกและชาวโรมันโบราณ แต่ไม่ได้เป็นเครื่องประดับ ต่อมาในช่วงต้นคริสศตวรรษที่ 17 ถุง

มือถักจึงเป็นที่รู้จักและนำมาใช้อย่างแพร่หลาย ตลอดยุคของพระนางเจ้าวิคตอเรียและต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 ในทศวรรษ 1960 ถุงมือเป็นเครื่องหมายของสุภาพสตรีและสุภาพบุรุษ ต่อมาในช่วงต้นทศวรรษ 1970 ถุงมือเสื่อมความนิยมและมีการใส่น้อยมาก ยกเว้นเพื่อป้องกันความหนาวเย็น



ภาพที่ 2 ถุงมือ

ที่มา: <http://www.sunsunkids.com>

Handbags/purses (กระเป๋าถือ) - กระเป๋าถือของผู้หญิง เพื่อใส่เงินบัตรเครดิตและเครื่องสำอางค์ มีหลายแบบและทำจากวัสดุหลากหลาย เช่น หนังสัตว์ ผ้า วัสดุสังเคราะห์ไวเนิล โลหะพลาสติก ผ้าใบ ฟางข้าวและหนังสัตว์สีดำเงา มักเรียกสั้น ๆ ว่า bag, purse หรือ pocketbook ตั้งแต่ศตวรรษที่ 13 ถึง 16 aulmoniere คือกระเป๋าหนังขนาดเล็ก ที่ใส่ห้อยจากสายคาดเอวเพื่อใส่ของบริจาค สำหรับคนยากจน ตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 19 ถึงต้นศตวรรษที่ 20 reticule คือกระเป๋ารูปทรงคล้ายถุงขนาดเล็กใช้หิ้วสำหรับผู้หญิง ต่อมาในปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 เริ่มมีการใช้กระเป๋าถือหลายชนิดเพื่อการเดินทาง และในช่วงปี ค.ศ. 1920 กระเป๋าถือเป็นเครื่องประกอบการแต่งกายที่สำคัญ ผู้ชายเริ่มใช้ manbag ในปี ค.ศ. 1968

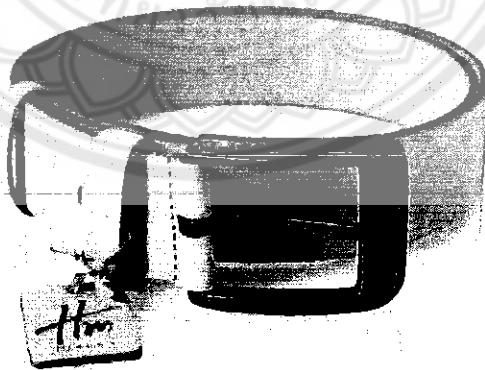




ภาพที่3 กระเป๋าสำหรับสตรี

ที่มา: <http://www.bestsellproduct.co>

Belts (เข็มขัด) -เครื่องประดับหรือสิ่งของใช้งาน สามารถรอบเอวหรือที่บริเวณด้านบน หรือด้านล่างของเอว ทั้งนี้อาจพาดที่ช่วงไหล่ตามลักษณะการใส่แบบทหาร อาจทำจากผ้า หนังสัตว์ พลาสติก ใย วัสดุอื่นๆ ในอดีตการเขียนบทกวียังเรียกว่า girdle เข็มขัดแบบคลาสสิกในยุคโบราณส่วนใหญ่เป็นสายสะพาย ในยุคกลางมีการผลิตเสื้อผ้าที่เหมาะสม เข็มขัดกลายเป็นสิ่งสำคัญและเป็นทรัพย์สินของผู้ชายและผู้หญิงที่สามารถระบุนความร่ำรวยได้จากลักษณะของเข็มขัดที่ประดับเพชรพลอยอย่างประณีต



ภาพที่ 4 เข็มขัด

ที่มา: <http://www.homesleather.com/>

Neckties (เน็คไท) - Tie ผ้าแถบยาวมีความกว้างหลากหลาย ใช้ผ้าหนาสองเท่าหรือร้อย ลูกบิดกลมสวมรอบใต้ปกเชิ้ต และผูกแบบต่างๆ อาจทำจากผ้า หนังสัตว์ และลูกบิด เป็นคำสั่ง์นๆที่ใช้เรียก necktie ประมาณปี ค.ศ. 1820 แต่ไม่ใช่แทนคำว่า cravat ในช่วงแรก เดิมสวมเฉพาะผู้ชาย ผู้หญิงนำมาประยุกต์ใช้ในปี ทศวรรษ 1890 เพื่อสวมกับเสื้อเชิ้ต ตั้งแต่ปีทศวรรษ 1930 มีความกว้างหลากหลายเป็นแฟชั่น



ภาพที่ 5 เน็คไท

ที่มา: <https://th.aliexpress.com>

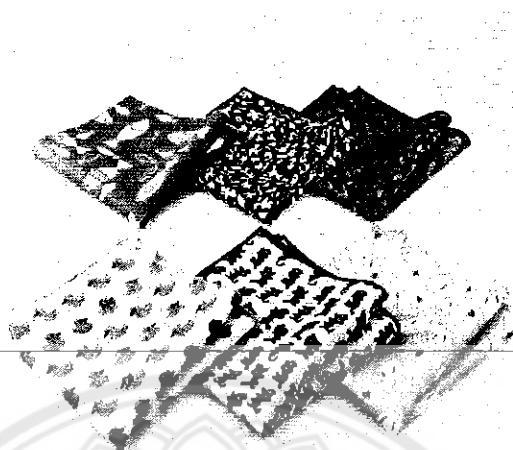
Hoslery (ถุงน่อง/ถุงเท้า) - เครื่องนุ่งห่มปกคลุมเท้าและ/หรือขา



ภาพที่ 6 ถุงเท้า/ถุงน่อง

ที่มา: <https://m.th.aliexpress.com>

Handkerchiefs (ผ้าเช็ดหน้า) ผ้าขนาดเล็กที่สามารถพกพาได้สะดวก



ภาพที่ 7 ผ้าเช็ดหน้า

ที่มา: <https://th.aliexpress.com>

Hats (หมวก)-เป็นสิ่งที่ใส่สวมใส่บนศีรษะเพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ เช่นใส่เพื่อป้องกันสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง เช่น แสงแดด ฝน เพื่อเฉลิมฉลองหรือเหตุจำเป็นเกี่ยวกับศาสนา เพื่อความปลอดภัย หรือเพื่อประดับเป็นแฟชั่นในอดีต หมวกใช้บ่งบอกสถานะทางสังคม ในทางการทหาร ใช้หมวกเพื่อแสดงถึงชาติ ตำแหน่ง และ/หรือ ยศของทหารนายนั้น ๆ



ภาพที่ 8 หมวก

ที่มา: <http://www.siamdiscovery.co.th>

Jewelry (เครื่องประดับ) - เครื่องประดับที่ทำมาจากโลหะและอัญมณี เช่น สร้อยข้อมือ หรือ สร้อยคอ ที่ใช้โลหะมีค่าและอัญมณีแท้เรียกว่า fine jewelry ประเภทที่ใช้โลหะชุบหรืออัญมณีปลอม เรียกว่า costume jewelry



ภาพที่ 9 เครื่องประดับ

ที่มา: <http://shopch.in.th>

Umbrellas (ร่ม) - ร่ม เป็นอุปกรณ์ใช้เป็นเครื่องป้องกันฝนและแสงแดด กลมแบนหรือเป็นแผ่นนูนเหมือนผ้า แต่เดิมใช้เพื่อบังแดด มีโครงพับได้หกถึงสิบหกโครง ตั้งอยู่ด้านบนของด้ามจับในช่วงต้นอารยธรรมของชาวอียิปต์ ชาวแอสซีเรีย ชาวอินเดียและชาวแอฟริกา และในโบสถ์คาทอลิกกระทั่งถึงยุคกลาง อุปกรณ์นี้เป็นสัญลักษณ์ของตำแหน่ง กอนตันศตวรรษที่ 16 ยังกลายเป็นของใหม่ที่นิยมเพื่อป้องกันแสงแดด มีการกล่าวถึงตามบางโอกาสช่วงต้นศตวรรษที่ 17 ซึ่งร่มเป็นเครื่องมือป้องกันฝน อย่างไรก็ตามเพียงสิ้นศตวรรษเท่านั้นที่ร่มกันน้ำมีการใช้แพร่หลาย ก่อนปี ค.ศ. 1800 เกิดความแตกต่างของภาษาอังกฤษระหว่าง umbrella ซึ่งกันน้ำและใช้กันฝนได้ และ Parasol หรือร่มกันแดด ซึ่งใช้เฉพาะบังแดดและบ่อยครั้งมีการตกแต่งประดับมาก ร่มกันแดดเป็นอุปกรณ์สำคัญตลอดศตวรรษที่ 19 และย่างเข้าศตวรรษที่ 20 เริ่มหมดความนิยมที่ละน้อย ขณะที่ประโยชน์จากร่มยังคงใช้กันฝนต่อไป มาจากภาษาอิตาเลียน umbra หมายถึง ร่มเงา หรือ shade ในภาษาอังกฤษ คำ parasol มีรากศัพท์จาก para ที่หมายถึง ป้องกัน ต่อต้าน (against) และ sol ที่หมายถึง ดวงอาทิตย์ (the sun)



ภาพที่ 10 ร่ม

ที่มา: <http://www.central.co.th>

Footwear: (รองเท้า) - อุปกรณ์นอกสุดสำหรับคลุมเท้าซึ่งช่วยป้องกันเท้า รวมถึงรองเท้า  
บูท CLOG, MOCCASIN, MULE, OXFORD, PUMP, SANDAL และรองเท้าแตะ ชิ้นส่วนของ  
footwear ประกอบด้วย COUNTER, HEEL, QUARTER, SOLE, TOE, TONGUE, UPPER, VAMP



ภาพที่ 11 รองเท้า

ที่มา: <http://www.ezyhero.com>

## 2. ข้อมูลทั่วไปของบริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) และบริษัทย่อย มุ่งหวังที่จะเป็นองค์กรธุรกิจชั้นนำของเอเชีย ด้านเครื่องแต่งกายและสินค้าที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค ด้วยการบริหารจัดการแบรนด์ที่หลากหลาย ให้เหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่าง และมุ่งมั่นที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้มีส่วนได้เสีย และลูกค้าของเราด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพ ในราคาที่เป็นธรรม ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุม และการบริการที่มีคุณภาพ

บริษัท ได้จัดทำแผนธุรกิจ เพื่อผลักดันให้บริษัทเติบโตตามเป้าหมายที่ระบุไว้ข้างต้นด้วยการเติบโตของรายได้ในอัตราประมาณร้อยละ 12-15 ต่อปี ทั้งนี้โดยคำนึงถึงความสามารถในการทำกำไรที่มีประสิทธิภาพ ผ่านกลยุทธ์หลักดังต่อไปนี้ บริษัทมุ่งเน้นการออกแบบและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายทันสมัย และมีนวัตกรรมใหม่ๆ ให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม และเน้นการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าของบริษัทให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

ในปีที่ผ่านมาบริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสไตล์แอ็คทีฟ (active wear) ภายใต้ตราสินค้า “UP” ที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการออกกำลังกายหรือทำกิจกรรมกลางแจ้งมากขึ้น โดยจุดขายของสินค้าอยู่ที่รูปแบบที่สวมใส่สบาย ดูดี ทันสมัย โดยการใช้วัสดุที่มีนวัตกรรมที่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคและได้มาตรฐานสากล นอกจากนี้ บริษัทยังมีการทดลองเปิดตัวสินค้าใหม่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ภายใต้ตราสินค้า “M&C” สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจสุขภาพผิว ความงาม และบุคลิกภาพ ซึ่งมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ อันสังเกตได้จากมูลค่าตลาดของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ยังคงเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง

1. ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมให้ครอบคลุมฐานลูกค้าที่กำลังขยายตัวทั่วประเทศ บริษัทตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มการเติบโตของยอดขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ด้วยร้านค้าปลีกของตนเอง (Free-standing Shop) จุดขายในห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และจุดขายเคลื่อนที่ (mobile units) ซึ่ง ณ สิ้นปี 2559 มีจำนวนรวม 897 แห่ง ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการสินค้า ความคล่องตัวของการนำเสนอสินค้าใหม่ และการจัดกิจกรรมการขายที่หลากหลาย

กลยุทธ์การขยายจุดจำหน่ายสินค้าข้างต้นจะทำให้บริษัทสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้มากขึ้น ทั้งนี้บริษัทจะพิจารณาความเป็นไปได้ของรอบคอบโดยพิจารณาถึง ทำเล ศักยภาพของศูนย์การค้า จำนวนประชากร กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และกำลังซื้อ ณ จุดขายใหม่แต่ละแห่ง

2. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ บจก. ว้าว มี ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท ได้เปิดตัวช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ขึ้น ในเดือนมิถุนายน 2556 ภายใต้ชื่อเว็บไซต์ [www.wowme.co.th](http://www.wowme.co.th) เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสู่ลูกค้ารายย่อยอีกทางหนึ่ง ต่อมาในเดือนธันวาคม 2558 บริษัทได้เปิดตัวช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ภายใต้ชื่อ [www.mcshop.com](http://www.mcshop.com) โดยเน้นสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย และสินค้าไลฟ์สไตล์ ของกลุ่มบริษัท เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเดิมและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้รับรู้และได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของกลุ่มบริษัทมากขึ้น

บริษัทมีเป้าหมายที่จะขยายฐานลูกค้าใหม่ๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยจากปัจจุบันที่มีการแต่งตั้งผู้แทนจำหน่ายในประเทศเมียนมาร์ ประเทศลาว ประเทศเวียดนาม และประเทศกัมพูชาแล้ว บริษัทยังมีแผนงานจะเพิ่มจุดขายให้ครอบคลุมกลุ่มประเทศอื่นๆ ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้มากขึ้น โดยจะพิจารณาถึงรูปแบบการเข้าลงทุนที่เหมาะสม ทั้งการเข้าไปดำเนินการโดยตรงด้วยกลุ่มบริษัทเอง หรือในรูปแบบของการร่วมลงทุนกับพันธมิตรทางธุรกิจ หรือการแต่งตั้งผู้จัดจำหน่าย เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจและความเสี่ยงในการลงทุนในประเทศนั้นๆ บริษัท ยังคงนโยบายการแสวงหาโอกาสในการเข้าซื้อกิจการ หรือเข้าร่วมลงทุนกับพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเกี่ยวเนื่องเพื่อเป้าหมายในการขยายธุรกิจตามแผนยุทธศาสตร์ของกลุ่มบริษัท บริษัท ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการภายในทุกภาคส่วนของการประกอบธุรกิจ ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การบริหารสายการผลิต การวางแผนการบริหารสินค้าสำเร็จรูป การจัดส่งสินค้าสู่ร้านค้าทั่วประเทศ รวมถึงการบริหารจัดการร้านค้าและจุดขาย โดยการปรับปรุงระบบการทำงานภายใน (Process Improvement) พร้อมกับการนำระบบสารสนเทศมาใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทั้งระบบตั้งแต่การเลือกซื้อวัตถุดิบ การพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตของโรงงานของบริษัท การควบคุมการผลิตของผู้ผลิตที่บริษัทเลือกใช้ในการผลิตสินค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมและรวดเร็ว ตลอดจนการจัดเก็บและการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพรองรับการเติบโตของบริษัท ตั้งแต่การสรรหาบุคลากรผู้มีความรู้ความสามารถ การมุ่งพัฒนาศักยภาพของพนักงานภายในให้สามารถเติบโตได้ในองค์กร การบริหารค่าตอบแทนที่มีระบบการจัดการที่ยุติธรรม มีเกณฑ์การพิจารณาผลงานอย่างชัดเจนและพิสูจน์ได้ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจ

### วิสัยทัศน์

บมจ. แม็คกรุ๊ป มุ่งหวังที่จะเป็นองค์กรธุรกิจชั้นนำของเอเชีย ด้านเครื่องแต่งกาย และสินค้าที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคด้วยการบริหารจัดการแบรนด์หลากหลาย ให้เหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่าง และมุ่งมั่นที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุด ต่อผู้มีส่วนได้เสีย และลูกค้าของเราด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพ ในราคาที่เป็นธรรมผ่านช่องทางการจำหน่ายที่ครอบคลุมและบริการที่มีคุณภาพ สิ่งที่พนักงานยึดถือเป็นค่านิยมในการทำงานและการใช้ชีวิตเพื่อสะท้อนให้เห็นถึง ความเป็น MC GROUP

MOTIVATION	แรงจูงใจในการทำงาน เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า
COMMITMENT	ความยึดมั่นในคำสัญญาต่อลูกค้าและคู่ค้า บนหลักการดำเนินธุรกิจด้วยความสุจริต
WILLINGNESS	ความตั้งใจในการดำเนินธุรกิจ เพื่อส่งมอบสิ่งที่ดีที่สุดทั้งในสินค้า และบริการ
APPRECIATION	การชื่นชมยินดี เคารพในการทำงานของผู้อื่น ให้เกียรติ และมีน้ำใจต่อกัน
YES-MIND	Positivelyการคิดบวก พร้อมแก้ไขปัญหาในทุกสถานการณ์ และเชื่อว่าทุกปัญหา มีทางออก

### แบรนด์แม่ค

แบ่งออกเป็น 2 แบรนด์ คือ

1. แบรนด์แม็คกรุ๊ป มีสินค้าที่อยู่ภายใต้การควบคุมของแบรนด์แม็คกรุ๊ป ดังนี้ MC, Mc Lady, Bison, MC PINK, MC mini, The blue brother, MCMC, MCT,UP และ M&C AROMATIQUE ACTIVE





ภาพที่ 12 สินค้าภายใต้แบรนด์แม็คกรุป  
ที่มา: <http://www.mcgroupnet.com/brand>

## 2. แบนรต์ไทม์เดคโค

บริษัท ไทม์ เดคโค คอร์ปอเรชั่น จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือน มีนาคม พ.ศ. 2544 ประกอบธุรกิจนำเข้า และจัดจำหน่ายนาฬิกา แบนรต์ดังชั้นนำจากทั่วโลก และเป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย (EXCLUSIVE DISTRIBUTOR) ในปัจจุบัน บริษัทฯ ได้นำเข้านาฬิกากว่า 20 แบนรต์ ทั้งในกลุ่มของ FASHION และ FASHION LUXURY อาทิ BURBERRY, COACH, DIESEL, DKNY EMPORIO ARMANI, FOSSIL, HUGO, BOSS, JUICYCOUTURE, KENNETH COLE, NEW YORK LACOSTE, MARC BY MARC JACOBS, MICHAEL KORE, MOMO DESIGN ,SCUDERIA FERRARI TOMMY HILFIGER, TSOVET, VICTORINOX SWISS ARMY, ZENO WATCH BASEL ด้วยความหลากหลายของแบนรต์ดังจากทั่วโลก ไทม์ เดคโค คอร์ปอเรชั่น จำกัด จึงรวบรวมสุดยอดนาฬิกา เพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าได้ ในสไตล์ที่เป็นตัวเอง โดยภายใต้ไอดีเดียว “IDENTIFY YOUR TIME”



ภาพที่ 13 สินค้าภายใต้แบนรต์ไทม์เดคโค  
ที่มา: <http://www.mcgroupnet.com/brand>

### 3. ข้อมูลเศษผ้ายีนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต

#### 3.1 ปัญหาเศษผ้าจากอุตสาหกรรมการผลิต

จากการที่ผู้วิจัยศึกษา เนื่องจากการผลิตสินค้าในแต่ละวันนั้น ทำให้เกิดเศษผ้าที่ใช้ในโรงงาน มากยิ่งขึ้น ถ้านำไปขายสามารถขายได้เพียงกิโลละ 1 บาทเท่านั้น ปัญหาของเศษผ้าในอุตสาหกรรม การผลิตนั้น สร้างปัญหาให้กับโรงงานเป็นอย่างมาก เนื่องจากเศษผ้าไม่สามารถที่นำไปใช้ได้อีก จึงเป็น ที่มาของการคิดค้นว่า น่าจะนำเศษผ้าจากโรงงานมาพัฒนาให้เกิดเป็นสินค้าที่นำมา Reuse ได้ เป็น การลดปัญหาเศษผ้าในโรงงานอุตสาหกรรมและยังเป็นการลดภาวะโลกร้อนอีกด้วย จึงเป็นที่มาของ หลายโครงการที่พยายามนำเศษผ้ามาสร้างสรรค์เป็นผลงานชิ้นใหม่

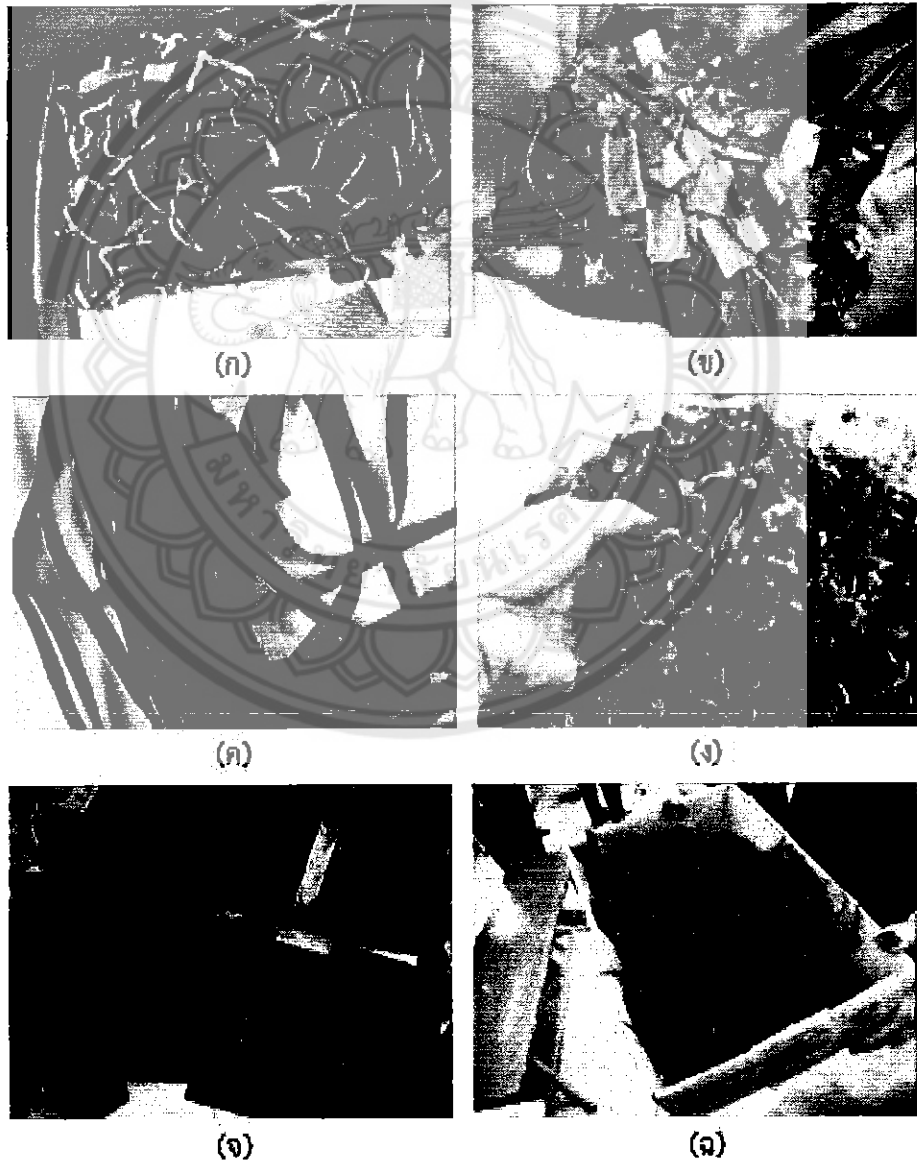
#### 3.2 ลักษณะของเศษผ้ายีนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต

บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทอุตสาหกรรมเสื้อผ้า โดยมีผลิตภัณฑ์หลักคือ กางเกงยีนส์ ที่มีการขายกระจายอยู่ทั่วประเทศและต่างประเทศจำนวนมาก จากปัญหาด้านเศษวัสดุ ที่มาจากการผลิตจำนวนมากและมีแนวคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ในโรงงานของตนเอง ทำให้บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จัดทำโครงการสร้างสรรค์งานออกแบบจากวัสดุเหลือใช้ร่วมกับ ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.สิงห์ อินทรชูโตและทีมงานเพื่อให้คำปรึกษาและแนะนำด้านความคิด สร้างสรรค์ โดยเน้นการพัฒนาในลักษณะ upcycling process เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศษวัสดุใน องค์กร โดยกำหนดกลุ่มผลิตภัณฑ์ 3 ลักษณะ ได้แก่ fashion accessories, furniture และ R & D materials จากความถนัดเดิมของ บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) คือการตัดเย็บกางเกงยีนส์และ เสื้อผ้าแฟชั่นรูปแบบต่าง ๆ และเน้นที่อุตสาหกรรมเสื้อผ้าเป็นหลัก ดังนั้น แนวทางในการพัฒนา ผลงานใหม่ ๆ ของบริษัทจึงยังคงเน้นการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีหลักของบริษัทคือการตัดเย็บมาใช้ พัฒนา นอกจากนี้ เพื่อพัฒนาบุคลากรในองค์กรจึงมีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพบุคคล ขององค์กรโดยเน้นการกระบวนการสร้างความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในองค์กรและการพัฒนาแบ ร์นด์เพื่อกำหนดภาพลักษณ์ของตราสินค้าในอนาคตได้พิจารณาข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น ปริมาณเศษวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ในกระบวนการทั้งที่รีไซเคิลได้และที่ต้องนำไปกำจัดใน รูปแบบต่าง ๆ ตามกระบวนการสมบัติของวัสดุที่มีซึ่งมีความแตกต่างกัน ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและ กระบวนการ รวมถึงต้นทุนและแรงงาน สิ่งเหล่านี้ทำให้บริษัท สร้างนวัตกรรมจากการพัฒนาโดย บุคลากรที่เปลี่ยนแนวคิดในการแก้ปัญหาเรื่องเศษวัสดุเหลือใช้มาเป็นการสร้างสรรค์เศษวัสดุจากการ

ออกแบบ โดยปรับเปลี่ยนจากผลิตภัณฑ์แฟชั่นเป็นผลิตภัณฑ์เพื่องานตกแต่งภายใน และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายนอก

### 3.2.1 ลักษณะของเศษผ้าใยสังเคราะห์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต

ตัวอย่างเศษวัสดุในโรงงาน (ก) เศษริมผ้า (ข) เศษขอบกางเกง (ค) เศษหูเข็มขัด (ง) เศษที่เหลือจากการตัดหูเข็มขัด (จ) เศษผ้าทดลองเย็บของพนักงานฝึกหัด และ (ฉ) เศษผ้าจากการตัดของเครื่องจักร



ภาพที่ 14 ตัวอย่างเศษวัสดุในโรงงาน

ที่มา: <http://www.thaitextile.org>

#### 4. ข้อมูลการออกแบบ

##### 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการออกแบบ

การออกแบบ หมายถึง การถ่ายทอดรูปแบบจากความคิดออกมาเป็น ผลงานที่ผู้อื่นสามารถมองเห็น รับรู้ หรือสัมผัสได้ เพื่อให้ มีความเข้าใจในผลงาน ร่วมกัน ความสำคัญของการออกแบบ มีอยู่หลายประการ กล่าวคือ

1. ในแง่ของการวางแผนการทำงานการออกแบบจะช่วยให้การทำงานเป็นไปตามขั้นตอนอย่างเหมาะสมและประหยัดเวลา ดังนั้นอาจถือว่าการออกแบบ คือ การวางแผนการทำงาน

2. ในแง่ของการนำเสนอผลงาน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจตรงกัน อย่างชัดเจน ดังนั้น ความสำคัญในด้านนี้ คือ เป็นสื่อความหมายเพื่อ ความเข้าใจ ระหว่างกัน

3. เป็นสิ่งที่ อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับงาน โดยงานบางประเภทอาจมีรายละเอียดมากมาย ซับซ้อน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องและผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า ผลงานออกแบบ คือ ตัวแทนทางความคิดของผู้ออกแบบได้ทั้งหมด

4. แบบ จะมีความสำคัญอย่างที่สุด ในกรณีที่นักออกแบบกับผู้สร้างงานหรือผู้ผลิตเป็นคนละคนกัน เช่น นักออกแบบกับผู้ผลิตโรงงาน หรือถ้าเปรียบไปแล้วนักออกแบบก็เหมือนคนเขียนบทละครนั่นเอง

แบบ เป็นผลงานจากการออกแบบ เป็นสิ่งที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์และฝีมือของนักออกแบบ ซึ่งแบบมีอยู่หลายลักษณะ ดังนี้ คือ

1. เป็นภาพวาดลายเส้น (drawing) ภาพระบายสี (Painting) ภาพถ่าย (Pictures) หรือแบบร่าง (Sketch) แบบที่มีรายละเอียด (Draft) เช่น แบบก่อสร้าง ภาพพิมพ์ (Printing) ฯลฯ ภาพต่าง ๆ ใช้แสดงรูปลักษณะของงาน หรือแสดงรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับงาน ที่เป็น 2 มิติ

2. เป็นแบบจำลอง (Model) หรือของจริง เป็นแบบอีกประเภทหนึ่งที่ใช้แสดงรายละเอียดของงานได้ชัดเจนกว่าภาพต่าง ๆ เนื่องจากมีลักษณะเป็น 3 มิติ ทำให้สามารถเข้าใจในผลงานได้ดีกว่า นอกจากนี้ แบบจำลองบางประเภทยังใช้งานได้ เหมือนของจริงอีกด้วยจึงสามารถใช้ในการทดลอง และทดสอบการทำงาน เพื่อหาข้อบกพร่องได้

## องค์ประกอบในการออกแบบ

การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อความหมาย จำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 7 ประการ คือ เส้น, รูปร่างรูปทรง, แสงและเงา, ช่องว่าง, สี, ลักษณะพื้นผิว, จุด ผู้ที่ทำการออกแบบจะต้องศึกษาองค์ประกอบ ในการออกแบบให้เข้าใจอย่างถ่องแท้เพื่อที่จะนำมาใช้ในงานออกแบบต่างๆได้อย่างเหมาะสม และมีคุณค่าในทางศิลปะ

### 1. เส้น (Line)

เส้นมีความยาว และมีมิติเดียว ในทางเรขาคณิต เส้น หมายถึงจุดที่มาเรียงกัน จนสามารถแสดงเป็นแนวตั้ง แนวอน เป็นเส้นโค้ง เป็นเส้นหัก แสดงทิศทางทำให้เกิดรูปร่าง เส้นสามารถแสดงให้เห็นความเคลื่อนไหว แสดงความเร็วได้ เส้นในลักษณะต่างๆ เมื่อนำมาบรรจบกันก็จะทำให้เกิดรูปร่างขึ้น เนื่องจากเส้นมีหลายลักษณะต่างกัน จึงมีความหมาย และคุณค่าไม่เหมือนกัน ซึ่งพอจะแยกลักษณะ และคุณค่าของเส้นแต่ละชนิดได้ดังนี้

1.1 เส้นตรง (Straight Line) หมายถึง เส้นตรงในทิศทางใด ทิศทาง หนึ่ง ให้ความรู้สึก แข็งแรง แน่นอน หยุตนิ่ง ถูกต้อง ตรง เข้มแข็ง ไม่ประนีประนอม รุนแรง เด็ดเดี่ยว ให้ความรู้สึกหยาบ และการเอาชนะ เส้นตรงใช้มากในทัศนศิลป์ ประเภทสถาปัตยกรรม

1.2 เส้นโค้ง (Curved Line) เส้นโค้ง ให้ความรู้สึกมีการเคลื่อนไหว เส้นโค้ง มีหลายลักษณะ คือ เส้นโค้งน้อย ๆ หรือเป็นคลื่นน้อย ๆ ให้ความรู้สึกสบาย เปลี่ยนแปลงได้ เลื่อนไหลต่อเนื่อง คลายความกระด้าง มีความกลมกลืน ในการเปลี่ยน ทิศทาง มีความเคลื่อนไหวช้า ๆ สุภาพ เย้ายวน มีความเป็น ผู้หญิง นุ่มนวล และอímเอิบ ถ้าใช้ เส้นแบบนี้มากเกินไป จะให้ความรู้สึกกังวล เรือย ๆ เฉื่อยชา ขาดจุดหมาย

1.3 เส้นฟันปลาหรือเส้นซิกแซก (Zigzag Line) เป็นเส้นคดที่หักเห โดยกะทันหัน เปลี่ยนทิศทาง รวดเร็วมาก ทำให้ ประสาทกระตุก ให้ความรู้สึกรุนแรง ตื่นเต้น สับสน วุ่นวาย ไม่แน่นอน ให้ จังหวะ กระแทก เกร็ง ทำให้นึกถึงพลังไฟฟ้า ฟ้าผ่า กิจกรรมที่ขัดแย้ง ความรุนแรง ต่อสู้ การทำลาย และสงคราม

## ทิศทางของเส้น

เส้นทุกเส้นมีทิศทาง คือ ทางแนวนอน ทางแนวตั้ง หรือทางแนวเฉียง ในแต่ละทิศทาง จะให้ความรู้สึก แตกต่างกัน ดังนี้

1. เส้นแนวนอน (Horizontal Line )เป็นเส้นเดินทางตามแนวนอน กลมกลืนกับ แรงดึงดูดของโลก ให้ความรู้สึก ในทางราบ กว้าง พักผ่อน เงียบ เหยย สงบ นิ่ง เป็นสัญลักษณ์ของการพักผ่อน ผ่อนคลาย ที่ให้ความรู้สึก เช่นนี้มาจากท่าทางของคนนอนที่เป็นการพักผ่อน ไปจนถึง ความสงบ ที่เหมือนกับท่านอนของคนไม่มีชีวิต



ภาพที่ 15 ตัวอย่างเส้นแนวนอน

ที่มา: <http://watkadarin.com>

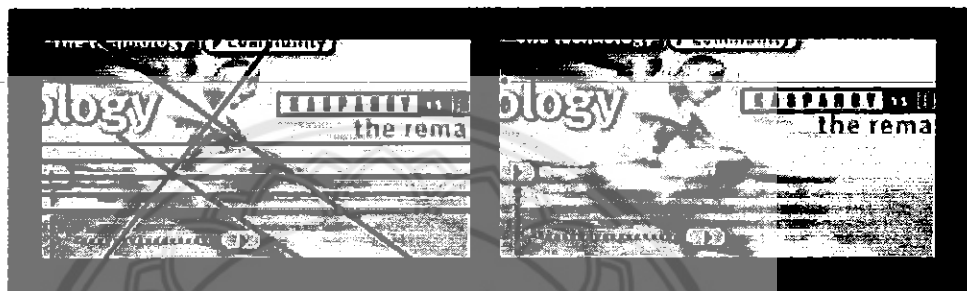
2. เส้นแนวตั้ง (Vertical Line) เป็นเส้นที่มีลักษณะตรงกันข้ามกับเส้นนอน คือเป็นเส้นที่เดินทางในแนวตั้ง ให้ความสมดุล มั่นคง แข็งแรง สูงสง่า พุ่งขึ้น จริงจัง และเงียบขรึม เป็นสัญลักษณ์ของความถูกต้อง ซื่อสัตย์ มีความสมบูรณ์ในตัว เป็นผู้ดี จริงจังเคร่งขรึม สง่า ทะเยอทะยาน และรุ่งเรือง ทั้งนี้มาจากท่าทางมนุษย์ เวลาตื่นตัวมีพลัง จะอยู่ในลักษณะยืนขึ้น มากกว่าการนอนราบ



ภาพที่ 16 ตัวอย่างเส้นแนวตั้ง

ที่มา: <http://watkadarin.com>

3. เส้นแนวเฉียง (Diagonal Line) เป็นเส้นที่อยู่ระหว่างเส้นนอน กับ เส้นตั้ง ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว รวดเร็ว ไม่สมบุรณ์ ไม่มั่นคง ต้องการเส้นเฉียง อีกเส้นหนึ่งมาช่วยให้มีความมั่นคง สมดุลขึ้น เส้นที่เฉียงและโค้ง ให้ความรู้สึกที่ขาดระเบียบ ตามยถากรรม ให้ความรู้สึกพุ่งเข้า หรือพุ่งออกจากที่ว่าง ในงานออกแบบทัศนศิลป์ เส้นเฉียง ให้ประโยชน์ในการลดความกระด้าง จากการใช้เส้นตั้ง และเส้นนอน



ภาพที่ 17 ตัวอย่างเส้นแนวเฉียง

ที่มา: <http://watkadarin.com>

## 2. รูปร่างและรูปทรง (Shape&Form)

รูปร่างเกิดจากเส้น และทิศทางที่มีปลายทั้งสองมาบรรจบกันเป็นรูป 2 มิติ มีแต่ความกว้างและความยาว ไม่มีความหนา หรือความลึก เส้นรอบนอกที่แยกพื้นที่ใหม่จากพื้นที่เดิม อาจจะแตกต่างไปจากสิ่งข้างเคียง โดยอาศัยสี (Color) ลักษณะผิว (Texture) เป็นส่วนเน้นทำให้เห็นความต่างรูปร่าง แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

2.1 รูปร่างธรรมชาติ (Natural Shape) หมายถึง รูปร่างที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น คน สัตว์ และพืช เป็นต้น

2.2 รูปร่างเรขาคณิต (Geometrical Shape) หมายถึง รูปร่างที่มนุษย์สร้างขึ้นมีโครงสร้างแน่นอน เช่น รูปสามเหลี่ยม รูปสี่เหลี่ยม และรูปวงกลม เป็นต้น

2.3 รูปร่างอิสระ (Free Shape) หมายถึง รูปร่างที่เกิดขึ้นตามความต้องการของผู้สร้างสรรค์ ให้ความรู้สึกที่เป็นเสรี ไม่มีโครงสร้างที่แน่นอนของตัวเอง เป็นไปตามอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม เช่น รูปร่างของหยดน้ำ เมฆ และควัน เป็นต้น



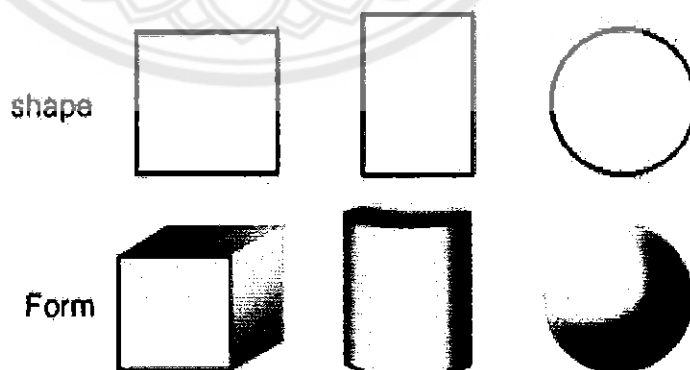
### รูปทรง (Form)

มีลักษณะเป็น 3 มิติ คือ มีความกว้าง ความยาว และความลึก หรือ ความสูง เมื่อเรามองเห็นเส้นขอบนอกเราจะเห็นรูปร่าง และ หากไม่มีแสงมาส่องกระทบ และทำให้เกิดเงาขึ้นแล้ว เราไม่อาจมองเห็นวัตถุชิ้นนั้นเป็นรูปทรงได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า เราจะเห็นรูปทรงได้จาก เส้น สี แสง เงา ถ้าวัตถุชิ้นนั้นมีปริมาตรเราก็จะเห็นเป็นภาพ 3 มิติได้ เช่น รูปทรงเรขาคณิต, รูปทรงตามธรรมชาติอย่างก้อนหิน, รูปทรงอิสระ ฯลฯ รูปทรงแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. รูปทรงจากธรรมชาติ ( Natural Form ) หมายถึง รูปทรงที่เกิดจากสิ่งมีชีวิตในธรรมชาติเช่น คน สัตว์ พืช โดยการนำมาถ่ายทอดเป็นงานศิลปะในลักษณะ 3 มิติ รูปทรงประเภทนี้จะให้ความรู้สึกมีชีวิต

2. รูปทรงเรขาคณิต ( Geometrical Form ) หมายถึง รูปทรงที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยเครื่องมือ ได้แก่ รูปทรงสามเหลี่ยม รูปทรงสี่เหลี่ยม รูปทรงกลม เป็นต้น รูปทรงเหล่านี้จะแสดงความกว้าง ความยาวและความหนาหรือความลึก มีความเป็นมวลหรือมีปริมาตร

3. รูปทรงอิสระ ( Free form ) รูปทรงอิสระหมายถึง รูปทรงที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้นไม่มีโครงสร้างเป็นมาตรฐานแน่นอนเหมือนรูปทรงเรขาคณิตหรือรูปทรงจากสิ่งมีชีวิต ได้แก่ รูปทรงของก้อนหิน ก้อนกรวด ดิน หยดน้ำ ก้อนเมฆ เปลวไฟ คลื่นน้ำ คลื่นทราย รูปปั้น ภาพเขียน เป็นต้น



ภาพที่ 18 รูปร่างและรูปทรง

ที่มา: <http://watkadarin.com>

### 3. แสงและเงา (Light & Shade)

แสงเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดเพราะเป็นต้นกำเนิดที่ทำให้เกิดภาพที่ตาของเราสามารถมองเห็น แสงที่เราเห็นเป็นสีขาวประกอบด้วยคลื่นแสงของสีหลาย ๆ สีมารวมกัน เมื่อแสงเดินทางไปกระทบวัตถุหนึ่ง ๆ คลื่นแสงของสีบางสีถูกวัตถุดูดกลืนไปและสะท้อนคลื่นแสงสีอื่นเข้าสู่ตาเราทำให้เรามองเห็นวัตถุเป็นสีนั้น การที่ตาของเราเห็นความเข้มของแสงที่บริเวณต่าง ๆ บนผิวของวัตถุไม่เท่ากัน เนื่องจากระยะห่างระหว่างแหล่งกำเนิดแสงกับผิวของวัตถุที่บริเวณต่าง ๆ ยาวไม่เท่ากัน และระนาบของผิวของวัตถุทำมุมกับแหล่งกำเนิดแสงไม่เท่ากัน บริเวณที่สว่างที่สุดบนผิววัตถุเรียกว่า Highlight ส่วนบริเวณของวัตถุที่ไม่ถูกแสงกระทบจะพบกับความมืด ความมืดบนผิวของวัตถุจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับว่ามีแสงจากที่ใดที่หนึ่งมากระทบน้อยหรือมาก บริเวณที่มืดที่สุดบนผิววัตถุเรียกว่า High Shade การที่แสงส่องมายังวัตถุ จะถูกตัววัตถุบังไว้ทำให้เกิดเงาของวัตถุไปปรากฏบนพื้นที่ที่ว่าง วัตถุนั้น บริเวณของเงาจะแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ส่วนที่มืดที่สุดเรียกว่า Umbra ส่วนที่มืดปานกลางเรียกว่า Penumbra ส่วนที่มืดน้อย เป็นวงจาง ๆ ถัดจาก Penumbra เรียกว่า Antumbra ซึ่งบางครั้งจะไม่ปรากฏขึ้นของ Antumbra ให้เห็น

#### แสงและเงา (Light & Shade)

เป็นองค์ประกอบของศิลป์ที่อยู่คู่กันแสงเมื่อส่องกระทบกับวัตถุจะทำให้เกิดเงา แสงและเงาเป็นตัวกำหนดระดับของค่าน้ำหนัก ความเข้มของเงาจะขึ้นอยู่กับความเข้มของแสง ในที่ที่มีแสงสว่างมาก เงาจะเข้มขึ้น และในที่ที่มีแสงสว่างน้อยเงาจะไม่ชัดเจนในที่ที่ไม่มีแสงสว่างจะไม่มีเงาและเงาจะอยู่ในทางตรงข้ามกับแสงเสมอ ค่าน้ำหนักของแสงและเงาที่เกิดบนวัตถุสามารถจำแนกเป็นลักษณะที่ต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. บริเวณแสงสว่างจัด (Hi-light) เป็นบริเวณที่อยู่ใกล้แหล่งกำเนิดแสงมากที่สุดจะมีความสว่างมากที่สุด ในวัตถุที่มีผิวมันวาวจะสะท้อนแหล่งกำเนิดแสงออกมาให้เห็นได้ชัด
2. บริเวณแสงสว่าง (Light) เป็นบริเวณที่ได้รับแสงสว่างรองลงมาจากบริเวณแสงสว่างจัด เนื่องจากอยู่ห่างจากแหล่งกำเนิดแสงออกมาและเริ่มมีค่าน้ำหนักอ่อน ๆ

3. บริเวณเงา (Shade) เป็นบริเวณที่ไม่ได้รับแสงสว่าง หรือเป็นบริเวณที่ถูกบดบังจาก แสงสว่าง ซึ่งจะมีค่าน้ำหนักเข้มมากขึ้นกว่าบริเวณแสงสว่าง

4. บริเวณเงาเข้มจัด (Hi-Shade) เป็นบริเวณที่อยู่ห่างจากแหล่งกำเนิดแสงมากที่สุดหรือเป็นบริเวณที่ถูกบดบังมาก ๆ หลาย ๆ ชั้นจะมีค่าน้ำหนักที่เข้มมากไปจนถึงเข้มที่สุด

5. บริเวณเงาตกทอด เป็นบริเวณของพื้นหลังที่เงาของวัตถุทาบลงไปเป็นบริเวณเงาที่อยู่ภายนอกวัตถุ และจะมีความเข้มของค่าน้ำหนักขึ้นอยู่กับความเข้มของเงาน้ำหนักของพื้นหลัง ทิศทางและระยะของ

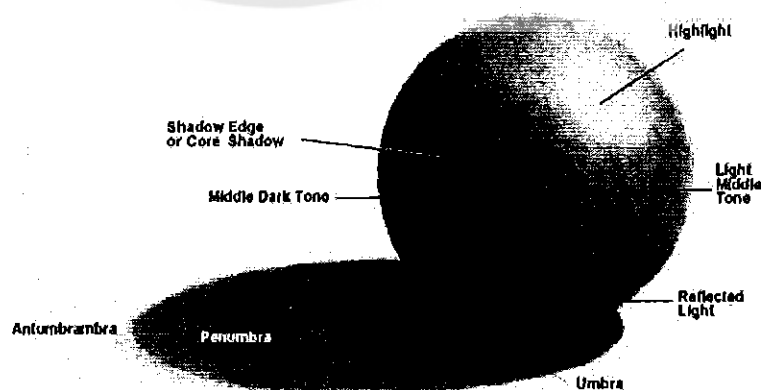
เงา

ความสำคัญของค่าน้ำหนัก

1. ให้ความแตกต่างระหว่างจุดเด่นและพื้นผิว(Texture) หรือรูปทรงกับที่ว่าง
2. ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว
3. ให้ความรู้สึกเป็น 2 มิติ แก่รูปร่าง และความเป็น 3 มิติแก่รูปทรง
4. ทำให้เกิดระยะความตื้น – ลึก และระยะใกล้ – ไกล
5. ทำให้เกิดความกลมกลืนประสานกันของภาพ

ดังนั้นในการออกแบบเรามักจำลองแสงออกมาเป็นสีเพื่อสร้างมิติและความหมายที่ต้องการสื่อ

ให้เกิดความรู้ และอารมณ์ต่างๆ



ภาพที่ 19 แสงและเงา

ที่มา: <http://watkadarin.com>

#### 4. ช่องว่าง (space)

ช่องว่าง (Space)คือ บริเวณว่างไม่มีขอบเขต ไม่สามารถจำกัดรูปทรงได้ หรือบริเวณว่างที่เป็นรูปทรงภายในขอบเขตของมวล ที่ว่างทั้งสองมิติ คือเป็นพื้นผิวที่แสดงความกว้างและความยาวและที่ว่างสามมิติ คือ เป็นพื้นผิวที่มีความกว้าง ความยาว และความหนา หรือความลึก หรือระยะห่างจากมวลหนึ่งกับอีกมวลหนึ่ง

คำจำกัดความของที่ว่าง คือ

1. ปริมาตรที่วัตถุ หรือ รูปทรงกินเนื้อที่อยู่
2. อากาศที่โอบรอบรูปทรงอยู่
3. ระยะห่างระหว่างรูปทรง
4. ปริมาตรของความว่างที่ถูกล้อมรอบด้วยขอบเขต
5. พื้นี่ระนาบ (Plane) สองมิติ ที่จิตรกรใช้เขียนรูปลงไป
6. การแทนค่าของความลึกลงบนระนาบที่เป็นสองมิติ ได้แก่ การเขียนรูปให้เห็นลวงตาว่ามีความลึก
7. ปฏิกริยาระหว่างน้ำหนักสี และรูปทรงที่มีผลต่อประสาทตา ที่ว่างแบบนี้เห็นได้ชัดเจนในงานจิตรกรรมแบบลวงตา(Op Art) ที่ปฏิกริยาระหว่างที่ว่างกับเส้น น้ำหนักหรือสี ทำให้ผู้ดูเห็นผิวพื้นของภาพลึก ตื้น นูน เว้า เป็นการสร้างความลึกลวงตาอีกวิธีหนึ่ง

ประเภทของที่ว่าง (Types of Space)

ตามลักษณะที่ปรากฏให้เห็นได้ 2 ประเภท คือ

1. ที่ว่าง 3 มิติ (Three Dimension Space) หมายถึง ที่ว่างที่เกิดขึ้นจริงทางกายภาพ (Physical) มีความกว้าง ความยาว ความหนา หรือความลึก ที่สัมผัสได้จริง ได้แก่ วัตถุสิ่งของที่มีปริมาตร เช่น ประติมากรรม และสถาปัตยกรรม
2. ที่ว่าง 2 มิติ (Two Dimension Space) หมายถึง ที่ว่างที่เกิดขึ้นจริงทางกายภาพ (Physical) มีความกว้างและความยาวที่สัมผัสได้จริง ได้แก่ แผ่นภาพ ผ้าใบ กระดาษหรือที่ว่างระหว่างรูปทรงในงานจิตรกรรมที่มีได้แสดงความลึก

## การแบ่งประเภทของที่ว่าง (Types of Space)

ตามลักษณะที่สัมพันธ์กับรูปทรง แบ่งเป็น 3 ประเภท

1. ที่ว่างบวก (Positive Space) หมายถึง ที่ว่างที่เป็นรูป (Figure) ซึ่งอาจเป็นรูปร่างสองมิติ หรือรูปทรงสามมิติ

2. ที่ว่างลบ (Negative Space) หมายถึง ที่ว่างที่ล้อมรอบวัตถุ มีลักษณะเป็นพื้นฉากหลัง (Back Ground)

3. ที่ว่างที่เป็นกลาง (Neutral Space) หมายถึง ที่ว่างซึ่งว่างเปล่าไม่มีการกำหนดขอบเขต ได้แก่ กระจกเปลว ผ้าใบเปลว ที่ว่างของผนัง หรือที่ว่างในอวกาศ

## หน้าที่ของที่ว่าง (Function of Space)

1. ที่ว่าง (Space) มีพลังเคลื่อนไหวที่ว่างที่เป็นกลางหรือศูนย์ (Neutral Space) เป็นที่ว่างที่ว่างเปล่าจริงๆ ได้แก่ พื้นผิวของกระดาษขาว ผ้าใบสีขาวและว่างเปล่า เปรียบเทียบกับพื้นผิวน้ำที่สงบนิ่ง ความเงียบ สงบของราตรีกาล ความมืดสนิทในคืนเดือนมืด ที่ว่างเหล่านี้จะไม่ปรากฏหลังการเคลื่อนไหวใดๆ ทั้งสิ้น ในขณะที่เกิดพลังเคลื่อนไหวในที่ว่างนั้น จะมีจุดเริ่มต้นของการเกิดและจะลดพลังการเคลื่อนไหวไปเรื่อยๆ จนสงบจากจุดเริ่มถึงจุดสงบ จะต้องใช้เวลาด้วย นั่นคือการเคลื่อนไหวนั้นต้องอาศัยที่ว่าง (Space) และเวลา (Time) ความเคลื่อนไหวหรือเวลาจึงเป็นงานศิลปกรรมที่ดูได้นานๆ เกิดการเคลื่อนไหวของสายตาดตลอดเวลาเมื่อปรากฏรูปทรงในที่ว่างในตำแหน่งที่ต่างกันจะเกิดพลังการเคลื่อนไหวของที่ว่างที่ต่างกันจากภาพ

2. ที่ว่าง 3 มิติ ในงานจิตรกรรมเป็นมิติลวง (Illusion) เป็นที่ว่างลวงตา (Pictorial Space) เมื่อดูภาพจิตรกรรมจะเห็นว่ามียระยะตื้นลึก แต่ไม่สามารถสัมผัสจริงๆ ได้ เหมือนงานประติมากรรมหรือสถาปัตยกรรม

## 5. สี (Color)

สี คือการรับรู้ความถี่ (หรือความยาวคลื่น) ของแสง ในทำนองเดียวกันกับที่ระดับเสียงมนุษย์สามารถรับรู้สีได้เนื่องจากโครงสร้างอันละเอียดอ่อนของดวงตา ซึ่งมีความสามารถในการรับรู้แสงในช่วงความถี่ที่ต่างกัน การรับรู้สีนั้นขึ้นกับปัจจัยทางชีวภาพ (คนบางคนตาบอดสี ซึ่งหมายถึงคนคน

นั้นเห็นสีบางค่าต่างจากคนอื่นหรือไม่สามารถแยกแยะสีที่มีค่าความอิ่มตัวใกล้เคียงกันได้ หรือแม้กระทั่งไม่สามารถเห็นสีได้เลยมาแต่กำเนิด), ความทรงจำระยะยาวของบุคคลผู้นั้น, และผลกระทบระยะสั้น เช่น สีที่อยู่ข้างเคียง บางครั้งเราเรียกแขนงของวิชาที่ศึกษาเรื่องของสีว่า วิทยาศาสตร์ วิชานี้จะครอบคลุมเรื่องของการรับรู้ของสีโดยดวงตาของมนุษย์, แหล่งที่มาของสีในวัตถุ, ทฤษฎีสีในวิชาศิลปะ, และฟิสิกส์ของสีในสเปกตรัมแม่เหล็กไฟฟ้า

สี ( Color ) หมายถึง สีเป็นปรากฏการณ์ของแสงที่ส่องกระทบวัตถุ สะท้อนเข้าสู่ตามนุษย์ สี

และการนำไปใช้

5.1 วรรณะของสี (Tone) จากวงจรสีธรรมชาติ ในทางศิลปะได้มีการแบ่งวรรณะของสีออกเป็น 2 วรรณะ คือ

5.1.2 สีวรรณะร้อน ( Warm Tone ) ได้แก่สีที่ทำให้ความรู้สึกอบอุ่นหรือร้อน เช่น สีเหลือง ส้มเหลือง ส้ม ส้มแดง แดง ม่วงแดง เป็นต้น

สีแดง กล้าหาญ อันตราย เร้าใจ สะดุดตา

สีเหลือง สว่างที่สุด บริสุทธิ์ แจ่มใส เลื่อมใส

สีส้ม ร้อนแรง สนุกสนาน รื่นเริง เปรี๊ยะ

5.1.3 สีวรรณะเย็น ( Cold Tone ) ได้แก่ สีที่ทำให้ความรู้สึกเย็น สงบ สบาย เช่น สีเขียว เขียวเหลือง เขียวน้ำเงิน น้ำเงิน ม่วงน้ำเงิน ม่วง เป็นต้น

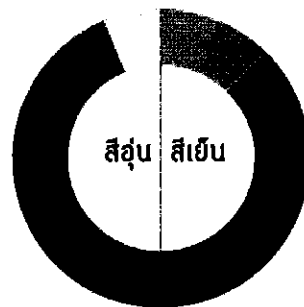
สีน้ำเงิน สงบ สุขุม สันติภาพ ภูมิฐาน

สีเขียว ความหวัง สดชื่น ชุ่มชื้น ร่มเย็น

สีม่วง ร่ำรวย โอ่อ่า งอกงาม

สีขาว สะอาด บริสุทธิ์ กระจ่างแจ้ง มั่นคง เบา

สีดำ เศร้า ความตาย หนัก



warm colors and cool colors

ภาพที่ 20 สีอุ่นและสีเย็น

ที่มา: <http://watkadarin.com>

5.2 ค่าของสี (Value of colour) หมายถึง สีใดสีหนึ่งทำให้ค่อย ๆ จางลงจนขาวหรือสว่างและทำให้ค่อย ๆ เข้มขึ้นจนมืด

5.3 สีเอกรงค์ (Monochrome) หมายถึง สีที่แสดงอิทธิพลเด่นชัดออกมาเพียงสีเดียว หรือใช้เพียงสีเดียวในการเขียนภาพ โดยให้ค่าของสีอ่อน กลาง แก่ คล้ายกับภาพถ่ายขาว ดำ



ภาพที่ 21 ตัวอย่างภาพสีเอกรงค์

ที่มา: <http://watkadarin.com>

5.4 สีส่วนรวม (Tonality) หมายถึง สีใดสีหนึ่งที่ให้อิทธิพลเหนือสีอื่นทั้งหมด เช่น การเขียนภาพทิวทัศน์ ปรากฏสีส่วนรวมเป็นสีเขียว สีนํ้าเงิน เป็นต้น

5.5 สีที่ปรากฏเด่น (Intensity)

5.6 สีตรงข้ามกันหรือสีตัดกัน (Contrast) หมายถึง สีที่อยู่ตรงกันข้ามในวงจรรสีธรรมชาติ เช่น สีแดงกับสีเขียว สีน้ำเงินกับสีส้ม สีม่วงกับสีเหลือง

น้ำหนักสี (Tone) หรือวรรณะของสี หมายถึง ระดับความเข้มที่แตกต่างกันของสีหรือค่าความอ่อนแก่ของสี ไล่ระดับกันไป เช่น ดำ – เทาเข้ม – เทากลาง – เทาอ่อน – ขาว โทนก็มีผลต่อความรู้สึกคล้ายกับสีนั่นเอง เพียงแต่จะละเอียดอ่อนมากขึ้น มีค่าความแตกต่างกันเล็กน้อย แต่มีผลต่อความรู้สึก นึกคิด ของมนุษย์ เช่น น้ำหนักของสี วงจรสีและสีวรรณะร้อน วงจรสีและสีวรรณะเย็น

ในผลงานชิ้นหนึ่ง อาจจะใช้สีให้กลมกลืนกันหรือตัดกันเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง หรืออาจจะใช้พร้อมกันทั้ง 2 อย่างทั้งนี้แล้วแต่ความต้องการ และความคิดสร้างสรรค์ของเรา ไม่มีหลักการ หรือรูปแบบที่ตายตัว ในงานออกแบบ หรือการจัดภาพ หากเรารู้จักใช้สีให้มีสภาพโดยรวมเป็นวรรณะร้อนหรือวรรณะเย็น เราจะ สามารถควบคุม และสร้างสรรค์ภาพให้เกิดความประสานกลมกลืน งดงามได้ง่ายขึ้น เพราะสีมีอิทธิพลต่อ มวล ปริมาตร และช่องว่าง สีมีคุณสมบัติที่ทำให้เกิดความกลมกลืน หรือขัดแย้งได้ สีสามารถขับเน้นให้ให้เกิดจุดเด่น และการรวมกันให้เกิดเป็นหน่วยเดียวกันได้ เราในฐานะผู้ใช้สีต้องนำหลักการต่างๆของสีไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้อง กับเป้าหมายในงานของเรา เพราะสีมีผลต่อการออกแบบ คือ

1. สร้างความรู้สึก สีให้ความรู้สึกต่อผู้พบเห็นแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และภูมิหลัง ของแต่ละคนสีบางสีสามารถรักษาบำบัดโรคจิตบางชนิดได้ การใช้สีภายใน หรือภายนอกอาคาร จะมีผลต่อการ สัมผัส และสร้างบรรยากาศได้
2. สร้างความน่าสนใจ สีมีอิทธิพลต่องานศิลปะการออกแบบ จะช่วยสร้างความประทับใจ และความน่าสนใจเป็นอันดับแรกที่พบเห็น
3. สีบอกสัญลักษณ์ของวัตถุ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ หรือภูมิหลัง เช่น สีแดงสัญลักษณ์ของไฟ หรืออันตราย สีเขียวสัญลักษณ์แทนพืช หรือความปลอดภัย เป็นต้น
4. สีช่วยให้เกิดการรับรู้ และจดจำ งานศิลปะการออกแบบต้องการให้ผู้พบเห็นเกิดการจดจำในรูปแบบ และผลงานหรือเกิดความประทับใจ การใช้สีจะต้องสะดุดตา และมีเอกภาพ



## 6. ลักษณะพื้นผิว (Texture)

พื้นผิว หมายถึง ลักษณะของบริเวณผิวหน้าของสิ่งต่าง ๆ ที่เมื่อสัมผัสแล้วสามารถ รับรู้ได้ว่ามีลักษณะอย่างไร คือรู้ว่า หยาบ ขรุขระ เรียบ มัน ด้าน เนียน สาก เป็นต้น

ลักษณะที่สัมผัสได้ของพื้นผิว มี 2 ประเภท คือ

1. พื้นผิวที่สัมผัสได้ด้วยมือ หรือกายสัมผัส เป็นลักษณะพื้นผิวที่เป็นอยู่จริง ๆ ของ ผิวหน้าของวัสดุนั้น ๆ ซึ่งสามารถสัมผัสได้จากงานประติมากรรม งานสถาปัตยกรรม และสิ่งประดิษฐ์อื่น ๆ

2. พื้นผิวที่สัมผัสได้ด้วยสายตา จากการมองเห็นแต่ไม่ใช่ลักษณะที่แท้จริงของผิว วัสดุนั้น ๆ เช่น การวาดภาพก้อนหินบนกระดาษ จะให้ความรู้สึกเป็นก้อนหินแต่ มือสัมผัสเป็นกระดาษ หรือใช้กระดาษพิมพ์ลายไม้ หรือลายหินอ่อน เพื่อปะทับ บนผิวหน้าของสิ่งต่าง ๆ เป็นต้น ลักษณะเช่นนี้ถือว่า เป็นการสร้างพื้นผิวลวงตา ให้สัมผัสได้ด้วยการมองเห็นเท่านั้น

พื้นผิวลักษณะต่าง ๆ จะให้ความรู้สึกต่องานศิลปะที่แตกต่างกัน พื้นผิวหยาบจะ ให้ความรู้สึก กระตุ้นประสาท หนักแน่น มั่นคง แข็งแรง ท้าวม ในขณะพื้นผิวเรียบ จะให้ความรู้สึกเบา สบาย การ ใช้ลักษณะของพื้นผิวที่แตกต่างกัน เห็นได้ชัดเจน จากงานประติมากรรม และมากที่สุดในงาน สถาปัตยกรรมซึ่งมีการรวมเอาลักษณะ ต่าง ๆ กันของพื้นผิววัสดุหลาย ๆ อย่าง เช่น อิฐ ไม้ โลหะ กระฉก คอนกรีต หิน ซึ่งมีความขัดแย้งกันแต่สถาปนิกได้นำมาผสมกลมกลืนได้อย่างเหมาะสม ลงตัว จน เกิดความสวยงาม

## 7. จุด (Dot)

จุด Dot หมายถึง รอยกด จุด แต้ม มีลักษณะกลมเป็นส่วนประกอบที่เล็กที่สุดเป็นพื้นฐานที่สำคัญในงานออกแบบทุกชนิด แม้แต่ตัวอักษร และภาพจากเครื่องคอมพิวเตอร์ยัง ประกอบ ด้วยจุดหลายพันหลายหมื่นจุด เมื่อนำจุดมาเรียงกันในตำแหน่งที่เหมาะสมก็จะเกิดเป็นรูปร่าง รูปทรง ระยะใกล้ ใกล้ ทำให้งานออกแบบสร้างความรู้สึกตื่นเต้น และดึงดูดความสนใจ ลักษณะจุดแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

1.1 จุดที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ จุดในลายของสัตว์ เช่น แมว หมา กวาง เสือดาว ปลา เปลือกหอย จุดที่พบเห็นทั่วไปในส่วนต่าง ๆ ของพืช เช่น ลำต้น ดอกไม้ ใบ ข้าวโพด ปะการัง เมล็ดถั่ว และจุดในแมลงต่างๆ เช่น ผีเสื้อ เต่าทอง เป็นต้น

1.2 จุดที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น การแต้ม ขีด จิ้ม กด กระทบ ด้วยวัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น ดินสอดำ ปากกา พู่กัน วัสดุปลายแหลมหรือเครื่องมืออื่น ๆ จุดมีอิทธิพลกับมนุษย์มากในการออกแบบ มนุษย์ออกแบบลูกคิดสำหรับคิดเลข ออกแบบร้อยลูกปัดเป็นสร้อยคอและเครื่องประดับต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนเกิดจากจุดทั้งสิ้น

การนำจุดมาใช้ในการออกแบบสามารถทำได้หลายแบบดังนี้

1. ลักษณะการจัดที่เรียงกันและทำซ้ำกัน ( Repetition )
2. ลักษณะการจัดโดยใช้ช่องจังหวะที่ซ้ำกัน ( Rhythm )
3. ลักษณะการจัดโดยให้เหมือนกับ สมดุลกันทั้ง 2 ด้าน ( Symmetry Balance )
4. ลักษณะการจัดโดยให้สมดุลไม่เท่ากัน 2 ด้าน ( Asymmetry Balance )
5. ลักษณะการจัดให้เป็นรูปแบบต่าง ๆ ( Pattern )

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รุ่งทิพย์ ลุยเลา (2558) ได้ศึกษา ขากางเกงยีนส์คู่ Wall art : กรณีศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอโดยใช้กระบวนการสร้างสรรค์การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุ โดยมีแนวคิดหลักดังนี้ ใช้เศษวัสดุที่เกิดขึ้นภายในกระบวนการผลิตเป็นหลัก โดยเศษวัสดุนั้นต้องมีปริมาณมากพอที่จะสามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง ใช้กระบวนการและวิธีการที่บุคลากรในองค์กรมีความเชี่ยวชาญอยู่แล้วเป็นหลัก เช่น งานเย็บใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีอยู่ภายในโรงงาน พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมมากที่สุด หลังจากพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบแล้วมีการนำเสนอแนวคิดให้กับพนักงานเพื่อนำไปต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยมีแนวคิดดังนี้ แสดงให้เห็นวิธีการและการประยุกต์การออกแบบในมุมมองใหม่โดยนำเสนอผ่านต้นแบบ ซึ่งเป็นสิ่งที่พนักงานมีความชำนาญอยู่แล้ว เช่น การเย็บ กระตุ้นให้พนักงานเห็นศักยภาพของตนเอง สร้างแรงจูงใจ ความสนใจเรียนรู้และ

สิ่งที่สามารถทำได้จริงผ่านตัวอย่างที่สำเร็จแล้วระดมสมองเพื่อแลกเปลี่ยนแนวความคิดและวิธีการต่าง ๆ ระหว่างทีมที่ปรึกษากับพนักงาน พนักงานสามารถพัฒนาต่อยอดแนวคิดให้เป็นผลงานใหม่ได้



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินงานวิจัย

สำหรับงานวิจัยเล่มนี้ ทางผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากเศษผ้า ยีนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิตโดยผู้วิจัยได้กำหนดการวิจัยตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร : เพศหญิงที่อาศัยอยู่ในจังหวัดพิษณุโลก อายุ 20 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่าง : เพศหญิง อายุ 24 - 35 ปี ว่างทำงาน มีรายได้เฉลี่ย 5,000 บาทขึ้นไป อาศัยอยู่ในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 50 คน

โดยทางผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 50 คน โดยผู้วิจัยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากร้านขายเสื้อผ้าตามห้างสรรพสินค้าจังหวัดพิษณุโลก สำหรับเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สัมภาษณ์ทางผู้วิจัยได้เลือกการสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ผู้อำนวยการและกิจกรรมสัมพันธ์ บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

ในงานวิจัยทางผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในงานวิจัย สำหรับสอบถามความพึงพอใจในการออกแบบเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากเศษผ้า เพื่อเป็นสำรวจกลุ่มตัวอย่างว่าการออกแบบสามารถนำไปใช้งานได้จริง โดยแบบเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถาม เพื่อเป็นแนวทางให้ได้ข้อมูลด้านประสิทธิภาพต่างๆ เช่น ด้านการออกแบบ ด้านความเหมาะสมในชีวิตประจำวัน ด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งมีค่าการวัดดังนี้

5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย
- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับงานวิจัยทางผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ 1 คน ผู้อำนวยการพัฒนาองค์กรและกิจกรรมสัมพันธ์ บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ในวันที่ 12 ตุลาคม 2560 เวลา 13.00 น. และแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 50 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้นได้ใช้การเลือกแบบสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สํารวจกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามตามร้านเสื้อผ้าห้างสรรพสินค้าทั่วไปในจังหวัดพิษณุโลก

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จากเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยโดยมีขั้นตอน ดังนี้

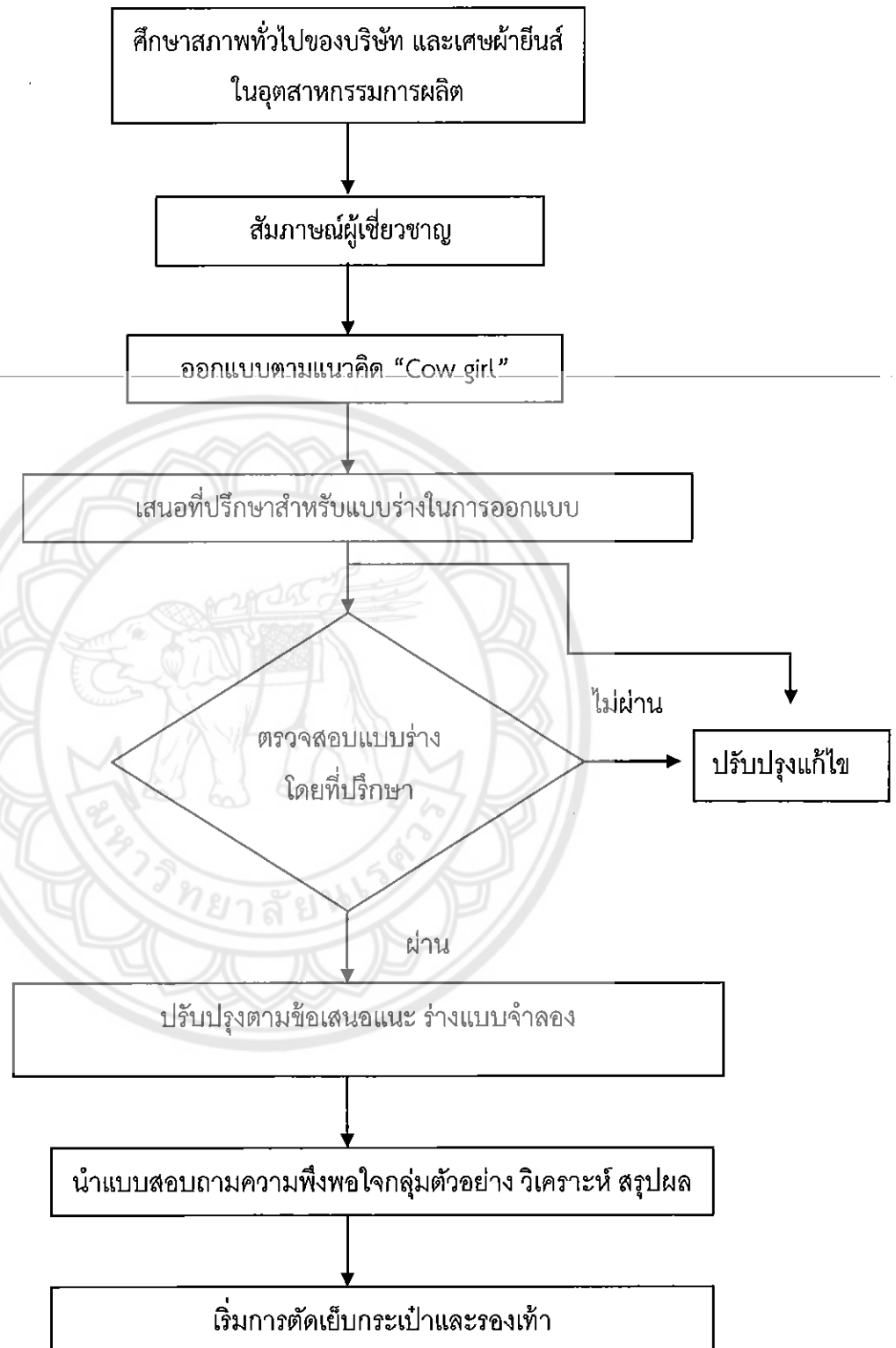
1. การสัมภาษณ์ ประเด็นที่ใช้ในการสัมภาษณ์ มีทั้งหมด 4 หัวข้อ
  - 1.1 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท
  - 1.2 ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้การตัดเย็บของบริษัท
  - 1.3 ปัญหาของเศษผ้าที่เหลือ
  - 1.4 ข้อเสนอแนะในการใช้เศษผ้า
2. แบบสอบถาม สำหรับสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง
 

นำข้อมูลที่จากการเก็บแบบสอบถาม พร้อมรูปแบบจริง มาวิเคราะห์ในแต่ละด้าน เพื่อนำผลไปสรุป ในด้านความพึงพอใจของการออกแบบ วิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นในรูปแบบของการออกแบบโดยนำเศษผ้ายีนส์ที่เหลือมาออกเป็นเครื่องประกอบการแต่งกายของสตรี โดยการวิเคราะห์ข้อมูล จาก ค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ



แผนภูมิ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

### แนวความคิดการออกแบบ

แบบร่างที่ 1 การออกแบบใช้เศษผ้าที่เหลือมาตัดเป็นรูปแบบรองเท้าและกระเป๋า โดยเน้นลวดลายที่เรียบง่าย



ภาพ 22 แบบร่างที่ 1

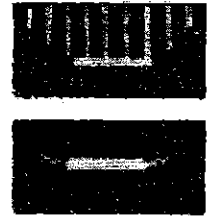
แบบร่างที่ 2 โดยการออกแบบมีการเพิ่มลวดลาย ใช้เศษผ้าที่เหลือมาจัดรูปแบบให้เป็นเส้นสร้างความโดดเด่น



ภาพที่ 23 แบบร่างที่ 2

แบบร่าง 3 มีการผสมผสานลวดลายโดยใช้เศษผ้ามาตัดเย็บให้โดยเน้นลวดลายขวางสลับตรง

เพื่อเพิ่มลูกเล่นให้กับผลงาน



ภาพที่ 24 แบบร่างที่ 3





## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การสัมภาษณ์ ผู้อำนวยการพัฒนาองค์กรและกิจกรรมสัมพันธ์ บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 12 ตุลาคม 2560 เวลา 13.00 น. ประเด็นที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก มีดังนี้

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ทางผู้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลสั้นๆ เกี่ยวกับข้อมูลบริษัท ดังนี้ บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย มุ่งหวังที่จะเป็นองค์กรธุรกิจชั้นนำของเอเชีย ด้านเครื่องแต่งกายและสินค้าที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค ด้วยการบริหารจัดการแบรนด์หลากหลาย ให้เหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่าง และมุ่งมั่นที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้มีส่วนได้เสีย และลูกค้าของเราด้วยผลิตภัณฑ์คุณภาพ ในราคาที่เป็นธรรม ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุม และการบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งแบรนด์ที่อยู่ภายใต้การควบคุมนั้นมีหลายแบรนด์ อาทิ เช่น Mc, Mclady, Bison, Mc PINK, Mc mini, The blue brother, mc mc Up, M&C เป็นต้น

#### 2. สินค้าที่อยู่ภายใต้การตัดเย็บของบริษัท

อย่างที่กล่าวไว้ตอนแรก เรามีบริษัทที่อยู่ในเครื่องและภายใต้การควบคุมที่ค่อนข้างมาก ซึ่งเรามีการผลิตเองและนำเข้ามา ซึ่งการผลิตเองนั้นส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ได้แบรนด์ Mc ที่มีหลักๆ Mc, Mc lady, mc mc ซึ่งสินค้านี้กล่าวว่าเป็นผลผลิตจากโรงงานของเราทั้งหมด ผลิตในไทย อาจจะมีบางรุ่น บางครั้ง ที่ได้รับการตัดเย็บจากโรงงานประเทศเพื่อนบ้าน การนำเข้า ซึ่งการผลิตหลักๆจะอยู่ในประเทศไทย อาจจะเป็นสินค้าที่สามารถบอกได้ว่า Made in Thailand โดยที่เราสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้มากขึ้น ด้วยราคาที่ไม่แพง แต่มีคุณภาพตรงกับคนไทย ซึ่งเรามีหลากหลายสินค้า ไม่ว่าจะเป็นกางเกงยีนส์ เสื้อยืด เสื้อเชิ้ต เสื้อกันหนาว มีหลากหลายราคา หลากหลายแบรนด์ซึ่ง สามารถที่จะเข้าไปครองใจในทุกกลุ่มทุกวัย ทุกคนสามารถสวมใส่ยีนส์ที่มีคุณภาพ ราคาไม่แพง ซึ่ง Mc อาจจะเป็นเหตุผลแรกๆของคนที่จะเลือกซื้อยีนส์

#### 3. ปัญหาของเศษผ้าที่เหลือ

ทางบริษัทของเรามองเรื่องนี้ เป็นเรื่องที่สำคัญมาก เนื่องจากในแต่ละวันเรามีการตัดเย็บ

สินค้าตลอดเวลา ซึ่งปัญหาหลักๆคือ การที่เศษผ้าจำนวนมากที่เหลือจากการตัดเย็บและไม่ได้นำตรงนั้นมาใช้ให้เกิดคุณค่า ซึ่งถ้านำไปขายคงได้ไม่เกินกิโลละ 1 บาท ในช่วงปี 2559 ทางบริษัทเริ่มที่จะมีการจัดโครงการต่างๆ ที่จะเน้นการนำเศษผ้าที่เหลือจากอุตสาหกรรมไปต่อยอดออกมาเป็นสินค้าต่างๆ อย่างเช่นกระเป๋า รองเท้า การออกแบบแนวแพทเวิร์ค ต่างๆ ซึ่งทางบริษัทยังดี ทางมีการนำเศษผ้าของทางบริษัทที่เหลือจากการผลิต ไปต่อยอดทำออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งสามารถลดปัญหาจากเศษผ้าที่เหลือและเป็นการนำของที่มองว่าไม่มีคุณค่ากลับมาทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้มีคุณค่า ทางบริษัทยังดีที่จะเผยแพร่ข้อมูลและส่งเสริมงานดังกล่าว

#### 4.ข้อเสนอแนะในการใช้เศษผ้า

ทางบริษัทอยากให้นำเศษผ้าที่เกิดจากการตัดเย็บ มาออกแบบพัฒนาเป็นต้นแบบของทางบริษัท ซึ่งหลักๆทางบริษัทจะมองว่า ถ้ามีผู้วิจัยหรือโครงการใดๆ มาพัฒนาเศษผ้าที่เหลือจากการตัดเย็บ ทางบริษัทมองว่ามีคุณค่ามาก แต่ในทางระยะยาว อยากให้มีการออกแบบที่นำเศษผ้ายืนส์ที่เหลือจากการผลิตในปัจจุบัน มีการพัฒนาออกแบบให้สามารถขายตามท้องตลาดได้ ซึ่งทางบริษัทมองว่าเราสามารถที่จะใช้เศษผ้าที่เหลือให้เกิดประโยชน์ เป็นการทำให้ประหยัดต้นทุน เพิ่มความหลากหลายของตัวสินค้า เป็นการนำของที่เรามองว่าไร้ค่า กลับมาสร้างสรรค์สินค้าที่มีคุณค่า เป็นการลดปริมาณของขยะที่เกิดจากเศษผ้า นำของที่ไร้ค่ากลับมาผลิตให้สิ่งของนั้นกลับมามีคุณค่าอีกครั้ง

หลังจากที่มีการสัมภาษณ์ ทางผู้วิจัยได้ทำการออกแบบร่างงานวิจัย ตามแนวคิด cow girl โดยได้รับการคำแนะนำจากที่ปรึกษาในการพัฒนารูปแบบ ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง แบบร่างทั้ง 3 นั้น ได้ถูกนำมาเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 50 คน ซึ่งแบบที่จะถูกนำมาตัดเย็บนั้นได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง มีผลดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 รูปแบบการใช้งานของกระเป๋าและรองเท้า

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### ตาราง 1 เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	50	100
รวม	50	100

จากตาราง 1 ในงานวิจัย ใช้เพศหญิงทั้งหมด 50 คน คิดเป็นร้อยละ 100

#### ตาราง 2 อายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20-25 ปี	34	68
26-30 ปี	10	20
31-35 ปี	4	8
36 ปีขึ้นไป	2	4
รวม	50	100

จากตาราง 2 กลุ่มอายุ 20 – 25 ปี มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 68 กลุ่มอายุ 26-30 ปี มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 กลุ่มอายุ 31-35 ปี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และกลุ่มอายุ 36 ปีขึ้นไปมี 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

#### ตาราง 3 รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5,000- 10,000 บาท	18	36
10,001-15,000 บาท	22	44
15,001 บาทขึ้นไป	10	20
รวม	50	100

จากตาราง 3 กลุ่มรายได้ 5,000- 10,000 บาท มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36 กลุ่ม

รายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44 และกลุ่มรายได้ 15,0001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20

ตาราง 4 จำนวนยีนส์ที่มีครอบครอง

จำนวนยีนส์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ตัว	5	10
2 ตัว	12	24
3 ตัว	26	52
4 ตัวขึ้นไป	7	14
รวม	50	100

จากตาราง 4 จำนวนยีนส์ที่กลุ่มตัวอย่างมีครอบครอง 1 ตัว มีจำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 10 2 ตัว มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 3 ตัว มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และ 4ตัวขึ้นไป มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14

ส่วนที่ 2 รูปแบบของกระเป๋าและรองเท้า 3 แบบ

ตาราง 5 รูปแบบของรองเท้า ที่กลุ่มตัวอย่างเลือก

แบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รูปแบบ 1	29	58
รูปแบบ 2	12	24
รูปแบบ 3	9	18
รวม	50	100

จากตาราง 5 รูปแบบรองเท้า รูปแบบที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเลือก 29 คน คิดเป็นร้อยละ 58 รูปแบบที่ 2 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 และรูปแบบ 3 มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18

ตาราง 6 รูปแบบของกระเป๋าทึ่กลุ่มตัวอย่างเลือก

แบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รูปแบบ 1	17	34
รูปแบบ 2	9	18
รูปแบบ 3	24	48
รวม	50	100

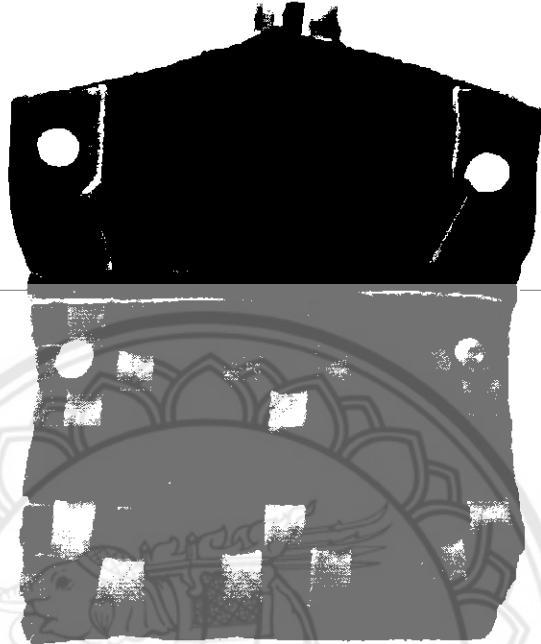
จากตาราง 6 รูปแบบกระเป๋ารูปแบบ 1 มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34 รูปแบบ 2 มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18รูปแบบ 3 มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48

ซึ่งหลังจากได้ผลสรุปของงานวิจัย ได้รูปแบบรองเท้าแบบที่ 1 และกระเป๋ารูปแบบที่ 3 ทางผู้วิจัยได้นำผลดังกล่าวปรึกษาที่ปรึกษาและคณะกรรมการ จนสามารถพัฒนาให้งานมีความสวยงามเอกลักษณ์มากขึ้น จนสามารถสร้างสรรค์ผลงานเครื่องแต่งกายสตรีกระเป๋ารองเท้าจากเศษผ้าจากอุตสาหกรรมการผลิต ดังนี้  
รูปแบบรองเท้า

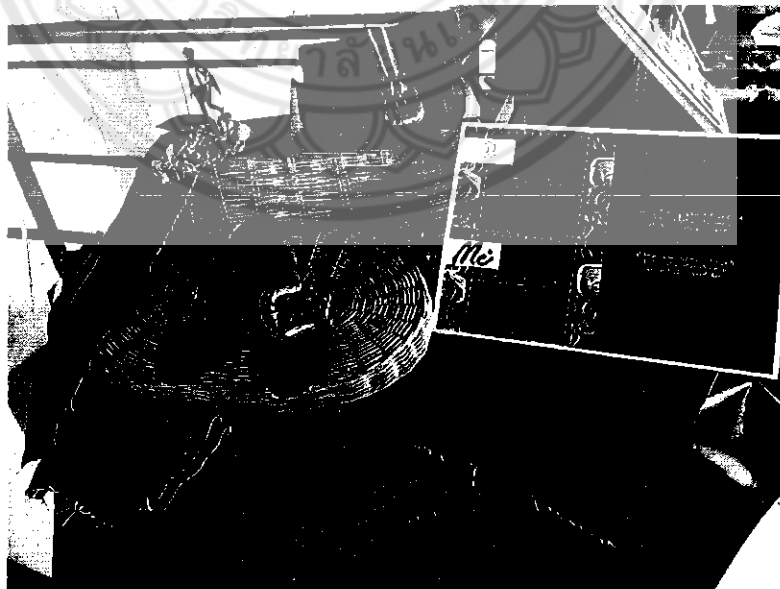


ภาพที่ 25 รูปแบบรองเท้าจริง

รูปแบบกระเป๋



ภาพที่ 26 รูปแบบกระเป๋จริง



ภาพที่ 27 แสดงผลงานจริง

## บทที่ 5

### บทสรุป

สำหรับงานวิจัยเล่มนี้ เรื่อง เครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากเศษผ้ายืนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต มีบทสรุป ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเล่มนี้มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพของเศษผ้ายืนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมการผลิต เพื่อออกแบบเครื่องประกอบการแต่งกายสตรีจากเศษผ้ายืนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรม การผลิตและเพื่อประเมินผลงานการออกแบบเครื่องประกอบการแต่งกายจากเศษผ้ายืนส์ที่เหลือจากอุตสาหกรรมโดยงานวิจัยได้มีการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์และเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 50 คน โดยเป็นเพศหญิงทั้งหมด 50 คน อายุระหว่าง 20-25 ปีมีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 68 รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง 10,001- 15,000 บาท มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44 มีจำนวนยืนส์ที่ครอบครอง 3ตัวขึ้นไป มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และกระเป๋ากับรองเท้า นั้น ทางผู้วิจัยได้ออกแบบกระเป๋า 3 แบบและรองเท้า 3 แบบผลของวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. รูปแบบกระเป๋าแบบที่ 1 มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 58
2. รูปแบบรองเท้าได้แบบที่ 3 มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48 จากผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัย

สามารถสรุปแบบที่จะตัดเย็บออกมาเป็นเครื่องประกอบการแต่งกายของสตรีในงานวิจัย

#### อภิปรายผล

ในงานวิจัยทางผู้วิจัยได้ออกแบบกระเป๋าที่ทำมาจากเศษผ้ายืนส์ ซึ่งเป็นการนำของที่มองว่าไม่มีค่ากลับมาสร้างสรรค์เป็นกระเป๋าและรองเท้า ที่เอาเศษผ้ายืนส์จากอุตสาหกรรมการผลิตมาผลิตเป็นกระเป๋าและรองเท้าใหม่ ได้รับการตอบรับจากกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างมีความชื่นชอบในการออกแบบ ด้วยรูปแบบที่ทันสมัย สามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวัน ด้วยเศษยืนส์ เป็นส่วนที่ตัดเย็บออก แต่เมื่อนำมาผสมผสานกับการออกแบบ ทำให้กระเป๋าและรองเท้ามีคุณภาพเทียบเท่ากับรองเท้าด้วย ไป เนื่องจากผ้ายืนส์ที่เราตัดเย็บนั้นเป็นส่วนของมาจากการผลิตกางเกงยีนส์ซึ่งมีคุณภาพอยู่แล้ว เมื่อนำมาตัดเย็บ ทำให้รองเท้ามีความแน่นหนา คงทน ไม่ร้อน กลายเป็นนำสิ่งของที่มองว่าไม่มีค่า ไร้

ประโยชน์กลับมาสร้างสรรค์ผลงาน ที่สามารถนำกลับมาใช้งานได้ในปัจจุบัน แต่เนื่องจากกระเป๋าและรองเท้าที่เราออกแบบมานั้น ทางกลุ่มตัวอย่างแนะนำให้มีการนำลูกเล่น การตัดเย็บให้ดูมีลูกเล่นมากขึ้น ทำให้กระเป๋าและรองเท้ามีความโดดเด่น เพราะว่ากระเป๋าและรองเท้าที่ออกแบบนั้น ค่อนข้างจะเรียบไป เน้นการใช้สีของยีนส์มากเกินไป ทำให้ผลงานไม่ค่อยมีความโดดเด่น

#### ข้อเสนอแนะ

1. การออกแบบครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มลูกเล่น ลวดลายให้กับกระเป๋าและรองเท้า เพื่อให้ผลงานดูโดดเด่นมากขึ้น
2. อาจจะนำเอาวัสดุอื่นๆ มาใส่ในงาน เพื่อให้มีความหลากหลาย สามารถใช้ได้ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย
3. การออกแบบครั้งหน้า ควรออกแบบมาเป็นเซตเพื่อง่ายต่อการใช้งาน และมีผลิตภัณฑ์ให้เลือก หลากๆ อย่าง







**บรรณานุกรม**

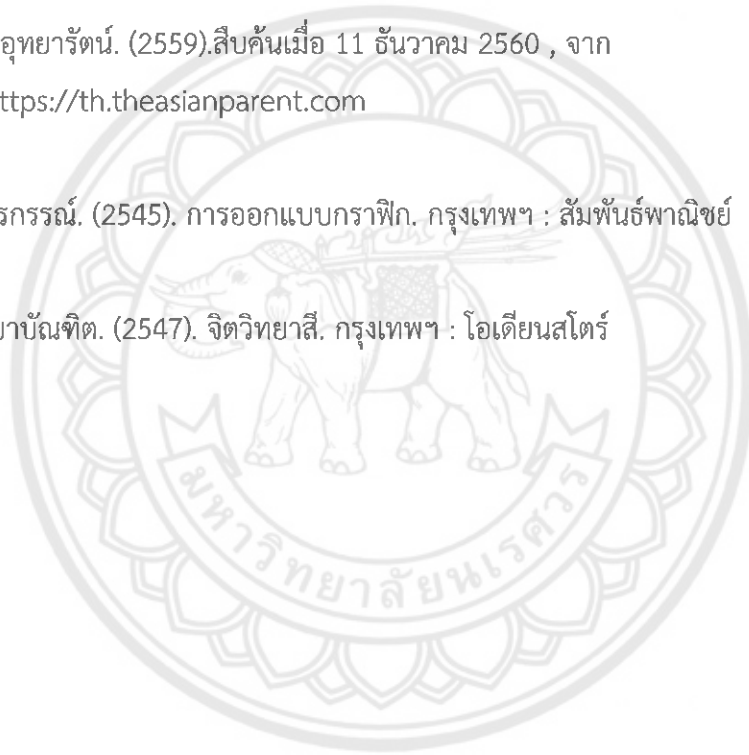
พวงทอง ไกรพิบูลย์. (2560).สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2560 , จาก  
<https://en.wikipedia.org/wiki/Child>

รุ่งทิพย์ ลุยเลา (2058). สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2560 จาก  
<http://www.thaitextile.org>

สิริลักษณ์ อุทยารัตน์. (2559).สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2560 , จาก  
<https://th.theasianparent.com>

สมพงษ์ กรกรรณ. (2545). การออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : สัมพันธ์พานิชย์

สุรัชย์ สิกขาบัณฑิต. (2547). จิตวิทยาสี่. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์

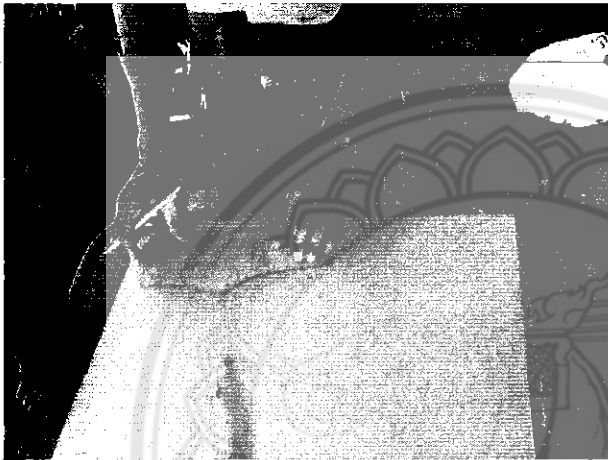




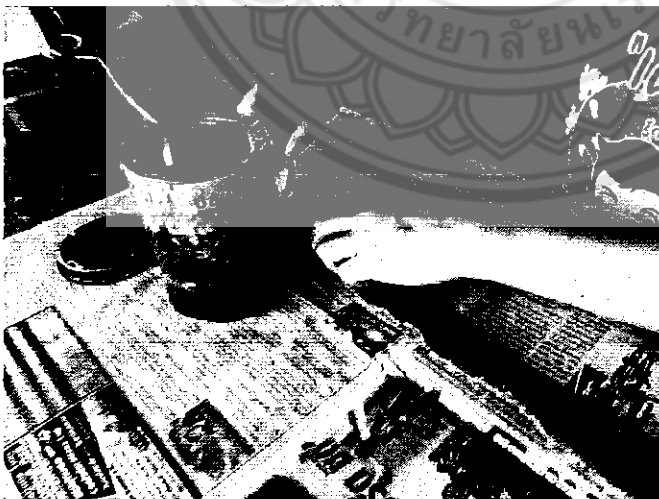
## ภาคผนวก ก ขั้นตอนการตัดเย็บกระเป๋ารองเท้า

สำหรับงานวิจัย ทางผู้วิจัยได้ออกแบบกระเป๋ารองเท้า โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้  
การตัดเย็บรองเท้า

### 1. ร่างแบบและตัดแบบ



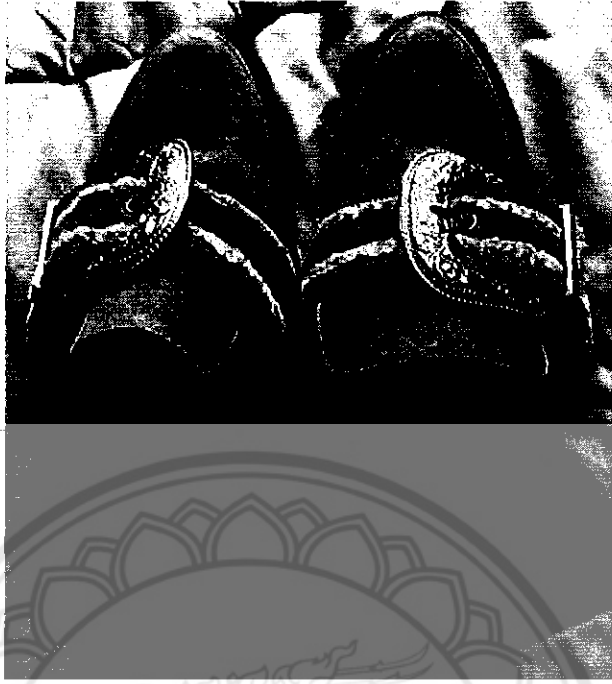
### 2. นำแบบที่ได้จากการตัดเย็บทากาว พร้อมประกอบรอยขึ้นชิ้นผลงาน





3. ผลงานสำเร็จรูป





### การตัดเย็บกระเป๋

1. ร่างแบบพร้อมตัดรูปแบบเส้นกระเป๋สำหรับการสานขึ้นรูป



2. หลังจากสานขึ้นรูปเสร็จ นำเป็นสู่การตัดเย็บขึ้นรูปกระเป๋





3. ผลงานสำเร็จรูป







ภาคผนวก ข การเข้าเยี่ยมชมโรงงาน





ภาคผนวก ค การจัดแสดงผลงาน





