

การออกแบบและพัฒนาเครื่องแต่งกายสตรีจากแนวคิดเครื่องเบญจรงค์ลายจกักรี่

ชาติรส การเวก^{1*} วลัยกร นิตยพัฒน์² นคร เตชะ³ และ วันวิสาข์ กุลวงศ์⁴

The design and development of women's wear: inspiration from the chakri pattern of benjarong orcelain

Charttirok Karaveg^{1*} Wailaikorn Nitayapat² Nakorn Techa³ Wanwisa Koonlawong⁴

คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร

Faculty of Science, Srinakharinwirot University

* Corresponding author. E-mail address: charttirok@g.swu.ac.th

Received: October 2,2021; revised: March 1,2022; accepted: July 3,2022

บทคัดย่อ

การออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีจากแนวคิดเครื่องเบญจรงค์ลายจกักรี่ ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. พัฒนาและออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีโดยแรงบันดาลใจจากเครื่องเบญจรงค์ลายจกักรี่ 2. ศึกษาความพึงพอใจและทดสอบการยอมรับของผู้บริโภคต่อเครื่องแต่งกายสตรีโดยแรงบันดาลใจจากเครื่องเบญจรงค์ลายจกักรี่ กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเป้าหมายในการพัฒนาเครื่องแต่งกาย คือ สตรีวัยทำงาน 100 คน ที่มีอายุระหว่าง 25 – 35 ปีที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ANOVA และ การวิเคราะห์ตารางไขว้ เครื่องแต่งกายสตรีที่พัฒนาขึ้นโดยใช้แนวโน้มสีและแนวโน้มแฟชั่นสตรีฤดูใบไม้ผลิ 2021 และพัฒนาเป็นต้นแบบเสมือนด้วยโปรแกรมสร้างแบบ 3 มิติ จำนวน 12 ชุด เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอและแฟชั่น 3 ท่าน เพื่อคัดเลือกเครื่องแต่งกายสตรีจำนวน 4 ชุดที่เหมาะสมนำไปทำการสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อไป ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายสตรีโดยแรงบันดาลใจจากเครื่องเบญจรงค์ลายจกักรี่ ในระดับมาก โดยพึงพอใจด้านสามารถสวมใส่ในชีวิตประจำวันได้มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจสีในหามีความตั้งใจซื้อสินค้าโดยพิจารณาสินค้าจากการนำเสนอสินค้าที่สวยงาม จำหน่ายในราคาต่ำกว่า 1,000 บาท และมากกว่าครึ่งต้องการให้จำหน่ายสินค้าแบบออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายสตรีที่ออกแบบไม่แตกต่างกัน ยกเว้นแบบที่ 4 ที่กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มี ความตั้งใจซื้อ มีความพึงพอใจต่อแบบที่ 4 ต่ำกว่ากลุ่ม ($p < 0.001$) และความตั้งใจจะซื้อ มีความสัมพันธ์กับราคาขาย ($p < 0.05$)

คำสำคัญ: การออกแบบเครื่องแต่งกาย เครื่องเบญจรงค์ลายจกักรี่ เครื่องแต่งกายสตรี

ABSTRACT

For this study, the researcher studied the beautiful Chakri patterns and color schemes of Benjarong porcelain. The objectives of this research were to 1. design and develop fabric patterns and women's clothing inspired by these patterns and 2. to study people's satisfaction with clothes featuring such designs. The data were collected via an online survey of 100 target users including working women in the private and government sectors in Bangkok. The data were analyzed by using descriptive statistics, ANOVA, and the chi-square test. The researcher took inspiration from the designs, textures, and color schemes of Chakri patterns in creating patterns and printing techniques on woven fabric. The color and fashion trends were applied to design clothes that would appeal to the women who were surveyed. Four of the 12 designs with digital prototype development with a 3D patterning were selected by three experts with at least five years of design experience. The samples were very satisfied with the proposed designs. Four of the five surveyed respondents indicated a purchase intention when considering the suitable for daily life usage. They also indicated that such items

such cost less than 1000 baht online. All the people we asked had basically the same sense of satisfaction, except regarding Design 4. The definitely-would-not-buy group gave that design a score of $p < 0.001$. The chi-square test results indicated that these individuals' intention to buy is directly related to the prices ($p < 0.05$).

Keywords: apparel design, Benjarong Ware, women's ware

บทนำ

เครื่องเบญจรงค์มีต้นกำเนิดจากประเทศจีนและแพร่หลายเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่สมัยอยุธยา ในสมัยแรกได้รับอิทธิพลตามแบบศิลปะจีน แต่มีการประยุกต์ลวดลายแบบจีนร่วมกับแบบของไทยมาอย่างเป็นลำดับ เกิดเป็นศิลปหัตถกรรมไทยจีน ในอดีตเครื่องเบญจรงค์เป็นเครื่องใช้เฉพาะเจ้านายชั้นสูงและในราชสำนัก เนื่องจากไทยต้องสั่งให้ทางจีนผลิตตามความคิดและลวดลายแบบไทย บางครั้งมีการส่งช่างไทยไปควบคุมการผลิต ลวดลายที่ได้รับความนิยมในสมัยนั้น เช่น ลายเทพนม ลายนรสิงห์ ลายพุ่มข้าวบิณฑ์ และลายกนก เป็นต้น ส่วนสีที่ใช้ของไทยจะนิยมลง 5 สี คือ ขาว เหลือง ดำ แดง เขียว ซึ่งเป็นแม่สีเครื่องถ้วยเบญจรงค์ของไทย หรือบางครั้งมีการใช้สีมากกว่า 5 สี (Supasetsiri, 2014) นอกจากนี้ยังพบลายประกอบคือลายช่อเปลว และเขียนลายลูกคลื่นที่ขอบปากเป็นแถบสีแดง ซึ่งรูปแบบดังกล่าวได้รับความนิยมจนถึงสมัยรัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ มีการประดิษฐ์ลวดลายใหม่ประกอบลายเทพนม ได้แก่ ลายครุฑ ลายราชสีห์ ลายหน้าสิงห์ รวมทั้งผุกลายขึ้นใหม่ ได้แก่ ลายกนิรี ลายหนุมาน และลายกลีบบัว สมัยรัชกาลที่ 2-3 เริ่มมีความนิยมเครื่องลายน้ำทอง จึงมีลวดลายใหม่สำหรับการเขียนเครื่องลายน้ำทอง ซึ่งเป็นลายที่ได้รับอิทธิพลจากจีน เช่น ลายผีเสื้อ นก และดอกไม้ ใบไม้ ที่เลียนแบบธรรมชาติ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 และ รัชกาลที่ 5 นิยมลายน้ำทองประเภทลายเครือเถา ลายดอกพุดตาน ลายเกล็ดกระดองเตา ลายไทยจากเรื่องราชาวรรณคดีของไทยและเรื่องราวตามแบบตะวันตก ซึ่งในยุคนี้ประเทศไทยมีการติดต่อและรับวัฒนธรรมจากตะวันตก มีการสั่งเครื่องปั้นดินเผาจากประเทศยุโรปมาใช้ เครื่องปั้นดินเผาเขียนสีของยุโรปส่วนมากใช้วิธีการพิมพ์ลาย และเขียนสี เขียนลาย ด้วยลวดลายพรรณพฤกษา หรือลายดอกไม้ สีสันสดใส ส่วนมากเป็นเหยือกน้ำ อ่างล้างหน้า ชามเปลมีฝา และจาน เป็นต้น (Niyomrath, 2015) เครื่องเบญจรงค์ลายจักรหรือลายดอกเดซี่ เกิดขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยทรงมอบให้พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมหลวงสรรพศาสตร์ศุภกิจสั่งจากโรงงานแซร์ (Sevres) ประเทศฝรั่งเศสเพื่อพระราชทานเป็นของขวัญแก่พระราชทานเพลิงศพพระอรรคชายาและพระราชโอรส พระราชธิดา รวม 4 พระองค์ในปี พ.ศ.2430 เครื่องถ้วยจักรมีลักษณะเป็นเครื่องกระเบื้องพอร์ซเลน (Porcelain) แบบฝรั่งเศสเขียนสีและลายน้ำทอง ภายในฝาจากทรงวงแหวนเขียนรูปจักรและตรีสัญลักษณ์ของราชวงศ์จักรี อันเป็นที่มาของชื่อเรียกเครื่องถ้วยชนิดนี้ ตัวถ้วยและฝาเขียนลายดอกเดซี่แบบฝรั่ง ลวดลายดอกและใบตัดด้วยเส้นสีทอง เกสรตามสีพื้น กลีบดอกขาวสำหรับชุดสีทอง และสีเงินกลีบดอกจะมีสี บนพื้นสีต่าง ๆ 9 สี ได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีชมพู สีเขียว สีขาว สีฟ้า สีดำ สีทอง และสีเงิน เครื่องถ้วยจักรจึงแสดงให้เห็นพระราชนิยมในศิลปะตะวันตกของรัชกาลที่ 5 และบอกเล่าเหตุการณ์สำคัญในช่วงเวลานั้นๆ ได้เป็นอย่างดี (Naowarangsee, 2020) ในรัชสมัยของพระเจ้าจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว นับว่าเริ่มมีการผลิตเครื่องเบญจรงค์ได้เองในไทย เนื่องจากมีการสั่งช่างสีชาวเข้ามาเขียนลายเอง โดยเผาที่เตาเผาของกรมพระราชวังบวรวิชัยชาญ อีกทั้งทรงอนุญาตให้เครื่องเบญจรงค์เป็นสมบัติข้าวของเครื่องใช้ ของสะสมของพ่อค้าที่มีฐานะชื่อเสียงเงินทอง และในสมัยรัชกาลที่ 9 ทรงอนุญาตให้เครื่องเบญจรงค์เป็นของใช้ของสะสมของคนทุกชนชั้น เครื่องเบญจรงค์จึงกลายเป็นสินค้าประจำชุมชนที่มีส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากในรูปของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และแสดงถึงภูมิปัญญาที่งดงาม (Tipmongkol and Vijitsatitrat, 2516) ในช่วง 20 - 30 ปีที่ผ่านมาเกิดการผลิตเครื่องเบญจรงค์ของไทยสำหรับคนทั่วไป ในราคาไม่สูงโดยแหล่งผลิตที่ไม่เกี่ยวข้องกับแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาในอดีต กระจายอยู่ในเขตภาคกลาง ซึ่งมีชุมชนหลายแห่งที่มีชื่อเสียงในการผลิตเครื่องเบญจรงค์โดยมีจังหวัดสมุทรสาครเป็นแหล่งผลิตที่ใหญ่ที่สุดและมีคุณภาพดี (Supasetsiri, 2014) เครื่องเบญจรงค์ในปัจจุบันจึงเปลี่ยนจากของใช้เพื่อชนชั้นสูง เป็นวัตถุโบราณล้ำค่า ราคาสูง มาอยู่ในรูปของที่ระลึกมอบของขวัญ ในวันสำคัญให้แขกต่างชาติ หรือ ญาติผู้ใหญ่ ที่เคารพนับถือ เพื่อแสดงออกถึงศิลปะวัฒนธรรมไทย และภูมิปัญญาเชิงช่างที่สืบสานส่งต่อกันมายาวนาน ผ่านงานเขียนลวดลาย แสดงให้เห็นว่าเครื่องเบญจรงค์ยังคงได้รับความนิยมในปัจจุบันแต่ค่านิยมและการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เปลี่ยนไปเป็นการนำมาใช้งานเพื่อประดับหรือตกแต่งบ้านเรือนมากกว่าใช้ในชีวิตประจำวัน เนื่องจากราคายังค่อนข้างสูง จึงควรมีการอนุรักษ์ความสวยงามจากเครื่องเบญจรงค์ให้จับต้องได้และใช้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน เพื่อสะท้อนให้เห็นความเป็นไทย เผยแพร่ความงดงามต่อสังคมรุ่นใหม่ โดยพัฒนาศิลปวัฒนธรรมโบราณให้เข้ากับยุคสมัย ต่อยอดให้เกิดคุณค่าเข้ากับยุคสมัยและค่านิยมการแต่งกายในปัจจุบันแต่คงเอกลักษณ์ของเครื่องเบญจรงค์ (Raksombat and Bureekhampun, 2020) ผู้วิจัยจึงเกิดแนวคิดในการนำลายเครื่องเบญจรงค์มาพัฒนาเป็นเครื่องแต่งกายสตรี

โดยการนำลายจกักรี่ซึ่งได้รับความนิยมมาอย่างยาวนาน มีชื่ออันเป็นมงคล มีลวดลายอ่อนช้อยแบบฝีมือช่างไทย และมีเอกลักษณ์แตกต่างจากลายไทยอื่น ๆ ที่มีความเป็นตะวันตกและตะวันออกผสมผสานกัน เหมาะที่จะเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องแต่งกายและพัฒนาเป็นสินค้าแฟชั่นในเชิงพาณิชย์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. พัฒนาและออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีโดยแรงบันดาลใจจากเครื่องเบญจรงค์ลายจกักรี่
2. ศึกษาความพึงพอใจและทดสอบการยอมรับของผู้บริโภคต่อเครื่องแต่งกายสตรีโดยแรงบันดาลใจจากเครื่องเบญจรงค์ลายจกักรี่

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ได้แก่ นักวิชาการด้านสิ่งทอและเครื่องแต่งกายในสถาบันการศึกษา จำนวน 2 คน และ นักออกแบบภาคเอกชนที่มีประสบการณ์ในการออกแบบเสื้อผ้าไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 1 คน

2. สตรีวัยทำงาน อายุ 25-35 ปี จำนวน 100 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จากผู้ที่ยินดีให้ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายสตรี โดยแรงบันดาลใจจากเครื่องเบญจรงค์ลายจกักรี่

นิยามศัพท์

1. เครื่องเบญจรงค์ลายจกักรี่ หมายถึง เครื่องเบญจรงค์ที่เขียนลายดอกเดซี่แบบฝรั่ง ลวดลายดอกและใบตัดด้วยเส้นสีทอง เกรสตามสีพื้น กลีบดอกขาวสำหรับชุดสีทอง และสีเงินกลีบดอกจะมีสี

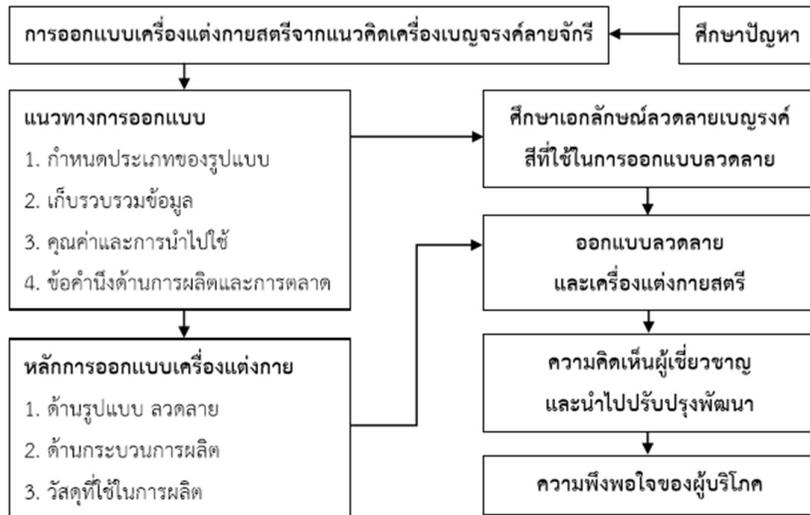
2. เครื่องแต่งกายสตรี หมายถึง เสื้อผ้าที่ออกแบบให้เหมาะกับรูปร่างของผู้หญิง เช่น เสื้อครึ่งตัว เสื้อคลุมหรือเสื้อแจ็คเก็ต กางเกง กระโปรง ชุดติดกัน เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีดำเนินการวิจัย โดยแบ่งเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยศึกษาแนวโน้มแฟชั่นและสีปี 2020/2021 ร่วมการค้นหาแรงบันดาลใจเพื่อออกแบบภาพร่าง (Sketch design) ตามกรอบแนวคิดด้านการออกแบบและพัฒนาในรูปแบบเป็นเครื่องแต่งกาย จำนวน 12 แบบ เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อคัดเลือก โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเครื่องแต่งกายที่มีต่อแบบร่าง และคัดเลือกให้เหลือ 4 แบบ เพื่อนำไปทำการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

2. การสำรวจความพึงพอใจและทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) และแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale 5 points) แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 ชุด และ ตอนที่ 3 การทดสอบยอมรับผลิตภัณฑ์และส่วนผสมทางการตลาด โดยเก็บข้อมูลจากสตรีวัยทำงาน อายุ 25 - 35 ปี จำนวน 100 คน เนื่องจากสถานการณ์โควิดจึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ยินดีให้ข้อมูลผ่านแบบสอบถามใน Google form ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ANOVA และ การวิเคราะห์ตารางไขว้



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดการดำเนินการวิจัย

ผลการวิจัย

การออกแบบลายผ้า

ผู้วิจัยทำการศึกษาลวดลายจากเอกสารและภาพถ่าย ตลอดจนชิ้นงานบนเครื่องเบญจรงค์ลายจกัรี เพื่อทำการศึกษามองค์ประกอบย่อยของลาย พบว่าเครื่องเบญจรงค์ลายจกัรีจะมีสีพื้นที่หลากหลาย ทั้งสีพื้นและสีของลวดลายมาตั้งแต่ดั้งเดิม ดังภาพ 2



ภาพ 2 ถาดรองทรงกลมลายจกัรีโบราณ

ที่มา: Kaewsri, 1988

เมื่อทำการถอดองค์ประกอบลาย พบว่า ลวดลายดอกเดซี่ ลักษณะใบ มีรูปแบบที่ยังคงอนุรักษ์ลวดลายเดิมมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 สิ่งที่พัฒนาขึ้นคือการจัดลวดลายของช่อใบและช่อดอกที่มีความหลากหลายตามองค์ประกอบศิลปะ และด้วยเทคโนโลยีการผลิตที่สูงขึ้นทำให้ความคมชัดและรายละเอียดของลวดลายมีมากกว่าโบราณ หลังจากถอดองค์ประกอบของลวดลายผู้วิจัยจะนำองค์ประกอบที่ได้มาทำการจัดองค์ประกอบใหม่โดยปรับเปลี่ยนขนาด จังหวะ และทิศทาง เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปทำลวดลายสำหรับเครื่องแต่งกายต่อไป

ตาราง 1 การถอดลายเพื่อศึกษาองค์ประกอบย่อยของลายจกกรี

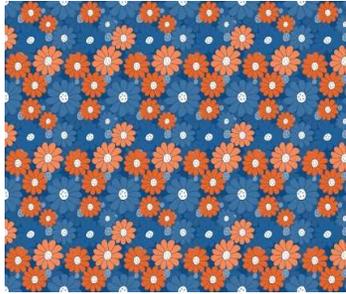
ลายจกกรี	ถอดลาย	องค์ประกอบย่อยของลาย
		
ที่มา: Niyomrath (2015)		

การสำรวจแนวโน้มแฟชั่นและแนวโน้มสีปี 2020/2021 Spring/Summer พบว่า เทรนด์สีแบ่งเป็นโทนร้อน ประกอบด้วย สีแดง สีส้ม สีเหลือง และสีแทน ส่วนโทนเย็นประกอบด้วย สีน้ำเงิน สีฟ้าและสีเขียว ผู้วิจัยจึงกำหนดโทนสีของเสื้อผ้าเพื่อทำการออกแบบ ดังนี้

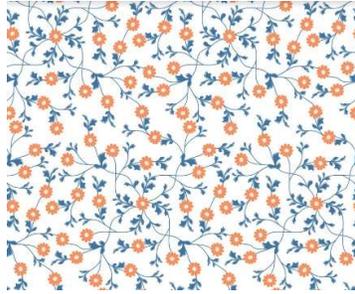


ภาพ 3 โทนสีในการออกแบบ

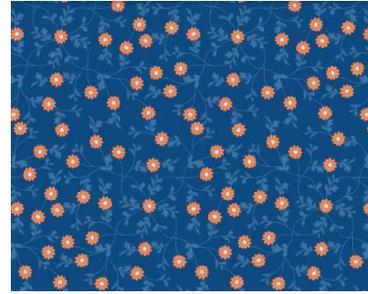
เมื่อรวมกับลวดลายที่ได้ทำการแยกองค์ประกอบได้ทำการปรับเปลี่ยนขนาดของลายและการจัดวางเข้ากับโทนสีที่กำหนดไว้ตามแนวโน้มสี ทำให้ได้ลวดลายผ้าที่เหมาะสมจะนำไปวางทั่วทั้งผืนผ้า คือ ลายที่ 1 - 3 แต่จากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญที่ต้องการให้งานออกแบบเป็นไปตามความนิยมของเสื้อผ้าชั้นสูง (Hi-end) ที่สามารถกำหนดตำแหน่งของลายบนผืนผ้าได้อย่างแม่นยำหากทราบตำแหน่งบนแบบตัดซึ่งเป็นข้อดีของการพิมพ์ดิจิทัล จึงทำการสร้างลายประดับตกแต่งที่เหมาะสมจะนำไปวางบริเวณชายผ้า คือลายที่ 4 - 6 ดังภาพ 4



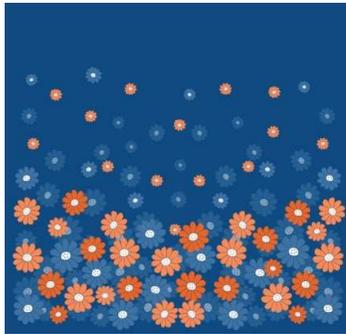
ลายที่ 1



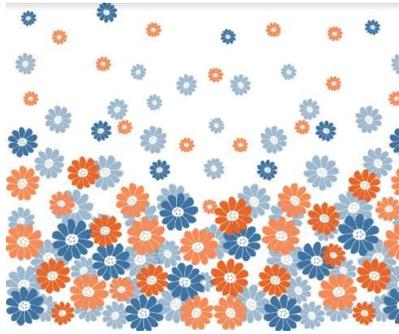
ลายที่ 2



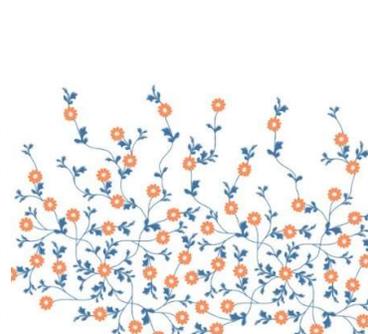
ลายที่ 3



ลายที่ 4



ลายที่ 5



ลายที่ 6

ภาพ 4 ลวดลายที่ทำการออกแบบ

การออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี โดยแรงบันดาลใจจากเครื่องเบญจรงค์ลายจักรี

ผู้วิจัยออกแบบภาพร่างจากการศึกษาข้อมูลทางเอกสารและแนวทางการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 12 ชุด ดังรูปที่ 5 เพื่อเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบลวดลาย และการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี รวม 3 ท่านเพื่อพิจารณาให้ข้อเสนอแนะ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นต่อลายผ้าลายที่ 1 – 3 ว่าโทนสีเป็นไปตามแนวโน้มสีที่กำหนด ลายผ้าเหมาะสมนำไปวางบนผืนผ้า มีการซ้อนลายดอกและช่อดอกดูมีมิติ แต่ควรเพิ่มการออกแบบที่เหมาะสมจะนำไปวางบนแบบตัดบริเวณชายเครื่องแต่งกายที่มีลักษณะไม่สมมาตรเพื่อเพิ่มความดึงดูด ผู้วิจัยจึงทำการออกแบบลายที่ 4 – 6 เพิ่มขึ้น การออกแบบเครื่องแต่งกายในภาพรวมยังไม่ไปในทิศทางเดียวกัน แนะนำให้ตัดกลุ่มชุดที่ 10 – 12 ซึ่งไม่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย และชุดที่ 3 และ 7 ซึ่งไม่เหมาะกับภาพรวมของคอลเลกชัน ส่วนแบบที่เหลือ ผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำแนะนำในการปรับเส้นกรอบนอกให้ตรงกับความนิยมของกลุ่มเป้าหมายทีละชุด และให้ข้อเสนอแนะในการออกแบบชุดเพิ่มเติมเพื่อทดแทนชุดที่ตัดออกไป



ภาพ 5 ภาพร่างที่ออกแบบชุดทั้งหมด 12 ชุด

การปรับรูปแบบตามข้อเสนอแนะและออกแบบเพิ่มเติมเพื่อนำเสนอผู้เชี่ยวชาญครั้งที่ 2 เพื่อจัดลำดับและหาความถี่ในการได้รับเลือกของแต่ละชุด และคัดเลือกให้เหลือจำนวน 4 ชุดเพื่อทำการสำรวจความพึงพอใจต่อไป โดยการออกแบบรอบที่ 2 นี้ ผู้วิจัยได้สร้างต้นแบบเสมือนด้วยโปรแกรม Clo3D เวอร์ชัน 5.2 เป็นโปรแกรมที่ใช้สำหรับออกแบบเสื้อผ้าและสร้างแบบตัด ในการออกแบบครั้งนี้ผู้ออกแบบได้ใช้ฟังก์ชัน Simulation ในการออกแบบ โดยเลือกเนื้อผ้าเป็นไหมอิตาลี ที่มีเนื้อผ้าโปร่งแสงปานกลาง ซึ่งโปรแกรมสามารถแสดงให้เห็นภาพรวมของชุดที่ออกแบบได้ดีกว่าการวาดด้วยมือแสดงการพลิ้วไหวของเนื้อผ้า และสามารถทดสอบความพอดีของการสร้างแบบตัด เช่นเดียวกับการตัดเย็บและสวมใส่ด้วยนายแบบ



ภาพ 5 แบบที่ปรับตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและทำการสร้างเป็น 3 มิติ

สรุปแบบสุดท้ายที่ได้คะแนนสูงสุดจากการจัดลำดับโดยผู้เชี่ยวชาญ 4 ลำดับแรก คือ แบบชุดที่ 6, 1, 9 และ 8 ตามลำดับ และได้จัดลำดับใหม่เพื่อทำการสำรวจความพึงพอใจต่อไป



ภาพ 6 แบบที่ได้รับการเลือกเพื่อนำไปสำรวจความพึงพอใจ

กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายสตรี โดยแรงบันดาลใจจากเครื่องเบญจรงค์ลายจักรี ส่วนใหญ่ อายุ 25-28 ปี (ร้อยละ 55.0) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 56.0) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 65.0) มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท (ร้อยละ 42.0) ซื้อเสื้อผ้าใหม่อาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง (ร้อยละ 41.0) ราคาที่ซื้อต่อชุด ต่ำกว่า 500 บาท (ร้อยละ 39.0) และ 501 – 1,000 บาท (ร้อยละ 34.0) ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน

ตาราง 2 ข้อมูลพื้นฐาน

	ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
อายุ			
	25 - 28 ปี	55	55.0
	29 – 32 ปี	28	28.0
	33 – 35 ปี	17	17.0
	รวม	100	100.0
อาชีพ			
	รับราชการ	8	8.0
	รัฐวิสาหกิจ	3	3.0
	พนักงานเอกชน	56	56.0
	ธุรกิจส่วนตัว	27	27.0
	นักศึกษา	6	6.0
	รวม	100	100.0

ตารางที่ 2 ข้อมูลพื้นฐาน (ต่อ)

	ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
การศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	28	28.0
	ปริญญาตรี	65	65.0
	สูงกว่าปริญญาตรี	7	7.0
	รวม	100	100.0
รายได้			
	ต่ำกว่า 20,000 บาท	42	42.0
	20,001-25,000 บาท	31	31.0
	25,001-30,000 บาท	14	14.0
	30,001-35,000 บาท	4	4.0
	35,000 บาทขึ้นไป	9	9.0
	รวม	100	100.0
ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าใหม่			
	อาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง	41	41.0
	อาทิตย์ละ 3-4 ครั้ง	30	30.0
	เดือนละ 1-2 ครั้ง	5	5.0
	2-3 เดือนครั้ง	3	3.0
	4-6 เดือนครั้ง	2	2.0
	ปีละครั้ง	11	11.0
	รวม	100	100.0
ราคาที่ยี่ต่อชุด			
	ต่ำกว่า 500 บาท	39	39.0
	501-1,000 บาท	34	34.0
	1,001-1,500 บาท	10	10.0
	1,5001-2,000 บาท	10	10.0
	2,001-3,000 บาท	6	6.0
	3,000 บาทขึ้นไป	1	1.0
	รวม	100	100.0

ตาราง 3 แบบชุดที่ได้รับเลือก

ตัวแปร	แบบที่ 1		แบบที่ 2		แบบที่ 3		แบบที่ 4	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
การออกแบบตรงตามแนวคิด	4.06	.679	3.99	.689	4.22	.690	3.84	.762
การออกแบบเหมาะกับลวดลาย	4.05	.821	4.00	.752	4.09	.753	3.91	.753
การออกแบบมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.00	.804	4.12	.715	4.25	.716	3.97	.797
สวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน	4.21	.820	3.98	.816	4.44	.981	3.71	.998
โทนสีเหมาะสม	4.08	.720	4.11	.723	4.15	.730	3.89	.815
องค์ประกอบการออกแบบสวยงาม	4.09	.805	4.10	.732	4.10	.772	3.87	.774
ความพึงพอใจโดยรวม	4.05	.770	4.02	.696	4.09	.780	3.87	.837

กลุ่มตัวอย่าง 4 ใน 5 สนใจซื้อสินค้า โดยมากกว่าครึ่งหนึ่งมีความตั้งใจซื้อแน่นอน (ร้อยละ 58.0) โดยพิจารณาสินค้าจากการนำเสนอสวยงาม (ร้อยละ 44.0) ราคาขายต่ำกว่า 1,000 บาท (ร้อยละ 62.0) จำหน่ายสินค้าแบบออนไลน์ (ร้อยละ 53.0) ต้องการให้ส่งเสริมการขายโดยลดราคาสินค้า (ร้อยละ 29) และบริการส่งฟรี (ร้อยละ 24) ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน

ตาราง 4 การทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
ความตั้งใจจะซื้อ		
ซื้อแน่นอน	58	58.0
อาจจะซื้อ	30	30.0
ไม่แน่ใจ	6	6.0
ไม่ซื้อแน่นอน	6	6.0
รวม	100	100.0
เหตุผลในการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายที่ออกแบบ		
การนำเสนอสวยงาม	44	44.0
ทดลองสวมใส่	27	27.0
รีวิวสินค้า	12	12.0
สไตล์การออกแบบ	17	17.0
รวม	100	100.0
ราคา		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	62	62.0
1,001-1,200 บาท	14	14.0
1,201-1,500 บาท	21	21.0
1,500 บาทขึ้นไป	3	3.0
รวม	100	100.0

ตาราง 4 การทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่จำหน่าย		
หน้าร้าน	36	36.0
เว็บไซต์ของร้าน	46	46.0
แอปพลิเคชัน	7	7.0
ห้างสรรพสินค้า	11	11.0
รวม	100	100.0
การส่งเสริมการขาย		
ลดราคา	41	41.0
ส่งฟรี	30	30.0
โฆษณาตามสื่อต่างๆ	5	5.0
แนะนำการดูแลรักษา	3	3.0
สะสมแต้มแลกของรางวัล	2	2.0
สมัครบัตรสมาชิก	11	11.0
ของแถม	8	8.0
รวม	100	100.0

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายสตรีแบบที่ 1, 2 และ 3 ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นแบบที่ 4 ที่กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มี
ความตั้งใจซื้อ มีความพึงพอใจต่อแบบที่ 4 ต่ำกว่ากลุ่มอื่นนัยสำคัญที่ระดับ .001 (ตารางที่ 5)

ตาราง 5 การวิเคราะห์ความแปรปรวนและเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย

แบบ	df	Mean Square	F	Sig.	\bar{X}			
					ไม่ซื้อ แน่นอน	ไม่ ตัดสินใจ	อาจจะซื้อ	ซื้อ แน่นอน
แบบที่ 4	3	4.460	7.655	.000	2.83 ^a	3.57 ^b	3.83 ^b	4.14 ^b
	96	.583						
	99							

ความตั้งใจจะซื้อมีความสัมพันธ์กับราคา กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่ตั้งใจจะซื้อแน่นอนมีความสนใจที่ซื้อเครื่องแต่งกายสตรี
โดยแรงบันดาลใจจากเครื่องเบญจรงค์ลายจักรี มีสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มอื่นในทุกระดับราคาอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05
(ตาราง 6)

ตาราง 6 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อกับราคา

(n = 100)

ตัวแปร	ความสนใจ				รวม	χ^2	P
	ไม่ซื้อ แน่นอน	ไม่ ตัดสินใจ	อาจจะ ซื้อ	ซื้อ แน่นอน			
ราคา							
ต่ำกว่า 1,000 บาท	6	4	24	28	62	29.901	.012
1,001-1,200 บาท	0	0	2	12	14		
1,201-1,500 บาท	0	1	4	16	21		
1,500 บาทขึ้นไป	0	1	0	2	3		
รวม	6	6	30	58	100		

P < .05

สรุปและอภิปรายผล

การพัฒนาและออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีโดยแรงบันดาลใจจากเครื่องเบญจรงค์ลายจักรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาประวัติความเป็นมา อัตลักษณ์ เพื่อให้คอลเลกชันที่พัฒนาขึ้นให้ความรู้สึกทั้งตะวันออกและตะวันตกผสมผสานกันตามเอกลักษณ์ของลายจักรี ซึ่งเป็นเครื่องกระเบื้องพอร์ซเลนในสมัยรัชกาลที่ 5 ที่เขียนสีและลายน้ำทองด้วยลวดลายดอกเคซี่ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ลวดลายและสีเส้น โดยแยกองค์ประกอบลายที่สำคัญ ก่อนนำมาจัดเรียงใหม่ให้มีความร่วมสมัยและเป็นไปตามความนิยมของเสื้อผ้าชั้นสูงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งหมดทกลาย แบ่งเป็นลวดลายผ้าที่เหมาะสมนำไปวางทั่วทั้งผืนผ้าสามลาย และลายประดับตกแต่งที่เหมาะสมจะนำไปวางบริเวณชายผ้าสามลาย เพื่อนำมาพัฒนาเป็นลายพิมพ์บนผ้า และใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี โดยประยุกต์เข้ากับแนวโน้มของสีและแนวโน้มแฟชั่นสตรีเพื่อให้เหมาะสมกับยุคสมัยและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังได้ทำการประเมินผลจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความสวยงาม การใช้แนวคิดที่เป็นแรงบันดาลใจ ความเหมาะสมกับการออกแบบกับกลุ่มเป้าหมาย และได้นำคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านมาปรับปรุงการออกแบบ และนำกลับไปเสนออีกครั้งจนลวดลายและเครื่องแต่งกายที่ออกแบบมีความเหมาะสมทั้งแนวคิด โทนสี การจัดวางลวดลาย และรูปแบบของเสื้อผ้าที่กลุ่มเป้าหมายสวมใส่ได้จริง จำนวน 12 ชุด เพื่อสร้างต้นแบบเสมือนด้วยโปรแกรมซึ่งสามารถแสดงเห็นภาพรวมของชุดที่ออกแบบได้ดีกว่ากว่าการวาดด้วยมือ และทดสอบความพอดีของการสร้างแบบตัด เช่นเดียวกับการตัดเย็บและสวมใส่ด้วยนายแบบ ก่อนนำไปศึกษาความพึงพอใจและทดสอบการยอมรับของผู้บริโภคต่อไป

กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายสตรี โดยแรงบันดาลใจจากเครื่องเบญจรงค์ลายจักรี ประมาณครึ่งหนึ่งมีอายุ 25-28 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ซื้อเสื้อผ้าใหม่อาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง โดยหนึ่งในสามซื้อเสื้อผ้าราคาต่อชุด ต่ำกว่า 500 บาท และ 501 – 1,000 บาท ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับราคาของผู้บริโภคยอมรับคือราคาขายต่ำกว่า 1,000 บาท แต่มีพฤติกรรมซื้อสินค้าใหม่ทุกอาทิตย์ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้า Fast fashion ที่เน้นเครื่องแต่งกายที่ทันสมัย (fast) และมีราคาไม่สูงนัก (low cost) ความอยู่รอดจึงขึ้นอยู่กับความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการผู้บริโภค ทำให้วงจรการผลิตและการออกแบบสั้นลงเพราะผู้บริโภคไม่ได้ซื้อสินค้าตามฤดูกาลแต่ซื้อเสื้อผ้าตลอดเวลาเพื่อตามแฟชั่นให้ทัน (Wei and Jung, 2021). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าให้กับกลุ่มเป้าหมายนี้จึงต้องมีความถี่สูง และควรกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (positioning) ในระดับ High street fashion ที่เน้นการศึกษาแนวโน้มของ ready-to-wear มีเป้าหมายเป็นคณหนู่มสาว มุ่งเน้นการตลาดขนาดใหญ่ จากการศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง 4 ใน 5 สนใจซื้อสินค้า โดยมากกว่าครึ่งหนึ่งมีความตั้งใจซื้อแน่นอน โดยจำหน่ายสินค้าแบบออนไลน์ เนื่องจากพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายเป็นรูปแบบธุรกิจที่เสี่ยงไม่ได้ เห็นได้จากจำนวนผู้ประกอบการที่มีตราสินค้าเป็นที่รู้จักในปัจจุบันต้องทำสื่ออิเล็กทรอนิกส์และหน้าร้านออนไลน์ควบคู่กันไป อีกทั้งยังเกิดผู้ประกอบการใหม่ที่มีหน้าร้านแบบดั้งเดิมจำนวนมาก (Karaveg, 2018) ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจด้านการส่งเสริมการขายที่ต้องการให้ลดราคาสินค้า และบริการส่งฟรี นอกจากนี้ยังต้องออกแบบหน้าร้านออนไลน์และนำเสนอสินค้าให้น่าสนใจเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายจะพิจารณาสินค้าจากการนำเสนอสวยงาม สอดคล้องกับ (Boonchu and Hengsaddeekun, 2021) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจซื้อเบญจรงค์ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมา

ประกอบในการตัดสินใจซื้อเบญจรงค์ทางออนไลน์ ต้องมีการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ตามความเหมาะสม มีการสนทนาของคุณของแถมในโอกาสต่าง ๆ รวมถึงมีการปรับเปลี่ยนภาพถ่ายในช่องทางออนไลน์ให้มีความทันสมัยและน่าสนใจ ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพจะต้องมีบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามและสร้างคุณค่าทางจิตใจ มีกระบวนการซื้อที่เข้าใจได้ง่าย และมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนจำหน่าย

การวิเคราะห์ด้วยสถิติทดสอบแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายสตรีแบบที่ 1, 2 และ 3 ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นแบบที่ 4 อาจเนื่องจากแบบนี้เผยให้เห็นร่างกายมากที่สุดและมีคะแนนด้านสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันต่ำที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Karaveg, 2022) ซึ่งระบุว่าการออกแบบเครื่องแต่งกาย นอกจากความสวยงามและทันสมัยแล้ว ด้านประโยชน์ใช้สอยที่สามารถใส่ได้ในชีวิตประจำวันก็เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค นอกจากนี้ความตั้งใจจะซื้อมีความสัมพันธ์กับราคา กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่ตั้งใจจะซื้อแน่นอนมีความสนใจที่ซื้อเครื่องแต่งกายสตรีโดยแรงบันดาลใจจากเครื่องเบญจรงค์ลายจักรี มีสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มอื่นในทุกระดับราคา จึงมีความเป็นไปได้ที่จะกำหนดราคาให้สูงกว่า 1,000 บาท ได้และจากข้อมูลความตั้งใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างสามารถนำมาพยากรณ์ยอดขายโดยตัดอัตราการรู้จักผลิตภัณฑ์จากสูตรการคำนวณของ (Nawarat Na Ayuthaya, 2009). ได้ว่า $(0.58 \times 0.80) + (0.30 \times 0.33) = 49.3$ หมายความว่าเมื่อเครื่องแต่งกายคอลเลกชันนี้ เมื่อวางจำหน่ายจะมีผู้ซื้อผลิตภัณฑ์จริงประมาณร้อยละ 49.3 แสดงให้เห็นว่าเครื่องแต่งกายสตรีที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและมีความเป็นไปได้ทางการตลาด

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษานำลวดลายและเครื่องแต่งกายที่พัฒนาขึ้นไปดำเนินการผลิตจริงทั้งด้านการพิมพ์และตัดเย็บด้วยวัสดุจริงเพื่อเผยให้เห็นคุณค่าที่แท้จริงของงานออกแบบ ตลอดจนพัฒนาลวดลายเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มรูปแบบผลิตภัณฑ์ เช่น ผ้าพันคอ หมวก กระเป๋า รองเท้า และเครื่องแต่งกายอื่น ๆ ตลอดจนเครื่องใช้ในบ้านจากผ้า เพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์
2. ควรศึกษาลวดลายเบญจรงค์อื่นหรือลวดลายไทยบนภาชนะประเภทอื่น เพื่อใช้เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายให้มีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์ความเป็นไทย นอกจากนี้การปรับเปลี่ยนโทนสีตามแนวโน้มแฟชั่นที่เปลี่ยนไปจะช่วยเพิ่มทางเลือกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภค และเพิ่มตัวเลือกสินค้าให้แก่ผู้บริโภค
3. ควรศึกษาการสร้างตราสินค้า แผนธุรกิจ ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องแต่งกายสตรีโดยแรงบันดาลใจจากเครื่องเบญจรงค์ลายจักรี เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และสร้างความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการจำหน่ายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตผ่านช่องทางต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง

- Boonchu, K. and Hengsadeekun, W. (20121). Marketing mix factors and buying decisions for benJarong of beenjarong village, Samut sakhon province. *Journal of legal entity management and local innovation*. 7(2), 153-165.
- Raksombat, K. and Bureekhampun, S. (2020). Benjarong ware patterns on clothes and accessory design. *Art and Architecture Journal Naresuan University*. 11(2), 140-153.
- Karaveg, C. (2018) Cluster analysis of technology acceptance and purchasing behavior among online apparel consumers. *BU Academic Review*. 17(1), 118-132.
- Karaveg, C., Kumpuan, P. and Tonglert, S. (2022). Apparel design and development of clothing for LGBT consumers made from “TAI LUE” fabric, Pua district, Nan province. *Art and Architecture Journal Naresuan University*. 13(1).

- Naowarangsee, D. (2020). Chakri wares : Benjarong and Lai Namthong from western. **The coin museum**. retrieved 28 June 2020, http://coinmuseum.treasury.go.th/news_view.php?nid=154
- Kaewsri, S. (1988). **His majesty the king's 100th anniversary Siriraj**. Bangkok: Souvenir subcommittee on the board of directors for the 100th anniversary celebration of Siriraj.
- Nawarat Na Ayuthaya, T. (2009). **New product : marketing and development**. Bangkok: Chulalongkorn university press
- Supasetsiri, P. (2014). Thai contemporary benjarong ware: A case study of OTOP benjarong ware in Samutsakorn province. **Humanities Journal**. 21(1), 13-34.
- Niyomrath, R. (2015). **Identity of Thai benjarong pattern**. Research report. Bangkok: Suan Sunandha rajabhat university.
- Tipmongkol, S. and Vjijitsatitrat, A. (2516). The study of wisdom transfer and the instruments used in the production of traditional five-colored thai porcdlain, Benjarong Don kai dee community, Samut sakhorn province. **Journal of Information**. 15(2):103-12.
- Wei, X. and Jung, S. (2021). Benefit appeals and perceived corporate hypocrisy: implications for the CSR performance of fast fashion brands. **Journal of Product & Brand Management**. 31(2): 206-217.