Chulalongkorn University
Chula Digital Collections

Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD)

2022

นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อความยั่งยืน

ขวัญชัย บุญสม
คณะศิลปกรรมศาสตร์

Follow this and additional works at: https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd

Part of the Art and Design Commons

Recommended Citation

บุญสม, ขวัญชัย, "นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อความยั่งยืน" (2022). *Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD)*. 6293.
https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/6293

This Thesis is brought to you for free and open access by Chula Digital Collections. It has been accepted for inclusion in Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD) by an authorized administrator of Chula Digital Collections. For more information, please contact ChulaDC@car.chula.ac.th.

นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อความยั่งยืน

นายขวัญชัย บุญสม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานฤมิตศิลป์ ภาควิชานฤมิตศิลป์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE WOMENSWEAR BRANDING INNOVATION FROM HEMP FOR ENVIRONMENTAL CREATIVE CRAFTS TARGET GROUP BY USING JAPANORDIC CULTURAL CAPITAL CONCEPT TO SUSTAINABILITY

Mr. Khuanchai Boonsom

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Fine and Applied Arts in Creative Arts
Department of Creative Arts
FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS
Chulalongkorn University
Academic Year 2022
Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิกเพื่อความยั่งยืน
โดย	นายขวัญชัย บุญสม
สาขาวิชา	นฤมิตศิลป์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	อาจารย์ ดร.ศิวรี อรัญนารถ

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

(ศาสตราจารย์ ดร.บุษกร บิณฑสันต์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ศาสตราจารย์ ดร.พัดชา อุทิศวรรณกุล)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(อาจารย์ ดร.ศิวรี อรัญนารถ)

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธุ์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เตชิต เฉยพ่วง)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ขวัญชัย บุญสม : นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อความยั่งยืน. (THE WOMENSWEAR BRANDING INNOVATION FROM HEMPFOR ENVIRONMENTAL CREATIVE CRAFTS TARGET GROUPBY USING JAPANORDIC CULTURAL CAPITAL CONCEPTTO SUSTAINABILITY) อ.ที่ปรึกษาหลัก : อ. ดร.ศิวรี อรัญนารถ

จากกระแสความยั่งยืนในกระบวนการผลิตและการบริโภคปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาสิ่งทอทางเลือกจากเส้นใยธรรมชาติต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น แต่กล่าวได้ว่ายังมีเพียงส่วนน้อยที่ถูกนำมาพัฒนาต่อในบริบทของการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกาย งานวิจัยเรื่องนวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อความยั่งยืน มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการออกแบบพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยใช้กระบวนการทดลองสร้างสรรค์ผลงานวิธีแบบหัตถกรรม จากการศึกษาพบว่าในกระบวนการทดลองทอเส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรมทอร่วมกับเส้นใยชนิดอื่นด้วยกี่ทอมือแบบ แบบ 2 ตะกอ แบบลายขัดมาตรฐาน และ 4 ตะกอ แบบลายทอมาตรฐาน จะได้สิ่งทอที่มีลักษณะที่แตกต่างกันเหมาะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลายผลิตภัณฑ์ แนวทางของอัตราส่วนของเส้นใยชนิดอื่นที่ทอร่วม ส่งผลให้มีผ้ามีน้ำหนัก ความหนาบางที่เหมาะแก่การทำเครื่องแต่งกายที่มีโครงสร้างอยู่ทรง มีความแข็งแรง และคงทนมากขึ้น ในด้านสีเป็นสัจจะวัสดุ คือ สีธรรมชาติของตัววัตถุดิบที่เกิดจากการผสมเส้นใยชนิดอื่นทำให้เกิดลวดลายขึ้น โดยลดขั้นตอนการฟอกย้อม ลดการใช้น้ำลงจากกระบวนการย้อมสี โดยสามารถนำสิ่งทอจากเฮมพ์ที่พัฒนาแล้วไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นที่มีแนวคิดเรื่องสิ่งแวดล้อม ความยั่งยืน ผสมผสานงานหัตถกรรมร่วมสมัย (Contemporary Craft) ในรูปแบบสไตล์โมเดิร์นผสมกับมินิมอลลิสต์ (Modern Minimalist) เน้นการออกแบบที่มีความทันสมัย มีรูปแบบเรียบง่าย ทั้งนี้จึงเป็นโอกาสดีที่เส้นใยเฮมพ์หัตถกรรมท้องถิ่นจะได้มีการพัฒนาและแพร่หลายให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ให้ความสนใจกับกระแสรักษ์โลกและการพัฒนาที่ยั่งยืนมากขึ้น

สาขาวิชา	นฤมิตศิลป์	ลายมือชื่อนิสิต .....
ปีการศึกษา	2565	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

6480004035 : MAJOR CREATIVE ARTS

KEYWORD: Hemp Environmental creative crafts Textile development

Khuanchai Boonsom : THE WOMENSWEAR BRANDING INNOVATION FROM HEMPFOR ENVIRONMENTAL CREATIVE CRAFTS TARGET GROUPBY USING JAPANORDIC CULTURAL CAPITAL CONCEPTTO SUSTAINABILITY. Advisor: SIWAREE ARUNYANART, D.F.A.

The present day's sustainable production and consumption trends have given rise to the popularity of developing textiles from various kinds of natural fibers. However, only a few natural textiles are being developed in order to be utilized as clothing materials. This research is The Branding Innovation of Womenswear from Hemp for Environmental Creative Crafts Target Group by Japanordic Cultural Capital Concept to Sustainability. The objectives are to create and develop textiles from Hemp to be used as a material for for Environmental Creative Crafts Target Group The research experiments with handwoven fabrics from the hybrid between hand spun Hemp yarn and other kinds of yarn, using a plain weave pattern from a 2-shaft loom and the twill pattern from a 4-shaft loom. The results reveal that the end products have distinct qualities which can be versatile for ranges of products. The fabrics most suitable for clothing production are those woven by handicraft .The ratios of the other type of yarn used in combination with Hemp yarn affect the thickness and the weightiness of the end products, creating fabrics suitable for more durable and structured garments. The organic coloring, created from the mixing of the natural fibers and the other fibers, also produces distinctive patterns on the fabrics, reducing the steps and the amount of water used in the dying process. The developed hemp-based textiles can be applied to fashion design with an environmental and sustainable focus.

Field of Study: Creative Arts Student's Signature .....

Academic Year: 2022 Advisor's Signature .....

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปกรรมมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ความช่วยเหลือสนับสนุนโอกาสในการศึกษา พัฒนาองค์ความรู้ที่มากขึ้น และขอบพระคุณคณาจารย์ในสาขาวิชาฯ ทุกท่านที่รับภาระงานเพิ่มขึ้นในขณะที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาต่อ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ศิวรี อรัญนารถ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้กรุณาให้แนวทางการทำวิจัย ข้อเสนอแนะให้กับลูกศิษย์อีกทั้งยังเป็นแรงผลักดัน ให้กำลังใจในการศึกษาวิจัยไป จนถึงหลักการใช้ชีวิต จนสามารถทำให้กระบวนการศึกษาวิจัยสำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณอย่างสูง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.พัดชา อุทิศวรรณกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศมิสสร สุทธิสังข์ อาจารย์ ดร.อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธุ์ และอาจารย์ ดร.บุญอารักษ์ รักษาวงษ์ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาในความกรุณาและคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข ให้คำปรึกษา ในการศึกษาวิจัยให้กับลูกศิษย์คนนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการสร้างองค์ความรู้ให้แก่ผู้วิจัยได้อย่างมากมายขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้สนับสนุนในการสร้างชีวิตโอกาสและกำลังใจที่สำคัญ คุณแม่ทรายทอง สาระติและคุณแม่เพ็ญศรี สาระติ ที่คอยห่วงใยให้กำลังใจเคียงข้างเสมอมาทำให้เกิดความสำเร็จในด้านการศึกษาและการใช้ชีวิตจนทุกวันนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะแก่ผู้วิจัยในศึกษาค้นคว้าและออกแบบครั้งนี้และที่สำคัญกำลังใจจากเพื่อน ๆ พี่ๆ ความช่วยเหลือจาก MFA ทุกท่าน รวมไปถึงบริษัทบีจีที คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่ให้การสนับสนุนผู้วิจัยจนทำสำเร็จผ่านมาได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัย เจ้าหน้าที่คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยในการอำนวยการประสานงาน ในการทำเอกสารวิทยานิพนธ์ครั้งนี้จนสำเร็จไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขวัญชัย บุญสม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญ

หน้า

..... ค

บทคัดย่อภาษาไทย..... ค

..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... ง

กิตติกรรมประกาศ..... จ

สารบัญ..... ฉ

สารบัญตาราง..... ญ

สารบัญรูปภาพ..... ณ

บทที่ 1 19

บทนำ..... 19

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 19

1.2 ปัญหาของงานวิจัย..... 24

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย..... 24

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย..... 24

1.5 วิธีดำเนินงานวิจัย..... 25

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 26

1.7 คำจำกัดความ 27

บทที่ 2 28

ทบทวนวรรณกรรม 28

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพืชเส้นใย..... 29

2.1.1 ความหมายของเส้นใย..... 29

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2.1.2 ประเภทของเส้นใย 30
2.1.3 สมบัติของเส้นใยที่มีผลต่อสมบัติผ้า..... 32
2.1.4 ความหมายของพืชเส้นใย..... 34
2.1.5 การแบ่งประเภทของพืชเส้นใย..... 35
2.1.6 คุณสมบัติทั่วไปของเส้นใยจากพืช 36
2.1.7 แนวโน้มและสถานการณ์การบริโภคพืชเส้นใย 37
2.1.8 การพัฒนาเส้นด้ายจากพืชเส้นใยในประเทศไทย 42
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเฮมพ์ 46
2.2.1 ประวัติการปลูกเฮมพ์ในประเทศไทย 46
2.2.2 ลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของเฮมพ์ 48
2.2.3 ความแตกต่างระหว่างเฮมพ์และกัญชา 50
2.2.4 ประโยชน์ที่ได้จากเฮมพ์ 53
2.2.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องและบทบาทเฮมพ์ 56
2.2.6 การส่งเสริมการปลูกเฮมพ์เป็นพืชเศรษฐกิจ 57
2.2.7 แนวโน้มกระแสนิยมการบริโภคเฮมพ์ในประเทศไทย 62
2.2.8 องค์ความรู้ภูมิปัญญางานหัตถกรรมเส้นใยเฮมพ์ 65
2.2.9 การพัฒนาเส้นใยเฮมพ์แบบอุตสาหกรรมในประเทศไทย..... 79
2.3 แนวคิดเกี่ยวงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ 84
2.3.1 ความหมายของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์..... 85
2.3.2 ประเภทของของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ 86
2.4 กลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม..... 88
2.4.1 ที่มาของกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม..... 88
2.4.2 รูปแบบพฤติกรรมของกลุ่มคนในเจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) และ เจนเนอเรชั่นซี (Gen Z)..... 92

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2.4.3 ข้อบ่งชี้และลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 94
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม และแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก 95
2.51 ความหมายของทุนวัฒนธรรม 95
2.5.2 ความหมายของอัตลักษณ์ 97
2.5.5 แนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก 99
2.5.6 รูปแบบของงานออกแบบจากแนวคิดเจแปนนอร์ดิก 99
บทที่ 3 131
วิธีการดำเนินการวิจัย 131
กระบวนการวิจัยส่วนที่ 1 การศึกษาวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 131
กระบวนการวิจัยส่วนที่ 2 การพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ 132
กระบวนการวิจัยส่วนที่ 3 การเก็บข้อมูลผู้บริโภค 133
กระบวนการวิจัยส่วนที่ 4 การสรุปแนวทางการออกแบบ 136
กระบวนการวิจัยส่วนที่ 5 การพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ และสรุปผลการวิจัย 137
บทที่ 4 139
การวิเคราะห์ข้อมูล 139
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ 140
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคและแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค 155
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวคิดการออกแบบ 173
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล 7P’s และ SWOT ของตราสินค้าคู่แข่ง 175
ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าของงานวิจัย 183
บทที่ 5 187
อัตลักษณ์ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ 187
ส่วนที่ 1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย 188

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 2 อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า 190

ส่วนที่ 3 อัตลักษณ์ความจำเพาะของผลิตภัณฑ์ 194

บทที่ 6 200

การสร้างสรรค์ผลงาน 200

ส่วนที่ 1 การสร้างแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่และแรงบันดาลใจในการออกแบบ 201

ส่วนที่ 2 การสร้างสรรค์ผลงาน 213

บทที่7 217

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ 217

7.1 สรุปผลการวิจัย 217

7.2 อภิปรายผล 219

7.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป 220

บรรณานุกรม 2

ภาคผนวก 6

ประวัติผู้เขียน 20

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 แสดงการจำแนกประเภทของเส้นใย 31

ตารางที่ 2 แสดงคุณสมบัติทั่วไปของเส้นใยจากพืช 36

ตารางที่ 3 แสดงชนิดของพืชเส้นใยอื่นในตลาดการผลิตเส้นใยจากพืช (Other Plant-Based Fibers) 39

ตารางที่ 4 แสดงการพัฒนาเส้นด้ายเส้นใยพืชในประเทศไทย 42

ตารางที่ 5 แสดงลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของพืชเฮมพ์ 49

ตารางที่ 6 แสดงสรุปเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเฮมพ์และกัญชา 52

ตารางที่ 7 แสดงพันธุ์กัญชงที่ได้รับการขึ้นทะเบียนต่อกรมวิชาการเกษตร ปี พ.ศ. 2554 จำนวน 4 พันธุ์ 59

ตารางที่ 8 แสดงพันธุ์กัญชงที่ได้รับการขึ้นทะเบียนต่อกรมวิชาการเกษตร ปี พ.ศ. 2564 จำนวน 4 สายพันธุ์ RPF5-8 เทียบกับพันธุ์ RPF1-4 60

ตารางที่ 9 แสดงขั้นตอนการทำเส้นใยเฮมพ์และผ้าทอมือ มีดังนี้ 67

ตารางที่ 10 แสดงลักษณะเส้นใยเฮมพ์ที่ได้จากแต่ละกระบวนการ 69

ตารางที่ 11 แสดงการศึกษาผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอเฮมพ์ วิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ยอดคีรี 71

ตารางที่ 12 แสดงการศึกษาผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอเฮมพ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาวม่าง 73

ตารางที่ 13 แสดงการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มใยกัญชงทรายทอง 75

ตารางที่ 14 แสดงการศึกษาและวิเคราะห์งานหัตถกรรมเส้นใยเฮมพ์ ตราสินค้า สาธุ (Satu) 76

ตารางที่ 15 แสดงการศึกษาและวิเคราะห์งานหัตถกรรมเส้นใยเฮมพ์ตราสินค้า ก๊ะ ใยกัญชง (Ka Hemp) 78

ตารางที่ 16 แสดงการเตรียมวัตถุดิบ และการลอกเปลือกออกจากแกน 80

ตารางที่ 17 แสดงกระบวนการแยกเส้นใยจากเปลือกกัญชงทางเคมี 81

ตารางที่ 18 แสดงกระบวนการแยกเส้นใยจากเปลือกกัญชงเชิงกล 82

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 19 แสดงกระบวนการผลิตเส้นด้ายผสมใยกัญชง 83

ตารางที่ 20 แสดงประเด็นหลักของการกำหนดคำนิยามของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ ให้มีความสอดคล้องกับบริบทในปัจจุบัน 85

ตารางที่ 21 รูปแบบพฤติกรรมของกลุ่มคนใน Generation Y และ Generation Z (Esteves & Haro, 2016; เสมอ นิ่มเงิน, 2561; ธัญนันท์ วีรภัทรรุ่งโรจน์, 2559; ศูนย์สร้างสรรค์ งานออกแบบ, 2561, 2562; เจาะเทรนด์โลก 2023: CO-TOPIA ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ Thailand Creative & Design Center (TCDC)) 92

ตารางที่ 22 แสดงข้อบ่งชี้และลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 94

ตารางที่ 23 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ Swedish Archipelago House ของ Norm Architects partner Frederik Werner offers 100

ตารางที่ 24 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ Hermitage cabin โดย Llabb architettura 101

ตารางที่ 25 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ เก้าอี้สตูลคิโอเกะ ปี ค.ศ. 2012 ของ สตูดิโอ โออีโอ และ งานไม้นาคางาวะ (Ki-oke stool, 2012 OEO Studio and Nakagawa Mokkougei) 104

ตารางที่ 26 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ เก้าอี้ N01™ ปี ค.ศ. 2018 ของ เนนโดะ ออกแบบให้ ฟริตซ์ แฮนเซ่น (N01™ Chair, 2018 Nendo for Fritz Hansen) 107

ตารางที่ 27 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ มู่ลี่ไม้ (Wooden curtain) 109

ตารางที่ 28 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ กล่องใส่เครื่องประดับแครระเซิล (Carousel jewelry box) ของ อากิโกะ คูวาฮาตะ และ เคน วินเทอร์ (Akiko Kuwahata and Ken Winter) 110

ตารางที่ 29 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบโต๊ะลิ้นชัก Breathe chest of drawer ของ อากิโกะ คูวาฮาตะ และ เคน วินเทอร์ (Akiko Kuwahata and Ken Winter) 111

ตารางที่ 30 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบเก้าอี้ N-CC01 club chair ของ นอร์ม อาร์คิเทคส์ (Norm Architects for Karimoku, Karimoku Case Study) 114

ตารางที่ 31 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบเก้าอี้ N-DC01 dining chair ของ นอร์ม อาร์คิเทคส์ (Norm Architects for Karimoku, Karimoku Case Study) 115

ตารางที่ 32 แสดงการการวิเคราะห์การออกแบบแสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ Pendant light and floor and table lamp ของ นอร์ม อาร์คิเทคส์ (Norm Architects for Karimoku, Karimoku Case Study) 117

ตารางที่ 33 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ ชั้นวางคุมิโกะ (Kumiko limited edition) ของ ราสมุส เฟนฮานน์ (Rasmus Fenhann)..... 119

ตารางที่ 34 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบโคมห้อย ฮิคาริ รอมบิก (Hikari rhombic pendant light) ของราสมุส เฟนฮานน์ (Rasmus Fenhann)..... 120

ตารางที่ 35 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบตกแต่งภายใน สคอฟโชฟ เรสซิเด้นซ์ (Skovshoved Residence) ของ เฟรเดอริก อเล็กซานเดอร์ แวร์เนอร์ (Frederik Alexander Werner)..... 122

ตารางที่ 36 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบตกแต่งภายใน การออกแบบตกแต่งภายใน Residence in Taipei by CASE-REAL 123

ตารางที่ 37 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบตกแต่งภายใน อิซูมิ ชาร์ลอตเตนลันด์ (IZUMI Charlottenlund) ของ แพน-โปรเจค (PAN- PROJECTS)..... 125

ตารางที่ 38 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบตกแต่งภายในโปรเจคแอง ของ กรณีศึกษาคาริโมคุ (ÄNG Project by Karimoku Case Study) 127

ตารางที่ 39 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบตกแต่งภายใน อิซูมิ ชาร์ลอตเตนลันด์ (IZUMI Charlottenlund) ของ แพน-โปรเจค (PAN- PROJECTS)..... 128

ตารางที่ 40 แสดงตารางสรุปองค์ประกอบจากการศึกษางานออกแบบที่ใช้แนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก 130

ตารางที่ 41 แสดงลักษณะเส้นใยเฮมพ์ที่ได้จากแต่ละกระบวนการการเตรียมวัตถุดิบเส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรม 142

ตารางที่ 42 แสดงการแบ่งการทดลองทอสิ่งทอจากเฮมพ์ ทั้งสองแบบ 2 แบบ 143

ตารางที่ 43 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยของชิ้นผ้าที่ทอด้วยกี่ทอมือ 2 ตะกอ ลายขัดมาตรฐาน 145

ตารางที่ 44 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยของชิ้นผ้าที่ทอร่วมกับเส้นใยอื่นที่ทอด้วยกี่ทอมือ 4 ตะกอ 148

ตารางที่ 45 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านความเหมาะสมและคุณสมบัติที่มีผลต่อการนำไปผลิตเป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่นของผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อสิ่งทอต้นแบบจากการทดลองทอแบบที่ 1 149

ตารางที่ 46 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านความเหมาะสมและคุณสมบัติที่มีผลต่อการนำไปผลิตเป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่นของสิ่งทอจากการทดลองทอแบบที่ 2 151

ตารางที่ 47 แสดงผลการวิเคราะห์การตอบข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 156

ตารางที่ 48 แสดงผลการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย และทัศนคติของท่านต่อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืนของผู้ตอบแบบสอบถาม 157

ตารางที่ 49 แสดงผลการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย และทัศนคติของท่านต่อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ) 159

ตารางที่ 50 ผลการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย และทัศนคติของท่านต่อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ) 160

ตารางที่ 51 แสดงผลการการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพืชเส้นใย : เฮมพ์หรือกัญชงของผู้ตอบแบบสอบถาม 161

ตารางที่ 52 แสดงผลการการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทุนวัฒนธรรม 162

ตารางที่ 53 แสดงผลการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทุนวัฒนธรรม (ต่อ) 162

ตารางที่ 54 แสดงผลการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทุนวัฒนธรรม (ต่อ) 163

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 55 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set) จำนวน 100 รูป.....168

ตารางที่ 56 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set) จำนวน 100 รูป (ต่อ).....169

ตารางที่ 57 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set) จำนวน 100 รูป (ต่อ).....171

ตารางที่ 59 แสดงองค์ประกอบการออกแบบจากแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก 173

ตารางที่ 60 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ 7P’s 176

ตารางที่ 61 แสดงตารางวิเคราะห์ SWOT ตราสินค้า.....177

ตารางที่ 62 แสดงการวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ 7P’s 181

ตารางที่ 63 แสดงตารางวิเคราะห์ SWOT ตราสินค้า 181

ตารางที่ 64 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าของผู้วิจัย ด้วยหลักการส่วนผสมทางการตลาด 7P’s 184

ตารางที่ 65 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าของผู้วิจัย ด้วยหลักการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis).....185

ตารางที่ 66 แสดงการแบ่งประเภทสินค้าภายในตราสินค้าต้นแบบของผู้วิจัย 192

ตารางที่ 67 ตารางอัตลักษณ์จำเพาะผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าในการวิจัย 195

ตารางที่ 68 แสดงอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุ 197

ตารางที่ 69 อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ.....198

ตารางที่ 70 แสดงสรุปการเลือกแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก และแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน.....202

ตารางที่ 71 แสดงสรุปการเลือกแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลักของจากบริษัทดับเบิลยูจีเอสเอ็น (WGSN) 203

ตารางที่ 72 การสรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก ธีม แคร์ คัลเจอร์ (Care Culture) เรื่อง โซลฟูล มินิมอลลิซึ่ม (Soulful minimalism) 203

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 73 การสรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก ธีม แคร์ คัลเจอร์ (Care Culture) เรื่อง โซลฟูล มินิมอลลิซึ่ม (Soulful minimalism) และ เทคเจอร์ แคชชวล (Texture casuals) 206

ตารางที่ 74 การสรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก ธีม เนเจอร์เวิร์ส (NatureVerse) เรื่อง ซอฟท์ลี่ชาร์ป (Softly sharp) 207

ภาพที่ 75 แสดงสรุปผลวิเคราะห์องค์ประกอบแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend) : Honest Simplicity 211

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 แสดงผลรายงานการตลาดความต้องการของเส้นและวัสดุของ Textile Exchange ประจำปี ค.ศ. 2021 37

ภาพที่ 2 แสดงการนำไปใช้งานเส้นใยและวัสดุตามการใช้งาน อ้างอิงตามรายงานการตลาดความต้องการของเส้นและวัสดุของ Textile Exchange ประจำปี ค.ศ. 2021 38

ภาพที่ 3 แสดงลักษณะต้นเฮมพ์ 48

ภาพที่ 4 แสดงผลการประเมินความเป็นมิตรสิ่งแวดล้อมของเฮมพ์กับพืชจำนวน 23 ชนิด 55

ภาพที่ 5 แสดง Global Hemp Market Value (USD, bn) 63

ภาพที่ 6 แสดง Global Hemp Market (By Application) 64

ภาพที่ 7 แสดง Global Hemp Market (By Type) 64

ภาพที่ 8 แสดง Projection of Economic Gain from Hemp's Ingredient 65

ภาพที่ 9 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ยอดคีรี 71

ภาพที่ 10 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาวม่าง งานผ้าใยกัญชง 73

ภาพที่ 11 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์ของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มใยกัญชงทรายทอง 74

ภาพที่ 12 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า สาธุ (Satu) 76

ภาพที่ 13 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์ของ Ka Hemp Collection ภายใต้แนวคิด 77

ภาพที่ 14 เส้นด้ายจากใยเฮมพ์อุตสาหกรรมในขนาดต่าง ๆ กัน 84

ภาพที่ 15 การแบ่งประเภทของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ตามระดับของฝีมือและการออกแบบ 86

ภาพที่ 16 กลุ่มนักปฏิวัติแฟชั่น (Fashion revolutionaries) 90

ภาพที่ 17 แอนน์-มารี บูมันน์ และโธมัส ลิคค์ (Anne-Marie Buemann and Thomas Lykke) 103

ภาพที่ 18 การทำถังไม้คิโอเกะแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น 105

ภาพที่ 19 โอกิ ซาโตะ (Oki Sato) 106

ภาพที่ 20 อากิโกะ คูวาฮาตะ และ เคน วินเทอร์ (Akiko Kuwahata and Ken Winter) 108

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาพที่ 21 นอร์ม อาร์คิเทคส์ (Norm Architects) 113

ภาพที่ 22 ราสมุส เฟนฮานน์ ประเทศเดนมาร์ก (Rasmus Fenhann, Denmark) 118

ภาพที่ 23 แสดงแผนภูมิแสดงกระบวนการวิจัย 138

ภาพที่ 24 แสดงกระบวนการจัดการพืชเส้นใยเฮมพ์ เพื่อใช้สำหรับทอ 142

ภาพที่ 25 แสดงภาพการทอแบบเส้นด้ายยืน ฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้น 144

ภาพที่ 26 แสดงภาพการทอแบบเส้นยืนเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้นพุ่งด้วยเส้นฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้น 146

ภาพที่ 27 แสดงภาพการทอแบบเส้นยืนเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้นพุ่งด้วยเส้นไหมหลืบ หรือไหมเปลือกแบบหัตถกรรม จำนวน 3 เส้น 146

ภาพที่ 28 แสดงภาพการทอแบบเส้นยืนเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้นพุ่งด้วยเส้นใยขนแกะแบบหัตถกรรม จำนวน 1 เส้น 147

ภาพที่ 29 แสดงภาพการทอแบบเส้นยืนเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้นพุ่งด้วยเส้นฝ้ายปั่นแบบอุตสาหกรรม จำนวน 1 เส้น 147

ภาพที่ 30 เปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set) 165

ภาพที่ 31 เปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set) 166

ภาพที่ 32 แสดงสินค้า จิล แซนเดอร์ (Jil Sander) 176

ภาพที่ 33 แสดงสินค้าฌักมูส (Jacquemus) 180

ภาพที่ 34 ภาพกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 190

ภาพที่ 35 แสดงตำแหน่งอัตลักษณ์ของตราสินค้าในงานวิจัย 191

ภาพที่ 36 แสดงตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าในงานวิจัย 194

ภาพที่ 37 แสดงสรุปผลวิเคราะห์เพื่อให้ได้แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก และแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน : Minimal Crafting 210

ภาพที่ 38 แสดงสรุปผลวิเคราะห์เพื่อให้ได้แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend) : Honest Simplicity 210

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาพที่ 39 แสดงแรงบันดาลใจในการออกแบบ รีฟอร์ม ทะดิชั่น (Reformed Tradition) 212

ภาพที่ 40 แสดงองค์ประกอบในการออกแบบ รีฟอร์ม ทะดิชั่น (Reformed Tradition) 213

ภาพที่ 41 แสดงการออกแบบสิ่งทอเฮมพ์ 214

ภาพที่ 42 ภาพการการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันโดยใช้วิธีการตัดปะ (Collage). 215

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน ทุกภาคส่วนต่างให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อให้ส่งผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด และเอื้อต่อการดำรงอยู่ของมวลมนุษยชาติ อุตสาหกรรมสิ่งทอและแฟชั่นจึงเป็นอีกหนึ่งภาคส่วนหนึ่งที่กำลังปรับตัวสู่ทิศทางดังกล่าว โดยปฏิวัติจากการเป็นฟาสต์แฟชั่น (Fast Fashion) หรือแฟชั่นที่ไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมมาเป็นแฟชั่นเนิบช้าหรือสโลว์แฟชั่น (Slow Fashion) ที่ให้ความสำคัญต่อความเป็นอยู่ของมนุษย์และสิ่งแวดล้อม รายงานของเดอะ 2021 ฟอสซิลแฟชั่น (The 2021 Fossil Fashion) เปิดเผยว่า มีผู้บริโภคจำนวนมากที่ไม่รู้ว่าเส้นใยที่มีราคาถูก เช่น โพลีเอสเตอร์ ที่สามารถพบได้ทั่วไปในผลิตภัณฑ์สิ่งทอมีการปล่อยก๊าซคาร์บอนมากกว่า 530 ล้านตัน จากกระบวนการผลิต ดังนั้นตราสินค้าต่าง ๆ จะต้องสร้างความตระหนักและลดการใช้วัสดุสังเคราะห์[1] ด้วยเหตุนี้หลากหลายตราสินค้าสินค้าแฟชั่นจึงให้ความสำคัญต่อการเลือกวัตถุดิบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อนำสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและมีเอกลักษณ์ของตนเอง ประกอบกับหนึ่งในเทรนด์ที่มาแรงของผู้บริโภคใน ปี ค.ศ. 2017 คือ กระแสรักธรรมชาติ และการใช้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เน้นการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น ผ้าฝ้ายออร์แกนิก เส้นใยไผ่ ไหม ลินิน เส้นใยสับปะรด รวมไปถึงเฮมพ์ หรือกัญชง[2] จากการศึกษาพบว่า เส้นใยเฮมพ์เป็นพืชที่ให้เส้นใยยาวจากส่วนเปลือกของลำต้นที่มีคุณภาพสูง มีความยืดหยุ่น แข็งแรง และทนทาน สามารถใช้เป็นวัตถุดิบในผลิตภัณฑ์จากเส้นใยได้มากมาย เช่น ผ้า และกระดาษได้ดี ซึ่งมีคุณภาพดีกว่าเส้นใยจากฝ้ายและลินิน เมื่อเปรียบเทียบปริมาณเส้นใยจากการปลูกเฮมพ์กับการปลูกฝ้ายเฮมพ์ให้ผลผลิตมากกว่าฝ้าย 2-3 เท่า เส้นใยเฮมพ์ จึงเริ่มมีบทบาทสำคัญในตลาดเส้นใยธรรมชาติ[3] สอดคล้องกับแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในปี พ.ศ. 2565 และปีถัดๆ ไป ของ WGSN (World Global Style Network) ผู้นำด้านการคาดการณ์แนวโน้มระดับโลก เปิดเผยว่าเส้นใยยาว หรือ พืชที่มีเส้นใยยาว จะเป็นเส้นใยที่มีแนวโน้มเติบโตจากการนำมาใช้ในวงการแฟชั่น ซึ่งเป็นการมองหาทางเลือกที่นอกเหนือไปจากผ้าฝ้าย เส้นใยในกลุ่มนี้

---

[1]อิสเรศ วงศ์เสถียรโสภณ (ศูนย์ข้อมูลและดิจิทัลอุตสาหกรรม สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ). (2564). "แนวโน้มความยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบแฟชั่นไทย." from https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.2426.1.0.html

[2] ผู้จัดการออนไลน์. (2560). "TCDC เผย “เส้นใยกัญชง” ขึ้นแท่นวัตถุดิบสิ่งทอสร้างสรรค์ ปี 17 อนาคตแฟชั่นไทย." from https://mgronline.com/smes/detail/9600000016286

[3] มนทิรา สุขเจริญ และ พันธวัศ สัมพันธ์พานิช (2560). "จุดเริ่มต้นว่าด้วยเรื่องของ “เฮมพ์” หรือ “กัญชง” ที่ไม่ใช่ “กัญชา”." วารสารสิ่งแวดล้อม, ปีที่ 23 ฉบับที่ 3.

ประกอบด้วย แฟลกซ์ (ลินิน) เฮมพ์ รามี และปอกระเจา รวมถึงการสนับสนุนแนวทางปฏิบัติทางการเกษตรแบบหมุนเวียนที่จะช่วยให้ดินดักจับคาร์บอนได้[4]

โดยทั่วไปประชาชนส่วนมากจะรู้จักพืชที่เรียกว่า “กัญชา” หรือมารีฮวนนา (Marijuana) ในขณะที่มีพืชอีกชนิดหนึ่งที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกัญชา นั่นคือ “กัญชง”หรือที่บางคนมีความเข้าใจว่า กัญชง คือ น้องของกัญชา ดังนั้นเพื่อไม่ให้เกิดความสับสนของพืชทั้งสองชนิดนี้ ในทางกฎหมายจึงได้มีการระบุหรือให้เรียก “กัญชง” วา “เฮมพ (Hemp)” จัดเป็นยาเสพติดให้โทษประเภท 5 ตามพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ ป พ.ศ. 2522 กัญชาและเฮมพ์ และเป็นพืชดั้งเดิมที่มีการปลูกเพื่อใช้เส้นใยมานับพันปี[5] ซึ่งในประเทศไทยการปลูกเฮมพ์ เมื่อ 4-5 ปีที่ ผ่านมา การปลูกเฮมพ์หรือมีไว้ครอบครองจะมีความผิดและ มีบทลงโทษต่าง ๆ มากมาย จนกระทั่งเมื่อปี 2560 ต่อมาพืชชนิดนี้ได้รับการอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีในขณะนั้นให้สามารถทำการเพาะปลูกได้ในประเทศไทย ทั้งในระดับครัวเรือน และอุตสาหกรรม เฉพาะในพื้นที่ที่กำหนดไว้เท่านั้น โดยจำกัดพื้นที่ 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดน่าน จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน และจังหวัดตาก จากการที่กฎกระทรวงในด้านการขออนุญาตผลิต นำเข้า ส่งออก จำหน่าย หรือมีไว้ใน ครอบครองซึ่งยาเสพติดให้โทษประเภท 5 เฉพาะเฮมพ์ได้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2564 เป็นต้นมา ปัจจุบันกระทรวงสาธารณสุขได้มีการส่งเสริมและสนับสนุน การปลูกเฮมพ์ในทุก ๆ พื้นที่รวมทั้งกรุงเทพมหานคร แต่ต้องมีการยื่นคำร้องขออนุญาต ปลูกเฮมพ์ในพื้นที่นั้น ๆ และผู้ที่ได้รับอนุญาตจะต้องมีแผนการผลิต แผนการจำหน่าย และการนำไปใช้ประโยชน์ตามขั้นตอนที่ได้รับอนุญาต รวมทั้งเมล็ดพันธุ์ที่จะนำมาปลูก และต้องดำเนินการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ประโยชน์เฉพาะตามที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น การที่ภาครัฐได้มีการเตรียมการส่งเสริมและยกระดับเฮมพ์ให้เป็นพืชเศรษฐกิจ ด้วยการนำเส้นใยมาใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ จึงทำให้มีการสนับสนุนให้ปลูกเฮมพ์กันอย่าง แพร่หลายมากยิ่งขึ้น แต่ทุกขั้นตอนต้องได้รับการควบคุมจากภาครัฐ รวมทั้งการตรวจวัด ปริมาณสาร THC (Tetrahydrocannabinol) หรือ “สารเมา” ของเฮมพ์ที่ปลูกต้องไม่เกิน 1 % ต่อน้ำหนักแห้ง เพื่อป้องกันไม่ให้มีการนำเฮมพ์ไปใช้ในทางผิดกฎหมาย[6]

---

[4] ผู้จัดการออนไลน์. (2564). "WGSN เผย 13 เทรนด์แรงปี 65 “แท็กซี่บินได้-อวตาร์คอมเมิร์ซ”." from https://www.oncb.go.th/ncsmi/cannabis4/.pdf. .

[5] ประภัสสร ทิพยรัตน. ศูนยวิทยาศาสตรการแพทยที่ 1 เชียงใหม. “พืชกัญชา: ความรูทั่วไป และการตรวจสอบสารสำคัญ”. (ออนไลน). 2562 แหลงที่มา: https://www.oncb.go.th/ncsmi/cannabis4/.pdf.

[6]สุรัติวดี ภาคอุทัย และกนกวรรณ ศรีงาม. (ออนไลน). 2551. รายงานฉบับสมบูรณ, การศึกษาวิจัย และพัฒนา Test kit เพื่อวิเคราะหปริมาณสาร THC ในกัญชง, ภายใตชุดโครงการ : โครงการพัฒนากัญชงเชิงเศรษฐกิจเพื่อสนับสนุนการสรางมูลคา. สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องคการมหาชน) เชียงใหม. แหลงที่มา: http://mis.agri.cmu.ac.th/download/research/0-003-B-51_file.doc.

ในอดีตพื้นที่ปลูกเฮมพ์ในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่ที่กลุ่มชาติพันธุ์ชนเผ่าม้ง ตั้งชุมชนอยู่ เนื่องจากเฮมพ์เป็นพืช ใช้เส้นใยเฮมพ์ เพื่อทอเป็นผ้าในการประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อ และที่สำคัญเฮมพ์เป็นพืชทางเศรษฐกิจที่มีอนาคต และสามารถสร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน เกษตรในพื้นที่ๆ สามารถปลูกเฮมพ์ได้เป็นอย่างดี[7] กลุ่มชาติพันธุ์ชนเผ่าม้ง มีภูมิปัญญาและกระบวนการผลิตเส้นใยเฮมพ์ ผ่านพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องในการปลูกเฮมพ์ บนฐานภูมิปัญญาและทุนวัฒนธรรม มาอย่างยาวไกล สืบทอดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์รุ่นต่อรุ่น[8] โดยส่วนใหญ่เป็นการนำเส้นใยเฮมพ์มาถักทอเป็นเสื้อผ้าสวมใส่และจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นงานแฮนด์เมด ทำให้ต้องใช้เวลาในการผลิตผลิตภัณฑ์ค่อนข้างนาน ในปัจจุบันชนกลุ่มชาติพันธุ์ชนเผ่าม้งเริ่มมีการพัฒนากระบวนการผลิตและการแปรรูปเส้นใยกัญชงในเชิงพาณิชย์มากขึ้น จนทำให้เติบโตเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งนิยมนำเส้นใยเฮมพ์มาทอและถัก แล้วแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม และเสื้อผ้ารูปทรงต่าง ๆ ที่หลากหลายมากขึ้น เช่น เสื้อกั๊ก ผ้าพันคอ กระเป๋า หมวก เป็นต้น ซึ่งมีการพัฒนานำมาตัดเย็บและแปรรูปทำ เป็นสินค้าสำเร็จรูปใช้เองในตอนแรก จนกระทั่งสามารถทำขายได้ จึงทำปัจจุบันแต่ละท้องถิ่นได้มีการหันมาปลูกต้นเฮมพ์เพื่อใช้ในงานศิลปหัตถกรรมเพิ่มมากขึ้น เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาวม่าง งานผ้าใยเฮมพ์ กลุ่มชาติพันธุ์ชนเผ่าม้ง อ.แม่ริม จ.เชียงใหม่ โดยครูธัญพร ถนอมวรกุล ครูช่างศิลปหัตถกรรม ปี 2564 ผู้สืบทอดภูมิปัญญาการสร้างสรรค์ผ้าเขียนเทียนใยเฮมพ์ โดยเริ่มตั้งแต่นำต้นเฮมพ์มาลอกเส้นใยและผ่านกรรมวิธีเฉพาะจนกลายเป็นผืนผ้า นำมาย้อมสีธรรมชาติ และบรรจงเขียนลวดลายลงบนผืนผ้าด้วยเทียนตามแบบฉบับกลุ่มชาติพันธุ์ชนเผ่าม้ง ก่อนนำมาตัดเย็บเป็นสินค้าแฟชั่นมากมาย[9] จากการศึกษาพบว่า เมื่อมีการนำเฮมพ์ 100 % มาทดสอบ แต่เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ต้องการสัมผัสที่นุ่ม ไม่สาก ซึ่งเฮมพ์ทอมือของชาวบ้านจะแข็งและยากต่อการทำ ให้นุ่ม ในขณะที่เฮมพ์ จากโรงงานจะแข็งคล้ายลินิน การจัดการในส่วนของสัมผัสจึงง่ายกว่า ซึ่งการนำเส้นใยอื่นมาผสมกับเฮมพ์จะต้องดูว่าเหมาะสมหรือไม่อย่างไร เพราะเส้นด้ายของเฮมพ์ไม่เรียบเป็นเส้นใยธรรมชาติ มีปุ่ม ปมใหญ่ ๆ เล็กๆ ดังนั้น จึงอาจดึงความเด่นคือ ความไม่เรียบของเฮมพ์ออกมา ซึ่งก็จะสอดคล้องกับความต้องการของตลาดด้วยในส่วนของการทอ ต้องทราบน้ำหนักของผ้า เพื่อจะได้ทราบความหนาแน่น เช่น เนื้อผ้าน้ำหนักใดจึงจะเหมาะนำ ไปทำ เสื้อหรือกระโปรง และถ้าผ้าหนักหรือทิ้ง มีส่วนโค้ง จะทำให้ผู้สวมใส่มีรูปร่างสวยงาม เป็นต้น ซึ่งจะโยงไปสู่การออกแบบว่า ผ้า

---

[7] ศูนย์วิชาการสารเสพติดภาคเหนือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2563). "รายงานผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาพัฒนาการจัดการเฮมพ์(กัญชง) ในพื้นที่ต้นแบบภาคเหนือตอนบน ภายใต้กฎกระทรวง."

[8] สุทิน เรืองปานกัน ทรงคุณ จันทจร และระพีพันธ์ ศิริสัมพันธ์ (2565). <u>การศึกษาภูมิปัญญาในการผลิตเส้นใยกัญชงเชิงอุตสาหกรรมสิ่งทอชุมชน</u>, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

[9] สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน). (2564). "สินิตย์ ดัน “เส้นใยกัญชง” เป็นวัตถุดิบผลิตงานศิลปหัตถกรรมไทย." from https://www.sacit.or.th/th/detail/2022-07-18-11-31-05.

ควรเป็นแนวตั้ง หรือใช้ผ้ามีน้ำหนักทิ้งตัวลงมา เป็นต้น ซึ่งจะนำ ไปเป็นโจทย์ในการออกแบบวัสดุต่อไป[10]

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ กล่าวว่า ปัจจุบันผู้ประกอบการในประเทศไทยที่ใช้เส้นใยเฮมพ์เพื่อผลิตสินค้าเครื่องนุ่งห่ม มีเพียง 10 ราย ซึ่งเป็นกลุ่มเอสเอ็มอี (SMEs) วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ภาคเหนือเป็นหลัก ขายภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ และจะนำเข้าผ้าผืนจากเส้นใยเฮมพ์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศเวียดนาม และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ทำเองตั้งแต่ต้นโดยการผลิตเส้นใยและทอผ้าด้วยมือ และส่วนใหญ่จะผลิตเป็นสินค้าโอท็อป[11] เป็นผลมาจากปัจจุบันขาดแคลนเนื่องจากเกษตรกรที่แปรรูปเส้นใยแบบวิถีม้งมีจำนวนลดลง กระแสการผลักดันให้เฮมพ์เป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ในประเทศไทย หลังจากรัฐบาลประกาศปลดล็อกให้สามารถขออนุญาตปลูก ผลิต นำเข้าเมล็ดพันธุ์ ครอบครอง และจำหน่ายได้ ด้วยคุณประโยชน์ที่หลากหลายประกอบกับความต้องการในตลาดโลกที่มีแนวโน้มเปิดกว้างมายิ่งขึ้นทำให้เฮมพ์มีศักยภาพที่กลายเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ของประเทศ สามารถที่ต่อยอดเป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้มหาศาล การที่ประเทศไทยมีความสามารถด้านการเพาะปลูกและการผลิตที่สูง[12] จากการศึกษาข้อมูลที่กล่าวมาเบื้องต้น ผู้วิจัยได้เห็นถึงช่องว่างทางการตลาดที่ยังการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใยเฮมพ์ที่มีโอกาสเติบโต และตอบสอบสนองกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลายขึ้น และการใช้ประโยชน์จากเส้นใยเฮมพ์ในเชิงพาณิชย์

สืบเนื่องจากปัญหาที่เรียกว่าเป็นฟาสต์แฟชั่น ส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มเทรนด์ผู้บริโภคและเทรนด์ธุรกิจ ทำให้หลาย ๆ ธุรกิจต้องปรับตัวและรับมือทั้งในระยะสั้นและระยะยาวต่อไปในอนาคต รวมถึงผลกระทบจากโลกาภิวัตน์ ภาวะโลกร้อน การคุกคามจากโรคร้าย การโหยหาสถานภาพและการยอมรับ การขยายตัวของสังคมเมือง การเปลี่ยนฐานโครงสร้างประชากรศาสตร์ ปัจจัยต่างๆ ที่ดูไม่เกี่ยวข้องกันนี้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความคิดของผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดความคิด ทัศนคติ และการให้คุณค่าในเรื่องราวที่แตกต่างกันไป สำหรับการเคลื่อนไหวของเครือข่ายแฟชั่นรีโวลูชั่น (Fashion Revolution) คือ กลุ่มเครือข่ายที่ต้องการแฟชั่นไม่ไปทำลายคน และสภาพแวดล้อมของโลก สร้างการบริโภคแฟชั่นที่ยั่งยืน และความโปร่งใสของอุตสาหกรรมแฟชั่น ผ่านการเคลื่อนไหวสร้างกิจกรรมที่เสริมสร้างการตระหนักรู้ที่นำไปสู่การปฏิบัติในระยะยาว โดยมีผล

---

[10] กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (2565). "โครงการพัฒนาและส่งเสริมการส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ทำจากเส้นใยและผลิตภัณฑ์จากใยกัญชงเพื่อรองรับความต้องการของตลาดโลก.กรุงเทพมหานคร."

[11] ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2564). "หนุน “เส้นใยกัญชง” สินค้าส่งออกดาวรุ่ง." from https://www.prachachat.net/economy/news-666246

[12] ชัยวัฒน์ เสาวเจริญสุข. (2564). "พืชเศรษฐกิจใหม่ โอกาสและความท้าทาย." from https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/hemp-2021

สำรวจกลุ่มผู้บริโภค มีด้วยกัน 3 กลุ่ม กลุ่มแรก คือ กลุ่มที่แสวงหา ชอบเรื่องท้าทายใหม่ๆ (Explore) คือ กลุ่มคนที่ยังค้นหาตัวตนอยู่ สนใจที่จะบริโภครับประการณ์ใหม่ๆ ที่แตกต่าง อย่างแลกเปลี่ยนเสื้อผ้า (Clothes Swap) ก็เป็นหนึ่งในนั้นที่ทางเครือข่ายนำเสนอว่าเป็นประสบการณ์การช้อปปิ้งรูปแบบใหม่ กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มรักแฟชั่น ค้นหาตัวตนผ่านการบริโภคแฟชั่น ใช้จ่ายเงินเพื่อแลกกับประสบการณ์ ไม่ใช่เพื่อสิ่งของแต่อยากเป็นผู้นำเทรนด์ และกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คือ กลุ่มสนับสนุนสินค้าจากชุมชน ชื่นชอบธรรมชาติ ชอบการท่องเที่ยว ชอบการเวิร์กช็อป (Workshop) และชอบแชร์เรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับชุมชน[13]

แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มองหาบางอย่างเพื่อเติมเต็มคุณค่า ค้นหาวิถีชีวิตใหม่ที่มีสติ และมีความยั่งยืน เพื่อแสวงหาการปรับตัวเข้าหาธรรมชาติ จึงสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการความเรียบง่าย (Simplicity) ที่หมายถึงความเรียบง่าย ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน อีกทั้งความเรียบง่ายยังได้รับความนิยมอย่างมากในฐานะการเคลื่อนไหวของไลฟ์สไตล์ การใช้ชีวิตให้ช้าลง (Slow Life) หรือ ด้วยปัจจัยที่มีผลมาจากการตอบสนองจากแรงกดดันจากการทำงานที่เร่งรีบ และสภาพแวดล้อมทางสังคม หรือความปรารถนาที่จะมีความสุขมากขึ้น การยอมรับความเรียบง่าย เป็นวิธีค้นหาความสุข และสามารถช่วยให้ชีวิตง่ายขึ้น ผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์ถึงแนวคิดทฤษฎีนี้เพื่อนำมาเป็นแนวคิดอยู่หลายศาสตร์หลายสาขา ทั้งด้านศิลปะ, การออกแบบ, ศาสนา, ปรัชญา, วิถีการดำเนินชีวิต จากการศึกษาพบว่าแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก ที่เป็นการผสมผสานแนวคิดความเรียบง่ายของประเทศญี่ปุ่น กับความเรียบง่ายของแบบกลุ่มประเทศนอร์ดิก ทั้งรวมเข้าไว้ด้วยกันอย่างลงตัว เป็นการแสดงถึงการเข้าใจในธรรมชาติ การเคารพเนื้อแท้ของวัสดุธรรมชาติ การชื่นชมความงามของความไม่สมบูรณ์ ซึ่งมาประยุกต์กับความเรียบง่าย เพื่อสร้างสมดุลให้กับชีวิต สร้างความสุขจากการสัมผัสธรรมชาติ และยังรวมไปถึงคุณค่าของความยั่งยืน

จากปัญหาความสำคัญและช่องว่างทางการตลาดดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีจุดประสงค์ในการหาแนวทางในการสร้างสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยใช้แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อตอบสนองกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มุ่งหวังอุตสาหกรรมแฟชั่นที่สร้างสรรค์ ด้วยการใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย การเข้าถึงธรรมชาติ ตอบสนองช่องว่างทางการตลาดนำไปเป็นแนวทางในการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังเชื่อมโยงถึงเรื่องปัญหาพฤติกรรมในการซื้อเสื้อผ้าของผู้บริโภค

---

[13] ศิริวรรณ สิทธิกา. (2563). "Fashion Revolution พลิกอุตสาหกรรมแฟชั่นแบบโลกไม่ช้ำน้ำไม่ขุ่น." from https://www.greenery.org/articles/people-fashion-revolution/

1.2 ปัญหาของงานวิจัย

1. พัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ เพื่อการสัมผัสที่นุ่ม ลดผิวสัมผัสที่สาก ด้วยการทอร่วมกับเส้นด้ายฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 เส้นไหมหลีบ หรือไหมเปลือกแบบหัตถกรรม เส้นด้ายขนแกะแบบหัตถกรรม และเส้นด้ายฝ้ายปั่นแบบอุตสาหกรรม ให้ได้พื้นผิวสัมผัส น้ำหนัก และรูปลักษณ์ ที่แตกต่างกัน รวมทั้งหาข้อสรุปที่เหมาะกับรูปแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นหรือไม่อย่างไร

2. ออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยใช้แนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก ได้อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกาย

2. เพื่อหาแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คนรุ่นมิลเลนเนียล (Millennials) หรือ เจนวาย (Gen Y)

3. เพื่อหาแนวทางการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรี โดยใช้แนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีขอบเขตการวิจัยเพื่อศึกษานวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อความยั่งยืน ดังนี้

1. ศึกษากลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คนรุ่นมิลเลนเนียล (Millennials) หรือ เจนวาย (Gen Y) ที่มีวิถีชีวิตในเขตเมืองหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. ศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตเส้นใยเฮมพ์ และสิ่งทอ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาวม่างงานผ้าใยเฮมพ์ ต.โป่งแยง อ.แม่ริม จ.เชียงใหม่

2. ศึกษาการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ สำหรับการสร้างสรรค์แต่งกาย และหาข้อสรุปที่เหมาะกับรูปแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่น

3. ศึกษาแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก จากงานศิลปะ งานออกแบบ และงานสถาปัตยกรรม

4. ศึกษาแนวโน้มกระแสนิยม ประจำฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาว ปี ค.ศ. 2023-2024 (Autumn/Winter 2023-2024)

1.5 วิธีดำเนินงานวิจัย

1. ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับพืชเส้นใย

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับเฮมพ์ และเส้นใยเฮมพ์

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับงานหัตถกรรมสร้างสรรค์

1.4 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์

1.5 แนวคิดเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม และแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค

2.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย และการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภค

2.1.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม เพื่อใช้วัดสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจากกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภค

2.1.2 การสร้างแบบสอบถาม หาคุณภาพเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อตรวจสอบการใช้ภาษาและความครอบคลุมของเนื้อหา

2.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คือ กลุ่มผู้บริโภคผู้หญิง คนรุ่นมิลเลนเนียล (Millennials) หรือ เจนวาย (Gen Y) โดยมีช่วงอายุ 23 – 35 ปี

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภค จำนวน 56 ชุด

2.4 การทดลองทำเปเปอร์ดอลล์ดาต้าเซท (Paper Doll Data Set) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลรูปภาพ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลรูปภาพ และการวิเคราะห์บุคลิกภาพ จำนวน 100 รูป เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภค โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนแบ่งเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบตามประเด็นต่างๆ ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

3. การทดลองการหาเทคนิคการทอจากเส้นใยเฮมพ์ ด้วยการทอร่วมกับเส้นด้ายฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 เส้นไหมหลีบ หรือไหมเปลือกแบบหัตถกรรม เส้นด้ายขนแกะแบบหัตถกรรม และเส้นด้ายฝ้ายปั่นแบบอุตสาหกรรม การทดลองหาเทคนิค พื้นผิวสัมผัส น้ำหนัก และรูปลักษณ์ ที่เหมาะสมกับเครื่องแต่งกายแฟชั่น

4. การสรุปแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีสำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก

4..1 สรุปแนวทางการออกแบบแฟชั่นจากการศึกษาแนวคิดการออกแบบสิ่งทอจากเส้นใยเฮมพ์ จากแนวคิดการออกแบบจากทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบในการออกแบบ ได้แก่ เทคนิค วิธีการ สี แนวคิด และรายละเอียด

4..2 สรุปแนวทางการออกแบบแฟชั่นจากกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คือ คนรุ่นมิลเลนเนียล (Millennials) หรือ เจนวาย (Gen Y) ช่วงอายุ 23 – 35 ปี ที่มีวิถีชีวิตในเขตเมืองหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จากแบบสอบถาม

5. การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ และสรุปผลการวิจัย

5.1 ดำเนินการออกแบบและทดลองต้นแบบเครื่องแต่งกายสตรี (Prototype Design)
ตามแนวคิดและโจทย์การออกแบบที่ตั้งไว้ โดยมีกระบวนการออกแบบเป็นขั้นตอน

5.2 ดำเนินการออกแบบสิ่งทอจากเฮมพ์ เพื่อพัฒนาเป็นสิ่งทอสู่การผลิตที่เหมาะสมและสอดคล้องกับ ทฤษฎีของงานวิจัย ร่วมทั้งกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

5.3 วิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยม ประจำฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาว ปี ค.ศ. 2023-2024 (Autumn/Winter 2023-2024) ที่เกี่ยวข้องในส่วนของ สี โครงร่างเงา รายละเอียดตกแต่งและวัสดุ เป็นต้น เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์งานออกแบบเครื่องแต่งกายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภค

5.4 การสรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป ภายหลังการสร้างสรรค์ผลงานผลงานคอลเลคชั่นต้นแบบและจัดแสดงผลงานในรูปแบบนิทรรศการและแฟชั่นโชว์ต่อสาธารณชน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ สำหรับการสร้างสรรค์แต่งกาย

2. ได้แนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คนรุ่นมิลเลนเนียล (Millennials) หรือ เจนวาย (Gen Y)

3. ได้แนวทางการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรี โดยใช้แนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก

1.7 คำจำกัดความ

งานหัตถกรรมสร้างสรรค์ (Creative Craft)	ผลิตภัณฑ์ที่ถูกทำขึ้นด้วยมือ โดยอาศัยเครื่องมือและวัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น กับการออกแบบเชิงสร้างสรรค์มาร่วมกันให้เกิดเป็นชิ้นงานใหม่ที่ทันสมัยแต่ยังแฝงไว้ด้วยคุณค่าแห่งภูมิปัญญาของงานหัตถกรรมแบบดั้งเดิม
เส้นใยเฮมพ์ หรือกัญชง (Hemp Fibre)	สิ่งที่มีลักษณะเป็นเส้นใยยาว มีความละเอียดใกล้เคียงกับลินิน มีความเหนียวทนทาน มีความเงางาม เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และนำมาใช้ใหม่ได้ นิยมใช้ผลิตเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มมาเป็นเวลายาวนาน
ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital)	ทุนในการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีนัยทางวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ภูมิปัญญามาแปลงเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและมีมูลค่า โดยสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้และทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้
เจแปนนอร์ดิก (Japanordic)	การผสมผสานระหว่างสุนทรียศาสตร์ของวัฒนธรรมประเทศญี่ปุ่นและกลุ่มประเทศนอร์ดิก แสดงออกทางงานศิลปะ งานออกแบบ และงานสถาปัตยกรรม ที่เน้นความงามจากความเรียบง่าย การเคารพเนื้อแท้ของวัสดุธรรมชาติ และการชื่นชมความงามของความไม่สมบูรณ์
ความยั่งยืน (Sustainability)	แนวทางตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค เป็นการมองถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและคนรุ่นหลัง ในแง่มุมของทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ และทรัพยากรทางสังคม เพื่อให้โลกยังคงมีความสามารถในการดำรงอยู่ได้ในอนาคต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 2
ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิกเพื่อความยั่งยืน ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หลักการ จากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพืชเส้นใย

2.1.1 ความหมายของเส้นใย

2.1.2 ประเภทของเส้นใย

2.1.3 สมบัติของเส้นใยที่มีผลต่อสมบัติผ้า

2.1.4 ความหมายของพืชเส้นใย

2.1.5 การแบ่งประเภทของพืชเส้นใย

2.1.6 คุณสมบัติทั่วไปของเส้นใยจากพืช

2.1.7 แนวโน้มและสถานการณ์การบริโภคพืชเส้นใย

2.1.8 การพัฒนาเส้นด้ายจากพืชเส้นใยในประเทศไทย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเฮมพ์ และเส้นใยเฮมพ์

2.2.1 ประวัติการปลูกเฮมพ์ในประเทศไทย

2.2.2 ลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของเฮมพ์

2.2.3 ความแตกต่างระหว่างเฮมพ์และกัญชา

2.2.4 ประโยชน์ที่ได้จากเฮมพ์

2.2.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเฮมพ์

2.2.6 การส่งเสริมการปลูกเฮมพ์เป็นพืชเศรษฐกิจ

2.2.7 แนวโน้มกระแสนิยมการบริโภคเฮมพ์ในประเทศไทย

2.2.8 องค์ความรู้ภูมิปัญญางานหัตถกรรมเส้นใยเฮมพ์

2.2.9 การพัฒนาเส้นใยเฮมพ์เชิงอุตสาหกรรม

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับงานหัตถกรรมสร้างสรรค์

2.3.1 ความหมายของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์

2.3.2 ประเภทของของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์

2.4 แนวคิดเกี่ยวกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2.4.1 ที่มาของกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2.4.2 รูปแบบพฤติกรรมของกลุ่มคนในเจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) และเจนเนอเรชั่นซี (Gen Z)

2.4.3 ข้อบ่งชี้และลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม และแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก

2.5.1 ความหมายของทุนวัฒนธรรม

2.5.2 ความหมายของอัตลักษณ์

2.5.3 ประเภทของอัตลักษณ์

2.5.4 แนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก

2.5.5 รูปแบบของงานออกแบบจากแนวคิดเจแปนนอร์ดิก

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพืชเส้นใย

ในข้อมูลส่วนนี้ผู้วิจัยมีความต้องการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพืชเส้นใย เป็นการศึกษาข้อมูลเพื่อนำไปใช้เป็นองค์ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเส้นใยและสิ่งทอจากพืชเส้นใยทางเลือกที่ยั่งยืนในวงกว้าง เพื่อให้สอดคล้องตามบริบทแฟชั่นในปัจจุบันและในอนาคต และเป็นทางเลือกเส้นใยจากพืชที่มีความหลากหลาย ต่อยอดออกแบบสิ่งทอสร้างสรรค์มุ่งสู่สินค้าแฟชั่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืนต่อไป

2.1.1 ความหมายของเส้นใย

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายคำว่า เส้นใย หมายถึง วัสดุที่เป็นเส้น ใช้ประโยชน์นำไปทำสิ่งทอ เช่น เสื้อผ้า พรม แบ่งเป็น ๒ ประเภท คือ เส้นใยธรรมชาติ ประเภทนี้มีอยู่ในธรรมชาติ เช่น เส้นใยที่ได้จากขนสัตว์ ฝ้าย นุ่น ป่าน ปอ ไหม แร่ซิลิเกต

และเส้นใยสังเคราะห์ ประเภทนี้ไม่มีในธรรมชาติ เป็นเส้นใยที่สร้างขึ้นโดยวิธีทางเคมี เช่น ไนลอน ไหมเทียม เส้นใยแก้ว[14]

แพรว ศุภจริยาวัตร ได้ให้ความหมายคำว่า เส้น (Fibers) หมายถึง วัสดุหรือสารใดๆ ทั้งที่เกิดจากธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น มีลักษณะเป็นเส้นยาว และบางอัตราส่วนระหว่างความยาวต่อเส้นผ่านศูนย์กลางเท่ากับหรือมากกว่า 100 เท่า สามารถขึ้นรูปเป็นผ้าได้ และต้องเป็นองค์ประกอบที่เล็กที่สุดของผ้า ไม่สามารถแยกย่อยในเชิงกลได้อีก[15]

บุศยรัตน์ พันธ์เครือบุตร ได้ให้ความหมายคำว่า เส้นใย หมายถึง เป็นพอลิเมอร์อีกชนิดหนึ่งที่เรานำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เช่น ใช้ทำเครื่องนุ่งห่ม ใช้ทำเครื่องใช้ต่าง[16]

กล่าวโดยสรุป เส้นใย หมายถึง เส้นใยสิ่งทอเป็นวัสดุที่ผลิตจากธรรมชาติหรือสังเคราะห์ และเส้นใยที่สร้างใหม่ เส้นใยเหล่านี้มีคุณสมบัติทางกายภาพและโครงสร้างทางเคมีที่แตกต่างกัน วัสดุนี้จะถูกแปลงเป็นการผลิตเส้นด้ายสิ่งทอและผ้า ทอ ถักนิตติ้ง และพรม สำหรับวัตถุประสงค์ในครัวเรือนและ
อุตสาหกรรมโดยการพัวพันหรือสอดประสานกัน กล่าวอีกนัยหนึ่ง วัตถุดิบ (แหล่งกำเนิดตามธรรมชาติหรือประดิษฐ์) ซึ่งใช้ในการผลิตเส้นด้ายเพื่อทำผ้าเรียกว่าเส้นใยสิ่งทอ

2.1.2 ประเภทของเส้นใย

เส้นใยสามารถจำแนกอย่างกว้าง ๆ เป็นเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยที่มนุษย์สร้างขึ้น (เส้นใยประดิษฐ์) ดังแสดงในรูปที่ 1 ประกอบด้วย เส้นใยธรรมชาติหมายถึงเส้นใยที่เกิดขึ้นในธรรมชาติ ซึ่งก็ถูกจำแนกออกเป็นสามกลุ่มหลัก: กลุ่มที่หนึ่งเส้นใยเซลลูโลสที่ได้จากพืช กลุ่มที่สองเส้นใยโปรตีนที่ได้จากสัตว์ และกลุ่มที่สามใยแร่ธาตุที่ได้แร่ใยหินชนิดหนึ่ง ในส่วนของเส้นใยที่มนุษย์สร้างขึ้นคือเส้นใยที่ไม่มีอยู่ในธรรมชาติ แม้ว่าอาจประกอบด้วยวัสดุที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติก็ตาม ซึ่งก็ถูกจำแนกออกเป็นสามกลุ่มหลัก: กลุ่มที่หนึ่งทำจากการเปลี่ยนแปลงของโพลีเมอร์ธรรมชาติ (เส้นใยประดิษฐ์) กลุ่มที่สองที่ทำจากพอลิเมอร์สังเคราะห์ (เส้นใยสังเคราะห์) และกลุ่มที่สามที่ทำจากวัสดุอนินทรีย์ (เส้นใยที่ทำจากโลหะ เซรามิก และคาร์บอนหรือแก้ว)

---

[14] พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554).

[15] แพรว ศุภจริยาวัตร. "สิ่งเล็กๆ ที่เรียกว่า “เส้นใย”." from https://www.cifs.go.th/Files/news//file/a6f63129-e898-45e3-88b7-a08fea8ef58a.pdf.

[16] บุศยรัตน์ พันธ์เครือบุตร. "เส้นใย." from https://www.nectec.or.th/schoolnet/library/create-web/10000/science/10000-6470.html

ตารางที่ 1 แสดงการจำแนกประเภทของเส้นใย

เส้นใยธรรมชาติ (Natural Fibers)	**เส้นที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-Made Fibers)**
ต้นกำเนิดพืช (Plant Origin) **เส้นใยเซลลูโลส (Cellulose Fibers)**	**พอลิเมอร์ธรรมชาติ** **(Natural Polymer Base)**
1. เส้นใยจากลำต้นของพืช (Bast Fiber): แฟลกซ์ (Flax) เฮมพ์ (Hemp) ป่านรามี (Ramie) และปอกระเจา (Jute) เป็นต้น **2. เส้นใยจากเมล็ด (Seed Fibers)**: ฝ้าย (Cotton) มะพร้าว (Coir) และนุ่น (Kapok) **3. เส้นใยจากใบ (Leaf fiber):** ป่านศรนารายณ์ (Sisal) สับปะรด (Pineapple) และกล้วย (Banana) เป็นต้น	**1. เซลลูโลสที่สร้างใหม่ (Regenerated Cellulose):** วิสโคส (Viscose) Modal (โมดาล์ว) (Modal) ไลโอเซลล์ (Lyocell) คิวโปร (Curpro) **2. โปรตีนที่สร้างใหม่ (Regenerated protein**: เคซีน (Casein) แอสลอน (Azlons) **3. เซลลูโลสเอสเทอร์ หรือ เซลลูโลสผสม *(Cellulose Ester)***: อะซีเตต (Acetates) **4. ยาง (Rubber):** อีลาสโตไดอีน (Elastodiene) อัลจิเนต (Alginate)
ต้นกำเนิดสัตว์ (Animal Origin) **เส้นใยโปรตีน (Protein Fibers)**	**พอลิเมอร์สังเคราะห์** **(Synthetic Polymer Base)**
1. ขนแกะ (Wool) **2. ขนสัตว์ (Hair fibers):** อัลปากา (Alpaca) กระต่ายแองโกร่า (Angora) ขนโมแฮร์ (Mohair) เป็นต้น	อะคริลิก (Acrylic) อะรามิด (Aramid) เส้นใยคลอไรด์ (Cfluhloro Fibre) โพลีเอสเตอร์ (Polyester) ไนลอน (Nylon) สแปนเด็กซ์ (Spandex) เป็นต้น
แร่และเหล็ก (Inorganic)	**แร่และเหล็ก (Inorganic)**
แร่ใยหิน (Asbestos)	โลหะ (Metallic) แก้ว (Glass) เซรามิก (Ceramic) คาร์บอน (Carbon)

ที่มา : M. Sfiligoj Smole และคณะ, 2013 และ ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จากความหมายในข้างต้นจะเห็นได้ว่า เนื่องจากในอดีตมีเส้นใยสิ่งทอหลายประเภทที่ถูกนำมาใช้หรือพัฒนาในการผลิตสิ่งทอ ดังนั้น เส้นใยจึงสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภทตามแหล่งที่มา ได้แก่ เส้นใยธรรมชาติ และใยที่มนุษย์สร้างขึ้นหรือที่รู้จักกันในนามเส้นใยสังเคราะห์ ซึ่งการจำแนกประเภทของเส้นใยสิ่งทอขึ้นอยู่กับคุณสมบัติที่แตกต่างกัน ประเภทของวัสดุเส้นใยที่เป็นเส้นใยต่อเนื่องหรือแยกจากกัน เช่น ความยาวของด้ายมีความสำคัญในชีววิทยาของพืชและสัตว์แต่ละชนิดที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วเส้นใยจะใช้ในการผลิตวัสดุต่างๆ และเส้นใยประดิษฐ์จะถูกผลิตขึ้นในราคาถูกมากและในปริมาณที่มหาศาลเมื่อเทียบกับเส้นใยธรรมชาติ อย่างไรก็ตาม เส้นใยธรรมชาติจึงสวมใส่มีความสบาย มากกว่าเส้นใยกึ่งสังเคราะห์เมื่อถูกใช้งานในรูปของสิ่งทอ

นอกจากนี้ลักษณะภายนอกของเส้นใยที่จะมีผลต่อคุณสมบัติและการนำไปใช้งานเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ประกอบด้วยความยาวของเส้นใย (Fiber Length) จะมีผลต่อคุณสมบัติและการนำไปใช้งานของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ซึ่งสามารถแบ่งความยาวของเส้นใยได้ 2 ประเภท คือ

(1) เส้นใยสั้น (Staple Fiber) เป็นเส้นใยที่มีขนาดความยาวอยู่ในช่วง 2 ถึง 46 เซนติเมตร ซึ่งเส้นใยธรรมชาติเกือบทุกชนิดจะเป็นเส้นใยสั้น เช่น ฝ้าย นุ่น และขนสัตว์ ยกเว้นเส้นใยไหมที่เป็นเส้นใยยาว โดยเส้นใยธรรมชาติเมื่อนำมาปั่นรวมกันให้เป็นเส้นด้ายแล้วจะเรียกเส้นด้ายที่ผลิตออกมาว่า เส้นด้ายปั่น (Spun Yarn) ส่วนเส้นใยประดิษฐ์ทุกชนิดจะเริ่มจากกระบวนการผลิตให้เป็นเส้นใยยาวก่อนเสมอ จากนั้นจึงนำมาตัดให้เป็นเส้นใยสั้นตามความยาวที่ต้องการ โดยเส้นใยยาวที่ถูกนำไปตัดเป็นเส้นใยสั้นจะเรียกว่า Filament Tow

(2) เส้นใยยาว (Filament Fiber) เป็นเส้นใยที่มีความยาวต่อเนื่องไม่สิ้นสุด มีหน่วยวัดความยาวเป็นเมตรหรือหลา เส้นใยยาวส่วนใหญ่เป็นเส้นใยประดิษฐ์ ยกเว้นไหมที่เป็นเส้นใยยาวที่มาจากธรรมชาติโดยเส้นใยยาวแบ่งเป็น เส้นใยยาวเดี่ยว (Monofilament Fiber) คือ เส้นใยที่มีการฉีดออกมาเพียงเส้นเดียวจากหัวฉีด
ใช้ในการผลิต แห อวน เอ็นตกปลา และขนแปรงสีฟัน และเส้นใยยาวกลุ่ม (Multifilament Fiber) คือ เส้นใยที่มีการฉีดออกมาหลายเส้นพร้อมกันจากหัวฉีด แล้วควบเส้นใยรวมกัน

ภาคตัดขวาง (Cross Section) คือ รูปร่างตามแนวตัดขวางของเส้นใย ซึ่งรูปร่างภาคตัดขวางของเส้นใยธรรมชาติเกิดจากลักษณะการสร้างเซลลูโลสในขณะที่พืชเจริญเติบโต หรือในกระบวนการสร้างโปรตีนของสัตว์ สำหรับเส้นใยประดิษฐ์รูปร่างภาคตัดขวางของเส้นใยสามารถกำหนดได้จากรูของหัวฉีด หรือเรียกว่า Spinneret[17]

2.1.3 สมบัติของเส้นใยที่มีผลต่อสมบัติผ้า

สมบัติของเส้นใยมีผลโดยตรงต่อสมบัติของผ้าที่ทำขึ้นจากเส้นใยนั้น ๆ ผ้าที่ทำจากเส้นใยที่แข็งแรงก็จะมีความแข็งแรงทนทานหรือเส้นใยที่สามารถดูดซับน้ำได้ดีจะส่งผลให้ผ้าสามารถดูดซับน้ำ และความชื้นได้ดีเหมาะสำหรับการนำไปใช้ในส่วนที่มีการสัมผัสกับผิวและดูดซับนำ เช่น ผ้าเช็ดตัว ผ้าอ้อม เป็นต้น การรู้สมบัติของเส้นใยจะช่วยให้สามารถทำนายสมบัติของผ้าที่มีเส้นใยนั้น ๆ เป็นองค์ประกอบ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์สุดท้ายได้ ซึ่งจะช่วยให้สามารถเลือกชนิดของผลิตภัณฑ์ในเบื้องต้น ได้ถูกต้องตามความต้องการนำไปใช้งาน โดยคาดเดาจากองค์ประกอบที่แจ้งไว้ในป้ายสินค้า

---

[17] บุรินทร์ พุทธโชติ. (2561). "การผลิตเส้นใยสมรรถนะสูง (High Performance Fibers) เพื่อการปฏิรูปอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม." from http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/high_performance_fibers.pdf.

ซึ่งสมบัติของเส้นใยก็จะมีผลต่อสมบัติของผ้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเส้นใยนั้น ทั้งในส่วนที่เป็นที่ต้องการและไม่ต้องการต่อการนำไปใช้งาน ดังนี้

2.1.3.1 สมบัติรูปลักษณ์ (Aesthetic Properties) รูปลักษณ์ภายนอกของผ้ามักเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ว่ามีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้หรือไม่ สมบัติเหล่านี้ได้แก่ความเป็นมันวาว การทิ้งตัวของผ้า เนื้อผ้า และสัมผัส

2.1.3.1.1 สมบัติความเป็นมันวาว (Luster) สมบัตินี้เกี่ยวข้องกับปริมาณแสงที่ถูกสะท้อนกลับโดยผิวหน้าของผ้า ซึ่งผ้าที่สะท้อนแสงกลับออกมามากก็จะมีความเป็นมันวาวมาก สมบัตินี้ขึ้นอยู่กับลักษณะผิวหน้าของเส้นใย ด้าย สารเติมแต่ง และโครงสร้างผ้า เช่น ผ้าไหมเป็นตัวอย่างหนึ่งที่มีความมันวาวสูงเนื่องจากเส้นใยไหมมีผิวหน้าที่เรียบและเป็นเส้นยาวต่อเนื่อง (Filament) การเลือกระดับของความมันวาวของผ้ามักขึ้นอยู่กับการนำไปใช้งาน

2.1.3.1.2 การทิ้งตัวของผ้า (Drape) สมบัติการทิ้งตัวของผ้าเกี่ยวข้องกับลักษณะที่ผ้าตกลงบนรูปร่างที่เป็น 3 มิติ เช่นบนร่างกาย หรือบนโต๊ะ ว่าสามารถโค้งงอตามรูปทรงที่ผ้าวางอยู่ได้มากน้อยเพียงใด ผ้าที่สามารถทิ้งตัวได้ดีก็จะดูอ่อนนุ่ม สามารถจัดเข้ากับรูปทรงได้ง่าย ส่วนผ้าที่ทิ้งตัวได้น้อยมักจะมีความแข็ง สมบัติเหล่านี้ขึ้นอยู่กับความละเอียดของเส้นใย รวมทั้งลักษณะของเส้นด้ายและโครงสร้าง (การถักทอ) ของผ้าด้วย

2.1.3.1.3 เนื้อผ้า (Texture) เป็นสมบัติที่เกี่ยวข้องทั้งด้านที่มองเห็นด้วยตาและที่สัมผัสด้วยมือ ผ้าอาจจะมีผิวที่ดูเรียบ หรือขรุขระ ผ้าที่ทำจากเส้นใยธรรมชาติมักจะมีผิวที่ดูไม่สม่ำเสมอเมื่อเทียบกับผ้าที่ทำจากเส้นใยประดิษฐ์ที่มีผิวเรียบ สมบัติของเนื้อผ้าขึ้นอยู่กับความเรียบของผิวหน้าของเส้นใยและเส้นด้าย ลักษณะการถักทอผ้าและการตกแต่งสำเร็จก็มีผลต่อสมบัติเนื้อผ้าเช่นกัน

2.1.3.1.4 สมบัติต่อผิวสัมผัส (Hand) สมบัติต่อผิวสัมผัสเกี่ยวข้องกับความรู้สึกต่อผิวเมื่อสัมผัสกับเนื้อผ้า ผ้าแต่ละชนิดอาจให้ความรู้สึกเย็น อุ่น หนา บาง ลื่น หรือนุ่มแตกต่างกันไป สมบัตินี้ขึ้นอยู่กับสมบัติผิวหน้าของเส้นใย และเส้นด้าย รวมทั้งโครงสร้าง (การถักทอ) ของผ้า

2.1.3.2 สมบัติความทนทาน สมบัติความทนทานของผ้ามีผลต่ออายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ทำจากผ้านั้นๆ สมบัติความทนทานของผ้าครอบคลุมทั้งสมบัติการทนต่อแรงเสียดสี (Abrasion Resistance) ทนต่อแรงดึง (Tenacity)

2.1.3.2.1 สมบัติการทนต่อแรงเสียดสี เป็นสมบัติที่บอกถึงความสามารถของผ้าที่ทนต่อแรงขัดถู หรือเสียดสี ที่มักเกิดขึ้นตลอดเวลาการใช้งานของสิ่งทอ โดยเฉพาะเสื้อผ้า นอกจากนี้ความสามารถในการพับงอไปมาโดยไม่ขาด (Flexibility) ก็เป็นสมบัติสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสมบัติความทนของผ้า

2.1.3.2.2 สมบัติความทนต่อแรงดึง เป็นความสามารถของผ้าในการทนต่อแรงดึง ซึ่งความแข็งแรงนี้นอกจากจะขึ้นอยู่กับความแข็งแรงของเส้นใยแล้ว ยังขึ้นอยู่กับลักษณะของเส้นด้ายและการขึ้นรูปเป็นผ้าอีกด้วย

2.1.3.3 สมบัติความใส่สบาย (Comfort Properties) สมบัติความใส่สบายเกี่ยวข้องกับการที่ผู้สวมใส่รู้สึกเมื่อสวมใส่สิ่งทอภายใต้สภาวะสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมต่าง ๆ สมบัตินี้มีความซับซ้อนเพราะนอกจากจะขึ้นอยู่กับสมบัติของผ้าที่เกี่ยวข้องจริงต่อความรู้สึกสบายในการสวมใส่แล้ว ยังขึ้นอยู่กับอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งสำคัญมากคือความรู้สึกพึงพอใจของผู้สวมใส่ที่มีต่อผลิตภัณฑ์สิ่งทอนั้นๆ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความแตกต่างหลากหลายขึ้นอยู่กับรสนิยมส่วนตัว และทัศนคติที่ผู้สวมใส่มีต่อผลิตภัณฑ์ ในที่นี้จะขอกล่าวถึงเฉพาะปัจจัยกลุ่มแรกที่เกิดจากตัวผลิตภัณฑ์เอง

2.1.3.4 สมบัติการดูดซับน้ำ (Absorbency) เป็นสมบัติที่เกี่ยวข้องกับความสามารถของเส้นใยที่จะดูดซับโมเลกุลของน้ำจากร่างกาย (ผิวหนัง) หรือจากอากาศรอบ ๆ

กล่าวโดยสรุป จะเห็นได้ว่าสมบัติของผ้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับสมบัติของเส้นใยเพียงอย่างเดียว หากแต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นอีกหลายอย่าง เช่น ชนิดและโครงสร้างของเส้นด้าย กระบวนการผลิตผ้า เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อรูปลักษณ์ เนื้อผ้า ราคา สมรรถนะการใช้งาน รวมไปถึงการดูแลรักษา สารเติมแต่งก็มีผลต่อสมบัติด้านสัมผัส (Hand Properties) รูปลักษณ์ และสมรรถนะการใช้งานของผ้าด้วยเช่นกัน

2.1.4 ความหมายของพืชเส้นใย

พืชเส้นใย หมายถึง พืชที่ให้เส้นใย คำว่า "เส้นใย" หมายถึง สิ่งที่มีลักษณะเป็นเส้นยาวเรียว เส้นใยธรรมชาติซึ่งได้จากพืช จะมีส่วนประกอบทางเคมีส่วนใหญ่เป็นเซลลูโลส ซึ่งได้จากหลายส่วนของพืช (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ เล่มที่ 17)[18]

พืชเส้นใย หมายถึง พืชที่ให้เส้นใย “เส้นใย” สิ่งที่มีลักษณะเป็นเส้นยาวเรียว เส้นใยธรรมชาติซึ่งได้จากพืช จะมีส่วนประกอบทางเคมีส่วนใหญ่เป็นเซลลูโลส ซึ่งได้จากหลายส่วนของพืช “เซลลูโลส” มีส่วนประกอบทางเคมีพวกคาร์โบไฮเดรต (สารพวกเดียวกันกับแป้งและน้ำตาล) โมเลกุลของเซลลูโลสเรียงตัวกันในผนังเซลล์ของพืช เป็นหน่วยเส้นใยขนาดเล็กมาก เกาะจับตัวกันเป็นเส้นใยเป็นโมเลกุลที่ย่อยสลายตัวได้ยาก ซึ่งเส้นใยเหล่านี้ สามารถพบได้ในส่วนต่างๆ พืช ไม่ว่าจะเป็น ใบ ล้า

[18] สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ.

ต้น ราก ผล รวมไปถึงส่วนเปลือกของผลที่สามารถผลิตเส้นใยจากธรรมชาติ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2565)[19]

พืชเส้นใย หมายถึง พืชที่ปลูกโดยเจตนาเพื่อผลิตเส้นใยสำหรับสิ่งทอ (เสื้อผ้า) ฟั่นเชือก (เช่น เชือก) และไส้ (เช่น ไส้เบาะและที่นอน) เช่น ฝ้าย ปอกระเจา ปอแก้ว เฮมพ์ และแฟลกซ์หรือลินิน เป็นพืชเส้นใยที่รู้จักกันดี บางชนิดยังมีอนาคตที่สดใสในฐานะชีวมวลทางการเกษตรที่สามารถเปลี่ยนเป็นเอทานอลได้ (Paramu L. Mafongoya and Gudeta W. Sileshi, 2020)[20]

เมื่อกล่าวโดยสรุปแล้ว พืชเส้นใย หมายถึง เส้นใยพืชที่ได้มาจากพืช หรือที่เรียกว่าสิ่งที่มีลักษณะเป็นเส้นยาวเรียวจะมีส่วนประกอบทางเคมีส่วนใหญ่เป็นเซลลูโลส พืชเส้นใยปลูกโดยเจตนาเพื่อเส้นใยซึ่งใช้ทำกระดาษ เชือก และสิ่งทอ เส้นใยพืชมีหลายประเภท เช่น ฝ้าย ปอกระเจา ปอแก้ว เฮมพ์ และแฟลกซ์หรือลินิน เป็นต้น

2.1.5 การแบ่งประเภทของพืชเส้นใย

สามารถแบ่งประเภทพืชเส้นใยตามแหล่งกำเนิดทางกายวิภาคของพืช ดังนี้

2.1.5.1 เส้นใยจากลำต้นของพืช (Bast Fiber) ซึ่งแตกต่างจากพืช เช่น ฝ้าย ซึ่งเป็นเส้นใยมาจากเมล็ดพืช แฟลกซ์หรือลินิน เฮมพ์ และป่านรามี เป็นที่รู้จักกันมากที่สุดในเครื่องแต่งกาย ในขณะที่ปอกระเจา (Jute) ใช้ในสิ่งทอภายในบ้าน และเครื่องประดับบางอย่าง

2.1.5.2 เส้นใยจากใบ (Leaf Fiber or Hard Fiber) เป็นเส้นใยพืชประเภทหนึ่งที่ใช้สำหรับทำเชือกรวม หรือหนังวีแกน (Vegan Leather) ซึ่งเป็นส่วนท่อน้ำท่ออาหารของใบ เช่น ป่านศรนารายณ์ สับปะรด กล้วย มีส่วนที่ใช้ประโยชน์ได้ตั้งแต่ตัวใบ เส้นกลางใบ ก้านใบ และกาบใบ

2.1.5.3 เส้นใยจากเมล็ด (Seeds) และผลไม้ (Fruits) ของพืชมักติดอยู่กับขนหรือเส้นใย หรือห่อหุ้มด้วยเปลือกที่อาจเป็นเส้นใย เช่น ฝ้าย มะพร้าว และนุ่น

2.1.5.4 เส้นใยจากเนื้อไม้ของต้นไม้ (Wood fibers) มีที่มาจากต้นไม้ หญ้า และไผ่ มีลักษณะเนื้อที่แข็งและมักต้องการกระบวนการพิเศษเพื่อทำให้เส้นใยอ่อนตัวลง ด้วยสารเคมีโซเดียมไฮดรอกไซด์ (Sodium hydroxide) ถูกทำละลายด้วยสารคาร์บอนซัลไฟด์ (Carbon Sulfide) สำหรับเส้นใยวิสโคส (Viscose Fiber) และการใช้สารละลาย N-Methylmorpholine N-Oxide (NMMO) ซึ่งเป็นตัวทำละลาย สำหรับเส้นใยไลโอเซลล์ (Lyocell fiber) ซึ่งมีอันตรายน้อยกว่า

---

[19] กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิช์ (2565). "แนวโน้มอุตสาหกรรมพืชเส้นใย (fiber plants) ในจีน. 2565."

[20] W, P. L. M. a. G. (2020). "Sileshi Indices to identify and quantify ecosystem services in sustainable food systems." from https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/B9780128164365000032.

สารคาร์บอนซัลไฟด์ (Carbon Sulfide) จากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการอัดขึ้นรูปด้วยวิธีเดียวกับเส้นใยสังเคราะห์

2.1.6 คุณสมบัติทั่วไปของเส้นใยจากพืช

คุณสมบัติทั่วไปของเส้นใยจากพืช คุณสมบัติต่างๆของเส้นใย เกิดจากลักษณะโครงสร้างภายนอกเส้นใยตลอดจนโครงสร้างทางเคมีของเส้นใย คุณสมบัติเหล่านี้ส่งผลถึงความสำคัญต่อผู้ใช้งาน และสามารถกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์บางอย่างได้เป็นอย่างดี โดยสามารถได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงคุณสมบัติทั่วไปของเส้นใยจากพืช

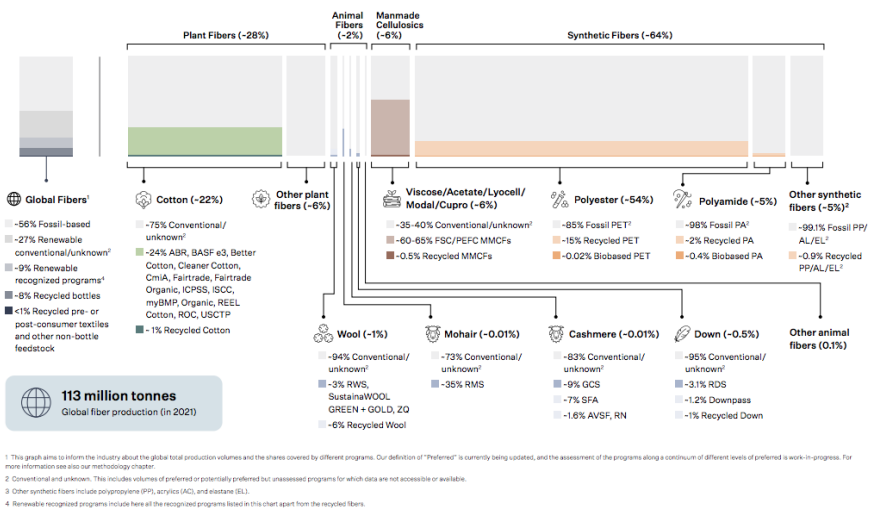
ลำดับ	คุณสมบัติเส้นใยจากพืช	ความสำคัญต่อผู้ใช้งาน
1	สามารถดูดซับความชื้นได้ดี ระบายอากาศได้ดี	ให้ความสบายในการสวมใส่ โดยเฉพาะในฤดูร้อน เหมาะที่จะใช้ทำเสื้อผ้า ผ้าเช็ดตัว
2	สามารถนำและระบายความร้อนได้ดี	ไม่สะสมความร้อน สวมใส่สบาย
3	ความสามารถในการทนต่ออุณหภูมิสูง	การทำความสะอาดผ้าในอุณหภูมิที่สูงได้ เมื่อต้องการฆ่าเชื้อโรค และรีดผ้าด้วยความร้อนสูงได้
4	เส้นใยสามารถเกาะกันแน่นในขณะเป็นเส้นด้ายเพื่อทอเป็นผืนผ้า	สามารถทอเป็นผ้าที่มีโครงสร้างเนื้อแน่น ถี่ และกันลมได้
5	เป็นตัวนำไฟฟ้าที่ดี	ไม่สะสมประจุไฟฟ้า จนทำให้เกิดไฟฟ้าสถิต สวมใส่สบาย
6	มีความหนาแน่นสูง	ผ้าที่ทอขึ้นมีน้ำหนักมากกว่าผ้าชนิดอื่นในขนาดเดียวกัน เช่น ผ้าใยสังเคราะห์
7	ทนต่อมดและแมลง	ง่ายต่อการเก็บรักษา ไม่มีปัญหาจากมอด แมลงกัดกิน
8	การคืนตัวต่ำ	ผ้าจะยับง่าย ต้องได้รับการตกแต่งให้ทนยับ เพื่อปรับปรุงคุณสมบัตินี้
9	สามารถถูกทำลายได้ด้วยกรดแร่ (Mineral acid) ทำให้ขาดง่าย แต่กรดอินทรีย์มีผลเล็กน้อย	รอยเปื้อนจากผลไม้จะต้องรีบกำจัดทันทีก่อนที่จะติดผ้า ถ้าปล่อยทิ้งไว้นานอาจซักไม่ออก
10	สามารถถูกทำลายด้วยรา	ผ้าสกปรกควรจะระวังอย่าให้ชื้น จะทำให้ราขึ้นได้ง่าย
11	สามารถจุดติดไฟ ลุกไหม้ง่าย ลักษณะเปลวไฟเป็นสีเหลือง เถ้ามีกลิ่น คล้ายกระดาษไหม้	เสื้อผ้าบางหรือทอแบบหลวมๆ ไม่ควรเข้าใกล้เปลวไฟ เพราะอาจทำให้ไฟลุกไหม้ง่าย
12	ทนต่อแสงแดดได้ปานกลาง	ไม่เหมาะสมที่จะใช้ทำม่านกันแดด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.1.7 แนวโน้มและสถานการณ์การบริโภคพืชเส้นใย

พืชเส้นใยอีกหลายชนิดเริ่มได้รับความนิยม ผู้ประกอบการและผู้บริโภคในปัจจุบันทั่วโลกพยายามหันมาแสวงหาทางเลือกที่ยั่งยืนมากขึ้นใน อย่าง ลินิน เฮมพ์ และปอกระเจา ซึ่งกำลังเป็นที่นิยม เนื่องจากมีศักยภาพและแนวทางหรือกลยุทธ์ที่จะสร้างเส้นใยทดแทนฝ้ายในอุตสาหกรรมแฟชั่น จากการศึกษาจากศึกษาพบว่า การผลิตเส้นใยจากพืช (Plant fibers) คิดเป็นประมาณ 6.5 ล้านตัน หรือประมาณร้อยละ 6% ของการผลิตเส้นใยทั้งหมดทั่วโลก ตามรายงานการตลาดความต้องการของเส้นและวัสดุ ของ Textile Exchange ประจำปี ค.ศ. 2021 อย่างไรก็ตาม ตัวเลือกนี้กำลังถูกบดบังอย่างรวดเร็วจากการใช้เส้นใยพลาสติกที่ได้จากเชื้อเพลิงฟอสซิล เช่น โพลีเอสเตอร์ ไนลอน และอะคริลิกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในเสื้อผ้าและเคหะสิ่งทอ ปัจจุบันอยู่ที่ร้อยละ 60 ถึง 70 ของการผลิตเส้นใยทั่วโลกมาจากเส้นใยพลาสติกที่มีคาร์บอนเป็นฟอสซิล กล่าวอีกนัยหนึ่ง ประมาณสองในสามของผ้าทั้งหมดที่เราสวมใส่หรือใช้ทำมาจากน้ำมันธรรมชาติ

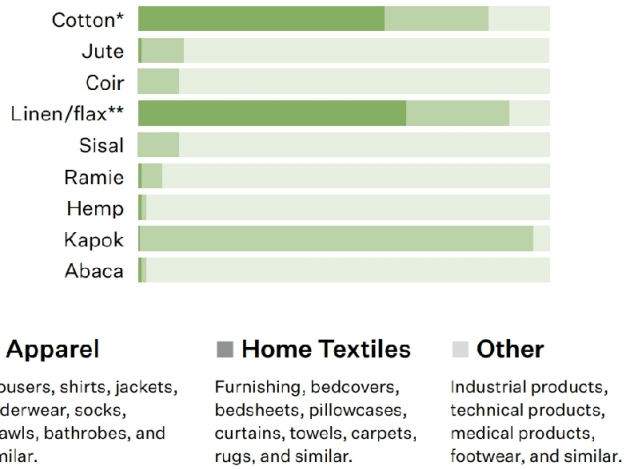


ภาพที่ **1** แสดงผลรายงานการตลาดความต้องการของเส้นและวัสดุของ Textile Exchange ประจำปี ค.ศ. 2021

ที่มา : https://textileexchange.org

จากการศึกษาเส้นใยและวัสดุถูกนำไปใช้งานหลากหลายประเภท เส้นใยและวัสดุเหล่านี้อาจใช้สำหรับเครื่องนุ่งห่ม สิ่งทอในครัวเรือน สิ่งทอทางเทคนิค หรือการใช้งานอื่นๆ โดย

Textile Exchange ได้ทำการวิจัยและให้คำปรึกษาแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อประเมินเปอร์เซ็นต์ของปริมาณเส้นใยและวัสดุทั่วโลกตามการใช้งาน แม้ว่าตัวเลขทึบจะไม่มีอยู่ในระดับโลก แต่กราฟิกทางด้านขวามีไว้เพื่อให้เห็นภาพคร่าวๆ ดังภาพที่ 2 เพื่อให้เห็นภาพค่าประมาณเปอร์เซ็นต์เฉลี่ยตามการใช้ประโยชน์สำหรับเส้นใย จุดประสงค์หลักของกราฟิกคือเพื่อแสดงว่าเปอร์เซ็นต์ที่ใช้สำหรับเครื่องแต่งกายแตกต่างกันไปตามเส้นใยและวัสดุและเป็นเพียงบางส่วนของเส้นใยทั้งหมด และมีเพียงบางส่วนของเส้นใยทั้งหมดที่ผลิตและครอบคลุมในรายงานนี้เท่านั้นที่นำมาใช้โดยอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและเคหะสิ่งทอ[21]



ภาพที่ **2** แสดงการนำไปใช้งานเส้นใยและวัสดุตามการใช้งาน อ้างอิงตามรายงานการตลาดความต้องการของเส้นและวัสดุของ Textile Exchange ประจำปี ค.ศ. 2021

ที่มา : https://textileexchange.org

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ในส่วนนี้ จากที่ผู้วิจัยแนวโน้มและสถานการณ์ของเส้นใยพืชที่สำคัญของโลก จึงนำมาจำแนกได้ 9 ชนิด มีตั้งแต่ฝ้ายซึ่งครองตลาดการผลิตเส้นใยของโลกไปจนถึงเส้นใยชนิดพิเศษอื่นๆ เช่น เส้นใยพืชรวมถึงขนเมล็ดเช่นฝ้าย มะพร้าว และ เส้นใยนุ่น เส้นใยจากลำต้น เช่น ลินิน (แฟลกซ์) และเฮมพ์ เส้นใยจากใบ เช่น ป่านศรนารายณ์ อะบาคาหรือ ป่านมะนิลา และ เส้นใยอากาเว่ แต่มีเพียงไม่กี่เส้นใยที่ถูกนำมาเลือกใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและแฟชั่น

[21] . "รายงานการตลาดความต้องการของเส้นและวัสดุของ Textile Exchange ประจำปี ค.ศ. 2021." from https://textileexchange.org

ตารางที่ 3 แสดงชนิดของพืชเส้นใยอื่นในตลาดการผลิตเส้นใยจากพืช (Other Plant-Based Fibers)

ชื่อเส้นใย	ลักษณะพืชและเส้นใย	รายละเอียด
ฝ้าย **(Cotton)**	 	เป็นเซลลูโลสบริสุทธิ์ มีความนุ่มและระบายอากาศได้ดี ทำให้เป็นเส้นใยธรรมชาติที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก ความยาวไฟเบอร์แตกต่างกันไปตั้งแต่ 10 ถึง 65 มม. ดูดซับความชื้นได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้เสื้อผ้าฝ้ายสวมใส่สบายในสภาพอากาศร้อน ขณะที่สารละลายสบู่มีความต้านทานแรงดึงสูงทำให้ซักได้ง่าย ฝ้ายเป็นเส้นใยธรรมชาติที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากที่สุดในโลก และว่าเป็น "ราชา" ของอุตสาหกรรมสิ่งทอทั่วโลก
ลินิน (แฟลกซ์) **(Linen or Flax)**	 	เส้นใยแฟลกซ์เป็นเซลลูโลสโพลิเมอร์ แต่โครงสร้างของมันเป็นผลึกมากกว่า ทำให้แข็งแรงกว่า คมชัดกว่า และแข็งกว่าในการจัดการ และยับง่ายกว่า เส้นใยลินินมีความยาวได้ถึง 90 ซม. ดูดซับและปล่อยน้ำอย่างรวดเร็ว ทำให้ผ้าลินินสวมใส่สบายในสภาพอากาศร้อน และไม่ก่อให้เกิดอาการแพ้เส้นใยพืชที่แข็งแรงที่สุดชนิดหนึ่งในธรรมชาติ เป็นสิ่งทอเป็นเส้นใยชนิดเดียวที่มีถิ่นกำเนิดในยุโรปตะวันตก โดยมีไอร์แลนด์ นอร์มังดีตอนใต้ และเบลเยียม คิดเป็น 80-85% ของแฟลกซ์ทั่วโลก
เฮมพ์ **(Hemp)**	 	เส้นใยกัญชง ยาว แข็งแรง และทนทาน ใยกัญชงนำความร้อน ย้อมสีได้ดี ต้านทานโรคราน้ำค้าง บล็อกแสงอัลตราไวโอเลต และมีคุณสมบัติป้องกันแบคทีเรียตามธรรมชาติ ปลูกง่ายโดยไม่ต้องใช้สารเคมีเกษตร กัญชงถูกนำมาใช้มากขึ้นในสิ่งทอเชิงเกษตร แผงรถยนต์และแผ่นใยไม้อัด และ "ฝ้าย" สำหรับเสื้อผ้าเฮมพ์มีแข็งแรงและทนทานต่อสภาพอากาศ ปลูกได้ทั่วโลก ตั้งแต่จีน เกาหลี ชิลี แคนาดา สหรัฐอเมริกา และยุโรป

ปอกระเจา **(Jute)**	 	ปอกระเจาที่ถูกขนานนามว่า "เส้นใยสีทอง" มีความยาว นุ่มและเงางาม โดยมีความยาว 1 ถึง 4 เมตร เป็นหนึ่งในเส้นใยผักที่แข็งแกร่งที่สุดในธรรมชาติ และมีปริมาณการผลิตมากเป็นอันดับสองรองจากฝ้าย ปอกระเจามีคุณสมบัติเป็นฉนวนและป้องกันไฟฟ้าสถิตสูง คืนความชื้นได้ปานกลาง และมีค่าการนำความร้อนต่ำ เส้นด้ายที่แข็งแรงซึ่งทำจากเส้นใยปอกระเจาถูกนำมาใช้ใช้สำหรับสิ่งทอเนื้อหยาบ เช่น ผ้ากระสอบ และช่วยประคับประคองชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรรายย่อยหลายล้านคน
พร้าว **(Coir)**	 	ในบรรดาเส้นใยพืช ใยมะพร้าว มีความแข็งแรงแต่ยืดหยุ่นน้อยกว่าฝ้าย และไม่เหมาะสำหรับการย้อมสี ความต้านทานแรงดึงของมะพร้าวต่ำเมื่อเทียบกับอะบาคา แต่มีความต้านทานที่ดีต่อการกระทำของจุลินทรีย์และความเสียหายจากน้ำเกลือ เส้นใยสั้นหยาบที่สกัดจากเปลือกนอกของมะพร้าว พบได้ในเชือก ที่นอน แปรง และเบาะรถยนต์ สามารถเติบโตอย่างรวดเร็ว พื้นที่ปลูกส่วนใหญ่ในอินเดีย บังคลาเทศ สหรัฐอเมริกา อินโดนีเซีย มาเลเซีย แอฟริกาใต้ เวียดนาม ไทย และแอฟริกา
ป่านรามี **(Ramie)**	 	มีสีขาวและเงาคล้ายไหม คล้ายกับผ้าลินินในการดูดซับและความหนาแน่น แต่หยาบกว่า เป็นหนึ่งในเส้นใยธรรมชาติที่แข็งแกร่งที่สุด มีความยืดหยุ่นต่ำและย้อมได้ง่าย ผ้าป่านรามีระบายอากาศได้ดี ผ้าป่านรามียังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายนอกประเทศในเอเชียตะวันออก ผ้าป่านรามีมีน้ำหนักเบา เนื้อเนียน ส่วนใหญ่ผลิตในจีน แต่บางส่วนปลูกในเกาหลี ฟิลิปปินส์ และบราซิล
ป่านศรนารายณ์ **(Sisal)**	 	เส้นใยป่านศรนารายณ์สีขาวมันวาว วัดความยาวได้ถึง 1 เมตร เป็นเส้นใยหยาบและแข็งไม่เหมาะสำหรับสิ่งทอหรือผ้า แต่มีความแข็งแรง ทนทาน และยืดได้ ไม่ดูดซับความชื้นง่าย ต้านทานการเสื่อมสภาพจากน้ำเค็ม และมีพื้นผิวที่ละเอียดซึ่งรับสีย้อมได้หลากหลาย หยาบเกินไปสำหรับเสื้อผ้า และเบาะ ป่านศรนารายณ์กำลังแทนที่ใยแก้วในวัสดุคอมโพสิตที่ใช้ทำรถยนต์และเฟอร์นิเจอร์ มีถิ่นเดิมอยู่ในเขตแห้งแล้งของโลกใหม่ซึ่งได้แก่ทางตอนใต้ของสหรัฐอเมริกา เม็กซิโก และ

		บางประเทศในอเมริกากลาง และตอนเหนือของอเมริกาใต้
อะบาคาหรือ ป่านมะนิลา (Abaca)		เส้นใยอะบาคาได้รับการยกย่องในด้านความแข็งแรงเชิงกล การลอยตัว ความทนทานต่อความเสียหายจากน้ำเค็ม และความยาวเส้นใยที่ยาวถึง 3 ม. อะบาคาเกรดที่ดีที่สุดคือเนื้อละเอียด เป็นมันเงา มีสีเบจอ่อนและแข็งแรงมาก อะบาคาเคยเป็นแหล่งเชือกที่นิยมใช้ในการผูกเรือ อะบาคาแสดงให้เห็นคำมั่นสัญญาว่าเป็นการทดแทนเส้นใยแก้วในรถยนต์ที่ประหยัดพลังงาน มีถิ่นกำเนิดในฟิลิปปินส์และกระจายอยู่ทั่วไปในเขตร้อนชื้น โดยสกัดจากกาบใบรอบลำต้นของต้นอะบาคา (Musa textilis) ซึ่งเป็นญาติสนิทของกล้วย
นุ่น (Kapok)		เป็นต้นไม้ที่เติบโตในป่าดิบชื้นในเขตร้อน เช่น อเมริกาใต้ แอฟริกา และเอเชีย ใยนุ่นมาจากฝักที่เป็นผลไม้ ต้นนุ่นขนาดโตเต็มที่ออกผล 500-4,000 ฝักในหนึ่งฤดู ปุยนุ่นมีลักษณะเช่นเดียวกับปุย ฝ้าย เมื่อฝักแก่หรือสุกก็หล่นเองและแตกออก แล้วนำปุยนุ่น แยกออกจากเมล็ด เมล็ดแยกออกจากปุยได้ง่าย นุ่นมีน้ำหนักเบา ไม่เปียกน้ำ ง่าย นิยมใช้เป็นวัสดุยัดหมอน ที่นอน และเครื่องเรือนอื่น ๆ เนื่องจากเส้นใยมีความเหนียวน้อย และมีเส้นใยสั้นมากไม่สามารถนำมาปั่นเป็นด้ายหรือทอผ้าได้ดี จึงไม่นิยมนำเส้นใยมาทอผ้า
อากาเว่ (Agave)		มีเส้นยาวคล้ายหนวด หรือใบเรียงซ้อนกันคล้ายกลีบกุหลาบ เป็นต้น ดอกออกเป็นช่อ ก้านดอกสูงประมาณ 6 เมตร นิยมปลูกเป็นไม้ประดับเพื่อจัดสวนที่ต้องการความอลังการ ส่วนเส้นใยที่ได้จากใบยังสามารถนำมาทำเป็นเชือก ทำเป็นเครื่องจักสานประเภทกระสอบ กระเป๋า พรม เสื้อผ้า หมวก เข็มขัด และรองเท้า เป็นต้น ทำเป็นเยื่อกระดาษชนิดต่างๆ นำใบไปสกัดเป็นยารักษาโรค และทำเป็นปุ๋ยหมักเพื่อบำรุงดินได้ด้วย

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

กล่าวโดยสรุป พืชเส้นใยอีกหลายชนิดเริ่มได้รับความนิยม เพื่อสร้างจุดขายและเพิ่มขีดความสามารถของวัสดุทางเลือกใหม่ ๆ ให้กับสิ่งทอ การหันมาใช้เส้นใยจากพืชทางเลือกเพื่อลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตจึงกลายเป็นความจำเป็นอย่างเร่งด่วน ผู้ประกอบการและผู้บริโภคในปัจจุบันทั่วโลกพยายามหันมาแสวงหาทางเลือกที่ยั่งยืนมากขึ้นใน อย่าง

ลินิน เฮมพ์ และปอกระเจา ซึ่งกำลังเป็นที่นิยม เนื่องจากมีศักยภาพและแนวทางหรือกลยุทธ์ที่จะสร้างเส้นใยทดแทนฝ้ายในอุตสาหกรรมแฟชั่น อาจเป็นเหตุผลที่ความต้องการใช้ฝ้ายทั่วไปในการผลิตเสื้อผ้าอาจลดลงในอนาคต อย่างไรก็ตาม สำหรับการใช้งานในปริมาณมาก เส้นใยธรรมชาติที่ได้จากพืชทางเลือกจะต้องมีทั้งความยั่งยืนและประหยัดเวลาและทรัพยากรอื่น ๆ ในการผลิตอีกด้วย

2.1.8 การพัฒนาเส้นด้ายจากพืชเส้นใยในประเทศไทย

พืชเส้นใยภายในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการนำวัสดุที่เหลือใช้ทางการเกษตรมาผลิต เป็นเส้นด้ายซึ่งนอกจากเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแล้ว ยังเป็นการช่วยเหลือด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย จากตารางที่ เป็นการศึกษาการพัฒนาเส้นด้ายเส้นใยพืชในประเทศไทย ในการนำวัตถุดิบที่เป็นของเหลือทิ้งทางการเกษตร เช่น กาบกล้วย ใบสับปะรด ลำต้นข่า ก้านบัว เป็นต้น และการนำเส้นใยธรรมชาติอื่นๆ เช่นใยนุ่น ใยฝ้ายสี ใยกัญชง มาพัฒนาให้มีมูลค่าเพิ่ม ด้วยกระบวนปั่นเป็นเส้นด้ายในเชิงอุตสาหกรรม เพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอต่อไป

ตารางที่ 4 แสดงการพัฒนาเส้นด้ายเส้นใยพืชในประเทศไทย

ชื่อเส้นใย	ลักษณะพืช	คุณลักษณะ	ลักษณะของผืนผ้า
ข่า (Galanga)		เส้นใยข่ามีลักษณะเป็นเส้นใยเดี่ยวที่ยึดเกาะกันอยู่ในลักษณะ bundle ของเส้นใย และรูปทรงตามความยาวของเส้นใยข่า (long–section)	การผลิตเป็นเส้นด้ายจากเส้นใยข่ามีการนำมาผสมกับใยฝ้าย สามารถนำมาตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์ด้านเคหะสิ่งทอ เช่น เครื่องแต่งกาย เสื้อสูท เสื้อคลุมอาบน้ำ ผ้าคุมไหล่ ผ้าพันคอ หมอนอิงและผ้าม่าน เป็นต้น

สับปะรด (Pineapple)	 	เป็นเส้นใยยาว ละเอียด และคุณภาพดี เหมาะกับการทำเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอ มีความนุ่มเหมือนฝ้าย แต่แข็งแรงกว่าฝ้าย	เส้นด้ายจากเส้นใยสับปะรดที่มีการนำมาผสมกับใยฝ้าย โดยผืนผ้าที่ได้ออกมาสามารถนำไปพัฒนาและตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เช่น ผ้าม่าน ผ้าคลุมเตียง หมอนอิง เสื้อคลุมอาบน้ำ เสื้อสูท ผ้าคลุมไหล่ เป็นต้น
นุ่น (Kapok)	 	เส้นใยนุ่น มีรูปยาวรี รูปทรงกระบอกกลวง ผนังบาง เรียบและ ฟูและเบามาก เส้นใยไม่มีลักษณะหยิกหรือหยักที่จะช่วยให้กลุ่มเส้นใยจับตัวกันได้ดีเมื่อปั่นหรือฟั่นเป็นเส้นด้าย จึงไม่ค่อยใช้ในอุตสาหกรรมสิ่งทอพวกปั่นด้ายเหมือนกับฝ้าย	เป็นเส้นใยสั้น แต่มีความละเอียดและให้ความอบอุ่นได้ดี เหมาะในการนำมาผลิตเป็นชุดที่ให้ความอบอุ่น กันหนาวได้เป็นอย่างดี
ฝ้ายสี (Naturally Colored Cotton)	 	ฝ้ายสีเป็นพืชที่เจริญเติบโตได้ในสภาพดินเกือบทุกชนิด ในตลอดฤดูการปลูกจะต้องการน้ำฝนอย่างต่อเนื่อง ถ้าปริมาณน้ำน้อยจะทำให้ได้ผลผลิตจำนวนน้อยและคุณภาพต่ำ พื้นที่ปลูกฝ้ายสีแต่ละแห่งและแต่ละปีก็จะให้ผลผลิตฝ้ายที่มีสีลักษณะและสมบัติที่แตกต่างกัน	เป็นเส้นใยที่มีสีในตัวเองตามลักษณะพันธุ์ฝ้าย เช่น ฝ้ายตุ่น จะมีสีน้ำตาล และฝ้ายสีเขียวและลักษณะของฝ้าย เป็นเส้นใยที่ถ่ายเทความร้อนได้ดี ฝ้ายสีนี้ไม่ต้องผ่านกระบวนการย้อมสีที่ใช้สารเคมี จึงเหมาะต่อการนำมาผลิตเป็นชุดเด็กอ่อน ชุดชั้นใน เป็นต้น

กัญชง **(Hemp)**	 	เป็นเส้นใยที่มีคุณสมบัติในด้านความเหนียว ความแข็งแรง การดูดซึมความชื้น ทำให้สามารถนำมาผลิตเป็นสิ่งทอในด้านผ้าผืน และสิ่งทอเทคนิคที่ใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆได้ และทดแทนการนำเข้าเส้นใยแฟลกซ์จากต่างประเทศ	ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ได้ตั้งแต่ผ้าผืน จนถึงอุตสาหกรรมอื่นๆ จึงมีการการผสม (Blend) กัญชงกับฝ้าย โพลิเอสเตอร์รีไซเคิล และเส้นใยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ
ก้านบัวหลวง **(Nelumbo Nucifera)**	 	เส้นใยมีลักษณะเหนียวและยาว ลักษณะของสีเส้นใยยังคงเอกลักษณ์สีเหลืองทอง สามารถป้องกันแสง UV ได้ 30-40 %	เส้นใยก้านบัวหลวงจำเป็นต้องมีองค์ประกอบของฝ้าย เพื่อให้การปั่นด้ายเป็นไปอย่างราบรื่น ผ้าทอที่ได้เหมาะที่จะนำไปตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่ม เช่น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ ผ้าตัดเสื้อ และผ้าสำหรับเครื่องแต่งกายชาวมุสลิม เป็นต้น
ใยตาล **(Palmyra Palm)**	 	การปรับปรุงคุณภาพของเส้นใยตาลให้เหมาะกับการผลิตในเชิงอุตสาหกรรมสิ่งทอ พบว่าลักษณะของเส้นใยมีความละเอียด ความแข็งแรงและการยืดตัวขณะ ขาดเพิ่มขึ้น มีความนุ่มดีขึ้นมาก ลักษณะของสีเส้นใยยังคงเอกลักษณ์สีเหลือง	เส้นใยตาลสามารถนำมาผสมกับเส้นใยพอลิเอสเทอร์ ใยฝ้าย และใยเรยอน พบว่า เส้นด้ายใยตาลผสมเรยอนจะมีความเงามัน เมื่อผลิตเป็นผืนผ้าจะได้ผ้าที่มีผิวสัมผัสที่นุ่มและมีความสวยงาม เงา และมี การทิ้งตัวที่ดี การระบายความร้อนดี ตัวเนื้อผ้ามีกลิ่นหอมและมีลักษณะคล้ายผ้าลินิน

ผักตบชวา **(Water Hyacinth)**	 	เส้นใยมีน้ำหนักเบา ใส่แล้วไม่ร้อน เมื่อเทียบกับเส้นใย ลินิน ป่าน ปอ นอกจากนี้ยังได้นำวัชพืชที่ไม่มีประโยชน์ มาเพิ่มมูลค่าทางด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอ จากเส้นใยธรรมชาติ	เส้นด้ายผสมฝ้าย และถักทอเป็นผืนผ้าที่มีสมบัติเด่นในด้านผิวสัมผัสเนื้อผ้าเรียบ นุ่ม เบา สบาย สามารถผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย เคหะสิ่งทอ และสิ่งทอทางเทคนิค
กล้วย **(Banana)**	 	เส้นที่มีความมันเงา สวยงาม แข็งแรง เหนียว ทนทาน สามารถนาไปปั่นผสมกับเส้นใยอื่นๆ เช่นใยฝ้าย ที่มีความคุณสมบัติโดดเด่นเรื่องการระบายอากาศและอ่อนนุ่ม	ผลิตเป็นเส้นด้ายใยผสมกับ ฝ้าย คุณลักษณะของเส้นด้ายที่ผลิตได้นั้นจะมีความอ่อนนุ่ม มัน ส่วนความเหนียวจะแปรตามอัตราส่วนที่ใช้ผสม และยังสามารถนำมาต่อยอดทอเป็นผืนผ้าและผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายและเคหะสิ่งทอ
ไผ่ **(Bamboo)**	 	เส้นใยมีความละเอียดและความขาว ของเส้นใยไม้ไผ่มีค่าใกล้เคียงกับเส้นใยวิสโคส และมีความคงทน และเสถียรภาพ รวมทั้งความเหนียวสูง เส้นใยสามารถทนการขัดถู และทำให้สามารถปั่นด้ายได้อย่างสมบูรณ์	เส้นใยไผ่ผสม ใยฝ้ายและเรยอนเนื้อผ้าใยไผ่มีความยืดหยุ่นสูง มีคุณสมบัติป้องกันแบคทีเรีย น้ำหนักเบา สัมผัสนุ่มสบายผิว ระบายอากาศได้ดี

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาเรื่องเส้นใยพบว่า เส้นใยธรรมชาติภายในประเทศส่วนใหญ่มาจากการวิจัยพัฒนาทั้งที่ได้มาจากพืชโดยได้มาจากส่วนต่าง ๆ ของพืช หรือวัสดุที่เหลือใช้ทางการเกษตร จากข้อมูลข้างต้น พบว่าพืชเส้นใยบางชนิดมีการผลิตเส้นด้ายจากวิธีการแยกแบบหัตถกรรม แล้วนำมาทอแล้วนำมาผลิตเป็นผืนผ้าด้วยเครื่องทอมือ โดยการร่วมกับเส้นด้ายฝ้าย หรือ

เส้นด้ายไหม ก็จะทำให้เกิดโครงสร้างผ้าทอแบบใหม่ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและแตกต่าง สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น และยังมีการศึกษาและทดสอบคุณสมบัติเบื้องต้นของเส้นใย เพื่อดูความเหมาะสมในการปั่นเป็นเส้นด้ายในเชิงอุตสาหกรรม ดังนั้นในการผลิตเส้นด้ายใหม่ ๆ จากวัตถุดิบที่สร้างสรรค์จากเส้นใยธรรมชาติอื่น ๆ จำเป็น ต้องมีองค์ประกอบของฝ้าย ซึ่งในระบบการผลิตเส้นด้ายในประเทศไทยเน้นการผลิตสำหรับฝ้ายเป็นหลัก เพื่อให้การปั่นด้ายเป็นไปอย่างราบรื่น แต่นอกจากนั้นยังพบการนำไปผสมกับเส้นใยชนิดอื่น เช่น เรยอน โพลีเอสเตอร์ เป็นต้น ซึ่งถือเป็นการเพิ่มคุณภาพและสมบัติที่พึงประสงค์ให้กับเส้นด้ายตามลักษณะและสมบัติของเส้นใย สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม และสมบัติเด่น ผิวสัมผัส อัตลักษณ์หรือคุณค่า และลดต้นทุนการผลิต[22] และยังสอดคล้องไปกับความสามารถในการผลิตเส้นใยของประเทศไทย พบว่าเส้นใยธรรมชาติที่สามารถผลิตได้มากที่สุด คือ เส้นใยฝ้าย โดยอาศัยการนำเข้าเส้นใยฝ้ายจากต่างประเทศ และเส้นใยประดิษฐ์ที่มีการผลิตในประเทศ ได้แก่ เส้นใยโพลีเอสเตอร์ ไนลอน เรยอน อะคริลิก สแปนเด็กซ์ และอารามิด ยอน อะคริลิก สแปนเด็กซ์ และอารามิด

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเฮมพ์

2.2.1 ประวัติการปลูกเฮมพ์ในประเทศไทย

เฮมพ์ (Hemp) หรือ กัญชง มีถิ่นกำเนิดอยู่ในภูมิภาคเอเชียกลาง และสันนิษฐานว่ามีการกระจายพันธุ์อยู่ทางตอนกลางของภูมิภาค ได้แก่ พื้นที่ทางตอนใต้ของแคว้นไซบีเรีย ประเทศเปอร์เซีย ทางตอนเหนือของแคว้นแคชเมียร์ ประเทศอินเดีย และบริเวณเชิงเขาหิมาลัย ประเทศจีน ก่อนจะกระจายไปในที่ต่าง ๆ[23] เฮมพ์เป็นพืชเส้นใยชนิดหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิตของมนุษย์มาอย่างยาวนานหลายพันปี มีการนำเอาส่วนต่างๆ ของเฮมพ์มาใช้ประโยชน์อย่างหลากหลาย เช่น เส้นใยมาทำเป็นเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า กระดาษ เมล็ดบีบเอาน้ำมันที่มีคุณภาพดี ที่มีโอเมก้า 3 และ 6 มีการนำส่วนต่างๆ มาใช้ในทางการแพทย์ เป็นต้น ต่อมาช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง เฮมพ์ได้ถูกลดบทบาทและความสำคัญลง เนื่องจากมีเส้นใยสังเคราะห์มาทดแทนเส้นใยธรรมชาติอย่างเฮมพ์ ทำให้พื้นที่เพาะปลูกเฮมพ์ทั่วโลกลดลง ประเทศที่มีการปลูกเฮมพ์ที่สำคัญได้แก่ เกาหลีเหนือ จีน รัสเซีย ฝรั่งเศส ชิลี และยูเครน ประเทศต่างๆ ในทวีปยุโรปได้

---

[22] สาคร ชลสาคร (2560). "เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเส้นใยธรรมชาติจากพืช เล่นที่ 1 การปรับปรุงคุณภาพเส้นใยพืช."

[23] ประภัสสร ทิพย์รัตน์. "“พืชกัญชา: ความรู้ทั่วไป และการตรวจสอบสารสำคัญ”." from https://www.oncb.go.th.

กำหนดให้เฮมพ์ต้องมีปริมาณสารเสพติด (THC) ต่ำกว่า 0.3% ดังนั้นในปัจจุบันยุโรปจึงมีการเพาะปลูกเฮมพ์เพื่อใช้ประโยชน์ในทางอุตสาหกรรมกันอย่างแพร่หลาย และมีแนวโน้มที่จะได้รับความสนใจจากผู้บริโภคในจำนวนที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ[24]

เฮมพ์ในประเทศไทยนั้น ได้ปลูกโดยชาวเขาเผ่าม้งบนพื้นที่สูงมาอย่างยาวนาน ดังจะเห็นว่าชุดประจำเผ่าของชนเผ่าม้งดั้งเดิมทำมาจากเฮมพ์ แต่เนื่องจากตามกฎหมายของประเทศไทย เฮมพ์ถูกจัดให้เป็นพืชเสพติดเช่นเดียวกับกัญชา ดังนั้น การปลูกเฮมพ์ของชาวเขาช่วงนั้นจึงเป็นการลักลอบปลูก ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2547 สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง เสด็จพระราชดำเนินเยี่ยมราษฎรในพื้นที่ภาคเหนือ ทรงผลักดันให้มีการศึกษาและส่งเสริมให้เกษตรกรชาวไทยภูเขาไดปลูกเฮมพ์ เพื่อใช้ในครัวเรือนและจำหนายเป็นอาชีพเสริม สร้างรายไดจากงานหัตถกรรม ดวยประโยชนจากเสนใยกัญชงที่เหนียวนุม แข็งแรงกว่าผ้าฝ้าย ให้ความอบอุนกว่าลินินดูดซับความชื้นไดดีกว่าไนล่อน การปองกันรังสียูวีโดยจากงานวิจัยของสถาบันฟิสิกส์และวิทยาศาสตร์แห่งชาติ ประเทศจีน พบว่า ผ้าที่ทอจากเส้นใยกัญชงสามารถช่วยป้องกันรังสี UV ได้สูงถึง 95% (ถ้าทอทั้งผืนจะป้องกันได้ 100%) ในขณะที่เสื้อผ้าที่ทอด้วยผ้าประเภทอื่นจะป้องกันรังสี UV ได้เพียง 30-50% เท่านั้น แถมเนื้อผ้ายังมีเสนห สวยงามแปลกตา มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว กัญชงจึงถูกนำมาแปรรูปทำเป็นเครื่องนุ่มห่มมาเนิ่นนาน ในปี 2549-2552 สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้สนับสนุนงบประมาณให้มูลนิธิโครงการหลวง ร่วมกับ สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) ศึกษาวิจัยในหัวข้อต่างๆ เช่น การปลูกและดูแลรักษาที่ดี การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเฮมพ์ การตลาดเฮมพ์ รวมถึงการพิจารณาหามาตรการที่เหมาะสมสำหรับสนับสนุนการปลูกเฮมพ์เป็นพืชเศรษฐกิจบนพื้นที่สูงของประเทศไทย แต่เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศในเขตร้อน จึงพบว่าสภาพแวดล้อมเป็นอุปสรรคต่อการเพาะปลูกเฮมพ์มาก โดยเฉพาะการปลูกให้ได้ THC ต่ำกว่า 0.3% อย่างไรก็ตามโครงการหลวงได้มีการศึกษาวิจัยเรื่องพันธุ์เฮมพ์ในประเทศไทย ได้ทำการปรับปรุงพันธุ์เฮมพ์จนสำเร็จโดยใช้วิธีการคัดเลือกรวม (Mass Selection Method) ได้เฮมพ์พันธุ์ดีจำนวน 4 พันธุ์ คือ RPF 1, RPF 2, RPF 3 และ RPF 4 สำหรับนำไปใช้เป็นพันธุ์ส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกในปัจจุบัน จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของโครงการหลวงจะเห็นได้ว่ามีความก้าวหน้าไปมาก มีองค์ความรู้ที่เกิดจากการวิจัย จากการปฏิบัติงาน ที่เพียงพอสำหรับผลักดันให้มีการปลูกเฮมพ์ได้ในเมืองไทย และโครงการหลวงได้ให้ความสำคัญกับเฮมพ์ซึ่งเป็นพืชที่น่าสนใจอีกชนิดหนึ่งสำหรับส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกเป็นพืชเศรษฐกิจบนพื้นที่สูงต่อไป[25]

---

[24] มูลนิธิโครงการหลวง (2555).

[25] ibid.

ดังนั้น หากประเทศไทยมีการผลักดันและขับเคลื่อนการพัฒนาส่งเสริมการนำเฮมพ์เป็นพืชเศรษฐกิจใหม่อย่างต่อเนื่อง เส้นใยกัญชงจะกลายเป็นพืชสำคัญทางเศรษฐกิจของชุมชน และการขับเคลื่อนของประเทศไทยให้เติบโตควบคู่กับสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืนด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy : BCG Model) เศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน-เศรษฐกิจสีเขียว ประกอบกับนโยบายส่งเสริมแนวคิดขยะเหลือศูนย์ (Zero Waste) ในการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือทิ้งอย่างสร้างมูลค่าเพิ่มสูงสุด

2.2.2 ลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของเฮมพ์

เฮมพ์ หรือกัญชง จัดเป็นพืชชนิดล้มลุกมีอายุเพียงปีเดียวจัดอยู่ในวงศ์ตระกูลเดียวกันกับกัญชา สามารถใช้ประโยชน์จากแสงอาทิตย์ ในการสังเคราะห์แสงได้ดีมากเฮมพ์ มีลักษณะทางพฤกษศาสตร์ดังนี้ โดยสามารถแสดงรายละเอียดข้อมูลของเฮมพ์ได้ดังนี้

ชื่อสามัญ : Hemp
ชื่อทางพฤกษศาสตร์ : Cannabis Sativa L.
พืชในวงศ์ : Cannabidaceae
ชื่อวิทยาศาสตร์ : Cannabis Sativa L. Subsp. Sativa

ภาพที่ 3 แสดงลักษณะต้นเฮมพ์

ที่มา : https://www.sciencephoto.com/media/134152/view/mature-hemp-crop

โดยมีลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของพืชเฮมพ์ สำคัญดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของพืชเฮมพ์

ส่วน	ภาพประกอบ	รายละเอียด
ลำต้น		มีลักษณะตั้งตรงสามารถสูงได้ถึง 5 เมตร เมื่อเป็นต้นกล้าลำต้นจะอวบน้ำ เมื่อเจริญเติบโตได้ประมาณ 2-3 สัปดาห์ เริ่มมีการสร้างเนื้อไม้ทำให้ลำต้นแข็งแรงขึ้น ลำต้นที่เจริญเต็มที่มีลักษณะหกเหลี่ยม การเจริญเติบโตของต้นจะช้าในช่วง 6 สัปดาห์แรก หลังจากนั้นเฮมพ์จะเพิ่มความสูงอย่างรวดเร็วจนมีความสูงเฉลี่ย คือ ประมาณ 3-4 เมตร และเปลือกของลำต้นก็จะสามารถลอกออกเพื่อใช้ประโยชน์จากเส้นใย
ใบ		มีลักษณะเป็นใบเดี่ยวรูปฝ่ามือ แผ่นใบแยกเป็นแฉก จำนวนใบย่อยขึ้นกับสายพันธุ์และอายุของต้น ขอบใบจักเป็นฟันเลื่อยและเว้าลึกจนถึงโคนใบ ปลายใบสอบ เรียวแหลม ผิวใบด้านบนมีสีเข้มกว่าด้านล่าง ก้านใบยาว 2-7 เซนติเมตร โดยใบแก่แยกเป็น 5-7 แฉก เมื่อมีการสร้างดอกจำนวนแฉกของใบจะลดลงตามลำดับเหลือเพียง 1-3 แฉกเท่านั้น อย่างไรก็ตามลักษณะจำนวนแฉก ขึ้นกับสายพันธุ์มีตั้งแต่ 5 – 13 แฉก
ดอก	 ดอกกัญชงเพศผู้ ดอกกัญชงเพศเมีย	มีลักษณะขนาดเล็กสีขาว ลักษณะดอกจำแนกออกเป็น 2 ชนิด คือ ดอกเพศผู้และเพศเมีย ในประเทศไทยจะพบ ต้นเฮมพ์มีดอกเพศผู้และเพศเมียแยกกันอยู่คนละต้น (Dioecious Plant) ซึ่งจะออกดอกเป็นช่อตามซอกใบและปลายยอด ส่วนประเทศในแถบยุโรป มีการพัฒนาสายพันธุ์ให้มีดดอกเพศผู้และเพศเมียอยู่ต้นเดียวกัน (Monoecious Plant) เพื่อให้ได้ปริมาณเมล็ดพันธุ์มากขึ้นเนื่องจากต้นที่มีดอกตัวผู้ที่มีการผสมเกสรแล้วต้นจะตาย แต่ดอกตัวเมียจะมีอายุต่อไปจนกระทั่งเมล็ดเจริญเต็มที่ โดยปกติจะมีการติดดอกและเมล็ดในช่วงระยะเวลา 90 – 120 วันนับตั้งแต่วันที่ปลูก
เมล็ด		มีลักษณะมีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วภายใน 2-3 สัปดาห์หลังออกดอก เมื่อแห้งจะเป็นสีเทา รูปไข่ลักษณะป้อม ส่วนปลายกว้างออกเล็กน้อย ผิวเรียบเป็นมันและมีลายประสีน้ำตาล ขนาดประมาณ 3-4 มิลลิเมตร ภายในมีอาหารสะสมจำพวกแป้งและมันอัดแน่นโดยมีน้ำมันถึง 29-34%, มีไขมันชนิดไม่อิ่มตัวสูง ประกอบไปด้วย Linoleic Acid 54-60%, Linolenic Acid 15-20%, Oleic acid 11-13%

ราก		มีรากแขนงเป็นจำนวนมากมีลักษณะยาวและลึก จึงทำให้เป็นพืชที่ปรับตัวได้ดีมาก โดยอาจมีความยาว 6 – 12 นิ้ว ซึ่งทำให้สามารถเก็บสะสมสารอาหารได้มาก แม้แต่ในดินที่ถูกชะล้างออกไป และยังสรรพคุณทางการแพทย์ โดยรากกัญชงมีสารอินทรีย์ที่เรียกว่า ไกลโคไซด์ (Glycoside) เป็นสารประกอบที่พบมากในพืชสมุนไพร ซึ่งช่วยกำจัดสารพิษออกจากร่างกาย

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

กล่าวโดยสรุป เฮมพ์ จัดเป็นพืชล้มลุกที่อยู่ในวงศ์ Cannabaceae ตระกูลเดียวกับกัญชา ด้วยลักษณะที่คล้ายคลึงกันทางพฤกษศาสตร์ มีแหล่งกำเนิดภิภาคเอเชียกลางและแพร่กระจายไปสู่ทั่วโลก เดิมทีทั้งเฮมพ์และกัญชามีชื่อวิทยาสาสตร์เดียวกันว่า Cannabis Sativa L. และจัดอยู่ในวงศ์ตำแย (Urticaceae) สำหรับประเทศไทยมีก็ยังมีความสับสนอยู่โดยชาวบ้านนิยมเรียกพืชนี้ตาม ลักษณะของการใช้ประโยชน์โดยคำว่ากัญชงหรือเฮมพ์เป็นคำเรียกที่ใช้กับต้น พืชที่ใช้ประโยชน์ในการผลิต เส้นใยสำหรับถักทอ โดยมีลักษณะทางพฤกษศาสตร์ ต้นกัญชง เป็นพืชตระกูลเดียวกับกัญชา แต่ไม่จัดว่าเป็นยาเสพติด การปลูกต้นกัญชงจะใช้เมล็ด เป็นพืชไม้ล้มลุก อายุสั้น ซึ่งอายุของต้นกัญชงหนึ่งต้นอายุเพียงหนึ่งปี ลักษณะของลำต้น ราก ใบ ดอก และผลของเฮมพ์

2.2.3 ความแตกต่างระหว่างเฮมพ์และกัญชา

จากลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของเฮมพ์ข้างต้นจะเห็นได้ว่า เฮมพ์และกัญชา เป็นพืชในวงศ์ตระกูลเดียวกัน มีลักษณะทางกายภาพที่ค่อนข้างใกล้เคียงกัน จึงเป็นการยากที่จะระบุและจำแนกได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะหากต้นมีอายุน้อยและโตไม่เต็มที่ จะทำให้มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันมาก จนทำให้ไม่สามารถแยกออกได้ แต่อย่างไรก็ตาม เฮมพ์และกัญชานั้นหากศึกษาลึกลงไปจะพบว่าพืชทั้งสองชนิดมีความแตกต่างทางกายภาพและองค์ประกอบทางเคมี ซึ่งสามารถสรุปพอสังเขปได้ดังต่อไปนี้

2.2.3.1 ความแตกต่างด้านลักษณะทางกายภาพ

เฮมพ์โดยทั่วไปจะมีความสูงกว่าต้นกัญชา และสูงมากกว่า 2 เมตร ใบของเฮมพ์จะมีขนาดใหญ่กว่า มีการเรียงสลับของใบค่อนข้างห่างที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน แต่ใบของกัญชาจะ

เล็กกว่าใบของเฮมพ์เล็กน้อย และมีการเรียงตัวของใบชิดกันหรือเรียงเวียนกัน โดยสามารถสังเกตทางพฤกษาสตร์ในเบื้องต้นไดดังนี้[26]

2.2.3.1.1 ลำต้นของเฮมพ์จะมีลักษณะสูงเรียว เป็นเหลี่ยม โดยจะมีความกลมเฉพาะบริเวณโคนต้นเหนือจากพื้นดินประมาณ 30 เซนติเมตร ความสูงของต้นเฉลี่ยประมาณ 3 เมตร ต่างจากกัญชาที่ลำต้นมีลักษณะกลมและมีความสูงน้อยกว่าใบเฮมพ์ ช่อดอกเฮมพ์เพศผู้ ช่อดอกเฮมพ์เพศเมีย

2.2.3.1.2 ใบของเฮมพ์มีขนาดใหญ่กว่า การเรียงตัวของใบค่อนข้างห่างชัดเจน และไม่มียางเหนียวติดมือ ส่วนกัญชาใบจะมีขนาดเล็กกว่าเล็กน้อยการเรียงตัวของใบจะชิดกันและมักจะมียางเหนียวติดมือ

2.2.3.1.3 ลักษณะของปล้องหรือข้อของต้นเฮมพ์จะยาว มีระยะห่างของใบบนลำต้นกว้างซึ่งทำให้ทรงของต้นเฮมพ์เป็นพุ่มโปร่งส่วนกัญชาปล้องหรือข้อจะสั้น ระยะห่างของใบบนลำต้นแคบทำให้ทรงของต้นเป็นพุ่มทึบ

2.2.3.1.4 เปลือกเส้นใยของเฮมพ์จะละเอียดเหนียวลอกง่ายและให้เส้นใยยาวคุณภาพสูง ส่วนกัญชาเปลือกเส้นใยจะหยาบบางลอกยาก และให้เส้นใยสั้นและคุณภาพต่ำ

2.2.3.1.5 เมล็ดของเฮมพ์จะมีขนาดใหญ่ผิวเมล็ดหยาบด้านและมีลายบ้าง ส่วนเมล็ดกัญชาจะมีขนาดเล็ก ผิวมีลักษณะมันวาว

2.2.3.2 ความแตกต่างด้านองค์ประกอบทางเคมี

ความแตกต่างด้านองค์ประกอบทางเคมีนี้ จะเป็นความแตกต่างที่ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่าต้องมีหลักการและเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ในการช่วยจำแนกความแตกต่าง ซึ่งจะมีความแตกต่างดังนี้

เฮมพ์จะมียางที่ช่อดอกไม่มากและมีสาร Tetrahydrocannabinol ร้อยละ 0.3-7 ส่วนกัญชานั้นจะมียางที่ช่อดอกมากและมีสาร Tetrahydrocannabinol สูงถึงร้อยละ 1–10 ซึ่งเมื่อนำจุดไฟจะมีกลิ่นหอมคล้ายหญ้าแห้งมีฤทธิ์หลอนประสาท[27] สามารถใช้กำหนดความเป็นพืชเสพติดจากปริมาณสารในเฮมพและกัญชาได ซึ่งในทางกฎหมายสากล พืชที่ให้ปริมาณ THC น้อยกว่า 0.3 ไมถือว่าเป็นพืชเสพติด แต่สำหรับเฮมพประเทศไทยนั้น จากกฎกระทรวงระบุไววา มีปริมาณ

---

[26] ภูมิฐวัศ สัมพันธ์พานิช (2562). <u>แนวทางการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาการปลูกเฮมพ์เพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลแม่ตาวอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก</u>.

[27] พิชิต แก้วงาม. (2562). ""เฮมพ์" จากพืชต้องห้ามสู่พืชเศรษฐกิจ." from http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/hemp.pdf. .

THC ไมเกินร้อยละ 1.0 ต่อน้ำหนักแหง ตองมีปริมาณTHC ต่ำกว่ามาตรฐาน เพื่อปลูกแบบอุตสาหกรรมเส้นใยได้[28]

กล่าวโดยสรุป เฮมพ์และกัญชาทั้งชนิด ความแตกต่างทั้งในลักษณะทางกายภาพและปริมาณสารสำคัญที่แตกต่างกันประโยชน์ทางการใช้งาน สามารถสรุปเป็นตารางที่ 1 ในปัจจุบันถึงแม้ว่าทั้งสองชนิดจะมีประโยชน์อย่างมาก แต่ก็ยังอยู่ในการควบคุมอย่างเข้มงวด เพื่อใช้ในการวิจัยศึกษาประโยชน์ทางการแพทย์ จนถูกผลักดันให้กัญชงเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ที่มีศักยภาพ และมีการส่งเสริมการนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์

ตารางที่ 6 แสดงสรุปเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเฮมพ์และกัญชา

หัวข้อ	เฮมพ์ หรือ กัญชง	กัญชา
ลำต้น	ลำต้นสูงมากกว่า 2 เมตร	ลำต้นสูงน้อยกว่าเฮพม์บางชนิดออกพุ่มเตี้ย
ลักษณะของปล้องหรือข้อ	แตกกิ่งก้านน้อย และไปในทิศทางเดียวกัน	แตกกิ่งก้านมาก และออกกิ่งแบบสลับไปมา
ลักษณะใบ	ใบใหญ่ มีการเรียงสลับของใบค่อนข้างห่าง และไม่มียางเหนียว	ใบใหญ่ มีใบเล็กกว่าและเรียงชิดมากกว่า ใบประดับช่อดอก จะเป็นกลุ่มแน่น และมักมียางเหนียวติดมือ
สีของใบ	สีเขียวอมเหลือง	สีเขียวจัด
ลักษณะเปลือก	เปลือกเหนียว ลอกง่าย	เปลือกไม่เหนียว ลอกยาก
ระยะเวลาออกดอก	ออกดอกเมื่อมีอายุเกิน 4 เดือน	ออกดอกเมื่อมีอายุเกิน 3 เดือน
ลักษณะเมล็ดพันธุ์	เมล็ดมีขนาดใหญ่ สีเขียว ผิวหยาบด้านและมีลายบ้าง	เมล็ดมีขนาดเล็ก ผิวมันวาว และมีลายมาก
การปลูก	การปลูกระยะห่างระหว่างต้นและแถวแคบ เพราะต้องการเส้นใย	การปลูกระยะห่างระหว่างต้นและแถวกว้าง เพราะต้องการใบ และช่อดอก
ปริมาณ THC (Tetrahydrocannabinol)	ในใบและช่อดอกไม่เกิน 1%	ในใบและช่อดอกเกิน 1%
ปริมาณ CBD (Cannabidiol)	มากกว่า 2	น้อยกว่า 2
(%) ปริมาณเส้นใยสูงสุด	35%	15%

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

[28] มนทิรา สุขเจริญ และ พันธวัศ สัมพันธ์ พานิช "จุดเริ่มต้นว่าด้วยเรื่องของ “เฮมพ์” หรือ “กัญชง” ที่ไม่ใช่ “กัญชา”." วารสารสิ่งแวดล้อม ฉบับที่ 3(ปีที่ 23).

2.2.4 ประโยชน์ที่ได้จากเฮมพ์

เฮมพ์เป็นพืชที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วนตั้งแต่ราก ลำต้น ใบ ดอก และเมล็ด แต่ส่วนหลัก ๆ ของเฮมพ์ที่เรานำมาใช้ประโยชน์ ได้แก่ ลำต้น เมล็ด และดอก ซึ่งชาวเขาเผ่าต่าง ๆ ทางภาคเหนือของประเทศไทยมีการใช้เส้นใยที่ได้จากลำต้นของเฮมพ์กันมานานแล้ว โดยเส้นใยของเฮมพ์เหมาะสำหรับการใช้เป็นเส้นใยทอผ้า นอกเหนือจากเส้นใยแล้ว เมล็ด น้ำมันจากเมล็ดของเฮมพ์ และสารสกัดที่ได้จากดอกที่เรียกว่า สารแคนนาบิไดออล (Cannabidiol; CBD) ก็สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในทางการแพทย์ นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม อาหารสุขภาพ เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์บำรุงผิวได้อีกด้วย เฮมพ์จึงนับว่าเป็นต้นไม้ที่มีคุณประโยชน์ในหลาย ๆ ด้านได้ดังนี้[29]

2.2.4.1 ประโยชนจากเส้นใยของเฮมพ์

เส้นใยเฮมพ์นับว่าเป็น Long Bast Fiber ที่เหนียวที่สุดในโลก โดยมีการศึกษาวิจัยของ Washington States University พบว่า เส้นใยจากเฮมพ์มีความยาวเฉลี่ย 36 มิลลิเมตร และมีความยืดหยุ่น ถึง 18,000 ปอนด์ต่อตารางนิ้ว โดยเส้นใยมาจากการลอกหรือปลอกเปลือกจากลำต้น เพื่อให้ได้เส้นใย และนำไปทอผ้าหรือเครื่องนุ่งห่ม ตลอดจนพิธีกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง ไม่ว่าจะเป็นงานแต่งหรือการทอเพื่อใช้เป็นรองเท้าของคนตายเพื่อเดินทางไปสู่สวรรค์ หรือใช้เป็นสายสิญจน์เพื่อใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ ที่เป็นประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง ซึ่งจะเห็นได้ว่าเฮมพ์นั้นมีความผูกพัน และเกี่ยวข้อง กับวิถีชีวิตวัฒนธรรม ความเชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง โดยในการเปรียบเทียบระหว่างปริมาณเส้นใยที่ได้มาจากการปลูกเฮมพ์ และเส้นใยที่ได้มาจากการปลูกฝ้าย ในระยะเวลา 1 ปี ที่เท่ากัน พบว่า การปลูกเฮมพ์ 10 ไร่ จะสามารถผลิตเส้นใยได้มากกว่าการปลูกฝ้ายประมาณ 20-30 ไร่ โดยเส้นใยจากเฮมพ์มีคุณสมบัติที่ดีว่าเส้นใยจากฝ้าย เพราะมีความเหนียวและขาดยาก ตลอดจนเส้นใยจากเฮมพ์จะยาวเป็น 2 เท่า ของการผลิตเส้นใยจากฝ้าย ซึ่งในปัจจุบันได้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยการใช้เส้นใยเฮมพ์บริสุทธิ์ในการทอผ้า เสื้อเชิ้ต และกางเกง[30]

2.2.4.2 ประโยชน์จากโปรตีนในเมล็ดเฮมพ์

เมล็ดเฮมพ์มีโปรตีนสูงถือว่ามีคุณค่าทางโภชนาการสูงกวาโปรตีนที่มาจากถั่วเหลืองนม ไข่ ประกอบกับมีปริมาณเส้นใย (Fiber) สูงและยังมีราคาที่ถูกกว่า คุณสมบัติของโปรตีนในเมล็ดซึ่งสามารถนำมาผลิตทดแทนโปรตีนในผลิตภัณฑ์อาหารที่มาจากถั่วเหลือง เต้าหู้ โปรตีน

---

[29] มนทิรา สุขเจริญ และ พันธวัศ สัมพันธ์พานิช ibid.(ปีที่ 23).

[30] ภูมิฐวัศ สัมพันธ์พานิช (2562). "แนวทางการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาการปลูกเฮมพ์เพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลแม่ตาวอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก."

เกษตร เนย ชีส น้ำมันสลัด ไอศครีม และนม เป็นต้น นอกจากนี้เมล็ดของเฮมพ์ยัง สามารถนำมาผลิตแป้งเพื่อใช้ในครัวเรือน และการประกอบอาหารได้ไม่ว่าจะเป็น พลาสต้า คุกกี้ขนมปัง เป็นต้น

2.2.4.3 ประโยชน์จากน้ำมันในเมล็ดเฮมพ์

เมล็ดของเฮมพ์อุดมไปด้วยโปรตีนที่สามารถใช้ทดแทนโปรตีนที่มาจากถั่วเหลือง นม และไข่แล้ว ในเมล็ดของเฮมพ์ยังสามารถสกัดออกมาในรูปแบบของน้ำมัน โดยใน เมล็ดเฮมพ์นั้นมีน้ำมันที่อุดมไปด้วยกรดไขมัน Omega-3 ซึ่งถือว่าเป็นกรดไขมันที่มีอยู่ในน้ำมันจาก ปลาและเฮมพ์เท่านั้น โดยผู้ที่บริโภคอาหารจำพวกปลา และอาหารที่มีกรดไขมัน Omega-3 จะมี โอกาสเป็นโรคหัวใจต่ำกว่าบุคคลทั่วไป และจากงานวิจัยของ ศาสตราจารย์ Andrew Weil คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยอริโซนา สหรัฐอเมริกา พบว่า การบริโภค Omega-3 สามารถช่วยลดอัตราความเสี่ยงต่อการเป็นโรคมะเร็งอีกด้วย[31]

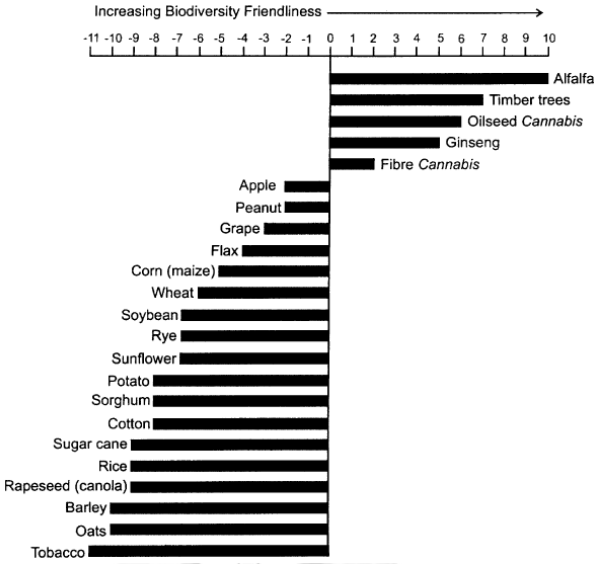
2.2.4.4 ประโยชน์ทางสิ่งแวดล้อม

เฮมพ์ เป็นพืชที่เหมาะแก่การใช้เป็นพืชหมุนเวียน เพราะมีระบบรากที่ลึกดีต่อโครงสร้างของดิน เป็นพืชที่สามารถปลูกได้ในภูมิอากาศและดินที่หลากหลาย สามารถปลูกในพื้นที่ที่เป็นดินที่ไม่กักเก็บน้ำได้ มีความทนทานต่อศัตรูพืชดี จึงไม่ต้องใช้ยากำจัดศัตรูพืช อีกทั้งเฮมพ์เป็นพืชที่ปลูกง่าย โตไว สามารถปลูกในพื้นที่แคบๆ และบริเวณที่ปลูกเฮมพ์จะไม่มีวัชพืชขึ้นแข่งขัน จึงไม่จำเป็นต้องใช้ยากำจัดวัชพืช และภายหลังการเก็บเกี่ยวแล้วจะไม่มีวัชพืชหลงเหลือให้ต้องกำจัดเพื่อการเพราะปลูกครั้งต่อไป ดังนั้น จึงถือว่าเป็นพืชเบิกทางที่เหมาะสมสำหรับใช้ในการปรับปรุงพื้นที่เพาะปลูกจากการศึกษาของ Montford, Suzanne and และ Ernest Small เมื่อปี ค.ศ.1999 (พ.ศ. 2542) ได้ประเมินความเป็นมิตรต่อความหลากหลายทางชีวภาพของพืช 23 ชนิด โดยเกณฑ์การพิจารณา 26 ปัจจัย พบว่า แปลงเฮมพ์ที่ปลูกเพื่อใช้เมล็ดและใช้เส้นใยจะมีค่าความเป็นมิตรต่อความหลากหลายทางชีวภาพในทางบวก และอยู่ในอันดับที่ 3 และ5 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าพืชชนิดอื่น เช่น ข้าวโพด ข้าวสาลี เป็นต้น[32]

---

[31] ภูมิฐวัศ สัมพันธ์พานิช (2562). <u>แนวทางการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาการปลูกเฮมพ์เพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลแม่ตาวอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก</u>.

[32] อิสเรศ วงศ์เสถียรโสภณ (ศูนย์ข้อมูลและดิจิทัลอุตสาหกรรม สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ). "แนวโน้มความยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบแฟชั่น ไทย." from https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.2426.1.0.html.



ภาพที่ 4 แสดงผลการประเมินความเป็นมิตรสิ่งแวดล้อมของเฮมพ์กับพืชจำนวน 23 ชนิด
ที่มา : https://www.druglibrary.net/olsen/HEMP/IHA/jiha6206.html

ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ ฝ้ายเป็นพืชชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง มีผลผลิตของฝ้ายออกมาปีละไม่ต่ำกว่า 20 ล้านตัน ทำให้ฝ้ายกลายเป็นพืชที่ไม่ใช่พืชอาหารที่ทำกำไรให้กับเกษตรกรที่เพาะปลูกเป็นอย่างมากและมีการเพิ่มพื้นที่ในการผลิตเป็นวงกว้าง จุดเปลี่ยนผันจาก “ฝ้าย” สู่ “เฮมพ์” มาจากปัญหาของการปลูกฝ้ายที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมากเพราะการเพาะปลูกฝ้ายต้องใช้ปริมาณน้ำจำนวนมหาศาล โดยมีการศึกษาพบว่า ในการเพาะปลูกให้ได้ผลผลิตฝ้าย 1 กิโลกรัม ต้องใช้น้ำในการปลูกถึง 20,000 ลิตร ปัญหาที่สำคัญอีกประการของการปลูกฝ้าย คือ การปลูกฝ้ายเป็นการปลูกพืชชนิดเดียว (mono-cropping) ซึ่งต้องใช้ยาฆ่าแมลงและยากำจัดวัชพืชในปริมาณมหาศาลโดยผลผลิตฝ้ายมีเพียง 3% ของพืชทั้งหมด แต่มีการใช้สารเคมีคิดเป็น 35% ของปริมาณที่ใช้ทั้งโลก สารเคมีที่ถูกใช้ในการเพาะปลูกฝ้ายยังไหลลงไปในแม่น้ำและส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศเป็นอย่างมาก ดังนั้นจีนและอินเดียซึ่งเป็นประเทศผู้ปลูกฝ้ายรายใหญ่ของเอเชียจึงมีนโยบายส่งเสริมการปลูกพืชเส้นใยอื่นโดยเฉพาะเฮมพ์เพื่อลดหรือทดแทนการปลูกฝ้ายการเพาะปลูกเฮพ์สามารถให้ผลผลิตเส้นใย 1.2-3.2 ตันต่อไร่ คิดเป็น 300% เมื่อเทียบกับผลผลิตที่ได้จากฝ้ายให้ผลผลิตในรูปของกระดาษมากกว่ากระดาษที่ผลิตจากไม้เนื้อแข็งถึง 4 เท่า ในส่วนของคุณภาพเส้นใยเมื่อเปรียบเทียบกับเส้นใยฝ้าย เส้นใยเฮมพ์มีความยาวกว่า แข็งแรงกว่า ดูดซับได้ดีกว่า และทนทานต่อโรคราน้ำค้างได้ดีกว่า ถ้าทำเป็นเสื้อผ้าจะให้ความอบอุ่นดีกว่า และมีความแข็งแรงกว่าฝ้าย

นอกจากนี้เสื้อผ้าที่ผลิตจากเส้นใยเฮมพ์จะมีคุณภาพใกล้เคียงกับเสื้อผ้าจากลินิน แต่สามารถป้องกันรังสี UV ได้ดีกว่าเสื้อผ้าที่ผลิตจากเส้นใยชนิดอื่น[33]

2.2.5 กฎหมายที่เกี่ยวข้องและบทบาทเฮมพ์

จากอดีตที่ผ่านมาประเทศไทยมีการปลูกเฮมพ์เพื่อการผลิตและใช้ประโยชน์ต่าง ๆ โดยชาวเขาหรือชาวม้ง ที่ไม่สามารถผลิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ในปี พ.ศ. 2522 คณะกรรมการควบคุมยาเสพติดให้โทษ กำหนดให้กัญชง (Hemp) เป็นพืชเสพติดประเภท 5 ตามพ.ร.บ. ยาเสพติดให้โทษ ในปี พ.ศ. 2547 ได้มีกระแสพระราชดำรัสในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ให้รัฐบาลส่งเสริมสนับสนุนให้เกษตรกรได้ปลูกเฮมพ์ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ มีการสนับสนุนให้มีการศึกษาและส่งเสริมให้เกษตรกรชาวเขาหรือกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง ที่มีการปลูกเฮมพ์เพื่อใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มในครัวเรือนและจำหน่ายสู่ตลาดมากขึ้นตลอดจนเพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้จากการผลิตหัตถกรรมอย่างต่อเนื่องใน ต่อมาคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 9 มีนาคม พ.ศ. 2548 คณะรัฐมนตรี มีมติหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กำหนดมาตรการพัฒนาและส่งเสริมกัญชง ให้ผลิตเป็นรายได้เสริมแก่เกษตรกรรายย่อยหน่วยงานต่าง ๆ โดยมีมติเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีในร่างแผนปฏิบัติการพัฒนากัญชง บนพื้นที่สูงภาคเหนือ ระยะเวลา 5 ปี พ.ศ. 2553-2557 เพื่อให้เป็นพื้นที่นำร่องในหลายจังหวัดทางภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย น่าน ตาก และเพชรบูรณ์ เพื่อศึกษาวิจัยในการพัฒนาเฮมพ์เป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ และในปี 2559 ได้มีการประกาศกฎกระทรวง การขออนุญาตและการอนุญาตผลิต จำหน่าย หรือมีไว้ในครอบครอง ซึ่งยาเสพติดให้โทษในประเภท 5 เฉพาะเฮมพ์ พ.ศ. 2559 และประกาศยกเลิกในปี 2562 ในปัจจุบันได้มีประกาศการบังคับใช้กฎกระทรวงด้วยเรื่อง การขออนุญาตและการอนุญาตผลิต จำหน่าย หรือมีไว้ในครอบครอง ซึ่งยาเสพติดประเภท 5 เฉพาะเฮมพ์ (Hemp) พ.ศ. 2563 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 29 มกราคม 2564 เป็นต้นไป และได้ให้คำจำกัดความของเฮมพ์ไว้ในข้อ 3 ในกฎกระทรวง ซึ่งมีดังนี้

“เฮมพ์” หมายความว่า พืชที่มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า Cannabis sativa L. subsp. sativa และมีลักษณะตามประกาศคณะกรรมการควบคุมยาเสพติดให้โทษว่าด้วยการกำหนดลักษณะเฮมพ์ (Hemp)

“เมล็ดพันธุ์” หมายความว่า เมล็ด ส่วนขยายพันธุ์ หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของเฮมพ์ ที่ใช้เพาะปลูกหรือใช้ทำพันธุ์ได้

---

[33] ศูนย์วิชาการสารเสพติดภาคเหนือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2563). "รายงานผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาพัฒนาการจัดการเฮมพ์[กัญชง] ในพื้นที่ต้นแบบภาคเหนือตอนบน ภายใต้กฎกระทรวง."

"เมล็ดพันธุ์รับรอง" หมายความว่า เมล็ดพันธุ์รับรองที่มีลักษณะตามประกาศคณะกรรมการ ควบคุมยาเสพติดให้โทษว่าด้วยการกำหนดลักษณะเฮมพ์ และคณะกรรมการกำหนดโดยประกาศใน ราชกิจจานุเบกษาให้เป็นเมล็ดพันธุ์รับรอง ซึ่งตรวจวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ และวิธีการที่คณะกรรมการประกาศกำหนด ซึ่งหากจะปลูกจะต้องมีการขออนุญาต โดยมีการกำหนดคุณสมบัติต่าง ๆ ในการการขออนุญาต ซึ่งระบุไว้ในข้อที่ 4 ในกฎกระทรวง โดยวัตถุประสงค์ของการขออนุญาตผลิต จำหน่าย หรือมีไว้ในครอบครองซึ่งยาเสพติดให้โทษ ในประเภท 5 เฉพาะเฮมพ์ มี 5 ประเภท ดังต่อไปนี้

(1) เพื่อประโยชน์ตามภารกิจของหน่วยงานของรัฐ เว้นแต่เป็นภารกิจตาม (2) (3) (4)

(5) หรือ (6) ให้หน่วยงานของรัฐขออนุญาตตามวัตถุประสงค์นั้น แล้วแต่กรณี

(2) เพื่อการใช้ประโยชน์จากเส้นใยตามประเพณี วัฒนธรรม หรือวิถีชีวิต และใช้ในครอบครัวเท่านั้น ทั้งนี้ มีพื้นที่ปลูกได้ครอบครัวละไม่เกินหนึ่งไร่

(3) เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์หรืออุตสาหกรรม

(4) เพื่อประโยชน์ในทางการแพทย์

(5) เพื่อประโยชน์ในการศึกษา วิเคราะห์ วิจัย หรือปรับปรุงพันธุ์

(6) เพื่อประโยชน์ในการผลิตเมล็ดพันธุ์รับรอง

ทั้งนี้การขออนุญาตการปลูกนั้น จะต้องขออนุญาตก่อนทุกครั้ง ภายใต้การควบคุมของ

กระทรวงสาธารณะสุข และคณะกรรมการอาหารและยา กัญชงหรือเฮมพ์ในปัจจุบันจัดเป็นพืชเสพติดประเภท 5 เช่นเดียวกับกัญชา ตามพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ แต่สามารถขออนุญาตเพื่อค้นคว้าหรือวิจัยได้[34]

CHULALONGKORN UNIVERSITY

2.2.6 การส่งเสริมการปลูกเฮมพ์เป็นพืชเศรษฐกิจ

การส่งเสริมให้เฮมพ์เป็นพืชเศรษกิจของประเทศไทยได้ ต้องมุ่งเน้นใช้ประโยชน์ในผลิตภัณฑ์เชิงหัตถกรรม และเป็นผลิตภัณฑ์เชิงอุตสาหกรรม และใช้ประโยชน์จากส่วนต่างๆ ของเฮมพ์มากขึ้น เมื่อเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมจะไม่สามารถแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้ ดังนั้นเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้สามารถแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้ และเกิดการใช้ประโยชน์จากทุกส่วน

---

[34] (2563). "กฎกระทรวงการขออนุญาตและการอนุญาตผลิต จำหน่าย หรือมีไว้ในครอบครอง ซึ่งยาเสพติดประเภท 5 เฉพาะเฮมพ์ พ.ศ. 2559." ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 137 ตอนที่ 107 ก.

ของเฮมพ์ จะต้องมีการส่งเสริมการปลูกเฮมพ์สามารถสร้างอาชีพ และโอกาสทางการตลาดให้กับเกษตรกรในหลายพื้นที่ได้มากยิ่งขึ้น

จากอดีตสู่ปัจจุบัน ที่ผ่านมาได้มีการรายงานและยืนยันถึงประโยชน์ในหลากหลายด้านของเฮมพ์มากขึ้น กระทรวงสาธารณสุขจึงได้ให้มีการขออนุญาตปลูกเฮมพ์นี้ได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปลูกเฮมพ์ และนำไปใช้ประโยชน์ด้านเส้นใยทอผ้าทั้งในระดับครัวเรือนและอุตสาหกรรมโดยในช่วงทดลองได้จำกัดเขต ทดลองปลูกใน 6 จังหวัด 15 อำเภอ ประกอบด้วย 1) จังหวัดเชียงใหม่ 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอแม่วาง อำเภอแม่ริม อำเภอสะเมิง และอำเภอแม่แจ่ม 2) จังหวัดเชียงราย 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเทิง อำเภอเวียงป่าเป้า และอำเภอแม่สาย 3) จังหวัดน่าน 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอนาหมื่น อำเภอสันติสุข และอำเภอสองแคว 4) จังหวัดตาก 1 อำเภอ คือ อำเภอพบพระ 5) จังหวัดเพชรบูรณ์ 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ อำเภอหล่มเก่า และอำเภอเขาค้อ และ 6) จังหวัดแม่ฮ่องสอน 1 อำเภอ คือ อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน ซึ่งเป็นช่วงของการทดลองปลูก อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันกระทรวงสาธารณสุขได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนการปลูกเฮมพ์ในทุกๆ พื้นที่รวมทั้งกรุงเทพมหานคร หากแต่จำเป็นต้องมีการยื่นคำร้องขออนุญาตปลูกเฮมพ์ในพื้นที่นั้นๆ และผู้ที่ได้รับอนุญาตจะต้องมีแผนการผลิตแผนการจำหน่ายและการนำไปใช้ประโยชน์ตามขั้นตอนที่ได้รับอนุญาต รวมทั้งเมล็ดพันธุ์ที่จะนำมาปลูกและต้องดำเนินการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ประโยชน์เฉพาะตามที่ได้รับอนุญาตประกอบกับปัจจุบัน หน่วยงานที่รับผิดชอบได้มีการเตรียมการส่งเสริมและยกระดับเฮมพ์ให้เป็นพืชเศรษฐกิจด้วยการนำเส้นใยมาใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ เช่น ผลิตเสื้อผ้า และกระเป๋า เป็นต้น ทั้งนี้ทุกขั้นตอนยังคงมีการควบคุมจากภาครัฐรวมทั้ง การตรวจวัดปริมาณสาร THC ของเฮมพ์ที่ปลูกต้องไม่เกิน ร้อยละ 1.0 ต่อน้ำหนักแห้ง เพื่อป้องกันไม่ให้มีการนำเฮมพ์ไปใช้ในทางที่ผิด

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเฮมพ์เป็นพืชที่มีข้อจำกัดทางด้านกฎหมายที่เกษตรกรยังไม่สามารถปลูกได้ในเชิงพาณิชย์ จึงส่งผลให้ปริมาณอุปทานในระดับต้นน้ำมีความเสี่ยงสูงมากที่จะพบกับอุปสรรคและปัญหาต่างๆ นอกจากการปลูกแล้ว การครอบครองและการแปรรูปยังถูกจำกัดอยู่ภายใต้ข้อจำกัดของกฎหมายเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตามรัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญและผลักดันเฮมพ์ให้เป็นพืชเศรษฐกิจที่สามารถสร้างรายได้เสริมให้กับเกษตรกรได้อย่างยั่งยืน จึงได้ปรับแก้ไขและผ่อนปรนในด้านกฎหมายการขออนุญาต แต่ยังคงเป็นการขออนุญาตภายใต้การศึกษาวิจัยโดยหน่วยงานภาครัฐเท่านั้น ซึ่งใช้ระยะเวลาค่อนข้างนานและมีขอบเขตระยะเวลาเพียง 1 ปี ที่ต้องดำเนินการต่างๆ เกี่ยวกับเฮมพ์ให้แล้วเสร็จ[35]

---

[35] ศูนย์วิชาการสารเสพติดภาคเหนือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2563). "รายงานผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาพัฒนาการจัดการเฮมพ์ (กัญชง) ในพื้นที่ต้นแบบภาคเหนือตอนบน ภายใต้กฎกระทรวง."

สวพส. ได้วิจัยและพัฒนากัญชงร่วมกับมูลนิธิโครงการหลวงตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา โดยเฉพาะการพัฒนาพันธุ์กัญชงนั้น มุ่งพัฒนาพันธุ์ให้มีลักษณะตรงกับความต้องการใช้ประโยชน์ ซึ่งในระยะแรกมุ่งการใช้ประโยชน์จากเส้นใย ต่อมาจึงพัฒนาพันธุ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการในเมล็ดและสารสำคัญในช่อดอกตามลำดับ และ สวพส. ได้ขึ้นทะเบียนพันธุ์กัญชงแล้วรวม 8 พันธุ์ ประกอบด้วย ในปี พ.ศ. 2554 จำนวน 4 พันธุ์ คือ RPF1 RPF2 RPF3 และ RPF4 (ตารางที่ 1) และในปี พ.ศ. 2564 จำนวน 4 พันธุ์ คือ RPF5, RPF6, RPF7 และ RPF8 (ตารางที่ 2) ซึ่งคัดเลือกพันธุ์ด้วยวิธีการคัดเลือกรวม (Mass selection) ให้มีปริมาณสารเสพติด Tetrahydrocannabinol หรือ THC ต่ำกว่า 0.3% และมี Cannabidiol หรือ CBD มากกว่า 2 เท่าของ THC และมีเปอร์เซ็นต์เส้นใยสูงด้วย

ตารางที่ 7 แสดงพันธุ์กัญชงที่ได้รับการขึ้นทะเบียนต่อกรมวิชาการเกษตร ปี พ.ศ. 2554 จำนวน 4 พันธุ์[36]

ลักษณะสายพันธุ์	RPF1	RPF2	RPF3	RPF4
แหล่งที่มาของพันธุ์ (ความสูงเมตรจากระดับน้ำทะเล)	พันธุ์ท้องถิ่น บ้านห้วยหอย ต.แม่นาจร อ.แม่แจ่ม จ.เชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2549	พันธุ์ที่มาจากประเทศเวียดนาม ในปี พ.ศ. 2550	พันธุ์ท้องถิ่นบ้านแม่สาใหม่ ต.โปงแยง อ.แม่ริม จ.เชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2550	พันธุ์ท้องถิ่นจากปางอุ๋ง ต.แม่ศึก อ.แม่แจ่ม จ.เชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2550
ชื่อสายพันธุ์	สายพันธุ์ห้วยหอย (1,200 MSL)	สายพันธุ์ V50	สายพันธุ์แม่สาใหม่ (990 MSL)	สายพันธุ์ปางอุ๋ง (1,345 MSL)
THC (%)	0.072±0.080	0.110±0.125	0.101±0.110	0.270±0.276
CBD (%)	0.805±0.390	1.146±0.423	0.760±0.278	0.600±0.485
CBD/THC	11:1	10:1	8:1	2.2:1
เส้นใย (%)	14.2	13.8	12.9	14.7
น้ำหนัก 1,000 เมล็ด (กรัม)	34.20	30.87	34.4	30.93
% น้ำมัน	29.62	28.62	28.06	28.86
Omega-3 (%)	11.73	12.79	10.04	10.96
Omega-6 (%)	58.23	53.79	51.04	52.78
Omega-9 (%)	13.25	10.58	14.23	11.07

[36] สริตา ปิ่นมณี สายพันธุ์ กาบใบ รัตญา ยานะพันธุ์ ศักดิ์ศิริ คุปตรัตน์ ประภัสสร ทิพย์รัตน์ และ อาลักษณ์ ทิพยรัตน์ (2563). "รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โครงการย่อยที่ 1 การคัดเลือกและปรับปรุงพันธุ์เฮมพ์และระบบผลิตเมล็ดพันธุ์." 49 หน้า.

น้ำหนักลำต้นสด (ต้น/ไร่)	5.44	5.83	6.13	5.91
ลักษณะลำต้นและเมล็ด				

ที่มา: ขวัญชัย บุญสม

ตารางที่ 8 แสดงพันธุ์กัญชงที่ได้รับการขึ้นทะเบียนต่อกรมวิชาการเกษตร ปี พ.ศ. 2564 จำนวน 4 สายพันธุ์ RPF5-8 เทียบกับพันธุ์ RPF1-4[37]

พันธุ์	**ความสูงเฉลี่ย (เมตร)**	**จำนวนข้อเฉลี่ย (ข้อ/ต้น)**	**จำนวนกิ่งเฉลี่ย (กิ่ง/ต้น)**	**ผลผลิตต้นสดอายุ 90 วัน (ต้น/ไร่**	**ผลผลิตต้นสดอายุ 120วัน (ต้น/ไร่**	**เฉลี่ย % เส้นใย**	**เฉลี่ย % THC**	**เฉลี่ย % CBD**	**เฉลี่ย % CBD:THC**
RPF1	3.16-4.64	7.23	22.83	5.97C	4.67CD	14.2	0.072	0.805	11:1
RPF2	2.65-4.90	7.40	22.43	6.03C	4.16CD	13.8	0.110	1.146	10:1
RPF3	2.81-5.40	7.50	20.63	6.83AB	4.28CD	12.9	0.101	0.760	8:1
RPF4	2.73-4.42	7.23	21.97	4.44E	4.08D	14.7	0.270	0.600	2.2:1
RPF5	2.14-2.39	6.76	22.06	6.11BC	6.77A	21.7	0.017	0.244	14.5:1
RPF6	2.09-2.39	6.37	19.70	5.61CD	6.08AB	22.8	0.027	0.428	15.6:1
RPF7	2.60-2.75	6.90	21.67	7.21A	7.36A	18.9	0.02545	0.3493	13.7:1
RPF8	2.16-2.65	7.00	20.80	5.02BC	5.39BC	26.1	0.0738	0.4077	5.5:1

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

[37] Ibid.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

การเลือกใช้พันธุ์กัญชง RPF1-8 ให้เหมาะสมกับการใช้ประโยชน์

1. พันธุ์ RPF1-8 สามารถปลูกเพื่อผลิตเส้นใย

2. พันธุ์ RPF1-4 สามารถปลูกเพื่อผลิตเมล็ดบริโภค

3. ระดับความสูงของพื้นที่ หากเป็นพื้นที่ราบทั่วไป อุณหภูมิจะสูงกว่าพื้นที่สูง ควรเลือกใช้พันธุ์ RPF3 หรือ RPF7 ซึ่งมาจากแหล่งพันธุ์เดิมมาจากพื้นที่ระดับความสูง 990 เมตรจากระดับน้ำทะเล รองลงมาคือพันธุ์ RPF1 หรือ RPF5 ซึ่งมีแหล่งพันธุ์เดิมมาจากพื้นที่ระดับความสูง 1,200 เมตรจากระดับน้ำทะเล

4. การปลูกเพื่อผลิตเมล็ดสำหรับการบริโภค พันธุ์ RPF1-4 สามารถให้คุณค่าทางโภชนาการในเมล็ดได้ใกล้เคียงหรือเทียบเท่าพันธุ์ที่ผลิตเป็นการค้าในต่างประเทศ

5. พันธุ์สำหรับการผลิตช่อดอกโดยเฉพาะนั้นยังอยู่ระหว่างการปรับปรุงพันธุ์ แต่หากจะใช้ไปพลางก่อน หรือใช้วัตถุดิบจากเศษใบที่เหลือจากระบบการผลิตเมล็ด ก็สามารถใช้พันธุ์ RPF 1-3 ซึ่งมีสัดส่วน CBD:THC ในช่วง 8-11:1 และจากการนำเศษใบที่เหลือจากการผลิตเมล็ดพันธุ์ของพันธุ์ RPF3 ไปสกัดพบว่า สารสกัดที่ได้มี THC ประมาณ 1% และมีสาร CBD ประมาณ 15%

ดังนั้น หากประเทศไทยมีการผลักดันและขับเคลื่อนการพัฒนาเฮมพ์ให้เป็นพืชเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง เส้นใยกัญชงจะกลายเป็นพืชสำคัญทางเศรษฐกิจของชุมชน (ซึ่งสอดคล้องตามยุทธศาสตร์ชาติ ปีพ.ศ. 2561-2580) รัฐบาลให้ความเห็นชอบ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการปลูกเฮมพ์เป็นพืชเศรษฐกิจบนพื้นที่สูงเพื่อสนองแนวพระราชดำริของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง และมีการแก้ไขกฎระเบียบในการสนับสนุนเฮมพ์เป็นพืชเศรษฐกิจและมีการแก้ไขกฎกระทรวงสาธารณสุขเรื่อง หลักเกณฑ์การอนุญาตและควบคุมการปลูกกัญชง อีกทั้งรัฐบาลให้ความสำคัญและมีแนวโน้มที่จะผ่อนปรนกฎหมายที่มีการใช้ประโยชน์จากเฮมพ์เพื่อให้สามารถเดินหน้าไปสู่อุตสาหกรรมได้สำหรับในอนาคต ดังนั้นเฮมพ์จะมีศักยภาพและกลายเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของประเทศไทยในอนาคตด้วยเช่นกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดอุตสาหกรรมในประเทศได้หลากหลายสาขา ก่อให้เกิดการสร้างอาชีพ ช่วยลดการนำเข้าและก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจนับแสนล้านบาท และด้วยความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเฮมพ์ที่มีการขยายอย่างต่อเนื่องทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ จึงเป็นโอกาสสำหรับการผลิตและแปรรูปสินค้าให้มีศักยภาพและพร้อมที่จะต่อยอดไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าสูงได้ ยกตัวอย่างเช่น แนวโน้มของอุตสาหกรรมยานยนต์ในอนาคต พบว่าวัสดุที่จะใช้ในการผลิตโครงสร้างรถยนต์และชิ้นส่วนยาน-ยนต์ต่าง ๆ จะมีการเปลี่ยนแปลงจากวัสดุเดิมมาเป็นโครงสร้างมวลเบาที่ผลิตจากวัสดุคอมโพสิตจาก

ธรรมชาติ (Natural composites) ในรูปแบบต่าง ๆ มากขึ้น เช่น วัสดุสิ่งทอ (Textile materials) และ กลุ่มเส้นใยนอนวูฟเวน (Nonwoven Fibers)

2.2.7 แนวโน้มกระแสนิยมการบริโภคเฮมพ์ในประเทศไทย

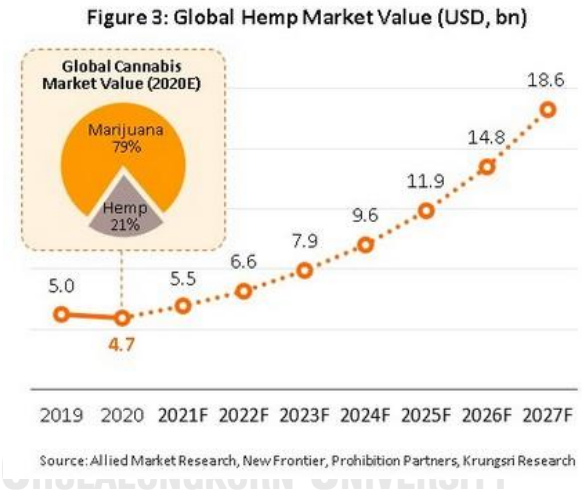
เมื่อผู้อ่านได้ทราบถึงคำนิยาม ความแตกต่าง ทางกฎหมาย และประโยชน์ ของเฮมพ์แล้วนั้น อย่างไรก็ดี เมื่อสภาพสังคม เศรษฐกิจ และวิทยาการเปลี่ยนแปลงไป ประกอบกับตัวบทกฎหมายได้เปิดโอกาส และส่งเสริมให้กัญชงเป็นพืชเศรษฐกิจ จนก่อให้เกิดการประกอบธุรกิจใหม่ๆ ซึ่งในหัวข้อนี้จะรวบรวมข้อมูลและสรุปพอสังเขปว่า ในปัจจุบันนี้ ความต้องการในตลาดโลกที่มีแนวโน้มเปิดกว้างมากยิ่งขึ้นทำให้กัญชงมีศักยภาพที่จะกลายเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ของไทย สามารถต่อยอดเป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูงและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้มหาศาล การที่ไทยมีความสามารถด้านการเพาะปลูกและการผลิตสูง ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงใคร่ขออธิบายดังต่อไปนี้

เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2562 Prohibition Partners ได้เผยแพร่รายงานที่มีชื่อว่า The Global Cannabis Report ซึ่งในรายงานนี้มีการคาดการณ์ว่า พ.ศ. 2567 ตลาดเฮมพ์และกัญชาทั่ว โลกจะมีการเติบโตถึง 103,900 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยมีสัดส่วนที่มากที่สุด คือ การใช้เพื่อรักษาทาง การแพทย์ระหว่างประเทศคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 62,700 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และรองลงมา คือ การใช้ในเชิงสันทนาการคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 14,200 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

นอกจากนี้ จากแหล่งที่มาเดียวกันได้มีการคาดการณ์ว่าตลาดเฮมพ์และกัญชาในทวีปเอเชีย จะเติบโตเป็นอันดับ 3 ของโลก เนื่องมาจากผลกระทบแบบโดมิโน กล่าวคือ ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 ประเทศไทยได้มีการบังคับใช้กฎกระทรวงว่าด้วย เรื่อง การขออนุญาตผลิต จำหน่าย หรือมีไว้ ครอบครอง ซึ่งยาเสพติดให้โทษในประเภท 5 เฉพาะเฮมพ์ พ.ศ. 2559 ทำให้ประเทศรอบข้างในทวีป เอเชียมีความตื่นตัว อาทิ ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศมาเลเซีย และ ประเทศจีน เป็นต้น ก็มีการแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับสารเสพติดเช่นกัน ทั้งนี้ จากผลกระทบดังกล่าวจึงทำให้ตลาดเฮมพ์และกัญชาในทวีปเอเชียโตด้วยมูลค่าเท่ากับ 12,500 ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยมี สัดส่วนที่มากที่สุด คือ การใช้เพื่อรักษาทางการแพทย์คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 10,700 ล้านเหรียญ สหรัฐฯ และการใช้ในเชิงสันทนาการคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 1,800 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

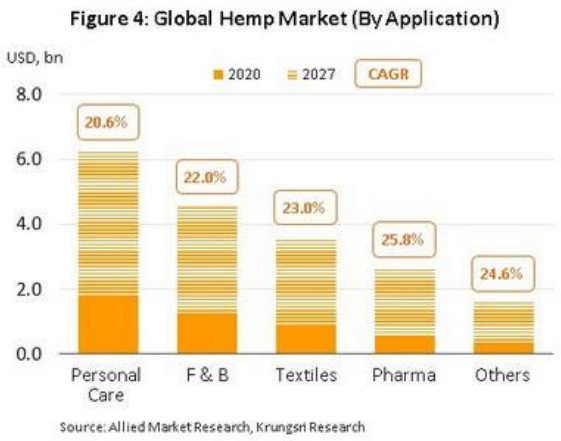
เฮมพ์ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากหลังจากรัฐบาลประกาศปลดล็อคให้สามารถขออนุญาตปลูก ผลิต นำเข้าเมล็ดพันธุ์ ครอบครอง และจำหน่ายได้ ด้วยคุณประโยชน์ที่หลากหลายประกอบกับ จึงมีโอกาสที่จะกลายเป็นผู้เล่นหน้าใหม่และสามารถเกาะเกี่ยวการเติบโตในตลาดกัญชงโลกได้ ทั้งนี้ การปลดล็อคการประกอบธุรกิจกัญชงได้เชื่อมโยงไปสู่ห่วงโซ่อุตสาหกรรมอย่างน้อย 5 กลุ่ม ได้แก่ เครื่องดื่ม อาหาร ยาและอาหารเสริม เครื่องแต่งกาย และผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล

ความต้องการเฮมพ์ในตลาดโลกมีทิศทางที่จะเพิ่มสูงขึ้นและมีแนวโน้มเติมโตอย่างต่อเนื่อง ปี 2563 ตลาดกัญชงโลกมีมูลค่า 4.75 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ภาพที่ 1) จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล (อาทิ ครีมทาหน้า ครีมบำรุงผิว ผลิตภัณฑ์ล้างมือ ผลิตภัณฑ์อาบน้ำ) 1.76 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (สัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 37.1 ของมูลค่าตลาดกัญชงโลก) รองลงมาได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 25.2 สิ่งทอ คิดเป็นร้อยละ 18.6% และผลิตภัณฑ์ยา คิดเป็นร้อยละ 11.6% (ภาพที่ 2) แต่หากจำแนกตามการแปรรูป พบว่ากัญชงถูกแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์น้ำมันมากที่สุด มีมูลค่า 2.15 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 45.2 ของมูลค่าตลาดกัญชงโลก) รองลงมาได้แก่ เมล็ดกัญชง คิดเป็นร้อยละ 28.8% และเส้นใย คิดเป็นร้อยละ 20.0% (ภาพที่ 3) ในระยะข้างหน้า Allied Market Research คาดว่าตลาดกัญชงโลกจะเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ย 21.6% ต่อปี มาอยู่ที่ 1.86 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2570 (แต่ยังถือว่ามีขนาดเล็กเมื่อเทียบกับตลาดกัญชาโลก

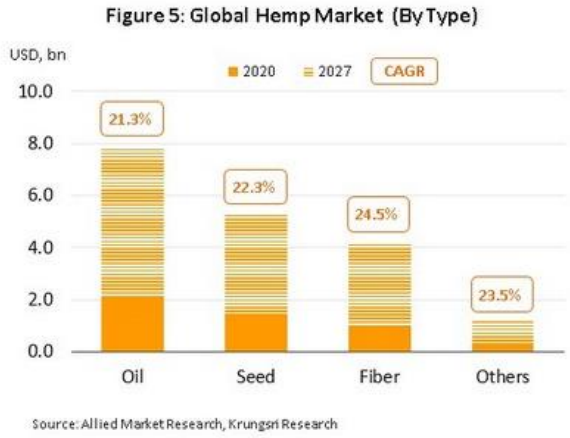


ภาพที่ 5 แสดง Global Hemp Market Value (USD, bn)

ที่มา : วิจัยกรุงศรี



ภาพที่ 6 แสดง Global Hemp Market (By Application)
ที่มา วิจัยกรุงศรี



ภาพที่ 7 แสดง Global Hemp Market (By Type)
ที่มา วิจัยกรุงศรี

ทั้งนี้ วิจัยกรุงศรีได้เปิดเผยข้อมูลว่า ภายใน 5 ปีข้างหน้าตลาดกัญชงในประเทศไทยจะเติบโตขึ้นถึงประมาณ 15,770 ล้านบาท โดยแบ่งข้อมูลตามประเภทอุตสาหกรรม สามารถสรุปเป็นรูปภาพด้านล่างนี้

Table 3 : Projection of Economic Gains from Hemp's Ingredient*

	Value (THB, m)		CAGR Growth
	Estimate 2021	Forecast 2025	
Beverage	280	7,600	128%
Food	240	5,600	120%
Pharmaceuticals and Supplementary	50	1,240	123%
Apparel and Footwear	30	820	129%
Personal Care Products**	0.0	510	184%
Total	**600**	**15,770**	**126%**

Note : * มูลค่าอุตสาหกรรมอยู่ภายใต้ข้อสมมติฐานที่รัฐบาลอนุญาตให้หน่วยธุรกิจต่างๆ สามารถผลิตสินค้าและบริการได้ทุกประเภทตามตาราง
** ผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลคาดว่าจะเริ่มมีมูลค่าในปี 2565

Source: Euromonitor, Krungsri Research

ภาพที่ 8 แสดง Projection of Economic Gain from Hemp's Ingredient
ที่มา วิจัยกรุงศรี

จากรูปภาพข้างต้นมีการคาดการณ์ว่า ใน พ.ศ. 2568 ตลาดกัญชงในประเทศไทยจะมีมูลค่าสูงถึง 15,770 ล้านบาท หรือเติบโตถึงร้อยละ 126 เมื่อเทียบกับ พ.ศ. 2564 อย่างไรก็ดี หากจัดลำดับการเติบโตของตลาดตามการแบ่งประเภทอุตสาหกรรม ลำดับที่หนึ่ง คือ อุตสาหกรรมเครื่องดื่มมีมูลค่าสูงถึง 7,600 ล้านบาท ลำดับที่สอง คือ อุตสาหกรรมอาหารมีมูลค่าสูงถึง 5,600 ล้านบาท ลำดับที่สาม คือ อุตสาหกรรมยาและอาหารเสริมมีมูลค่าสูงถึง 1,240 ล้านบาท ลำดับที่สี่ คือ อุตสาหกรรมเสื้อผ้าและรองเท้ามีมูลค่าสูงถึง 820 ล้านบาท และลำดับสุดท้าย คือ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลมีมูลค่าสูงถึง 510 ล้านบาท

2.2.8 องค์ความรู้ภูมิปัญญางานหัตถกรรมเส้นใยเฮมพ์

เฮมพ์ มีความผูกพันกับกลุ่มชาติพันธุ์ชนเผ่าที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยเฉพาะทางภาคเหนือ มีทั้งหมด 6 ชนเผ่า คือ "กะเหรี่ยง ม้ง เย้าอ่าข่า มูเซอ และลีซอ" และกลุ่มชาติพันธุ์ม้งที่มีความโดดเด่นในเรื่องงานหัตถกรรม กลุ่มชาติพันธุ์ม้งกับการปลูกเฮมพ์ จัดว่าเป็นตัวอย่างกรณีศึกษาที่ชัดเจนเกี่ยวกับระบบวัฒนธรรมเกษตรกรรมที่ผสมผสานอยู่ในรากเหง้าทางวัฒนธรรมชนเผ่าและภูมิปัญญาพื้นถิ่น มีการสืบต่อกันมาจากรุ่นบรรพบุรุษ และยังคงมีการดำเนินอยู่ในปัจจุบัน "วัฒนธรรมและภูมิปัญญาเหล่านี้ซุกซ่อนอยู่ในอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของชนเผ่าอย่างอย่างยาวไกล โดยเฮมพ์นั้นมีบทบาทต่อวิถีการดำรงชีพของกลุ่มชาติพันธุ์ม้งเป็นอย่างมากแม้ว่าจะเกิดการ

เปลี่ยนแปลงในการเร่งพัฒนาสังคมในด้านต่างๆ ไปอย่างรวดเร็วก็ตาม แต่ยังคงมีกลุ่มชาติพันธุ์ม้งที่อาศัยตามชุมชนบนพื้นที่ราบสูงตามดอยยังคงมีการทอผ้าจากเส้นใยเฮมพ์ตามวิถีชีวิต”[38]

กลุ่มชาติพันธุ์ม้งมีความเชื่อว่า เมล็ดเฮมพ์ที่ปลูกนั้นเป็นเมล็ดที่ได้รับการประทานมาจากพระผู้เป็นเจ้าและยังเป็นสิ่งที่พระผู้เป็นเจ้าประทานความอุดมสมบูรณ์มาให้มนุษย์อีกด้วย “นอกจากจะมีการปลูกเฮมพ์เพื่อนำเส้นใยมาทอผ้าเพื่อใช้นุ่งห่มในการดำรงชีวิตแล้ว ยังมีการใช้เฮมพ์ในการประกอบพิธีกรรม และความเชื่อต่างๆ ด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น การสานเส้นใยเฮมพ์ให้เป็นรองเท้า เพื่อใช้สำหรับคนตายใส่เดินทางไปสวรรค์ การต่อเส้นใยเฮมพ์ให้มีความยาว เพื่อใช้เป็นสายสิญจน์ หรือแม้กระทั่งการนำเฮมพ์มาใช้ในพิธีที่สำคัญ คือ “พิธีอัวเน้ง หรือ พิธีเข้าทรง เป็นงานประเพณีที่สำคัญของกลุ่มชาติพันธุ์ม้งมาตั้งแต่สมัยโบราณตามวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง[39]

การทำผ้าทอมือจากเส้นใยเฮมพ์เป็นอาชีพหนึ่งที่มีความสำคัญกับชุมชนชาวเขาเป็นอย่างยิ่ง อุตสาหกรรมครัวเรือนทอผ้าจากเส้นใยเฮมพ์มีหลายแห่งชุมชน เช่น หมู่บ้านแม่สาน้อย ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มทอผ้าใยเฮมพ์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก และอนาคตหากพืชเฮมพ์มีการส่งเสริมมากขึ้นจะมีแหล่งผลิตผ้าทอเส้นใยเฮมพ์มากขึ้น การผลิตผ้าทอเส้นใยเฮมพ์ของชุมชนยังคงใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน วัฒนธรรมและกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม การผลิตผ้าทอจากเส้นใยกัญชงจึงต้องอาศัยผู้ที่มีทักษะความรู้ และความชำนาญในกระบวนการผลิตซึ่งมีหลายกระบวนการผลิตหลายขั้นตอน งานวิจัยนี้จึงได้ศึกษารวมรวมองค์ความรู้ภูมิหัตถกรรมการผลิตผ้าทอใยเฮมพ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาวม่าง งานผ้าใยกัญชง เพื่อศึกษาองค์ความรู้กระบวนการผลิตผ้าทอใยเฮมพ์แบบดั้งเดิม สามารถนำไปถ่ายทอด องค์ความรู้ให้เกิดการสืบสานและอนุรักษ์ ให้คนรุ่นหลังสร้างรายได้ในอุตสาหกรรมครัวเรือน และช่วย ขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสู่การพัฒนาประเทศต่อไป โดยมีกระบวนการกว่าจะได้มาซึ่งเส้นใยเฮมพ์นั้น ต้องใช้กระบวนการหลากหลายขั้นตอน ซึ่งหลังจากการเก็บเกี่ยวต้นเฮมพ์แล้วจะนำมาทำเส้นใยเฮมพ์และผ้าทอมือ มีดังนี้

---

[38] กองควบคุมวัตถุเสพติด. คู่มือพนักงานเจ้าหน้าที่ในการกำกับดูแลซึ่งยาเสพติดให้โทษประเภท 5 เฉพาะเฮมพ์ (Hemp). กรุงเทพฯ, โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ

[39] กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (2561). "แกนกลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทุนทางวัฒนธรรมคืออะไร." วารสารวัฒนธรรม ฉบับที่ 4 (ปีที่ 5 7).

ตารางที่ 9 แสดงขั้นตอนการทำเส้นใยเฮมพ์และผ้าทอมือ มีดังนี้

ขั้นตอนที่	ภาพประกอบ	รายละเอียด
1		ปลูกต้นเฮมพ์ ในเดือนมิถุนายน ซึ่งเป็นช่วงเวลาในการเจริญเติบโต เป็นเวลาระยะ 3 เดือน
2		ต้นเฮมพ์ที่ตัดแล้วมามัดรวมกันเป็นกำใหญ่ นำไปตากแดดประมาณ 5-15 วัน โดยการตั้งตักแดดไว้ให้โคนต้นลงดิน เมื่อต้นเฮมพ์แห้งสนิท
3		นำมาลอกเปลือกต้นเฮมพ์ที่ตากแห้งแล้วมาแช่น้ำจนนิ่มก่อนลอก เพื่อให้เกิดความชื้นจะทำให้การลอกเปลือกได้ง่ายขึ้นและลอกเปลือกให้ได้ขนาดที่ใกล้เคียงกัน
4		นำเส้นใยเฮมพ์ที่ได้จากขั้นตอนที่ 3 แล้วนำตำด้วยครกไม้ เพื่อทำให้เส้นใยเฮมพ์อ่อนนุ่มและง่ายในการต่อเส้นใยให้เป็นเส้นยาวๆ
4		นำเปลือกกัญชงที่ตำจนนุ่มแล้วนำมาฉีกให้ได้ประมาณ 4 เส้น แล้วนำมาต่อกันเป็นเส้นยาวและม้วนพันเป็นแกนกลมๆ ซึ่งมีที่จับเป็นหวายถัก ภาษาม้งเรียกว่า ตีนตั๋ว จะได้เส้นใยเฮมพ์มีลักษณะเป็นขดเล็กๆ และนำขดเล็กๆ หลายๆขดมาต่อกันให้เป็นขดใหญ่ มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 6-8 นิ้ว
6		นำเส้นใยเฮมพ์ขดใหญ่ที่ได้ไปแช่น้ำในภาชนะ แล้วกรอเข้าหลอด เพื่อให้เส้นใยเฮมพ์เป็นเกลียวกลม เรียกว่าการปั่นเกียวกลม ภาษาม้งเรียงว่า เข้าหลี่

7		เส้นใยเฮมพ์ที่กรอเข้าหลอดแล้ว นำไปขึ้นกากบาท เพื่อกำหนดความกว้างและความยาวของผ้าที่จะทอ เส้นรอบวงของไม่กากบาทกว้างประมาณ 10 เมตร และตากใยเฮมพ์บนไม้กากบาท
8		เส้นใยเฮมพ์ที่ตากบนไม้กากบาทแห้งดีแล้ว รวมมัดเป็นพวงในที่ร่มที่มีอากาศถ่ายเทสะดวก
9		ต้มเส้นใยเฮมพ์ในน้ำขี้เถ้า น้ำขี้เถ้าหมักประมาณ 1 ปี๊บ หรือประมาณ 20 ลิตร แล้วนำเส้นใยเฮมพ์ใสลงต้ม จำนวน 2 มัด ต้มนาน 12 ชั่วโมง แล้วทดลองขยี้เส้นใยเฮมพ์ดู ถ้าเปลือกนอกใยเฮมพ์สีเขียวหลุดออกหมดเหลือเป็นเส้นใยจึงถือว่าใช้ได้ หรือว่าถ้ายังหลุดออกไม่หมดต้องนำไปต้มใหม่
10		ซักเส้นใยเฮมพ์ที่ต้มน้ำขี้เถ้าแล้วให้ขาว โดยนำเส้นใยเฮมพ์ที่ไปซักขยี้ เพื่อให้เปลือกสีเขียวหลุดออกหมด แล้วบิดเส้นใยเฮมพ์พอหมาดๆ
11		นำเส้นใยเฮมพ์ที่ซักแล้วมาต้มในน้ำเทียนไข โดยใช้เทียนพอประมาณ ผสมกันน้ำ 20 ลิตร หรือ 1 ปี๊บ เพื่อให้เทียนไขเป็นตัวเคลือบเส้นใย และทำให้หวีเส้นใยง่ายขึ้น
12		นวดเส้นใยเฮมพ์ โดยใช้ท่อนไม้ทำเป็นเครื่องมือนวด ลักษณะการนวดใช้ผ้าปูคลุมดินวางเส้นใยเฮมพ์นวดกลิ้งไปมา เพื่อทำให้เส้นใยเฮมพ์แบนและอ่อนนุ่ม
13		เส้นใยเฮมพ์ที่ผ่านการนวดเสร็จแล้วให้นำขึ้นไม้กากบาทตากผึ่งลมให้แห้ง แล้วเก็บเส้นใยเฮมพ์ โดยการสาวเส้นใยเฮมพ์ลงภาชนะ

14		นำเส้นใยเฮมพ์กรอเข้าหลอดด้ายยืน หรือหลอดใหญ่ และหลอดด้ายพุ่ง หรือหลอดด้ายเล็ก
15		เส้นใยเฮมพ์ที่เป็นด้ายยืนนำไปวนบนม้าเดินด้าย (หลักค้น) แล้วสอดด้ายยืนเข้ากับหูก และสอดด้านยืนเข้าเขาหูก นำขึ้นกี่และเก็บตะกอเพื่อทำการทอ

ที่มา: บุษราภรณ์ มหัทธนชัย และคณะ[40]

จากการศึกษาแต่ละกระบวนการขั้นตอนการทำเส้นใยแบบดั้งเดิม พบว่ามีเส้นใย/เส้นด้ายเฮมพ์ด้วยกันทั้งหมด 4 รูปแบบ และจนมาถึงขั้นตอนการทอจนได้ผ้าทอจากเส้นด้ายกัญชง โดยมีลักษณะดังนี้

ตารางที่ 10 แสดงลักษณะเส้นใยเฮมพ์ที่ได้จากแต่ละกระบวนการ

รูปแบบ	ภาพประกอบ	เส้นใย/เส้นด้าย	ลักษณะ
1		เส้นใยเฮมพ์ดิบหลังจากลอกออกจากลำต้น	มีลักษณะเรียบแบบ แข็ง และหยาบ สีของเส้นใยยังเป็นสีเขียวปนน้ำตาล
2		เส้นใยเฮมพ์ดิบหลังจากตำเสร็จ	มีลักษณะหยิกงอ นิ่มขึ้น สีของเส้นใยยังเป็นสีน้ำตาลเหลืองปนเหลือง

[40] บุษราภรณ์ มหัทธนชัย, ชนินทร์ มหัทธนชัย, จิตราภรณ์ ธาราพิทักษ์วงศ์ และ เดือนฉาย ไชยบุตร. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาการผลิตผ้าทอใยกัญชง.2564

3		เส้นด้ายใยเฮมพ์ดิบปั่นเกียวกลม	มีลักษณะตีเกลียวกลม แข็ง สีของเส้นด้ายยังเป็นสีน้ำตาลปนเขียว
4		เส้นด้ายใยเฮมพ์ต้มสุกด้วยขี้เถ้า	มีลักษณะเป็นเกลียวกลม นิ่มขึ้น สีของเส้นด้ายยังเป็นขาวนวลอมน้ำตาลอ่อนๆ

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

ปัจจุบันการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชง ก็มีหลากหลายตราสินค้าที่ยังคงใช้เส้นใยกัญชงที่มีกระบวนการแบบดั้งเดิมใช้เป็นวัตถุดิบในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องแต่งกายซึ่งมาทั้งในรูปแบบตราสินค้า และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อาทิ

2.2.8.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ยอดคีรี

วิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ยอดคีรี ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยมีนางหม่อ แซ่ว่าง ชาวบ้านใหม่ยอดคีรี ต.คีรีราษฎร์ ได้รวบรวมกลุ่มกับเพื่อนบ้านรวม 14 คน ช่วยกันสืบสานการทอผ้าใยกัญชงซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับวิถีชีวิตของชาวเขาเผ่าม้งมาหลายชั่วอายุคน โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม ทั้งวิธีการปลูก การลอกเส้นใยจากลำต้น รวมทั้งวิธีการทอ การย้อมเส้นใยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จนสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ออกมาจำหน่าย เป็นการสร้างรายได้และเกิดการสร้างงานในชุมชนขึ้นอย่างต่อเนื่อง สามารถช่วยบรรเทาความเดือดร้อนจากการทำการเกษตรในพื้นที่ที่ไม่มีแหล่งน้ำ และในเกือบทุกปีเกษตรกรมีการปลูกพริก ปลูกข้าวโพด และพืชไร่ต่าง ๆ แต่ผลผลิตทางการเกษตรที่ปลูกนั้นขายไม่ได้ราคาหรือราคาตกต่ำ ส่งผลให้เกษตรกรชาวม้งประสบปัญหาการขาดทุน ดังนั้นการรวมกลุ่มทอผ้าจากใยกัญชงหรือเฮมพ์ ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงเป็นแนวทางที่ดีที่สามารถสร้างรายได้ชดเชย และทำให้คุณภาพชีวิตของชาวม้งดีขึ้น

ภาพที่ 9 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ยอดคีรี
ที่มา: https://ej.eric.chula.ac.th/article/view/254

ตารางที่ 11 แสดงการศึกษาผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอเฮมพ์ วิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ยอดคีรี

แนวคิด	ผลิตภัณฑ์เกิดจากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น ทำผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าจากใยเฮมพ์เป็นผืนผ้าโดยการทอจากกี่เอว ซึ่งจะได้หน้าผ้าขนาด 14 นิ้ว หรือประมาณ 30-35 เซนติเมตร และนำไปแปรรูปเป็นกระเป๋า เสื้อผ้าสำเร็จรูปต่อไปโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเส้นใยเฮมพ์
ประเภท	หัตถกรรมแปรรูปเส้นใยเฮมพ์
วัสดุ	เส้นด้ายใยเฮมพ์ทำด้วยมือ 100%
เทคนิค /รายละเอียด	- การปัก (Hand Embroidery) เป็นแบบปักเป็นกากบาทคล้ายลายปักครอสติช (Cross Stitch) มีทั้งลวดลายดั้งเดิม และลวดลายที่ถูกสร้างสรรค์จากจินตนาการ หรือลวดลายที่มีการปรับประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย -. การเขียนเทียน (Hmong Batik) โดยใช้อุปกรณ์ แท่งเล็กๆ ทำจากไม้กับทองแดงจุ่มลงบนเทียนหรือขี้ผึ้งร้อนๆ แล้วนำมาวาดลวดลายบนผ้าใยกัญชง ลวดลายมีทั้งลายดั้งเดิม และลวดลายที่เกิดจากจิตนาการ หรือลวดลายที่มีการปรับประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย - การย้อมคราม (Indigo Dye) การย้อมเย็นด้วยสีน้ำเงินธรรมชาติจากต้นกั้ง หรือต้นห้อม

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.2.8.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาวม่าง งานผ้าใยกัญชง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาวม่าง งานผ้าใยกัญชง ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง อีกหนึ่งพื้นที่ที่หน่วยงานภาครัฐอนุญาตให้มีการปลูกกัญชง เพื่อนำมาแปรรูปเป็นเส้นใยกัญชง ทำเครื่องนุ่งห่ม โดยอาศัยภูมิปัญญาเกี่ยวกับการทำผ้าใยกัญชง เพื่อใช้ในครอบครัวโดยผ้าใยกัญชงนั้น มีความเหนียว ระบายอากาศได้ดีและเป็นวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ เป็นภูมิปัญญาที่สั่งสมกันมาจากรุ่นสู่ โดยทางกลุ่มทำการผลิตเองเริ่มตั้งแต่การคัดเมล็ดพันธุ์พื้นเมือง ปลูก เก็บเกี่ยว นำไปทำเส้นใย ถักทอเป็นเครื่องนุ่งห่ม หมวก ผ้าพันคอ โดยใช้สีย้อมจากธรรมชาติ ก่อนที่จะนำพร้อมทั้งสร้างลายเอกลักษณ์ด้วยขี้ผึ้ง ผนวกภูมิปัญญาค่อยๆขีดเขียนลวดลายทีละเส้น ที่แทบจะกล่าวได้ว่าเป็นลายเอกลักษณ์ของคนในชุมชน และสามารถสร้างรายได้ให้แก่หมู่บ้านเป็นอย่างดี พร้อมทั้งยังเป็นศูนย์เรียนรู้การศิลปหัตถกรรม แก่คนในชุมชนหรือผู้ที่สนใจให้คงอยู่ไว้กับชนรุ่นต่อไป

ภาพที่ 10 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาวม่าง งานผ้าใยกัญชง
ที่มา: http://www.daomang.cmru.ac.th

ตารางที่ 12 แสดงการศึกษาผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอเฮมพ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาวม่าง

แนวคิด	ผลิตภัณฑ์เกิดจากภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น ทำผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าจากใยเฮมพ์เป็นผืนผ้าโดยการทอจากกี่เอว ซึ่งจะได้หน้าผ้าขนาด 14 นิ้ว หรือประมาณ 30-35 เซนติเมตร และนำไปแปรรูปเป็นกระเป๋า เสื้อผ้าสำเร็จรูปต่อไปโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเส้นใยเฮมพ์
ประเภท	หัตถกรรมแปรรูปเส้นใยเฮมพ์
วัสดุ	เส้นด้ายใยเฮมพ์ทำด้วยมือ 100%
เทคนิค /รายละเอียด	- การปัก (Hand Embroidery) เป็นแบบปักเป็นกากบาทคล้ายลายปักครอสติช (Cross Stitch) มีทั้งลวดลายดั้งเดิม และลวดลายที่ถูกสร้างสรรค์จากจินตนาการ หรือลวดลายที่มีการปรับประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย - การเขียนเทียน (Hmong Batik) โดยใช้อุปกรณ์ แท่งเล็กๆ ทำจากไม้กับทองแดงจุ่มลงบนเทียนหรือขี้ผึ้งร้อนๆ แล้วนำมาวาดลวดลายบนผ้าใยกัญชง ลวดลายมีทั้งลายดั้งเดิม และลวดลายที่เกิดจากจิตนาการ หรือลวดลายที่มีการปรับประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย - อีโค ปริ้น (Eco print) เทคนิคการสร้างลวดลายบนผืนผ้าด้วยวิธีการ พิมพ์ถ่ายโอนสีและลวดลายของใบไม้ดอกไม้จริง โดยการบ่มด้วยความร้อน และเป็นกระบวนการพิมพ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - การย้อมคราม (Indigo Dye) การย้อมเย็นด้วยสีน้ำเงินธรรมชาติที่ได้จากต้นคราม

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

2.2.8.3 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มใยกัญชงทรายทอง

พื้นที่ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ ทั้งมีแหล่งน้ำธรรมชาติไหลผ่าน อาชีพหลักของชาวบ้านในตำบลห้วยทรายคืออาชีพด้านเกษตรกรรม ได้แก่ ทำนา ปลูกถั่วเหลือง ทำสวนผลไม้ ปลูกพืชผักสวนครัวและเลี้ยงสัตว์เพื่อเป็นรายได้ หลังจากหมดฤดูทำนาและปลูกถั่วเหลืองเกษตรกรจะรับจ้างทั่วไป ส่วนแม่บ้านเกษตรกรนอกจากเป็นแม่บ้านแล้วก็จะทำงานเย็บปักถักร้อยเพื่อใช้ในครัวเรือน โดยมีหน่วยงานภาครัฐมาให้ความรู้และช่วย

ฝึกวิชาชีพด้านเย็บปักถักร้อย การตัดเย็บเสื้อผ้า จนมีความชำนาญจึงเริ่มต้นผลิตผลิตภัณฑ์ใช้ในครัวเรือน หลังจากนั้นผลิตภัณฑ์มีมากขึ้นจึงรวมตัวกันเพื่อผลิตจำหน่ายในหมู่บ้าน ต่อมาได้รับการส่งเสริมและเพิ่มทักษะในการถักโครเชต์ ที่ทำจากด้ายและไหมพรม เช่น หมวกผ้าพันคอ เสื้อ เป็นต้น ทางกลุ่มได้รับการส่งเสริมด้านการตลาด และมีโอกาสเข้าไปจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่ ‘ถนนคนเดินท่าแพ’ จนเป็นที่รู้จักในด้านผลิตภัณฑ์ ที่ทำจากมือ ทั้งงานโครเชต์และนิตติ้ง มีลูกค้าให้ความสนใจสั่งซื้อและ ออกแบบสินค้าเพื่อให้ทางกลุ่มผลิต ต่อมาได้รับคำแนะนำ จากนักท่องเที่ยวว่า ชอบสวมใส่เสื้อผ้าใยกัญชง และแนะนำให้กลุ่มผลิตมาจำหน่าย ทำให้เกิดความสนใจใยกัญชงขึ้น จึงได้นำเส้นใยกัญชงมาผสมกับเส้น ด้าย ถักด้วยวิธีนิตติ้ง ซึ่งการถักด้วยวิธีนิตติ้งค่อนข้างยาก เนื่องจาก เส้นใยกัญชงมีขนาดไม่สม่ำเสมอ จะต้องใช้ความพยายามในการทำมาก

ภาพที่ 11 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์ของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มใยกัญชงทรายทอง
ที่มา: http://www.maerimotop.cmru.ac.th/?p=462

ตารางที่ 13 แสดงการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มใยกัญชงทรายทอง

แนวคิด	ผ้าถักใยเฮมพ์สามารถต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพียงปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์จากเสื้อผ้าธรรมดาให้ดูมีสไตล์ที่ทันสมัยมากขึ้นประกอบกับผลิตภัณฑ์หมวก กระเป๋า ผ้าพันคอ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มตัวเลือกให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี เพราะมีคุณสมบัติเด่น คือ ให้ความอบอุ่น สวมสบาย ไม่ยับ ไม่อับชื้น และทนทาน และ ย้อมสีธรรมชาติ
ประเภท	หัตถกรรมแปรรูปเส้นใยเฮมพ์
วัสดุ	เส้นด้ายใยเฮมพ์ทำด้วยมือ 100%
เทคนิค /รายละเอียด	- การถักนิตติ้ง และโครเชต์ - ย้อมสีธรรมชาติ จากใบสัก ใบกระบก ดอกทองกวาว

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.2.8.4 สาธุ (Satu)

สาธุ ตราสินค้าเสื้อผ้าเส้นใยธรรมชาติ อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ ตราสินค้าสาธุจะเน้นเกี่ยวกับวัตถุดิบท้องถิ่นและภูมิปัญญาเป็นหลัก ไม่ใช้สารเคมีตั้งแต่กระบวนการปลูกฝ้ายและกัญชงที่ไม่ใส่ปุ๋ยใส่ยา ไปจนถึงกระบวนการย้อมผ้าที่ใช้สีจากธรรมชาติเท่านั้น ถือเป็นการแสดงจุดยืนในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมของตราสินค้าได้อย่างชัดเจน จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นของตราสินค้าสาธุนั้น ต่างจากสินค้าธรรมดาบนท้องตลาดทั่วไปที่ผลิตเพื่อหวังผลกำไรอย่างสิ้นเชิง เพราะสิ่งที่ตราสินค้าได้ทำคือสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และยังคงรักษาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นของตราสินค้าจึงเต็มไปด้วยความพิถีพิถันและใส่ใจในการผลิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาพที่ 12 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า สาธุ (Satu)
ที่มา: https://www.facebook.com/Kahemp/photos

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 14 แสดงการศึกษาและวิเคราะห์งานหัตถกรรมเส้นใยเฮมพ์ ตราสินค้า สาธุ (Satu)

แนวคิด	เน้นเกี่ยวกับวัตถุดิบท้องถิ่นและภูมิปัญญาเป็นหลัก ไม่ใช้สารเคมีตั้งแต่กระบวนการปลูกฝ้ายและกัญชงที่ไม่ใส่ปุ๋ยใส่ยา ไปจนถึงกระบวนการย้อมผ้าที่ใช้สีจากธรรมชาติเท่านั้น ถือเป็นการแสดงจุดยืนในเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมของตราสินค้าได้อย่างชัดเจน
ประเภท	หัตถกรรมแปรรูปเส้นใยเฮมพ์
วัสดุ	เส้นด้ายใยเฮมพ์ทำด้วยมือ 100%
เทคนิค /รายละเอียด	- การปัก - ย้อมสีธรรมชาติ

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.2.8.5 ตราสินค้า ก๊ะ ใยกัญชง (Ka Hemp)

ก๊ะ ใยกัญชง จึงมุ่งผลิตเสื้อผ้าลำลอง ที่ผลิตจากเส้นใยกัญชงทอมือ เพ้นท์มือ และปักมือ ลวดลายเอกลักษณ์ของชนเผ่าม้ง โทนสีสดใส การสานต่องานหัตกรรม และที่ไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าก๊ะ ใยกัญชง มีดีไซน์ร่วมสมัย ใส่ได้ทุกโอกาส เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าที่ต้องการความแตกต่าง แต่ยังคงใส่ใจสิ่งแวดล้อม เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของคนเมือง ให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการใช้ชีวิตมากขึ้น และช่วยธรรมชาติรอบตัวเราให้อยู่ยาวนาน เสื้อผ้าที่ผลิตจากเส้นใยกัญชงทอมือของชุมชนม้งแล้ว ยังมีของฝากทั้ง ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ กระเป๋า และของสำหรับเป็นของฝากจากชุมชน

ภาพที่ 13 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์ของ Ka Hemp Collection ภายใต้แนวคิด Being Hmomg = Being Free "ให้ความอิสระได้เดินทางในมุมมองที่แปลกใหม่"
ที่มา: https://www.facebook.com/Kahemp/photos

ตารางที่ 15 แสดงการศึกษาและวิเคราะห์งานหัตถกรรมเส้นใยเฮมพ์ตราสินค้า ก๊ะ ใยกัญชง (Ka Hemp)

แนวคิด	มุ่งผลิตเสื้อผ้าลำลอง ที่ผลิตจากเส้นใยกัญชงทอมือ เพ้นท์มือ และปักมือ ลวดลายเอกลักษณ์ของชนเผ่าม้ง โทนสีสดใส การสานต่องานหัตกรรม และที่ไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของคนเมือง ให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการใช้ชีวิตมากขึ้น และช่วยธรรมชาติรอบตัวเราให้อยู่ยาวนาน เสื้อผ้าที่ผลิตจากเส้นใยกัญชงทอมือของชุมชนม้งแล้ว ยังมีของฝากทั้ง ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ กระเป๋า และของสำหรับเป็นของฝากจากชุมชน
ประเภท	หัตถกรรมแปรรูปเส้นใยเฮมพ์
วัสดุ	เส้นด้ายใยเฮมพ์ทำด้วยมือ 100%
เทคนิค /รายละเอียด	- การปัก มี 2 แบบคือ แบบปักเป็นกากบาทคล้ายลายปักครอสติช และ การปักแบบเย็บปะติด มีทั้งลวดลายดั้งเดิมของชนเผ่าม้ง ลวดลายที่ถูกสร้างสรรค์จากจินตนาการ เลียนแบบมาจากธรรมชาติสิ่งแวดล้อมรอบตัว วิถีชีวิต ความเชื่อ ตำนาน หรือเรื่องเล่า และลวดลายที่มีการปรับประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย - การเขียนเทียน (Hmong Batik) โดยใช้อุปกรณ์ แท่งเล็กๆ ทำจากไม้กับทองแดง ลงบนเทียนหรือขี้ผึ้งร้อนๆ แล้วนำมาวาดลวดลายบนผ้าใยกัญชง ลวดลายมีทั้งลายดั้งเดิม และลวดลายที่เกิดจากจิตนาการ เช่น ลายกากบาท ลายก้นหอย - การย้อมคราม (Indigo Dye)

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

กล่าวโดยสรุป ปัจจุบันการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าใยกัญชง พัฒนาเครื่องมือในการลอกเปลือกกัญชงออกจากลำต้น เพื่อลดขั้นตอน ลดระยะเวลาการผลิต และพัฒนาผืนผ้าทอให้มีลวดลายที่หลากหลายกว่าเดิมจากนั้นเป็นต้นมา จึงได้ลักษณะของเนื้อผ้าที่แตกต่างกันออกไป เมื่อปรับปรุงดีไซน์ให้ทันสมัย จนสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสมแล้ว ก็ยิ่งเป็นที่ต้องการของตลาดคนรักงานหัตถกรรม ซึ่งก็มีหลากหลายตราสินค้าที่ยังคงใช้เส้นใยกัญชงที่มีกระบวนการแบบดังเดิมใช้เป็นวัตถุดิบในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องแต่งกายซึ่งมาทั้งในรูปแบบตราสินค้าและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งส่วนใหญ่สืบสานการทอผ้าใยกัญชงซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับวิถีชีวิตของชาวเขาเผ่าม้ง โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม ทั้งวิธีการปลูก การลอกเส้นใยจากลำต้น รวมทั้งวิธีการทอการย้อมเส้นใยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จนสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ออกมาจำหน่าย เป็นการสร้างรายได้ และเกิดการสร้างงานในชุมชน ดังนั้นการรวมกลุ่มทอผ้าจากใยกัญชงหรือเฮมพ์ ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงเป็นแนวทางที่ดีที่สามารถสร้างรายได้ชดเชย และทำให้คุณภาพชีวิตของชาวม้งดีขึ้น

2.2.9 การพัฒนาเส้นใยเฮมพ์แบบอุตสาหกรรมในประเทศไทย

สิ่งทอไทยมีโอกาสที่จะผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเฮมพ์ไปจำหน่ายในต่างประเทศได้ใน 2 มิติคือ เป็นผลิตภัณฑ์เชิงหัตถกรรม (Handicraft Products) และเป็นผลิตภัณฑ์เชิงอุตสาหกรรม (Industrial Products) ผลิตภัณฑ์เฮมพ์เชิงอุตสาหกรรม เฮมพ์นับเป็นเส้นใยที่ได้จากธรรมชาติอเนกประสงค์มากที่สุดทั้งในอุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมรองเท้า อุตสาหกรรมกระดาษ และอุตสาหกรรมผลิตเชือก เฮมพ์เป็นผลิตภัณฑ์รักษ์โลก (Sustainable Resources Products) เนื่องจากการผลิตเฮมพ์น้ำน้อย ไม่ขึ้นอยู่กับปุ๋ยหรือยาปราบศัตรู พืชนับเป็นโอกาสทางด้านการตลาดที่ดี ปัจจุบันนี้มีความต้องการสินค้าของลูกค้าต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น และมีผู้คาดการณ์ในอนาคตอีก 5-10 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2570-2575) จะมีการใช้ผ้าจากเส้นใยเฮมพ์มาทดแทนผ้าจากเส้นใยฝ้าย เนื่องจากประหยัดกว่า เป็นพิษน้อย และปลูกได้ปริมาณมาขณะเดียวกันกระแสความนิยมของสังคมโลกกับผลิตภัณฑ์รักษ์โลกและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมกับคุณสมบัติของเฮมพ์ เช่น น้ำหนักเบา ระบายอากาศได้ดี อบอุ่นในอากาศเย็น และเย็นสบายในอากาศร้อน ต้านแบคทีเรียและป้องกันแสงยูวีได้ก็น่าจะเป็นปัจจัยที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น เฮมพ์ที่มีส่วนแบ่งการขายและผลิตมากกว่า 50% รายใหญ่ของโลกคือ ประเทศจีน รวมทั้งถือลิขสิทธิ์ต่างๆ มากที่สุด และยังมีไม่น้อยกว่า 17 ประเทศที่นับว่าเป็นผู้ผลิตเฮมพ์ ซึ่งได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตทั้งการปลูก และการนำไปใช้ประโยชน์มานานมีความก้าวหน้ากว่าประเทศไทย และการที่เราจะเข้าไปแข่งขันในตลาดโลกนั้น จำเป็นต้องลงทุนด้านเครื่องจักร เทคนิค และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทั้งด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ และราคา น่าจะใช้เวลานานกว่าที่จะเข้าไปแข่งขันได้ดังนั้นโอกาสของ สิ่งทอไทยในต่างประเทศ จึงจะต้องมีการสนับสนุนทั้งด้านการผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพและกำหนดราคาเฮมพ์ต่างๆ ให้ชัดเจน เพื่อควบคุมต้นทุนให้สามารถแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้ประเภทของผลิตภัณฑ์ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป กางเกงยีนส์ กระเป๋า รองเท้า หมวก หรือผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปอื่น ๆ ด้วยเฮมพ์ 100 % หรือเส้นใยเฮมพ์ผสมกับเส้นใยชนิดอื่น เช่น เส้นใยฝ้ายปกติ หรือฝ้ายออร์แกนิก หรือ Bamboo Rayon รวมทั้งผลิตภัณฑ์เฮมพ์ที่เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียว

เนื่องจากผลผลิตวัตถุดิบเปลือกเฮมพ์ยังมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยเฉพาะหากต้องการป้อนให้ภาคอุตสาหกรรมปั่นด้ายในประเทศ ซึ่งจำเป็นต้องมีวัตถุดิบจำนวนมากพอในการผลิตแบบอุตสาหกรรม และสามารถป้อนได้ต่อเนื่อง ซึ่งขณะนี้อาจยังไม่พร้อมเท่าที่ควร ในปัจจุบันสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ใช้เส้นใยเฮมพ์เพื่อผลิตสินค้าเครื่องนุ่งห่ม ส่วนใหญ่ยังเป็นกลุ่ม SME หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ภาคเหนือเป็นหลัก หรืออาจมีกระจายในทุก ๆ ภาคแล้ว การขายจะขายภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ แต่มีบางรายที่สามารถส่งออกต่างประเทศได้ หลาย ๆ รายจะนำเข้าผ้าผืนเส้นใยเฮมพ์จากประเทศจีน และ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ทำเองตั้งแต่ต้นโดยการผลิตเส้นใยและทอผ้าด้วยมือ ส่วนใหญ่จะผลิตเป็น

สินค้าโอท็อป ผู้ประกอบการไทยจำเป็นต้องศึกษาตลาดก่อนหากจะดำเนินการผลิตลงทุนเพื่อการส่งออกนั้นอาจเร็วไป เพราะตลาดยังเล็กและส่วนใหญ่เส้นใยเฮมพ์ไทยยังต้องนำเข้า การทอผ้าก็ยังต้องใช้มือ ยังเป็นสินค้าในรูปแบบโอท็อปอยู่ยังไม่มีโรงงานสิ่งทอที่ใช้เส้นใยเฮมพ์ผลิตแบบต่อเนื่องแต่อย่างไร ส่วนใหญ่ จะผลิตเฉพาะกิจเท่าที่มีคำสั่งซื้อ หรือมีวัตถุดิบจำนวนจำกัด ดังนั้นต้องทำตลาดก่อนให้มีลูกค้ามีความต้องการที่ชัดเจนจึงจะลงทุนเครื่องจักรเพื่อการผลิต และหากจะดำเนินการส่งเสริมจำเป็น
ต้องพัฒนาและส่งเสริมตั้งแต่การเพาะปลูก

กระบวนการผลิตเส้นด้ายใยเฮมพ์ เชิงอุตสาหกรรม

โดยกระบวนการผลิตเส้นด้ายใยเฮมพ์มีกระบวนการผลิต 3 ขั้นตอนดังนี้

กระบวนการที่ 1 การเตรียมวัตถุดิบ และการลอกเปลือกออกจากแกน

ตารางที่ 16 แสดงการเตรียมวัตถุดิบ และการลอกเปลือกออกจากแกน

ขั้นตอนที่	กระบวนการ	รายละเอียด
1	**การเตรียมวัตถุดิบ**	กระบวนการเตรียมวัตถุดิบ ที่นำมาลอกเปลือกออกต้องมีลำต้นเป็นสีเขียวตั้งตรง มีความสูงประมาณ 1-6 เมตร มีลักษณะอวบน้ำและมีอายุ 90 วัน สายพันธุ์ที่ปลูกคือ RPF 3
2	**การลอกเปลือกกัญชงจากต้นกัญชง**	การลอกเปลือกออกจากแกนต้นกัญชงต้นเฮมพ์ซึ่งมีการพัฒนาโดยการลอกเปลือกกัญชงด้วยกัน 2 วิธี คือ (1) วิธีการลอกเปลือกกัญชงจากต้นกัญชงสด ได้ผลดีกว่าแบบต้นกัญชงแห้ง คุณภาพของเส้นใยก็ดีกว่า นอกจากนี้การลอกเปลือกจากต้นกัญชงสด เปลือกกับลำต้นแยกชั้นกันทำให้ลอกง่ายและประหยัดเวลาในการลอกเปลือก ส่งผลให้เครื่องลอกเปลือกทำงานไม่หนัก ได้เส้นใยยาว เปลือกกัญชงที่ลอกออกเมื่อแห้งจะเป็นสีน้ำตาล (2) วิธีการลอกเปลือกกัญชงจากต้นกัญชงแห้ง เปลือกกับลำต้นลอกออกยาก เปลือกกัญชงที่ลอกออกจะมีเศษของแกนติดอยู่จึงทำให้ต้องทำการแยกเศษแกนอีก 1 รอบ และเมื่อนำสู่กระบวนการสางเส้นใยจะทำให้เกิดปัญหาเศษแกนติดเครื่องสางจนอาจทำให้เข็มหักมีผลกระทบทำ ให้เครื่องจักรเสียหายได้

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

กระบวนการที่ 2 กระบวนการแยกเส้นใยเฮมพ์

กระบวนการนี้มีการดำเนินการโดย 2 กระบวนการย่อยคือ กระบวนการแยกเส้นใยทางเคมี และกระบวนการแยกเส้นใยเชิงกล โดยมีรายละเอียดแต่ละกระบวนการ ดังนี้

2.1 กระบวนการแยกเส้นใยจากเปลือกกัญชงทางเคมี

มีกระบวนการดังนี้

ตารางที่ 17 แสดงกระบวนการแยกเส้นใยจากเปลือกกัญชงทางเคมี

ขั้นตอนที่	กระบวนการ	รายละเอียด
1	**การต้มเส้นใยกัญชงด้วยกรด (Acid Extraction)**	1. การต้มเส้นใยกัญชงด้วยกรด โดยเตรียมสารเคมีและชั่งเปลือกกัญชงแห้ง 2. นำเส้นใยกัญชงเข้าเครื่องย้อมโดยใช้น้ำอัตราส่วนน้ำต่อวัสดุ (L:R) 1:20 เติมสารละลายเคมีที่เตรียมไว้ลงในเครื่องย้อม 3. ต้มเส้นใยที่อุณหภูมิ 50 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 30 นาที จากนั้นนำเส้นใยล้างด้วยน้ำ2-3 ครั้งทิ้งน้ำและนำไปเข้ากระบวนการทำความสะอาดและฟอกขาวเส้นใยกัญชง (Scouring and Bleaching)
2	**การทำความสะอาดและฟอกขาว เส้นใยกัญชง (Scouring and Bleaching)**	1. เติมสารเคมีทำความสะอาดและฟอกขาว เส้นใยกัญชงที่เตรียมไว้ลงในเครื่องย้อม 2. ต้มเส้นใยกัญชงที่อุณหภูมิ 85 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 45 นาที (ระวังการเกิดฟองใน กระบวนการทำความสะอาด ถ้าเกิดฟอง ให้ใช้สารลดการเกิดฟอง) เมื่อครบเวลา ทิ้งน้ำ และล้างด้วยน้ำ 2-3 ครั้ง นำไปเข้ากระบวนการการฟอกขาวเส้นใยกัญชง (Double Scouring and Bleaching)
3	**การฟอกขาวเส้นใยกัญชง ครั้งที่ 2 (Double Scouring and Bleaching)**	1. เติมสารเคมีสำหรับฟอกขาวเส้นใยกัญชง (Double Scouring and Bleaching) ตาม ปริมาณที่เตรียมไว้ลงในเครื่องย้อม 2. ต้มเส้นใยกัญชงที่อุณหภูมิ 100 องศา เซลเซียส เป็นเวลา 30 นาที หลังจากนั้น ทิ้งน้ำ และล้างด้วยน้ำ 2 ครั้ง 3. นำเส้นใยที่ฟอกขาวแล้วมาปรับสภาวะให้ เป็นกลางด้วยกรด (Acid Neutralizing) โดย ใช้สารละลายกรดอะซิติก 2 กรัมต่อลิตร และวัดให้ค่า pH อยู่ในระดับ 6.5-7 4. นำเส้นใยกัญชงมากำจัดสารไฮโดรเจนเปอร์ ออกไซด์ที่ตกค้าง

	บนเส้นใยให้หมด โดยนำเส้นใยที่ผ่านกระบวนการปรับด้วยกรดมา ล้างด้วยน้ำที่เติมสารเคมีโซเดียมไฮโดรซัลไฟต์ 1 กรัมต่อลิตร 1 ครั้ง 5. นำเส้นใยกัญชงไปสลัดให้หมาดและอบ เส้นใยกัญชงให้แห้ง

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.1 กระบวนการแยกเส้นใยจากเปลือกกัญชงเชิงกล

นำเส้นใยกัญชงที่ผ่านการสกัดและฟอกที่สภาวะที่เหมาะสม และสางเป็นเส้นใยเรียบร้อยแล้วไปปั่นเป็นเส้นด้ายด้วยระบบ การปั่นด้ายแบบวงแหวน (Ring Spinning) ซึ่งมีกระบวนการ ดังนี้

ตารางที่ 18 แสดงกระบวนการแยกเส้นใยจากเปลือกกัญชงเชิงกล

ขั้นตอนที่	กระบวนการ	รายละเอียด
1	**เส้นใยที่ผ่านกระบวนการเตรียม**	
2	**ขั้นตอนการสางเส้นใย**	1. เครื่องนวดเส้นใยให้นุ่ม 2. ตัดเส้นใยตามขนาด 5 เซนติเมตร 3. เครื่องตีฟูเส้นใย 4. สางด้วยเครื่อง Roller Card 5. สาง ด้วยเครื่อง Flast Card
3	**ขั้นตอนการปั่นเส้นด้าย**	1. สางเส้นใย 2. ทำเส้นใยให้นุ่ม 3. ผสมและสางเส้นใย (DCF) 4. จัดระเบียบเส้นใย (Drawing) 5. รีดเส้นใย (Roving) 6. ปั่นเส้นด้าย (Ring Spinning) 7. กรอลูกด้าย (Mach Coner) 8. ควบเส้นด้าย (Winding) 9. ตีเกลียวเส้นด้ายคู่ (Twisting)

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

กระบวนการที่ 3 กระบวนการผลิตเส้นด้ายผสมใยกัญชง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

กระบวนการปั่นเส้นด้ายแบบวงแหวน (Ring Spinning) คือการใส่เกรียวให้กับเส้นด้าย เพื่อให้ได้สัมผัสที่นุ่ม ลื่น ละมุนผิว พร้อมกับประสิทธิภาพความแข็งแรงและทนทาน เพราะดับเบิ้ลสตาร์ ต้องการให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงสุด เป็นหนึ่งในทางเลือกสำหรับลูกค้าที่ต้องการเพิ่มคุณสมบัติพิเศษให้กับผลิตภัณฑ์ ก่อนจะถึงกระบวนการผลิตในขั้นตอนถัดไป

ตารางที่ 19 แสดงกระบวนการผลิตเส้นด้ายผสมใยกัญชง

ขั้นตอน	รายละเอียด
1	ทำการปรับมาตรฐาน เครื่องจักรตามที่กำหนด
2	ขั้นตอนการสางเส้นใย (DCF) นำเส้นใยกัญชง เดินที่เครื่องสางเส้นใย 2 เพื่อขจัดเส้นใย สกปรกออก
3	ขั้นตอนการผสมเส้นใย (Hoper) นำเส้นใย มาผสมกันตามอัตราส่วน ที่กำหนด โดยการผสม แบบ Sandwich เพื่อให้เส้นใยคลุกเคล้า เข้ากันได้ดียิ่งขึ้น
4	ขั้นตอนการผสมและ สางเส้นใย (DCF) ผสมและสางเส้นใย ออกเป็นคาร์ดสไลเวอร์ ขั้นตอนนี้จะทำการแยก กระจายเส้นใยที่เป็น กลุ่มก้อนให้เป็นเส้นใยเดี่ยว ที่เรียงตัวไปในทิศทางเดียวกัน และทำการผสมเส้นใย ให้คลุกเคล้าเข้ากันได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยกำจัดสิ่งปลอมปน รวมถึงเศษเส้นใยสั้นออก
5	ขั้นตอนการจัดระเบียบ เส้นใย (Drawing) นำคาร์ด สไลเวอร์ เข้าเดินที่เครื่องจัดระเบียบ เรียงเส้นใย เพื่อทำให้เส้นใย คลุกเคล้าอย่างสม่ำเสมอ และมีการเรียงตัวของเส้นใย ดียิ่งขึ้น
6	ขั้นตอนรีดเส้นใย (Roving) นำดำรออิง สไลเวอร์ เข้าเดินที่เครื่องรีดเส้นใย เพื่อลดขนาดเส้น Sliver โดยการลดขนาดเส้น Sliver ให้เล็กลง ตามค่ามาตรฐาน ที่กำหนด
7	ขั้นตอนการปั่นเส้นด้าย (Ring Spinning) นำ Roving Yarn เข้าเดินที่เครื่อง Ring Spinning เพื่อลดขนาด เส้น Roving Yarn ทำให้เป็นเส้นด้าย ตามเบอร์ที่ต้องการ
8	ขั้นตอนการกรอลูกด้าย (Mach Coner) นำเส้นด้าย ที่ได้จากเครื่อง Ring Spinning มาทำการกรอตัดต่อเส้นด้าย ให้มีความยาวต่อเนื่องเพิ่มขึ้น ตามความยาวหรือน้ำหนัก ที่กำหนด พร้อมที่จะนำไปใช้งาน เครื่องกรอด้าย Mach Coner เป็นการต่อโดยใช้ระบบลม หรือเรียกว่าการต่อเส้นด้าย แบบ Splicer (ไม่มีปม) เพื่อลดปัญหาข้อบกพร่องของเส้นด้าย เช่น เส้นด้ายหนา (Thick) บาง (Thin) ปุ่มปม (Nep) สลับ (Slub) เมื่อนำเส้นด้ายไปทอหรือถักเป็นผืนผ้า
9	ขั้นตอนการควบเส้นด้าย (Winding) การนำเส้นด้าย 2 เส้นขึ้นไป มากรอรวมกันการกรอรวมสามารถทำเป็น เส้นด้ายชนิดเดียวกัน หรือต่างชนิดกันได้
10	ขั้นตอนการตีเกลียว เส้นด้ายคู่ (Twisting) นำเส้นด้ายที่ผ่านการควบเส้นด้ายแล้วเข้าที่เครื่องตีเกลียวเส้นด้ายคู่ โดยเพิ่มความแข็งแรง และความสม่ำเสมอของเส้นด้ายให้ดียิ่งขึ้น
11	ผลิตภัณฑ์เส้นด้ายกัญชง

ที่มา ขวัญชัย บุญสม

ภาพที่ 14 เส้นด้ายจากใยเฮมพ์อุตสาหกรรมในขนาดต่าง ๆ กัน
ที่มา: รุ่งทิพย์ ลุยเลา

กล่าวโดยสรุป สิ่งทอไทยมีโอกาสที่จะผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเฮมพ์ไปจำหน่ายในต่างประเทศได้ โดยต้องใช้เวลาในการปรับปรุงคุณภาพของเส้นใยที่ลอกจากเปลือก เมื่อได้เส้นใยที่มีคุณภาพดีและผลผลิตต่อไร่ภายใต้ต้นทุนที่เหมาะสม ก็จะนำไปสู่ต้นทุนการผลิตที่สามารถแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้ โดยรัฐต้องให้การสนับสนุน และส่งเสริมในระยะสั้น และระยะยาว ทั้งด้านการเกษตร อุตสาหกรรม และพาณิชย์ ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านการปั่นด้ายและการทอผ้าในมาตรฐานการส่งออก มีผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบตลอดจนการทอผ้า เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานในทุกขั้นตอนของผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งทอ มีความพร้อมทั้งด้านเครื่องจักรที่มีคุณภาพ และมีหน่วยงานวิจัยพัฒนาที่พร้อมจะพัฒนาผลิตภัณฑ์เฮมพ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งพร้อมสนับสนุนภาครัฐในการขับเคลื่อนเฮมพ์เป็นพืชเศรษฐกิจ สำหรับโอกาสทางด้านตลาดปัจจุบันนี้ความต้องการสินค้าของลูกค้าต่างประเทศที่เป็นผลิตภัณฑ์รักษ์โลก (Sustainable Resources Products) มีเพิ่มมากขึ้น

2.3 แนวคิดเกี่ยวงานหัตถกรรมสร้างสรรค์

ในการการศึกษาแนวคิดเกี่ยวงานหัตถกรรมผู้วิจัยในส่วนนี้ โดยวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการศึกษาเป็นองค์ความรู้ประกอบกับนำข้อมูลที่ได้นำไปสังเคราะห์และนำมาสรุปโดยผู้วิจัย เพื่อจะนำใช้ในการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบพัฒนาต้นแบบ และประกอบการสร้างเครื่องมือประเด็นคำถามในการสร้างแบบสอบถามของผู้บริโภคที่มีต่องานหัตถกรรมสร้างสรรค์

2.3.1 ความหมายของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์

กลุ่มอุตสาหกรรมหัตถกรรมสร้างสรรค์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายไว้ว่า งานหัตถกรรมสร้างสรรค์ (Creative Craft) คือ การนำทักษะงานฝีมือดั้งเดิมของไทย เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์มาร่วมกัน โดยนำคุณค่าของความเป็นไทยมาผนวกกับความเป็นสมัยใหม่สะท้อนออกมาเป็นชิ้นงานหัตถกรรม งานหัตถกรรมสร้างสรรค์จึงเป็นดั่งศิลปะวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ปรับเปลี่ยนไปตามกาลเวลา ไม่หยุดนิ่ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบสมัยใหม่ หรือกระบวนการสร้างสรรค์อื่นๆ เข้ามาร่วมกับงานฝีมือแบบดั้งเดิม เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน[41]

จากความหมายของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า งานหัตถกรรมสร้างสรรค์ คือ การนำทักษะงานฝีมือดั้งเดิม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์มาร่วมกัน โดยนำคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผนวกกับความเป็นสมัยใหม่สะท้อนออกมาเป็นชิ้นงานหัตถกรรม เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบสมัยใหม่ หรือกระบวนการสร้างสรรค์อื่นๆ เข้ามาร่วมกับงานฝีมือแบบดั้งเดิม เพื่อพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

กล่าวโดยสรุป การกำหนดคำนิยามของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ ในการศึกษาครั้งนี้ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลัก เพื่อให้การนิยามและการกำหนดรูปแบบงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ ให้มีความสอดคล้องกับบริบทในปัจจุบัน ได้แก่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 20 แสดงประเด็นหลักของการกำหนดคำนิยามของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ ให้มีความสอดคล้องกับบริบทในปัจจุบัน

กระบวนการผลิต (Process)	ผลงาน (Finished Product)
ทำขึ้นจากการใช้มือหรือเครื่องมืออย่างง่ายในการผลิต (ไม่จำเป็นต้องเป็นงานที่ทำจากมือทั้ง 100%)	เป็นงานที่เกิดขึ้นจากไอเดียและความคิดสร้างสรรค์ของผู้สร้าง ซึ่งมีส่วนผสมของประเพณีวัฒนธรรม (Cultural Asset Based)
ผลิตขึ้นโดยช่างฝีมือหรืองานช่างแบบดั้งเดิม (Traditional)	สามารถสื่อถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น (Local Culture) และสะท้อนเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม
อาจเป็นงานที่เกิดจากการใช้เครื่องมือ เทคโนโลยี หรือนวัตกรรมสมัยใหม่ในการผลิต	เป็นงานที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และมีเอกลักลักษณ์เฉพาะของแต่ละผู้ผลิต

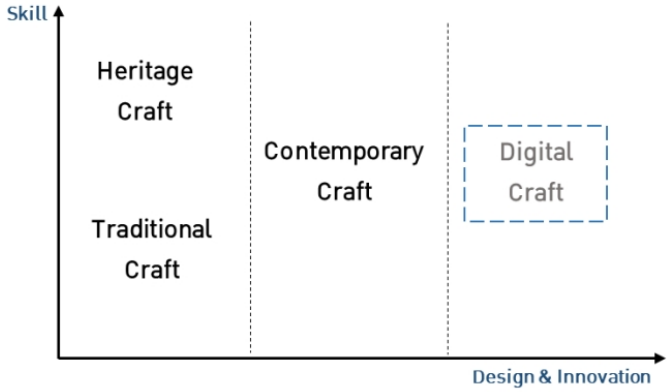
[41] กลุ่มอุตสาหกรรมหัตถกรรมสร้างสรรค์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.

ผลงาน (Maker)

ที่มา : รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขางานฝีมือและหัตถกรรม ปี 2562

2.3.2 ประเภทของของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์

2.3.2.1 ประเภทของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ ตามระดับของฝีมือและการออกแบบ จากการศึกษาและทบทวนการสร้างสรรค์ นั้นสามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้



ภาพที่ 15 การแบ่งประเภทของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ตามระดับของฝีมือและการออกแบบ
ที่มา : The Craft Blueprint: Crafts Council และการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา อ้างอิง รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขางานฝีมือและหัตถกรรม ปี 2562

การแบ่งในลักษณะนี้ จะเน้นการศึกษางานหัตถกรรมที่มีความสอดคล้องกับระดับของชิ้นงานเช่น ความประณีต ความละเอียด หรือลักษณะและรูปทรงเฉพาะที่มีเอกลักษณ์ประจำตำแหน่ง ซึ่งเกี่ยวข้องกับทักษะ ฝีมือของช่างศิลป์และ/หรือช่างฝีมือพื้นบ้านที่ได้รับสืบทอดต่อกันมา รวมถึงการพัฒนาทางด้านการออกแบบและเครื่องมือหรือเทคโนโลยีในการผลิต โดยการแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังรูปในข้างต้น ศิลป์ ซึ่งในแต่ละรูปแบบมีรายละเอียด ดังนี้

(1) งานหัตถกรรมดั้งเดิม (Heritage & Traditional Craft) คือ การผลิตงานหัตถกรรมแต่โบราณ เป็นสิ่งของที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อตอบสนองต่อการดำรงชีวิตประจำวัน วัฒนธรรมและประเพณีในท้องถิ่น โดยจะมีความแตกต่างกันตามแต่ละความหลากหลายของพื้นที่นั้นๆ และมักจะสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้งานเป็นหลัก ซึ่งงานฝีมือที่สร้างขึ้นจะมีความแตกต่างกันในแต่ละสังคม ตลอดจนชนชั้นวรรณะ เช่น ของใช้สำหรับชาวบ้าน หรือของใช้สำหรับพวกขุนนางและกษัตริย์ เป็นต้น โดยงานฝีมือจะเป็นสิ่งที่ได้รับการสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นตลอดจนการ

เรียนรู้ผ่านสมาชิกในชุมชน และการดำเนินชีวิตในท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์ที่สามารถสื่อถึงความเป็นมา ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของพื้นที่นั้นๆ (Sense of Identity)

(2) งานหัตถกรรมร่วมสมัย (Contemporary Craft) เกิดขึ้นจากการที่ของใช้ที่เกิดจากงานฝีมือและหัตถกรรมพื้นบ้านถูกลดความนิยมลงและไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ดังนั้นงานฝีมือและหัตถกรรมร่วมสมัย จึงเกิดขึ้นโดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาทางด้านการออกแบบและวัสดุที่ใช้ในการผลิต โดยงานฝีมือและหัตถกรรมร่วมสมัยจะเป็นการผสมผสานระหว่างทักษะฝีมือแต่เดิม (Traditional technique) ในการสร้างสรรค์ผลงานร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น

(3) งานหัตถกรรมสมัยใหม่ Digital Craft ถือเป็นแนวโน้มในอนาคต จากการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของนวัตกรรมและเทคโนโลยีในการออกแบบและการผลิตที่ทำให้คนสามารถแปรความคิดและจินตนาการให้เกิดเป็นชิ้นงานสร้างสรรค์ได้อย่างง่ายดายมากยิ่งขึ้นผ่านการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่อย่าง 3D Printer หรือ Laser Cut ทำให้คนรุ่นใหม่ในยุคดิจิตอลจะได้สัมผัสหรือรับรู้ประสบการณ์ร่วมของความเป็น Craftsmen ตั้งแต่เด็กๆ ซึ่งกระบวนเปลี่ยนผ่านเหล่านี้ เป็นกระแสที่กำลังเกิดขึ้นจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในปัจจุบัน ซึ่งจะส่งผลให้วัฒนธรรมการสร้างงานฝีมือในอนาคต อาจจะเปลี่ยนแปลงไปด้วยการนำเครื่องมือดิจิตอลเข้ามาประยุกต์ใช้ดังนั้นในอนาคตการนิยามหรือการให้คุณค่าของงานฝีมือ อาจจะไม่สามารถจำกัดอยู่แค่การเป็นกระบวนการผลิตที่ใช้มือทำเพียงเท่านั้น[42]

กล่าวโดยสรุป งานหัตถกรรมสร้างสรรค์ คือ การนำทักษะงานฝีมือดั้งเดิม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์มาร่วมกัน โดยนำคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผนวกกับความเป็นสมัยใหม่สะท้อนออกมาเป็นชิ้นงานหัตถกรรม เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบสมัยใหม่หรือกระบวนการสร้างสรรค์อื่นๆ เข้ามาร่วมกับงานฝีมือแบบดั้งเดิม เพื่อพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยประเภทของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ตามระดับของฝีมือและการออกแบบ จะเน้นการศึกษางานหัตถกรรมสร้างสรรค์ ที่มีความสอดคล้องกับระดับของชิ้นงาน เช่น ความประณีต ความละเอียด หรือลักษณะและรูปทรงเฉพาะที่มีเอกลักษณ์ประจำตำแหน่ง ซึ่งเกี่ยวข้องกับทักษะ ฝีมือของช่างศิลป์และ/หรือช่างฝีมือพื้นบ้านที่ได้รับสืบทอดต่อกันมา รวมถึงการพัฒนาทางด้านการออกแบบและเครื่องมือหรือเทคโนโลยีในการผลิต โดยประเภทที่ตรงกับงานวิจัยในครั้งนี้ คือ งานหัตถกรรมร่วมสมัย (Contemporary Craft) ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่ของใช้ที่เกิดจากงานฝีมือและหัตถกรรมพื้นบ้านถูกลดความนิยมลงและไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุค

---

[42] รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขางานฝีมือและหัตถกรรม ปี 2562.

ปัจจุบัน ดังนั้นงานฝีมือและหัตถกรรมร่วมสมัย จึงเกิดขึ้นโดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาทางด้านการออกแบบและวัสดุที่ใช้ในการผลิต โดยงานฝีมือและหัตถกรรมร่วมสมัยจะเป็นการผสมผสานระหว่างทักษะฝีมือแต่เดิม (Traditional technique) ในการสร้างสรรค์ผลงาน ร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น

2.4 กลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาเกี่ยวของแนวคิดเกี่ยวเฮมพ์ และแนวคิดเกี่ยวกับหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่า งานหัตกรรมท้องถิ่นอย่างเฮมพ์ มีประโยชน์และถูกนำมาใช้เป็นวัตถุดิบสำคัญในงานหัตถกรรม ประเภทงานทอผ้ามาตั้งแต่อดีต โดยเฉพาะในกลุ่มชาวเขาเผ่าม้ง ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทักษะฝีมือ และวัตถุดิบที่เป็นเส้นใยจากกัญชงมาถักทอเป็นผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสวมใส่ในชีวิตประจำวัน ด้วยนำนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามามีบทบาทร่วมกับภูมิปัญญา และกรรมวิธีการผลิต ให้มีคุณภาพ มีความประณีต สวยงาม และที่สำคัญคือสอดรับกับความต้องการของตลาดและโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ (Green Product) หรือ นำเอาเทรนด์แฟชั่นมาใส่ในชิ้นงาน เป็นต้น เช่นเดียวกับ เป็นการช่วยยกระดับงานหัตถกรรมให้มีความน่าสนใจมากขึ้น และสร้างรายได้ให้กับกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมจากเฮมพ์ได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบชิ้นงานให้สามารถตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้น และสามารถสร้างรายได้หมุนเวียนในชุมชนอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งขอบเขตการศึกษากลุ่มเป้าหมายนี้จะถูกกำหนดให้อยู่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

2.4.1 ที่มาของกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

งานหัตถกรรมถูกเชื่อมโยงกับเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของชุมชน เป็นรูปแบบของความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลและส่วนรวม ซึ่งงานฝีมือยังเป็นการแสดงออกทางกายภาพของความเชื่อและค่านิยม ซึ่งเป็นเครื่องหมายเชิงสัญลักษณ์ งานหัตถกรรมเป็นเรื่องเกี่ยวกับความสัมพันธ์การถ่ายทอดทักษะจากบรรพบุรุษสู่คนรุ่นใหม่ วัตถุดิบที่มาจากชุมชนท้องถิ่น สู่ผู้ย้อม สู่ผู้ทอ และสู่ช่างตกแต่ง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างช่างฝีมือของแต่ละคนซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับความร่วมมือกัน พ่อค้าคนกลาง หรือตลาดท้องถิ่น ที่มีการแลกเปลี่ยนงานฝีมือซึ่งกันและกัน สำหรับสินค้าหรือทักษะอื่น ๆ ภายในเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นนอกเหนือจากการเกษตรกรรมแล้ว งานหัตถกรรมมักเป็นรูปแบบรายได้รูปแบบเดียวที่สามารถทำได้สำหรับผู้คน โดยเฉพาะผู้หญิงที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชน งาน

หัตถกรรมคำเดียวนี้ที่รวบรวมมรดกในอดีต การดำรงชีวิตในปัจจุบัน และแรงบันดาลใจในอนาคตของผู้คนในปัจจุบัน

อุตสาหกรรมแฟชั่นใช้เวลาอย่างยาวนานการหมกมุ่นอยู่กับความรวดเร็ว ปริมาณ และการผลิตที่ไร้ตำหนิที่เหมือนกัน ในขณะที่งานหัตถกรรมดั้งเดิมที่เชื่องช้าและรูปแบบต่างๆที่ยังไม่มีความหลากหลาย ด้วยเหตุนี้ ความหลากหลายของมรดกหัตถกรรมจึงหายไปและลดน้อยลง ภัยคุกคามที่แท้จริงของการหมดไปของงานหัตกรรมนั้นขยายออกไปนอกเหนือไปจากแนวทางปฏิบัติที่ใช้แรงงานคนจำนวนมาก และเวลาที่ยาวนานซึ่งทำให้ไม่ค่อยมีใครรู้จัก แต่งานหัตถกรรมยังอยู่กับที่ ด้วยการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อยู่ในช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงและงานหัตถกรรมจะต้องพัฒนาในรูปแบบใหม่และรวมเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้าด้วยกันดังที่เคยปฏิบัติมาตลอดประวัติศาสตร์เพื่อความอยู่รอด ช่างฝีมือที่มีทักษะเป็นหัวใจของนวัตกรรมทางเทคโนโลยีในช่วงยุครุ่งเรือง และการปฏิวัติงานฝีมือในศตวรรษที่ 21 จะดูแตกต่างอย่างมากจากทักษะดั้งเดิมในอดีตอย่างไม่ต้องสงสัย

เพื่อให้งานหัตถกรรมยังคงมีอยู่และยั่งยืน จำเป็นต้องคิดใหม่ถึงวิธีที่มีส่วนร่วมของกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน เชื่อว่าความโปร่งใสเป็นกุญแจสำคัญในการนำคุณค่าและการยอมรับมาสู่ช่างฝีมือผู้มีทักษะที่ทำงานทั้งในการผลิตขนาดเล็กในท้องถิ่นและในห่วงโซ่อุปทานแฟชั่นระดับโลก ความโปร่งใสนี้ทำให้มองเห็นช่างฝีมือ กระบวนวิธีการ และงานฝีมือ ความโปร่งใสทำให้ช่างฝีมือมีเกียรติ ความโปร่งใสเป็นกุญแจสำคัญในการปฏิวัติงานหัตถกรรมทางแฟชั่น (Fashion’s Craft Revolution) ของกลุ่มองค์กรที่ขับเคลื่อนเรื่องความโปร่งใสในอุตสาหกรรมแฟชั่น เพราะว่าความโปร่งใสเป็นจุดเริ่มต้นของความยั่งยืน ซึ่งไม่ได้ทำงานเฉพาะกับผู้บริโภคแต่มุ่งที่จะให้ทั้งระบบ คือทั้งผู้ผลิต ไปจนถึงห่วงโซ่อุปทาน ตระหนักถึงเรื่องความปลอดภัย ยุติธรรม และความยั่งยืน สำหรับทุกฝ่าย

กลุ่มเครือนักปฏิวัติทางแฟชั่นเพื่อแฟชั่นและโลกที่ยั่งยืน (Fashion’s Revolution) คือกลุ่มเครือข่ายผู้ชื่นชอบแฟชั่นที่สร้างการเคลื่อนไหวเพื่อปฏิวัติทางแฟชั่นเพื่อให้เกิดความยั่งยืนและเท่าเทียมมากขึ้นในโลก จุดเริ่มต้นของการปฏิวัติทางแฟชั่นเกิดขึ้นหลังจากการสูญเสียครั้งยิ่งใหญ่จากเหตุการณ์ตึกถล่มที่กรุงธากา ประเทศบังกลาเทศ เมื่อวันที่ 24 เมษายน พ.ศ. 2556 สาเหตุของตึกถล่มก็มาจากการละเลยสวัสดิการ ความปลอดภัยของนายจ้างที่ต้องการเร่งให้แรงงานผลิตเสื้อผ้าให้ได้จำนวนมากๆ เพื่อตอบสนองให้ทันกระแสแฟชั่นรวดเร็ว หรือ ฟาสต์แฟชั่น (Fast Fashion) เหตุการณ์นี้เผยให้เห็นว่าใต้ตึกถล่มนั้นเต็มไปด้วยแฟชั่นรวดเร็วของตราสินค้าต่างๆ ของโลกตะวันตก จึงทำให้วงการแฟชั่นสะเทือนใจและร่วมมือกันตั้งคำถามว่า หลังจากนี้แฟชั่นจะมีความยั่งยืน ความเป็นธรรมต่อทั้งสภาพ แวดล้อมของโลกและคนทำงานในอุตสาหกรรมแฟชั่นอย่างไรบ้าง จนเกิดเป็น #whomademyclothes ที่ชวนให้กลุ่มผู้บริโภคหันมาสนใจว่า ผู้ผลิตเสื้อผ้าแฟชั่นนั้นถูกกดขี่อย่างไรบ้าง ค่าแรงขั้นต่ำเหล่านี้สมเหตุสมผลไหมและมันถึงเวลาหรือยังที่ทั้งโลกควรคำนึกถึง

แฟชั่นที่ยั่งยืนมากขึ้น แทนการเน้นบริโภคเสื้อผ้าที่มาจากการกดขี่แรงงานเป้าหมายการเคลื่อนไหวของเครือข่าย กลุ่มนักปฏิวัติทางแฟชั่นเพื่อแฟชั่นและโลกที่ยั่งยืน คือการทำให้แฟชั่นไม่ไปทำลายคนและสภาพแวดล้อมโลก สร้างการบริโภคแฟชั่นที่ยั่งยืน โปร่งใสผ่านการเคลื่อนไหวสร้างแคมเปญเสริมการตระหนักรู้ที่นำไปสู่การปฏิบัติในระยะยาว การปฏิวัติแฟชั่นเป็นการเคลื่อนไหวที่ประกอบด้วยผู้คนที่หลากหลายจากทั่วโลกมารวมตัวกันเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นระบบในอุตสาหกรรมแฟชั่นระดับโลก นักปฏิวัติแฟชั่น (Fashion Revolutionaries) คืออาสาสมัครหลายร้อยคนที่กระตุ้นชุมชนของพวกเขาในกว่า 92 ประเทศทั่วรวมถึงประเทศไทย จากข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลการสำรวจด้านข้อมูลประชากร (Demographic) พบว่า ร้อยละ 92 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70% อายุต่ำกว่า 35 ปี ร้อยละ 60 อาศัยอยู่ในทวีปยุโรป ร้อยละ 63% การจับจ่ายส่วนใหญ่มุ่งไปที่เสื้อผ้ามือสอง ร้อยละ 93% มีช่วงหนึ่งมีการหยุดหรือลดการจับจ่ายการประท้วง และร้อยละ 32% ทำงานในอุตสาหกรรมแฟชั่น

ภาพที่ 16 กลุ่มนักปฏิวัติแฟชั่น (Fashion revolutionaries)
ที่มา : Fashion revolution 2019 impact report

สำหรับกลุ่มนักปฏิวัติทางแฟชั่นเพื่อแฟชั่นและโลกที่ยั่งยืนในประเทศไทย ได้เริ่มต้นทำงานในปีแรก คือปี พ.ศ.2561 โดยมีคุณอุ้ง กมลนาถ องค์วรรณดี คือ ผู้ประสานงานเครือข่าย Fashion Revolution ประเทศไทย ซึ่งครั้งแรกเป็นเพียงการสื่อสารกับคนกลุ่มเล็กๆ ในแวดวงที่

เกี่ยวข้อง มาปีนี้ได้สร้างความเคลื่อนไหวผ่านแฮชแท็ก #WhoMadeMyClothes ที่ชวนตั้งคำถามว่าใครคือผู้ผลิตและผู้เกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าหนึ่งตัวที่เราสวมใส่ ซึ่งถ้ามองในกระแสหลัก คนไทยยังได้รับอิทธิพลจากจากโซเชียลมีเดียเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นการติดตามเทรนด์ในอินสตาแกรม ดาราและนักร้องแต่งตัวอย่างไร หรือบุคคลสำคัญแต่งตัวอย่างไร ซึ่งก็ยังเป็นเรื่องปกติ แต่กลุ่มเครือข่ายก็จะพยายามเข้าไปอยู่ในเทรนด์นี้ด้วย กับดึง อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) แฟชั่นต่างๆ มาร่วมกิจกรรมกับ เพื่อให้เกิดอีกเทรนด์หนึ่งที่มาแลกเสื้อผ้ากัน มาทำเวิร์กช็อปย้อมสีผ้าธรรมชาติกัน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ถ้าเป็นกลุ่มเด็ก กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มคนรุ่นใหม่ จะซื้อแบรนด์ไทยน้อยลงมากถ้าเทียบกับหลายปีก่อน คือเรื่อง การเข้าใจท้องถิ่น เพื่อการทำธุรกิจที่ยั่งยืนหายไปจากกระแสหลักนานมากแล้ว แทบจะไม่ได้อยู่ในความคิดของผู้บริโภครุ่นใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทางเครือข่ายพยายามที่จะผลักดันกลับมาและชักชวนกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจเรื่องกระแสนนี้มาเป็นผู้นำเทรนด์ ซึ่งจากการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายของกลุ่มนักปฏิวัติทางแฟชั่นเพื่อแฟชั่นและโลกที่ยั่งยืนในประเทศไทยมีอยู่ด้วยกัน 3 กลุ่ม ดังนี้

(1) กลุ่มผู้แสวงหา ชอบเรื่องท้าทายใหม่ๆ (Explorer) กลุ่มที่ยังค้นหาตัวตนอยู่ สนใจที่จะบริโภคประสบการณ์ใหม่ๆ ที่แตกต่าง อย่างการนำเสื้อผ้าเก่าในตู้ที่ไม่ได้ใช้แล้วมาแลกกัน (Clothes Swap) ก็เป็นหนึ่งในนั้นที่กลุ่มเครือข่ายนำเสนอประสบการณ์การช้อปปิ้งรูปแบบใหม่

(2) กลุ่มรักแฟชั่น เป็นกลุ่มที่ค้นหาตัวตนผ่านการบริโภคแฟชั่น ชอบบริโภคประสบการณ์มากกว่าสิ่งของ อยากจะเป็นผู้นำเทรนด์ และอยากที่จะแตกต่าง

(3) กลุ่มงานหัตกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Craft Environment) คือกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องงานฝีมือ เรื่องธรรมชาติ ชอบการท่องเที่ยว ชอบไปเวิร์กช็อป ชอบแชร์เรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับชุมชน

กล่าวโดยสรุป อุตสาหกรรมแฟชั่นใช้เวลาอย่างยาวนานการหมกมุ่นอยู่กับความรวดเร็ว ปริมาณ และการผลิตที่ไร้ตำหนิที่เหมือนกัน ในขณะที่งานหัตถกรรมดั้งเดิมที่เชื่องช้าและรูปแบบต่างๆที่ยังไม่มีความหลากหลาย ด้วยเหตุนี้ ความหลากหลายของมรดกหัตถกรรมจึงหายไปและลดน้อยลง แต่งานหัตถกรรมยังอยู่กับที่ ด้วยการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อยู่ในช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงและงานหัตถกรรมจะต้องพัฒนาในรูปแบบใหม่และรวมเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อให้งานหัตถกรรมยังคงมีอยู่และยั่งยืน จำเป็นต้องคิดใหม่ถึงวิธีที่มีส่วนร่วมของกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน และความโปร่งใสนี้ทำให้มองเห็นช่างฝีมือ กระบวนวิธีการ และงานฝีมือ ความโปร่งใสทำให้ช่างฝีมือมีเกียรติ ความโปร่งใสเป็นกุญแจสำคัญในการปฏิวัติงานหัตถกรรมทางแฟชั่น (Fashion’s Craft Revolution) ของกลุ่มองค์กรที่ขับเคลื่อนเรื่องความโปร่งใสในอุตสาหกรรมแฟชั่น ดังนั้นจากการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายของกลุ่มนักปฏิวัติทางแฟชั่นเพื่อแฟชั่นและโลกที่ยั่งยืนในประเทศไทยที่ตรงกับงานวิจัยในครั้งนี้ กลุ่มงานหัตกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Craft

Environment) คือกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องงานฝีมือ เรื่องธรรมชาติ ชอบการท่องเที่ยว ชอบไปเวิร์กช็อป ชอบแชร์เรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับชุมชน

2.4.2 รูปแบบพฤติกรรมของกลุ่มคนในเจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) และ เจนเนอเรชั่นซี (Gen Z)

การศึกษาและวิเคราะกลุ่มผู้บริโภค จัดได้ว่าเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงของ Generation Y และ Z การศึกษารูปแบบพฤติกรรมในภาพรวมของคนทั้งสองรุ่น สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 รูปแบบพฤติกรรมของกลุ่มคนใน Generation Y และ Generation Z (Esteves & Haro, 2016; เสมอ นิ่มเงิน, 2561; ธัญนันท์ วีรภัทรรุ่งโรจน์, 2559; ศูนย์สร้างสรรค์ งานออกแบบ, 2561, 2562; เจาะเทรนด์โลก 2023: CO-TOPIA ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ Thailand Creative & Design Center (TCDC))

คุณลักษณะ	Generation Y หรือ Millennial	Generation Z
ช่วงปีที่เกิด	เกิดระหว่างปี ค.ศ.1995 - ค.ศ.1981	เกิดระหว่างปี ค.ศ. 2011 – ค.ศ. 1996
ช่วงอายุ	28 - 42 ปี	12 – 27 ปี
ทัศนคติ	ทุกอย่างเป็นไปได้มีโอกาสทำสำเร็จ ชื่นชอบการทำอะไรตามใจตนเองโดยไม่ยึดตามกระแสหลัก และเปิดกว้างทางความคิด	ทุกอย่างสามารถเรียนรู้ได้จากโลกออนไลน์เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับเรื่องความเท่าเทียมและการคิดอย่างครอบคลุมคนทุกกลุ่มอย่างรอบด้านเป็น วัยแห่งการค้นหาและเข้าใจโลก ชื่นชอบ การคิดนอกกรอบและเกิดมาพร้อมจิต วิญญาณการเป็นผู้ประกอบการและ นวัตกรที่ชอบแก้ปัญหาที่ซับซ้อน
บุคลิกภาพ/อุปนิสัยทั่วไป	ทะเยอทะยาน มีความคิดของตนเองค่อนข้างสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบ กล้าแสดงออกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โลกส่วนตัวสูง ไม่ใส่ใจต่อคำวิจารณด้วยการหันมาใส่ใจสุขภาพ ร่างกาย สุขภาวะทางใจ ผลิตภัณฑ์ที่เข้ามามีบทบาท คือ วิตามิน โปรแกรมออกแบบการใช้ชีวิต ตั้งแต่การนอน กินดื่ม ออกกำลังกาย และพักผ่อนหย่อน	มีความมั่นใจในตนเองสูง ชอบทำหลายๆ อย่าง ในเวลาเดียวกัน (Multi Tasking) และ ให้ความสำคัญกับ การรวมกลุ่มและการทำกิจกรรมบน สื่อออนไลน์เป็นหลัก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

	ใจ	
บุคลิกภาพ/อุปนิสัยในการทำงาน	กลายเป็นแรงงานสำคัญในองค์กร หรือบริษัท คาดหวังให้องค์กรพัฒนาเครื่องมือการทำงานที่ทันสมัย และมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาเพิ่มศักยภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้น	ส่วนใหญ่จะแห่ใช้สื่อโซเชียล เพื่อสร้างรายได้ พาตัวเองเข้าสู่วัฒนธรรม Hustle Culture (วัฒนธรรมความกระตือรือร้น ความคลั่งไคล้ในการทำงาน) และไม่เห็นด้วยกับการที่คนคนเดียวทำงานหลาย ๆ งาน ซึ่งคน Gen Z เห็นว่าทำงานมากเกินไป
บุคลิกภาพ/อุปนิสัยด้านสังคม	การเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่ท้าทายชอบท้าทาย กฎระเบียบ	ผู้บริโภคส่วนใหญ่เริ่มตื่นตัวรับรู้ถึงผลกระทบของภาวะโลกร้อน (Climate Change) แต่คนกลุ่ม Gen Z จะให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นพิเศษมากกว่าคนรุ่นก่อน ๆ โดยกว่า 72% ของ Gen Z มองว่าผลกระทบของภาวะโลกร้อนจะส่งผลต่อความเป็นอยู่ของพวกเขาอย่างมาก
การบริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม และพร้อมที่จับจ่ายเพื่อช่วยสังคมสิ่งแวดล้อม	มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า การใช้ชีวิต หรือทัศนคติของสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยสนใจแบรนด์สินค้าที่แตกต่าง และขึ้นชื่อเรื่องการสนับสนุนแบรนด์ หรือบริษัทที่โปร่งใสในจริยธรรมการค้าขาย เป็นธรรม และเท่าเทียมสำหรับคนทุกกลุ่ม และคนกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับ BCG มากกว่าคนรุ่นก่อน ๆ

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่า กลุ่มคนใน Generation Y และ Z นั้น มีลักษณะพฤติกรรมโดย ส่วนใหญ่ที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะการบริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม และพร้อมที่จับจ่ายเพื่อช่วยสังคมสิ่งแวดล้อม และมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า การใช้ชีวิต หรือทัศนคติของสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยสนใจแบรนด์สินค้าที่แตกต่างและขึ้นชื่อเรื่องการสนับสนุนแบรนด์ หรือบริษัทที่โปร่งใสในจริยธรรมการค้าขาย เป็นธรรม และเท่าเทียมสำหรับคนทุกกลุ่ม และคนกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับ BCG มากกว่าคนรุ่นก่อน ๆ และยังมี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บุคลิกภาพ/อุปนิสัยผู้บริโภคส่วนใหญ่เริ่มตื่นตัวรับรู้ถึงผลกระทบของภาวะโลกร้อน (Climate Change) แต่คนกลุ่ม Generation Z จะให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นพิเศษมากกว่าคนรุ่นก่อน ๆ โดยกว่า 72% ของ Generation Z มองว่าผลกระทบของภาวะโลกร้อนจะส่งผลต่อความเป็นอยู่ของพวกเขาอย่างมาก

2.4.3 ข้อบ่งชี้และลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาและวิเคราะห์ของกลุ่มเป้าหมายนี้เป็นการประยุกต์ใช้ตามตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic Segmentation) กับการแบ่งส่วนทางการตลาดผู้บริโภค ซึ่งจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วนทั้งด้านประชากรศาสตร์และสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะของอายุรายได้เพศ การประกอบอาชีพ ครอบครัวข้อมูลทางภูมิศาสตร์และข้อมูลเฉพาะทางการใช้ชีวิต ช่วยทำให้การระบุและกำหนดกลุ่มเป้าหมายมีความเฉพาะเจาะจงทำให้สามารถสรุปสิ่งที่เป็นข้อบ่งชี้ และความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ดังนี้

ตารางที่ 22 แสดงข้อบ่งชี้และลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ขนาด (Size)	ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ช่วงอายุ (Age)	25 - 35 ปี ช่วงอายุจัดอยู่กลุ่มเจน-วาย (Gen-Y: Generation Y)
เพศ (Sex)	หญิง
อาชีพ (Occupation)	อาชีพอิสระและมีธุรกิจส่วนตัวซึ่งเกี่ยวข้องกับสายงานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และด้านการสื่อสาร เช่น แฟชั่นสไตลิสต์ (Fashion stylist) และอาชีพนักสร้างคอนเทนต์
การศึกษา (Education)	ปริญญาตรี หรือ สูงกว่าปริญญาตรี
รายได้ (Income)	รายได้ต่อเดือน : 20,000 - 35,000 บาท ขึ้นไป
ความสนใจ (Interest)	ความสนใจในเรื่องงานฝีมือและหัตถกรรม งานศิลปะ การออกแบบ และสถาปัตยกรรม และเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบได้เป็นอย่างดี งานอดิเรก เช่น การอ่านบล็อก การเยี่ยมชมแกลเลอรี่ ชอบการท่องเที่ยว ชอบไปเวิร์กช็อป ชอบแชร์เรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับชุมชน
พฤติกรรม (Behaviors)	ให้ความสำคัญกับความสงบ มีแนวคิดเรียบง่าย มีพฤติกรรมค่อนข้างเงียบ ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีความประณีประนอมถ้อยที่ถ้อยอาศัยบุคลิกภาพนิ่ง มีแนวทางการแต่งตัวที่เรียบง่ายมีรูปแบบไม่ซับซ้อน นิยมใช้สีกลาง เช่น สีขาว สีเบจ ผ้าหรือวัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ ไม่นิยมลายพิมพ์ที่วุ่นวายซับซ้อน

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม และแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก

ในการศึกษาแนวคิดเกี่ยวเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมของผู้วิจัยในส่วนนี้ โดยวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเป็นองค์ความรู้ประกอบกับนำข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์และนำมาสรุปโดยผู้วิจัย เพื่อให้ทราบว่าทุนวัฒนธรรมคืออะไร เป็นแบบไหน เพื่อนำไปสู่การเปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูลเชื่อมโยงกับทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก

2.51 ความหมายของทุนวัฒนธรรม

ในการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดทุนวัฒนธรรมจะเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจถึงนิยามของ “ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital)” ให้กระจ่างเสียก่อน โดยมีผู้ให้ความหมายและนิยามของทุนทางวัฒนธรรมไว้หลายท่าน หลายคณะ ซึ่งทำให้มีแนวความคิดหรือคอนเซ็ปต์ (Concept) เกี่ยวกับเรื่องทุนวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป อาทิ

ความหมายของทุนทางวัฒนธรรมในมุมมองของนักวิชาการต่างประเทศอย่าง ปิแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) มองว่าทุนวัฒนธรรม หมายถึง เป็นทุนที่สะสมอยู่ในตัวตนของแต่ละบุคคล วัตถุสิ่งของ และที่อยู่ในรูปแบบของสถาบัน แต่ละบุคคลได้รับการหล่อหลอมและผลิตซ้ำ เพื่อสืบทอดผ่านทางระบบการศึกษา ผลผลิตที่ได้จากการสะสมทุนทางวัฒนธรรมคือ รสนิยม (Taste) จะสร้างความแตกต่างและเป็นเครื่องมือที่ใช้ธำรงรักษาชนชั้นในสังคมให้ดำรงอยู่ต่อไป จากนั้นเขาแบ่งประเภทของทุนออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

(1) ทุนที่เกิดขึ้นจากการสั่งสมจากปัจจัยต่างๆ (Embodied State) เป็นลักษณะของทุนทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นผ่านการสั่งสมขึ้นมาเป็นเวลานานและปรากฏอยู่เป็นคุณสมบัติถาวร ในตัวของปัจเจกชน โดยทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้จะแสดงออกผ่านลักษณะทางกายภาพ หรือพฤติกรรมตลอดจนความรู้สึกนึกคิดภายในจิตใจของปัจเจกชน

(2) ทุนที่ปรากฏอยู่ในรูปของวัตถุ (Objectified State) เป็นทุนวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ในรูปของวัตถุ โดยวัตถุแห่งภูมิปัญญานั้นสามารถสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาซึ่งสืบทอดต่อมาจากบรรพบุรุษได้อย่างมีความหมาย

(3) ทุนที่เกิดขึ้นจากการเชื่อมโยงคุณค่ากับสถาบัน (Institutionalized State) เป็นทุนทางสังคมที่เกิดจากการเชื่อมโยงคุณค่าของปัจเจกชนหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งกับสถาบัน องค์กร หรือ

สถานที่ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกันโดยตรงในฐานะเป็นแหล่งกำเนิดหรือที่มา โดยการเชื่อมโยงดังกล่าว จะนำไปสู่การกำหนดและรับรองคุณค่าหรือคุณสมบัติที่มีอยู่ในบุคคลหรือสิ่งนั้นๆ[43]

ในขณะที่เดวิด ทรอสบี (David Throsby) ได้ให้นิยามไว้ว่า ทุนวัฒนธรรม หมายถึง สินทรัพย์ที่มีการฝังตัว (Embodies) สะสม สั่งสม (Stores) และการให้ (Provides) คุณค่าทางวัฒนธรรมที่เกินออกนอกเหนือจากมูลค่าทางเศรษฐกิจของสินทรัพย์นั้น[44] ซึ่ง Throsby ได้จำกัดนิยามจำแนกความหมายใหญ่ๆ ไว้ 2 ประเภท ดังนี้

(1) ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้(Tangible Culture) เป็นลักษณะของการมองเห็น สัมผัสทาง
กายได้ เช่นโบราณสถาน โบราณวัตถุวัด ผลงานสร้างสรรค์ทางศิลปะ ภาพวาดเขียน รูปหล่อปูนปั้น เครื่องแต่งกาย ลักษณะของทุนทางวัฒนธรรมที่สัมผัสได้นี้ไม่ได้ถูกจำกัดในรูปแบบเฉพาะมรดกทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงทุนกายภาพ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น อย่างเช่น ตัวอาคาร สถานที่ สิ่งประดิษฐ์ทุนวัฒนธรรมรูปแบบนี้สร้างขึ้นแล้วนานวันย่อมสามารถสึกหรอ ผุผังได้ถ้าไม่ได้รับการดูแลรักษา โดยที่เราสามารถวัดมูลค่าในรูปของเงินได้ไม่ว่าจะเป็นตัววัตถุเองหรือการบริการที่ใช้วัตถุที่สัมผัสจับต้องได้นั้นเป็นส่วนหนึ่งของการให้บริการทางวัฒนธรรม

(2) ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ (Intangible Culture) เป็นทุนที่อยู่ในรูปของทรัพย์สินทางความคิดที่เกิดจากการใช้ปัญญา หรืออาจเรียกว่าวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ(Nonmaterial Culture)
ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด การปฏิบัติความเชื่อและค่านิยมบางอย่างที่สามารถแบ่งปันระหว่างสมาชิกในสังคมชุมชน เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีพิธีกรรม ศิลปะการแสดง เพลง งานวรรณกรรม บทประพันธ์ นิทาน ตำนานพื้นบ้าน ดนตรีเป็นต้น

ส่วนในมุมมองนักวิชาการและหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทยได้ออกมาเสนอความคิดเห็นและมุมมองด้านประเภทของทุนทางวัฒนธรรม ไว้หลายแบบ อาทิ

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ ได้ให้นิยามไว้ว่า ทุนวัฒนธรรม หมายถึง ทุนที่ใช้ไปในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนัยทางวัฒนธรรม โดยได้แบ่งออกเป็น 2 นิยามที่ชัดเจน คือ

---

[43] อุทิศ ทาหอม และคณะ (2558). "ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้าง การมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนบ้านตามา จังหวัดบุรีรัมย์." วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม 11 **no.** 2/2558

[44] กัญญารัตน์ แก้วกมล และคณะ (2564). "การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน." "วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2564)(ปีที่ 11): 77.

1. มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรม (Tangible Cultural Heritage) คือสิ่งที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น เช่น สถานที่อาทิที่อยู่อาศัย ชุมชน อาคาร รวมถึง งานฝีมือวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือ เป็นต้น

2. มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (Intangible Cultural Heritage) รวมถึง ประเพณีขนบธรรมเนียม ภาษา เพลง พิธีกรรม เทศกาล ทักษะพิเศษ ภาษา เพลง พิธีกรรม เทศกาล ทักษะพิเศษ[45]

กล่าวโดยสรุปจากนิยามในข้างต้นจะเห็นได้ว่า ทุนวัฒนธรรมส่วนใหญ่นั้นจะเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์สิ่งที่เกี่ยวข้องกับการใช้คุณค่าของภูมิปัญญาความรู้ และงานสร้างสรรค์ ที่ได้รับการหล่อหลอมทางสังคมฝังตัวอยู่ในพื้นที่นั้น ๆ ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งมีลักษณะไม่คงที่สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีในแต่ละสมัยต่างๆ ของชาติพันธุ์ วิถีชีวิต พิธีกรรม งานฝีมือและงานหัตถกรรม จนพัฒนาไปสู่งานสร้างสรรค์งานศิลปะและงานออกแบบ ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าทุนทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับกับคำว่า “อัตลักษณ์” ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้เกิดสร้างความแตกต่างในการออกแบบด้วย การใช้อัตลักษณ์สามารถช่วยให้งานเกิดเอกลักษณ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค จะเห็นได้ว่าจากทุนวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะช่วยให้ผู้วิจัยนำไปใช้สร้างความแตกต่าง สะท้อนให้เห็นถึงความโดดเด่นในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ต่อไปได้ และก่อให้เกิด “สินค้าวัฒนธรรมร่วมสมัย” ที่วัฒนธรรมฝังตัวเป็นส่วนหนึ่งของสินค้านั้นการที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าใดมาบริโภคก็ตามสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับมาไม่ใช่เฉพาะสินค้า แต่ยังได้ วัฒนธรรมที่ฝังตัวในสินค้นนั้นมาด้วย[46] และเป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันในตลาด เนื่องจากในมิติหนึ่งการเปลี่ยนแปลงไปจากยุคเดิมโดยผู้บริโภคต้องการความแตกต่างของสินค้า[47]

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

2.5.2 ความหมายของอัตลักษณ์

โดยทั่วไปผู้คนจะเกิดความสับสนระหว่างคำว่า “เอกลักษณ์” และ “อัตลักษณ์” นั้นมีความแตกต่างกันอย่างไร ในงานออกแบบมักจะนำมาใช้ทั้งสองคำ ซึ่งจริงแล้วสองคำนี้มีการสะกดที่คล้ายคลึงกันแต่มีความหมายและการนำไปใช้ที่แตกต่างกัน อาทิ

---

[45] รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (2546). ทุนวัฒนธรรม วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก. กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์มติชน. เล่มที่หนึ่ง

[46] บุษราภรณ์ พวงปัญญา และคณะ แนวทางการจัดการเพื่อยกระดับสินค้าวัฒนธรรม.

[47] เกวลิน ต่อปัญญาชาญ และภัฏฐิญา สิริบวรพิพัฒน์ "แนวความคิดในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าวัฒนธรรมร่วมสมัยด้วยเครื่องรับรอง." วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ฉบับที่ 1(วารสารปีที่ 14): 218.

โชติกา ศรีประเสริฐ ได้ให้ความหมายคำว่า “อัตลักษณ์” ไม่มีบันทึกไว้ในพจนานุกรมแต่มีตำราหลายเล่มให้ความหมายคำว่า “อัตลักษณ์” ไว้ว่าคุณลักษณะเฉพาะตัวซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้นๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น และศาสนา ฯลฯ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไป หรือสากลกับสังคมอื่นๆ[48]

สุรินทร์ ยิ่งนึก: ครูไทยเพื่อศิษย์ กล่าวว่า โดยส่วนใหญ่คนไทยยังนิยมใช้คำว่า “เอกลักษณ์” ในความหมายว่า ลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใครอย่างกว้างขวาง ส่วนคำว่า “อัตลักษณ์” นั้นมักจะใช้ในวงแคบๆ เช่น แวดวงวิชาการเท่านั้นและบางครั้งก็ใช้แบบมีความหมายโดยนัย (แฝง) เช่น “เอกลักษณ์” เป็นสิ่งตายตัวไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ส่วน “อัตลักษณ์” สามารถเปลี่ยนแปลงได้ มีหลายสิ่งตามความจริงที่ปรากฏต้องดูหลายๆ ด้าน หลายๆ มิติของสิ่งนั้น[49]

ศมิสสร สุทธิสังข์ ได้ให้ความหมายคำว่า อัตลักษณ์ หมายถึง ความเป็นตัวตน ซึ่งเกิดจากการสร้างเอกลักษณ์ผ่านทางวัฒนธรรมที่ส่งต่อกันมา เป็นคำจำกัดความเพื่อบ่งบอกตัวตนและบ่งบอกว่าเรามีสถานะภาพทางสังคม อัตลักษณ์ไม่ใช่การหมายถึงตัวตนภายนอก แต่หมายถึงจิตใจ ความรู้สึก ความคิดหรือความเป็นตัวตนจากภายในนั่นเอง ดังนั้น อัตลักษณ์จึงเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้กับสิ่งนั้น ๆ เพื่อให้เกิดภาพจำและความรู้สึกที่เกิดจากความแตกต่างกันนั่นเอง[50]

ทิดกร สอนภาษา: คมชัดลึก ได้ให้ความหมายคำว่า “เอกลักษณ์” มีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ว่าลักษณะที่เหมือนกันหรือมีร่วมกัน เช่น ชุมชนนั้นมีเอกลักษณ์อยู่ที่การทอผ้าจึงหมายความว่าคนในชุมชนนั้นมีอาชีพทอ
ผ้าจกเหมือนๆ กันหมด[51]

จากความหมายของเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ข้างต้น จะเห็นได้ว่า คำว่า เอกลักษณ์ หมายถึง ลักษณะที่แสดงถึงความเป็นหนึ่งเดียว ไม่เหมือนใคร นำมาใช้บ่งบอกลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากลักษณะร่วมอื่น ๆ และเป็นสิ่งตายตัวไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ส่วนคำว่า อัตลักษณ์ หมายถึง ความเป็นตัวตนที่แตกต่างจากสิ่งอื่นใดสามารถบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน วัฒนธรรม หรือประเทศนั้นๆ เป็นต้น และสามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาให้ดีขึ้น จึงเป็นข้อแตกต่างที่เห็นได้ชัดจากสองคำนี้ ดังนั้นในการบ่งบอกถึงโดดเด่น และสร้างการรับรู้และการจดจำได้นั้น คำว่า อัตลักษณ์ จึงเหมาะกับการนำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่มีความเฉพาะตัว แตกต่าง

---

[48] ทิดกร สอนภาษา (2551). ภาษาไทยขัดใจปู เอกลักษณ์-อัตลักษณ์. คม ชัด ลึก City life, คมชัดลึก.

[49] สุรินทร์ ยิ่งนึก (2011). ครูไทยเพื่อศิษย์.เอกลักษณ์...อัตลักษณ์... ความเหมือนและความต่างที่ต้องใช้ให้ถูกต้อง.

[50] ศมิสสร สุทธิสังข์ (2563). การสร้างสรรค์อัตลักษณ์การออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นชั้นสูง สำหรับประเทศคูเวต.

[51] ศรีประเสริฐ., โ. (2551). การออกแบบอัตลักษณ์ที่ประชาสัมพันธ์: กรณีศึกษาสถาบันกวดวิชา i-SAC ปี พ.ศ. 2554-2556.

ไปจากผู้อื่น อีกทั้งยังสร้างเป็นจุดขายที่จะนำมาซึ่งคุณค่าและมูลค่าใหม่ได้ ดังนั้น ทุนวัฒนธรรมที่ถูกนำมาใช้เป็นทุนเพื่อสร้างเป็นอัตลักษณ์

2.5.5 แนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก

คำนิยามของความหรูหราได้ถูกเปลี่ยนไป จากความหรูหรา ไปสู่ความเรียบง่ายและความละเอียดอ่อน ที่กล่าวถึงคุณภาพและตัววัสดุมากขึ้น ภายใต้แนวคิดที่ได้ปรับเปลี่ยนใหม่ ได้แก่ งานฝีมือ วัสดุในท้องถิ่น การออกแบบสไตล์มินิมอล และความคลาสสิกของแนวคิด “less is more” หรือ “น้อยแต่มาก” พบความเกี่ยวข้องกัน สไตส์นอร์ดิกและญี่ปุ่นที่เน้นย้ำถึงปรัชญานี้โดยแต่ละแบบก็มีลักษณะเฉพาะของตนเอง เมื่อทั้งสองผสมผสานทั้งสองวัฒนธรรมกันจนเกิดเป็นแนวคิดใหม่ เรียกว่า เจแปนนอร์ดิก (Japanordic), เจแปนดิ (Japandi) หรือ สแกนดินิช (Scandinese)

ทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เป็นการผสมผสานระหว่างสุนทรียศาสตร์ของญี่ปุ่นและนอร์ดิกที่ผสมผสานกันอย่างลงตัวซึ่งได้แสดงออกทางงานฝีมืออันยอดเยี่ยม ความเรียบง่าย (simplicity) และความมินิมอลิสซึ่ม (minimalism) ความเคารพต่อธรรมชาติ วัสดุธรรมชาติที่ยั่งยืนและความงามของความไม่สมบูรณ์ การรวมตัวกันนี้ทำให้เกิดความรู้สึกสงบ ด้วยระยะทางที่ห่างกันแต่ญี่ปุ่นและนอร์ดิกมีหลายอย่างที่เหมือนกัน ในแง่ของการออกแบบทั้งสองได้ให้คุณค่ากับความเรียบง่ายและประโยชน์ใช้สอย ความชื่นชอบในวัสดุธรรมชาติ และความเคารพอย่างสูงต่องานหัตถกรรม คุณลักษณะที่ใช้ร่วมกันเหล่านี้ทำให้เกิดสไตล์ที่เรียกว่า เจแปนนอร์ดิก (Japanordic) หรือ มินิมอลลีสซึ่ม (Minimalism) แบบญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร และการตกแต่งภายในที่มีเส้นสายสะอาดตา โทนสีกลาง และพื้นผิวที่เป็นธรรมชาติ เจแปนนอร์ดิก (Japanordic) ดูเหมือนจะเป็นการผสมผสานที่ชัดเจนของสไตล์ญี่ปุ่นและสไตล์นอร์ดิก 2.5 การศึกษารูปแบบของงานออกแบบจากแนวคิดเจแปนนอร์ดิก

2.5.6 รูปแบบของงานออกแบบจากแนวคิดเจแปนนอร์ดิก

การนำแนวคิดเจแปนนอร์ดิกมาใช้ในการออกแบบ นักออกแบบ ระหว่างวัฒนธรรมของญี่ปุ่น และนอร์ดิก รูปแบบของงานออกแบบสถาปัตยกรรม และงานออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังนี้

2.5.6.1 การศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของงานออกแบบสถาปัตยกรรม การออกแบบ Swedish Archipelago House ของ Norm Architects partner Frederik Werner offers

ตารางที่ 23 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ Swedish Archipelago House ของ Norm Architects partner Frederik Werner offers

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อผลงาน (Name)	Swedish Archipelago House
นักออกแบบ (Designer)	Norm Architects
ประเภท (Type)	สถาปัตยกรรมประเภทที่อยู่อาศัย
แนวคิด (Concept)	บ้านพักตากอากาศฤดูร้อนที่แปลกตาตั้งอยู่บนหน้าผาตามแนวชายฝั่งสวีเดน อบอุ่น อบอุ่น และทันสมัยเป็นพิเศษ ออกแบบโดย Norm Architects บริษัทในโคเปนเฮเกน และตกแต่งด้วยผลิตภัณฑ์จากแบรนด์ไลฟ์สไตล์ของญี่ปุ่นที่ทางทีมร่วมก่อตั้ง Karimoku Case Study, Archipelago House เป็นการเจาะลึกในการออกแบบข้ามวัฒนธรรมประเพณีทางสถาปัตยกรรมของบ้านเรือนของชาวนอร์ดิกและผสมผสานกับงานฝีมือของญี่ปุ่น ผลลัพธ์ที่ได้คือบ้านที่สร้างนิยามใหม่ให้กับความเรียบง่ายแบบสมัยใหม่ โอบล้อมโลกแห่งธรรมชาติและตอบสนองต่อรูปแบบพื้นเมือง Archipelago House ประกอบด้วยกระท่อมไม้สี่หลังที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตั้งเรียงรายไปตามทางลาดของหน้าผาที่หันหน้าเข้าหาทะเล โดยทั้งหมดเชื่อมต่อกันและเชื่อมต่อกันบนดาดฟ้ากลางแจ้ง Norm Architects ระมัดระวังในการปรับทิศทางบ้านให้หันไปทางทะเล หน้าต่างส่วนใหญ่จึงมองเห็นวิวชายฝั่งได้กว้างไกล Frederik Werner หุ้นส่วน Norm Architects กล่าวว่า “ไม่เพียงแต่ความเชื่อมโยงโดยตรงและความโปร่งใสระหว่างภายในและภายนอกเท่านั้น แต่ยัง

CHULALONGKORN UNIVERSITY

	เชื่อมโยงเชิงสัญลักษณ์ในแง่ของการใช้วัสดุและสีอีกด้วย” “สีและรูปแบบวัสดุของการตกแต่งภายในนั้นคงไว้ซึ่งวัสดุระดับไฮเอนด์ที่ไม่เป็นธรรมชาติซึ่งสะท้อนถึงธรรมชาติภายนอก”
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้ และกระจก
โครงร่างเง่า (Silhouette)	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ และกระจก
เส้น (Lines)	เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้เพื่อสร้างบรรยากาศที่นุ่มนวลและอบอุ่นของ แสงธรรมชาติ

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.5.6.2 การศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของงานออกแบบสถาปัตยกรรมจากแนวคิดเจแปนนอร์ดิกทางการออกแบบ Hermitage cabin โดย Llabb architettura

ตารางที่ 24 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ Hermitage cabin โดย Llabb architettura

หัวข้อ	**รายละเอียด**
ชื่อผลงาน (Name)	Hermitage cabin
นักออกแบบ (Designer)	Llabb architettura
ประเภท (Type)	สถาปัตยกรรมประเภทที่อยู่อาศัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แนวคิด (Concept)	Hermitage cabin ออกแบบโดย Llabb architettura เป็นพื้นที่แห่งการครุ่นคิดและการไตร่ตรอง ที่โดดเดี่ยวจากโลกภายนอก สามารถมองเห็นหุบเขาที่เงียบสงบซึ่งห่างไกลจากทุกสิ่ง เราทุกคนต้องการสิ่งนั้นเป็นครั้งคราว ห้องพักถูกกำหนดด้วยแผงไม้ เส้นแนวตั้งและแนวนอนที่ปรับให้สมดุลแต่โปร่งบาง กระท่อมเป็นผสมผสานระหว่างโรงน้ำชาแบบญี่ปุ่นและกระท่อมแบบสแกนดิเนเวีย ทำให้ที่นี่มีเสน่ห์และความสวยงามแบบมินิมอล ดูเหมือนว่าจะทำให้นึกถึงการใช้วัสดุที่มักใช้ในสถาปัตยกรรม เช่น ส่วนหน้าอาคารที่เป็นโลหะและโครงสร้างคาน โดยตีความใหม่ผ่านการใช้ไม้ โปรเจกต์นี้สำเร็จภายในสองสัปดาห์โดยทีมงานของสตูดิโอเพื่อทำให้ธีมการประพันธ์ลึกซึ้งยิ่งขึ้นและถ่ายทอดแนวทาง "การออกแบบด้วยมือของคุณ" ไปยังสตูดิโอ
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้
โครงร่างเง่า (Silhouette)	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้
เส้น (Lines)	เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้เพื่อสร้างบรรยากาศที่นุ่มนวลและอบอุ่นของ แสงธรรมชาติ

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

2.5.6.3 การศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ ของแอนน์-มารี บูมันน์ และโธมัส ลิคค์ - สตูดิโอ โออีโอ เมืองโคเปนเฮเกน ประเทศเดนมาร์ก (Anne-Marie Buemann and Thomas Lykke - OEO Studio Copenhagen, Denmark)

ภาพที่ 17 แอนน์-มารี บูมันน์ และโธมัส ลิคค์ (Anne-Marie Buemann and Thomas Lykke)
ที่มา : https://www.designcurial.com/news/profile-281122-10387523

สตูดิโอ โออีโอ ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2003 โดย แอนน์-มารี บูมันน์ และโธมัส ลิคค์ ในเมืองโคเปนเฮเกน ประเทศเดนมาร์ก ปัจจุบันมีสำนักงานแห่งที่สองในเมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น และได้พัฒนาความร่วมมืออย่างสร้างสรรค์กับช่างฝีมือและผู้ผลิตชาวญี่ปุ่น เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ด้านสุนทรียศาสตร์ร่วมกัน ผู้ก่อตั้งทั้งสองได้สร้างแนวคิดของความเรียบง่าย (Minimalism) ที่น่าสนใจ ซึ่งรวมถึงรูปทรงที่เรียบง่าย (Simple shaoes) การเน้นที่วัสดุจากธรรมชาติ (Natural materials) และความหลงใหลในรายละเอียดที่เล็กที่สุด ซึ่งมีความสอกคล้องกับเจแปนนอร์ดิกสไตส์ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2012 นักออกแบบได้ทำงานร่วมกับกลุ่มช่างฝีมือจากเกียวโตภายใต้ตราสินค้า เจแปน แฮนด์เมด (Japan Handmade) เพื่อสร้างผลงานออกแบบสมัยใหม่โดยใช้เทคนิคแบบดั้งเดิม

ตารางที่ 25 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ เก้าอี้สตูลคิโอเกะ ปี ค.ศ. 2012 ของ สตูดิโอ โออีโอ และ งานไม้นาคางาวะ (Ki-oke stool, 2012 OEO Studio and Nakagawa Mokkougei)

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อผลงาน (Name)	เก้าอี้สตูลคิโอเกะ ปี ค.ศ. 2012 (Ki-oke stool, 2012)
นักออกแบบ (Designer)	สตูดิโอ โออีโอ และ งานไม้นาคางาวะ (OEO Studio and Nakagawa Mokkougei)
ประเภท (Type)	ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์
แนวคิด (Concept)	การสร้างสตูลที่มีรูปทรงโค้งมนสง่างาม นักออกแบบที่ โออีโอ ได้ร่วมมือกับปรมาจารย์ด้าน คิโอเกะ (ถังไม้) ช่างทำตู้ชาวญี่ปุ่นงานไม้นาคางาวะ ซึ่งเป็นลูกหลานของราชวงศ์ช่างฝีมือที่เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ไม้ ถังแบบดั้งเดิมเหล่านี้สามารถใช้สำหรับพิธีการอาบน้ำหรือเพื่อวัตถุประสงค์ในครัวเรือนต่างๆ เช่น เก็บข้าวหรือมิโซะ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของถัง คิโอเกะเป็นของใช้ที่ใช้ในประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่ยุครุ่งอรุณ และการผลิตเป็นไปตามเทคนิคของบรรพบุรุษซึ่งมีการพิสูจน์การใช้มากว่า 700 ปี แผ่นไม้แต่ละแผ่นที่ประกอบเป็นคิโอเกะนั้นเชื่อมต่อกับชิ้นส่วนที่อยู่ติดกันด้วยเดือยไม้ไผ่สอดเข้าไปในความหนาของไม้ระแนงอย่างบรรจง การจัดเรียงเป็นแบบที่ทั้งหมดดูเหมือนจะทำเป็นชิ้นเดียว ไม่มีรอยต่อที่มองเห็นได้ด้วยตาเปล่าไม้ที่ใช้คือไม้สนไซเปรสญี่ปุ่น (Japanese Cypress) (sawara) หรือ ไม้ซีดาร์ญี่ปุ่น (jindai-sugi) ที่มีวงปีตามธรรมชาติอายุ 2,000 ปี แถบโลหะด้านนอกช่วยให้มั่นใจถึงความแข็งแกร่งของชิ้นส่วนทั้งหมด คิโอเกะที่ทำด้วยมือมีอายุหลายสิบปี ฐานของสตูลมีรูปร่างเหมือนคิโอเกะ หุ้มด้วยเบาะนั่งแบบโค้งเล็กน้อยซึ่งนั่งสบาย ความเรียบง่าย ประโยชน์ใช้สอย และความใส่ใจในรายละเอียดรวมกันอยู่ในเก้าอี้สตูลที่เบามากตัวนี้ ซึ่งวางได้ในโถงทางเข้าหรือในห้องน้ำ รุ่นไม้ซีดาร์ญี่ปุ่น (lignified cedar) มีจำนวนจำกัด และทุกชิ้นมีหมายเลขกำกับ คิโอเกะนี้อยู่ในคอลเลกชันจัดแสดงอย่างถาวรของพิพิธภัณฑ์วิคตอเรียแอนด์อัลเบิร์ต (Victoria and Albert Museum) ในกรุงลอนดอนและพิพิธภัณฑ์ศิลปะการตกแต่ง (Musée des Arts Décoratifs) ในกรุงปารีส

	 ภาพที่ 18 การทำถังไม้คิโอเกะแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น ที่มา https://soysauce-japan.com/blogs/soy-sauce-museum/kioke
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้ และโลหะ
โครงร่างเง่า (Silhouette)	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ และโลหะ
เส้น (Lines)	เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง
เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น (Fashion technique)	จับจีบพลีท (Pleats)

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.5.6.4 การศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของโอกิ ซาโตะ - เนนโดะ เมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น (Oki Sato - NENDO Tokyo, Japan)

ภาพที่ **19** โอกิ ซาโตะ (Oki Sato)
ที่มา : https://www.designcurial.com/news/profile-281122-10387523

คำว่า เนนโดะ ในภาษาญี่ปุ่นหมายถึง "ดินปั้นแบบจำลอง" ซึ่งเป็นวัสดุที่รู้จักกันดีในด้านความยืดหยุ่นและความเป็นพลาสติก ซึ่งเป็นชื่อที่ โอกิ ซาโตะ เลือกสำหรับสตูดิโอที่เขาก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2000 ในปีเดียวกับที่เขาสำเร็จการศึกษาด้านสถาปัตยกรรมที่มหาวิทยาลัยวาเซดะ (Waseda University) ในเมืองโตเกียว ตั้งแต่นั้นมา ซาโตะ และทีมงาน เนนโดะ ก็ได้พัฒนาโปรเจกต์นับไม่ถ้วนทั้งวัตถุและชิ้นส่วนของเฟอร์นิเจอร์ ด้วยจิตวิญญาณอันบริสุทธิ์ของประเพณีการออกแบบของญี่ปุ่น การสร้างสรรค์ของเนนโดะ นั้นมีความเรียบง่ายอย่างตั้งใจและยังน่าประหลาดใจเนื่องจากการใช้วัสดุอันชาญฉลาดซึ่งรวมเอานวัตกรรมเทคโนโลยีล่าสุดเข้าได้ด้วยกัน ในขณะเดียวกัน แนวคิดของสตูดิโอก็สนุกสนาน สร้างสรรค์ และลดทอนองค์ประกอบที่ไม่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกในการโต้ตอบกับผู้ใช้งาน การออกแบบของมักจะนำเสนอสิ่งดั้งเดิมสำหรับบนวัตถุทั่ว ๆ ไป เกี่ยวกับเก้าอี้ NO1™ ที่ออกแบบมาสำหรับ ฟริตซ์ แฮนเซ่น ตราสินค้านอร์ดิก โอกิ ซาโตะ กล่าวว่า "ถ้าคุณนั่งบนเก้าอี้ตัวนี้ คุณจะสังเกตเห็นว่านี่คือเก้าอี้ ฟริตซ์ แฮนเซ่น หากคุณอยู่กับมัน คุณจะรู้ว่านี่คือการออกแบบของญี่ปุ่นแท้ๆ

ตารางที่ 26 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ เก้าอี้ N01™ ปี ค.ศ. 2018 ของ เนนโดะ ออกแบบให้ ฟริตซ์ แฮนเซ่น (N01™ Chair, 2018 Nendo for Fritz Hansen)

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อผลงาน (Name)	เก้าอี้ N01™ ปี ค.ศ. 2018 (N01™ Chair, 2018)
นักออกแบบ (Designer)	เนนโดะ ออกแบบให้ ฟริตซ์ แฮนเซ่น (Nendo for Fritz Hansen)
ประเภท (Type)	ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์
แนวคิด (Concept)	เก้าอี้ที่มีที่วางแขน N01™ ได้รับการออกแบบสำหรับฟริตซ์ แฮนเซ่น โดย เนนโดะ สตูดิโอออกแบบของญี่ปุ่น โดยผสมผสานสุนทรียภาพของญี่ปุ่นและเดนมาร์กเข้ากับความบริสุทธิ์ของการออกแบบ เก้าอี้รับประทานอาหารที่ทันสมัยนี้สร้างความสมดุลระหว่างความรู้สึกร่วมสมัยกับเส้นสายที่เป็นธรรมชาติ รูปทรงที่นั่งที่สะดวกสบายและเพิ่มความสวยงามให้กับห้องรับประทานอาหาร
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้
โครงร่างเง่า (Silhouette)	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้
เส้น (Lines)	เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง
เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น (Fashion technique)	การคัทเอ้าท์ (Cutout)

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.5.6.5 การศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของอากิโกะ เคน เมด เมืองคอคเคเดล ประเทศเดนมาร์ก อากิโกะ คูวาฮาตะ และ เคน วินเทอร์ (Akiko Ken Made Kokkedel (Denmark) Akiko Kuwahata and Ken Winter

ภาพที่ 20 อากิโกะ คูวาฮาตะ และ เคน วินเทอร์ (Akiko Kuwahata and Ken Winter)
ที่มา https://the189.com/feature/inside-akiko-kuwahata-and-ken-winthers-woodworking-studio/

อากิโกะ คูวาฮาตะ และ เคน วินเทอร์ อาศัยอยู่ในวิลล่ากว้างขวางทางตอนเหนือของกรุงโคเปนเฮเกน ผสมผสานความลงตัวและปฏิสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบของญี่ปุ่นและเดนมาร์กได้อย่างสมบูรณ์แบบหลังจากเรียนการออกแบบที่ Nihon University ในโตเกียว อากิโกะฝึกฝนช่างทำตู้ ครั้งแรกในญี่ปุ่นและที่ Aarhus School of Architecture ในเดนมาร์ก เคนเกิดใน

ครอบครัวช่างทำตู้ ปฏิบัติตามประเพณีของครอบครัวโดยเข้าร่วมกับ PP Mobler ซึ่งเป็นแบรนด์สัญชาติเดนมาร์กที่ได้รับการยอมรับอย่างสูงในด้านคุณภาพของเฟอร์นิเจอร์ ก่อนที่จะศึกษากับช่างฝีมือที่มีชื่อเสียงระหว่างเยือนญี่ปุ่น ในเวิร์กช็อปที่บ้าน อากิโกะ คูวาฮาตะ และ เคน วินเทอร์ สร้างสิ่งของต่างๆ ตั้งแต่แบบร่างไปจนถึงผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยพยายามอย่างต่อเนื่องที่จะผลักดันขอบเขตของสิ่งที่สามารถออกแบบด้วยไม้ได้ ในบทสนทนาที่สร้างสรรค์ซึ่งวัฒนธรรมของแต่ละประเทศและประสบการณ์ส่วนตัวมีบทบาทสำคัญ

ตารางที่ 27 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ มู่ลี่ไม้ (Wooden curtain) ของ อากิโกะ คูวาฮาตะ และ เคน วินเทอร์ (Akiko Kuwahata and Ken Winter)

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อผลงาน (Name)	มู่ลี่ไม้ (Wooden curtain)
นักออกแบบ (Designer)	อากิโกะ คูวาฮาตะ และ เคน วินเทอร์ (Akiko Kuwahata and Ken Winter)
ประเภท (Type)	ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน
แนวคิด (Concept)	มู่ลี่ไม้นี้ ถูกออกแบบมาสำหรับร้านอาหารอินนัว (Inua) ระดับมิชลินสตาร์ในโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ผ้าม่านที่ทำจากแผ่นไม้สามารถแขวนเพื่อลดแสงแดดที่ส่องมาให้อ่อนลงจากหน้าต่าง หรือสามารถใช้เป็นฉากกั้นกึ่งโปร่งใสเพื่อแบ่งพื้นที่ และสร้างบรรยากาศที่ใกล้ชิดยิ่งขึ้น แผ่นไม้ที่พันกันของต้นสนโอเรกอน (Origon Pinr) สร้างเอฟเฟกต์มัวเร (Moiré Effect) ที่เพิ่มความมหัศจรรย์ของโครงสร้างที่ละเอียดอ่อน สง่างาม และการใช้งานได้จริง
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้
โครงร่างเง่า (Silhouette)	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ และ

(Material/ Technique)	การสร้างเอฟเฟกต์มัวเร (Moiré Effect)
เส้น (Lines)	เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง
เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น (Fashion technique)	การสร้างเอฟเฟกต์มัวเร (Moiré Effect) และการจับจีบ (Even pleats)

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

ตารางที่ 28 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ กล่องใส่เครื่องประดับแครระเซิล (Carousel jewelry box) ของ อากิโกะ คูวาฮาตะ และ เคน วินเทอร์ (Akiko Kuwahata and Ken Winter)

ชื่อผลงาน (Name)	โต๊ะกาแฟเฟซ (Facet coffee table)
นักออกแบบ (Designer)	อากิโกะ คูวาฮาตะ และ เคน วินเทอร์ (Akiko Kuwahata and Ken Winter)
ประเภท (Type)	ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน
แนวคิด (Concept)	ความสนใจแบบเดียวกันในเรื่องของการกระทบของแสง เงา และการเคลื่อนไหวนั้นชัดเจนในการออกแบบโต๊ะกาแฟเฟซ "วัตถุสีเดียวกันที่เพิ่มหรือลดระดับความเข้มอ่อนที่สัมผัสกับแสงและเงาเผยให้เห็นช่วงสีที่ไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อแสงกระทบกับอีกมุมไปหามุม" อากิโกะ คูวาฮาตะ และ เคน วินเทอร์ อธิบายในกรณีนี้ว่า "เงาที่เข้มขึ้นเล็กน้อยในทุกมุมที่แสงไม่ตกกระทบ" โต๊ะกระจกรูปไข่ยังมีบทบาทในการ

	ทำงานร่วมกันระหว่างความสว่างและเงาโดยสะท้อนแสงเข้าไปในส่วนด้านในของโต๊ะ ดังนั้นเราจึงได้รับชื่นชมทางชั่วคราวของรังสีแสงบนไม้และความแตกต่างของสีที่ละเอียดอ่อนของแสง
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้
โครงร่างเง่า (Silhouette)	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ และกระจก
เส้น (Lines)	เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง
เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น (Fashion technique)	จับจีบพลีท (Pleats)

ที่มา ขวัญชัย บุญสม

ตารางที่ 29 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบโต๊ะลิ้นชัก Breathe chest of drawer ของ อากิโกะ คูวาฮาตะ และ เคน วินเทอร์ (Akiko Kuwahata and Ken Winter)

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อผลงาน (Name)	โต๊ะลิ้นชัก Breathe chest of drawer
นักออกแบบ (Designer)	อากิโกะ คูวาฮาตะ และ เคน วินเทอร์ (Akiko Kuwahata and Ken Winter)
ประเภท (Type)	ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน

แนวคิด (Concept)	โครงสร้างกระจกทำให้ตู้ลิ้นชักนี้รู้สึกเบา ความสว่างนี้ทำให้นึกถึงบ้านญี่ปุ่นที่มีประตูบานเลื่อนโชจิ (Shoji) เฟอร์นิเจอร์ชิ้นนี้มีรูปลักษณ์ที่ไม่โอ้อวด แต่มีมนต์ขลังในเอฟเฟกต์ เมื่อเปิดหรือปิดลิ้นชักด้านข้างของตู้ แถบทึบแสงที่ตกแต่งแผงกระจกและร่องของลิ้นชักไม้ ซึ่งแถบจะเรียงในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวของแผง จะกระทบกับอีกอันหนึ่งเพื่อสร้างภาพลวงตาของ ความเคลื่อนไหว ด้านข้างยังเผยให้เห็นช่องโปร่งแสงเล็กๆ ที่เชิญชวนให้เล่นกับลิ้นชัก เพื่อให้อากาศและแสงเข้าสู่ใจกลางของชิ้นงาน เหมือนได้หายใจ
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้ และกระจก
โครงร่างเง่า (Silhouette)	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ และการสร้างเอฟเฟกต์มัวเร (Moiré Effect)
เส้น (Lines)	เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึก

(Pattern / Texture)	อบอุ่น เป็นกันเอง
เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น (Fashion technique)	การสร้างเอฟเฟกต์มัวเร (Moiré Effect) และการจับจีบ (Even pleats)

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.5.6.6 การศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของ นอร์ม อาร์คิเทคส์ เมืองโคเปนเฮเกน ประเทศเดนมาร์ก (Norm Architects Copenhagen, Denmark)

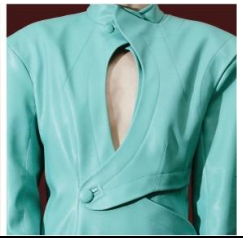
ภาพที่ 21 นอร์ม อาร์คิเทคส์ (Norm Architects)

ที่มา https://www.reformcph.com/de/entdecken/norm-architects

นอร์ม อาร์คิเทคส์ ก่อตั้งขึ้นโดย แคทรีน โกลด์สตีน (Katrine Goldstein) และ โยนาส บีแยร์-โพลเซ่น (Jonas Bjerre-Poulsen) ในปี ค.ศ. 2008 กิจกรรมของสตูดิโอประกอบด้วยโครงการต่างๆ มากมายตั้งแต่การออกแบบเชิงอุตสาหกรรม สถาปัตยกรรม การตกแต่งภายใน และทิศทางที่สร้างสรรค์ สไตล์ของทีมมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างสมดุลที่เหมาะสมระหว่างความฟุ่มเฟือยและความยับยั้งชั่งใจ ความมีระเบียบ และความซับซ้อน แต่ทีมก็ประสบความสำเร็จในการผสมผสานความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ซับซ้อนนี้ ทีมทำงานร่วมกับกลุ่มสีที่ไม่ออกเสียงและวัสดุธรรมชาติ ในขณะที่เส้นสะอาดตากำหนดภาษาภาพที่เกิดจากการมองเห็น เมื่อวัตถุและพื้นที่ว่างถูกถอดออกจากรูปแบบที่เรียบง่าย พื้นผิวที่สวยงามประณีตและคุณภาพสัมผัสของพื้นผิวที่อุดมสมบูรณ์ที่สร้างขึ้นนั้นช่วยเสริมเอฟเฟกต์ที่มีประสิทธิภาพน้อยกว่าแต่มาก (Less is more) แนวทางของสตูดิโอซึ่งอิงจากความเรียบง่ายและแนวความคิดที่ได้รับแรงบันดาลใจจากเซน (Zen) ไม่เพียงแต่ครอบคลุมเท่านั้น แต่ยังสอดคล้องกันอย่างมากในแนวทางปฏิบัติ ทีมนอร์ม อาร์คิเทคส์อธิบาย "การเคารพบริบทของที่และต่อยอดจากประเพณีการออกแบบของสแกนดิเนเวีย - สุนทรียภาพเหนือกาลเวลา วัสดุธรรมชาติ และการรักษาหลักความยับยั้งชั่งใจและการปรับแต่งแบบสมัยใหม่"

ตารางที่ 30 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบเก้าอี้ N-CC01 club chair ของ นอร์ม อาร์คิเทคส์ (Norm Architects for Karimoku, Karimoku Case Study)

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อผลงาน (Name)	เก้าอี้ N-CC01 club chair
นักออกแบบ (Designer)	Norm Architects for Karimoku, Karimoku Case Study
ประเภท (Type)	ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์
แนวคิด (Concept)	ความสบายเป็นแกนหลักของเก้าอี้ N-CC01 club chair การออกแบบนำเสนอความโค้งมนและสัดส่วนที่สมบูรณ์แบบระหว่างเบาะนั่งที่บุนวมอย่างนุ่มนวล พนักพิง และเปลือกไม้ที่ทำด้วยไม้สีอ่อนเพื่อ "การแสดงออกทางสถาปัตยกรรมและงานฝีมือที่

	เฉียบคมยิ่งขึ้น ตามที่ Norm Architects เน้นย้ำ การผสมผสานที่ลงตัวของไม้สีอ่อน รูปทรงที่โค้งมนและเบาะที่นุ่มสบายสร้างความรู้สึกอบอุ่นนักออกแบบแสดงให้เห็นรายละเอียดในส่วนยื่นของเบาะตามแนวส่วนรองรับพนักพิงรูปตัวซี (C shape) ต่อเนื่องไปยังที่วางแขน เป็นทางออกที่ใช้งานได้จริงเพื่อความสะดวกในการเคลื่อนย้ายเก้าอี้ เช่นเดียวกับโครงสร้างเบาของเก้าอี้ซึ่งใช้พื้นที่น้อย
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้ และผ้า
โครงร่างเง่า (Silhouette)	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ และผ้า
เส้น (Lines)	เส้นโค้ง เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง
เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น (Fashion technique)	เส้นโค้งบิดและข้าม (Curve cut twisting and crossing) 

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 31 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบเก้าอี้ N-DC01 dining chair ของ นอร์ม อาร์คิเทคส์ (Norm Architects for Karimoku, Karimoku Case Study)

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อผลงาน (Name)	เก้าอี้ N-DC01 dining chair
นักออกแบบ (Designer)	Norm Architects for Karimoku, Karimoku Case Study
ประเภท (Type)	ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์

แนวคิด (Concept)	เก้าอี้รับประทานอาหารถือกำเนิดขึ้นจากการสำรวจรอบ ๆ โรงงานหลายแห่งของคาริโมกุ (Karimoku) ถูกนำเวิร์กช็อปกับช่างฝีมือ ใช้ชิ้นส่วนที่มีอยู่และปรับปรุงส่วนอื่นๆ จนเกิดการผสมผสานระหว่างสุนทรียศาสตร์การออกแบบของญี่ปุ่นและสแกนดิเนเวีย ผลลัพธ์ที่ได้คือเก้าอี้แบบคลาสสิก มีการออกแบบและองค์ประกอบที่เรียบง่าย แต่ให้ความรู้สึกอบอุ่นและเป็นกันเอง
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้ และเชือกกระดาษ
โครงร่างเง่า (Silhouette)	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ และเชือกกระดาษ
เส้น (Lines)	เส้นโค้ง เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง
เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น (Fashion technique)	การบิด (Twisting) และการคัทเอ้าท์ (Cutout)

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

ตารางที่ 32 แสดงการการวิเคราะห์การออกแบบแสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ Pendant light and floor and table lamp ของ นอร์ม อาร์คิเทคส์ (Norm Architects for Karimoku, Karimoku Case Study)

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อผลงาน (Name)	Pendant light and floor and table lamp
นักออกแบบ (Designer)	Norm Architects for Karimoku, Karimoku Case Study
ประเภท (Type)	ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน
ภาพประกอบ (Photo)	
แนวคิด (Concept)	การออกแบบเพื่อบอกเล่าเรื่องราวถึงความร่วมมือด้านการผลิตระหว่าง Karimoku และ Kojima Shouten Karimoku ซึ่งเป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ชั้นนำในญี่ปุ่น และ Kojima Shouten เป็นผู้ผลิตโคมไฟในเกียวโตอายุกว่า 220 ปี โคมไฟที่มีฐานเป็นไม้และโคมกระดาษวาชิ (Washi paper lamp shade) แทบจะกลายเป็นลูกผสมระหว่างเฟอร์นิเจอร์และโคมไฟ โคมไฟประติมากรรมแต่ใช้งานได้ดีมาก
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้ และกระดาษ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

โครงร่างเง่า (Silhouette)	รูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน และไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้และโคมกระดาษวาชิ (Washi paper lamp shade) วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ และ กระดาษ
เส้น (Lines)	เส้นโค้ง เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง
เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น (Fashion technique)	

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.5.6.7 การศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของ ราสมุส เฟนฮานน์ ประเทศเดนมาร์ก (Rasmus Fenhann, Denmark)

ภาพที่ 22 ราสมุส เฟนฮานน์ ประเทศเดนมาร์ก (Rasmus Fenhann, Denmark)
ที่มา https://svfk.dk/profile/rasmus-fenhann

ราสมุส เฟนฮานน์ เป็นช่างทำตู้ที่ผ่านการฝึกอบรมโดยได้รับรางวัลเหรียญเงินในปี ค.ศ. 1996 และเป็นนักออกแบบเฟอร์นิเจอร์จากสถาบันการออกแบบของเดนมาร์กในปี ในปี ค.ศ.2003 งานออกแบบของ ราสมุส เฟนฮานน์ เน้นทั้งคุณสมบัติทางประติมากรรมและการใช้งาน ทำจากวัสดุที่คัดสรรมาอย่างดีโดยมีไม้เป็นวัสดุหลัก ในกระบวนการทำงาน มีผสมผสานเทคนิคแบบดั้งเดิมและเกือบถูกลืมเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ขั้นสูง แรงบันดาลใจหลักของ ราสมุส เฟนฮานน์ มาจากประเพณีช่างไม้ของญี่ปุ่นและเดนมาร์ก แหล่งที่มาของแรงบันดาลใจที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือรูปแบบของธรรมชาติและพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ ราสมุส เฟนฮานน์ ได้รับรางวัลมากมายจากผลงานของตนเอง และยังมีโอกาสได้รับการจัดแสดงผลงานในประเทศเดนมาร์ก กรุงนิวยอร์ก กรุงปารีส กรุงลอนดอน และอีกมากมาย

ตารางที่ 33 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบ ชั้นวางคุมิโกะ (Kumiko limited edition) ของ ราสมุส เฟนฮานน์ (Rasmus Fenhann)

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อผลงาน (Name)	ชั้นวางคุมิโกะ (Kumiko limited edition)
นักออกแบบ (Designer)	ราสมุส เฟนฮานน์ (Rasmus Fenhann)
ประเภท (Type)	ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน
ภาพประกอบ (Photo)	
แนวคิด (Concept)	ใช้ในการผลิตผนังและประตูโปร่งแสง ชั้นวางคุมิโกะ ของราสมุส เฟนฮานน์ นำเสนอการแยกส่วน ความโปร่งใส อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเทคนิคคุมิโกะ (Kumiko) จะใช้เป็นวัสดุตกแต่งประตูหรือแผง แต่ชั้นวางคุมิโกะ ของราสมุส เฟนฮานน์ นั้นมีได้ออกแบบโครงสร้าง: โดยการสร้างประกบแบบเลื่อนที่ซ่อนไว้อย่างประณีต ราสมุส เฟนฮานน์ ใช้ข้อต่อที่แข็งแรงพอที่จะทำให้ได้โครงสร้างบางและโปร่งใส

สี **(Colors way)**	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้
โครงร่างเง่า **(Silhouette)**	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค **(Material/ Technique)**	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้
เส้น **(Lines)**	เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว **(Pattern / Texture)**	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง
เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น **(Fashion technique)**	งานถักโครเชต์ (Crocheting) งานปักฉลุฉลุ (Laser-Cut Embroidery) และ การจับจีบ (Even pleats)

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

ตารางที่ 34 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบโคมห้อย ฮิคาริ รอมบิก (Hikari rhombic pendant light) ของราสมุส เฟนฮานน์ (Rasmus Fenhann)

หัวข้อ	**รายละเอียด**
ชื่อผลงาน (Name)	โคมห้อย ฮิคาริ รอมบิก (Hikari rhombic pendant light)
นักออกแบบ (Designer)	ราสมุส เฟนฮานน์ (Rasmus Fenhann)
ประเภท (Type)	ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้าน

ภาพประกอบ (Photo)	
แนวคิด (Concept)	โคมห้อย ฮิคาริ รอมบิก จากไม้เอล์ม (Elm) และกระดาษไขโคโซ (Koso) ทำมือของญี่ปุ่น นักออกแบบคิดค้นความกลมกลืนของรูปทรงขนมเปียกปูน สัดส่วนได้มาจากอัตราส่วนทองคำ (Golden ratio) และรูปแบบมีทั้งแบบเรียบง่ายและซับซ้อน โดยมีลักษณะสามมิติที่แข็งแกร่ง
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้ และกระดาษ
โครงร่างเง่า (Silhouette)	รูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน และไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้และโคมกระดาษไขโคโซ (Koso) วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ และ กระดาษ
เส้น (Lines)	เส้นโค้ง
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง
เทคนิคที่สอดคล้องทางการออกแบบแฟชั่น (Fashion technique)	งานถักโครเชต์ (Crocheting) งานปักฉลุฉลุ (Laser-Cut Embroidery) และงานปักเชือก (Rope Embroidery)

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.5.6.8 การศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของงานออกแบบตกแต่งภายในของสคอฟโชฟ เรสซิเด้นซ์ (Skovshoved Residence) ของ เฟรเดอริก อเล็กซานเดอร์ แวร์เนอร์ (Frederik Alexander Werner)

ตารางที่ 35 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบตกแต่งภายใน สคอฟโชฟ เรสซิเด้นซ์ (Skovshoved Residence) ของ เฟรเดอริก อเล็กซานเดอร์ แวร์เนอร์ (Frederik Alexander Werner)

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อผลงาน (Name)	สคอฟโชฟ เรสซิเด้นซ์ (Skovshoved Residence)
นักออกแบบ (Designer)	เฟรเดอริก อเล็กซานเดอร์ แวร์เนอร์ (Frederik Alexander Werner)
ประเภท (Type)	การตกแต่งภายใน
ภาพประกอบ (Photo)	
แนวคิด (Concept)	สคอฟโชฟ เรสซิเด้นซ์ เป็นบ้านสไตส์มินิมอลที่ตั้งอยู่ในเมืองโคเปนเฮเกน ประเทศเดนมาร์ก ออกแบบโดย เฟรเดอริก อเล็กซานเดอร์ แวร์เนอร์ จาก นอร์ม อาร์คิเทคส์ (Norm Architects) นักออกแบบได้สร้างการตกแต่งภายในที่สมดุลซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากสุนทรียศาสตร์ของญี่ปุ่นและตกแต่งด้วยองค์ประกอบนอร์ดิกที่มีคุณภาพอย่างดี ในฐานะนักออกแบบ เฟรเดอริกรู้สึกว่าเกือบจะต้องอยู่ท่ามกลางการสร้างสรรค์ของตัวเขาเอง เพื่อทำความรู้จักกับตัวผลิตภัณฑ์ในทุกๆ ความแตกต่าง ดังนั้นสำหรับบ้านของเจ้าของเอง เฟรเดอริกและ จูลี่ (Julie) คู่หูของเขาจึงเลือก Reform's PROFILE โดย นอร์ม อาร์คิเทคส์ (Norm Architects) ทำจากไม้โอ๊คธรรมชาติ หลังจากการปรากฏตัวของไม้โอ๊คธรรมชาติอย่างแข็งแกร่งในวิลล่าที่สร้างด้วยอิฐในปี

	ค.ศ. 1917 ที่ได้รับการปรับปรุงใหม่ ทั้งคู่ได้รวมห้องครัวเพื่อ “สร้างความสมดุลระหว่างสิ่งที่ผสมผสานและโดดเด่น” องค์ประกอบของห้องครัวถูกรวมเข้าเป็นหนึ่งเดียวกับเฟอร์นิเจอร์และส่วนต่อขยายตามธรรมชาติของพื้นที่
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้ และผนังสีขาว
โครงร่างเง่า (Silhouette)	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้
เส้น (Lines)	เส้นโค้ง เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.5.6.9 การศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของงานออกแบบตกแต่งภายในของ Residence in Taipei by CASE-REAL

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 36 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบตกแต่งภายใน การออกแบบตกแต่งภายใน Residence in Taipei by CASE-REAL

หัวข้อ	**รายละเอียด**
ชื่อผลงาน (Name)	Residence in Taipei
นักออกแบบ (Designer)	CASE-REAL
ประเภท (Type)	การตกแต่งภายใน

ภาพประกอบ (Photo)	
แนวคิด (Concept)	Residence in Taipei เป็นการตกแต่งภายในแบบมินิมอล ที่ตั้งอยู่ในไทเป ประเทศไต้หวัน ออกแบบโดย CASE-REAL พื้นที่นี้รวบรวมความรู้สึกเซนแบบญี่ปุ่นที่เข้ากับความเรียบง่ายของนอร์ดิก เฟอร์นิเจอร์ไม้ธรรมชาติและเน้นสร้างบรรยากาศที่อบอุ่น เสริมด้วยต้นบอนไซที่กระจายอยู่ทั่ว เก้าอี้เลานจ์และม้านั่งของ Pierre Jeanneret ช่วยเสริมความเรียบง่ายของการตกแต่งภายในแบบวาบิ-ซาบิ (Wabi- Sabi)
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้ และผนังสีขาว
โครงร่างเง่า (Silhouette)	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้
เส้น (Lines)	เส้นโค้ง เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.5.6.9 การศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของงานออกแบบตกแต่งภายใน อิซึมิ ชาร์ลอตเตนลันด์ (IZUMI Charlottenlund) ของ แพน-โปรเจค (PAN- PROJECTS)

ตารางที่ 37 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบตกแต่งภายใน อิซูมิ ชาร์ลอตเตนลันด์ (IZUMI Charlottenlund) ของ แพน-โปรเจค (PAN- PROJECTS)

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อผลงาน (Name)	อิซึมิ ชาร์ลอตเตนลันด์ (IZUMI Charlottenlund)
นักออกแบบ (Designer)	แพน-โปรเจค (PAN- PROJECTS)
ประเภท (Type)	การตกแต่งภายใน
ภาพประกอบ (Photo)	
แนวคิด (Concept)	อิซึมิ ชาร์ลอตเตนลันด์ คือการตกแต่งภายในร้านอาหารแบบมินิมอลที่ตั้งอยู่ในเมืองโคเปนเฮเกน ประเทศเดนมาร์ก ออกแบบโดยแพน-โปรเจค อิซึมิ ชาร์ลอตเตนลันด์ เป็นโครงการปรับปรุงภายในสำหรับร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในโคเปนเฮเกน ประเทศเดนมาร์ก อิซึมิเป็นร้านอาหารในเครือที่ให้บริการอาหารญี่ปุ่นสไตล์นอร์ดิกซึ่งมีร้านอาหารหลายแห่งทั่วโคเปนเฮเกน เนื่องจากความจำเป็นในการรีแบรนด์ แพน-โปรเจคจึงได้รับมอบหมายให้ออกแบบเอกลักษณ์เชิงพื้นที่ซึ่งการตกแต่งภายในแสดงออกถึงแนวคิดของร้านอาหาร เพื่อเป็นการตอบสนอง ทีมงานได้แปลแถลงการณ์ของอิซึมิ เกี่ยวกับวัฒนธรรมนอร์ดิกทวีสกับญี่ปุ่น (Nordic twisted Japanese) ซึ่งเป็นประสบการณ์เชิงพื้นที่ ญี่ปุ่นและนอร์ดิกมีประวัติศาสตร์อันยาวนานของปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการออกแบบ มีตัวอย่างมากมายที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมญี่ปุ่น แต่พัฒนาอย่างมีเอกลักษณ์ในดินแดนแห่งนอร์ดิก แพน-โปรเจคออกแบบโดยได้รับแรงบันดาลใจจากกระแสนิยม

	ของนอร์ดิกและญี่ปุ่น ซึ่งสตูดิโอพบว่ามีศักยภาพที่ดีในการนำเสนอแนวคิดของอิซึมิ ในฐานะกลยุทธ์การออกแบบ นักออกแบบได้นำอักขระเชิงพื้นที่ของญี่ปุ่นมาใช้กับบริบทของนอร์ดิก ในขณะเดียวกันก็ปรับเปลี่ยนองค์ประกอบต่างๆ ที่ได้รับอิทธิพลจากนอร์ดิกของญี่ปุ่น โดยมุ่งสร้างมาตรฐานใหม่ของการโต้ตอบการออกแบบระหว่างญี่ปุ่นและนอร์ดิก แผ่นไม้โค้งที่ปิดครัวโชว์อันเป็นเอกลักษณ์ได้รับการพัฒนาตามแนวคิดเพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์ภายในของ อิซึมิระบบโมดูลของแผงนั้นมาจากระบบขนาดไม้แบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น ซึ่งสะท้อนถึงหน่วยโมดูลเชิงพื้นที่ที่มีรากฐานมาจากรูปแบบเสื่อทาทามิของญี่ปุ่น ในทางกลับกัน แผ่นไม้ทำจากไม้โอ๊กอิซึมิ ซึ่งเป็นวัสดุทั่วไปสำหรับงานฝีมือไม้สไตล์นอร์ดิก ยิ่งไปกว่านั้น แผงยังวาดเส้นโค้งเล็กน้อยโดยได้รับแรงบันดาลใจจากเฟอร์นิเจอร์นอร์ดิกแบบไอน้ำ ผลจากการปรับแต่งเหล่านั้นประสบการณ์เชิงพื้นที่ทำให้เกิดการผสมผสานที่ไม่เหมือนใครระหว่างนอร์ดิกและญี่ปุ่น โดยบอกเล่าเรื่องราวของอิซูมิผ่านพื้นที่นักออกแบบมีเป้าหมายที่จะสร้างแนวทางใหม่ในการออกแบบปฏิสัมพันธ์ระหว่างนอร์ดิก และญี่ปุ่น โดยการสำรวจทั้งสองวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้งและแสดงออกด้วยการสัมผัสที่เรียบง่าย
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้ และผนังสีขาว
โครงร่างเง่า (Silhouette)	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้
เส้น (Lines)	เส้นโค้ง เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.5.6.9 การศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของงานออกแบบตกแต่งภายในโปรเจคแอง ของ กรณีศึกษาคาริโมคุ (ÄNG Project by Karimoku Case Study)

ตารางที่ 38 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบตกแต่งภายในโปรเจคแอง ของกรณีศึกษาคาริโมคุ (ÄNG Project by Karimoku Case Study)

หัวข้อ	รายละเอียด
ชื่อผลงาน (Name)	โปรเจคแอง ของ กรณีศึกษาคาริโมคุ (ÄNG Project by Karimoku Case Study)
นักออกแบบ (Designer)	ออกแบบโดยความร่วมมือระหว่าง นอร์ม อาร์คิเทคส์ (Norm Architects) และการออกแบบเคอิจิ อาชิซาวะ (Keiji Ashizawa) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกรณีศึกษาคาริโมคุ
ประเภท (Type)	การตกแต่งภายใน
ภาพประกอบ (Photo)	
แนวคิด (Concept)	ÄNG Project เป็นพื้นที่ขนาดเล็กที่ตั้งอยู่ใน เมือง Tvååker ประเทศสวีเดน ออกแบบโดยความร่วมมือระหว่างนอร์ม อาร์คิเทคส์ และ การออกแบบเคอิจิ อาชิซาวะ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกรณีศึกษาคาริโมคุ คาริโมคุแบรนด์ไลฟ์สไตล์ของญี่ปุ่นนำเสนอกรณีศึกษาที่หก ซึ่งเป็นร้านอาหารสวีเดนที่ได้รับดาวมิชลิน ÄNG ซึ่งเปิดให้บริการอีกครั้งอย่างเป็นทางการในวันที่ 1 กรกฎาคมหลังจากช่วงการปรับปรุงใหม่ นอร์ม อาร์คิเทคส์ ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ของ คาริโมคุ และสถาปนิกชั้นนำสำหรับกรณีศึกษานี้ตั้งอยู่ในเรือนกระจกสมัยใหม่ที่สร้างขึ้นใหม่และใกล้กับไร่องุ่น Ästad ในท้องถิ่น ได้นำแนวคิดการตกแต่งภายในที่ออกแบบเองมาใช้เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เรียบง่ายแต่สวยงามโดดเด่น เน้นหลักการออกแบบสไตล์นอร์ดิกและวัสดุอันเงียบสงบ การตกแต่งภายในแบบสั่งทำพิเศษนี้สำรวจความคล้ายคลึงกันระหว่างการแสดงออกของ

	ญี่ปุ่นและนอร์ดิก
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติ อย่างเนื้อไม้ และผนังสีขาว
โครงร่างเง่า (Silhouette)	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้
เส้น (Lines)	เส้นโค้ง เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

2.5.6.9 การศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบของงานออกแบบตกแต่งภายใน อิซูมิ ชาร์ลอตเตนลันด์ (IZUMI Charlottenlund) ของ แพน-โปรเจค (PAN- PROJECTS)

ตารางที่ 39 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะจำเพาะและองค์ประกอบทางการออกแบบตกแต่งภายใน อิซูมิ ชาร์ลอตเตนลันด์ (IZUMI Charlottenlund) ของ แพน-โปรเจค (PAN- PROJECTS)

หัวข้อ	**รายละเอียด**
ชื่อผลงาน (Name)	โปรเจค เอ็น (N Project)
นักออกแบบ (Designer)	คัทย่า ตอลสติค (Katia Tolstykh)
ประเภท (Type)	การตกแต่งภายใน

ภาพประกอบ (Photo)	
แนวคิด (Concept)	N Project เป็นพื้นที่สไตล์มินิมอลที่ตั้งอยู่ในเซนต์ปีเตอร์สเบิร์ก ประเทศรัสเซีย ออกแบบโดย Katia Tolstykh ภารกิจหลักคือการสร้างพื้นที่ใช้งานและแสดงออกด้วยวัสดุและสีจากธรรมชาติ รวมถึงรูปทรงเรขาคณิตที่เคร่งครัดแต่มีไดนามิก โดยได้แรงบันดาลใจจากสุนทรียศาสตร์ของความเรียบง่ายแบบสแกนดิเนเวียและญี่ปุ่น นักออกแบบได้ปรับพื้นที่ให้เรียบง่ายขึ้น โดยผสมผสานระหว่างโถงทางเดิน ห้องครัว บาร์ บันได พื้นที่รับประทานอาหาร และพื้นที่นั่งเล่น
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้ และผนังสีขาว
โครงร่างเง่า (Silhouette)	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้
เส้น (Lines)	เส้นโค้ง เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 40 แสดงตารางสรุปองค์ประกอบจากการศึกษางานออกแบบที่ใช้แนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก

หัวข้อ	รายละเอียด
ประเภท (Type)	สถาปัตยกรรมประเภทที่อยู่อาศัย, การตกแต่งภายใน และtผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์
แนวคิด (Concept)	การออกแบบข้ามวัฒนธรรมของชาวนอร์ดิกและผสมผสานกับงานฝีมือของญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม ผลลัพธ์ที่ได้คือการสร้างนิยามใหม่ให้กับความเรียบง่ายแบบสมัยใหม่ ความเรียบง่าย ประโยชน์ใช้สอย และความใส่ใจในรายละเอียด และตอบสนองต่อรูปแบบกรรมวิธีแบบดั้งเดิม แต่มีความเชื่อมโยงโดยตรงที่ทันสมัยนี้สร้างความสมดุลระหว่างความรู้สึกร่วมสมัยกับเส้นสายที่เป็นธรรมชาติ แต่ยังเชื่อมโยงเชิงสัญลักษณ์ในแง่ของการใช้วัสดุและสีจากตัววัสดุอีกด้วย
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติอย่างเนื้อไม้ ผนังสีขาว และกระจก
โครงร่างเง่า (Silhouette)	ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) และรูปทรงเรขาคณิต (Geometric form) เป็นรูปทรงที่เรียบง่าย ชัดเจน ไม่ซับซ้อน
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ และการสร้างเอฟเฟกต์มัวเร (Moiré Effect)
เส้น (Lines)	เส้นโค้ง เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

บทที่ 3
วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อความยั่งยืน เป็นการวิจัยและพัฒนาโดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกาย (2) เพื่อหาแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คนรุ่นมิลเลนเนียล (Millennials) หรือ เจนวาย (Gen Y) (3) เพื่อหาแนวทางการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรี โดยใช้แนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 4 ระยะดังนี้

กระบวนการวิจัยส่วนที่ 1 การศึกษาวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
กระบวนการวิจัยส่วนที่ 2 การพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์
กระบวนการวิจัยส่วนที่ 3 การเก็บข้อมูลผู้บริโภค
กระบวนการวิจัยส่วนที่ 4 การสรุปแนวทางการออกแบบ
กระบวนการวิจัยส่วนที่ 5 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบและสรุปผลการวิจัย

กระบวนการวิจัยส่วนที่ 1 การศึกษาวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความวิชาการ ตำรา และงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง จากนั้นทำการวิเคราะห์สาระสำคัญในแต่ละประเด็น เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นแนวทางในการสร้างนวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อความยั่งยืน ซึ่งมีการศึกษาข้อมูลตามองค์ประกอบที่ได้กำหนดไว้ ดังนี้

3.1.1 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับพืชเส้นใย ได้แก่ ความหมายของเส้นใย, ประเภทของเส้นใย, สมบัติของเส้นใยที่มีผลต่อสมบัติผ้า, ความหมายของพืชเส้นใย, การแบ่งประเภทของพืชเส้นใย, ทั่วไปของเส้นใยจากพืช, แนวโน้มและสถานการณ์การบริโภคพืชเส้นใย, การพัฒนาเส้นด้ายจากพืชเส้นใยในประเทศไทย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.2 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแนวคิดเกี่ยวกับเฮมพ์ และเส้นใยเฮมพ์ ได้แก่

ประวัติการปลูกเฮมพ์ในประเทศไทย, ลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของเฮมพ์, ความแตกต่างระหว่างเฮมพ์และกัญชา, ประโยชน์ที่ได้จากเฮมพ์, กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเฮมพ์, การส่งเสริมการปลูกเฮมพ์เป็นพืชเศรษฐกิจ, แนวโน้มกระแสนิยมการบริโภคเฮมพ์ในประเทศไทย, องค์ความรู้ภูมิปัญญางานหัตถกรรมเส้นใยเฮมพ์, การพัฒนาเส้นใยเฮมพ์เชิงอุตสาหกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.3 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแนวคิดเกี่ยวกับงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่ ความหมายของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์, ประเภทของของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.4 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ที่มาของกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม, ลักษณะทางพฤกษศาสตร์ของเฮมพ์, รูปแบบพฤติกรรมของกลุ่มคนในเจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) และ เจนเนอเรชั่นซี (Gen Z), ข้อบ่งชี้และลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.5 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม และทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก ได้แก่ ความหมายของทุนวัฒนธรรม, ความหมายของอัตลักษณ์, ประเภทของอัตลักษณ์, ทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก, รูปแบบของงานออกแบบจากแนวคิดเจแปนนอร์ดิก และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการวิจัยส่วนที่ 2 การพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์

จากการศึกษาแนวคิดพืชเส้นใยและเฮมพ์ ผู้วิจัยพัฒนาแนวทางของงานวิจัยด้วยวิธีแบบงานหัตถกรรม คือ การสร้างเส้นด้ายด้วยวิธีการแบบภูมิปัญญาดั้งเดิมด้วยงานหัตกรรมและงานฝีมือ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในกระบวนการผลิตผ้าทอใยเฮมพ์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาวม่าง งานผ้าใยกัญชง กลุ่มชาติพันธุ์ม้ง บ้านแม่สาน้อย ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ กระบวนการจัดการพืชเส้นใยเฮมพ์ และวิธีการเตรียมเส้นใยเฮมพ์จนถึงการทอ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ในงานวิจัยในครั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า เส้นใยเฮมพ์ และผืนผ้าเฮมพ์ทอมือของชาวบ้าน 100 เปอร์เซ็นต์ ส่วนใหญ่มีผิวสัมผัสที่กระด้างหยาบ การหาแนวทางการใช้เส้นใยชนิดอื่นทอร่วมเพื่อให้คุณสมบัติเหมาะแก่การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายที่ต่างออกไปจากเดิมจากที่เป็นอยู่นั้น เพื่อให้ได้สิ่งทอที่มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ทั้งผิวสัมผัสเนื้อผ้า รูปลักษณ์ เหมาะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย เพื่อให้ได้เส้นด้ายเกิดความเหมาะสมที่สำหรับนำไปพัฒนาเป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่น และสร้างอัตลักษณ์ของการทอผสมจนเกิดเป็นวัสดุใหม่ ๆ โดนมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ครูภูมิปัญญา การลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อสำรวจและเก็บข้อมูลเทคนิคกรรมวิธีการพัฒนาเส้นใยสิ่งทอจากเฮมพ์

ขั้นที่ 2 การเตรียมวัตถุดิบ และการทดลองการหาเทคนิคการทอจากเส้นใยเฮมพ์ด้วยการทอร่วมกับเส้นด้ายฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 เส้นไหมหลืบ หรือไหมเปลือกแบบหัตถกรรม เส้นด้ายขนแกะแบบหัตถกรรม และเส้นด้ายฝ้ายปั่นแบบอุตสาหกรรม การทดลองหาเทคนิค พื้นผิวสัมผัส น้ำหนัก และรูปลักษณ์ ที่เหมาะสมกับเครื่องแต่งกายแฟชั่น

ขั้นที่ 3 การเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านความเหมาะสมของสิ่งทอตัวอย่างภายหลังจากได้เส้นด้ายแล้วจึงนำไปผลิตเป็นสิ่งทอตัวอย่างทั้งสองการทดลอง จากนั้นนำสิ่งทอตัวอย่างให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตผลิตภัณฑ์แฟชั่นไฟล์สไตล์, ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสิ่งทอ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความเหมาะสม (Rating scales) ของการนำสิ่งทอตัวอย่างกับผลิตเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นไฟล์สไตล์จากนั้นวิเคราะห์ผลและนำผลที่ได้เลือกแนวโน้มที่เหมาะสมนำไปเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอในลำดับต่อไป

เกณฑ์ในการประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) 5 อันดับ ซึ่งมีตัวเลือก 5 ระดับ คือ 1, 2, 3, 4, และ 5 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

4.50 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3.50 – 4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.50 – 3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

1.50 – 2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

1.00 – 1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

กระบวนการวิจัยส่วนที่ 3 การเก็บข้อมูลผู้บริโภค

ส่วนหนึ่งของกระบวนการในงานวิจัยนี้เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับหาแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คนรุ่นมิลเลนเนียล (Millennials) หรือ เจนวาย (Gen Y) การหาแนวทางการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรี โดยใช้แนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิกที่สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากร

3.3.1 กำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากร ซึ่งประกอบด้วย

3.3.1.1 กลุ่มประชากรคนเมือง เจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) อายุ 23 - 35 ปี เพศหญิง

3.3.1.2 อาศัยอยู่ในบริเวณกรุงเทพมหานครไม่ต่ำกว่า 5 ปี

3.3.2 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย

3.3.2.1 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มประชากรคนเมือง เจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กำหนดให้มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 56 คน โดย **เกณฑ์การคัดเข้า** ในการตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย

- ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มประชากรคนเมือง เจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) อายุ 22 - 42 ปี เพศหญิง
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสมัครใจและยินดีในการทำแบบสอบถาม
- ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามจำนวนข้อคำถาม

และ **เกณฑ์ในการคัดออก** ประกอบด้วย

- ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด
- ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลไม่ครบถ้วนตามจำนวนข้อคำถาม
- ข้อมูลคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามไม่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้

3.3.3 วิธีการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

การศึกษาความต้องการของกลุ่มประชากรคนเมือง เจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) อายุ 23-35 ปี เพศหญิง อาศัยอยู่ในบริเวณกรุงเทพมหานครไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 56 คน โดยใช้แบบสอบถามบนช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว เพื่อเชิญชวนกลุ่มตัวอย่างประชากรตามเกณฑ์การคัดเลือกร่วมตอบแบบสอบถามออนไลน์ เมื่อได้จำนวนการตอบแบบสอบถามครบแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากทั้งสองวิธีมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติและการวิเคราะห์เนื้อหา แล้วจึงสรุปผลในรูปแบบความเรียงและข้อมูลทางสถิติ

ทั้งนี้ วิธีการพิทักษ์สิทธิ ป้องกันความเสี่ยง และรักษาความลับของกลุ่มตัวอย่าง/ผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล เป็นเพียงการรายงานผลการวิจัยในภาพรวม ผู้ที่มีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูลจะมีเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้และคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

เท่านั้น ในกรณีที่ผู้ถูกสัมภาษณ์รู้สึกอึดอัดหรือไม่สบายใจกับบางคำถาม สามารถไม่ตอบคำถามนั้นได้ รวมถึงมีสิทธิ์ถอนตัวโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และการไม่เข้าร่วมวิจัยหรือถอนตัวออกจากโครงการวิจัยนี้ จะไม่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยแต่อย่างใด

3.3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติต่าง ๆ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปช่วยในการวิจัย ครั้งนี้สถิติที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วย

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage)

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนคำตอบทั้งหมด } \mathbf{x}\ 100}{\text{จำนวนของผู้ตอบ}}$$

2. ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) หมายถึง ค่าที่ได้จากผลรวมของข้อมูลทั้งหมด หารด้วยจำนวนข้อมูลทั้งหมด โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\overline{\mathrm{X}} = \frac{\Sigma \mathrm{x}}{\mathrm{N}}$$

เมื่อ	$\overline{\mathrm{X}}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต
	$\Sigma \mathrm{x}$	หมายถึง	ผลรวมของตัวเลขทั้งหมด
	N	หมายถึง	จำนวนข้อมูลทั้งหมด

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) คือ ค่าเฉลี่ยของความแตกต่างของข้อมูลกับค่าเฉลี่ยของข้อมูลชุดนั้น โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\text{S.D.} = \sqrt{\frac{\Sigma(\mathrm{X} - \bar{\mathrm{X}})^2}{\mathrm{N}-1}}$$

เมื่อ	S.D.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$(\mathrm{X} - \overline{\mathrm{X}})$	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนของข้อมูลจากค่าเฉลี่ย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

N หมายถึง จำนวนข้อมูลทั้งหมด

เกณฑ์ในการประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scales) 5 อันดับ ซึ่งมีตัวเลือก 5 ระดับ คือ 1, 2, 3, 4, และ 5 โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

4.50 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3.50 – 4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.50 – 3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

1.50 – 2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

1.00 – 1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

กระบวนการวิจัยส่วนที่ 4 การสรุปแนวทางการออกแบบ

การสรุปนวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อความยั่งยืน จากกระบวนของการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งการการทดลองการหาเทคนิคการทอจากเส้นใยเฮมพ์ ได้ทำการสรุปวิเคราะห์ข้อมูลและการทดลองจากส่วนต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยมีกระบวนการ ดังนี้

3.4.1. สรุปแนวทางการออกแบบจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพืชเส้นใย (2) แนวคิดเกี่ยวกับเฮมพ์ และเส้นใยเฮมพ์ (3) แนวคิดเกี่ยวกับงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ (4) แนวคิดเกี่ยวกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (5) แนวคิดเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม และทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก และ (6) แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบอย่างยั่งยืน เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการออกแบบซึ่งประกอบไปด้วย แนวคิด เทคนิค สี วิธีการ โครงร่างเงา และรายละเอียดการตกแต่ง เพื่อใช้ในการออกแบบ

3.4.2 สรุปแนวทางการออกแบบจากการทดลองการหาเทคนิคการทอจากเส้นใยเฮมพ์ ด้วยการทอร่วมกับเส้นด้ายฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 เส้นไหมหลืบ หรือไหมเปลือกแบบหัตถกรรม เส้นด้ายขนแกะแบบหัตถกรรม และเส้นด้ายฝ้ายปั่นแบบอุตสาหกรรม การทดลองหาเทคนิค พื้นผิวสัมผัส น้ำหนัก และรูปลักษณ์ ที่เหมาะสมกับเครื่องแต่งกายแฟชั่น

3.4.3 สรุปแนวทางการออกแบบจากเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองหลวงของประเทศไทย (กรุงเทพมหานคร) เพื่อศึกษาบุคลิกภาพ การดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า และความชื่นชอบส่วน ตลอดจนความสนใจเกี่ยวกับงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3.4.4 สรุปแนวทางการออกแบบแนวคิดและการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรี
โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบของการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรี เพื่อนำข้อมูลที่มาเป็นแนวทางในการออกแบบ และการศึกษาตราสินค้าคู่แข่งด้วยหลักการ 7P’sและ SWOT Analysis ทั้งนี้เพื่อหาตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีที่เหมาะสมกับตลาดประเทศไทย

กระบวนการวิจัยส่วนที่ 5 การพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ และสรุปผลการวิจัย

เมื่อมีการศึกษาข้อมูลและและวิเคราะห์ข้อมูลจากคำตอบที่ได้จากการศึกษาวรรณกรรม การและสำรวจด้วยเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบและสร้างสรรค์เป็นสินค้าแฟชั่นที่ตรงต่อความต้องการของตลาดและกลุ่มผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงได้มีการสรุปข้อมูลเพื่อใช้เป็นโจทย์ในการออกแบบรวมทั้งกำหนดขอบเขตของงาน (Design Brief) และมีการออกแบบรวมถึงทดลองผลิตตัดเย็บผลงานต้นแบบคอลเล็กชั่น (Prototype Design) ตามแนวทางการออกแบบที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งทั้งนี้ผู้วิจัยได้มีวิธีการในการดำเนินการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ (Prototype) โดยมีมีการดำเนินการวิจัย 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

3.5.1 ทดลองสร้างสรรค์สิ่งทอจากเฮมพ์ ที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของงานวิจัย

3.5.2 ศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มกระแสแฟชั่นฤดูกาลฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาวประจำปี ค.ศ.2023-2024 และใช้ประกอบแนวคิดในการออกแบบ สร้างแนวโน้มกระแสแฟชั่นใหม่ (New Trend) และแรงบันดาลใจที่ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานที่เหมาะสมกับต้นแบบจากงานวิจัยเพื่ออ้างอิงและผสมผสานการออกแบบให้ตรงต่อความต้องการและกระแสของโลกในปัจจุบัน

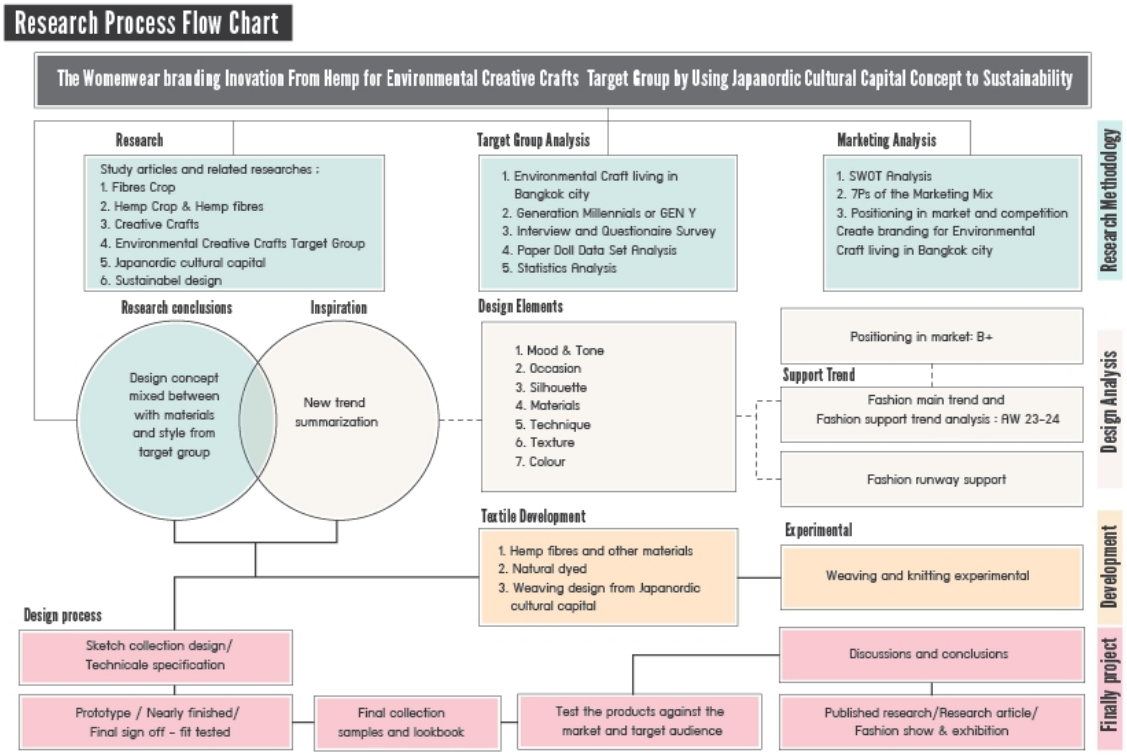
3.5.3 ร่างแบบผลงานสร้างสรรค์ ตรวจสอบเพื่อคัดเลือกภาพร่างที่เหมาะสมที่สุดโดยอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

3.5.4 ทดลองสร้างสรรค์คอลเลคชันต้นแบบจากวัสดุจำลอง หรือใกล้เคียง เพื่อหาข้อบกพร่องและนำมาปรับปรุงแก้ไข

3.5.5 การตัดเย็บชิ้นงานจริงและผลิตเป็นผลงานต้นแบบด้วยผ้าจริงที่เสร็จสมบูรณ์

ขั้นที่ 2 การสรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

การสรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ภายหลังจากการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบและจัดนิทรรศกาลแสดงผลงานต้นแบบจริงของคอลเลกชั่นสู่สาธารณะชนสู่สาธารณชน



ภาพที่ 23 แสดงแผนภูมิแสดงกระบวนการวิจัย

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 4
การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิกเพื่อความยั่งยืน เป็นการวิจัยและพัฒนาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อหาแนวทางการออกแบบพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ เพื่อนำมาใช้ในการออกเครื่องแต่งกายแฟชั่น (2) เพื่อหาแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คนรุ่นมิลเลนเนียล (Millennials) หรือ เจนวาย (Gen Y) (3) เพื่อหาแนวทางการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรี โดยใช้แนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิกผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์

4.1.1 การวิเคราะห์กระบวนการพัฒนาเป็นสิ่งทอจากเฮมพ์

4.1.2 การวิเคราะห์การทดลองการหาเทคนิคการทอจากเส้นใยเฮมพ์

4.1.3 การวิเคราะห์ผลการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์จากการทดลอง

4.1.4 การวิเคราะห์ผลแนวทางการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์จากผู้เชี่ยวชาญ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภค และแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค

4.2.2 การวิเคราะห์บุคลิกภาพการแต่งกายของผู้บริโภคด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวคิดการออกแบบ

4.3.1 สรุปการวิเคราะห์องค์ประกอบการออกแบบจากแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล 7P's และ SWOT ของตราสินค้าคู่แข่ง

4.3.1 ตราสินค้า จิล แซนเดอร์ (Jil Sander)

4.3.2 ตราสินค้า ฌักมูส (Jacquemus)

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ตราสินค้าของผู้วิจัยทางการตลาด

4.5.1 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าของงานวิจัย ด้วยหลักการส่วนผสมทางการตลาด 7P's

5.2 4.5.2 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าของงานวิจัย ด้วยหลักการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์

จากการค้นคว้าและการรวบรวมข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ข้อมูลสิ่งทอจากเฮมพ์ในปัจจุบัน โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางแฟชั่น ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาสิ่งทอธรรมชาติ และครูภูมิปัญญา เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในส่วนของการสร้างสรรค์สิ่งทอจากเฮมพ์ โดยมีข้อมูลดังนี้

4.1.1 การวิเคราะห์กระบวนการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์

จากการศึกษาแนวคิดพืชเส้นใยและเฮมพ์ ผู้วิจัยพัฒนาแนวทางของงานวิจัยด้วยวิธีแบบงานหัตถกรรม คือ การสร้างเส้นด้ายด้วยวิธีการแบบภูมิปัญญาดั้งเดิมด้วยงานหัตกรรมและงานฝีมือ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในกระบวนการผลิตผ้าทอใยเฮมพ์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาวม่าง งานผ้าใยกัญชง กลุ่มชาติพันธุ์ม้ง บ้านแม่สาน้อย ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ กระบวนการจัดการพืชเส้นใยเฮมพ์ และวิธีการเตรียมเส้นใยเฮมพ์จนถึงการทอ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ในงานวิจัยในครั้งนี้

จากการศึกษาพบว่า เส้นใยเฮมพ์ และผืนผ้าเฮมพ์ทอมือของชาวบ้าน 100 เปอร์เซ็นต์ ส่วนใหญ่มีผิวสัมผัสที่กระด้างหยาบ การหาแนวทางการใช้เส้นใยชนิดอื่นทอร่วมเพื่อให้คุณสมบัติเหมาะแก่การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายที่ต่างออกไปจากเดิมจากที่เป็นอยู่นั้น ผู้วิจัยได้ใช้เส้นด้ายชนิดอื่น ได้แก่ เส้นด้ายฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 เส้นไหมหลีบ หรือไหมเปลือกแบบหัตถกรรม เส้นด้ายขนแกะแบบหัตถกรรม และเส้นด้ายฝ้ายปั่นแบบอุตสาหกรรม

เป็นส่วนประกอบด้ายพุ่งเพื่อให้ได้สิ่งทอที่มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ทั้งผิวสัมผัส เนื้อผ้า รูปลักษณ์ เหมาะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย เพื่อให้ได้เส้นด้ายเกิดความเหมาะสมที่สำหรับนำไปพัฒนาเป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่น และสร้างอัตลักษณ์ของการทอผสมจนเกิดเป็นวัสดุใหม่ ๆ จากนั้นผลิตเป็นต้นแบบสิ่งทอ จากนั้นนำต้นแบบสิ่งทอนั้นวิเคราะห์ความเหมาะสมและความพึงพอใจที่มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้ในการผลิตเครื่องแต่งกายแฟชั่น และจากผู้เชี่ยวชาญในลำดับต่อไป

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจแหล่งวัตถุดิบ กระบวนการจัดการพืชเส้นใยเฮมพ์ และวิธีการเตรียมเส้นใยเฮมพ์จนถึงการทอ จากองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในกระบวนการผลิตผ้าทอใยกัญชง ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาวม่าง งานผ้าใยกัญชง กลุ่มชาติพันธุ์ม้ง บ้านแม่สาน้อย ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ขั้นตอนการผลิตมีดังนี้

(1) ตัดลำต้นกัญชงแล้วนำมามัดรวมกันเป็นกำ ตากแดดให้แห้งประมาณ 1-2 สัปดาห์

(2) ลอกเปลือกเป็นเส้นเล็กให้ได้ขนาดใกล้เคียงกันออกจากลำต้นที่ผ่านการตากแห้งมาเรียบร้อยแล้ว

(3) นำเปลือกที่ลอกออกจากแต่ละต้นมามัดรวมกันเป็นมัดใหญ่

(4) นำไปตำให้นิ่มในครก จนได้เส้นที่นิ่ม เพื่อทำให้เส้นอ่อนนุ่มและง่ายต่อการต่อเส้น

(5) นำเส้นใยที่ตำเสร็จแล้วนำมาต่อกันเป็นเส้นยาว โดยการขยี้ปลายเส้นใยทั้งสองเส้น ให้เส้นใยแยกออกจากกัน นำเอาเส้นใยที่แยกออกจากกันจากปลายของทั้งสองสองเส้นมาทาบติดกัน แล้วใช้มือริ้วให้เป็นเส้นเดียวกันโดยไม่มีปม

(6) นำเส้นใยที่พันไว้เป็นก้อนมาปั่นให้เป็นเกลียวกลมแล้วเข้าหลอดกรอ

(7) นำไปวนรอบไม้กากบาท เพื่อกำหนดความกว้างและความยาวของผ้าที่จะทอและตากเส้นให้แห้งแล้วมัดรวมกัน และทำเป็นไจ

(8) นำไปต้มกับน้ำขี้เถ้าเพื่อฟอกให้ขาว โดยให้เปลือกนอกใยกัญชงหลุดออกได้ง่าย

(9) นวดเส้นให้แบนและนุ่ม เมื่อรีดจนนิ่มแล้วนำไปวนรอบไม้กากบาทเพื่อตากลมให้แห้ง สำหรับนำไปทอต่อไป

ภาพที่ 24 แสดงกระบวนการจัดการพืชเส้นใยเฮมพ์ เพื่อใช้สำหรับทอ
ที่มา: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาวม่าง งานผ้าใยกัญชง กลุ่มชาติพันธุ์ม้ง, 2565

จากการศึกษาแต่ละกระบวนการขั้นตอนการทำเส้นใยแบบดั้งเดิม พบว่ามีเส้นใยเฮมพ์ด้วยกันทั้งหมด 4 รูปแบบ และจนมาถึงขั้นตอนการทอจนได้ผ้าทอจากเส้นด้ายกัญชง โดยมีลักษณะดังตารางที่ 40

ตารางที่ 41 แสดงลักษณะเส้นใยเฮมพ์ที่ได้จากแต่ละกระบวนการการเตรียมวัตถุดิบเส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรม

รูปแบบ	ภาพประกอบ	เส้นใยเฮมพ์	ลักษณะ
1		เส้นใยเฮมพ์ดิบ หลังจากลอกออกจากลำต้น	มีลักษณะเรียบแบน แข็ง และหยาบ สีของเส้นใยยังเป็นสีเขียวปนน้ำตาล

2		เส้นใยเฮมพ์ดิบ หลังจากตำเสร็จ	มีลักษณะหยิกงอ นิ่มขึ้น สีของเส้นใยยังเป็นสีน้ำตาลเหลืองปนเหลือง
3		เส้นใยเฮมพ์ดิบ ปั่นเกลียว กลม	มีลักษณะปั่นเกลียวกลม แข็ง สีของเส้นด้ายยังเป็นสีน้ำตาลปนเขียว
4		เส้นใยเฮมพ์ต้มสุก	มีลักษณะเป็นเกลียวแบน นิ่มขึ้น สีของเส้นด้ายยังเป็นขาวนวลอมน้ำตาลอ่อนๆ

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

4.1.2 การวิเคราะห์การทดลองการหาเทคนิคการทอจากเส้นใยเฮมพ์

ผู้วิจัยทดลองทอเส้นใยเฮมพ์ด้วยแบบหัตถกรรมในการทอ โดยใช้กี่ทอมือ แบ่งการทดลองทอเป็น 2 แบบ ดังนี้ตารางที่ 41

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 42 แสดงการแบ่งการทดลองทอสิ่งทอจากเฮมพ์ ทั้งสองแบบ 2 แบบ

รูปแบบการทอ	แบบที่ 1 (การทอแบบ 2 ตะกอ)	แบบที่ 2 (การทอแบบ 4 ตะกอ)
เส้นด้ายยืน	เส้นด้ายฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2	เฮมพ์ต้มสุก รูปแบบที่ 4
เส้นด้ายพุ่ง	เฮมพ์ดิบ รูปแบบที่ 2	เส้นด้ายฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2
	เฮมพ์ดิบ รูปแบบที่ 3	เส้นไหมหลีบ หรือไหมเปลือกแบบหัตถกรรม
	เฮมพ์ต้มสุก รูปแบบที่ 4	เส้นด้ายขนแกะแบบหัตถกรรม
		เส้นด้ายฝ้ายปั่นแบบอุตสาหกรรม

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

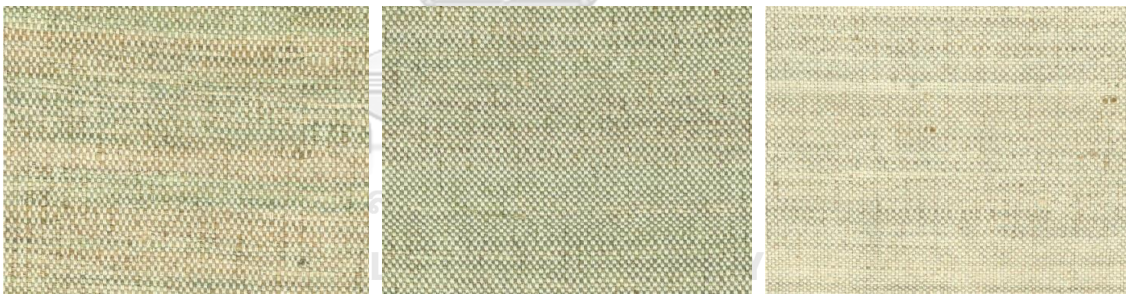
จากตารางที่ 2 ดังสรุปได้ดังนี้

แบบที่ 1 โดยกำหนดเส้นฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 เป็นเส้นด้ายยืน และเส้นใยเฮมพ์เป็นวัตถุดิบหลัก รูปแบบที่ 2 รูปแบบที่ 3 และรูปแบบที่ 4 เป็นเส้นด้ายพุ่ง ตามจำนวนเส้นด้ายยืนที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้ลักษณะผ้าทอที่ต่างกัน การร้อยเส้นด้ายยืนแบบจำนวน 2 เส้น การทอแบบ 2 ตะกอ

แบบที่ 2 โดยกำหนดเส้นใยเฮมพ์ต้มสุกเป็นวัตถุดิบหลักเป็นเส้นด้ายยืน และเส้นด้ายอื่นทั้ง 4 ชนิดเป็นเส้นด้ายพุ่ง ตามจำนวนเส้นด้ายยืนที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้ลักษณะผ้าทอที่ต่างกัน การร้อยเส้นด้ายยืนแบบจำนวน 1 เส้น การทอแบบ 4 ตะกอ

4.1.3 การวิเคราะห์ผลการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์จากการทดลอง

4.1.3.1 ผลการทดลองทอแบบที่ 1 โดยกำหนดเส้นฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 ชนิดอื่นเป็นเส้นด้ายยืน และเส้นใยเฮมพ์เป็นวัตถุดิบหลัก รูปแบบที่ 2 รูปแบบที่ 3 และรูปแบบที่ 4 เป็นเส้นด้ายพุ่ง ตามจำนวนเส้นด้ายยืนที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้ลักษณะผ้าทอที่ต่างกัน การร้อยเส้นด้ายยืนแบบจำนวน 2 เส้น การทอแบบ 2 ตะกอ ลายขัดมาตรฐาน ดังนี้



ก. ข. ค.

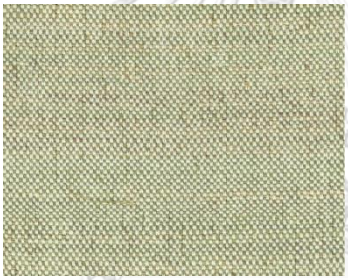
ภาพที่ 25 แสดงภาพการทอแบบเส้นด้ายยืน ฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้น ก. ด้ายพุ่งเฮมพ์ดิบ รูปแบบที่ 2 ข. ด้ายพุ่งเฮมพ์ดิบ รูปแบบที่ 3 และ ค.ด้ายพุ่งเฮมพ์ต้มสุก รูปแบบที่ 4

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จากการทดลอง พบว่า กระบวนการทอเส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรมทั้ง 3 รูปแบบ เป็นการทอด้วยกี่ทอมือแบบ 2 ตะกอในการทอจะได้สิ่งทอที่มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามเส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรมทั้ง 3 รูปแบบ ทั้งนี้เป็นการทอแบบลายขัด เหมาะสำหรับการนำไปใช้

ประโยชน์ได้หลากหลายแล้วนำไปทำการวิเคราะห์ลักษณะและแนวทางการการนำไปใช้ ดังตารางที่ 42

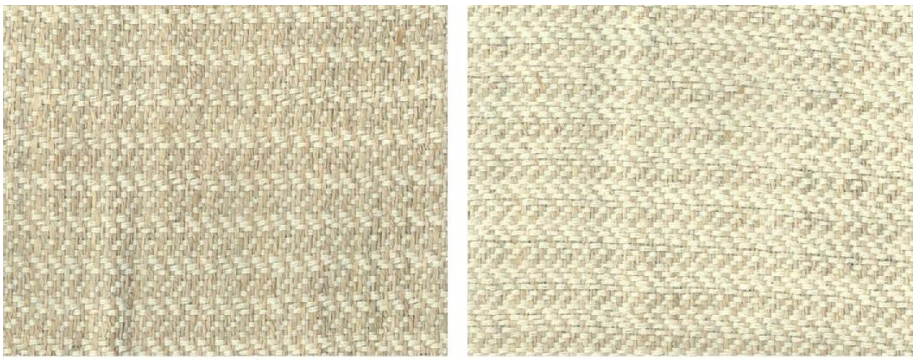
ตารางที่ 43 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยของชิ้นผ้าที่ทอด้วยกี่ทอมือ 2 ตะกอ ลายขัดมาตรฐาน

ชิ้นผ้าที่ทอแบบหัตถกรรมด้วยกี่ทอมือ 2 ตะกอ ลายขัดมาตรฐาน			
ชิ้นผ้า	**ภาพประกอบ**	**ลักษณะ**	**การนำไปใช้**
(1) การทอแบบเส้นด้ายยืน ฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้นด้ายพุ่งเฮมพ์ดิบ รูปแบบที่ 2 จำนวน 1 เส้น		- ผืนผ้าไม่มีลักษณะพองฟูเนื้อผ้าหยาบ - ผืนผ้าไม่มีความยืดหยุ่น มีความกระด้างมาก	- การนำผ้าทอไปใช้กับผลิตภัณฑ์ เครื่องประกอบการแต่งกายและเคหะสิ่งทอประเภทต่าง ๆ
(2) การทอแบบเส้นด้ายยืน ฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้นพุ่งด้วยเส้นใยเฮมพ์ดิบ ปั่นเกลียว รูปแบบที่ 3 จำนวน 1 เส้น		- ผืนผ้าไม่มีลักษณะพองฟูเนื้อผ้าหยาบ - ผืนผ้าไม่มีความยืดหยุ่น มีความกระด้างมาก	- การนำผ้าทอไปใช้กับผลิตภัณฑ์ เครื่องประกอบการแต่งกายและเคหะสิ่งทอประเภทต่าง ๆ
(3) การทอแบบเส้นด้ายยืน ฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้นด้ายพุ่งด้วยเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก รูปแบบที่ 4 จำนวน 1 เส้น		- ผืนผ้ามีลักษณะพองฟูเล็กน้อย เนื้อผ้าไม่หยาบมาก - ผืนผ้ามีความยืดหยุ่น มีความกระด้างเล็กน้อย	- การนำผ้าทอไปใช้กับผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม เครื่องประกอบการแต่งกาย และเคหะสิ่งทอประเภทต่าง ๆ

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

4.1.3.2 ผลการทดลองทอแบบที่ 2 โดยกำหนดให้เส้นใยเฮมพ์ต้มสุกเป็นวัตถุดิบหลักเป็นเส้นยืน และเส้นใยอื่นทั้ง 4 ชนิดเป็นเส้นพุ่ง ได้แก่ เส้นฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 เส้นไหมหลืบ หรือไหมเปลือกแบบหัตถกรรม เส้นใยขนแกะแบบหัตถกรรม และเส้นฝ้าย

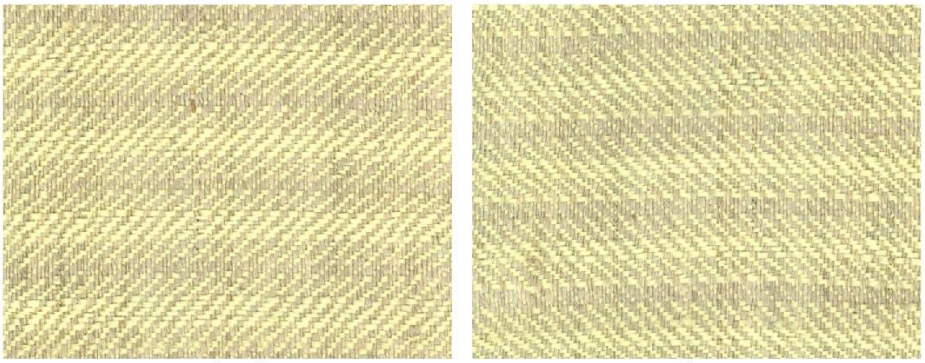
ปั่นแบบอุตสาหกรรม เพื่อนำมาทอเป็นผืนผ้าในระบบหัตถกรรม ตามจำนวนเส้นด้ายยืนที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้ลักษณะผ้าทอที่ต่างกัน การร้อยเส้นด้ายยืนแบบจำนวน 1 เส้น การทอแบบ 4 ตะกอ ดังนี้



ภาพด้านหน้า ภาพด้านหลัง

ภาพที่ 26 แสดงภาพการทอแบบเส้นยืนเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้นพุ่งด้วยเส้นฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้น

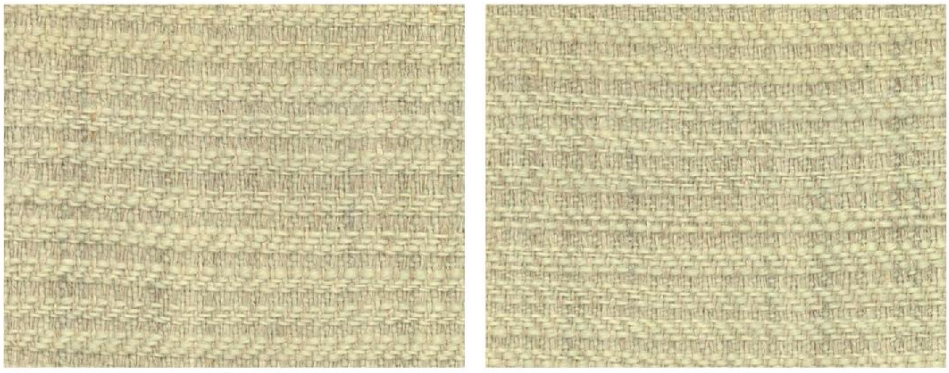
ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย



ภาพด้านหน้า ภาพด้านหลัง

ภาพที่ 27 แสดงภาพการทอแบบเส้นยืนเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้นพุ่งด้วยเส้นไหมหลีบ หรือไหมเปลือกแบบหัตถกรรม จำนวน 3 เส้น

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย



ภาพด้านหน้า ภาพด้านหลัง

ภาพที่ 28 แสดงภาพการทอแบบเส้นยืนเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้นพุ่งด้วยเส้นใยขนแกะแบบหัตถกรรม จำนวน 1 เส้น
ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

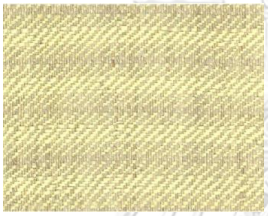
ภาพด้านหน้า ภาพด้านหลัง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาพที่ 29 แสดงภาพการทอแบบเส้นยืนเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้นพุ่งด้วยเส้นฝ้ายปั่นแบบอุตสาหกรรม จำนวน 1 เส้น
ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จากการทดลอง พบว่า กระบวนการทอเส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรมทอร่วมกับเส้นใยอื่นทั้ง 6 ชนิดเป็นการทอด้วยกี่ทอมือแบบ 4 ตะกอในการทอจะได้ชิ้นผ้าที่มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามเส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรมทอร่วมกับเส้นใยอื่นทั้ง 4 ชนิดทั้งนี้เป็นการทอแบบลายทอมาตรฐาน แล้วนำไปทำการวิเคราะห์ลักษณะและแนวทางการการนำไปใช้ กายภาพ ดังตารางที่ 43

ตารางที่ 44 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยของชิ้นผ้าที่ทอร่วมกับเส้นใยอื่นที่ทอด้วยกี่ทอมือ 4 ตะกอ

ชิ้นผ้าที่ทอด้วยกี่ทอมือ 4 ตะกอ ลายทอมาตรฐาน			
ชิ้นผ้า	**ภาพประกอบ**	**ลักษณะ**	**การนำไปใช้**
(1) การทอแบบเส้นยืน เส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้น พุ่งด้วยเส้นฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้น		- ผืนผ้าไม่มีลักษณะพองฟู เนื้อผ้าหยาบ - ผืนผ้าไม่มีความยืดหยุ่น มีความกระด้าง	- การนำผ้าทอไปใช้กับผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม เครื่องประกอบการแต่งกาย และเคหะสิ่งทอประเภทต่าง ๆ
(2) การทอแบบเส้นยืน เส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้น พุ่งด้วยเส้นไหมหลีบ จำนวน 3 เส้น		- ผืนผ้าไม่มีลักษณะพองฟู เนื้อผ้านิ่มลื่นเล็กน้อย - ผืนผ้าไม่มีความยืดหยุ่น มีความกระด้าง	- การนำผ้าทอไปใช้กับผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม เครื่องประกอบการแต่งกาย และเคหะสิ่งทอประเภทต่าง ๆ
(3) การทอแบบเส้นยืน เส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้น พุ่งด้วยเส้นใยขนแกะแบบหัตถกรรม จำนวน 1 เส้น		- เนื้อผ้าหยาบลักษณะพองฟู - ผืนผ้าไม่มีความยืดหยุ่น มีความกระด้าง	- การนำผ้าทอไปใช้กับผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม เครื่องประกอบการแต่งกาย และเคหะสิ่งทอประเภทต่าง ๆ
(4) การทอแบบเส้นยืน เส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้น พุ่งด้วยเส้นฝ้ายปั่นแบบอุตสาหกรรม จำนวน 1 เส้น		- เนื้อผ้าหยาบเล็กน้อย - ผืนผ้าไม่มีความยืดหยุ่น มีความกระด้าง	- การนำผ้าทอไปใช้กับผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม เครื่องประกอบการแต่งกาย และเคหะสิ่งทอประเภทต่าง ๆ

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4.1.4 การวิเคราะห์ผลแนวทางการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์จากผู้เชี่ยวชาญ

จากการทดลองเพื่อหาแนวทางการพัฒนาสิ่งทอจากเส้นใยเฮมพ์ ผู้วิจัยได้นำสิ่งทอต้นแบบจากการทดลองทั้ง7 ชิ้น เข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์กับผู้เชี่ยวชาญ โดยหาความเหมาะสมสำหรับการนำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นต้นแบบในงานวิจัย การวิเคราะห์ผลการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ ผู้วิจัยกำหนดอัตราส่วนผสมของเส้นใยและชนิดของเส้นใยที่นำมาทอร่วมด้วยกับเส้นในเฮมพ์ สำหรับการผลิตสิ่งทอสำหรับการนำมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นต้นแบบในงานวิจัย จากนั้นนำสิ่งทอต้นแบบจากการทดลองให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตเครื่องแต่งกายแฟชั่น ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสิ่งทอ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่น ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจ (Rating Scales) ของการนำสิ่งทอต้นแบบผลิตเป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่นในประเด็นด้านคุณสมบัติและความเหมาะสมที่มีผลต่อการนำไปผลิตเป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่น โดยผู้วิจัยสรุปผลจากข้อมูลและวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบคำอธิบาย ตามที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ได้ดังต่อไปนี้

4.1.4.1 ผลการวิเคราะห์ด้านความเหมาะสมและคุณสมบัติที่มีผลต่อการนำไปผลิตเป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่นของผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อสิ่งทอต้นแบบจากการทดลองทอแบบที่ 1

ตารางที่ 45 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านความเหมาะสมและคุณสมบัติที่มีผลต่อการนำไปผลิตเป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่นของผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อสิ่งทอต้นแบบจากการทดลองทอแบบที่ 1

สิ่งทอต้นแบบ	**คุณสมบัติทางกายภาพและความเหมาะสมในการต่อยอด**	**ระดับความพึงพอใจ**			
		X	**ร้อยละ**	**S.D.**	**ระดับ**
(1) การทอแบบเส้นยืน ฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรมเบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้นพุ่งด้วยเส้นใยเฮมพ์ดิบ รูปแบบที่ 2	(1) ความยืดหยุ่น	1.00	20.00	0.00	น้อยที่สุด
	(2) ความแข็งแรง และความทนทาน	4.00	80.00	0.82	มาก
	(3) ความหนา	3.67	73.33	0.47	มาก
	(4) ผิวสัมผัสความนุ่ม และการทิ้งตัว	1.67	33.33	0.94	น้อย
	(5) ความมันเงา	1.00	20.00	0.00	น้อยที่สุด
	(6) การระบายอากาศ	1.33	26.67	0.47	น้อยที่สุด

จำนวน 1 เส้น	(7) ความเหมาะในการผลิตเป็นเครื่องแต่งกาย	1.67	33.33	0.47	น้อย
	(8) การต่อยอดเชิงพาณิชย์	3.00	60.00	1.41	ปานกลาง
	รวม	**2.17**	**43.33**	**0.57**	**น้อย**
(2) การทอแบบเส้นยืน ฝ้ายปั่นเกลียว อุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้นพุ่งด้วยเส้นใยเฮมพ์ดิบ ปั่นเกลียว รูปแบบที่ 3จำนวน 1 เส้น	(1) ความยืดหยุ่น	1.67	33.33	0.47	น้อย
	(2) ความแข็งแรง และความทนทาน	4.00	80.00	0.00	มาก
	(3) ความหนา	3.33	66.67	0.94	ปานกลาง
	(4) ผิวสัมผัสความนุ่ม และการทิ้งตัว	2.67	53.33	0.94	ปานกลาง
	(5) ความมันเงา	1.00	20.00	0.00	น้อยที่สุด
	(6) การระบายอากาศ	1.33	26.67	0.47	น้อยที่สุด
	(7) ความเหมาะในการผลิตเป็นเครื่องแต่งกาย	2.00	40.00	0.82	น้อย
	(8) การต่อยอดเชิงพาณิชย์	3.33	66.67	1.25	ปานกลาง
	รวม	**2.42**	**48.33**	**0.61**	**น้อย**
(3) การทอแบบเส้นยืน ฝ้ายปั่นเกลียว อุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้นพุ่งด้วยเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก รูปแบบที่ 4จำนวน 1 เส้น	(1) ความยืดหยุ่น	2.00	40.00	0.82	น้อย
	(2) ความแข็งแรง และความทนทาน	4.33	86.67	0.47	มาก
	(3) ความหนา	4.33	86.67	0.47	มาก
	(4) ผิวสัมผัสความนุ่ม และการทิ้งตัว	3.33	66.67	0.47	ปานกลาง
	(5) ความมันเงา	2.00	40.00	0.82	น้อย
	(6) การระบายอากาศ	2.33	46.67	0.94	น้อย
	(7) ความเหมาะในการผลิตเป็นเครื่องแต่งกาย	3.33	66.67	0.47	ปานกลาง
	(8) การต่อยอดเชิงพาณิชย์	4.00	80.00	0.82	มาก
	รวม	**3.21**	**64.17**	**0.66**	**ปานกลาง**

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ผลการวิเคราะห์ด้านความเหมาะสมและคุณสมบัติที่มีผลต่อการนำไปผลิตเป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่นของผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อสิ่งทอต้นแบบจากการทดลองทอแบบที่ 1 พบว่า

สิ่งทอต้นแบบรูปแบบที่ 1 การทอแบบเส้นยืน ฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้นพุ่งด้วยเส้นใยเฮมพ์ดิบ รูปแบบที่ 2 จำนวน 1 เส้น ความยืดหยุ่น ค่าเฉลี่ย 1.00 ระดับน้อยที่สุด ความแข็งแรง และความทนทาน ค่าเฉลี่ย 4.00 ระดับมาก ความหนา ค่าเฉลี่ย 3.67 ระดับมาก ผิวสัมผัสความนุ่ม และการทิ้งตัว ค่าเฉลี่ย 1.67 ระดับน้อย ความมันเงา ค่าเฉลี่ย 1.00 ระดับน้อยที่สุด การระบายอากาศ ค่าเฉลี่ย 1.33 ระดับน้อยที่สุด ความเหมาะในการผลิตเป็นเครื่องแต่งกาย ค่าเฉลี่ย 1.67 ระดับน้อย การต่อยอดเชิงพาณิชย์ ค่าเฉลี่ย 3.00 ระดับปานกลาง

สิ่งทอต้นแบบรูปแบบที่ 2 การทอแบบเส้นยืน ฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้นพุ่งด้วยเส้นใยเฮมพ์ดิบ ปั่นเกลียว รูปแบบที่ 3 จำนวน 1 เส้น ความยืดหยุ่น ค่าเฉลี่ย 1.67 ระดับน้อย ความแข็งแรง และความทนทาน ค่าเฉลี่ย 4.00 ระดับมาก ความหนา ค่าเฉลี่ย 3.33 ระดับปานกลาง ผิวสัมผัสความนุ่ม และการทิ้งตัว ค่าเฉลี่ย 2.67 ระดับปานกลาง ความมันเงา ค่าเฉลี่ย 1.00 ระดับน้อยที่สุด การระบายอากาศ ค่าเฉลี่ย 1.33 ระดับน้อยที่สุด ความเหมาะในการผลิตเป็นเครื่องแต่งกาย ค่าเฉลี่ย 2.00 ระดับน้อย การต่อยอดเชิงพาณิชย์ ค่าเฉลี่ย 3.33 ระดับปานกลาง

สิ่งทอต้นแบบรูปแบบที่ 3 การทอแบบเส้นยืน ฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้น พุ่งด้วยเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก รูปแบบที่ 4จำนวน 1 เส้น ความยืดหยุ่น ค่าเฉลี่ย 2.00 ระดับน้อย ความแข็งแรง และความทนทาน ค่าเฉลี่ย 4.33 ระดับมาก ความหนา ค่าเฉลี่ย 4.33 ระดับมาก ผิวสัมผัสความนุ่ม และการทิ้งตัว ค่าเฉลี่ย 3.33 ระดับปานกลาง ความมันเงา ค่าเฉลี่ย 2.00 ระดับน้อย การระบายอากาศ ค่าเฉลี่ย 2.33 ระดับน้อย ความเหมาะในการผลิตเป็นเครื่องแต่งกาย ค่าเฉลี่ย 3.33 ระดับปานกลาง การต่อยอดเชิงพาณิชย์ ค่าเฉลี่ย 4.00 ระดับมาก

4.1.4.2 ผลการวิเคราะห์ด้านความเหมาะสมและคุณสมบัติที่มีผลต่อการนำไปผลิตเป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่น ของสิ่งทอจากการทดลองทอแบบที่ 2

ตารางที่ 46 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านความเหมาะสมและคุณสมบัติที่มีผลต่อการนำไปผลิตเป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่นของสิ่งทอจากการทดลองทอแบบที่ 2

สิ่งทอต้นแบบ	**คุณสมบัติทางกายภาพและความเหมาะสมในการต่อยอด**	**ระดับความพึงพอใจ**			
		X	**ร้อยละ**	**S.D.**	**ระดับ**
(1) การทอแบบ	(1) ความยืดหยุ่น	2.33	46.67	1.25	น้อย

เส้นยืนเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้น พุ่งด้วยเส้นฝ้ายปั่นเกลียว อุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้น	(2) ความแข็งแรง และความทนทาน	4.67	93.33	0.47	มากที่สุด
	(3) ความหนา	4.67	93.33	0.47	มากที่สุด
	(4) ผิวสัมผัสความนุ่ม และการทิ้งตัว	3.67	73.33	1.25	มาก
	(5) ความมันเงา	2.33	46.67	0.94	น้อย
	(6) การระบายอากาศ	2.67	53.33	1.25	ปานกลาง
	(7) ความเหมาะในการผลิตเป็นเครื่องแต่งกาย	4.67	93.33	0.47	มากที่สุด
	(8) การต่อยอดเชิงพาณิชย์	4.67	93.33	0.47	มากที่สุด
	รวม	**3.71**	**74.17**	**0.82**	**มาก**
(2) การทอแบบ เส้นยืนเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้น พุ่งด้วยเส้นไหมหลีบ จำนวน 3 เส้น	(1) ความยืดหยุ่น	1.67	33.33	0.94	น้อย
	(2) ความแข็งแรง และความทนทาน	4.33	86.67	0.94	มาก
	(3) ความหนา	4.67	93.33	0.47	มากที่สุด
	(4) ผิวสัมผัสความนุ่ม และการทิ้งตัว	4.33	86.67	0.47	มาก
	(5) ความมันเงา	3.33	66.67	0.94	ปานกลาง
	(6) การระบายอากาศ	2.33	46.67	0.94	น้อย
	(7) ความเหมาะในการผลิตเป็นเครื่องแต่งกาย	4.33	86.67	0.47	มาก
	(8) การต่อยอดเชิงพาณิชย์	4.67	93.33	0.47	มากที่สุด
	รวม	**3.71**	**74.17**	**0.71**	**มาก**
(3) ชิ้นผ้าที่ทอด้วยเส้นด้ายยืนจากเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก ทอด้วยเส้นด้ายขนแกะแบบ หัตถกรรม จำนวน 1 เส้น	(1) ความยืดหยุ่น	2.00	40.00	0.82	น้อย
	(2) ความแข็งแรง และความทนทาน	4.67	93.33	0.47	มากที่สุด
	(3) ความหนา	4.33	86.67	0.47	มาก
	(4) ผิวสัมผัสความนุ่ม และการทิ้งตัว	3.00	60.00	0.82	ปานกลาง
	(5) ความมันเงา	1.67	33.33	0.47	น้อย
	(6) การระบายอากาศ	2.00	40.00	0.82	น้อย
	(7) ความเหมาะในการผลิตเป็นเครื่องแต่งกาย	3.33	66.67	0.47	ปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

	(8) การต่อยอดเชิงพาณิชย์	3.67	73.33	1.25	มาก
	รวม	**3.08**	**61.67**	**0.70**	**ปานกลาง**
(4) การทอแบบเส้นยืนเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้น พุ่งด้วยเส้นฝ้ายปั่นแบบอุตสาหกรรม จำนวน 1 เส้น	(1) ความยืดหยุ่น	2.33	46.67	0.94	น้อย
	(2) ความแข็งแรง และความทนทาน	4.33	86.67	0.47	มาก
	(3) ความหนา	4.33	86.67	0.47	มาก
	(4) ผิวสัมผัสความนุ่ม และการทิ้งตัว	2.00	40.00	0.82	น้อย
	(5) ความมันเงา	3.33	66.67	1.70	ปานกลาง
	(6) การระบายอากาศ	2.00	40.00	0.82	น้อย
	(7) ความเหมาะในการผลิตเป็นเครื่องแต่งกาย	2.33	46.67	1.25	น้อย
	(8) การต่อยอดเชิงพาณิชย์	3.67	73.33	1.25	มาก
	รวม	**3.04**	**60.83**	**0.96**	**ปานกลาง**

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

ผลการวิเคราะห์ด้านความเหมาะสมและคุณสมบัติที่มีผลต่อการนำไปผลิตเป็นเครื่องแต่งกายแฟชั่นของผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อสิ่งทอต้นแบบจากการทดลองทอแบบที่ 2 พบว่า

สิ่งทอต้นแบบรูปแบบที่ 4 การทอแบบเส้นยืน ฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรมเบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้นพุ่งด้วยเส้นใยเฮมพ์ดิบ จำนวน 1 เส้น ความยืดหยุ่น ค่าเฉลี่ย 2.33 ระดับน้อย ความแข็งแรง และความทนทาน ค่าเฉลี่ย 4.67 ระดับมากที่สุด ความหนา ค่าเฉลี่ย 4.67 ระดับมากที่สุด ผิวสัมผัสความนุ่ม และการทิ้งตัว ค่าเฉลี่ย 3.67 ระดับมาก ความมันเงา ค่าเฉลี่ย 2.33 ระดับน้อย การระบายอากาศ ค่าเฉลี่ย 2.67 ระดับปานกลาง ความเหมาะในการผลิตเป็นเครื่องแต่งกาย ค่าเฉลี่ย 4.67 ระดับมากที่สุด การต่อยอดเชิงพาณิชย์ ค่าเฉลี่ย 4.67 ระดับมากที่สุด

สิ่งทอต้นแบบรูปแบบที่ 5 การทอแบบเส้นยืนเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้น พุ่งด้วยเส้นไหมหลืบ 3 เส้น ความยืดหยุ่น ค่าเฉลี่ย 1.67 ระดับน้อย ความแข็งแรง และความทนทาน ค่าเฉลี่ย 4.33 ระดับมาก ความหนา ค่าเฉลี่ย 4.67 ระดับมากที่สุด ผิวสัมผัสความนุ่ม และการทิ้งตัว ค่าเฉลี่ย 4.33 ระดับมาก ความมันเงา ค่าเฉลี่ย 3.33 ระดับปานกลาง การระบายอากาศ ค่าเฉลี่ย 2.33 ระดับน้อย ความเหมาะในการผลิตเป็นเครื่องแต่งกาย ค่าเฉลี่ย 4.33 ระดับมาก การต่อยอดเชิงพาณิชย์ ค่าเฉลี่ย 4.67 ระดับมากที่สุด

สิ่งทอต้นแบบรูปแบบที่ 6 ความยืดหยุ่น ค่าเฉลี่ย 2.00 ระดับน้อย ความแข็งแรง และความทนทาน ค่าเฉลี่ย 4.67 ระดับมากที่สุด ความหนา ค่าเฉลี่ย 4.33 ระดับมาก ผิวสัมผัสความนุ่ม และการทิ้งตัว ค่าเฉลี่ย 3.00 ระดับปานกลาง ความมันเงา ค่าเฉลี่ย 1.67 ระดับน้อย การระบายอากาศ ค่าเฉลี่ย 2.00 ระดับน้อย ความเหมาะในการผลิตเป็นเครื่องแต่งกาย ค่าเฉลี่ย 3.33 ระดับปานกลาง การต่อยอดเชิงพาณิชย์ ค่าเฉลี่ย 3.67 ระดับมาก

สิ่งทอต้นแบบรูปแบบที่ 7 การทอแบบเส้นยืนเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้น พุ่งด้วยเส้นฝ้ายปั่นแบบอุตสาหกรรม จำนวน 1 เส้น ความยืดหยุ่น ค่าเฉลี่ย 2.33 ระดับน้อย ความแข็งแรง และความทนทาน ค่าเฉลี่ย 4.33 ระดับมาก ความหนา ค่าเฉลี่ย 4.33 ระดับมาก ผิวสัมผัสความนุ่ม และการทิ้งตัว ค่าเฉลี่ย 2.00 ระดับน้อยความมันเงา ค่าเฉลี่ย 3.33 ระดับปานกลาง การระบายอากาศ ค่าเฉลี่ย 2.00 ระดับน้อย ความเหมาะในการผลิตเป็นเครื่องแต่งกาย ค่าเฉลี่ย 2.33 ระดับน้อย การต่อยอดเชิงพาณิชย์ ค่าเฉลี่ย 3.67 ระดับมาก

สรุปผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูล การทดลองพัฒนาสร้างสรรค์สิ่งทอ และการวิเคราะห์ประเมินผลสิ่งทอ พบว่าในกระบวนการทดลองทอเส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรมทอร่วมกับเส้นใยชนิดอื่นเป็นการทอด้วยกี่ทอมือแบบ 2 ตะกอ แบบลายขัดมาตรฐาน และ 4 ตะกอ แบบลายทอมาตรฐาน ในการทอจะได้สิ่งทอที่มีลักษณะที่แตกต่างกันซึ่งเหมาะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลายผลิตภัณฑ์ เนื่องจากพื้นฐานของเส้นใยเฮมพ์นั้นมีความแข็งหยาบ หากใช้เฮมพ์เพียงอย่างเดียวมาผลิตเครื่องแต่งกายจะทำให้ผู้สวมใส่รู้สึกไม่สบายตัว โดยจากการทดลองขึ้นต้นแบบสิ่งทอครั้งที่ 1 และ 2 และจากการประเมินผลการทดลองดังกล่าวกับผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและสิ่งทอ ด้วยเครื่องมือแบบสอบถามในด้านความยืดหยุ่น ความแข็งแรงและความทนทาน ความหนา ผิวสัมผัสความนุ่มและการทิ้งตัว ความมันเงา การระบายอากาศ ความเหมาะสมในการเป็นเครื่องแต่งกายและการต่อยอดเชิงพาณิชย์ พบว่าการใช้วิธีการทอแบบเส้นยืนเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้น เส้นพุ่งด้วยเส้นฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้น และการทอแบบเส้นยืนเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้น เส้นพุ่งด้วยเส้นไหมหลืบ จำนวน 3 เส้น มีความเหมาะสมกับการนำมาใช้สำหรับงานแฟชั่นเครื่องแต่งกายมากที่สุด ทั้งนี้แนวทางของอัตราส่วนของเส้นใยชนิดอื่นที่ทอร่วมส่งผลให้มีผ้ามีน้ำหนัก ความหนาบางที่เหมาะแก่การทำเครื่องแต่งกายที่มีโครงสร้างอยู่ทรง มีความแข็งแรง และคงทนมากขึ้น ในด้านสีเป็น สัจจะวัสดุ คือสีธรรมชาติของตัววัตถุดิบที่เกิดจากการผสมเส้นใยชนิดอื่นทำให้เกิดลวดลายขึ้น โดยลดขั้นตอนการฟอกย้อม ลดการใช้น้ำลงจากกระบวนการย้อมสี จึงเป็นโอกาสดีที่เส้นใยเฮมพ์หัตถกรรมท้องถิ่นจะได้มีการพัฒนาและแพร่หลายให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ให้ความสนใจกับกระแสรักษ์โลกและการพัฒนาที่ยั่งยืนมากขึ้น

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคและแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในระยะนี้ ประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค

จากการศึกษากลุ่มผู้บริโภค พบว่า กลุ่มผู้บริโภคมีแนวคิดเรื่องการสนับสนุนธุรกิจและการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริโภคตามหลักจริยธรรม ความโปร่งใสที่มุ่งเน้นทั้งระบบ คือทั้งผู้ผลิตไปจนถึงห่วงโซ่อุปทาน ตระหนักถึงเรื่องความปลอดภัย ยุติธรรม และความยั่งยืน มีอาชีพเป็นนักสร้างสรรค์ เป็นศิลปิน นักออกแบบ มีความสนใจในเรื่องงานฝีมือและหัตถกรรมพื้นบ้าน เรื่องธรรมชาติ ชอบการท่องเที่ยว ชอบไปเวิร์กช็อป ชอบแชร์เรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับชุมชน และมีความสนใจในรูปแบบการแต่งตัวที่งานฝีมือและการออกแบบประเภทหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะ งานฝีมือและหัตถกรรมร่วมสมัย (Contemporary Craft) โดยได้มีการสำรวจกลุ่มผู้บริโภคด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายคือ (1) เป็นผู้หญิงอายุ 23 - 35 ปี ซึ่งเป็นคนรุ่นมิลเลนเนียล (Millennials) หรือ เจนวาย (Gen Y) (2) เป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองหลวง คือ
กรุงเทพมหานคร

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทำแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 56 คน โดยใช้แบบสอบถามบนช่องทางออนไลน์ มีทั้งหมด 4 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย และทัศนคติของท่านต่อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืน

ตอนที่ 3 ข้อมูลพืชเส้นใย : เฮมพ์หรือกัญชง

ตอนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทุนวัฒนธรรม

ดังจะเห็นได้จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตอบแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2.1.1 ผลการวิเคราะห์การตอบข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 56 คน โดยใช้แบบสอบถามบนช่องทางออนไลน์ แสดงผลโดยใช้สถิติความถี่และร้อยละ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 47 แสดงผลการวิเคราะห์การตอบข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ	18 - 23 ปี	5	8.3
	24 - 29 ปี	9	16.7
	30 - 35 ปี	37	66.7
	36 ปี ขึ้นไป	5	8.3
สถานะ	โสด	46	83.6
	แต่งงานแล้ว	9	16.4
	หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	0	0.0
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	9	16.4
	ปริญญาตรี	41	74.5
	สูงกว่าปริญญาตรี	5	9.1
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	0	0.0
	พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน	41	74.5
	ศิลปิน / นักออกแบบ	0	0.0
	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	7.3
	อาชีพอิสระ/ ประกอบกิจการส่วนตัว	6	10.9
	อื่น ๆ (โปรดระบุ)	4	7.3
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 20,000 บาท	5	9.1
	20,001 - 40,000 บาท	35	63.6
	40,001 - 60,000 บาท	15	27.3
	60,001 - 80,000 บาท	0	0.0
	มากกว่า 60,001 บาท ขึ้นไป	0	0.0

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จากตารางที่ 46 เป็นข้อมูลทั่วไปกลุ่มผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มผู้บริโภค มีอายุ 30-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.7 อายุ 24-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.7 และอายุ 18-23 ปี กับอายุ 36 ปีขึ้นไป เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 8.3

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

กลุ่มผู้บริโภค มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 83.6 และสถานภาพแต่งงานแล้ว คิดเป็นร้อยละ 16.4

กลุ่มผู้บริโภค มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.5 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 16.4 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.1

กลุ่มผู้บริโภค มีอาชีพเป็นพนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาเป็นอาชีพอิสระ/ ประกอบกิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 10.9 และข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่น ๆ เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.9

และกลุ่มผู้บริโภค มีรายได้เฉลี่ย 20,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.6 รายได้เฉลี่ย 40,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.3 และไม่พบข้อมูลกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ย 60,001-80,000 บาทและรายได้เฉลี่ยที่ มากกว่า 80,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย และทัศนคติของท่านต่อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืนของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2.1.2 ผลการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย และทัศนคติของท่านต่อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืนของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงผลโดยใช้สถิติความถี่และร้อยละ ดังตารางที่ และ แสดงผลโดยใช้สถิติการคำนวณค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 48 แสดงผลการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย และทัศนคติของท่านต่อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืนของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายใน 3 เดือนที่ผ่านมาของท่าน	3 เดือนครั้ง	14	25.5
	เดือนละ 1-2 ครั้ง	32	58.2
	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	9	16.4
	1-3 ครั้งต่อสัปดาห์	0	0.0
	มากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์	0	0.0
ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายต่อครั้งของท่าน	ต่ำกว่า 1,000 บาทต่อครั้ง	23	41.8
	1,001 - 5,000 บาทต่อครั้ง	32	58.2
	5,001 - 10,000 บาทต่อครั้ง	0	0.0

	10,001 - 15,000 บาทต่อครั้ง	0	0.0
	15,000 - 20,000 บาทต่อครั้ง	0	0.0
	20,001 บาท ขึ้นไปต่อครั้ง	0	0.0
โอกาสในการสวมใส่ที่มีผลต่อการซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายของท่าน (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	เสื้อผ้าลำลอง (Casual wear)	45	45.9
	เสื้อผ้าทำงาน (Business wear)	37	37.8
	เสื้อผ้าออกงาน (Party wear)	16	16.3
ท่านเคยบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืนประเภทต่อไปนี้หรือไม่ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	ทำจากวัสดุจากธรรมชาติหรือวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	37	35.2
	มีมาตรฐานความยั่งยืนกำกับในป้าย	9	8.6
	ระบุแหล่งที่มีในการผลิต/รายละเอียดของช่างฝีมือ (Transparency)	9	8.6
	ใช้นวัตกรรมการผลิตเพื่อลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อม	18	17.1
	มีตรารณรงค์ด้านความยั่งยืน	0	0.0
	เสื้อผ้ามือสอง	18	17.1
	ไม่เคย	14	13.3

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

จากตารางที่ 47 เป็นข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย และทัศนคติของท่านต่อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มผู้บริโภค มีความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายใน 3 เดือนที่ผ่านมา อยู่ที่เดือนละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.2 3 เดือนครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.5 และสัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.4

กลุ่มผู้บริโภค มีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายต่อครั้ง อยู่ที่ 1,001 - 5,000 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.2 และต่ำกว่า 1,000 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.8

โอกาสในการสวมใส่ที่มีผลต่อการซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายของกลุ่มผู้บริโภค เสื้อผ้าลำลอง (Casual wear) คิดเป็นร้อยละ 45.9 เสื้อผ้าทำงาน (Business wear) คิดเป็นร้อยละ 37.8 และเสื้อผ้าออกงาน (Party wear) คิดเป็นร้อยละ 16.3

และกลุ่มผู้บริโภค เคยสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืนประเภท มีพฤติกรรมการบริโภคเสื้อผ้าแฟชั่นยั่งยืนที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ หรือวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยคิดเป็นร้อยละ 35.5 บริโภคเสื้อผ้ามือสอง และใช้นวัตกรรมการผลิตเพื่อลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมซึ่งเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 17 ไม่เคยบริโภคสินค้าแฟชั่นยั่งยืนมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 13.3 และมีมาตรฐานความยั่งยืนกำกับในป้ายและระบุแหล่งที่มีในการผลิต/รายละเอียดของช่างฝีมือ (Transparency) เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 8.6

ตารางที่ 49 แสดงผลการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย และทัศนคติของท่านต่อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

รายการ	**ระดับความสนใจ**			
	X	S.D.	**ร้อยละ**	**ระดับ**
ปัจจัยดังต่อไปนี้ส่งผลให้ท่านในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืน				
1) ราคา	3.85	0.88	77.09	มาก
2) การออกแบบ (Design)	3.75	0.60	77.09	มาก
3) คุณภาพ	4.25	0.72	85.09	มาก
4) ชื่อเสียงของตราสินค้า	2.85	1.15	57.09	ปานกลาง
5) โปรโมชั่น	3.91	0.86	78.18	มาก
6) การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.49	0.99	69.82	ปานกลาง
7) กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.20	0.98	64.00	ปานกลาง
8) การใช้แรงงานที่เป็นธรรม	3.16	1.28	63.27	ปานกลาง
9) ผู้นำทางความคิดด้านแฟชั่น	3.24	0.81	64.73	ปานกลาง
รวม	**3.52**	**8.26**	**70.71**	**มาก**
ปัจจัยด้านเส้นใยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกาย				
1) เส้นใยธรรมชาติจากพืชเส้นใย เช่น เฮมพ์หรือกัญชง	3.35	66.91	0.86	ปานกลาง
2) เส้นใยสังเคราะห์จากปิโตเลียม เช่น โพลีเอสเตอร์	2.98	59.64	0.84	ปานกลาง
รวม	**3.16**	**63.27**	**1.70**	**ปานกลาง**

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จากตารางที่ 48 เป็นข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย และทัศนคติของท่านต่อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มผู้บริโภค

มองปัจจัยดังต่อไปนี้ส่งผลให้ท่านในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านโปรโมชั่น มีค่าเฉลี่ยคิดเป็น 3.91 อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85 อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการออกแบบ (Design) มีค่าเฉลี่ยคิดเป็น 3.75 อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยคิดเป็น 3.49 อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านผู้นำทางความคิดด้านแฟชั่น มีค่าเฉลี่ยคิดเป็น 3.24 อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยคิดเป็น 3.20 อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านการใช้แรงงานที่เป็นธรรม มีค่าเฉลี่ยคิดเป็น 3.16 อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านชื่อเสียงของตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยคิดเป็น 2.85 อยู่ในระดับปานกลาง

และปัจจัยด้านเส้นใยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายของกลุ่มผู้บริโภค เส้นใยธรรมชาติจากพืชเส้นใย เช่น เฮมพ์หรือกัญชง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.35 อยู่ในระดับปานกลาง และเส้นใยสังเคราะห์จากปิโตเลียม เช่น โพลีเอสเตอร์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.98 อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 50 ผลการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย และทัศนคติของท่านต่อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านมีความสนใจพืชเส้นใย สำหรับสินค้าเครื่องแต่งกาย หรือไม่	สนใจ	32	58.3
	ไม่สนใจ	5	8.3
	ไม่แน่ใจ	18	33.3

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จากตารางที่ 49 เป็นข้อมูลข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกายและทัศนคติของท่านต่อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มผู้บริโภค มีความสนใจพืชเส้นใย สำหรับสินค้าเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 58.3 ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 33.3 และไม่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 8.3

ตอนที่ 3 ข้อมูลพืชเส้นใย : เฮมพ์หรือกัญชงของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2.1.3 ผลการการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพืชเส้นใย : เฮมพ์หรือกัญชงของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงผลโดยใช้สถิติความถี่และร้อยละ

ตารางที่ 51 แสดงผลการการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพืชเส้นใย : เฮมพ์หรือกัญชงของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
3.1. ท่านรู้จักพืชเส้นใยจากเฮมพ์หรือกัญชงหรือไม่	รู้จัก	23	41.7
	ไม่รู้จัก	18	33.3
	ไม่แน่ใจ	14	25.0
3.2. ท่านเคยพบเห็นเครื่องแต่งกายที่มีส่วนประกอบของเส้นใยเฮมพ์หรือกัญชงมาก่อนหรือไม่	เคย	28	50.0
	ไม่เคย	27	49.1
	ไม่แน่ใจ	0	0.0
3.3 ท่านมีความสนใจเกี่ยวเส้นใยหรือเส้นด้ายจากพืชเฮมพ์หรือกัญชง เพื่อพัฒนาสิ่งทอสำหรับเครื่องแต่งกาย (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	เส้นด้ายจากพืชเฮมพ์หรือกัญชงเพียงอย่างเดียว	14	16.6
	เส้นด้ายจากพืชเฮมพ์หรือกัญชงทอร่วมกับเส้นด้ายอื่น	41	49.7
	เส้นใยจากพืชเฮมพ์หรือกัญชงทอผสมกับเส้นใยอื่น	28	33.7

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จากตารางที่ 50 เป็นข้อมูลพืชเส้นใย : เฮมพ์หรือกัญชงของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มผู้บริโภค รู้จักพืชเส้นใยจากเฮมพ์หรือกัญชง คิดเป็นร้อยละ 41.7 ไม่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 41.7

กลุ่มผู้บริโภค พบเห็นเครื่องแต่งกายที่มีส่วนประกอบของเส้นใยเฮมพ์หรือกัญชง คิดเป็นร้อยละ 50.5 และ ไม่เคย คิดเป็นร้อยละ 49.1

และกลุ่มผู้บริโภค มีความสนใจเกี่ยวเส้นใยหรือเส้นด้ายจากพืชเฮมพ์หรือกัญชง เพื่อพัฒนาสิ่งทอสำหรับเครื่องแต่งกาย มีความสนใจเส้นด้ายจากพืชเฮมพ์หรือกัญชงทอร่วมกับเส้นด้ายอื่น คิดเป็นร้อยละ 49.7 เส้นใยจากพืชเฮมพ์หรือกัญชงทอผสมกับเส้นใยอื่น คิดเป็นร้อยละ 33.7 และเส้นด้ายจากพืชเฮมพ์หรือกัญชงเพียงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 16.6

ตอนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทุนวัฒนธรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.4 ผลการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทุนวัฒนธรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงผลโดยใช้สถิติความถี่และร้อยละ ดังตารางที่ และ แสดงผลโดยใช้สถิติการคำนวณค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตารางที่

ตารางที่ 52 แสดงผลการการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทุนวัฒนธรรม

คำถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านสนใจสินค้างานหัตถกรรม	สนใจ	46	83.3
สร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ไม่สนใจ	9	16.7
หรือไม่	ไม่แน่ใจ	0	0.0
ท่านสนใจงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่	สนใจ	50	91.7
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีรูปแบบร่วม	ไม่สนใจ	5	8.3
สมัย (Contemporary Craft) หรือไม่	ไม่แน่ใจ	0	0.0

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จากตารางที่ 51 เป็นข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทุนวัฒนธรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มผู้บริโภคมีสนใจสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความสนใจ คิดเป็นร้อยละ 83.3 และไม่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 16.7

และกลุ่มผู้บริโภค มีสนใจงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีรูปแบบร่วมสมัย (Contemporary Craft) มีความสนใจ คิดเป็นร้อยละ 91.7 และไม่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 8.3

ตารางที่ 53 แสดงผลการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทุนวัฒนธรรม (ต่อ)

รายการ	ระดับความสนใจ			
	X	S.D.	ร้อยละ	ระดับ
ปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม				
1) มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ประเพณีวัฒนธรรม	2.83	56.67	0.69	ปานกลาง

และความเชื่อของชุมชนในแต่ละท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา				
2) วัสดุและกรรมวิธีการผลิต ของวัสดุธรรมชาติที่มีคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัว	3.38	67.50	0.48	ปานกลาง
3) ความสวยงามจากการแสดงออกผ่านทางรูปร่าง รูปทรง สีสัน ลวดลาย พื้นผิว	3.67	73.33	0.75	มาก
4) ประโยชน์ใช้สอย ขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมกับการใช้งาน ความปลอดภัย ความแข็งแรงตามอายุการใช้งาน	3.17	63.33	0.55	ปานกลาง
รวม	**3.26**	**65.21**	**2.47**	**ปานกลาง**

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จากตารางที่ 52 เป็นข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทุนวัฒนธรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มผู้บริโภคมองปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้ความสำคัญด้านความสวยงามจากการแสดงออกผ่านทางรูปร่าง รูปทรง สีสัน ลวดลาย พื้นผิว โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67 อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านวัสดุและกรรมวิธีการผลิต ของวัสดุธรรมชาติที่มีคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัว มีค่าเฉลี่ยคิดเป็น 3.38 อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านมีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ประเพณีวัฒนธรรมและความเชื่อของชุมชนในแต่ละท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.83 อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านประโยชน์ใช้สอย ขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมกับการใช้งาน ความปลอดภัย ความแข็งแรงตามอายุการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยคิดเป็น 3.17 อยู่ในระดับปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 54 แสดงผลการวิเคราะห์การตอบข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทุนวัฒนธรรม (ต่อ)

คำถาม		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านคิดว่าทุนวัฒนธรรมสามารถนำมา	ได้	50	91.7
ออกแบบเป็นสินค้าเครื่องแต่งกายได้	ไม่ได้	5	8.3
หรือไม่	ไม่แน่ใจ	0	0.0

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จากตารางที่ 8 เป็นข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทุนวัฒนธรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มผู้บริโภค

คิดว่าทุนวัฒนธรรมสามารถนำมาออกแบบเป็นสินค้าเครื่องแต่งกายได้หรือไม่ คิดว่าได้ คิดเป็นร้อยละ 91.7 และไม่ได้ คิดเป็นร้อยละ 8

4.2.2 การวิเคราะห์บุคลิกภาพการแต่งกายของผู้บริโภคด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set)

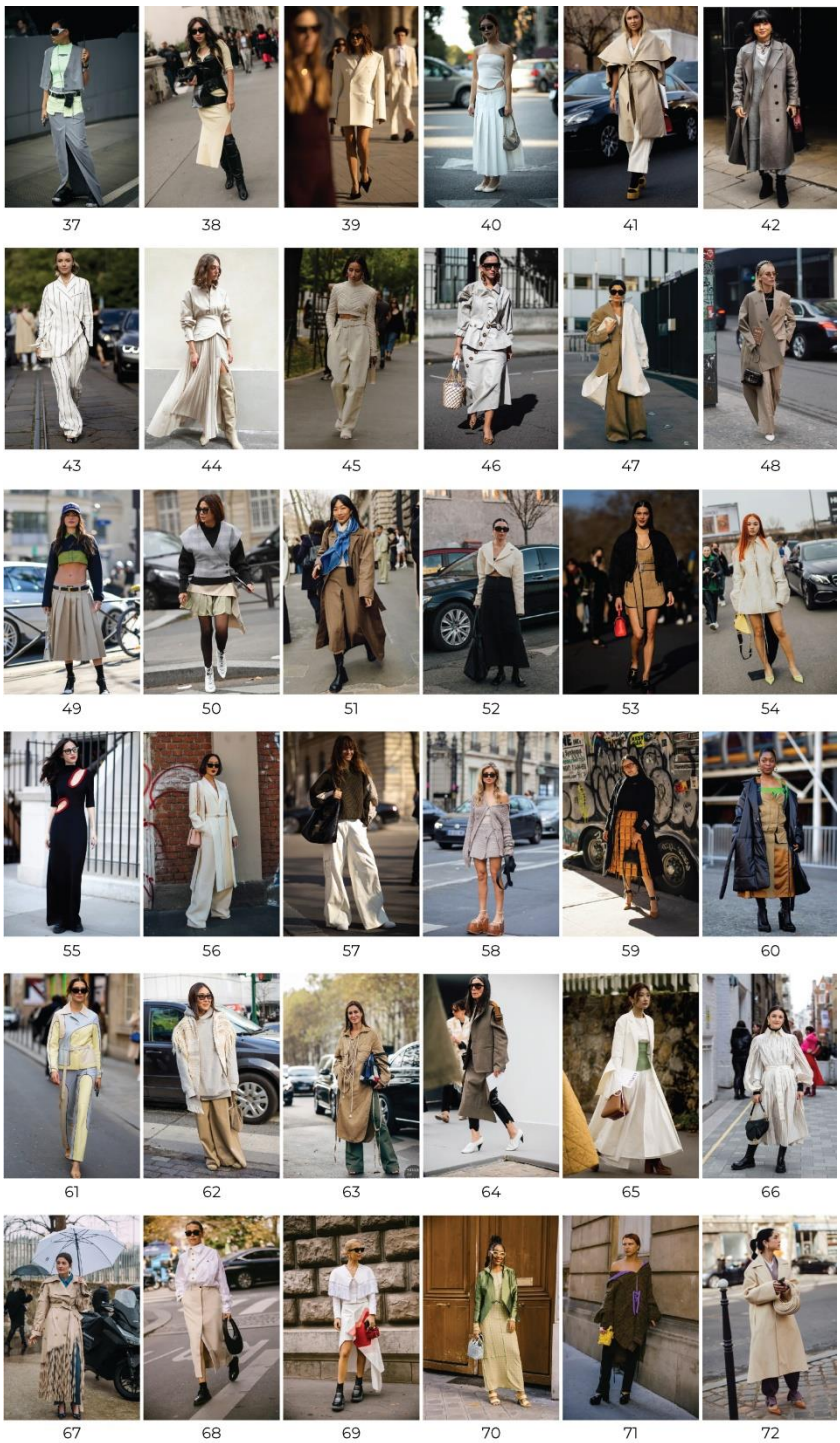
จากลักษณะการแต่งกายของผู้บริโภคงานหัตกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่กลุ่มงานฝีมือและหัตถกรรมร่วมสมัย (Contemporary Craft) ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมลักษณะการแต่งกายข้างต้น และนำมาวิเคราะห์บุคลิกภาพการแต่งกายของผู้บริโภคด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set) จากการรวบรวมสะสมรูปจากโซเชียล (Social Media) และเวปไซต์ (Website) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้บริโภคสนใจผ่านการแต่งกายทางแฟชั่นในชีวิตประจำวันจำนวน 100 รูป เพื่อหาความสอดคล้องกันของเครื่องแต่งกายด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่น โดยแบ่งองค์ประกอบการวิเคราะห์ดังนี้ แนวคิด โครงร่างเงาและสไตล์ลิ่ง สี รายละเอียดตกแต่ง วัสดุและพื้นผิว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาพที่ 30 เปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set)

จากการรวบรวมสะสมรูปจากโซเชียล (Social Media) และเวปไซต์ (Website) (1)

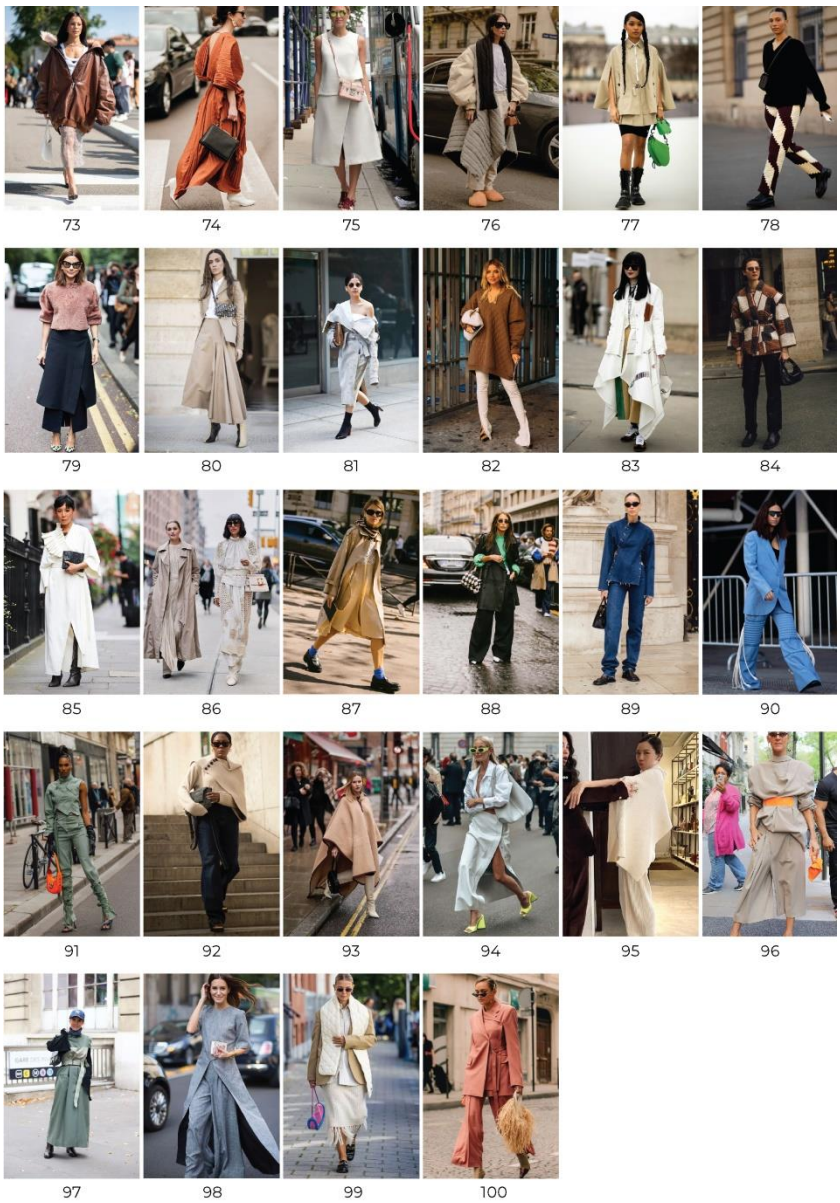
ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย



ภาพที่ 31 เปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set)

จากการรวบรวมสะสมรูปจากโซเชียล (Social Media) และเวปไซต์ (Website) (2)

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย



ภาพที่ 4.13 เปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set)
จากการรวบรวมสะสมรูปจากโซเชียล (Social Media) และเวปไซต์ (Website) (3)
ที่มา ขวัญชัย บุญสม

ตารางที่ 55 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set) จำนวน 100 รูป

รายการ		จำนวน (รูป)	ร้อยละ
1. ภาพรวมของการแต่งกาย			
1.1 ความยาวโดยรวม	ระดับความสั้นมาก	9	9.0
	ระดับความสั้นเหนือเข่า	1	1.0
	ระดับเข่า	4	4.0
	ระดับกลางน่อง	12	12.0
	ระดับข้อเท้า	74	74.0
1.2 ตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัว	เส้นใต้หน้าอก	10	10.0
	เส้นเอว	42	42.0
	เส้นสะโพก	33	33.0
	ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว	15	15.0
1.3 จำนวนชิ้นของเสื้อผ้าที่สวมใส่	1 ชิ้น	14	14.0
	2 ชิ้น	52	52.0
	3 ชิ้น	34	34.0
	4 ชิ้น	0	0.0
	5 ชิ้น	0	0.0

ที่มา ขวัญชัย บุญสม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากตารางที่ 55 พบว่า ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set) ของลักษณะภาพรวมของการแต่งกายของความยาวโดยรวมเป็นความยาวระดับข้อเท้า ร้อยละ 74 ระดับกลางน่อง ร้อยละ 12 ระดับความสั้นมาก ร้อยละ 9 ระดับเข่า ร้อยละ 4 และ ระดับความสั้นเหนือเข่า ร้อยละ 1

ลักษณะภาพรวมของการแต่งกายของตำแหน่งของเส้นแบ่งช่วงตัวอยู่ที่เส้นเอว ร้อยละ 42 เส้นสะโพก ร้อยละ 33 ไม่มีเส้นแบ่งช่วงตัว ร้อยละ 15 และเส้นใต้หน้าอก ร้อยละ10

และลักษณะภาพรวมของการแต่งกายของและมีจำนวนชิ้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ จำนวน 2 ชิ้น ร้อยละ 52 3 ชิ้น ร้อยละ 34 และ 1 ชิ้น ร้อยละ 14

ตารางที่ 56 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set) จำนวน 100 รูป (ต่อ)

รายการ		จำนวน (รูป)	ร้อยละ
2. ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้นเสื้อผ้า)			
2.1 เสื้อ (Tops)	ความยาวระดับใต้หน้าอก	5	10.4
	ความยาวระดับเอว	9	18.8
	ความยาวระดับสะโพกบน	4	8.3
	ความยาวระดับสะโพกล่าง	6	12.5
	ความยาวระดับเข่า	0	0.0
	ความยาวระดับหน้าขา	1	2.1
	ความยาวระดับเสื้อไว้ด้านในท่อนล่าง	23	47.9
2.2 เสื้อคลุมตัวนอก (Outerwear)	ความยาวระดับใต้หน้าอก	1	2.4
	ความยาวระดับเอว	0	0.0
	ความยาวระดับสะโพกบน	4	9.5
	ความยาวระดับสะโพกล่าง	19	45.2
	ความยาวระดับเข่า	5	11.9
	ความยาวระดับเลยเข่า	5	11.9
	ความยาวระดับหน้าขา	4	9.5
	ความยาวระดับข้อเท้า	4	9.5
2.3 กระโปรง (Skirt)	ความยาวระดับสั้นมาก (Micro Mini)	5	18.5
	ความยาวระดับสั้น (Mini)	0	0.0
	ความยาวระดับปานกลางหรือเข่า (Knee)	4	14.8
	ความยาวระดับน่อง (Midi)	5	18.5
	ความยาวระดับข้อเท้า (Maxi)	13	48.1
2.4 กางเกง (Pants)	ความยาวระดับสั้นมาก (Hot Pants)	0	0.0
	ความยาวระดับสั้น (Short)	0	0.0
	ความยาวระดับปานกลาง (Pedal Pushers)	0	0.0
	ความยาวระดับน่อง (Cropped Pants)	2	5.1
	ความยาวระดับข้อเท้า (Full Length)	37	94.9

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

2.4 ชุดกระโปรงหรือกางเกง (Dress or Jumpsuit)	ความยาวระดับสั้นมาก (Micro Mini)	2	7.7
	ความยาวระดับสั้น (Mini)	0	0.0
	ความยาวระดับปานกลางหรือเข่า (Knee)	1	3.8
	ความยาวระดับน่อง (Midi)	5	19.2
	ความยาวระดับข้อเท้า (Maxi)	18	69.2

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จากตารางที่ 56 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set) พบว่า ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้นเสื้อผ้า) ของเสื้อ (Tops) ความยาวระดับเสื้อไว้ด้านในท่อนล่าง ร้อยละ 49.9 ความยาวระดับเอว ร้อยละ 18.8ความยาวระดับสะโพกล่าง ร้อยละ 12.5 ความยาวระดับใต้หน้าอก ร้อยละ 10.4 ความยาวระดับสะโพกบน ร้อยละ 8.3 และความยาวระดับหน้าขา ร้อยละ 2.1

ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้นเสื้อผ้า) ของเสื้อคลุมตัวนอก (Outerwear) ความยาวระดับสะโพกล่าง ร้อยละ 45.2 ความยาวระดับเข่า และความยาวระดับเลยเข่า เท่ากัน ร้อยละ 11.9 ความยาวระดับสะโพกบน ความยาวระดับหน้าขา และความยาวระดับข้อเท้า เท่ากัน ร้อยละ 9.5 และความยาวระดับใต้หน้าอก ร้อยละ 2.4

ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้นเสื้อผ้า) ของกระโปรง (Skirt) ความยาวระดับข้อเท้า (Maxi) ร้อยละ 48.1 ความยาวระดับสั้นมาก (Micro Mini) และความยาวระดับน่อง (Midi) เท่ากัน ร้อยละ 18.5 และความยาวระดับปานกลางหรือเข่า (Knee) ร้อยละ 14.8

ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้นเสื้อผ้า) ของกระโปรง (Skirt) ความยาวระดับข้อเท้า (Maxi) ร้อยละ 48.1 ความยาวระดับสั้นมาก (Micro Mini) และความยาวระดับน่อง (Midi) เท่ากัน ร้อยละ 18.5 และความยาวระดับปานกลางหรือเข่า (Knee) ร้อยละ 14.8

ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้นเสื้อผ้า) ของกางเกง (Pants) ความยาวระดับข้อเท้า (Full Length) ร้อยละ 94.9 และความยาวระดับน่อง (Cropped Pants) ร้อยละ 14.8

และความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้นเสื้อผ้า) ของชุดกระโปรงหรือกางเกง (Dress or Jumpsuit)ความยาวระดับข้อเท้า (Maxi) ร้อยละ 69.2 ความยาวระดับน่อง (Midi) ร้อยละ 19.2 ความยาวระดับสั้นมาก (Micro Mini) ร้อยละ 7.75 และความยาวระดับปานกลางหรือเข่า (Knee) ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 57 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set) จำนวน 100 รูป (ต่อ)

รายการ		จำนวน (รูป)	ร้อยละ
3. ลักษณะโครงร่างเงาของชิ้นเสื้อผ้า			
3.1 เสื้อ (Tops)	เข้ารูป (Slim fit)	13	50.0
	พอดีตัว (Fit)	13	50.0
	ตัวหลวม (Loose fit)	22	84.6
3.2 เสื้อคลุมตัวนอก (Outerwear)	เข้ารูป (Slim fit)	0	0.0
	พอดีตัว (Fit)	12	46.2
	ตัวหลวม (Loose fit)	30	115.4
3.3 กระโปรง (Skirt)	เข้ารูป (Slim fit)	0	0.0
	พอดีตัว (Fit)	6	23.1
	ตัวหลวม (Loose fit)	21	80.8
3.4 กางเกง (Pants)	เข้ารูป (Slim fit)	5	19.2
	พอดีตัว (Fit)	12	46.2
	ตัวหลวม (Loose fit)	22	84.6
3.4 ชุดกระโปรงหรือกางเกง (Dress or Jumpsuit)	เข้ารูป (Slim fit)	0	0.0
	พอดีตัว (Fit)	15	57.7
	ตัวหลวม (Loose fit)	11	42.3
3.5 ภาพรวมโครงร่างเงาท่อนบนและท่อนล่าง	เข้ารูป (Slim fit) - เข้ารูป (Slim fit)	9	9.0
	เข้ารูป (Slim fit) - พอดีตัว (Fit)	1	1.0
	เข้ารูป (Slim fit) - ตัวหลวม (Loose fit)	6	6.0
	พอดีตัว (Fit) - เข้ารูป (Slim fit)	1	1.0
	พอดีตัว (Fit) - พอดีตัว (Fit)	34	34.0
	พอดีตัว (Fit) - ตัวหลวม (Loose fit)	11	11.0
	ตัวหลวม(Loose fit) - เข้ารูป(Slim fit)	3	3.0
	ตัวหลวม (Loose fit) - พอดีตัว (Fit)	3	3.0
	ตัวหลวม (Loose fit) - ตัวหลวม (Loose fit)	32	32.0
3.6 ภาพรวมรูปแบบโครงร่างเงา	รูปทรงตัวเฮช (H line shape)	27	27.0

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบโดยรวม	รูปทรงตัวเอ (A line shape)	47	180.8
	รูปทรงตัววาย (Y line shape)	21	80.8
	รูปทรงบอลลูน (Balloon-line shape)	5	19.2

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จากตารางที่ 57 พบว่า ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบทางการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลล์ตาต้าเซท (Paper doll data set) ลักษณะโครงร่างเงาของชิ้นเสื้อผ้า ของเสื้อ (Tops) ตัวหลวม (Loose fit) ร้อยละ 22 เข้ารูป (Slim fit) และพอดีตัว (Fit) เท่ากัน ร้อยละ 50.0

ลักษณะโครงร่างเงาของชิ้นเสื้อผ้าของเสื้อคลุมตัวนอก (Outerwear) ตัวหลวม (Loose fit) ร้อยละ 115.4 และพอดีตัว (Fit) ร้อยละ 46.2

ลักษณะโครงร่างเงาของชิ้นเสื้อผ้าของกระโปรง (Skirt) ตัวหลวม (Loose fit) ร้อยละ 80.8 และพอดีตัว (Fit) ร้อยละ 23.1

ลักษณะโครงร่างเงาของชิ้นเสื้อผ้าของกางเกง (Pants) ตัวหลวม (Loose fit) ร้อยละ 84.6 พอดีตัว (Fit) ร้อยละ 46.2 และเข้ารูป (Slim fit) ร้อยละ 19.2

ลักษณะโครงร่างเงาของชิ้นเสื้อผ้าของชุดกระโปรงหรือกางเกง (Dress or Jumpsuit) พอดีตัว (Fit) ร้อยละ 57.7 และตัวหลวม (Loose fit) ร้อยละ 42.3

ลักษณะโครงร่างเงาของชิ้นเสื้อผ้าของภาพรวมโครงร่างเงาท่อนบน และท่อนล่าง พอ ดีตัว (Fit) - พอดีตัว (Fit) ร้อยละ 34.0 ตัวหลวม (Loose fit) - ตัวหลวม (Loose) ร้อยละ 32.0 เข้ารูป (Slim fit) - เข้ารูป (Slim fit) ร้อยละ 9.0 เข้ารูป (Slim fit) - ตัวหลวม (Loose fit) ร้อยละ 6 ตัวหลวม(Loose fit) - เข้ารูป(Slim fit) และ ตัวหลวม (Loose fit) - พอดีตัว (Fit) เท่ากัน ร้อยละ 3.0 เข้ารูป (Slim fit) - พอดีตัว (Fit) และ พอดีตัว (Fit) - เข้ารูป (Slim fit) เท่ากัน ร้อยละ 1.0

และลักษณะโครงร่างเงาของชิ้นเสื้อผ้าของภาพรวมรูปแบบโครงร่างเงาแบบโดยรวม ภาพรวมรูปแบบโครงร่างเงาแบบโดยรวม รูปทรงตัวเอ (A line shape) ร้อยละ 180.0 รูปทรงตัววาย (Y line shape) ร้อยละ 80.0 รูปทรงตัวเฮช (H line shape) ร้อยละ 27.0 และรูปทรงบอลลูน (Balloon-line shape)ร้อยละ 19.2

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวคิดการออกแบบ

4.3.1 สรุปการวิเคราะห์องค์ประกอบการออกแบบจากแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก

จากการศึกษางานออกแบบแฟชั่นการศึกษางานออกแบบที่ใช้แนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก สามารถสรุปองค์ประกอบการออกแบบ ได้ดังนี้

ตารางที่ 58 แสดงองค์ประกอบการออกแบบจากแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก

หัวข้อ	รายละเอียด
แนวคิด (Concept)	การออกแบบข้ามวัฒนธรรมของชาวนอร์ดิกและผสมผสานกับงานฝีมือของญี่ปุ่นแบบดังเดิม ผลลัพธ์ที่ได้คือการสร้างนิยามใหม่ให้กับความเรียบง่ายแบบสมัยใหม่ ความเรียบง่าย ประโยชน์ใช้สอย และความใส่ใจในรายละเอียด และตอบสนองต่อรูปแบบกรรมวิธีแบบดั้งเดิม แต่มีความเชื่อมโยงโดยตรงที่ทันสมัยนี้สร้างความสมดุลระหว่างความรู้สึกร่วมสมัยกับเส้นสายที่เป็นธรรมชาติ แต่ยังเชื่อมโยงเชิงสัญลักษณ์ในแง่ของการใช้วัสดุและสีจากตัววัสดุอีกด้วย
สี (Colors way)	ใช้สีน้อยและสีธรรมชาติที่ได้จากตัวของวัสดุ เน้นความงามที่เรียบง่ายด้วยการใช้สีธรรมชาติจากเฮมพ์ ไม่ผ่านกระบวนการย้อม
โครงร่างเง่า (Silhouette)	รูปทรงตัวเฮช (H line shape) รูปทรงตัวเอ (A line shape) รูปทรงตัววาย (Y line shape) รูปทรงบอลลูน (Balloon-line shape) ความไม่สมมาตรของรูปร่าง (Asymmetry) รูปทรงเรขาคณิต (Geometric form)
วัสดุ/ เทคนิค (Material/ Technique)	ผู้ผลิตมีความชำนาญงานเฟอร์นิเจอร์ไม้วัสดุดิบส่วนใหญ่จึงเป็นวัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ และการสร้างเอฟเฟกต์มัวเร (Moiré Effect)
เส้น (Lines)	เส้นโค้ง เส้นแนวตั้ง และแนวนอน
ลวดลาย / พื้นผิว (Pattern / Texture)	แสดงผิววัสดุที่ใช้ ความงามของวัสดุ และความประณีตของช่างฝีมือ ผิวของวัสดุให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นกันเอง
เทคนิคที่สอดคล้องทาง	จับจีบพลีท (Pleats)

การออกแบบแฟชั่น (Fashion technique)	 การสร้างเอฟเฟกต์มัวเร (Moiré Effect)และการจับจีบ (Even pleats) เส้นโค้งบิดและข้าม (Curve cut twisting and crossing) การบิด (Twisting) และการคัทเอ้าท์ (Cutout) จับจีบพลีท (Pleats) งานถักโครเชต์ (Crocheting) งานปักฉลุฉลุ (Laser-Cut Embroidery) และ การจับจีบ (Even pleats)

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล 7P's และ SWOT ของตราสินค้าคู่แข่ง

4.5.1 ตราสินค้า จิล แซนเดอร์ (Jil Sander)

จิล แซนเดอร์ (Jil Sander) เป็นตราสินค้าหรูระดับไฮเอนด์ที่มีความทันสมัย ความเรียบเก๋ และความซับซ้อน แต่ไม่ขาดซึ่งรายละเอียด ในการออกแบบผสมผสานความสง่างามและความบริสุทธิ์เข้ากับวัสดุที่เป็นนวัตกรรมใหม่และงานฝีมือที่ยอดเยี่ยม ความปราณีตของการตัดเย็บและความสมบูรณ์แบบของรายละเอียดทำให้เกิดแนวทางของแฟชั่นที่กำหนดโดยการพิจารณาอย่างรอบคอบ เข้มงวด และคุณภาพสูง ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1968 โดย จิล แซนเดอร์ (Jil Sander)เป็นห้องเสื้อระดับหรูที่มีเอกลักษณ์ ด้วยวิสัยทัศน์ของตัวผู้ก่อตั้งและแนวคิดแบบมินิมอลลิสม์ (Minimalist style) สำหรับ จิล แซนเดอร์ (Jil Sander)แล้ว ยิ่งน้อยยิ่งมาก แต่แฝงไปด้วยความน่าค้นหา แบรนด์สัญชาติเยอร์มันแบรนด์นี้มีหลักการออกแบบที่เสมอต้นเสมอปลาย เสื้อผ้าที่ดูเรียบง่ายและเน้นการใช้งาน แต่ถ้าสังเกตุให้ดีจะเห็นว่าเสื้อผ้าแต่ละชิ้น สะท้อนงานฝีมือชั้นเยี่ยมที่มีรายละเอียดอันประณีต ในปี 2017 แบรนด์ จิล แซนเดอร์ (Jil Sander) ได้แต่งตั้งหัวหน้าครีเอทีฟ (Creative Director) คนใหม่คือ ลุค (Luke) และลูซี่ ไมเออร์ (Lucie Meier) ทำให้ตราสินค้าเติบโตไปในทางที่ร่วมสมัยที่หรูหราและสง่างาม แต่ยังคงเอกลักษณ์ของตราสินค้าไว้ได้เป็นอย่างดี เสริมคุณค่าให้กับโลกของแฟชั่นด้วยงานฝีมือและการออกแบบที่โดดเด่น

ภาพที่ 32 แสดงสินค้า จิล แซนเดอร์ (Jil Sander)

ที่มา https://www.vogue.com/fashion-shows/pre-fall-2019/jil-sander

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4.5.1.การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ 7P's 1

ตารางที่ 59 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ 7P's

7P's	ตราสินค้า
สินค้า Product	สินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดบนที่มีรูปแบบโดดเด่นที่การออกแบบ ใช้โครงสร้าง โครงสร้างทางสถาปัตยกรรม ออกแบบมาเพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ ทันสมัย งานที่ไม่ซ้ ากับงานอื่น ๆผสมผสานเทคนิคหัตศิลป์ที่ไม่เหมือนใคร
ราคา Price	10,000 – 300,000 บาท
สถานที่ Place	ร้านค้ารูปแบบ Store ขายลักษณะออนไลน์

การส่งเสริมการขาย Promotion	การลดราคาสินค้าตามฤดูกาล
ผู้คน People	เน้นกลุ่มเป้าหมาย หญิงสาววัยรุ่น จนถึงวัยทำงาน เน้นแฟชั่น ชัดเจน
บรรจุภัณฑ์ Packaging	ถุงกระดาษพิมพ์โลโก้
สิ่งที่แตกต่างPurple Cow	รูปแบบเสื้อผ้าที่มีโครงเสื้อที่โดดเด่น ตัดเย็บอย่างประณีต ถูกสวมใส่โดยผู้มีชื่อเสียง

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

4.5.1.2 แสดงการวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าด้วยหลักการรวิเคราะห์ SWOT

ตารางที่ 60 แสดงตารางวิเคราะห์ SWOT ตราสินค้า

SWOT / 7P's	**จุดแข็ง** Strength	**จุดอ่อน** Weakness	**โอกาส** Opportunities	**ภาวะคุกคาม** Threats
สินค้า Product	- คุณภาพของสินค้า และชิ้นส่วนต่างๆ ถูกผลิตให้สามารถใช้งานได้ยาวนานขึ้น - สินค้าถูกผสมระหว่างสินค้าหลักแฟชั่น และแฟชั่นชั้นสูงอย่างสมดุล	- สินค้าจำนวนมากในช่วงเปลี่ยนสินค้า - รูปแบบของสินค้ามีความคล้ายคลึงกันในราคาที่ใกล้เคียงกัน จนทำให้ลูกค้าเกิดความสับสน - สีของสินค้าไม่มีความหลากหลาย - สีไฮไลท์ยังมีไม่เพียงพอ - คะแนนความโปร่งใสของแฟชั่น 6-10% ดัชนีปี 2020 (การจัดอันดับต่ำในกลุ่มตราสินค้าอื่น ๆ) - ผลิตภัณฑ์มีความ	- โอกาสสำหรับผ้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดมากขึ้นเพื่อความโดดเด่นในคอลเลคชั่นคู่แข่ง	- หยุดการผลิตในต่างประเทศเนื่องจาก COVID-19 - คู่แข่งส่งเสริมสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การริเริ่มที่เป็นมิตร - คู่แข่งมีเพิ่มมากขึ้นที่มีความโปร่งใสและยั่งยืน - คู่แข่งขันได้คะแนนแฟชั่นสูงกว่าเปอร์เซ็นไทล์ดัชนีความโปร่งใส - คู่แข่งมีการใช้เทคโนโลยีในร้านค้าและออนไลน์เพิ่มขึ้น

		คล้ายคลึงกับคู่แข่งมาก - ช่วงขนาดสินค้าจำกัด (ไม่มีพลัสไซส์ในคอลเลกชัน)		
ราคา Price	-เป็นสินค้าแฟชั่นที่มีราคาสูงเหมาะสมกับคุณภาพ	สินค้าบางประเภท ราคาสูง จึงจำกัดกลุ่มทางการตลาด		ลูกค้าบางกลุ่มขาดความเข้าใจคุณค่าในตัวสินค้า ทำให้ไม่เกิดยอดขายเท่าที่ควร
สถานที่ Place	จุดขายมีความสวยงาม และมีการ ขายของรูปแบบ ออนไลน์ ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วถึง	การมีสาขาน้อยจำกัดแค่บางประเทศ ทำให้ผู้บริโภคที่ อยากทดลอง สัมผัสชิ้นงาน จริงทำได้ยาก	รูปแบบเว็บไซต์ซึ่งถือเป็นสถานที่ขายหลักของตราสินค้า มีการออกแบบทันสมัย สวยงามเหาะกับกลุ่มผู้บริโภค	สถานที่จัด จำหน่ายมีตรา สินค้าคู่แข่งระดับ เดียว กันหลากหลาย ทำให้เกิดการเปรียบเทียบสินค้ากับตราสินค้าคู่แข่งอื่นได้
การส่งเสริมการขาย Promotion	มีการออกแบบคลอ เล็คชั่น มีการจัด แฟชั่นโชว์แสดง สินค้าตามฤดูกาล เป็นการกระตุ้นการ ขายถือเป็น ทางเลือกของ ผู้บริโภคทั้งยัง มีการประชาสัมพันธ์ในลายช่องทาง	การส่งเสริมการ ขายขึ้นกับห้างสรรพสินค้าหรือเวปไซต์ ผู้ขายปลีกเป็น หลัก	สร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ดีและมีคุณค่าในตลาดที่กว้างขึ้น	ลูกค้าขาดแรงกระตุ้นในการเข้ามาเลือกซื้อสินค้า ในร้านค้าเมื่อ เทียบกับตราสินค้า อื่นๆ
ผู้คน People	มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน	มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน	การขยายกลุ่มฐานลูกค้า	กลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มไม่แพร่หลายในวงกว้าง
บรรจุภัณฑ์ Packaging	ความพิถีพิถันในการบรรจุหีบห่อ มีความ สวยงามสม	บรรจุภัณฑ์ มีรายละเอียดค่อนข้างมากทำ ให้	ตรงตามรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายหลัก	สามารถลอกเลียนได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

	ราคา	ต้นทุนสูง		
สิ่งที่แตกต่าง Purple Cow	มีการออกแบบ และ ใช้เทคนิคที่โดดเด่น	เป็นที่จดจำ ชัดเจน	เป็นที่กล่าวถึงในด้านภาพลักษณ์ การออกแบบของ ตราสินค้า	ภาพลักษณ์ของ ตราสินค้าเฉพาะ กลุ่มมาก

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

4.5.2 ตราสินค้าฌักมูส (Jacquemus)

ฌักมูส (Jacquemus) ก่อตั้งโดยดีไซเนอร์ชาวฝรั่งเศสที่ชื่อว่า ซิมง ปอร์ต ฌักมูส (Simon Porte Jacquemus) โดยได้เริ่มสร้างแบรนด์นี้ขึ้นในปี ค.ศ. 2009 ซึ่งในขณะนั้นเขามีอายุเพียงแค่ 19 ปีเท่านั้นต่อมาในปี ค.ศ. 2011 เขาก็ได้หาประสบการณ์เพิ่มด้วยการเข้าทำงานที่แบรนด์ Comme des Garçons แต่ก็ยังคงทำแบรนด์ของตัวเองไปพร้อม ๆ กันและในปี ค.ศ. 2015 เขาได้เข้าร่วมการแข่งขัน ดีไซเนอร์รุ่นเยาว์ที่จัดขึ้นโดยบริษัท LVMH เจ้าของพอร์ตแบรนด์หรูที่ใหญ่สุดในโลกแม้ว่าเขาจะไม่สามารถคว้ารางวัลชนะเลิศมาได้ แต่ทาง LVMH ที่เห็นบางอย่างในตัวเขา ก็ได้ตัดสินใจมอบรางวัลพิเศษให้ ซึ่งเป็นเงินจำนวน 5.5 ล้านบาท พร้อมทีมที่ปรึกษาของ LVMH ที่จะคอยให้คำแนะนำตลอดหนึ่งปีเต็มในปี ค.ศ. 2018 ความสำเร็จครั้งยิ่งใหญ่ของเขาก็มาพร้อมกับคอลเลกชัน La Bomba ซึ่งหนึ่งในสินค้าที่สร้างชื่อจากคอลเลกชันนี้ก็คือ “หมวกฟาง” ที่มีขนาดใหญ่เกือบครึ่งตัวของผู้ใส่ โดยคอลเลกชัน La Bomba นี้ ก็ได้รับผลตอบรับอย่างล้นหลาม จนทำให้ยอดขายของแบรนด์เพิ่มสูงขึ้นถึง 2 เท่าตัว ในตอนนี้ดูเหมือนว่า ซิมง ปอร์ต ฌักมูส (Simon Porte Jacquemus) จะเริ่มจับทางได้แล้วว่าผู้คนชอบสินค้าแนวไหนเพราะต่อมาในปี ค.ศ. 2019 เขาก็ได้สร้างความฮือฮาให้โลกแฟชั่นอีกครั้ง ด้วยการเปิดตัวกระเป๋ารุ่น “Le Mini Chiquito” ที่มีขนาดเล็กจิ๋ว ยิ่งกว่าฝ่ามือคนแม้ว่ากระเป๋าจะเล็กจนไม่รู้ว่าจะเอาไว้ใส่อะไร แต่เรื่องที่น่าทึ่งก็คือ กระเป๋ารุ่นนี้กลับกลายเป็นสินค้าที่ขายดีของแบรนด์ และยังทำให้ใครหลายคนจดจำแบรนด์ ฌักมูส (Jacquemus) ได้ ที่สำคัญคือ กระเป๋าในรุ่น Le Chiquito ทุกขนาด สามารถทำยอดขายรวมกันเป็นสัดส่วนกว่า 30-40% ของรายได้ทั้งหมดนอกจากเรื่องของดีไซน์สินค้าที่สร้างกระแสมาได้ตลอดแล้วแบรนด์ ฌักมูส (Jacquemus) ยังมีวิธีการจัดแฟชันโชว์ที่ไม่เหมือนใคร จนเป็นที่พูดถึงในโลกออนไลน์อยู่เป็นประจำเช่น ปี ค.ศ.2019 ที่มีการจัดแฟชั่นโชว์ ในทุ่งลาเวนเดอร์ พร้อมกับรันเวย์ที่ปูด้วยพรมสีชมพู อยู่กลางทุ่งหรือปี ค.ศ.2020 แบรนด์ ฌักมูส (Jacquemus) ได้จัดแฟชั่นโชว์ในทุ่งข้าวสาลี ที่ทำรันเวย์คล้ายเกลียวคลื่น พร้อมกับที่นั่งของผู้ชมที่อยู่ระหว่างต้นข้าวสาลีซึ่งกระแสของ

แบรนด์ ฌักมูส (Jacquemus) ที่ดูจะมาแรงไม่หยุด ส่งผลให้ในปี ค.ศ. 2020 ที่ผ่านมานี้ The Lyst Index ได้จัดอันดับให้แบรนด์ ฌักมูส (Jacquemus) เป็นหนึ่งในแบรนด์แฟชั่นยอดฮิตระดับโลก

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาพที่ 33 แสดงสินค้าฌักมูส (Jacquemus)

ที่มา https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2022-ready-to-wear/jacquemus

4.5.2.1 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ 7P’s

ตารางที่ 61 แสดงการวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ 7P’s

7P’s	ตราสินค้า
สินค้า Product	สินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นส าหรับผู้หญิงที่ใช้แนวคิดความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้านการใช้วัสดุ ซึ่งเป็นสินค้าเสื้อผ้าครอบคลุมทุกโอกาสการใช้งาน ไม่ว่าจะเป็น ลำลอง ทำงาน หรือปาร์ตี้
ราคา Price	7,000 - 20,000 บาท
สถานที่ Place	ร้านค้ารูปแบบ Store ขายลักษณะออนไลน์
การส่งเสริมการขาย Promotion	การลดราคาสินค้าตามฤดูกาล
ผู้คน People	เน้นกลุ่มเป้าหมาย หญิงสาววัยรุ่น จนถึงวัยทำงาน
บรรจุภัณฑ์ Packaging	เน้นกลุ่มเป้าหมายอีโค่ หญิงสาววัยรุ่น จนถึงวัยทำงาน
สิ่งที่แตกต่างPurple Cow	ตราสินค้าแฟชั่นที่ใช้แนวคิดการออกแบบเสื้อผ้าเพื่อความยั่งยืน ที่มีรูปแบบแตกต่าง จากสินค้าอีโค่รูปแบบเดิม ๆ ตามสมัยนิยม

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4.5.1.2 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าด้วยหลักการรวิเคราะห์ SWOT

ตารางที่ 62 แสดงตารางวิเคราะห์ SWOT ตราสินค้า

SWOT / 7P’s	**จุดแข็ง** Strength	**จุดอ่อน** Weakness	**โอกาส** Opportunities	**ภาวะคุกคาม** Threats
สินค้า Product	- คุณภาพของสินค้า และชิ้นส่วนต่างๆ ถูกผลิตให้สามารถใช้งานได้ยาวนานขึ้น	- สินค้าจำนวนมากในช่วงเปลี่ยนสินค้า - รูปแบบของสินค้ามีความคล้ายคลึงกันในราคาที่ใกล้เคียง	- โอกาสสำหรับผ้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดมากขึ้นเพื่อความโดดเด่นในคอลเลคชั่นคู่แข่ง	- หยุดการผลิตในต่างประเทศเนื่องจาก COVID-19 - คู่แข่งส่งเสริม

	- สินค้าถูกผสมระหว่างสินค้าหลักแฟชั่น และแฟชั่นชั้นสูงอย่างสมดุล	กัน จนทำให้ลูกค้าเกิดความสับสน - สีของสินค้าไม่มีความหลากหลาย - สีไฮไลท์ยังมีไม่เพียงพอ - คะแนนความโปร่งใสของแฟชั่น 6-10% ดัชนีปี 2020 (การจัดอันดับต่ำในกลุ่มตราสินค้าอื่น ๆ) - ผลิตภัณฑ์มีความคล้ายคลึงกับคู่แข่งมาก - ช่วงขนาดสินค้าจำกัด (ไม่มีพลัสไซส์ในคอลเลกชัน)		สิ่งแวดล้อมมากขึ้น การริเริ่มที่เป็นมิตร - คู่แข่งมีเพิ่มมากขึ้นที่มีความโปร่งใสและยั่งยืน - คู่แข่งขันได้คะแนนแฟชั่นสูงกว่าเปอร์เซ็นไทล์ดัชนีความโปร่งใส - คู่แข่งมีการใช้เทคโนโลยีในร้านค้าและออนไลน์เพิ่มขึ้น
ราคา **Price**	-เป็นสินค้าแฟชั่นที่มีราคาสูงเหมาะสมกับคุณภาพ	สินค้าบางประเภท ราคาสูง จึงจำกัดกลุ่มทางการตลาด		ลูกค้าบางกลุ่มขาดความเข้าใจคุณค่าในตัวสินค้า ทำให้ไม่เกิดยอดขายเท่าที่ควร
สถานที่ **Place**	จุดขายมีความสวยงาม และมีการ ขายของรูปแบบ ออนไลน์ ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วถึง	การมีสาขาน้อยจำกัดแค่บางประเทศ ทำให้ผู้บริโภคที่ อยากทดลอง สัมผัสชิ้นงาน จริงทำได้ยาก	รูปแบบเว็บไซต์ซึ่งถือเป็นสถานที่ขายหลักของตราสินค้า มีการออกแบบทันสมัย สวยงามเหาะกับกลุ่มผู้บริโภค	สถานที่จัด จำหน่ายมีตรา สินค้าคู่แข่งระดับ เดียว กันหลากหลาย ทำให้เกิดการเปรียบเทียบสินค้ากับตราสินค้าคู่แข่งอื่นได้
การส่งเสริมการขาย **Promotion**	มีการออกแบบคลอ เล็คชั่น มีการจัด แฟชั่นโชว์แสดง สินค้าตามฤดูกาล เป็นการ	การส่งเสริมการ ขายขึ้นกับห้างสรรพสินค้าหรือเวปไซต์ ผู้ขายปลีกเป็น หลัก	สร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ดีและมีคุณค่าในตลาดที่กว้างขึ้น	ลูกค้าขาดแรงกระตุ้นในการเข้ามาเลือกซื้อสินค้า ในร้านค้าเมื่อ เทียบกับตราสินค้า อื่นๆ

	กระตุ้นการ ขาย ถือเป็น ทางเลือก ของ ผู้บริโภคทั้ง ยัง มีการ ประชาสัมพันธ์ใน ลายช่องทาง			
ผู้คน People	มีกลุ่มเป้าหมายที่ ชัดเจน	มีกลุ่มเป้าหมายที่ ชัดเจน	การขยายกลุ่มฐาน ลูกค้า	กลุ่มเป้าหมาย เฉพาะกลุ่มไม่ แพร่หลายในวง กว้าง
บรรจุภัณฑ์ Packaging	ความพิถีพิถันใน การบรรจุหีบห่อ มี ความ สวยงามสม ราคา	บรรจุภัณฑ์ มี รายละเอียด ค่อนข้างมากทำ ให้ ต้นทุนสูง	ตรงตามรสนิยมของ กลุ่มเป้าหมายหลัก	สามารถลอกเลียน ได้
สิ่งที่แตกต่างPurple Cow	มีการออกแบบ และ ใช้เทคนิคที่ โดดเด่น	เป็นที่จดจำ ชัดเจน	เป็นที่กล่าวถึงใน ด้านภาพลักษณ์ การ ออกแบบของ ตรา สินค้า	ภาพลักษณ์ของ ตรา สินค้าเฉพาะ กลุ่ม มาก

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าของงานวิจัย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ตลาดของตราสินค้าในกลุ่มตลาดเดียวกันกับงานวิจัยด้วยหลักการส่วนผสมทางการตลาด 7P’s และหลักการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างตราสินค้าของงานวิจัย โดยมีรายละเอียดได้ดังนี้

4.5.1 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าของงานวิจัย ด้วยหลักการส่วนผสมทางการตลาด 7P’s

กำหนดให้เป็นประเภทสินค้า : เครื่องแต่งกายครีอีทีฟ แวร์ (Creative Wears) และตำแหน่งทางการตลาด : บี ถึง บีบวก (B – B+) โดยมีการวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ

ส่วนผสมทางการตลาด 7P’s และการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ดังนี้

หลักการส่วนผสมทางการตลาด 7P’s

ตารางที่ 63 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าของผู้วิจัย ด้วยหลักการส่วนผสมทางการตลาด 7P’s

7P’s	ตราสินค้าของผู้วิจัย
ผลิตภัณฑ์ (Product)	เครื่องแต่งกายครีอีทีฟ แวร์ (Creative Wears) จากสิ่งทอเฮมพ์ ที่มีแนวคิดงานหัตถกรรมสร้างสรรคืสิ่งแวดล้อมผสมผสานงานหัตถกรรมร่วมสมัย (Contemporary Craft) ในรูปแบบสไตล์โมเดิร์นผสมกับมินิมอลลิสต์ (Modern Minimalist) เน้นการออกแบบที่มีความทันสมัย มีรูปแบบเรียบง่าย ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์
ราคา (Price)	ราคาเฉลี่ยสินค้าอยู่ที่ประมาณ 5,000 – 10,000 บาทต่อชิ้น ซึ่งมีตำแหน่งการตลาด ระดับ บี ถึง บีบวก (B – B+)
การจัดจำหน่าย (Place)	มีการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ทางเวปไซต์ และ Social Media ต่าง ๆ รวมไปถึงมีหน้าร้านที่พื้นที่ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างพื้นที่ Icon Siam โซน IconCraft เป็น Official Store เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้ามาสสัมผัสสินค้าจริงและพูดคุยพบปะกับผู้ที่สนใจในเครื่องแต่งกายประเภทเดียวกัน
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ทั้งการจัดกิจกรรมให้กลุ่มผู้ปริโภคได้ร่วมสนุก และการลดราคาสินค้าเนื่องในวันสำคัญต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีระบบสมาชิกสำหรับลูกค้าคนสำคัญที่จะได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอีกด้วย
บุคคล (People)	กลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คือกลุ่มคนมิลเลนเนียลเจนเนอเรชั่นวาน หรือ Gen Y อายุ25-35 ปีรายได้และระดับการศึกษาปานกลางถึงค่อนข้างสูง
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	มีเอกลักษณ์เฉพาะสร้างความน่าจดจำ จากการเลือกใช้วัสดุจากเฮมพ์ที่มีแนวคิดทฤษฎีการออกแบบความยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
การจดจำใหม่ (Purple Cow)	ตราสินค้ามีการสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะที่ชัดเจน และการใช้วัสดุจากเฮมพ์

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

4.5.2 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าของงานวิจัย ด้วยหลักการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

ตารางที่ 64 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าของผู้วิจัย ด้วยหลักการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

7P's / SWOT	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ผลิตภัณฑ์ (Product)	ผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องแต่งกาย จากเฮมพ์ที่มี รูปแบบสินค้าที่มี เอกลักษณ์ชัดเจนในเรื่อง ของรูปแบบ และคุณภาพที่ดี	รูปแบบของผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องแต่งกายเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีความเฉพาะ มีรูปแบบการ แต่งตัวที่เป็นเอกลักษณ์ และมีความสนใจในงานหัตถกรรมสร้างสรรค์	เส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรม มี ความโดดเด่น ทำ ให้มีคู่แข่งในตลาดน้อย ทำให้มีโอกาส ในการขายมากกว่า ตราสินค้าอื่น	เส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรม มี วิธีและขั้นตอนหลายขั้นตอน และราคาค่อนข้างสูงอาจจะส่งผลให้ เกิดการตัดสินใจ ในการเลือกซื้อสินค้า มีต้นทุนที่สูงทำ ให้ราคาของ สินค้าสูงตามไปด้วย
ราคา (Price)	สินค้ามีราคาสูงเหมาะสมกับคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของ ตราสินค้า	ราคาของสินค้า อยู่ในระดับสูงทำ ให้กลุ่มลูกค้ามี จำนวนจำกัด	ตราสินค้าควรสร้างระดับราคาสินค้า ให้มีความ หลากหลายเหมาะ กับกลุ่มเป้าหมายในช่วงวัยที่มีความหลากหลายใน สังคม	จากราคาสินค้า ที่สูงทำให้กลุ่ม ลูกค้าไม่เข้าใจถึง คุณค่าและคุณภาพของ สินค้าอย่าง แท้จริง และภาวะปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ เกิดขึ้น
การจัดจำหน่าย (Place)	มีการจัดจำหน่ายทั้งทางหน้าร้าน และทางออนไลน์ เพิ่มช่องการ เลือกซื้อสินค้า ให้กับกลุ่มเป้าผู้บริโภค	หลังจากการกระบวนการ สั่งซื้อแล้วต้องใช้ระยะเวลาในการจัดเตรียมสินค้าอาจจะทำให้กลุ้มเป้าหมายเปลี่ยน ใจในการเลือกซื้อสินค้า และ สถานที่จัด จำหน่ายสาขาในประเทศไทยมี จำกัด	การใช้ช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้นและสะดวก ง่าย ต่อการเลือกซื้อ สินค้าบนช่องทาง ออนไลน์และการ จัดส่งสินค้าที่ รวดเร็วมันต่อความ ต้องการของกลุ่ม ลูกค้า	การ เปลี่ยนแปลงของ สถานการณ์ในปัจจุบันทำให้ กลุ่มลูกค้าเลือก ซื้อสินค้าทางช่อง การออนไลน์เพิ่ม มากขึ้น และ การเลือกซื้อ สินค้าจากร้านหน้าของกลุ่ม ลูกค้ามีความ ต้องการความ เป็นส่วนตัวเพิ่ม มากขึ้นในการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

				เลือกซื้อสินค้า เพื่อความ ปลอดภัยจากสถานการณ์ในปัจจุบัน
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	การเลือกใช้สื่อ ทั้งแบบออฟไลน์ และออนไลน์ ทำ ให้ผู้คนจดจำได้ ง่าย	การนำเสนอผ่านกลุ่มผู้มีชื่อเสียง ทำให้ กลุ่มเป้าหมายรู้สึกว่าสินค้า ไกลตัวและเข้าถึงได้ยาก	การสร้าง ภาพลักษณ์ตรา สินค้าให้มีความหลากหลายของ ช่วงวัยเพื่อให้ทันกับกลุ่มคนที่มี หลากหลายช่วงวัย ในสังคม และการสร้าง ภาพลักษณ์ให้น่า สวมใส่และเมื่อสวม ใส่แล้วมีรูปแบบเช่นใด มีประโยชน์อย่างไร บ้างหากเลือกซื้อ เสื้อผ้าเครื่องแต่งจากเส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรม	กลุ่มลูกค้าใหม่อาจจะยังไม่ เข้าใจถึง กระบวนการการส่งเสริมการขายของตราสินค้าทำ ให้เกิดความไม่ เข้าใจและไม่ พอใจเกิดขึ้นได้
บุคคล (People)	มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจน กลุ่มคนที่ต้องการความ โดดเด่น เอกลักษณ์เฉาะตัว ชอบงาหัตถกรรม สร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	กลุ่มเป้าหมายที่มีเอกลักษณ์ชัดเจนและพบมากในกลุ่มผู้ชื่นชอบงาหัตถกรรม สร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	การขยายกลุ่มเป้าหมายให้มีความหลากหลายของช่วงวัยในสังคม	พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วของกลุ่มลูกค้า
บรรจุภัณฑ์ (Packaging)	มีเอกลักษณ์เฉพาะสร้างความน่าจดจำจากการเลือกใช้วัสดุจากเฮมพ์ ด้วยทฤษฎีการออกแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	รูปแบบบรรจุภัณฑ์ทำวัสดุจากเฮมพ์อาจจะต้องใช้กระบวนการระยะเวลานาน	การเปลี่ยนแปลงวัสดุที่ใช้เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสนิยมของโลก	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบคล้ายกับตราสินค้าอื่นอาจจะทำให้ เข้าใจผิดได้ง่าย และมีต้นทุนที่สูงขึ้น กว่าวัสดุทั่วไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

การจดจำใหม่ (Purple Cow)	ตราสินค้ามีการสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ที่มีความร่วมสมัยและการใช้เส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรม	การใช้เส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรมอาจจะทำให้กลุ่มเป้าหมายไม่เข้าใจจุดประสงค์ของตัวผลิตภัณฑ์ได้	การพัฒนาต่อยอดการใช้เส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรมเพื่อให้เกิด รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ มีความร่วมสมัยทันต่อกระแสนิยมในปัจจุบัน ในแต่ละยุค	การส่งเสริมให้ผู้คนมีความต้องการหรือเลือกใช้เสื้อผ้าจากเส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรมให้เป็นที่นิยมในวงกว้างได้ช้า

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 5
อัตลักษณ์ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์

ในการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิกเพื่อความยั่งยืน ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อสร้างเป็นแนวทางสำหรับการผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า และความจำเพาะของผลิตภัณฑ์ ที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

5.1.1 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก

5.1.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง

ส่วนที่ 2 อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า

5.2.1 วิสัยทัศน์ตราสินค้า

5.2.2 ขอบเขตตราสินค้า

5.2.3 ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า

5.2.4 หลักการตราสินค้า

5.2.5 บุคลิกภาพตราสินค้า

ส่วนที่ 3 ความจำเพาะของผลิตภัณฑ์

5.3.1 อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านการใช้สอย

5.3.2 อัตลักษณ์จำเพาะผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าในการวิจัย

5.3.3 อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุ

5.3.4 อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ

ส่วนที่ 1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ อายุระหว่าง 23- 35 ปี ที่มีความสนใจ งานฝีมือและการออกแบบประเภทหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะงานฝีมือและหัตถกรรมร่วมสมัย (Contemporary Craft) อาศัยอยู่ในเขตเมืองกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โดยการทำแบบสอบถาม จากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 56 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย สามารถสรุปกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง ได้โดยแบ่งจากช่วงวัย (Generation) ของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหลัก

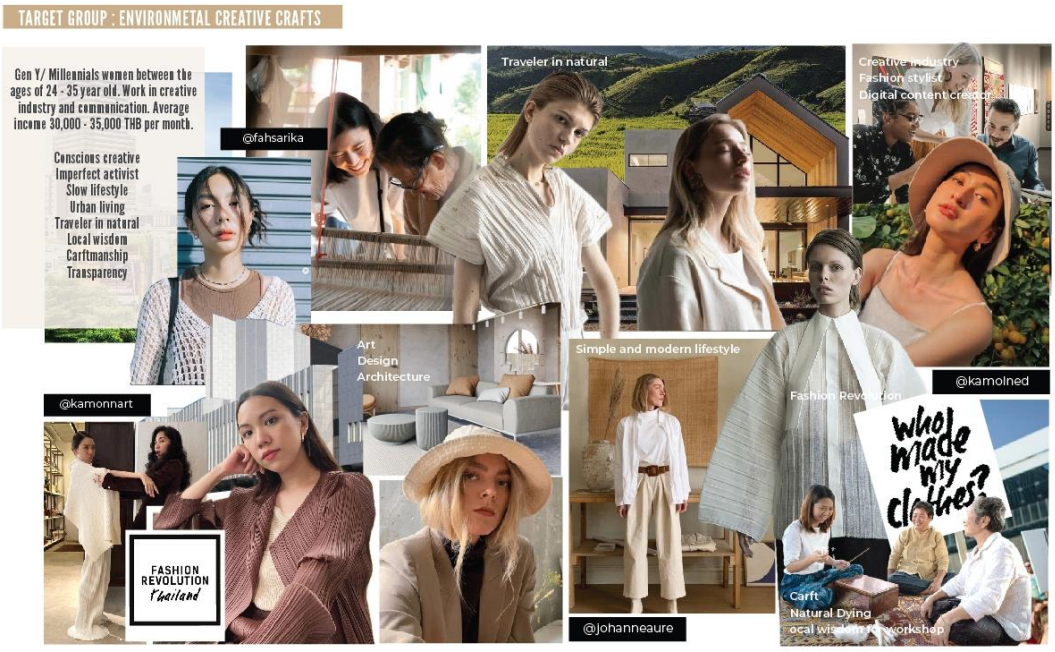
จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มประชากรเจนเนอร์เรชั่นมิลเลนเนียล (Generation Millennial) หรือเจนวาย (Gen Y) คนที่อยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2531 ภายในปี พ.ศ. 2566 (อายุ 23 - 35 ปี โดยคำนวณจาก

ปี พ.ศ. 2566) คือ เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่มีแนวคิดเรื่องการสนับสนุนธุรกิจ และการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริโภคตามหลักจริยธรรม ความโปร่งใสที่มุ่งเน้นทั้งระบบ คือทั้งผู้ผลิต ไปจนถึงห่วงโซ่อุปทาน ตระหนักถึงเรื่องความปลอดภัย ยุติธรรม และความยั่งยืน มีอาชีพเป็นนักสร้างสรรค์ เป็นศิลปิน นักออกแบบ นักสร้างสื่อสร้างสรรค์ทางออนไลน์หรือเจ้าของธุรกิจส่วนตัว มีนิสัยชอบการเข้าสังคม เป็นตัวของตัวเอง มีความคิดและความมั่นใจในตัวเอง ไม่ตามใคร มีความใส่ใจในผลกระทบต่าง ๆ ต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก มีความละเอียดอ่อน มีความสนใจในเรื่องงานฝีมือและหัตถกรรมพื้นบ้าน เรื่องธรรมชาติ ชอบการท่องเที่ยว ชอบไปเวิร์กช็อป ชอบแชร์เรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับชุมชน มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีรายได้เฉพาะต่อเดือนปานกลางค่อนข้างสูง เฉลี่ยที่ประมาณ 10,000 - 50,000 บาทต่อเดือน จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า คนกลุ่มนี้มีความสนใจในรูปแบบการแต่งตัวที่งานฝีมือและการออกแบบประเภทหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะ งานฝีมือและหัตถกรรมร่วมสมัย (Contemporary Craft)

5.1.2 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายรอง

กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรองซึ่งเป็นกลุ่มประชากรเจนเนอร์เรชั่นมิลเลนเนียล (Generation Millennial) หรือเจนวาย (Gen Y) คนที่อยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2531 ภายในปี พ.ศ. 2566 (อายุ 23 - 35 ปี โดยคำนวณจากปี พ.ศ. 2566) คือ เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีรูปแบบ ที่ตรงกับความสนใจเช่นเดียวกับกลุ่มเป้าหมายหลัก แต่เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับงานออกแบบหรือศิลปะ ไม่ได้มีความรู้ หรือความสนใจในงานออกแบบเสื้อผ้าหรือแฟชั่นมากนัก แต่ที่มีแนวคิดเรื่องการสนับสนุนธุรกิจ และการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริโภคตามหลักจริยธรรม ความโปร่งใสที่มุ่งเน้นทั้งระบบ คือทั้งผู้ผลิต ไปจนถึงห่วงโซ่อุปทาน ตระหนักถึงเรื่องความปลอดภัย ยุติธรรม และความยั่งยืน มีความสนใจในเรื่องงานฝีมือและหัตถกรรมพื้นบ้าน เรื่องธรรมชาติ ชอบการท่องเที่ยว ชอบไปเวิร์กช็อป ชอบแชร์เรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับชุมชน มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีรายได้เฉพาะต่อเดือนปานกลาง เฉลี่ยที่ประมาณ 10,000 - 30,000 บาทต่อเดือน ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า คนกลุ่มนี้มีความสนใจในรูปแบบการแต่งตัวที่งานฝีมือและการออกแบบประเภท

หัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะ งานฝีมือและหัตถกรรมร่วมสมัย (Contemporary Craft) เช่นเดียวกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหลัก



ภาพที่ 34 ภาพกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
ที่มา: ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

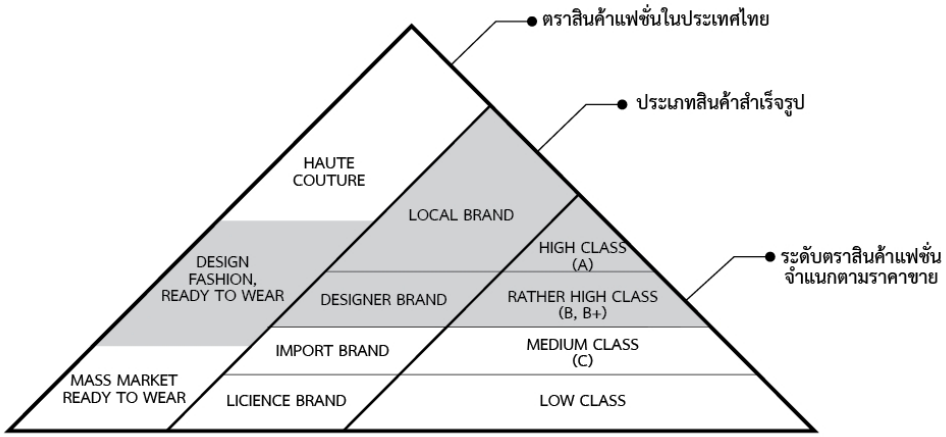
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ส่วนที่ 2 อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า

จากการศึกษาแนวคิดและข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย และนำแนวคิดที่ได้ศึกษามาปรับใช้ในการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกาย โดยใช้แนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก สำหรับผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยกำหนดให้ตราสินค้าของผู้วิจัย อยู่ในกลุ่มตลาดตราสินค้าระดับ บี ถึง บีบวก (B - B+) ซึ่งเป็นตราสินค้าจัดอยู่ในกลุ่มตลาดแฟชั่นจากนักออกแบบและปรับให้ทันตามสมัยและแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นในปัจจุบัน รวมทั้งความต้องการของกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภค ซึ่งมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่เฉพาะตัว โดยผู้วิจัยได้กำหนดอัตลักษณ์ของตราสินค้า

กล่าวโดยสรุป อัตอัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้ามีรูปแบบและลักษณะที่แสดงถึงการออกแบบที่เกิดจากงานหัตถกรรมสร้างสรรค์รูปแบบชิ้นงานให้มีความร่วมสมัย (Contemporary

Craft) ที่ยังคงอนุรักษ์ภูมิปัญญาและเทคนิคดั้งเดิมไว้ โดยมีการรวบรวมองค์ความรู้ ทักษะเชิงช่าง ประสบการณ์ที่มีมา และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงอัตลักษณ์จำเพาะด้านองค์กระกอบการออกแบบจากแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก อย่างเด่นชัด



ภาพที่ 35 แสดงตำแหน่งอัตลักษณ์ของตราสินค้าในงานวิจัย
ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

การกำหนดการอัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้าในงานวิจัยนี้ ประกอบด้วย

5.2.1 วิสัยทัศน์ตราสินค้า (Brand Vision)

ตราสินค้าเครื่องแต่งกายที่ใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่มีความร่วมสมัย (Contemporary Craft) ที่ยังคงอนุรักษ์ภูมิปัญญาและเทคนิคดั้งเดิมไว้ โดยมีการรวบรวมองค์ความรู้ ทักษะเชิงช่าง และประสบการณ์ที่มีมา และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืน

5.2.2 ขอบเขตตราสินค้า (Brand Scope)

ตราสินค้ากลุ่มสินค้าเสื้อที่เน้นเครื่องแต่งกาย และกลุ่มสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตส์ จากแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก สำหรับกลุ่มผู้บริโภคผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มสินค้า ประกอบด้วย

ตารางที่ 65 แสดงการแบ่งประเภทสินค้าภายในตราสินค้าต้นแบบของผู้วิจัย

Product Line						
Fashion Products 69%						
Womenswear						
Clothes 45%			Accessories 10%	Beauty 9%	Homeware 18%	Lifestyle 13%
Creative – Casual wear 25%	Creative – Business Wear 15%	Creative – Party Wear 5%				
Blouses	Shirts	Dresses	Bags	Skin Care	Bedding	Books
Tops	Tops	Skirts	Shoes	Makeup	Furniture	Music
Shorts	Shorts	Outerwears	Jewelry	Hair	Rugs	Fitness
Dresses	Dresses	Jackets		Gift Sets	Home Decor	Pets
Skirts	Skirts	Trousers		Desk Supplies	Mirrors + Wall Art	Health + Wellness
Outerwears	Outerwears			Nails	Lighting	
Jackets	Jackets			Bath + Body	Kitchen + Bar	
Trousers	Trousers			Perfumes	Bath	

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จากตารางการแบ่งประเภทสินค้าภายในตราสินค้าต้นแบบของผู้วิจัย สามารถแบ่งกลุ่มสินค้าได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

กลุ่มสินค้าแฟชั่นและกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ ทั้งนี้ในกลุ่มสินค้าแฟชั่นซึ่งคิดเป็นร้อยละ 6o ประกอบด้วยกลุ่มสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรี (Womenswear) ในกลุ่มเสื้อผ้า (Clothes) รูปแบบครีเอทีฟแวร์ (Creativewears) ร้อยละ 45 แบ่งออกเป็น รูปแบบครีเอทีฟแวร์ (Creative-Casual Wears) ร้อยละ 25 รูปแบบครีเอทีฟแวร์ (Creative- Business Wear) ร้อยละ 15 และรูปแบบครีเอทีฟแวร์ (Creative- Party Wear) ร้อยละ 5

กลุ่มสินค้าแฟชั่นเครื่องประดับ (Accessories) ร้อยละ 10 อาทิเช่น กระเป๋า รองเท้า หมวกและเครื่องประดับ และกลุ่มสินค้าความงาม (Beauty) ร้อยละ 9 อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และเส้นผม น้ำหอมและเครื่องสำอาง เป็นต้น

ทั้งนี้ในกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 31 ประกอบด้วย 2 กลุ่มสินค้าได้แก่ กลุ่มสินค้าของตกแต่งบ้าน (Homeware) ร้อยละ 18 อาทิเช่นกลุ่มของตกแต่งห้องนั่งเล่น ห้องนอน และห้องน้ำ และกลุ่มสินค้าในกิจกรรมต่างๆ (Lifestyle Products) ร้อยละ 13 อาทิเช่น หนังสือ เพลง สินค้าเครื่องใช้สำนักงาน สินค้าในการเดินทาง สินค้ากีฬา สินค้าในเวลาว่างและสินค้าของขวัญ เป็นต้น

5.2.3 ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า (Brand Positioning)

จากการศึกษาและวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่งที่มีรูปแบบสินค้า สำหรับกลุ่มผู้บริโภค ผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเลือกใช้สิ่งทอเฮมพ์ และพืชเส้นใยชนิดอื่น ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าของผู้วิจัยได้ในกลุ่มที่มีช่องว่างทางการตลาด คือ ระดับ บี ถึง บีบวก (B - B+) ซึ่งเป็นตราสินค้าที่จัดอยู่ในกลุ่มแฟชั่นจากนักออกแบบและปรับรูปแบบให้ทันสมัยและตามแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นในปัจจุบัน ที่แสดงถึงการออกแบบที่เกิดจากงานหัตถกรรมสร้างสรรค์รูปแบบชิ้นงานให้มีความร่วมสมัย (Contemporary Craft) ที่ยังคงอนุรักษ์ภูมิปัญญาและเทคนิคดั้งเดิมไว้ โดยมีการรวบรวมองค์ความรู้ ทักษะเชิงช่าง และประสบการณ์ที่มีมา และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีราคาเฉลี่ยของสินค้า 5,000 – 10,000 บาท

ภาพที่ 36 แสดงตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าในงานวิจัย
ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จากตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าต้นแบบในงานวิจัยข้างต้น จะเห็นได้ว่าตราสินค้าต้นแบบของงานวิจัยนี้จัดอยู่ในกลุ่มตราสินค้าแฟชั่นไลฟ์สไตล์ ในลักษณะของดีไซน์เนอร์แบรนด์ ทั้งนี้จากผลการการวิเคราะห์แบบสอบถามพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าได้แก่ อิซเซ่มิยาเกะ, พอลสมิท, มารีเมกโกะ, มูจิ และยูนิโคล่ ซึ่งถือเป็นคู่แข่งทางการตลาดสำหรับตราสินค้าต้นแบบในงานวิจัยนี้

5.2.4 บุคลิกภาพตราสินค้า (Brand Personality)

ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายจากการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ โดยใช้แนวคิดจากการใช้ทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก สำหรับกลุ่มบริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีภาพลักษณ์ของตราสินค้าแบบงานหัตถกรรมสร้างสรรค์รูปแบบชิ้นงานให้มีความร่วมสมัย (Contemporary Craft) เน้นความงามตามหลักสุนทรียศาสตร์ ทันสมัยตามแฟชั่นร่วมสมัย มีแนวคิดสร้างสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม

5.2.5 หลักการตราสินค้า (Brand Essence)

ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายจากการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ โดยใช้แนวคิดจากการใช้ทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก โดยเน้นที่รูปแบบ ประโยชน์ใช้สอยและนวัตกรรม ที่มีการออกแบบผสมผสานความเป็นงานหัตถกรรมสร้างสรรค์อย่างร่วมสมัย ตอบสนองได้กับความต้องการสำหรับกลุ่มบริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 3 อัตลักษณ์ความจำเพาะของผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อความยั่งยืน นั้น กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจงานหัตถกรรมสร้างสรรค์รูปแบบชิ้นงานให้มีความร่วมสมัย (Contemporary Craft) เป็นกลุ่มคนเมืองที่ให้ความสำคัญและพร้อมสนับสนุนสินค้าแนวคิดยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในการออกแบบ โดยตราสินค้าจะอยู่ในระดับ

บี ถึง บีบวก (B - B+) คือเป็นตราสินค้าที่ออกแบบได้ตรงตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย การสร้างสรรค์ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก และปรับให้ทันตามสมัยและแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นในปัจจุบัน รวมทั้งความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่เด่นชัด

5.3.1 อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านการใช้สอย

ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งการวิเคราะห์ด้านประโยชน์การใช้สอย เป็น 2 ส่วน ได้แก่

(1) ด้านประโยชน์การใช้สอยหลัก คือ เป็นสินค้าเครื่องแต่งกายที่มีประโยชน์ใช้สอยหลักในการสวมใส่ปกปิดร่างกายให้เหมาะสมตามฤดูกาล เพื่อป้องกันจากอันตรายต่าง ๆ ตามสถานที่ที่สวมใส่และเทศกาลต่าง ๆ และยังช่วยเสริมสร้างบุคลิกให้สามารถเข้าสังคมพบปะผู้คนอย่างมั่นใจ

(2) ด้านประโยชน์การใช้สอยรอง คือ เป็นสินค้าแฟชั่นที่นอกจากจะใช้สวมใส่เพื่อปกปิดร่างกายได้แล้วยังแสดงความร่วมสมัยด้วยรูปแบบของเสื้อผ้า เรียบง่าย และยังเป็นปัจจัยสำคัญของการบริโภคที่ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และพัฒนาให้สังคมโดยรวมเกิดความยั่งยืน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากการศึกษายังสามารถวิเคราะห์และสรุปข้อมูลอัตลักษณ์ความจำเพาะของผลิตภัณฑ์ เป็น 3 ส่วน ได้แก่

5.3.2 อัตลักษณ์จำเพาะผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าในการวิจัย

ตารางที่ 66 ตารางอัตลักษณ์จำเพาะผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าในการวิจัย

ข้อมูลผลิตภัณฑ์	อัตลักษณ์จำเพาะผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าในการวิจัย
ตราสินค้า (Brand)	ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีรูปแบบ Creative Ready to wear
ประเภทสินค้า (Category)	1) สินค้าเครื่องแต่งกายสตรี ร้อยละ 90 2) สินค้าประกอบการแต่งกายเพื่อเสริมบุคลิกภาพ ร้อยละ 10
โอกาสการสวมใส่	ประเภท Creative Ready to Wear

(Occasion)	1. Creative – Casual wear 2. Creative – Business Wear 3. Creative – Party Wear
รูปแบบสินค้า	เครื่องแต่งกายที่มีความร่วมสมัย (Contemporary Craft) ที่ยังคงอนุรักษ์ภูมิปัญญาและเทคนิคดั้งเดิมไว้ โดยมีการรวบรวมองค์ความรู้ ทักษะเชิงช่าง และประสบการณ์ที่มีมา และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืน
ระดับการตลาด (Brand Positioning)	บีบวก (B - B+) ในตลาดของนักออกแบบประเทศไทย
ราคาเฉลี่ย (Average Price)	5,000 – 50,000 บาทขึ้นไป
กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค (Target Group)	กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรองซึ่งเป็นกลุ่มประชากรเจนเนอร์เรชั่นมิลเลนเนียล (Generation Millennial) หรือเจนวาย (Gen Y) คนที่อยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2543 - 2531 ภายในปี พ.ศ. 2566 (อายุ 23 - 35 ปี โดยคำนวณจากปี พ.ศ. 2566)
ขนาดสินค้า (Sizing)	1) สินค้าสำเร็จรูป แบ่งเป็นขนาด XS, S, M, L 2) สินค้าผลิตสำหรับบุคคล (Made to order) ขนาดตามบุคคล
แนวคิดตราสินค้า	สินค้าแฟชั่นจากเฮมพ์ มีความร่วมสมัย (Contemporary Craft) ที่ยังคงอนุรักษ์ภูมิปัญญาและเทคนิคดั้งเดิมไว้ โดยมีการรวบรวมองค์ความรู้ ทักษะเชิงช่าง และประสบการณ์ที่มีมา และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม
ประโยชน์ใช้สอยหลัก	เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับสวมใส่เสื้อผ้าปกคลุมร่างกาย สำหรับวาระโอกาสการสวมใส่ต่าง ๆ
ประโยชน์ใช้สอยรอง	ส่งเสริมการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่สร้างสรรค์มาจากเฮมพ์

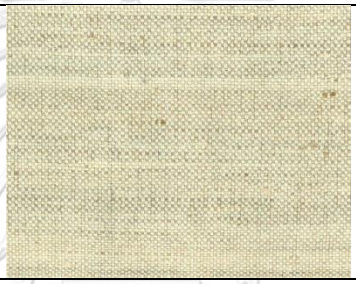
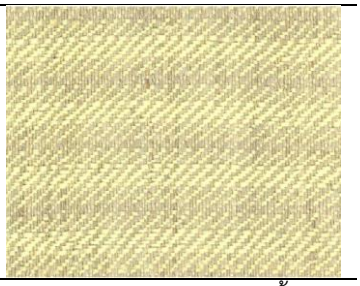
ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

5.3.3 อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุ

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเฮมพ์ และเส้นใยเฮมพ์ กระบวนการพัฒนาเป็นสิ่งทอ และกระบวนการทดลองทอเส้นใยเฮมพ์ เพื่อหาเทคนิคการทอจากเส้นใยเฮมพ์ ด้วยการทอร่วมกับเส้นด้ายชนิดอื่น เพื่อวิเคราะห์คุณสมบัติทางกายภาพ พื้นผิวสัมผัส น้ำหนัก และรูปลักษณ์ ที่เหมาะสมกับเครื่องแต่งกายแฟชั่น ทำให้เกิดเอกลักษณ์เฉพาะตัวในผลิตภัณฑ์ของตราสินค้า ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปวิเคราะห์อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุ ได้ดังนี้

ตารางที่ 67 แสดงอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุ

	อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ด้านวัสดุ		
วัสดุหลัก (Main Materials)	เส้นด้ายจากพืชเส้นใยเฮมพ์ด้วยวิธีการแบบภูมิปัญญาดั้งเดิมด้วยงานหัตกรรมและงานฝีมือ		
ข้อมูลจากผลการการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์	**วัสดุ (Materials)**	การทอแบบเส้นยืน ฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้นพุ่งด้วยเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก รูปแบบที่ 4จำนวน 1 เส้น	การทอแบบเส้นยืนเส้นใยเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้น พุ่งด้วยเส้นไหมหลืบ จำนวน 3 เส้น
	ลักษณะการทอ	การทอแบบ 2 ตะกอ	การทอแบบ 4 ตะกอ
	ภาพประกอบ		
	ลักษณะ	- ผืนผ้ามีลักษณะพองฟูเล็กน้อย เนื้อผ้าไม่หยาบมาก - ผืนผ้ามีความยืดหยุ่น มีความกระด้างเล็กน้อย	- ผืนผ้าไม่มีลักษณะพองฟู เนื้อผ้านิ่มลื่นเล็กน้อย - ผืนผ้าไม่มีความยืดหยุ่น มีความกระด้าง
	การนำไปใช้	- การนำผ้าทอไปใช้กับผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม เครื่องประกอบการแต่งกาย และเคหะสิ่งทอประเภทต่าง ๆ	- การนำผ้าทอไปใช้กับผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่ม เครื่องประกอบการแต่งกาย และเคหะสิ่งทอประเภทต่าง ๆ
เทคนิค (Technique)	การทอเส้นใยเฮมพ์ด้วยแบบหัตถกรรม โดยใช้กี่ทอมือ แบ่งการทดลองทอเป็น 2 แบบคือการทอแบบ 2 ตะกอ และการทอแบบ 4 ตะกอ ซึ่งเป็นรูปแบบการนำกระบวนการ หรือเทคนิคช่างงานหัตถกรรมดั้งเดิมผสมผสานกับวัสดุใหม่ หรือเป็นการพัฒนาลวดลาย รูปแบบให้เกิดเป็นผลงานร่วมสมัย เพื่อให้เกิดประโยชน์ใช้สอย สามารถเข้าถึงคนยุคปัจจุบันมากขึ้น		
กระบวนการ (Process)	การใช้เส้นใยชนิดอื่นทอร่วมเพื่อให้คุณสมบัติเหมาะแก่การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายที่ต่างออกไปจากเดิมจากที่เป็นอยู่นั้น ด้วยการใช้เส้นด้ายชนิดอื่น ได้แก่ เส้นด้ายฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 เส้นไหมหลืบ หรือไหมเปลือกแบบหัตถกรรม เส้นด้ายขนแกะแบบหัตถกรรม และเส้นด้ายฝ้ายปั่นแบบอุตสาหกรรม เป็นส่วนประกอบด้ายพุ่งเพื่อให้ได้สิ่งทอที่มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ทั้งผิวสัมผัส เนื้อผ้า รูปลักษณ์ เหมาะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย		

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

5.3.4 อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ

อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบมีความสำคัญในการสร้างสรรค์ตราสินค้าที่ช่วยกำหนดความจำเพาะให้ตราสินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและแตกต่างจากตราสินค้าอื่น ซึ่งจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญในความเฉพาะของผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วย แนวความคิด (Concept) โครงร่างเงา (Silhouette) แนวทางสี (Colorway) วัสดุ (Material) และรายละเอียดตกแต่ง (Detail) ที่มีความสอดคล้องกันระหว่างตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ และสนับสนุนกลุ่มผู้บริโภค โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 68 อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ

อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ	
แนวคิดด้านวัสดุ (Concept of Material)	การทอเส้นใยเฮมพ์ด้วยแบบหัตถกรรม โดยใช้กี่ทอมือ แบ่งการทดลองทอเป็น 2 แบบ คือการทอแบบ 2 ตะกอ และการทอแบบ 4 ตะกอ ซึ่งเป็นรูปแบบการนำกระบวนการหรือเทคนิคช่างงานหัตถกรรมดั้งเดิมผสมผสานกับวัสดุใหม่ หรือเป็นการพัฒนาลวดลายรูปแบบให้เกิดเป็นผลงานร่วมสมัย เพื่อให้เกิดประโยชน์ใช้สอย สามารถเข้าถึงคนยุคปัจจุบันมากขึ้น
แนวคิดการออกแบบ (Concept of Design)	การออกแบบสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสตรี ประเภทงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก
โอกาสการสวมใส่ (Details)	ประเภท Creative Ready to Wear 1. Creative – Casual wear 2. Creative – Business Wear 3. Creative – Party Wear
โครงร่างเงา (Silhouette)	1. โครงสร้างที่ไม่เท่ากันซ้ายขวา (Asymmetric) 2. โครงสร้างแบบเน้นช่วงเอว (H-line) 3. โครงสร้างแบบเอ-ไลน์ (A-line) 4. โครงสร้างแบบเน้นรูปร่าง (X-line)
สี (Color)	สัจจะวัสดุ คือสีธรรมชาติของตัววัตถุดิบที่เกิดจากการผสมเส้นใยชนิดอื่นทำให้เกิดลวดลายขึ้น
เทคนิค/รายละเอียด (Details)	- การเย็บตกแต่ง (Stitching) - การตัดต่อ (Cutting)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

ภาพที่ แสดงภาพอัตลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Identity)

ที่มา: ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 6
การสร้างสรรค์ผลงาน

การศึกษาวิจัยเรื่อง นวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิกเพื่อความยั่งยืน เป็นการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (1) เพื่อหาแนวทางการออกแบบพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ เพื่อนำมาใช้ในการออกเครื่องแต่งกายแฟชั่น (2) เพื่อหาแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คนรุ่นมิลเลนเนียล (Millennials) หรือ เจนวาย (Gen Y) (3) เพื่อหาแนวทางการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรี โดยใช้แนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลมาออกแบบสร้างสรรค์ผลงานคอลเล็กชันต้นแบบ โดยทั้งนี้สามารถแบ่งเนื้อหาของกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การสร้างแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่และแรงบันดาลใจในการออกแบบ

6.1.1 การสร้างแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่และแรงบันดาลใจ

6.1.2 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก

6.1.3 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน

6.1.5 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่

6.1.4 แรงบันดาลใจในการออกแบบ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 2 การสร้างสรรค์ผลงาน

6.2.1 การออกแบบสิ่งทอเฮมพ์

6.2.2 การออกแบบเทคนิคการตกแต่ง

6.2.2 การออกแบบสร้างสรรค์และพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ

ส่วนที่ 1 การสร้างแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่และแรงบันดาลใจในการออกแบบ

6.1.1 การสร้างแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่และแรงบันดาลใจ

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและการทำแบบสอบถาม สัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมาย การทดลอง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลมาออกแบบสร้างสรรค์ผลงานคอลเล็กชันต้นแบบ แต่กระนั้นกระบวนการพัฒนาจะต้องอ้างอิงถึงแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น เป็นส่วนสำคัญสำหรับกำหนดแนวทางในการออกแบบคอลเล็กชัน เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในอนาคต แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นบริษัทชั้นนำระดับสากล เพื่อใช้ในการประกอบเพื่อพัฒนาการออกแบบคอลเล็กชัน โดยมีรายละเอียดหลักเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้

6.1.1.1 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) คือ แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นที่มีเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อความยั่งยืน ดังนี้

6.1.1.1.1 เป็นแนวโน้มกระแสนิยม ประจำฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาว ปี ค.ศ. 2023-2024 (Autumn/Winter 2023-2024)

6.1.1.1.2 มีเนื้อหาแนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นที่สอดคล้องเกี่ยวกับกับตัวแปรและตราสินค้าต้นแบบในงานวิจัย

6.1.1.1.3 เป็นแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นที่สอดคล้องเหมาะสมกับรูปแบบวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับอัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบของตราสินค้าต้นแบบงานวิจัย

6.1.1.2 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Trend Support) คือ แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นที่มีเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อความยั่งยืน ดังนี้

6.1.1.2.1 เป็นแนวโน้มกระแสนิยม ประจำฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาว ปี ค.ศ. 2023-2024 (Autumn/Winter 2023-2024)

6.1.1.2.2 มีเนื้อหาแนวคิดและองค์ประกอบในการออกแบบแฟชั่นที่สอดคล้องเกี่ยวกับกับตัวแปรและตราสินค้าต้นแบบในงานวิจัย และแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main trend)

6.1.1.1.3 เป็นแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นที่สอดคล้องเหมาะสมกับรูปแบบวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับอัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบของตราสินค้าต้นแบบงานวิจัย

ตารางที่ 69 แสดงสรุปการเลือกแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก และแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน

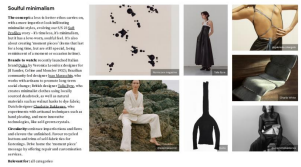
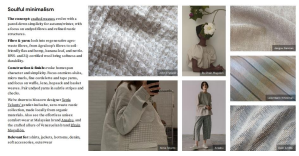
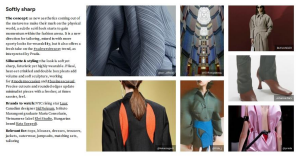
ตัวแปรของงานวิจัย	ตราสินค้าต้นแบบ	แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น
รูปแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่น	Ready–to-wear /Urban/ Creative Wear/ Timeless Contemporary/ Crafting	**WGSN** Womenswear Forecast and Women's Textiles Forecast A/W 23/24
พืชเส้นใยเฮมพ์	Hand Spun Hemp/ Cotton Blend Hemp/ Hemp Blend Rayon	**แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (70%)**
กลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	Fashion Crafts Revolution /Urban Living/ Natural/ Environment Crafts/ Minimalism/ Crafting/ Contemporary Crafts	<u>Crafts & Minimalism</u> Theme: Care Culture Story: Soulful Minimal Theme: Care Culture Story: Soulful Minimal
แนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก	Minimalism/ Warmth/ Craftsmanship/ Culture/ Functional/ Imperfect/ Sustainability/ Natural	**แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (30%)** <u>Creative & Functionality</u> Theme: NatureVerse Story: Softly Sharp

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

6.1.2 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) และแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend)

โดยการศึกษาข้อมูลแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นและจัดกลุ่มโดยการวิเคราะห์เนื้อหาที่มีความสอดคล้องและคล้ายคลึงกับการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) ของจากบริษัทดับเบิลยูจีเอสเอ็น (WGSN) เป็นการคาดการณ์แนวโน้มเครื่องแต่งกายและสิ่งทอของสุภาพสตรี ประจำฤดูกาลใบไม้ร่วงและฤดูหนาวในปี ค.ศ. 2023-2024 (Womenswear Forecast A/W 23/24) โดยได้ทำการแบ่งเนื้อหาขอบเขตของแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดงานฝีมือและหัตถกรรมและความเรียบง่าย (Crafts & Minimalism) และแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend) ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดความคิดสร้างสรรค์และประโยชน์ในการใช้สอย (Creative & Functionality) มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 70 แสดงสรุปการเลือกแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลักของจากบริษัทดับเบิลยูจีเอสเอ็น (WGSN)

Main trend: WGSN (70%)		
Main trend: WGSN (70%)		Support trend: WGSN (70%)
แนวคิดงานฝีมือและหัตถกรรมและความเรียบง่าย (Crafts & Minimalism)		**แนวคิดความคิดสร้างสรรค์และประโยชน์ในการใช้สอย (Creative & Functionality)**
Womenswear Forecast A/W 23/24	Women's Textiles Forecast A/W 23/24	Womenswear Forecast A/W 23/24
Theme: Core Culture	Theme: Core Culture	Theme: NatureVerse
Story: Soulful Minimalism	Story: Soulful Minimalism	Story: Softly Sharp
		
		Theme: Creative Reset

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

6.1.2.1 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลักบริษัทดับเบิลยูจีเอสเอ็น (WGSN) แนวคิดงานฝีมือและหัตถกรรมและความเรียบง่าย (Crafts & Minimalism)

โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 71 การสรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก ธีม แคร์ คัลเจอร์ (Care Culture) เรื่อง โซลฟูล มินิมอลลิซึ่ม (Soulful minimalism)

ธีม (Theme)	**แคร์ คัลเจอร์ (Care Culture)**

Product Forecast

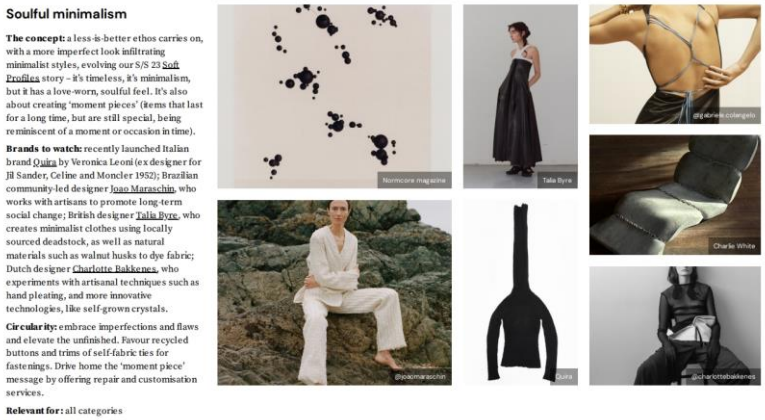
Womenswear Forecast A/W 23/24: Care Culture

Meaningful, nurturing and thoughtful design is at the heart of our Care Culture forecast, driven by the appeal of home, nature, community, and imperfect aesthetics

Sara Maggioni
02.22.22 · 15 minutes

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แนวคิด (Concept)	Meaningful, nurturing and thoughtful design is at the heart of our Care Culture forecast, driven by the appeal of home, nature, community, and imperfect aesthetics
คำสำคัญ (Key Word)	Home, Nature, Community, and Imperfect aesthetics
เรื่อง (Story)	**โซลฟูล มินิมอลลิซึ่ม (Soulful minimalism)**



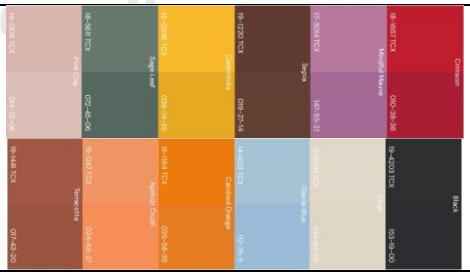
Soulful minimalism

The concept: a less-is-better ethos carries on, with a more imperfect look infiltrating minimalist styles, evolving our S/S 23 Soft Profiles story – it's timeless, it's minimalism, but it has a love-worn, soulful feel. It's also about creating 'moment pieces' (items that last for a long time, but are still special, being reminiscent of a moment or occasion in time).

Brands to watch: recently launched Italian brand Quira by Veronica Leoni (ex designer for Jil Sander, Celine and Moncler 1952); Brazilian community-led designer Joao Maraschin, who works with artisans to promote long-term social change; British designer Talia Byre, who creates minimalist clothes using locally sourced deadstock, as well as natural materials such as walnut husks to dye fabric; Dutch designer Charlotte Bakkenes, who experiments with artisanal techniques such as hand pleating, and more innovative technologies, like self-grown crystals.

Circularity: embrace imperfections and flaws and elevate the unfinished. Favour recycled buttons and trims of self-fabric ties for fastenings. Drive home the 'moment piece' message by offering repair and customisation services.

Relevant for: all categories

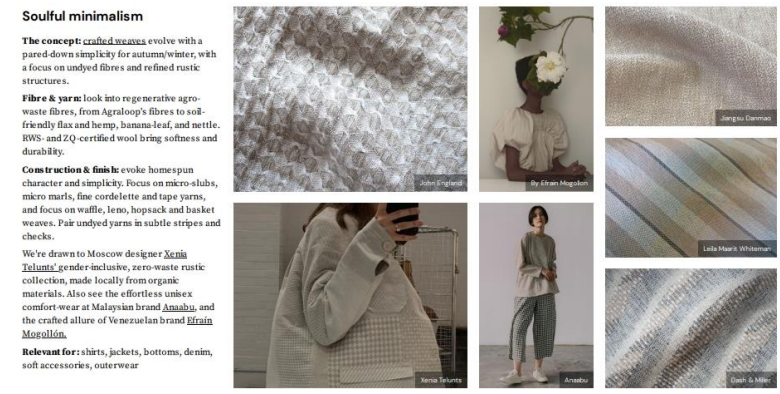
แนวคิด (Concept)	A less-is-better ethos carries on, with a more imperfect look infiltrating minimalist styles, evolving our S/S 23 Soft Profiles story - it's timeless, it's minimalism, but it has a love-worn, soulful feel. It's also about creating 'moment pieces' (items that last for a long time, but are still special, being reminiscent of a moment or occasion in time).
คำสำคัญ (Key Word)	Less is better, Imperfect, Minimalism, Timeless, Love-worn, Soulful feel, Long-term social change, Artisans, Experiments and Artisanal technique
สี (Coloway)	
โครงร่างเงาและสไตล์ลิ่ง (Silhouette & Styling)	-
สิ่งทอและวัสดุ (Textiles & Materials)	Natural materials

รายละเอียดการออกแบบ (Details)	Unfinished, Recycled button, Self-fabric tie and Hand pleating

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

ตารางที่ 72 การสรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก ธีม แคร์ คัลเจอร์ (Care Culture) เรื่อง โซลฟูล มินิมอลลิซึ่ม (Soulful minimalism) และ เทคเจอร์ แคชชวล (Texture casuals)

ธีม (Theme)	**แคร์ คัลเจอร์ (Care Culture)**
	Product Forecast **Women's Textiles Forecast A/W 23/24: Care Culture** This nurturing, emotive trend is inspired by migratory lifestyles and the idea of home as a concept as well as a place. For women's textiles, this translates to natural and comfort-led fabrics, warm colours, and influences from community-based crafting Helen Palmer 01.26.22 · 13 minutes Frances VH x Leandi Mulder
แนวคิด (Concept)	This nurturing, emotive trend is inspired by migratory lifestyles and the idea of home as a concept as well as a place. For women's textiles, this translates to natural and comfort-led fabrics, warm colours, and influences from community-based crafting
คำสำคัญ (Key Word)	Restorative, Tactile, Earth-friendly, Natural performance, Slow-crafted, Modern traditions, Indoor to outdoor, Cosy layers
เรื่อง (Story)	**โซลฟูล มินิมอลลิซึ่ม (Soulful minimalism)**



Soulful minimalism

The concept: crafted weaves evolve with a pared-down simplicity for autumn/winter, with a focus on undyed fibres and refined rustic structures.

Fibre & yarn: look into regenerative agro-waste fibres, from Agraloop's fibres to soil-friendly flax and hemp, banana-leaf, and nettle. RWS- and ZQ-certified wool bring softness and durability.

Construction & finish: evoke homespun character and simplicity. Focus on micro-slubs, micro marls, fine cordelette and tape yarns, and focus on waffle, leno, hopsack and basket weaves. Pair undyed yarns in subtle stripes and checks.

We're drawn to Moscow designer Xenia Telunts' gender-inclusive, zero-waste rustic collection, made locally from organic materials. Also see the effortless unisex comfort-wear at Malaysian brand Anaabu, and the crafted allure of Venezuelan brand Efraín Mogollón.

Relevant for: shirts, jackets, bottoms, denim, soft accessories, outerwear

แนวคิด (Concept)	Crafted weaves evolve with a pared-down simplicity for autumn/winter, with a focus on undyed fibres and refined rustic structures.
คำสำคัญ (Key Word)	Craft weaves, Simplicity, Undyed fibers, Gender-inclusive, Zero-waste, Organic material, Made locally, Comfort-wear
เส้นใย และ เส้นด้าย (Fibre & yarn)	Regenerative agro-waste fibres, Soil-friendly, Flax, Hemp, Banana-leaf, Nettle, RWS-andZQ-certified wool, Softness, Durability and Undyed yarns,
โครงร่างเงาและสไตล์ลิ่ง (Silhouette & Styling)	Shirts, Jackets, Bottoms, Denim, Soft accessories and Outerwear
โครงสร้างและการตกแต่ง (Construction & finish)	Homespun, Simplicity, Micro-slub, Micro marls, Fine cordelette, Tape yarns, Waffle, Leno, Hopsack , Basket weaves and Subtle stripes

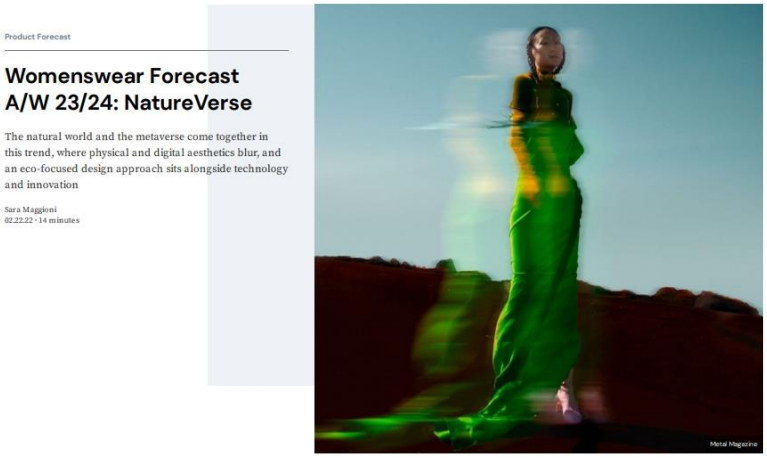
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

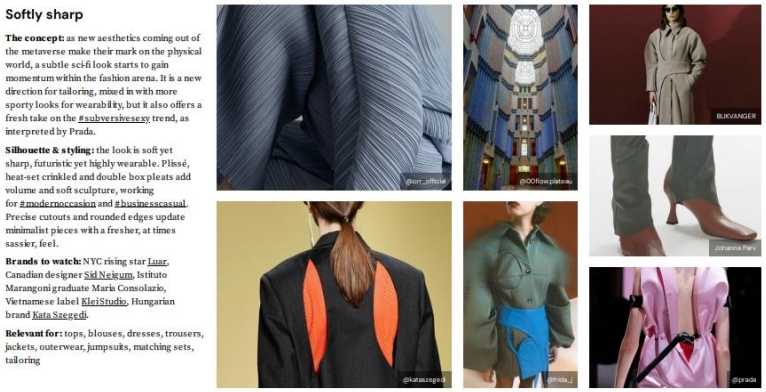
1.1 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลักบริษัทดับเบิลยูจีเอสเอ็น (WGSN) แนวคิดความคิดสร้างสรรค์และประโยชน์ในการใช้สอย (Creative & Functionality

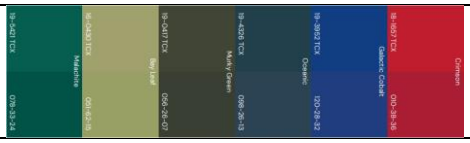
ตารางที่ 73 การสรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก ธีม เนเจอร์เวิร์ส (NatureVerse) เรื่อง ซอฟท์ลี่ ชาร์ป (Softly sharp)

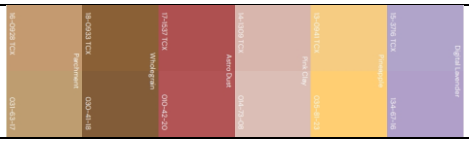
ธีม (Theme)	**เนเจอร์เวิร์ส (NatureVerse)**



แนวคิด (Concept)	The natural world and the metaverse come together in this trend, where physical and digital aesthetics blur, and an eco-focused design approach sits alongside technology and innovation
คำสำคัญ (Key Word)	Natural world, Metaverse, Physical, Digital, Blur, Eco-focused, Technology, Innovation
เรื่อง (Story)	**ซอฟท์ลี่ ชาร์ป (Softly sharp)**



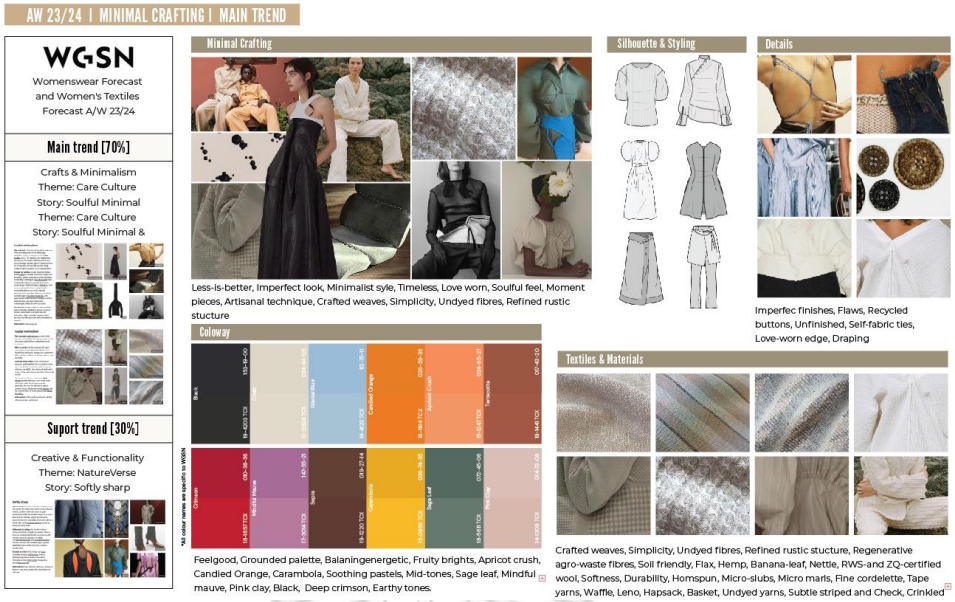
แนวคิด (Concept)	As new aesthetics coming out of the metaverse make their mark on the physical world, a subtle sci-fi look starts to gain momentum within the fashion arena. It is a new direction for tailoring, mixed in with more sporty looks for wearability, but it also offers a fresh take on the #subversivesexy. trend, as interpreted by Prada.
คำสำคัญ (Key Word)	New aesthetics, Mataverse, Physical world, Subtle sci-fi look, Tailoring, Sporty looks, Wearability , Modern occasion, Business casual. Minimalist and Fresher
สี (Coloway)	

	
โครงร่างเงาและสไตล์ลิ่ง (Silhouette & Styling)	The look is soft yet sharp, futuristic yet highly wearable. Plisse, heat-set crinkled and double box pleats add volume and soft sculpture, working for # modernoccasion and #businesscasual. Precise cutouts and rounded edges update minimalist pieces with a fresher, at times sassier, feel.
สิ่งทอและวัสดุ (Textiles & Materials)	-
รายละเอียดการออกแบบ (Details)	Soft yet sharp, Futuristic yet highly wearable, Cutouts, Heat-set crinkled, Double box pleats, volume, soft sculpture, Precise cutouts and Rounded edges

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

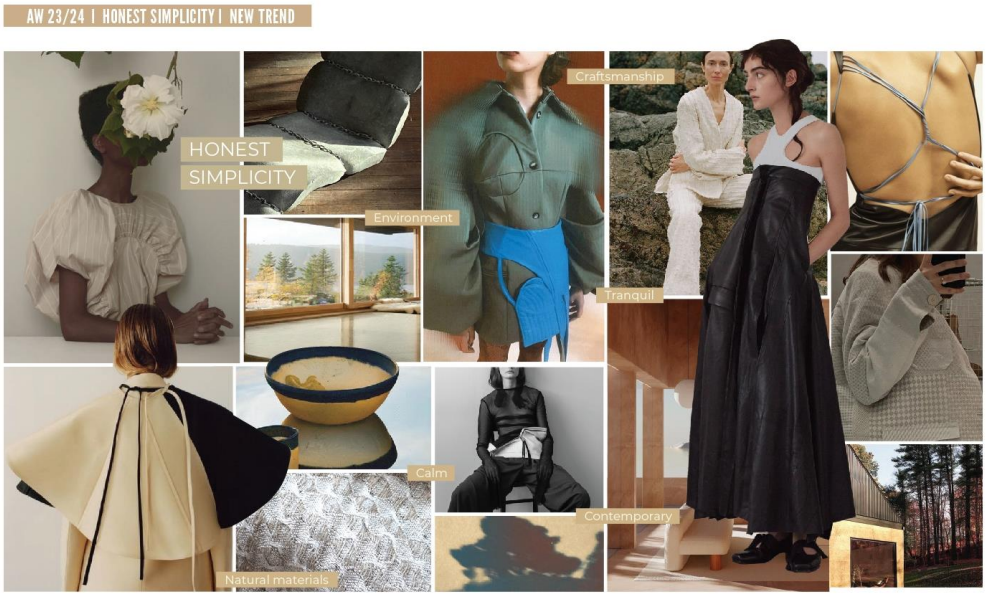
จากการศึกษาข้อมูลแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นที่สอดคล้องโดยใช้แนวคิดงานฝีมือและหัตถกรรมและความเรียบง่าย (Crafts & Minimalism) และแนวคิดความคิดสร้างสรรค์และประโยชน์ในการใช้สอย (Creative & Functionality) ผู้วิจัยได้ทำการสรุปวิเคราะห์เพื่อให้ได้แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) ประจำฤดูกาลใบไม้ร่วงและฤดูหนาวในปี ค.ศ. 2023-2024 (Autumn/Winter 2023-2024) ของบริษัท ดับเบิลยูจีเอสเอ็น (WGSN) ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



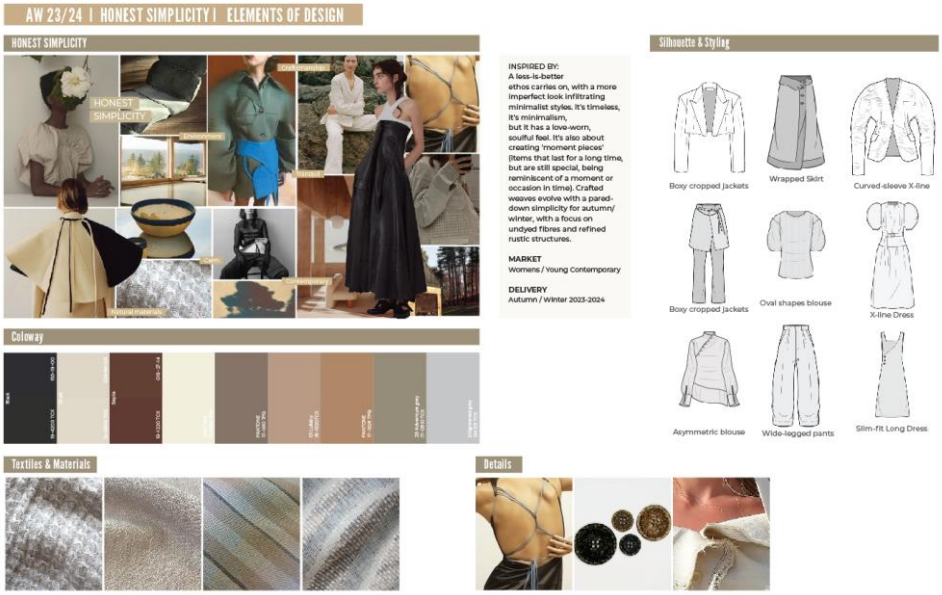
ภาพที่ 37 แสดงสรุปผลวิเคราะห์เพื่อให้ได้แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก และแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน : Minimal Crafting

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย



ภาพที่ 38 แสดงสรุปผลวิเคราะห์เพื่อให้ได้แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend) : Honest Simplicity

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย



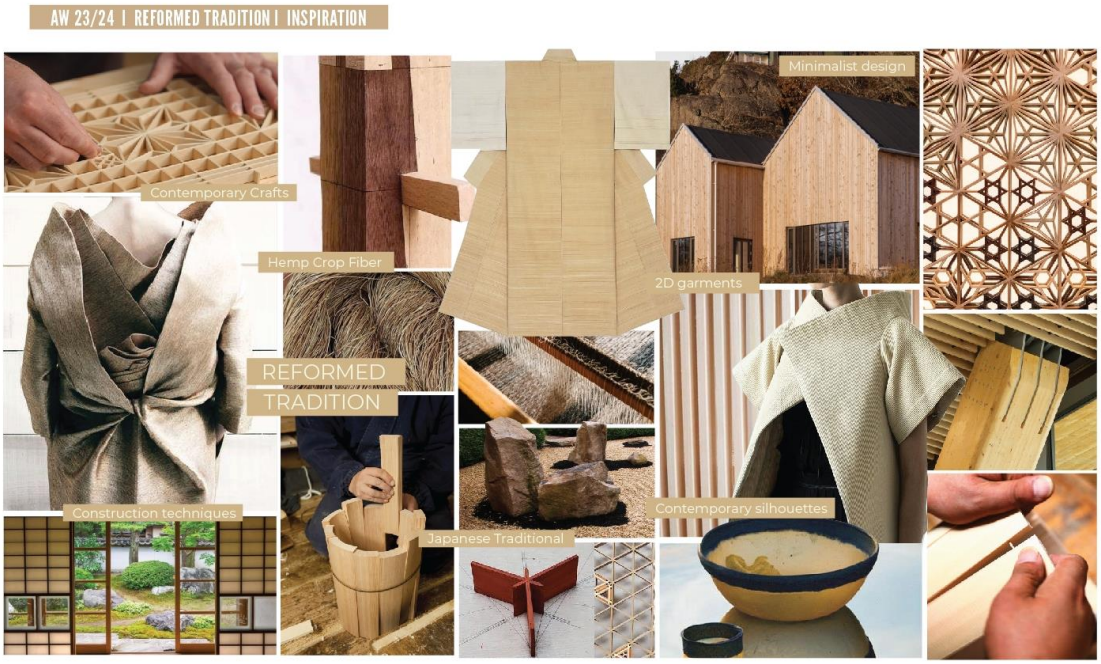
ภาพที่ 74 แสดงสรุปผลวิเคราะห์องค์ประกอบแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend) : Honest Simplicity

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

6.1.4 แรงบันดาลใจในการออกแบบ

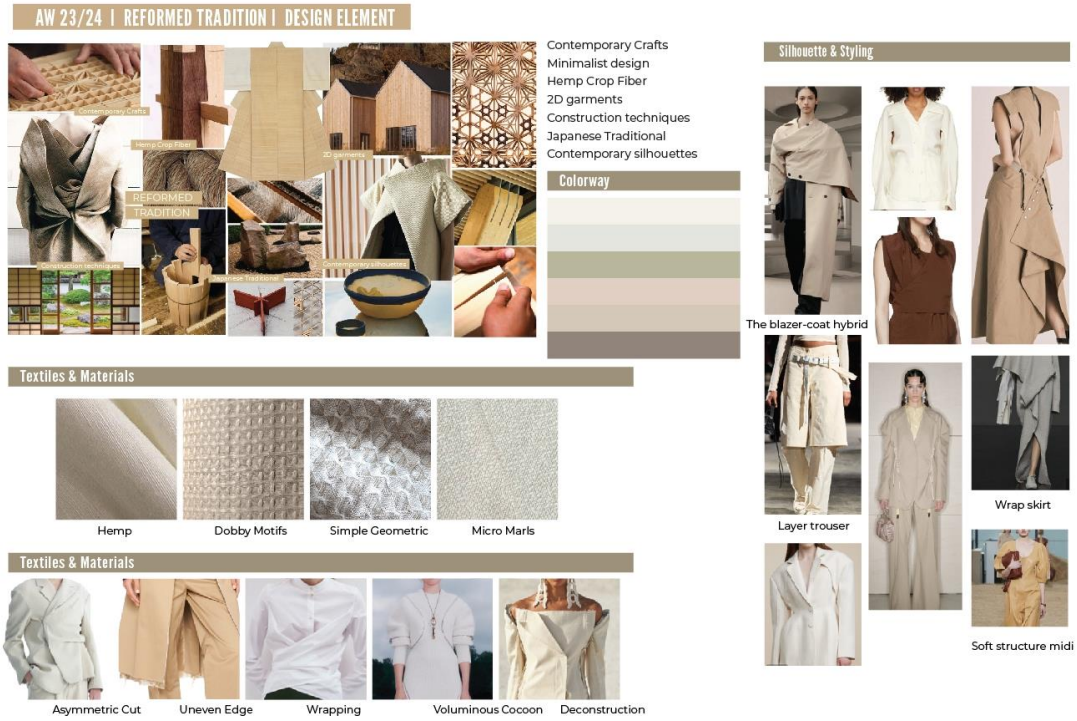
แรงบันดาลใจในการออกแบบ ชื่อ รีฟอร์ม ทะดิชั่น (Reformed Tradition) จากการรวมระหว่างไลฟ์สไตส์ของสแกนดิเนเวียนกับความมินิมอลลิสม์ของญี่ปุ่น เข้าไว้ด้วยกันอย่างลงตัว เพื่อให้ก่อเกิดถึงความรู้สึกที่ดูมีศิลปะ หัตถกรรมงานฝีมือ ธรรมชาติ และเรียบง่าย ถูกนำมาตีความในการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่น จากการตัดเย็บที่ชาญฉลาดเล่นกับรูปทรงร่วมสมัย กับการค้นหาสิ่งใหม่ๆ ในเครื่องแต่งกาย 2 มิติของทางเอเชีย ให้มีกลิ่นอายถึงรสนิยมแบบตะวันตก ความสง่างามของวัสดุธรรมชาติได้รับการยกระดับโดยรูปแบบดิบและบริสุทธิ์ซึ่งแสดงให้เห็นความไม่สมบูรณ์ อย่างผ้าทอเฮมพ์ที่ให้มีน้ำหนัก ความหนาบางที่เหมาะแก่การทำเครื่องแต่งกายแฟชั่นที่มีโครงสร้างอยู่ทรงมีความแข็งแรง และคงทน ในด้านสีเป็น สัจจะวัสดุ คือสีธรรมชาติของตัววัตถุดิบ สอดคล้องกับความงามบ่งบอกถึงงานฝีมือแบบดั้งเดิมอย่างศิลปะช่างไม้ของญี่ปุ่น เป็นศิลปะที่มีลักษณะที่เป็นลายเส้นอันทรงคุณค่าที่แฝงไปด้วยความละเอียด และวัสดุได้สร้างแรงบันดาลใจให้กับแฟชั่น สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นมินิมอลลิสต์ (Minimalism) ซึ่งการตีความใหม่เป็นวิธีการของช่างฝีมือแบบดั้งเดิม มารวม

กับความทันสมัย จึงเป็นแรงบันดาลใจที่แฝงไปด้วยกลิ่นอายของอารยธรรมที่ถูกประยุกต์ใช้ด้วยเทคนิคดั้งเดิมสร้างความสมดุลระหว่างความรู้สึกที่ร่วมสมัย



ภาพที่ 39 แสดงแรงบันดาลใจในการออกแบบ รีฟอร์ม ทะดิชั่น (Reformed Tradition)
ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



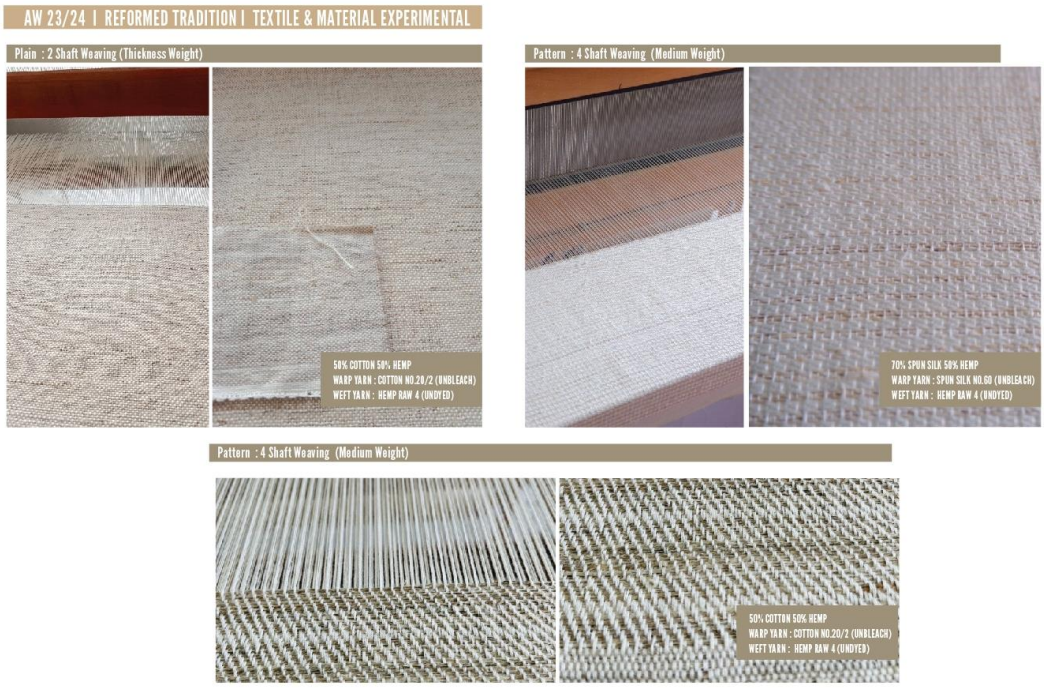
ภาพที่ 40 แสดงองค์ประกอบในการออกแบบ รีฟอร์ม ทะดิชั่น (Reformed Tradition)
ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

ส่วนที่ 2 การสร้างสรรค์ผลงาน

6.2.1 การออกแบบสิ่งทอเฮมพ์

จากสรุปผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูล การทดลองพัฒนาสร้างสรรค์สิ่งทอ และการวิเคราะห์ประเมินผลสิ่งทอ พบว่าในกระบวนการทดลองทอเส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรมทอร่วมกับเส้นใยชนิดอื่นเป็นการทอด้วยกี่ทอมือแบบ 2 ตะกอ แบบลายขัดมาตรฐาน และ 4 ตะกอ แบบลายทอมาตรฐาน ในการทอจะได้สิ่งทอที่มีลักษณะที่แตกต่างกันซึ่งเหมาะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลายผลิตภัณฑ์ เนื่องจากพื้นฐานของเส้นใยเฮมพ์นั้นมีความแข็งหยาบ หากใช้เฮมพ์เพียงอย่างเดียวมาผลิตเครื่องแต่งกายจะทำให้ผู้สวมใส่รู้สึกไม่สบายตัว โดยจากการทดลองขึ้นต้นแบบสิ่งทอครั้งที่ 1 และ 2 มีความเหมาะสมกับการนำมาใช้สำหรับงานแฟชั่นเครื่องแต่งกายมากที่สุด ทั้งนี้แนวทางของอัตราส่วนของเส้นใยชนิดอื่นที่ทอร่วมส่งผลให้มีผ้ามีน้ำหนัก ความหนาบางที่เหมาะแก่การทำเครื่องแต่งกายที่มีโครงสร้างอยู่ทรง มีความแข็งแรง และคงทนมากขึ้น ในด้านสีเป็น สัจจะวัสดุ คือสี

ธรรมชาติของตัววัตถุดิบที่เกิดจากการผสมเส้นใยชนิดอื่นทำให้เกิดลวดลายขึ้น โดยลดขั้นตอนการฟอกย้อม ลดการใช้น้ำลงจากกระบวนการย้อมสี



ภาพที่ 41 แสดงการออกแบบสิ่งทอเฮมพ์
ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

6.2.2 การออกแบบสร้างสรรค์และพัฒนาคอลเล็กชันต้นแบบ

จากการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกาย ผู้วิจัยได้พัฒนาร่วมกับงานออกแบบในการร่างต้นแบบ และพัฒนาแบบร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมจากนั้นนำมาปรับปรุงแบบร่วมกับแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก โดยมีรายละอียดดังนี้

(1) ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันครั้งที่1

ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ และปรึกษาร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อวิเคราะห์รูปแบบผลงานในการออกแบบคอลเล็กชัน เพื่อที่จะพัฒนาและต่อยอดการออกแบบให้เกิดความเหมาะสม ผู้วิจัยได้มีกระบวนการการออกแบบ ดังนี้ด้วยการออกแบบโดยใช้วิธีการตัดปะ (Collage) จากภาพแรงบันดาลใจ และแนวคิดในการออกแบบเพื่อหา รูปแบบโครงสร้างของเสื้อผ้าที่

เกิดจากรูปทรง และพัฒนาเพื่อให้เกิด ความหลงตัวและสมบูรณ์เหมาะสมและสอดคล้องกับองค์ประกอบในการออกแบบของงานวิจัย

ภาพที่ **42** ภาพการการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบคอลเล็กชันโดยใช้วิธีการตัดปะ (Collage)
ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

(2) จากการออกแบบสร้างสรรค์คอลเล็กชันครั้งที่ 1 ผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบ ร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษา โดยทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือก เพื่อทำการผลิตชุดต้นแบบคอลเล็กชัน จำนวน 4 แบบ เพื่อนำไปตัดเย็บเป็นชุดผ้าดิบและชุดต้นแบบ ตามลำดับต่อไป

ภาพที่ 6.8 ภาพร่างต้นแบบคอลเลคชั่น รีฟอร์ม ทะดิชั่น (Reformed Tradition)

ที่มา : ขวัญชัย บุญสม ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่7
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสตรีจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อความยั่งยืน มีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

7.1 สรุปผลการวิจัย

7.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการออกแบบพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ สำหรับการสร้างสรรค์แต่งกาย

การทดลองพัฒนาสร้างสรรค์สิ่งทอ และการวิเคราะห์ประเมินผลสิ่งทอ พบว่าในกระบวนการทดลองทอเส้นใยเฮมพ์แบบหัตถกรรมทอร่วมกับเส้นใยชนิดอื่นเป็นการทอด้วยกี่ทอมือแบบ 2 ตะกอ แบบลายขัดมาตรฐาน และ 4 ตะกอ แบบลายทอมาตรฐาน ในการทอจะได้สิ่งทอที่มีลักษณะที่แตกต่างกันซึ่งเหมาะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลายผลิตภัณฑ์ เนื่องจากพื้นฐานของเส้นใยเฮมพ์นั้นมีความแข็งหยาบ หากใช้เฮมพ์เพียงอย่างเดียวมาผลิตเครื่องแต่งกายจะทำให้ผู้สวมใส่รู้สึกไม่สบายตัว โดยจากการทดลองขึ้นต้นแบบสิ่งทอครั้งที่ 1 และ 2 และจากการประเมินผลการทดลองดังกล่าวกับผู้เชี่ยวชาญด้านแฟชั่นและสิ่งทอ ด้วยเครื่องมือแบบสอบถามในด้านความยืดหยุ่น ความแข็งแรงและความทนทาน ความหนา ผิวสัมผัสความนุ่มและการทิ้งตัว ความมันเงา การระบายอากาศ ความเหมาะสมในการเป็นเครื่องแต่งกาย และการต่อยอดเชิงพาณิชย์ พบว่าการใช้วิธีการทอแบบเส้นยืนเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้น เส้นพุ่งด้วยเส้นฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 จำนวน 2 เส้น และการทอแบบเส้นยืนเฮมพ์ต้มสุก จำนวน 1 เส้น เส้นพุ่งด้วยเส้นไหมหลืบ จำนวน 3 เส้น มีความเหมาะสมกับการนำมาใช้สำหรับงานแฟชั่นเครื่องแต่งกายมากที่สุด ทั้งนี้แนวทางของอัตราส่วนของเส้นใยชนิดอื่นที่ทอร่วมส่งผลให้มีผ้ามีน้ำหนัก ความหนาบางที่เหมาะแก่การทำเครื่องแต่งกายที่มีโครงสร้างอยู่ทรง มีความแข็งแรง และคงทนมากขึ้น ในด้านสีเป็น สัจจะวัสดุ คือสีธรรมชาติของตัววัตถุดิบที่เกิดจากการผสมเส้นใยชนิดอื่นทำให้เกิดลวดลายขึ้นโดยลดขั้นตอนการฟอกย้อม ลดการใช้น้ำลงจากกระบวนการย้อมสี จึงเป็นโอกาสดีที่เส้นใยเฮมพ์หัต

ถกรรมท้องถิ่นจะได้มีการพัฒนาและแพร่หลายให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ให้ความสนใจกับกระแสรักษ์โลกและการพัฒนาที่ยั่งยืนมากขึ้น

7.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาเกี่ยวของแนวคิดเกี่ยวเฮมพ์ และแนวคิดเกี่ยวกับหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่า งานหัตกรรมท้องถิ่นอย่างเฮมพ์ มีประโยชน์และถูกนำมาใช้เป็นวัตถุดิบสำคัญในงานหัตถกรรม ประเภทงานทอผ้ามาตั้งแต่อดีต โดยเฉพาะในกลุ่มชาวเขาเผ่าม้ง ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทักษะฝีมือ และวัตถุดิบที่เป็นเส้นใยจากกัญชงมาถักทอเป็นผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสวมใส่ในชีวิตประจำวัน ด้วยนำนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามามีบทบาทร่วมกับภูมิปัญญา และกรรมวิธีการผลิต ให้มีคุณภาพ มีความประณีต สวยงาม และที่สำคัญคือสอดรับกับความต้องการของตลาดและโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ (Green Product) หรือ นำเอาเทรนด์แฟชั่นมาใส่ในชิ้นงาน เป็นต้น เช่นเดียวกับ เป็นการช่วยยกระดับงานหัตถกรรมให้มีความน่าสนใจมากขึ้น และสร้างรายได้ให้กับกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมจากเฮมพ์ได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบชิ้นงานให้สามารถตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้น และสามารถสร้างรายได้หมุนเวียนในชุมชนอย่างยั่งยืน

7.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการออกแบบ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่มีความร่วมสมัย (Contemporary Craft) รูปแบบให้ทันสมัยและตามแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นในปัจจุบัน ที่แสดงถึงการออกแบบที่เกิดจากงานหัตถกรรมสร้างสรรค์รูปแบบชิ้นงานให้มีความร่วมสมัย (Contemporary Craft) ที่ยังคงอนุรักษ์ภูมิปัญญาและเทคนิคดั้งเดิมไว้ โดยมีการรวบรวมองค์ความรู้ ทักษะเชิงช่าง และประสบการณ์ที่มีมา และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม ที่ยังคงอนุรักษ์ภูมิปัญญาและเทคนิคดั้งเดิมไว้ โดยมีการรวบรวมองค์ความรู้ ทักษะเชิงช่าง และประสบการณ์ที่มีมา และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืน

7.1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก

ทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เป็นการผสมผสานระหว่างสุนทรียศาสตร์ของญี่ปุ่นและนอร์ดิกที่ผสมผสานกันอย่างลงตัวซึ่งได้แสดงออกทางงานฝีมืออันยอดเยี่ยม ความเรียบง่าย (simplicity) และความมินิมอลิสซึ่ม (minimalism) ความเคารพต่อธรรมชาติ วัสดุธรรมชาติที่ยั่งยืนและความงามของความไม่สมบูรณ์ การรวมตัวกันนี้ทำให้เกิดความรู้สึกสงบ ด้วยระยะทางที่ห่างกันแต่ญี่ปุ่นและนอร์ดิกมีหลายอย่างที่เหมือนกัน ในแง่ของการออกแบบทั้งสองได้ให้คุณค่ากับความเรียบ

ง่าย คือสุนทรียภาพแห่งความสงบ สง่างามและมีความร่วมสมัย คือการสร้างสมดุลของเหตุและผลในทุกการกระทำด้วยการลดหรือตัดทอนรายละเอียดที่เกินจำเป็นออก การสร้างสรรค์ความเรียบง่ายโดยคำถึงถึงภาพรวมทั้งหมด ทั้งทางด้านรูปร่าง, รูปทรง, การกระทำ,ความคิดความรู้สึก และประโยชน์ใช้สอย ความชื่นชอบในวัสดุธรรมชาติ และความเคารพอย่างสูงต่องานหัตถกรรมคุณลักษณะที่ใช้ร่วมกันเหล่านี้ทำให้เกิดสไตล์ที่เรียกว่า เจแปนนอร์ดิก (Japanordic) หรือ มินิมอลลีสซึ่ม (Minimalism) แบบญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็น เส้นสายสะอาดตา โทนสีกลาง และพื้นผิวที่เป็นธรรมชาติ เจแปนนอร์ดิก (Japanordic) ดูเหมือนจะเป็นการผสมผสานที่ชัดเจนของสไตล์ญี่ปุ่นและสไตล์นอร์ดิก

7.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

จากวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อหาแนวทางการพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์สำหรับการสร้างสรรค์แฟชั่นเครื่องแต่งกาย โดยการมุ่งเน้นใช้วัตถุดิบพื้นฐานจากธรรมชาติมากกว่าวัตถุดิบสังเคราะห์ ซึ่งสอดคล้องสถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ใยเฮมพ์เป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทออินทรีย์ มีความได้เปรียบสิ่งทอธรรมชาติอื่นๆ ในเรื่องของความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเป็นพืชระยะสั้น ปลูกในพื้นที่ซ้ำๆ ได้ต่อเนื่องและไม่จำเป็นต้องใช้สารป้องกันกำจัดศัตรูพืช ทั้งนี้แนวทางการพัฒนานวัตกรรมสิ่งทอสีเขียว (Eco-Innovative Textiles) ซึ่งเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น ผลลัพธ์ที่สอดคล้องและทิศทางการประเมินความพึงพอใจจาก เส้นพุ่งด้วยเส้นฝ้ายปั่นเกลียวอุตสาหกรรม เบอร์ 20/2 และเส้นพุ่งด้วยเส้นไหมหลีบ มีความเหมาะสมกับการนำมาใช้สำหรับงานแฟชั่นเครื่องแต่งกาย ในด้านต่าง ๆ มากที่สุด ผ้าต้นแบบที่ได้จึงมีน้ำหนัก ความหนาบางที่เหมาะแก่การทำเครื่องแต่งกายที่มีโครงสร้างอยู่ทรง มีความแข็งแรง และคงทนมากขึ้น ในด้านสีเป็น สัจจะวัสดุ คือสีธรรมชาติของตัววัตถุดิบที่เกิดจากการผสมเส้นใยชนิดอื่นทำให้เกิดลวดลายขึ้น ดังนั้นนวัตกรรมการใช้เฮมพ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างเหมาะสม และยังสามารถสร้างแนวทางให้เกิดความยั่งยืนของการพัฒนาในรูปแบบของแนวคิดเศรษฐกิจแบบวงรอบ (Circular Economy) ที่บูรณาการ และใช้กระบวนการพัฒนาให้การใช้ผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบและวัสดุหรือทรัพยากรเกิดประโยชน์สูงสุดตลอดเวลา ครอบคลุมทุกด้านตั้งแต่วิธีการ วัฏจักรชีวิตของแหล่งทรัพยากรตามธรรมชาติ ตลอดจนทรัพยากรมนุษย์ โดยสามารถนำสิ่งทอจากเฮมพ์ที่พัฒนาแล้วจากกระบวนการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกายที่มีแนวคิดเรื่องสิ่งแวดล้อมผสมผสานงานหัตถกรรมร่วมสมัย (Contemporary Craft) ในรูปแบบสไตล์โมเดิร์นผสมกับมินิมอลลิสต์ (Modern

Minimalist) เน้นการออกแบบที่มีความทันสมัย มีรูปแบบเรียบง่าย มีโครงร่างเงาอยู่ทรง ด้านสีและพื้นผิวแสดงสัจจะวัสดุ ทั้งนี้แนวทางการพัฒนาสิ่งทอที่เชื่อมโยงกับการออกแบบดังกล่าวนั้นสอดคล้องกับการเกิดขึ้นกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ที่หันมาให้ความสนใจกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาสร้างสรรค์ตราสินค้าแฟชั่นยั่งยืนได้ต่อไป

7.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

ในขั้นตอนกระบวนการทดลองพัฒนาสร้างสรรค์สิ่งทอจากการวิจัยนี้ เป็นการมุ่งเน้นพัฒนาสิ่งทอให้ตอบสนองกับการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกายในด้านคุณสมบัติของสิ่งทอ ทั้งนี้ในการวิจัยต่อไปจึงสามารถนำแนวโน้มกระแสนิยมทางแฟชั่นมาประยุกต์ใช้ในการสร้างลวดลายและกำหนดกลุ่มสีให้สอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นในแต่ละฤดูกาล ตลอดจนการกำหนดกลุ่มผู้บริโภคและพัฒนากระบวนการออกแบบให้ตอบสนองกับกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลายได้ต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บรรณานุกรม

. "รายงานการตลาดความต้องการของเส้นและวัสดุของ Textile Exchange ประจำปี ค.ศ. 2021." from https://textileexchange.org

(2563). "กฎกระทรวงการขออนุญาตและการอนุญาตผลิต จำหน่าย หรือมีไว้ในครอบครอง ซึ่งยาเสพติดประเภท 5 เฉพาะเฮมพ์ พ.ศ. 2559." ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 137 ตอนที่ 107 ก.

W, P. L. M. a. G. (2020). "Sileshi Indices to identify and quantify ecosystem services in sustainable food systems." from https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/B9780128164365000032.

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิช์ (2565). "แนวโน้มอุตสาหกรรมพืชเส้นใย (fiber plants) ในจีน. 2565."

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (2565). "โครงการพัฒนาและส่งเสริมการส่งออกสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

ที่ทำจากเส้นใยและผลิตภัณฑ์จากใยกัญชงเพื่อรองรับความต้องการของตลาดโลก.กรุงเทพมหานคร."

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (2561). "แกนกลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทุนทางวัฒนธรรมคืออะไร." วารสารวัฒนธรรม ฉบับที่ 4 (ปีที่ 5 7).

กลุ่มอุตสาหกรรมหัตถกรรมสร้างสรรค์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.

กองควบคุมวัตถุเสพติด. คู่มือพนักงานเจ้าหน้าที่ในการกำกับดูแลซึ่งยาเสพติดให้โทษประเภท 5 เฉพาะเฮมพ์ (Hemp). กรุงเทพฯ, โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ

กัญญารัตน์ แก้วกมล และคณะ (2564). "การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน." "วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2564)(ปีที่ 11): 77.

เกวลิน ต่อปัญญาชาญ และภัฏฐิญา สิริบวรพิพัฒน์ "แนวความคิดในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าวัฒนธรรมร่วมสมัยด้วยเครื่องรับรอง." วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ฉบับที่ 1(วารสารปีที่ 14): 218.

ชัยวัฒน์ เสาวเจริญสุข. (2564). "พืชเศรษฐกิจใหม่ โอกาสและความท้าทาย." from https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/hemp-2021

ทิดกร สอนภาษา (2551). ภาษาไทยขัดใจปู เอกลักษณ์-อัตลักษณ์. คม ชัด ลึก City life, คมชัดลึก.

บุรินทร์ พุทธโชติ. (2561). "การผลิตเส้นใยสมรรถนะสูง (High Performance Fibers) เพื่อการปฏิรูปอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม." from http://www.oie.go.th/sites/default/

files/attachments/article/high_performance_fibers.pdf.
บุศยรัตน์ พันธ์เครือบุตร. "เส้นใย." from https://www.nectec.or.th/schoolnet/library/create-web/10000/science/10000-6470.html
บุษราภรณ์ พวงปัญญา และคณะ แนวทางการจัดการเพื่อยกระดับสินค้าวัฒนธรรม.
ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2564). "หนุน “เส้นใยกัญชง” สินค้าส่งออกดาวรุ่ง." from https://www.prachachat.net/economy/news-666246
ประภัสสร ทิพย์รัตน์. "“พืชกัญชา: ความรู้ทั่วไป และการตรวจสอบสารสำคัญ”." from https://www.oncb.go.th.
ผู้จัดการออนไลน์. (2560). "TCDC เผย “เส้นใยกัญชง” ขึ้นแท่นวัตถุดิบสิ่งทอสร้างสรรค์ ปี 17 อนาคตแฟชั่นไทย." from https://mgronline.com/smes/detail/9600000016286
ผู้จัดการออนไลน์. (2564). "WGSN เผย 13 เทรนด์แรงปี 65 “แท็กซี่บินได้-อวตาร์คอมเมิร์ซ”." from https://www.oncb.go.th/ncsmi/cannabis4/.pdf. .
พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554).
พิชิต แก้วงาม. (2562). "“เฮมพ์” จากพืชต้องห้ามสู่พืชเศรษฐกิจ." from http://www.oie.go.th/sites/

default/files/attachments/article/hemp.pdf. .
แพรว ศุภจริยาวัตร. "สิ่งเล็กๆ ที่เรียกว่า “เส้นใย”." from https://www.cifs.go.th/Files/news//file/a6f63129-e898-45e3-88b7-a08fea8ef58a.pdf.
ภูมิฐวัศ สัมพันธ์พานิช (2562). แนวทางการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาการปลูกเฮมพ์เพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลแม่ตาวอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก.
ภูมิฐวัศ สัมพันธ์พานิช (2562). "แนวทางการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาการปลูกเฮมพ์เพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลแม่ตาวอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก."
มนทิรา สุขเจริญ และ พันธวัศ สัมพันธ์ พานิช "จุดเริ่มต้นว่าด้วยเรื่องของ “เฮมพ์” หรือ “กัญชง” ที่ไม่ใช่ “กัญชา”." วารสารสิ่งแวดล้อม ฉบับที่ 3(ปีที่ 23).
มนทิรา สุขเจริญ และ พันธวัศ สัมพันธ์พานิช "จุดเริ่มต้นว่าด้วยเรื่องของ “เฮมพ์” หรือ “กัญชง” ที่ไม่ใช่ “กัญชา”." วารสารสิ่งแวดล้อม ฉบับที่ 3(ปีที่ 23).
มนทิรา สุขเจริญ และ พันธวัศ สัมพันธ์พานิช (2560). "จุดเริ่มต้นว่าด้วยเรื่องของ “เฮมพ์” หรือ “กัญชง” ที่ไม่ใช่ “กัญชา”." วารสาร สิ่งแวดล้อม, ปีที่ 23 ฉบับที่ 3.
มูลนิธิโครงการหลวง (2555).
รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (2546). ทุนวัฒนธรรม วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก. กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์มติ

ชน. เล่มที่หนึ่ง
รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขางานฝีมือและหัตถกรรม ปี 2562.
ศมิสสร สุทธิสังข์ (2563). การสร้างสรรค์อัตลักษณ์การออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่นชั้นสูง สำหรับประเทศคูเวต.
ศรีประเสริฐ., โ. (2551). การออกแบบอัตลักษณ์ที่ประชาสัมพันธ์: กรณีศึกษาสถาบันกวดวิชา i-SAC ปี พ.ศ. 2554-2556.
ศิริวรรณ สิทธิกา. (2563). "Fashion Revolution พลิกอุตสาหกรรมแฟชั่นแบบโลกไม่ช้ำน้ำไม่ขุ่น." from https://www.greenery.org/articles/people-fashion-revolution/
ศูนย์วิชาการสารเสพติดภาคเหนือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2563). "รายงานผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาพัฒนาการจัดการเฮมพ์ (กัญชง) ในพื้นที่ต้นแบบภาคเหนือตอนบน ภายใต้กฎกระทรวง."
ศูนย์วิชาการสารเสพติดภาคเหนือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2563). "รายงานผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาพัฒนาการจัดการเฮมพ์(กัญชง) ในพื้นที่ต้นแบบภาคเหนือตอนบน ภายใต้กฎกระทรวง."
ศูนย์วิชาการสารเสพติดภาคเหนือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2563). "รายงานผลการดำเนินงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาพัฒนาการจัดการเฮมพ์[กัญชง] ในพื้นที่ต้นแบบภาคเหนือตอนบน ภายใต้กฎกระทรวง."
สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน). (2564). "สินิตย์ ดัน “เส้นใยกัญชง” เป็นวัตถุดิบผลิตงานศิลปหัตถกรรมไทย." from https://www.sacit.or.th/th/detail/2022-07-18-11-31-05.
สริตา ปิ่นมณี สายพันธุ์ กาบใบ รัตญา ยานะพันธุ์ ศักดิ์ศิริ คุปตรัตน์ ประภัสสร ทิพย์รัตน์ และอาลักษณ์ ทิพยรัตน์ (2563). "รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โครงการย่อยที่ 1 การคัดเลือกและปรับปรุงพันธุ์เฮมพ์และระบบผลิตเมล็ดพันธุ์." 49 หน้า.
สาคร ชลสาคร (2560). "เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเส้นใยธรรมชาติจากพืช เล่นที่ 1 การปรับปรุงคุณภาพเส้นใยพืช."
สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ.
สุทิน เรืองปานกัน ทรงคุณ จันทจร และระพีพันธ์ ศิริสัมพันธ์ (2565). การศึกษาภูมิปัญญาในการผลิตเส้นใยกัญชงเชิงอุตสาหกรรมสิ่งทอชุมชน, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
สุรินทร์ ยิ่งนึก (2011). ครูไทยเพื่อศิษย์.เอกลักษณ์...อัตลักษณ์... ความเหมือนและความต่างที่ต้องใช้ให้ถูกต้อง.
อิสเรศ วงศ์เสถียรโสภณ (ศูนย์ข้อมูลและดิจิทัลอุตสาหกรรม สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ). "แนวโน้มความยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบแฟชั่น ไทย." from

https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.

2426.1.0.html.

อิสเรศ วงศ์เสถียรโสภณ (ศูนย์ข้อมูลและดิจิทัลอุตสาหกรรม สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ). (2564). "แนวโน้มความยั่งยืนที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบแฟชั่นไทย." from https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.2426.1.0.html

อุทิศ ทาหอม และคณะ (2558). "ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้าง การมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนบ้านตามา จังหวัดบุรีรัมย์." วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม 11 no. 2/2558

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (แบบสอบถาม)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

(สำหรับกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่างในงานวิจัย)

แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อความยั่งยืน

โดย นายขวัญชัย บุญสม รหัสประจำตัวนิสิต 6480004035 นิสิตผู้ทำวิทยานิพนธ์

<u>คำชี้แจง</u> แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายจากเฮมพ์ สำหรับกลุ่มผู้บริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยแนวคิดทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก เพื่อความยั่งยืน หลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม และนำผลจากการเก็บข้อมูลไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น

ผู้วิจัยจะจัดเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับ ไม่นำข้อมูลไปเปิดเผยหรือเผยแพร่เพื่อประโยชน์ใดๆ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านไว้ ณ ที่นี้ ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้เป็นอย่างดี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย และทัศนคติของท่านต่อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืน

ตอนที่ 3 ข้อมูลพืชเส้นใย : เฮมพ์หรือกัญชง

ตอนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทุนวัฒนธรรมเจแปนนอร์ดิก

<u>คำชี้แจง</u> โปรดอ่านข้อความที่กำหนดให้แล้วพิจารณา จากนั้นทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่มีข้อความตรงกับความคิดเห็นของท่านลงในช่องว่างที่กำหนดไว้ หรือให้ตรงตามระดับความความสนใจของท่านในแต่ละรายการ โดยพิจารณาตามเกณฑ์ ดังนี้

5	หมายถึง	มีความสนใจในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความความสนใจในระดับมาก
3	หมายถึง	มีความความสนใจในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	มีความความสนใจในระดับน้อย
1	หมายถึง	มีความความสนใจในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 อายุ ☐ 18 - 23 ปี ☐ 24 - 29 ปี ☐ 30 - 35 ปี ☐ 36 ปี ขึ้นไป

1.2 สถานะ ☐ โสด ☐ แต่งงานแล้ว ☐ หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่

1.3 ระดับการศึกษา ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ ☐ นักเรียน / นักศึกษา ☐ พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน

☐ ศิลปิน / นักออกแบบ ☐ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ อาชีพอิสระ/ ประกอบกิจการส่วนตัว ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

1.5 รายได้ต่อเดือน ☐ ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ 15,001 - 30,000 บาท

☐ 30,001 - 45,000 บาท ☐ 45,001 - 60,000 บาท

☐ 60,001 บาท ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย และทัศนคติของท่านต่อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืน

2.1 ท่านมีความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายใน 3 เดือนที่ผ่านมา

☐ 3 เดือนครั้ง

☐ เดือนละ 1-2 ครั้ง

☐ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง

☐ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

☐ มากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์

2.2 ท่านใช้เงินในการซื้อสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายเป็นจำนวนเงินประมาณเท่าไหร่ต่อครั้ง

☐ ต่ำกว่า - 1,000 บาทต่อครั้ง ☐ 1,001 - 5,000 บาทต่อครั้ง

☐ 5,001 - 10,000 บาทต่อครั้ง ☐ 10,001 - 15,000 บาทต่อครั้ง

☐ 15,001 - 20,000 บาทต่อครั้ง ☐ 20,001 บาท ขึ้นไปต่อครั้ง

2.3 โอกาสในการสวมใส่ที่มีผลต่อการซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายของท่าน (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ เสื้อผ้าลำลอง (Casual wear)

☐ เสื้อผ้าทำงาน (Business wear)

☐ เสื้อผ้าออกงาน (Party wear)

2.4 ท่านเคยบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืนประเภทต่อไปนี้หรือไม่ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ทำจากวัสดุจากธรรมชาติหรือวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

☐ มีมาตรฐานความยั่งยืนกำกับในป้าย

☐ ระบุแหล่งที่มีในการผลิต/รายละเอียดของช่างฝีมือ (Transparency)

☐ ใช้นวัตกรรมการผลิตเพื่อลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อม

☐ มีตรารณรงค์ด้านความยั่งยืน

☐ เสื้อผ้ามือสอง

☐ ไม่เคย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รายการ	ระดับความสนใจ				
	1	2	3	4	5
2.5 ปัจจัยดังต่อไปนี้ส่งผลให้ท่านตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นยั่งยืน					
1) ราคา					
2) การออกแบบ (Design)					
3) คุณภาพ					
4) ชื่อเสียงของตราสินค้า					
5) โปรโมชั่น					

6) การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
7) กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
8) การใช้แรงงานที่เป็นธรรม (Transparency)					
9) ผู้นำทางความคิดด้านแฟชั่น (Fashion influencer)					
2.6 ปัจจัยดังต่อไปนี้ด้านเส้นใยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายของท่าน					
1) เส้นใยธรรมชาติจากพืชเส้นใย เช่น เฮมพ์หรือกัญชง					
2) เส้นใยสังเคราะห์จากปิโตเลียม เช่น โพลีเอสเตอร์					

2.7 ท่านมีความสนใจพืชเส้นใย สำหรับสินค้าเครื่องแต่งกาย หรือไม่

☐ สนใจ ☐ ไม่สนใจ ☐ ไม่แน่ใจ

ตอนที่ 3 ข้อมูลพืชเส้นใย : เฮมพ์หรือกัญชง

3.1 ท่านรู้จักพืชเส้นใยจากเฮมพ์หรือกัญชงหรือไม่

☐ รู้จัก ☐ ไม่รู้จัก ☐ ไม่แน่ใจ

3.2 ท่านเคยพบเห็นเครื่องแต่งกายที่มีส่วนประกอบของเส้นใยเฮมพ์หรือกัญชง มาก่อนหรือไม่

☐ เคย ☐ ไม่เคย ☐ ไม่แน่ใจ

3.3 ท่านมีความสนใจเกี่ยวเส้นใยหรือเส้นด้ายจากพืชเฮมพ์หรือกัญชง เพื่อพัฒนาสิ่งทอสำหรับเครื่องแต่งกาย (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ เส้นด้ายจากพืชเฮมพ์หรือกัญชงเพียงอย่างเดียว

☐ เส้นด้ายจากพืชเฮมพ์หรือกัญชงทอร่วมกับเส้นด้ายอื่น

☐ เส้นใยจากพืชเฮมพ์หรือกัญชงปั่นผสมกับเส้นใยอื่น

ตอนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทุนวัฒนธรรม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4.1 ท่านสนใจสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือไม่

☐ สนใจ ☐ ไม่สนใจ ☐ ไม่แน่ใจ

4.2 ท่านสนใจงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีรูปแบบร่วมสมัย (Contemporary Craft) หรือไม่

☐ สนใจ ☐ ไม่สนใจ ☐ ไม่แน่ใจ

รายการ	**ระดับความสนใจ**				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
4.3 ปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้างานหัตถกรรมสร้างสรรค์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
1) มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ประเพณีวัฒนธรรม และความเชื่อของชุมชนในแต่ละท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา					
2) วัสดุและกรรมวิธีการผลิต ของวัสดุธรรมชาติที่มีคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัว					
3) ความสวยงามจากการแสดงออกผ่านทางรูปร่าง รูปทรง สีสัน ลวดลาย พื้นผิว					
4) ประโยชน์ใช้สอย ขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมกับการใช้งาน ความปลอดภัย ความแข็งแรงตามอายุการใช้งาน					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4.4 ท่านคิดว่าทุนวัฒนธรรมสามารถนำมาออกแบบเป็นสินค้าเครื่องแต่งกายได้หรือไม่

☐ ได้ ☐ ไม่ได้ ☐ ไม่แน่ใจ

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

ภาคผนวก ข

ภาพจากสูจิบัตร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

REFORMED TRADITION

Japanordic Lifestyle and Culture Concept have inspired the design of clothes through graceful natural materials, which has been elevated between rawness and pureness to define the imperfection of Hemp, the thickness and weightiness textile, suit for better structural and resistive clothes. Raw material represents colors of the combination between Hemp and other yarns in order to create distinctive pattern on the fabrics which reduces the steps and the amount of water used in dying process. Kumiko wooden craft pattern, a traditional Japanese craftmanship, has the valuable and elaborated striped pattern which inspired Minimalism fashion that represent artistic reinterpretation of craftmanship combine with contemporary.

AWAKENING OF CULTURE

THE WOMENSWEAR BRANDING INNOVATION FROM HEMP FOR ENVIRONMENTAL CREATIVE CRAFTS TARGET GROUP BY JAPANORDIC CULTURE CAPITAL CONCEPT TO SUSTAINABILITY

KHUANCHAI BOONSOM
Khuanchaibgt@gmail.com
TEL. 0821685880

AWAKENING OF CULTURE

AWAKENING

AWAKENING OF CULTURE

AWAKENING

AWAKENING OF CULTURE

AWAKENING

ภาพจากสูจิบัตรเพื่อนำเสนอผลงานสู่สาธารณชน

ภาคผนวก ค

ประมวลภาพการจัดแสดงนิทรรศการและแฟชั่นโชว์ผลงานวิทยานิพนธ์

ภายใต้แรงบันดาลใจ รีฟอร์ม ทะดิชัน (RERORMED TRADITION) วันที่ 14 มิถุนายน 2566

ณ อุทยาน 100 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประมวลภาพการจัดแสดงนิทรรศการ ภายใต้แรงบันดาลใจ รีฟอร์ม ทะดิชัน (RERORMED TRADITION)

ประมวลภาพการเดินแฟชั่นโชว์ คลอเลคชัน รีฟอร์ม ทะดิชัน (RERORMED TRADITION)

ประมวลภาพการเดินแฟชั่นโชว์ คลอเลคชัน รีฟอร์ม ทะดิชัน (RERORMED TRADITION) ต่อ 1

ประมวลภาพการเดินแฟชั่นโชว์ คลอเลคชัน รีฟอร์ม ทะดิชัน (RERORMED TRADITION) ต่อ 2

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ขวัญชัย บุญสม
วัน เดือน ปี เกิด	18 เมษายน 2531
สถานที่เกิด	เชียงใหม่
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2553 เทคโนโลยีบัณฑิตบัณฑิต สาขาออกแบบสิ่งทอ (เกียรตินิยมอันดับ 2) คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พ.ศ. 2566 ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิตสาขาการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ ภาควิชานฤมิตศิลป์คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 544/47 โครงการไอคอนโดเสไทยกรีนสเปซ อาคาร B ถนนเสรีไทย ซอยเสรีไทย 8-10 แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10240

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY