

000501
ก 3.1 ค
๒๕๕๓



RES 1๒2๙2

โครงการออกแบบเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมาโดยใช้ผ้าไหมหางกระรอก

นางสาวกิตติยาวิทย์ วีระพงษ์

ลิขสิทธิ์สำนักงานวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

โปรแกรมวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

THE PROJECT DESIGNS PROVINCIAL NAKHONRATCHASIMA SHIRT.
USE HANGKAROK SILK CLOTH

Kittiyawadee Weerapong

ลิขสิทธิ์สำนักงานวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



Art writing is part of the Bachelor of Education Bachelor of Fine Arts.
Department of Communication Design program. Faculty of Human Sciences.

Rajabhat University.

Year 2010.

Copyright Nakhon Ratchasima Rajabhat University

หัวข้อศิลปนิพนธ์

โครงการออกแบบเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมา

โดยใช้ผ้าไหมหางกระรอก

THE PROJECT DESIGNS PROVINCIAL NAKHONRATCHASIMA
SHIRT. USE HANGKAROK SILK CLOTH.

โดย

นางสาวกิตติยาดี วีระพงษ์

โปรแกรม

ออกแบบนิเทศศิลป์

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์พินาณีน สาริยา

โปรแกรมออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
นครราชสีมา อนุมัติให้นับศิลปนิพนธ์ ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

คณะกรรมการสอบศิลปนิพนธ์

ลงชื่อ.....

(รองศาสตราจารย์พินาณีน สาริยา)

กรรมการที่ปรึกษาสอบศิลปนิพนธ์

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ภักดี ปริตตศักดิ์)

กรรมการที่ปรึกษาสอบศิลปนิพนธ์

ลงชื่อ.....

(อาจารย์สุทธินาถ ใจชอบสันเทียะ)

กรรมการที่ปรึกษาสอบศิลปนิพนธ์

ลงชื่อ.....

(อาจารย์นุสรา กมลเพชร)

กรรมการที่ปรึกษาสอบศิลปนิพนธ์

ลงชื่อ.....

(อาจารย์ตะวัน ตะวันทัศน์)

กรรมการที่ปรึกษาสอบศิลปนิพนธ์

ลงชื่อ.....

(อาจารย์อาทิตย์ มาวิบูลย์วงศ์)

อาจารย์พิเศษกรรมการที่ปรึกษาสอบศิลปนิพนธ์

กิตติยาวิดี วีระพงษ์ : โครงการออกแบบเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมา
โดยใช้ผ้าไหมหางกระรอก

(THE PROJECT DESIGNS PROVINCIAL NAKHONRATCHASIMA
SHIRT. USE HANGKAROK SILK CLOTH.)

อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์พินาณีน สาริยา, 82 หน้า

การวิจัยเรื่อง โครงการออกแบบเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมาโดยใช้ผ้าไหมหางกระรอก
มีวัตถุประสงค์อยู่ 3 ประการ คือ

1. เพื่อออกแบบเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อเผยแพร่ความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครราชสีมาผ่านทางเสื้อประจำจังหวัด
3. เพื่อสร้างความนิยมให้กับผ้าไหมหางกระรอกและเพิ่มประโยชน์ใช้สอยของผ้าไหมหางกระรอกให้สวมใส่ได้ทุกโอกาสและทุกเพศทุกวัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อออกแบบเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อเผยแพร่ความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครราชสีมาผ่านทางเสื้อประจำจังหวัด

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อสร้างความนิยมให้กับผ้าไหมหางกระรอกและเพิ่มประโยชน์ใช้สอยของผ้าไหมหางกระรอกให้สวมใส่ได้ทุกโอกาสและทุกเพศทุกวัย

จากการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีสี่ หลักการออกแบบลวดลาย การออกแบบเสื้อผ้า ทำให้มีความรู้จากทฤษฎีต่างๆและยังได้ความรู้จากการตัดเย็บเสื้อผ้าการถอดแบบตัดเย็บการทอผ้าไหมจากการที่ไปศึกษาจากช่างฝีมือถือว่าเป็นผลพลอยได้จากการทำวิจัยที่มีประโยชน์อย่างยิ่ง

โปรแกรมวิชา.....ออกแบบนิเทศศิลป์.....ลายมือชื่อนักศึกษา.....

โปรแกรมวิชา.....ออกแบบนิเทศศิลป์.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา 2553

KEYWORD : FABRICDESIGN / ORNAMENTDESIGN / HANGKAROK SILK

KITTIYAWADEE WEERAPONG : THE PROJECT DESIGNS PROVINCIAL

NAKHONRATCHASIMA SHIRT. USE HANGKAROK SILK CLOTH.

THESIS ADVISOR : ASSOCIATE PROFESSOR PEENALIN SARIYA, 82 PP.

Research issues. designs provincial Nakhon ratcha sima. Shirt, use Hang karok silk cloth. Here are the 3 objectives.

1. for design provincial Nakhon ratcha sima shirt .
2. for announce the be identity of the Nakhon ratcha sima by provincial shirt .
3. for build the favor gives with silk kind of short silk cloth cloth and enhance the advantage buy of silk kind of short silk cloth cloth give can wear every a chance and every age gender .

objective 1. for design provincial Nakhon ratcha sima shirt ,

objective 2. For announce the be identity of the Nakhon ratcha sima by provincial shirt.

Objective 3. . for build the favor gives with silk kind of short silk cloth cloth and enhance the advantage buy of silk kind of short silk cloth cloth give can wear every a chance and every every age gender

From doing has researched this time the researcher studies color theory, the principle designs the design, designing clothes, make omniscient from all theory and still learn the news to know from the slitting sew reproducing clothes cut out silk cloth weaving with regard to go to study from a master craftsman are regarded as are the by-product from doing research that are valuable very much.

Department.....Visual Communication Design.....Student's signature.....

Field of studyVisual Communication Design.....advisor's signature.....

Academic Year 2010

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณท่านรองศาสตราจารย์พินาณีน สาริยา ที่อนุเคราะห์เป็นปรึกษาและ
แนะนำแนวทางในการทำศิลปนิพนธ์นี้ตลอดทั้งภาคการศึกษา และ อาจารย์ประจำโปรแกรมทุก
ท่านที่ให้คำปรึกษาในด้านต่างๆ จนทำให้ศิลปนิพนธ์นี้ผ่านไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ศิลปกร พิริยะโรจน์ ที่ให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์อย่างมาก
และ ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลต่างๆ รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามทุกๆ ท่านที่
ให้ความร่วมมือให้ข้อมูลดีๆ เพื่อการพัฒนาผลงานสำหรับศิลปนิพนธ์นี้

ขอขอบพระคุณบิดามารดา ที่สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ทำให้ศิลปนิพนธ์นี้
สำเร็จและสมบูรณ์ได้ด้วยดี

กิตติยาวัดี วีระพงษ์

ลิขสิทธิ์สำนักงานวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุธวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญ(ต่อ).....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ญ
สารบัญภาพ(ต่อ)	ฎ
สารบัญภาพ(ต่อ)	ฎ

บทที่

1 บทนำ.....	1
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 การออกแบบลวดลาย.....	7
2.2 สีสันทับลวดลาย.....	25
2.3 เทคนิคการพิมพ์ผ้า.....	39
2.4 ไหมนางกระรอก.....	46
2.5 ความรู้เกี่ยวกับจังหวัดนครราชสีมา.....	47
2.6 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย.....	49
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	63
ขั้นที่ 1 ศึกษาเอกสารและรวบรวมข้อมูล.....	63
ขั้นที่ 2 กำหนดประชากร.....	64
ขั้นที่ 3 สร้างเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูล.....	64
ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูล.....	64
ขั้นที่ 5 สรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลและข้อเสนอแนะ.....	64
ขั้นที่ 6 พัฒนาการออกแบบ.....	64

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

ชั้นที่ 7 จัดทำ ART WORK เพื่อการ Present ผลงาน.....	64
ชั้นที่ 8 สร้างหุ่นจำลองเพื่อการศึกษารูปแบบภายนอก.....	65
ชั้นที่ 9 สร้าง (PROTOTYPE) เพื่อนำเสนอผลงาน.....	65
ชั้นที่ 10 จัดทำภาคศิลปนิพนธ์.....	65
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	66
ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม(ต่อ)	67
สรุปตารางที่ 1	67
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับลวดลาย.....	67
สรุปตารางที่ 2	67
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับตำแหน่งในการวางลายและรูปแบบเสื้อ.....	68
สรุปตารางที่ 3	68
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับสีเสื้อ.....	68
สรุปตารางที่ 4	69
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับการออกแบบชิ้นงานเพิ่มเติม	69
สรุปตารางที่ 5.....	69
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับความเหมาะสมในการจัดทำ.....	69
สรุปตารางที่ 6	69
5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ.....	70
รายการอ้างอิง.....	71
ภาคผนวก.....	72
ผลงานการออกแบบ.....	73
แบบสอบถาม.....	75
ประวัติผู้เขียนศิลปนิพนธ์.....	82

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและคำร้อยละสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	66
ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและคำร้อยละสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม(ต่อ).....	67
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและคำร้อยละเกี่ยวกับลวดลาย.....	67
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและคำร้อยละเกี่ยวกับตำแหน่งในการวางลายและรูปแบบเสื้อ.....	68
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและคำร้อยละเกี่ยวกับสีเสื้อ.....	68
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและคำร้อยละเกี่ยวกับการออกแบบชิ้นงานเพิ่มเติม	69
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและคำร้อยละเกี่ยวกับความเหมาะสมในการจัดทำ.....	69

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1 แสดง ลวดลายโบราณ จากคัมภีร์ อัลกุรอาน	8
ภาพที่ 2 แสดง ลวดลายเหมือนจริง.....	9
ภาพที่ 3 แสดง ลวดลายจินตนาการ จีอา พระแม่ธรณีในเทพกรณัม ของกรีก	9
ภาพที่ 4 แสดง ลวดลายล้อเลียน.....	10
ภาพที่ 5 แสดง ลวดลายนามธรรม.....	10
ภาพที่ 6 แสดง ลวดลายนามธรรม.....	11
ภาพที่ 7 แสดง ลวดลายเรขาคณิต.....	11
ภาพที่ 8 แสดง ลวดลายอิสระ	11
ภาพที่ 9 แสดง การเรียงลำดับ	12
ภาพที่ 10 แสดง การสลับภาพซ้ายขวา	12
ภาพที่ 11 แสดง การหมุนรอบจุด	13
ภาพที่ 12 แสดง การสลับซ้ายขวาและหมุนรอบจุด.....	13
ภาพที่ 13 แสดง การสลับซ้ายขวาและเรียงลำดับ	13
ภาพที่ 14 แสดง การหมุนรอบจุดและเรียงลำดับ.....	14
ภาพที่ 15 แสดง การเรียงลำดับสลับจังหวะ	14
ภาพที่ 16 แสดง การผสมระหว่างเรียงลำดับ สลับซ้ายขวา และหมุนรอบจุด	14
ภาพที่ 17 แสดง การซ้ำจังหวะเท่ากัน	15
ภาพที่ 18 แสดง การซ้ำจังหวะไม่เท่ากัน	15
ภาพที่ 19 แสดง การซ้ำจังหวะสลับกัน	16
ภาพที่ 20 แสดง การซ้ำจังหวะโดยการเน้นหรือพัก.....	16
ภาพที่ 21 แสดง การซ้ำจังหวะโดยสร้างความแตกต่าง	16
ภาพที่ 22 แสดง การซ้ำจังหวะแบบต่อเนื่อง	17
ภาพที่ 23 แสดง การซ้ำจังหวะแบบทับซ้อน	17
ภาพที่ 24 แสดง การซ้ำจังหวะแบบลื่นไหล	17
ภาพที่ 25 แสดง การซ้ำจังหวะแบบเปลี่ยนทิศทาง	18
ภาพที่ 26 แสดง การใช้รูปและพื้น	18
ภาพที่ 27 แสดง การใช้การลดหลั่น	18
ภาพที่ 28 แสดง การใช้ตาราง	19

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 29 แสดง การใช้ความใกล้ชิด	19
ภาพที่ 30 แสดง การต่อลวดลายแบบแนวนอน	20
ภาพที่ 30 แสดง การต่อลวดลายแบบแนวตั้ง.....	20
ภาพที่ 31 แสดง การต่อลวดลายแบบเส้นหยักหรือซิกแซก.....	20
ภาพที่ 32 แสดง การต่อลวดลายแบบเฉียง	21
ภาพที่ 33 แสดง การต่อลวดลายแบบตารางหมากรุก.....	21
ภาพที่ 34 แสดง การต่อลวดลายแบบขั้นบันได	21
ภาพที่ 35 การต่อลายในลักษณะสี่เหลี่ยม.....	22
ภาพที่ 36 แสดง การต่อลายในลักษณะการเรียงอิฐแนวนอนหรือแนวตั้ง	22
ภาพที่ 37 แสดง การต่อลายในลักษณะเหลี่ยมเพชร	22
ภาพที่ 38 แสดง การต่อลายในลักษณะสามเหลี่ยม	23
ภาพที่ 39 แสดง การต่อลายในลักษณะดาซ้าย	23
ภาพที่ 40 แสดง การต่อลายในลักษณะหกเหลี่ยม	23
ภาพที่ 41 แสดง การต่อลายในลักษณะรูปพัด	24
ภาพที่ 42 แสดง การต่อลายในลักษณะลงกลม	24
ภาพที่ 43 แสดง การใช้สีในค่าน้ำหนักของสีเดียว.....	25
ภาพที่ 44 แสดง การใช้สีของค่าน้ำหนักในสีหลายสี.....	25
ภาพที่ 45 แสดง ค่าน้ำหนัก ตั้งแต่อ่อนสุดถึงเข้มสุด.....	26
ภาพที่ 46 แสดง การเพิ่มน้ำหนักสี หนึ่งเข้าไป เพื่อให้เด่นชัดขึ้น.....	26
ภาพที่ 47 แสดง การเพิ่มสีใดสีหนึ่งเข้าไปและเกลี่ยให้กลืนกัน.....	27
ภาพที่ 48 แสดง สีใกล้เคียง.....	27
ภาพที่ 49 แสดง สีใกล้เคียงที่มีความกลมกลืนตามจำนวน 4 สีหรือ 3 สี	28
ภาพที่ 50 แสดง สีกลมกลืนที่มีบางสีไม่อยู่ในโทนเดียวกัน.....	28
ภาพที่ 51 แสดง การสร้างความกลมกลืนโดยใช้สีคู่ผสม.....	29
ภาพที่ 52 แสดง ส่วนรวมของน้ำตาลอมแดงส้ม.....	29
ภาพที่ 53 แสดง วรรณะร้อน.....	30
ภาพที่ 54 แสดง วรรณะเย็น.....	31

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 55 แสดง การใช้สีวรรณะเดียว.....	31
ภาพที่ 56 แสดง การใช้สีต่างวรรณะร่วมด้วย.....	31
ภาพที่ 57 แสดง ลักษณะสีเอกรงค์.....	32
ภาพที่ 58 แสดง การกลับค่าของสี.....	32
ภาพที่ 59 แสดง หลักการใช้สีให้ประสานกัน.....	33
ภาพที่ 60 แสดง สีแบบแตกต่างกัน.....	34
ภาพที่ 61 แสดง การใช้สีแบบแตกต่างชนิดตัดกันอย่างแท้จริง.....	34
ภาพที่ 62 แสดง แนวทางการใช้สีตัดกันอย่างแท้จริง.....	35
ภาพที่ 63 แสดง การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดสีตรงกันข้ามเยื้อง.....	35
ภาพที่ 64 แสดง การใช้สีตรงกันข้าม 2 คู่.....	35
ภาพที่ 65 แสดง การใช้สีแบบแตกต่างกันโดยน้ำหนัก.....	36
ภาพที่ 66 แสดง การใช้สีสมดุล.....	36
ภาพที่ 67 แสดง การใช้สีเป็นคู่.....	37
ภาพที่ 68 แสดง การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดไตรสมพันธ์.....	37
ภาพที่ 69 แสดง สีไตรสมพันธ์.....	38
ภาพที่ 70 แสดง การใช้สีจุดสมพันธ์.....	39
ภาพที่ 71 แสดง ต้นและดอกสารภี.....	48
ภาพที่ 72 แสดงการศึกษาจากการลงพื้นที่จริง และบันทึกภาพ.....	63
ภาพที่ 73 แสดงการออกแบบลวดลาย.....	64
ภาพที่ 74 แสดงแบบจำลองรูปแบบภายนอก.....	65
ภาพที่ 75 แสดงแบบจำลองรูปงานจริง.....	65
ภาพที่ 76 แสดงผลงานการออกแบบ.....	74

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การออกแบบลวดลาย นับเป็นผลงานของมนุษย์ที่แฝงไว้ด้วยศิลปวัฒนธรรมอันประณีตละเอียดอ่อน บ่งบอกถึงความแปลกใหม่ที่สะสมจากประสบการณ์ สิ่งแวดล้อมอันก่อให้เกิดเอกลักษณ์ของชุมชน เชื้อชาติของบุคคลในแต่ละสังคม และเป็นสิ่งที่สามารถศึกษาถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ในเชิงประวัติศาสตร์ได้ทางหนึ่ง ลวดลายที่ได้รับการออกแบบ โดยนักออกแบบที่มีความแตกต่างกันในเรื่องเชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมประเพณีย่อมมีคุณลักษณะของลวดลายที่แตกต่างกัน หรือแม้แต่ลวดลายในช่วงเวลาแต่ละยุคแต่ละสมัย ก็ย่อมมีความแตกต่างกันตามสมัยนิยมนั้น ๆ การออกแบบลวดลาย มีความสำคัญโดยเข้าไปเป็นส่วนประกอบในการสร้างงานแทบทุกประเภทโดยเฉพาะการออกแบบผลิตภัณฑ์ สิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ เช่นการออกแบบลวดลายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ลวดลายทอ-จักสาน ลวดลายภาชนะ ลวดลายฉลุ ฯลฯ จะเห็นได้ว่าหากเราเป็นผู้บริโภคและต้องตัดสินใจเลือกสินค้า สิ่งของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ลวดลายเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาตัดสินใจ ตามรสนิยม ค่านิยม หรือสมัยนิยม ความสวยงามที่ตนเองพึงพอใจ ขึ้นชอบ (ที่มา : ร.ศ.พินาณ สรียา การออกแบบลวดลาย.— กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2549: 2.)

สาร (Milletia leucantha Kurz.) พันธุ์ไม้มงคลพระราชทานประจำจังหวัดนครราชสีมา
เนื่องในโอกาสที่สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ เสด็จเป็นองค์ประธานในงานรณรงค์โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสทรงครองราชย์ปีที่ 50 เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2543 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ได้ทรงโปรดพระราชทานกล้าไม้มงคลให้ผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัด ส่วนราชการต่างๆ และหน่วยงานเอกชนที่เข้าร่วมโครงการนำไปปลูกเพื่อเป็นสิริมงคล สำหรับจังหวัดนครราชสีมาได้รับพระราชทานกล้าไม้สารให้เป็นพันธุ์ไม้มงคลพระราชทานประจำจังหวัด ณ บริเวณหน้าศาลากลางจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งตรงกับวันเสด็จขึ้นครองราชย์เป็นปีที่ 48 ในรัชกาลปัจจุบันดา (ที่มา : เอกสารประกอบการบรรยายสรุปจังหวัดนครราชสีมา 2551: 48.)

จังหวัดนครราชสีมาหรือเมืองโคราชมีการทอผ้ากระจายไปทั่วทุกอำเภอ ในจังหวัด เช่น อำเภอเมือง อำเภอห้วยแถลง อำเภอโนนแดง อำเภอเสิงสาง อำเภอชุมพวง อำเภอบ้านเหลื่อม อำเภอจักราช อำเภอบัวใหญ่ อำเภอประทาย กิ่งอำเภอเมืองยาง กิ่งอำเภอสีดา กิ่งอำเภอบัวลาย กิ่งอำเภอแก้งสนามนาง ทอผ้าไหมทางกระรอก ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าลายเกล็ดเต่า ผ้าลายลูกแก้ว และที่อำเภอปักธงชัยเป็นแหล่งทอผ้าที่ใหญ่ที่สุดมี การทอผ้าในเชิงพาณิชย์ ผ้าที่ทอส่วนใหญ่จะเป็นผ้าพื้นเรียบ ผ้าลายประยุกต์และผ้าไหมมัดหมี่

การทอผ้าเป็นงานหัตถกรรมที่อยู่คู่คนไทยมายาวนานนับแต่อดีตถึงปัจจุบัน ผ้าทอแต่ละผืนจะสามารถบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ตลอดทั้งเป็นสิ่งสะท้อนถึงกลุ่มชาติพันธุ์ ชนชั้นทางสังคม สถานะทางเศรษฐกิจ วิถีชีวิต และขนบธรรมเนียมประเพณีของคนในชุมชนนั้นๆ โดยจะสื่อสารให้รับรู้เรื่องราวผ่านทางเส้นไหม เส้นผ้าฝ้าย ที่คัดสรรเป็นอย่างดี แล้วนำมาถักทอเป็นผืนผ้าที่สวยงาม ตามภูมิปัญญาพื้นบ้าน และนำมาใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มในชีวิตประจำวัน ผ้าทอจึงนับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอีกอย่างหนึ่งของไทย ที่พึงอนุรักษ์ไว้ให้คงอยู่ต่อไปครั้งหนึ่งผ้าทางกระรอกเคยเป็นผ้าประจำจังหวัด ตามคำขวัญเดิมของจังหวัดที่ว่า "นกเขาคราม อ้อยคันร่ม ส้มชีม้า ผ้าทางกระรอก ดอกสายทอง แมวสีสวาด" เพราะโคราชมีการทอผ้าทางกระรอกมานานกว่าร้อยปี

ผ้าที่นำมาใช้เป็นเครื่องนุ่งห่ม ประจำจังหวัดนครราชสีมา ที่มีความประณีตสวยงามเป็นที่รู้จักกันดีมาแต่โบราณ จนเป็นที่รู้จักของคน โคราชและคนทั่วไป คือ ผ้าทางกระรอก

ผ้าทางกระรอกเป็นผ้าพื้น ที่มีลักษณะพิเศษ ซึ่งน่าจะเรียกชื่อตามผิวสัมผัส เพราะลายที่ปรากฏบน เนื้อผ้า เป็นเส้นฝอยฟู มองดูเหมือนขนอ่อน ๆ เหลือบระยับ คล้ายกับขนของทางกระรอกแลดูสวยงาม แปลกตา (ที่มา : เอกสารประกอบการบรรยายสรุปจังหวัดนครราชสีมา 2551: 43,44.)

ผู้วิจัยเห็นว่าการออกแบบเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมา นั้น ไม่เพียงจะเป็นประโยชน์ในการเพิ่มประโยชน์ใช้สอยเพื่อความนิยมและหาแนวทางการส่งเสริมการใช้ผ้าไหมทางกระรอกเพื่อชาวบ้านที่มีอาชีพทอผ้าในทางธุรกิจเท่านั้น แต่ยังสามารถแสดงความภาคภูมิใจให้กับประชาชนชาวนครราชสีมาผ่านทางเสื้อประจำจังหวัดที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครราชสีมา ไม่เพียงแต่ผู้สวมใส่ประโยชน์อีกประการ คือ จะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ผู้พบเห็นสนใจเมื่อเห็นผ้าไหมทางกระรอกที่สวยงามประกอบกับสีส้มและ สัญลักษณ์ที่บ่งบอกความเป็นจังหวัดนครราชสีมาอาจเป็นแนวทางการเริ่มต้นในการสร้างความสนใจให้กับจังหวัด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นบ้านอื่นๆเป็นที่สนใจกับผู้อื่นมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบลวดลายบนผืนผ้าไหมทางกระรอกสำหรับเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อเผยแพร่ความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครราชสีมาผ่านทางเสื้อประจำจังหวัด
3. เพื่อสร้างความนิยมให้กับผ้าไหมทางกระรอกและเพิ่มประโยชน์ใช้สอยของผ้าไหมทางกระรอกให้สวมใส่ได้ทุกโอกาสและทุกเพศทุกวัย

ขอบเขตของงานวิจัย

ประเภทของผลงาน

1. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะผ้าไหมทางกระรอก อ.ปักธงชัย และการออกแบบลวดลายจากดอกสารซึ่งเป็นดอกไม้ประจำจังหวัดนครราชสีมา ในโครงการออกแบบลวดลายบนผืนผ้าไหมทางกระรอกสำหรับเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมา เป็น 1 Collections จำนวน 2 ชิ้น เป็นเสื้อชายหญิง และ เสื้อเด็กชายหญิง
2. ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจผ้าไหมที่เป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัด

นครราชสีมา เท่านั้น

วิธีการดำเนินงาน

1. ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องของดอกไม้ประจำจังหวัดนครราชสีมา
2. ศึกษาข้อมูลคุณสมบัติเกี่ยวกับผ้าไหมทางกระรอก
3. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดและจัดหมวดหมู่ที่มาของทฤษฎีเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิจัย
4. วิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลและข้อเสนอแนะเพื่อทำการออกแบบลวดลาย
5. ออกแบบและพัฒนาการออกแบบสรุปผลการวิจัยและรวบรวมผลงานวิจัยเพื่อจัดทำศิลปนิพนธ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ออกแบบลวดลายบนผืนผ้าไหมทางกระรอกสำหรับเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมา
2. ได้เผยแพร่ความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครราชสีมาผ่านทางเสื้อประจำจังหวัด
3. ได้สร้างความนิยมให้กับผ้าไหมทางกระรอกและเพิ่มประโยชน์ใช้สอยของผ้าไหมทางกระรอกให้สวมใส่ได้ทุกโอกาสและทุกเพศทุกวัย

คำจำกัดความ

การออกแบบลวดลาย หมายถึง การกำหนดความนึกคิด (Idea) ด้วยจุด เส้น รูปร่าง รูปทรง และสี เพื่อสร้างสรรค์ผลงานประกอบการสร้างสรรค์ผลงานประกอบการสร้างผลงาน ประเภทต่างๆ

เสื้อประจำจังหวัด หมายถึง เสื้อที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเด่นชัดไม่ว่าจะเป็นการบ่งบอก ประวัติที่มา สถานที่ที่เป็นแหล่งผลิต แม้แต่สิ่งที่เป็นจุดเด่นประจำจังหวัดนั้นๆ โดยการออกแบบ ที่ใช้สีสัน และสัญลักษณ์ที่มีความหมาย คล้ายกับความหมายของชุดประจำชาติที่บ่งบอกวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม หรือจารีตประเพณีของประชาชนในประเทศนั้นๆ

ผ้าหางกระรอก หมายถึง ผ้าที่นำมาใช้เป็นเครื่องนุ่งห่ม ประจำจังหวัดนครราชสีมา ที่มีความประณีตสวยงามเป็นที่รู้จักกันดีมาแต่โบราณ จนเป็นที่รู้จักของคน โคราชและคนทั่วไป คือ ผ้าหางกระรอก

ผ้าหางกระรอกเป็นผ้าพื้น ที่มีลักษณะพิเศษ ซึ่งน่าจะเรียกชื่อตามผิวสัมผัส เพราะลายที่ปรากฏบน เนื้อผ้า เป็นเส้นฝอยฟู มองดูเหมือนขนอ่อน ๆ เหลือบระยับ คล้ายกับขนของหาง กระรอกแลดูสวยงาม แปลกตา

วัสดุที่ใช้สำหรับทอผ้าหางกระรอก ได้แก่ เส้นใยไหมหรือเส้นใยฝ้าย ผ้าหางกระรอกที่ทอด้วยไหม เนื้อผ้ามีลักษณะละเอียด เย็นเป็นเงามีสีเหลือง ถ้าทอ ๒ ตะกอ สีของผ้าจะมีสีเดียวกันทั้ง ๒ ด้าน แต่ถ้าทอ ๓ ตะกอ สีของผ้านั้นด้านหนึ่งจะมี สีอ่อน สามารถเลือกใช้ สีเข้มหรืออ่อนได้ตามความต้องการ ถ้าใช้เส้นใยฝ้าย เนื้อผ้าจะไม่ละเอียดเป็นเงาคล้ายฝอยฟูที่ปรากฏบนเนื้อผ้า แลดูไม่ละเอียดอ่อนเท่าผ้าที่ทอด้วยไหม

กรรมวิธีในการทอผ้าหางกระรอก ใช้วิธีการเดียวกับการทอผ้าพื้นทั่วไป ต่างกันตรงไหมที่ใช้ทำเส้น พุง ต้องใช้ไหม ๒ เส้น นำมาตีเกลียวหรือควบด้วยวิธีปั่น เส้นพุง ๒ เส้นให้เป็นเส้นเดียวกัน เส้นหนึ่งจะเป็นสีของไหมยืน อีกเส้นหนึ่งต้องเลือกสีให้ กลมกลืนเหลือง จึงเรียกไหมนี้อีก อย่างหนึ่งว่า ไหมลูกลาย นำไปพุงกับเส้นยืน ทอออกมาเป็นเนื้อผ้า แลดูเป็นเส้นฝอยฟูเหลือง ระยับผ้าหางกระรอกแต่ละผืนยาว กว่าผ้านุ่งธรรมดา ๒ เท่า เพราะสมัยก่อนทอสำหรับใช้นุ่งโจง กระเบน

การประยุกต์ใช้ นอกจากใช้เป็นเครื่องนุ่งห่ม เช่น ใช้นุ่งโจงกระเบน ตัดเสื้อพระราชทาน ตัดเครื่อง แต่งกายสตรี ฯลฯ แล้วยังใช้เป็นผ้าในพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น ผ้านุ่งบวชนาค ผ้าคลุมศพ ผ้า ห่อบาตร คู่บ่าวสาวบางคนใช้สำหรับเป็นผ้าไหว้ เศษผ้าที่ เหลือนำไปประดิษฐ์เป็นพวงกุญแจ กระเป๋าถือ ผ้าปูโต๊ะ ผ้ารองจาน ฯลฯ

ผ้าไหมหางกระรอก หมายถึง การนำผ้าไหมมาทอตามวิธีการทอแบบผ้าหางกระรอก

ต้นสาธร หมายถึง ต้นไม้ประจำจังหวัดนครราชสีมา (โคราช) สาธร เป็นพันธุ์ไม้พระราชทานเพื่อปลูกเป็นมงคลของจังหวัดนครราชสีมา

ชื่อวิทยาศาสตร์: *Millettia leucantha* Kurz

วงศ์: Leguminosa-Papilionoideae

ชื่ออื่น: ขะเจ๊ะกะชะชะ ขะแมบ กระเจา ขะเจา

ลักษณะ: ไม้ต้นขนาดกลาง ผลัดใบ สูง 18 - 20 เมตร เรือนยอดกลมหรือทรงกระบอก

เปลือก: สีเทาเรียบหรือแตกเป็นสะเก็ดเล็ก ๆ ตื้น ๆ เนื้อไม้สีขาวอมน้ำตาล แก่นสีน้ำตาลอมดำ เรือนยอดเป็นพุ่มทึบ ใบอ่อนและยอดอ่อนมีขนยาวอ่อนนิ่มคล้ายเส้นไหมปกคลุมอยู่

ใบ: ประกอบรูปขนนกเรียงสลับ ใบย่อยติดเป็นคู่ตรงกันข้าม 3 - 5 คู่ ปลายสุดเป็นใบเดี่ยว แผ่นใบย่อย รูปรี กว้าง 3 - 5.5 เซนติเมตร ยาว 5 - 12 เซนติเมตร ปลายแหลม โคนมน ด้านล่างใบสีอ่อนกว่าด้านบน ใบแก่เกลี้ยง

ดอก: ดอกช่อ สีขาว แบบช่อกระจายแยกแขนง ยาวประมาณ 20 ซม. ออกพร้อมใบอ่อน รูปดอกถั่ว กลีบดอก 5 กลีบ กลีบเลี้ยง 4 กลีบติดกันเป็นหลอดสั้น ออกรวมกันเป็นช่อตามง่ามใบและปลายกิ่ง

ผล: เป็นฝักแบน รูปขอบขนานคล้ายฝักมิด มีเปลือกแข็ง กว้างประมาณ 2 เซนติเมตร ยาว 4 - 10 เซนติเมตร ฝักแก่แตกเป็น 2 ซีก ฝักหนึ่ง ๆ มี 1 - 3 เมล็ด เมล็ดสีน้ำตาล รูปวงแบนคล้ายโล่ เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1.3 เซนติเมตร

นิเวศวิทยา: พบขึ้นในป่าเบญจพรรณใกล้แหล่งน้ำทั่ว ๆ ไป ในพื้นที่ที่สูงจากระดับน้ำทะเลไม่เกิน 600 เมตร

ออกดอก: มีนาคม - พฤษภาคม ฝักแก่ พฤษภาคม - สิงหาคม

ขยายพันธุ์: เพาะเมล็ด ควรนำเมล็ดแช่น้ำประมาณ 1 คืน ก่อนนำไปเพาะ เมล็ดงอกใช้เวลาประมาณ 10 - 15 วัน

ประโยชน์: เนื้อไม้และแก่นมีลักษณะสวยงามใช้ในการก่อสร้าง ใช้ทำเครื่องเรือน และด้ามเครื่องมือเครื่องใช้ เช่น เสาเรือน ชี้อ รอด เผลา เกวียน เครื่องนอน ครก สาก

ถิ่นกำเนิด: ในไทยทางภาคกลาง ภาคเหนือ ตะวันออกเฉียงเหนือ ต่างประเทศพบที่พม่าและลาว

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ โครงการออกแบบลวดลายบน ผืนผ้าไหมหางกระรอกสำหรับเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งจะเป็นพื้นฐานความรู้เบื้องต้นที่มีความสำคัญต่อการวิจัยและเป็นการใช้อำนวยต่อการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับบทต่อไป ในบทวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนี้จะประกอบด้วยเนื้อหาต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 2.1 การออกแบบลวดลาย
- 2.2 สีเส้นกับลวดลาย
- 2.3 เทคนิคการพิมพ์ผ้า
- 2.4 ไหมหางกระรอก
- 2.5 ความรู้เกี่ยวกับจังหวัดนครราชสีมา
- 2.6 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย

2.1 การออกแบบลวดลาย

ความหมายของการออกแบบลวดลาย

การออกแบบลวดลายหนังสือบางเล่มใช้ภาษาอังกฤษว่า Decorative Design บางเล่มใช้คำว่า Ornament Design ผู้เขียนพบว่าทั้งสองคำนี้มีความหมายเหมือนกันหรือคล้ายคลึงกัน คือ Decorative หมายถึงการตกแต่ง และ Ornament หมายถึงสิ่งประดับ ตกแต่ง และ Design หมายถึงการออกแบบเพื่อให้ผู้อ่านได้เข้าใจความหมายอย่างชัดเจนและหลากหลายในแต่ละแง่มุมที่มีการศึกษาค้นคว้า และกำหนดความหมายไว้โดยมุ่งให้สามารถกำหนดแนวทางเบื้องต้นในการออกแบบลวดลายได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับประเภทของงานที่ต้องใช้ลวดลายเพื่อประกอบการสร้างผลงาน

2.1.1 การออกแบบ ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างความหมายในหลายๆ ความหมายดังนี้

การออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผนกำหนดขั้นตอนในการสร้างงานอย่างเหมาะสมสวยงาม เพื่อประโยชน์ใช้สอยในรูปแบบต่างๆ

การออกแบบ หมายถึง การกำหนดความนึกคิด (Idea) ตามประเภทและวัตถุประสงค์ในการสร้างงาน โดยสอดคล้องกับคุณสมบัติของวัตถุที่นำมาใช้

การออกแบบ หมายถึง การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงของเดิมที่มีอยู่แล้วให้เกิดความแปลกใหม่สวยงาม และมีประโยชน์ใช้สอยมากยิ่งขึ้น

การออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์ผลงานชิ้นใหม่ โดยไม่ลอกเลียนแบบของเดิมที่มีอยู่ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้น

การออกแบบ หมายถึง การแสดงออกซึ่งความคิดแปลกใหม่ เพื่อประโยชน์ใช้สอยและความงาม ตามวัตถุประสงค์ของการสร้างผลงานในแต่ละประเภท

2.1.2 ลวดลาย ผู้เขียนได้ยกตัวอย่างความหมายในหลายๆ ความหมายดังนี้

ลวดลาย หมายถึง การกำหนดองค์ประกอบให้เกิดเป็นภาพ ตามความคิดสร้างสรรค์ของผู้สร้างผลงาน

ลวดลาย หมายถึง การกำหนดองค์ประกอบในการสร้างผลงาน มาจัดวางอย่างเหมาะสมเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยและความงาม

ลวดลาย หมายถึง การรู้จักวางแผน กำหนดรูปทรงของ จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง และสี ให้เกิดความแปลกใหม่ เหมาะกับการนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ

ลวดลาย หมายถึง การสร้างสรรค์ จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง และสีให้สอดคล้องกับสิ่งของเครื่องใช้ประเภทต่างๆ โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย

ลวดลาย หมายถึง การนำองค์ประกอบในการสร้างงาน ในรูปแบบต่างๆ อย่างสวยงามและเกิดประโยชน์ใช้สอยตามวัตถุประสงค์

จากความหมายของการออกแบบ (Design) และลวดลาย (Decorative) เมื่อวิเคราะห์แล้วจะเห็นได้ว่า การออกแบบลวดลายมีความหมายดังนี้

การออกแบบลวดลาย หมายถึง การกำหนดความนึกคิด (Idea) ด้วยจุด เส้น รูปร่าง รูปทรง และสี เพื่อสร้างสรรค์ผลงานประกอบการสร้างผลงานประเภทต่างๆ

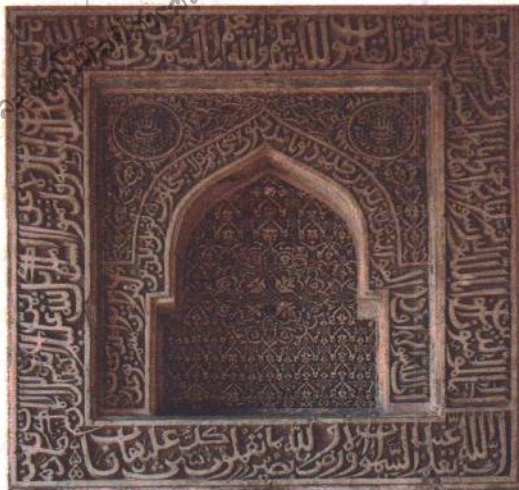
การออกแบบลวดลาย หมายถึง หมายถึง การกำหนดองค์ประกอบในการสร้างผลงาน มาสร้างสรรค์ ให้เกิดรูปแบบที่แปลกใหม่ ตามสมัยนิยม สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอย

การออกแบบลวดลาย หมายถึง การแสดงออกซึ่งความแปลกใหม่ ด้วยจุด เส้น รูปร่าง รูปทรง และสี เพื่อประโยชน์ใช้สอยและความงาม ตามวัตถุประสงค์ของการสร้างผลงานประเภทนั้นๆ(ที่มา : ร.ศ.พิณาลิน สาริยา การออกแบบลวดลาย.--กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2549:3-5)

2.1.3 ลักษณะของลวดลาย ในชีวิตประจำวันของเราได้พบเห็นลักษณะของลวดลายมากมายลวดลายบางอย่างมีลักษณะเรียบง่าย บางอย่างมีลักษณะซับซ้อนซึ่งความงามที่ปรากฏก็จะให้ความรู้สึกแตกต่างกันออกไป ดังนั้นเรื่องของลักษณะลวดลาย จึงสามารถแบ่งได้หลายประเภทด้วยกัน พอสรุปแนวทางการจัดแบ่งได้ ดังต่อไปนี้

1. แบ่งลักษณะตามเรื่องราวของผลงานโดยยึดเอาแนวของเนื้อหาที่สื่อระหว่างกันและกัน จัดเป็น 5 ประเภทดังนี้

- ลวดลายโบราณ คือ ลวดลายที่มีมาแต่ดั้งเดิม มักแสดงถึงวิถีชีวิตของสังคมนั้นๆ เช่น ลวดลายประจำชาติ ลวดลายท้องถิ่น เป็นต้น



ภาพที่ 1 (แสดง ลวดลายโบราณ ลากคัมภีร์ อัลกุรอาน)

- ลวดลายเหมือนจริง คือ ลวดลายที่แสดงถึงเรื่องราวต่างๆ ที่ต้องการสื่อให้สังคมเข้าใจ โดยมักใช้วิธีการเลียนแบบธรรมชาติในการสร้างสรรค์ลวดลาย



ภาพที่ 2 (แสดง ลวดลายเหมือนจริง)

- ลวดลายจินตนาการ คือ ลวดลายที่นักออกแบบอาศัยประสบการณ์การรับรู้สร้าง ลวดลายให้มีลักษณะที่ต่างไปจากความจริง ทำให้ผลงานประเภทนี้ดูแปลกตา และเกิดรูปแบบที่ หลากหลาย



ภาพที่ 3 (แสดง ลวดลายจินตนาการ จีอา พระแม่ธรณีในเทพกรณัม ของกรีก)

- ลวดลายล้อเลียน คือ ลวดลายที่มักสร้างขึ้นให้ทันกับสมัยนิยมหรือเป็นเรื่องราวที่คน กำลังสนใจในช่วงระยะเวลานั้น ซึ่งบางครั้งก็ออกแบบในรูปของการ์ตูน เป็นต้น



ภาพที่ 4 (แสดง ลวดลายล้อเลียน)

- ลวดลายนามธรรม คือ ลวดลายที่ไม่เน้นเนื้อหาให้สังคมเข้าใจแต่จะแสดงออกในลักษณะความงามตามความพอใจของนักออกแบบโดยอาศัยองค์ประกอบต่างๆ มาเป็นสื่อแทนค่าความรู้สึกมากกว่า



ภาพที่ 5 (แสดง ลวดลายนามธรรม)

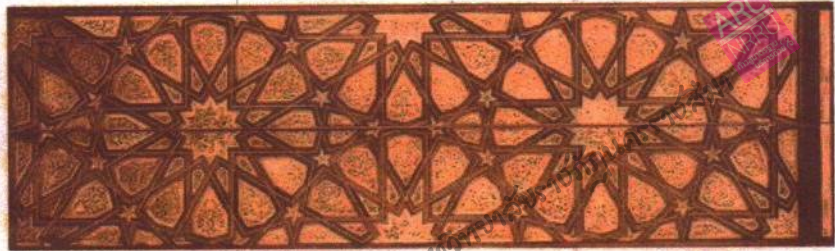
2. แบ่งลักษณะตามรูปแบบที่ปรากฏในตัวผลงานเป็นการแบ่งลักษณะของลวดลายโดยพิจารณาจากรูปแบบที่แตกต่างกัน จัดเป็น 3 ประเภท ดังนี้

- ลวดลายจากธรรมชาติ คือ ลวดลายที่สร้างขึ้นโดยอาศัยรูปแบบจากธรรมชาติเป็นสื่อหรือแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน ซึ่งอาจเหมือนจริงหรือดัดทอนบางส่วน แต่ยังคงลักษณะของธรรมชาติอยู่



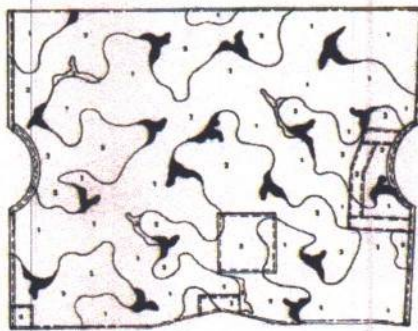
ภาพที่ 6 (แสดง ลวดลายนามธรรม)

- ลวดลายเรขาคณิต คือ ลวดลายที่ยึดแบบของรูปทรงเรขาคณิตเป็นหลักในการออกแบบ ซึ่งสร้างสรรค์ได้ทั้งผลงาน 2 มิติ และ 3 มิติ



ภาพที่ 7 (แสดง ลวดลายเรขาคณิต)

- ลวดลายอิสระ คือ ลวดลายที่เป็นไปตามแนวความคิดของผู้ออกแบบอย่างอิสระไม่ยึดติดอยู่กับรูปทรงของธรรมชาติหรือเรขาคณิต มักเน้นลายเส้นที่ลื่นไหลไปตามจินตนาการ



FLAT PATTERN

ภาพที่ 8 (แสดง ลวดลายอิสระ)

2.1.4 หลักการออกแบบลวดลาย ส่วนใหญ่เป็นการนำเอาหลักการออกแบบทางศิลปะ มาประยุกต์ใช้นั่นเอง โดยมีหลักการที่หลากหลายมากมาย ในที่นี้จึงขอสรุปแนวทางการออกแบบ ลวดลายที่สำคัญดังนี้

1. การสร้างแบบจากแม่ลาย (MOTIF) คำว่าแม่ลายในพจนานุกรมศัพท์ศิลปะ อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2530 : 119) ได้กำหนดว่า หมายถึง ส่วนสำคัญที่เป็นประธาน ของสิ่งใดหรือเป็นความคิดที่เป็นส่วนประกอบขององค์ประกอบใดๆ เป็นต้น

จากแนวคิดของแม่ลายนี้จึงมีผู้คิดหลักการออกแบบลวดลายโดยการสร้างรูปแบบมาตรฐาน ด้นแบบ (MOTIF) ดังที่ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์ได้กล่าวสรุปไว้ดังนี้

สร้างรูปแบบมาตรฐานด้นแบบ (MOTIF) หมายถึง การออกแบบรูปทรงใดรูปทรงหนึ่งที่มี ลักษณะเรียบง่ายขึ้นเพียงหนึ่งรูป แต่สามารถถูกเป็นลวดลายอื่นๆ ต่อไปได้อีก F.H.Norton(เอฟ. เอช.นอร์ตัน) กล่าวว่า ลวดลายด้นแบบมักเป็นรูปทรงธรรมดาที่ไม่มีความงดงามแต่เมื่อนำ ลวดลายนั้นมาผูกต่อด้วยวิธีการดังต่อไปนี้สามารถสร้างลายที่มีความงามขึ้นไปได้อีกจำนวนมาก ดังนี้

1.1 การเรียงลำดับ (Translation in steps) เป็นการนำลวดลายด้นแบบนั้นมา เรียงลำดับในลักษณะการซ้ำของรูปร่าง (Repetition)



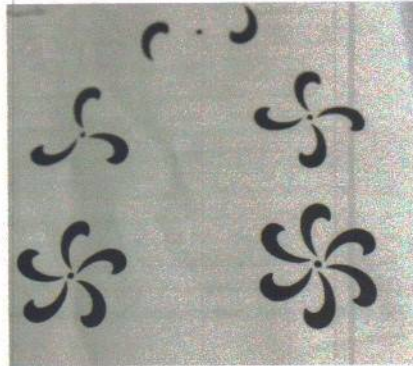
ภาพที่ 9 (แสดง การเรียงลำดับ)

1.2 การสลับภาพซ้ายขวา (Reflection about a line) เป็นการวางลวดลายด้าน แบบในลักษณะสะท้อนผ่านกระจกเงา ภาพจะกลับซ้ายขวาดังภาพ



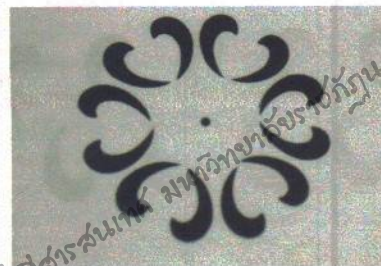
ภาพที่ 10 (แสดง การสลับภาพซ้ายขวา)

1.3 การหมุนรอบจุด (Rotation about a point) เป็นการวางลายต้นแบบรอบจุดศูนย์กลางหนึ่งจุด ในลักษณะของภาพหมุน อาจวางซ้ำกัน 2-8 ชิ้น ซึ่งจะให้ลักษณะที่แตกต่างกันออกไป



ภาพที่ 11(แสดง การหมุนรอบจุด)

1.4 การสลับซ้ายขวาและหมุนรอบจุด (Reflection and Rotation) เป็นการนำลายต้นแบบวางสลับซ้ายขวาตามหลักการที่ 1.2 ในขณะเดียวกันก็นำมาวางรอบจุดศูนย์กลางตามหลักการที่ 1.3 ดังภาพ



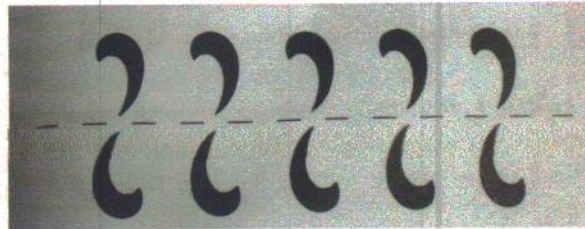
ภาพที่ 12(แสดง การสลับซ้ายขวาและหมุนรอบจุด)

1.5 การสลับซ้ายขวาและเรียงลำดับ (Reflection and Translation) เป็นการนำลายต้นแบบวางสลับซ้ายขวาตามหลักการที่ 1.2 แล้วจึงนำมาเรียงกันอีกครั้งหนึ่งตามหลักการข้อที่ 1.1 ภาพที่ได้จะมีลักษณะเหมือนภาพที่สะท้อนจากผิวน้ำ หรือกระจกดังภาพ



ภาพที่ 13(แสดง การสลับซ้ายขวาและเรียงลำดับ)

1.6 การหมุนรอบจุดและเรียงลำดับ(Rotation and Translation) เป็นการนำต้นแบบ 2 ขึ้นมาวางรอบจุด แล้วนำมาเรียงลำดับตามหลักการข้อที่ 1.1 ภาพที่ได้จะไม่เหมือนกับภาพที่สะท้อนจากกระจก เพราะรูปทรงจะตรงข้ามกันหมด



ภาพที่ 14(แสดง การหมุนรอบจุดและเรียงลำดับ)

1.7 การเรียงลำดับสลับจังหวะ (Reflection and alternate Translation) เป็นการนำแบบมาเรียงลำดับ และสะท้อนกลับลงด้านล่างในลักษณะสลับฟันปลา ซึ่งจะให้ลวดลายที่แตกต่างกันออกไปจากเรียงลำดับตามปกติ



ภาพที่ 15 (แสดง การเรียงลำดับสลับจังหวะ)

1.8 การผสมระหว่างเรียงลำดับ สลับซ้ายขวา และหมุนรอบจุด (Reflection and Rotation Translation) เป็นการออกแบบลวดลายโดยผสมผสานหลักการดังกล่าวข้างต้นเพื่อสร้างเป็นลวดลายขึ้นใหม่ดังภาพ



ภาพที่ 16 (แสดง การผสมระหว่างเรียงลำดับ สลับซ้ายขวา และหมุนรอบจุด)

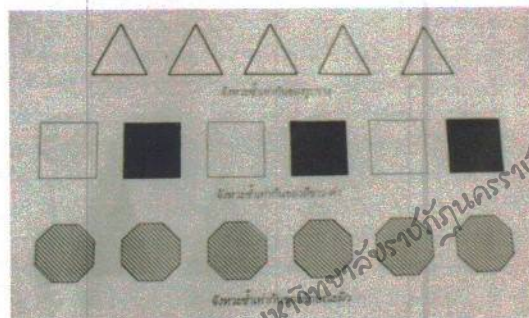
2. การใช้จังหวะ (Rhythm) ถือเป็นหลักสำคัญของการสร้างลวดลาย เพราะการจัดจังหวะที่ดีจะช่วยให้ผลงานออกแบบดูเป็นระเบียบ เรียบง่าย น่าสนใจ ซึ่งลักษณะของการเกิดจังหวะนั้น ชะลูด นิ่มเสมอ (2539:148) ได้กำหนดไว้ 2 ลักษณะดังนี้

ลักษณะแรก เกิดจากการซ้ำของหน่วยหรือการสลับกันของหน่วยกับช่องไฟ

ลักษณะที่สอง เกิดจากการเลื่อนไหลต่อเนื่องกันของเส้น รูปทรง น้ำหนัก หรือสี

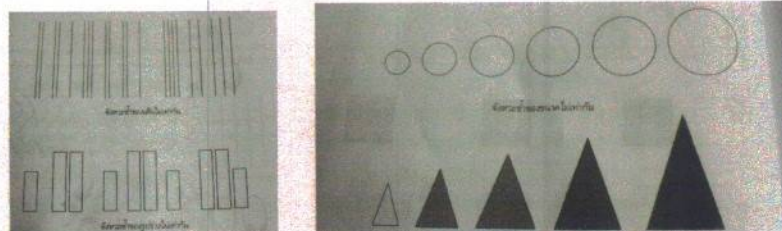
จากการเกิดจังหวะทั้ง 2 ประการข้างต้น สามารถนำมาสร้างเป็นลวดลายหลายวิธีการ ดังนี้

2.1 การซ้ำจังหวะเท่ากัน คือ การกำหนด หน่วยตั้งแต่สองหน่วยขึ้นไป ให้มีระยะห่างระหว่างหน่วยเท่าๆ กัน หรือเป็นการกำหนดช่องไฟให้มีช่องว่างระหว่างหน่วยเท่าๆ กัน เป็นจังหวะนั่นเอง ซึ่งหน่วยดังกล่าวสามารถเลือกได้หลายทางเช่นรูปร่าง เส้น สี หรือลักษณะผิว เป็นต้น



ภาพที่ 17 (แสดง การซ้ำจังหวะเท่ากัน)

2.2 การซ้ำจังหวะไม่เท่ากัน คือ การจัดจังหวะของหน่วยให้มีช่องไฟ หรือรูปแบบของหน่วยแตกต่างกัน ทำให้ลวดลายดูแปลกตา มีการเคลื่อนไหว และน่าสนใจ



ภาพที่ 18 (แสดง การซ้ำจังหวะไม่เท่ากัน)

2.3 การซ้ำจังหวะสลับกัน คือ การจัดจังหวะที่มีรูปแบบอย่างน้อยสองชุดขึ้นไป ให้มีลักษณะที่แตกต่างกัน จัดวางสลับกันซึ่งจะมีระยะห่างเท่ากันหรือไม่เท่ากันก็ได้



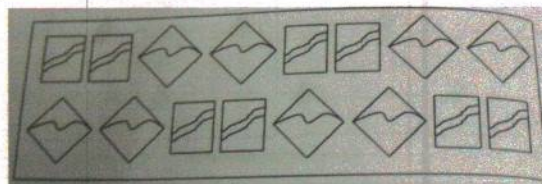
ภาพที่ 19 (แสดง การจำจังหวะสลับกัน)

2.4 การจำจังหวะโดยการเน้นหรือพัก คือการกำหนดหน่วยที่ต้องการขึ้นตั้งแต่หนึ่งหน่วยขึ้นไปแล้วจัดวางจังหวะให้มีระยะห่างเท่าๆ กัน โยมีการเน้นให้เกิดความแตกต่างขึ้นในหน่วยนั้นๆ ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การทำให้ค่าน้ำหนักที่จุดเน้นต่างจากจุดอื่น การใช้ลักษณะผิวให้เกิดความแตกต่าง หรือการใช้สี เป็นต้น



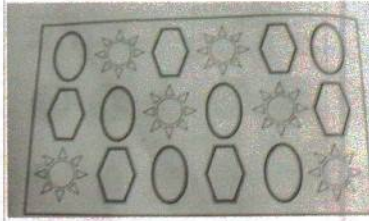
ภาพที่ 20 (แสดง การจำจังหวะโดยการเน้นหรือพัก)

2.5 การจำจังหวะโดยสร้างความแตกต่าง คือการกำหนดหน่วยที่มีความแตกต่างกันตั้งแต่สองหน่วยขึ้นไปมาจัดวางในลักษณะซ้ำๆ กัน แต่มีรูปแบบที่แตกต่างกันซึ่งสามารถสร้างในลักษณะแนวเดียวหรือเป็นชุดก็ได้



ภาพที่ 21 (แสดง การจำจังหวะโดยสร้างความแตกต่าง)

2.6 การจำจังหวะแบบต่อเนื่อง คือ การจัดจังหวะของหน่วยแต่ละชนิดให้มีความต่อเนื่องกัน ทำให้เกิดการเชื่อมโยงเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นการลำดับขั้นตอนของเส้นสี รูปทรงหรือน้ำหนักโดยไม่มีช่องว่างมาคั่น บางครั้งเกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวขึ้นในตัวลาย



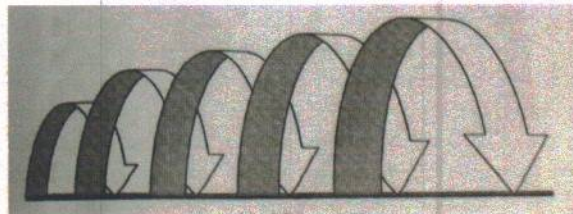
ภาพที่ 22 (แสดง การซ้ำจังหวะแบบต่อเนื่อง)

2.7 การซ้ำจังหวะแบบทับซ้อน คือ การจัดจังหวะของหน่วยแต่ละหน่วยให้มีลักษณะทับซ้อนโดยเส้นระยะห่างเท่ากันหรือไม่เท่ากันมาประกอบในทิศทางที่ต่างกัน เช่น จากบนลงล่าง หรือซ้ายไปขวา ทำให้ลวดลายมีลักษณะที่หลากหลายขึ้น



ภาพที่ 23 (แสดง การซ้ำจังหวะแบบทับซ้อน)

2.8 การซ้ำจังหวะแบบคลื่นไหล คือ การจัดจังหวะของหน่วยให้มีความต่อเนื่องคลื่นไหลไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวขึ้นในตัวลาย



ภาพที่ 24 (แสดง การซ้ำจังหวะแบบคลื่นไหล)

2.9 การซ้ำจังหวะแบบเปลี่ยนทิศทาง คือ การจัดปรับเปลี่ยนทิศทางของรูปร่าง รูปทรงให้แปลไปจากกลุ่ม ซึ่งอาจเปลี่ยนทิศทางจากซ้ายไปขวา หรือบนไปล่างเป็นต้น



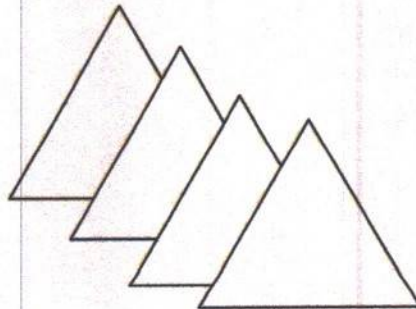
ภาพที่ 25 (แสดง การซ้ำจังหวะแบบเปลี่ยนทิศทาง)

3.การใช้รูปและพื้น คือ การสร้างลวดลายโดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ของรูปและพื้นให้มีความกลมกลืนจนแยกไม่ออกว่าอันไหนรูปอันไหนพื้น ทำให้ลวดลายมีความกลมกลืนกับตัวผลงานที่ออกแบบ



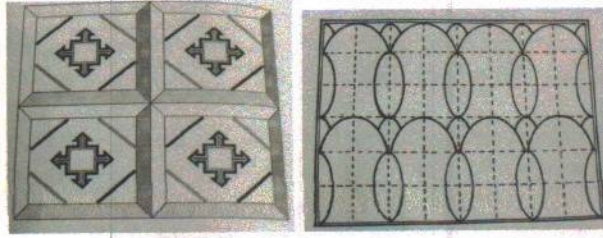
ภาพที่ 26 (แสดง การใช้รูปและพื้น)

4.การใช้การลดหลั่น คือ การจัดวางหน่วยในการสร้างลวดลายให้มีลักษณะลดหลั่นกันไป โดยใช้รูปแบบที่ซ้ำๆ กัน มาจัดวางให้เกิดการลดหลั่นด้วยขนาดใหญ่ไปหาเล็กหรือเล็กไปหาใหญ่ สลับกันแล้วแต่ลักษณะของผลงาน ซึ่งการลดหลั่นนี้อาจจะใช้ค่าน้ำหนักสีช่วยให้เกิดมิติเพิ่มขึ้นก็ได้



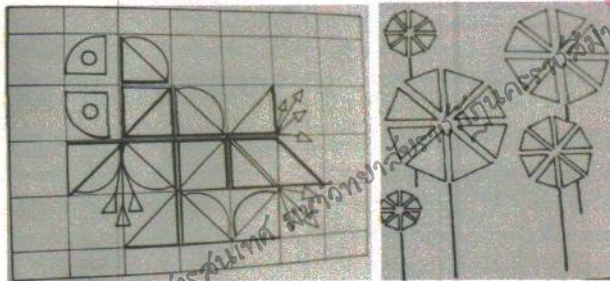
ภาพที่ 27 (แสดง การใช้การลดหลั่น)

5.การใช้ตาราง คือ การจัดลวดลายให้อยู่ภายในกรอบของตารางหรือเกิดจากการเชื่อมต่อระหว่างกลุ่มของตาราง โดยการกำหนดตารางเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส หรือสี่เหลี่ยมผืนผ้า ก็ได้



ภาพที่ 28 (แสดง การใช้ตาราง)

6.การใช้ความใกล้ชิด คือ การจัดวางหน่วยต่างๆ ที่ต้องการให้ดูเหมือนว่าแต่ละหน่วยเป็นของกันและกัน จะขาดหน่วยใดหน่วยหนึ่งมิได้ ลวดลายโดยรวมจึงมีลักษณะเป็นกลุ่มไม่กระจัดกระจาย ไปคนละทิศละทางทำให้เกิดเอกภาพและเกิดการรับรู้โดยรวมได้เป็นอย่างดี

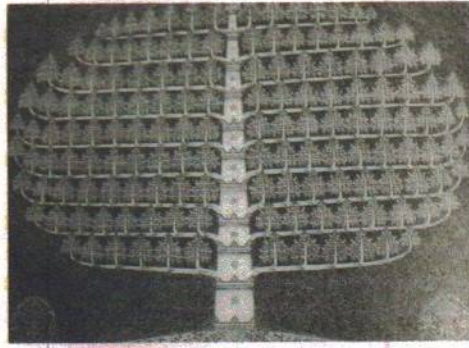


ภาพที่ 29 (แสดง การใช้ความใกล้ชิด)

7.การใช้การต่อลวดลาย คือ การจัดวางระบบของลายให้สอดคล้องกับพื้นที่ว่างโดยมีการวางแผนอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อความเหมาะสมกับผลงานที่ต้องการออกแบบ ซึ่งในที่นี้ ดุษฎี สุนทรารชุน (2531:74-92) ได้ให้หลักการต่อลายไว้ 2 แนวทาง ดังต่อไปนี้

7.1 แนวทางแรก เป็นการต่อลายตามแนว มีดังนี้

การต่อลวดลายแบบแนวนอน เป็นการนำเอาแม่ลาย มาเรียงต่อกันเป็นแถวตามแนวนอนไปเรื่อยๆ จนสุดชิ้นงาน หากยังมีพื้นที่ว่างก็เริ่มแถวใหม่อีก



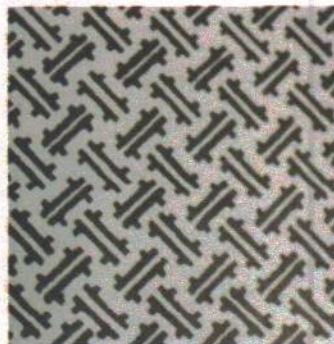
ภาพที่ 30 (แสดง การต่อลวดลายแบบแนวนอน)

การต่อลวดลายแบบแนวดั้ง เป็นการนำเอาแม่ลาย มาเรียงต่อกันในลักษณะแนวดั้งเป็น แถวยาวจนสุดชิ้นงาน เช่นเดียวกับวิธีการต่อลายแบบแนวนอน



ภาพที่ 30 (แสดง การต่อลวดลายแบบแนวดั้ง)

การต่อลวดลายแบบเส้นหยักหรือซิกแซก เป็นลวดลายที่มีลักษณะของแนวเส้นหยักขึ้นทำ มุมต่อกันในแถวเดียวกัน โดยแต่ละแถวจะอยู่ในลักษณะขนานกันตลอดแนว



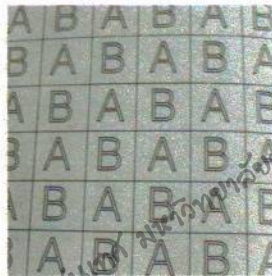
ภาพที่ 31 (แสดง การต่อลวดลายแบบเส้นหยักหรือซิกแซก)

การต่อลวดลายแบบเฉียง เป็นการจัดวางลวดลายในแนวเส้นเฉียงต่อกันเป็นแถวจนสุดชิ้นงาน และแต่ละแถวก็จะวางลวดลายขนานกับแถวแรกตลอดแนวเช่นกัน



ภาพที่ 32 (แสดง การต่อลวดลายแบบเฉียง)

การต่อลวดลายแบบตารางหมากรุก เป็นการจัดวางลวดลายให้อยู่ในตารางงานที่มีพื้นที่เท่ากันเหมือนตารางหมากรุก โดยจัดวางหน่วยในตารางให้สลับกันตลอดชิ้นงาน



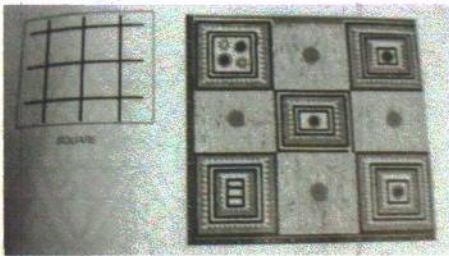
ภาพที่ 33 (แสดง การต่อลวดลายแบบตารางหมากรุก)

การต่อลวดลายแบบขั้นบันได เป็นการจัดวางให้มีการยกระดับของหน่วยขึ้นในระดับเท่าๆกันไปเรื่อยๆ เหมือนขั้นบันได โดยยึดโครงสร้างสี่เหลี่ยมให้มีมุมต่อมุมเชื่อมต่อกัน



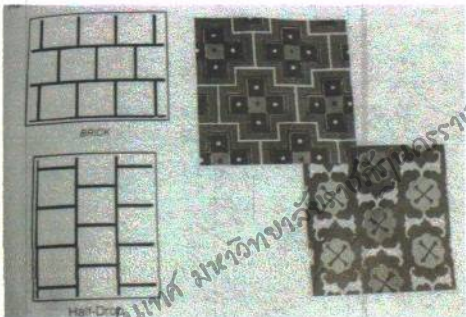
ภาพที่ 34 (แสดง การต่อลวดลายแบบขั้นบันได)

7.2 แนวทางที่สอง เป็นการต่อลายในลักษณะต่างๆ โดยอาศัยรูปทรงเรขาคณิต
การต่อลายในลักษณะสี่เหลี่ยม (The Square Network)



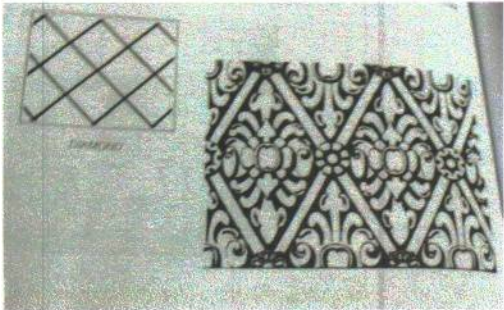
ภาพที่ 35 (แสดงการต่อลายในลักษณะสี่เหลี่ยม)

การต่อลายในลักษณะการเรียงอิฐแนวอนหรือแนวตั้ง (The Brick and Hale – Drop Network)



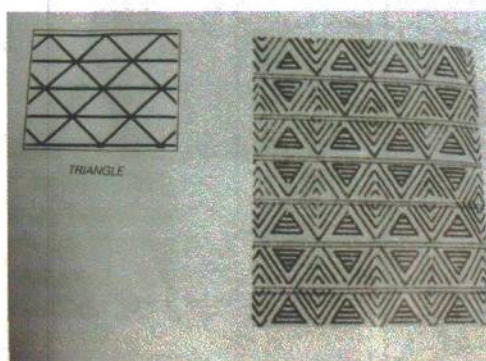
ภาพที่ 36 (แสดง การต่อลายในลักษณะการเรียงอิฐแนวอนหรือแนวตั้ง)

การต่อลายในลักษณะเหลี่ยมเพชร หรือสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน (The Diamond Network)



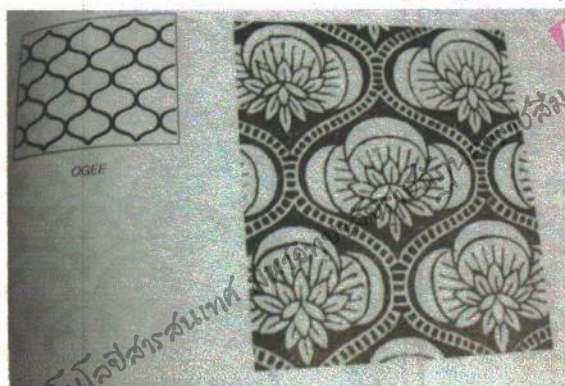
ภาพที่ 37 (แสดง การต่อลายในลักษณะเหลี่ยมเพชร)

การต่อลายในลักษณะสามเหลี่ยม (The Triangle Network)



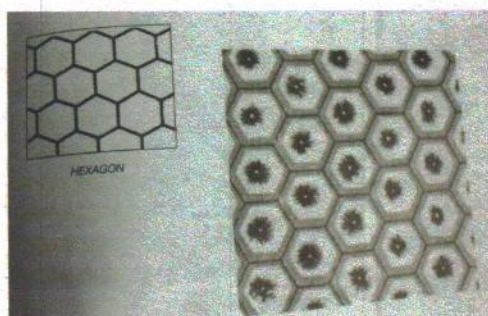
ภาพที่ 38 (แสดง การต่อลายในลักษณะสามเหลี่ยม)

การต่อลายในลักษณะตาข่าย (The Ogee Network)



ภาพที่ 39 (แสดง การต่อลายในลักษณะตาข่าย)

การต่อลายในลักษณะหกเหลี่ยม (The Hexagon Network)



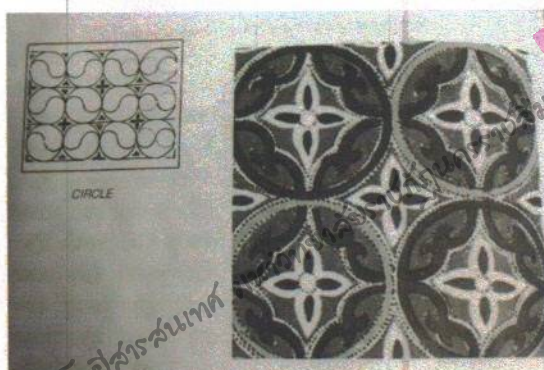
ภาพที่ 40 (แสดง การต่อลายในลักษณะหกเหลี่ยม)

การต่อลายในลักษณะรูปพัด (The Scale Network)



ภาพที่ 41 (แสดง การต่อลายในลักษณะรูปพัด)

การต่อลายในลักษณะลงกลม (The Circle Network)



ภาพที่ 42 (แสดง การต่อลายในลักษณะลงกลม)

(ที่มา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์อ้อยทิพย์ พลศรี การออกแบบลวดลาย.--กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2545: 51-72.)

2.2 สีสัมพันธ์กับลวดลาย

ทฤษฎีสีกับการออกแบบ

การใช้สีตามหลักการใช้สี

- การใช้สีเพื่อให้แต่ละสีประสานกลมกลืนกัน(Harmony coloring)
- การใช้สีเพื่อให้แต่ละสีประสานส่งเสริมซึ่งกัน(Contract and co-corporation coloring)

การใช้สีทั้ง 2 ลักษณะดังกล่าว มีวิธีแยกย่อยออกไปอีก ซึ่งมีลักษณะดังนี้

2.2.1 การใช้สีเพื่อให้แต่ละสี ประสานกลมกลืนกัน (Harmony coloring)

ตามปกติแล้ว ความกลมกลืนเป็นความพอดี หรือความพึงพอใจ ในการจัดส่วนประกอบต่างๆ ทางศิลปะ เช่น เส้น รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว และสี เป็นต้น

การใช้สีกลมกลืนด้วยค่าน้ำหนักของสี (value harmony)

1.การใช้สีในค่าน้ำหนักของสีเดียว (values of single color)



ภาพที่ 43 (แสดง การใช้สีในค่าน้ำหนักของสีเดียว)

2.การใช้สีของค่าน้ำหนักในสีหลายสี(Values of Different Colors)



ภาพที่ 44 (แสดง การใช้สีของค่าน้ำหนักในสีหลายสี)

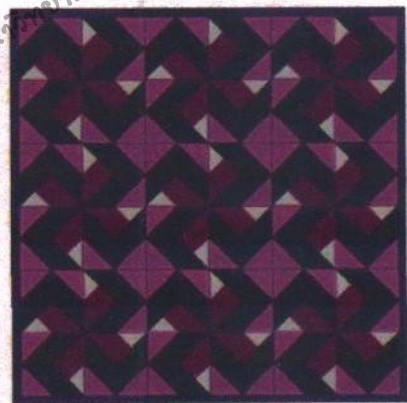
ความกลมกลืนด้วยสี ของตัวมันเอง จะเป็นความกลมกลืน ที่สมบูรณ์แบบที่สุด รองลงมาเป็นสีใกล้เคียงกัน หรือสีในกลุ่มเดียวกัน การสร้างความแตกต่างเล็กน้อย การผสมขาวเป็นสีนวล หรือผสมดำเป็นสีคล้ำ จะเกิดความกลมกลืนคล้ายกับ ความกลมกลืนด้วยสี สีเดียว (monochromatic color scheme) แต่บางครั้ง ทำให้สีส่วนรวมดูจืด จึงทำให้จิตรกร และนักออกแบบ ใช้วิธีการแก้ความจืด โดยขบวนการดังต่อไปนี้

1. ทำให้ค่าน้ำหนักของสี มีหลายค่าน้ำหนัก ตั้งแต่อ่อนสุดถึงเข้มสุด



ภาพที่ 45 (แสดง ค่าน้ำหนัก ตั้งแต่อ่อนสุดถึงเข้มสุด)

2. เพิ่มน้ำหนักสี หนึ่งเข้าไป เพื่อให้เด่นชัดขึ้น



ภาพที่ 46 (แสดง การเพิ่มน้ำหนักสี หนึ่งเข้าไป เพื่อให้เด่นชัดขึ้น)

3. เพิ่มสีใดสีหนึ่งเข้าไปและเกลี่ยให้กลืนกัน



ภาพที่ 47 (แสดง การเพิ่มสีใดสีหนึ่งเข้าไปและเกลี่ยให้กลืนกัน)

การสร้างความกลมกลืน โดยใช้สีใกล้เคียง (symple harmony)

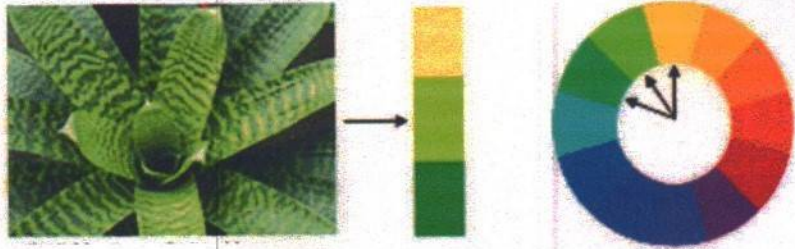
สีใกล้เคียง (Relate Color) หมายถึง สีที่อยู่ใกล้เคียงกัน ในวงจรสี เราสามารถ กำหนดสีใกล้เคียงได้โดย ยึดสีใดสีหนึ่งเป็นหลักก่อน แล้วนับไปทางซ้ายหรือขวาทางใดทางหนึ่ง หรือทั้ง 2 ทาง นับรวมกับสีหลักแล้วไม่เกิน 4 สี ถือว่าเป็นกลุ่มสีที่กลมกลืน และถ้าจะให้สีกลมกลืนกันที่สุดก็นับเพียง 3 สี เท่านั้น



ภาพที่ 48 (แสดง สีใกล้เคียง)

การใช้สีใกล้เคียง มีข้อเสนอแนะการใช้ 3 วิธี

1. ใช้สีใกล้เคียงที่มีความกลมกลืนตามจำนวน 4 สีหรือ 3 สี ที่อยู่ในโทนเดียวกัน เช่น โทนร้อนหรือโทนเย็นหรือสีที่มีค่าน้ำหนักไม่แตกต่างกันมากนักได้เลย เพราะสีในกลุ่มนี้จะกลมกลืนกันเป็นธรรมชาติอยู่แล้ว ผลงานที่ออกมาจึงกลมกลืนสัมพันธ์กันเป็นหน่วยเดียวกัน



ภาพที่ 49 (แสดง สีใกล้เคียงที่มีความกลมกลืนตามจำนวน 4 สีหรือ 3 สี)

2. หากต้องการใช้สีกลมกลืน ที่ต้องการเน้นจุดเด่น จุดน่าสนใจ ในงานออกแบบนั้น ควรเลือกสีกลมกลืนที่มีบางสีไม่อยู่ในโทนเดียวกัน เช่น มีบางสีอยู่ในโทนร้อนหรือเย็นหรือเป็นสีที่มีค่าน้ำหนักแตกต่างและควรให้ใช้สีเหล่านี้ มีปริมาณที่น้อยกว่าสีส่วนรวม

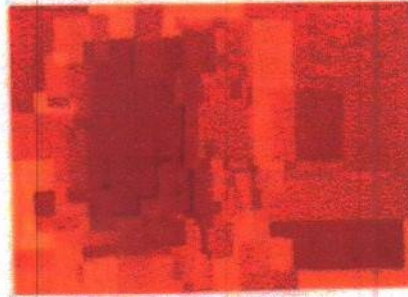


ภาพที่ 50 (แสดง สีกลมกลืนที่มีบางสีไม่อยู่ในโทนเดียวกัน)

3. การใช้สีใกล้เคียง (Relate Colors) อาจจะดูคล้ายกับการใช้สีเอกรงค์ แต่แตกต่างกันตรงที่ สีรองที่นำมาใช้ร่วมกับสีหลักนั้น ใช้ได้ทั้งสีสด และสีหม่น ซึ่งต่างจากการใช้สีเอกรงค์ ที่สีรองนั้นต้องเป็นสีหม่นเสมอ

4. การสร้างความกลมกลืนโดยใช้สีคู่ผสม (Two colors and mixing)

สีคู่ผสม หมายถึง สีคู่ใดคู่หนึ่ง ผสมกันแล้ว ได้สีที่ สาม ซึ่งมีส่วนผสมของสี 2 สี เช่น สีแดง ผสมกับสีเหลือง จะได้สีส้ม และเมื่อใช้สีทั้ง สาม ในโครงงานเดียวกัน จะได้สีที่กลมกลืนกัน



ภาพที่ 51 (แสดง การสร้างความกลมกลืนโดยใช้สีคู่ผสม)

5. การสร้างความกลมกลืน โดยใช้สีในลักษณะสภาพสีส่วนรวม (TONALITY OF COLOR)

สภาพสีส่วนรวมหมายถึงสีของวัตถุสิ่งของหรือภาพเขียนที่มีสีส่วนรวมหรือสีส่วนใหญ่ของภาพออกสีใดสีหนึ่งแม้ว่าในส่วนละเอียดของภาพจะมีสีอื่นๆปนอยู่ด้วยก็ตามตัวอย่างของสภาพสีส่วนรวมในธรรมชาติเช่นทะเลแม้ว่าจะมีสีของเรือสีของภูเขาแต่เมื่อมองดูแล้วจะออกเป็นสีเขียวน้ำเงินซึ่งเป็นสภาพสีส่วนรวมของทะเลอีกตัวอย่างหนึ่งก็คือท้องนาเมื่อปลูกข้าวจะมองดูเป็นสภาพสีส่วนรวมของสีเขียวแต่เมื่อข้าวสุกออกรวงสภาพสีส่วนรวมจะเปลี่ยนเป็นสีส่วนรวมของสีเหลืองอร่ามในการออกแบบโครงสร้างของนักออกแบบและศิลปินมักจะปรากฏสภาพสีส่วนรวมของสีใดสีหนึ่งเสมอซึ่งสภาพส่วนรวมของแต่ละสีจะให้ความรู้สึกแตกต่างกันในการเขียนภาพของจิตรกรในอดีตบางคนนิยมลงพื้นเป็นสีส่วนรวมของภาพหรือแบบที่ต้องการจะเขียน

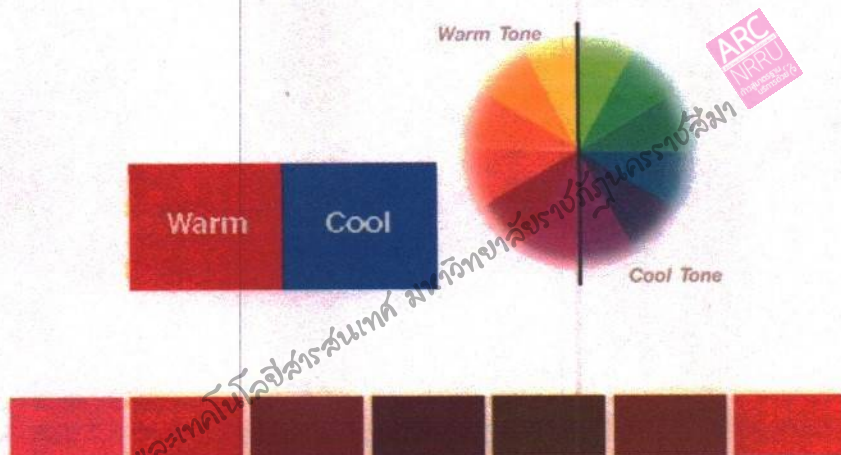


ภาพที่ 52 (แสดง ส่วนรวมของน้ำตาลอมแดงส้ม)

6. การสร้างความกลมกลืนโดยใช้วรรณะของสี (TONE OF COLOR)

ในวงจรสีจะมีทั้งหมด 12 สี ถ้าแบ่งออกเป็นสองส่วน จะได้ส่วนละหกสี (ดูวงจรสีประกอบ) และถ้าไม่นับสีเหลืองและสีม่วงก็จะเหลือส่วนละ 5 สี เป็นสีที่มีประกายไปทางสีแดงซึ่งเรียกว่ากลุ่มหรือวรรณะสีร้อนหรือสีอุ่น(WARM TONE) ได้แก่ สีส้ม เหลือง ส้มส้ม แดง ม่วงแดง และสีที่มีประกายไปทางสีน้ำเงินเรียกว่าวรรณะสีเย็น(COOL TONE) ได้แก่ สีเขียวอ่อน เขียว เขียวน้ำเงิน น้ำเงิน ม่วงน้ำเงิน ส่วนสีเหลืองและสีม่วงนับเป็นสีกลางซึ่งอยู่ได้ทั้งสองวรรณะศิลปินหรือนักออกแบบที่ชำนาญ จะจัดโครงสร้างให้เป็นประกายออกวรรณะใดวรรณะหนึ่งเสมอ

วรรณะร้อน (Warm / Cool Tone) จากวงจรสีธรรมชาติทั้ง 12 สี ถ้าเรียงลำดับสีตั้งแต่ สีเหลืองเวียนมาทางซ้าย ซึ่งประกอบด้วยสีเหลือง (Yellow) สีส้มเหลือง (Yellow - Orange) สีส้มแดง (Red - Orange) สีส้ม (Orange) สีแดง (Red) สีม่วงแดง (Red - Violet)



ภาพที่ 53 (แสดง วรรณะร้อน)

วรรณะเย็น (Cool Tone)

ถ้าเรียงลำดับของสีตั้งแต่ สีเขียวเหลือง เวียนมาทางขวา ซึ่งประกอบด้วย

สีเขียวเหลือง (Yellow-Green)

สีเขียว (Green)

สีเขียวน้ำเงิน (Blue-Green)

สีน้ำเงิน (Blue)

สีม่วงน้ำเงิน (Blue-Violet)

สีม่วง (Violet)



ภาพที่ 54 (แสดง วรรณะเย็น)

หลักการใช้สีแบบวรรณะมี 2 แบบ ดังนี้

1. การใช้สีวรรณะเดียว

เช่น สีวรรณะร้อน จะให้ความรู้สึกตื่นเต้น ร้อนแรง เြ้าใจ

ใช้สีวรรณะเย็น จะให้ความรู้สึกสงบ นุ่มนวล สบาย



ภาพที่ 55 (แสดง การใช้สีวรรณะเดียว)

2. การใช้สีวรรณะเดียวแต่มีการนำสีวรรณะมารวมด้วย เพื่อเป็นการเน้นจุดเด่น สร้างความสนใจ และไม่ให้อารมณ์ไปทางใดทางหนึ่งจนเกินไป โดยมีข้อแนะนำดังนี้คือ

ใช้สีต่างวรรณะรวมด้วยในอัตราส่วน 90:10

ใช้สีต่างวรรณะรวมด้วยในอัตราส่วน 80:20

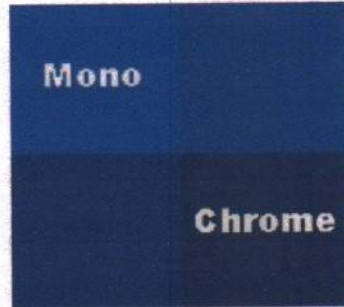
ใช้สีต่างวรรณะรวมด้วยในอัตราส่วน 70:30



ภาพที่ 56 (แสดง การใช้สีต่างวรรณะรวมด้วย)

7. การสร้างความกลมกลืนโดยใช้สีในลักษณะสีเอกรงค์ (MONOCHROME)

- เป็นการสร้างงานจิตรกรรมโดยใช้สีเดียวสีใดสีเดียวเพื่อให้มองดูแล้วกลมกลืนกันเป็นสีเดียวกันหรือเป็นกลุ่มเดียวกันหรืออาจจะมีสีอื่นเข้ามาผสมด้วยแต่ต้องไม่มากนัก
- จากภาพ กำหนดสีเขียวอ่อนเป็นสีหลัก สีที่ใกล้เคียงเป็นสีรองในวงสีคือ เหลือง เขียว เขียว น้ำเงิน แต่มักนิยมใช้เพียงแค่ 3 สี คือ เหลือง เขียว เหลือง เขียว โดยสีรองนี้ต้องนำมาลดค่าความสดใสดัง โดยการผสมกับสีคู่ตรงข้ามในวงสี



ภาพที่ 57 (แสดง ลักษณะสีเอกรงค์)

8. การกลับค่าของสี (DISCORD)

การสร้างความแตกต่างหรือความขัดแย้งที่เหมาะสมได้จึงหะส่งเสริมให้มีสีสันน่าดูขึ้นทั้งนี้ เพราะการใช้สีกลมกลืนบางครั้งดูจืดชืดเกินไปการสร้าง ความขัดแย้งในบางจุดทำให้ภาพดูตื่นเต้นขึ้น



ภาพที่ 58 (แสดง การกลับค่าของสี)

2.2.2. การใช้สีให้ประสานส่งเสริมกัน

การตัดกันหรือการต่างกันของสีแต่ละสีสามารถพิจารณาความแตกต่างกันเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ตัดกันด้วยความเป็นสีแท้ (HUE)
2. ตัดกันด้วยพลังของสี (SATURATION)
3. ตัดกันด้วยค่าน้ำหนัก (VALUE)

หลักการใช้สีให้ประสานกัน

การใช้สีเพื่อส่งเสริมให้เกิดพลังสีเด่น (INTENSITY)

เป็นการใช้สีให้เกิดการส่งเสริมกันระหว่างสีของส่วนรวมหรือสีของพื้นกับสีของส่วนเด่น โดยให้สีของส่วนเด่น ปรากฏเด่นชัดขึ้นหรือเปล่งพลังของสี(CHROMA) ออกมาอย่างเต็มที่ คล้ายกับการเขียนสีแท้ท่ามกลางสีหม่น

การใช้สีเพื่อส่งเสริมให้เกิดพลังสีเด่นนี้จะแบ่งภาพออกเป็นสองส่วน คือส่วนพื้นและส่วนเด่น หรือจุดสนใจ



ภาพที่ 59 (แสดง หลักการใช้สีให้ประสานกัน)

การใช้สีตรงกันข้ามให้ประสานส่งเสริมกัน (COMPLEMENTARY COLORS)

การนำคู่สีตัดกันไปใช้ในงานเดียวกันจะให้ความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจ และบางครั้งแสดงถึงอาการแตกหัก สีตรงข้ามที่นิยมใช้มีอยู่สามคู่ คือ เขียวกับแดง เหลืองกับม่วง และส้มกับน้ำเงิน โดยมีวิธีการใช้คือ ใช้สีตัดกันในปริมาณที่ต่างกัน เช่น 90 กับ 10 เปอร์เซ็นต์ หรือ 80 กับ 20 เปอร์เซ็นต์

สีแบบแตกต่างกันสามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภทคือ

1. สีแบบแตกต่างชนิดตัดกันอย่างแท้จริง

2. สีแบบแตกต่างชนิดตัดกันอย่างธรรมดา



ภาพที่ 60 (แสดง สีแบบแตกต่างกัน)

1. การใช้สีแบบแตกต่างชนิดตัดกันอย่างแท้จริง (True Contrast)

หมายถึง สี 2 สีที่มีความขัดแย้งซึ่งกันและกันรุนแรง ถ้าดูจากวงสีธรรมชาติจะเป็นสีที่อยู่ในตำแหน่งตรงกันข้ามกัน และมีค่าที่ตัดกันอย่างรุนแรง สีเหล่านี้ประกอบด้วย



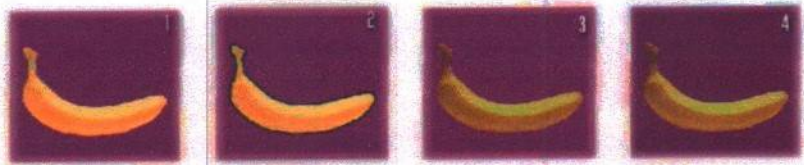
ภาพที่ 61 (แสดง การใช้สีแบบแตกต่างชนิดตัดกันอย่างแท้จริง)

สีตัดกันนี้ อาจเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า สีคู่ (Complementary Color) เพราะนอกจากจะมีทิศทางที่เป็นสีคู่ตรงข้ามกันในวงสีแล้ว ยังมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน หากต้องการทำให้สีโดดเด่นลง ให้ใช้สีคู่ตรงกันข้ามนี้มาผสม จะทำให้ผลที่ได้เป็นธรรมชาติที่ถูกต้อง

แนวทางการใช้สีตัดกันอย่างแท้จริง

1. เมื่อต้องการใช้สีคู่ตัดกันโดยไม่ผสมสีอื่นสีใด ให้ใช้ในอัตราส่วนแตกต่างกัน เช่น 90:10 , 80:20 , 70:30
2. ใช้สีหนักหรือสีเข้มตัดเส้น ในวัตถุที่มีสีสดใส
3. ลดความสดในของสีใดสีหนึ่ง โดยใช้สีคู่ตรงข้าม

4. ลดความสดโตของสีคู่ทั้ง 2 สี โดยใช้สีคู่ตรงกันข้าม



ภาพที่ 62 (แสดง แนวทางการใช้สีตัดกันอย่างแท้จริง)

2. การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดสีตรงกันข้ามเยื้อง (Split Complementary Colors)

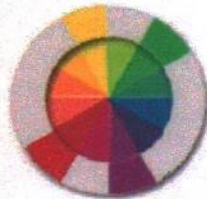
หมายถึง สีคู่ตรงข้ามกับที่อยู่เยื้องมาทางซ้าย และทางขวาของสีคู่ปฏิปักษ์



ภาพที่ 63 (แสดง การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดสีตรงกันข้ามเยื้อง)

การใช้สีตรงกันข้าม 2 คู่ (Double Complementary Colors)

การใช้สีวิธีนี้ดัดแปลงมาจากการใช้สีคู่ตรงข้าม คือ แทนที่จะใช้สีตรงกันข้ามสีเดียวก็ใช้ 2 คู่
จำนวน 4 สี เช่น



ภาพที่ 64 (แสดง การใช้สีตรงกันข้าม 2 คู่)

3. การใช้สีแบบแตกต่างกันโดยน้ำหนัก (Value Contrast)

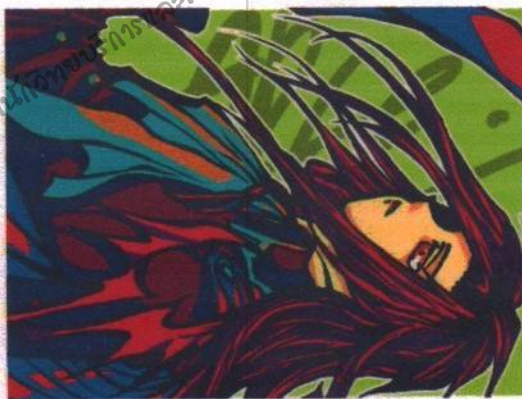
สีตัดกันโดยน้ำหนัก ได้แก่ สีที่มีความแตกต่างกัน ในเรื่องความเข้ม หรือ คุณค่าน้ำหนักของแต่ละสี ซึ่งไม่ใช่สีคู่ตรงข้ามกันในวงสี ความเข้ม หรือตัดกันโดยน้ำหนักนี้จะมีติดตัวเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละสี



ภาพที่ 65 (แสดง การใช้สีแบบแตกต่างกันโดยน้ำหนัก)

2.2.3 การใช้สีสมมูล (Symmetrical Coloring)

เป็นการใช้สีโดยแบ่งภาพออกเป็นสองส่วนซ้ายขวา หรือส่วนบนล่าง เมื่อระบายสีลงในด้านใดให้ระบายสีนั้นในด้านตรงกันข้ามด้วย จะได้ภาพที่มีสีสดในประสานส่งเสริมกันอย่างน่าดูยิ่ง โดยมีความสมดุลของทั้งสองด้านเป็นตัวควบคุม



ภาพที่ 66 (แสดง การใช้สีสมมูล)

2.2.4 การใช้สีเป็นคู่

ในงานจิตรกรรมหรืองานออกแบบบางชิ้น จิตรกรนิยมใช้สีน้อยเพียงหนึ่งหรือสองสีเพื่อให้เกิดความเรียบง่าย โดดเด่น โดยเฉพาะในวงการธุรกิจต่างๆ ซึ่งปัจจุบันนี้ ศิลปะได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในวงการค้าขายมากขึ้น ซึ่งเข้ามาในลักษณะของงานพาณิชย์ศิลป์ หรืองานนิเทศศิลป์ โดยช่วยในด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้า และบริการต่างๆ การใช้สีในงานดังกล่าวไม่เหมือนกับการใช้สีในงานวิจิตรศิลป์ เพราะต้องขึ้นอยู่กับเครื่องจักร เช่น เครื่องแยกสี แท่นพิมพ์ เป็นต้น การใช้สีจึงต้องสอดคล้องกับต้นทุน ทำให้นักออกแบบ พาณิชยศิลป์ และนิเทศศิลป์ ต้องสร้างงานในวงจำกัด งานที่ออกมาสีมีน้อยบ้างมากบ้าง แล้วแต่ความสำคัญของงาน เช่น การออกแบบโลโก้ หัวจดหมายบรรจุภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้เพียง 2 สีหรือใช้สีคู่ใดคู่หนึ่ง ซึ่งอาจจะตัดกันหรือใกล้เคียงกันก็ได้



ภาพที่ 67 (แสดง การใช้สีเป็นคู่)

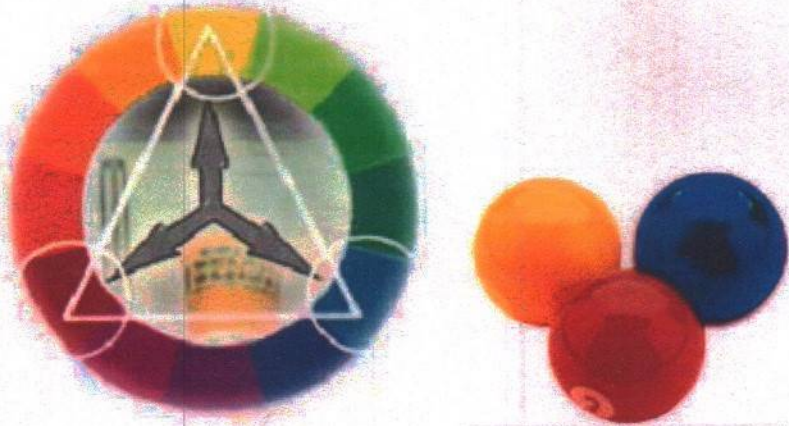
2.2.5 การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดไตรสัมพันธ์ (Triadic Color)

สีไตรสัมพันธ์ คือ การใช้สีสามสีที่มีระยะห่างจากตัวมันเองเท่าๆ กันในวงจรรสี



ภาพที่ 68 (แสดง การใช้สีแบบแตกต่างกันชนิดไตรสัมพันธ์)

สีไตรดัมพันธ์ เป็นสีที่มีค่าของสีที่ตัดกัน แต่ตัดกันโดยน้ำหนัก ไม่ใช่ตัดกัน โดยแท้จริง (True Contrast) หรือเป็นสีคู่ (Complementary Colors) และสีไตรดัมพันธ์นี้ จะเป็นสีที่อยู่ในวรรณะใดวรรณะหนึ่ง (Warm Tone or Cool Tone) อยู่สองสีและอีกวรรณะหนึ่ง 1 สี



ภาพที่ 69 (แสดง สีไตรดัมพันธ์)

2.2.6 การใช้สีจุดสัมพันธ์ (Quadratic Color)

คล้ายกับการใช้สีไตรดัมพันธ์ (Triadic Color) แต่แตกต่างกันตรงที่ เป็นการใช้สี 4 สี คือเพิ่มเข้ามาอีก 1 สี และสีเหล่านี้ ก็มีระยะ ห่างจากตัวมันเอง เท่า ๆ กันในวงจรสี เปรียบเหมือน มีรูปสี่เหลี่ยม ด้านเท่าวางอยู่บนวงสี และตรงมุม 4 มุมนั้น ก็จะเป็นสี 4 สี ที่เข้าชุดกัน ตัวอย่างเช่น (ภาพที่ 1) ใช้สีส้มเหลือง เป็นสีที่ 1 จากนั้นก็เว้นไปอีก 2 สี ตามเข็มนาฬิกา ก็จะได้ สีเขียว เป็นสีที่ 2 เว้นไปอีก 2 สี ก็จะได้สีม่วงน้ำเงิน เป็นสีที่ 3 จากนั้นก็เว้นไปอีก 2 สี ก็จะได้สีแดง เป็นสีที่ 4 จะเห็นว่าทั้ง 4 สี คือ สีส้มเหลือง สีเขียว สีม่วงน้ำเงิน และสีแดงนี้มีระยะห่างเท่า ๆ กันในวงจรสี คือห่าง 2 สี สำหรับสีอื่น ก็ได้เช่นเดียวกัน (ภาพที่ 2,3) สีไตรดัมพันธ์ (Triadic Color) โดยกำหนดสีที่ 1 เป็นสีหลักก่อน และกำหนดสีที่ 2 สีที่ 3 และสีที่ 4 ในวงจรสี จากการเว้นระยะห่างกัน 2 สี เป็นสีรวม

สีจุดสัมพันธ์ เป็นสีที่มีค่าของสีที่ตัดกัน โดยน้ำหนัก ไม่ใช่ตัดกัน โดยแท้จริง (True Contrast) หรือเป็นสีคู่ (Complementary Colors) แต่น้ำหนักที่ตัดกันนั้น น้อยกว่า สีไตรดัมพันธ์ และสีชุดจุดสัมพันธ์นี้ จะเป็นสีที่อยู่ในวรรณะใดวรรณะหนึ่ง (Warm Tone or Cool Tone) อยู่ 2 สี และอีกวรรณะหนึ่ง 2 สีประสิทธิภาพของการใช้สีไตรดัมพันธ์นี้ นอกจากค่าน้ำหนัก และความจัดของสีไม่รุนแรงมากนักแล้ว ยังมีความหลากหลายของสี มากขึ้นซึ่งการนำไปใช้ต้องพิจารณา ร่วมกับ ความเหมาะสมของแต่ละ ชิ้นงาน และแต่ละจุดประสงค์ด้วย



ภาพที่ 70 (แสดง การใช้สีจุดดัมพันธ์)

2.3. เทคนิคการเพ้นท์ผ้า

วัสดุและอุปกรณ์ในการเพ้นท์ผ้า

สีอะครีลิค (Acrylic Color)

น้ำยาผสมสี (Textil Medium)

น้ำยาล้างพู่กัน หรืออาจจะใช้น้ำสบู่หรือน้ำยาล้างจานแทน
จานผสมสี

พู่กันแบน เบอร์ 2, 4, 6

พู่กันกลม เบอร์ 00, 0, 1, 2, 4, 6 และ 8

กระดาษคาร์บอน ควรเลือกใช้ชนิดที่ลอกง่ายลงบนผ้า ไม่ควรใช้กระดาษคาร์บอนสำหรับ
งานพิมพ์ติดเพราะจะทำให้ติดผ้าไม่สามารถลอกออกได้

แบบหรือลวดลาย

กระดาษไข ใช้สำหรับสร้างลายและลอกลายใหม่

กระดาษแข็ง สำหรับรองใต้ผ้าเพื่อป้องกันสีเปื้อนซีม

ปากกาที่หมึกหมดแล้ว ใช้สำหรับกดเส้นในการลอกลาย

หนวดกุ้ง ใช้สำหรับสวมปากขวดสีอะครีลิคผสมกากเพชร เพื่อบีบทำลวดลายต่างๆ

ฟองน้ำ ใช้สำหรับแต้มสีและแตะลงบนชิ้นงาน เพื่อทำเป็นละอองคล้ายก้อนเมฆ หรือทำ
เป็นพื้นหลัง

เกรียงผสมสี ใช้สำหรับดักสีผสม กับน้ำยาเท็กซ์ไทล์ แพนบริคมีเดียมให้เข้ากัน

เข็มหมุด ใช้สำหรับกดผ้าเพื่อเก็บริมผ้าให้เรียบร้อย

ผ้าขนหนูเนื้อบาง หรือ ทิชชู ใช้สำหรับซับน้ำจากพู่กัน

สีอะครีลิค (Acrylic Color)

สีอะครีลิค เป็นสีที่ผสมกับขของเหลว คือ อะครีลิคโพลิเมอร์ อิมัลชัน (Acrylic Color) และ
น้ำ ซึ่งมีคุณสมบัติที่สามารถเจือจางได้ด้วยน้ำแห้งเร็ว ติดทนนาน ปัจจุบันในท้องตลาดมีสีอะค

รสีกลหลากหลายยี่ห้อ มีทั้งแบบหลอด แบบขวดพลาสติก ซึ่งมีคุณสมบัติแตกต่างกันให้เลือกใช้ตามลักษณะงาน

2.3.1 เทคนิคการเลือกสี

1. ควรเลือกสีที่มีเนื้อสีมาก (Pigment) เนื้อสีนุ่มแต่ไม่เหลว ไม่เป็นลิ่ม หรือเหนียวจนเกือบแห้งแข็ง

2. ควรเลือกสีที่สามารถปกปิดพื้นผิวได้ดีเมื่อระบายบนชิ้นงาน

3. สีแท้ (True Color) สังเกตง่ายๆ คือไม่มีสีขาวผสมอยู่ ดูบางเบา มองทะลุได้ ซึ่งสามารถทดสอบได้โดยการนำสีมาผสมกัน เช่น เมื่อนำสีเหลืองมาผสมกับสีแดงจะได้สีส้มแท้ เป็นต้น

4. สีที่มีสีขาวผสมอยู่ เรียกว่าโอเพค (Opaque) เป็นสีที่ใช้ง่าย สามารถปกปิดพื้นผิวได้ดี ปัจจุบันมีมากมายหลายสีหลายเฉด ตั้งแต่อ่อนจนถึงเข้ม

2.3.2 การเตรียมสีและการผสมสี

สีอะคริลิกที่ดี ไม่ว่าจะบีบมาจากหลอดหรือบีบมาจากขวด ควรมีลักษณะเหมือนยาสีฟัน เนื้อสีออกมาไม่ควรเหลวจนเป็นน้ำ ยกเว้นสีที่ปิดฝาไม่แน่นเนื้อสีจะค่อนข้างเหนียวหรือแห้งแข็ง จึงไม่เหมาะที่จะนำไปใช้งานทันทีควรผสมน้ำเล็กน้อยเพื่อให้เนื้อสีลดความเหนียวลงและการผสมสีแต่ละครั้งควรกะปริมาณให้เพียงพอต่อการใช้งาน

ก่อนพ่นสี ควรทดสอบความเข้มของสีก่อน ในกรณีต้องการเขียนลายเส้น ควรผสมสีให้เหลวคล้ายน้ำหมึก ซึ่งจะทำให้พ่นง่ายและมีขนาดเล็ก คมชัดสวยงาม

การเก็บรักษาสี

สิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวเราขณะพ่นสี เช่น อากาศร้อน อากาศเย็นในห้องที่เปิดเครื่องปรับอากาศหรือในที่ที่มีลมแรง มีส่วนทำให้สีแห้งเร็วขึ้น ดังนั้น ขณะใช้งานควรป้องกันไม่ให้สีแห้งเร็วเกินไป โดยการใช้ขวดสเปรย์บรรจุน้ำสะอาดฉีดลงบนสีที่ผสมไว้เล็กน้อย เมื่อหยุดพ่นสีแม้เพียงชั่วขณะก็ควรปิดจานสีให้สนิท หรือใช้ผ้าขนหนูผืนเล็กๆ ชุบน้ำมาดๆ คลุมบนจานสี

ส่วนที่เหลือใช้แต่สกปรก เนื่องจากมีสีอื่นมาผสม ให้ตักสีออกใส่ถุงพลาสติกทิ้งขยะ ไม่ควรเททิ้งในอ่างล้างมือหรือท่อระบายน้ำ

2.3.3 น้ำยาผสมสี (Textil Medium)

น้ำยาผสมสีหรือเท็กซ์ไทล์ มีเดียม เป็นน้ำยาที่ใช้ผสมกับสีอะคริลิกเพื่อใช้พ่นสีผ้าในอัตราส่วน 1 ต่อ 1 จะช่วยให้สีติดทนนาน และช่วยให้พ่นได้ง่ายและเรียบ เมื่อพ่นสีเสร็จแล้วให้วางทิ้งไว้ให้แห้งสนิทประมาณ 2 วัน จึงนำไปทำ ฮีท ฟิกซ์ ในขั้นต่อไป

2.3.4 การทำฮีท ฟิกซ์ (Heat fix)

การทำฮีท ฟิกซ์ เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการเพ้นท์ผ้า ซึ่งสามารถทำได้ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง เมื่อชิ้นงานที่เพ้นท์แห้งสนิทแล้ว ให้ใช้เตารีดรีดไปมาที่ด้านหลังของผ้าเป็นเวลา 1–2 นาที โดยเปิดเตารีดไปที่ความร้อนปานกลาง ส่วนด้านหน้าให้ใช้ผ้าเนื้อบางๆ วางบนภาพก่อนรีด โดยใช้ความร้อนและระยะเวลาเดียวกับด้านหลัง

หากผ้าของชิ้นงานมีความหนามาก เช่น ผ้ายีนส์ ควรทำฮีท ฟิกซ์ด้านหน้า โดยใช้ผ้าฝ้ายเนื้อหนานปานกลางวางด้านบน แล้วรีดไปมาด้วยความร้อนปานกลางเป็นเวลา 1–3 นาที

จากนั้นวางทิ้งไว้ในอุณหภูมิห้องให้เย็นก่อนนำไปซัก ก่อนซักควรกลับตะเข็บให้ลายที่เพ้นท์อยู่ด้านในและซักด้วยมือเบาๆ หากซักด้วยเครื่องซักผ้าควรใส่ถุงตาข่ายเพื่อป้องกันเครื่องปั่นดูไปมาแรงๆ และเมื่อนำไปสวมใส่ควรรีด บริเวณลายเพ้นท์ที่ด้านหลังทุกครั้ง

2.3.5 การเลือกผ้าให้เหมาะกับงานเพ้นท์

ผ้าที่นำมาเพ้นท์ควรเป็นผ้าที่ทอมาจากใยธรรมชาติ หรือมีส่วนผสมของใยธรรมชาติค่อนข้างมาก เช่นผ้าฝ้ายหรือผ้าไหม เนื่องจากใยธรรมชาติจะดูดซับสีได้ดี สีจึงไม่หลุดลอกภายหลัง ถ้าต้องการให้ภาพที่เพ้นท์สวยงามและมีความคมชัดควรเลือกผ้าที่มีเนื้อแน่นเช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้ายเนื้อหนา หรือผ้าลินิน และหากต้องการเพ้นท์ลงบนผ้ายัด ควรเลือกผ้ายัดที่ทอเนื้อแน่นและละเอียด ไม่ควรเลือกผ้าที่เนื้อผ้าเป็นร่อง เช่น ผ้าทอเนื้อ Rib 1x1 หรือ Rib 2x2 เพราะจะทำให้เพ้นท์ไม่เรียบเนียน

สาเหตุที่ต้องเลือกใช้ผ้าที่มีเนื้อแน่น เพราะขณะที่เพ้นท์ถ้าผ้าเนื้อไม่แน่นสีจะตกลงไปกองอยู่ด้านล่าง และอุดอยู่ตามช่องว่างระหว่างเส้นใย ขณะที่เพ้นท์ภาพจึงดูคมชัดสวยงาม แต่เมื่อผ่านการซักล้างแล้วสีที่อุดอยู่ตามเส้นใยจะหลุดออกมา ภาพที่เพ้นท์จึงขาดความคมชัด

ผ้าที่จะนำมาเพ้นท์ควรนำไปซักก่อน เพื่อกำจัดแป้ง สี และสารเคมี ส่วนเกินจากการย้อมออกเพื่อช่วยให้สีเพ้นท์ติดผ้าดียิ่งขึ้น

2.3.6 เทคนิคการลงสีบนผ้าสีเข้ม

หากผ้าที่เลือกมาเพ้นท์เป็นสีเข้ม หรือผ้าที่มีเนื้อหนา ควรลงสีขาวรองพื้นก่อน 1 ชั้น แล้วทิ้งไว้ให้สีแห้งสนิทจึงระบายสีจริงหากลงสีจริงโดยไม่มีการรองพื้นก่อนสีที่ได้อาจปิดสีเข้มของผ้าไม่สนิทและทำให้สีจริงผิดเพี้ยนไปจากความจริงได้ สำหรับผ้าสีอ่อน เช่นสีขาว สีครีม สามารถลงสีได้โดยไม่ต้องลงสีรองพื้น

2.3.7 การลอกลาย

การลอกลายลงผ้าควรเลือกกระดาษคาร์บอนที่มีสีใกล้เคียงกับสีของผ้าที่จะเพ้นท์ อุปกรณ์ที่ใช้ในการลอกลาย คือ แบบลาย กระดาษคาร์บอนสำหรับลอกลายลงบนผ้า และปากกาที่หมึกหมดแล้ว

ขั้นตอนการลอกลาย

1. นำแบบลายวางบนผ้าในตำแหน่งที่ต้องการจากนั้นนำเข็มหมุดมากลัดให้แบบลายติดกับผ้า

2. นำกระดาษคาร์บอนสอดใต้แบบลาย

3. ใช้ปากกาที่มีกหมุดแล้วมาเขียนกดเอลอกลายลงบนผ้า

4. ลวดลายที่ลอกเสร็จเรียบร้อยแล้ว

2.3.8 การรองกระดาษแข็งหลังผ้า

กระดาษที่ใช้รองได้ผ้า คือ กระดาษขาว - เทา นอกจากจะช่วยป้องกันไม่ให้สีซึมลงไปเลอะโต๊ะทำงานแล้ว ยังช่วยในการดูดซับสีส่วนเกินด้วย ซึ่งมีวิธีทำง่ายๆ คือ ตัดกระดาษให้มีขนาดพอเหมาะกับขนาดของลาย แล้วนำไปสอดไว้ใต้ลายที่ลอกไว้ พับริมผ้าหรือเสื้อไว้ด้านหลังกระดาษโดยใช้เข็มหมุดกลัดให้เรียบร้อย หากเป็นมือใหม่หัดเพ้นท์เพื่อป้องกันสีเลอะส่วนอื่นของผ้าหรือเสื้อ ควรใช้ถุงพลาสติกสวมหรือห่อให้เรียบร้อย จากนั้นเจาะถุงพลาสติกให้เป็นช่องเฉพาะบริเวณที่ลอกลายไว้ แล้วทำการเพ้นท์ตามขั้นตอนต่อไป

2.3.9 พู่กัน (Brush)

พู่กันนับเป็นอุปกรณ์สำคัญที่ทำให้การเพ้นท์เป็นไปอย่างราบรื่นและสวยงาม ดังนั้นจึงควรเลือกพู่กันที่มีคุณภาพดีเหมาะกับการใช้งาน ซึ่งพู่กันที่ดีควรมีลักษณะดังนี้

1. เมื่อจุ่มสีแล้วต้องมีปลายเรียว และคงรูปร่างเดิมไว้โดยปลายไม่แตกแยกและบานออก ส่วนขนด้านข้างของพู่กันต้องชุ่มน้ำได้ดีโดยไม่แตกกระจายเช่นกัน

2. ขนพู่กันต้องมีสปริงหรือยืดหยุ่นได้ดี คือสามารถดีดตัวกลับได้ดี และเมื่อขนพู่กันดีดตัวกลับการลากเส้นก็ต้องคงรูปเดิม

3. ขนพู่กันต้องชุ่มน้ำและเส้นไหลจากปลายถึงโคนพู่กันได้ดี และสีที่เพ้นท์ต้องมีความหนาสม่ำเสมอ

ชนิดและขนาดของพู่กัน

พู่กันที่ใช้สำหรับงานเพ้นท์ทั่วไปได้แก่

- พู่กันกลมเบอร์ 00, 0, 1, 2, 4, 6, 8.
- พู่กันแบนเบอร์ 2, 4, 6, ส่วนใหญ่ใช้ในการลงสีพื้น

ทั้งนี้ควรเลือกพู่กันตามความชอบหรือความถนัดในการใช้งานของแต่ละคน ขณะระบายสีควรล้างพู่กันบ่อยๆ เพื่อล้างสีและน้ำยา อย่าปล่อยให้พู่กันจับพู่กันจนแข็ง เพราะจะทำให้พู่กันเสียได้

2.3.10 การฝึกปาดสี

การปาดสีควรฝึกโดยใช้ฟูกันแบนเพื่อจะได้ผลสามสีแต่ละสีให้เข้ากันอย่างกลมกลืนและรวดเร็วหากใช้ฟูกันแบนไม่ถนัดสามารถใช้ฟูกันกลมในการเกลี่ยสีลงบนผ้าในลักษณะยึ้นฟูกันกับผ้าแทนก็ได้ สามารถทำได้ง่ายไล่สีให้กลมกลืนและระบายสีในพื้นที่ขนาดเล็กได้ดี แต่มีข้อเสียคือถ้าต้องระบายสีในพื้นที่กว้างมากๆ จะใช้เวลาในการเกลี่ยสีนานกว่าการปาดสีด้วยฟูกันแบนและยังทำให้ขนฟูกันเสียเร็วกว่าด้วย

อย่างไรก็ตามการเพ้นท์ด้วยวิธีการปาดสีก็ยังคงใช้การเกลี่ยสีร่วมด้วย เพื่อช่วยให้พื้นผิวดูเป็นธรรมชาติและสวยงามตามต้องการ

วิธีการปาดสี

การปาดสี วิธีที่ 1

วาดเส้นตรงหรือเส้นโค้งด้วยดินสอลงบนผ้า 2 เส้นห่างกันประมาณ 1 ซม. ผสมสีอะครีลิคกับน้ำยาผสมสีให้เข้ากัน ใช้ฟูกันแบนจุ่มน้ำสะอาดก่อนเพื่อให้ขนฟูกันลื่นเข้าหากัน แล้วซับขนฟูกันด้วยผ้าแห้ง ใช้ฟูกันแตะสี จรดปลายฟูกันกับเส้นที่วาดไว้บนผ้า จากนั้นตั้งฟูกันให้ตรงแล้วบิดข้อมือปิดฟูกันขึ้นหรือลง สนิสค่อยๆกลืนกับผ้า

การปาดสี วิธีที่ 2

วาดเส้นตรงหรือเส้นโค้งด้วยดินสอลงบนผ้า 3 เส้นห่างกันประมาณ 1 ซม. ผสมสีอะครีลิคกับน้ำยาผสมสีให้เข้ากัน ใช้ฟูกันแบนจุ่มน้ำสะอาดก่อนเพื่อให้ขนฟูกันลื่นเข้าหากัน แล้วซับขนฟูกันด้วยผ้าแห้ง ใช้ฟูกันแตะสี จรดปลายฟูกัน ปาดขึ้น – ลง จนรอยปาดผ่านเส้นด้านข้างทั้ง 2 เส้น แล้วกลืนไปกับผ้า

การปาดสี วิธีที่ 3

วาดเส้นตรงหรือเส้นโค้งด้วยดินสอลงบนผ้า 1 เส้น ผสมสีเข้มและสีอ่อน กับน้ำยาผสมสีให้เข้ากัน ใช้ฟูกันแบนแตะ สีเข้ม จรดปลายฟูกันที่เส้นแล้ว ปาดไปในทางเดียวกัน จากนั้น แตะสีที่ 2 ปาดขึ้น – ลง จนสีกลมกลืนกันเป็นสีกลาง จากนั้นใช้สีที่ 2 ปาดต่อจากสีกลาง ก็จะได้ภาพที่เป็นการไล่สีจากสีเข้ม กลาง อ่อน

วิธีการเกลี่ยสี

ใช้ฟูกันปลายกลมแตะสีแล้วนำมากดลงบนผ้า จากนั้นบิดปลายฟูกันให้เป็นวงกลมจนสีซึมเข้าเนื้อผ้าหากต้องการไล่สีให้แตะสีเหมือนการปาดสี และลงสีด้วยวิธีการเดียวกัน

2.3.11 การลงสีให้เหมาะสม

สำหรับผู้เริ่มทำงานเพ้นท์มักจะพบปัญหาในการเลือกใช้สี คือ คิดไม่ออกว่าจะให้สีบนลวดลายที่วาดอย่างไรปัญหานี้สามารถแก้ไขได้ด้วยการรู้จักวรรณะสี ซึ่งจะช่วยให้สามารถเลือกใช้สีได้อย่างถูกต้อง

สีมี 2 วรรณะ คือ วรรณะร้อนและวรรณะเย็น วรรณะร้อน ได้แก่ สีเหลือง สีส้ม สีแดง และสีม่วง วรรณะเย็น ได้แก่ สีเหลือง สีเขียว สีน้ำเงิน และสีม่วง สังเกตได้ว่าสีเหลืองและสีม่วง อยู่ได้ทั้ง 2 วรรณะ จึงควรเลือกใช้สีให้เหมาะสม โดย 1 ในภาพอาจใช้สีจาก 2 วรรณะหรือ วรรณะเดียวก็ได้

การใช้สีวรรณะเดียว

การให้สีแบบนี้ผลงานที่ได้จะถูกกลมกลืนอ่อนละมุนและมีข้อเสียคือ อาจทำให้ภาพไม่มี จุดเด่นไม่น่าสนใจซึ่งปัญหานี้สามารถแก้ไขได้โดยการใช้สีใดสีหนึ่งเป็นสีหลัก แล้วใช้สีอื่นใน วรรณะเดียวกันรอบจุดเด่นนั้นโดยไม่ใช้สีหลักที่ระบายจุดเด่นระบายจุดอื่น ของภาพเลย เช่น จุดเด่นคือดอกไม้สีแดง แล้วพันธ์ดอกไม้สีต่างๆ ในวรรณะเดียวกันคือ วรรณะร้อน เช่น สีส้ม สี ส้มอมเหลือง สีเหลือง สีชมพู และเหลืองอมชมพู เป็นต้น หรือเป็นวิธีผสมกับสีตรงข้าม เช่น แดง ตรงข้ามเขียว เหลืองตรงข้ามม่วง ส้มตรงข้ามกับสีน้ำเงิน ซึ่งสีที่ได้จะเป็นสีหม่น ดังนั้นสีหม่น รอบๆ จะช่วยขับสีจุดเด่นกลางภาพให้ดูเด่นละ

การใช้สี 2 วรรณะ

การพันธ์ด้วยสีจาก 2 วรรณะจะดูสะดุดตาเนื่องจากการตัดกันของสี ข้อควรระวังคือ ควร ใช้สีวรรณะใดวรรณะหนึ่งมากกว่าวรรณะหนึ่ง อย่างน้อย 10% เสมอ หากใช้เท่ากันจะทำให้ภาพ ไม่มีจุดเด่น

2.3.12 แสงเงาของภาพ

การกำหนดให้แสงเข้าจากด้านใดด้านหนึ่ง จะทำให้ภาพที่ได้ดูมีมิติ เช่นการกำหนดแสง เข้าด้านบนซ้าย บริเวณส่วนนี้ควรสว่างกว่าส่วนอื่น และส่วนที่เข้มหรือมืดที่สุด คือด้านขวาล่าง ของภาพเมื่อกำหนดส่วนมืดและส่วนสว่างของภาพไว้อย่างไรควรลงสีตามนั้น

เมื่อระบายสีภาพเสร็จแล้วสิ่งที่ไม่ควรลืม คือ การตกแต่งพื้นผิวให้ดูลึกบ้าง ตื้นบ้าง เพื่อให้ภาพดูเป็นธรรมชาติ ส่วนใดที่ต้องการให้ดูลึกให้แต้มสีที่เข้มขึ้นเล็กน้อย แล้วเกลี่ยสีให้ กลมกลืนไปกับพื้นที่ส่วนนั้น ส่วนใดที่ต้องการให้เห็นว่าดูนูนขึ้นมาให้แต้มสีอ่อนลงแล้วเกลี่ยให้ กลมกลืนไปกับพื้นเดิม หากไม่ตกแต่งพื้นผิว จะทำให้ภาพที่ได้ขาดความเป็นธรรมชาติ

2.3.13 การทำกรวยบีบสี

ในงานพันธ์ การใช้กรวยบีบสีเพื่อใช้ในการตกแต่งหรือช่วยในการสร้างลวดลายให้มีความ อ่อนช้อยมีความจำเป็นอย่างมาก หรือใช้ในการพันธ์เพื่อเน้นจุดเด่นหรือรายละเอียดจุดเล็กๆ เช่น ดอกไม้จิ๋ว ลายเส้น ต้นหญ้า

อุปกรณ์สำหรับการทำกรวย

1. ถุงแก้ว หรือ กระดาษเชลโลโฟน
2. สก๊อตเทป ขนาดหน้ากว้าง 0.5 นิ้ว

3. สีอะคริลิก
4. น้ำยาผสมสี
5. กรรไกร
6. เข็มหมุด

วิธีการทำกรวยบีบสี

1. ตัดถุงแก้วให้มีขนาด 4×6 นิ้ว
2. พับถุงแก้วให้เป็นกรวยแหลม
3. ติดสก็อตเทปที่รอยตามแนวตั้งจาก (เหมือนกรวยแต่งหน้าเค้ก)
4. ใช้กรรไกรตัดปากกรวยให้ริมเท่ากันเพื่อความสะดวกในการใส่สี
5. บีบสีอะคริลิกลงในกรวย 3 ส่วน 4 ของความสูงของกรวยเล็กน้อย
6. หยดน้ำยาผสมสีลงบนสีอะคริลิกประมาณ 4 – 5 หยดเล็ก แล้วใช้ปลายพู่กันคนให้เข้ากัน
7. พับปากกรวยและติดสก็อตเทป เพื่อกันสีทะลักออกมา
8. จากนั้นพับด้านซ้ายและขวาลงมาที่กึ่งกลางกรวยให้เป็นมุมสามเหลี่ยมแล้วติดสก็อตเทป

ตามรอยพับ

เมื่อต้องการใช้สีให้ใช้กรรไกรตัดปลายกรวยเล็กน้อย แล้วทดลองบีบสีลงบนกระดาษเพื่อดูขนาดของเส้นสี หากบีบแล้วไม่ไหลออกมาให้ใช้เข็มหมุดเจาะลงไปทีปลายกรวยที่ตัดไว้ แล้วลองบีบสีอีกครั้ง และในกรณีที่ใช้งานไปแล้วมีสีแห้งติดที่ปลายกรวยจนบีบไม่ออกให้ใช้ผ้าชุบน้ำบีบและรูดที่ปลายกรวยออกจนหมดคราบสี แล้วลองบีบอีกครั้ง หากสียังไม่ออกให้ใช้เข็มหมุดเจาะที่ปลายกรวยอีกครั้ง (ที่มา : กชภัค ศรีสกุลธรรม ศิลปะและเทคนิค การเพ้นท์ด้วยสีอะคริลิก-- กรุงเทพฯ : เพชรกระรัต, : 6 - 20.)

2.3.14 ตัวอย่างการเพ้นท์ผ้าปูโต๊ะลายดอกไม้

ขั้นตอนการเพ้นท์

1. หลังจากลอกฉาเรียบร้อยแล้ว เริ่มเพ้นท์ใบไม้ โดยใช้พู่กันเบอร์ 5 แด้มสีเขียวเข้มระบายตามแบบ
2. แด้มสีเขียวอ่อน ระบายให้มีแสงเงา
3. บีบกรวยสีเขียวเข้มมาแต้ม เติมนั่นกลางใบ จะได้ใบที่สวยงามใกล้เคียงธรรมชาติ
4. เพ้นท์กลีบดอกไม้ดอกใหญ่ โดยใช้พู่กันกลมเบอร์ 4 แด้มสีชมพูกลางและสีชมพูบานเย็น ระบายพื้นกลางกลีบดอกไม้มีความเข้ม
5. ปลายกลีบดอกไม้ ให้แด้มสีชมพูอ่อนและสีชมพูเข้มอย่างละครึ่งพู่กัน จรดพู่กันและกดตัวดัดเข้าหาตัวไล่สีให้ลดหลั่นกันให้กลีบดอกดูพูล้ว

6.เมื่อพันธ์ทุกกลีบแล้ว จะได้ลักษณะกลีบดอกที่มีแสงเงาผสมผสานกันดูใกล้เคียงธรรมชาติ

7.พันธ์เกสรโดยบีบกรวยสีเหลืองเป็นหยดที่ปลาย แล้วลากเส้นแนวตั้งไปรอบๆ

8.บีบกรวยสีเหลืองเป็นจุดของเกสรด้านในกลางเกสรให้กระจายจนเต็มทั้งกลุ่มเกสร

เมื่อพันธ์เสร็จเรียบร้อยแล้วนำไปเย็บริมเป็นผ้าปูโต๊ะลายดอกไม้

(ที่มา : กษภัก ศรีสกุลธรรม ศิลปะและเทคนิค การพันธ์ด้วยสีอะคริลิก--กรุงเทพฯ : เพชรกระวีต, : 62 - 65.)

2.4. ไหมหางกระรอก

ผ้าหางกระรอก หมายถึง ผ้าที่นำมาใช้เป็นเครื่องนุ่งห่ม ประจำจังหวัดนครราชสีมา ที่มีความประณีตสวยงามเป็นที่รู้จักกันดีมาแต่โบราณ จนเป็นที่รู้จักของคน โคราชและคนทั่วไป คือ ผ้าหางกระรอก

ผ้าหางกระรอกเป็นผ้าพื้น ที่มีลักษณะพิเศษ ซึ่งน่าจะเรียกชื่อตามผิวสัมผัส เพราะลายที่ปรากฏบน เนื้อผ้า เป็นเส้นฝอยฟู มองดูเหมือนขนอ่อน ๆ เหลือบระยับ คล้ายกับขนของหางกระรอกแลดูสวยงาม แปลกตา

วัสดุที่ใช้สำหรับทอผ้าหางกระรอก ได้แก่ เส้นใยไหมหรือเส้นใยฝ้าย

ผ้าหางกระรอกที่ทอด้วยไหม เนื้อผ้ามีลักษณะละเอียด เย็นเป็นงามมีสีเหลือง ถ้าทอ ๒ ตะกอ สีของผ้าจะมีสีเดียวกันทั้ง ๒ ด้าน แต่ถ้าทอ ๓ ตะกอ สีของผ้าด้านหนึ่งจะมี สีอ่อน สามารถเลือกใช้สีเข้มหรืออ่อนได้ตามความต้องการ ถ้าใช้เส้นใยฝ้าย เนื้อผ้าจะไม่ละเอียดเป็นเงาลายฝอยฟูที่ปรากฏบนเนื้อผ้า แลดูไม่ละเอียดอ่อนเท่าลายผ้าที่ทอด้วยไหม

กรรมวิธีในการทอผ้าหางกระรอก ใช้วิธีการเดียวกับการทอผ้าพื้นทั่วไป ต่างกันตรงไหมที่ใช้ทำเส้น พุ่ง ต้องใช้ไหม ๒ เส้น นำมาตีเกลียวหรือควบด้วยวิธีปั่น เส้นพุ่ง ๒ เส้นให้เป็นเส้นเดียวกัน เส้นหนึ่งจะ เป็นสีของไหมยืน อีกเส้นหนึ่งต้องเลือกสีให้ กลมกลืนเหลือง จึงเรียกไหมนี้อีกอย่างหนึ่งว่า ไหมลูกลาย นำไปพุ่งกับเส้นยืน ทอออกมาเป็นเนื้อผ้า แลดูเป็นเส้นฝอยฟูเหลือง ระยับ ผ้าหางกระรอกแต่ละผืนยาว กว่าผ้านุ่งธรรมดา ๒ เท่า เพราะสมัยก่อนทอสำหรับใช้นุ่งโจงกระเบน

การประยุกต์ใช้ นอกจากใช้เป็นเครื่องนุ่งห่ม เช่น ใช้นุ่งโจงกระเบน ติดเสื้อพระราชทาน ติดเครื่อง แต่งกายสตรี ฯลฯ แล้วยังใช้เป็นผ้าในพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น ผ้านุ่งบวชนาค ผ้าคลุมศพ ผ้าห่อบาตร คู่บ่าวสาวบางคนใช้สำหรับเป็นผ้าไหว้ เศษผ้าที่ เหลือนำไปประดิษฐ์เป็นพวงกุญแจ กระเป๋าถือ ผ้าปูโต๊ะ ผ้ารองจาน ฯลฯ

2.5. ความรู้เกี่ยวกับจังหวัดนครราชสีมา

2.5.1. ความรู้เกี่ยวกับจังหวัดนครราชสีมา

จังหวัดนครราชสีมาหรือเมืองโคราชมีการทอผ้ากระจายไปทั่วทุกอำเภอ ในจังหวัด เช่น อำเภอเมือง อำเภอห้วยแถลง อำเภอโนนแดง อำเภอเสิงสาง อำเภอชุมพวง อำเภอบ้านเหลื่อม อำเภอจักราช อำเภอบัวใหญ่ อำเภอประทาย กิ่งอำเภอเมืองยาง กิ่งอำเภอสีดา กิ่งอำเภอบัวลาย กิ่งอำเภอแก้งสนามนาง ทอผ้าไหมทางกระรอก ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าลายเกล็ดเต่า ผ้าลายลูกแก้ว และที่อำเภอปักธงชัยเป็นแหล่งทอผ้าที่ใหญ่ที่สุดมี การทอผ้าในเชิงพาณิชย์ ผ้าที่ทอส่วนใหญ่จะเป็นผ้าพื้นเรียบ ผ้าลายประยุกต์และผ้าไหมมัดหมี่

การทอผ้าเป็นงานหัตถกรรมที่อยู่คู่คนไทยมาช้านานนับแต่อดีตถึงปัจจุบัน ผ้าทอแต่ละผืนจะสามารถบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ตลอดจนเป็นสิ่งสะท้อนถึงกลุ่มชาติพันธุ์ ชนชั้นทางสังคม ฐานะทางเศรษฐกิจ วิถีชีวิต และขนบธรรมเนียมประเพณีของคนในชุมชนนั้นๆ โดยจะสื่อสารให้รับรู้เรื่องราวผ่านทางเส้นไหม เส้นฝ้าย ที่คัดสรรเป็นอย่างดี แล้วนำมาถักทอเป็นผืนผ้าที่สวยงาม ตามภูมิปัญญาพื้นบ้าน และนำมาใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มในชีวิตประจำวัน ผ้าทอจึงนับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอีกอย่างหนึ่งของไทย ที่พึงอนุรักษ์ไว้ให้คงอยู่ต่อไปครั้งหนึ่งผ้าทางกระรอกเคยเป็นผ้าประจำจังหวัด ตามคำขวัญเดิมของจังหวัดที่ว่า "นกเขาคราม อ้อยคันธรม ส้มขี้ม้า ผ้าทางกระรอก ดอกสายทอง แมวสีสวาด" เพราะโคราชมีการทอผ้าทางกระรอกมานานกว่าร้อยปี

ผ้าที่นำมาใช้เป็นเครื่องนุ่งห่ม ประจำจังหวัดนครราชสีมา ที่มีความประณีตสวยงามเป็นที่รู้จักกันดีมาแต่โบราณ จนเป็นที่รู้จักของคน โคราชและคนทั่วไป คือ ผ้าทางกระรอก

ผ้าทางกระรอกเป็นผ้าพื้น ที่มีลักษณะพิเศษ ซึ่งน่าจะเรียกชื่อตามผิวสัมผัส เพราะลายที่ปรากฏบน เนื้อผ้า เป็นเส้นฝอยฟู มองดูเหมือนขนอ่อน ๆ เหลือบระยับ คล้ายกับขนของหางกระรอกแลดูสวยงาม แปลกตา

2.5.1. ดอกไม้ประจำจังหวัดนครราชสีมา

สาร หรือ สายทอง(เดิม)

(*Millettia leucantha* Kurz.)

พันธุ์ไม้มงคลพระราชทานประจำจังหวัดนครราชสีมา

เนื่องในโอกาสที่สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ เสด็จเป็นองค์ประธานในงานรณรงค์โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสทรงครองราชย์ปีที่ 50 เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2543 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ได้ทรงโปรด

พระราชทานกล้าไม้มงคลให้ผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัด ส่วนราชการต่างๆ และหน่วยงานเอกชนที่เข้าร่วมโครงการนำไปปลูกเพื่อเป็นสิริมงคล สำหรับจังหวัดนครราชสีมาได้รับพระราชทานกล้าไม้สาธิตให้เป็นพันธุ์ไม้มงคลพระราชทานประจำจังหวัด ณ บริเวณหน้าศาลากลางจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งตรงกับวันเสด็จขึ้นครองราชย์เป็นปีที่ 48 ในรัชกาลปัจจุบัน



ภาพที่ 71 (แสดง ต้นและดอกสาธิต)

สาธิต

ชื่อพื้นเมือง

ชะเง้อ (ภาคเหนือ) สาธิต (ภาคกลาง) กระพี้เขาควาย

(ประจวบคีรีขันธ์) ชะแมบ คำแมบ (เชียงใหม่)

ชื่อวิทยาศาสตร์

Millettia leucantha Kurz.

การกระจายพันธุ์

ขึ้นกระจัดกระจายอยู่ตามป่าดงดิบและป่าเบญจพรรณทาง

ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ลักษณะทั่วไป

เป็นไม้ยืนต้นขนาดกลาง สูงประมาณ 10-20 เมตร ผลัดใบ ใบอ่อนและยอดอ่อนมีขนอ่อนนุ่มคล้ายเส้นไหม เปลือกสีเทาเรียบหรือแตกเป็นสะเก็ดเล็กๆ ต้นๆ กระพี้สีขาวอมน้ำตาล

ใบ

เป็นใบประกอบเรียงสลับใบย่อยตัดเป็นคู่ตรงข้ามกัน 3-6 ซม. ยาว 5-12 ซม. ปลายแหลม โคนมน มีขนนุ่มสั้นๆ ทั้งสองด้าน เมื่อใบแก่จะร่วงหลุดไปเอง

ดอก

สีขาวออกรวมกันเป็นช่อตามง่ามใบ และปลายกิ่งจะออกระหว่างเดือนมีนาคม - พฤษภาคม

ผล

เป็นฝักมีเปลือกแข็ง ลักษณะยาวคล้ายมีดดาบกว้าง 2 ซม. ยาว 4 -10 ซม. ส่วนกว้างที่สุดจะค่อนข้างกว้าง ปลายฝัก ฝักอ่อนมีขนสั้นๆ พอแก่จะร่วงหลุดไป ฝักจะแก่ระหว่างเดือนพฤษภาคม - สิงหาคม

เมล็ด

สีน้ำตาล ลักษณะแบบคล้ายโล่ห์ เส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1.3 ซม. ฝักหนึ่งมีประมาณ 1-3 เมล็ด

ลักษณะเนื้อไม้ เมื่อตัดใหม่ๆ สีส้มม่วง พอถูกอากาศนานเข้าเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลอมม่วง ถึงถึงสีน้ำตาลปนช็อคโกแลต สีพื้นสลับกัน ลวดลายสวยงาม เส้นตรงเนื้อละเอียดแข็ง เหนียว เลื่อยผ่าไสกบ ตกแต่งและชักเงาได้ดี

ประโยชน์ ไม้ใช้ทำเสาเรือน ชี้อ รอด ตง ล้อเกวียน เพลาเกวียน เครื่องเรือนอย่างดี บัวรองฝา ฯลฯ นอกจากนั้น ยังใช้ทำครกสาก กระเดื่อง กระสวย ดินสอ ไม้เท้า ด้ามร่ม หีบส่วนต่างๆ ของ เกวียน และ ตัวถังรถ

ที่มา : เอกสารประกอบการบรรยายสรุปจังหวัดนครราชสีมา 2551: 43,44.

2.6 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย

2.6.1. **ผู้บริโภค(Consumer)** คือ บุคคลที่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการหรือความจำเป็นของตนเองตลอดจนบุคคลในครัวเรือน ปริมาณการซื้อของผู้บริโภคนั้นจะซื้อแค่ให้เพียงพอต่อการใช้นั้นการซื้อจึงไม่มากนักโดยสามารถสรุปลักษณะของผู้บริโภคได้ดังนี้

- 1.เป็นบุคคลที่มีความต้องการ
- 2.เป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ
- 3.มีพฤติกรรมในการซื้อ
- 4.มีพฤติกรรมการใช้

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

มีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้หลายท่านด้วยกัน ได้แก่

Engle,Blackwe และ Miniard กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง “กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาและการบริโภคใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมเพื่อให้กิจกรรมนั้นลุล่วง”

ผู้บริโภคจะมีปฏิกิริยาตอบสนอง 2 ทาง ได้แก่

1.พฤติกรรมภายใน(Covert Behavior) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายใน ไม่สามารถมองเห็นได้ เช่น ความหิว การเต้นของหัวใจ เป็นต้น

2.พฤติกรรมภายนอก(Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมา สามารถมองเห็นได้ ซึ่งพฤติกรรมนี้ทำให้นักขายสามารถทราบได้รับรู้เกี่ยวกับสินค้าแล้ว มีความพึงพอใจหรือไม่ หรือความพึงพอใจนั้นอยู่ในขั้นใด จึงเรื่องง่ายที่จะเสนอขายได้ตรงเป้าหมายและเหมาะสม

กระบวนการพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภคเกิดขึ้นตามกระบวนการดังนี้

1. ต้องมีสาเหตุ พฤติกรรมจะไม่เกิดขึ้นหากยังไม่มีอะไรมากระตุ้น เช่น เมื่อบุคคลนั้นอยู่เฉย ๆ ยังไม่มีความรู้สึกอะไรเกิดขึ้น หากมีพนักงานนำสินค้ามาเสนอขาย หรือได้เห็นโฆษณาขายสินค้า ย่อมมีพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเกิดขึ้น

2. ต้องมีเหตุจูงใจ พฤติกรรมจะเกิดขึ้นเมื่อมีการจูงใจ เมื่อบุคคลได้รับรู้เกี่ยวกับสินค้าแล้ว หากไม่มีการจูงใจให้เกิดความรู้สึกคล้อยตามมากยิ่งขึ้น

3. ต้องมีเป้าหมาย พฤติกรรมที่มนุษย์แสดงออกมาต้องมีเป้าหมายของการแสดงออกนั้น เช่น กินอาหารเพื่อต้องการให้อิ่ม

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค

ดร.เสรี วงษ์มณฑา วิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ดังนี้

1. ผู้บริโภคปัจจุบันแต่งงานช้ากว่าสมัยก่อน สามารถสร้างครอบครัวได้มั่นคงขึ้น เมื่อแต่งงานก็มีบุตรน้อย จึงเลี้ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยเฉพาะการเลือกใช้สินค้าที่มีคุณภาพสำหรับบุตรโดยพิจารณาเรื่องราคาเป็นปัจจัยรอง

2. ผู้บริโภคปัจจุบันเบื่อหน่ายกฎระเบียบ จึงแสวงหาสินค้าที่แสดงออกถึงความอิสระ

3. ลักษณะของครอบครัวปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากครอบครัวสมัยก่อน พฤติกรรมในการบริโภคสินค้าจึงเปลี่ยนไป

4. ปัจจุบันความแตกต่างเรื่องเพศลดน้อยลง ผู้หญิงมีความสามารถทัดเทียมผู้ชาย สินค้าที่เคยผลิตเพื่อสนองความต้องการของผู้ชายจึงต้องผลิตเพื่อผู้หญิงด้วย หรือสินค้าที่ผลิตเพื่อผู้หญิงก็ต้องผลิตเพื่อผู้ชายด้วยเช่นเดียวกัน

5. ผู้บริโภคมีการศึกษามากขึ้น รับรู้ข่าวสารรวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ามากขึ้น พฤติกรรมการซื้อจึงเปลี่ยนไป

6. ผู้บริโภคมีเวลาว่างน้อยลง จึงแสวงหาสินค้าที่สามารถนำไปใช้ได้ในทุกสถานการณ์ เช่น โทรศัพท์มือถือ เครื่องคอมพิวเตอร์กระเป๋าหิ้ว เป็นต้น

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ความต้องการ (Want)

ลักษณะความต้องการของมนุษย์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1. ความต้องการขั้นปฐมภูมิ หรือความต้องการชีวภาพ (Primary needs or physiological needs)

2. ความต้องการขั้นทุติยภูมิ หรือความต้องการทางสังคม (Secondary needs or social needs)

แรงจูงใจ (Motive) หมายถึง ความต้องการที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงบังคับให้บุคคลเกิดความพยายามที่จะค้นหาวิธีเพื่อสนองความต้องการนั้น

กระบวนการของการรับรู้

1. ความจำเป็น ความต้องการ และความปรารถนาที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง

2. ความตึงเครียด

3. แรงกระตุ้น

4. พฤติกรรม

การรับรู้ (Perception)

การรับรู้เป็นกระบวนการที่มนุษย์ได้สัมผัสสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วตีความหมายสิ่งที่ได้สัมผัสเพื่อ

สร้างภาพในสมอง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์มีดังนี้

1. องค์ประกอบทางเทคนิค

2. ความพร้อมทางด้านสมอง

3. ประสบการณ์ในอดีต

4. สภาพอารมณ์

5. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม

การเรียนรู้ (Learning)

หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม ความรู้สึก และความคิดของมนุษย์อันสืบเนื่องมาจากการได้รับข่าวสารและประสบการณ์ การเรียนรู้ของผู้บริโภคประกอบด้วย

1. ความรู้

2. ประสบการณ์ตรง

3. การโยงใย

การเรียนรู้มี 3 ขั้นตอน

1. การเปลี่ยนแปลงในสมอง

2. การเปลี่ยนแปลงด้านความรู้สึก

3. การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม

กระบวนการเรียนรู้

ประกอบด้วย

1. แรงผลักดัน

2. ตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้า

3. การปฏิบัติตอบ

4. การเสริมแรงหรือการให้รางวัล

หลักเสริมแรงมี 2 ประการ

1. การเสริมแรงอย่างเต็มที่

2. การเสริมแรงเป็นบางส่วน

บุคลิกภาพ (Personality)

หมายถึง ลักษณะเฉพาะทั้งทางด้านจิตวิทยาและด้านสรีระของแต่ละบุคคลที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่าง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ

1. ทฤษฎีวิเคราะห์ทางจิตวิทยา

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับประเภทบุคลิกภาพ

3. ทฤษฎีลักษณะ

4. ทฤษฎีแนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค นอกจากปัจจัยภายในแล้ว ยังมีส่วนร่วมในการตัดสินใจแล้ว ปัจจัยภายนอกยังมีส่วนร่วมในการตัดสินใจอีกด้วย ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่

1. ครอบครัว (Family)

2. สภาพเศรษฐกิจ (Economy)

3. การติดต่อธุรกิจ (Business contacts)

4. กลุ่มอ้างอิง (Reference group)

5. วัฒนธรรม (Culture)

6. ชั้นสังคม (Social class)

7. ครอบครัว (Family) หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป อยู่ร่วมชายคาเดียวกัน ซึ่งมีทั้งครอบครัววงในและครอบครัววงนอก

หน้าที่ของครอบครัว

1. เลี้ยงดูสมาชิก คือมีการเลี้ยงสมาชิกให้อยู่ดีกินดี อดีตเป็นหน้าที่ของสามีแต่ปัจจุบันภรรยาเข้ามามีบทบาทในการหารายได้มากขึ้น

2. เสริมสร้างขวัญและกำลังใจ หากสมาชิกในครอบครัวมีปัญหา ผู้อาวุโสกว่าจะช่วยให้คำปรึกษาในการแก้ปัญหา

3. วางรูปแบบการดำรงชีวิตที่เหมาะสม ครอบครัวจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมาะสมให้แก่สมาชิกในครอบครัว

4. สร้างให้เกิดกระบวนการทางสังคมของสมาชิกในครอบครัว เช่น การจัดกระบวนการศึกษาให้บุตรหลาน

อิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อพฤติกรรม

1. ครอบครัวให้ความรู้และความคิด กล่าวคือ ครอบครัวให้ความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนค่านิยม ทศนคติ และภาพพจน์ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดพฤติกรรม

2. ครอบครัวเป็นแหล่งฝึกอบรม ให้สมาชิกในครอบครัวรู้จักบรรทัดฐานของสังคม และรับการถ่ายทอดวัฒนธรรม ซึ่งทำให้เขาปฏิบัติตามระเบียบของสังคม

3. ครอบครัวเป็นกลุ่มอ้างอิง สมาชิกในครอบครัวอาจยึดถือบุคคลในครอบครัวเป็นกลุ่มอ้างอิงในการปฏิบัติหรือซื้อสินค้า

โครงสร้างบทบาทของครอบครัว

สมาชิกในครอบครัวจะมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อแต่ละครั้งตามลักษณะโครงสร้างของครอบครัว พ่อบ้านอาจมีบทบาทในการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องยนต์กลไก ในขณะที่แม่บ้านจะมีบทบาทในการซื้อสินค้าประเภทของใช้ในบ้านมากกว่า

2.6.2. สภาพเศรษฐกิจ

เมื่อสภาพเศรษฐกิจในระยะเฟื่องฟู ผู้บริโภคมีอำนาจซื้อสูง ทำให้ตัดสินใจซื้อง่ายกว่าช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำ เพราะในช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำ ผู้บริโภคมีอำนาจซื้อต่ำ การตัดสินใจซื้ออยากทั้งที่ทราบว่าคุณภาพดีนั้นคุณภาพสูง

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ในการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้านั้นๆ นั้น จะต้องมีการดำเนินการตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทศนคติหลังจากที่ได้ใช้สินค้านั้นแล้ว ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นขั้นตอนได้ดังนี้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.การมองเห็นปัญหา (Perceived problems)

2.การแสวงหาภายใน (Internal search)

2.1. การตัดสินใจซื้อ (Decision)

2.2. หยุดการตัดสินใจ (Abortion)

2.3. การแสวงหาภายนอก (External search)

2.4. การหาข้อมูลจากการโฆษณา

2.5. การไป ณ จุดขาย

2.6. การโทรศัพท์

2.7. การขอพบพนักงานขาย

การมองเห็นปัญหา (Perceived problems)

การที่คนเรามีชีวิตสุขสบาย ไม่มีปัญหาใด ๆ ก็ไม่คิดที่จะหาสินค้าใด ๆ มาแก้ปัญหาชีวิตของตัวเอง ดังนั้น การตลาดจึงต้องพยายามที่จะชี้จุดปัญหาให้ผู้บริโภคนั้นเกิดปัญหา ปัญหาคืออะไร ปัญหาก็คือความแตกต่างระหว่างสภาพอันเป็นอุดมคติ (Ideal) กับสภาพอันเป็นจริง (Reality)

เช่น ถ้าหากคนสูง 170 น้ำหนักอุดมคติควรจะเป็น 70 แต่เขาค้นในความเป็นจริงน้ำหนัก 90 ความแตกต่าง 20 กิโลกรัม

การแสวงหาภายใน (Internal search)

เมื่อคนเราเกิดปัญหา ก็จะต้องแสวงหาหนทางแก้ไขภายในเสียก่อน นั่นก็คือ การล้วงลึกเข้าไปในความทรงจำของตัวเอง เช่น เมื่อคนเราเจ็บคอ ก็จะต้องพยายามคิดว่าตัวเองนั้นรู้จักยาแก้เจ็บคออะไรบ้าง หรือคนที่ต้องการเติมน้ำมันเพราะน้ำมันจะหมด ก็จะต้องพยายามนึกว่าปั้มน้ำมันที่อยู่ใกล้กับบริเวณที่ตัวเองขับรถอยู่นั้นอยู่ที่ไหน มีปั้มน้ำมันอะไรบ้าง หรือถ้าไฟฉายหมดก็จะต้องนึกว่าไฟฉายอะไรบ้างที่ตัวเองรู้จักหรืออยากจะซื้อ

ด้วยขั้นตอนนี้เองทำให้นักการตลาดที่จะต้องพยายามทำให้สินค้าของตัวเองนั้นประทับอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค แล้วจะต้องเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคระลึกได้เป็นยี่ห้อต้น ๆ (top of mind brand) หมายถึงยี่ห้อที่ผู้บริโภคระลึกได้ก่อนยี่ห้ออื่น ๆ ตามความเป็นจริงแล้วคนส่วนใหญ่จะจำสินค้าในแต่ละประเภทได้ประมาณ 5-7 นั่นหมายความว่า คนโดยเฉลี่ยจะรู้จักสินค้าแต่ละประเภทประมาณ 5 ยี่ห้อ คนที่ไม่ค่อยสนใจสินค้าก็จะจำได้ประมาณ 3 ยี่ห้อ

แรงจูงใจ (Motive) ขึ้นมาในตัวของผู้บริโภค ดังที่เราเคยได้ศึกษามาแล้วว่าแรงจูงใจ (Motive) นั้นเป็นความเครียด (Tension) ที่ทำให้มนุษย์เราต้องดิ้นรนหาหนทางลดความเครียดดังกล่าวให้ได้ ขั้นตอนการตัดสินใจจึงดำเนินไปสู่ขั้นตอนที่ 2 แต่ถ้าหากผู้บริโภคจดจำได้ แต่ไม่พอใจสิ่งที่จำได้ และปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นดูเหมือนจะไม่รุนแรง แก้ไขได้ไม่แก้ไขก็ได้ กระบวนการตัดสินใจนั้นก็หยุดลง (Abortion)

การเปลี่ยนแปลงการณอย่างที่สองนี้ เกิดขึ้นจากการที่นักการตลาดไม่สามารถสร้างปัญหาอย่างรุนแรงให้เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคได้ เช่น ถ้าเกิดมีคนเจ็บคอ นึกถึงยาได้ 5 ยี่ห้อ แต่บางยี่ห้อก็เผ็ดไป บางยี่ห้อก็ขมไป บางยี่ห้อก็มีน้ำตาลมากเกินไปผู้บริโภคจึงไม่ตัดสินใจซื้อ แล้วก็คิดว่าไม่จำเป็นต้องยอมยาก กลับไปบ้าน นอนพักผ่อน ดื่มน้ำมาก ๆ ก็หายแล้ว กระบวนการตัดสินใจซื้อยาแก้เจ็บคอจึงไม่เกิดขึ้น (Abortion)

การแสวงหาภายนอก (External search)

เมื่อผู้บริโภคต้องการใช้สินค้าที่ตัวเองจำได้ หรือมีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่จำได้ไม่เพียงพอ ผู้บริโภคก็จะเริ่มแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าจากภายนอก ด้วยวิธีการต่อไปนี้

(1) การหาข้อมูลจากการไปดูโฆษณา เมื่อผู้บริโภคอยากจะรู้ว่าสินค้าอะไรน่าซื้อ ก็จะไปดูโฆษณา

นักการตลาดที่ดีควรเลือกโฆษณาในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม เช่น ในหน้าฝนก็ต้องมีการโฆษณายาแก้หวัด ยาแก้ไอ เบื่อๆ หน้าร้อนก็ต้องมีการโฆษณาน้ำอัดลม เครื่องปรับอากาศ ในเดือนพฤษภาคมก็ต้องโฆษณาเครื่องเขียน ชุดนักเรียน เป็นต้น ถ้าหากนักการตลาดไม่รู้ว่า

ช่วงใดควรโฆษณาสินค้าตน สื่อใดที่ควรจะใช้ในการโฆษณาสินค้าตน ก็อาจจะล้มเหลวที่จะเข้าถึงผู้บริโภค ซึ่งแสวงหาข้อมูลภายนอกด้วยวิธีการโฆษณา

(2) การไป ณ จุดขาย การไป ณ จุดขายนั้น ก็หมายความว่าผู้บริโภคนั้นไม่พอใจสิ่งที่ตัวเองจำได้ เลยลองไปหาซื้อดู เช่น คนที่ไม่พอใจยาอมที่ตัวเองจำได้ก็อาจจะที่ร้านขายยา สิ่งที่สำคัญในจุดนี้ก็คือ สินค้าจะต้องมีวางขาย ณ จุดขาย เพราะผู้บริโภคได้ให้โอกาสที่จะขาย นอกจากนั้นการจัดวางนำเสนอสินค้า (Display) ก็ต้องเด่นชัด พนักงานขายจะต้องมีมารยาท มีบริการที่ดี มีความสามารถ จึงจะทำให้การแสวงหาภายนอกในครั้งนี้เป็นประโยชน์แก่สินค้า

(3) การโทรศัพท์พูดคุยกับบริษัทหรือร้านค้า การที่ผู้บริโภคแสวงหาข้อมูลภายนอกโดยวิธีนี้ สิ่งที่น่าสังเกตควรทำก็คือการโฆษณาอยู่ในสมุดหน้าเหลือง เพราะถ้าหากผู้บริโภคต้องการแสวงหาด้วยการโทรศัพท์ไปตรวจสอบแต่เราไม่มีหมายเลขโทรศัพท์อยู่ในสมุดหน้าเหลือง เราก็หมดโอกาสในเรื่องนี้ ขณะเดียวกันทางบริษัทก็ต้องฝึกฝนพนักงานรับโทรศัพท์ พนักงานฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ การตอบคำถามต่าง ๆ เหล่านี้จะต้องชัดเจน แจ่มแจ้ง

(4) การขอพบพนักงานขาย เมื่อผู้บริโภคไม่พอใจสินค้าที่ตัวเองจำได้ก็อยากจะได้ข้อมูลจากสินค้าอื่น ๆ ที่ตัวเองไม่เคยรู้จัก ก็อาจจะติดต่อพนักงานเพื่อให้มาพบให้มานำเสนอขายสินค้า ดังนั้นพนักงานขายจึงต้องมีอย่างเพียงพอ และมีประสิทธิภาพ สามารถจะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าได้ทันทั่วทั้ง

(5) การไต่ถามจากผู้ที่เคยใช้สินค้าแล้วในกรณีดังกล่าวนี้นั้นเราจะต้องมีสินค้าที่ดีเป็นที่ประทับใจของผู้ที่เคยใช้ เพราะเมื่อมีผู้บริโภคที่ต้องการอยากจะใช้สินค้าไปสอบถามผู้ที่เคยใช้แล้วเราหวังว่าเราจะได้คำชมที่ดีจากผู้ที่เคยใช้สินค้านั้นแล้ว เพื่อเป็นการแนะนำให้ผู้ที่กำลังแสวงหาทางเลือกใช้สินค้าของเรา หลังจากที่ได้แสวงหาด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง หรือหลายวิธีข้างต้นแล้ว ผู้บริโภคก็จะดำเนินการขั้นตอนต่อไปในกระบวนการการตัดสินใจ นั่นก็คือการประเมินทางเลือก

การประเมินทางเลือก (Evaluation)

ผู้บริโภคได้รับรู้สินค้าน้อยต่าง ๆ แล้ว ก็จะนำมาประเมินว่า สินค้าใดดีกว่ากันในแง่ใด ความสำคัญในขั้นตอนนี้ก็คือ เราต้องให้จุดเด่นของสินค้าของเรา (Feature) ตรงกับมาตรการ (Criteria) การที่เราไม่ศึกษามาตรการในการตัดสินใจของผู้บริโภคแล้วสร้างจุดเด่นตามใจเรานั้น โอกาสในการจะได้รับเลือกก็จะยากขึ้น การขายก็จะยากขึ้น เพราะจะต้องไปเปลี่ยนใจผู้บริโภคให้เปลี่ยนมาตรการในการเลือกซื้อเพื่อสอดคล้องกับจุดเด่นที่เรามี เมื่อผู้บริโภคได้พิจารณาแล้วก็จะถึงขั้นตอนถัดไป ก็คือการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ (Decision making)

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเฉื่อยในการตัดสินใจ ทั้งนี้ทั้งนั้นก็เพราะเหตุว่าในการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อนั้นเขาต้องเสี่ยงว่าสินค้าที่เขาซื้อจะดีเหมือนคำโฆษณาหรือไม่ จะมีคุณภาพคุ้มค่าราคาที่เขายจ่ายไปหรือไม่ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะติดอยู่กับสินค้าที่ตัวเองมีความเคยชิน ดังนั้นสินค้าใหม่ ๆ ที่จะนำเสนอตัวเองแก่ผู้บริโภคนั้นต้องหาหนทางในการจะเร่งรัดให้ผู้บริโภคเปลี่ยนใจ และตัดสินใจซื้อสินค้าของตัวเอง วิธีการเร่งรัดการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคนั้นมีมากมายหลายวิธี วิธีการกระตุ้นการตัดสินใจ (How to activate decision making) มีดังนี้

(1) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ถ้าสินค้าของเราไม่มีความแตกต่างจากสินค้าอื่น ผู้บริโภคย่อมตัดสินใจลำบาก แต่ถ้าสินค้าของเรานั้นมีความเด่นชัด มีลักษณะเฉพาะตัวไม่เหมือนใคร การตัดสินใจก็จะเร็วขึ้น ตัวอย่างเช่น ทำให้สินค้าของตัวเองแตกต่างจากคู่แข่งได้ชัดเจนที่สุด ถ้าเราสร้างความแตกต่างได้ชัดเจนเท่าไร โอกาสในการที่จะเร่งรัดในการตัดสินใจจะดีขึ้นเท่านั้น

(2) ลดอัตราการเสี่ยงในความรู้สึกของผู้บริโภค (Reduced perceived risk) ในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งผู้บริโภคนั้นจะรู้สึกมีความเสี่ยงอยู่เสมอ เสี่ยงว่าจะเสียเงินเปล่า เสี่ยงว่าจะไม่คุ้ม เสี่ยงว่าคุณภาพจะไม่ดี ดังนั้นในการที่เราจะเร่งรัดการตัดสินใจ เราต้องทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าความเสี่ยงของเขาไม่สูงนัก

มูลเหตุจูงใจซื้อทั้งทางตรงและทางอ้อม

สิ่งจูงใจ หมายถึง ภาวะที่พลังงานทางร่างกายได้รวมตัวกันขึ้น ซึ่งเป็นต้นเหตุให้บุคคลถือปฏิบัติหรือประพฤติเพื่อจะไปสู่จุดหมายปลายทาง

มูลเหตุจูงใจซื้อเพื่อสนองความต้องการทางด้านร่างกาย เป็นการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อความอยู่รอด

มูลเหตุจูงใจซื้อเพื่อสนองความต้องการทางด้านจิตใจ เป็นการซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการทางด้านจิตใจ ดังนี้

1.ซื้อเพราะต้องการความปลอดภัยและความมั่นคงในชีวิต

2.ซื้อเพราะต้องการยอมรับจากสังคม

3.ซื้อเพราะต้องการความภาคภูมิใจ

4.ซื้อเพราะต้องการความสำเร็จในชีวิต

มูลเหตุจูงใจในการซื้อทางตรง เป็นสาเหตุของการซื้อเพื่อสนองความต้องการทางด้านร่างกาย

มูลเหตุจูงใจในการซื้อทางอ้อมเป็นสาเหตุของการตัดสินใจซื้อเพื่อสนองความต้องการทางด้านจิตใจ

การกระตุ้นมูลเหตุจูงใจ

1. ความเข้มข้นของเหตุจริงใจ

2. แรงกระตุ้นหรือสิ่งบอกเหตุ

มูลเหตุจริงใจกับนักการตลาด

การศึกษาเรื่องเหตุจริงใจ พอสรุปได้ดังนี้

1. ผู้บริโภคเกิดความไม่สมดุลภายหลังการซื้อ

2. การลดความเสี่ยงในการซื้อ

3. มูลเหตุจริงใจซื้อด้วยความต้องการความภาคภูมิใจ

4. การซื้อของผู้บริโภคและความเข้าใจในตนเอง

สภาวะที่ผันแปรของการจริงใจ

มูลเหตุจริงใจของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงเนื่องจาก

1. ความต้องการและเป้าหมายมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพราะสาเหตุดังนี้

1.1 มนุษย์มีความต้องการตลอดเวลา

1.2 มนุษย์เกิดความต้องการใหม่

1.3 ความสำเร็จและความล้มเหลวมีอิทธิพลต่อเป้าหมาย

1.4 เป้าหมายทดแทน

1.5 ความล้มเหลว

2.6.3. อิทธิพลของสังคมและวัฒนธรรมที่มีต่อการซื้อ

อิทธิพลของสังคมและวัฒนธรรมที่มีต่อการซื้อวัฒนธรรม (Culture) เป็นรูปแบบของการดำเนินชีวิตที่มนุษย์ได้เรียนรู้แล้วนำมาปฏิบัติ ถ่ายทอดจากยุคหนึ่งไปสู่อีกยุคหนึ่ง และสามารถปรับให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงได้

คุณสมบัติของวัฒนธรรม มีดังนี้

1. วัฒนธรรมเป็นแนวทางของการปฏิบัติ

2. วัฒนธรรมได้มาจากการเรียนรู้

3. วัฒนธรรมเป็นกระบวนการอบรมให้มนุษย์รู้จักระเบียบของสังคม

4. การปฏิบัติต่อบุคคลที่ได้มาจากการเรียนรู้เป็นเรื่องเกี่ยวกับค่านิยม

5. วัฒนธรรมอำนวยความสะดวกในการแก้ปัญหา

6. คุณสมบัติอื่น ๆ ได้แก่ วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น จึงไม่มีกลุ่มของสัตว์องค์ประกอบของวัฒนธรรม

1. วิสัยทัศน์อันสูงส่ง

2. ความสัมพันธ์ของสมาชิกในสังคม

3. อุปกรณ์เครื่องใช้

4. เรื่องราวและตำนาน
5. ภาษา หรือ คำพูดที่ใช้สื่อสารกันจะแฝงวัฒนธรรมเอาไว้ด้วย
6. แก่นสารของสังคม
7. กิริยามารยาท
8. ประเพณีและวัฒนธรรม
9. ธรรมเนียมปฏิบัติ
10. หลักคิด

2.6.4. เกณฑ์การประเมินของผู้บริโภค

เกณฑ์หรือมาตรการที่ผู้บริโภคใช้ประเมินก่อนการตัดสินใจซื้อ

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน แบ่งออกเป็น

1. เกณฑ์ที่สามารถวัดได้ชัดเจน เป็นสิ่งที่มองเห็นเป็นรูปธรรม
2. เกณฑ์ที่ไม่สามารถวัดได้ชัดเจน เป็นสิ่งที่อยู่ในความนึกคิดไม่สามารถมองเห็นได้

เกณฑ์พื้นฐานที่เป็นตัวกำหนดการประเมินของผู้บริโภค

เกณฑ์พื้นฐานที่ผู้บริโภคใช้เป็นมาตรการในการตัดสินใจซื้อ มาจากลักษณะนิสัยทำทาง และข้อมูลที่เกิดขึ้นสะสมรวมกับประสบการณ์ซึ่งฝังแน่นอยู่ภายในและจะถูกดึงออกมาใช้เมื่อจะตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยทางสังคมที่เป็นตัวกำหนดเกณฑ์การประเมินของผู้บริโภค

ปัจจัยทางสังคมในที่นี้หมายถึง ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ บุคคลเหล่านี้ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง และ ครอบครัว

ลักษณะของเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน

1. ความเข้มข้นของเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน
2. จำนวนเกณฑ์ที่ใช้
3. ความสำคัญของเกณฑ์

ชนิดของเกณฑ์ที่ใช้ประเมิน

เกณฑ์ส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคนำมาพิจารณา ได้แก่

1. ราสินค้า
2. ราคา
3. อื่น ๆ

การเปลี่ยนเกณฑ์ในการประเมิน

วิธีการเปลี่ยนเกณฑ์ในการประเมินของผู้บริโภค ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์

2. การโฆษณา

3. การขายโดยพนักงานขาย

2.6.5. พฤติกรรมผู้บริโภคกับการธุรกิจ

ธุรกิจกับผู้บริโภค

ธุรกิจกับผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กันโดยตรง จึงต้องมีประสบการณ์กันอย่างสมบูรณ์ แต่ที่ผ่านมามีการประสานความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภคขาดความสมบูรณ์เนื่องจาก

1. กิจกรรมซื้อขายที่เห็นเป็นเพียงขั้นตอนสุดท้าย

2. การติดต่อสื่อสาร ธุรกิจจะต้องพยายามสื่อสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคได้รับทราบให้มากที่สุด

2.6.6. เป้าหมายของธุรกิจและเป้าหมายของผู้บริโภค

เป้าหมายของผู้บริโภค คือ ต้องการหาสิ่งสามารถสนองความต้องการด้านต่าง ๆ ของเขาได้ ส่วนเป้าหมายของธุรกิจ คือ ต้องการหากำไรสูงสุด แต่ทั้งนี้ ธุรกิจจะต้องทำให้บรรลุเป้าหมายประการแรก คือ ต้องบริการให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจเสียก่อน จึงจะสามารถบรรลุเป้าหมายด้านกำไรสูงสุดได้

ปัญหาของธุรกิจที่เกิดจากสภาพแวดล้อม

1. ข้อจำกัดที่เป็นสภาพแวดล้อมทางวัตถุ
2. ข้อจำกัดที่เป็นสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ
3. ข้อจำกัดที่เป็นสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ
4. ข้อจำกัดของอิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรม
5. ข้อจำกัดที่เกี่ยวกับลักษณะนิสัยของตัวบุคคล
6. ข้อจำกัดที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ

ผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ใหม่

เมื่อธุรกิจมี ผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดมักต้องการที่จะให้ผลิตภัณฑ์นั้นเข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็วเพื่อหนีคู่แข่งและลดต้นทุนในการพัฒนาตลาด

2.6.7. ความหมายของผลิตภัณฑ์ใหม่

ผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีผลทำให้ลักษณะการอุปโภคบริโภคที่เป็นอยู่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม แบ่งออกเป็น 3 ประเภท

1. ประเภทที่มีการคิดค้นใหม่ตลอดเวลา
 2. ประเภทที่มีการคิดค้นใหม่เป็นครั้งคราว
 3. ประเภทที่มีการคิดค้นสิ่งใหม่ออกมานาน ๆ ครั้ง
- การเข้าใจและการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค

ปัจจัยที่จะช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจและยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ มีดังนี้

1. การมีข้อดีมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เก่า
2. ความสอดคล้องกับความเข้าใจของผู้บริโภค
3. ความสลับซับซ้อนของสิ่งที่คิดค้นใหม่
4. ความสามารถแบ่งเป็นส่วนย่อยได้
5. ความสามารถที่จะถ่ายทอดเป็นข้อมูลไปยังบุคคลอื่น

2.6.8. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

การบริโภคเป็นกิจกรรมสุดท้ายของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ กล่าวคือ เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการตอบสนองหรือบำบัดความต้องการให้กับหน่วย เศรษฐกิจต่างๆ ของระบบ เศรษฐกิจ ทั้งครัวเรือน ธุรกิจ และรัฐบาล เนื่องจากทุกๆ หน่วยจำเป็นต้องได้รับสินค้าและบริการ มาอุปโภคบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการด้วยกันทั้งสิ้น

2.6.9. ความหมายของการบริโภค

การบริโภคในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึงการใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ รวมถึงการนำสินค้าและบริการมาใช้ประโยชน์เพื่อการผลิตเป็นสินค้าและบริการอื่นๆ การบริโภคไม่ได้หมายความว่ามีการรับประทานอาหารอย่างที่คนทั่วไปเข้าใจแต่เพียงอย่างเดียว การใช้สินค้าอื่นๆ และการใช้บริการอย่างใดอย่างหนึ่งก็คือการบริโภคด้วยเช่นกัน เช่น การไปพบแพทย์เมื่อยามเจ็บป่วย การพักโรงแรม การท่องเที่ยว การขนส่ง การประกันภัย ฯลฯ จึงสรุปได้ว่าการกระทำทั้งหลายอันทำให้สินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งสิ้นเปลืองไปเพื่อเป็นประโยชน์แก่มนุษย์ ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม ถือเป็นการบริโภคทั้งสิ้น

ประเภทของการบริโภค

การแบ่งประเภทของการบริโภคตามลักษณะของสินค้าสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. การบริโภคสินค้าไม่คงทน (nondurable goods consumption) คือการบริโภคสิ่งของชนิดใดชนิดหนึ่งแล้วสิ่งของชนิดนั้นจะสิ้นเปลืองหรือใช้หมดไป การบริโภคลักษณะนี้เรียกว่า destruction เช่น การบริโภคน้ำ อาหาร ยารักษาโรค น้ำมันเชื้อเพลิง ฯลฯ

2. การบริโภคสินค้าคงทน (durable goods consumption) คือการบริโภคสิ่งของอย่างใดอย่างหนึ่งโดยสิ่งของนั้นยังคงใช้ได้อีก การบริโภคลักษณะนี้เรียกว่า diminution เช่น การอาศัยบ้านเรือน การใช้รถยนต์ พัดลม โทรทัศน์ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าสินค้าคงทนเหล่านี้จะใช้แล้วไม่หมดไปในทีเดียว แต่ก็ค่อยๆ สึกหรอไป จนในที่สุดจะไม่สามารถนำมาใช้ได้อีก

ปัจจัยที่ใช้กำหนดการบริโภค

ถึงแม้ว่าความต้องการบริโภคสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคแต่ละรายจะมีความแตกต่างกัน แต่ก็พอจะสรุปได้ว่าตัวกำหนดการบริโภคหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการโดยรวมมีดังนี้

1. รายได้ของผู้บริโภค ระดับรายได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้มากจะบริโภคมาก ถ้ามีรายได้น้อยก็จะบริโภคน้อย เช่น สมมติว่าเดิมนายขจรมีรายได้เดือนละ 5,000 บาท และนายขจรจะใช้รายได้ไปในการบริโภคร้อยละ 70 เก็บออมร้อยละ 30 เพราะฉะนั้นนายขจรจะใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเป็นเงินเท่ากับ 3,500 บาท ต่อมาถ้านายขจรมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็นเดือนละ 8,000 บาท และนายขจรรยังคงรักษาระดับการบริโภคในอัตราเดิม คือบริโภคในอัตราร้อยละ 70 ของรายได้ที่ได้รับ นายขจรจะใช้จ่ายในการบริโภคเพิ่มขึ้นเป็น 5,600 บาท ในทางกลับกัน ถ้านายขจรมีรายได้ลดลงเหลือเพียงเดือนละ 3,000 บาท นายขจรจะใช้จ่ายในการบริโภคเป็นเงิน 2,100 บาท (ร้อยละ 70 ของรายได้) จะเห็นได้ว่าระดับรายได้เป็นปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อระดับของการบริโภค

2. ราคาของสินค้าและบริการ เนื่องจากระดับราคาของสินค้าและบริการเป็นตัวกำหนดอำนาจซื้อของเงินที่มีอยู่ในมือของผู้บริโภค นั่นคือ ถ้าราคาของสินค้าหรือบริการสูงขึ้นจะทำให้อำนาจซื้อของเงินลดลง ส่งผลให้ผู้บริโภคบริโภคสินค้าหรือบริการได้น้อยลง เนื่องจากเงินจำนวนเท่าเดิมซื้อหาสินค้าหรือบริการได้น้อยลง ในทางกลับกัน ถ้าราคาของสินค้าหรือบริการลดลงอำนาจซื้อของเงินจะเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าหรือบริการได้มากขึ้นด้วยเหตุผลทำนองเดียวกันกับข้างต้น

3. ปริมาณเงินหมุนเวียนที่อยู่ในมือ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีเงินหมุนเวียนอยู่ในมือมากจะสนใจให้ผู้บริโภคบริโภคมากขึ้น และถ้ามีเงินหมุนเวียนอยู่ในมือน้อยก็จะบริโภคได้น้อยลง

4. ปริมาณของสินค้าในตลาด ถ้าสินค้าหรือบริการในท้องตลาดมีปริมาณมาก ผู้บริโภคจะมีโอกาสในการจับจ่ายใช้สอยหรือบริโภคได้มาก ในทางกลับกัน ถ้ามีน้อยก็จะบริโภคได้น้อยตาม

5. การคาดคะเนราคาของสินค้าหรือบริการในอนาคต จะมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคคาดว่าในอนาคตราคาของสินค้าหรือบริการจะสูงขึ้น ผู้บริโภคจะเพิ่มการบริโภคในปัจจุบัน (ลดการบริโภคในอนาคต) ตรงกันข้าม ถ้าคาดว่าราคาของสินค้าหรือบริการจะลดลงผู้บริโภคจะลดการบริโภคในปัจจุบันลง (เพิ่มการบริโภคในอนาคต) จะเห็นได้ว่าการคาดคะเนราคาของสินค้าหรือบริการในอนาคตจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการตัดสินใจเลือกบริโภคหรือระดับการบริโภคในปัจจุบัน และจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจเลือกบริโภคหรือระดับการบริโภคในอนาคต

6. ระบบการค้าและการชำระเงิน เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่กำหนดการตัดสินใจในการเลือกบริโภคของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าเป็นระบบการซื้อขายด้วยเงินผ่อน ดาวน์ต่ำ ผ่อนระยะยาว

จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการบริโภคให้กับผู้บริโภคมากขึ้น นั่นคือ ผู้บริโภคสามารถบริโภคโดยไม่ต้องชำระเงินในงวดเดียว มีเงินเพียงส่วนหนึ่งในการดาวน์โหลดก็สามารถซื้อสินค้าและบริการมาบริโภคได้ โดยเฉพาะสินค้าหรือบริการที่มีราคาสูง เช่น บ้าน รถยนต์ ฯลฯ ตรงกันข้าม ถ้าไม่มีระบบการขายแบบเงินผ่อน คือผู้บริโภคจะต้องชำระเงินค่าสินค้าตามราคาในงวดเดียว ผู้บริโภคอาจไม่สามารถซื้อหาหรือบริโภคสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดจากงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด

(ที่มา : รองศาสตราจารย์ธงชัย สันติวงษ์ พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาดฉบับปรับปรุงใหม่, --กรุงเทพฯ : ประชุมช่าง, 308 หน้า พิมพ์ครั้งที่ 10 2546.)

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยคิดว่าข้อมูลทั้งหมดนี้เป็นประโยชน์อย่างมากกับการออกแบบผลงาน ดังนั้นผู้วิจัยจะขอเรียบเรียงและสรุปเป็นประเภทดังนี้

การออกแบบลวดลายผู้วิจัยคิดว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างมากในการออกแบบเพราะหากไม่รู้หลักการต่างๆ อาจเป็นการยากที่จะสร้างสรรค์ผลงานออกมาให้ได้

สีสันทับลวดลายผู้วิจัยเห็นว่ามีควมสำคัญมากไม่น้อยกว่าการออกแบบลวดลายเพราะลวดลายที่ดีหากสีสันทันไม่สวยงามแล้วลวดลายก็อาจไม่มีความสวยงามได้ ดังนั้นการใช้สีในลวดลายจึงจำเป็นอย่างขาดไม่ได้

เทคนิคการเพ้นท์ผ้าในการทำโครงการครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้เทคนิคการสร้างลวดลายจากการเพ้นท์ผ้าความรู้เรื่องเทคนิคการเพ้นท์ผ้าจึงเป็นประโยชน์ในการสร้างสรรค์ผลงานให้ดียิ่งขึ้น

เรื่องไหมหูกกระรอกที่ศึกษาเป็นประโยชน์ในด้านการเพ้นท์เพราะทำให้ทราบถึงลักษณะพื้นผิวของผ้าเพื่อจะได้เลือกใช้ชนิดสีอย่างเหมาะสม

ความรู้เกี่ยวกับจังหวัดนครราชสีมาในการทำโครงการข้อมูลนี้จะขาดไม่ได้เลยเพราะเป็นการทำงานเพื่อสื่อถึงจังหวัดนครราชสีมา

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย เป็นสิ่งที่ไม่แพ้กันเพราะการออกแบบเชิงพาณิชย์สิ่งที่สำคัญที่สุดคือกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภค ดังนั้นการศึกษากลุ่มผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินงานและรวบรวมข้อมูลของโครงการ ผู้วิจัยได้ดำเนินงานตามขั้นตอน การดำเนินการวิจัยดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาเอกสารและรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งประเภทดังนี้

1. ศึกษาภาคเอกสารคือ

ข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการและหนังสืออ้างอิงกับงานวิจัย ได้แก่

- 1.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบลวดลาย
- 1.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสีสันทับลวดลาย
- 1.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเทคนิคการเพ้นท์ผ้า
- 1.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับไหมหางกระรอก
- 1.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับจังหวัดนครราชสีมา
- 1.6 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย

2. การศึกษาจากการลงพื้นที่จริง และบันทึกภาพ



ภาพที่ 72 (แสดงการศึกษจากการลงพื้นที่จริง และบันทึกภาพ)

ขั้นที่ 2 กำหนดประชากร

ประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดในการทำโครงการครั้งนี้เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ 2 ท่าน และนักออกแบบ 1 ท่าน รวมถึง กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 50 คน หลังจากที่ได้ทำการแจกและชี้แจงให้ผู้ทำแบบสอบถามได้เข้าใจแล้วจึงขอเก็บแบบสอบถาม

ขั้นที่ 3 สร้างเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เขียนแบบสอบถามขึ้นมา เพื่อเป็นข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพ 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการออกแบบ 5 ข้อ

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยให้กลุ่มเป้าหมายตอบแบบสอบถามแล้วขอกลับคืนทันทีใช้เวลา รวบรวมข้อมูลทั้งหมด 10 วัน

ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าความถี่คิดเป็นร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง

ขั้นที่ 5 สรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลวิเคราะห์จากตารางวิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำเสนอแนวทางที่ได้มาทำการออกแบบ

ขั้นที่ 6 พัฒนาการออกแบบ

พัฒนาและปรับปรุงแก้ไขในการออกแบบ

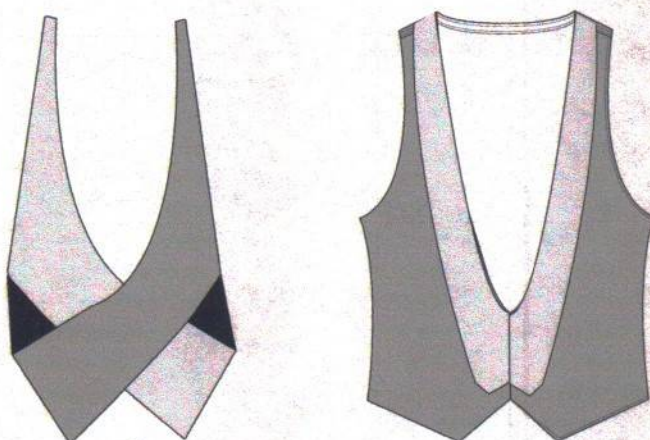


ภาพที่ 73 (แสดงการออกแบบลวดลาย)

ขั้นที่ 7 จัดทำ ART WORK เพื่อการ Present ผลงาน

ART WORK เพื่อการผลิตในการพิมพ์ Present

ขั้นที่ 8 สร้างหุ่นจำลองเพื่อการศึกษารูปแบบภายนอก
สร้างหุ่นจำลองเพื่อการศึกษาารูปแบบ



ภาพที่ 74 (แสดงแบบจำลองรูปแบบภายนอก)

ขั้นที่ 9 สร้าง (PROTOTYPE) เพื่อนำเสนอผลงาน

สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเท่าจริงใช้ได้จริง



ภาพที่ 75 (แสดงแบบจำลองรูปงานจริง)

ขั้นที่ 10 จัดทำภาคศิลปนิพนธ์

เรียบเรียงเนื้อหาจากงานวิจัย ในรูปแบบเล่มศิลปนิพนธ์ต่อคณะกรรมการ จำนวน 4 เล่ม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมา เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการออกแบบลวดลายบนผ้าไหมหางกระรอกสำหรับเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมา โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่างๆเพื่อนำข้อมูลมารวบรวมสรุปและทำการวิจัย

ในที่นี้จะกล่าวถึงข้อมูลภาคสนามในด้านการสอบถามจากกลุ่มเป้าหมาย โดยได้ทำการแจกแบบสอบถามเป็นจำนวน 50 ชุด ซึ่งแต่ละคนได้ให้ความคิดเห็นที่แตกต่างกันไปผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยสถิติวิเคราะห์หาค่าความถี่เป็นร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียงตามหัวข้อดังนี้

1. ด้านสถานะภาพ
2. ด้านการออกแบบ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน (50)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	26	52
หญิง	24	48
อายุ		
5 - 20 ปี	26	52
21 - 35 ปี	10	20
36 - 50 ปี	10	20
51 - 65 ปี	4	8
การศึกษา		
ระดับ ประถมศึกษา - มัธยมศึกษา	5	10
ระดับ ปริญญาตรี	40	80
ระดับ สูงกว่าปริญญาตรี	5	10

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม(ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (50)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน – นักศึกษา	32	64
พณ. บริษัท	5	10
พณ. รัฐวิสาหกิจ	3	6
ข้าราชการ	8	16
อาชีพอิสระ	2	4

สรุปตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าสถานะของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายร้อยละ 52 เพศหญิงร้อยละ 48 มีอายุระหว่าง 5 - 20 ปีร้อยละ 52 อายุระหว่าง 21 - 35 ปีร้อยละ 20 อายุระหว่าง 36 - 50 ปีร้อยละ 20 อายุระหว่าง 51 - 65 ปีร้อยละ 8 การศึกษาระดับประถมศึกษา – มัธยมศึกษา ร้อยละ 10 ระดับปริญญาตรี ปีร้อยละ 80 ระดับสูงกว่าปริญญาตรีปีร้อยละ 10 อาชีพ นักเรียน – นักศึกษา ร้อยละ 64 พณ. บริษัทร้อยละ 10 พณ. รัฐวิสาหกิจร้อยละ 6 ข้าราชการ ร้อยละ 16 อาชีพอิสระร้อยละ 4

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับลวดลาย

รูปแบบลวดลาย	จำนวน (50)	ร้อยละ
แบบที่ 1	18	36
แบบที่ 2	25	50
แบบที่ 3	7	14

สรุปตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบลวดลาย แบบที่ 1 ร้อยละ 36 แบบที่ 2 ร้อยละ 50 แบบที่ 3 ร้อยละ 14

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับตำแหน่งในการวางลายและรูปแบบเสื้อ

ตำแหน่งในการวางลายและรูปแบบเสื้อ	จำนวน (50)	ร้อยละ
เสื้อบุรุษ		
แบบที่ 1.1	3	6
แบบที่ 1.2	7	14
แบบที่ 1.3	6	12
แบบที่ 2.1	6	12
แบบที่ 2.2	21	42
แบบที่ 2.3	7	14
เสื้อสตรี		
แบบที่ 1.1	6	12
แบบที่ 1.2	13	26
แบบที่ 1.3	7	14
แบบที่ 2.1	2	4
แบบที่ 2.2	18	36
แบบที่ 2.3	4	8

สรุปตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ตำแหน่งในการวางลายและรูปแบบเสื้อ เสื้อบุรุษแบบที่ 1.1 ร้อยละ 6 แบบที่ 1.2 ร้อยละ 14 แบบที่ 1.3 ร้อยละ 12 แบบที่ 2.1 ร้อยละ 12 แบบที่ 2.2 ร้อยละ 42 แบบที่ 2.3 ร้อยละ 14 เสื้อสตรีแบบที่ 1.1 ร้อยละ 12 แบบที่ 1.2 ร้อยละ 26 แบบที่ 1.3 ร้อยละ 14 แบบที่ 2.1 ร้อยละ 4 แบบที่ 2.2 ร้อยละ 36 แบบที่ 2.3 ร้อยละ 8

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับสีเสื้อ

สีเสื้อ	จำนวน (50)	ร้อยละ
สีสด	16	32
สีหมอกหรือสีดอกเลา	24	48
สีแบบ Two tone	10	20

สรุปตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า สีที่ควรเป็นสีเสื้อ สีแสดงร้อยละ 32 สีหมอกหรือสีดอกเลาสีร้อยละ 48 แบบ Two tone ร้อยละ 20

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับการออกแบบชิ้นงานเพิ่มเติม (ตอบได้มากกว่า 1)

ออกแบบร่วมกับสิ่งอื่น	จำนวน (50)	ร้อยละ
ออกแบบร่วมกับเครื่องประดับ	23	46
ออกแบบร่วมกับบรรจุภัณฑ์	19	38
ออกแบบผลที่เกิดเมื่อสวมใส่	22	44
ผู้สวมใส่สามารถเพิ่มเติมได้เอง	9	18

สรุปตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าการออกแบบชิ้นงานเพิ่มเติม ออกแบบร่วมกับเครื่องประดับร้อยละ 46 ออกแบบร่วมกับบรรจุภัณฑ์ร้อยละ 38 ออกแบบผลที่เกิดเมื่อสวมใส่ร้อยละ 44 ผู้สวมใส่สามารถเพิ่มเติมได้เองร้อยละ 18

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับความเหมาะสมในการจัดทำ

ความเหมาะสมในการจัดทำ	จำนวน (50)	ร้อยละ
เหมาะสมดี	50	100
ไม่เหมาะสม	0	0

สรุปตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ความเหมาะสมในการจัดทำ เหมาะสมดีร้อยละ 100 ไม่เหมาะสมร้อยละ 0

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้

1. ในด้านสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มากกว่าเพศหญิง มีอายุ 5 - 20 ปี เป็นส่วนใหญ่
2. ในด้านการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 80
3. ในด้านอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นนักศึกษา ร้อยละ 64
4. ในด้านลวดลาย ลวดลายที่เหมาะสมที่สุด คือ ลายแบบที่ 2 ร้อยละ 50
5. ในด้านตำแหน่งในการวางลายและรูปแบบเสื้อที่เหมาะสม คือ เสื้อบุรุษแบบที่ 2.2 ร้อยละ 42 เสื้อสตรีแบบที่ 2.2 ร้อยละ 36
6. ในด้านสีเสื้อที่มีความเหมาะสม คือ สีหมอกหรือสีดอกเลา ร้อยละ 48
7. ในด้านการออกแบบชิ้นงานเพิ่มเติม คือออกแบบร่วมกับเครื่องประดับ ร้อยละ 46
8. ในด้านความเหมาะสมในการจัดทำเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมา เหมาะสมดี ร้อยละ 100 ไม่เหมาะสมดี ร้อยละ 0

ข้อเสนอแนะ

รูปแบบเสื้อควรปรับให้เหมาะสมกับเอกลักษณ์ของจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย สามารถนำผลที่ได้ไปทำการพัฒนาต่อ ได้ปัญหาในการรวบรวมข้อมูล คือ ในแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งและรูปแบบเสื้อมีตัวเลือกหลายข้อทำให้ผู้ทำแบบสอบถามสับสนไม่เข้าใจในการกรอกแบบสอบถามผู้วิจัยจึงต้องอธิบายวิธีการกรอกทำให้มีความล่าช้าในการดำเนินงาน

รายการอ้างอิง

- กษภักดิ์ ศรีสกุลธรรม ศิลปะและเทคนิค การเพ้นท์ด้วยสีอะคริลิก. กรุงเทพฯ : แสงศิลป์การพิมพ์, 2551
- เทศบาลนครราชสีมา. เอกสารประกอบการบรรยายสรุปจังหวัดนครราชสีมา. 2551
- ธงชัย สันติวงษ์ พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาดฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ : สหประชาพาณิชย์, 2546
- พินาณิน สาริยา. การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2549
- อ้อยทิพย์ พลศรี. การออกแบบลวดลาย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2545

ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์สำนักงานวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดังกล่าว



ผลงานการออกแบบ

ลิขสิทธิ์สำนักงานวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา





ภาพที่ 76 (แสดงผลงานการออกแบบ)

แบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์สำนักงานวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดังกล่าว



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (ศิลปินพันธ์)
(สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และกลุ่มเป้าหมาย)
โปรแกรมวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

เรื่อง โครงการออกแบบเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมาโดยใช้ผ้าไหมหางกระรอก

Subject Project design "vest, of Nakhon Ratchasima province. Hangkarock" silk f

เสนอโดย นางสาวกิตติยาดี วีระพงษ์ โปรแกรมออกแบบนิเทศศิลป์
 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

คำชี้แจง 1. แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบความเห็นแนวทางในการ
 ออกแบบ

2. โปรดขีดเครื่องหมายถูกลงในช่อง (✓) หน้าข้อความที่ต้องการ

3. คำตอบทุกคำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานะภาพ

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() 5 – 20 () 21 – 35

() 36 – 50 () 51 – 65

3. การศึกษา

() ประถม – มัธยมศึกษา () ระดับปริญญาตรี

() สูงกว่าระดับปริญญาตรี

4. อาชีพ

() นักเรียน นักศึกษา () พนักงานบริษัท

() พนักงานรัฐวิสาหกิจ () ข้าราชการ

() อาชีพอิสระ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการออกแบบ

1. ท่านคิดว่าในการออกแบบลวดลายที่ได้แรงบันดาลใจจากดอกสารภี ลวดลายใดที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุดสำหรับโครงการออกแบบลวดลายบนผืนผ้าไหมทางกระรอกสำหรับเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมา (กรุณาเลือก 1 คำตอบ)

(ดอกสารภีพันธุ์ไม้พระราชทานเพื่อปลูกเป็นมงคลของจังหวัดนครราชสีมา)



() ลายที่ 1.

() ลายที่ 2.

() ลายที่ 3.

2. ท่านคิดว่าเมื่อนำลวดลายที่ได้ มาประกอบกับตัวเสื้อ ควรจะมีรูปแบบและการจัดวาง ลวดลายในลักษณะใดจึงจะเหมาะสมสวยงามที่สุด (โดยยกตัวอย่างจากลายอื่น)

* กรุณาเลือกคำตอบประเภทละ 1. คำตอบ

ประเภทเสื้อบุรุษ

รูปแบบเสื้อแบบที่ 1



() วางลายแบบที่ 1

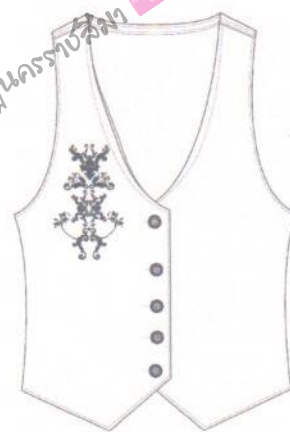
รูปแบบเสื้อแบบที่ 2



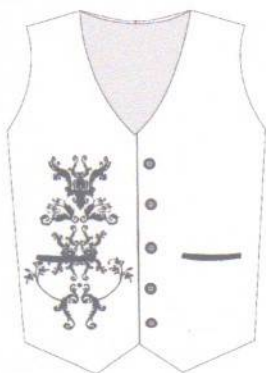
() วางลายแบบที่ 1



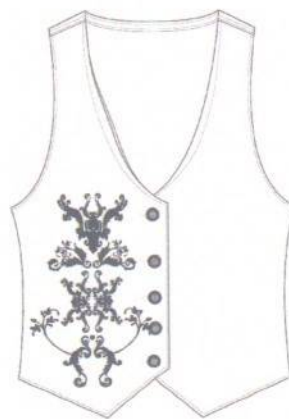
วางลายแบบที่ 2



() วางลายแบบที่ 2



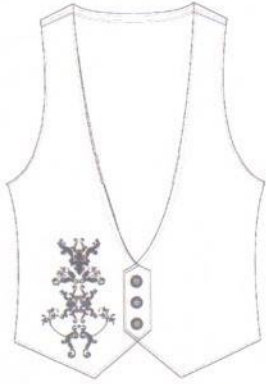
() วางลายแบบที่ 3



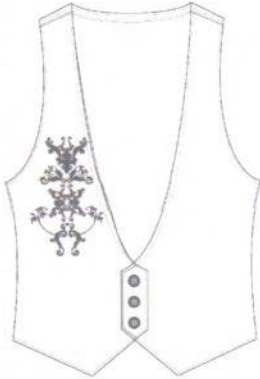
() วางลายแบบที่ 3

* กรุณาเลือกคำตอบประเภทละ 1. คำตอบ
ประเภทเสื้อสตรี

รูปแบบเสื้อแบบที่ 1



() วางลายแบบที่ 1



() วางลายแบบที่ 2



() วางลายแบบที่ 3

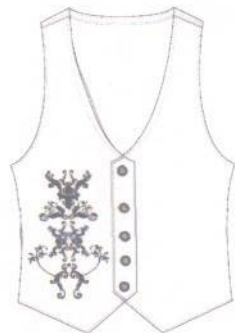
รูปแบบเสื้อแบบที่ 2



() วางลายแบบที่ 1



() วางลายแบบที่ 2



() วางลายแบบที่ 3

ลิขสิทธิ์สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

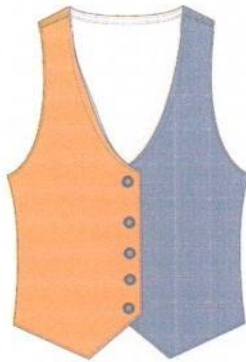
3. ท่านคิดว่าผ้าไหมหางกระรอกสีใดเหมาะสมที่สุดสำหรับโครงการออกแบบลวดลายบนผืนผ้าไหมหางกระรอกสำหรับเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมา (กรุณาเลือก 1 คำตอบ)



() สีแสด (สีประจำจังหวัดนครราชสีมา)



() สีหมอกสีดอกเลา (สีของชนแม่วโคราช)



() ทั้งสองสี (two-tone)

ลิขสิทธิ์สำนักงานวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



4. ท่านคิดว่าผลงานจากโครงการออกแบบลดลายบนผืนผ้าไหมหางกระรอกสำหรับเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมาอาจ มีการออกแบบร่วมกับสิ่งใดต่อไปนี้ จึงจะเหมาะสมและเพียงพอต่อการบอกเล่าเรื่องราวเอกลักษณ์ของจังหวัดนครราชสีมาได้มากที่สุด(ตอบได้มากกว่า 1. ข้อ)
- () ออกแบบร่วมกับเครื่องประดับ
- () ออกแบบร่วมกับบรรจุภัณฑ์
- () ออกแบบให้มีส่วนร่วมกับ ผู้สวมใส่โดยตรง เช่น รูปแบบการสวมใส่ หรือ ผลที่เกิดขึ้นเมื่อสวมใส่ (Function) เป็นต้น
- () ผู้สวมใส่สามารถสร้างสรรค์ตกแต่งเพิ่มเติมตามความคิดของตนเอง
5. ท่านคิดว่าโครงการออกแบบลดลายบนผืนผ้าไหมหางกระรอกสำหรับเสื้อประจำจังหวัดนครราชสีมา มีความเหมาะสมหรือไม่
- () เหมาะสมดี
- () ไม่เหมาะสม(ข้อเสนอนะ).....
-
-
-
-
-

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม (ขอความอนุเคราะห์ในการกรอกข้อมูล ขอบพระคุณค่ะ)

ชื่อ..... หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ.....

ที่อยู่/สถานที่ทำงาน.....

ตำแหน่ง/งานที่รับผิดชอบ.....

ประวัติผู้เขียนศิลปนิพนธ์

ชื่อ กิตติyawadi วีระพงษ์
 Miss Kittiyawadee Weerapong
 เกิดวันที่ 04 พฤศจิกายน 2530
 สถานที่ติดต่อ 47 ม. 18 ต.ตะคุ อ.ปทุมราช จ.นครราชสีมา 30150
 เบอร์โทรศัพท์ (+66) 8 - 07820110

การศึกษา

ประถมศึกษา โรงเรียนบ้านเมืองปทุมราชคคี
 มัธยมศึกษา โรงเรียนสุรธรรมพิทักษ์
 ปวช. วิทยาลัยอาชีวศึกษานครราชสีมา
 ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
 โปรแกรมวิชาออกแบบนิเทศศิลป์

แนวความคิดที่มาแรงจูงใจวัตถุประสงค์ในการออกแบบผลงานศิลปนิพนธ์

แนวความคิดแรงจูงใจของผลงานศิลปนิพนธ์นี้ ได้มาจากการที่ปัจจุบันสื่อ
 ประจําจังหวัดนครราชสีมาที่มีอยู่เดิมนั้นจะเป็นลักษณะที่หน่วยงานต่างๆ ออกแบบ
 ตามแต่ละหน่วยงานนั้นๆ ซึ่งขาดความเป็นเอกภาพ และบางแบบไม่ได้สื่อความหมาย
 ของความเป็นจังหวัดนครราชสีมา ดังนั้นผู้วิจัยจึงอยากจะนำเสนอเอกลักษณ์ของจังหวัด
 นครราชสีมาผ่านทางผ้าไหมทางกระรอก แต่การนำผ้าไหมมาทำผลงานนั้นอาจมีความ
 จำกัดในเรื่องของรสนิยมของผู้สวมใส่บางท่านอาจคิดว่า ผ้าไหมผู้สวมใส่จำเป็นต้องเป็นผู้
 ที่อยู่ในวัยทำงานขึ้นไป ผู้วิจัยจึงอยากทำให้ผ้าไหมไทยสามารถสวมใส่ได้ทุกวัย โดยทำ
 การออกแบบโดยคำนึงถึงความเป็นจังหวัดนครราชสีมา และสามารถทำให้
 กลุ่มเป้าหมายของตลาดผ้าไหมขยายตัวออกไปสู่กลุ่มเด็กและกลุ่มวัยรุ่น

