วารสารคหเศรษฐศาสตร์ ปีที่ 66 ฉบับที่ 1 (2566)
JOURAL OF HOME ECONOMIC VoL 66 No.1
ISSN 0857 – 1384

การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู

อ้อยใจ เลิศล้ำ[1], ชฎาพร จันทร์พันธ์[2]*, สุภาพร ตาไข[3], อารยา อติโรจน์[4], รวินพัทธ์ กีรติพัฒน์ธำรง[5]

The development of ready-to-wear casual clothes from tie-dye fabrics Case study: Indy Blue Brand

Oijai Leartlam[1], Chadaporn Chanpan[2]*, Supaporn Takhai[3], Araya Atiroj[4], Rawinphat Keeratiphatthamrong[5]

[1-5]สาขาวิชาออกแบบสิ่งทอและแฟชั่น คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

[1-5]Department of Fashion and textiles, Faculty of Textiles Industriel, Rajamangala University of Technology Krungthep

* Corresponding author. E-mail address: chadaporn.c@mail.rmutk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)ศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู 2)พัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง ด้วยแบบสัมภาษณ์ชนิดไม่มีโครงสร้างและแบบสอบถามความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า แบรนด์ อินดี้ บลู โดดเด่นในด้านรูปแบบเสื้อผ้าที่มีลักษณะเรียบง่าย (Simple), มินิมอล (Minimal), เฟมมะนิน (Feminine) ผสมผสานกับลวดลายมัดย้อม โดยใช้วัตถุดิบที่สวมใส่สบาย ใช้กระบวนการย้อมสีจากวัสดุธรรมชาติ ด้านการออกแบบยังไม่โดดเด่นมากนักเนื่องจากเน้นดูรูปแบบจากอินเตอร์เน็ตและประยุกต์กับลักษณะเสื้อผ้าที่ขายได้ดีของแบรนด์ ช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบันเป็นการออกงานขายในกิจกรรมของห้างสรรพสินค้า ในอนาคตจะมุ่งเน้นขายสินค้าในช่อง Online เพิ่มขึ้น จึงมีความต้องการในการพัฒนาด้านรูปแบบเสื้อผ้าเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จจากผ้ามัดย้อม แบรนด์ อินดี้ บลู ในระดับมากที่สุด สามลำดับแรก คือ การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป ชุดที่ 4 ค่าเฉลี่ย = 4.53 การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป ชุดที่ 2 ค่าเฉลี่ย= 4.45 และการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป ชุดที่1 ค่าเฉลี่ย = 4.43 และมีความพึงพอใจต่อลวดลายมัดย้อมลายเอกลักษณ์ แบรนด์ อินดี้ บลู ลวดลายที่ 2 มากที่สุด ถึงร้อยละ 41.00 รองลงมา คือ ลวดลายมัดย้อมลายเอกลักษณ์ แบรนด์ อินดี้ บลู ลวดลายที่ 4 ร้อยละ 34.00 และ ลวดลายมัดย้อมลายเอกลักษณ์ แบรนด์ อินดี้ บลู ลวดลายที่ 1 ร้อยละ 27.00

คำสำคัญ: การออกแบบ, เสื้อผ้าลำลอง, เสื้อผ้าสำเร็จรูป, ผ้ามัดย้อม

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study the current situation and the need for developing ready-to-wear casual wear from tie-dye fabric case study: Indy Blue brand 2) to develop of ready-to-wear casual wear from tie-dye fabric case study: Indy Blue brand. The data was collected from target groups and samples group by an unstructured interview form and a satisfaction questionnaire. Descriptive data analysis and descriptive statistics were frequency, percentage, mean and standard deviation.

The study found that the Indy Blue brand stands out for its clothing styles that are simple, Minimal and Feminine combined with tie-dye patterns, and materials that are comfortable to wear and dyeing from natural materials. The design is not very outstanding because it focuses on the patterns from the internet and applying them to the brand's best-selling clothes. The current distribution channel is sales events in department store activities. In the future, it will focus on selling more products in online channels. Therefore, there is a need to develop clothing styles in order to create a variety of products to meet the needs of more consumers. The sample group were satisfied with the development of ready-made casual clothes from Indy Blue brand tie-dye fabric at the highest level in the top three such as the development of ready-to-wear casual wear, outfit 4, mean = 4.53, the development of ready-to-wear casual wear, outfit 2, mean = 4.45 and the development of ready-to-wear casual wear, outfit 1, mean = 4.43. And their satisfaction with the unique tie-dye pattern, Indy Blue brand, pattern 2, was the highest, reaching 41.00 percent, followed by a unique tie-dye pattern, Indy Blue brand, pattern 4 showed 34.00 percent and unique tie-dye pattern, Indy Blue brand, pattern 1 showed 27.00 percent.

Key word: Design, Casual wear, Ready-to-wear, Tie-dye fabric

บทนำ

“การย้อมผ้า ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ซับซ้อนและมีความสำคัญมากเพราะกระบวนการนอกจากจะเป็นการกำหนดสีของผ้าตามวัตถุประสงค์หรือความต้องการของผู้ย้อมผ้าแล้ว ยังสามารถทำให้เกิดลวดลายตามจินตนาการได้อีกด้วย” การย้อมผ้าให้มีสีสันสวยงามเกิดขึ้นและมีวิวัฒนาการควบคู่มากับการทอผ้าของคนในสมัยโบราณ การทำผ้ามัดย้อมก็เช่นเดียวกัน ผ้าไหมหรือผ้าฝ้ายสีพื้นไม่สามารถสนองตอบต่อความต้องการด้านความงามของผู้ใช้ ฉะนั้น จึงมีการสร้างลวดลายลงบนผืนผ้าด้วยการมัดและกำหนดพื้นที่ๆ จะย้อมหรือไม่ย้อมสีเพื่อให้สีติดกับเนื้อผ้าส่วนใดหรือไม่ติด ลวดลายที่เกิดจากการบิดพันกันของผ้า ความเข้มอ่อนของสีย้อมที่ซึมเข้าสู่เนื้อผ้าได้มากน้อยไม่เท่ากัน ทำให้เกิดน้ำหนักสีเข้มอ่อนไล่โทนไม่เท่ากัน หรือแม้แต่ความบังเอิญที่สีบางสีจะซึมเข้าไปผสมกับอีกสีจนเกิดเป็นลวดลายที่ไม่เหมือนกันในแต่ละครั้ง หรือแม้แต่ความชำนาญของผู้ทำผ้ามัดย้อมที่สามารถนำเอาวัสดุอุปกรณ์มาประยุกต์เข้ากับการมัดลายเพื่อให้เกิดลวดลายรูปต่างๆ เช่น รูปดอกไม้ หรือรูปสัตว์ต่างๆ ซึ่งกรรมวิธีเหล่านี้ทำให้เกิดลักษณะเฉพาะอันโดดเด่นของผ้ามัดย้อมที่หาไม่ได้ในผ้าชนิดอื่นผ้ามัดย้อม เป็นภูมิปัญญาที่มีมายาวนานกว่า 100 ปี ในสมัยก่อนยังไม่มีการคิดค้นสีย้อมผ้าสังเคราะห์ จึงเกิดเป็นภูมิปัญญาการใช้สีจากวัสดุธรรมชาติ ตั้งแต่การสรรหาวัตถุดิบที่ต้องการ ผ่านการตัด สับ ด้วยความตั้งใจ

นวด เคี่ยว น้ำสีย้อมจนได้ที่ก่อนนำมาย้อมเครื่องนุ่งห่มให้มีสีสันสวยงาม ความมหัศจรรย์ของสีย้อมธรรมชาติ คือ สามารถนำทุกส่วนของพืช ที่มีส่วนที่เป็น ราก แก่น เปลือก ลำต้น ผล ดอก เมล็ด หรือกระทั่งใบ จากนั้นนำไปทุบ ต้ม เคี่ยวจนเกิดสี ก่อนนำมาผ้าทอสีขาวมาย้อมให้ได้สีตามต้องการ นอกจากโทนสีที่เป็นเอกลักษณ์จากธรรมชาติแล้ว เสน่ห์ของผ้ามัดย้อมยังอยู่ที่ลวดลายที่ปรากฏบนผ้า ซึ่งลวดลายเหล่านี้ล้วนเกิดจากจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ของผู้ออกแบบ มีความอิสระไม่ตายตัว เกิดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น (ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ, 2551)

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันมีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพประเทศไทยในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิดที่ 1.“ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจอัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย ซึ่งประเด็นยุทธศาสตร์ชาติดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินการของกระทรวงวัฒนธรรม ในยุทธศาสตร์กระทรวงวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติข้อที่ 2 ส่งเสริมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยกระทรวงวัฒนธรรมจะส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ และพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการทางวัฒนธรรมดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นใน 4 ลักษณะ ที่สำคัญ คือ อยู่บนพื้นฐานของความรู้และภูมิปัญญา (Knowledge Based)มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creative & Innovation) มีความโดดเด่นหรือสร้างความแตกต่าง (Differentiation) และมีตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์หรือตราสินค้า (Brand)ที่ชัดเจน ทั้งนี้ โดยเริ่มจากสินค้าและการบริการทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ 5F ซึ่งกลุ่มผ้าไทยและการออกแบบแฟชั่น (Fashion) คือหนึ่งในประเด็นที่ทางกระทรวงวัฒนธรรมให้ความสำคัญตามกรอบนโยบายและแนวทางการขับเคลื่อนงานของกระทรวงวัฒนธรรม(พอหทัย ชื่นสั้น, 2562) โดยการดำเนินงานดังกล่าวจะบูรณาการและร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนตามแนวนโยบายพลังประชารัฐ เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการดังกล่าว ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและลูกค้า (สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม, 2559)

ปัจจุบันผ้ามัดย้อม ถือเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งในประเทศไทยที่มีความนิยมอย่างมาก มีสีให้เลือกหลากหลายตามวัสดุธรรมชาติที่มีในท้องถิ่นนั้น เช่น ครามจากรากและต้นคราม สีชมพูจากแก่นฝาง สีเขียวจากใบหูกวาง สีเหลืองจากแก่นขนุน สีน้ำตาลอ่อนจากผลจาก สีดำจากลูกมะเหลือ เป็นต้น (Culture Market Thailand, 2564) และมีงานวิจัยที่พัฒนาสีย้อมธรรมชาติเพื่อเพิ่มความหลากหลายของเฉดสีธรรมชาติที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังเห็นได้จากงานของ ปรีชา มูลสิน และคณะ (2564) ที่ได้ศึกษาการย้อมสีธรรมชาติจากใบยางพารา โดยใช้สารส้ม จุนสี และสนิมเหล็กเป็นสารช่วยติด พบว่า ผ้าไหมที่ได้จากการใช้จุนสีช่วยติดจะได้สีน้ำตาลแกมเขียว และ เมื่อใช้สนิมเหล็กจะได้สีเทา นับเป็นการเพื่อทางเลือกให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ในการพัฒนาสินค้าในแบรนด์ของตนเองได้อีกทางหนึ่ง และความนิยมของผ้ามัดย้อมได้ปรากฏให้เห็นได้จากที่ คิงเพาเวอร์ (KingPower) ภายใต้โครงการ คิงพาวเวอร์ไทย เพาเวอร์ ที่สนับสนุนสินค้าพื้นเมืองของไทย และภูมิปัญญาไทยไปสู่เวทีโลก ในปี 2561 สินค้าที่ระลึกพิเศษของทีม เลสเตอร์ ซิตี้ “Indigo Collection” ที่นำเอาเสน่ห์ของ “สีคราม” และ “การมัดย้อม” มาใส่ในเสื้อยืด กระเป๋า หมวก ผ้าพันคอ และอื่น ๆ ที่จำหน่ายในร้านคิงเพาเวอร์ สาขาในไทยและสาขาเดอะซิตี้ แฟนสโตร์ แอท คิง เพาเวอร์ สเตเดียม เมืองเลสเตอร์ ประเทศอังกฤษ อีกทั้งในปี 2562 คิงเพาเวอร์ได้เปิดตัวสินค้า Ready-to-wear ภายใต้ชื่อ “Thai Natural Dye Collection” สะท้อนความงดงามของการย้อมสีธรรมชาติ โดยการพัฒนาร่วมกับทีมนักออกแบบและชุมชน 3 แห่ง ในภาคเหนือ เพื่อตอบโจทย์กับความต้องการของตลาดทั้งไทยและต่างประเทศ และแนวโน้มแฟชั่นทันสมัย ใส่ได้ทุกโอกาส (Brand Buffet, 2562) นับว่าเป็นแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งให้กับสินค้าเชิงวัฒนธรรมไทยอีกทางหนึ่ง

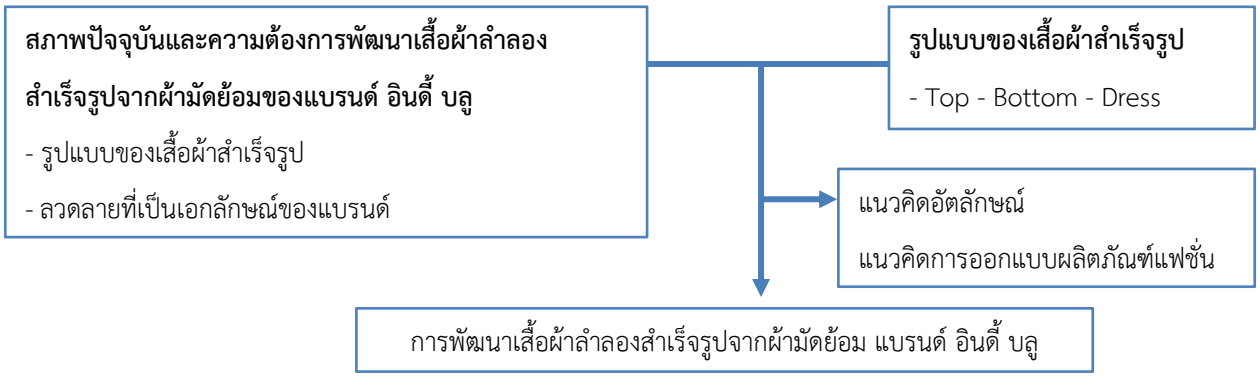
แบรนด์อินดี้ บลู เป็นแบรนด์ที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าเชิงวัฒนธรรม ที่ก่อตั้งโดยพี่น้อง ที่เรียนจบทางด้านศิลปะและมีความรักในงานศิลปะ ประเภทผ้ามัดย้อม ที่มีความเข้มแข็งด้านการออกแบบลวดลายและการมัดย้อมที่เป็นลวดลายเรขาคณิตผสมผสานกับธรรมชาติ สำหรับรูปแบบเสื้อผ้าของแบรนด์มีลักษณะเหมือนในท้องตลาดทั่วไป คือ เสื้อผ้าสตรี เสื้อผ้าเด็ก และบุรุษที่ทรงหลวม ๆ สวมใส่สบาย ไม่มีความโดดเด่น ดังนั้นจึงมีความต้องการในการพัฒนาสินค้าในแบรนด์ที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีความร่วมสมัย แปลกใหม่ การผลิตไม่ยุ่งยาก ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาสินค้าของแบรนด์ อินดี้ บลู โดย ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู เพื่อเป็นการสร้างแนวทางในการพัฒนาสินค้า และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแบรนด์ อินดี้ บลู อีกทางหนึ่งด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษาแบรนด์ อินดี้ บลู
2. เพื่อพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษาแบรนด์ อินดี้ บลู

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่การพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแบรนด์ อินดี้ บลู ดังนี้



วิธีการวิจัย

การออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปสไตล์ลำลองจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู มีวิธีการศึกษาต่อไปนี้

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าสำเร็จรูปและการมัดย้อมผ้า ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการลงพื้นที่สำรวจสภาพปัจจุบันและความต้องการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม ด้วยการสัมภาษณ์ จดบันทึก และภาพถ่าย

2. กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

2.1 กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแฟชั่น ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560) ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น มากกว่า 7 ปี ขึ้นไป จำนวน 2 คน ด้านธุรกิจแฟชั่นที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 1 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้บริโภค อายุ 18-32 ปี จำนวน 100 คน

3. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยซึ่งประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู พร้อมพัฒนาเครื่องมือโดยการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือด้วยการเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Index Item Congruent: IOC) (นิรัช สุดสังข์, 2559)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การสรุปผลด้วยการบรรยายเชิงวิเคราะห์พรรณนา

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ผล

5. ออกแบบภาพร่างเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป ตามแนวทางที่ได้วิเคราะห์ข้อมูลตามความต้องการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปของแบรนด์ อินดี้ บลู โดยการประยุกต์ใช้แนวโน้มแฟชั่นสิ่งทอพื้นถิ่นไทย Thai Textile Trend Book Spring/Summer 2023 (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2565) ได้ภาพร่างจำนวน 6 รูปแบบ และลวดลายมัดย้อมจำนวน 5 ลาย

6. ประเมินผลความพึงพอใจที่มีต่อเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม แบรนด์ อินดี้ บลู จากภาพร่างโดยกลุ่มผู้บริโภคด้วยการเก็บข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ และคัดเลือกภาพร่างรูปแบบเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด 3 ลำดับ และลวดลายมัดย้อม 3 ลำดับ เพื่อนำไปจัดทำต้นแบบเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์อินดี้ บลู

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู เพื่อนำมาวิเคราะห์หาแนวทางการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของแบรนด์

2. แบบสอบถาม เพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู โดยสอบถามแบ่งเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ลักษณะแบบสอบถามเลือกตอบ (Check list) ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์อินดี้ บลู ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การประเมิน แปลผลดังต่อไปนี้ (ธีรยุทธ พึ่งเทียร, 2543) ระดับคะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด ระดับคะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย ระดับคะแนน 2.61 – 3.40 ระดับความพึงพอใจปานกลาง ระดับคะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก และระดับคะแนน 4.21 – 5.00 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ผลการศึกษา

1. การศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู มีผลการศึกษาดังนี้ แบรนด์ อินดี้ บลู ก่อตั้งโดย 2 พี่น้อง ที่รักในงานศิลปะ เรียนจบด้านศิลปะและชื่นชอบการสร้างสรรค์ลวดลายสีสันบนผืนผ้า อัตลักษณ์ของแบรนด์อินดี้ บลู โดดเด่นในด้านรูปแบบเสื้อผ้าที่มีลักษณะเรียบง่าย (Simple), มินิมอล (Minimal), เฟมมะนิน (Feminine) ประกอบด้วย เสื้อผ้าสตรี เสื้อผ้าเด็ก และเสื้อผ้าบุรุษ ผสมผสานกับลวดลายมัดย้อม โดยใช้วัตถุดิบที่สวมใส่สบาย ใช้กระบวนการย้อมสีจากวัสดุธรรมชาติ อาทิ สีหงสบาท(สีแดงออกชมพู)จากครั่ง สีลูกจันทร์จากดอกดาวเรือง สีฟ้าจากคราม สีเขียว

ขี้ม้าจากมะเกลือ การออกแบบเสื้อผ้า ด้านการออกแบบยังไม่โดดเด่นมากนักเนื่องจากเน้นดูรูปแบบจากอินเตอร์เน็ตและประยุกต์กับลักษณะเสื้อผ้าที่ขายได้ดีของแบรนด์ และมีทีมงานฝ่ายผลิตเสื้อผ้าที่สามารถผลิตได้ตามต้องการ ช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบันเป็นการออกงานขายในงานเทศกาลต่างๆ ของห้างสรรพสินค้า และเริ่มขายสินค้าออนไลน์ (Online) ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรน่า 2019 และอนาคตมุ่งเน้นขายสินค้าในช่องทางออนไลน์ (Online) เพิ่มขึ้น จึงมีความต้องการในการพัฒนาด้านรูปแบบเสื้อผ้าเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น (สัมภาษณ์ เพ็ญพิมล จันทร์จิรจิตร, 2563)

2. การพัฒนาเสื้อผ้าสำเร็จรูปสไตล์ลำลองจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์อินดี้ บลู มีผลการศึกษาดังนี้

การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู ได้ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลภายใต้แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่น ประกอบด้วย แรงบันดาลใจ โครงร่าง วัสดุ เทคนิค รายละเอียดการตกแต่ง (พัดชา อุทิศวรรณกุล, 2554) และข้อแนะนำจากกลุ่มเป้าหมาย แรงบันดาลใจในการออกแบบมาจากดอกพยับหมอกหรือเจตมูลเพลิงฝรั่ง มีถิ่นกำเนิดมาจากทวีปแอฟริกาใต้ มีลักษณะเป็นไม้พุ่มนิยมปลูกเป็นแถวชอบกลางแจ้งแดดจัด ออกดอกเป็นช่อที่ปลายกิ่ง ดอกสีฟ้าอมเทา กลางดอกมีเกสรเป็นเส้นใยสีเหลืองอ่อน กลีบดอกบอบบางมี 5 กลีบบานแผ่รับแสงแดด มีร่องกลางกลีบสีเข้ม โคนกลีบต่อกันทอดยาวทรงหลอดไปเป็นกลีบเลี้ยงและเชื่อมกันเป็นช่อดอก โดยนำรูปร่าง รูปทรง และสี ของดอกพยับหมอกมาใช้ในการออกแบบลวดลายมัดย้อมและออกแบบเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป ซึ่งได้ลวดลายผ้ามัดย้อม จำนวน 5 ลวดลาย และภาพร่างรูปแบบเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป จำนวน 6 ชุด เพื่อนำมาศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู จากกลุ่มตัวอย่าง และนำภาพร่างชุดที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก และลวดลายมัดย้อมที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด 3 ลำดับแรก มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู มีผลการศึกษาดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่1 อายุของกลุ่มตัวอย่าง (n=100)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18-22 ปี	36	36.00
23-27 ปี	42	42.00
28-32 ปี	22	22.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษา พบว่า อายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ23-27ปี (ร้อยละ 42.00) รองลงมา คือ มีอายุ 18-22 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.00 และน้อยที่สุด คือ อายุ 28-32 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.00

ตารางที่ 2 สถานะทางอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง (n=100)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักศึกษา	42	42.00
พนักงานองค์กรเอกชน	18	18.00
ข้าราชการ/พนักงานในหน่วยงานราชการ	8	8.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	7	7.00
เจ้าของกิจการ	14	14.00
อาชีพอิสระ	11	11.00
รวม	100	100.00

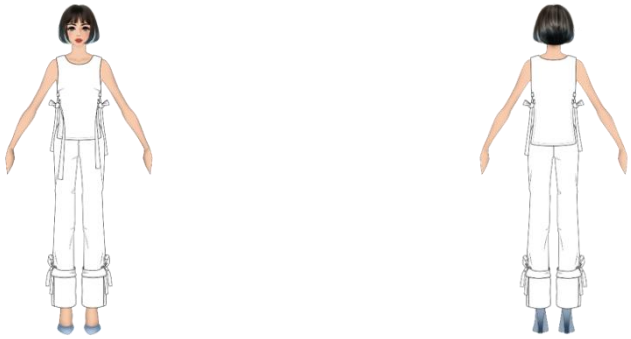
จากตารางที่ 2 ผลการศึกษา พบว่า สถานะของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาถึง ร้อยละ 42 รองลงมา คือ พนักงานองค์กรเอกชน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และน้อยที่สุด คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง (n=100)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	23	23.00
10,001-15,000 บาท	13	13.00
15,001-20,000 บาท	29	29.00
20,001 บาท ขึ้นไป	35	35.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษา พบว่า รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างถึง 1 ใน 4 มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป รองลงมา คือ มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และน้อยที่สุด คือ มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์อินดี้ บลู



ภาพที่ 1 การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์อินดี้ บลู ชุดที่ 1

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจในการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู ชุดที่ 1 (n=100)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปแบบเสื้อผ้าสอดคล้องกับแรงบันดาลใจ	4.31	0.73	พึงพอใจระดับมากที่สุด
2. การออกแบบสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สตรีอายุ18-32 ปี	4.46	0.69	พึงพอใจระดับมากที่สุด
3. การตกแต่งเสื้อผ้าเหมาะสมกับแรงบันดาลใจ	4.43	0.70	พึงพอใจระดับมากที่สุด
4. วัตถุดิบมีความเหมาะสมกับงานออกแบบ	4.46	0.64	พึงพอใจระดับมากที่สุด
5. ความพึงพอใจต่อการออกแบบในภาพรวม	4.46	0.64	พึงพอใจระดับมากที่สุด
รวม	4.43	0.68	พึงพอใจระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.43, S.D.= 0.68) เมื่อพิจารณาใน แต่ละรายการพบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจระดับมากที่สุดต่อการออกแบบในภาพรวม ด้านวัตถุดิบมีความเหมาะสมกับงานออกแบบ และการออกแบบสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สตรีอายุ18-32 ปี ในระดับค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน ($\bar{x}$ = 4.46, S.D.= 0.64, S.D.= 0.69)

ภาพที่ 2 การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์อินดี้ บลู ชุดที่ 2

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจในการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู ชุดที่ 2 (n=100)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปแบบเสื้อผ้าสอดคล้องกับแรงบันดาลใจ	4.35	0.70	พึงพอใจระดับมากที่สุด
2. การออกแบบสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สตรีอายุ18-32 ปี	4.48	0.64	พึงพอใจระดับมากที่สุด
3. การตกแต่งเสื้อผ้าเหมาะสมกับแรงบันดาลใจ	4.42	0.66	พึงพอใจระดับมากที่สุด
4. วัตถุดิบมีความเหมาะสมกับงานออกแบบ	4.49	0.61	พึงพอใจระดับมากที่สุด
5. ความพึงพอใจต่อการออกแบบในภาพรวม	4.47	0.63	พึงพอใจระดับมากที่สุด
รวม	4.45	0.65	พึงพอใจระดับมากที่สุด

ตารางที่ 5 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$=4.45, S.D.= 0.65) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในระดับมากที่สุดทุกรายการ โดย 3 ลำดับแรก คือ วัตถุดิบมีความเหมาะสมกับงานออกแบบ ($\bar{x}$=4.49, S.D.= 0.63) การออกแบบสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สตรีอายุ18-32 ปี ($\bar{x}$= 4.48, S.D.= 0.64) และความพึงพอใจต่อการออกแบบในภาพรวม ($\bar{x}$=4.47, S.D.= 0.63)

ภาพที่ 3 การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์อินดี้ บลู ชุดที่ 3

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจในการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู ชุดที่ 3 (n=100)

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปแบบเสื้อผ้าสอดคล้องกับแรงบันดาลใจ	3.93	0.97	พึงพอใจระดับมาก
2. การออกแบบสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สตรีอายุ18-32 ปี	3.94	0.95	พึงพอใจระดับมาก
3. การตกแต่งเสื้อผ้าเหมาะสมกับแรงบันดาลใจ	4.11	1.06	พึงพอใจระดับมาก
4. วัตถุดิบมีความเหมาะสมกับงานออกแบบ	4.09	1.01	พึงพอใจระดับมาก
5. ความพึงพอใจต่อการออกแบบในภาพรวม	4.06	1.00	พึงพอใจระดับมาก
รวม	4.03	1.00	พึงพอใจระดับมาก

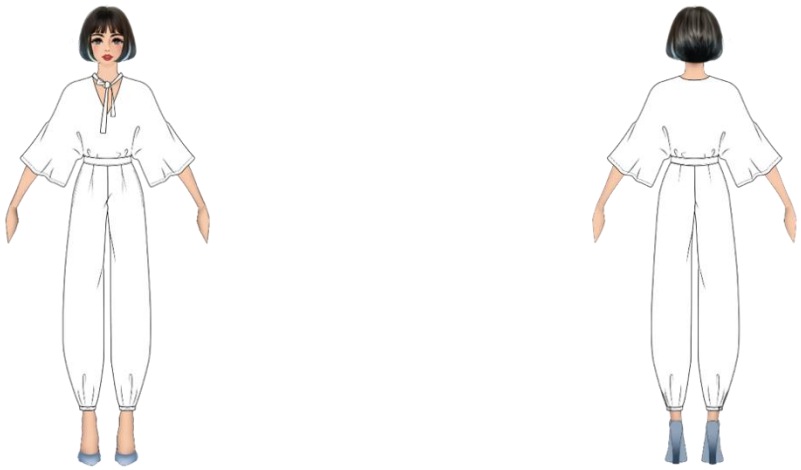
ตารางที่ 6 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.03, S.D.= 1.00) และเมื่อพิจารณา เป็นรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากทุกรายการ โดยมีความพึงพอใจระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ การตกแต่งเสื้อผ้าเหมาะสมกับแรงบันดาลใจ ($\bar{X}$ = 4.11, S.D.= 1.06) วัตถุดิบมีความเหมาะสมกับงานออกแบบ ($\bar{X}$ = 4.09, S.D.= 1.01) และความพึงพอใจ ต่อการออกแบบในภาพรวม ($\bar{X}$ = 4.06, S.D.= 1.00)

ภาพที่ 4 การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์อินดี้ บลู ชุดที่ 4

ตารางที่ 7 ความพึงพอใจในการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู ชุดที่ 4 (n=100)

รายการ	$\bar{x}$	**S.D.**	**ระดับความพึงพอใจ**
1. รูปแบบเสื้อผ้าสอดคล้องกับแรงบันดาลใจ	4.45	0.77	พึงพอใจระดับมากที่สุด
2. การออกแบบสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สตรีอายุ18-32 ปี	4.60	0.60	พึงพอใจระดับมากที่สุด
3. การตกแต่งเสื้อผ้าเหมาะสมกับแรงบันดาลใจ	4.57	0.74	พึงพอใจระดับมากที่สุด
4. วัตถุดิบมีความเหมาะสมกับงานออกแบบ	4.54	0.69	พึงพอใจระดับมากที่สุด
5. ความพึงพอใจต่อการออกแบบในภาพรวม	4.51	0.73	พึงพอใจระดับมากที่สุด
รวม	4.53	0.71	พึงพอใจระดับมากที่สุด

ตารางที่ 7 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.53, S.D.= 0.71) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในระดับมากที่สุดทุกรายการ โดย 3 ลำดับแรก คือ การออกแบบสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สตรีอายุ18-32 ปี ($\bar{x}$ = 4.60, S.D.= 0.60) การตกแต่งเสื้อผ้าเหมาะสมกับแรงบันดาลใจ ($\bar{x}$= 4.57, S.D.= 0.74) และวัตถุดิบมีความเหมาะสมกับงานออกแบบ ($\bar{x}$=4.54, S.D.= 0.69)

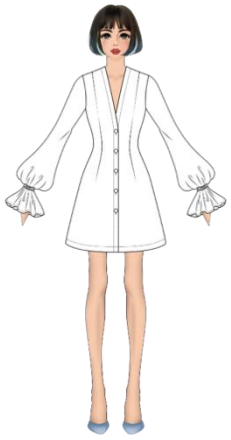


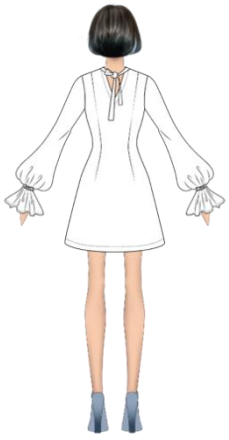
ภาพที่ 5 การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์อินดี้ บลู ชุดที่ 5

ตารางที่ 8 ความพึงพอใจในการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู ชุดที่ 4 (n=100)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปแบบเสื้อผ้าสอดคล้องกับแรงบันดาลใจ	3.76	1.13	พึงพอใจระดับมาก
2. การออกแบบสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สตรีอายุ18-32 ปี	3.74	1.11	พึงพอใจระดับมาก
3. การตกแต่งเสื้อผ้าเหมาะสมกับแรงบันดาลใจ	3.83	1.13	พึงพอใจระดับมาก
4. วัตถุดิบมีความเหมาะสมกับงานออกแบบ	3.85	1.16	พึงพอใจระดับมาก
5. ความพึงพอใจต่อการออกแบบในภาพรวม	3.78	1.12	พึงพอใจระดับมาก
รวม	3.79	1.13	พึงพอใจระดับมาก

ตารางที่ 8 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x}$= 3.79, S.D.= 1.12) และเมื่อพิจารณา เป็นรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากทุกรายการ โดยมีความพึงพอใจระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ วัตถุดิบมีความเหมาะสมกับงานออกแบบ ($\bar{x}$= 3.85, S.D.= 1.16) การตกแต่งเสื้อผ้าเหมาะสมกับแรงบันดาลใจ ($\bar{x}$= 3.83, S.D.= 1.13) และความพึงพอใจต่อการออกแบบในภาพรวม ($\bar{x}$= 3.78, S.D.= 1.12)





ภาพที่ 6 การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์อินดี้ บลู ชุดที่ 6

ตารางที่ 9 ความพึงพอใจในการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู ชุดที่ 6 (n=100)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปแบบเสื้อผ้าสอดคล้องกับแรงบันดาลใจ	4.00	1.07	พึงพอใจระดับมาก
2. การออกแบบสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย สตรีอายุ18-32 ปี	4.08	1.08	พึงพอใจระดับมาก
3. การตกแต่งเสื้อผ้าเหมาะสมกับแรงบันดาลใจ	4.16	1.07	พึงพอใจระดับมาก
4. วัตถุดิบมีความเหมาะสมกับงานออกแบบ	4.07	1.10	พึงพอใจระดับมาก
5. ความพึงพอใจต่อการออกแบบในภาพรวม	4.11	1.09	พึงพอใจระดับมาก
รวม	4.08	1.08	พึงพอใจระดับมาก

ตารางที่ 9 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x}$= 4.08, S.D.= 1.08) และเมื่อพิจารณา เป็นรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากทุกรายการ โดยมีความพึงพอใจระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ การตกแต่งเสื้อผ้าเหมาะสมกับแรงบันดาลใจ ($\bar{x}$= 4.16, S.D.= 1.07) ความพึงพอใจต่อการออกแบบในภาพรวม ($\bar{x}$= 4.11, S.D.= 1.09) และ การออกแบบสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายสตรีอายุ18-32 ปี ($\bar{x}$= 4.08, S.D.= 1.08)

ตารางที่ 10 สรุปความพึงพอใจในการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู (n=100)

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ความพึงพอใจในการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปสไตล์ลำลองจากผ้ามัดย้อม ชุดที่1	4.43	0.68	พึงพอใจระดับมากที่สุด
ความพึงพอใจในการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปสไตล์ลำลองจากผ้ามัดย้อม ชุดที่2	4.45	0.65	พึงพอใจระดับมากที่สุด
ความพึงพอใจในการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปสไตล์ลำลองจากผ้ามัดย้อม ชุดที่3	4.03	1.00	พึงพอใจระดับมาก
ความพึงพอใจในการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปสไตล์ลำลองจากผ้ามัดย้อม ชุดที่4	4.53	0.71	พึงพอใจระดับมากที่สุด
ความพึงพอใจในการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปสไตล์ลำลองจากผ้ามัดย้อม ชุดที่5	3.79	1.13	พึงพอใจระดับมาก
ความพึงพอใจในการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปสไตล์ลำลองจากผ้ามัดย้อม ชุดที่6	4.08	1.08	พึงพอใจระดับมาก

จากตารางที่ 10 ผลการศึกษา พบว่า สรุปว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จจากผ้ามัดย้อม แบรนด์ อินดี้ บลู ในระดับมากที่สุด สามลำดับแรก คือ การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป ชุดที่ 4 ($\bar{X}$= 4.53, S.D.= 0.71) การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป ชุดที่ 2 ($\bar{X}$= 4.45, S.D.= 0.65) และการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป ชุดที่1 ($\bar{X}$= 4.43, S.D.= 0.68) ตามลำดับ

ลวดลายที่ 1 ลวดลายที่ 2 ลวดลายที่ 3 ลวดลายที่ 4 ลวดลายที่ 5

ภาพที่ 7 ลวดลายมัดย้อมที่ได้รับแรงบัลดาลใจจากดอกพยับหมอก จำนวน 5 ลวดลาย

ตารางที่ 11 ความพึงพอใจที่ต่อลวดลายมัดย้อมที่ได้รับแรงบัลดาลใจจากดอกพยับหมอก (ตอบได้มากกว่า 1 ลาย) (n=100)

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
ลวดลายมัดย้อมที่ได้รับแรงบัลดาลใจจากดอกพยับหมอก ลวดลายที่ 1	27	27.00
ลวดลายมัดย้อมที่ได้รับแรงบัลดาลใจจากดอกพยับหมอก ลวดลายที่ 2	41	41.00
ลวดลายมัดย้อมที่ได้รับแรงบัลดาลใจจากดอกพยับหมอก ลวดลายที่ 3	20	20.00
ลวดลายมัดย้อมที่ได้รับแรงบัลดาลใจจากดอกพยับหมอก ลวดลายที่ 4	34	34.00
ลวดลายมัดย้อมที่ได้รับแรงบัลดาลใจจากดอกพยับหมอก ลวดลายที่ 5	12	12.00

ตารางที่ 11 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจต่อลวดลายมัดย้อมที่ได้รับแรงบัลดาลใจจากดอกพยับหมอก ลวดลายที่ 2 มากที่สุด ถึงร้อยละ 41.00 รองลงมา คือ ลวดลายมัดย้อมที่ได้รับแรงบัลดาลใจจากดอกพยับหมอก ลวดลายที่ 4 ร้อยละ 34.00 และ ลวดลายมัดย้อมที่ได้รับแรงบัลดาลใจจากดอกพยับหมอก ลวดลายที่ 1 ร้อยละ 27.00

ภาพที่ 8 ต้นแบบเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู ที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ลำดับที่ 1

ภาพที่ 9 ต้นแบบเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู ที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ลำดับที่ 2

ภาพที่ 10 ต้นแบบเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู ที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ลำดับที่ 3

การอภิปรายผล

การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู เป็นการพัฒนารูปแบบเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปประยุกต์รวมกับลวดลายผ้ามัดย้อมที่ได้แรงบัลดาลใจจากดอกพยับหมอก ซึ่งเป็นการออกแบบและพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มคนทำงานในเมือง ที่เน้นความเรียบง่าย ดีไซน์ไม่ยุ่งยาก แต่มีรายละเอียดการตกแต่งสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่น เช่นเดียว ดนุพล ยั่งยืน (2560) ที่ได้ศึกษา แนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีร่วมสมัยโดยใช้อัตลักษณ์ของชุดไทยพระราชนิยม พบว่า องค์ประกอบทางการออกแบบควรสอดคล้องกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอเชียในประเทศไทย มีทัศนคติในการบริโภคกลุ่มคนเมือง ชอบความเรียบ สบาย ดีไซน์น้อย ผลการศึกษา ในครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จจากผ้ามัดย้อม แบรนด์ อินดี้ บลู ในระดับมากที่สุด คือ การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป ชุดที่ 4 การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป ชุดที่ 2 และการพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป ชุดที่1 กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจต่อลวดลายมัดย้อมลายเอกลักษณ์ แบรนด์ อินดี้ บลู ลวดลายที่ 2 มากที่สุด รองลงมา คือ ลวดลายมัดย้อมลายเอกลักษณ์ แบรนด์

อินดี้ บลู ลวดลายที่ 4 และ ลวดลายมัดย้อมลายเอกลักษณ์ แบรนด์ อินดี้ บลู ลวดลายที่ 1 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ด้านที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด ทั้ง 3 ชุด คือ ด้านวัตถุดิบเหมาะสมกับงานออกแบบ การตกแต่งเสื้อผ้าเหมาะสมกับแรงบันดาลใจ และการออกแบบเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความใส่ใจในวัตถุดิบ รายละเอียดการตกแต่ง รูปแบบของเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นลินี ทองประเสริฐ และคณะ(2563) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่โอทอปพรีเมี่ยม (OTOP Premium) ด้วยทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านหัวเมือง อ.มหาชนะชัย จ.ยโสธร พบว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องให้ความสำคัญดับการเน้นการเลือกวัตถุดิบและเส้นไหมที่มีคุณภาพ เนื่องจากวัตถุดิบจะส่งผลต่อการดูแลรักษาด้วย ด้านรายละเอียดการตกแต่ง ด้านการตกแต่งเสื้อผ้าเหมาะสมกับแรงบันดาลใจ แสดงให้เห็นถึงความใส่ใจในด้านรายละเอียดการตกแต่ง ที่ตามแนวโน้มแฟชั่น แต่ไม่ต้องการรายละเอียดที่มากนัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ตะวัน ตนยะแหละ และนวัทตกร อุมาศิลป์ (2562) เรื่อง การพัฒนาเครื่องแต่งกายสตรีมุสลิมตามแนวโน้มการออกแบบแฟชั่น ปี ค.ศ. 2014 พบว่า เครื่องแต่งกายลำลอง (Casual Wear) เป็นเครื่องแต่งกายที่สวมใส่ในชีวิตประจำวันทั่วไป สวมใส่ในการทำกิจกรรม งานอิดเรก สวมใส่ได้บ่อยครั้ง โครงร่างเงา ไม่รัดรูปและไม่หลวม เหมาะแก่การเคลื่อนไหว สั้นยาวตามยุคสมัย วัสดุเนื้อผ้าบางเบา การตัดเย็บไม่ซับซ้อน การตกแต่งเกิดจากกระบวนการตัดเย็บ และด้านการออกแบบเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในรูปแบบของเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีรนันท์ สุธิตานนท์ (2561) พบว่า การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ลูกค้าจะเลือกซื้อจากรูปแบบเสื้อผ้าที่จะต้องเป็นแบบที่มาใหม่ ทันสมัย เป็นที่นิยมมากที่สุด และเมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด 3 ชุด จึงนำมาผลิตต้นแบบ ซึ่งสอดคล้องกับ ทองเจือ เขียดทอง (2558) ที่ได้กล่าวว่า การกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับองค์ประกอบจำเป็นต้องมีการสร้างต้นแบบที่มาจากการทำความเข้าใจตลาดผสานหลักกการออกแบบผลภูมิปัญญาที่ส่งเสริมให้วัฒนธรรมเด่นชัดอีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้อย่างยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาเสื้อผ้าลำลองสำเร็จรูปจากผ้ามัดย้อม กรณีศึกษา แบรนด์ อินดี้ บลู ครั้งนี้ ได้รับการสนับสนุนจาก สาขาวิชาออกแบบสิ่งทอและแฟชั่น คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ภายใต้โครงการสนับสนันให้บุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาออกไปปฏิบัติงานในภาคอุตสาหกรรม ผ่านกลไก Pre-Talent Mobility และขอขอบคุณผู้รู้ ผู้ปฏิบัติ ผู้เกี่ยวข้อง ทุกท่าน ในการให้ข้อมูลและเสนอแนะข้อมูลต่าง ๆ และขอขอบคุณคณะทำงานทุกท่านที่ได้ร่วมแรงร่วมใจทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2565). **Thai Textile Trend Book Spring/Summer 2023.** กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม.

จีรนันท์ สุธิตานนท์. (2561). **รูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกคุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น.** วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญญบุรี.

ดนุพล ยั่งยืน และ อโนทัย ชลชาติภิญโญ. (2560). **ผลการศึกษา พัฒนาการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีร่วมสมัยโดยใช้อัตลักษณ์ของชุดไทยพระราชนิยม.** การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 12 ปีการศึกษา 2560. มหาวิทยาลัย

รังสิต. 18 สิงหาคม 2560. หน้า 1642-1649.

ตะวัน ตนยะแหละ และนวัทตกร อุมาศิลป์. (2562). **การพัฒนาเครื่องแต่งกายมุสลิมตามแนวโน้มการออกแบบแฟชั่นปี ค.ศ. 2014.** บทความวิจัย. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร 10(2) กรกฎาคม - ธันวาคม 2562.

ทองเจือ เขียดทอง. (2558). **ผลิตภัณฑ์ผ้าปักม้ง: การออกแบบเชิงศรษฐกิจสร้างสรรค์.** วารสารศิลปกรรมศาสตร์ วารสารวิชาการวิจัย และงานสร้างสรรค์ ราชมงคลธัญบุรี, 2(1), (มกราคม-มิถุนายน) : หน้า 55-79.

นลินี ทองประเสริฐ และคณะ. (2563). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ Premium OTOP ด้วยทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านหัวเมือง อ.มหาชนะชัย จ.ยโสธร.** บทความวิจัย. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พิชญทรรศน์. 15(1). หน้า 95-108.

นิรัช สุดสังข์. (2559). **ระเบียบวิธีวิจัยทางการออกแบบ.** กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ธีรยุทธ พึ่งเทียร. (2543). **สถิติเบื้องต้นและการวิจัย.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สูตรไพศาล

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). **การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS.** พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพฯ : บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

ปรีชา มูลสิน และคณะ. (2564). **การศึกษาการย้อมสีธรรมชาติจากใบยางพารา โดยใช้สารส้ม จุนสี และสนิมเหล็กเป็นสารช่วยติด.** บทความวิจัย. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด. วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. 2(1). (มกราคม – มิถุนายน). หน้า35-40.

พอหทัย ซื่นสั้น. (2562). **การออกแบบชุดประจำจังหวัดโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อประชาสัมพันธ์จังหวัดยะลา**. รายงานวิจัยสร้างสรรค์. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

เพ็ญพิมล จันทร์จิรจิตร. (กันยายน 2563). สัมภาษณ์โดย อ้อยใจ เลิศล้ำ. กรุงเทพมหานคร.

พัดชา อุทิศวรรณกุล. (2554). **การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น.** กรุงเทพฯ: คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ, 2551**. การทำผ้ามัดย้อม.** กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ไอคอนพริ้นติ้ง. พิมพ์ครั้งที่ 1.

สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม. (2559). **ร่างกรอบทิศทางยุทธศาสตร์ 20 ปี ด้านวัฒนธรรมตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี.** กรุงเทพฯ : กระทรวงวัฒนธรรม.

Brand Buffet, 2562. **3 ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าทอไทย” สู่ “คอลเลคชั่นจิ้งจอกน้ำเงิน” ที่สะกดสายตาชาโลก**. ออนไลน์ เข้าถึงจาก https://www.brandbuffet.in.th/2019/04/king-power-thai-natural-dye-collection/ (สืบค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2566).

Culture Market Thailand, 2564. **ผ้ามัดย้อม คุณค่าจากวัตถุดิบธรรมชาติสู่การสร้างสรรค์.** ออนไลน์ เข้าถึงจาก https://www.thaiculturemarket.com/blog/detail/6 (สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2566).