

# รายงานการดำเนินการวิจัย

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
(Development of Creative Tourism)

## โครงการย่อยที่ 1.1

โครงการนวัตกรรมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์  
จากจังหวัดน่านสู่สากลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์  
กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

โดย

หน่วยปฏิบัติการวิจัยแฟชั่นและนฤมิตศิลป์  
คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
Fashion and Creative Arts Research Unit (FAC-RU)

ได้รับการสนับสนุนจากโครงการ “สร้างเสริมพลังชุมชน ก้าวสู่ศตวรรษที่ 2” ช่วงที่ 2  
ปีงบประมาณ 2563 – 2565

## สารบัญ

	หน้า
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>13</b>
หลักการและเหตุผล	13
วัตถุประสงค์	15
กระบวนการดำเนินการวิจัย	16
ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ	16
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>17</b>
2.1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)	17
2.1.1 แนวโน้มการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน	18
2.2 แนวคิดทุนวัฒนธรรม	19
2.3 ผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรม(Cultural Products)	20
2.4 ทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นจังหวัดน่าน	22
2.4.1 การแบ่งประเภททุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นไทลื้อจังหวัดน่าน	27
2.4.1.1 เครื่องแต่งกาย	27
2.4.1.2 เครื่องใช้สอยในครัวเรือน	29
2.4.1.3 เครื่องใช้ทางศาสนา ประเพณี พิธีกรรม	33
2.4.2 วัสดุที่ใช้ในการผลิตทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อจังหวัดน่าน	37
2.4.3 การสร้างสรรค์สรรค์ทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทยลื้อจังหวัดน่าน	38
2.4.4 ลวดลายและความหมายของทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อจังหวัดน่าน	40
2.4.5 ลักษณะสีสันทของทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อจังหวัดน่าน	46
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับห้องพักอาศัยประเภทอาคารชุด	47
2.5.1 การแบ่งประเภทห้องชุดพักในอาคารประเภทอาคารชุด	48
2.5.2 การแบ่งพื้นที่ห้องชุดพักอาศัยต่อพื้นที่การใช้งาน	51
2.6 การออกแบบภายในและการออกแบบเคหะสิ่งทอ	52
2.6.1 ความสำคัญและความหมายของการออกแบบตกแต่งภายใน	52
2.6.2 องค์ประกอบของการออกแบบตกแต่งภายในในพื้นที่ส่วนรับรอง(Living Area)	53

	หน้า
2.6.3 รูปแบบของเครื่องเรือน	53
2.7 การออกแบบสิ่งทอ	54
2.7.1 หลักการออกแบบสิ่งทอ	55
2.8 เคหะสิ่งทอ	56
2.8.1 ประเภทผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอที่ใช้ในการตกแต่งภายใน	56
2.8.2 ขนาดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอที่ใช้ในการตกแต่งภายใน	58
2.9 การออกแบบผลิตภัณฑ์	59
2.9.1 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์	59
<b>บทที่ 3 กระบวนการดำเนินการวิจัย</b>	<b>63</b>
3.1 เก็บรวบรวมข้อมูล ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	63
3.2 การคัดเลือกและกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	63
3.3 การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	63
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์	64
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	64
3.6 กระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ	64
<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย</b>	<b>66</b>
4.1 ข้อมูลกลุ่มผู้ประกอบการ – กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง	66
4.1.1 การวิเคราะห์กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง	66
4.1.2 การวิเคราะห์ลักษณะผลิตภัณฑ์กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง	67
4.1.3 จุดเด่นของผลิตภัณฑ์	68
4.1.4 การวิเคราะห์การตลาด 7Ps และ Swot	68
4.1.5 สรุปการวิเคราะห์กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง	71
4.2 การวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด	71
4.2.1 ตราสินค้าจิม ทอมป์สัน (Jim Thompson)	71
4.2.2 ตราสินค้า ซาร่า โฮม (ZARA HOME)	76

	หน้า
4.2.3 สรุปผลการวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้า	80
4.3 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย	80
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม	81
4.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม	81
4.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม	83
4.4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้ค่าเฉลี่ยร้อยละ	83
4.4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป	86
4.5 แนวทางการพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์	89
4.5.1 ตราสินค้า ซาวหลวง (soul luang)	89
4.5.2 การแบ่งกลุ่มสินค้าสำหรับตราสินค้าซาวหลวง(soul luang)	90
4.5.3 การกำหนดราคาสินค้า	91
4.5.4 การกำหนดจุดขาย (PLACE)	92
4.5.5 การกำหนดการส่งเสริมการตลาด (PROMOTION)	93
4.5.6 การกำหนดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ (PACKAGING)	93
4.5.7 การกำหนดบุคลากร (PEOPLE)	93
4.5.8 การกำหนดจุดเด่นใหม่ (PURPLE COW)	93
4.6 วิเคราะห์รูปแบบของสินค้าและผลิตภัณฑ์	93
<b>บทที่ 5 ผลงานการออกแบบสร้างสรรค์</b>	<b>95</b>
5.1 กระบวนการวิเคราะห์กระแสนิยมด้านการออกแบบ	95
5.1.1 การวิเคราะห์แนวโน้มกระแสแฟชั่นและผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ 2021	95
5.1.2 แนวโน้มแฟชั่นประจำฤดูกาล Spring/Summer ปี ค.ศ. 2021	96
5.1.3 แนวโน้มสีหลักประจำปี 2021 จาก TRENDCOLOR BY TRENDBOOK	98
5.1.4 แนวโน้มสีจาก TCDC 2020-2021 กลุ่มสี Terracotta	100
5.2 การวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมการออกแบบภายในและเคหะสิ่งทอ	100
5.3 สรุปการวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมทางแฟชั่น	103
5.4 กระบวนการพัฒนาผลงานออกแบบ (INSPIRATION BOARD)	104

	หน้า
5.5 การพัฒนางานสร้างสรรค์กับกลุ่มคลัสเตอร์	105
5.5.1 แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการ	105
5.5.2 แนวทางการพัฒนาความเหนียวของเส้นใยเพื่อใช้ในการทอผ้า	107
5.5.3 แนวทางการพัฒนาลวดลายและการจัดวางองค์ประกอบเพื่อใช้ในการทอผ้า	108
5.5.4 ลวดลายจากการพัฒนาท่อนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อจังหวัดน่าน	114
5.6 ผลงานการออกแบบที่เสร็จสมบูรณ์	150
5.7 ผลงานการออกแบบในรูปแบบลुकบุค (LOOK BOOK)	171
<b>บทที่ 6 สรุปผลการดำเนินการวิจัย</b>	<b>186</b>
6.1 สรุปผลการดำเนินการวิจัย	186
6.1.1 อัตลักษณ์ตราสินค้า (BRAND IDENTITY BOARD)	186
6.1.2 กลุ่มเป้าหมายหลัก (TARGET BOARD)	190
6.1.3 การแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ (PRODUCT LINE)	191
6.1.4 การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์	192
6.1.5 การจัดตั้งกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง	193
6.2 ข้อเสนอแนะ	193
6.3 อภิปรายผล	194
บรรณานุกรม	195
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	196
ภาคผนวก ข ภาพการลงพื้นที่เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์	199

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ภาพจีนเชียงใหม่	18
ภาพที่ 2 ภาพจีนม่าน	19
ภาพที่ 3 ภาพจีนป๊อง	19
ภาพที่ 4 ภาพจีนกำน	20
ภาพที่ 5 ภาพจีนตีนจก	20
ภาพที่ 6 ภาพจีนแบบเมืองเงิน	21
ภาพที่ 7 ภาพตัวอย่างลักษณะอาคารชุด ที่มา google.com	43
ภาพที่ 8 ภาพตราสัญลักษณ์ตราสินค้า จิม ทอมป์สัน (Jim Thompson)	66
ภาพที่ 9 ภาพร้านค้า จิม ทอมป์สัน (Jim Thompson)	67
ภาพที่ 10 ภาพร้านค้า จิม ทอมป์สัน (Jim Thompson)	67
ภาพที่ 11 ภาพสินค้า จิม ทอมป์สัน (Jim Thompson)	68
ภาพที่ 12 ภาพตราสัญลักษณ์ตราสินค้า ซาร่า โฮม (ZARA HOME)	71
ภาพที่ 13 ภาพร้านค้า ซาร่า โฮม (ZARA HOME)	72
ภาพที่ 14 ภาพสินค้า ซาร่า โฮม (ZARA HOME)	73
ภาพที่ 15 ภาพกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอร์เรชั่นมี	76
ภาพที่ 16 แสดงความสนใจรูปแบบสินค้าตกแต่งบ้านที่มาจากทุนทางวัฒนธรรม	78
ภาพที่ 17 ความสนใจรูปแบบลวดลายสิ่งทอสินค้าตกแต่งบ้านจากทุนทางวัฒนธรรม	78
ภาพที่ 18 ประเภทของสินค้าตกแต่งบ้านจากสิ่งทอจากทุนทางวัฒนธรรม	79
ภาพที่ 19 ความสนใจเกี่ยวกับความสนใจเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	80
ภาพที่ 20 ความสนใจเกี่ยวกับระยะเวลาที่เหมาะสมกับการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบริเวณชุมชนทอผ้า	80
ภาพที่ 21 ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบริเวณชุมชนทอผ้า	47
ภาพที่ 22 ภาพตราสัญลักษณ์ ชาวหลวง (soul luang)	50
ภาพที่ 23 ภาพสรุปตำแหน่งตราสินค้าใหม่	51
ภาพที่ 24 แนวโน้มแฟชั่น โฮมสปัน (Homespun) ที่มา Www.Wgsn.Com	55
ภาพที่ 25 ภาพกลุ่มสี Good Grey	63

## สารบัญภาพ

ภาพที่ 26 ภาพกลุ่มสี OXY FIRE	หน้า
ภาพที่ 27 ภาพกลุ่มสี Millennial Pink	64
ภาพที่ 28 ภาพบอร์ดแรงบันดาลใจในการออกแบบ INSPIRATION BOARD	65
ภาพที่ 29 ภาพกลุ่มสี terracotta ในการออกแบบ INSPIRATION BOARD	66
ภาพที่ 30 แผนภูมิการพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง	67
ภาพที่ 31 ภาพแนวคิดการจัดวางลวดลายจากแนวคิดแรงบันดาลใจ	68
ภาพที่ 32 ภาพกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวงทดลองทอผ้าลวดลายใหม่ของโครงการฯ	69
ภาพที่ 33 ภาพกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวงทดลองทอผ้าลวดลายใหม่ของโครงการฯ	70
ภาพที่ 34 ภาพกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวงทดลองทอผ้าลวดลายใหม่ของโครงการฯ	71
ภาพที่ 35 ภาพกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวงทดลองทอผ้าลวดลายใหม่ของโครงการฯ	72
ภาพที่ 36 ภาพกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวงทดลองทอผ้าลวดลายใหม่ของโครงการฯ	73
ภาพที่ 37 ภาพผ้าทอจากโครงการฯ โดยทดลองทอผ้าจากกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง	74
ภาพที่ 38 ภาพผ้าทอจากโครงการฯ โดยทดลองทอผ้าจากกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง	75
ภาพที่ 39 ภาพผ้าทอจากโครงการฯ โดยทดลองทอผ้าจากกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง	76
ภาพที่ 40 ภาพผ้าทอจากโครงการฯ โดยทดลองทอผ้าจากกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง	78
ภาพที่ 41 ภาพผ้าทอจากโครงการฯ โดยทดลองทอผ้าจากกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง	79
ภาพที่ 42 ผลงานออกแบบลายผ้า	110
ภาพที่ 43 ผลงานออกแบบลายผ้า	111
ภาพที่ 44 ผลงานออกแบบลายผ้า	112
ภาพที่ 45 ผลงานออกแบบลายผ้า	113
ภาพที่ 46 ผลงานออกแบบลายผ้า	114
ภาพที่ 47 ผลงานออกแบบลายผ้า	115
ภาพที่ 48 ผลงานออกแบบลายผ้า	116
ภาพที่ 49 ผลงานออกแบบลายผ้า	117
ภาพที่ 50 ผลงานออกแบบลายผ้า	118
ภาพที่ 51 ผลงานออกแบบลายผ้า	119
ภาพที่ 52 the collection : Bann bo suak terracotta	120

## สารบัญภาพ

ภาพที่ 53 sofa set Bann bo suak terracotta	121
ภาพที่ 54 ภาพแบบร่าง SOFA SET BANN BO SUAK TERRACOTTA	122
ภาพที่ 55 ภาพแบบร่าง SOFA SET BANN BO SUAK TERRACOTTA	123
ภาพที่ 56 ภาพแบบร่าง SOFA SET BANN BO SUAK TERRACOTTA	124
ภาพที่ 57 ภาพแบบร่าง SOFA SET BANN BO SUAK TERRACOTTA	125
ภาพที่ 58 ภาพแบบร่าง SOFA SET BANN BO SUAK TERRACOTTA	126
ภาพที่ 59 ภาพแบบร่างเก้าอี้สตูดิโอบุผ้าทอมือจากทุนวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	128
ภาพที่ 60 ภาพแบบร่างหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	130
ภาพที่ 61 ภาพแบบร่างพรมตกเตียงทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	132
ภาพที่ 62 ภาพแบบร่างโคมไฟเหล็กดัดประกบตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ	133
ภาพที่ 63 ภาพแบบร่าง ถาดตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ	134
ภาพที่ 64 ภาพแบบร่างฉากกั้นจากผ้าทอมือทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	136
ภาพที่ 65 ภาพแบบร่างฉากกั้นจากผ้าทอมือทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	136
ภาพที่ 66 ภาพแบบร่างกรอบรูปตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	138
ภาพที่ 67 ภาพแบบร่างฝักรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	139
ภาพที่ 68 ภาพแบบร่างฝักรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	140
ภาพที่ 69 ภาพแบบร่างฝักรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	141
ภาพที่ 70 ภาพแบบร่างฝักรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	142
ภาพที่ 71 ภาพแบบร่างผ้าหุ้มขวดทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	143
ภาพที่ 72 ภาพแบบร่างผ้าปูโต๊ะทานอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	144
ภาพที่ 73 sofa set Bann bo suak terracotta	150
ภาพที่ 74 sofa set Bann bo suak terracotta	151
ภาพที่ 75 ภาพเก้าอี้สตูดิโอบุผ้าทอมือจากทุนวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	152
ภาพที่ 76 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	152
ภาพที่ 77 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	153
ภาพที่ 78 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	154

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 79 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	155
ภาพที่ 80 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	156
ภาพที่ 81 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	157
ภาพที่ 82 ภาพพรมตกแต่งทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	157
ภาพที่ 83 ภาพโคมไฟเหล็กตัดประดับตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ	158
ภาพที่ 84 ภาพถาดตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ	158
ภาพที่ 85 ภาพฉากกั้นจากผ้าทอมือทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	159
ภาพที่ 86 ภาพกรอบรูปตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	160
ภาพที่ 87 ภาพผ้ารองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	160
ภาพที่ 88 ภาพผ้ารองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	161
ภาพที่ 89 ภาพผ้ารองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	162
ภาพที่ 90 ภาพที่วางโทรศัพท์มือถือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	163
ภาพที่ 91 ภาพผ้าปูโต๊ะทานอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	164
ภาพที่ 92 ภาพผ้าปูโต๊ะทานอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	165
ภาพที่ 93 ภาพจานรองแก้วทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	166
ภาพที่ 94 ภาพจานรองแก้วทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	167
ภาพที่ 95 ภาพกระเป๋าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	168
ภาพที่ 96 ภาพจานรองแก้วทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	169
ภาพที่ 97 ภาพจานรองแก้วทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	170
ภาพที่ 98 sofa set Bann bo suak terracotta	171
ภาพที่ 99 ภาพเก้าอี้สตูดิโอบุผ้าทอมือจากทุนวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	172
ภาพที่ 100 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	173
ภาพที่ 101 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	174
ภาพที่ 102 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	175
ภาพที่ 103 ภาพพรมตกแต่งทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	176
ภาพที่ 104 ภาพโคมไฟเหล็กตัดประดับตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ	177

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 105 ภาพถอดตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ	178
ภาพที่ 106 ภาพฉากกั้นจากผ้าทอมือทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	179
ภาพที่ 107 ภาพกรอบรูปตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	180
ภาพที่ 108 ภาพผ้ารองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	181
ภาพที่ 109 ภาพผ้ารองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	182
ภาพที่ 110 ภาพที่วางโทรศัพท์มือถือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	183
ภาพที่ 111 ภาพจานรองแก้วทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	184
ภาพที่ 112 ภาพที่ใส่ขวดน้ำทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ	185
ภาพที่ 113 ภาพตราสัญลักษณ์ ชาวหลวง (soul luang)	186
ภาพที่ 114 ภาพกลุ่มผู้บริโภคนอร์เรชั่นมี (Generation Me)	191
ภาพที่ 115 แผนภูมิการพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง	193

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ลักษณะลวดลาย การผลิตเส้นใย และการใช้งาน ทูนวัดนธรรมสิ่งทอไทลื้อจังหวัดน่าน	24
ตารางที่ 2 ลักษณะลวดลาย การผลิตเส้นใย และการใช้งาน ทูนวัดนธรรมสิ่งทอล้านนา	29
ตารางที่ 3 ลักษณะลวดลายทูนวัดนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อจังหวัดน่าน	37
ตารางที่ 4 ตารางสรุปลักษณะอัตลักษณ์ทูนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน	43
ตารางที่ 5 ตารางประเภทของห้องชุดพักอาศัย	44
ตารางที่ 6 ตารางแสดงภาพแปลนห้องแต่ละประเภทห้องชุดพัก ในอาคารประเภทอาคารชุด	46
ตารางที่ 7 แสดงขนาดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอที่ใช้ในการตกแต่งภายใน	52
ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ 7PS และ SWOT ของจิมทอมป์สัน	70
ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ 7PS และ SWOT ของ ซาร่า โฮม (ZARA HOME)	75
ตารางที่ 10 ตารางแสดงความสนใจตกแต่งส่วนพื้นที่ในห้อง studio	83
ตารางที่ 11 ตารางแสดงความสำคัญการใช้ทูนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นกับสินค้าตกแต่งบ้าน	84
ตารางที่ 12 ตารางการแบ่งกลุ่มสายผลิตภัณฑ์สินค้า	87
ตารางที่ 13 ตารางการกำหนดราคาสินค้า	88
ตารางที่ 14 ตารางแสดงวิเคราะห์รูปแบบของสินค้าและผลิตภัณฑ์	90
ตารางที่ 15 สรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น โฮมสปัน (Homespun)	93
ตารางที่ 16 แนวโน้มกระแสนิยมการออกแบบภายในและเคหะสิ่งทอ 2021 โดย เอกชาติ จันอุไรรัตน์	98
ตารางที่ 17 ตารางสรุปการวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมทางแฟชั่น, แนวโน้มการออกแบบภายในและเคหะสิ่งทอ 2021 เพื่อใช้ในเป็นแนวทางในกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ กลุ่มย่อยมัสธีธรรมชาติบ้านชาวหลวง	99
ตารางที่ 18 การพัฒนาความเหนียวของเส้นใยเพื่อใช้ในการทอผ้าเพื่อใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายใน	103
ตารางที่ 19 การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทูนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน	113
ตารางที่ 20 การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทูนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน	114
ตารางที่ 21 การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทูนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน	115

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 22 การวิเคราะห์การพัฒนาตลาดจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน	116
ตารางที่ 23 การวิเคราะห์การพัฒนาตลาดจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน	117
ตารางที่ 24 การวิเคราะห์การพัฒนาตลาดจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน	118
ตารางที่ 25 การวิเคราะห์การพัฒนาตลาดจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน	119
ตารางที่ 26 การวิเคราะห์การพัฒนาตลาดจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน	120
ตารางที่ 27 การวิเคราะห์การพัฒนาตลาดจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน	121
ตารางที่ 28 การวิเคราะห์การพัฒนาตลาดจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน	122
ตารางที่ 29 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	126
ตารางที่ 30 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	128
ตารางที่ 31 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	130
ตารางที่ 32 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	132
ตารางที่ 33 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	133
ตารางที่ 34 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	135
ตารางที่ 35 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	136
ตารางที่ 36 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	138
ตารางที่ 37 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	140
ตารางที่ 38 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	141
ตารางที่ 39 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	142
ตารางที่ 40 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	143
ตารางที่ 41 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	144
ตารางที่ 42 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	145
ตารางที่ 43 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	146
ตารางที่ 44 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	147
ตารางที่ 45 การพัฒนาความเหนียวของเส้นใยเพื่อใช้ในการทอผ้าเพื่อนำมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอของกลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง	150

หน้า

## สารบัญตาราง

ตารางที่ 46 ตารางการกำหนดราคาสินค้า	151
ตารางที่ 47 ตารางการแบ่งกลุ่มสายผลิตภัณฑ์สินค้า	154
ตารางที่ 48 ตารางการวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์	155

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ได้รับการนิยามโดยยูเนสโก (UNESCO) ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาให้ชุมชนนั้น ๆ เกิดความยั่งยืน โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชน ในเชิงการเรียนรู้และการทดลองให้ได้มาซึ่งประสบการณ์ที่เป็นอยู่จริงในชุมชน นอกจากนี้ ชุมชนจะต้องสามารถจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสมดุลระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวภายในชุมชนและผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ ทั้งในรูปแบบที่เป็นผลประโยชน์ตอบแทนอิงตามระบอบทุนนิยมและความยั่งยืนของการพัฒนาในชุมชน

ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มของการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมที่คงอยู่ในประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ประเทศต่างๆ จึงได้ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างอัตลักษณ์ประจำชาติ (National Identity) ผ่านการใช้วัฒนธรรมเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยใช้ทุนวัฒนธรรม เนื่องจากวัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งที่แสดงถึงวิถีชีวิต ภูมิปัญญา ความเชื่อและ ความเป็นชาติ นอกจากการสร้างรายได้และความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจผ่านการผลิตสินค้า การบริการและการท่องเที่ยวแล้ว ทุนทางวัฒนธรรมยังสามารถสร้างภาพลักษณ์และความภูมิใจในชนชาติ อันเป็นพื้นฐานของความเจริญทางด้านชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน ยิ่งกว่านั้นจากทิศทางการพัฒนาของประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดแนวนโยบายว่าด้วยการใช้ทุนทางวัฒนธรรม เป็นหลักสำคัญในการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการประยุกต์ใช้ เกื้อกูลองค์ความรู้ภูมิปัญญา และสร้างจุดแข็งของอัตลักษณ์ไทยบนฐานนวัตกรรมที่เข้มแข็งเพื่อเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจในภูมิภาค

จากการสำรวจข้อมูลพื้นที่ทางวัฒนธรรมของประเทศไทยพบว่า ประเทศไทยมีความหลากหลายในเรื่องทุนวัฒนธรรมที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตภาคเหนือซึ่งเป็นท้องถิ่นที่มีบทบาทสำคัญเชิงเศรษฐกิจการท่องเที่ยว เป็นแหล่งรวมของศิลปวัฒนธรรมพื้นถิ่นมีวิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมเป็นของตนเองอันเป็นอัตลักษณ์เฉพาะสืบทอดมาอย่างยาวนานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนมีความหลากหลาย

ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ที่เชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดน่านซึ่งเป็นแหล่งรวมกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย วัฒนธรรมเหล่านี้บางส่วนได้แปรเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ประจำถิ่น อาทิเช่น ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัดน่านที่มีความโดดเด่นของลวดลาย โดยมีอยู่ในหลายท้องถิ่น หลายตำบล ซึ่งแต่ละท้องถิ่น และตำบลก็มีเอกลักษณ์ของตนเองตามกลุ่มชาติพันธุ์ มีทั้งผ้าทอที่ทอขึ้นโดยชาวเมืองดั้งเดิมและผ้าทอที่มีมาจากแหล่งอื่น ๆ อาทิเช่นผ้าทอลายน้ำไหลและผ้าซิ่นของชาวไทลื้อ เป้61นต้น แต่จากการสำรวจปัญหาของผู้ประกอบการสิ่งทอไทย พบว่าผู้ประกอบการระดับชุมชนจำนวนมาก62ยังขาดความรู้ความเข้าใจ ในการพัฒนาทางนวัตกรรมสร้างสรรค์ด้านสิ่งทอ และความสามารถในการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งไม่นำไปสู่แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนอีกด้วย

นอกจากนี้จากการสำรวจของผู้วิจัยพบว่าพื้นที่จังหวัดน่านเป็นแหล่งที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์จากสิ่งทอเป็นจำนวนมาก ทั้งในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปแล้วและยังไม่ได้แปรรูป โดยเฉพาะสิ่งทอซึ่งถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญ เป็นงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านที่สะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีต

ในปัจจุบันสินค้าไลฟ์สไตล์ในหลายพื้นที่ของจังหวัดน่านยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภค อีกทั้งรูปแบบของผลิตภัณฑ์ยังไม่แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างห่วงโซ่ทางเศรษฐกิจ และแสดงอัตลักษณ์จำเพาะของท้องถิ่นที่เหมาะสมกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยิ่งกว่านั้น จากการสำรวจผลิตภัณฑ์ในชุมชนยังพบปัญหาการขาดการสร้างตราสินค้า การโฆษณา การทำการตลาดและการประยุกต์พัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับตลาดสินค้าในปัจจุบันได้ ทั้งผู้วิจัยยังได้รับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ว่าการสนับสนุนจากภาครัฐยังไม่ถึงกลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวได้ส่งผลต่อการพัฒนาขยายผลเชิงการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่จังหวัดน่านที่มีทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ดั้งเดิมในการผลิตสิ่งทอเป็นของตนเองอย่างหลากหลาย จากการศึกษาข้อมูลและการลงพื้นที่สำรวจ จังหวัดน่านตั้งแต่ปี 2557-2559 อย่างต่อเนื่อง พบว่า

- 1) ผู้อยู่อาศัยในจังหวัดน่านยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนารูปแบบอาชีพ ด้วยการสร้างและพัฒนา ตราสินค้า (Brand) ที่จะสามารถเป็นส่วนช่วยสำคัญในการส่งเสริมแนวทางของการพัฒนาอุตสาหกรรมภายในจังหวัด ซึ่งนับเป็นการส่งเสริมอาชีพ ในระบบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่จะก่อให้เกิดห่วงโซ่ทางเศรษฐกิจ
- 2) ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ในจังหวัดน่านในปัจจุบันมีรูปแบบซึ่งคงความเป็นเอกลักษณ์พื้นถิ่นดั้งเดิมและคุณภาพของสิ่งทอที่ยังไม่ถูกพัฒนาด้วยนวัตกรรมให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นคน

เมืองรุ่นใหม่ที่มีรสนิยมสากล ทั้งยังจัดจำหน่ายเฉพาะในพื้นที่ทำให้ปริมาณการขายมีจำนวนจำกัดและไม่ก่อให้เกิดรายได้ที่ยั่งยืน

3) ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ในจังหวัดน่านยังไม่มีการสร้างตราสินค้า (Brand) ที่มีอัตลักษณ์จำเพาะที่สามารถสะท้อนทุนวัฒนธรรมพื้นถิ่นได้อย่างชัดเจน

โครงการวิจัยนี้จึงต้องการมุ่งศึกษาหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ใหม่แก่จังหวัดน่าน โดยเน้นด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมท้องถิ่นสู่สากล เป็นการผนวกองค์ความรู้จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจากคณาจารย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านแฟชั่น สิ่งทอ และนฤมิตรศิลป์เพื่อการพัฒนาสินค้าไลฟ์สไตล์ที่มีอัตลักษณ์จำเพาะจากทุนวัฒนธรรมของพื้นถิ่นจังหวัดน่าน และต่อยอดสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาที่มีความเหมาะสมกับลักษณะของทุนวัฒนธรรมพื้นถิ่นจังหวัดน่านและให้ได้มาซึ่งฐานข้อมูลที่สามารถนำไปต่อยอดให้ผู้อยู่อาศัยในจังหวัดน่านตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างรายได้ตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยการเชื่อมโยงทุนวัฒนธรรมสู่การผลิตเชิงอุตสาหกรรมในระบบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้อย่างยั่งยืน

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ที่ส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ในระบบห่วงโซ่เศรษฐกิจ โดยใช้เส้นทางทุนวัฒนธรรมสิ่งทอในจังหวัดน่านสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์และสถานที่ท่องเที่ยวองค์รวม โดยใช้ภูมิปัญญาและทุนวัฒนธรรมสิ่งทอของชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อน
3. เพื่อให้เกิดอาชีพที่ส่งผลให้ชุมชนมีรายได้ที่ยั่งยืน สามารถพึ่งพาตนเองได้ และขับเคลื่อนสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน เพื่อช่วยพัฒนาสังคมไทยไปสู่การเพิ่มมูลค่าและรายได้ ทั้งยังส่งเสริมการพึ่งพาตนเองของชุมชนอย่างยั่งยืน
4. เพื่อสร้างแหล่งเรียนรู้ ที่จะเป็นจุดศูนย์กลางการพัฒนาสร้างสรรค์ จุดจัดจำหน่าย และพื้นที่ที่สัมมนาเชิงปฏิบัติการของผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์จากทุนวัฒนธรรม รวมทั้งหาแนวทางในการเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์สู่ชุมชนผ่านการอบรม ถ่ายทอดความรู้ และให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการในชุมชน ให้สามารถพัฒนาสินค้าให้ได้คุณภาพทัดเทียมมาตรฐานสากล

## กระบวนการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการศึกษาวิจัยแบบผสมผสานระหว่างกระบวนการวิเคราะห์วิจัยเชิงคุณภาพ การพัฒนา  
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ และกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Ethnography) ซึ่งเป็นการ  
ผสมผสานระหว่างกระบวนการวิเคราะห์วิจัยเชิงคุณภาพและกระบวนการคิดเชิงออกแบบเพื่อเป็นการให้ข้อมูล  
และสร้างแรงบันดาลใจ

## ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ

เพื่อให้การดำเนินงานของโครงการประสบความสำเร็จทั้งในด้านนามธรรม (ผลผลิตเชิงการศึกษาวิจัย)  
และด้านรูปธรรม (ผลผลิตเชิงการนำไปใช้จริง การสร้างและส่งเสริมให้เกิดเส้นทางการท่องเที่ยวทางด้านสิ่งทอ  
และผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์) ทางโครงการเล็งเห็นถึงการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลด้านผู้ประกอบการจริงในพื้นที่  
จังหวัดน่าน โดยมุ่งเน้นเลือกสรรกลุ่มผู้ประกอบการทั้งที่เป็นภาครัฐและเอกชน ทั้งที่พัฒนาแล้วและกำลัง  
พัฒนา เพื่อส่งเสริมทางด้านการออกแบบสิ่งทอและผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ อันจะนำไปสู่การส่งเสริมเส้นทางการ  
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่มุ่งให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการร่วมลงมือทำจริง และเรียนรู้อย่างลึกซึ้งกับกลุ่มผู้  
อาศัยในพื้นที่จังหวัดน่าน อันนำมาซึ่งความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ถูกต้องและต่อยอดสู่การท่องเที่ยวที่  
สร้างสรรค์ต่อไปในอนาคตอย่างยั่งยืน

นอกจากความร่วมมือกับหน่วยงานภาคเอกชน ที่เข้าร่วมโครงการแล้ว ทางโครงการยังได้รับความ  
ร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ในการดำเนินงานให้คำปรึกษา วางแผน และร่วมกันพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการใน  
พื้นที่จังหวัดน่าน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารพื้นที่พิเศษจังหวัดน่าน ผู้ว่าราชการ  
จังหวัดน่าน สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมจังหวัดน่าน เป็นต้น

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยศึกษาและรวบรวมข้อมูลและมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)
- 2.2 แนวคิดทุนวัฒนธรรม
- 2.3 ผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรม(Cultural Products)
- 2.4 ทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นจังหวัดน่าน
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับห้องพักอาศัยประเภทอาคารชุด
- 2.6 การออกแบบภายในและการออกแบบเคหะสิ่งทอ
- 2.7 การออกแบบสิ่งทอ
- 2.8 เคหะสิ่งทอ
- 2.9 การออกแบบผลิตภัณฑ์

#### 2.1 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)

การท่องเที่ยวนั้นมีความหมายกว้าง และมีหลายคนที่ให้นิยามต่างกันออกไป แต่บุคคล ที่ให้นิยามการท่องเที่ยว และถูกอ้างถึงบ่อยครั้งในงานวิจัยที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว คือ วรรณ วรชวานิช(2546) ผู้ศึกษาภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวมากที่สุดคนหนึ่งในประเทศไทย ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การที่คนเราเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงการเคลื่อนย้าย ประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งตลอดจนการเดินทางภายในประเทศ และเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยว นั้นเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน โดยมีเงื่อนไข 3 ประการ ได้แก่

1. ต้องเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว
2. ต้องเดินทางไปด้วยความสมัครใจ
3. ต้องเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใดๆ ก็ได้ ที่มีไว้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

นอกจากนี้ยังมีคำอธิบายที่เป็นภาพกว้างของการท่องเที่ยว เช่น งานศึกษาที่เกี่ยวกับธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานอย่าง Personal & Social And Humanities Education Section (2013) ในเขตปกครองพิเศษฮ่องกง ซึ่งได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวว่า เป็นการเคลื่อนย้ายของผู้คนจากถิ่นที่อยู่อาศัย หรือที่ทำงานในระยะเวลาอันสั้นไม่เกิน 1 ปี และต้องไม่ใช่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการหารายได้ โดยการท่องเที่ยวถือเป็นกลุ่มย่อยของการเดินทาง (Travel) ซึ่งการเดินทางนั้นครอบคลุมถึงกิจกรรมเพื่อการพักผ่อน การทำธุระตลอดจนการประกอบอาชีพ ดังนั้น การท่องเที่ยว(Tourism) จึงเปรียบเสมือนองค์ประกอบย่อยของการเดินทางอีกทีหนึ่ง

การท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) ที่เป็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวระหว่างที่พักอาศัย และจุดหมายปลายทางภายในประเทศที่ตนเองอยู่อาศัย และการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) ที่เป็นการเดินทางจากที่พักอาศัย ไปยังจุดหมายปลายทางนอกประเทศภูมิลำเนาของตน โดยอาจจะเป็นการเดินทางระหว่าง 2 ประเทศ หรือมากกว่าก็ได้

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์(Creative Tourism) สร้างขึ้นโดยนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ที่ชื่อ คริสปิน เรย์มอนด์ (Crispin Raymond) และ เกร็ก ริชาร์ดส์ (Greg Richards) ที่กล่าวว่าพวกเขาได้แรงบันดาลใจมาจากการท่องเที่ยวในประเทศกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในช่วงปี 2542-2543 ซึ่งมีจุดหมายปลายทาง คือ ประเทศไทยรวมอยู่ด้วย

Creative Tourism จากหลักการ คือ การที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมของพื้นที่จุดหมาย ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวได้ทำความเข้าใจกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านประสบการณ์ของตัวเอง เกิดปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าบ้าน และผู้มาเยือน และยังเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถใช้ประสบการณ์ที่เรียนรู้ใหม่ มาประยุกต์กับชีวิตการทำงานของตนหลังจากรการท่องเที่ยว (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2556)

### 2.1.1 แนวโน้มการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน

จังหวัดน่านมีแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เติบโตสูงขึ้น อีกทั้งจังหวัดน่านยังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว จากการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณพื้นที่จังหวัดน่าน พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสอดคล้องกับหลักการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ แนวโน้มอัตราของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน พบว่า มีอัตราการเปลี่ยนแปลงในช่วงปี 2552 – 2559 นักท่องเที่ยวไทยเดินทางมายังจังหวัดน่านเพิ่มขึ้นทุกปี มีการเติบโตของนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 20.06 ต่อปีโดยประมาณ(การเติบโตเป็นอันดับ3 ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ)

โดยได้รับการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวจากนโยบายของทางภาครัฐ จังหวัดน่านยังถูกจัดเป็น 1 ใน 12 เมืองต้องห้ามพลาดตามนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จากต้นทุนทางด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดน่านและการสนับสนุนจากทางภาครัฐ ส่งผลให้ในปี 2559 รายได้การท่องเที่ยวของจังหวัดน่านเพิ่มสูงถึง 15.34% (ไตรมาสสุดท้ายของปีเมื่อเทียบกับเวลาเดียวกันในปีก่อนหน้า) จากข้อมูลเบื้องต้นส่งผลให้จังหวัดน่านมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

## 2.2 แนวคิดทุนวัฒนธรรม

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา พ.ศ. 2555 ได้ให้ความหมายของคำว่า วัฒนธรรม หมายถึง ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงามของสังคม ความเจริญนั้นแสดงออกได้ด้วยความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีของประชาชน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเจริญงอกงามทั้งทางจิตใจและทางวัตถุ สิ่งที่แสดงให้เห็นวัฒนธรรมของสังคมมีหลายอย่าง เช่น ความรู้สึกนึกคิดของสมาชิกในสังคม การรู้จักควบคุมอารมณ์โดยเฉพาะเมื่อเกิดความขัดแย้ง มารยาทที่ขัดเกลาเรียบร้อย สุภาพเหมาะสม สอดคล้องตามบริบทของสถานการณ์ ความรู้จักรักษาสีทิวทัศน์ของผู้อื่นและของตน เป็นต้น

พระยาอนุমানราชธนะ ได้ให้ความหมายว่า “วัฒนธรรม” คือ สิ่งที่มีมนุษย์เปลี่ยนแปลงปรับปรุงหรือผลิตขึ้น สร้างขึ้นเพื่อความเจริญงอกงามในวิถีของส่วนรวม ถ้ายทอดกันไว้ เอาอย่างกันไว้ รวมทั้งผลิตผลของส่วนรวมที่มนุษย์ได้เรียนรู้มาจากคนแต่ก่อนสืบทอดเป็นประเพณีกันมา ตลอดจนความรู้สึก ความคิดเห็น และกิริยาอาการ หรือการกระทำใด ๆ ของมนุษย์ในส่วนรวมลงรูปเป็นพิมพ์เดียวกัน และสำแดงออกมาได้ปรากฏเป็นภาษา ศิลปะ ความเชื่อ ระเบียบประเพณี เป็นต้น

ไทเลอร์ (Tylor, 1974) ให้นิยามคำว่า วัฒนธรรม คือ ความทับซ้อนกันระหว่าง ความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ ศีลธรรม กฎหมาย ประเพณี และสมรรถนะอื่นที่มนุษย์ต้องการแสวงหาเพื่อการเป็นสมาชิกของสังคม

โมแรน (Moran, 2001) กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิตที่ค่อยๆเกิดการพัฒนากลุ่มคนประกอบด้วยแบบแผนการปฏิบัติร่วมกัน มีผลผลิตร่วมกัน และมีมุมมองทัศนคติความคิดร่วมกันภายใต้บริบททางสังคมที่เฉพาะเจาะจง โดยวัฒนธรรมมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ผลิตผล (Products), วิถีปฏิบัติ (Practices), และมุมมอง (Perspectives)

วัฒนธรรมเป็นเครื่องกำหนดวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ การที่มนุษย์อยู่ร่วมกันคบหาสมาคม ประกอบอาชีพร่วมกัน ล้วนเป็นผลมาจากวัฒนธรรม วัฒนธรรมเป็นเครื่องglomเกลากจิตใจมนุษย์ ก่อให้เกิดการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข สังคมและวัฒนธรรมจึงจำเป็นของคู่กัน โดยมนุษย์เป็นผู้สร้างวัฒนธรรม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสร้างความเจริญให้แก่สังคมของมนุษย์ (จันทิรา ธนสงวนวงศ์, 2561)

วัฒนธรรม คือมรดกแห่งสังคม แบบแผนวิถีการดำเนินชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งถูกหล่อหลอมจากรุ่นสู่รุ่น และมีการพัฒนาให้เข้ากับยุคสมัย โดยทุกคนในสังคมมีความเข้าใจร่วมกันทุนวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้เป็นสองประเภท ได้แก่ (1) ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ (Tangible Culture) ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ภาพเขียน รูปปั้น เป็นต้น (2) ทุนวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Culture) เป็นทุนที่อยู่ในรูปแบบของทรัพย์สินทางปัญญา หรือเรียกอีกนัยหนึ่งว่า ทุนวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Nonmaterial Culture) ได้แก่ ความคิด การปฏิบัติ ความเชื่อ และค่านิยม เช่น เพลง งานวรรณกรรม นิทาน อย่างไรก็ตามทุนวัฒนธรรมทั้งสองประเภทนี้มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกัน และสามารถปรากฏอยู่ได้ทุกช่วงเวลาในฐานะทุนคงคลัง (Capital Stock) ซึ่งมีมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์และคุณค่าทางวัฒนธรรมในตัวเอง (ชัยอนันต์ สมุทวณิช, 2540)

### 2.3 ผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรม(Cultural Products)

สินค้าวัฒนธรรม (Cultural Products) กล่าวคือ สินค้าหรือบริการที่มีวัฒนธรรมฝังตัวเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าหรือบริการนั้น ในฐานะผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคมิได้เพียงแค่สินค้าหรือบริการเท่านั้น หากแต่ยังได้วัฒนธรรมที่ฝังอยู่ในตัวสินค้าด้วย ทั้งนี้ของวัฒนธรรมที่ปรากฏในสินค้าและบริการแต่ละประเภทนั้น จะมีระดับและความเข้มข้นไม่เท่ากัน สินค้าบางประเภทอาจแสดงนัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมอย่างเด่นชัด แต่บางประเภทอาจแสดงนัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมอย่างไม่เด่นชัด (รังสรรค์ ณะพรพันธุ์, 2539)

วัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ในสินค้าหรือบริการ (Embodied Culture) ที่แตกต่างกันส่งผลให้สินค้าหรือบริการแต่ละประเภทมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน ความหลากหลายของผลผลิตดังกล่าวจึงช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการสินค้า(รังสรรค์ ณะพรพันธุ์, 2539) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่มีอิทธิพลของเครือข่ายสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ต

จากแนวคิดของกระทรวงวัฒนธรรม พ.ศ. 2560 ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product Of Thailand : Cpot) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาต่อยอดมาจากวัฒนธรรมไทย มีคุณค่า ความหมาย เรื่องราว ด้านวัฒนธรรม อันเป็นรากเหง้าที่ได้รับการสืบสานสืบทอดมาจาก บรรพบุรุษ บ่งบอกอัตลักษณ์ และสามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์

ในปัจจุบันพบการใช้แนวคิดทางทุนทางวัฒนธรรมในงานสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ จากการสำรวจข้อมูลพบว่า สามารถแบ่งประเภทแนวทางการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมของไทย ได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมประเภทอนุรักษ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ถูกผลิตขึ้นภายใต้แนวคิดการอนุรักษ์ ผลิตผลิตภัณฑ์จากแนวคิดดั้งเดิมด้วยการสั่งสอนหรือจดจำจากรุ่นสู่รุ่น ผลิตภัณฑ์ยังคงแฝงไว้ด้วยความเชื่อในอดีต อีกทั้งยังคงรักษารูปแบบเดิมไว้

2. ผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมประเภทประยุกต์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ถูกผลิตขึ้นจากการประยุกต์ใช้แนวคิดของวัฒนธรรมไทย โดยนำรูปแบบหลักฐานทางวัฒนธรรมดั้งเดิมสร้างสรรค์และพัฒนาให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ตามความต้องการในสมัยนิยม อันมีเหตุมาจากปัจจัยดังนี้

- การพัฒนาตามเทคโนโลยี / นวัตกรรม / การค้นพบวัสดุใหม่ๆ / กระบวนการผลิตใหม่
- ตามทัศนคติ / วิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ / พฤติกรรมของผู้บริโภค / การแข่งขันทางธุรกิจ
- ตามการผสมผสาน แนวคิด นำรูปแบบผลงานแบบเดิมมาต่อยอดเป็นผลงานรูปแบบใหม่ๆ ตามแนวโน้มในปัจจุบัน เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ ของที่ระลึกรูปแบบต่างๆ. การสร้างสรรค์ประเภทนี้มีการออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้งานในปัจจุบัน และควรมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนให้ทันสมัย (สรุปพล คำรณกุล: บทคัดย่อ)

วัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรม ที่ใช้วัฒนธรรมแฝงในตัวในสินค้าหรือบริการ มีแนวโน้มเป็นที่ต้องการของประเทศอื่น เนื่องจากความหลากหลายทางผลผลิต(รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, 2539) อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน แนวโน้มการเติบโตของสินค้าวัฒนธรรมยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเนื่องจากการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีสารสนเทศอีกด้วย

การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปควบคู่ไปกับวิถีการดำเนินชีวิต (lifestyle) จากการเปลี่ยนแปลงทั้งรูปแบบดำเนินชีวิตและระบบสารสนเทศที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว จนเกิดกลายเป็นกลุ่มสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ โดยกรมส่งเสริมการส่งออก ให้ความหมาย ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ คือ ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภค สามารถแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ได้ 6 ประเภท ดังนี้

1. เพอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน
2. ของขวัญของชำร่วยและของตกแต่งบ้าน
3. เครื่องใช้บนโต๊ะอาหารและในครัวเรือน
4. เคหะสิ่งทอ
5. ของเล่น
6. เครื่องเขียนและของใช้สำนักงาน

สมาชิกรวมพันธมิตรผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ไทยนั้นประกอบด้วย 7 สมาคม ได้แก่ สมาคมของขวัญ ของชำร่วย ไทยและของตกแต่งบ้าน, สมาคมการค้าเครื่องใช้ในครัวเรือนไทย, สมาคมอุตสาหกรรมของเล่นไทย, สมาคมสินค้าตกแต่งบ้าน, สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ, สมาคมผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แนวดีไซน์, สมาคมเครื่องเขียนและเครื่องใช้สำนักงานไทย จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ของไทยนั้นครอบคลุม ผลิตภัณฑ์

หลากหลายประเภทโดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค ยกเว้นเพียงกลุ่มเครื่องจักร อุปกรณ์เสริม วัตถุดิบ ชิ้นส่วนและวัสดุประกอบในสายอุตสาหกรรม

## 2.4 ทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นจังหวัดน่าน

งานหัตถกรรมสิ่งทอของไทยเป็นงานหัตถกรรมที่สืบทอดมรดกทางภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษอย่างยาวนาน งานหัตถกรรมสิ่งทอของไทยสามารถพบเห็นอยู่ทั่วทั้งประเทศ โดยแต่ละภูมิภาคจะมีความแตกต่างและจุดเด่นที่มีความแตกต่างกัน งานหัตถกรรมสิ่งทอของไทยผลิตเพื่อเป็นเครื่องแต่งกายใช้เองในครอบครัว ตลอดจนไปถึงการผลิตเพื่อถวายแก่พระพุทธศาสนา งานหัตถกรรมสิ่งทอที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษด้วยการจดจำและถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษของแต่ละพื้นที่ งานหัตถกรรมสิ่งทอของไทยเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม วิถีชีวิต คติชน ของแต่ละพื้นที่ โดยสามารถแสดงออกผ่านผืนผ้าที่แฝงด้วยแนวคิดในการสร้างสรรค์ลวดลาย และวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ ส่งผลให้งานหัตถกรรมสิ่งทอของแต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกัน

จังหวัดน่านเป็นเมืองชายแดนแห่งล้านนาตะวันออก อุดมไปด้วยวัฒนธรรมที่หลอมรวมจากเทือกเขาสูงพื้นราบ บรรพบุรุษของชาวน่านส่วนหนึ่งเป็นคนไทที่อพยพจากดินแดนล้านช้างทางฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขงเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ตามชายแดนตอนเหนือของเมืองน่าน(สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวในปัจจุบัน) และจังหวัดน่านยังประกอบไปด้วยคนเมืองหรือคนไทยวนซึ่งเป็นหมู่ชนที่ถูกเรียกว่า ลาวพุงดำ และในเขตตัวเมืองยังประกอบไปด้วยขมุ เจี้ยว พม่า และลาว ส่วนเขตรอบนอกตัวเมืองประกอบไปด้วยชนเผ่าต่าง ๆ เช่น ไทลื้อ ม้ง เมี่ยน ถิ่นหรือลัวะ ขมุ ผีตองเหลือง ฯลฯ โดยชนกลุ่มย่อยแต่ละกลุ่มมีวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อ และพิธีกรรมแตกต่างกันไป อีกทั้งยังมีการหิบบัณฑิตวัฒนธรรมและการหลอมรวมกันส่งผลให้วัฒนธรรมในจังหวัดน่านปัจจุบันมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง

ในพงศาวดารเมืองน่าน มีการกล่าวถึงการกวาดต้อนชาวไทลื้อ ซึ่งนับเป็นกลุ่มผู้อาศัยกลุ่มใหญ่กลุ่มหนึ่งในจังหวัดน่าน เนื่องจากในยุคสร้างบ้านแปงเมืองในสมัยล้านนาและรัตนโกสินทร์ตอนต้น ก่อให้เกิดการอพยพของชาวไทลื้อเข้ามาสู่ประเทศไทยในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ เช่น จังหวัดลำพูนซึ่งมีชาวไทลื้ออาศัยอยู่มากที่สุด และจังหวัดน่าน มีชาวไทลื้อกระจายตัวอาศัยอยู่หลายอำเภอ เช่น อำเภอเมือง อำเภอท่าวังผา อำเภอบ้านหลวง อำเภอแม่จริม อำเภอสันติสุข และอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดน่าน(ประชัน รักพงษ์, 2536)

งานหัตถกรรมสิ่งทอของเมืองน่าน เป็นผ้าที่ทอจากฝ้าย ในอดีตนั้นจะใช้ฝ้ายที่มีในท้องถิ่น โดยเริ่มจากการปลูกฝ้าย และเข้าสู่กระบวนการผลิตเป็นเส้นด้าย โดยภูมิปัญญาของท้องถิ่นทั้งหมด รวมทั้งกรรมวิธีย้อมสีธรรมชาติ เช่น สีดำจากผลมะเกลือ สีแดงจากครั่ง สีเหลืองจากขมิ้น แก่นขนุนและสีน้ำตาลได้จากเปลือกต้นสน

เป็นต้น จากการศึกษางานหัตถกรรมสิ่งทอของเมืองน่านพบว่าการสืบทอดทางวัฒนธรรมสิ่งทอที่สืบเชื้อสายมาจากชาวไทยลื้อโบราณ

เอกลักษณ์ของทอผ้าพื้นเมืองของจังหวัดน่านมีลักษณะพิเศษที่ไม่เหมือนการทอผ้าของจังหวัดอื่น เป็นการผสมผสานวัฒนธรรมการทอผ้าของชาวไทยวน ไทลื้อและไทลาว มีการใช้เทคนิคการทอผ้าที่หลากหลาย ได้แก่ เทคนิคเกาะลัว่ง เทคนิคมัดก่าน(คล้ายผ้ามัดหมี่ในภาคอีสาน), เทคนิคจก, เทคนิคขิด(เทคนิคมุก) และเทคนิคยกดอก เป็นต้น เทคนิคแสดงถึงความเชี่ยวชาญของช่างทอและการสร้างเอกลักษณ์ แสดงออกถึงชาติพันธุ์ โดยผ้าทอพื้นถิ่นจังหวัดน่าน มีเทคนิคเฉพาะ คือ การใช้วิธีการทอแบบการกลับด้าย หรือย้อนเส้นได้นั่นเอง การทอผ้าเช่นนี้เรียกว่า “ลายน้ำไหล” ซึ่งนิยมใช้ทั้งฝ้าย ไหม และดัดผสมกันมีสีฉูดฉาดสลับลายสวยงาม (สุมาลย์ โทมัส, 2525: 6-7)

งานหัตถกรรมสิ่งทอของจังหวัดน่านในปัจจุบัน นิยมผลิตสิ่งทอเพื่อใช้เป็นกระโปรงผ้านุ่ง หรือเรียกว่า ซิ่น จากข้อมูลของการจัดนิทรรศการ “งามภูเขา ผ้าลุ่มน้ำน่าน” (Spectacular Textiles Of Nan River Basin) ณ พิพิธภัณฑ์ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ ได้บรรยายถึงลักษณะผ้าซิ่นจังหวัดน่านที่เป็นแบบมาตรฐานในอดีต ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ประเภท ได้แก่

1. ซิ่นเชียงแสน เป็นซิ่นที่ชาวบ้านใช้นุ่งในชีวิตประจำวัน ชื่อเรียกแสดงถึงแหล่งกำเนิดแบบดั้งเดิมของชาวไทยวนในเชียงแสน เป็นผ้าซิ่นฝ้ายลายขวางเย็บสองตะเข็บ สีพื้นหลักคือสีแดงเข้มหรือสีคราม ลายขวางเป็นสีดำ คราม หรือขาวประกอบด้วยแถบลายใหญ่ 1 แถว สลับด้วยแถบลายเล็ก 3 แถว ตลอดตัวซิ่น



ภาพที่ 1 ภาพซิ่นเชียงแสน

2. ชินม่าน เป็นชิ้นลายขวางเย็บ 2 ตะเข็บ ทอด้วยฝ้ายปนไหมและนิยมทอลายมุก (จิต) ด้วยเส้นใยโลหะ (ไหมเงิน ไหมคำ) มีการทอลายสลับมุกกับสีพื้นแบบระยะไม่เสมอกัน แต่ตัวชิ้นจะทอต่อเนื่องกับตีนชิ้น และเย็บต่อหัวชิ้นด้วยผ้าสีแดง



ภาพที่ 2 ภาพชิ้นม่าน

3. ชิ้นป้อง เป็นชิ้นลายขวางเย็บ 2 ตะเข็บ ลายขวางทอด้วยเทคนิคจิต (แต่ในจังหวัดน่านเรียกว่าเทคนิค เก็บมุก ยกมุก หรือเก็บดอก) วัสดุที่ใช้ทอได้แก่ ฝ้าย ไหม และไหมเงินไหมคำ โดยมีโครงสร้างและชื่อเรียกแตกต่างกันได้แก่ ชิ้นป้องตาเหลี่ยม ชิ้นห้องตาสี่บ ชิ้นห้องเคิบไหมคำ และชิ้นป้องก่าน



ภาพที่ 3 ภาพชิ้นป้อง

4. ชิ้นก่าน คือชิ้นที่มีความโดดเด่นด้วยเทคนิคการมัดหมี่เส้นพุ่ง เรียกว่าชิ้นมัดก่าน หรือ ชิ้นคาด โดยชิ้นก่านเป็นชิ้นลายขวางเย็บสองตะเข็บ พบมากในอำเภอท่าวังผา อำเภอเชียงกลาง และอำเภอปัว สีที่เป็นที่นิยมคือ สีม่วง สีคราม สีบานเย็น และสีเขียว โดยโครงสร้างของชิ้นก่านยังสามารถแบ่งย่อยได้ เช่น ชิ้นก่านป้อง ชิ้นก่านม่าน และชิ้นก่านล้วน เป็นต้น



ภาพที่ 4 ภาพซิ่นก่าน

5. ซิ่นตีนจก เป็นซิ่นที่ประกอบด้วยโครงสร้างสามส่วนด้วยกัน ได้แก่ หัวซิ่น ตัวซิ่น และตีนซิ่น โดยหัวซิ่นเป็นผ้าพื้นสีแดง 1 หรือ สีแดงและขาวอย่างละชั้น 2 ตัวซิ่นเป็นลายขวาง เย็บ 2 หรือ 3 ตะเข็บส่วนตีนซิ่นเป็นผ้าลายจกเย็บตะเข็บเดียว ซิ่นตีนจกที่พบในจังหวัดน่านมีหลากหลายรูปแบบมีทั้งแบบที่ทอด้วยฝ้ายอย่างเดียว ทอด้วยฝ้ายปนไหม และทอด้วยเส้นใยโลหะ เป็นต้น



ภาพที่ 5 ภาพซิ่นตีนจก

6. ซิ่นแบบเมืองเงิน ใช้เรียกชื่อตามกลุ่มไทลื้อที่อาศัยอยู่ในเมืองเงิน ปัจจุบันอยู่ในแขวงไชยะบุรี ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งเดิมเคยเป็นเขตเมืองน่านเป็นลักษณะของซิ่นลายขวางเย็บสองตะเข็บ ทอด้วยฝ้ายและไหม นิยมสอดเส้นด้ายโลหะแวววาว ลวดลายตกแต่งบนตัวซิ่นมักทอด้วยเทคนิคมุก (ขีด) สีที่โดดเด่น ได้แก่ สีเหลือง สีแดง และสีดำ



ภาพที่ 6 ภาพชิ้นแบบเมืองเงิน

ผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอพื้นถิ่นจังหวัดน่าน จากการศึกษารวบรวมข้อมูลพื้นที่จังหวัดน่าน ผู้วิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์สิ่งทอพื้นถิ่นจังหวัดน่านสืบทอดมาจากชาวไทลื้อ โดยเครื่องแต่งกายของชาวไทลื้อสามารถแบ่งออกได้ตามพื้นที่ที่แตกต่างกัน(ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนะกุล, 2551)ดังนี้

1. ชุดไทลื้อจังหวัดน่านแบบอำเภอนาน้อย อำเภอเวียงสา และอำเภอบัว โดยรูปแบบลักษณะเสื้อเป็นเสื้อปิดแขนยาวเข้ารูปพอดีตัว ตัดเย็บจากผ้าฝ้ายสีครามไม่มีการประดับตกแต่ง ลักษณะผ้าซิ่นที่พบและเป็นมาตรฐานตามแบบจังหวัดน่าน ได้แก่ ซิ่นป่อง และซิ่นม่าน เป็นซิ่นเย็บสองตะเข็บ ตัวซิ่นและตีนซิ่นทอต่อเนื่องต่อหัวซิ่นด้วยผ้าสีแดง ใช้เส้นยืนเป็นผ้าฝ้าย และใช้เส้นพุ่งเป็นผ้าฝ้ายหรือผ้าไหม ลักษณะเด่นคือ ตัวซิ่นเป็นลายมัดก่านทอสลับกับเทคนิคขีด หรือเป็นลายมัดก่านทั้งผืน (ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนะกุล, 2551) ซิ่นป่องทอด้วยเทคนิคขีดหรือเทคนิคมัดก่านเป็นลายขวางสลับริ้วสีพื้น มีช่วงของขนาดลายที่เท่ากันโดยตลอด ในขณะที่ซิ่นม่าน เป็นการเรียกชื่อตามลักษณะโครงสร้าง คือเป็นซิ่นที่ทอด้วยเทคนิคขีด หรือมัดก่าน เป็นลายขวางสลับริ้วสีพื้นเย็บสองตะเข็บ โดยจะมีการจัดช่วงขนาดของลายไม่เท่ากัน (ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนะกุล, 2551)
2. ชุดไทลื้อแบบอำเภอบัวชุมและอำเภอนาน้อย เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า แบบเมืองเงิน เป็นการแต่งกายที่คล้ายคลึงกับแขวงไชยะบุรี ประเทศลาว ชุดผู้ชายเป็นเสื้อคอตั้งแขนยาวสีดำ เย็บตกแต่งด้วยแถบผ้าจากบริเวณคอเสื้อ ฝ้านุ่งถูกเรียกว่าผ้าต้อย ทำจากผ้าฝ้ายย้อมสีคราม หรือเป็นไหมสีม่วงหรือสีชมพู

ชุดผู้หญิงลักษณะเสื้อเป็นเสื้อแขนยาวสีดำ หรือสีครามเข้ม อาจตัดเย็บจากผ้าฝ้ายทอมือหรือผ้าฝ้ายโรงงานก็ได้ ตัวเสื้อค่อนข้างยาวกว่าเสื้อปิดของผู้หญิงไทลื้อในถิ่นอื่น สบายเสื้อนิยมแต่งด้วยแถบผ้าลายจกขนาดเล็ก สิ่งโดดเด่นของผ้าซิ่นในพื้นที่ดังกล่าวได้แก่ การทอซิ่นจะทอต่อเนื่อง ตีนซิ่นจะมี

สองสี ได้แก่ สีดำ และสีแดง เรียกว่า ดินดำ และ เล็บแดง ท้องขึ้นมีลายริ้วขนาดกว้าง เริ่มจากส่วนบน เป็นพื้นสีดำ ต่อด้วยลายริ้วสลับสีแดงดำ บางพื้นมีลายขีดสีเหลืองขนาดเล็กสลับ (ทรงศักดิ์ ปรารงค์ วัฒนธรรมกุล, 2551)

งานสิ่งทอของไทยเป็นแหล่งที่มีความเจริญรุ่งเรืองด้านศิลปวัฒนธรรมและงดงามด้วยเอกลักษณ์ ซึ่งถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศ สิ่งทอล้านนาพัฒนามาจาก สิ่งทอของชาวไทพื้นราบและชาวเขาเผ่าต่างๆ ชาวไทในดินแดนล้านนาเป็นกลุ่มชน 3 กลุ่มใหญ่ได้แก่ ชาวไทยวนหรือชาวไทล้านนา ชาวไทลื้อและชาวไทกลุ่มต่างๆ (ทรงศักดิ์ ปรารงค์วัฒนธรรมกุล; แพทรีเซีย ซีสมแมน, 2530)

#### 2.4.1 การแบ่งประเภททุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นไทลื้อจังหวัดน่าน


การแบ่งประเภทลักษณะทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นของชาวไทลื้อจังหวัดน่าน สามารถแบ่งได้ด้วยลักษณะการใช้งานจากความเป็นมาของสิ่งทอในอดีต(ทรงศักดิ์ ปรารงค์วัฒนธรรมกุล; แพทรีเซีย ซีสมแมน, 2530) สามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเครื่องแต่งกาย, กลุ่มเครื่องใช้สอยในครัวเรือน, และกลุ่มเครื่องใช้ทางศาสนา ประเพณี พิธีกรรม ดังนี้

##### 2.4.1.1 เครื่องแต่งกาย

เครื่องแต่งกาย จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ด้านการแต่งกายในอดีตพบงานจิตรกรรมฝาผนัง ณ วัดภูมินทร์ จังหวัดน่าน พบว่า การออกแบบผ้าจะอยู่ในรูปแบบสีเหลี่ยมผืนผ้า และมีการทอลวดลายหรือ ตกแต่งปักลวดลาย มีเชิงมีชาย หรือ ย้อม เทคนิคการทอหลายรูปแบบแบบ คงรูปเป็นผ้าสีเหลี่ยม ที่อาจนำมาเย็บต่อกันเข้าในลักษณะใดก็ได้ โดยนำมาทำเป็นผืนผ้าที่ใช้นุ่ง เช่น ผ้าซิ่น ผ้าต้อย และนำมาใช้ห่ม เช่น ผ้าห่มผ้าเช็ด เป็นต้น ในล้านนาไม่มีวัฒนธรรมการตัดผ้าเป็นเสื้อ หรือกางเกงให้เข้ากับรูปร่างของคนอย่างทางตะวันตก การตัดเย็บเสื้อผ้าเริ่มมีขึ้นหลังจากที่มีการติดต่อกับชาวจีนและชาวตะวันตกในยุคหลังต่อมา

ชาวไทลื้อในล้านนาได้อพยพมาจากสิบสองปันนาในอดีต และได้ตั้งหลักแหล่งส่วนใหญ่อยู่ที่จังหวัด เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน และบางส่วนของเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง โดยทั่วไปแล้วชาวไทลื้อยังคงรักษาเอกลักษณ์ของการทอผ้าแบบไทลื้อไว้ได้โดยที่ชาวไทลื้อในล้านนาแต่ละแห่งต่างมีลักษณะการทอผ้าที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น แต่โดยรวมจะมีความคล้ายคลึงกันในเรื่องเทคนิคการทอผ้าที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา ในส่วนของเครื่องแต่งกายของชาวไทลื้อที่มีลักษณะโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม เช่นเป็นรูปแบบเสื้อและกางเกงของผู้ชาย เสื้อปักและผ้าซิ่นลายขวางของผู้หญิง การโพกศีรษะด้วยผ้าสีขาว สีดำ หรือสีอื่นๆ ถูย้อม รวมถึงการตกแต่งด้วยเครื่องประดับต่างๆ เหล่านี้ล้วน บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชาวไทลื้อ

ตารางที่ 1 ลักษณะลวดลาย การผลิตเส้นใย และการใช้งาน ทุนวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อจังหวัดน่าน

ชื่อ/ที่มา	ลักษณะลวดลาย/ การใช้สอย	ลักษณะการผลิต/ เส้นใย	ลักษณะการ ใช้งาน
 <p>ซิ่นปักก่าน จ.น่าน ที่มา ; มรดก วัฒนธรรมไทลื้อหน้า,48</p>	<p>การทอลายมัดหมี่ ที่ชาวไทลื้อเรียกว่า มัดก่าน หรือคาค ก่าน (การทอ มัดหมี่เส้นพุ่ง) ทอ เป็นลายขวางสลับ ริ้วสีพื้น ขนาดของ ลายเท่ากันตลอด เส้นด้ายที่ใช้ทอ ย้อมด้วยสี ธรรมชาติคือสีน้ำ เงินจากห้อม</p>	<p>-การทอแบบ มัดหมี่เส้นพุ่ง - ผ้า ฝ้าย</p>	<p>ซิ่นพื้นบ้านใช้ใช้ใน ชีวิตประจำวันและ โอกาสทั่วไป</p>
 <p>ซิ่นปัก จ.น่าน ที่มา ; ผ้าล้านนา ยวน ลื้อ ลาว หน้า,72</p>	<p>การทอลายขีดโดยใช้ ดินเงินบนผ้า ฝ้าย ทอเป็นลายริ้ว แนวขวางมีขนาด ของลายเท่ากัน ตลอดทั้งผืน</p>	<p>การทอแบบขีด ผสมดินเงิน</p>	<p>ซิ่นพื้นบ้าน ใช้ใน ชีวิตประจำวันและ โอกาสทั่วไป</p>

ชื่อ/ที่มา	ลักษณะลวดลาย/ การใช้สอย	ลักษณะการผลิต/ เส้นใย	ลักษณะการ ใช้งาน
 <p>ซิ่นม่านก่าน จ.น่าน ที่มา ; มรดก วัฒนธรรมไทลื้อ หน้า,49</p>	<p>ลายขีดตามขวาง ทอสลัสีพื้นเป็น ช่วงๆ ช่วงลาย ริ้วขีดและสีพื้นมี การจัดขนาดของ ลายไม่เท่ากัน และ ทอตกแต่งสลั ด้วยลายมัดก่าน (การทอมัดหมี่เส้น พุ่ง)</p>	<p>- การทอแบบขีด และมัดหมี่เส้นพุ่ง - ผ้าฝ้าย</p>	<p>ซิ่นพื้นบ้านใช้ใน ชีวิตประจำวันและ โอกาสทั่วไป</p>
 <p>ถุงย่ามผ้าฝ้ายอ.พุ่งช้าง จ.น่านที่มา : มรดกวัฒนธรรมผ้าทอไทลื้อ หน้า 37</p>	<p>ลวดลายขีด หรือ จก ใช้ตกแต่งย่าม แบบพื้นฐานให้มี ลวดลายสลัสี สดใส มีความ งดงามมากยิ่งขึ้น</p>	<p>การทอแบบขีด และแบบจก -ผ้า ฝ้าย</p>	<p>ใช้ในชีวิตประจำวัน และโอกาสทั่วไป</p>

#### 2.4.1.2 เครื่องใช้สอยในในครัวเรือน

ชาวไทลื้อในอดีตจะทอผ้าขึ้นเองเพื่อเป็นประโยชน์ในการใช้สอยในในครัวเรือน ไม่ได้มีการนำไปใช้เพื่อ  
การประดับตกแต่งภายในที่พำอาศัยเช่นในปัจจุบัน สิ่งทอที่ทำในอดีต เช่น พูกหรือที่นอน ผ้าหลบหรือผ้าปูที่  
นอน หมอนแบบต่างๆ และ ผ้าห่ม ทำไว้สำหรับใช้เองและต้อนรับแขกหรือญาติพี่น้อง หรือทำถวายวัดเป็นการ  
ทำบุญสำหรับพระสงฆ์ไว้ใช้สอย และเป็นประโยชน์สำหรับฆราวาสได้ใช้นอนที่วัดในเวลาว่างงานบุญต่างๆ

ชื่อ/ที่มา	ลักษณะลวดลาย/ การใช้สอย	ลักษณะการผลิต/ เส้นใย	ลักษณะการ ใช้งาน
	<p>มีลักษณะเย็บเป็น ปลอกผ้าสีคราม เข็มหรือสีดำ ขนาด ประมาณ 80 x 180 เซนติเมตร ด้านขอบของพูก เย็บด้วยผ้าสี เดียวกันหรือสีแดง หนาประมาณ 5 – 10 เซนติเมตร ยัด ด้วยนุ่น จุดเด่นคือ การตกแต่งด้วย ลวดลายผ้าขิด ทอ สลับสีแดงและสีดำ</p>	<p>การทอแบบขิด - ผ้า ฝ้าย</p>	<p>ใช้เป็นที่นอน ของชาว ไทลื้อ</p>
 <p>ผ้าหลบ หรือผ้าปูที่นอน ที่มา : มรดก วัฒนธรรมผ้าทอไทลื้อ หน้า 97</p>	<p>เป็นผ้าฝ้ายสีขาว นิยมทอ 2 ผืน แล้ว นำมาเย็บต่อกกลางมี ลักษณะเด่นอยู่ที่ การทอลายขิด ที่ใช้ เส้นฝ้ายสีแดงสลับ สีดำคราม ประกอบด้วย ลายขิดพื้นฐาน ขนาดเล็กและลาย</p>	<p>-ผ้าทอส่วนพื้น สี ขาวเป็นการทอ แบบลาย ขัด ใน ส่วนลวด ลาย เป็น การ ทอแบบขิด - ผ้าฝ้าย</p>	<p>ผ้าปูที่นอนใช้ปูทับลง บนพูกหรือสะล</p>


ชื่อ/ที่มา	ลักษณะลวดลาย/ การใช้สอย	ลักษณะการผลิต/ เส้นใย	ลักษณะการ ใช้งาน
	<p>ที่เกิดจากการคิดประดิษฐ์ผสมผสานลายพื้นฐานจนเป็นลายขนาดใหญ่และในส่วนตรงชายผ้าจะรวบเส้นฝ้ายถักเป็น ตาข่าย</p>		
 <p>ผ้าแหลบ หรือผ้าเต็ม ที่มา : มรดกวัฒนธรรมผ้าทอไทลื้อ หน้า 102</p>	<p>ลักษณะ เป็นผ้าฝ้ายสีขาว ทอด้วยลายขิดจนเต็มผืนเป็นรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน สีดำแดง หรือเป็นสีดำแล้วจกด้วยไหมสีเหลืองตรงใจกลางของรูปสี่เหลี่ยม อาจมีผ้าสีแดงขลิบริมโดยรอบ หรือมีผ้าพื้นสีดำเย็บซ้อนติดกันอีกชั้นหนึ่ง</p>	<p>-การทอแบบขิดและแบบจก -ผ้าฝ้าย</p>	<p>ใช้สำหรับปูนอนและใช้ในโอกาสพิเศษเช่น แววนตกแต่งงาน บวชหรืองานแต่งงาน</p>

ชื่อ/ที่มา	ลักษณะลวดลาย/ การใช้สอย	ลักษณะการผลิต/ เส้นใย	ลักษณะการ ใช้งาน
 <p>หมอนหกแบบเมืองเงิน อ.ทุ่งช้าง จ.น่าน ที่มา : มรดกวัฒนธรรมผ้าทอไทลื้อ หน้า 104</p>	<p>เป็นหมอนรูปสี่เหลี่ยม มีหกช่อง ใช้ผ้าสีแดงเย็บปิดด้านหน้าหมอน เติ้นด้วยการตกแต่งการปักลวดลายด้วยเส้นโลหะสีเงินและเลื่อมบนผ้าสีแดง</p>	<p>-การทอแบบลายขัดและตกแต่งด้วยการปัก -ผ้าฝ้าย เส้นโลหะสีเงินและเลื่อม</p>	<p>หมอนใช้ในโอกาสพิเศษใช้ในชนชั้นสูงของชาวไทลื้อ</p>
 <p>หมอนผาที่มาจาก : มรดกวัฒนธรรมผ้าทอไทลื้อหน้า 104</p>	<p>เป็นหมอนรูปสามเหลี่ยมขนาดใหญ่ มีการปักตกแต่งหน้าหมอนเป็นลวดลายงดงามด้วยเส้นโลหะสีเงินหรือสีทอง ปักบนผ้าสีแดง หมอนชนิดนี้นิยมใช้ในชนชั้นสูง มีนัยบอกฐานะและอำนาจของผู้ใช้</p>	<p>การทอแบบลายขัดและตกแต่งด้วยการปัก -ผ้าฝ้าย เส้นโลหะสีเงินและสีทอง</p>	<p>ใช้สำหรับโอกาสพิเศษ เช่น เป็นหมอนอิงในพิธีแต่งงาน หรือเป็นหมอนที่ทำถวายพระสงฆ์</p>

### 2.4.1.3 เครื่องใช้ทางศาสนา ประเพณี พิธีกรรม


เครื่องใช้ทางศาสนา ประเพณี พิธีกรรม วัฒนธรรมของล้านนาเกิดจากความเชื่อ ความศรัทธาที่มีต่อ พุทธศาสนาและการนับถือบรรพบุรุษที่ล่วงลับ การผลิตสิ่งทอเพื่อใช้ประกอบพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา งานประเพณีสำคัญ และพิธีกรรมต่างๆ โดยจะมีรูปแบบ ลวดลายหรือกรรมวิธีการผลิตที่คล้ายคลึงกัน

ตารางที่ 2 ลักษณะลวดลาย การผลิตเส้นใย และการใช้งาน ทุนวัฒนธรรมสิ่งทอล้านนา

ชื่อ/ที่มา	ลักษณะลวดลาย/ การใช้สอย	ลักษณะการผลิต/ เส้นใย	ลักษณะการ ใช้ งาน
	<p>-ตุ่งผ้าทอเป็น ลวดลาย หรือตุ่ง ดอกมีลวดลายขิดสี ดำและแดงเป็นเส้น พุง หรือเป็นตุ่งสี แดง มีเส้นพุงหลาก สี เช่น สีเขียว สี เหลือง สีขาว สีดำ เป็นต้น โดยทั่วไป จะมีลักษณะกว้าง ประมาณ 10 – 40 เซนติเมตรยาว ตั้งแต่ 1 – 5 เมตร -โครงสร้างของตุ่ง จะประกอบด้วย ส่วนหัว ตัว และ หาง โดยมีไม้ไผ่ สอดคั่นเป็นระยะๆ นิยมตกแต่งด้วย</p>	<p>การทอแบบขิด และแบบจก -ผ้า ฝ้าย ไม้</p>	<p>ใช้ในงานฉลอง หรืองานสมโภช ต่างๆ เช่น ใน งาน “ปอย หลวง” ซึ่งเป็น งานฉลอง โบสถ์ วิหาร ฯลฯ และ ตุ่งรูปปราสาทใช้ใน พิธีการทาน ปราสาทให้กับผู้ ล่วงลับตามความ เชื่อของชาวไทย ลื้อ</p>

ชื่อ/ที่มา	ลักษณะลวดลาย/ การใช้สอย	ลักษณะการผลิต/ เส้นใย	ลักษณะการ ใ้ งาน
	<p>วัสดุต่างๆ เช่น เศษ ผ้า กระดาษ ใบ ลาน ฯลฯ เป็นรูป ดอกไม้ หรือเป็นพู่ ห้อยประดับตลอด ทั้งผืน -ลวดลายสื่อ ถึงสัญลักษณ์ เช่น รูปปราสาท เรือ สิ่งของเครื่องใช้ และสัตว์ในตำนาน ได้แก่ ช้าง ม้า หงส์ นก นาค ดอกไม้ ต้นไม้อื่นๆ</p>		
 <p>ตุ่งไท่ลื้อ ลายচিতรูปปราสาทและตุ่งรูป สัญลักษณ์ ที่มา : มรดกวัฒนธรรมผ้า ทอไท่ลื้อ หน้า 114</p>			

ชื่อ/ที่มา	ลักษณะลวดลาย/ การใช้สอย	ลักษณะการผลิต/ เส้นใย	ลักษณะการ ใช้ งาน
 <p>ตุ่งใย ที่มา : มรดกวัฒนธรรมผ้าทอไท ลื้อ หน้า 116</p>	<p>การใช้เส้นฝ้ายสี ต่างๆ มัดหรือถัก เป็นตาข่ายรูป สี่เหลี่ยม (คล้ายกับ การชกโยของแมง มุม) โดยมีไม้ไข้น เป็นช่วงๆ และอีก แบบเด่นด้วย เส้นด้ายยืนเป็นทาง ยาวสลับกับ เส้นด้ายพุ่งเป็น ช่วงๆ แล้วตกแต่ง ด้วยวัตถุรูปดอกไม้ หรือพู่ห้อย ตุ่งใยไม่ มีการทอเป็นผืนผ้า</p>	<p>-มัดหรือถัก เป็น รูปแบบต่างๆ -การ ทอที่เว้นเส้นด้ายพุ่ง เป็นช่วงๆ -เส้นฝ้าย สีต่างๆ</p>	<p>ทำเพื่อถวายเป็น พุทธบูชา แขนวน ประดับตกแต่ง ภายในวัด</p>
 <p>ผ้าห่อคัมภีร์ ที่มา : ผ้าล้านนา ยวน ลื้อ ลาว หน้า 86</p>	<p>มีการทอ 2 แบบคือ ผ้าทอสีขาวด้วยเส้น ฝ้ายหรือไหมหรือ ผ้าทอลายขีด ลาย เรขาคณิต รูป สัญลักษณ์ ขนาด กว้างยาวประมาณ 75 x 50 เซนติเมตร และ</p>	<p>การทอแบบลายขีด การทอแบบขีด และการทอแบบ เกาะ -ผ้าฝ้าย ผ้า ไหม ไม้ไผ่ เส้นฝ้าย</p>	<p>ใช้ในประเพณีการ สร้างธรรม คือการ เขียนเรื่องเกี่ยวกับ ศาสนาลงบน ใบลาน และมีผ้าห่อ คัมภีร์มัดด้วยด้าย พัน</p>

ชื่อ/ที่มา	ลักษณะลวดลาย/ การใช้สอย	ลักษณะการผลิต/ เส้นใย	ลักษณะการใช้ งาน
	<p>การทอผ้าที่มีไม้ไผ่สอดสลับกับเส้นฝ้ายหลากสี ทอด้วยวิธีเกาะหรือลายขีดโดยสลับสีเส้นฝ้ายกับไม้ไผ่สอดคั่นกันจนเป็นผืนเป็นลวดลายเรขาคณิต มีขนาดกว้างยาว ประมาณ 55 x 30 เซนติเมตร</p>		
	<p>ผืนผ้าสีขาวขนาดเล็ก ลักษณะผ้า กว้างยาว ประมาณ 15 x 25 เซนติเมตร มีลายริ้วขนาดเล็ก ตรงชายผ้าทั้งสองข้าง หรือผ้าที่ทอแบบขิดและแบบจกประกอบเป็นลายริ้วทั้งสองข้าง</p>	<p>การทอแบบขิดและแบบจก</p>	<p>ใช้ในพิธีกรรมต่างๆ พบผ้าชนิดนี้เป็นจำนวนมากในวิหารวัดไทลื้อ เนื่องจากเป็นผ้าที่ใช้ตกแต่งครุฑทาน (เครื่องปัจจัยไทยทาน) ถวายพระ</p>

ชื่อ/ที่มา	ลักษณะลวดลาย/ การใช้สอย	ลักษณะการผลิต/ เส้นใย	ลักษณะการ ใช้ งาน
 <p>ผ้าเช็ดหลวง ที่มา : มรดกวัฒนธรรมผ้า ทอไทลื้อ หน้า 121</p>	<p>เป็นผ้าฝ้ายสีขาว ลวดลายที่เกิด จากเส้นพุ่งจะมี หลากสี ทอสลับ แนวแนว สีที่เด่น คือสีดำและสี แดง ลวดลายใน แต่ละช่วงจะเป็น รูปคน สัตว์ ต้นไม้ ดอกไม้ และลาย เรขาคณิต ยาว ประมาณ 2-3 เมตร กว้าง ประมาณ 15 - 30 เซนติเมตร</p>	<p>-การทอแบบขิด ผสมกับการทอ แบบยกดอก -ผ้า ฝ้าย</p>	<p>ใช้ในพิธี กรรมการถวาย ทานเป็นพุทธ บูชาเพื่ออุทิศ ให้แก่บรรพบุรุษ</p>

#### 2.4.2 วัสดุที่ใช้ในการผลิตทอวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อจังหวัดน่าน

ลักษณะเส้นใยที่ใช้ในการผลิตสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อจังหวัดน่าน แบ่งได้ดังนี้

**เส้นใยฝ้าย** เป็นพืชเส้นใยที่มีความสำคัญ เป็นที่นิยมใช้มากที่สุด ฝ้ายถูกใช้ในการทำเครื่องนุ่งห่มหรือสิ่งทออื่นๆ เส้นใยฝ้ายหรือปุยฝ้ายได้จากผลฝ้าย ที่เรียกว่า สมอ เส้นใยคือเซลล์ผิว (epidermal cell) ของเปลือกเมล็ด ซึ่งมีรูปร่างยาวเหมือนเส้นผม การแยกเส้นใยออกจากเมล็ดฝ้าย เรียกว่า การหีบฝ้าย เส้นใยฝ้ายสามารถนำไปทอ เรียกว่าผ้าฝ้าย

**เส้นใยไหม** คือ เส้นใยที่พ่นออกมาจากปากของตัวหนอนไหมที่โตเต็มวัย เพื่อมาห่อหุ้มตัวป้องกันศัตรูทางธรรมชาติในขณะที่หนอนไหมลอกคราบเป็นตัวดักแด้ และไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ คุณสมบัติของผ้าไหม จะ

มีเนื้อมันแวววาว ในอดีตเป็นผ้าที่ใช้เป็นเครื่องแต่งกายในกลุ่มเจ้านายชั้นสูง โดยมีการทอเป็นชิ้นใหม่ และชิ้น สอดดีเงินและทอง, ตีนจก และผ้าไหมยกดอก เป็นต้น

**เส้นใยสังเคราะห์** คือ เส้นใยที่ผลิตจากโรงงานสำเร็จรูปเป็นวัสดุทอผ้า แทนเส้นฝ้ายและเส้นไหม เนื่องจากมีความทนทานราคาถูกและหาซื้อได้ง่าย เส้นใยสังเคราะห์นี้ มักเรียกกันว่า “ไหมประดิษฐ์” หรือ “ด้ายโพร” การใช้เส้นใยสังเคราะห์ พบทั่วไปในสิ่งทอของไทยวน และไทลื้อ

**เส้นใยพิเศษ** เส้นใยที่เป็นสีเงินหรือสีทองที่มีความแวววาว ที่เรียกว่า ไหมคำ มาทอสลับกับเส้นไหม หรือฝ้ายทำให้ผ้าชิ้นมีความงดงามเป็นพิเศษกว่าผ้าทอทั่วไป เส้นใยสีเงินหรือสีทองนี้มีการผลิตไว้ 2 แบบคือ แบบที่ทำจากโลหะเงิน หรือเงินชุบทอง เป็นเส้นสีทองมีลักษณะแบน เรียกว่า กะไหล่ทอง และการนำแผ่นโลหะ สีเงินหรือสีทองปั่น หรือพันรอบแกนไหม นอกจากนี้ยังมีการนำกระดาษสีทองหรือสีเงินพันแกนเส้นไหม เพื่อ เลียนแบบแผ่นโลหะแต่มีราคาถูกกว่า (ทรงศักดิ์ ปรางวัฒนากุล, 2551:42) พบว่ามีการใช้ในเครื่องแต่งกายของ ชนชั้นสูง หรือผู้มีฐานะ เช่น ชินตีนจกของชาวไทยวน และชินไหมคำ ของไทชาวลื้อ การใช้เส้นใยแบบพิเศษที่ พบในเครื่องแต่งกายนอกจากผ้าชิ้นแล้ว ยังมีการนำเส้นเงินและเส้นทองมาปักตกแต่งเครื่องใช้ เช่น หมอนของ ชาวไทลื้อ ที่ทำถวายวัด หรือใช้ในโอกาสพิเศษ เป็นต้น

### 2.4.3 การสร้างสรรค์สรรค์ทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทยลื้อจังหวัดน่าน

ทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทยลื้อจังหวัดน่าน มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะพื้นที่และและการ ใช้งาน ทำให้มีรูปแบบ, ลวดลายและกรรมวิธีการผลิตที่แตกต่างกัน โดยกรรมวิธีการผลิต สามารถ แบ่งได้เป็น 3 วิธีคือ การย้อม การทอ และการตกแต่งด้วยวัสดุให้เกิดลวดลายข้อมูลดังนี้

**การย้อม** เป็นกรรมวิธีการผลิตสำหรับการการสร้างสรรค์ผืนผ้า วิธีการย้อมมี 2 ประเภท ได้แก่ การ ย้อมเส้นใยแล้วนำไปผลิตสิ่งทอ และการย้อมผ้าที่ทอแล้วให้เป็นผ้าสีพื้นต่างๆ สีที่ย้อมส่วนใหญ่เป็นสีย้อม ธรรมชาติ ที่ย้อมจากวัสดุภายในพื้นถิ่นจากธรรมชาติ อาทิ แดงจากรากต้นสลักหรือตัวครั่ง สีเหลืองจากขมิ้น และสีดำจากเมล็ดมะเกลือ สีครามจากต้นคราม เป็นต้น

**การทอ** เป็นกรรมวิธีการผลิตลวดลายสำหรับการการสร้างสรรค์ผืนผ้า มีเทคนิคที่สร้างสรรค์ที่แตกต่าง กัน มีเทคนิคการต่อที่แตกต่างกัน ได้แก่ เทคนิคการทอแบบมัดก่านหรือมัดหมี่ เทคนิคการทอแบบจก เทคนิค การทอแบบขิด เทคนิคการทอแบบเกาะหรือลั้ง เทคนิคการทอแบบยกดอก เป็นต้น

**การประดับตกแต่งบนผืนผ้า** การประดับตกแต่งบนผืนผ้าให้เกิดลวดลาย ใช้เทคนิคการปักประดับ ตกแต่ง มีเทคนิคการปักตกแต่ง เช่น การปักเดินเส้น การปักทึบ การปักลูกโซ่ และการปักแบบครอสติชท์ อีก

ทั้ง ยังมีวิธีการตกแต่งบนพื้นผ้าด้วยวัสดุอื่น เช่น เลื่อม เส้นเงิน เส้นทอง เส้นไหมเงินไหมคำ(พบในเครื่องแต่งกายของชนชั้นสูงของล้านนา และการตกแต่งในผ้าทอของชาวไทลื้อ) เป็นต้น

### **เทคนิคการสร้างสรรค์ลวดลายของทิววัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อจังหวัดน่าน**

**เทคนิคมัดกาน** หรือ การมัดหมี่(Ikat) ลวดลายมี 2 แบบ คือ มัดหมี่เส้นพุ่ง และมัดหมี่เส้นยืน การสร้างลวดลายเกิดจากการมัดด้ายเส้นพุ่งหรือเส้นด้ายยืนตามตำแหน่งที่ออกแบบไว้ นำไปย้อมสีแล้วจึงนำไปทอชาวไทลื้อเรียกว่ากรรมวิธีนี้ว่า มัดกาน หรือคาคกาน เป็นมัดหมี่เส้นพุ่งและจะทอร่วมกับเทคนิคการขีด ชาวไทยวนใช้การทอแบบมัดหมี่เส้นยืน เช่น การทอ 2 ชั้นลัวะ

**เทคนิคการจก** เป็นเทคนิคการสร้างลวดลายบนผืนผ้า โดยการสร้างลวดลายด้วยการเพิ่มเส้นด้ายพิเศษในเส้นพุ่ง และใช้การจกกลดลวดลายด้วย ขนเม่น ไม้ หรือนิ้วมือ ให้เกิดเป็นลายเฉพาะในส่วนที่ต้องการ จุดเด่นคือสามารถสลับลวดลายและสีสันทันได้ตามต้องการ

**เทคนิคการขีด** เป็นวิธีเทคนิคการทอที่ทำให้เกิดลวดลายโดยเพิ่มด้ายพุ่งพิเศษในเครื่องทอ ด้ายพุ่งพิเศษจะทำให้เกิดลวดลายตลอดหน้ากว้างของผ้า โดยมีลายนูนยกขึ้นจากพื้นผ้า สามารถทอได้รวดเร็ว แต่จะมีลวดลาย 2-3 สี เช่น แดง ดำ หรือ แดง ขาว และเป็นลายที่เรียบง่ายไม่สลับซับซ้อน

**เทคนิคการเกาะหรือ เทคนิคการล้วง** คือ เทคนิคการทอให้เกิดลวดลายโดยใช้เส้นด้ายพุ่งหลายสีทอย้อนกลับไปมาเป็นช่วงๆและมีการเกี่ยวด้ายพุ่งโดยผูกเป็นห่วงรอบเส้นยืน ทำให้เกิดลายที่เป็นจังหวะเหมือนลายน้ำไหลจึงมีชื่อ เรียกอีกอย่างว่า ลายน้ำไหล เป็นเทคนิคการมากในกลุ่มไทลื้อ (จังหวัดพะเยา และจังหวัดเชียงราย) ชาวไทลื้อเรียกวิธีนี้ว่า “ล้วง”

**เทคนิคยกดอก** เทคนิคการทอให้เกิดลวดลายโดย วิธีการยกเขาในเครื่องทอที่เป็นตัวกำหนดเส้นด้ายยืนขึ้นลง ทอเป็นลายขัดสอง ลายสาม ลายแปดตะกรอ ลายก้างปลา ทำให้เกิดลายยกดอกที่เหมือนกันตลอดผืนหรืออาจมีการเพิ่มเส้นด้ายพุ่งที่เป็นดินเงิน ดินทอง เพื่อเพิ่มความสวยงาม

**เทคนิคปั่นไก** คือ การปั่นหรือตีเกลียวเส้นด้าย 2 สีที่ต่างกันเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดสีเหลืองเหมือนตะไคร่น้ำที่ชาวไทลื้อเรียกว่า “ไค” (ออกเสียงว่า “ไก”) เช่นสีเหลืองกับสีเขียว สีแดงกับสีดำ เป็นต้นวิธีการนี้พบในการตกแต่งลายริ้วของผ้าชิ้นไทลื้อแบบทุกกลุ่ม ชาวไทลาวเรียกวิธีการนี้ว่า “เซิน” ส่วนชาวไทยทั่วไปเรียกวิธีการนี้ว่า “ทางกระรอก”

### **เทคนิคการปัก ลวดลายการปักของชาวไทลื้อมีดังนี้**

**เทคนิคการปักเดินเส้น** ใช้เส้นด้ายเส้นเล็กเย็บต้นมือ เป็นลายเส้นขนาดเล็ก เช่น เส้นโค้ง

**เทคนิคการปักทียบ** คือ ใช้เส้นด้ายเส้นใหญ่ปักแบบแน่น ลายจะนูน และหนา ปักตกแต่งเป็น ลวดลายต่างๆ เช่น ลายดอกไม้ ลายเรขาคณิต

**เทคนิคการปักลูกโซ่** คือ การปักแบบย่อนเส้นด้ายเป็นห่วงลูกโซ่

**เทคนิคการปักครอสติช** คือ การปักไขว้เป็นรูปกากบาทลงบนผืนผ้าประสานกับเส้นด้ายยืน

**เทคนิคการปักเส้นเงินเส้นทอง** คือ วิธีการใช้เส้นโลหะสีเงินหรือสีทองจัดวางให้เกิดลวดลาย แล้ว เย็บตรึงเป็นจุดๆ

**เทคนิคการปักเลื่อม** คือ การนำเลื่อมเงินขนาดเล็กเย็บตกแต่งบนผ้าให้เกิดความแวววาว ประกอบกับลวดลายปักอื่นๆ ชาวไทลื้อนิยมปักเลื่อมเงินที่เรียกว่า “ม๊กเหล็่ม”

**เทคนิคการปักเส้นไหมเงินไหมคำ** ใช้กับผ้าที่ทอขึ้นเป็นพิเศษ เป็นวัสดุตกแต่งผ้าที่ใช้เฉพาะ ในราชสำนักหรือชนชั้นสูง ความสวยงามเกิดจากการสะท้อนของสีเงิน สีทอง ใช้ทอกับเส้นใยไหมด้วยวิธีการทอธรรมดา และการทอแบบจก เรียกว่า ซิ่นไหมคำ

#### **2.4.4 ลวดลายและความหมายของทิววัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อจังหวัดน่าน**



อัตลักษณ์ที่สำคัญของทิววัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นของชาวไทลื้อจังหวัดน่านที่สำคัญ คือ ลวดลายที่ปรากฏบนผืนผ้า ได้แก่ ความหมายและแนวคิดของลวดลาย รูปแบบของลวดลาย การจัดวางองค์ประกอบลาย และการใช้สีสันทัน ทำให้เกิดลวดลายหลากหลายรูป สอดคล้องกับแนวคิดคติชน ความเชื่อของชาวไทลื้อ โดยสามารถวิเคราะห์สรุปลักษณะลวดลายของสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อจังหวัดน่าน ได้ประเด็นต่างๆดังนี้

##### **ความหมายและแนวคิดของลวดลายทิววัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อจังหวัดน่าน**

ที่มาและความหมายของลวดลายทิววัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อ ลวดลายที่ปรากฏบนผืนผ้าจากเทคนิคการสร้างสรรค์ลวดลายต่างๆ มีความหมายเชิงเชิงสัญลักษณ์ โดยมีที่มาและแรงบันดาลใจจากการสร้างสรรค์ลวดลายจากธรรมชาติสู่จินตนาการตามความเชื่อ ความศรัทธาตามอุดมคติ โดย ลักษณะลวดลายทิววัฒนธรรมสิ่งทอของชาวไทลื้อ มีความหมาย และมีที่มาจากแนวคิดต่าง ๆ ดังนี้




ตารางที่ 3 ลักษณะลวดลายทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อจังหวัดน่าน

ชื่อ	ที่มา/ ความหมาย	ลักษณะ องค์ประกอบ	การจัด องค์ประกอบ	ลักษณะ สี	ลักษณะการใช้งาน
 ลายดอกจ้าย	ลายดอกจ้าย รูปแบบ พื้นฐาน ลาย เรขาคณิต	เป็นเส้นเฉียงไล่ ระดับเป็นแนว เดียวกัน	การจัดวางลาย เป็นแนวเฉียง และแบบผูก ลายเป็นแผ่น ผืน	สีตัดกัน	ใช้ในเครื่องแต่งกาย และเครื่องใช้เช่นผ้าซิ่น ถุงย่าม ผ้าหลบ ผ้าสะ ลี หมอน
 ลายดอกบ่าง	ลายดอกบ่าง แปลว่าครึ่ง หมายถึง ลวดลาย สามเหลี่ยมที่ เป็นส่วน ครึ่งหนึ่งของ ครึ่งหนึ่งของ ลายสี เหลี่ยม ขนมเปียกปูน	เป็นลายซิก แซก	การจัดวางลาย เป็นแบบการ ผูกลายกระจาย เป็นแผ่นผืน	สีตัดกัน	ใช้ในเครื่องแต่งกาย และเครื่องใช้เช่นผ้าซิ่น ถุงย่าม ผ้าหลบ ผ้าสะ ลี หมอน
 ลายดอกตั้งกลาง	ลายดอกตั้ง กลาง มาจากรูป สามเหลี่ยม หน้าจั่ว	-รูปสาม เหลี่ยมหน้าจั่ว ขนาดใหญ่ใช้ ทอตรงกลาง ของผืนผ้า	การจัดวางลาย เป็นแบบการ ผูกลายกระจาย เป็นแผ่นผืน	ใช้มากกว่า 3 สี เป็นสี ตัดกัน	ใช้ในเครื่องแต่งกาย และเครื่องใช้เช่นผ้าซิ่น ถุงย่าม ผ้าหลบ ผ้าสะ ลี หมอน
 ลายดอกหับที่มา :มรดกวัฒนธรรม ผ้าทอไทลื้อ หน้า 20,21	ลายดอกหับ หับ หมายถึง ปิด เป็นการ ทอลายดอก บ้างซ้ำ ประกบเป็น รูปสี่เหลี่ยม	-รูปสี่เหลี่ยม ขนมเปียกปูน	-เป็นลายหลัก - การจัดวางลาย เป็นแบบ สมมาตรและ แบบการผูก ลายเป็นแผ่น ผืน	แดง ขาว	ใช้เป็นลายสำหรับ เครื่องแต่งกายและ เครื่องใช้เช่นผ้าซิ่น ถุง ย่าม ผ้าหลบ ผ้าสะลี หมอน

ชื่อ	ที่มา/ ความหมาย	ลักษณะ องค์ประกอบ	การจัด องค์ประกอบ	ลักษณะ สี	ลักษณะการใช้งาน
 <p>ลายดอกแก้ว</p>	<p>ลวดลาย พรรณพฤกษา สื่อถึงธรรม ชาติ ความ อุดมสม บูรณ์ และความงาม ในอุดมคติ - ลายดอกแก้ว พัฒนามาจาก รูปสามเหลี่ยม สีเหลี่ยมมี ความหมายถึง ดอกไม้ที่มี คุณค่างดงาม ในอุดมคติ -</p>	<p>รูปแบบเค้า โครงจากธรรม ชาติ ลาย ดอกไม้ ต้นไม้</p>	<p>-เป็นลาย ประกอบด้วย ลายอื่นๆ -การ จัดวางลายแบบ ผูกเป็นแผ่นผืน หรือจัดวางเป็น แนวนอน</p>	<p>ส่วนใหญ่ คือสีแดง ขาว และมี สีอื่นๆบ้าง</p>	<p>ใช้เป็นลวดลายผ้าที่ เป็นเครื่องใช้เกี่ยวกับ พิธีกรรม</p>
 <p>ลายต้นไม้ ที่มา :มรดกวัฒนธรรม ผ้าทอไทลื้อ หน้า 22</p>	<p>ลายต้นไม้ เป็นสัญลักษณ์ ของการเจริญ</p>				

ชื่อ	ที่มา/ ความหมาย	ลักษณะ องค์ประกอบ	การจัด องค์ประกอบ	ลักษณะ สี	ลักษณะการใช้งาน
 <p>ลายม้าและลายนกที่มา :มรดก วัฒนธรรมผ้าทอไทลื้อ หน้า 22</p>	ลายม้าจะพบ คู่กับลายนก รูปคนขี่ม้า หรือนกเกาะ อยู่บนหลังม้า สื่อถึงการเป็น พาหนะและ ความอดทน	รูปแบบเค้า โครงจาก ธรรมชาติลาย ม้า ลายนก	-ใช้เป็นลาย ประกอบ รวม กับลายหลัก - จัดวางลายตาม แนวนอน	สีแดง สีดำ	ใช้เป็นลายประกอบใน ผ้าเช็ด ตุง และผ้าที่ เกี่ยวกับพิธีกรรม
 <p>ลายหงส์ ที่มา :มรดกวัฒนธรรมผ้า ทอไทลื้อ หน้า 23</p>	ลายหงส์ หรือลาย นกยูงเป็นสัตว์ ป่าหิมพานต์ สื่อถึงสวรรค์ ความสูงส่ง ความ ศักดิ์สิทธิ์	รูปแบบเค้า โครงจาก ธรรมชาติลาย หงส์	-ใช้เป็นลาย ประกอบ รวม กับลายหลัก - จัดวางลายตาม แนวนอน	สีแดง สีดำ	ใช้เป็นลายประกอบใน ผ้าเช็ด ตุง และผ้าที่ เกี่ยวกับพิธีกรรม
 <p>ลายนาค ที่มา :มรดกวัฒนธรรมผ้า ทอไทลื้อ หน้า 23</p>	นาค สื่อถึง สัตว์ที่อาศัย อยู่ใต้ทั้งบน ผืนดิน ท้อง น้ำ และแผ่น ฟ้า หมายถึง ผู้สร้างความ สมดุลแห่ง ระบบนิเวศ และเกี่ยวโยง ถึงการนับถือ ผีบรรพบุรุษ	รูปแบบ ลวดลายตาม อุดมคติ ความ เชื่อ	-ใช้เป็นลาย ประกอบ รวม กับลายหลัก - จัดวางลายตาม แนวนอน	สีแดง	ใช้เป็นลายประกอบใน ผ้าเช็ด ตุง และผ้าที่ เกี่ยวกับพิธีกรรม

ชื่อ	ที่มา/ ความหมาย	ลักษณะ องค์ประกอบ	การจัด องค์ประกอบ	ลักษณะ สี	ลักษณะการใช้งาน
	ผู้นำความ อุดมสมบูรณ์ มาให้แก่ มนุษย์โลก				
	<b>ลายมอม</b> หรือ <b>ลายสิงห์</b> เป็น สัญลักษณ์ แห่งความมี อำนาจและ สื่อถึงป่าหิม พานต์อันเป็น ส่วนหนึ่งของ สวรรค์	รูปแบบ ลวดลายตาม อุดมคติ ความ เชื่อ	-ใช้เป็นลาย ประกอบ รวม กับลายหลัก - จัดวางลายตาม แนวนอน	สีแดง	ใช้เป็นลายประกอบใน ผ้าเช็ด ตุง และผ้าที่ เกี่ยวกับพิธีกรรม
	<b>ลายนักษัตรลิงค์</b> สื่อถึง สัตว์ผสม ระหว่างนก กับช้าง เป็น สัญลักษณ์สื่อ ถึงสวรรค์ ความเชื่อเรื่อง ชีวิตหลัง ความตายใน พุทธศาสนา เชื่อว่านก จะ นำวิญญาณ ของผู้ล่วงลับ	รูปแบบ ลวดลายตาม อุดมคติ ความ เชื่อ	-ใช้เป็นลาย ประกอบ รวม กับลายหลัก - จัดวางลายตาม แนวนอน	สีส้ม สีน้ำ เงิน สีเขียว ใช้สีตัดกัน	ใช้เป็นลายประกอบใน ผ้าเช็ด ตุง และผ้าที่ เกี่ยวกับพิธีกรรม

ชื่อ	ที่มา/ ความหมาย	ลักษณะ องค์ประกอบ	การจัด องค์ประกอบ	ลักษณะ สี	ลักษณะการใช้งาน
	ไปสู่สวรรค์ชั้น ดาวดึงส์				
 ลายคชสีห์ ที่มา :มรดกวัฒนธรรม ผ้าทอไทลื้อ หน้า 24	ลายคชสีห์ เป็นสัตว์ผสม ระหว่างช้าง กับสิงห์ สื่อถึง การก่อกำเนิด ชีวิต ความมี อำนาจ	รูปแบบ ลวดลายตาม อุดมคติ ความ เชื่อ	-ใช้เป็นลาย ประกอบ รวม กับลายหลัก - จัดวางลายตาม แนวนอน	ใช้มากกว่า3 สีเช่นแดง เขียว ขาว ดำ	ใช้เป็นลายประกอบใน ผ้าเช็ด ตุง และผ้าที่ เกี่ยวกับพิธีกรรม
 ลายครึ่งคนครึ่งกบที่มา :มรดก วัฒนธรรมผ้าทอไทลื้อ หน้า 24	ลายครึ่งคน ครึ่งกบ เป็น ลายเก่าแก่ที่ พบในกลอง มโหระทึก เกี่ยวข้องกับ พิธีขอฝน น้ำ และความ อุดมสมบูรณ์	รูปแบบ ลวดลายตาม อุดมคติ ความ เชื่อ	ใช้เป็นลาย ประกอบ รวม กับลายหลัก - จัดวางลายตาม แนวนอน	ใช้มากกว่า3 สีเช่นแดง เขียว ขาว ดำ สีตัด กัน	ใช้เป็นลายประกอบใน ผ้าเช็ด ตุง และผ้าที่ เกี่ยวกับพิธีกรรม
 ลายรูปนก คน และพระธาตุบนตุง	ทำเพื่อถวาย เป็นพุทธบูชา จะมีภาพ สิ่งของ เครื่องใช้ เช่น ผ้าเช็ดหลวง ผ้าจีวร และ ตุง ของชาว ไทลื้อ จะมีรูป เรือวิญญาน	รูปแบบ ลวดลายตาม อุดมคติ ความ เชื่อ	ใช้เป็นลายหลัก ประกอบกับ ลายอื่นๆ	สีแดง สีดำ	ใช้เป็นลายประกอบใน ผ้าที่เกี่ยวกับพิธีกรรม

ชื่อ	ที่มา/ ความหมาย	ลักษณะ องค์ประกอบ	การจัด องค์ประกอบ	ลักษณะ สี	ลักษณะการใช้งาน
	สื่อถึงการ เดินทาง และ พิธีกรรมอุทิศ สิ่งของให้แก่ผู้ ล่วงลับ				
					
	ลายรูปเรือวิญญาณที่มา : มรดก วัฒนธรรมผ้าทอไทลื้อ หน้า 24				

#### 2.4.5 ลักษณะสีสันของทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อจังหวัดน่าน

การใช้สีสันบนผืนผ้าที่แสดงลักษณะเด่นของสิ่งทอล้านนา จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น พบว่า มีการใช้กลุ่มสีแบบส่วนร่วม(Tonality color) มากที่สุด กลุ่มเครื่องแต่งกายและกลุ่มเครื่องใช้ทางศาสนา ประเพณี พิธีกรรม ภาพรวมของผืนผ้า พบว่า มีการใช้สีโทนสดใส(Bright Color), กลุ่มสีตัดกัน(Contrast Color), กลุ่มสีกลมกลืน(Harmony Color) มีการผสมผสานกันของสีทั้งการใช้สีวรรณะร้อน (Warm tone), วรรณะเย็น (Cool tone) และกลุ่มสีกลาง (Muddy Colors) อีกทั้ง กลุ่มประเภทเครื่องใช้สอยในบ้านและเครื่องใช้ประเพณีบางประเภท พบการใช้สี 2 สีในสิ่งทอ ได้แก่ สีแดงและสีดำ เช่น หมอน ผ้าหอบไทลื้อ เป็นต้น โดยจากการศึกษา และรวบรวมข้อมูล สามารถสรุปอัตลักษณ์สิ่งทอไทลื้อได้ดังตารางดังนี้

ตารางที่ 4 ตารางสรุปลักษณะอัตลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมไทยลือจังหวัดน่าน

ประเภท และ รูปแบบ	วัสดุ	เทคนิคการ สร้างสรรค์ลวดลาย		ลวดลายและความหมาย		องค์ประกอบลวดลาย		ลักษณะสีสันทัน
		การย้อม	การทอ	ลวดลาย	การ	ลายหลัก	ลวดลายแบบ	
1. เครื่อง แต่งกาย	เส้นใยฝ้าย	การย้อม	มัดก้าน (มัดหมี่)	ลวดลาย	การ	ลายหลัก และลาย ประกอบ	ลวดลายแบบ เท่ากัน symmetrical pattern	การใช้สีแบบ Tonality color กลุ่มสี Bright Color
	เส้นใยไหม			พรหม	เลียนแบบ			
2. เครื่องใช้ สอยใน ครัวเรือน	เส้นใย สังเคราะห์  เส้นใย พิเศษ	การจก, การขีด	มัดก้าน (มัดหมี่)	ลวดลาย	การ	ลวดลายซ้ำ repeatedly pattern	กลุ่มสี Contrast Color กลุ่มสี HarmonyColor และ	
				สัตว์	เลียนแบบ			
				เกาะหรือ	สัตว์			
				ล้วง				
3. เครื่องใช้ ทาง ศาสนา ประเพณี พิธีกรรม	เส้นใย	ยกดอก	มัดก้าน (มัดหมี่)	ลวดลายใน	การ	ลวดลาย แนวนอน Horizontal pattern	กลุ่มสี 2 tone ได้ แก่ สีดำและ แดง Black and red	
				จินตนาการ และ ความ เชื่อ	จินตนาการ			
				จินตนาการ และความ เชื่อ	จินตนาการ และความ เชื่อ			

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับห้องพักอาศัยประเภทอาคารชุด

อาคารชุดประเภทห้องชุดพักอาศัย หรือ คอนโดมิเนียม เป็นอาคารชุดพักอาศัยประเภทอาคารสูง ประกอบด้วยห้องชุดจำนวนหลายห้องในอาคารเดียวกัน ห้องชุดแต่ละห้องจะแยกการถือกรรมสิทธิ์เฉพาะบุคคล ภายในห้องชุดส่วนใหญ่จะประกอบด้วย ห้องนอน ห้องรับแขก ห้องครัว และห้องน้ำ (สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2554, หน้า 17) อาจใช้วิธีการกันพื้นที่ หรือแยกพื้นที่ห้องเป็นส่วนขึ้นอยู่กับขนาดและวิธีการ จัดการพื้นที่ของโครงการคอนโดมิเนียมต่างๆ คอนโดมิเนียมมีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่ภายในห้องชุดแต่ละห้อง ซึ่งมีพื้นที่อยู่จำกัดส่งผลให้ความสะดวกสบายลดน้อยลง (โมเดิร์นฟอร์ม, 2557, หน้า 4)



ภาพที่ 7 ภาพตัวอย่างลักษณะอาคารชุด ที่มา google.com

### 2.5.1 การแบ่งประเภทห้องชุดพักในอาคารประเภทอาคารชุด

การอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมอาจเรียกได้ว่าเป็นการอยู่อาศัยในพื้นที่ขนาดเล็ก ผู้อยู่อาศัยมักจะเลือกรูปแบบห้องชุดที่สัมพันธ์กับคุณลักษณะของตนเอง และอาจมีปัจจัยอื่นเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ราคา สถานที่ จำนวนผู้พักอาศัย และการออกแบบ ซึ่งห้องชุดคอนโดมิเนียมมีหลายรูปแบบและหลายขนาด ห้องชุดคอนโดมิเนียมสามารถแบ่งประเภทได้ ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 ตารางประเภทของห้องชุดพักอาศัย


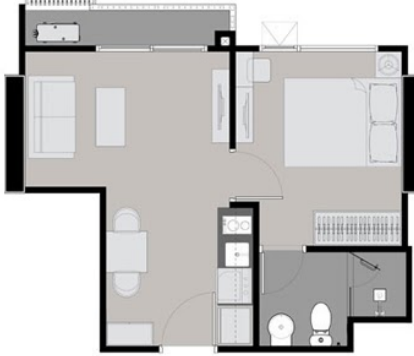


ประเภท	ขนาด	รูปแบบ	ลักษณะผู้อยู่อาศัย
ห้องสตูดิโอ(Studio)	19-25 ตร.ม.	มีขนาดเล็กที่สุด ห้องนอนกับห้องนั่งเล่น อยู่ในพื้นที่เดียวกัน มี การกั้นห้องน้ำ และ ระเบียง	คนรุ่นใหม่ที่ชอบอยู่คนเดียว แต่ต้องการความสะดวกสบายที่ครบครัน
1 ห้องนอน	30-40 ตร.ม.	มีการกั้นห้องนอนแยก จากห้องนั่งเล่น มีครัว เล็กๆ อยู่ในพื้นที่	พักอาศัยได้ 1 - 2 คน


ประเภท	ขนาด	รูปแบบ	ลักษณะผู้อยู่อาศัย
		เดียวกับห้องนั่งเล่น หรือ อาจกั้นห้องครัวแยก มี การกั้นห้องน้ำ และ ระเบียง	
2 ห้องนอน	40 ตร.ม. ขึ้นไป หรือ 60 ตร.ม. ขึ้นไป	2 ห้องนอน 1 ห้องน้ำ 1 ระเบียง หรือ 2 ระเบียง มีการกั้นห้องครัว ห้อง น้ำ และระเบียงแยกเป็น สัดส่วน	พักอาศัยได้ 2-4 คน เหมาะกับการอยู่อาศัย เป็นครอบครัว
3 ห้องนอนขึ้นไป	95-125 ตร.ม.	สามารถจัดการพื้นที่ใช้ สอยได้มากขึ้น กั้นห้อง ต่างๆ เป็นสัดส่วนมาก ขึ้น แต่ห้องชุดรูปแบบนี้ อาจมีน้อย หรือไม่มีเลย	พักอาศัยได้ 3-5 คน เหมาะกับการอยู่อาศัย เป็นครอบครัว
ดูเพล็กซ์ (Duplex)หรือ เพนท์เฮาส์(Penthouse)	130 ตร.ม.ขึ้นไป	ห้องมี 2 ชั้น เพดานสูง โปร่ง มีบันไดขึ้นไป ห้องนอนชั้น 2 มี ห้องนอนและห้องน้ำ 1- 2 ห้องขึ้นไป มีการ กั้นห้องนั่งเล่น ห้องครัว ห้องน้ำ และระเบียง แยกกัน	มีความเป็นส่วนตัวมาก แต่ราคาสูง

ที่มา : โมเดิร์นฟอร์ม. (2557). จัดคอนโดอย่างไรให้ใช้งานได้มากที่สุด. สืบค้นจาก

[http://www.modernform.co.th/download/Moment\\_vol7\\_TH.pdf](http://www.modernform.co.th/download/Moment_vol7_TH.pdf).

ตารางที่ 6 ตารางแสดงภาพแปลนห้องแต่ละประเภทห้องชุดพัก ในอาคารประเภทอาคารชุด

ประเภทห้องพัก	ภาพแปลนห้อง
<p>ห้องประเภท ห้องสตูดิโอ(Studio)</p>	 <p>ที่มา google.com</p>
<p>ห้องประเภท 1 ห้องนอน</p>	 <p>ที่มา google.com</p>
<p>ห้องประเภท 2 ห้องนอน</p>	 <p>ที่มา google.com</p>
<p>ห้องประเภท 3 ห้องนอนขึ้นไป</p>	 <p>ที่มา google.com</p>

ประเภทห้องพัก	ภาพแปลนห้อง
ห้องประเภท ดูเพล็กซ์ (Duplex) หรือ เพนท์เฮาส์(Penthouse)	 <p style="text-align: center;">ที่มาจาก google.com</p>

### 2.5.2 การแบ่งพื้นที่ห้องชุดพักอาศัยต่อพื้นที่การใช้งาน

ขนาดและรูปแบบมีผลต่อการจัดการกับพื้นที่ภายในห้องชุดคอนโดมิเนียม การวางแผนการจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่ช่วยให้ผู้อยู่อาศัยสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุดจากพื้นที่ที่มีอยู่ภายในห้องชุดพักอาศัย การแบ่งพื้นที่ใช้สอยภายในห้องชุดสามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. ส่วนพื้นที่ส่วนตัว ผู้อยู่อาศัยจะใช้พื้นที่ในการพักผ่อน นอน ทำงาน และอ่านหนังสือ
2. ส่วนพื้นที่ส่วนกลาง ผู้อยู่อาศัยจะใช้พื้นที่ในการนั่งเล่น รับประทานอาหาร และทำอาหาร
3. ส่วนพื้นที่ห้องน้ำ ผู้อยู่อาศัยจะใช้พื้นที่เพื่อกิจส่วนตัวที่เกี่ยวข้องกับห้องน้ำ

ส่วนพื้นที่แต่ละรูปแบบมีความแตกต่างกัน สถาปนิกและนักออกแบบควรคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของพื้นที่และการใช้พื้นที่ของผู้อยู่อาศัย กิจกรรมและพฤติกรรมของผู้อยู่อาศัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดสรรพื้นที่การใช้งาน (พันธุ์แก้ว, 2560)

บทความงานวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับรูปแบบการจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่สำหรับห้องชุดพักอาศัยในอาคารชุด โดย พันธุ์แก้ว คุณรัตนพิศาล พบว่า สตูดิโอและห้องแบบหนึ่งห้องนอน มีพื้นที่ใช้สอยหลัก 5 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ทานอาหาร, พื้นที่รับแขก, พื้นที่อาบน้ำ พื้นที่นอน และพื้นที่ระเบียง พื้นที่เก็บของ และพื้นที่ทำงานมีความสำคัญ โดยที่เพศหญิงต้องการเพิ่มพื้นที่เก็บของ ในขณะที่เพศชายต้องการเพิ่มพื้นที่ทำงาน พื้นที่รับประทานอาหารมีความสำคัญน้อยซึ่งมีการกำหนดขอบเขตพื้นที่ใช้สอยหลักที่ให้พื้นที่รับแขกและพื้นที่รับประทานอาหารนับรวมเป็นพื้นที่เดียวกัน เพราะการอาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีขนาดจำกัด อีกทั้งพื้นที่รับประทานอาหารอาจแทรกตัวอยู่ในพื้นที่อื่นได้ ไม่จำเป็นต้องแบ่งขอบเขตชัดเจน อีกทั้งวิถีชีวิตก็ยัง

ส่วนในการเลือกรูปแบบการจัดวางพื้นที่ใช้สอย พบว่าในวันหยุดสุดสัปดาห์ ช่วงเวลาในการพักอาศัยที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกรูปแบบผังพื้นที่ห้องแบบสตูดิโออย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้อยู่อาศัยที่พักอาศัยในช่วงเวลากลางวันมากที่สุดจะชอบห้องที่พื้นที่รับแขกติดกับพื้นที่ระเบียง ในขณะที่ผู้อยู่อาศัยที่พักอาศัยในช่วงเวลากลางคืนจะชอบให้พื้นที่ทานอาหารติดกับพื้นที่ระเบียง

## 2.6 การออกแบบภายในและการออกแบบเคหะสิ่งทอ

การออกแบบตกแต่งภายใน (Interior Design) โดยทั่วไปจะออกแบบตามวัตถุประสงค์และประโยชน์ใช้สอยที่แตกต่างกัน ซึ่งมีที่มาจากลักษณะของอาคารที่มีการใช้งานต่างกัน ลักษณะของอาคารที่มีการใช้งาน โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คืออาคารของทางราชการ (Official Building) อาคารสาธารณะ (Public Building) อาคารพาณิชย์ (Commercial Building) และ อาคารส่วนบุคคล (Private Building)

อาคารส่วนบุคคล หมายถึง ที่อยู่อาศัยหรือที่พักส่วนบุคคล ซึ่งมีขนาดต่างๆ กันตามสภาพความจำเป็นในการอยู่อาศัย เช่น บ้านพักอาศัยแบบบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ ตึกแถว และคอนโดมิเนียม การตกแต่งอาคารประเภทนี้ ผู้ตกแต่งจะต้องศึกษาถึง รสนิยมกิจวัตรประจำวันและข้อมูลอื่นๆ ของผู้อยู่อาศัย ความนิยมการตกแต่งภายในที่พักอาศัยในปัจจุบัน โดยนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการออกแบบ เพื่อให้เป็นที่พอใจแก่ผู้อยู่อาศัยมากที่สุด (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, 2535)

### 2.6.1 ความสำคัญและความหมายของการออกแบบตกแต่งภายใน

การออกแบบตกแต่งภายในที่พักอาศัยส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนทั่วไปเหตุเพราะที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต อันเนื่องมาจากบุคคลจะใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ปิด หรือพื้นที่ภายในอาคารมากกว่าภายนอก การจัดตกแต่งสิ่งต่าง ๆ ภายในที่พักอาศัยให้มีความงามและเหมาะสมกับความต้องการของแต่ละบุคคลจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ

พื้นที่ภายใน (Space) มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างยิ่ง เพราะทุกสิ่งรอบตัวต่างมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด พฤติกรรม ถ้าได้รับการออกแบบที่ดี ก็จะสามารถทำให้การอยู่อาศัยทั้งที่พักอาศัยอาคารสาธารณะ มีคุณภาพอันจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตผู้อยู่อาศัยต่อไป (เอกพงษ์ ตรีตรง, 2552:66) ความสำคัญของการตกแต่งภายใน มีหลักสำคัญคือ เพื่อให้การดำรงชีวิตภายในบ้านสะดวกสบายทั้งกายและใจ และเพื่อแสดงออกถึงความงามที่แสดงถึงรสนิยมของผู้เป็นเจ้าของ (วัฒน์ จุฑะวิภาค, 2543:6)

การตกแต่งภายในที่อยู่อาศัย ในที่นี้ใช้การจำแนกพื้นที่ของที่พักอาศัยประเภทอาคารชุดด้วยพื้นที่ใช้งาน คือ 1. ส่วนพื้นที่ส่วนตัว 2. ส่วนพื้นที่ส่วนกลาง 3. ส่วนพื้นที่ห้องน้ำ โดย วิจัยนี้มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่

ส่วนกลางสำหรับที่พักอาศัยประเภทอาคารชุด ประเภทห้องสตูดิโอ(Studio) หรือ ประเภทห้อง 1 ห้องนอน มีพื้นที่ประมาณ 19-40 ตร.ม. กล่าวคือ พื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับส่วนของการรับรอง(Living Area) เป็นพื้นที่ใช้ในการนั่งเล่น พักผ่อน ทำงาน และอ่านหนังสือ รวมไปถึง รับประทานอาหาร และประกอบอาหาร

## 2.6.2 องค์ประกอบของการออกแบบตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนรับรอง(Living Area)

การออกแบบตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนรับรอง(living area) มีส่วนประกอบสำคัญหลายส่วน เพื่อการจัดตกแต่งให้เกิดประโยชน์และความงามตามความต้องการของผู้อาศัย ส่วนประกอบสำคัญได้แก่ รูปแบบของเครื่องเรือน และสิ่งทอที่ใช้ตกแต่งภายใน

### เครื่องเรือนและสิ่งทอที่ใช้ตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนรับรอง(Living Area)

เครื่องเรือนที่ใช้ตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนรับรอง(living area) ประกอบด้วย ประเภทของของเครื่องเรือน, รูปแบบของเครื่องเรือน และสิ่งทอที่ใช้ตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนรับรอง(living area) โดยมีข้อมูลดังนี้

## 2.6.3 ประเภทของเครื่องเรือน

ประเภทของเครื่องเรือนที่ใช้ในพื้นที่ส่วนรับรอง(living area) สามารถแบ่งออกเป็นประเภทการใช้งานได้ดังนี้ แบ่งออกเป็น 3 ชนิดดังนี้

1. **เครื่องเรือนลอยตัว (Floating Furniture / Free- Standing Furniture)** ได้แก่เครื่องเรือนที่สามารถเคลื่อนย้าย ปรับเปลี่ยนการจัดวางเพื่อการใช้งานที่สะดวกสบาย เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ม้านั่ง ฯลฯ
2. **เครื่องเรือนติดตั้งแบบถาวร (Built-In Furniture)** ได้แก่เครื่องเรือนที่ติดตั้งอยู่เฉพาะที่ไม่สามารถเคลื่อนย้าย ปรับเปลี่ยนได้ เช่น ตู้แขวน ชั้นเข้ามุม หรือเฟอร์นิเจอร์ที่มีการสั่งทำในรูปแบบที่มีขนาดสัมพันธ์กับห้อง
3. **เครื่องเรือนประดับตกแต่ง (Decorative Furniture)** ได้แก่เครื่องเรือนที่ใช้ในการตกแต่งเพิ่มเติมเพื่อความสวยงาม เช่น โคมไฟ ฝ้าม่าน พรม ภาพประดับตกแต่ง เป็นต้น

## 2.6.4 รูปแบบของเครื่องเรือน

รูปแบบของเครื่องเรือนมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งเกิดจากความต้องการในการใช้งานและความนิยมของผู้บริโภค โดยทั่วไปแล้วได้มีการกำหนดรูปแบบของเครื่องเรือนโดยใช้รูปแบบ(style)ที่สามารถสรุปเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

**เครื่องเรือนรูปแบบทางการ (Formal Style Furniture)** คือ เครื่องเรือนที่เกิดจากความนิยมมาตั้งแต่สมัยโบราณ ที่ใช้เฉพาะในราชวังเท่านั้น ต่อมาจึงนิยมใช้ในกลุ่มผู้มีฐานะ เครื่องเรือนรูปแบบนี้จึงมีรูปแบบที่วิจิตรงดงาม โดยมีชื่อเรียกตามสมัยต่างๆ เช่น เครื่องเรือนหลุยส์ที่15 ราซีนีแอน เป็นต้น

**เครื่องเรือนท้องถิ่น (Provincial Style Furniture) หรือเครื่องเรือนแบบไม่เป็นทางการ (Informal Style Furniture)** คือ เครื่องเรือนที่มีการเลียนแบบมาจากเครื่องเรือนรูปแบบทางการ แต่มีความแตกต่างในเรื่องฝีมือและความประณีตในการผลิต การใช้วัสดุ หรือการปรับเปลี่ยนรูปแบบ เพื่อประโยชน์ในการใช้สอย

**เครื่องเรือนรูปแบบทันสมัย (Modern Style Furniture)** นิยมในช่วงศตวรรษที่ 20 โดยใช้ต้นแบบในการออกแบบจากรูปแบบทั้งสองแบบข้างต้น เป็นการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีมากขึ้น และมีการผลิตในระบบอุตสาหกรรม (วัฒนะ จุฑะวิภาค, 2543:19)

#### **การตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนรับรอง (living area)**

การตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนรับรอง (living area) นอกจากประโยชน์ทางด้านการใช้งานแล้ว ยังเป็นประโยชน์ทางด้านความงาม การตกแต่งด้วยผลิตภัณฑ์ประเภทเคหะสิ่งทอ (home textiles) ที่นิยมใช้ ได้แก่ สิ่งทอที่ใช้ประกอบเฟอร์นิเจอร์ เช่น โซฟา โต๊ะกลาง เก้าอี้เดี่ยว หรือ อาร์มแชร์ สตุล หมอนอิง เบาะรองนั่ง ผ้าปูโต๊ะ พรมพื้น ภาพประดับผนัง และ โคมไฟ เป็นต้น

องค์ประกอบสำคัญที่ใช้ตกแต่งภายในพื้นที่ส่วนรับรอง (living area) นอกจากจะมีความสำคัญในเรื่องที่เกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอยและเพื่อความสะอาดสบายแล้วประโยชน์ด้านความสวยงามที่เป็นส่วนสำคัญอีกประการด้วย ทั้งนี้เครื่องเรือนที่ดีควรมีคุณลักษณะ ดังนี้

1. มีประโยชน์ใช้สอยที่ดี (Function) มีความเหมาะสมกับการใช้งาน
2. ให้คุณค่าทางศิลปะ (Sense Of Beauty)
3. แสดงถึงคุณค่าของวัสดุและคุณค่าทางเศรษฐกิจ (Material And Economic)
4. ให้คุณค่าในรูปแบบเฉพาะและวัฒนธรรม (Style And Culture Value)

## **2.7 การออกแบบสิ่งทอ**

สิ่งทอ(Textile) คำนิยามเดิม หมายถึง ผ้าทอเท่านั้น แต่ในปัจจุบันมีการขยายความหมายครอบคลุมถึงเส้นใย ด้าย ผืนผ้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากเส้นใย เส้นด้าย หรือผืนผ้าด้วย เส้นใย (Fiber) หมายถึง วัสดุหรือสารใดๆทั้งที่เกิดจากธรรมชาติ และมนุษย์สร้างขึ้น ที่สามารถขึ้นรูปเป็นผ้าได้และต้องเป็นองค์ประกอบที่เล็กที่สุดของผ้าไม่สามารถแยกย่อยในเชิงกล ได้อีก ด้าย (Yarn) ประกอบด้วยเส้นใยหลายๆเส้น รวมกัน อาจมีการขึ้น

เกลียว (Twist) หรือไม้กีด ผ้า (Fabric) เป็นวัสดุที่มีลักษณะเป็นแผ่นแบน สามารถผลิตจากสารละลาย เส้นใยเส้นด้าย หรือวัสดุพื้นฐานเหล่านี้รวมกัน สิ่งทอสามารถแยกด้วยประเภทของการใช้งาน สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสิ่งทอทั่วไป (Conventional Textiles) และกลุ่มสิ่งทอเฉพาะทาง (Technical Textiles)

**กลุ่มสิ่งทอทั่วไป (Conventional Textiles)** สิ่งทอทั่วไปนั้นครอบคลุมถึงสิ่งทอที่มีการขึ้นรูปตามปกติจากเส้นใยเป็นเส้นด้ายไปจนถึงการถักทอขึ้นรูปเป็นผ้า ลักษณะของผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับการนำไปใช้ ซึ่งเกิดจากการขึ้นรูปจากเส้นใยผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของเส้นใย และผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ต่างๆ กระบวนการผลิตสิ่งทอเป็นกระบวนการต่อเนื่องของหลายๆกระบวนการเริ่มตั้งแต่การผลิตเส้นใย (Fiber Formation) การขึ้นรูปเป็นเส้นด้าย (Yarn Spinning) การขึ้นรูปสิ่งทอ (Textile Formation) และการตกแต่งสำเร็จ (Finishing) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องจึงมีทั้งอุตสาหกรรมที่ผลิตเส้นใย(ในกรณีของเส้นใยประดิษฐ์) ซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream) อุตสาหกรรมปั่นด้าย และอุตสาหกรรมถัก ทอผ้า ซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมกลางน้ำ (Midstream) และสุดท้ายอุตสาหกรรมฟอกย้อมและตกแต่ง ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream) ส่วนการผลิตเส้นใยหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆนั้น ถือว่าเป็นอีกกระบวนการหนึ่งที่แยกออกมาเนื่องจากเป็นการนำเอาสิ่งทอ ไปออกแบบและตัดเย็บตามรูปแบบที่ต้องการ

**กลุ่มสิ่งทอเฉพาะทาง (Technical Textiles)** เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสมบัติที่เหมาะสม กับการนำไปใช้งานที่นอกเหนือไปจากสิ่งทอทั่วไป มีกระบวนการผลิตที่แตกต่างออกไป ซึ่งเป็นการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ โดยตรงจากเส้นใยซึ่งเรียกว่าผ้าไม่ถักไม่ทอ (Nonwoven) และกระบวนการทางเคมีเป็นลักษณะผ้าที่มีพื้นผิวพิเศษใช้สำหรับงานที่เป็นรูปแบบเฉพาะ เน้นความแตกต่างและแปลกใหม่ให้กับพื้นผิวผ้า

### 2.7.1 หลักการออกแบบสิ่งทอ

การออกแบบสิ่งทอเป็นกระบวนการทำงานที่ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน คือ กระบวนการผลิต และกระบวนการออกแบบ เพื่อให้ได้ผลตามความมุ่งหมายในการใช้งานและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

**1. กระบวนการออกแบบ** เป็นการนำหลักการทางศิลปะ และการวางแผนแนวคิดในการออกแบบมาใช้ให้เกิดเป็นผลรวมของสิ่งทอที่มีรูปแบบ ลวดลายเหมาะสมกับการใช้งานและตรงตามรสนิยมของผู้บริโภค กระบวนการในการออกแบบสิ่งทอ สามารถกำหนดขั้นตอนต่างๆได้ดังนี้

1. การกำหนดกรอบแนวคิดในการออกแบบ กำหนดวัตถุประสงค์การออกแบบ กำหนดวัตถุประสงค์การใช้งาน กำหนดรูปแบบของงานออกแบบ
2. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

3. การกำหนดลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ โดย ศึกษาจากกลุ่มเป้าหมาย, โอกาสใช้งาน, ประเภทของผลิตภัณฑ์, ศึกษาวិธีการผลิต, วัสดุ
  4. ศึกษาเรื่องแนวโน้มกระแสนิยม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์
  5. ศึกษาหลักการออกแบบลวดลายสิ่งทอ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์และผลิตสิ่งทอ
  6. การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ และทดลองผลิตสิ่งทอ
- 2. กระบวนการผลิตสิ่งทอ** ประกอบด้วย การพิจารณาเลือกใช้วัตถุดิบต่างๆ เช่น เส้นใย เส้นด้าย และการตกแต่งที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย รวมไปถึงวิธีการผลิตด้วยเทคนิคต่างๆ เช่น การทอ การย้อม การพิมพ์ การผลิตด้วยเทคนิคพิเศษ การตกแต่งด้วยสี หรือวัสดุต่างๆ กระบวนการออกแบบสิ่งทอ เป็นต้น
1. ขั้นตอนการเลือกประเภทและชนิดของสิ่งทอที่เหมาะสมกับการใช้งาน การคัดเลือกวัตถุดิบ และคุณสมบัติให้เหมาะสมกับการใช้งาน อาทิ การใช้เส้นใยที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ประเภทเรือรบรอง เป็นต้น
  2. ขั้นตอนกระบวนการผลิตสิ่งทอ เช่น การผลิตด้วยกรรมวิธีต่างๆ เช่น การทอ, การถัก หรือ การผลิตสิ่งทอด้วยการสร้างสรรค์ลวดลายบนผืนผ้าด้วยเทคนิคต่างๆ เช่น การย้อม, การพิมพ์ บนผืนผ้า, การตกแต่งด้วยวัสดุต่างๆ หรือ การตกแต่งด้วยเทคนิคพิเศษ เป็นต้น

## 2.8 เคหะสิ่งทอ

เคหะสิ่งทอ ประกอบด้วย คำว่า “สิ่งทอ” หมายถึง เส้นใย เส้นด้าย ผืนผ้า รวมถึง ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า ในรูปแบบของผ้าทุกชนิด ที่ทำจากเส้นใย เส้นด้าย ที่ผลิตด้วยวิธีการทอ และผ้าที่ผลิตด้วยวิธีพิเศษอื่นๆ และ “เคหะ” หมายถึง ที่อยู่อาศัย สามารถกล่าวได้ว่า “เคหะสิ่งทอ” หมายถึง ประเภทของสิ่งทอที่ใช้ในการตกแต่ง ภายในที่อยู่อาศัย

### 2.8.1 ประเภทผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอที่ใช้ในการตกแต่งภายใน

การแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอที่ใช้ในการตกแต่งภายในโดยใช้เกณฑ์การแบ่งประเภทด้วย พื้นที่การใช้งาน สามารถจำแนกได้ดังนี้

## ประเภทผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอที่ใช้บริเวณพื้นรับรอง

1. **ผ้าปูเครื่องเรือน** ใช้สำหรับหุ้มหรือประกอบเป็นเครื่องเรือนต่างๆ ผ้าปูเฟอร์นิเจอร์ หรือผ้าปูเครื่องเรือนที่ใช้ประกอบเฟอร์นิเจอร์ เช่น โซฟา อาร์มแชร์ สตูล เบาะรองนั่งต่างๆ มีชนิดติดตายและถอดซักได้ (Upholstery & Loose Cover)
2. **ผ้าปูโต๊ะ (Table Cloth)** ใช้เป็นผ้าเพื่อการตกแต่งโต๊ะให้ดูเรียบร้อยสวยงาม รูปแบบของผ้าขึ้นอยู่กับรูปแบบของโต๊ะ ที่เป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้า สี่เหลี่ยมจัตุรัส หรือวงกลม ผ้าปูโต๊ะอีกชนิดหนึ่งเรียกว่า ผ้าคาดตกแต่งโต๊ะ (Table Runner) มีไว้สำหรับตกแต่งโดยเฉพาะ มีขนาดความยาวของโต๊ะ ควรเลือกใช้ผ้าที่มีความทนทาน ต่อการเสียดสีและเนื้อผ้านุ่มนวลน่าสัมผัส
3. **หมอนอิง (Cushion)** หมอนอิงนอกจากจะมีประโยชน์ในด้านการใช้งานที่เพิ่มความสะดวกสบายในการนั่งพักผ่อนแล้ว ยังเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยในการประดับตกแต่งเครื่องเรือนให้สมบูรณ์สวยงามมากขึ้น
4. **โคมไฟ(Lamp)** โคมไฟที่มีผ้าเป็นส่วนประกอบหลัก จะให้ความสวยงามที่แตกต่างไปจากวัสดุประเภทอื่น ความสวยงามเกิดจากชนิดของผ้าและการออกแบบรูปแบบของโคมไฟให้เข้ากับพื้นที่ อาทิ โคมไฟตั้งโต๊ะ โคมไฟตั้งพื้น โคมไฟแขวน และโคมไฟติดผนัง เป็นต้น
5. **พรม (Rugs)** พรมเป็นอีกหนึ่งวัสดุทางเลือกในการปูพื้น นอกจากให้ความสวยงามและหรูหราแล้ว พรมยังสามารถเลือกลวดลายสีสันและเส้นใยได้หลากหลาย พรมมี 2 ชนิด คือ พรมแบบทั้งผืน (Wall-To Wall) เป็นพรมที่ปูทั้งผืนบนพื้นห้อง กับอีกชนิดหนึ่งคือ พรมชิ้น (Rugs) เป็นพรมที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ เพราะมีหลายขนาดให้เลือกใช้
6. **สิ่งทอประดับผนัง (Tapestry)** คือของตกแต่งที่เป็นรูปภาพ หรือลวดลายต่างๆ ที่ทำจากผ้าที่มีน้ำหนัก ใช้สำหรับเป็นของประดับตกแต่งผนังห้องให้สวยงาม สิ่งทอประดับผนังในอดีตทำจากผ้าทอที่เป็นงานประเภทศิลปหัตถกรรม ปัจจุบันมีวิธีการผลิตที่ใช้เทคนิคต่างๆ เช่น การถัก การทอ การพิมพ์ การย้อม และการตกแต่งด้วยวัสดุต่างๆ หรือการผสมผสานหลายๆ เทคนิค ให้เกิดเป็นลวดลาย หรือพื้นผิวพิเศษ ที่ทำให้เกิดรูปแบบเฉพาะ วัสดุที่ใช้ในการผลิตเช่น ผ้าใยธรรมชาติ และผ้าใยสังเคราะห์ชนิดต่างๆ การผลิตส่วนใหญ่ จะผลิตน้อยชิ้น เนื่องจากเป็นงานที่ทำด้วยมือ (Hand Made)

## 2.8.2 ขนาดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอที่ใช้ในการตกแต่งภายใน

จากการศึกษา สามารถสรุปขนาดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการผลิตสิ่งทอ ได้ดังตารางขนาดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอที่ใช้ในการตกแต่งภายในดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงขนาดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอที่ใช้ในการตกแต่งภายใน

ประเภท	ขนาดมาตรฐาน
ชุดรับแขก(Living Suit) ที่นั่งยาวหรือ โซฟา(Sofa)	0.50 X 1.50 เมตร สูง 0.38-0.40 เมตร
โซฟาแบบนั่งพื้น	0.50 X 1.50 เมตร สูง 0.20 เมตร
เก้าอี้ที่นั่งเดี่ยว อาร์มแชร์(Arm Chair) หรือชนิดไม่มีเท้าแขน (Armless Chair)	0.50 X 0.50 เมตร สูง 0.38-0.40 เมตร
เก้าอี้เดี่ยวที่ไม่มีพนักและเท้าแขน	0.50 X 0.50 เมตร สูง 0.38-0.40 เมตร
โต๊ะกลาง (Coffee Table) ตกแต่งด้วยการบุหรือหุ้มด้วยผ้า ใช้สำหรับวางสิ่งของ	0.60-0.65 X 0.80 เมตร สูง 0.40 เมตร
โต๊ะเล็กหรือโต๊ะข้าง (End Table) ตกแต่งด้วยการบุหรือหุ้มด้วยผ้า ใช้วางโคมไฟหรือของตกแต่ง	0.40 X 0.40 เมตร สูง 0.40 เมตร
หมอนอิง (Cushion)	30 X 30 Cm. 40 X 40 Cm. 50 X 50 Cm. 30 X 45 Cm. 30 X 60 Cm. เป็นต้น
ผ้าปูโต๊ะ(Table Cloth)หรือผ้าคาดตกแต่งโต๊ะ (Table Runner)	0.40 X 1.20 เมตร 0.80 X 1.20 เมตร
พรมแบบทั้งผืน ( Wall-To Wall)	พรมแบบทั้งผืนขึ้นอยู่กับขนาดของห้อง
พรมชิ้นใช้ตกแต่งพื้นเฉพาะที่(Rugs)	0.80 X 1.20 เมตร 1.80 X 2.50 เมตร 1.30 X 1.90 เมตร เป็นต้น
โคมไฟ (Lamp)	ขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่และการออกแบบของตกแต่งห้องโดยรวม
สิ่งทอประดับผนัง(Tapestry)	ขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่และการออกแบบของตกแต่งห้องโดยรวม

ประเภท	ขนาดมาตรฐาน
อุปกรณ์ตกแต่งชนิดอื่น	ขึ้นอยู่กับขนาดพื้นที่และการออกแบบของตกแต่งห้องโดยรวม

## 2.9 การออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึง การออกแบบอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม และผู้บริโภค เป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการในจำนวนมาก จึงผลิตโดยระบบอุตสาหกรรม ซึ่งหลักของการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย ความสวยงาม ความปลอดภัย โครงสร้างความสะดวกสบายในการใช้งาน วัสดุ กรรมวิธีการผลิต การซ่อมบำรุงรักษา และราคาหลักในการออกแบบผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทอาจแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

### 2.9.1 หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์มีปัจจัย (Design factors) พื้นฐาน 10 ประการ ที่นิยมใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาสร้างสรรค์ผลงานเชิงอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ และเป็นตัวกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่(อุดมศักดิ์ สาริบุตร, 2549)

#### 1) หน้าที่ใช้สอย (Function)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือสามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่ผู้บริโภคต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจมีหน้าที่ใช้สอยอย่างเดียวหรือหลายหน้าที่ก็ได้ แต่หน้าที่ใช้สอยจะดีหรือไม่นั้น ต้องใช้งานไประยะหนึ่งถึงจะทราบข้อบกพร่อง ตัวอย่างเช่น

#### 2) ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีรูปร่าง ขนาด สี สันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและได้ผลดี เพราะความสวยงามเป็นความพึงพอใจแรกที่เราสัมผัสได้ก่อนมักเกิดมาจากรูปร่างและสีเป็นหลัก การกำหนดรูปร่างและสีในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ไม่เหมือนกับการกำหนดรูปร่างและสีในงานจิตรกรรม ซึ่งสามารถที่จะแสดงหรือกำหนดรูปร่างและสีได้ตามความนึกคิดของจิตรกร แต่ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น จำเป็นต้องยึดข้อมูลและกฎเกณฑ์ผสมผสานของรูปร่างและสี สัน ระหว่างทฤษฎีทางศิลปะและความพึงพอใจของผู้บริโภคเข้า

ด้วยกัน ถึงแม้ว่ามนุษย์แต่ละคนมีการรับรู้และพึงพอใจในเรื่องของความงามได้ไม่เท่ากัน และไม่มีกฎเกณฑ์ การตัดสินใจใดๆ ที่เป็นตัวชี้ขาดความถูกต้องความผิด แต่คนเราส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มที่จะมองเห็นความงามไปใน ทิศทางเดียวกันตามธรรมชาติ

### 3) ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องเข้าใจกายวิภาคเชิงกลเกี่ยวกับขนาด สัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะต่างๆ ของผู้ใช้ การเกิดความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งทางด้านจิตวิทยา(Psychology)และสรีระวิทยา(Physiology) ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะเพศ เผ่าพันธุ์ ภูมิภาค และสังคมแวดล้อมที่ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นข้อบังคับในการออกแบบ

การวัดคุณภาพทางด้าน กายวิภาคเชิงกล(ergonomics) พิจารณาได้จากการใช้งานได้อย่างกลมกลืนต่อการสัมผัส ตัวอย่างเช่น การออกแบบเก้าอี้ต้องมีความนุ่มนวล มีขนาดสัดส่วนที่ นั่งแล้วสบาย โดยอิงกับมาตรฐานผู้ใช้ของชาวตะวันตกมาออกแบบเก้าอี้สำหรับชาวเอเชีย เพราะอาจเกิดความไม่พอดีหรือไม่สะดวกในการใช้งาน ออกแบบปุ่มบังคับ ด้ามจับของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ผู้ใช้ต้องใช้ร่างกายไปสัมผัสเป็นเวลานาน จะต้องกำหนดขนาด (dimensions) ส่วนโค้ง ส่วนเว้า ส่วนตรง ส่วนแคบของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้อย่างพอเหมาะกับร่างกายหรืออวัยวะของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพื่อทำให้เกิดความถนัดและความสะดวกสบายในการใช้ รวมทั้งลดอาการเมื่อยล้าเมื่อใช้ไป นานๆ

### 4) ความปลอดภัย (Safety)

ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีพของมนุษย์ มีทั้งประโยชน์และโทษในตัว การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ วัสดุ กระบวนการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจนและมีคำอธิบายการใช้แนบมากับผลิตภัณฑ์ด้วย

### 5) ความแข็งแรง (Construction)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความแข็งแรงในตัว ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่กำหนดโครงสร้างมีความเหมาะสมตามคุณสมบัติของวัสดุ ขนาด แรงกระทำในรูปแบบต่างๆ จากการใช้งาน ตัวอย่างเช่น การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ดีต้องมีความมั่นคงแข็งแรง ต้องเข้าใจหลักโครงสร้าง และการรับน้ำหนัก ต้องสามารถควบคุมพฤติกรรมกรรมการใช้งานให้กับผู้ใช้และต้องรู้จักผสมความงามเข้ากับชิ้นงานได้อย่างกลมกลืน เพราะโครงสร้างบางรูปแบบมีความแข็งแรงดีมากแต่ขาดความสวยงาม จึงเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่จะต้องเป็นผู้ประสานสองสิ่งเข้ามาอยู่ในความพอดีให้ได้ นอกจากการเลือกใช้ประเภทของวัสดุ โครงสร้างที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความประหยัดควบคู่กันไปด้วย

## 6) ราคา (Cost)

ก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นกลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้ผู้ออกแบบสามารถกำหนดแบบผลิตภัณฑ์และประมาณราคาขายให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ใกล้เคียงมากขึ้น การจะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่การเลือกใช้ชนิด หรือเกรดของวัสดุ และวิธีการผลิตที่เหมาะสม ผลิตได้ง่ายและรวดเร็ว แต่ในกรณีที่ประมาณราคาจากแบบสูงกว่าที่กำหนดก็อาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาองค์ประกอบด้านต่างๆ กันใหม่เพื่อลดต้นทุน แต่ทั้งนี้ต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

## 7) วัสดุ (Materials)

การออกแบบควรเลือกวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่างๆ ได้แก่ ความใส ผิวมันวาว ทนความร้อน ทนกรด ต่างไม่สิ้น ฯลฯ ให้เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาถึงความง่ายในการดูแลรักษา ความสะดวกรวดเร็วในการผลิต สั่งซื้อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกในการรณรงค์ช่วยกันพิทักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการเลือกใช้วัสดุที่หมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ (recycle) ก็เป็นสิ่งที่นักออกแบบต้องตระหนักถึงในการออกแบบร่วมด้วย เพื่อช่วยลดกันลดปริมาณขยะของโลก

## 8) กรรมวิธีการผลิต (Production)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่น แต่ในบางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีอยู่เดิม และควรตระหนักอยู่เสมอว่าไม่มีอะไรที่จะลดต้นทุนได้รวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่าการประหยัดเพราะการผลิตที่ละมาก ๆ

## 9) การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance)

ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดควรออกแบบให้สามารถบำรุงรักษา และแก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้น ง่ายและสะดวกต่อการทำความสะอาดเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ การออกแบบที่ดีนั้นจะต้องศึกษาถึงตำแหน่งในการจัดวางกลไกแต่ละชิ้น เพื่อที่จะได้ออกแบบส่วนของฝาครอบ บริเวณต่างๆ ให้สะดวกในการถอดซ่อมแซมหรือเปลี่ยนอะไหล่ได้โดยง่าย นอกจากนั้นการออกแบบยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบอื่นๆ ร่วมด้วย

## 10) การขนส่ง (Transportation)

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบควรคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนส่ง ระยะทาง เส้นทางขนส่ง (ทางบก ทางน้ำหรือทางอากาศ ) การกินเนื้อที่ในการขนส่ง (มิติความจุ กว้าง ' ยาว ' สูง ของรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกทั่วไป ตู้บรรทุกสินค้า ฯลฯ) ส่วนการบรรจุหีบห่อต้อง

สามารถป้องกันไม่ให้เกิดการชำรุดเสียหายของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย กรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบนั้นมีขนาดใหญ่ อาจต้องออกแบบให้ชิ้นส่วนสามารถถอดประกอบได้ง่าย เพื่อให้หีบห่อมีขนาดเล็กลง ตัวอย่างเช่น การออกแบบเครื่องเรือนชนิดถอดประกอบได้ ต้องสามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ลงในตู้สินค้าที่เป็นขนาดมาตรฐานเพื่อประหยัดค่าขนส่งรวมทั้งผู้ซื้อสามารถทำการขนส่งและประกอบชิ้นส่วนให้เข้ารูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้โดยสะดวกด้วยตัวเอง

งานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีจะต้องผสมผสานปัจจัยต่าง ๆ ทั้งรูปแบบ(form) ประโยชน์ใช้สอย(function) ภายวิภาคเชิงกล(ergonomics)และอื่น ๆ ให้เข้ากับวิถีการดำเนินชีวิต แฟชั่น หรือแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างกลมกลืนลงตัวมีความสวยงามโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตั้งอยู่บนพื้นฐานทางการตลาด และความเป็นไปได้ในการผลิตจำนวนมาก ส่วนการให้ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

### บทที่ 3

#### กระบวนการดำเนินการวิจัย

โครงการนวัตกรรมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ จากจังหวัดน่านสู่สากลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภูมิศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน เป็นการพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์และผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในสำหรับอาคารชุดประเภทห้องสตูดิโอด้วยเคหะสิ่งทอจากทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น ภูมิศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีกระบวนการวิจัย ดังนี้

3.1 เก็บรวบรวมข้อมูล ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และนำข้อมูลที่ได้มาสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2 การคัดเลือกและกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับการสร้างสรรค์ผลงาน ผู้วิจัยจึงเลือกใช้เทคนิคการระดมความคิด (Brain storm) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นที่สอดคล้องกันระหว่างผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ นักออกแบบ ผู้ประกอบการและกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

3.2.1 การกำหนดคุณสมบัติของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) ประกอบด้วย

1. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ หรือนักออกแบบ ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายใน, เคหะสิ่งทอ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ หรือมีประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าว อย่างน้อย 3 ปี

2. ตัวอย่างกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายผู้บริโภคเจนเนอร์เรชั่นมี(ME)ที่อาศัยอาคารชุดประเภทห้องสตูดิโอระหว่าง 1 – 3 ปี

3.2.2 การกำหนดขนาดของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) หลังจากการกำหนดคุณสมบัติแล้ว ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ 10 คน (ไม่ควรน้อยกว่า 8 คน : บุญธรรมกิจปริตธา ริสุทธ์,2551)

3.3 การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ(Informal Interview) ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-depth Interview) ด้วยเครื่องมือแบบสัมภาษณ์คำถามแบบปลายเปิด(Open-ended) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์และผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในสำหรับอาคารชุดประเภทห้องสตูดิโอด้วย

เคหะสิ่งทอจากทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น โดยคำถามของแบบสัมภาษณ์คำถามแบบปลายเปิด(Open-ended)แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

3.3.1 แนวทางรูปแบบสไตลในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในสำหรับอาคารชุดประเภทห้องสตูดิโอและเคหะสิ่งทอ ด้วยทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น

3.3.2 ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในสำหรับอาคารชุดประเภทห้องสตูดิโอและเคหะสิ่งทอ ด้วยทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น

3.3.3 แนวทางของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้ประกอบการสิ่งทอพื้นถิ่น

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ(Informal Interview) ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-depth Interview) ด้วย แบบสัมภาษณ์คำถามแบบปลายเปิด(Open-ended) โดยการนำข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ(key informant) จัดหมวดหมู่และหาประเด็นแนวทางการพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์และผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในสำหรับอาคารชุดประเภทห้องสตูดิโอด้วย เคหะสิ่งทอจากทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น จำนวน 10 คน ในช่วงเดือนตุลาคม 2563 และ ตรวจสอบข้อมูลด้วยการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation)

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็นหัวข้อประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.5.1 วิเคราะห์แนวทางรูปแบบสไตลในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในสำหรับอาคารชุดประเภทห้องสตูดิโอและเคหะสิ่งทอ ด้วยทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น

3.5.2 วิเคราะห์ประเภทผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในสำหรับอาคารชุดประเภทห้องสตูดิโอและเคหะสิ่งทอ ด้วยทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น

3.5.3 วิเคราะห์แนวทางของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้ประกอบการสิ่งทอพื้นถิ่นผู้ประกอบการ

3.6 กระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ ภายหลังจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล โดยได้ข้อสรุปประเด็นต่างๆ ได้แก่ ประเด็นด้านรูปแบบสไตลของผลิตภัณฑ์ร่วมกับทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น, ประเด็นประเภทของผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในสำหรับอาคารชุดประเภทห้องสตูดิโอและเคหะสิ่งทอ ด้วยทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นที่เหมาะสม และ ประเด็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้ประกอบการสิ่งทอพื้นถิ่นผู้ประกอบการ จากนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการสู่กระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ ในขั้นตอนของการคัดเลือกกระแสนิยมการออกแบบภายใน, การพัฒนาแบบร่าง และ ทดลองสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในสำหรับอาคารชุดประเภทห้องสตูดิโอและเคหะสิ่งทอด้วยทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่น

โดยเริ่มจากการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมการออกแบบภายใน เพื่อวิเคราะห์หาแนวโน้มที่เหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการสร้างแผนภาพแรงบันดาลใจในการออกแบบ (Inspiration Mood Board) ที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ประกอบการ และการวิเคราะห์องค์ประกอบสำหรับการออกแบบ เช่น สี (Color), วัสดุ (Materials), รายละเอียดตกแต่ง (Details) เป็นต้น สำหรับการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานต่อไป

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง โดยใช้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพและการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ สามารถแบ่งการวิเคราะห์และผลการวิจัยได้ดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลกลุ่มผู้ประกอบการ – กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากกลุ่มผู้ประกอบการด้านการออกแบบและการตลาดจาก และเปรียบเทียบกับตราสินค้าคู่แข่งในท้องตลาด ด้วยทฤษฎี 7ps และ Swot โดยได้ยกตัวอย่างตราสินค้าจากระดับตลาดที่แตกต่างกัน จำนวน 3 ตราสินค้า เพื่อเปรียบเทียบและวิเคราะห์แนวทางการสร้างสินค้าใหม่ให้แก่ชุมชน

จากการคัดเลือกผู้ประกอบการสิ่งทอพื้นถิ่นในจังหวัดน่าน(1.1โครงการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์.จากน่านเพื่อการท่องเที่ยว.2562) เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สำหรับงานวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอพื้นถิ่นจังหวัดน่านสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ “กลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง” กลุ่มทอผ้าพื้นถิ่นบริเวณตำบลสวก อำเภอเมือง จังหวัดน่าน กลุ่มหัตถกรรมทอผ้าด้วยมรดกทางภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน กลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวงเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการพัฒนาสอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเป้าหมายหลักของงานวิจัยนี้ มุ่งพัฒนาผู้ประกอบการสิ่งทอพื้นถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยการใช้ภูมิปัญญาแนวคิดและทรัพยากรจากชุมชนในการสร้างสรรค์รูปแบบของผลิตภัณฑ์และสร้างกิจกรรมด้านสิ่งทอเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ให้สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาลมีส่วนร่วมกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน เป็นการส่งเสริมและพัฒนาสิ่งทอที่ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

##### 4.1.1 การวิเคราะห์กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง

กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง แต่เดิมดำเนินกิจกรรมรวมกันกับบ้านนาปังพัฒนา ภายหลังมีการแยกหมู่บ้าน หมู่บ้านนาปังพัฒนาได้แยกกลุ่มออกไป ในปี 2540 จึงตั้งกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง ตั้งอยู่หมู่ที่ 5 ตำบลสวก อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน จำนวนสมาชิกทั้ง 40 ราย และจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2548 โดยมีนางบัวลอย อุเทธิ ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นประธานกลุ่มฯ ขณะนี้มีสมาชิกอยู่ 24 คน และนางบัวลอย อุเทธิ ในฐานะประธาน ได้จัดเวทีประชาคม ชาวบ้านขึ้นโดยเปิดโอกาสและเชิญชวนให้แม่บ้านที่

ว่างงานที่มีใจรักในการทอผ้ามาช่วยกันอนุรักษ์การทอผ้าออกแบบลายผ้าที่เป็นลายดั้งเดิม และรวบรวมผลผลิตของผ้านำไปขายให้อย่างเป็นระบบ โดยกลุ่มทอผ้าสี่ธรรมชาติด้านชาวหลวง ได้เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(Otop) ของกระทรวงพาณิชย์ อีกทั้งยังเป็นผลิตภัณฑ์ระดับผลิตภัณฑ์ Otop 5 ดาว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านชาวหลวงยังเป็นกลุ่มที่มีจุดเด่นคือ การทอผ้าโบราณ ส่งเสริมรายได้แก่ให้ผู้สูงอายุ และกลุ่มแม่บ้าน และรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น ลดการละทิ้งถิ่นฐาน เพื่อไปหางานต่างท้องถิ่น ส่งเสริมสถาบันครอบครัวให้มีความเข้มแข็งและถ่ายทอดความรู้ให้เยาวชนผ่านโครงการเยาวชนรักบ้านเกิด

#### 4.1.2 การวิเคราะห์ลักษณะผลิตภัณฑ์กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง

กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง ในปัจจุบันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากแนวคิดมรดกทางภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่น ผสมผสานกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นส่วนร่วมในการพัฒนากระบวนการผลิตและยึดแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ด้วยการทอผ้าเป็นการเสริมอาชีพของคนในชุมชน นอกจากการเป็นอาชีพเกษตรกร โดยกลุ่มมีหลักคิดการพัฒนา คือ การพัฒนาผ้าทอลายโบราณ โดยการนำเอาลายจากไหมโบราณที่ขุดพบในพื้นที่มาผสมผสานกับลายเดิมเกิดเป็นลายบ่อสวกที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของบ้านชาวหลวง เป็นการพัฒนารูปแบบผ้าลายโบราณให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นและสร้างชื่อเสียงให้ท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมีการอนุรักษ์และการสืบทอดผ้าลายโบราณโดยการจัดทางองค์ความรู้ เกี่ยวกับผ้าทอลายโบราณ และเป็นการสืบทอดองค์ความรู้ให้ลูกหลานรุ่นต่อไป ซึ่งองค์ความรู้ที่โดดเด่นเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับผ้าทอลายโบราณ และลายประยุกต์ เช่น ลายบ่อสวก ลายยกดอก ลายม่าน เป็นต้น ส่วนปัจจัยที่ส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จในการทอผ้าคือ มีความคิดสร้างสรรค์ มีการผสมผสาน ลวดลายผ้า ให้เกิดความหลากหลายและการพัฒนาภูมิปัญญาด้านผ้าทอสู่สากล การมีส่วนร่วมของสมาชิก การบริหารจัดการแบบเอื้ออาทร

พ.ศ. 2546 ผลิตภัณฑ์ผ้าทอลายคำเคิบซึ่งเป็นลายดั้งเดิมของเมืองน่านของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง ได้ผ่านการคัดสรรให้เป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาวในระดับภาค ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ยอดจำหน่ายและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่รู้จักและนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

นอกจากนี้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านชาวหลวงยังเป็นกลุ่มที่มีจุดเด่น คือ การทอผ้าโบราณ ส่งเสริมรายได้แก่ให้ผู้สูงอายุ และกลุ่มแม่บ้าน และรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น ลดการละทิ้งถิ่นฐาน เพื่อไปหางานต่างท้องถิ่น ส่งเสริมสถาบันครอบครัวให้มีความเข้มแข็งและถ่ายทอดความรู้ให้เยาวชนผ่านโครงการเยาวชนรักบ้านเกิด ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านชาวหลวง

**4.1.3 จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ :** เป็นงานหัตถกรรมที่สร้างสรรค์ผลงานจากการสืบทอดภูมิปัญญาความรู้จากผู้คนในชุมชน แนวคิดของการสร้างลวดลายมาจากการสืบทอดภูมิปัญญาของชาวไทลื้อและลวดลายจากไฮโบราณ จึงทำให้มีลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์แสดงออกถึงสิ่งทอพื้นถิ่นจังหวัดน่าน

**ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านชาวหลวง**

1. Otop คัดสรรผลิตภัณฑ์ระดับห้าดาว ระดับภาคเหนือ ประจำปี พ.ศ.2546
2. Otop คัดสรรผลิตภัณฑ์ระดับสี่ดาว ระดับประเทศ ประจำปี พ.ศ.2546
3. Otop คัดสรรผลิตภัณฑ์ระดับสี่ดาว ระดับประเทศ ประจำปี พ.ศ.2547

กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง มีความสามารถในการออกแบบลวดลายของผ้าทอนอกเหนือจากลายโบราณดั้งเดิมแล้วยังคิดออกแบบลวดลายประยุกต์และลายประจำพื้นถิ่นพร้อมนำการใช้สีของเส้นด้ายในการทอ เพื่อให้ผ้าทอมีสีสันที่สวยงามตามความต้องการของผู้บริโภค เน้นการผลิตที่ได้คุณภาพและมาตรฐานเป็นสำคัญ

**วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต :** ผ้าย้อมสีธรรมชาติ, ดิ้นเงิน, ดิ้นทอง

**ราคาเฉลี่ย :** กลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอราคาเฉลี่ย 600 – 18,000 บาท

**การจัดจำหน่าย :** จุดจำหน่ายอยู่ที่ “กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง” ตำบลบ่อสวก อำเภอเมือง จังหวัดน่าน ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ Otop จังหวัดน่าน, ศูนย์การท่องเที่ยวจังหวัดน่านและงานแสดงสินค้าต่างๆ, ร้านจางตระกูล, ร้านบ้านทนนไชย, ร้านสุภิศราผ้าไหม, ร้านฝ้ายเงิน, ร้านผ่องพรรณ, หออัตลักษณ์นครน่าน เป็นต้น และการสั่งผลิตตามความต้องการของผู้บริโภค(Made To Order)

#### **4.1.4 การวิเคราะห์การตลาด 7Ps และ Swot ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง**

การวิเคราะห์การตลาด 7Ps และ Swot ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวงเพื่อวิเคราะห์หาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยนักวิจัยได้ทำการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ด้วยหลักการตลาด 7ps และการวิเคราะห์ Swot ดังนี้

##### **1. ด้านผลิตภัณฑ์**

###### **จุดแข็ง**

- ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1.ผลิตภัณฑ์ประเภทสิ่งทอคิดเป็น 90% (ฝ้าย 70%, ไหม 10%, ดิ้น10% และไหมประดิษฐ์ 10%) และ2. ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์คิดเป็น 10%
- ผลิตภัณฑ์ใช้การย้อมด้วยสีธรรมชาติ ได้แก่ กลุ่มสีโทนเย็น(Cool Tone) สีกลุ่มธรรมชาติ(Natural Tone) และกลุ่มสีเอิร์ธโทน(Earth Tone)

- ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมีลวดลายมีอัตลักษณ์และมีความประณีต การสร้างสรรค์ลวดลายจากลายโบราณ และการประยุกต์ลวดลายโบราณให้มีความร่วมสมัย

#### **จุดอ่อน**

- ขาดความรู้ความสามารถในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าทอเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า
- ขาดการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค
- ไม่สามารถผลิตจำนวนมากในเวลาจำกัด เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยมือใช้เวลาในการผลิต

ค่อนข้าง รวมถึงแรงงานมีไม่มากเพียงพอ

- รูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย รูปแบบผลิตภัณฑ์คล้ายกับผลิตภัณฑ์ที่มีในตลาด
- ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลายน้ำ ขาดการแปรรูปผลิตภัณฑ์

#### **โอกาส**

- ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ กระแสของสินค้าที่มาจากวัฒนธรรมและกระแสสินค้าที่มาจากธรรมชาติ สร้างให้เกิดโอกาสการขายที่มากขึ้น

#### **ภาวะคุกคาม**

- ค่านิยมในการใช้ผ้าทอพื้นเมืองในชีวิตประจำวัน(ระดับประเทศ)อยู่ในระดับต่ำ
- คู่แข่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันมีมาก
- มีกลุ่มผลิตภัณฑ์ทดแทนที่หลากหลาย

## **2. ด้านราคาผลิตภัณฑ์**

#### **จุดแข็ง**

- ราคาเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ

#### **จุดอ่อน**

- ราคาสินค้าเท่ากับราคาตลาดทั่วไป ทำให้โอกาสการขายได้อยู่ในระดับเดียวกับท้องตลาดโอกาส

#### **ภาวะคุกคาม**

- ภาวะทางเศรษฐกิจถดถอยทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง, ส่งผลให้ความต้องการสินค้าที่ราคาต่ำลงกว่าปรกติ

### 3. ด้านจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

#### จุดแข็ง

- จำหน่ายบริเวณที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว จึงไม่ต้องเสียค่าเช่าและสามารถขายสินค้าได้ทันที
- การจำหน่ายบนพื้นที่ดิจิทัล เช่น Facebook (ชาวหลวงผ้าทอมือเมืองน่าน) เป็นต้น
- นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน ส่งผลให้มีแนวโน้มการพัฒนาจุดขายเป็นแหล่งท่องเที่ยว
- มีการจำหน่ายบริเวณโดยรอบจังหวัดน่านและมีการจำหน่ายบริเวณงานแสดงสินค้าทั่วประเทศ

#### จุดอ่อน

- แหล่งขายอยู่ห่างจากตัวเมือง ดังนั้นจึงพลาดโอกาสการขายกับนักท่องเที่ยวอื่น ๆ กลุ่มลูกค้าอื่นด้วย

เช่นกัน

- ช่องทางการจำหน่ายบนช่องทางดิจิทัลพบได้น้อยและไม่หลากหลาย

#### ภาวะคุกคาม

- สภาวะเศรษฐกิจของประเทศทำให้จุดจัดจำหน่ายภายในประเทศบางจุดลดลง

### 4. ด้านการส่งเสริมการขาย

#### จุดอ่อน

- ไม่พบการทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย

### 5. ด้านบรรจุภัณฑ์

#### จุดอ่อน

- ขาดการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์, ไม่สามารถระบุ, บ่งบอกแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน

### 6. ด้านบุคลากร

#### จุดแข็ง

- ครูภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นถิ่นที่สามารถทอผ้าจากมรดกภูมิปัญญาได้ กลุ่มสตรีสูงวัยประมาณ 10 -15 คน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการทอสูง

- พบบุคลากรวัยรุ่นที่พร้อมพัฒนามรดกทางภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นถิ่น(นายกรกฎ แปลงใจ)

#### จุดอ่อน

- ขาดบุคลากรที่จะสานต่อมรดกทางภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นถิ่น

### 7. ด้านความโดดเด่น

#### จุดแข็ง

- ผ้าทอพื้นถิ่นที่มีอัตลักษณ์ชัดเจน มีลวดลายการจัดองค์ประกอบลายทอที่สวยงาม

## โอกาส

- การพัฒนาตลาดที่มีเอกลักษณ์ ทำให้ผ้าทอพื้นถิ่นสามารถนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ได้อีกมาก

### 4.1.5 สรุปการวิเคราะห์กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง

จากการหาข้อมูล สํารวจพื้นที่ สัมภาษณ์และวิเคราะห์การตลาด 7Ps และ Swot ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวงเป็นการร่วมมือกันพัฒนาสิ่งทอพื้นถิ่นจากคนในชุมชนโดยการรวมรวมกลุ่มสตรีประมาณ 10-15 คน เพื่อเป็นการช่วยสร้างรายได้เสริมนอกเหนือจากอาชีพเกษตรกรรม มุ่งเน้นการทำผลิตภัณฑ์ต้นน้ำกลุ่มผ้าทอมือ คิดเป็น 90 % และผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ 10 % ลวดลายของกลุ่มมีเอกลักษณ์และมีความความร่วมมือ ด้วยการพบครุภูมิปัญญาที่เชี่ยวชาญการทอผ้า สร้างให้เกิดลวดลายที่มีเอกลักษณ์และการทอที่มีความประณีต อีกทั้งผู้วิจัยพบว่า กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวงขาดการพัฒนาต่อยอดทางด้านผลิตภัณฑ์ปลายน้ำ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการแปรรูปสินค้าจากสิ่งทอพื้นถิ่น ที่สามารถสร้างโอกาสในการขยายขีดความสามารถทางการตลาด

## 4.2 การวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด

### 4.2.1 ตราสินค้าจิม ทอมป์สัน (Jim Thompson)



ภาพที่ 8 ภาพตราสัญลักษณ์ตราสินค้า จิม ทอมป์สัน (Jim Thompson)

ตราสินค้าจิม ทอมป์สัน ผลิตโดยบริษัทจิม ทอมป์สัน(อุตสาหกรรมไหมไทย) จำกัด เป็นตราสินค้าในธุรกิจสิ่งทอผ้าไหมของประเทศไทย เป็นที่รู้จักในฐานะเอเชียแบรนด์ที่มีศักยภาพขยายสู่ความเป็นตราสินค้าไลฟ์สไตล์ในระดับสากล ตราสินค้าจิม ทอมป์สันมีประวัติการก่อตั้งมาอย่างยาวนานตั้งแต่ปี 1951 หรือก่อตั้งมากกว่า 50 ปี โดยนายทหารอเมริกันที่อยู่ในประเทศไทย ที่มีความสนใจและชื่นชอบในวัฒนธรรมผ้าไหมอีสานของไทย ปัจจุบันตราสินค้าจิมทอมป์สันมีแหล่งผลิตหรือฟาร์มไหมของตนเองตั้งอยู่ที่อำเภอปักธงชัย จังหวัด

นครราชสีมา และมีสาขามากกว่า 50 สาขาในประเทศไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย คูไบ บรูไนและญี่ปุ่น ตราสินค้าเน้นกลุ่มลูกค้าหลักเป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการซื้อสินค้าที่มีอัตลักษณ์ของความเป็นไทย โดยมากกว่า 40% ของผู้บริโภคในประเทศไทยเป็นชาวญี่ปุ่น(Martin, 2006) ส่วนกลุ่มลูกค้าคนไทยนั้นจะเป็นกลุ่มวัยกลางคนที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง



ภาพที่ 9 ภาพร้านค้า จิม ทอมป์สัน (Jim Thompson)



ภาพที่ 10 ภาพร้านค้า จิม ทอมป์สัน (Jim Thompson)



ภาพที่ 11 ภาพสินค้า จิม ทอมป์สัน (Jim Thompson)

สินค้าและอัตลักษณ์ตราสินค้าจิมทอมป์สัน เป็นการสร้างสรรค์ร่วมกันระหว่างดีไซเนอร์และการออกแบบลวดลายผ่านผ้าไหมที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่มีความหรูหรา นอกจากนี้สินค้าของจิมทอมป์สันมีการนำผ้าไหมมาให้ร่วมกันกับกำฝ้าย โพลีเอสเตอร์ ลินินและวูล เพื่อสร้างเอกลักษณ์ที่แปลกใหม่(GotoManager,2555) สามารถสรุปกลุ่มสินค้าได้แก่ สินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกาย สินค้าเครื่องแพชั่น เครื่องประดับ สินค้าประดับตกแต่งบ้าน สินค้าของขวัญของชำร่วย สินค้าอุปโภคบริโภคและร้านอาหาร (ศิริ, 2559)

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ 7PS และ SWOT ของจิมทอมป์สัน

7P's	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ภาวะคุกคาม
PRODUCT	- มีสินค้าที่ผลิตจากผ้าไหมไทย - มีประเภทสินค้าหลากหลาย	- รูปแบบสินค้าเหมาะกับตลาดระดับบนและกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ	- ขายได้ดีในตลาดเครื่องแต่งกายและสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ต้องการนำเสนอภาพลักษณ์ของความเฮอริเทจ	- การถดถอยของกลุ่มกำลังซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ
PRICE	- ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพและกลุ่มเป้าหมาย	- สินค้าราคาสูงไม่สามารถขยายกลุ่มผู้บริโภคได้	-	- การถดถอยของภาวะเศรษฐกิจทำให้คนใช้จ่ายเงินน้อยลง
PLACE	- มีจุดจำหน่ายที่หลากหลายทั้งในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกของตนเอง อีกทั้งมีจุดจัดจำหน่ายในสนามบิน และผ่านช่องทางออนไลน์	- การมีจุดจัดจำหน่ายมากทำให้ต้นทุนของตราสินค้าเพิ่มมากขึ้น	- ห้างสรรพสินค้ามีการจัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขาย	- ภาวะโรคระบาดส่งผลต่อการขาย ณ จุดจัดจำหน่ายในสนามบิน
PROMOTION	- การขายสินค้าหน้าร้าน และสินค้าผ่านสื่อ	- การโปรโมท มีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงต่อครั้ง	-	- ปัญหาการถดถอยของการท่องเที่ยว

7P's	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ภาวะคุกคาม
	ออนไลน์ เช่น website , facebook - มีการจัดโปรโมชั่น ร่วมกับกิจกรรมเที่ยว ชมฟาร์มที่เป็นแหล่ง ผลิตในทุกปี			เนื่องจากภาวะโรค ระบาดและเศรษฐกิจ
PACKAGING	- มีบรรจุภัณฑ์เหมาะ กับสินค้าแต่ละ ประเภท	- ต้นทุนของบรรจุ ภัณฑ์	-	-
PEOPLE	- องค์กรก่อตั้งมาอย่าง ยาวนาน มีการร่วมมือ ของชุมชนในพื้นที่ภาค ผลิต	-	-	-
PURPLE COW	- มีการท่องเที่ยวเชิง เกษตรร่วมและ วัฒนธรรมเพื่อเป็นจุด ขายและสร้าง ภาพลักษณ์ของตรา สินค้าในทุกปี	-	- คนหันมาให้ความ สนใจกับการท่องเที่ยว รูปแบบใหม่ๆ ซึ่งส่งผล ต่อยอดขายสินค้า	-

ตราสินค้าจิม ทอมป์สัน (Jim Thompson) พบว่า จุดแข็ง คือ ด้านผลิตภัณฑ์คือมีสินค้าที่ผลิตจากผ้าไหมไทย มีสินค้าหลากหลาย และมีจุดจัดจำหน่ายที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ด้านจุดอ่อน คือ รูปแบบสินค้าเหมือนกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และต้นทุนด้านสินค้านำราคาสูงโอกาส คือ คู่แข่งทางการแข่งขันของตลาดกลุ่มงานหัตถกรรมมีน้อย ขายได้ดีในตลาดเครื่องแต่งกายและสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ต้องการนำเสนอภาพลักษณ์ของความ เฮอร์เทจ ภาวะคุกคาม คือ ความถดถอยของเศรษฐกิจและภาวะโรคระบาด

#### 4.2.2 ตราสินค้า ซาร่า โฮม (ZARA HOME)

Z A R A  
H O M E

ภาพที่ 12 ภาพตราสัญลักษณ์ตราสินค้า ซาร่า โฮม (ZARA HOME)

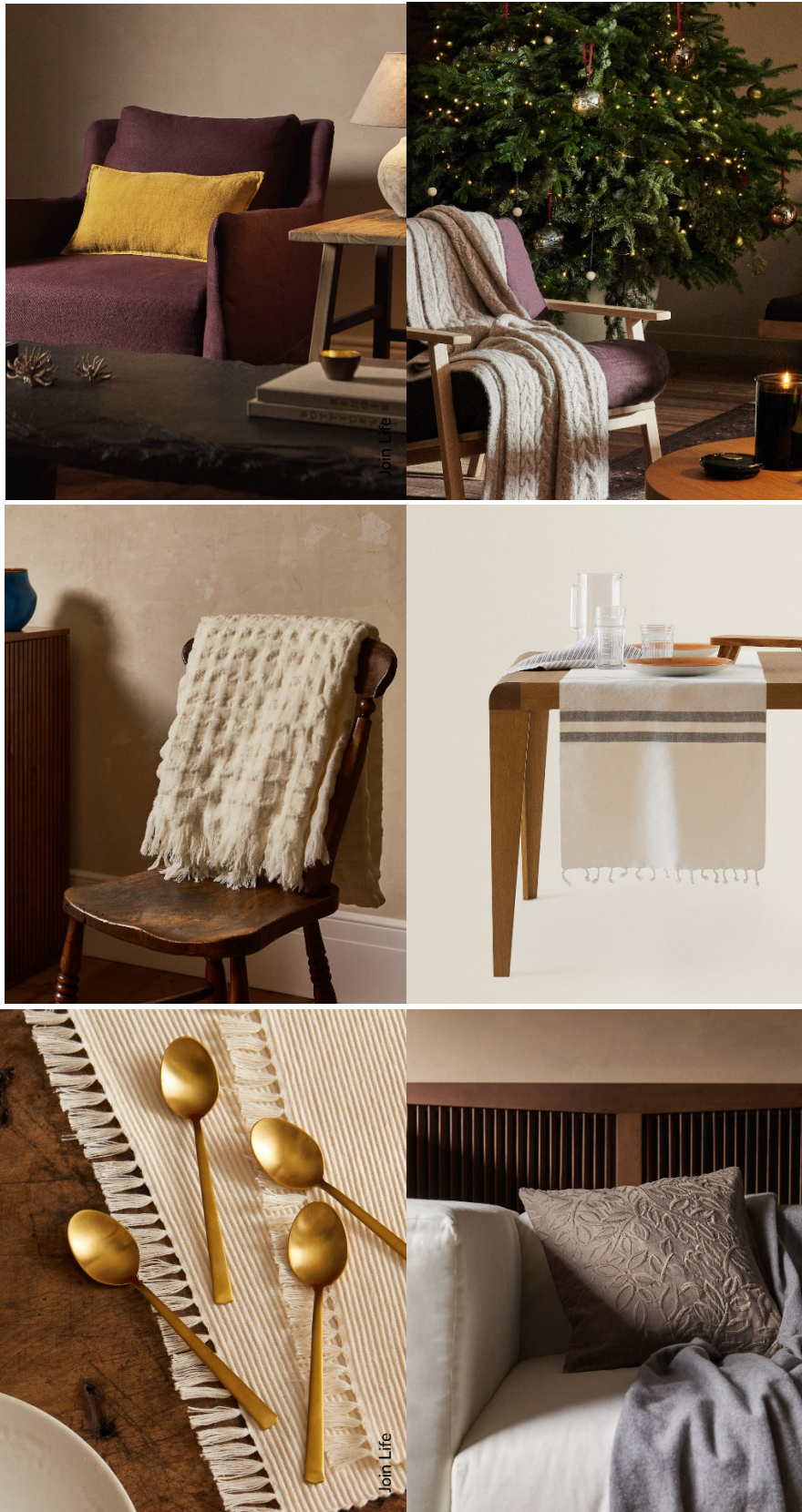
ซาร่า โฮม(ZARA HOME) เป็นแบรนด์ที่จำหน่ายเครื่องใช้ภายในบ้าน และของตกแต่งบ้านที่มีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายจากประเทศสเปน โดย บริษัท อาร์เอสเอช เพอร์นิชชิง (ประเทศไทย) จำกัด ผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายแบรนด์สินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้าแบรนด์ ซาร่า (ZARA), มาสสิโม ดุตติ (Massimo Dutti), เบิร์ชก้า (Bershka), พูล แอนด์ แบร์ (Pull & Bear) เข้ามาในประเทศไทย

บริษัท อาร์เอสเอช เพอร์นิชชิง (ประเทศไทย) จำกัด เป็นตัวแทนนำเข้าของตกแต่งบ้านและเครื่องใช้ภายในบ้านภายใต้แบรนด์ซาร่า โฮม เข้ามาในประเทศไทย อาทิ เครื่องใช้ในห้องนอน, ห้องน้ำ อุปกรณ์และเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร รวมทั้งเฟอร์นิเจอร์ จนถึงของตกแต่งบ้าน ชุดนอน ชุดแต่งกายภายในบ้าน เครื่องหอม และของใช้สำหรับเด็ก ปัจจุบัน ซาร่า โฮม เปิดดำเนินธุรกิจใน 39 ประเทศทั่วโลก มีสาขามากถึง 363 สาขา ซาร่า โฮม ในประเทศไทยถือว่าเป็นแห่งแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ซาร่า โฮม เป็นส่วนขยายทางการตลาดเพิ่ม เนื่องจากตลาดบ้านและคอนโดมิเนียมในประเทศไทยมีการเติบโตสูง จึงเป็นโอกาสที่น่าสนใจ รวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภค มีความต้องการสินค้าตกแต่งบ้านมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มลูกค้าที่เป็นแฟนพันธุ์แท้ของแบรนด์ซาร่า ที่รอคอยการมา เปิดตัวของ "ซาร่า โฮม" โดยนางสาวพรชิ่ง งามพร้อมพันธุ์ ผู้จัดการ ฝ่ายสื่อสารการตลาด กลุ่มบริษัทอาร์เอสเอช ประเทศไทย กล่าวว่าแบรนด์ของตกแต่งบ้านที่วางขายอยู่ในตลาดเมืองไทยขณะนี้ ยังไม่มีแบรนด์ไหนที่มีคอนเซ็ปต์แบบแฟชั่นอย่างชัดเจนเหมือนกับสินค้าของซาร่า โฮม โดยได้วางกลยุทธ์รูปแบบการทำตลาดคล้ายกับกลุ่มสินค้าแฟชั่นของซาร่า นั่นก็คือ การเป็นแบรนด์ "Fashion Home" มีระดับราคาที่เข้าถึงง่าย และเพื่อเป็นการดึงดูดและสร้างความคึกคักด้วยการเปลี่ยนวินโดว์สตีลเพลย์ทุกๆ 3 อาทิตย์เพื่อสร้างความแปลกใหม่ ดึงดูดให้ลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน และการใช้กลิ่นอโรมาภายในร้านที่จะเปลี่ยนตามฤดูกาล รวมถึงเพลงที่บรรเลงให้ความผ่อนคลายขณะเลือกซื้อสินค้า



ภาพที่ 13 ภาพร้านค้า ซาร่า โฮม (ZARA HOME)



ภาพที่ 14 ภาพสินค้า ซารา โฮม (ZARA HOME)

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ 7PS และ SWOT ของ ซาร่า โฮม (ZARA HOME)

7p's	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ภาวะคุกคาม
<b>Product</b>	เป็นสินค้าตกแต่งบ้าน แฟชั่น คุณภาพของสินค้าดี ประเภทสินค้าหลากหลาย	สินค้าบางประเภทไม่ เหมาะสมกับสภาพ ภูมิอากาศของประเทศ ไทย	ความภักดีและความเชื่อ มั่นจากแบรนด์เครื่องแต่ง กาย(zara) สร้างให้เกิด ความมั่นใจในตราสินค้า zara home	การถดถอยของภาวะ ทางเศรษฐกิจ
<b>Price</b>	- ราคาสินค้าจับต้องได้ เหมาะสมกับคุณภาพ	-	คู่แข่งไม่สามารถกำหนด ราคาสินค้าในรูปแบบ สไตล์เดียวกันได้	- การถดถอยของภาวะ เศรษฐกิจ
<b>Place</b>	- มีจุดจำหน่ายที่เป็น ยุทธศาสตร์สอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมาย	ช่องทางออนไลน์ไม่ สามารถซื้อสินค้าได้	จุดจัดจำหน่ายที่ สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ ของกลุ่มเป้าหมาย มีการ เดินทางที่สะดวก	- ภาวะโรคระบาดส่งผล ต่อการขายช่องทางพื้นที่ ขายที่มีการกำหนดการ เปิดปิดและช่องทาง ออนไลน์ที่ไม่สามารถซื้อ สินค้าได้
<b>Promotion</b>	- มีการจัดโปรโมชั่น ส่วนลดสินค้าตามเทศกาล	-	-	-
<b>Packaging</b>	- มีบรรจุภัณฑ์เหมาะกับ สินค้าแต่ละประเภท แข็งแรงและสวยงาม	-	- ผู้ใช้สามารถให้เป็น ของขวัญได้เนื่องจากบรรจุ ภัณฑ์มีความสวยงาม	-
<b>People</b>	- มีการพัฒนาบุคลากร และคัดสรรบุคลากรที่มี คุณภาพในการทำงาน	-	- การพัฒนาบุคลากรทำ เกิดผลดีด้านการบริการที่ เหนือคู่แข่ง	-
<b>Purple Cow</b>	การพัฒนาและใช้กลยุทธ์ เหมือนกับกลุ่มสินค้า เสื้อผ้า สร้างความภักดีแก่ กลุ่มเป้าหมาย	-	-	- ภาวะโรคระบาดและ การถดถอยของภาวะ เศรษฐกิจ

สรุปตราสินค้า ซาร่า โฮม (ZARA HOME) พบว่า จุดแข็ง คือ สไตล์ของสินค้าเป็นสินค้าตกแต่งบ้าน  
แนวแฟชั่น คุณภาพสินค้ากับราคาอยู่ในระดับคุณภาพดี มีความภักดีและมีชื่อเสียงอย่างยาวนาน ด้านจุดอ่อน

คือ สินค้าบางประเภทไม่เหมาะสมกับ สินค้าบางประเภทไม่เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย  
โอกาส คือ ความรักดีและความเชื่อมั่นจากแบรนด์เครื่องแต่งกาย(zara) สร้างให้เกิดความมั่นใจในตราสินค้า  
zara home ภาวะคุกคาม คือ ความถดถอยของเศรษฐกิจและภาวะโรคระบาด

#### 4.2.3 สรุปผลการวิเคราะห์คู่แข่งตราสินค้า

จากการวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดของตราสินค้าจิม ทอมป์สัน(Jim Thompson) และ ชาร์โฮม (ZARA HOME) พบว่า ทั้งสองตราสินค้าให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การสร้างสินค้าที่มีจุดเด่น(จากผ้าไหมไทย)หรือสไตล์(แนวทางสินค้าแฟชั่น) เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าในตลาด ในด้านการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ทั้งสองตราสินค้า พบจุดอ่อน เช่น รูปแบบของสินค้าที่ไม่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายในประเทศไทย หรือการใช้งานของสินค้าบางประเภทที่ไม่สอดคล้องกับสภาพภูมิอากาศของประเทศไทย อีกทั้งพบโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มงานตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ ที่ใช้งานงานหัตถกรรมพื้นถิ่นมีคู่แข่งทางการตลาดน้อย ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการสร้างสรรค์ตราสินค้าในลำดับต่อไป

#### 4.3 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเจนเอเรชั่นมี (Generation Me) เกิดจากการรวมกลุ่มของเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) กลุ่มคนที่เกิดในระหว่างปี ค.ศ.1964-1978, เจเนอเรชั่นวาย(Generation Y) กลุ่มคนที่เกิดในระหว่างปี ค.ศ. 1979-1995 และ เจเนอเรชั่นแซด (Generation Z) กลุ่มคนที่เกิดในระหว่างปี ค.ศ. 1996-ปัจจุบัน ซึ่งทั้งสามเจนเอเรชั่นถูกแบ่งตามช่วงปีที่เกิด วัยที่แตกต่างกับสภาพสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย ทำให้ทั้งสามเจนเอเรชั่นมีพฤติกรรมที่ต่างกันอย่างชัดเจน แต่มีพฤติกรรมด้านกิจกรรมที่ให้ความสนใจคล้ายกัน อาทิ การใช้อินเทอร์เน็ต, การใช้โซเชียลมีเดีย, การร่วมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองและสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม, กิจกรรมที่สร้างความสนุกสนาน ความบันเทิงความผ่อนคลาย ไม่เครียด, กิจกรรมที่แสดงถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมหรือขนบธรรมเนียมต่างๆ ที่พึงปฏิบัติและเป็นหน้าที่ของตนเอง ทั้งการพูดภาษาพื้นเมือง/ภาษาท้องถิ่น, กิจกรรมที่แสดงถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีไทย, การไปเที่ยวตามสถานที่แปลกใหม่ กิจกรรมแปลกใหม่, ชื่นชอบและติดตามเทรนด์แฟชั่น, รักษาสิ่งแวดล้อม, คำนึงถึงความสัมพันธ์ของครอบครัวมากที่สุด, จะเลือกใช้สินค้าที่มีสไตล์, เป็นผู้ที่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมและประเพณีไทยต่างๆ



ภาพที่ 15 ภาพกลุ่มผู้บริหารโรคเงินเนอร์เรชั่นมี

#### 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม

##### 4.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม

1. ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 นักออกแบบที่มีความรู้ความสามารถทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายใน : การนำสิ่งทอพื้นถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ประเภทของตกแต่งภายใน และกลุ่มสินค้าประเภทเคหะสิ่งทอ เป็นสิ่งที่น่าสนใจและเห็นด้วยอย่างยิ่ง หากมีการพัฒนาที่มุ่งเน้นด้านความสวยงามบนลักษณะการใช้งานสมัยใหม่ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นไทยอย่างตรงไปตรงมา เพื่อให้เกิดความอบอุ่นของพื้นที่ที่สื่อถึงพื้นถิ่นและความเป็นไทยหรือเอเชียอย่างกลมกลืนกับลักษณะการอยู่อาศัยในสมัยใหม่
2. ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 นักออกแบบที่มีความรู้ความสามารถทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายใน : เนื่องจากได้รับความนิยมนตามกระแสแห่งการอนุรักษ์งานฝีมือ เป็นภูมิปัญญาอนุรักษ์และสืบทอดงานฝีมือท้องถิ่นที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาไปสู่การเป็นสินค้าหลากหลายประเภท และการขยายตลาด พัฒนาตลาดให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับตลาดผ้าทอที่ปัจจุบันกำลังเริ่มได้รับความนิยมตามกระแสแห่งการอนุรักษ์งานฝีมือ อีกทั้ง ปรับให้เข้ากับกิจกรรมการใช้งาน สามารถเข้ากับยุคสมัยได้เป็นอย่างดี เป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ สามารถนำมาต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่าได้

3. ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านเคหะสิ่งทอ และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ : การนำสิ่งทอพื้นถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ประเภทของตกแต่งภายในและกลุ่มสินค้าประเภทเคหะสิ่งทอ ต้องมีการพัฒนาประเภทของวัสดุ ด้านการใช้งาน พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ ออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้งาน และทำความสะอาดง่าย ด้านความสวยงามในการออกแบบวางลายไม่ควร เสียคุณค่าของลายทอในแต่ละส่วนลาย และ ลวดลายประยุกต์สามารถเข้าได้ดีกับสินค้าตกแต่งชนิดอื่นๆ และ การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว หากเป็นชุมชนท่องเที่ยวควรบวกรอาจได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น

4. ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมายผู้ประกอบการรุ่นใหม่(ME)ที่อาศัยอาคารชุด ประเภทห้องสตูดิโอ : การนำสิ่งทอพื้นถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ประเภทของ ตกแต่งภายในและกลุ่มสินค้าประเภทเคหะสิ่งทอ เป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้า เน้นการใช้งานที่เหมาะสมและมี ความสวยงามร่วมสมัย เนื่องจากคอนโดลักษณะห้องจะมีการออกแบบแนวร่วมสมัย มีเรื่องราวและมีที่มาที่ไป และการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ให้ความเห็นว่า ผู้ร่วมกิจกรรมสามารถลองทำ สัมผัสประสบการณ์ในการร ทำผ้า

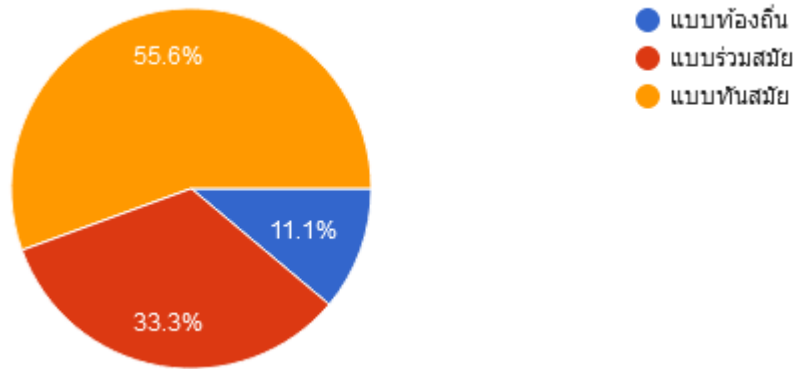
5. ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมายผู้ประกอบการรุ่นใหม่(ME)ที่อาศัยอาคารชุด ประเภทห้องสตูดิโอ : การนำสิ่งทอพื้นถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ประเภทของ ตกแต่งภายในและกลุ่มสินค้าประเภทเคหะสิ่งทอ ถ้าใช้ตกแต่งเฉยๆ อาจจะต้องทำให้ดูทันสมัยเข้ากับยุค ปัจจุบัน เนื่องจากพอเรานึกถึงผ้าทออาจจะคิดว่ามันเก่าอาจจะทำให้บ้านดูโบราณ ถ้าทำให้ทันสมัยจะน่าสนใจ มาก หากว่า ผ้าทอถ้ามีความดั้งเดิมมากไปความรู้สึกมันจะเปลี่ยนไป ดูโบราณ ไม่เข้ากับlifestyle

6. ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมายผู้ประกอบการรุ่นใหม่(ME)ที่อาศัยอาคารชุด ประเภทห้องสตูดิโอ : การนำสิ่งทอพื้นถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ประเภทของ ตกแต่งภายในและกลุ่มสินค้าประเภทเคหะสิ่งทอ ทำลวดลายสวยงาม มีความเป็นเอกลักษณ์ ผ้าทอพื้นเมืองมี ความโดดเด่นเฉพาะตัวอยู่แล้ว ถ้ามีการออกแบบที่ทันสมัย เน้นความแปลกใหม่ในการออกแบบ คิดว่าน่าจะ พัฒนาชิ้นงานให้น่าใช้ และเป็นที่น่าสนใจได้ ดูไม่ย้อนยุคจนเกินไป เนื่องจากรูปแบบคอนโดในปัจจุบัน เน้น ออกแบบทันสมัย และ ราคาสามารถจับต้องได้ ไม่สูงเกินไป

#### 4.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

##### 4.4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้ค่าเฉลี่ยร้อยละ

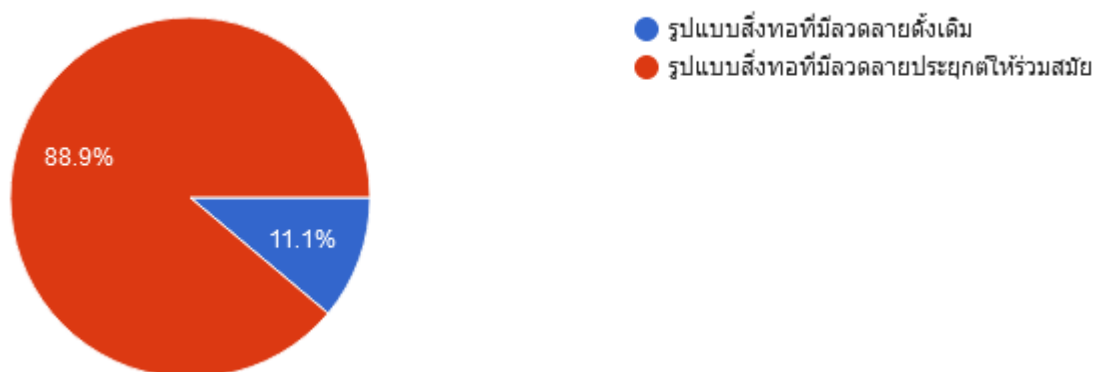
1. รูปแบบสินค้าตกแต่งบ้านที่มาจากทุนทางวัฒนธรรม ที่ท่านให้ความสนใจ



ภาพที่ 16 แสดงความสนใจรูปแบบสินค้าตกแต่งบ้านที่มาจากทุนทางวัฒนธรรม

จากแผนภูมิแสดงความสนใจตกแต่งส่วนพื้นที่ในห้อง **studio** กับ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิและกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค พบว่า แนวทางการออกแบบสินค้าจากทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบทันสมัยคิดเป็นร้อยละ 55.6, แนวทางการออกแบบสินค้าจากทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบร่วมสมัยคิดเป็นร้อยละ 33.3, แนวทางการออกแบบสินค้าจากทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบท้องถิ่นเป็นร้อยละ 11.1

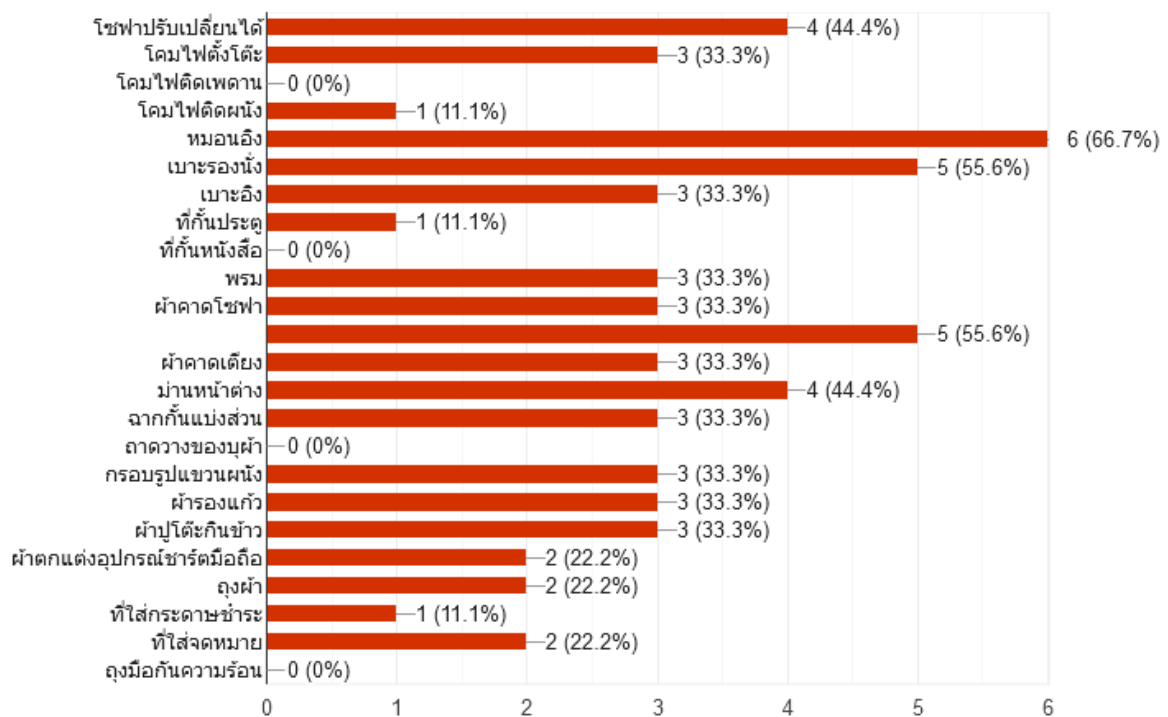
2. ความสนใจรูปแบบลวดลายสิ่งทอสินค้าตกแต่งบ้านจากทุนทางวัฒนธรรม



ภาพที่ 17 ความสนใจรูปแบบลวดลายสิ่งทอสินค้าตกแต่งบ้านจากทุนทางวัฒนธรรม

จากแผนภูมิแสดงความสนใจตกแต่งส่วนพื้นที่ในห้อง **studio** กับ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิและกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค พบว่า ให้ความสนใจกับรูปแบบสิ่งทอที่มีลวดลายประยุกต์ให้ร่วมสมัยคิดเป็นร้อยละ 88.9 และให้ความสนใจกับรูปแบบสิ่งทอที่มีลวดลายดั้งเดิมคิดเป็น ร้อยละ 11.1

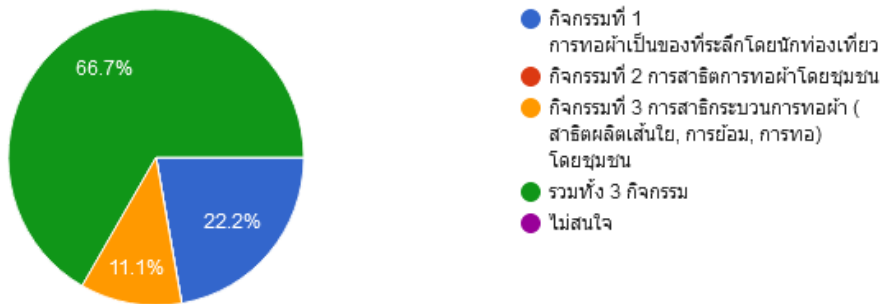
### 3. ประเภทของสินค้าตกแต่งบ้านจากสิ่งทอจากทุนทางวัฒนธรรม



ภาพที่ 18 ประเภทของสินค้าตกแต่งบ้านจากสิ่งทอจากทุนทางวัฒนธรรม

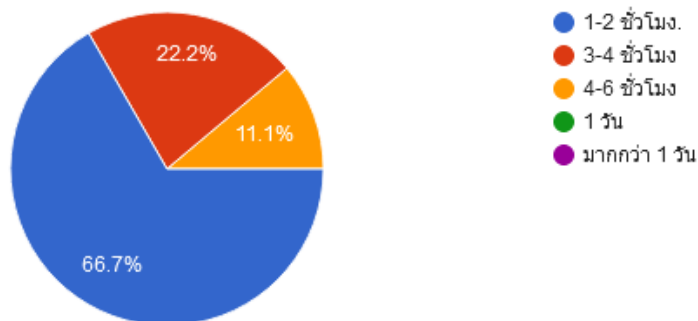
จากแผนภูมิแสดงความสนใจประเภทของสินค้าตกแต่งบ้านจากสิ่งทอจากทุนทางวัฒนธรรม ภายในห้อง **studio** กับ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิและกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค พบว่า ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ มีรายละเอียดดังนี้ หมอนอิง คิดเป็นร้อยละ 66.7, เบาะรองนั่งและเครื่องนอน ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน คิดเป็นร้อยละ 55.6, โขฟาปรับเปลี่ยนได้และม่านหน้าต่าง คิดเป็นร้อยละ 44.4, โคมไฟตั้งโต๊ะคิดเป็นร้อยละ 33.3, เบาะอิงคิดเป็นร้อยละ 33.3, พรม คิดเป็นร้อยละ 33.3, ผ้ามัดโซฟา คิดเป็นร้อยละ 33.3, ผ้ามัดเตียง คิดเป็นร้อยละ 33.3, ฉากกั้น คิดเป็นร้อยละ 33.3, กรอบรูป คิดเป็นร้อยละ 33.3, ผ้ารองแก้ว คิดเป็นร้อยละ 33.3, ผ้าปูโต๊ะอาหาร คิดเป็นร้อยละ 33.3, ผ้ามัดตกแต่งอุปกรณ์เกี่ยวกับมือถือ คิดเป็นร้อยละ 22.2, ถุงผ้าคิดเป็นร้อยละ 22.2, ที่ใส่จดหมายคิดเป็นร้อยละ 22.2, โคมไฟติดผนังคิดเป็นร้อยละ 11.1, ที่กันประตู คิดเป็นร้อยละ 11.1, ที่ใส่กระดาษชำระ คิดเป็นร้อยละ 11.1

4. ความสนใจเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบริเวณชุมชนทอผ้า



ภาพที่ 19 ความสนใจเกี่ยวกับความสนใจเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบริเวณชุมชนทอผ้า จากแผนภูมิ แสดงความสนใจเกี่ยวกับความสนใจเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบริเวณชุมชนทอผ้ากับผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิและกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร่วมกัน พบว่า การรวมกิจกรรมเกี่ยวกับการทอผ้าได้รับความสนใจสูงคิดเป็นร้อยละ 66.7, กิจกรรมการทอผ้าเป็นของที่ระลึกคิดเป็นร้อยละ 22.2 กิจกรรมการสาธิตการทอผ้าโดยคนในชุมชนคิดเป็นร้อยละ 11.1

5. ระยะเวลาที่เหมาะสมกับการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบริเวณชุมชนทอผ้า

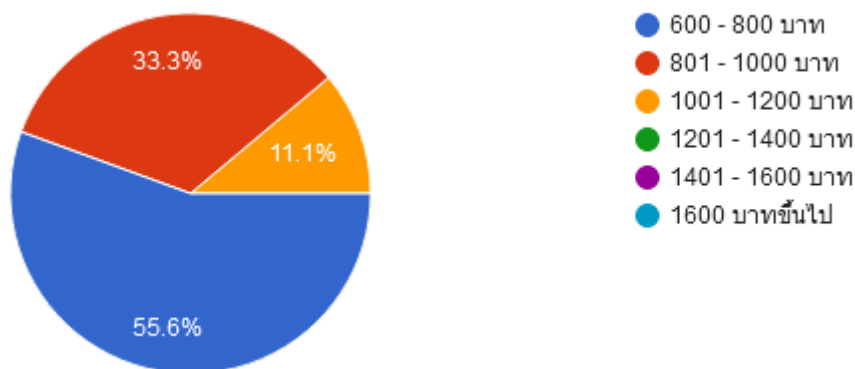


ภาพที่ 20 ความสนใจเกี่ยวกับระยะเวลาที่เหมาะสมกับการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบริเวณชุมชนทอผ้า

จากแผนภูมิแสดงความสนใจเกี่ยวกับระยะเวลาที่เหมาะสมกับการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบริเวณชุมชนทอผ้ากับผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิและกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร่วมกัน พบว่า ระยะเวลาเฉลี่ย

1-2 ชั่วโมงได้รับความสนใจสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 66.7, ระยะเวลา 3-4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 22.2 และระยะเวลา 4-6 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 11.1

6. ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบริเวณชุมชนทอผ้า



ภาพที่ 21 ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบริเวณชุมชนทอผ้า

จากแผนภูมิแสดงความสนใจต่อค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบริเวณชุมชนทอผ้ากับ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิและกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร พบว่า ราคาเฉลี่ยในการเข้าร่วมกิจกรรม 600-800 บาท ได้รับความสนใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 , ราคาเฉลี่ยในการเข้าร่วมกิจกรรม 800-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 และราคาเฉลี่ยในการเข้าร่วมกิจกรรม 1,000 -1,200 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.1

4.2.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาค่าคะแนนรวม ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมของคำตอบ นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วให้คะแนนแต่ละข้อ จำแนกรายข้อในแบบสอบถามระดับ ดังนี้

มีความเหมาะสมมากที่สุด	ให้มีค่าคะแนนเป็น	5
มีความเหมาะสมมาก	ให้มีค่าคะแนนเป็น	4
มีความเหมาะสมปานกลาง	ให้มีค่าคะแนนเป็น	3
มีความเหมาะสมน้อย	ให้มีค่าคะแนนเป็น	2
มีความเหมาะสมน้อยที่สุด	ให้มีค่าคะแนนเป็น	1

จากนั้นนำแบบสอบถามที่ลงคะแนนเรียบร้อยแล้วไปประมวลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปพร้อมกำหนดเกณฑ์การให้ค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึงระดับความเหมาะสมมากที่สุด
-------------	-------------	----------------------------------

คะแนนเฉลี่ย	3.51 – 4.50	หมายถึงระดับความเหมาะสมมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.51 – 3.50	หมายถึงระดับความเหมาะสมปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายถึงระดับความเหมาะสมน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.50	หมายถึงระดับความเหมาะสมน้อยที่สุด

### 1. ข้อมูลความสนใจในการตกแต่งพื้นที่ในห้อง studio condominium

ตารางค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเหมาะสมของความสนใจในการตกแต่งพื้นที่ในห้อง studio condominium

ตารางที่ 10 ตารางแสดงความสนใจตกแต่งส่วนพื้นที่ในห้อง studio

ข้อ	บริเวณพื้นที่	X	S.D	ระดับความเหมาะสม
1	บริเวณพื้นที่ส่วนตัว	4.22	0.83	เหมาะสมมาก
2	บริเวณพื้นที่ส่วนกลาง	4.11	0.93	เหมาะสมมาก
3	บริเวณพื้นที่ห้องน้ำ	3.00	1.32	เหมาะสมปานกลาง

สรุปผลการวิเคราะห์จากตาราง แสดงแนวโน้มความสนใจตกแต่งส่วนพื้นที่ในห้อง studio กับ ผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบและกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค พบว่า แนวโน้มการให้ความสนใจกับการตกแต่งบริเวณพื้นที่ส่วนตัวอยู่ในระดับเหมาะสมมาก ( $X = 4.22$ ,  $S.D. = 0.83$ ) แนวโน้มการให้ความสนใจกับการตกแต่งบริเวณพื้นที่ส่วนกลางอยู่ในระดับเหมาะสมมาก ( $X = 4.11$ ,  $S.D. = 0.93$ ) แนวโน้มการให้ความสนใจกับการตกแต่งบริเวณพื้นที่ห้องน้ำอยู่ในระดับเหมาะสมปานกลาง ( $X = 3.00$ ,  $S.D. = 1.32$ )

### 2. ความสำคัญการใช้ทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นกับสินค้าตกแต่งบ้าน

ตารางค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเหมาะสมของความสำเร็จการใช้ทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นกับสินค้าตกแต่งบ้าน

ตารางที่ 11 ตารางแสดงความสำคัญการใช้ทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นกับสินค้าตกแต่งบ้าน

ข้อ	ความเหมาะสม/ความสำคัญ	X	S.D	ระดับความเหมาะสม
1	ความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม	4.00	0.87	ความเหมาะสมมาก
2	การผลิตโดยคนในชุมชน	4.00	0.71	ความเหมาะสมมาก
3	แนวคิดหรือที่มาเชื่อมโยงจากความเชื่อโบราณ	3.33	1.12	เหมาะสมปานกลาง
4	มีความดึงดูดด้านการออกแบบ	4.67	0.71	ความเหมาะสมมากที่สุด
5	การใช้ลวดลายโบราณในการผลิตของตกแต่งบ้าน	3.44	1.01	เหมาะสมปานกลาง
6	การประยุกต์ลวดลายโบราณให้เกิดความร่วมสมัย	4.78	0.44	ความเหมาะสมมากที่สุด
7	ความเหมาะสมของราคา	4.22	0.67	ความเหมาะสมมาก
8	ความแข็งแรง/ความทนทาน	4.78	0.44	ความเหมาะสมมากที่สุด
9	ประโยชน์การใช้งานมีความเหมาะสม	4.89	0.33	ความเหมาะสมมากที่สุด
10	ขนาดของสินค้ามีความเหมาะสมกับการใช้งาน	4.67	0.50	ความเหมาะสมมากที่สุด

สรุปผลการวิเคราะห์จากตาราง แสดงแนวโน้มความสนใจตกแต่งส่วนพื้นที่ในห้อง studio กับผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบและกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค พบว่า ประโยชน์การใช้งานที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด( $X = 4.89$ ,  $S.D. = 0.33$ ), การประยุกต์ลวดลายโบราณให้เกิดความร่วมสมัยและความแข็งแรงทนทานของวัสดุอยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด( $X = 4.78$ ,  $S.D. = 0.44$ ), ความดึงดูดด้าน

การออกแบบและขนาดของสินค้ามีความเหมาะสมต่อการใช้งานอยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด( $X = 4.67$ ,  $S.D. = 0.71$ ), ความเหมาะสมของราคาอยู่ในระดับความเหมาะสมปานกลาง( $X = 4.22$ ,  $S.D. = 0.67$ ), ความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมอยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด( $X = 4.00$ ,  $S.D. = 0.87$ ), การผลิตโดยผู้คนในชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด( $X = 4.00$ ,  $S.D. = 0.71$ ), การใช้สวดลายโบราณในการผลิตสินค้าตกแต่งบ้านอยู่ในระดับความเหมาะสมปานกลาง( $X = 3.44$ ,  $S.D. = 1.01$ ), การใช้แนวคิดหรือที่มาที่เชื่อมโยงกับความเชื่อโบราณอยู่ในระดับความเหมาะสมปานกลาง( $X = 3.33$ ,  $S.D. = 1.12$ )

#### 4.5 แนวทางการพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์บ้านชาวหลวง

จากการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน พบว่า เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทต้นน้ำและปลายน้ำ กล่าวคือ มีการดำเนินการผลิตสิ่งทอประเภทผ้าฝืน และจัดจำหน่ายเองอีกทั้งยังผลิตสิ่งทอเพื่อส่งไปจำหน่ายตามจุดขายต่างๆ ทั้งเป็นการฝากจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัดน่าน และจัดจำหน่ายบริเวณศูนย์ผลิตสิ่งทอและงานเทศกาลต่างๆ จากการวิเคราะห์จุดแข็งของกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน คือ อัตลักษณ์ที่สร้างจากความสามารถในการผลิตสิ่งทอที่ใช้ทุนทางวัฒนธรรม ชาวไทลื้อในการสร้างสรรค์สวดลาย ทั้งนี้จากการสำรวจตลาดและวิเคราะห์ตลาดสินค้าประเภทสิ่งทอจากทุนทางวัฒนธรรมจังหวัดน่าน พบช่องว่างทางการตลาดในการขยายตลาดสินค้า สร้างเป็นตราสินค้าใหม่ประเภทสิ่งทอสู่กลุ่มสินค้าประเภทเคหะสิ่งทอและของตกแต่งบ้าน ทั้งนี้แนวทางการพัฒนายังขาดการพัฒนาสวดลายให้ร่วมสมัยและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสินค้าประเภทเคหะสิ่งทอ เพื่อสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค จากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาสวดลายและจัดกลุ่มประเภทสินค้าและผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอสามารถสรุปได้ดังนี้

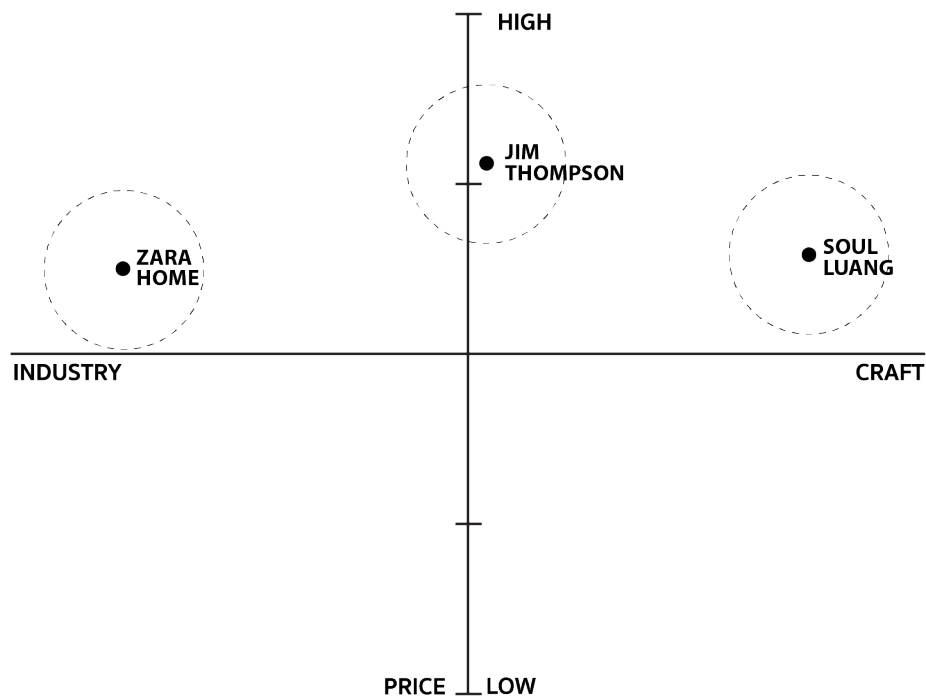
##### 4.5.1 ตราสินค้า ชาวหลวง (soul luang)

**S O U L**  
**L U A N G**  
ช า ว หล อ ง

ภาพที่ 22 ภาพตราสัญลักษณ์ ชาวหลวง (soul luang)

การพัฒนาตราสินค้าด้วยการสร้างตราสัญลักษณ์สินค้าของสินค้าจากชื่อกลุ่ม บ้านชาวหลวง โดยใช้ชื่อ “ชาวหลวง”

จากการวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดเพื่อหาแนวทางในการสร้างสรรค์และกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า “ชาวหลวง” โดยกำหนดตำแหน่งจากการตลาดจากการวิเคราะห์ตำแหน่งของราคาเฉลี่ยสินค้าคู่แข่งและสไตล์การผลิตสินค้าระหว่างงานหัตถกรรมและงานอุตสาหกรรม โดยสามารถกำหนดตำแหน่งทางการตลาดได้ดังนี้



ภาพที่ 23 ภาพสรุปตำแหน่งตราสินค้าใหม่

#### 4.5.2 การแบ่งกลุ่มสินค้าสำหรับตราสินค้าชาวหลวง(soul luang)

จากการวิเคราะห์ผลจากสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนักออกแบบและกลุ่มผู้บริโภค ตราสินค้าชาวหลวง(soul luang) แบ่งกลุ่มสินค้าเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ(homeTextile) และผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์(lifestyle Product) โดยการแบ่งกลุ่มประเภทสินค้าตามประเภทของที่พักอาศัย คือ ห้องสตูดิโอในอาคารชุด ( Condominium / Room Type : Studio ) ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ(homeTextile) คิดเป็นร้อยละ 70

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์(lifestyle Product) คิดเป็นร้อยละ 30

ตารางที่ 12 ตารางการแบ่งกลุ่มสายผลิตภัณฑ์สินค้า

บริเวณพื้นที่	ลักษณะห้อง	กลุ่มผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ (homeTextile) 70%	กลุ่มผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ (lifestyle Product) 30%
พื้นที่ส่วนตัว	ห้องนอน	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ปลอกหมอน</li> <li>● ผ้าห่มและผ้าคลุม</li> <li>● เครื่องนอนผ้าม่าน</li> <li>● ผ้าม่าน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ผ้ายัดเย็บอูปรกรณ์</li> <li>● สายชาร์ตไร้สาย</li> </ul>
พื้นที่ส่วนกลาง	ห้องนั่งเล่น, ห้องทำงาน, ห้องครัว, ห้องอาหาร	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ชุดเบาะที่นั่งจากผ้า</li> <li>● หมอนอิงและปลอกหมอน</li> <li>● ผ้าปูโต๊ะทานอาหาร</li> <li>● ผ้าเช็ดจานและถุงมือจับของร้อน</li> <li>● ผ้าม่าน</li> <li>● เบาะรองนั่ง / เบาะอิง</li> <li>● ที่กันประตู</li> <li>● โคมไฟ</li> <li>● พรมตกแต่ง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ผ้าและกรอบรูป</li> <li>● แจกันตกแต่งด้วยผ้า</li> <li>● พรมตกแต่งประดับ</li> <li>● ถุงผ้า/ถุงใส่ของ</li> </ul>
พื้นที่ห้องน้ำ	ห้องน้ำ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สิ่งทอสำหรับห้องน้ำ</li> </ul>	

#### 4.5.3 การกำหนดราคาสินค้า

การกำหนดราคาของสินค้า จัดจำหน่ายสินค้าอยู่ในช่วงระหว่าง 300 – 25,000 บาท โดนกำหนดจากต้นทุนการผลิตของสินค้า โดยมีรายละเอียดการประมาณต้นทุนสินค้าและราคาขายปลีกตามประเภทของสินค้า ดังนี้

ตารางที่ 13 ตารางการกำหนดราคาสินค้า

ลำดับ	รายการ	ขนาด เซนติเมตร	จำนวน	ต้นทุนการผลิต (บาท)	ราคาขาย (บาท)	หมายเหตุ
1	ปลอกหมอน	50x30	1	70 - 650	150 - 1,625	ราคาที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับงานออกแบบ เพราะราคาของสิ่งทอขึ้นอยู่กับ ลวดลายความยากและง่ายและระยะเวลาในการผลิตสิ่งทอ
2	ผ้าห่มและผ้าคลุม	90*180	1	550 - 6,700	880 - 16,750	
3	เครื่องนอนผ้าปูที่นอน	90*200	1	600 - 7,300	960 - 18,250	
4	ผ้าม่าน	90*180	1	500 - 6,500	800 - 16,250	
5	ชุดเบาะที่นั่งจากผ้า	50*65	1	100 - 1,300	160 - 3,250	
6	หมอนอิง	50*50	1	75 - 1,000	150 - 2,500	
7	ผ้าปูโต๊ะทานอาหาร	50*130	1	195 - 2,600	312 - 6,500	
8	ผ้ารองจาน	50*30	1	70 - 650	150 - 1,625	
9	เบาะรองนั่ง / เบาะอิง	50*65	1	200 - 1,400	320 - 3,500	
10	โคมไฟ	25*25*165	1	3,000 - 3,500	4,800 - 8,750	
11	พรมตกแต่ง	90*130	1	460 - 5,000	736 - 12,500	
12	สิ่งทอสำหรับห้องน้ำ	90*180	1	1,000 - 7,500	1,600 - 18,750	
13	ผ้าและกรอบรูป	65*65	1	450 - 2,000	720 - 5,000	
14	ถุงผ้า/ถุงใส่ของ	35*35	1	140 - 600	224 - 1,500	
15	ฉากกั้น	175*60	3	7,500 - 9,500	12,000 - 23,750	
16	ชุดโซฟา	150*60*25	1	4,000 - 8,000	6,400 - 20,000	

#### 4.5.4 การกำหนดจุดขาย (PLACE)

การกำหนดสถานที่จัดจำหน่าย จากการวิเคราะห์คู่แข่งประกอบกับการสำรวจพื้นที่และศักยภาพของผู้ประกอบการในเบื้องต้น พบว่า สามารถดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าแบ่ง สามช่องทาง ดังนี้

1. บริเวณพื้นที่ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง

2. บริเวณพื้นที่ฝากขาย ณ ห้างสรรพสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
3. บริเวณพื้นที่ดิจิทัล เช่น website หรือ social media เป็นต้น

#### 4.5.5 การกำหนดการส่งเสริมการตลาด (PROMOTION)

การกำหนดการส่งเสริมการตลาดในเบื้องต้น จากการวิเคราะห์คู่แข่งประกอบกับการสำรวจพื้นที่และศักยภาพของผู้ประกอบการในเบื้องต้น ผู้วิจัยกำหนดการส่งเสริมการตลาดจากแนวทางของคู่แข่ง เช่น การจัดกิจกรรมส่วนลดตามช่วงเทศกาล เป็นต้น

#### 4.5.6 การกำหนดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ (PACKAGING)

การกำหนดรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ จากการวิเคราะห์คู่แข่งประกอบกับการสำรวจพื้นที่และศักยภาพของผู้ประกอบการในเบื้องต้น ผู้วิจัยกำหนดแนวทางรูปแบบบรรจุภัณฑ์จากแนวทางคู่แข่ง ในการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ควรสอดคล้องกับรูปแบบของสินค้าในแต่ละประเภท คำนึงถึงขนาดและการจัดส่งสินค้าเป็นหลัก อีกทั้งต้องสอดคล้องกับการออกแบบเพื่อให้บรรจุภัณฑ์สามารถมอบเป็นของขวัญได้อีกช่องทางหนึ่งเป็นส่วนส่งเสริมการขายอีกด้วย

#### 4.5.7 การกำหนดบุคลากร (PEOPLE)

การกำหนดบุคลากรในองค์กร จากการวิเคราะห์คู่แข่งประกอบกับการสำรวจพื้นที่และศักยภาพของผู้ประกอบการในเบื้องต้น ผู้วิจัยนำเสนอแนวทางการเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจเรื่องสิ่งทอพื้นถิ่นไทลื้อจังหวัดน่านเบื้องต้นและความรู้ความสามารถในการดูแลผลิตภัณฑ์ ตกแต่งบ้านและผลิตภัณฑ์กลุ่มเคหะสิ่งทอ

#### 4.5.8 การกำหนดจุดเด่นใหม่ (PURPLE COW)

การกำหนดบุคลากรในองค์กร จากการวิเคราะห์คู่แข่งประกอบกับการสำรวจพื้นที่และศักยภาพของผู้ประกอบการในเบื้องต้น ผู้วิจัยกำหนดจุดเด่นใหม่ของตราสินค้าด้วยการนำเสนอเรื่องราวของการผลิตสิ่งทอพื้นถิ่นของกลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวงโดยใช้แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อจังหวัดน่านที่มีประวัติมาอย่างยาวนานเป็นจุดสร้างคุณค่าให้แก่ตราสินค้า ให้ตราสินค้านำเสนอแรงงานหัตถศิลป์สิ่งทอพื้นถิ่น ที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นเป็นการสร้างคุณค่าให้แก่ตราสินค้าเป็นหลัก

**4.6 วิเคราะห์รูปแบบของสินค้าและผลิตภัณฑ์** ของกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่านที่มีแนวคิดสิ่งทอจากทุนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นชาวไทลื้อ ควรมีลวดลายและรูปแบบที่มีความร่วมสมัย สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและสอดคล้องกับประเภทของที่พิกอาศัยอาคารชุด ห้องสตูดิโอ โดยมีองค์ประกอบการออกแบบที่วิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 14 ตารางแสดงวิเคราะห์รูปแบบของสินค้าและผลิตภัณฑ์

	STYLE	SIL/SHAPE/FORM	COLOR	DETAIL	MATERIALS
กลุ่มทอผ้าบ้าน ชาวหลวง	ETHNIC, TRADITIONAL, CONSERVATIVE	TRADITIONAL MOTIF	TRADITIONAL COLOR, NATURAL COLOR	TRADITIONAL, NATURAL	NATURAL
TARGET LIFESTYLE / CONDOMINIUM / ROOM TYPE : STUDIO	MODERN, INDUSTRIAL, URBAN, FREEDOM	MODERN, INDUSTRIAL	MODERN / URBAN TONE, CONTRAST COLOR	MINIMAL, INDUSTRIAL LOFT, VINTAGE,	INDUSTRIAL
ตราสินค้า ชาวหลวง (SOUL LUANG)	URBAN FREEDOM / CONTEMPORARY / HERITAGE CRAFT	CONTEMPORARY	CONTEMPORARY	NATURAL MIX INDUSTRIAL	NATURAL MIX INDUSTRIAL

สรุปการวิเคราะห์รูปแบบของสินค้าและผลิตภัณฑ์ ของตราสินค้าตราสินค้าชาวหลวง (SOUL LUANG) มีแนวคิดจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อ แนวทางการออกแบบสวดลายและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความร่วมสมัยสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและสอดคล้องกับประเภทของที่พักอาศัยอาคารชุด ห้องสตูดิโอ โดยมีองค์ประกอบการออกแบบดังนี้ ด้านสีสไตล์ของผลิตภัณฑ์ คือ ลักษณะกลุ่มคนเมืองรักอิสระ URBAN FREEDOM, ความร่วมสมัย CONTEMPORARY และ มรดกงานหัตถศิลป์สิ่งทอ HERITAGE CRAFT ด้านรูปแบบและสีของผลิตภัณฑ์ คือ กลุ่มโทนสีร่วมสมัย CONTEMPORARY ด้านการตกแต่งและการเลือกวัสดุของผลิตภัณฑ์ คือ วัสดุที่มาจากธรรมชาติผสมกับวัสดุเชิงอุตสาหกรรม NATURAL MIX INDUSTRIAL

## บทที่ 5

### ผลงานการออกแบบสร้างสรรค์

ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมการออกแบบสร้างสรรค์ ทั้งนี้จากการวิเคราะห์หาแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานทางด้านการออกแบบ ผู้วิจัยเริ่มจากการศึกษาแนวโน้มแฟชั่นจากองค์กรเทรนด์หรือกระแสนิยมทางแฟชั่นที่เหมาะสมกับการสร้างสรรค์ผลงาน เช่น บริษัท Wgsn, TCDC trend เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์หาแนวโน้มแฟชั่นที่เหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการสร้างแผนภาพแรงบันดาลใจในการออกแบบ (Inspiration Mood Board) ที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ประกอบการ และการวิเคราะห์องค์ประกอบสำหรับการออกแบบ เช่น โครงร่างเงา (Silhouette), สี (Color), วัสดุ (Materials), รายละเอียดตกแต่ง (Details), และอารมณ์และความรู้สึก (Mood And Tone) สำหรับการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานต่อไป

#### 5.1 กระบวนการวิเคราะห์กระแสนิยมด้านการออกแบบ

##### 5.1.1 การวิเคราะห์แนวโน้มกระแสแฟชั่นและผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ 2021

ในปัจจุบันแนวทางการพัฒนาการออกแบบเครื่องแต่งกายและผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ จำเป็นต้องสอดคล้องกับผู้บริโภค การออกแบบที่ประกอบด้วยแนวโน้มกระแสแฟชั่น (Trend) ส่งผลให้เป็นการพัฒนาขีดความสามารถทางการขายให้มีการเติบโตสูงขึ้นเพราะผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

แนวโน้มกระแสนิยมทางแฟชั่น (Fashion Trend) คือ การทำนายแนวโน้มของทิศทางของสินค้าในอนาคต เกี่ยวข้องกับองค์กรทางแฟชั่นและความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มหลัก แนวโน้มกระแสนิยมทางแฟชั่นจึงเป็นประโยชน์แก่ตราสินค้าในการวางแผนที่จะผลิตสินค้าในอนาคต เพื่อตอบสนองลูกค้าได้อย่างเหมาะสม โดยแนวโน้มกระแสนิยมทางแฟชั่นจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบดังนี้

Mood & Tone หมายถึง เรื่องราว, สไตล์ และความรู้สึกที่จะเป็นกระแสนิยมในฤดูกาล

Material หมายถึง ลักษณะวัสดุที่จะเป็นที่นิยมใช้ในการผลิตสินค้าในฤดูกาล

Color หมายถึง กลุ่มโทนสีที่จะเป็นที่นิยมในฤดูกาล

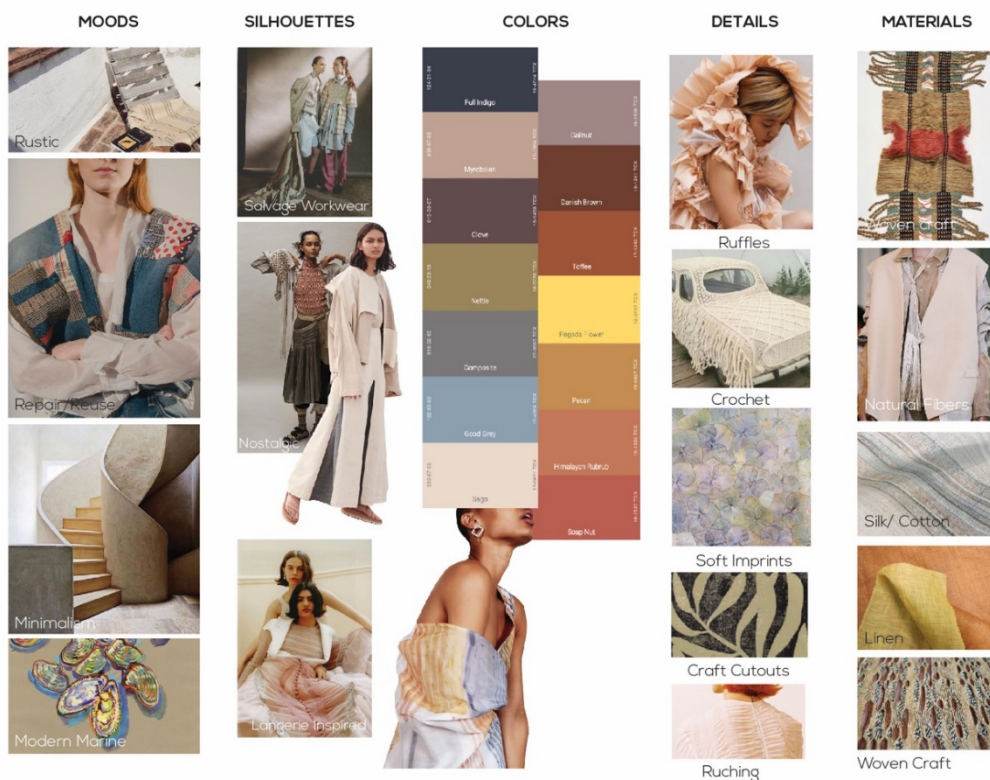
Silhouettes หมายถึง โครงร่างเงาของสินค้าแฟชั่นที่จะเป็นที่นิยมในฤดูกาล

Texture หมายถึง โครงสร้างการทอ, ผิวสัมผัสต่างๆ ที่จะเป็นที่นิยมในฤดูกาล

นักวิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลแนวโน้มกระแสนิยมและได้รวบรวมข้อมูลจากรายงานวิจัยดังกล่าว ได้แก่ กระแสนิยมฤดูใบไม้ผลิ/ร้อน ค.ศ. 2021 เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางที่สอดคล้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นของกลุ่มย่อยมสัทธิรรมชาติบ้านชาวหลวง โดยการเลือกกระแสนิยมจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องตอบสนองกับความ ต้องการทางแฟชั่นตามสมัยนิยม การเลือกใช้เทรนด์ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับตราสินค้าและกลุ่มผู้บริโภค จึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกใช้เทรนด์แฟชั่นโดยอ้างอิงข้อมูลจากบริษัท World Global Style Network(WGSN) เป็นองค์กรที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเทรนด์แฟชั่นที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในระดับโลกอีก ทั้งยังเลือก TCDC (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ Thailand Creative & Design Center)เป็นองค์กรที่ เป็นที่ยอมรับในประเทศไทย เพื่อใช้ในการประกอบในกระบวนการสร้างแนวโน้มแฟชั่นใหม่ใช้ในการ การ พัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นของกลุ่มย่อยมสัทธิรรมชาติบ้านชาวหลวงดังนี้

### 5.1.2 แนวโน้มแฟชั่นประจำฤดูกาล Spring/Summer ปี ค.ศ. 2021

แนวโน้มแฟชั่นประจำฤดูกาล Spring/Summer ปี ค.ศ. 2021 แนวคิด “โฮมสปัน (Homespun)”



ภาพที่ 24 แนวโน้มแฟชั่น โฮมสปัน (Homespun) ที่มา Wwww.Wgsn.Com

เรื่องราวความไร้กาลเวลาที่มาพร้อมกับแนวคิดความยั่งยืน (Sustainable) โดยเน้นงานทำมือที่ใช้ เวลาและศิลปะของการประดิษฐ์ ซึ่งเหมาะสำหรับกลุ่มมินิมอลที่ชื่นชอบความยั่งยืนท่ามกลางโลกที่หมุนไป ด้วยความรวดเร็ว ดังนี้

1. โดยเน้นการลดขยะ ด้วยการมุ่งนำเสนอการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการใช้สินค้าแบบยั่งยืน
2. มีการนำอาหารและดอกไม้ที่ใช้แล้วเพื่อสร้างสรรค์สีย้อมจากธรรมชาติ สต็อกสินค้าที่ไม่สามารถจัดจำหน่ายได้อีก ถูกนำไปใช้เพื่อสร้างคอลเลกชันใหม่
3. ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าคือส่วนที่สำคัญที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการที่ได้จากแนวคิดความยั่งยืน
4. การหวนคืนสู่งานทำมือแบบเทเลอร์ และงานผลิตที่ต้องใช้ฝีมือเชิงช่างถูกให้คุณค่าอย่างมาก
5. รูปแบบของเสื้อผ้าเวคแวร์ และกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพเกษตรกรรมได้รับการนำมาปรับใช้กับการออกแบบ

ตารางที่ 15 สรุปแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น โฮมสปัน (Homespun)

โครงร่างเงา	สี	วัสดุ	รายละเอียดตกแต่ง
โครงร่างเงาแบบเทเลอร์ แต่เน้นการสวมใส่แบบซ้อนกันหลายชั้น	โทนสีกลางที่มาจากโทนสีในธรรมชาติ ได้แก่ สีน้ำตาลอ่อน สีเขียวจากหญ้า และสีฟ้าและม่วงอ่อนจากท้องฟ้า	ผ้าฝ้าย ผ้าป่าน ปอ และผ้าลินินจากธรรมชาติ ฝ้านิต และเดนิม	เทคนิคการแพทช์เวิร์ค (Patchwork) การถักโครเช (Crochet)
โครงร่างเงาแบบหลวม โครง เน้นเสื้อโค้ทรูปทรงเหลี่ยมกล่อง แต่มีความลื่นไหล สวมคู่กับเสื้อเชิ้ตและกระโปรงตัวยาว	โทนสีที่สะท้อนแนวคิดความยั่งยืน (Sustainable Concept) และโทนสีที่ได้มาจากการย้อมพืชผัก	ผ้าโปร่งที่นำเสนอความเป็นหญิงสาว แต่เน้นผ้าโปร่งที่มีลวดลายและผิวสัมผัสอ่อนโยน	ร่วมกับการตกแต่งผ้าทอ ใช้วัสดุตกแต่งเสื้อผ้าที่เน้นงานทำมือ, การพิมพ์ลวดลาย
โครงเสื้อแบบมินิมอลที่สามารถใส่ได้ทุกฤดูกาล เน้นโครงชุดแบบสบายตัวหลวม	โทนสีที่สะท้อนแนวคิดความยั่งยืน (Sustainable Concept) และโทนสีที่ได้มาจากการย้อมพืชผัก	นำมาใช้ในการออกแบบในสไตล์เสื้อผ้านูติคอล (Nautical)	เรขาคณิตที่มีเส้นชัดเจน หรือการทำเทคนิคคล้ายการล้างสีน้ำ, การทำพลีท การเย็บรูุด และ การตกแต่งด้วย
โครงเสื้อที่มีแขนหลวม โครง กระโปรงแบบฟูลเสกิร์ต (Full Skirt) เสื้อกะลาสี (Sailor Tops) เสื้อทุนิคความยาวเท่าเขา และเสื้อเชิ้ต	เฉา สีขาวออฟไวท์ (Off White) และสีน้ำเงินอินดิโก (Indigo) โทนสีจากการย้อมสีธรรมชาติด้วยพืชผัก	แรงบันดาลใจจากประเทศอินโดนีเซีย	ระบายขนาดใหญ่ การตกแต่งด้วยเชือก การผูกมัดต่างๆ ที่มาจากแรงบันดาลใจทำเรือ ลวดลายพิมพ์กราฟิกที่ได้แรงบันดาลใจจาก

<p>ที่ถูกปรับความยาวให้ เป็นชุดเดรส (Shirt- Dress) เสื้อคลุมคอป ทาน โครงร่างเงาของ เสื้อแบบคนทำงานใน ฟาร์ม เสื้อผ้าเวคแวร์ (Workwear)</p>	<p>ได้แก่ สีน้ำตาล สีเขียว และสีหินอ่อน</p>		<p>เปลือกหอยและห้อง ทะเล ลายพิมพ์ซีโบริ ลายพิมพ์ริ้ว การใช้ลาย พิมพ์ทั้งตัว การมัดย้อม ด้วยการใช้สีธรรมชาติ วัสดุตกแต่งเสื้อผ้า ได้แก่ ชิป สายรัด ที่เหมือน ผ่านการใช้งานมาอย่าง ยาวนาน และปรับป้าย การดูแลรักษาเสื้อผ้าให้ ออกมาอยู่ด้านนอก</p>
---	---	--	--

### 5.1.3 แนวโน้มสีหลักประจำปี 2021 จาก TRENDCOLOR BY TRENDBOOK

ด้วยความร่วมมือกับ Coloro WGSN กำหนดแนวโน้ม 5 สีหลักปี 2021 Coloro เป็นการพยากรณ์เทรนด์แฟชั่นพฤติกรรมผู้บริโภคการค้าปลีกและไลฟ์สไตล์เป็นหลักโดยได้รับแรงบันดาลใจจากการกระทำและความรู้สึก โดยงานวิจัยนี้เลือกกลุ่มโทนสีเทาและกลุ่มโทนสีแดง ดังนี้

#### แนวโน้มสีประจำฤดูกาลปี ค.ศ. 2021 แนวคิด “GOODGRAY”

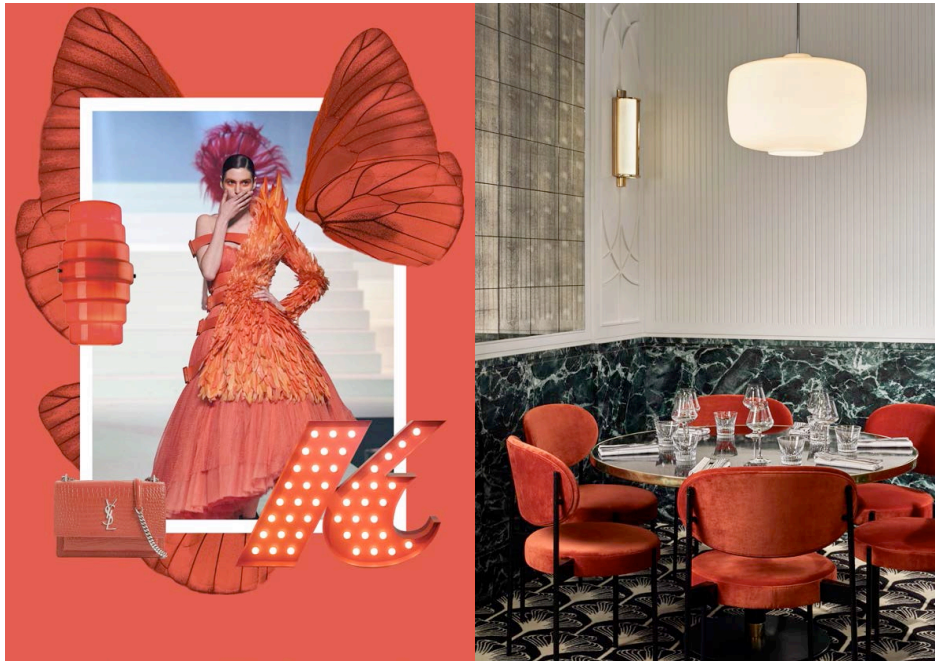
กลุ่มสีเทาเป็นสีที่เงียบสงบและเป็นตัวแทนของการสิ้นสุดการเดินทาง สีแบบมินิมอล มีความอ่อนโยน เป็นสีแห่งความยั่งยืน เป็นสีโทนสีกลางสำหรับปี 2021 Good Grey สีเทาเป็นกลุ่มสีกลางให้กับสีสดใสอื่นๆ ให้ความรู้สึกเรียบง่ายและเงียบสงบ



ภาพที่ 25 ภาพกลุ่มสี Good Grey

**แนวโน้มสีประจำฤดูกาลปี ค.ศ. 2021 แนวคิด “OXY FIRE”**

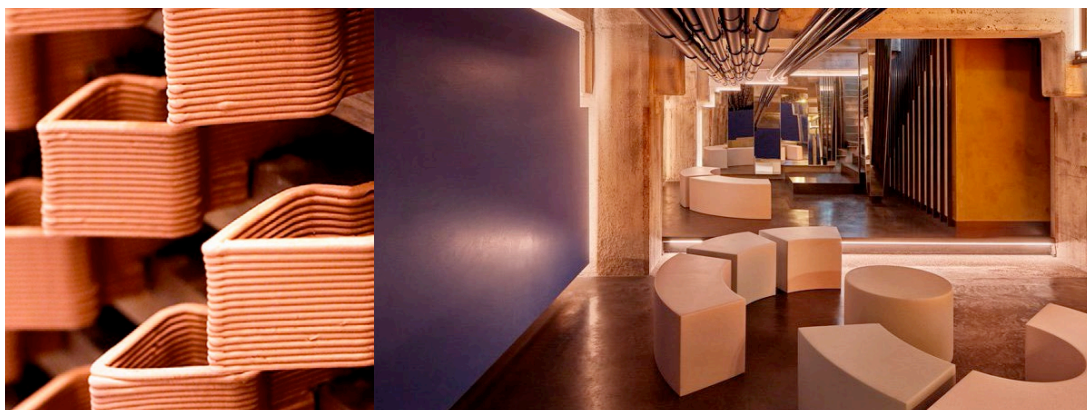
กลุ่มสีแดงเป็นที่นิยมมากขึ้นและเป็นเฉดสีที่น่าสนใจ สีนี้ได้รับแรงบันดาลใจจากความสำเร็จ เป็นสีที่นำเสนอการเติมพลังและสร้างชีวิตชีวาให้กับผลิตภัณฑ์และงานออกแบบ



ภาพที่ 26 ภาพกลุ่มสี OXY FIRE

#### 5.1.4 แนวโน้มสีจาก TCDC 2020-2021 กลุ่มสี Terracotta

กลุ่มสีเทอราคอตต้า (Terracotta) สี Millennial Pink เติบโตขึ้นและวิวัฒนาการไปสู่กลุ่มสีดินเผา (baked tones) คำว่า “ดินเผา” มาจากภาษาอิตาเลียนที่หมายถึง การอบดิน (baked earth) เนื่องจากเครื่องปั้นดินเผานิยมสร้างจากดิน ที่ทนต่อความร้อน อบอุ่นความร้อนสูง จนกลายเป็นเครื่องปั้นดินเผา เป็นวัสดุธรรมชาติที่สามารถอยู่ได้ในทุกยุคแห่งการออกแบบ ช่วงสีที่อยู่ระหว่างสีส้มและสีน้ำตาลให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นอมตะ



ภาพที่ 27 ภาพกลุ่มสี Millennial Pink

### 5.2 การวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมการออกแบบภายในและเคหะสิ่งทอ

การตกแต่งภายในของเมืองไทยมีการเติบโตสูงขึ้น อีกทั้งด้วยมิตินงานออกแบบที่หลากหลาย วัฒนธรรม อาทิ สไตล์ย้อนยุค (Retro) สไตล์มิกซ์แอนด์แมตช์ และงานออกแบบแนว Emotional Design สไตล์โมเดิร์น สไตล์คลาสสิกและสไตล์คอนเทมโพรารี เป็นต้น จากกระแสนิยมในงานออกแบบดังกล่าว ทำให้มีรูปแบบงานออกแบบตกแต่งภายใน ที่ เอกชาติ จันอุไรรัตน์ ได้กล่าวไว้ ที่สรุปได้ดังนี้ (เอกชาติ จันอุไรรัตน์, 2551)

#### 1. รูปแบบย้อนยุคแบบเรโทร (Retro Style)

ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2543 กระแสแบบย้อนยุคได้รับความนิยมในงานออกแบบทุกประเภท ทั้งเสื้อผ้า เครื่องประดับ ดนตรี สถาปัตยกรรม งานออกแบบตกแต่งภายใน รวมไปถึงเฟอร์นิเจอร์ ของใช้ ของตกแต่ง บ้านประเภทต่างๆ มีแนวความคิดนำรูปแบบและลักษณะเด่นของงานในอดีต เริ่มตั้งแต่ยุคทศวรรษ 1950 ถึงต้นทศวรรษ 1980 มาปรับปรุงใหม่ (Redesign) งานออกแบบตกแต่งภายในส่วนใหญ่เน้นไปที่การนำจุดเด่นของแต่ละยุคสมัยผสมผสานลวดลายกราฟิกที่นิยมยุคนั้น เช่น ศิลปะอ็อปอาร์ต (Op Art) และของประดับตกแต่งบ้าน เช่น โคมไฟ วอลล์เปเปอร์ ฯลฯ การออกแบบเน้นเอกลักษณ์ของรูปทรง การใช้เส้นและสีอย่างอิสระเช่น สีเหลืองมะนาว ส้มอมแสด เขียวตอง ร่วมกับวัสดุและเทคโนโลยีในการผลิตอย่างไฟเบอร์กลาส พลาสติก ฯลฯ

ที่ผสมผสานประโยชน์ใช้สอยใหม่ๆ ให้เข้ากับบุคลิกยุคสมัยปัจจุบันได้อย่างสอดคล้องกลมกลืน ที่เป็น  
ภาพลักษณ์ร่วมสมัยที่นิยมทั้งคนรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ในปัจจุบัน

## 2. รูปแบบงานร่วมสมัย contemporary

เป็นแนวทางการตกแต่งแบบผสมผสานข้ามยุคสมัย สไตล์และกาลเวลา สอดคล้องกับการไหลรวมกันของ  
วัฒนธรรมยุคโลกาภิวัตน์ ที่มีทั้งความหลากหลายในรูปแบบ สีเส้นและวัสดุ ซึ่งอาจคล้ายกับงานสไตล์ร่วม  
สมัย หรืออาจมีการออกแบบตกแต่งให้มีความโดดเด่นไปในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง งานออกแบบสไตล์นี้ไม่มี  
กรอบกำหนดในเรื่องช่วงเวลาของเฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่ง ดังนั้นจึงมีความหลากหลายได้อย่างไร้ขอบเขต  
ขึ้นอยู่กับความสามารถในการกำหนดความงามที่ผสมผสานกันของผู้ออกแบบ ซึ่งบางครั้งการตกแต่งอาจดูว่ามี  
มากเกินไป สำหรับผู้ที่ชอบการตกแต่งแบบกลมกลืนที่ใช้เฟอร์นิเจอร์ในยุคสมัยเดียวกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ  
ประสบการณ์และรสนิยมในการเลือกมุมมองอย่างสร้างสรรค์ของนักออกแบบหรือเจ้าของ งานตกแต่งแนวนี้จึง  
สะท้อนความเป็นตัวตนได้อย่างอิสระและสนองความเป็นปัจเจกบุคคล (Individual) ของผู้คนในสังคมบริโภค  
นิยมได้อย่างเสรี การผสมผสานเป็นได้ทั้งสไตล์ รูปทรง สีเส้น ผิวสัมผัส และวัสดุนานาชนิด ทั้งจากธรรมชาติ  
และวัสดุสังเคราะห์

## 3. กลุ่มวัฒนธรรมพื้นถิ่นรูปแบบตะวันออกไกล

รูปแบบของวัฒนธรรมโมร็อกโก โบฮีเมีย ฯลฯ จากสภาพสังคมโลกาภิวัตน์ในคริสต์ศตวรรษที่ 21 ได้  
เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของวงการออกแบบอย่างสิ้นเชิง จากเดิมที่เคยมีกระแสหลัก (Mainstream) ของการ  
ออกแบบ กลายเป็นงานออกแบบที่มีมิติและทิศทางหลากหลายกระแส ขณะเดียวกันได้ละลายเส้นแบ่งทาง  
วัฒนธรรม ของแต่ละเชื้อชาติ และหลอมรวมวัฒนธรรมแต่ละซีกโลกเข้าหากันได้อย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน  
เกิดการ ไหลเวียนถ่ายเททางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น กลายเป็นบริบทใหม่ในแบบสากล ผสมผสานความ  
เจริญก้าวหน้าและเทคโนโลยีไว้อย่างกลมกลืนแนบแน่นเป็นหนึ่งเดียวกัน งานดีไซน์ของวัฒนธรรมตะวันออก  
ไกลและกลุ่มอาหรับที่มีรากอารยธรรมมานาน เช่น โมร็อกโก โบฮีเมีย รวมถึงสไตล์ แคริบเบียน เอกโซติก เมดิ  
เตอร์เรเนียน ที่มีความหลากหลายด้วยสีเส้น ลวดลาย ที่เป็นเอกลักษณ์เหล่านี้ ไม่เป็นเพียงปรากฏการณ์ที่อยู่ใน  
งานตกแต่งภายในเท่านั้น แต่อยู่ในกระแสแฟชั่นการแต่งกายด้วย ที่เป็นการนำอารยธรรมเก่ามาเล่าใหม่แบบ  
สมัยนิยมที่ผสมผสานวิถีชีวิตในปัจจุบันได้อย่างน่าสนใจไม่น้อยไปกว่ากระแสนิยมอื่นๆ

## 4. รูปแบบกระแสนานคูล ชิก ซิล (Cool Chic Chill)

คูล ชิก ซิล เป็นการแสดงออกทางความรู้สึกที่มีต่อความประทับใจในรูปแบบหรือบรรยากาศของสถานที่  
หนึ่งๆ จนเกิดเป็นสไตล์ มีแหล่งกำเนิดจากกระแสนิยมในวงการดนตรีและแฟชั่นที่กลายเป็นสัญลักษณ์ของชน  
ชั้นผู้บริโภคซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่และมีกำลังซื้อในสังคมไร้พรมแดน คำว่าคูลนั้นเกี่ยวข้องกับไอเดียความคิด ชิกคือ

การเกาะติดไปกับกระแสแฟชั่น ส่วนชิลนั้นสัมพันธ์กับความรู้สึกของความสบายๆ ง่ายๆ และเป็นกันเอง ซึ่งทั้งสามคำล้วนเกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่มีบทบาทมากกว่าเหตุผลในงานออกแบบ (Emotional Design)

ตารางที่ 16 แนวโน้มกระแสนิยมการออกแบบภายในและเคหะสิ่งทอ 2021 โดย เอกชาติ จันอุไรรัตน์

แนวโน้มกระแสนิยมการออกแบบภายในและเคหะสิ่งทอ			
สไตล์ย้อนยุคเรโทร Retro style	สไตล์ร่วมสมัย contemporary style	สไตล์วัฒนธรรมพื้นถิ่น รูปแบบตะวันออกไกล Moroccan style	สไตล์คูลชิคชิล Cool chic chill style
Redesign งานออกแบบที่นำจุดเด่นของแต่ละยุคสมัยผสมผสานลวดลายกราฟิกที่นิยมยุคนั้น เช่น ศิลปะอ็อปอาร์ต (Op Art) ให้เข้ากับบุคลิกยุคสมัยปัจจุบัน	งานออกแบบผสมผสานข้ามยุคสมัย สอดคล้องกับการไหลรวมกันของวัฒนธรรมโลกาภิวัตน์ที่หลากหลายในรูปแบบสีเส้นและวัสดุ	งานออกแบบจากวัฒนธรรมตะวันออกไกลและกลุ่มอาหรับ เช่น โมร็อกโก โบฮีเมีย ที่มีความหลากหลายด้วยสีเส้นลวดลาย ที่เป็นเอกลักษณ์	งานออกแบบจากอารมณ์ที่มีบทบาทมากกว่าเหตุผล (Emotional Design) เกี่ยวข้องกับไอเดียความคิดผนวกกับกระแสแฟชั่นและความรู้สึกสบายและเป็นกันเอง

สรุป จากข้อมูลความเป็นมาของรูปแบบของงานออกแบบตกแต่งภายในของเอกชาติ จันอุไรรัตน์ จากปัจจัยในด้านต่างๆ ดังกล่าวที่มีการเปลี่ยนแปลงทำให้มีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมของสังคมไทยที่ส่งผลต่อรสนิยมและวิถีชีวิตของคนในปัจจุบันที่เปลี่ยนไปจากเดิม รวมถึงการปรับเปลี่ยนรสนิยมของผู้บริโภค ที่มีต่อการตกแต่งภายในตามกระแสนิยมของสังคมที่ผ่านมา ทำให้เกิดความนิยมของสไตล์ต่างๆ โดยงานวิจัยนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลจากผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายพบว่า มีความสนใจในรูปแบบการออกแบบร่วมสมัย

ตารางที่ 17 ตารางสรุปการวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมทางแฟชั่น, แนวโน้มการออกแบบภายในและเคหะสิ่งทอ 2021 เพื่อใช้ในเป็นแนวทางในกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ กลุ่มย่อยมีสี่ธรรมชาติ บ้านชาวหลวง

	TREND				
	Main trend 80%			Trend support 20%	Interior design and home textile
	WGSN 60%	TRENDCOLOR 20%		TCDC 20%	
<b>THEME</b>	Homespun	Good gray	Oxy fire	Terracotta	Contemporary
<b>CONCEPT</b>	The timeless and Sustainable	The timeless	Success and energy	Warm and timeless	Contemporary style
<b>SILHOUETTE / STYLE</b>	Minimal				focusing on space, and shape, sleek and fresh
<b>COLOR</b>	Earth tone	Gray tone	Worm tone (red shade and orange shade)	Millennial Pink, baked tones	
<b>MATERIAL</b>	natural material				
<b>DETAIL</b>	craft, Patchwork, Crochet				

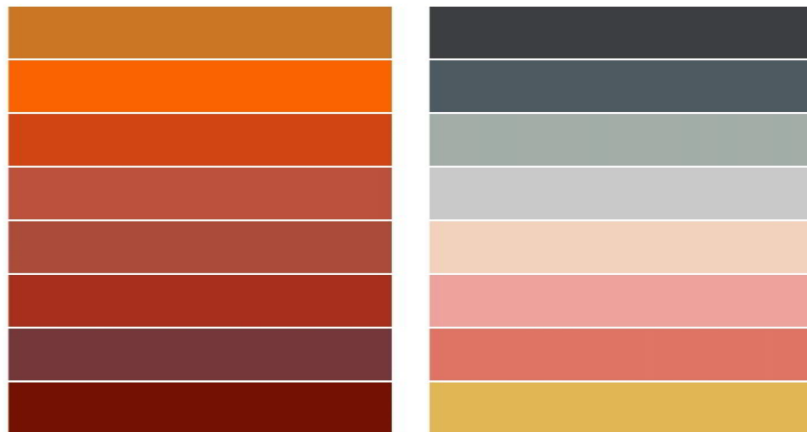
ตารางสรุปการวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมทางแฟชั่นและแนวโน้มการออกแบบภายในและเคหะสิ่งทอ เพื่อใช้ในเป็นแนวทางในกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ กลุ่มย่อยมีสี่ธรรมชาติบ้านชาวหลวง สรุปรูป จากการวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมทางแฟชั่น, แนวโน้มการออกแบบภายในและเคหะสิ่งทอ 2021 เพื่อใช้ในเป็นแนวทางในกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบกลุ่มย่อยมีสี่ธรรมชาติบ้าน

ชาวหลวง ผู้วิจัยได้เลือกแนวโน้มกระแสนิยมตามความเหมาะสมและสอดคล้องกับการวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบและกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยเลือกแนวคิดและธีมที่สอดคล้องกับการพัฒนาตราสินค้าใหม่ ดังนี้ รูปแบบโครงสร้างเงาของผลิตภัณฑ์ที่ใช้โครงสร้างเงาสไตล์มินิมอลสไตล์และสไตล์ร่วมสมัย ผสมผสานกัน, การเลือกสีเลือกสีจากกลุ่มสีธรรมชาติ, สีกลางโทนเทา, สีโทนร้อน(แดงและส้ม)และกลุ่มสีเครื่องปั้นดินเผา, การเลือกวัสดุเลือกวัสดุสิ่งทอจากวัสดุที่ได้จากธรรมชาติ, การตกแต่งและรายละเอียดเลือกวิธีการตกแต่งแบบงานหัตถกรรม เช่น งานทอ งานตัดต่อ งานปัก และงานตกแต่ง โดยนำเสนอแรงบันดาลใจในส่วนถัดไป

#### 5.4 กระบวนการพัฒนาผลงานออกแบบ (INSPIRATION BOARD)



ภาพที่ 28 ภาพบอร์ดแรงบันดาลใจในการออกแบบ INSPIRATION BOARD



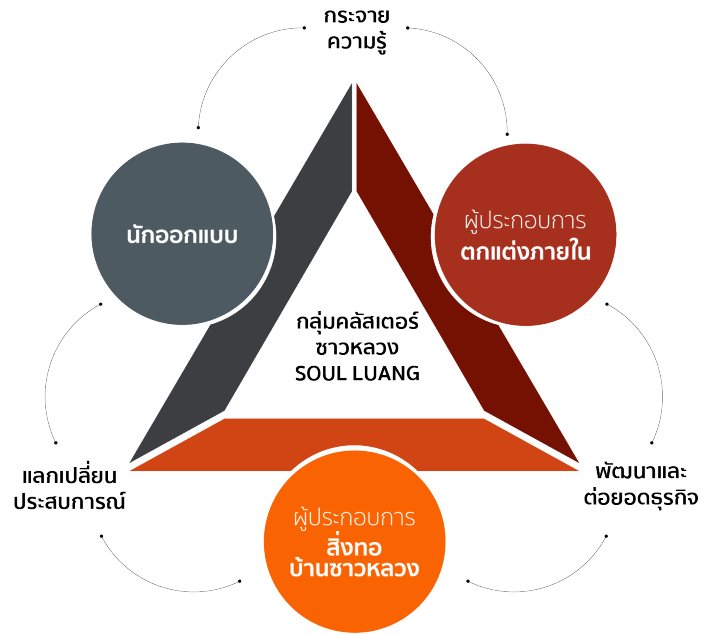
ภาพที่ 29 ภาพกลุ่มสี terracotta ในการออกแบบ INSPIRATION BOARD

แรงบันดาลใจในการออกแบบคอลเลกชันผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอของกลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง คือ บ้านบ่อสวกเทอร์ราคอตต้า(Bann bo suak terracotta) โดยได้แรงบันดาลใจจากเตาเผาโบราณ บ้านบ่อสวก จ.น่าน เตาโบราณบ้านบ่อสวก เป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่สำคัญในอดีตของเมืองน่านภายในบริเวณบ้านของจำสืบทรมันส์ ตีคำ ที่ปัจจุบันกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ใกล้เคียงกับบริเวณของกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง โดยเครื่องปั้นดินเผาแสดงความอมตะ ผ่างด้วยวัฒนธรรมดั้งเดิม และใช้วัสดุธรรมชาติที่สามารถใช้ได้ในทุกยุคแห่งการออกแบบให้ความรู้สึกอบอุ่น,สงบ, เสถียร และมองโลกในแง่ดี มีกลุ่มสีจากกลุ่มสีของเครื่องปั้นดินเผา ตั้งแต่สีของดินธรรมชาติไปจนถึงการเผาเครื่องปั้นดินเผา แนวคิดการสร้างลวดลายจากการคลี่คลายลายบนเครื่องปั้นดินเผาจากทรง3มิติสู่รูปทรง 2 มิติ โดยการใช้ลวดลายและเทคนิคของชาวไทลื้อโบราณ ได้แก่อน้ำไหล ประยุกต์และพัฒนาให้เกิดความร่วมมือและเหมาะสมกับการใช้งานสำหรับกลุ่มเป้าหมายในยุคปัจจุบัน

## 5.5 การพัฒนางานสร้างสรรค์กับกลุ่มคลัสเตอร์

### 5.5.1 แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการกลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวงเป็นกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง

การพัฒนากลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวงเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ เป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ การสร้างกลุ่มคลัสเตอร์(Cluster) เป็นแนวคิดของ “การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน” เน้นการมีส่วนร่วมเชื่อมโยงกันอย่างแท้จริง สำหรับกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง ก่อให้เกิดการร่วมมือกันระหว่างผู้ผลิตสิ่งทอ, ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายใน และนักออกแบบ ก่อให้เกิดเครือข่ายทางธุรกิจใหม่เป็นช่องทางการขยายทางการตลาด เกิดการพัฒนาและกระจายความรู้กันระหว่างกลุ่มในคลัสเตอร์ชาวหลวงแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการพัฒนาต่อยอดธุรกิจของตัวเองต่อไป โดยมีแผนภูมิการพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวงดังนี้



ภาพที่ 30 แผนภูมิการพัฒนาในกลุ่มศิลปินชาวหลวง

### รายชื่อกลุ่มศิลปินชาวหลวง

#### ผู้ประกอบการสิ่งทอ บ้านชาวหลวง

1. กรกฏ แปงใจ 64 ม.5 ต.บ่อสวก อ.เมือง จ.น่าน 55000 0951634281
2. เตือนฉาย กันทะวิชัย 69 ม.5 ต.บ่อสวก อ.เมือง จ.น่าน 55000 0638395181
3. สุบิน สวยสม 65 ม.5 ต.บ่อสวก อ.เมือง จ.น่าน 55000 0638286990
4. อำไพ สายตา 22 ม.5 ต.บ่อสวก อ.เมือง จ.น่าน 55000 0810245639
5. วิมลทิพย์ อินผ่อง 123 ม.5 ต.บ่อสวก อ.เมือง จ.น่าน 55000 0637584165
6. ฟองแก้ว แรงคง 19 ม.5 ต.บ่อสวก อ.เมือง จ.น่าน 55000 0967482499

#### ผู้ประกอบการตกแต่งภายใน

7. นายบรรเจิด ร้อยแก้ว 87 ม.13 ต.แม่เปิน อ.แม่เปิน จ.นครสวรรค์

#### นักออกแบบ

8. มานิศรา อติแพทย์ กรุงเทพฯ

## 5.5.2 แนวทางการพัฒนาความเหนียวของเส้นใยเพื่อใช้ในการทอผ้าเพื่อนำมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอของกลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง

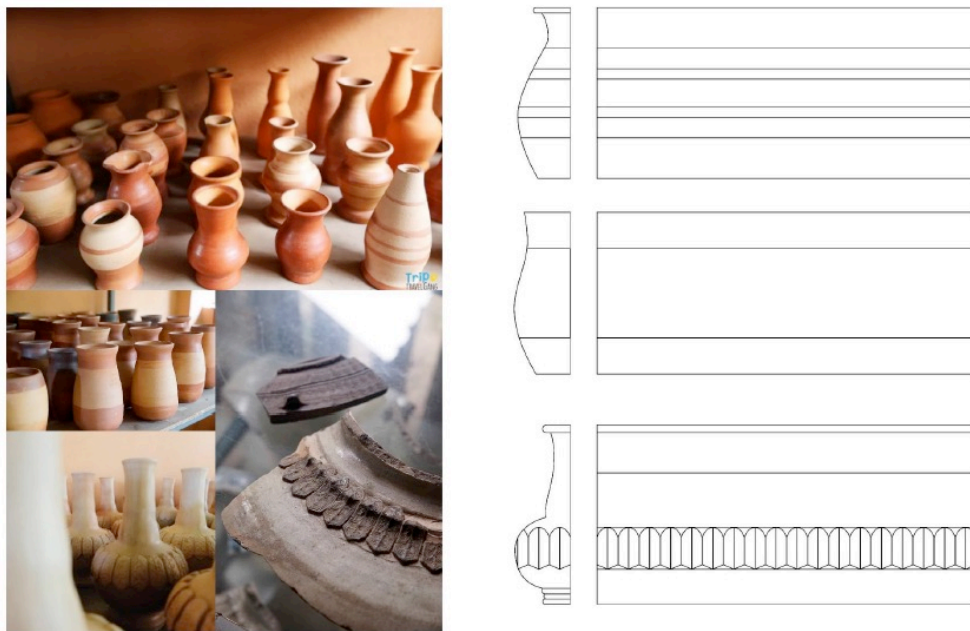
แนวทางการพัฒนาเคหะสิ่งทอของกลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวงเพื่อสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ ผู้วิจัยมีการพัฒนาความหนาของเส้นใยที่ใช้เป็นเส้นใยตั้งต้นสำหรับการทอผ้า โดยกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวงใช้เส้นใยเบอร์ 10 เป็นเส้นใยที่ใช้ในการทอผ้า โดยการพัฒนาความหนาของเส้นใยใช้การควบเส้นและตีเกลียวแบบดั้งเดิมด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยการใช้เส้นใยที่ย้อมสีสำเร็จแล้วเส้นเดียวนำมาควบเส้นตามจำนวนที่ต้องการ จากนั้นใช้การตีเกลียวรวมกันให้มีขนาดเส้นที่ใหญ่ขึ้นและตีเกลียวด้วยจำนวนเกลียวที่เหมาะสมกับการใช้งานกับผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะคล้ายกับผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอในระบบอุตสาหกรรม) โดยในงานวิจัยนี้ใช้การตีเกลียวของจำนวนเส้นใยเดี่ยวแต่ละชนิดดังนี้

ตารางที่ 18 การพัฒนาความเหนียวของเส้นใยเพื่อใช้ในการทอผ้าเพื่อใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายใน

การพัฒนาความเหนียวของเส้นใย เพื่อใช้ในการทอผ้าเพื่อนำมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ					
บริเวณพื้นที่	ลักษณะห้อง	กลุ่มผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ (homeTextile) 70%	จำนวนเส้นใย เดี่ยว	กลุ่มผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ (lifestyle Product) 30%	จำนวนเส้นใย เดี่ยว
พื้นที่ส่วนตัว	ห้องนอน	ปลอกหมอน	5 เส้น	ผ้าตกแต่งอุปกรณ์สายชาร์ตไร้สาย	3 - 5 เส้น
		ผ้าห่ม	3-5 เส้น		
		ผ้าคลุม	3 เส้น		
		เครื่องนอน	5 เส้น		
		ผ้าปูที่นอน	5 เส้น		
พื้นที่ส่วนกลาง	ห้องนั่งเล่น, ห้องทำงาน, ห้องครัว, ห้องอาหาร	ชุดเบาะที่นั่งจากผ้า	5 เส้น	ผ้าและกรอบรูป	2 - 5 เส้น
		หมอนอิงและปลอกหมอน	5 เส้น	แจกันตกแต่งด้วยผ้า	2 - 5 เส้น
		ผ้าปูโต๊ะทานอาหาร	5 เส้น	พรมตกแต่งประดับ	10-12 เส้น
		ผ้าเช็ดจานและถุงมือจับของ ร้อน	7 เส้น	ถุงผ้า/ถุงใส่ของ	2 - 5 เส้น
		ผ้าปูที่นอน	5 เส้น		
		เบาะรองนั่ง / เบาะอิง	5 เส้น		
		ที่กันประตู	5 เส้น		
		โคมไฟ	5 เส้น		
		พรมตกแต่ง	10-12 เส้น		
		พรมปูพื้น	10-12 เส้น		
พื้นที่ห้องน้ำ	ห้องน้ำ	สิ่งทอสำหรับห้องน้ำ	2-3 เส้น		

### 5.5.3 แนวทางการพัฒนาลวดลายและการจัดวางองค์ประกอบเพื่อใช้ในการทอผ้า นำมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอของกลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง

แนวทางการพัฒนาเคหะสิ่งทอของกลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวงเพื่อสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ ผู้วิจัยมีการพัฒนาลวดลายเพื่อให้สอดคล้องกับการวิเคราะห์จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย จากนั้นใช้กระแสนิยมในการกำหนดสีและขนาดของลวดลาย เพื่อใช้ในการพัฒนาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ โดยผู้วิจัยเลือกลายโบราณและนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดความร่วมสมัย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สิ่งทอของกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวงยังคงความเป็นอัตลักษณ์สิ่งทอเฉพาะ ของกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง โดยมีการออกแบบสร้างสรรค์ลวดลายใหม่จากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อจังหวัดน่าน แนวคิดการออกแบบและการจัดวางองค์ประกอบของลวดลายที่สอดคล้องกับแรงบันดาลใจที่มาจากเครื่องปั้นดินเผา โดยการคลี่ลายงานเครื่องปั้นดินเผา 3 มิติ เป็นงานออกแบบ 2 มิติ(สิ่งทอ) ดังนี้



ภาพที่ 31 ภาพแนวคิดการจัดวางลวดลายจากแนวคิดแรงบันดาลใจ

5.5.3.1 การลงพื้นที่เพื่อพัฒนาตลาดกับผู้ประกอบการสิ่งทอบ้านชาวหลวงเพื่อใช้ในการพัฒนาเป็นตราสินค้าชาวหลวงของโครงการ



ภาพที่ 32 ภาพกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวงทดลองทอผ้าลวดลายใหม่ของโครงการฯ



ภาพที่ 33 ภาพกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวงทดลองทอผ้าลวดลายใหม่ของโครงการฯ



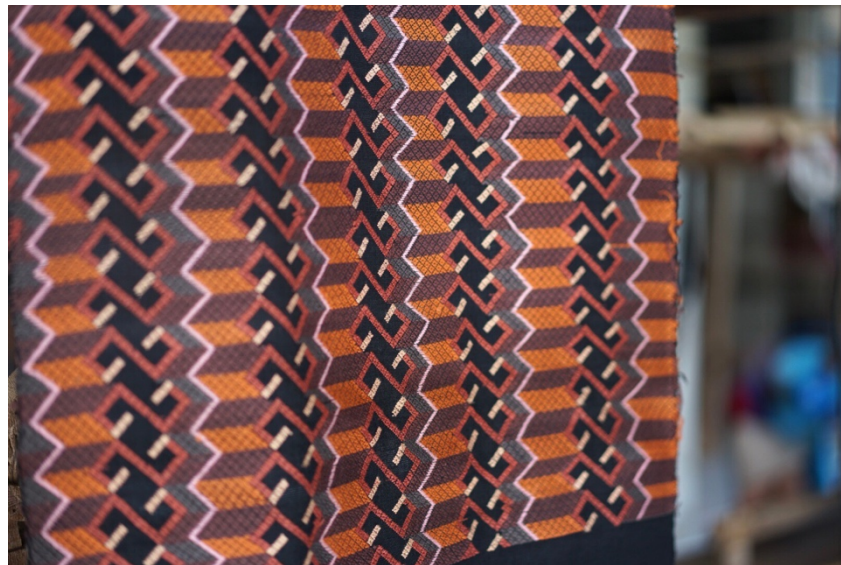
ภาพที่ 34 ภาพกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวงทดลองทอผ้าสวดลายใหม่ของโครงการฯ



ภาพที่ 35 ภาพกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวงทดลองทอผ้าสวดลายใหม่ของโครงการฯ



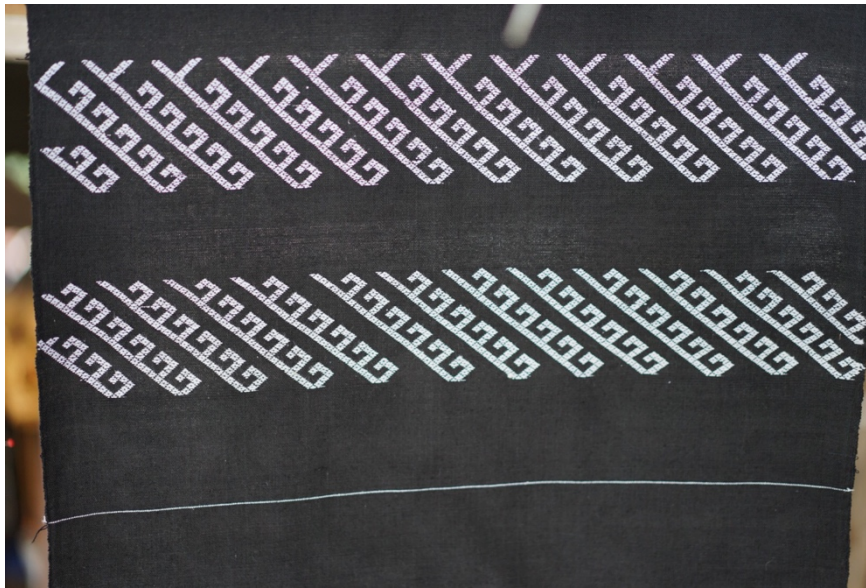
ภาพที่ 36 ภาพกลุ่มศิลปินชาวหลวงทดลองทอผ้าสวดลายใหม่ของโครงการฯ



ภาพที่ 37 ภาพผ้าทอจากโครงการฯ โดยทดลองทอผ้าจากกลุ่มศิลปินชาวหลวง



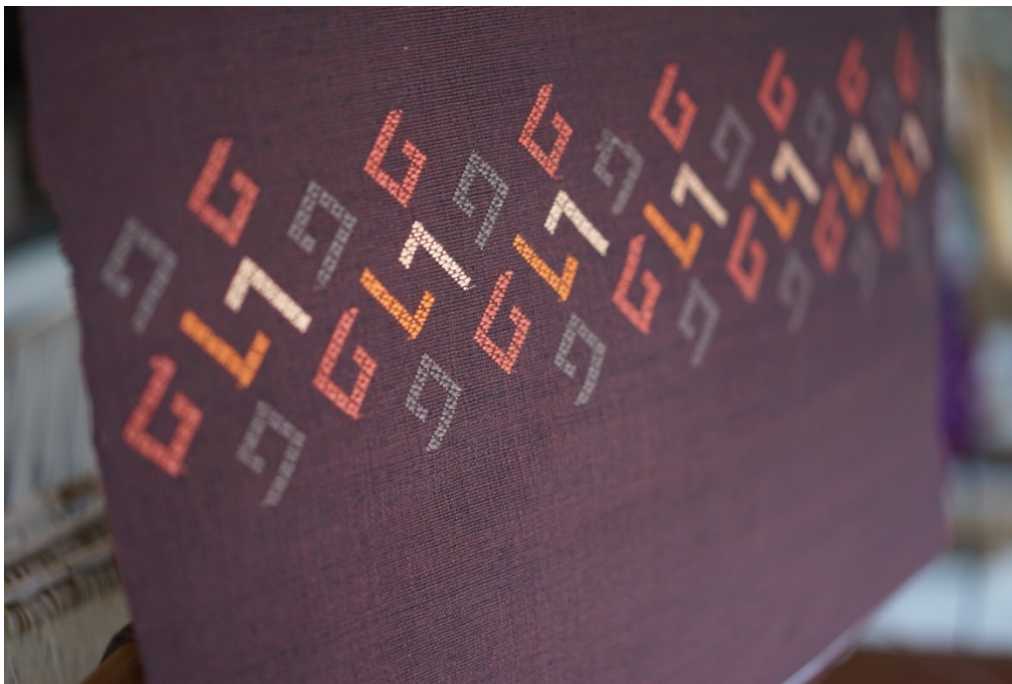
ภาพที่ 38 ภาพผ้าทอจากโครงการฯ โดยทดลองทอผ้าจากกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง



ภาพที่ 39 ภาพผ้าทอจากโครงการฯ โดยทดลองทอผ้าจากกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง



ภาพที่ 40 ภาพผ้าทอจากโครงการฯ โดยทดลองทอผ้าจากกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง

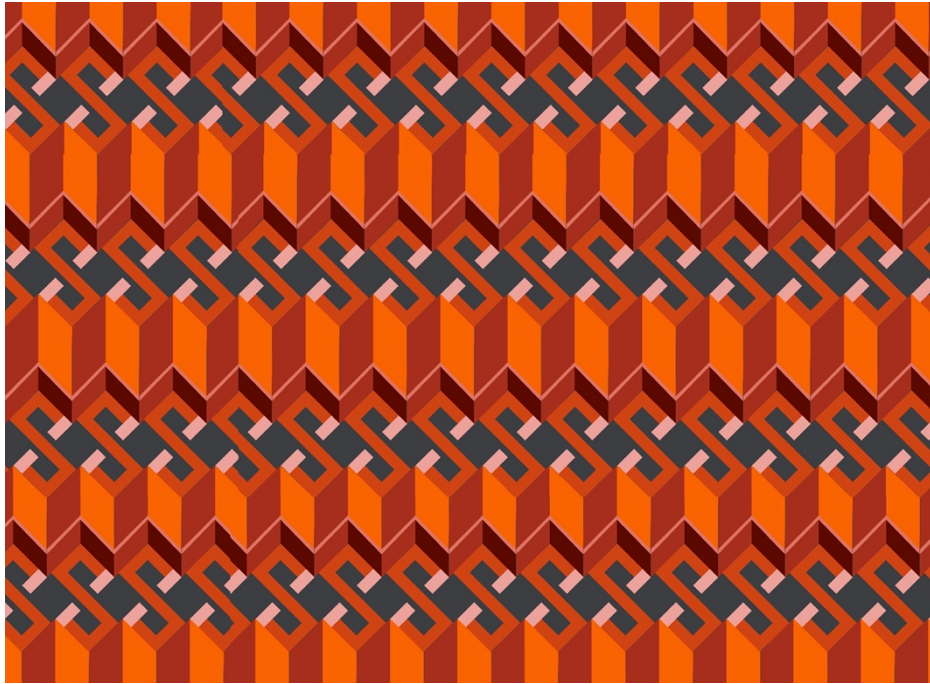


ภาพที่ 41 ภาพผ้าทอจากโครงการฯ โดยทดลองทอผ้าจากกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง

#### 5.5.4 ลวดลายจากการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อจังหวัดน่าน นำมาใช้ในการทำ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอของกลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง

การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อจังหวัดน่าน นำมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอของกลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางการออกแบบแบบร่วมสมัยโดยการประยุกต์ลวดลายดั้งเดิมนำมาจัดวางและปรับขนาดเพื่อให้เกิดความร่วมมือ เหมาะสมกับการนำไปประยุกต์เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ ดังนี้

ลายที่ 1 ลาย :

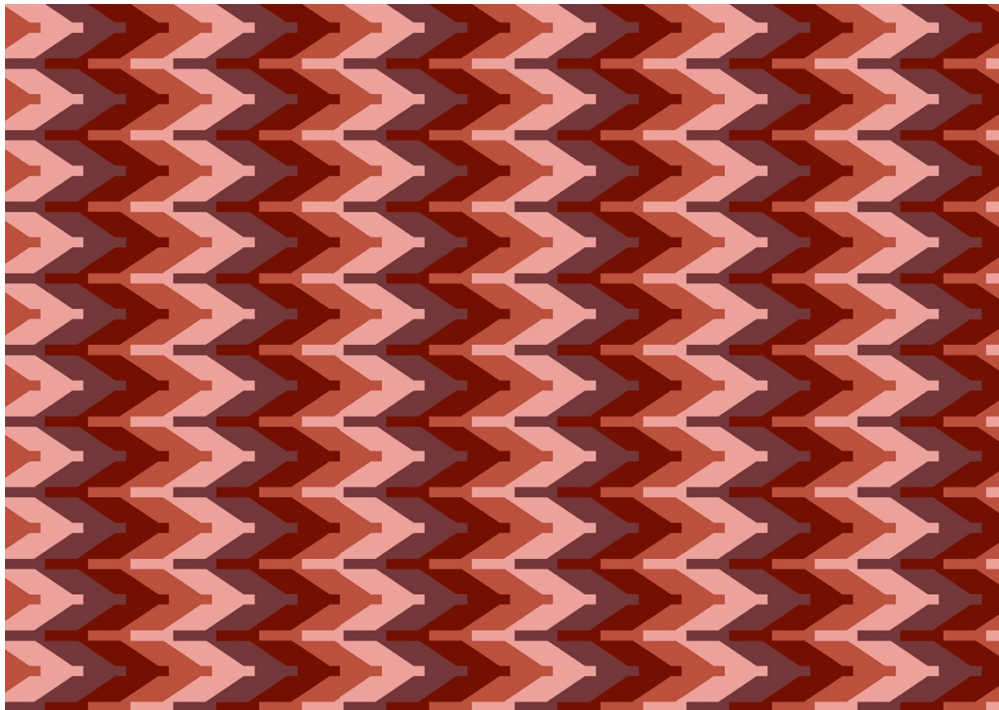


ภาพที่ 42 ผลงานออกแบบลายผ้า

ตารางที่ 19 การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน


การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน					
ลวดลายใหม่	พัฒนาจาก ลายดั้งเดิม	ที่มาและ ความหมาย ของลวดลาย ดั้งเดิม	ลักษณะ องค์ประกอบ, การจัด องค์ประกอบ	กลุ่มสี	เทคนิคการ ทอ
	 ลาย ขอ   ลายน้ำไหล	ลายขอ หมายถึง ต้องการให้สิ่งที่ ต้องการ, วังวน หรือ การอวยพร เช่น การขอให้ มีความสุข เป็น ต้น	การจัดวาง ลวดลายแบบ ทำซ้ำ(repeat) เป็นแถว แนวนอน( Horizontal)	กลุ่มสี terracotta	เทคนิคการจก

ลายที่ 2 ลาย :

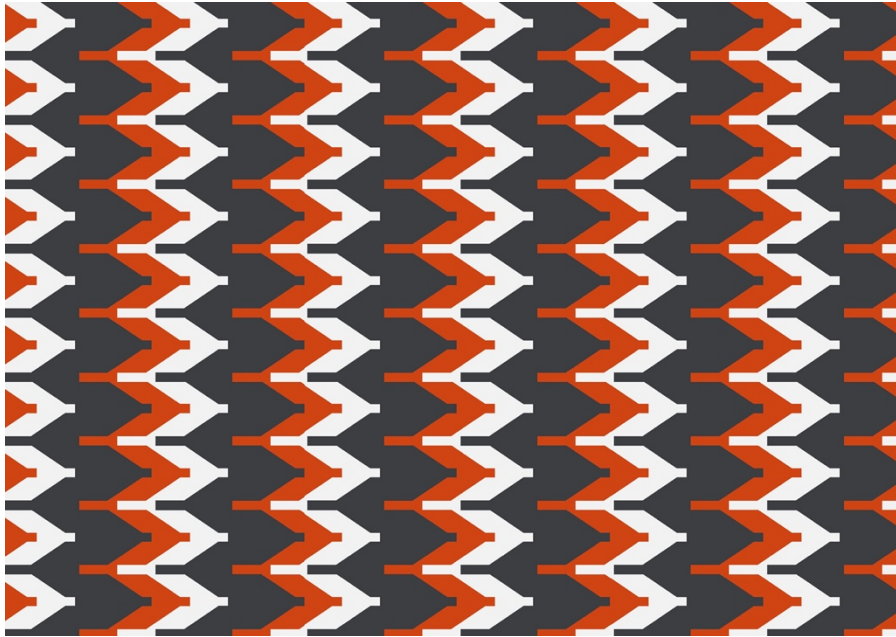


ภาพที่ 43 ผลงานออกแบบลายผ้า

ตารางที่ 20 การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน



การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน					
ลวดลายใหม่	พัฒนาจาก ลายดั้งเดิม	ที่มาและ ความหมาย ของ ลวดลาย ดั้งเดิม	ลักษณะ องค์ประกอบ , การจัด องค์ประกอบ	กลุ่มสี	เทคนิคการ ทอ
	 ลายน้ำไหล		การจัดวาง ลวดลายแบบ ทำซ้ำ(repeat) เป็นแถว แนวนอน( Horizontal)	กลุ่มสี terracotta	เทคนิคการ แกะล้าง

ลายที่ 3 ลาย :

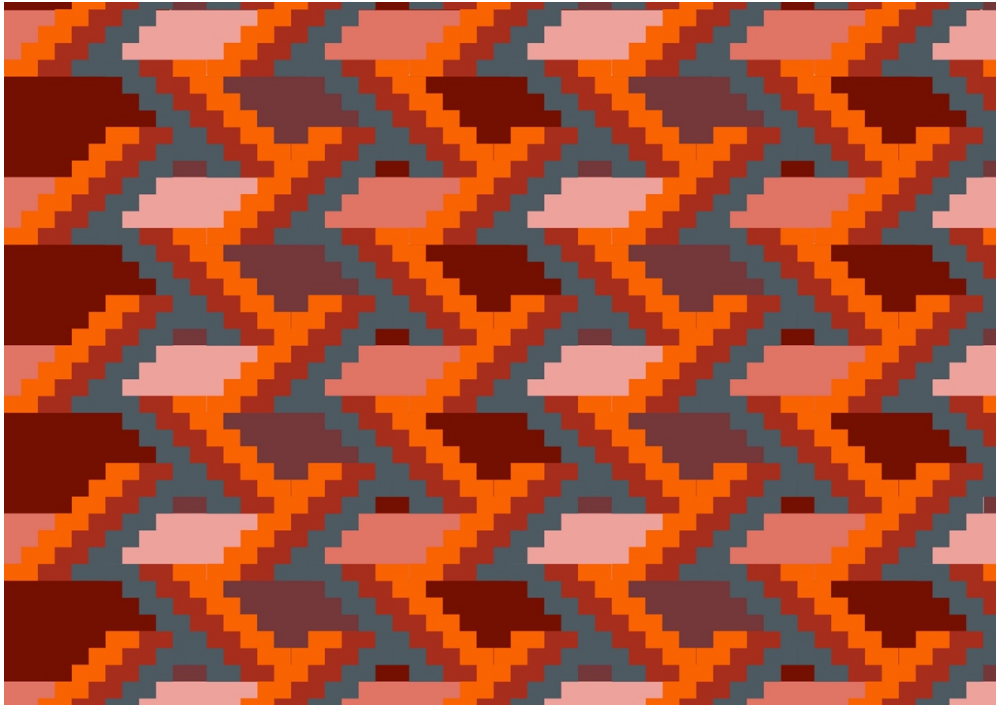


ภาพที่ 44 ผลงานออกแบบลายผ้า

ตารางที่ 21 การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน



การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน					
ลวดลายใหม่	พัฒนาจาก ลายดั้งเดิม	ที่มาและ ความหมาย ของลวดลาย ดั้งเดิม	ลักษณะ องค์ประกอบ, การจัด องค์ประกอบ	กลุ่มสี	เทคนิค การทอ
	 ลายน้ำไหล		การจัดวาง ลวดลายแบบ ทำซ้ำ(repeat) เป็นแถวแนวนอน ( Horizontal)	กลุ่มสี terracotta	เทคนิค การแกะ สลัก

ลายที่ 4 ลาย :

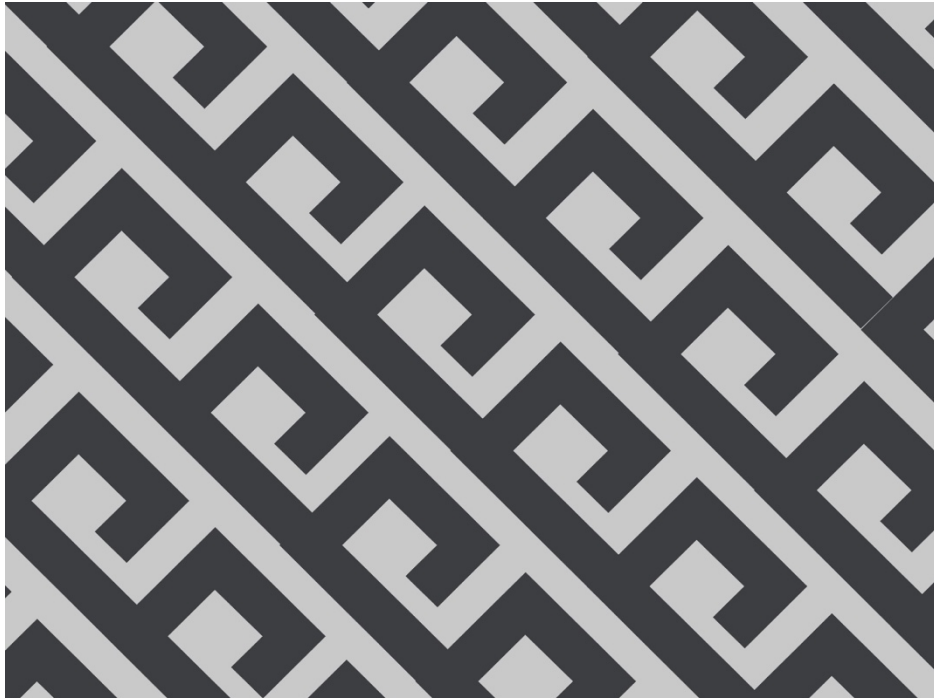


ภาพที่ 45 ผลงานออกแบบลายผ้า

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน


การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน					
ลวดลายใหม่	พัฒนาจาก ลายดั้งเดิม	ที่มาและ ความหมาย ของ ลวดลาย ดั้งเดิม	ลักษณะ องค์ประกอบ , การจัด องค์ประกอบ	กลุ่มสี	เทคนิค การ ทอ
	 ลายน้าไหล		การจัดวาง ลวดลายแบบ ทำซ้ำ(repeat) เป็นแถว แนวนอน( Horizontal)	กลุ่มสี terracotta	เทคนิค การ แกะ ลั้วง

ลายที่ 5 ลาย :



ภาพที่ 46 ผลงานออกแบบลายผ้า

ตารางที่ 23 การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน

การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน					
ลวดลายใหม่	พัฒนาจาก ลายดั้งเดิม	ที่มาและ ความหมาย ของลวดลาย ดั้งเดิม	ลักษณะ องค์ประกอบ, การจัด องค์ประกอบ	กลุ่มสี	เทคนิค การทอ
	 ลาย ขอ	ลายขอ หมายถึง ต้องการให้สิ่ง ที่ต้องการ, วิงวอน หรือ การอวยพร เช่น การขอให้ มีความสุข เป็นต้น	การจัดวาง ลวดลายแบบ ทำซ้ำ(repeat)	กลุ่มสีตัด กัน (contrast)	เทคนิค การจก

ลายที่ 6 ลาย :



ภาพที่ 47 ผลงานออกแบบลายผ้า

ตารางที่ 24 การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน

การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน					
ลวดลายใหม่	พัฒนาจาก ลายดั้งเดิม	ที่มาและ ความหมาย ของลวดลาย ดั้งเดิม	ลักษณะ องค์ประกอบ, การจัด องค์ประกอบ	กลุ่มสี	เทคนิค การทอ
	 ลาย ขอ	ลายขอ หมายถึง ต้องการให้สิ่ง ที่ต้องการ, วิงวอน หรือ การอวยพร เช่น การขอให้ มีความสุข เป็น ต้น	การจัดวางลวดลาย แบบซ้ำซ้ำ(repeat)	กลุ่มสี terracotta	เทคนิคการ จก

ลายที่ 7 ลาย :



ภาพที่ 48 ผลงานออกแบบลายผ้า

ตารางที่ 25 การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน

การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน					
ลวดลายใหม่	พัฒนาจาก ลายดั้งเดิม	ที่มาและ ความหมาย ของลวดลาย ดั้งเดิม	ลักษณะ องค์ประกอบ , การจัด องค์ประกอบ	กลุ่มสี	เทคนิค การทอ
	 ลาย ขอ	ลายขอ หมายถึง ต้องการให้สิ่ง ที่ต้องการ, วิงวอน หรือ การอวยพร เช่น การขอให้ มีความสุข เป็น ต้น	การจัดวาง ลวดลายแบบ ทำซ้ำ(repeat)	กลุ่มสี terracotta	เทคนิค การจัก

ลายที่ 8 ลาย :

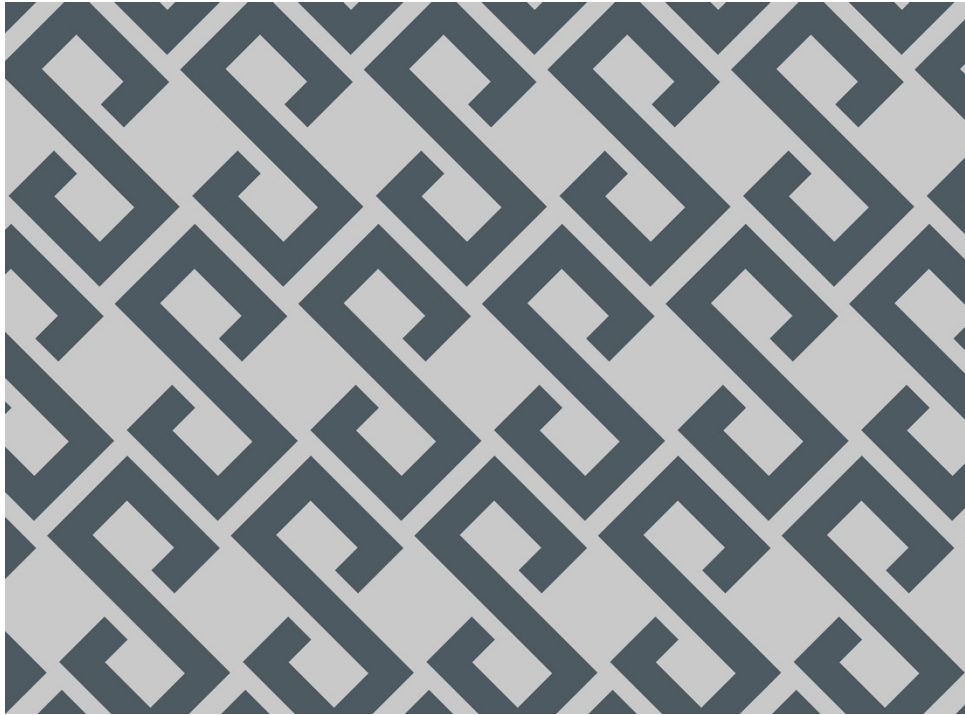


ภาพที่ 49 ผลงานออกแบบลายผ้า

ตารางที่ 26 การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน

การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน					
ลวดลายใหม่	พัฒนาจาก ลายดั้งเดิม	ที่มาและ ความหมาย ของ ลวดลาย ดั้งเดิม	ลักษณะ องค์ประกอบ, การจัด องค์ประกอบ	กลุ่มสี	เทคนิค การทอ
	 ลายน้ำไหล		การจัดวาง ลวดลายแบบ ทำซ้ำ(repeat) เป็นแถว แนวนอน( Horizontal)	กลุ่มสี terracotta	เทคนิค การแกะ สลัก

ลายที่ 9 ลาย :

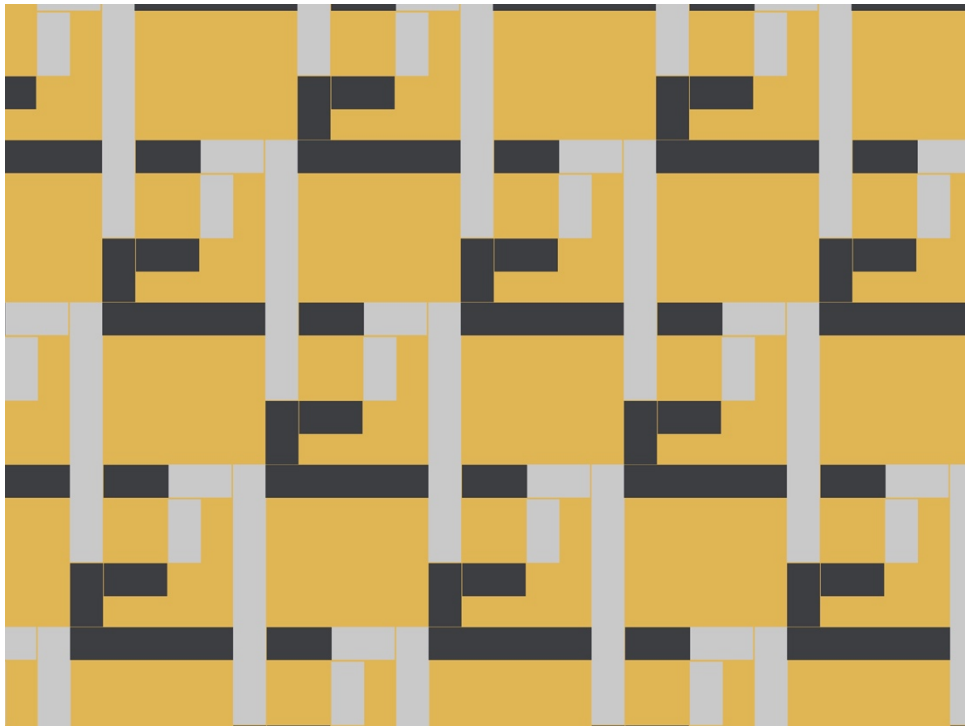


ภาพที่ 50 ผลงานออกแบบลายผ้า

ตารางที่ 27 การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน

การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน					
ลวดลายใหม่	พัฒนาจาก ลายดั้งเดิม	ที่มาและ ความหมาย ของ ลวดลาย ดั้งเดิม	ลักษณะ องค์ประกอบ, การจัด องค์ประกอบ	กลุ่มสี	เทคนิค การทอ
	 ลาย ขอ	ลายขอ หมายถึง ต้องการให้สิ่งที่ ต้องการ, วิงวอน หรือการ อวยพร เช่น การขอให้ มีความสุข เป็น ต้น	การจัดวาง ลวดลายแบบ ทำซ้ำ(repeat)	กลุ่มสีตัด กัน (contrast)	เทคนิค การจก

ลายที่ 10 ลาย :



ภาพที่ 51 ผลงานออกแบบลายผ้า

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน

การวิเคราะห์การพัฒนาลวดลายจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อจังหวัดน่าน					
ลวดลายใหม่	พัฒนาจาก ลายดั้งเดิม	ที่มาและ ความหมาย ของลวดลาย ดั้งเดิม	ลักษณะ องค์ประกอบ, การจัด องค์ประกอบ	กลุ่มสี	เทคนิค การทอ
	 ลาย ขอ	ลายขอ หมายถึง ต้องการให้สิ่ง ที่ต้องการ, วิงวอน หรือ การอวยพร เช่น การขอให้ มีความสุข เป็นต้น	การจัดวาง ลวดลายแบบ ทำซ้ำ(repeat)	กลุ่มสี terracotta	เทคนิค การจก

## 5.6 ผลงานการออกแบบที่เสร็จสมบูรณ์ (SKETCH DESIGN)

คอลเลกชัน บ้านบ่อสุกเทอร์ราคอตต้า ได้แนวทางการสร้างสรรค์จากแนวคิดทิวทัศน์ทางวัฒนธรรมสิ่งทอ  
ไทลื้อจังหวัดน่าน ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการพัฒนางานสร้างสรรค์กับผู้เชี่ยวชาญนักออกแบบและ  
กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายหลักคือกลุ่ม เจเนอเรชันมี (Generation ME) ที่มีความ  
ชื่นชอบงานร่วมสมัยมีอัตลักษณ์ความเป็นไทย ชอบงานออกแบบแต่มีความร่วมสมัย พัฒนางานสร้างสรรค์  
ร่วมกับแนวโน้มกระแสนิยมที่เหมาะสมกับการสร้างตราสินค้าเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะ  
สิ่งทอ มีรูปแบบผลงานการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและเคหะสิ่งทอ ดังนี้



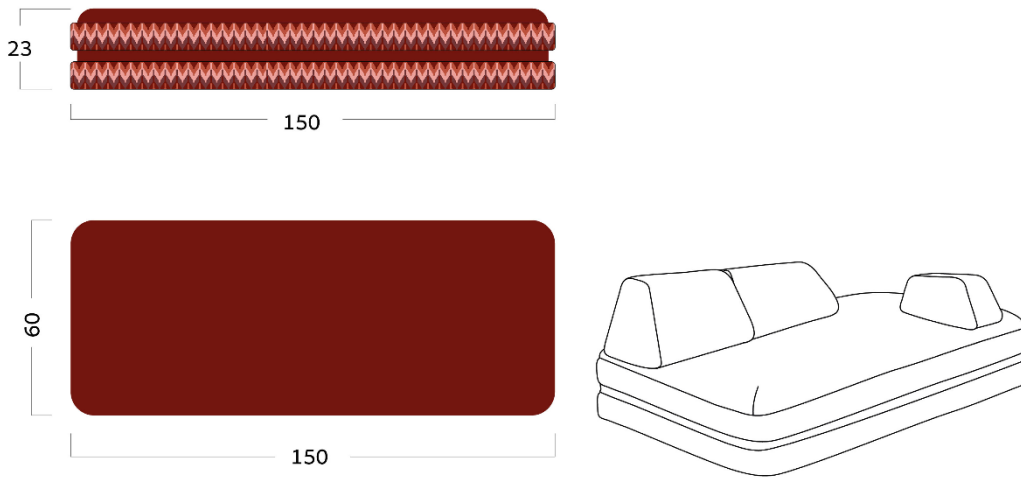
ภาพที่ 52 the collection : Bann bo suak terracotta

ผลงานชิ้นที่ 1

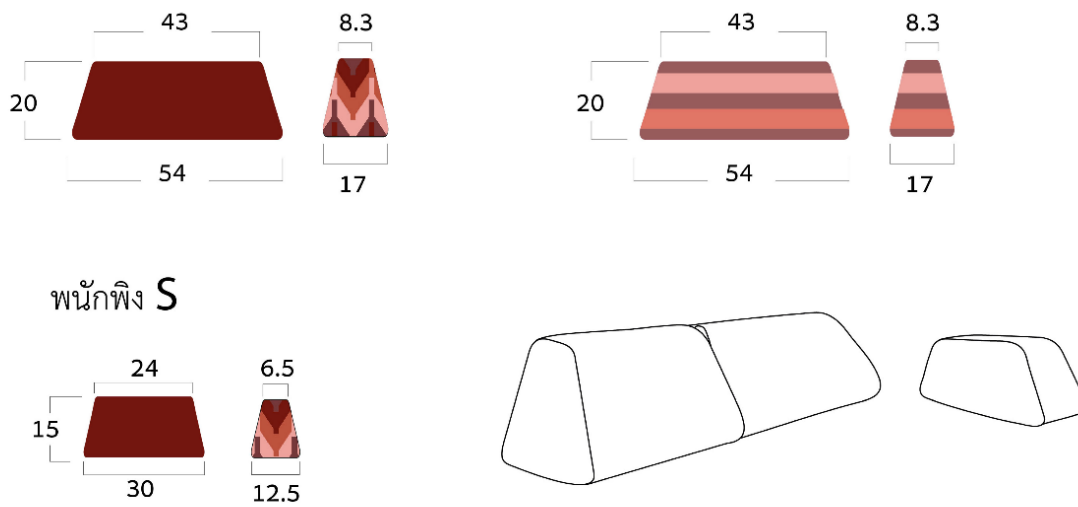


**BAN BO SUAK TERRACOTTA**

ภาพที่ 53 sofa set Bann bo suak terracotta

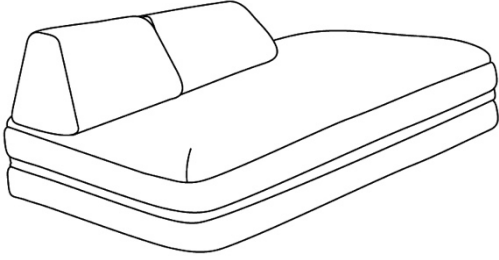
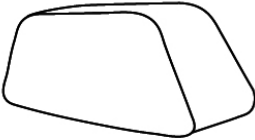
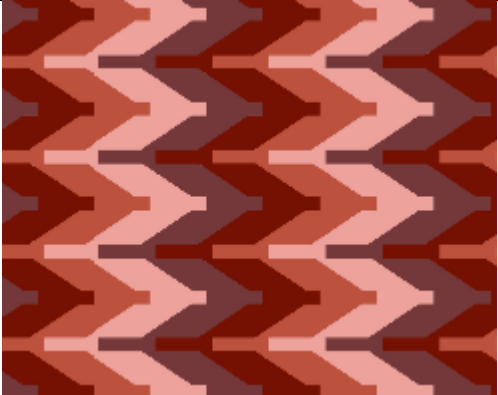


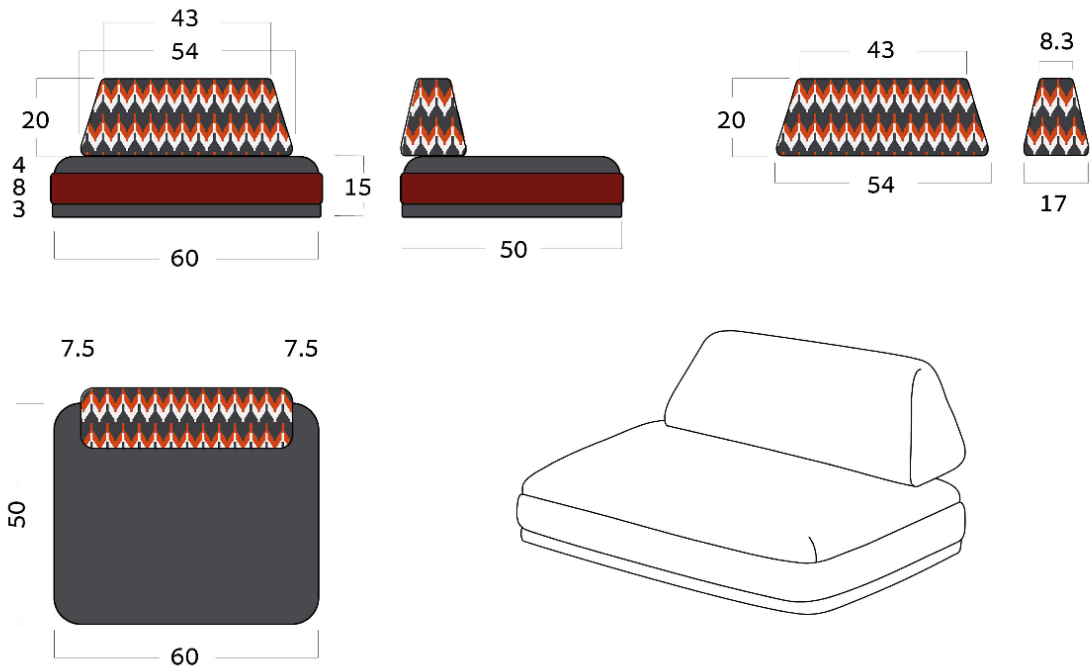
ภาพที่ 54 ภาพแบบร่าง SOFA SET BANN BO SUAK TERRACOTTA



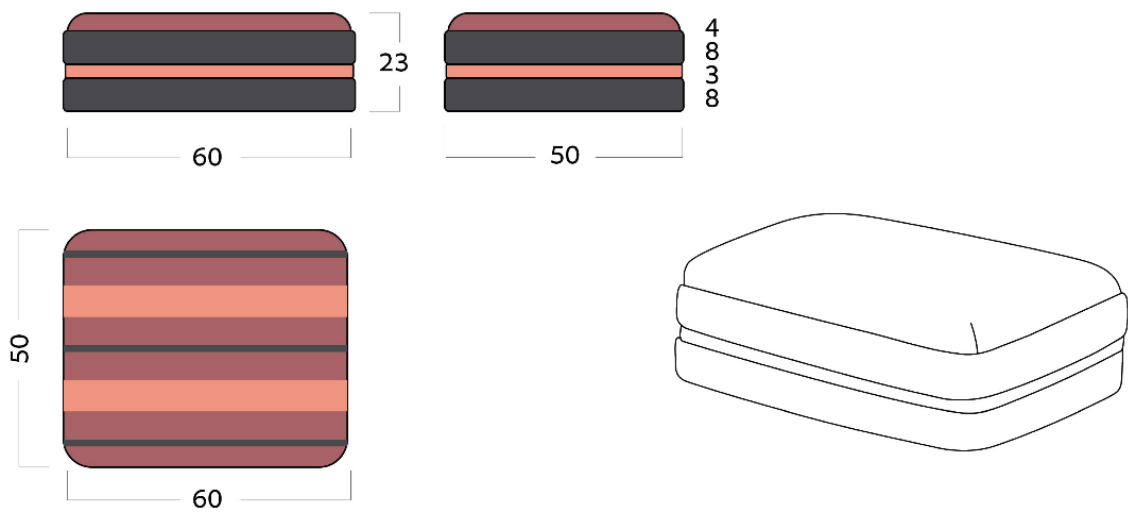
ภาพที่ 55 ภาพแบบร่าง SOFA SET BANN BO SUAK TERRACOTTA

ตารางที่ 29 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์

อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	โซฟาผ้าทอมือแบบโมดูลาร์พร้อมพนักพิงและหมอนอิง
ขนาด	 <p>กว้าง 60 เซนติเมตร / ยาว 150 เซนติเมตร / สูง 25 เซนติเมตร</p>  <p>กว้าง 12 เซนติเมตร / ยาว 30 เซนติเมตร / สูง 15 เซนติเมตร</p>
เทคนิคและรายละเอียด	โซฟาผ้าทอมือแบบโมดูลาร์พร้อมพนักพิงและหมอนอิง
ลักษณะจำเพาะ	ลวดลายผ้าทอจากท่อนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
สี	กลุ่มสี terracotta
วัสดุ	ผ้าใยธรรมชาติ
ลวดลายผ้า	 <p>ลายน้ำไหลผสมลายทาง</p>
จำนวนเส้นใยเดี่ยว	5 เส้น
วัสดุอื่น	-

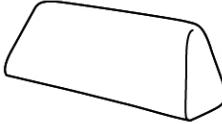
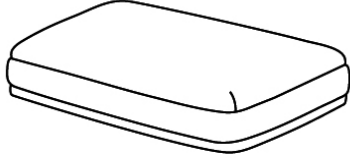
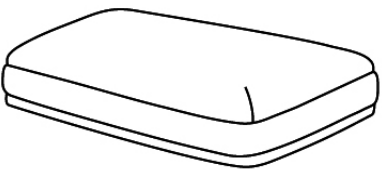



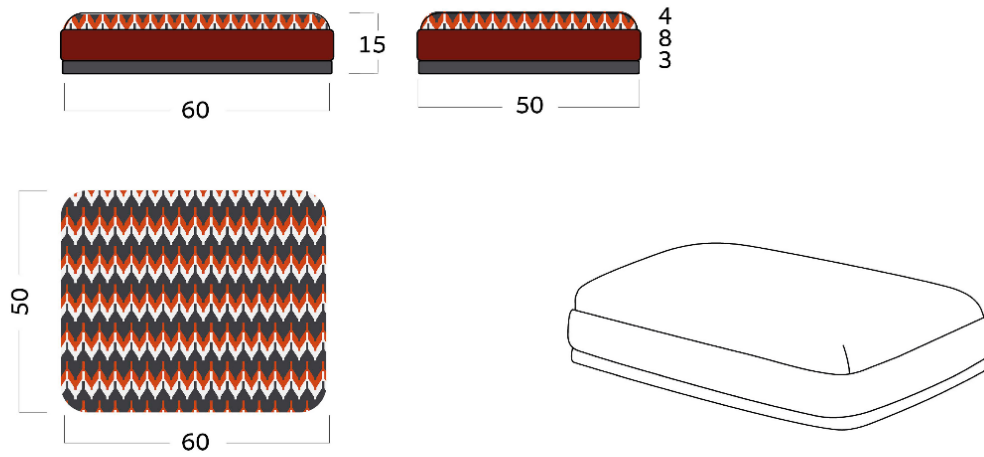
ภาพที่ 56 ภาพแบบร่าง SOFA SET BANN BO SUAK TERRACOTTA



ภาพที่ 57 ภาพแบบร่าง SOFA SET BANN BO SUAK TERRACOTTA

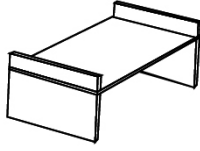
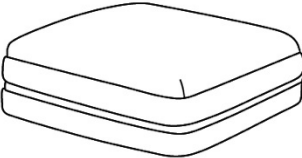

ตารางที่ 30 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์

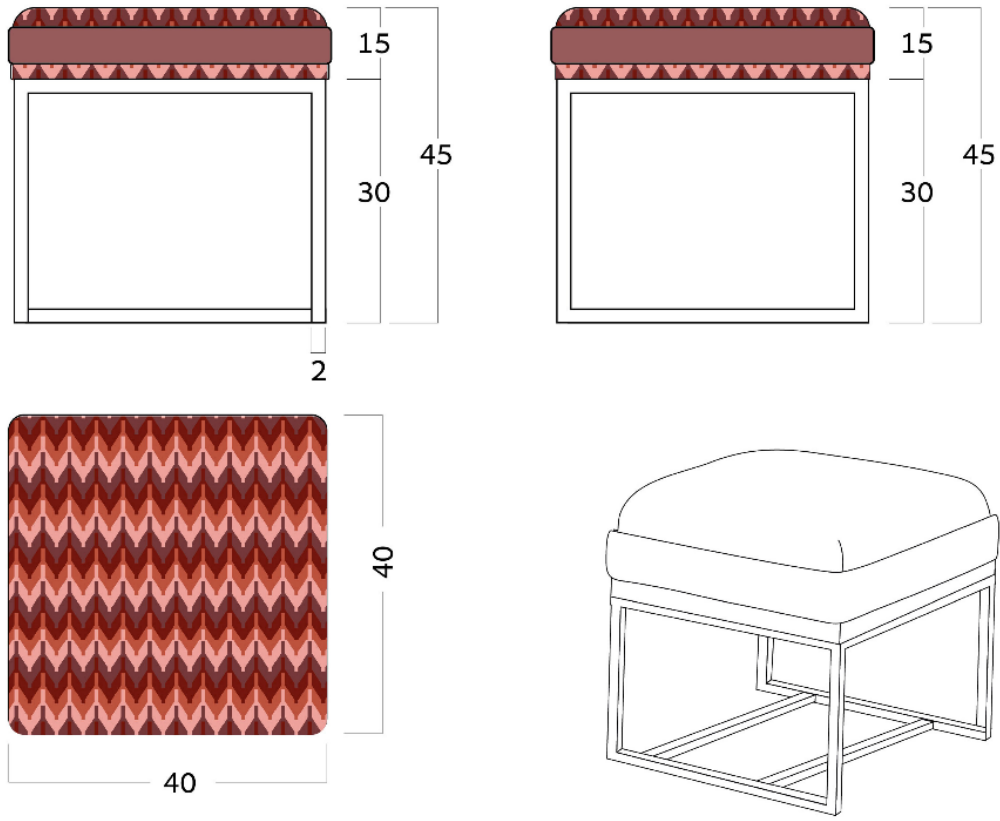
อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	โซฟาผ้าทอมือแบบโมดูลาร์
ขนาด	 <p>กว้าง 18 เซนติเมตร / ยาว 55 เซนติเมตร / สูง 20 เซนติเมตร</p>  <p>กว้าง 50 เซนติเมตร / ยาว 60 เซนติเมตร / สูง 25 เซนติเมตร</p>  <p>กว้าง 50 เซนติเมตร / ยาว 60 เซนติเมตร / สูง 25 เซนติเมตร</p>
เทคนิคและรายละเอียด	โซฟาผ้าทอมือแบบโมดูลาร์พร้อมพนักพิงและหมอนอิง
ลักษณะจำเพาะ	ลวดลายผ้าทอจากท่อนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
สี	กลุ่มสี terracotta
วัสดุ	ผ้าใยธรรมชาติ
ลวดลายผ้า	 <p>ลายน้ำไหล</p>
จำนวนเส้นใยเดี่ยว	5 เส้น
วัสดุอื่น	-



ภาพที่ 58 ภาพแบบร่าง SOFA SET BANN BO SUAK TERRACOTTA

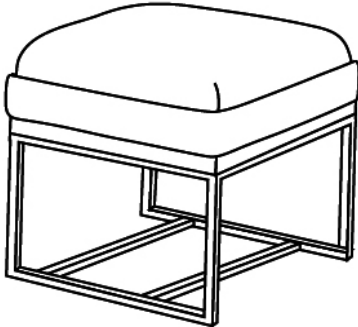
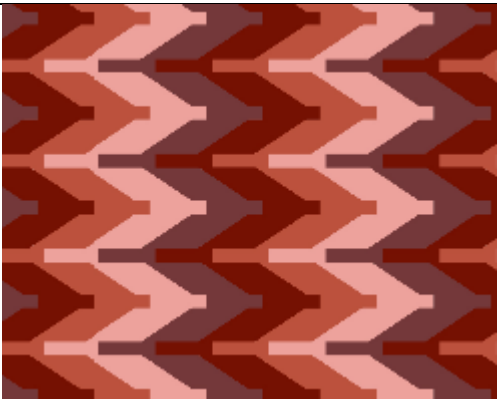
ตารางที่ 31 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์

อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	โซฟาผ้าทอมือแบบโมดูลาร์
ขนาด	 <p>กว้าง 20 เซนติเมตร / ยาว 65 เซนติเมตร / สูง 35 เซนติเมตร</p>  <p>กว้าง 50 เซนติเมตร / ยาว 60 เซนติเมตร / สูง 25 เซนติเมตร</p>
เทคนิคและรายละเอียด	โซฟาผ้าทอมือแบบโมดูลาร์ และโต๊ะไม้เขาะร่องสี่ทอง
ลักษณะจำเพาะ	ลวดลายผ้าทอจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
สี	กลุ่มสี terracotta
วัสดุ	ผ้าใยธรรมชาติ
ลวดลายผ้า	 <p>ลายน้ำไหล</p>
จำนวนเส้นใยเดี่ยว	5 เส้น
วัสดุอื่น	-



ภาพที่ 59 ภาพแบบร่างเก้าอี้สตูดิโอบุผ้าทอมือจากทิววัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

ตารางที่ 32 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์

อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	เก้าอี้สตูดิโอบุผ้าทอมือจากทุนวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ขนาด	 <p>กว้าง 40 เซนติเมตร / ยาว 40 เซนติเมตร / สูง 45 เซนติเมตร</p>
เทคนิคและรายละเอียด	เก้าอี้สตูดิโอบุผ้าทอมือจากทุนวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ลักษณะจำเพาะ	ลวดลายผ้าทอจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
สี	กลุ่มสี terracotta
วัสดุ	ผ้าใยธรรมชาติ
ลวดลายผ้า	 <p>ลายน้ำไหล</p>
จำนวนเส้นใยเดี่ยว	5 เส้น
วัสดุอื่น	-

ผลงานชิ้นที่ 2



BAN BO SUAK TERRACOTTA

ภาพที่ 60 ภาพแบบร่างหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

ตารางที่ 33 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์

อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	หมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ขนาด	 กว้าง 45 เซนติเมตร / ยาว 45 เซนติเมตร

อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์



กว้าง 45 เซนติเมตร / ยาว 45 เซนติเมตร



กว้าง 30 เซนติเมตร / ยาว 50 เซนติเมตร



กว้าง 30 เซนติเมตร / ยาว 50 เซนติเมตร

เทคนิคและรายละเอียด

หมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

ลักษณะจำเพาะ

ลวดลายผ้าทอจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

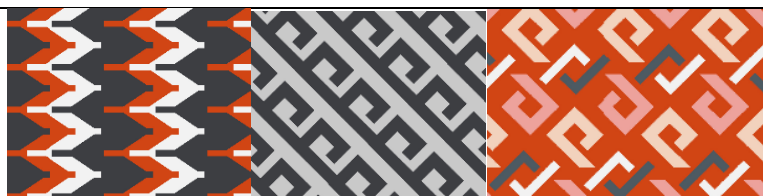
สี

กลุ่มสี terracotta

วัสดุ

ผ้าใยธรรมชาติ

ลวดลายผ้า



ลายน้ำไหลและลายขอ

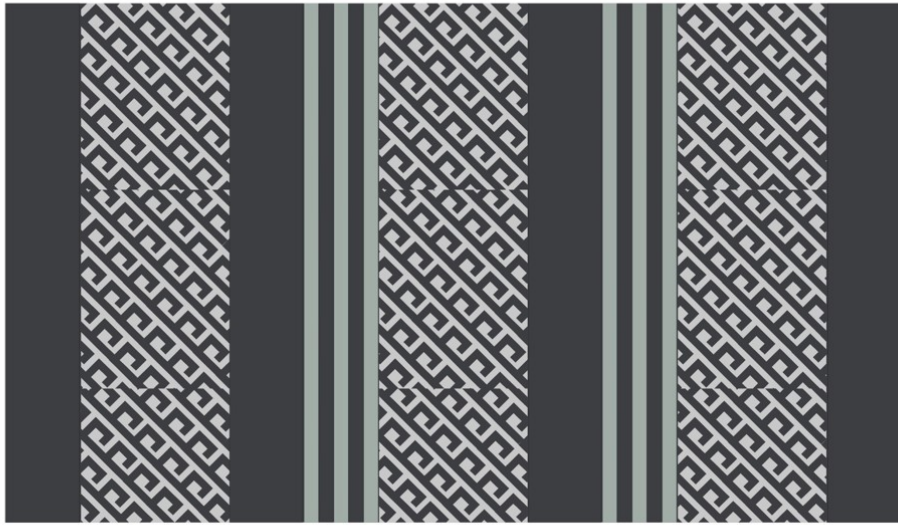
จำนวนเส้นใยเดี่ยว

5 เส้น

วัสดุอื่น

-

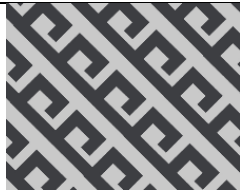
ผลงานชิ้นที่ 3



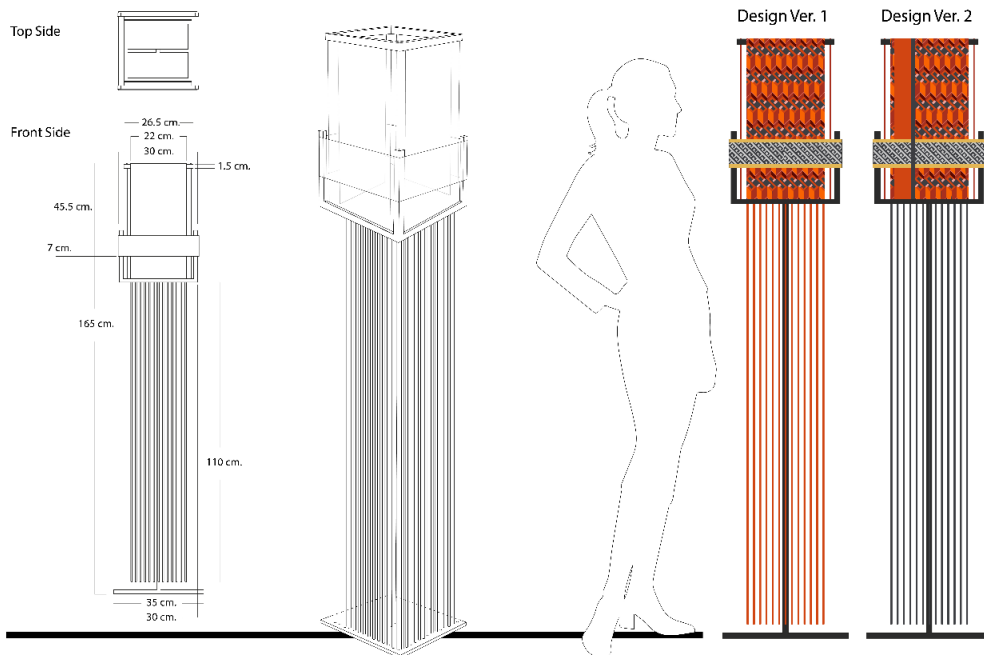
**BAN BO SUAK TERRACOTTA**

ภาพที่ 61 ภาพแบบร่างพรมตกแต่งทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

ตารางที่ 34 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์


อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	พรมตกแต่งทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ขนาด	กว้าง 90 เซนติเมตร / ยาว 130 เซนติเมตร
เทคนิคและรายละเอียด	พรมตกแต่งทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ลักษณะจำเพาะ	ลวดลายผ้าทอจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
สี	กลุ่มสี contrast
วัสดุ	ผ้าใยธรรมชาติ
ลวดลายผ้า	 <p>ลายขอ</p>
จำนวนเส้นใยเดี่ยว	12 เส้น
วัสดุอื่น	-

## ผลงานชิ้นที่ 4



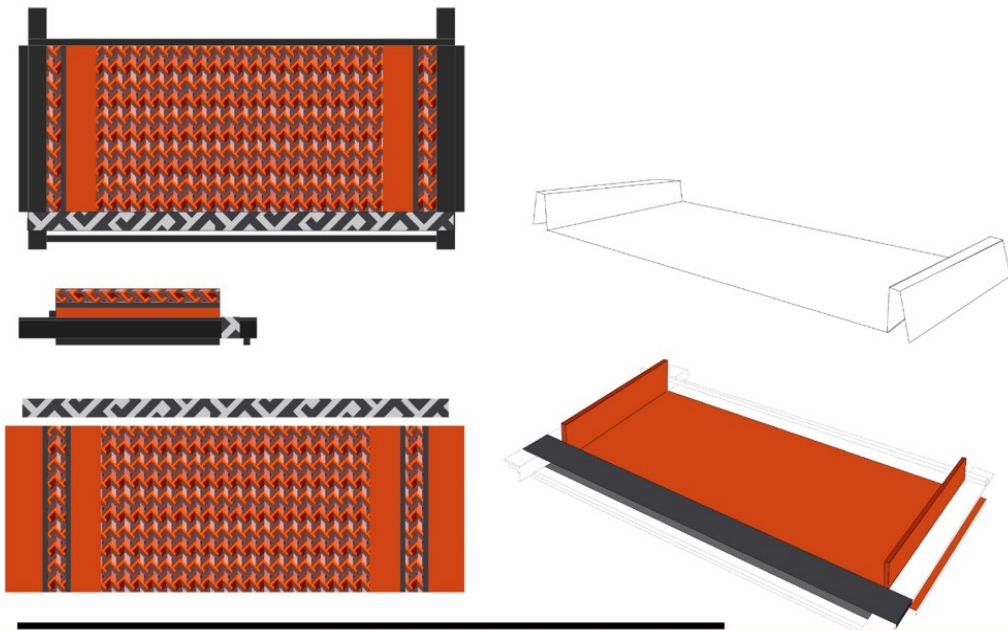
ภาพที่ 62 ภาพแบบร่างโคมไฟเหล็กตัดประดับตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ

## ตารางที่ 35 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์

อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	โคมไฟเหล็กตัดประดับตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ
ขนาด	กว้าง 25 เซนติเมตร / ยาว 25 เซนติเมตร / สูง 165 เซนติเมตร
เทคนิคและรายละเอียด	โคมไฟเหล็กตัดประดับตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ
ลักษณะจำเพาะ	ลวดลายผ้าทอจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
สี	กลุ่มสี terracotta
วัสดุ	ผ้าใยธรรมชาติ
ลวดลายผ้า	 <p>ลายขอ</p>
จำนวนเส้นใยเดี่ยว	5 เส้น
วัสดุอื่น	โครงสร้างโคมไฟเป็นเหล็ก

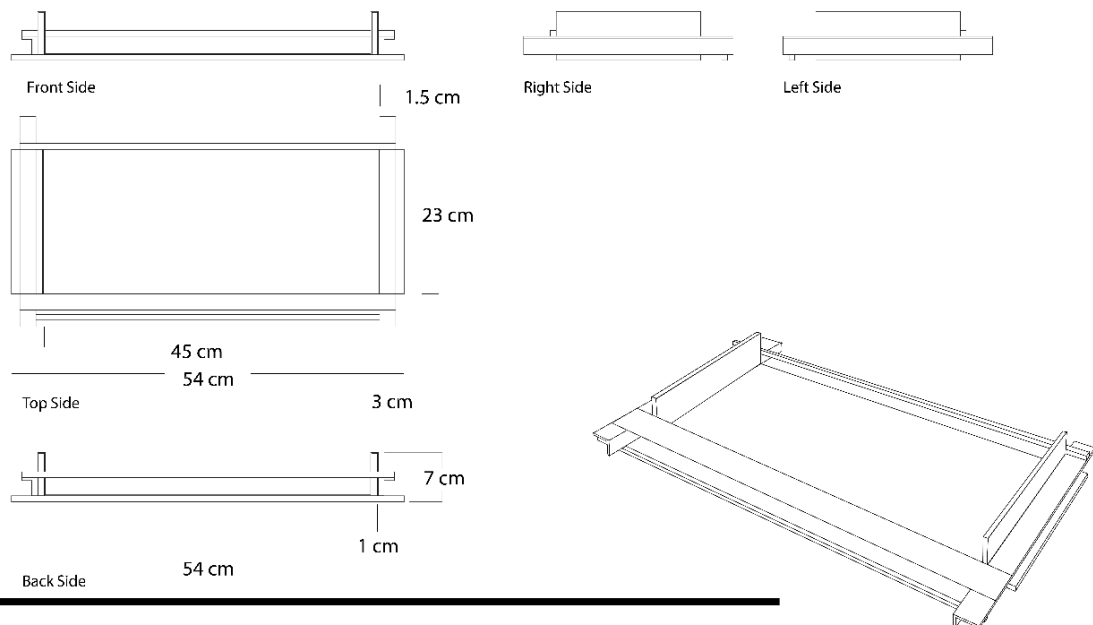
ผลงานชิ้นที่ 5

Tray




**BAN BO SUAK TERRACOTTA**

ภาพที่ 63 ภาพแบบร่าง ถาดตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ

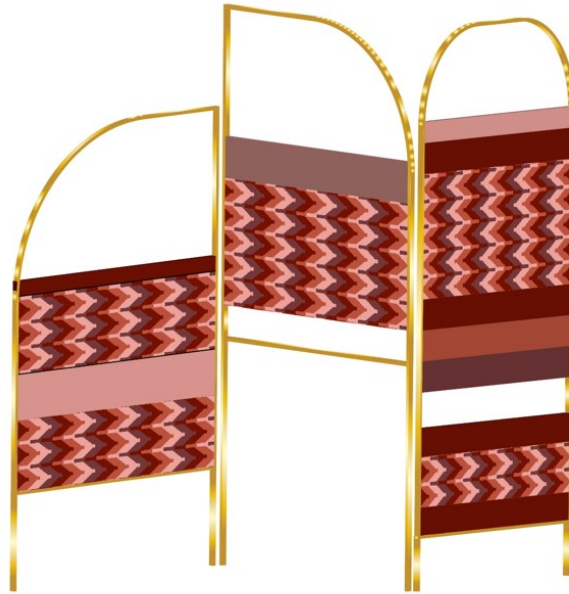


ภาพที่ ภาพแบบร่าง ถาดตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ

ตารางที่ 36 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์

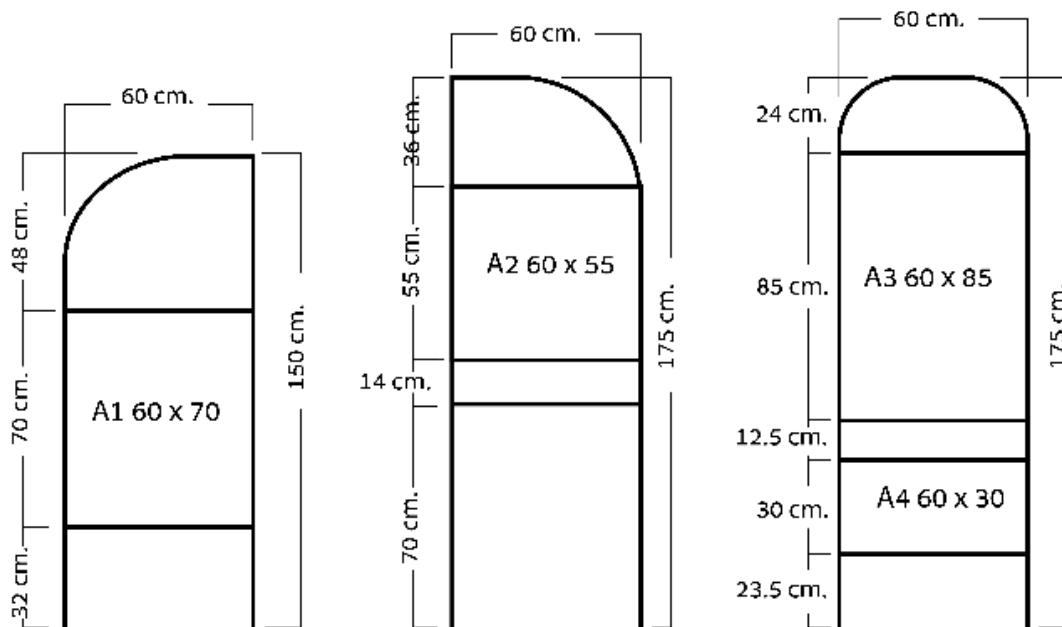
อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	ถาดตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ
ขนาด	กว้าง 25 เซนติเมตร / ยาว 54 เซนติเมตร / สูง 7 เซนติเมตร
เทคนิคและรายละเอียด	ถาดตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ
ลักษณะจำเพาะ	ลวดลายผ้าทอจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
สี	กลุ่มสี terracotta
วัสดุ	ผ้าใยธรรมชาติ
ลวดลายผ้า	 <p>ลายขอ</p>
จำนวนเส้นใยเดี่ยว	5 เส้น
วัสดุอื่น	โครงสร้างถาดเป็นเหล็ก

ผลงานชิ้นที่ 7



**BAN BO SUAK TERRACOTTA**

ภาพที่ 64 ภาพแบบร่างฉากกั้นจากผ้าทอมือทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

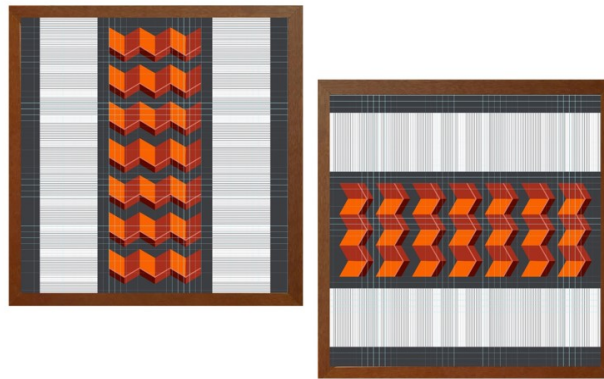


ภาพที่ 65 ภาพแบบร่างฉากกั้นจากผ้าทอมือทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

ตารางที่ 37 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์

อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	ฉากกั้นจากผ้าทอมือทูนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ขนาด	รวม 3 ชั้น กว้าง 30 เซนติเมตร / สูง 175 เซนติเมตร ชั้นที่ 1 กว้าง 60 เซนติเมตร / สูง 150 เซนติเมตร ชั้นที่ 2 กว้าง 60 เซนติเมตร / สูง 175 เซนติเมตร ชั้นที่ 3 กว้าง 60 เซนติเมตร / สูง 175 เซนติเมตร
เทคนิคและรายละเอียด	ฉากกั้นจากผ้าทอมือทูนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ลักษณะจำเพาะ	ลวดลายผ้าทอจากทูนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
สี	กลุ่มสี terracotta
วัสดุ	ผ้าใยธรรมชาติ
ลวดลายผ้า	 <p>ลายน้ำไหล</p>
จำนวนเส้นใยเดี่ยว	5 เส้น
วัสดุอื่น	โครงสร้างเป็นเหล็ก


ผลงานชิ้นที่ 8



BAN BO SUAK TERRACOTTA

ภาพที่ 66 ภาพแบบร่างกรอบรูปตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

ตารางที่ 38 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์


อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	กรอบรูปตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ขนาด	กว้าง 65 เซนติเมตร / ยาว 65 เซนติเมตร
เทคนิคและรายละเอียด	กรอบรูปตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ลักษณะจำเพาะ	ลวดลายผ้าทอจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
สี	กลุ่มสี terracotta
วัสดุ	ผ้าใยธรรมชาติ
ลวดลายผ้า	 <p>ลายขอ</p>
จำนวนเส้นใยเดี่ยว	5 เส้น
วัสดุอื่น	กรอบไม้

ผลงานชิ้นที่ 9



ภาพที่ 67 ภาพแบบร่างผังรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

ตารางที่ 39 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์

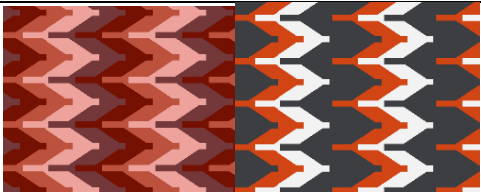
อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	ผังรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ขนาดสิ่งทอ	ผังรองจาน กว้าง 30 เซนติเมตร / ยาว 50 เซนติเมตร จานรองแก้ว กว้าง 15 เซนติเมตร / ยาว 15 เซนติเมตร
เทคนิคและรายละเอียด	ผังรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ลักษณะจำเพาะ	ลวดลายผ้าทอจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
สี	กลุ่มสี terracotta
วัสดุ	ผ้าใยธรรมชาติ
ลวดลายผ้า	 ลายน้ำไหล
จำนวนเส้นใยเดี่ยว	5 เส้น
วัสดุอื่น	-

ผลงานชิ้นที่ 10

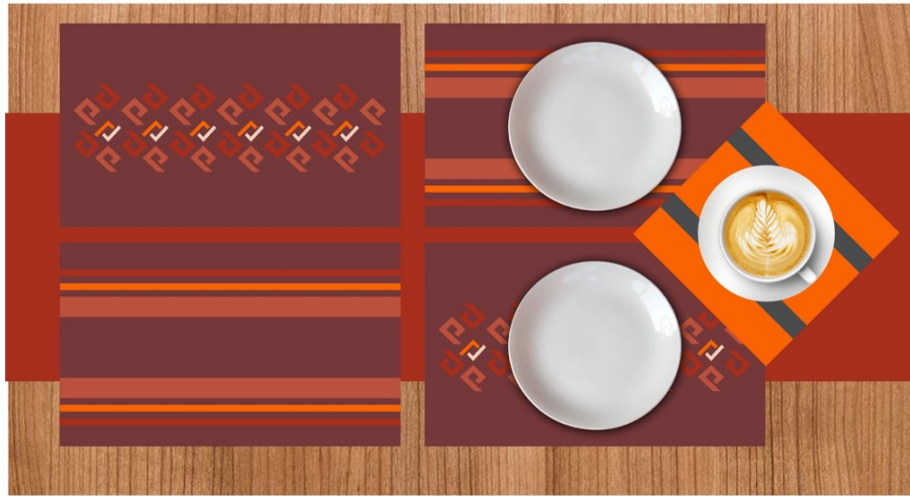


ภาพที่ 68 ภาพแบบร่างผังรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

ตารางที่ 40 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์

อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	ผังรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ขนาดสิ่งทอ	ผังรองจาน กว้าง 30 เซนติเมตร / ยาว 50 เซนติเมตร จานรองแก้ว กว้าง 15 เซนติเมตร / ยาว 15 เซนติเมตร
เทคนิคและรายละเอียด	ผังรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ลักษณะจำเพาะ	ลวดลายผ้าทอจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
สี	กลุ่มสี terracotta
วัสดุ	ผ้าใยธรรมชาติ
ลวดลายผ้า	 <p>ลายน้ำไหล</p>
จำนวนเส้นใยเดี่ยว	5 เส้น
วัสดุอื่น	-


ผลงานชิ้นที่ 11



BAN BO SUAK TERRACOTTA

ภาพที่ 69 ภาพแบบร่างผังรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

ตารางที่ 41 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์

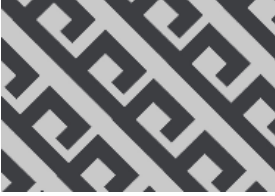
อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	ผังรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ขนาดสิ่งทอ	ผังรองจาน กว้าง 30 เซนติเมตร / ยาว 50 เซนติเมตร จานรองแก้ว กว้าง 15 เซนติเมตร / ยาว 15 เซนติเมตร
เทคนิคและรายละเอียด	ผังรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ลักษณะจำเพาะ	ลวดลายผ้าทอจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
สี	กลุ่มสี terracotta
วัสดุ	ผ้าใยธรรมชาติ
ลวดลายผ้า	 ลายขอ
จำนวนเส้นใยเดี่ยว	5 เส้น
วัสดุอื่น	-

ผลงานชิ้นที่ 12



ภาพที่ 70 ภาพแบบร่างผังรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

ตารางที่ 42 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์

อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	ผังรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ขนาดสิ่งทอ	ผังรองจาน กว้าง 30 เซนติเมตร / ยาว 50 เซนติเมตร จานรองแก้ว กว้าง 15 เซนติเมตร / ยาว 15 เซนติเมตร
เทคนิคและรายละเอียด	ผังรองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ลักษณะจำเพาะ	ลวดลายผ้าทอจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
สี	กลุ่มสี terracotta
วัสดุ	ผ้าใยธรรมชาติ
ลวดลายผ้า	 ลายขอ
จำนวนเส้นใยเดี่ยว	5 เส้น
วัสดุอื่น	-

ผลงานชิ้นที่ 13



BAN BO SUAK TERRACOTTA

ภาพที่ 71 ภาพแบบร่างผ้าห่มขวดทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

ตารางที่ 43 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์

อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	ผ้าห่มขวดทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ขนาดสิ่งทอ	ผ้าห่มขวด กว้าง 10 เซนติเมตร / ยาว 10 เซนติเมตร / สูง 50 เซนติเมตร
เทคนิคและรายละเอียด	ผ้าห่มขวดทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ลักษณะจำเพาะ	ลวดลายผ้าทอจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
สี	กลุ่มสี terracotta
วัสดุ	ผ้าใยธรรมชาติ
ลวดลายผ้า	 <p>ลายขอ</p>
จำนวนเส้นใยเดี่ยว	5 เส้น
วัสดุอื่น	-

ผลงานชิ้นที่ 14



BAN BO SUAK TERRACOTTA

ภาพที่ 72 ภาพแบบร่างผ้าปูโต๊ะทานอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

ตารางที่ 44 อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์

อธิบายผลงานออกแบบสร้างสรรค์	
ชื่อผลิตภัณฑ์	ผ้าปูโต๊ะทานอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ขนาดสิ่งทอ	ผ้า กว้าง 50 เซนติเมตร / ยาว 130 เซนติเมตร
เทคนิคและรายละเอียด	ผ้าปูโต๊ะทานอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
ลักษณะจำเพาะ	ลวดลายผ้าทอจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ
สี	กลุ่มสี terracotta
วัสดุ	ผ้าใยธรรมชาติ
ลวดลายผ้า	 ลายขอและลายน้ำไหล
จำนวนเส้นใยเดี่ยว	5 เส้น
วัสดุอื่น	-

## 5.6 ผลงานการออกแบบที่เสร็จสมบูรณ์



ภาพที่ 73 sofa set Bann bo suak terracotta



ภาพที่ 74 sofa set Bann bo suak terracotta



ภาพที่ 75 ภาพเก้าอี้สตูดิโอบุผ้าทอมือจากทุนวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 76 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 77 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 78 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทยลือ



ภาพที่ 79 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทยลื้อ



ภาพที่ 80 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 81 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 82 ภาพพรมตกแต่งทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 83 ภาพโคมไฟเหล็กตัดประดับตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ



ภาพที่ 84 ภาพถอดตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ



ภาพที่ 85 ภาพฉากกั้นจากผ้าทอมือทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 86 ภาพกรอบรูปตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 87 ภาพผ้ารองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 88 ภาพผ้ารองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทยลื้อ



ภาพที่ 89 ภาพผ้ารองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 90 ภาพที่วางโทรศัพท์มือถือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทยลื้อ



ภาพที่ 91 ภาพผ้าปูโต๊ะทานอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 92 ภาพผ้าปูโต๊ะทานอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทยลื้อ



ภาพที่ 93 ภาพจากรองแก้วทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 94 ภาพจากรองแ้วทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไหมลื้อ



ภาพที่ 95 ภาพกระเป๋าผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

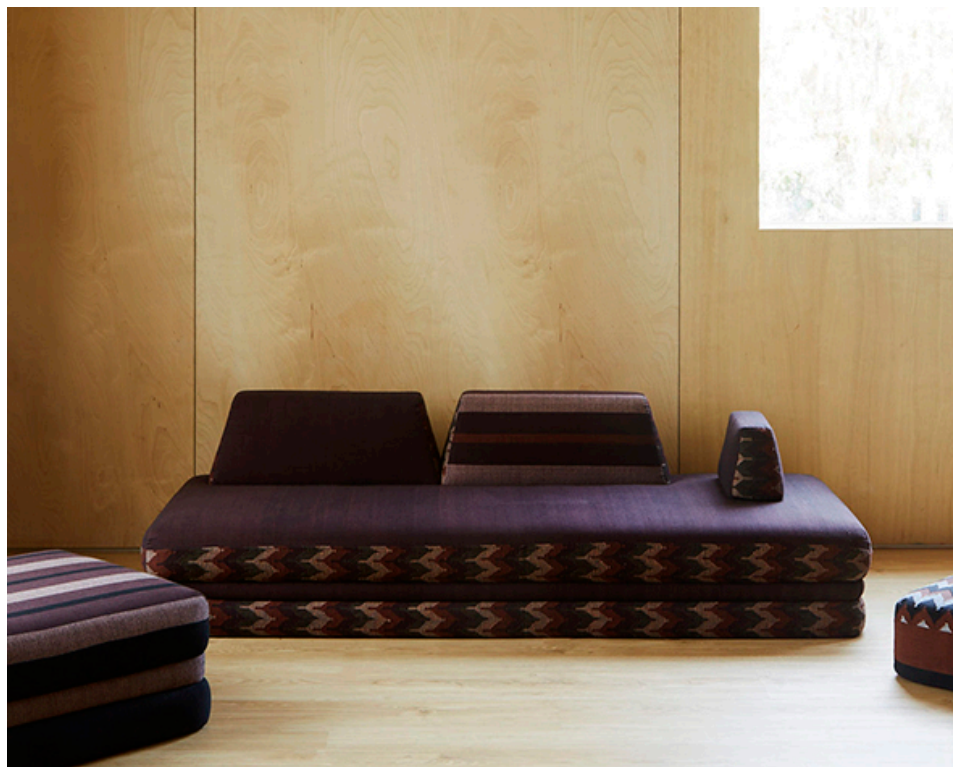


ภาพที่ 96 ภาพจากรองแก้วทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทยลื้อ



ภาพที่ 97 ภาพงานรองแก้วทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

## 5.7 ภาพการนำเสนอผลงานในรูปแบบลुकบุค



ภาพที่ 98 sofa set Bann bo suak terracotta



ภาพที่ 99 ภาพเก้าอี้สตูดิโอบุผ้าทอมือจากทุนวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 100 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 101 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 102 ภาพหมอนอิงผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 103 ภาพพรมตกแต่งทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 104 ภาพโคมไฟเหล็กตัดประดับตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ



ภาพที่ 105 ภาพถาดตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ



ภาพที่ 106 ภาพฉากกั้นจากผ้าทอมือทูนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 107 ภาพกรอบรูปตกแต่งด้วยผ้าทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไต้หวัน



ภาพที่ 108 ภาพผ้ารองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทยลื้อ



ภาพที่ 109 ภาพผ้ารองจานบนโต๊ะอาหารทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ



ภาพที่ 110 ภาพที่วางโทรศัพท์มือถือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทยลื้อ



ภาพที่ 111 ภาพงานรองแก้วทอมือจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทยลื้อ



ภาพที่ 112 ภาพที่ใส่ขวดน้ำหอมจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อ

## บทที่ 6

### สรุปผลการดำเนินการวิจัย

#### 6.1 สรุปผลการดำเนินการวิจัย

โครงการนวัตกรรมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์จากจังหวัดน่านสู่สากลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน เป็นการศึกษาเชิงสร้างสรรค์ควบคู่กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อเป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ โดยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ดังนี้

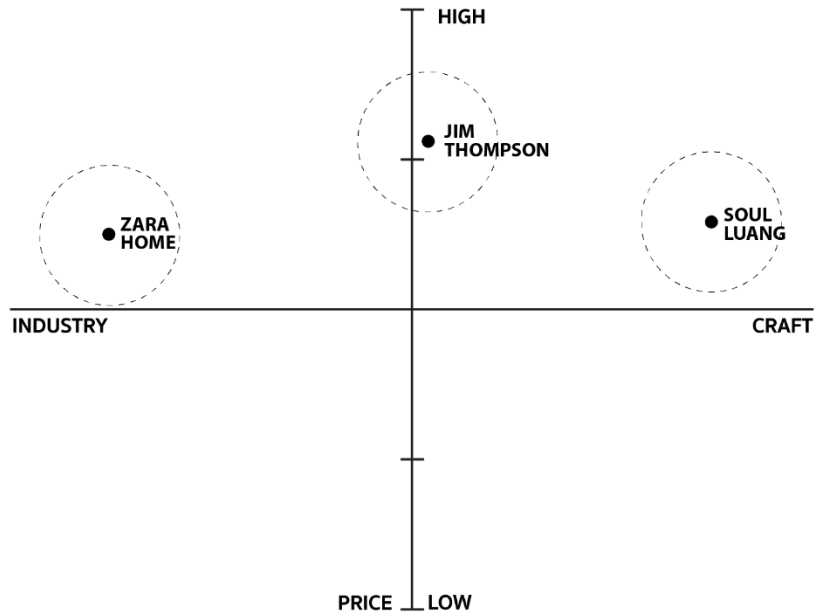
##### 6.1.1 อัตลักษณ์ตราสินค้า (BRAND IDENTITY BOARD) และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด

จากการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบและกลุ่มผู้ประกอบการ สามารถวิเคราะห์และสรุปได้ว่า การสร้างตราสินค้าชาวหลวง (soul luang) เป็นการการพัฒนาตราสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์สิ่งทอพื้นถิ่นไทลื้อเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ โดยใช้แนวทางการออกแบบประยุกต์ให้เกิดความร่วมมือ มีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทลื้อ และมีการใช้งานของผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์และขนาดที่สอดคล้องกับพื้นที่ มีการออกแบบที่ดึงดูดความสนใจ

S O U L  
L U A N G  
ชา ว หล ว ง

ภาพที่ 113 ภาพตราสัญลักษณ์ ชาวหลวง (soul luang)

จากการวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดเพื่อหาแนวทางในการสร้างสรรค์และกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า “ชาวหลวง” โดยกำหนดตำแหน่งจากการตลาดจากการวิเคราะห์ตำแหน่งของราคาเฉลี่ยสินค้าคู่แข่งและสไตล์การผลิตสินค้าระหว่างงานหัตถกรรมและงานอุตสาหกรรม โดยสามารถกำหนดตำแหน่งทางการตลาดได้ดังนี้



ภาพที่ แผนภูมิตำแหน่งทางการตลาดตราสินค้าใหม่

ตารางที่ 45 การพัฒนาความเหนียวของเส้นใยเพื่อใช้ในการทอผ้าเพื่อนำมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอของกลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง

การพัฒนาความเหนียวของเส้นใย เพื่อใช้ในการทอผ้าเพื่อนำมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ					
บริเวณพื้นที่	ลักษณะห้อง	กลุ่มผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ (homeTextile) 70%	จำนวนเส้นใย เดี่ยว	กลุ่มผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ (lifestyle Product) 30%	จำนวนเส้นใย เดี่ยว
พื้นที่ส่วนตัว	ห้องนอน	ปลอกหมอน	5 เส้น	ผ้าตกแต่งอุปกรณ์สายชาร์ตไร้สาย	5 เส้น
		ผ้าห่ม	3-5 เส้น		
		ผ้าคลุม	3 เส้น		
		เครื่องนอน	5 เส้น		
		ผ้าม่าน	5 เส้น		
พื้นที่ ส่วนกลาง	ห้องนั่งเล่น,	ชุดเบาะที่นั่งจากผ้า	5 เส้น	ผ้าและกรอบรูป	2 - 5 เส้น
	ห้องทำงาน,	หมอนอิงและปลอกหมอน	5 เส้น	แจกันตกแต่งด้วยผ้า	2 - 5 เส้น
	ห้องครัว,	ผ้าปูโต๊ะทานอาหาร	5 เส้น	พรมตกแต่งประดับ	10-12 เส้น
	ห้องอาหาร	ผ้าเช็ดจานและถุงมือจับของ ร้อน	7 เส้น	ถุงผ้า/ถุงใส่ของ	2 - 5 เส้น
		ผ้าม่าน	5 เส้น		
		เบาะรองนั่ง / เบาะอิง	5 เส้น		
		ที่กันประตู	5 เส้น		

การพัฒนาความเหนียวของเส้นใย เพื่อใช้ในการทอผ้าเพื่อนำมาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ					
บริเวณพื้นที่	ลักษณะห้อง	กลุ่มผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ (homeTextile) 70%	จำนวนเส้นใย เดี่ยว	กลุ่มผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ (lifestyle Product) 30%	จำนวนเส้นใย เดี่ยว
		โคมไฟ	5 เส้น		
		พรมตกแต่ง	10-12 เส้น		
พื้นที่ห้องน้ำ	ห้องน้ำ	สิ่งทอสำหรับห้องน้ำ	2-3 เส้น		

### การกำหนดราคาสินค้า

การกำหนดราคาของสินค้า จัดจำหน่ายสินค้าอยู่ในช่วงระหว่าง 300 – 25,000 บาท โดนกำหนดจากต้นทุนการผลิตของสินค้า โดยมีรายละเอียดการประมาณต้นทุนสินค้าและราคาขายปลีกตามประเภทของสินค้า ดังนี้

ตารางที่ 46 ตารางการกำหนดราคาสินค้า

ลำดับ	รายการ	ขนาด เซนติเมตร	จำนวน	ต้นทุนการผลิต (บาท)	ราคาขาย (บาท)	หมายเหตุ
1	ปลอกหมอน	50x30	1	70 - 650	150 - 1,625	ราคาที่แตกต่าง กันขึ้นอยู่กับงาน ออกแบบ เพราะ ราคาของสิ่งทอ ขึ้นอยู่กับ ลวดลายความ ยากและง่ายและ ระยะเวลาในการ ผลิตสิ่งทอ
2	ผ้าห่มและผ้าคลุม	90*180	1	550 - 6,700	880 - 16,750	
3	เครื่องนอนผ้าปูที่ นอน	90*200	1	600 - 7,300	960 - 18,250	
4	ผ้าปูที่นอน	90*180	1	500 - 6,500	800 - 16,250	
5	ชุดเบาะที่นั่งจากผ้า	50*65	1	100 - 1,300	160 - 3,250	
6	หมอนอิง	50*50	1	75 - 1,000	150 - 2,500	
7	ผ้าปูโต๊ะทานอาหาร	50*130	1	195 - 2,600	312 - 6,500	
8	ผ้ารองจาน	50*30	1	70 - 650	150 - 1,625	
9	เบาะรองนั่ง / เบาะ อิง	50*65	1	200 - 1,400	320 - 3,500	

ลำดับ	รายการ	ขนาด เซนติเมตร	จำนวน	ต้นทุนการผลิต (บาท)	ราคาขาย (บาท)	หมายเหตุ
10	โคมไฟ	25*25*165	1	3,000 - 3,500	4,800 - 8,750	
11	พรมตกแต่ง	90*130	1	460 - 5,000	736 - 12,500	
12	สิ่งทอสำหรับ ห้องน้ำ	90*180	1	1,000 - 7,500	1,600 - 18,750	
13	ผ้าและกรอบรูป	65*65	1	450 - 2,000	720 - 5,000	
14	ถุงผ้า/ถุงใส่ของ	35*35	1	140 - 600	224 - 1,500	
15	ฉากกั้น	175*60	3	7,500 - 9,500	12,000 - 23,750	
16	ชุดโซฟา	150*60*25	1	4,000 - 8,000	6,400 - 20,000	

#### การกำหนดจุดขาย (PLACE)

การกำหนดสถานที่จัดจำหน่าย จากการวิเคราะห์คู่แข่งประกอบกับการสำรวจพื้นที่และศักยภาพของผู้ประกอบการในเบื้องต้น พบว่า สามารถดำเนินการจัดจำหน่ายสินค้าแบ่ง สามช่องทาง ดังนี้

1. บริเวณพื้นที่ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง
2. บริเวณพื้นที่ฝากขาย ณ ห้างสรรพสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
3. บริเวณพื้นที่ดิจิทัล เช่น website หรือ social media เป็นต้น

#### การกำหนดการส่งเสริมการตลาด (PROMOTION)

การกำหนดการส่งเสริมการตลาดในเบื้องต้น จากการวิเคราะห์คู่แข่งประกอบกับการสำรวจพื้นที่และศักยภาพของผู้ประกอบการในเบื้องต้น ผู้วิจัยกำหนดการส่งเสริมการตลาดจากแนวทางของคู่แข่ง เช่น การจัดกิจกรรมส่วนลดตามช่วงเทศกาล เป็นต้น

#### การกำหนดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ (PACKAGING)

การกำหนดรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ จากการวิเคราะห์คู่แข่งประกอบกับการสำรวจพื้นที่และศักยภาพของผู้ประกอบการในเบื้องต้น ผู้วิจัยกำหนดแนวทางรูปแบบบรรจุภัณฑ์จากแนวทางคู่แข่ง ในการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ควรสอดคล้องกับรูปแบบของสินค้าในแต่ละประเภท คำนึงถึงขนาดและการจัดส่งสินค้าเป็นหลัก อีกทั้งต้องสอดคล้องกับการออกแบบเพื่อให้บรรจุภัณฑ์สามารถมอบเป็นของขวัญได้อีกช่องทางหนึ่งเป็นส่วนส่งเสริมการขายอีกด้วย

## การกำหนดบุคลากร (PEOPLE)

การกำหนดบุคลากรในองค์กร จากการวิเคราะห์คู่แข่งประกอบกับการสำรวจพื้นที่และศักยภาพของผู้ประกอบการในเบื้องต้น ผู้วิจัยนำเสนอแนวทางการเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจเรื่องสิ่งทอพื้นถิ่นไทลื้อจังหวัดน่านเบื้องต้นและความรู้ความสามารถในการดูแลผลิตภัณฑ์ ตกแต่งบ้านและผลิตภัณฑ์กลุ่มเคหะสิ่งทอ

## การกำหนดจุดเด่นใหม่ (PURPLE COW)

การกำหนดบุคลากรในองค์กร จากการวิเคราะห์คู่แข่งประกอบกับการสำรวจพื้นที่และศักยภาพของผู้ประกอบการในเบื้องต้น ผู้วิจัยกำหนดจุดเด่นใหม่ของตราสินค้าด้วยการนำเสนอเรื่องราวของการผลิตสิ่งทอพื้นถิ่นของกลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวงโดยใช้แนวคิดทฤษฎีทางวัฒนธรรมสิ่งทอไทลื้อจังหวัดน่านที่มีประวัติมาอย่างยาวนานเป็นจุดสร้างคุณค่าให้แก่ตราสินค้า ให้ตราสินค้านำเสนอผลงานทัศนศิลป์สิ่งทอพื้นถิ่นที่ สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นเป็นการสร้างคุณค่าให้แก่ตราสินค้าเป็นหลัก

### 6.1.2 กลุ่มเป้าหมายหลัก (TARGET BOARD)

กลุ่มเป้าหมายหลักของงานวิจัย คือ กลุ่มเจเนอเรชันมี (Generation Me) เกิดจากการรวมกลุ่มของเจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) กลุ่มคนที่เกิดในระหว่างปี ค.ศ.1964-1978, เจเนอเรชันวาย (Generation Y) กลุ่มคนที่เกิดในระหว่างปี ค.ศ. 1979-1995 และ เจเนอเรชันแซด (Generation Z) กลุ่มคนที่เกิดในระหว่างปี ค.ศ. 1996-ปัจจุบัน ที่มีพฤติกรรมด้านกิจกรรมที่ให้ความสนใจคล้ายกัน อาทิ กิจกรรมที่สร้างความสนุกสนาน ความบันเทิงความผ่อนคลาย, กิจกรรมที่แสดงถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมหรือนบธรรมเนียมต่างๆ, กิจกรรมที่แสดงถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีไทย, ชื่นชอบและติดตามเทรนด์แฟชั่น, เลือกใช้สินค้าที่มีสไตล์ รักอิสระและมีความร่วมสมัย



ภาพที่ 114 ภาพกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอร์เรชันมี (Generation Me)

### 6.1.3 การแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ (PRODUCT LINE)

การแบ่งกลุ่มสินค้าสำหรับตราสินค้าชาวหลวง(soul luang) แบ่งกลุ่มประเภทสินค้าตามประเภทของที่พักอาศัย คือ ห้องสตูดิโอในอาคารชุด ( Condominium / Room Type : Studio) โดยวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบและกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ให้ความสนใจกับการตกแต่งบริเวณพื้นที่ส่วนตัวและบริเวณพื้นที่ส่วนกลางในระดับมาก และการตกแต่งในบริเวณพื้นที่ส่วนห้องน้ำอยู่ในระดับกลาง ผู้วิจัยจึงสรุปผลและแบ่งกลุ่มสินค้าเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ(homeTextile) คิดเป็นร้อยละ 70 กลุ่มที่ 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์(lifestyle Product) คิดเป็นร้อยละ 30 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 47 ตารางการแบ่งกลุ่มสายผลิตภัณฑ์สินค้า

บริเวณพื้นที่	ลักษณะห้อง	กลุ่มผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ (homeTextile) 70%	กลุ่มผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ (lifestyle Product) 30%
พื้นที่ส่วนตัว	ห้องนอน	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ปลอกหมอน</li> <li>● ผ้าห่มและผ้าคลุม</li> <li>● เครื่องนอนผ้าม่าน</li> <li>● ผ้าม่าน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ผ้ามัดตกแต่งอุปกรณ์สาย</li> <li>● ชาร์ตไร้สาย</li> </ul>

พื้นที่ส่วนกลาง	ห้องนั่งเล่น, ห้องทำงาน, ห้องครัว, ห้องอาหาร	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ชุดเบาะที่นั่งจากผ้า</li> <li>● หมอนอิงและปลอกหมอน</li> <li>● ผ้าปูโต๊ะทานอาหาร</li> <li>● ผ้าเช็ดจานและถุงมือจับของร้อน</li> <li>● ผ้าม่าน</li> <li>● เบาะรองนั่ง / เบาะอิง</li> <li>● ที่กั้นประตู</li> <li>● โคมไฟ</li> <li>● พรมตกแต่ง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ผ้าและกรอบรูป</li> <li>● แจกันตกแต่งด้วยผ้า</li> <li>● พรมตกแต่งประดับ</li> <li>● ถักผ้า/ถักใส่ของ</li> </ul>
พื้นที่ห้องน้ำ	ห้องน้ำ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● สิ่งทอสำหรับห้องน้ำ</li> </ul>	

#### 6.1.4 การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่านที่มีแนวคิดสิ่งทอจากทุนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นชาวไทลื้อสู่ผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ ควรมีลวดลายและรูปแบบที่มีความร่วมสมัยสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและสอดคล้องกับประเภทของที่พักอาศัยอาคารชุดห้องสตูดิโอ โดยมีองค์ประกอบการออกแบบที่วิเคราะห์ได้ดังนี้

#### ตารางที่ 48 ตารางการวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์

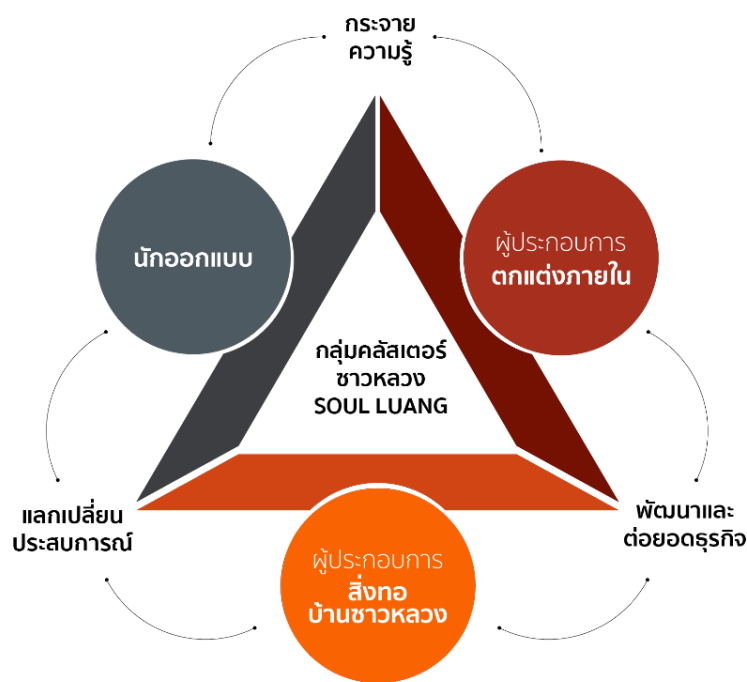
	STYLE	SIL/SHAPE/FORM	COLOR	DETAIL	MATERIALS
ตราสินค้า	URBAN FREEDOM	CONTEMPORARY	CONTEMPORARY	NATURAL MIX	NATURAL MIX
ชาวหลวง (SOUL LUANG)	/ CONTEMPORARY / HERITAGE CRAFT			INDUSTRIAL, CONTEMPORARY ART AND CRAFT	INDUSTRIAL

รูปแบบของสินค้าและผลิตภัณฑ์ ของตราสินค้าตราสินค้าชาวหลวง (SOUL LUANG) มีแนวคิดจากทุนทางวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นถิ่นชาวไทลื้อ แนวทางการออกแบบลวดลายและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความร่วมสมัยสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและสอดคล้องกับประเภทของที่พักอาศัยอาคารชุดห้องสตูดิโอ โดยมีองค์ประกอบการออกแบบดังนี้ ด้านสไตล์ของผลิตภัณฑ์ คือ ลักษณะกลุ่มคนเมืองรักอิสระ

URBAN FREEDOM, ความร่วมสมัย CONTEMPORARY และ มรดกงานหัตถศิลป์สิ่งทอ HERITAGE CRAFT ด้านรูปแบบและสีของผลิตภัณฑ์ คือ กลุ่มโทนสีร่วมสมัย CONTEMPORARY ด้านการตกแต่งและการเลือกวัสดุของผลิตภัณฑ์ คือ วัสดุที่มาจากธรรมชาติผสมกับวัสดุเชิงอุตสาหกรรม NATURAL MIX INDUSTRIAL

### 6.1.5 การจัดตั้งกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง

การพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับชนชาติบ้านชาวหลวงเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากทุนทางวัฒนธรรมไทลื้อ เป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ การสร้างกลุ่มคลัสเตอร์(Cluster) เป็นแนวคิดของ “การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน” เน้นการมีส่วนร่วมเชื่อมโยงกันอย่างแท้จริง สำหรับกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง ก่อให้เกิดการร่วมมือกันระหว่างผู้ผลิตสิ่งทอ, ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายใน และนักออกแบบ ก่อให้เกิดเครือข่ายทางธุรกิจใหม่เป็นช่องทางการขยายทางการตลาด เกิดการพัฒนาและกระจายความรู้กันระหว่างกลุ่มในคลัสเตอร์ชาวหลวงแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการพัฒนาต่อยอดธุรกิจของตัวเองต่อไป โดยมีแผนภูมิการพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวงดังนี้



ภาพที่ 115 แผนภูมิการพัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวง

## 6.2 ข้อเสนอแนะ

แนวทางการพัฒนาบริเวณพื้นที่ชุมชนทอผ้าบ้านชาวหลวงเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากการวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ นักออกแบบและกลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย สามารถสรุปผลและข้อเสนอแนะได้ 3 ข้อ ดังนี้

1. การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บริเวณชุมชนทอผ้า พบว่า กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจกิจกรรมเกี่ยวกับ กิจกรรมสาธิตเกี่ยวกับการทอผ้าในระดับมากที่สุด เช่น การผลิตเส้นใย การย้อมผ้าและการทอผ้า เป็นต้น อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายยังสนใจการทอผ้าเพื่อเป็นของที่ระลึกการท่องเที่ยวอีกด้วย
2. ระยะเวลาในการร่วมกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บริเวณชุมชนทอผ้า พบว่า กลุ่มเป้าหมายสนใจร่วมกิจกรรมในระยะเวลา 1-2 ชั่วโมง มากที่สุด สำหรับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณชุมชนทอผ้าควรพัฒนาให้กิจกรรมสามารถสอดคล้องกับเวลาที่นักท่องเที่ยวต้องการ
3. ค่าใช้จ่ายในการร่วมกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บริเวณชุมชนทอผ้า พบว่า กลุ่มเป้าหมายสนใจค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมที่ 600-1,000 บาท สำหรับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณชุมชนทอผ้าควรจัดสรรกิจกรรมสามารถสอดคล้องกับราคาที่เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

### 6.3 อภิปรายผล

โครงการนวัตกรรมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์จากจังหวัดน่านสู่สากลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง อำเภอมังเมือง จังหวัดน่าน เป็นการวิจัยเชิงสร้างสรรค์ควบคู่กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนากลุ่มย้อมสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากท่อนทางวัฒนธรรมไทลื้อเป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในและผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการด้วยการสร้างกลุ่มคลัสเตอร์ เพื่อสร้างความร่วมมือ“การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน” เน้นการมีส่วนร่วมเชื่อมโยงกันอย่างแท้จริง สำหรับกลุ่มคลัสเตอร์ชาวหลวงก่อให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างผู้ผลิตสิ่งทอ, ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายใน และนักออกแบบ ก่อให้เกิดเครือข่ายทางธุรกิจใหม่เป็นช่องทางการขยายทางการตลาด เกิดการพัฒนาและกระจายความรู้กันระหว่างกลุ่มในคลัสเตอร์ชาวหลวงแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการพัฒนา ต่อยอดธุรกิจของตนเอง หาช่องทางการพัฒนาและขยายตลาดสินค้าสิ่งทอพื้นถิ่นที่สามารถต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของตกแต่งภายในและเคหะสิ่งทอ จากสมมติฐานการใช้แนวคิดการออกแบบแบบร่วมสมัยในการพัฒนาตลาดของสิ่งทอจากแนวคิดท่อนทางวัฒนธรรมไทลื้อสามารถสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย สามารถต่อยอดสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สร้างให้ชุมชนเกิดแหล่งเรียนรู้ สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน

## บรรณานุกรม

- ทรงศักดิ์ ปรารังค์วัฒนากุล และแพทรีเซีย ซีสมเมน. (2530). **ผ้าล้านนา ยวน ลื้อ ลาว**. เชียงใหม่ : โครงการศูนย์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทรงศักดิ์ ปรารังค์วัฒนากุล. (2536). **ผ้าเอเชีย : มรดกร่วมทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ทรงศักดิ์ ปรารังค์วัฒนากุล. (2551). **มรดกวัฒนธรรมผ้าทอไทลื้อ**. เชียงใหม่: ภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2550). **การออกแบบและพัฒนาแฟชั่นและมัณฑนภัณฑ์**. โครงการเผยแพร่วิชาการลำดับที่ 2. กรุงเทพฯ: ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัตชา อุทิศวรรณกุล และคณะ. 2562. โครงการ “การเพิ่มมูลค่านวัตกรรมสิ่งทอในผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์จากฐานการผลิตจังหวัดน่านสู่ตลาดเมืองหลวงพระบาง”. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกว.)
- พินาลิน สาริยา. (2549). **การออกแบบลวดลาย**. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรินต์ติ้ง เฮ้าส์.
- ภัทราวดี ศิริวรรณ. (2553). **Interior Design ความรู้พื้นฐานงานออกแบบตกแต่งภายใน**. กรุงเทพฯ: สกายบุ๊กส์.
- วัฒน์ จุฑะวิภาค. (2543). **ศิลปะการออกแบบตกแต่งภายใน**. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์
- เอกชาติ จันอุไรรัตน์. (2551). **3 ทศวรรษกับงานออกแบบตกแต่งภายในของไทย**. กรุงเทพฯ : อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถาม

เรื่อง การพัฒนาสินค้าตกแต่งภายใน สำหรับคอนโดห้องสตูดิโอด้วยผ้าทอพื้นเมือง

โครงการการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากสิ่งทอพื้นถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าบ้าน

ชาวหลวง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน

การสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของ โครงการนวัตกรรมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์จากจังหวัดน่านสู่สากล เพื่อการท่องเที่ยว

เชิงสร้างสรรค์ : ภายใต้หน่วยปฏิบัติการวิจัยแฟชั่นและนฤมิตศิลป์ (FAC-RU) คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แนวทางการให้ข้อมูล : งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การให้คำตอบ

ของท่าน ถือเป็น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยข้อมูลดังกล่าวจะถูกใช้อ้างอิงในงานวิจัย เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในหาแนวทางการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของไทย ท่านยินยอมให้ข้อมูล

ยอมรับ

ไม่ยอมรับ

เลือกกลุ่มของท่าน

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ

นักออกแบบ

กลุ่มผู้ที่อาศัย อาคารชุด

ท่านมีความคิดอย่างไรต่อข้อความของแบบสอบถามดังต่อไปนี้

ระดับความคิดเห็น 1                      เหมาะสมน้อยที่สุด

ระดับความคิดเห็น 2                      เหมาะสมน้อย

ระดับความคิดเห็น 3                      เหมาะสมปานกลาง

ระดับความคิดเห็น 4                      เหมาะสมมาก

ระดับความคิดเห็น 5                      เหมาะสมมากที่สุด

สำหรับห้อง studio ใน condominium ท่านจะให้ความสนใจตกแต่งส่วนพื้นที่บริเวณใด

(ตัวเลือก 1 คือ ไม่ตกแต่งเลย - ตัวเลือก 5 คือ ตกแต่งมากที่สุด)

ข้อความคำถาม	ระดับความเหมาะสม / ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ส่วนพื้นที่ส่วนตัว พื้นที่พักผ่อน นอน ทำงาน และ อ่านหนังสือ					
ส่วนพื้นที่ส่วนกลาง พื้นที่นั่งเล่น รับประทานอาหาร และทำอาหาร					
ส่วนพื้นที่ห้องน้ำ พื้นที่ห้องน้ำ					

รูปแบบสินค้าตกแต่งบ้านที่มาจากวัฒนธรรม ที่ท่านให้ความสนใจ

- แบบท้องถิ่น       แบบร่วมสมัย       แบบทันสมัย

ท่านสนใจสินค้าตกแต่งบ้านจากสิ่งทอในรูปแบบใด โปรดเลือกที่เลือกในข้อด้านล่าง

- รูปแบบสิ่งทอที่มีลวดลายดั้งเดิม       รูปแบบสิ่งทอที่มีลวดลายประยุกต์ให้ร่วมสมัย

ท่านให้ความสำคัญกับสินค้าตกแต่งบ้านจากสิ่งทอพื้นถิ่นอย่างไร

(ตัวเลือก 1 คือ ไม่สำคัญ - ตัวเลือก 5 คือ สำคัญมากที่สุด)

ข้อความ	ระดับความเหมาะสม / ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม					
การผลิตโดยคนในชุมชน					
มีแนวคิดหรือที่มาเชื่อมโยงจากความเชื่อโบราณ					
มีความดึงดูดด้านการออกแบบ					
ใช้ลวดลายโบราณในการผลิตของตกแต่งบ้าน					
ใช้การประยุกต์ลวดลายโบราณให้เกิดความร่วมสมัย					
ความเหมาะสมของราคา					
ความแข็งแรง/ความทนทาน					
ประโยชน์การใช้งานมีความเหมาะสม					
ขนาดของสินค้ามีความเหมาะสมกับการใช้งาน					

สินค้าตกแต่งบ้านจากสิ่งทอชนิดใด มีความเหมาะสมในการตกแต่งภายในห้อง studio หรือ ห้อง 1 bed ใน condominium

(เลือกได้หลายตัวเลือก)

- โซฟาปรับเปลี่ยนได้  โคมไฟตั้งโต๊ะ       โคมไฟติดเพดาน       โคมไฟติดผนัง       หมอนอิง
- เบาะรองนั่ง       เบาะอิง       ที่กันประตู       ที่กันหนังสือ       พรม
- ผ้าคาดโซฟา       เครื่องนอน ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน       ผ้าคาดเตียง       ม่านหน้าต่าง
- ฉากกั้นแบ่งส่วน       ภาควางของบุผ้า       กรอบรูปแขวนผนัง       ผ้ารองแก้ว       ผ้าปูโต๊ะกินข้าว
- ผ้าตกแต่งอุปกรณ์ชาร์ตมือถือ       ถุงผ้า       ที่ใส่กระดาษชำระ       ที่ใส่จดหมาย       ถุงมือกันความร้อน

หากท่านได้เดินทางไปท่องเที่ยว และร่วมกิจกรรมบริเวณชุมชนทอผ้า กิจกรรมใดที่ท่านให้ความสนใจ \*

- กิจกรรมที่ 1 การทอผ้าเป็นของที่ระลึกโดยนักท่องเที่ยว

- กิจกรรมที่ 2 การสาธิตการทอผ้าโดยชุมชน
- กิจกรรมที่ 3 การสาธิตกระบวนการทอผ้า (สาธิตผลิตเส้นใย, การย้อม, การทอ) โดยชุมชน
- ไม่สนใจ

หากท่านได้ร่วมกิจกรรมในชุมชนทอผ้าดังกล่าว ท่านคิดว่าระยะเวลาใดเหมาะสมกับการร่วมกิจกรรม

- 1-2 ชั่วโมง.  3-4 ชั่วโมง  4-6 ชั่วโมง  1 วัน  มากกว่า 1 วัน

หากท่านต้องร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนทอผ้า(กิจกรรมดังกล่าวข้างต้น) ท่านคิดว่าความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในกิจกรรมคือเท่าใด

- 600 - 800 บาท  801 - 1000 บาท  1001 - 1200 บาท
- 1201 - 1400 บาท  1401 - 1600 บาท  1600 บาทขึ้นไป

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

---

---

---

---

ภาคผนวก ข ภาพการลงพื้นที่เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์



ภาพการลงพื้นที่เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าทอสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง



ภาพการลงพื้นที่เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าทอสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง



ภาพการลงพื้นที่เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าทอสี่ธรรมชาติด้านชาวหลวง



ภาพการลงพื้นที่เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าทอสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง



ภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในกลุ่มผ้าทอสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง



ภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในกลุ่มผ้าทอสีธรรมชาติบ้านชาวหลวง