

Research article

การศึกษารูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติเพื่อพยากรณ์แนวโน้มสีและวัสดุสำหรับ
งานออกแบบสิ่งทอ แฟชั่น และผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ ฤดูกาล Autumn/Winter 2027/2028

STUDY OF AN INTERNATIONAL WORKSHOP MODEL FOR FORECASTING COLOUR AND
MATERIAL TRENDS IN TEXTILE, FASHION, AND LIFESTYLE PRODUCT DESIGN FOR THE
AUTUMN/WINTER 2027/2028 SEASON

สุธินี ตันอังสนากุล^{1*}, สุภาวินี จรุงเกียรติกุล², อ้อยใจ เลิศล้ำ¹, และรวินพัทธ์ กิริติพัฒน์ธำรง¹

Suthini Tanangsnakool^{1*}, Supawinee Charungkiattikul², Oijai Lertlam¹, and Rawinphat Kiatbhatthamrong¹
suthini.t@mail.rmutk.ac.th, Charungkiattikul@gmail.com, oijai.l@mail.rmutk.ac.th,
and rawinphat.k@mail.rmutk.ac.th

*Corresponding author E-mail: suthini.t@mail.rmutk.ac.th

¹สาขาออกแบบสิ่งทอและแฟชั่น คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

กรุงเทพมหานคร 10120 ประเทศไทย

Department of Textile and Fashion Design Faculty of Textile Industries Rajamangala University of Technology
Krunghtep, Bangkok 10120 Thailand

²สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ (หลักสูตรนานาชาติ) คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพมหานคร 10200 ประเทศไทย

Department of Design Art, Silpakorn University, Bangkok 10200 Thailand

Journal of Industrial Education. 2026, Vol. 25 (No. 2), <https://doi.org/10.55003/JIE.25210>

Received: May 5, 2026 | Revised: June 12, 2026 | Accepted: July 14, 2026

Citation reference :

Tanangsnakool, S., Charungkiattikul, S., Lertlam, O., & Kiatbhatthamrong, R. (2026). Study of an international workshop model for forecasting colour and material trends in textile, fashion, and lifestyle product design for the autumn/winter 2027/2028 season. *Journal of Industrial Education*, 25(2), 98-113.

ABSTRACT

This research clarifies an international workshop process for forecasting design industry trends, specifically focusing on colour and material trends for textile, fashion, and lifestyle product design for the Autumn/Winter 2027/2028 season. Addressing the limitations of traditional, localized forecasting methods, the study developed a qualitative case-study approach involving 15 expert organizational representatives from national creative industry bodies. Data were collected during a three-day international workshop in China, using trend mood boards, observation forms, field notes, photographic records, presentation documents, Post-it note records, a mood board analysis, visual analysis, thematic synthesis. The improved process transitioned from informal, moderator-led brainstorming to a structured, semi-formal international platform that integrated digital media with physical mood boards. Crucially, it introduced individual written contributions to mitigate dominant-speaker bias and ensure cross-cultural communication equality, alongside deliberate grouping to capture diverse expert perspectives. Data were analysed through content analysis, visual clustering analysis, thematic synthesis, triangulation, peer debriefing, member checking, and expert consensus validation. Using this refined methodology during a three-day intensive workshop, the findings are presented at two levels: the process level, which proposes an international workshop model consisting of national concept

presentation, cross-cultural analysis, market and material analysis, concept refinement, and consensus-based creation of new trend directions; and the data level, which identifies “Trust in Senses” as the seasonal concept and four colour and material directions for Autumn/Winter 2027/2028. The concept emphasizes the renewed importance of physical sensation, material authenticity, and emotional resilience in post-digital consumer contexts. Rather than focusing on fragmented sub-trends, the overall material and colour trajectory reflects expert interpretations of consumer needs, ranging from restorative calmness and nature-oriented materials to vibrant, expressive chromatic escape. The findings suggest that the model can support design education and professional trend forecasting by translating culturally diverse expert inputs into shared colour and material directions.

Keywords: Trend forecasting, International workshop, Consensus decision-making,
Colour and material trend

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้อธิบายกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติสำหรับการพยากรณ์แนวโน้มอุตสาหกรรมการออกแบบ โดยเน้นแนวโน้มสีและวัสดุสำหรับงานออกแบบสิ่งทอ แฟชั่น และผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ ฤดูกาล Autumn/Winter 2027/2028 เพื่อก้าวข้ามข้อจำกัดของการวิเคราะห์ในระดับท้องถิ่น ผู้วิจัยได้ศึกษาระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา ร่วมกับ ผู้แทนองค์กรผู้เชี่ยวชาญอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จาก 15 ประเทศ วิธีการวิจัยที่ปรับปรุงใหม่นี้ได้เปลี่ยนผ่านจากการระดมสมองแบบไม่เป็นทางการที่ใช้ผู้ดำเนินรายการเป็นศูนย์กลาง ไปสู่แพลตฟอร์มระดับนานาชาติแบบกึ่งทางการที่มีโครงสร้างชัดเจน โดยบูรณาการสื่อดิจิทัลเข้ากับกระบวนการทางความคิดแบบกายภาพ นวัตกรรมทางกระบวนการที่สำคัญคือการให้ผู้เข้าร่วมเขียนความคิดเห็นลงบนกระดาษโน้ตรายบุคคลเพื่อลดอิทธิพลของผู้พูดนำ และสร้างความเท่าเทียมในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ข้อมูลเก็บรวบรวมจากการประชุมเชิงปฏิบัติการระยะเวลา 3 วัน ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยใช้มู้ดบอร์ดแบบสังเกต บันทึกภาคสนาม ภาพถ่าย เอกสารนำเสนอ กระดาษโน้ตรายบุคคล แบบวิเคราะห์มู้ดบอร์ด แบบวิเคราะห์ข้อมูลภาพ และแบบสังเคราะห์ประเด็น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา การจัดกลุ่มข้อมูลภาพ การสังเคราะห์เชิงประเด็น การตรวจสอบสามเส้า การทบทวนโดยผู้ร่วมวิจัย และการยืนยันผลด้วยฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญ ผลการวิจัยพบว่า ข้อค้นพบของงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับเชิงกระบวนการ คือรูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติ ประกอบด้วย การนำเสนอแนวคิดระดับชาติ การวิเคราะห์ข้ามวัฒนธรรม การวิเคราะห์ตลาดและวัสดุ การสกัดและปรับแต่งแนวคิด และการสร้างทิศทางใหม่ด้วยฉันทามติ และระดับเชิงข้อมูล คือแนวคิดหลัก “Trust in Senses” พร้อมทิศทางสีและวัสดุ 4 อิมสำหรับฤดูกาล Autumn/Winter 2027/2028 แนวคิดดังกล่าวสะท้อน ความสำคัญของประสบการณ์ทางกายภาพ สัจจะของวัสดุ และความยืดหยุ่นทางอารมณ์ในบริบทสังคมหลังดิจิทัล พร้อมทิศทางสีและวัสดุ 4 อิม ได้แก่ ความสงบเพื่อการฟื้นฟู วัสดุและพื้นผิวที่รับรู้ได้จริง การกลับสู่ธรรมชาติ และการใช้สีเพื่อการแสดงออกทางอารมณ์ ผลการวิจัยสามารถประยุกต์ใช้เป็นกรอบการเรียนรู้ด้านการออกแบบ และเป็นแนวทางสำหรับการพยากรณ์แนวโน้มสีและวัสดุในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

คำสำคัญ: การพยากรณ์แนวโน้ม, การประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติ, การตัดสินใจกลุ่มแบบฉันทามติ, แนวโน้มสีและวัสดุ

1. บทนำ

การวิจัยและค้นคว้าเกี่ยวกับแนวโน้มตลาด ทิศทางการออกแบบ สี และวัสดุ ถือเป็นกระบวนการสร้างองค์ความรู้แบบสหวิชาชีพที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในยุคปัจจุบัน ท่ามกลางพลวัตการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตผู้บริโภคที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี (Ravasi et al., 2012, pp. 231-239) ข้อมูลเทรนด์ที่ผ่านการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบจะช่วยลดความเสี่ยงในการผลิตสินค้าที่ไม่ตอบสนองความต้องการของตลาด และเป็นเครื่องมือสำคัญในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของภาคธุรกิจ อย่างไรก็ตามการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการออกแบบของประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียนยังคงเผชิญกับข้อจำกัดสำคัญประการหนึ่ง คือการพึ่งพาฐานข้อมูลเทรนด์จากหน่วยงานเอกชนในต่างประเทศ อาทิ WGSN หรือ Nelly Rodi ซึ่งมีต้นทุนการเข้าถึงที่สูงมาก และมักไม่นำบริบทหรือศักยภาพทางวัฒนธรรมของประเทศไทยเข้าไปเป็นตัวแปรในการตัดสินใจกำหนดทิศทางเทรนด์โลก ทำให้ข้อมูลที่ได้บางครั้งขาดความสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและข้อจำกัดในการผลิตของพื้นที่จริง

เพื่อก้าวข้ามข้อจำกัดดังกล่าว การเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับข้อมูลสู่ผู้ร่วมกำหนดทิศทาง ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural analysis) ในระดับสากลจึงเป็นสิ่งจำเป็น การทบทวนวรรณกรรมพบว่า รูปแบบการพยากรณ์ที่แม่นยำมักเกิดจากการบูรณาการองค์ความรู้ของผู้เชี่ยวชาญ (Kim et al., 2011, pp. 71-72; Twine, 2015, pp. 14-15) และการทำงานร่วมกันแบบข้ามวัฒนธรรมเพื่อระบุแนวโน้มระยะยาว (Raymond, 2010, p. 44; Chevrier, 2003, pp. 141-149) ซึ่งกระบวนการตัดสินใจแบบกลุ่ม ที่มีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบอย่างเป็นระบบ จะช่วยเปิดรับความคิดเห็นที่แตกต่าง ขจัดอคติส่วนบุคคล และนำไปสู่การสร้างฉันทามติ (Consensus) ที่มีความน่าเชื่อถือสูง (Merkley et al., 2020, p. 101330) ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ผลักดันการนำทฤษฎีดังกล่าวมาปฏิบัติจริง ผ่านการเข้าร่วมเวทีประชุมพยากรณ์เทรนด์สีและวัสดุระดับโลก INTERCOLOR ณ เมืองฝอซาน นครกว่างโจว สาธารณรัฐประชาชนจีน เวทีนี้ได้รับรวมผู้เชี่ยวชาญจาก 15 ประเทศทั่วโลก ที่มาร่วมกันระดมสมอง แลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงลึก และวิเคราะห์แนวโน้มวิถีชีวิตเพื่อกำหนดทิศทางอุตสาหกรรมการออกแบบในอนาคต

จากปรากฏการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการถอดบทเรียนเพื่อนำมาพัฒนากระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติ โดยประยุกต์ใช้และเปรียบเทียบกับเทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus group) และการจัดประชุมผู้เชี่ยวชาญแบบดั้งเดิม (Bertrand et al., 1992, pp. 198-209; MacDougall & Baum, 1997, pp. 532-541) ทั้งนี้การพัฒนาแบบในงานวิจัยนี้ไม่ได้พิจารณาเฉพาะผลลัพธ์เทรนด์สีและวัสดุเท่านั้น แต่จากลักษณะเชิงกระบวนการ ได้แก่ ความชัดเจนของขั้นตอนการประชุม การบูรณาการสื่อดิจิทัลกับมัลติมีเดีย การจัดกลุ่มข้อมูลภาพและคำสำคัญ และการยืนยันผลลัพธ์ด้วยฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญ กระบวนการดังกล่าวมุ่งจัดการกับความหลากหลายของแนวคิดจาก 15 ประเทศ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือทางการศึกษาเพื่อยกระดับทักษะการพยากรณ์เทรนด์ให้แก่บุคลากรในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยให้มีความเข้าใจในกระบวนการพยากรณ์เทรนด์อย่างเป็นระบบ

จากที่กล่าวมาข้างต้น วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้จึงประกอบด้วย 1) เพื่อศึกษากระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติสำหรับการพยากรณ์แนวโน้มสีและวัสดุในงานออกแบบสิ่งทอ แฟชั่น และผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ 2) วิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิดจากผู้แทนผู้เชี่ยวชาญ 15 ประเทศ และ 3) นำเสนอทิศทางแนวโน้มสีและวัสดุสำหรับฤดูกาล Autumn/Winter 2027/2028 จำนวน 4 อิมหลัก เพื่อเป็นกรณีศึกษาเชิงประจักษ์ถึงประสิทธิภาพของกระบวนการที่พัฒนาขึ้น และเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้องค์ความรู้เพื่อการพัฒนาในอุตสาหกรรมการออกแบบต่อไป

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพยากรณ์แนวโน้มตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นหัวใจหลักในการระบุความต้องการของตลาด และเป็นรากฐานในการกำหนดกลยุทธ์เชิงลึก เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างผู้บริโภคและผลิตภัณฑ์ (Stankevich, 2017, pp. 7-14) กระบวนการพยากรณ์ดังกล่าวเริ่มต้นจากการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสร้างสมมติฐานเทรนด์ ที่มุ่งเน้นการรวบรวม สัญญาณแรกเริ่มมาจัดระบบความคิดผ่านการตั้งคำถามเชิงวิเคราะห์ เพื่อถ่ายทอดแนวคิดอย่างเป็นรูปธรรม (Scully et al., 2012, pp. 94-97) นอกจากนี้ งานวิจัยที่ผ่านมายังอาศัยเทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus group) (Bertrand et al., 1992, pp. 198-209) และการจัดประชุมผู้เชี่ยวชาญ (Expert panel) ในระดับองค์กรและระดับประเทศ (MacDougall & Baum, 1997, pp. 532-541) เพื่อสร้างพื้นที่ปลอดภัย

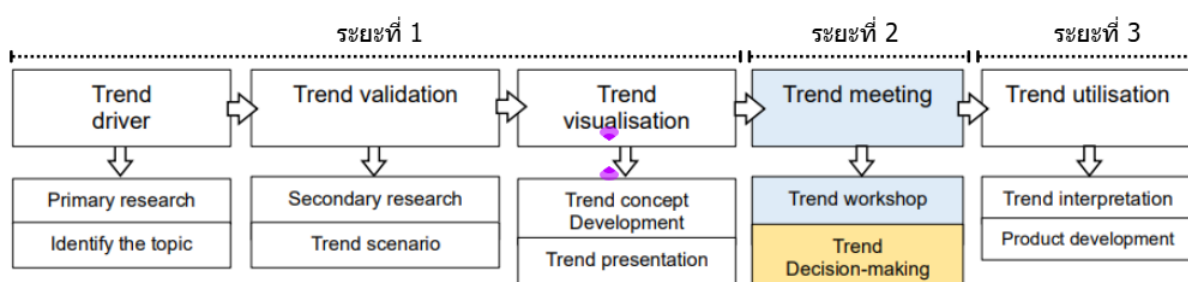
ในการแลกเปลี่ยนมุมมองที่หลากหลาย โดยมีผู้ดำเนินรายการ (Moderator) คอยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และป้องกันการคิดตามกลุ่ม ผ่านกลยุทธ์การเสนอความเห็นแย้ง (Nyumba et al., 2018, pp. 20-32 ; Paulus & Dzindolet, 2008, pp. 228-247) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยกลุ่มนี้ยังมีข้อจำกัดสำคัญ คือเป็นการอธิบายการใช้เทคนิควิธีการอันเชื่อมโยงกับการพยากรณ์แนวโน้ม หากแต่งานวิจัยนี้มุ่งอธิบายกระบวนการ ที่ผู้เชี่ยวชาญเปลี่ยนข้อมูลที่หลากหลายให้เป็นข้อสรุปร่วมกัน โดยเฉพาะในบริบทของการพยากรณ์แนวโน้ม ที่ใช้ทั้งข้อมูลเชิงภาพ คำสำคัญ ประสบการณ์ทางวัฒนธรรม และการตีความเชิงสุนทรีย์ การบูรณาการองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อแสวงหาข้อสรุปแนวโน้มที่เป็นที่ยอมรับร่วมกัน จึงเป็นทฤษฎีและแนวปฏิบัติพื้นฐานสำคัญที่ผู้วิจัยนำมาใช้อ้างอิงเพื่อออกแบบกระบวนการวิจัยในครั้งนี้ (Kim et al., 2011, pp. 71-72; Twine, 2015, pp. 14-15)

สำหรับแนวคิดและสมมติฐานการวิจัยที่นำมาประยุกต์ใช้และพัฒนาต่อยอดในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นไปที่การยกระดับกระบวนการสู่ระดับสากล ผ่านการวิเคราะห์ข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural analysis) เพื่อเชื่อมโยงความแตกต่างของบริบทอุตสาหกรรมและค่านิยมทางสังคม นำไปสู่การระบุแนวโน้มระยะยาวที่มีอิทธิพลสูง (Raymond, 2010, p. 44; Chevrier, 2003, pp. 141-149) ผู้วิจัยได้นำรูปแบบเวทีการประชุมขององค์กรสีระดับโลก Intercolor ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจาก 15 ประเทศที่ใช้กระบวนการ 3 วันในการนำเสนอและอภิปรายแนวโน้ม มาเป็นกรอบสมมติฐานหลักในการพัฒนากระบวนการระดมสมองเชิงปฏิบัติการ โดยออกแบบให้ผู้เข้าร่วมสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้อย่างอิสระปราศจากการอคติ (Merkley et al., 2020, p. 101330) จากนั้นจึงนำกระบวนการสร้างฉันทามติ มาเป็นเครื่องมือสำคัญในขั้นตอนการตัดสินใจ ผ่านการอภิปราย วิเคราะห์จัดกลุ่ม และลงมติ (Eden & Ackermann, 2010, pp. 231-272) เพื่อหาข้อตกลงร่วมกันอย่างโปร่งใสบนพื้นฐานของการเปิดใจรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง (Tanangsnakool, 2024, pp. 261 - 265) อย่างไรก็ตาม แนวคิดเหล่านี้ยังไม่ได้ถูกนำมาบูรณาการร่วมกับการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติที่แสดงขั้นตอน เครื่องมือ และตัวชี้วัดเชิงคุณภาพของกระบวนการอย่างชัดเจน เช่น การจัดกลุ่มข้อมูลภาพและคำสำคัญ และการยืนยันผลด้วยฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญ ช่องว่างดังกล่าวจึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้ ซึ่งมุ่งศึกษารูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติสำหรับการพยากรณ์แนวโน้มสีและวัสดุ โดยใช้กรณีการประชุมขององค์กร Intercolor ที่มีผู้แทนผู้เชี่ยวชาญจาก 15 ประเทศ แนวคิดทั้งหมดนี้ถูกนำมาสังเคราะห์และพัฒนาเป็นนวัตกรรมกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติ เพื่อให้ได้ทั้งรูปแบบกระบวนการที่ตรวจสอบได้และทิศทางแนวโน้มสีและวัสดุ ฤดูกาล Autumn/Winter 2027/2028

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 แนวความคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษากระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติสำหรับพยากรณ์แนวโน้มสีและวัสดุสำหรับงานออกแบบสิ่งทอ แฟชั่น และผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ ฤดูกาล Autumn/Winter 2027/2028 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา (Qualitative Case Study Research) โดยมุ่งศึกษากรณีการประชุมพยากรณ์แนวโน้มสีและวัสดุขององค์กร Intercolor ซึ่งมีผู้แทนผู้เชี่ยวชาญจาก 15 ประเทศเข้าร่วมกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติ กรอบแนวคิดในการวิจัยอ้างอิงจากกระบวนการพยากรณ์แนวโน้ม (Trend forecasting framework) ซึ่งเชื่อมโยงกับแนวคิดการตัดสินใจแบบกลุ่ม (Group decision-making) การวิเคราะห์ข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural analysis) การจัดกลุ่มข้อมูลภาพและคำสำคัญ (Moodboard and keyword classification) และการสร้างฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญ (Expert consensus) โดยกำหนดให้การประชุมพยากรณ์แนวโน้ม (Trend meeting) เป็นหน่วยวิเคราะห์หลักของงานวิจัยนี้ เนื่องจากเป็นช่วงสำคัญที่เปลี่ยนข้อมูลจากระดับชาติไปสู่ข้อสรุปแนวโน้มระดับนานาชาติ



รูปที่ 1 แนวความคิดการวิจัย
(Tanangsnakool, 2024, p. 73)

3.2 ขอบเขตการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการพยากรณ์เทรนด์ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

3.2.1 **ขอบเขตด้านเนื้อหา:** มุ่งเน้นการศึกษากระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติ เพื่อสกัดข้อมูลด้านวัสดุและสี สำหรับฤดูกาล AW 2027/2028 โดยจำกัดขอบเขตการศึกษาเฉพาะกระบวนการประชุมพยากรณ์แนวโน้มฤดูกาล Autumn/Winter 2027/2028 ขององค์กร Intercolor ซึ่งเป็นกระบวนการในระยะที่ 2 หรือ Trend Meeting เท่านั้น ส่วนกระบวนการในระยะที่ 1 คือการเตรียมข้อมูลก่อนการประชุม และระยะที่ 3 คือการนำผลแนวโน้มไปใช้ในอุตสาหกรรม จะถูกพิจารณาเป็นบริบทแวดล้อม เนื้อหาผลลัพธ์ของการวิจัยครอบคลุม 2 ส่วน คือ 1) กระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติ และ 2) ทิศทางแนวโน้มสีและวัสดุ ฤดูกาล Autumn/Winter 2027/2028 จำนวน 4 อิมหลัก

3.2.2 **ขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก:** ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) (Bryman, 2016, pp. 407-421) โดยคัดเลือกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญระดับนานาชาติที่เป็นตัวแทนจากสมาคมและองค์กรสีระดับชาติ จำนวน 15 ประเทศ รวมถึงตัวแทนจากประเทศไทย ที่ร่วมการประชุมเวทีองค์กรสีระดับโลก Intercolor เกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย 1) เป็นผู้แทนจากองค์กรสี สมาคม หรือหน่วยงานด้านการออกแบบ 2) มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับ การพยากรณ์แนวโน้ม สี วัสดุ สิ่งทอ แฟชั่น หรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และ 3) เข้าร่วมกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการ ในช่วงเวลาที่กำหนด

3.2.3 **ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา:** แม้งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา ผู้วิจัยกำหนดตัวแปร ดังนี้

1) ตัวแปรต้น ได้แก่ ข้อมูลแนวโน้มจากผู้แทนผู้เชี่ยวชาญ 15 ประเทศ มู้ดบอร์ดแนวโน้ม สี วัสดุ พื้นผิว คำสำคัญ ภาพประกอบ แนวคิดระดับชาติ และบริบทของแต่ละประเทศนำเสนอ

2) ตัวแปรตาม หรือผลลัพธ์ของการศึกษา ได้แก่ รูปแบบกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติ คุณลักษณะเชิงคุณภาพของรูปแบบ ได้แก่ ความชัดเจนของขั้นตอน การจัดระบบข้อมูล และ ทิศทางแนวโน้มสีและวัสดุ ฤดูกาล Autumn/Winter 2027/2028 จำนวน 4 อิมหลัก

3) ตัวแปรควบคุม ได้แก่ ฤดูกาลที่ศึกษา Autumn/Winter 2027/2028 บริบทการประชุมขององค์กร Intercolor ระยะเวลาประชุม 3 วัน และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสิ่งทอ แฟชั่น และผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสังเกตกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Observation form) ใช้บันทึกขั้นตอนการประชุม นอกจากนี้ มีแบบบันทึกภาคสนาม (Field note) ใช้บันทึกข้อสังเกตของผู้วิจัยระหว่างการประชุม เช่น ประเด็นอภิปรายสำคัญ ความเห็นที่เกิดขึ้น และบริบทของการตัดสินใจร่วม ส่วนอุปกรณ์ที่ใช้ ได้แก่ กระดาษบันทึกความคิดเห็นรายบุคคล (Post-it note records) ใช้รวบรวมความคิดเห็นของผู้แทนแต่ละประเทศเป็นรายบุคคล รวมถึงมู้ดบอร์ดและเอกสารประกอบการนำเสนอของผู้แทนแต่ละประเทศ ที่แสดงภาพประกอบ คำสำคัญ ตัวอย่างสี วัสดุ พื้นผิว และคำอธิบายแนวคิด ประกอบกับ ภาพถ่ายและ บันทึกภาพกระบวนการประชุม ใช้เป็นหลักฐานประกอบการวิเคราะห์ขั้นตอนการจัดกลุ่มข้อมูล การอภิปรายกลุ่มย่อย

3.4 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเอกสารและกำหนดกรอบแนวคิด ผู้วิจัยศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพยากรณ์แนวโน้ม การวิเคราะห์ข้ามวัฒนธรรม การตัดสินใจแบบกลุ่ม การประชุมผู้เชี่ยวชาญ การจัดกลุ่มข้อมูลภาพ และการสร้างฉันทมติเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดและประเด็นวิเคราะห์

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดกรณีศึกษาและผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยกำหนดกรณีศึกษาคือการประชุมพยากรณ์แนวโน้มสีและวัสดุขององค์กร Intercolor ฤดูกาล Autumn/winter 2027/2028 และคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงจากผู้แทนผู้เชี่ยวชาญ 15 ประเทศที่เข้าร่วมการประชุม

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บข้อมูลจากกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการประชุมระยะเวลา 3 วัน โดยใช้แบบสังเกต แบบบันทึกภาคสนาม ภาพถ่าย มัลติบอร์ด เอกสารประกอบการนำเสนอ และกระดาษบันทึกความคิดเห็นรายบุคคล

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากมัลติบอร์ดและเอกสารนำเสนอ หลังจากได้รับมัลติบอร์ดจากผู้แทนแต่ละประเทศ ผู้เข้าร่วมประชุมนำข้อมูลที่ได้ออกจากการนำเสนอมาวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพื่อค้นหาจุดร่วม และจุดต่าง ของค่านิยมทางสังคมและพฤติกรรมผู้บริโภคระหว่างประเทศ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วย Mood board analysis การวิเคราะห์ข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural analysis) และ Visual Clustering and Keyword grouping เพื่อจำแนกแนวคิด สี วัสดุ พื้นผิว คำสำคัญ และบริบทผู้บริโภค ก่อนเข้าสู่การจัดกลุ่มและสังเคราะห์ธีมแนวโน้ม ใช้การวิเคราะห์ตลาด (Market analysis) บูรณาการข้อมูลข้ามวัฒนธรรมเข้ากับบริบททิศทางอุตสาหกรรมการออกแบบในสเกลระดับโลก เพื่อประเมินความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์และทิศทางของนวัตกรรมวัสดุ

ขั้นตอนที่ 5 การสังเคราะห์ธีมแนวโน้มและตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ผู้เข้าร่วมประชุมใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา การจัดกลุ่มธีม และการสังเคราะห์เชิงประเด็น การสกัดและปรับแต่งแนวคิด (Refining the concepts) เพื่อพัฒนาเป็นแนวคิดหลักและทิศทางสีและวัสดุ จากนั้นตรวจสอบความน่าเชื่อถือด้วยการตรวจสอบสามเส้า การทบทวนโดยผู้ร่วมวิจัย และตัดทอนข้อมูลที่มีความกำกวมหรือซ้ำซ้อนทิ้งไป

ขั้นตอนที่ 6 การสรุปรูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติ ผู้วิจัยสรุปรูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการที่ศึกษา โดยพิจารณาจากตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ ได้แก่ ความชัดเจนของขั้นตอน ความเท่าเทียมในการมีส่วนร่วม การลดอิทธิพลของผู้พูดนำ การจัดกลุ่มข้อมูลอย่างเป็นระบบ และการสร้างทิศทางใหม่และฉันทมติ (Creating new directions) ขั้นตอนสุดท้ายของการประยุกต์ใช้ทฤษฎีและกระบวนการตัดสินใจ เพื่อหลอมรวมแนวคิดที่ผ่านการสกัดทั้งหมดให้ตกผลึกเป็นแนวโน้มหลัก (Core themes)

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการระหว่างการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติ ระยะเวลา 3 วัน ณ เมืองฝอชาน นครกว่างโจว สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีสมาคมสีแฟชั่นแห่งประเทศจีน (China Fashion Color Association: CFC) เป็นเจ้าภาพ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 5 ประเภท ได้แก่

- 1) ข้อมูลจากมัลติบอร์ดและเอกสารประกอบการนำเสนอของผู้แทนผู้เชี่ยวชาญ 15 ประเทศ
- 2) ข้อมูลจากการสังเกตกระบวนการประชุม การอภิปราย การจัดกลุ่มข้อมูล และการสร้างฉันทมติ
- 3) ข้อมูลจากบันทึกภาคสนามของผู้วิจัย ซึ่งบันทึกประเด็นสำคัญ ความเห็นซ้ำ และบริบทของการตัดสินใจร่วม
- 4) ข้อมูลจากกระดาษบันทึกความคิดเห็น หรือ Post-it note ซึ่งใช้รวบรวมความคิดเห็นจากผู้แทนแต่ละประเทศ
- 5) ข้อมูลจากภาพถ่ายและบันทึกภาพกระบวนการประชุม ซึ่งใช้เป็นหลักฐานประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลภาพ

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- 1) การจัดระเบียบข้อมูลเบื้องต้น นั้นได้รวบรวมข้อมูลจากมัลติบอร์ด เอกสารนำเสนอ บันทึกภาคสนาม แบบสังเกต Post-it และภาพถ่าย แล้วจัดหมวดหมู่เป็นข้อมูลด้านแนวคิด สี วัสดุ พื้นผิว คำสำคัญ ภาพสัญลักษณ์ และบริบทผู้บริโภค
- 2) การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) อ่านและวิเคราะห์ข้อความจากเอกสารนำเสนอ คำสำคัญ บันทึกภาคสนาม และ Post-it เพื่อค้นหาประเด็นที่เกิดซ้ำความหมายร่วม และความแตกต่างของแนวคิดจากผู้แทนแต่ละประเทศ
- 3) การเข้ารหัสข้อมูลแบบเปิด (Open coding) ได้กำหนดรหัสเบื้องต้นจากข้อมูลที่ปรากฏ เช่น กลุ่มทางวัสดุที่สัมพันธ์กัน กลุ่มโทนสี กลุ่มที่มีความเป็นดิจิทัล และกลุ่มที่ใช้แนวคิดจากลัทธิทางศิลปะ

- 4) การเข้ารหัสเชื่อมโยงหมวดหมู่ (Axial coding) ได้นำรหัสเบื้องต้นมาจัดกลุ่มตามความสัมพันธ์ของความหมาย เช่น กลุ่มความสงบและการเยียวยา กลุ่มความยืดหยุ่นทางอารมณ์ กลุ่มที่มีอิสระด้วยสี และกลุ่มความสัมพันธ์ของมนุษย์กับธรรมชาติ
- 5) การวิเคราะห์และจัดกลุ่มข้อมูลภาพ (Visual clustering analysis) ได้วิเคราะห์มู้ดบอร์ดของแต่ละประเทศ โดยพิจารณาโทนสี วัสดุ พื้นผิว ภาพสัญลักษณ์ อารมณ์ของภาพ และความหมายเชิงวัฒนธรรม จากนั้นจัดกลุ่มข้อมูลภาพ สี วัสดุ และคำสำคัญที่มีความสัมพันธ์กัน เพื่อค้นหาแนวโน้มร่วมและแนวโน้มเฉพาะของแต่ละภูมิภาค
- 6) การสังเคราะห์เชิงประเด็น (Thematic synthesis) ผู้วิจัยสังเคราะห์รหัสและกลุ่มข้อมูลที่ได้จาก Open coding, Axial coding และ Visual clustering ให้เป็นธีมแนวโน้มหลัก โดยพิจารณาความสอดคล้องระหว่างแนวคิด สี วัสดุ พฤติกรรม ผู้บริโภค และบริบทสังคมระดับนานาชาติ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ได้มีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วย 4 วิธี ได้แก่ Triangulation โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากมู้ดบอร์ด เอกสารนำเสนอ บันทึกภาคสนาม Post-it และภาพถ่าย นอกจากนี้ยังมี Peer debriefing โดยให้ผู้ร่วมวิจัยตรวจทานการจัดกลุ่มรหัสและธีมแนวโน้ม อีกวิธีการคือ Member checking โดยนำข้อสรุปเบื้องต้นกลับไปตรวจสอบกับข้อมูลและข้อคิดเห็นจากผู้แทนที่เกี่ยวข้อง และท้ายที่สุดคือ Expert validation โดยใช้ฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญในการยืนยันความเหมาะสมของธีมแนวโน้ม สี วัสดุ และคำสำคัญ

4. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้ ประกอบด้วย 1) การศึกษากระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการโดยวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบการประชุมระดับชาติกับระดับนานาชาติ ดังตารางที่ 1 2) การวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวความคิดจาก 15 ประเทศ ดังตารางที่ 2 และ 3) การนำเสนอผลลัพธ์สรุปทิศทางวัสดุและสี ฤดูกาล AW 2027/2028 จำนวน 4 ธีมหลัก ดังตารางที่ 3 องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยนี้จึงมี 2 ระดับ ได้แก่ องค์ความรู้เชิงกระบวนการ คือรูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติที่ใช้การวิเคราะห์ข้ามวัฒนธรรม การจัดกลุ่มข้อมูลภาพและคำสำคัญ และฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญเป็นกลไกในการสร้างข้อสรุปร่วม และองค์ความรู้เชิงเนื้อหา คือทิศทางสีและวัสดุทั้ง 4 ธีมซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบสิ่งทอ แฟชั่น ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ การสร้างมู้ดบอร์ด การเลือกกลุ่มสี การพัฒนาพื้นผิววัสดุ และการจัดการเรียนรู้ด้านการพยากรณ์แนวโน้มได้

4.1 ผลการศึกษารูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการโดยวิเคราะห์ระหว่างประเทศไทยกับระดับนานาชาติ

ข้อมูลส่วนนี้เป็นผลการวิจัยที่องค์ความรู้เชิงกระบวนการ โดยนำเสนอตารางที่ 1 และการวิเคราะห์ ได้แก่ ความชัดเจนของขั้นตอน ความเท่าเทียม การลดอคติ การจัดกลุ่มข้อมูล และฉันทามติ

ตารางที่ 1 กระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการโดยวิเคราะห์ระหว่างประเทศไทยกับระดับนานาชาติ

กระบวนการ	การประชุมเชิงปฏิบัติการประเทศไทย	การประชุมเชิงปฏิบัติการนานาชาติ
1 การนำเสนอแนวคิดประกอบด้วย มู้ดบอร์ดอารมณ์และโทนสี (Trend moodboard)		
	รูปที่ 2 กลุ่มประชุมเชิงปฏิบัติการประเทศไทย	รูปที่ 3 กลุ่มประชุมเชิงปฏิบัติการนานาชาติ
การวิเคราะห์	รูปแบบการประชุมเป็นแบบการนั่งล้อมวงแบบไม่เป็นทางการ ส่งเสริมการสื่อสารและออกความเห็น ที่ตอบสนองทันที และเป็นธรรมชาติ	รูปแบบการประชุม แบบนั่งโต๊ะประชุม เป็นแบบ กึ่งทางการ เปิดโอกาสให้ซักถาม ภายหลังจากการนำเสนอสิ้นสุด

ตารางที่ 1 (ต่อ) กระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการโดยวิเคราะห์ระหว่างประเทศไทยกับระดับนานาชาติ

กระบวนการ	การประชุมเชิงปฏิบัติการประเทศไทย	การประชุมเชิงปฏิบัติการนานาชาติ
	 รูปที่ 4 ผู้แทนองค์กร นำเสนอบอร์ด	 รูปที่ 5 ผู้แทนประเทศอิตาลี นำเสนอบอร์ด
การวิเคราะห์	ใช้อุปกรณ์คือ บอร์ด ประกอบด้วย คำสำคัญ รูปภาพและ วิดีโอ ติดแสดงอยู่บนแผ่นบอร์ด	ใช้อุปกรณ์คือ บอร์ด และใช้โปรเจกเตอร์ สำหรับแสดงข้อมูลที่เป็นไฟล์ดิจิทัล และนำวัสดุอื่นที่ช่วยสื่อสารแรงบันดาลใจนอกเหนือจากข้อมูลบนแผ่นบอร์ด
2 การวิเคราะห์ข้ามวัฒนธรรม ผู้เข้าร่วมประชุมนำข้อมูลที่ได้จากการนำเสนอวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพื่อค้นหาจุดร่วม และจุดต่าง ของ ค่านิยม	 รูปที่ 6 การระดมสมองแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยผู้ดำเนินการประชุม เขียนความคิดลงกระดาน	 รูปที่ 7 การระดมสมองแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยผู้เข้าร่วมประชุม เขียนความคิดลงกระดาษโน้ต Post-it
การวิเคราะห์	ผู้ดำเนินการประชุมทำหน้าที่จัดบันทึกการแลกเปลี่ยนระดมสมอง ลงบนกระดาน ซึ่งมีข้อจำกัดหากในกลุ่มมีผู้ที่คล่องแคล่วในการแสดง มากน้อย แตกต่างกัน ความคิดเห็นอาจถูกมองข้ามได้ หากแต่เทคนิคนี้ช่วยกระชับเวลาการประชุม สรุปความเห็นที่ชัดเจน	การระดมสมองแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม เขียนความคิดลงกระดาษโน้ต Post-it ช่วยให้ผู้แทนแต่ละประเทศได้แสดงความคิดเห็นได้เท่ากัน แม้ความคล่องแคล่วทางภาษาอาจต่างกัน เทคนิคนี้ต้องอาศัยขั้นตอนในการรวบรวม แยกแยะ และสรุปต่อไป
3 การวิเคราะห์บูรณาการข้อมูลข้ามวัฒนธรรมเข้ากับบริบททิศทางอุตสาหกรรมการออกแบบ เพื่อประเมินความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์และทิศทางของนวัตกรรมวัสดุ	 รูปที่ 8 การระดมสมองแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยการจัดกลุ่ม Moodboard ตามความเชื่อมโยงของข้อมูล	 รูปที่ 9 การระดมสมองแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยการจัดกลุ่ม Moodboard ตามความเชื่อมโยงของข้อมูล
การวิเคราะห์	ผู้เข้าร่วม ใช้การระดมสมองกลุ่ม ด้วยวาจา และการมองเห็น วิเคราะห์ข้อมูล และจัดกลุ่มข้อมูลตามความหมายและการตีความออกมาเป็นโทนสี	ผู้เข้าร่วม ใช้การระดมสมองกลุ่ม ด้วยวาจา และการมองเห็น วิเคราะห์ข้อมูล และจัดกลุ่มข้อมูลตามความหมายและการตีความออกมาเป็นโทนสี

ตารางที่ 1 (ต่อ) กระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการโดยวิเคราะห์ระหว่างประเทศไทยกับระดับนานาชาติ

กระบวนการ	การประชุมเชิงปฏิบัติการประเทศไทย	การประชุมเชิงปฏิบัติการนานาชาติ
4 การสกัดและปรับแต่งแนวคิด (Refining the concepts) กระบวนการระดมสมองเชิงลึกเพื่อหาข้อตกลงร่วมกัน โดยดำเนินการจัดกลุ่มองค์ประกอบภาพ สี และคำสำคัญ ที่มีความสอดคล้องกัน และตัดทอนข้อมูลที่มีความกำกวมหรือซ้ำซ้อนทิ้งไป	 รูปที่ 10 ผู้เข้าร่วมประชุม แบ่งกลุ่มย่อยเพื่อระดมสมองเชิงลึก แต่ละกลุ่มข้อมูล	 รูปที่ 11 ผู้แทนประเทศแบ่งกลุ่มย่อยเพื่อระดมสมองเชิงลึก แต่ละกลุ่มข้อมูล
การวิเคราะห์	การแบ่งกลุ่มย่อย โดยผู้เข้าร่วมแต่ละกลุ่มย่อยจะต้องมีความหลากหลาย มาจากต่างองค์กร เพศ และวัย เพื่อให้การพัฒนาแนวคิดครอบคลุมตอบสนองผู้บริโภคภาพรวมของไทย	การแบ่งกลุ่มย่อย โดยผู้เข้าร่วมแต่ละกลุ่มย่อยจะต้องมีความหลากหลาย มาจากต่างองค์กร เพศและวัย และประเทศ เพื่อให้การพัฒนาแนวคิดครอบคลุมตอบสนองผู้บริโภคสากล
5 การสร้างทิศทางใหม่และฉันทามติ ขั้นตอนสุดท้ายของการประยุกต์ใช้ทฤษฎีสีและกระบวนการตัดสินใจเพื่อหลอมรวมแนวคิดที่ผ่านการสกัดทั้งหมดให้ตกผลึกเป็นแนวโน้มหลัก (Core themes) สำหรับฤดูกาล AW 2027/2028	 รูปที่ 12 ผู้เข้าร่วมประชุมหารือร่วมกันต่อผลลัพธ์	 รูปที่ 13 ผู้แทนประเทศหารือร่วมกันต่อผลลัพธ์
การวิเคราะห์	ใช้การหารือร่วมกันทั้งหมด นำโดยผู้ดำเนินการประชุม หากมีความเห็นเพิ่มเติม หรือทักท้วงสามารถทำได้ในขั้นตอนนี้ ผลลัพธ์ในขั้นตอนนี้ เป็น แนวความคิด 4 ธีม จากการระดมข้อมูลจากผู้เข้าร่วมทั้งหมด	ใช้การหารือร่วมกันทั้งหมด นำโดยผู้ดำเนินการประชุม หากมีความเห็นเพิ่มเติม หรือทักท้วงสามารถทำได้ในขั้นตอนนี้ ผลลัพธ์ในขั้นตอนนี้ เป็น แนวความคิด 4 ธีม จากการระดมข้อมูลจากผู้เข้าร่วมทั้งหมด มีการแบ่งปันข้อมูลจากการประชุมให้กับผู้แทนแต่ละประเทศ

จากตารางที่ 1 พบว่ารูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติที่พัฒนาขึ้นมีลักษณะเด่น 5 ประการ ได้แก่ 1) การกำหนดขั้นตอนการประชุมที่ชัดเจนจากการนำเสนอแนวคิดระดับชาติไปสู่การสร้างฉันทามติ 2) การใช้สื่อดิจิทัลร่วมกับมัลติมีเดียช่วยทำให้ข้อมูลเชิงภาพ สี วัสดุ และคำสำคัญถูกนำเสนอได้ครบถ้วนมากขึ้น 3) การใช้การเขียนความคิดเห็นรายบุคคลผ่านกระดาษบันทึกความคิดเห็น ช่วยลดอิทธิพลของผู้พูดนำและลดข้อจำกัดด้านภาษา 4) การจัดกลุ่มย่อยที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมช่วยให้การตีความแนวโน้มครอบคลุมบริบทผู้บริโภคระดับสากล และ 5) การยืนยันผลผ่านการหารือร่วมและฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการสังเคราะห์ ดังนั้น การพัฒนากระบวนการในงานวิจัยนี้ไม่ได้พิจารณาเพียงผลลัพธ์ของเทรนด์ แต่พิจารณาจากคุณภาพของกระบวนการมีส่วนร่วม การจัดระบบข้อมูล และการสร้างข้อสรุปร่วมของผู้เชี่ยวชาญจากหลายประเทศ

การที่หลายประเทศนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับธรรมชาติ วัสดุพื้นถิ่น พื้นผิวจริง และกลุ่มสี Earth tone สามารถตีความได้ว่าเป็นปฏิกิริยาตอบสนองต่อสังคมหลังดิจิทัล ซึ่งผู้บริโภคเผชิญกับความเหนื่อยล้าจากข้อมูล ความไม่แน่นอนทางสังคม และความสัมพันธ์ที่ถูกทำให้เป็นดิจิทัลมากขึ้น สี Earth tone และวัสดุธรรมชาติจึงทำหน้าที่เป็นสัญญาณที่เชื่อมโยงผู้บริโภคกลับสู่ความมั่นคง และประสบการณ์สัมผัสทางกายภาพ การเกิดขึ้นพร้อมกันของกลุ่มสีและวัสดุประเภทนี้ในหลายประเทศจึงไม่ได้เป็นเพียงความนิยมด้านสุนทรียะ แต่สะท้อนความต้องการร่วมของผู้บริโภคระดับโลกในการฟื้นฟูสมดุลทางอารมณ์และสร้างความยืดหยุ่นทางจิตใจ

4.2 การวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวความคิดจาก 15 ประเทศ โดยสรุปจุดร่วมของข้อมูล และการเลือกใช้สี

ข้อมูลส่วนนี้เป็นองค์ความรู้เชิงเนื้อหา ที่สามารถนำไปใช้กับการออกแบบสิ่งทอ แฟชั่นและผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวความคิดจาก 15 ประเทศ

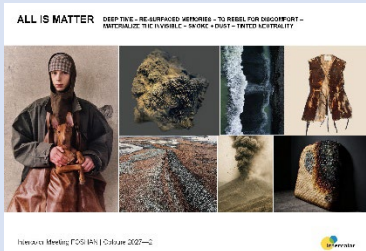
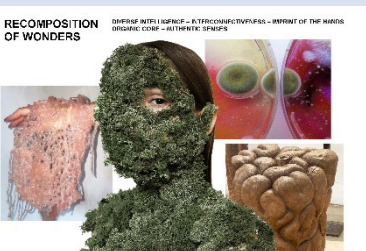
	ประเทศ (Country)	สรุปแนวคิดหลัก (Main concept and keywords)	รายการวัสดุสีและคุณลักษณะสี (Colour and material palette)
1	จีน (China)	Fairy tale การใช้ เทพนิยาย เป็นภาพสะท้อนโลกความจริงเพื่อ ค้นหาความงามท่ามกลางวิกฤต	กลุ่มสีแห่งเทพนิยายและสัญลักษณ์ สีที่แสดงถึง ความงามที่เฝ้าฝันถึงความงาม
2	ญี่ปุ่น (Japan)	The third form of humanity - Angelic being มองผู้สูงอายุป็น มนุษยชาติ ที่หลุดพ้นจากกรอบสังคม	กลุ่มสีสว่างใสและโปร่งเบา เช่น สีเขียวอม เหลืองสว่าง, ฟ้ามุขเขียว, ชมพูอมม่วงละมุน
3	ตุรกี (Türkiye)	The Transformative power พลังแห่งการเปลี่ยนแปลงที่หาความ สมดุลระหว่าง จากภายใน และพลังของการเชื่อมโยงร่วมกับผู้คน	กลุ่มสีสงบเยือก ปะทะ สีเฉลิมฉลอง สีเบจอบ อุ่น, เทาหมอก, น้ำตาลเข้มลุ่มลึก ตัดกับ สีชมพู อมม่วง
4	ไทย (Thailand)	The rise of honest design การออกแบบที่ซื่อสัตย์ต่อความจริง และอารมณ์ (Presence, Truth, Emotional clarity)	กลุ่มสีแห่งความซื่อสัตย์และสมดุล สีสบอุ่น ลดทอนความสดใส (เบจละมุน, ฟ้ามุข), สีฟ้าละมุน
5	โปรตุเกส (Portugal)	Disputed realities พื้นที่แห่งการปะทะที่แบ่งขั้ว (Polarization) ระหว่างสัญญาณกับเทคโนโลยี (Codes and pulse)	กลุ่มสีแห่งความขัดแย้ง สีธรรมชาติ ปะทะ สี สังเคราะห์ สีหน้าจอดีเทล รวมถึงสีเนื้อแท้
6	ฝรั่งเศส (France)	Rituals การใช้ พิธีกรรม เป็นยารักษาความเปราะบางของโลก ผ่าน พิธีกรรมดั้งเดิม (Original ritual)	กลุ่มสีดั้งเดิมผสมความล้ำยุค สีเอิร์ธโทนจาก ดิน สีซีเปีย, สีร้อนแรง สีส้มอิฐ, สีพาสเทล มุก โปร่งแสง
7	ฟินแลนด์ (Finland)	The balance of hand, machine, and nature การสร้างสรรค์ ระหว่าง งานคราฟต์ทำมือ (Crafted / materialized)	กลุ่ม สีจากงานฝีมือสีย้อมอบอุ่น, สีเทคโนโลยี เมทัลลิกฟาดิจิทัล และสีธรรมชาติที่ได้รับการปรุง แต่ง
8	เยอรมนี (Germany)	Lifestyle colours สีในฐานะพลังขับเคลื่อน ผ่านจิตวิญญาณขบถ (Mutiny Spirit), ธรรมชาติทรงประสิทธิภาพ (Efficient nature)	กลุ่มสีตอบสนองวิถีชีวิต สีแร่ธาตุดิบเท่ หิน ธรรมชาติ, สีธรรมชาติที่หล่อเลี้ยงชีวิต, สีสังเคราะห์
9	สหรัฐอเมริกา (USA)	The new cognitive evolution การใช้ศาสตร์ประสาทวิทยา เชื่อมโยงกับ คลื่นสมอง 4 ระดับ จิตใต้สำนึก และจิตสำนึกชั้นสูง	กลุ่มสีตามคลื่นสมอง สีม่วงแดงลึกกลับ, สีฟ้าเบจ, สีเหลืองส้มจัดจ้านผสมสีเมือง และสีเขียวเรืองแสง
10	สเปน (Spain)	Endogenous การสร้างนวัตกรรมจากทรัพยากรท้องถิ่น และประสิทธิภาพในการย้อมสีให้เกิดเฉดที่หลากหลาย	พื้นผิวสิ่งทอและสีธรรมชาติ ผ้าสักหลาดขนแกะ สีขาวดิบ เทาเบจ และน้ำตาล ย้อมด้วยสี ธรรมชาติ
11	อังกฤษ (UK)	The magic of recomposition สีในสวนแห่งชีวิต ผ่านการเยียวยา ด้วยธรรมชาติ, การแสดงออกเหนือจริง, การหลีกหนีในความมืด	กลุ่มสีแห่งวัฏจักร สีธรรมชาติที่สุกอมอบอุ่น, สีสดใสเหนือจริงแบบ 3D, สีมืดมืดที่แฝง ประกายแสง
12	อิตาลี (Italy)	Disorientation - displacement สภาวะสับสนทิศทางและการ ย้ายถิ่น สีในฐานะสสารที่มีชีวิต ผ่านละอองฝุ่นแห่งความทรงจำ	กลุ่มสีสร้างมิติ สีฝุ่นละออง (เทาฝุ่น, เบจ), สีเข้มลุ่มลึกที่ถูกตัดด้วยแสงดิจิทัล (น้ำเงิน, ม่วงอมดำ)
13	อินโดนีเซีย (Indonesia)	Silver lining แสงสว่างที่ปลายอุโมงค์ในยุค ผ่านแรงบันดาลใจ ทางอารมณ์ ความโกรธ การใช้อารมณ์ขันและมีล้อเลียน	กลุ่มสีแห่งสถานการณ์โลก สีภูเขาไฟ (แดงลาวา, เทาถ้ำถ้ำ), สีป๊อปเสียดสี (ชมพู, สีไซเบอร์)
14	อียิปต์ (Egypt)	Polarizing waves คลื่นแห่งการแบ่งขั้ว สันหว้งปะทะความหวัง ทำลายปะทะสร้างสรรค์ และแบ่งแยกปะทะรวมเป็นหนึ่ง	การจับคู่ขัดแย้งข้าม เช่น สีหม่นหมอง ปะทะ สี สว่างใส, สีเอิร์ธโทน ปะทะ สีสดจากนวัตกรรม
15	ฮังการี (Hungary)	4 ห้วงอารมณ์แห่งยุคสมัย (Poetic expressions) การใช้คำกวีตั้ง ชื่อสีสะท้อนความรู้สึกผ่าน ดวงดาวที่จางดับ รุ่งอรุณที่ผ่านกาลเวลา	กลุ่มสีตามห้วงอารมณ์ สีโทนเย็น/ดิจิทัลลึกกลับ, สีเอิร์ธโทนที่ผ่านกาลเวลา, สีพาสเทล/สไตล์เร โทร

เมื่อพิจารณาภาพรวมของข้อมูลจากตารางที่ 2 พบว่าแนวโน้มสีและวัสดุฤดูกาล Autumn/Winter 2027/2028 มีความสัมพันธ์กับบริบทของสังคมหลังดิจิทัลอย่างชัดเจน กล่าวคือ หลังจากผู้บริโภคใช้ชีวิตอยู่ท่ามกลางเทคโนโลยี การสื่อสารออนไลน์ และความไม่แน่นอนในชีวิตประจำวัน สีและวัสดุไม่ได้ทำหน้าที่เพียงสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ แต่ทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงประสบการณ์ที่ช่วยให้ผู้บริโภคกลับมารับรู้ร่างกาย ประสบการณ์สัมผัสจริง และอารมณ์ของตนเอง แนวคิด Trust in Senses, จึงเป็นข้อสรุปที่เชื่อมโยงข้อมูลจากหลายประเทศเข้าด้วยกัน โดยสะท้อนความต้องการของผู้บริโภคในการพึ่งพาประสาทสัมผัส ความจริงของวัสดุ และความมั่นคงทางอารมณ์ในโลกที่ถูกขับเคลื่อนด้วยดิจิทัล

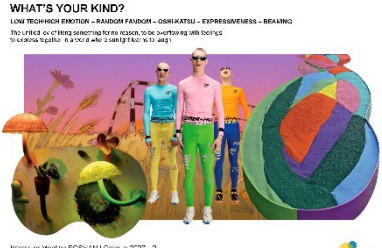
4.3 ผลลัพธ์สรุปทิศทางวัสดุและสี ฤดูกาล AW 2027/2028 จำนวน 4 อิมหลัก

ข้อมูลส่วนนี้เป็นองค์ความรู้เชิงเนื้อหา ที่สามารถนำไปใช้กับการออกแบบสิ่งทอ แฟชั่นและผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์

ตารางที่ 3 ผลการสรุปข้อมูล 4 อิมย่อยจากมติการประชุมเทรนด์สีระดับโลก Intercolor AW 2027/2028

อิมหลัก Trust in senses เชื่อมมั่นในประสาทสัมผัส			
	ชื่ออิมย่อย (Sub-theme)	สรุปแนวคิดหลัก (Main concept and keywords)	กลุ่มสีและคุณลักษณะสี (Colour palette and characteristics)
1	All is matter (ทุกสิ่งล้วนมีสาระและตัวตน) สะท้อนการตอบสนองต่อ post-digital fatigue และความต้องการประสบการณ์ทางกายภาพ	สารและความทรงจำ ดึงลึกสู่กาลเวลา (Deep time) เพื่อดึงความทรงจำที่ซ่อนเร้นให้ปรากฏ (Materialize the invisible) และกล้ำขบ เพื่อก้าวข้ามความคุ้นเคย  รูปที่ 14 Moodboard อิมที่ 1	กลุ่มสีฝุ่นควันและสีกลางมีมิติ สีเทาฝุ่นควัน (Smoky grey) สีเบจแห่งกาลเวลา (Deep time beige) สีหินแร่ดิบ (Raw mineral)  รูปที่ 15 วัสดุสี อิมที่ 1
2	Recomposition of wonders (การประกอบร่างสร้างสิ่งมหัศจรรย์) สะท้อนการแสวงหาความมั่นคง ความสงบ และการเชื่อมโยงกลับสู่ระบบนิเวศ	ธรรมชาติและงานคราฟต์ ความหลากหลายทางสติปัญญาและการเชื่อมโยงของระบบนิเวศ (Interconnectiveness) ให้คุณค่ากับการสร้างสรรค์จากมือมนุษย์ (Imprint of the hands)  รูปที่ 16 Moodboard อิมที่ 2	กลุ่มสีธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ สีนํ้าตาลรากไม้ (Authentic brown) สีเขียวแห่งความเชื่อมโยง (Interconnected Green) สีดินเผางานคราฟต์ (Handcrafted terracotta)  รูปที่ 17 วัสดุสี อิมที่ 2

ตารางที่ 3 (ต่อ) ผลการสรุปข้อมูล 4 อิมเมจจากมติการประชุมเทรนด์สีระดับโลก Intercolor AW 2027/2028

ธีมหลัก Trust in senses เชื่อมมั่นในประสาทสัมผัส			
	ชื่ออิมเมจย่อย (Sub-theme)	สรุปแนวคิดหลัก (Main concept and keywords)	กลุ่มสีและคุณลักษณะสี (Colour palette and characteristics)
3	Neuro sparks (ประกายแห่งระบบ ประสาทและจิตสำนึก) สะท้อนการใช้เป็น เครื่องมือสร้างพลังทาง อารมณ์และพื้นที่ จินตนาการ	โลกอนาคตและจิตสำนึก วิวัฒนาการทางการรับรู้ (Cognitive evolution) สำรวจความรู้สึกที่แปลก ใหม่ การสะท้อนภาพในจิตใจ และโลกที่เวทมนตร์ กับเทคโนโลยีทำงานร่วมกับสมอง  Intercolor Meeting FOSHAN Colours 2027—2 รูปที่ 18 Moodboard ธีมที่ 3	กลุ่มสีล้ำยุคและประกายแห่งความคิด3 สีม่วง แห่งอนาคต (Magic future purple) สีฟ้า ประสาทสัมผัส (Sensorial blue) สีสว่าง ประกายแสง (Reflective hues)  Intercolor Meeting FOSHAN Colours 2027—2 รูปที่ 19 วัสดุสี ธีมที่ 3
ธีมหลัก Trust in senses เชื่อมมั่นในประสาทสัมผัส			
4	What's your kind? (คุณคือคนกลุ่มไหน?) สะท้อน emotional resilience ในภาวะ สังคมที่ไม่แน่นอน	พลังงานบวกและความคลั่งไคล้ การเฉลิมฉลอง ความสุขเล็กๆ แบบ Low tech / High emotion การรวมกลุ่มแฟนคลับ (Fandom) และการ สนับสนุนสิ่งที่รัก (Oshi-katsu) อย่างอิสระ  Intercolor Meeting FOSHAN Colours 2027—2 รูปที่ 20 Moodboard ธีมที่ 4	กลุ่มสีป๊อปสดใสและทรงพลัง สีส้มพุดแห่งความคลั่ง ไคล้ (Fandom pink) สีเหลืองแสงอาทิตย์ที่เบิก บาน (Laughing sun yellow) สีส้มเปี่ยมพลัง (Expressive orange)  Intercolor Meeting FOSHAN Colours 2027—2 รูปที่ 21 วัสดุสี ธีมที่ 4

จากตารางที่ 3 ทิศทางแนวโน้มสีและวัสดุทั้ง 4 ธีมสามารถตีความได้ว่าเป็นการตอบสนองต่อความตึงเครียดระหว่างโลก
ดิจิทัลกับประสบการณ์ทางกายภาพ ด้านหนึ่ง ผู้บริโภคต้องการสี วัสดุ และพื้นผิวที่ให้ความสงบ ความอบอุ่น และความรู้สึก
เชื่อมโยงกับธรรมชาติ อีกด้านหนึ่ง ผู้บริโภคยังต้องการสีที่มีพลังและการแสดงออกเชิงจินตนาการเพื่อสร้างพื้นที่ที่ลึกซึ้ง
จากความไม่แน่นอน ดังนั้น แนวโน้ม AW 2027/2028 จึงไม่ได้มีทิศทางเดียว แต่เป็นภูมิทัศน์ของสีและวัสดุที่มีลักษณะสองชั่ว
คือ ความสงบเพื่อการฟื้นฟู และความจัดจ้านเพื่อการปลดปล่อยทางอารมณ์

จากตารางที่ 1, 2 และ 3 แสดงกระบวนการรวบรวมข้อมูลและข้อเสนอเทรนด์สีจากตัวแทนชาติสมาชิกทั้ง 15 ประเทศ
ผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติ คณะทำงานได้ดำเนินการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสกัดองค์ประกอบทาง
ความคิด จนบรรลุฉันทามติออกมาเป็นทิศทางหลักของโลก (Global direction) สำหรับฤดูกาล AW 2027/2028 โดยมี
รายละเอียดผลการวิจัยตามระเบียบวิธี 5 ขั้นตอนดังนี้

1) การนำเสนอแนวคิดระดับชาติ (Presentation)

ในขั้นตอนแรก ผู้เชี่ยวชาญจาก 15 ประเทศได้นำเสนอข้อเสนอเทรนด์ (Trend proposals) ของตนเองผ่านกระดาน
ทางความคิด (Moodboards) และโทนสีที่สะท้อนบริบทเฉพาะของแต่ละภูมิภาคอย่างลึกซึ้ง โดยกลุ่มที่เน้นบริบททางสังคม
และประชากรศาสตร์ ดังเสนอโดยญี่ปุ่น ที่นำเสนอภาพผู้สูงอายุในฐานะมนุษย์ชาติรูปแบบใหม่ ในขณะที่ประเทศกลุ่มความขัดแย้ง
อย่างอัฟกานิสถาน อิหร่าน และอินโดนีเซีย นำเสนอภาพความตึงเครียด การแบ่งขั้ว ต่างจากกลุ่มที่เน้นนวัตกรรมวัสดุและธรรมชาติ

เช่น สเปนซูวีสสร้างสรรคจากทรัพยากรท้องถิ่น อาทิ ขนแกะและสีย้อมธรรมชาติ ฟินแลนด์ตั้งคำถามถึงสมดุลระหว่างงานคราฟต์ทำมือและเครื่องจักร ส่วนไทยและฝรั่งเศสเน้นย้ำถึง การออกแบบที่ซื่อสัตย์ (Honest design) และการใช้พิธีกรรม (Rituals) เพื่อรักษาสมดุลทางจิตใจและระบบนิเวศ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มที่เน้นจิตวิทยาและอนาคต เช่น สหรัฐอเมริกาใช้ศาสตร์ประสาทวิทยา และคลื่นสมองมาอธิบายสี จีนใช้สัญลักษณ์จากเทพนิยาย เป็นภาพสะท้อนโลกความจริง และอังกฤษนำเสนอเวทมนตร์แห่งการประกอบร่างสร้างใหม่ (Recomposition)

2) การวิเคราะห์ข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural analysis)

จากการนำเสนอข้อมูลทั้ง 15 ประเทศ ที่ประชุมได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้ามวัฒนธรรมเพื่อหาจุดตัดของพฤติกรรมมนุษย์มีจุดร่วมคือ ทุกประเทศมีความกังวลร่วมกันเกี่ยวกับผลกระทบของเทคโนโลยี AI ต่อความเป็นมนุษย์ และความเหลื่อมล้ำจากความขัดแย้งทางสังคม ผู้บริโภคทั่วโลกโยกหา ความจริงแท้ การเยียวยาจิตใจ และต้องการกลับไปเชื่อมโยงกับประสาทสัมผัสทางกายภาพ (Physical senses) เพื่อต้านทานโลกดิจิทัลที่จับต้องไม่ได้ ในขณะเดียวกัน จุดต่างคือ วิธีการรับมือกับวิกฤตของผู้บริโภคแตกออกเป็นสองขั้วอย่างชัดเจน ขั้วหนึ่งเลือกที่จะ หลีกหนีและสงบนิ่ง เช่น ฮิม Let them ของไทย โดยใช้สีกลุ่มเอิร์ธโทนและสีฟุ้งละมุน ในขณะที่อีกขั้วหนึ่งเลือกที่จะ ต่อสู้และเฉลิมฉลอง เช่น Pleasure seeker ของเยอรมนี หรือ Tragicomedy ของอินโดนีเซีย ผ่านการสาดสีส้นจัดจ้านเพื่อสร้างพลังงานบวกและแสดงออกถึงตัวตน

3) การวิเคราะห์ตลาดโลก (Global market analysis)

ข้อมูลข้ามวัฒนธรรมถูกนำมาบูรณาการเข้ากับทิศทางอุตสาหกรรมการออกแบบระดับโลก เพื่อประเมินความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์ อาทิ ทิศทางนวัตกรรมวัสดุมีแนวโน้ม ตลาดโลกกำลังมุ่งสู่แนวคิด Life cycle design และวัสดุชีวภาพ (Bio-materials) สีส้นในเชิงพาณิชย์จึงต้องสะท้อนสัจจะของวัสดุ (Material truth) เช่น สีดิบของแร่ธาตุ สีจากสีย้อมธรรมชาติ หรือสีที่เกิดจากการรีไซเคิล ซึ่งตอบโจทย์อุตสาหกรรมแฟชั่นและการตกแต่งภายในที่เน้นความยั่งยืน ส่วนทางด้านเทคโนโลยีประสาทสัมผัส (Neuro-aesthetics) ตลอดจนการออกแบบที่ส่งผลต่อสุขภาวะทางจิต (Mental wellbeing) มีศักยภาพสูงในเชิงพาณิชย์สีที่จำลองคลื่นสมอง สีเลือบแสงดิจิทัล หรือสีเรืองแสงแบบออแกนิก จะเป็นที่ต้องการในกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ เทคโนโลยีและชุดกีฬา นอกจากนี้แนวคิดเศรษฐกิจแบบแฟนด้อม (Fandom economy) เข้ามามีบทบาทพฤติกรรมผู้บริโภคที่ขับเคลื่อนด้วยความคลั่งไคล้ (Oshi-katsu) เรียกร้องให้แบรนด์ต่างๆ ใช้สีที่กระตุ้นโดปามีน เพื่อสร้างความผูกพันทางอารมณ์และกระตุ้น

4) การสกัดและปรับแต่งแนวคิด (Refining the concepts)

เข้าสู่กระบวนการระดมสมองเชิงลึกเพื่อจัดกลุ่ม (Clustering) องค์ประกอบภาพ สี และคำสำคัญจากทั้ง 15 ประเทศ มีการตัดทอนประเด็นความขัดแย้งทางการเมืองระดับท้องถิ่นที่ก่อความออกไป และสกัดเอาเฉพาะ อารมณ์ความรู้สึกร่วมของมนุษยชาติมาใช้ นอกจากนี้การจัดกลุ่มคีย์เวิร์ด เช่น กลุ่มสสาร ได้ตั้งคีย์เวิร์ด Deep time (อิตาลี และฝรั่งเศส), Dust, Raw (สเปน) มารวมกัน กลุ่มธรรมชาติและรากเหง้า ได้ตั้ง Organic core (ไทย), Heal me (อังกฤษ), Endogenous (สเปน) มารวมกัน กลุ่มจิตสำนึกและอนาคต ได้ตั้ง Brainwaves (สหรัฐฯ), Magic (จีน), Machine (ฟินแลนด์) มารวมกัน และกลุ่มพลังงานและความสุข ได้ตั้ง Amaranthine (ตุรกี), Fandom (ญี่ปุ่น), Tragicomedy (อินโดนีเซีย) มารวมกัน

5) การสร้างทิศทางใหม่และฉันทามติ (Creating new directions)

ในขั้นตอนสุดท้าย ผู้เชี่ยวชาญได้ใช้ทฤษฎีสีโหวตตัดสินและหลอมรวมแนวคิดทั้งหมดจนบรรลุฉันทามติ ภายใต้ชื่อ Trust in senses เชื่อมมั่นในประสาทสัมผัส ซึ่งเป็นการเปลี่ยนผ่านจากสัจจะทางญาณสู่การลงมือทำ โดยแตกแขนงออกเป็นแนวโน้มหลัก 4 ฮิม สำหรับ AW 2027/2028 ได้แก่

1) All is matter หมายความว่า สสารและความทรงจำ นำเสนอสีกลุ่มฝุ่นควีน สีเทาหม่น และสีเบจแห่งกาลเวลา เพื่อสะท้อนการตั้งคำถามถึงความทรงจำในอดีตและการให้ความสำคัญกับสัจจะของวัสดุที่ปราศจากการปรุงแต่ง

2) Recomposition of wonders หมายความว่า การประกอบร่างสร้างสิ่งมหัศจรรย์ นำเสนอสีกลุ่มธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ เช่น สีนํ้าตาลรากไม้ สีเขียวระบบนิเวศ และสีดินเผา เพื่อสะท้อนความเชื่อมโยงของสิ่งแวดล้อมและคุณค่าของงานคราฟต์จากสองมือมนุษย์

3) Neuro sparks หมายความว่า ประกายแห่งระบบประสาทและจิตสำนึก นำเสนอสีกลุ่มล้ำยุค เช่น สีม่วงแห่งอนาคต ฟ้าประสาทสัมผัส และสีเงินประกายแสง สะท้อนวิวัฒนาการทางความคิด และโลกที่เทคโนโลยีผสานเข้ากับสมองมนุษย์

4) What's your kind? หมายความว่า คุณคือคนกลุ่มไหน? นำเสนอสีกลุ่มป๊อปสไตล์และทรงพลัง เช่น ชมพู เหลือง แสงอาทิตย์ และส้มจัดจ้าน เพื่อพลังงานบวก การมีอิสระ และความสุขอันเกิดจากการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม

5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเปรียบเทียบการพัฒนากระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพยากรณ์แนวโน้มระหว่างบริบทระดับประเทศและระดับนานาชาติ พบความแตกต่างในทั้ง 5 ขั้นตอนอย่างชัดเจน โดยระดับประเทศมุ่งเน้นบรรยากาศการนั่งล้อมวงแบบไม่เป็นทางการและให้ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้จัดบันทึกบนกระดานเพื่อความรวดเร็ว ซึ่งเป็นรูปแบบพื้นฐานของการสนทนากลุ่มเชิงคุณภาพ (Bertrand et al., 1992, pp. 198-209) ในขณะที่ระดับนานาชาติใช้รูปแบบกึ่งทางการที่บูรณาการสื่อดิจิทัลร่วมกับกระดานทางความคิดแบบกายภาพ และเปลี่ยนมาใช้วิธีให้ผู้เข้าร่วมเขียนความคิดเห็นลงบนกระดาษโน้ตด้วยตนเองเพื่อสร้างความเท่าเทียม กระบวนการที่พัฒนาขึ้นจึงประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การนำเสนอแนวคิดระดับชาติ การวิเคราะห์ข้ามวัฒนธรรม การวิเคราะห์ตลาดและวัสดุ การสกัดและปรับแต่งแนวคิด และการสร้างทิศทางใหม่ด้วยฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งวิธีการดังกล่าวสอดคล้องกับกลยุทธ์การป้องกันการคิดตามกลุ่ม และขจัดอคติจากการถูกครอบงำโดยผู้บรรยายหลักเพื่อกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์อย่างอิสระ (MacDougall & Baum, 1997, pp. 532-541; Nyumba et al., 2018, pp. 20-32) รวมถึงการเพิ่มตัวแปรด้านความหลากหลายทางสัญชาติในการแบ่งกลุ่มย่อยเพื่อครอบคลุมความต้องการระดับสากล อันสอดคล้องกับทฤษฎีการจัดการข้ามวัฒนธรรมและการสร้างฉันทามติที่โปร่งใสในการตัดสินใจแบบกลุ่ม (Chevrier, 2003, pp. 141-149; Merkley et al., 2020, p. 101330) ทั้งนี้ ผลการวิจัยตีความในฐานะข้อสรุปจากผู้แทนองค์กรผู้เชี่ยวชาญ 15 ประเทศ มิใช่ข้อสรุปเชิงสถิติที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภคโลกทั้งหมด กระบวนการดังกล่าวนำไปสู่ข้อสรุปผลการวิจัยแนวโน้มสี่และวัสดุระดับโลกประจำฤดูตุล AW 2027/2028 จากตัวแทน 15 ประเทศที่มุ่งสู่แนวคิดแกนกลาง "Trust in senses" หรือการกลับมาเชื่อมั่นในประสาทสัมผัสทางกายภาพและอารมณ์ความรู้สึกเพื่อรับมือกับความเปราะบางของสังคมยุคดิจิทัล องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากงานวิจัยนี้จึงมี 2 ระดับ ได้แก่ องค์ความรู้เชิงกระบวนการ คือรูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติที่ใช้การวิเคราะห์ข้ามวัฒนธรรม การจัดกลุ่มข้อมูลภาพและคำสำคัญ และฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญเป็นกลไกในการสร้างข้อสรุปร่วม และองค์ความรู้เชิงเนื้อหา คือทิศทางสี่และวัสดุทั้ง 4 ธัมซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบสิ่งทอ แฟชั่น ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ การสร้างมู้ดบอร์ด การเลือกกลุ่มสี การพัฒนาพื้นผิววัสดุ และการจัดการเรียนรู้ด้านการพยากรณ์แนวโน้มได้

จากผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายได้ว่า การยกระดับกระบวนการประชุมสู่ระดับนานาชาติจำเป็นต้องปรับตัวด้านพลวัตกลุ่มและเครื่องมือสื่อสาร สะท้อนถึงความพยายามออกแบบกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ซึ่งช่วยขจัดอคติจากการถูกครอบงำโดยผู้ที่มีความคล่องแคล่วทางภาษามากกว่า ในขณะที่การเพิ่มตัวแปรความหลากหลายทางวัฒนธรรมในการแบ่งกลุ่มย่อยเป็นการยืนยันสมมติฐานว่าแนวโน้มสากลต้องเกิดจากการสกัดจุดร่วมภายใต้ความแตกต่างทางวัฒนธรรมผ่านฉันทามติที่โปร่งใส ในงานวิจัยนี้ “ฉันทามติ” หมายถึงความเห็นพ้องในระดับที่ผู้เชี่ยวชาญยอมรับเป็นทิศทางร่วมหลังผ่านการอภิปราย การจัดกลุ่มข้อมูล การปรับแก้แนวคิด และการยืนยันผลร่วมกัน (Tanangsnakool, 2024, pp. 261 – 265) นอกจากนี้ ในมิติของผลผลิตแนวโน้มเทรนด์วัสดุ AW 2027/2028 ยังสะท้อนแนวคิดจากประเทศต่างๆมองเห็นความเป็นไปได้ที่จะมีการแบ่งแยกพฤติกรรมผู้บริโภคออกเป็นกลุ่ม ทั้งกลุ่มที่โหยหาความสงบเงียบเพื่อฟื้นฟูระบบประสาทและกลุ่มที่ใช้สีสันจัดจ้านเพื่อหลีกเลี่ยงจากความจริง อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผู้วิจัยมีบทบาทเป็นทั้งผู้แทนประเทศไทย ผู้เก็บข้อมูล และผู้วิเคราะห์ข้อมูล จึงอาจเกิดความเสี่ยงด้านอคติจากตำแหน่งแห่งที่ของผู้วิจัย งานวิจัยนี้จึงใช้การตรวจสอบข้อมูลและ การทบทวนโดยผู้ร่วมวิจัย และการยืนยันผลด้วยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อลดอคติในการตีความ ดังนั้น ปรากฏการณ์ที่พบจึงพิจารณาในฐานะข้อค้นพบจากมุมมองของผู้แทนองค์กรข้ามวัฒนธรรม ซึ่งชี้ให้เห็นว่า สี่และวัสดุในอนาคตมีแนวโน้มถูกใช้เป็นแนวทางการออกแบบเชิงประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส เพื่อสนับสนุนความสงบ การฟื้นฟูทางอารมณ์ และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับระบบนิเวศอย่างยั่งยืน มากกว่าการทำหน้าที่เป็นเพียงองค์ประกอบด้านความงามของผลิตภัณฑ์

6. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สามารถนำรูปแบบกระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติที่พัฒนาขึ้นนี้ไปประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือมาตรฐานในการจัดการเรียนการสอนและฝึกอบรมบุคลากร เนื่องจากเป็นกระบวนการที่ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าสามารถลดความเหลื่อมล้ำทางการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมและสร้างฉันทามติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการสามารถนำผลลัพธ์ทิศทางแนวโน้ม AW 2027/2028 ไปใช้เป็นกรอบเชิงกลยุทธ์ในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมวัสดุหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับการวิจัยในระยะต่อไป สามารถมีการนำกระบวนการนี้ไปทดลองปฏิบัติการร่วมกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แขนงอื่น ๆ ตลอดจนมีการติดตามและประเมินความแม่นยำของแนวโน้มเมื่อเข้าสู่ฤดูกาลจริง เพื่อนำข้อมูลย้อนกลับมาพัฒนาและยกระดับความสมบูรณ์ของแบบจำลองการพยากรณ์แนวโน้มระดับสากลต่อไป โดยมุ่งเน้นให้เทคโนโลยีทำหน้าที่เสริมสร้างสุขภาพและความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์อย่างสมดุล พร้อมทั้งขยายผลการศึกษาด้านความยั่งยืนเพื่อบูรณาการวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเข้าสู่กระบวนการคาดการณ์อย่างเป็นรูปธรรม

กิตติกรรมประกาศ

ผู้ประพันธ์อันดับแรกได้ผ่านการอบรมจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ วุฒิบัตรมีผลตั้งแต่วันที่ 19 ตุลาคม 2567- 19 ตุลาคม 2570 และขอขอบคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่อำนวยความสะดวกสนับสนุนต่อกระบวนการทำวิจัยจนสำเร็จและเป็นแรงบันดาลใจตลอดกระบวนการศึกษานี้

เอกสารอ้างอิง

- Bertrand, J. T., Brown, J. E., & Ward, V. M. (1992). Techniques for analyzing focus group data. *Evaluation Review*, 16(2), 198-209. <https://doi.org/10.1177/0193841X9201600206>.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford University Press.
https://www.google.co.th/books/edition/Social_Research_Methods/N2zQCgAAQBAJ?hl.
- Chevrier, S. (2003). Cross-cultural management in multinational project groups. *Journal of World Business*, 38(2), 141-149. [https://doi.org/10.1016/S1090-9516\(03\)00007-5](https://doi.org/10.1016/S1090-9516(03)00007-5).
- Eden, C., & Ackermann, F. (2010). Decision making in groups: Theory and practice. In P. C. Nutt & D. C. Wilson (Eds.), *Handbook of decision making* (pp. 231-272). Wiley.
<https://strathprints.strath.ac.uk/13283/>.
- Kim, E., Fiore, A. M., & Kim, H. (2011). *Fashion trends: Analysis and forecasting* (pp. 71-72). Bloomsbury Publishing. <https://www.scribd.com/document/370784805/>.
- MacDougall, C., & Baum, F. (1997). The devil's advocate: A strategy to avoid groupthink and stimulate discussion in focus groups. *Qualitative Health Research*, 7(4), 532-541.
<https://doi.org/10.1177/104973239700700407>.
- Merkley, K. J., Michaely, R., & Pacelli, J. (2020). Cultural diversity on Wall Street: Evidence from consensus earnings forecasts. *Journal of Accounting and Economics*, 70(1), Article 101330.
<https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2020.101330>.
- Nyumba, T. O., Wilson, K., Derrick, C. J., & Mukherjee, N. (2018). The use of focus group discussion methodology: Insights from two decades of application in conservation. *Methods in Ecology and Evolution*, 9(1), 20-32. <https://doi.org/10.1111/2041-210X.12860>.

- Paulus, P. B., & Dzindolet, M. (2008). Social influence, creativity and innovation. *Social Influence*, 3(4), 228-247. <https://doi.org/10.1080/15534510802341082>.
- Ravasi, D., Rindova, V., & Dalpiaz, E. (2012). The cultural side of value creation. *Strategic Organization*, 10(3), 231-239. <https://doi.org/10.1177/1476127012452824>.
- Raymond, M. (2010). *The trend forecaster's handbook*. Laurence King Publishing. <https://www.scribd.com/document/677777737/>.
- Scully, K., & Cobb, D. J. (2012). *Colour forecasting for fashion*. Laurence King Publishing. <https://www.scribd.com/document/332484234/Color-Forecasting-for-Fashion>.
- Stankevich, A. (2017). Explaining the consumer decision-making process: Critical literature review. *Journal of International Business Research and Marketing*, 2(6), 7-14. <https://doi.org/10.18775/jibrm.1842-2008.2015.26.3001>.
- Tanangsnakool, S. (2024). *Fashion colour trend forecasting: The decision-making process, techniques and factors influencing decisions* [Doctoral thesis, King's College London]. King's College London Research Portal. <https://kclpure.kcl.ac.uk/portal/en/studentTheses/fashion-colour-trend-forecasting-the-decision-making-process-tech/>.
- Twine, C. (2015). *The use of trend forecasting in the product development process* [Doctoral dissertation, Manchester Metropolitan University]. https://repository.mmu.ac.uk/artoc/es/thesis/The_use_of_trend_forecasting_in_the_product_development_process/32437104?file=64995120.

“ข้อคิดเห็น เนื้อหา รวมทั้งการใช้ภาษาในบทความถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียน”