

Research Articles

Received : 07 March 2023

Revised : 29 March 2024

Accepted : 17 June 2024

การวิจัยแนวทางการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอยด้วย
แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์
The Research for Guidelines in Creation of Partywear Outfits for
Femboy Group by Using Camp Aesthetic Concept

ศุภากร มั่งคั่ง¹

Supakorn Mungkung

อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธ์²

Atthaphon Ponglawhapun

ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย³

Department of Creative Arts, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

Corresponding author e-mail: supakorn540@gmail.com

บทคัดย่อ

ปัจจุบันกระแสนิยมแฟชั่นไร้เพศได้รับความนิยม เนื่องจากเป็นกระแสที่เปิดโอกาสด้านการแต่งกายอย่างอิสระให้กับผู้คนหลากหลายอัตลักษณ์ทางเพศดังเช่นกลุ่มเฟมบอย ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ในช่วงเจนเนอเรชันที่มีเพศสรีระเป็นชาย หากแต่พอใจในการแสดงออกเชิงเพศหญิง งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์

¹ นายศุภากร มั่งคั่ง นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาานฤมิตศิลป์ ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

² อาจารย์ ดร.อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธ์ อาจารย์ประจำสาขาแฟชั่นและสิ่งทอ ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

³ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิทยานิพนธ์ในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เรื่อง นวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) จากสี่เกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)

เพื่อ (1) หาแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ด้วยการบวนการวิจัยเชิงปริมาณด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม และ (2) วิเคราะห์รูปแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ของกลุ่มเฟมบอย ด้วยการบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต ผลจากการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มเฟมบอยมีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมงานเลี้ยงสังสรรค์ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) ด้านความสนใจในการเลือกสวมใส่เครื่องแต่งกายที่มีลักษณะเป็นประกาย ระยิบระยับสำหรับโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ มีความสนใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.12$) ความสนใจที่มีต่อการสร้างคอลเลกชั่นเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายจากแนวคิดแคมป์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.02$) (2) กลุ่มเฟมบอยนิยมสวมใส่เสื้อผ้าที่มีความยาวโดยรวมระดับข้อเท้า ร้อยละ 78 โครงร่างเงาที่เข้ารูปในช่วงบนและตัวหลวมในช่วงล่าง ร้อยละ 47 ทั้งยังเลือกสวมใส่เสื้อผ้าที่มีสีโทนเข้ม ร้อยละ 73 และวัสดุที่มันเงาสำหรับโอกาสงานสังสรรค์ ร้อยละ 52

คำสำคัญ : เซนเนียล, เฟมบอย, แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์

Abstract

Genderless fashion has presently been gaining popularity because it allows gender-nonconforming individuals, such as Femboy, to express themselves freely through fashion. Femboy is Zennials individuals whose biological sex is male, and prefers to present themselves in a feminine manner. The objectives of this research are to design and create partywear garments for the Femboy group using Camp Aesthetic. The research also analyzes Femboy's partywear fashion utilizing quantitative data from conducting surveys and qualitative data, using the Paper Doll Data Set. The results reveal that (1) Femboy population selects the highest satisfaction for participating in social gathering occasions ($X = 4.36$, wearing form-fitting and glittery clothing ($X = 4.12$) and interesting in the creation menswear based on Camp Aesthetics ($X = 4.02$), (2) 78% of the Femboy group wears garments with overall length covering to the ankles, 47% prefers silhouettes of fitted tops and loose-fitting bottoms, whereas 73% and 52% of the group favors darker tones of clothing and shiny material for frivolous occasions respectively.

Keywords : Zennials, Femboy, Camp Aesthetic

1. บทนำ

ปัจจุบัน การจำแนกกลุ่มผู้บริโภคร่วมตามช่วงวัย (Generation) เพื่ออธิบายถึงพฤติกรรม และทัศนคติที่แตกต่างกันของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มย่อย (Micro – Generations) ได้รับความสนใจในเชิงการตลาดเพราะเป็นกลุ่มที่มีลักษณะร่วมกันระหว่างสองช่วงวัยก่อนและหลัง เช่นกลุ่มเซนเนียล (Zennials) ที่มีอายุตั้งแต่ 24 – 29 ปี หรือ เกิดในระหว่างปีพ.ศ. 2536 – 2541 ซึ่งเป็นช่วงคาบเกี่ยวระหว่างสามปีสุดท้ายของกลุ่มมิลเลนเนียล (Millennials) และ สามปีแรกของกลุ่มเจนเอเรชั่น ซี (Generation Z)

กลุ่มเซนเนียลนั้น มีพฤติกรรมและทัศนคติที่ได้มาจากสองช่วงวัยข้างต้น ได้แก่ การให้ความสำคัญกับหน้าที่การทำงาน และสวัสดิการสังคมเหมือนคนกลุ่มมิลเลนเนียล หากแต่มีความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียในการแสดงความเป็นตัวของตัวเองดังเช่นกลุ่มเจนเอเรชั่น ซี นอกจากนี้ พบว่ายังมีแนวโน้มในการเข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์ มากขึ้นถึงร้อยละ 40 และชื่นชอบการเข้าสังคมผ่านงานสังสรรค์ที่สนุกสนาน (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2565)

เครื่องแต่งกายออกงานหรือปาร์ตี้แวร์ (Partywear) เป็นรูปแบบเครื่องแต่งกายที่มีความหรูหรา ใช้สวมใส่ในโอกาสพิเศษ หรือสวมใส่เฉพาะสำหรับการไปงานสังสรรค์ ซึ่งสามารถแบ่งได้หลากหลายกิจกรรม ได้แก่ ชุดปาร์ตี้ค็อกเทล ชุดปาร์ตี้ในสวน ชุดปาร์ตี้คอสตูม เป็นต้น โดยในกิจกรรมที่แตกต่างกันนั้น สามารถจำแนกระดับของเครื่องแต่งกายออกงาน ได้แก่ เครื่องแต่งกายออกงาน รูปแบบลำลอง (Party-Casual) เครื่องแต่งกายออกงาน รูปแบบทางการ (Party-Formal) เครื่องแต่งกายออกงาน รูปแบบหรูหราถึงการ (Party-Elegance) เป็นต้น (พัชชา อุทิสวรรณกุล, 2562)

เฟมบอย (Femboy) มาจากคำว่าเฟมินีน บอย (Feminine Boy) หมายถึง เด็กหนุ่มที่มีความเป็นผู้หญิง (Feminine) ในตนเอง โดยทั่วไปมักมีอายุไม่เกิน 30 ปี เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีเพศสรีระเป็นชาย หากแต่พึงพอใจที่จะแสดงออกอัตลักษณ์ทางเพศในลักษณะของผู้หญิงทั้งในด้านอารมณ์ การแสดงออก ไปจนถึงการแต่งกาย ทั้งนี้ เฟมบอย เป็นหนึ่งในกลุ่มเพศนิยามที่แยกย่อยออกมาจากกลุ่มเพศนอนไบนารี (Non - Binary) หรือ กลุ่มของผู้ที่ไม่ต้องการยึดติดกับอัตลักษณ์ทางเพศของตนตามระบบเพศทวิลักษณ์ (Binary Gender) (Pradeep, 2022)

กลุ่มเฟมบอยให้ความสำคัญกับเรื่องอัตลักษณ์ทางเพศของตนอย่างมาก การเลือกสวมใส่เครื่องแต่งกายทางแฟชั่น จึงถือเป็นส่วนสำคัญในการเปิดเผยตัวตนและอุดมการณ์ในการแต่งกายอย่างเสรี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างตัวตนที่โดดเด่นท่ามกลางงานสังสรรค์ตามไลฟ์สไตล์การดำเนินชีวิต อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจตลาดตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอยนั้น พบว่ายังคงมีในสัดส่วนน้อย เมื่อเทียบกับตราสินค้าบุรุษหรือสตรีทั่วไป

ตัวอย่างตราสินค้าสำหรับกลุ่มเฟมบอย ได้แก่ ตราสินค้าลูดาวิค เดอ แซงค์ ซานอง (Ludovic de Saint Sernin) ตราสินค้าในระดับบน (A Market) สัญชาติฝรั่งเศส ที่เต็มไปด้วยเสน่ห์เย้ายวน และร้อนแรงของเพศภาวะ ด้วยความสั้น และเข้ารูปของชุด รวมถึงการใช้วัสดุที่มันเงา เป็นประกาย และโปร่งบาง ล้วนช่วยขับเสน่ห์ทางเรือนร่างของผู้สวมใส่ได้เป็นอย่างดี โดยมีค่านึงถึงเพศสภาพ เพราะมีอุดมการณ์ชัดเจนที่จะนำเสนอเรื่องราวของแฟชั่นไร้เพศผ่านเสื้อผ้า รวมถึงการนำเสนอแฟชั่นโชว์ ที่โดยภาพรวมมักคัดเลือกบุคลิกของนายแบบที่มีลักษณะดูเยาว์วัยและรูปร่างเพรียวระหง ดังเช่นลักษณะของเฟมบอย ในการบอกเล่าอัตลักษณ์ของตราสินค้า

ในปีค.ศ. 1964 นักเขียนและนักปรัชญาชื่อว่า ซูแซน ซอนแทก (Susan Sontag) ได้เขียนหนังสือ ‘Notes on CAMP’ ซึ่งภายในมีเนื้อหาที่บอกเล่าถึงนิยาม และลักษณะของความเป็นแคมป์ในหลากหลายมิติ ทั้งในเชิงศิลปะ ภาพวาด การละคร วรรณกรรม ประติมากรรม ไปจนถึงการแต่งกายทางแฟชั่น กล่าวคือแคมป์ เป็นการโอบกอดความไม่ปกติที่แปลกแยกไปจากธรรมชาติดั้งเดิม ความแปลกประหลาดเกินจริงที่ไร้กฎเกณฑ์ การมองหาความงดงามในอีกมุมหนึ่งที่ขัดกับค่านิยมทางสังคม หรือไม่ตรงกับภาพลักษณ์ อย่างที่ควรจะเป็นดังเช่นเดิม รวมถึงสอดแทรกประเด็นเสียดสีความจริงทางสังคมอย่างมีชั้นเชิง ผ่านการแสดงออกที่สนุกสนาน ในเชิงล้อเลียน ประชดประชัน หากแต่ยังคงไว้ซึ่งเสน่ห์ที่เหลื่อมในการ นำเสนอสารสำคัญ (Bolton et al., 2019)

แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) คือ แนวคิดการหลงใหลในความงดงามที่ตรงกันข้ามกับค่านิยมทางสังคม โดยเฉพาะการมองหาสิ่งที่ผิดปกติไปจากสายตาของสังคม เพื่อนำมาตีความและแสดงออกอย่างมีเสน่ห์เหลื่อม ผ่านการบอกเล่าในเชิงเสียดสี ประชดประชัน หากแต่ยังคงไว้ซึ่งความสนุกสนาน ทำทนาย ดังเช่น การหยิบนำสิ่งของที่ผู้คนมองว่าตลกๆ กลับมาสวมใส่อีกครั้งอย่างเจิดฉาย หรือการนำเสนอความงดงามอีกมุมหนึ่งของความหลากหลายทางเพศ ที่ไม่ยึดติดอยู่เพียงขอบเขตของระบบเพศทวิลักษณ์ (Gender Binary) เป็นการสร้างแรงดึงดูดทางเพศที่ชี้ให้เห็นคุณสมบัติความงามที่แตกต่างจากเพศสภาพจริง (ก่าพล ลิขิตกาญจนกุล, 2562)

ทั้งนี้ แนวคิดแคมป์ สามารถตีความออกมาในรูปแบบของสุนทรียศาสตร์ที่หลากหลาย ทั้งในด้านความฟุ้งเฟ้อ (Extravagance) อันหมายถึง ความงดงามที่รุ่มรวย เพ้อฝัน กว่าความเป็นจริง และความเรื้องรมย์ (Decadence) ที่นำเสนอความงามมิติตรงข้าม ที่เกี่ยวข้องในเชิงเพศภาวะ ความเสื่อม และความพิศวง

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงโอกาส ความสำคัญ และช่องว่างทางการตลาด ซึ่งเห็นได้จากการเติบโตเพิ่มขึ้นของรูปแบบการแต่งกายที่ไม่ได้มีกรอบของเพศสภาพอย่างชัดเจน จึงเป็นที่มาในวิจัยเพื่อหาแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ในช่วงวัย

เซนเนียลที่มีความเป็นตัวของตัวเอง และกล้าแสดงออก โดยประยุกต์ใช้แนวคิดการออกแบบสุนทรียศาสตร์แคมป์ เพื่อให้ได้มาซึ่งภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมาย และแนวทางการสร้างสรรค์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อหาแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอยด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเฟมบอย

3. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาแนวทางการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ โดยนำแนวทางดังกล่าวมาจากนักออกแบบแฟชั่น และการศึกษาของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค เพื่อให้ได้แนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายทดลองจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครุ่นเฟมบอย เจนเนอเรชันเซนเนียล ที่อาศัยในประเทศไทย โดยมีอายุ 24 - 29 ปี ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ตลอดจนการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์

4. วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อประเมินแนวโน้มคำตอบที่ผู้วิจัยต้องการจากกลุ่มเฟมบอย โดยเริ่มต้นจากการกำหนดวัตถุประสงค์ในการทำแบบสอบถาม ศึกษาข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งด้านพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าแฟชั่นในโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ รวมถึงแนวคิดของกระแสแฟชั่นยั่งยืน และแฟชั่นไร้เพศ ตลอดจนแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ โดยผลการประเมินความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) มีเนื้อหาที่ครอบคลุมและตรงตามวัตถุประสงค์ มีคะแนนรวม 39.3

ผู้วิจัยแบ่งเนื้อหาแบบสอบถามงานวิจัยเป็นทั้งหมด 3 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ข้อมูลด้านพฤติกรรมการแต่งกายของผู้บริโภค และ (3) ข้อมูลด้านแนวคิดการออกแบบแบบสอบถามถูกนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายเฟมบอยจำนวน 50 คน ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในกลุ่มเซนเนียล ช่วงอายุ 24 – 29 ปี ผ่านกูเกิล ฟอรม์ (Google Form) โดยรายงานผลการวิจัยในภาพรวม

ผู้วิจัยใช้หลักสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งเป็นกระบวนการทางคณิตศาสตร์ รูปแบบหนึ่งสำหรับหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต อัตราส่วนร้อยละ และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการแทนค่าและเปรียบเทียบจำนวนคำตอบแบบสอบถาม และวิเคราะห์แนวโน้มทางการออกแบบเครื่องแต่งกาย

2. การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเครื่องมือเปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต (Paper Doll Data Set)

ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพด้วย เปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต ซึ่งเป็นกระบวนการรวบรวมภาพรูปแบบการแต่งกายของกลุ่มเพมบอย มุ่งเน้นไปที่การสำรวจการแต่งกายในโอกาสสวมใส่สำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์ จำนวน 100 ภาพ และเก็บข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์โดยไม่ระบุตัวตนของผู้สวมใส่ ได้แก่ อินสตาแกรม (Instagram) ที่ผู้บริโภคร่วมเป้าหมายนิยมใช้งานในลักษณะการลงรูปภาพของตนเองเพื่อแบ่งปันเรื่องราวไลฟ์สไตล์ในชีวิตประจำวัน รวมถึงแหล่งที่มาจาก พินเทอเรสต์ (Pinterest) อันเป็นสื่อสังคมออนไลน์อีกรูปแบบที่มีจุดเด่นในการรวบรวมภาพจำนวนมากไว้ในกระดาน (Board) ให้ง่ายต่อการค้นหาภาพที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อนำภาพรวมที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล อันเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากเปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต (Paper Doll Data Set) ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ (1) ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย (2) ระดับความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (3) ลักษณะโครงสร้างเงาของเสื้อผ้า (4) ภาพรวมรูปแบบโครงสร้างเงา และ (5) รายละเอียดบนเสื้อผ้า จากนั้นจึงนำความถี่ที่ได้ในแต่ละหัวข้อจากเครื่องมือดังกล่าว มาผ่านกระบวนการทางคณิตศาสตร์สถิติในการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าร้อยละ เพื่อใช้ในการแทนค่าและเปรียบเทียบจำนวนคำตอบในภาพรวมเพื่อวิเคราะห์รูปแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเพมบอยในลำดับต่อไป

5. ประโยชน์ของการวิจัย

1. แนวทางการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเพมบอยด้วย ภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์
2. รูปแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเพมบอย

6. การวิเคราะห์ผลการวิจัย

1. ผลจากกระบวนการวิจัยเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม

ผู้วิจัยแบ่งเนื้อหาผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย (2) พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (3) ความสนใจในกระแสแฟชั่น และ (4) ทศนคติของกลุ่มเป้าหมายต่อแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์

1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนที่ 1 เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย ใช้ในการเก็บข้อมูล ความถี่ทั้งในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 50 คน พบว่า ร้อยละ 58 อยู่ในช่วงอายุ 22 – 25 ปี และ ร้อยละ 38 อยู่ในช่วงอายุ 26 – 30 ปี ตามลำดับ ทั้งนี้พบว่าสองช่วงวัยดังกล่าวจัดอยู่ในช่วง 22 – 30 ปี ซึ่งตรงตามทฤษฎีการศึกษาด้านข้อมูลกลุ่มผู้บริโภค เซนเนียลอันเป็นกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ประเภทผู้บริโภคกลุ่มย่อย สำหรับข้อมูลทั่วไปด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการสำรวจพบว่า ร้อยละ 42 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,000 – 30,000 บาท ร้อยละ 34 มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

1.2 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวลร์

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกายสำหรับ โอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ หรือ ปาร์ตี้แวลร์ของกลุ่มเป้าหมาย โดยการเก็บข้อมูลความถี่ทั้งในด้านความสนใจ ในกิจกรรมงานปาร์ตี้ สไตล์เสื้อผ้าที่ชื่นชอบในการสวมใส่สำหรับโอกาสดังกล่าว ชนิดของผ้า และ รายละเอียดตกแต่งบนเครื่องแต่งกาย ตลอดจนความสนใจที่มีต่อการสวมใส่เครื่องแต่งกายที่มีประกาย ระยิบระยับในงานเลี้ยงสังสรรค์ เพื่อกำหนดแนวทางในการออกแบบสำหรับการแปรรูปเกล็ดประกายมุกสู่นวัตกรรมสิ่งทอ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปข้อมูลด้านพฤติกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวลร์ของกลุ่มเป้าหมาย

หัวข้อ / คำถาม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
<u>ความสนใจในกิจกรรมงานปาร์ตี้</u>			
- ความชื่นชอบในการเข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์	4.36	0.8020	มากที่สุด
- ความสนใจของท่านในการสวมใส่เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวลร์มี	4.12	0.8722	มากที่สุด
<u>ลักษณะเป็นประกาย ระยิบระยับ</u>			
<u>สไตล์เสื้อผ้าที่ชื่นชอบสำหรับงานปาร์ตี้</u>			
- Sexy & Glitter (ชุดเข้ารูป เช็กชี วิบวับ)	4.14	1.1953	มากที่สุด
<u>ชนิดผ้าที่สนใจสำหรับสวมใส่ในโอกาสปาร์ตี้</u>			
- ผ้าที่มีลักษณะมันเงา	4.32	0.5869	มากที่สุด
เช่น ผ้าซาติน (Silk Satin) หนัง (Leather)			
- ผ้าเนื้อโปรง เบา	4.04	1.0490	มากที่สุด
เช่น ชีฟอง (Chiffon) ผ้าลูกไม้ (Lace)			

หัวข้อ / คำถาม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
เทคนิคบนเสื้อผ้าที่สนใจสำหรับสวมใส่ในโอกาสปาร์ตี้			
- การตกแต่งด้วยกลิตเตอร์ (Glitter)	4.28	0.9484	มากที่สุด
- การพิมพ์ลวดลายบนผ้า (Screen)	3.5	0.9948	มาก
- การเว้า หรือตัด (Cutout)	4.14	1.2290	มากที่สุด

ที่มา : ศุภากร มั่งคั่ง (2566)

ผลการสำรวจข้อมูลด้านพฤติกรรมการเลือกเครื่องแต่งกายสำหรับโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย พบว่า มีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมงานเลี้ยงสังสรรค์นั้น ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.36$) ด้านความสนใจในการเลือกสวมใส่เครื่องแต่งกายที่มีลักษณะเป็นประกาย ระยิบระยับสำหรับโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ มีความสนใจในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.12$)

ด้านสไตล์การแต่งกายสำหรับงานสังสรรค์ พบว่า สไตล์ชุดเข้ารูปเป็นประกาย และเซ็กซี่ (Sexy & Glitter) สนใจในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.14$)

ด้านพฤติกรรมการเลือกชนิดผ้าสำหรับเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ พบว่า ผ้าที่มีลักษณะมันเงา เช่น ผ้าซาติน (Silk Satin) หนัง (Leather) สนใจในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.32$) ในขณะที่ผ้าที่มีลักษณะโปร่งบางเบาเช่น ชีฟอง (Chiffon) ผ้าลูกไม้ (Lace) สนใจในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.04$)

ด้านเทคนิค รายละเอียดตกแต่งบนเครื่องแต่งกายนั้น พบว่า สนใจในการตกแต่งด้วยกลิตเตอร์ (Glitter) ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.28$) การพิมพ์ลวดลายผ้า (Screen) สนใจในระดับมาก ($\bar{x} = 3.5$) และด้านการเว้า หรือ ตัด (Cutout) สนใจในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.14$)

1.3 ความสนใจในกระแสแฟชั่น

ส่วนที่ 3 เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ข้อมูลด้านความสนใจในกระแสแฟชั่นปัจจุบันของกลุ่มเป้าหมาย โดยการเก็บข้อมูลความถี่ทั้งในด้านความสนใจในด้านกระแสแฟชั่นยั่งยืน (Sustainable Fashion) ตลอดจนกระแสแฟชั่นไร้เพศ (Genderless Fashion) อันเป็นตัวแปรในการกำหนดแนวทางในการออกแบบสำหรับเครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 สรุปข้อมูลด้านความสนใจในกระแสแฟชั่นของกลุ่มเป้าหมาย

หัวข้อ / คำถาม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ความสนใจในแฟชั่นยั่งยืน (Sustainable Fashion)	3.96	0.7814	มาก
ความสนใจในกระแสแฟชั่นไร้เพศ (Genderless Fashion)	4.44	0.6749	มากที่สุด

ที่มา : ศุภากร มั่งคั่ง (2566)

ด้านความสนใจในกระแสแฟชั่นยั่งยืน พบว่า มีความสนใจในระดับมาก ($X = 3.96$) อีกทั้งมีความสนใจในด้านกระแสแฟชั่นไร้เพศ ในระดับมากที่สุด ($X = 4.44$)

1.4 ทศนคติของกลุ่มเป้าหมายต่อแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์

ด้านความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) ของกลุ่มเป้าหมาย โดยการเก็บข้อมูลความถี่ในด้านความสนใจในแนวคิดแคมป์ในมิติด้านสุนทรียศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อกำหนดแนวทางในการออกแบบสำหรับการสร้างสรรค์ตราสินค้าภายใต้แนวคิดดังกล่าว มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3 สรุปข้อมูลด้านความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ของกลุ่มเป้าหมาย

หัวข้อ / คำถาม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ความสนใจในแนวคิดแคมป์ (Camp)	4.1	0.9091	มากที่สุด
ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์: ความเรีงรรมย์ (Decadence)	4.12	1.1718	มากที่สุด
ความสนใจที่มีต่อการสร้างคอลเลกชันจากแนวคิดแคมป์ (Camp)	4.02	0.8919	มากที่สุด
อาร์ตเดโค Art Deco	4.1	1.0738	มากที่สุด
ดิสโก และแกลมร็อก Disco & Glam Rock	4.18	1.1551	มากที่สุด

ที่มา : ศุภากร มั่งคั่ง (2566)

ด้านความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ ของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ความสนใจในแนวคิดแคมป์ มีความสนใจในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.10$) ความสนใจในมิติของความเรีงรรมย์ (Decadence) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.12$) ความสนใจที่มีต่อการสร้างคอลเลกชันเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายจากแนวคิดแคมป์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.02$) ด้านความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการ

ออกแบบเสื้อผ้าปาร์ตี้แวร์ พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในแนวคิตอาร์ตเดโค (Art Deco) ระดับความสนใจมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.10) และความสนใจในแนวคิตดิสโก และแกลมร็อก (Disco & Glam Rock) ในระดับความสนใจมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.18)

2. ผลจากกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพจากเปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต (Paper Doll Data Set)

ผลจากกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้เปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต อันเป็นกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลรสนิยม และวิธีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเพมบอย จำนวน 100 คน สรุปข้อมูลได้ดังนี้

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์รสนิยมการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายจากเครื่องมือเปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต

การวิเคราะห์รสนิยมและวิธีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน			
ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ความถี่	ร้อยละ
ความยาวโดยรวม	ระดับข้อเท้า	78	78
	2 ซั้น	69	69
ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชิ้น)			
เสื้อ	ความยาวระดับเอว	34	43.6
เสื้อคลุมตัวนอก	ความยาวระดับสะโพก	13	38.2
กระโปรง	ระดับสั้นมาก (Micro)	6	54.5
กางเกง	ระดับข้อเท้า (Ankle Length)	44	78.5
ลักษณะโครงร่างเงาของเสื้อผ้า			
เสื้อ	เข้ารูป	59	63.4
เสื้อคลุมตัวนอก	ตัวหลวม	20	57.1
กระโปรง	เข้ารูป	7	53.9
กางเกง	ตัวหลวม	42	49.4
ภาพรวมโครงร่างเงา	เข้ารูป-ตัวหลวม	47	47
ภาพรวมรูปแบบโครงร่างเงา			

การวิเคราะห์สัณนิยมและวิธีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน			
ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย	ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์	ความถี่	ร้อยละ
ภาพรวมรูปแบบโครงสร้างเงา	I – Line	61	61
รายละเอียด			
ใช้วัสดุที่มันเงา มีประกาย		52	52
ใช้สีโทนเข้ม (Dark Color)		73	73
ใช้เทคนิคเว้า หรือตัด (Cutout)		41	41

ที่มา : ศุภากร มั่งคั่ง (2566)

ผลจากการสำรวจเปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต ซึ่งเป็นกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลสัณนิยม และวิธีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเพมบอย จำนวน 100 คน สรุปข้อมูลได้ว่า ในด้านความยาวโดยรวม และจำนวนเสื้อผ้าที่สวมใส่นั้น พบว่า ความยาวโดยรวมในระดับข้อเท้าจำนวน 78 ชุด คิดเป็นร้อยละ 78 จำนวนชิ้นเสื้อผ้าที่สวมใส่นั้น พบว่า นิยมสวมใส่จำนวน 2 ชิ้น จำนวน 69 ชุด คิดเป็นร้อยละ 69

ด้านความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ เมื่อพิจารณาแบบแยกชิ้น กล่าวคือ ส่วนท่อนบนนั้น พบว่า สวมเสื้อในความยาวระดับเอว จำนวน 34 ชุด คิดเป็นร้อยละ 43.6 สวมเสื้อคลุมตัวนอกในความยาวระดับสะโพก จำนวน 13 ชุด คิดเป็นร้อยละ 38.2 ขณะที่ ส่วนท่อนล่างได้แก่ กางเกง และกระโปรง พบว่า สวมกระโปรงความยาวระดับสั้นมาก จำนวน 6 ชุด คิดเป็นร้อยละ 54.5 สวมกางเกงความยาวระดับข้อเท้าจำนวน 44 ชุด คิดเป็นร้อยละ 78.5

ด้านลักษณะโครงสร้างเงาของเสื้อผ้า (Silhouette) นั้น พบว่าโครงสร้างเงาของเสื้อมีลักษณะเข้ารูปจำนวน 59 ชุด คิดเป็นร้อยละ 63.4 เสื้อคลุมตัวนอกมีลักษณะตัวหลวม จำนวน 20 ชุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 กระโปรงมีลักษณะเข้ารูป จำนวน 7 ชุด คิดเป็นร้อยละ 53.9 กางเกงมีลักษณะตัวหลวม จำนวน 42 ชุด คิดเป็นร้อยละ 49.4 นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาภาพรวมโครงสร้างเงาของเครื่องแต่งกายทั้งชุด พบว่า มีลักษณะแบบเข้ารูป - ตัวหลวม จำนวน 47 ชุด คิดเป็นร้อยละ 47 อนึ่ง ในด้านภาพรวมของรูปแบบโครงสร้างเงานั้น พบว่า มีโครงสร้างเงาแบบไอ - ไลน์ (I - Line) จำนวน 61 ชุด คิดเป็นร้อยละ 61

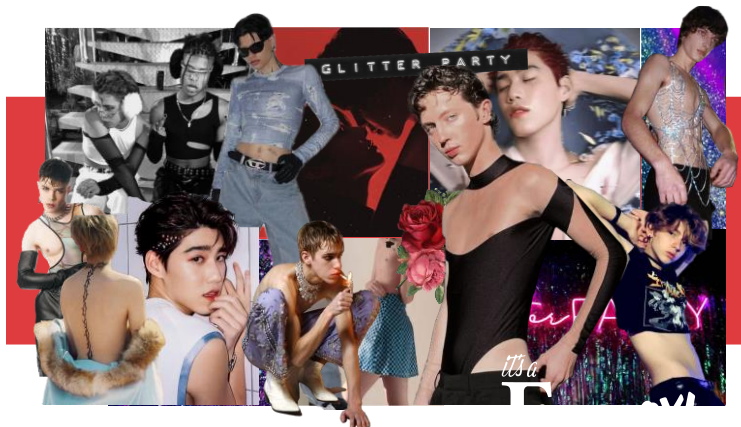
ด้านรายละเอียดบนเสื้อผ้านั้น พบว่า ในด้านการเลือกใช้วัสดุ สวมใส่เครื่องแต่งกายจากวัสดุที่มันเงาเป็นประกายจำนวน 52 ชุด คิดเป็นร้อยละ 52 ด้านการใช้สี พบว่า สวมใส่เครื่องแต่งกายที่มีสีโทนเข้ม

จำนวน 73 ชุด คิดเป็นร้อยละ 73 สำหรับด้านเทคนิคนั้น นิยมสวมใส่เครื่องแต่งกายที่ใช้เทคนิคการเว้า หรือ ตัด จำนวน 41 ชุด คิดเป็นร้อยละ 41

7. การสรุปผลและการอภิปรายผล

1. สรุปภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมาย

จากการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มเฟมบอย สรุปได้ว่า กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีอายุอยู่ในช่วง 24 – 29 ปี ผู้ให้ความสนใจในกิจกรรมงานสังสรรค์ นิยมสวมใส่เสื้อผ้าปาร์ตี้แวร์ที่เข้ารูป และเซ็กซี่ อีกทั้งชื่นชอบสวมใส่เครื่องแต่งกายที่ใช้วัสดุมันเงา เป็นประกาย ร่วมด้วยเทคนิคการตกแต่งด้วยกลิตเตอร์ การพิมพ์ลวดลายผ้า และการเว้า นอกจากนี้ สำหรับความสนใจในกระแสนิยมแฟชั่นนั้น พบว่า กลุ่มเฟมบอยให้ความสำคัญทั้งกระแสนิยมแฟชั่นที่ยั่งยืน และกระแสนิยมแฟชั่นไร้เพศ อันเป็นแนวทางในการเปิดเผยอัตลักษณ์ทางเพศของตนผ่านการแต่งกายได้อย่างเสรี



รูปที่ 1 กลุ่มเฟมบอย (Femboy)

ที่มา : ศุภากร มั่งคั่ง (2566)

2. สรุปแนวทางการพัฒนารายละเอียดตกแต่งสำหรับใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชั่นเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

จากการสำรวจ พบว่า กลุ่มเป้าหมายนิยมสวมใส่เครื่องแต่งกายจากวัสดุที่มันเงา เป็นประกาย รวมถึงใช้เทคนิคสกรีนบนเสื้อผ้า ผู้วิจัยจึงทดลองกระบวนการสกรีนกลิตเตอร์ เพื่อใช้ในการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

โดยการนี้ ผู้วิจัยพัฒนากระบวนการสกรีนผ้าด้วยสีจากเกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่นำมาทำบล็อกสกรีน (Block Screen) หนึ่งในแนวทางในอุตสาหกรรมสิ่งทอที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะสามารถกำหนด ขนาด สี ลวดลาย และวัสดุที่ใช้ได้หลากหลาย ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากโรงงาน 90 การพิมพ์ และคุณสุชาดา พลธร ในการทดลองสกรีนเกล็ดประกายมุกบนวัสดุแต่ละชนิดที่มีพื้นผิวแตกต่างกัน ได้ผลจากการทดลองดังนี้

ตารางที่ 5 ผลการทดลองสกรีนเกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่นำมาทำบล็อกสกรีน

วัสดุ	ผลลัพธ์					
ผ้าฝ้าย				ขาว		
				ดำ		
ผ้าซาติน				ขาว		
				ดำ		

วัสดุ	ผลลัพธ์		
แคนวาส			 ขาว
			 ดำ
หนังเทียม		 หนังเงา	
		 หนังด้าน	

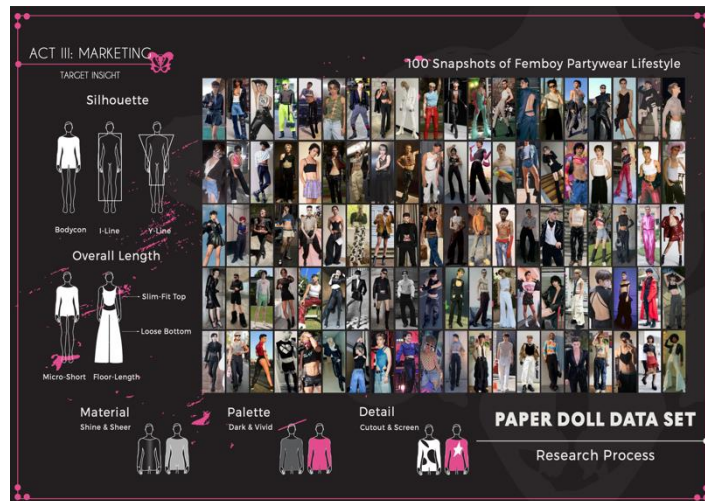
ที่มา : ศุภากร มั่งคั่ง (2566)

จากการทดลองสกรีนสีจากเกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่นั้น พบว่า เกล็ดประกายมุกดังกล่าว เรียงตัวเป็นระนาบบนพื้นผิวและให้คุณสมบัติแสงเหลือบมุก (Pearlescent) ในแต่ละมุมการเคลื่อนไหว ทั้งนี้ เกล็ดมุกขนาดใหญ่ (L) ให้ประกายมุกได้ชัดเจนที่สุดบนทุกพื้นผิว แต่มีบางส่วนที่หลุดร่วงเนื่องจากมีขนาดใหญ่ ในขณะที่เกล็ดมุกขนาดกลาง (M) และ เล็ก (S) มีประกายน้อยกว่าขนาดใหญ่ แต่สามารถยึดเกาะบนพื้นผิววัสดุได้ดี นอกจากนี้ ผิวสัมผัสและสีของวัสดุเป็นอีกปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ต่างกัน กล่าวคือ หากวัสดุมีผิวสัมผัสมันเงา คุณสมบัติเชิงแสงของเกล็ดมุกจะไม่ปรากฏชัดเจน เมื่อเปรียบเทียบกับวัสดุพื้นผิวด้านที่ให้คุณสมบัติเชิงแสงมากกว่า รวมถึงหากวัสดุมีพื้นสีเข้มจะทำให้ประกายมุกชัดเจนมากกว่าสีอ่อน

3. สรุปผลการวิเคราะห์เปเปอร์ ดอล ดาต้า เซต (Paper doll data set)

ผลจากระบวนการวิจัยผ่านเครื่องมือเปเปอร์ ดอล ดาต้า เซต เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลรสนิยม และวิธีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเพมบอย จำนวน 100 คน นั้นสรุปได้ว่า กลุ่มเพมบอยนิยมสวมใส่เสื้อผ้าที่มีความยาวระดับข้อเท้า จับคู่เสื้อผ้าท่อนบนและล่างจำนวนสองชิ้น ขึ้นบนสวมเสื้อความยาวระดับเอว เสื้อคลุมตัวนอกความยาวระดับสะโพก ขณะที่ช่วงล่างสวมกระโปรงความยาวระดับสั้นมาก และ

ทางแนวความยาวระดับข้อเท้า เมื่อพิจารณาภาพรวมลักษณะโครงร่างเงาของเสื้อผ้า พบว่า กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบเสื้อผ้าที่มีลักษณะเข้ารูป ร่วมกับเสื้อตัวนอกที่หลวมโครง กระโปรงที่เข้ารูป และกางเกงตัวหลวม ภายใต้รูปแบบโครงร่างเงาไอ - โหล่น นอกจากนี้ ด้านรายละเอียดบนเสื้อผ้านั้น ให้ความสนใจในการเลือกวัสดุที่มันเงา ร่วมกับการสวมใส่เสื้อผ้าโทนสีเข้มที่ใช้เทคนิคการเว้า หรือตัด



รูปที่ 2 การวิจัยกลุ่มเฟมบอยผ่านเครื่องมือเปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต

ที่มา : ศุภากร มั่งคั่ง (2566)

4. สรุปความสนใจของกลุ่มเป้าหมายต่อแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์

จากผลการสำรวจข้อมูลด้านความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์นั้น สรุปได้ว่า กลุ่มเฟมบอยให้ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ ในมิติความเรียวรมย์ สอดคล้องกับทฤษฎีของซอนแทก ที่กล่าวไว้ในหนังสือ 'Notes on CAMP' ว่า แคมป์ คือ มิติความงามที่ผิดแปลกไปจากธรรมชาติ ปรากฏได้ในรูปแบบที่หลากหลาย ดังเช่นภาพวาดอนาจาร ความพิศวง และเพศภาวะที่สั่นไหว เชื่อมโยงกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่ให้ความสนใจในการแต่งกายที่เปิดเผยเรื้อนร้าง และตรงกันข้ามกับเพศสภาพ



รูปที่ 3 สุนทรียศาสตร์แคมป์: มิตินิยมเรอเนซองส์ (Decadence)

ที่มา: ศุภากร มั่งคั่ง (2566)

นอกจากนี้ สุนทรียศาสตร์แคมป์ในมิตินิยมเรอเนซองส์ ยังปรากฏความเชื่อมโยงในประวัติศาสตร์แฟชั่นด้านเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวลว อันกล่าวถึงช่วงทศวรรษ 1920 ยุคสมัยแห่งความเสื่อมทางศีลธรรม ความรุ่มรวยของศิลปะ และดนตรีแจ๊ส สู่อุปกรณ์แต่งกายที่หวือหวา เช็กชี รวมถึงทศวรรษ 1970 ที่แนวดนตรีดิสโก และแกลมร็อก เป็นที่นิยมอย่างมากในงานสร้างสรรค์สู่แรงบันดาลใจในการแต่งกายปาร์ตี้แวลวของผู้คนที่นิยมทั้งเครื่องแต่งกายระยิบระยับ สีฉูดฉาด ไร้ขอบเขตทางเพศภาวะ

8. ข้อเสนอแนะงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์กับผู้สนใจด้านการสร้างสรรค์ตราสินค้า และนักออกแบบแฟชั่นทั่วไป โดยสามารถนำเอาผลการวิจัยด้านกลุ่มเป้าหมายไปสร้างสรรค์สัญลักษณ์ตราสินค้าได้ โดยประยุกต์ใช้ผลคำตอบความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อแนวคิดการออกแบบต่าง ๆ นอกจากนี้สามารถประยุกต์ใช้ผลการทดลองด้านการพัฒนาเทคนิคและรายละเอียดตกแต่งของเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายด้วยการพัฒนาเทคนิคการสกรีนด้วยสีเกล็ดประกายมุกลงบนวัสดุพื้นผิวต่าง ๆ ตามที่ผู้วิจัยได้ทดลองไว้

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย ได้แก่ (1) โอกาสในการพัฒนารูปแบบสินค้าที่จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (2) โอกาสในการพัฒนารายละเอียดตกแต่งทางแฟชั่นที่เป็นส่วนต่อยอดจากนวัตกรรมด้วยการใช้เกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิทยานิพนธ์เรื่อง นวัตกรรมสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกาย บาร์ดีแวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย จากสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์ แคมป์ โดยบทความนี้นำเสนอแนวคิดการวิจัยกลุ่มเป้าหมายด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม และเปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต เพื่อให้ได้ภาพลักษณ์กลุ่มเป้าหมาย เทคนิคการพัฒนารายละเอียดตกแต่งบนเสื้อผ้าและเครื่อง แต่งกาย โดยผู้สนใจสามารถอ่านวิทยานิพนธ์ฉบับเต็มเพื่อศึกษาผลงานการออกแบบคอลเลกชันต้นแบบได้

9. เอกสารอ้างอิง

- กำพล ลิขิตกาญจนกุล. (2562). *ทำความเข้าใจ ‘Camp’ อิม Met Gala ประจำปีนี้ จากธรรมเนียมอดแย้งแสน* *เชยสู่ไฮแฟชั่นแห่งยุค* (GQthailand). <https://www.gqthailand.com/style/article/its-good-because-its-awful>
- พัชชา อุทิสวรรณกุล. (2562). *การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น (Fashion and Merchandise)*. วิสคอม.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, องค์การมหาชน. (2565). *เจาะเทรนด์โลก 2023: CO-TOPIA* (TCDC). ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ [TCDC]. <https://www.tcdc.or.th/th/all/service/resource-center/e-book/33686-trend-2023?fbclid=IwAR2DCWGj5i9qXoOu2UV0LvuoXMY03bJOLZ6ppXqHfKpTff0xl1t7qlPOe8>
- Bolton, A., Godtsenhoven, K. V., & Garfinkel, A. (2019). *Camp: Notes on Fashion*. Yale University.
- Pradeep, M. (2022). *What is a femboy? Here’s everything you need to know* (Screenshot-media). <https://screenshot-media.com/culture/internet-culture/what-is-a-femboy/>