

นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย  
จากสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาานฤมิตศิลป์ ภาควิชาานฤมิตศิลป์  
คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2565  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE BRANDING INNOVATION OF PARTYWEAR FOR FEMBOY  
WITH PEARLESCENT PLATES COLOR FROM PERNA VIRIDIS SHELL  
BY USING CAMP AESTHETIC CONCEPT



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Fine and Applied Arts in Creative Arts

Department of Creative Arts

FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS

Chulalongkorn University

Academic Year 2022

Copyright of Chulalongkorn University

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์               | นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์<br>สำหรับกลุ่มเฟมบอย จากสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือก<br>เพอร์นา วิริติส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ |
| โดย                             | นายศุภากร มั่งคั่ง  |
| สาขาวิชา                        | นฤมิตรศิลป์   |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก | อาจารย์ ดร.อรรณพณ์ พงษ์เลาหพันธ์  |

---

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์  
(ศาสตราจารย์ ดร.บุษกร บินทสันต์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(ศาสตราจารย์ ดร.พัชรา อุทิศวรรณกุล)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(อาจารย์ ดร.อรรณพณ์ พงษ์เลาหพันธ์)

..... กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.บุญอารักษ์ รักษาวงษ์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เตชิต เฉยพ่วง)

ศุภากร มั่งคั่ง : นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย จาก  
 สีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์. ( THE BRANDING  
 INNOVATION OF PARTYWEAR FOR FEMBOY WITH PEARLESCENT PLATES COLOR FROM  
 PERNA VIRIDIS SHELL BY USING CAMP AESTHETIC CONCEPT) อ.ที่ปรึกษาหลัก : อ. ดร.อรรถ  
 พันธ์ พงษ์เลาหพันธ์

นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอยจากสีเกล็ดประกาย  
 มุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ เป็นการวิจัยเพื่อหาแนวทางการออกแบบ  
 สร้างสรรค์เครื่องแต่งกายในโอกาสงานสังสรรค์เพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายดังกล่าว ร่วมกับการใช้แนวคิด  
 สุนทรียศาสตร์แคมป์ ท่ามกลางกระแสนิยมแฟชั่นไร้เพศในปัจจุบัน รวมถึงการหาแนวทางการออกแบบสินค้า  
 แฟชั่นที่ตอบรับแนวคิดแฟชั่นยั่งยืน ด้วยนวัตกรรมการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าผ่านการแปรรูปขยะจาก  
 อุตสาหกรรมอาหารทะเลไทย ในรูปแบบการพัฒนาต่อยอดเกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่สู่  
 อุตสาหกรรมสิ่งทอ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ร่วมกับการออกแบบ  
 สร้างสรรค์คอลเลกชันเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเฟมบอย  
 ผ่านการใช้เครื่องมือแบบสอบถาม จำนวน 50 คน พบว่า เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ในช่วงวัย 24 – 29 ปี หรือกลุ่มเจน  
 เนียล ผู้มีอัตลักษณ์ทางเพศจำเพาะ มีความเป็นตัวของตัวเอง และต้องการแสดงจุดยืนทางสังคมอย่างชัดเจนผ่าน  
 การแสดงออกทางการแต่งกายที่ทำทนายชนบสังคัม ให้ความสนใจในการเข้าถึงคัมผ่านรูปแบบงานสังสรรค์ และให้  
 ความสำคัญในการเลือกสวมใส่เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ที่มีประกายระยิบระยับ ร่วมกับการใช้รายละเอียดตกแต่ง  
 บนเสื้อผ้าที่เสริมบุคลิกภาพของตน นอกจากนี้ยังให้ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ในมิติความเรียบง่าย  
 อันเป็นหนึ่งในแนวทางที่เผยถึงความงามอีกด้านที่ตรงกันข้ามกับค่านิยมทางสังคัม กล่าวถึงความงดงามใน  
 รูปแบบภาพอนาจาร ความพิศวง และสิ้นไหลในเพศภาวะ ผลการวิจัยพบว่า เกล็ดประกายมุกจากเปลือก  
 หอยแมลงภู่ นั้น สามารถใช้งานร่วมกับเทคนิคการทำบล็อกสกรีน เพื่อสร้างลวดลายบนเสื้อผ้าได้ดี เหมาะสำหรับ  
 โอกาสงานสังสรรค์เพราะให้ประกายแสงที่โดดเด่น และติดทน มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับการสกรีนสีกากเพชรเคมี  
 ทั่วไป จึงสามารถใช้เป็นทางเลือกใหม่ของการสกรีนสีกากเพชรบนเสื้อผ้าได้ ก่อให้เกิดแนวทางใหม่ใน  
 อุตสาหกรรมแฟชั่นในรูปแบบของเกล็ดประกายมุกที่ได้จากวัสดุเหลือทิ้งทางธรรมชาติ ปลอดภัยไม่กา และลด  
 ต้นทุนการนำเข้ากากเพชรเคมีจากต่างประเทศ รวมถึงเพิ่มแนวทางในการลดปัญหาขยะจากภาคอุตสาหกรรม  
 อาหารทะเลประเทศไทยได้เช่นกัน

สาขาวิชา นฤมิตศิลป์

ปีการศึกษา 2565

ลายมือชื่อนิสิต .....

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

# # 6480041135 : MAJOR CREATIVE ARTS

KEYWORD: Zennials, Femboy, Camp Aesthetic, Green Mussel

Supakorn Mungkung : THE BRANDING INNOVATION OF PARTYWEAR FOR FEMBOY WITH PEARLESCENT PLATES COLOR FROM PERNA VIRIDIS SHELL BY USING CAMP AESTHETIC CONCEPT. Advisor: ATTHAPHON PONGLAWHAPUN, D.F.A.

The branding innovation of partywear for femboy with pearlescent plates color from perna viridis shell by using camp aesthetic concept is the research for creative designing of partywear to achieve target customer demand along with camp aesthetic concept among current genderless fashion and also responding for sustainable fashion by way of innovative upcycling waste from Thai seafood industry turned into pearlescent plates from perna viridis – Asian green mussel shell which is a development in fashion and textile industry. The research utilizes quantitative and qualitative data combined with creative collection design for the targets. The research of Femboy behavior from conducting 50 surveys demonstrates that they is a new generation Zennials group between age of 24 and 29 who possess unique gender identity, strong self - esteem, and craves for making an impact statement through clothing that sarcastically challenge social norms. They also considerably focus on shimmery partywear decorated with details that genuinely express themselves. Moreover, Femboy tends to be satisfied camp aesthetics in decadent aspect which portraits pornography, quirkiness, and gender fluidity that opposite a traditional beauty aspect. The results reveal that pearlescent plates from Asian green mussel shell can utilized with block screen on textile, suitable for party occasion because of their outstanding shimmer effect and permanent adhesive. This innovation has luminous quality as equal as normal chemical glitter, considered as an alternative method for glitter color block screen on clothing leading to innovative way in fashion industry by use of glitter from upcycling domestic natural waste, Mica – free, also reduces cost for importing chemical glitter from overseas and a large amount of leftovers form Thai seafood industry as well.

Field of Study: Creative Arts

Student's Signature .....

Academic Year: 2022

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณคณาจารย์หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่านที่มอบโอกาสอันดีในการศึกษาทางด้านออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ ประสิทธิ์ประสาทความรู้ และชี้แนะแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานและการวิจัยในเชิงศิลปกรรม อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ให้กับผู้วิจัย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นและสิ่งทอ

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร. อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลักวิทยานิพนธ์ ผู้คอยชี้แนะ ให้คำปรึกษา และให้กำลังใจทั้งในด้านของวิชาการและการใช้ชีวิต ตลอดจนการใช้ประสบการณ์ที่มีช่วยแก้ไขปัญหา และแนะแนวทางให้ผู้วิจัยได้พัฒนาตนเองตลอดระยะเวลาการทำวิจัย ทำให้วิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณศาสตราจารย์ ดร. พัดชา อุทิสวรรณกุล, อาจารย์ ดร. บุญอารักษ์ รักษาวงษ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เตชิต ฉะยพวง คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ช่วยให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทางให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ไกรกช เสรีดีเลิศ ที่ให้คำปรึกษาและแนะนำแนวทางในการออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชันต้นแบบ รวมถึงการแก้ไขปัญหาเชิงการออกแบบ อันเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์ผลงานของงานวิจัย ทำให้วิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร. สอนง เอกสิทธิ์ อาจารย์ประจำภาควิชาเคมี และ หัวหน้าหน่วยปฏิบัติการวิจัยอุปกรณ์รับรู้ (Sensor Research Unit) ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ คุณเบญจวรรณ สังข์พะบุโชติ เจ้าหน้าที่ฝ่ายสนับสนุน ที่ให้ความอนุเคราะห์ทั้งความรู้ในด้านนวัตกรรมเกลือประกายมุก และการผลิตสำหรับต่อยอดในงานวิจัย และ คุณเมธีรัตน์ ธานีรัตน์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา) ผู้วิจัยในการต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์ครีมขัดผิวเพิ่มประสิทธิภาพด้วยเกลือประกายมุก ผู้ให้คำแนะนำด้านการแปรรูปเกลือประกายมุก ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณครอบครัวของผู้วิจัยทั้งคุณพ่อ คุณแม่ และคุณอา ที่ให้การสนับสนุนด้านการศึกษา อีกทั้งเป็นกำลังใจที่สำคัญเสมอมา และขอขอบพระคุณบุคคลที่ไม่ได้กล่าวชื่อมา ณ ที่นี้ผู้มีส่วนสนับสนุนและช่วยเหลือ ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

## สารบัญ

|  | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย.....   | ค    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....  | ง    |
| กิตติกรรมประกาศ.....   | จ    |
| สารบัญ.....  | ช    |
| สารบัญตาราง.....   | ฅ    |
| สารบัญภาพ.....   | ด    |
| บทที่ 1 บทนำ .....   | 1    |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....  | 1    |
| 1.2 ปัญหาการวิจัย .....  | 3    |
| 1.3 วัตถุประสงค์ .....   | 3    |
| 1.4 ขอบเขตการวิจัย .....   | 4    |
| 1.5 วิธีดำเนินการวิจัย.....  | 4    |
| 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....   | 5    |
| 1.7 นิยามศัพท์ .....   | 5    |
| บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม .....   | 7    |
| ส่วนที่ 1 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ ..... | 8    |
| 1.1 ความหมายและความสำคัญของแนวคิดแฟชั่นยั่งยืน (Sustainable Fashion) .....               | 8    |
| 1.2 การนำวัสดุเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Upcycle).....                              | 9    |
| 1.3 ปัญหาอุตสาหกรรมอาหารทะเลในประเทศไทย .....  | 11   |
| 1.4 เกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วีริดีส (Perna viridis) .....                         | 13   |
| 1.5 ผลิตภัณฑ์ต่อยอดจากเกล็ดประกายมุก .....   | 16   |



|           |   |     |
|-----------|---|-----|
| 1.6       | สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่   | 20  |
| ส่วนที่ 2 | ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party Wear)                | 21  |
| 2.1       | ประเภทของเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์  | 22  |
| 2.2       | เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในประวัติศาสตร์แฟชั่น                            | 22  |
| 2.3       | สรุปความเป็นมาของเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์                                | 45  |
| ส่วนที่ 3 | ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มเฟมบอย (Femboy)                                  | 51  |
| 3.1       | กระแสนิยมแฟชั่นไร้เพศ (Genderless Fashion)                                | 51  |
| 3.2       | เฟมบอย (Femboy)   | 54  |
| 3.3       | กลุ่มเฟมบอย ในช่วงเจเนอเรชั่นเซนเนียล (Zennials)                          | 55  |
| 3.4       | ตราสินค้าแฟชั่นสำหรับกลุ่มเฟมบอย  | 60  |
| 3.5       | สรุปแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มเฟมบอย  | 68  |
| ส่วนที่ 4 | ศึกษาการออกแบบภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)             | 72  |
| 4.1       | ความหมายของ แคมป์ (Camp)  | 72  |
| 4.2       | แคมป์ (Camp) กับกระแสนิยมแฟชั่นไร้เพศ                                     | 76  |
| 4.3       | ผลงานศิลปินในรูปแบบสุนทรียศาสตร์แคมป์                                     | 78  |
| 4.3.1     | ออบเบรย์ เบียร์ดสลีย์ (Aubrey Beardsley)                                  | 79  |
| 4.3.2     | เฟลิเซียง ร็อบส์ (Félicien Rops)  | 87  |
| 4.3.3     | ปรียนาถ จิรัฐติกาล (Naisu.chirat)   | 96  |
| 4.4       | สรุปองค์ประกอบทางการออกแบบภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) | 103 |
| บทที่ 3   | วิธีการดำเนินงานวิจัย   | 108 |
| ส่วนที่ 1 | การสำรวจกลุ่มเฟมบอย (Femboy)  | 108 |
| 1.1       | การกำหนดกลุ่มเป้าหมายตัวอย่าง   | 108 |
| 1.2       | การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยสำหรับการทำแบบสอบถามเบื้องต้น           | 109 |

|  |     |
|--|-----|
| 1.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยสำหรับการสัมภาษณ์.....   | 109 |
| ส่วนที่ 2 ผลจากการสัมภาษณ์สู่การสร้างแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลผู้บริโภค.....   | 110 |
| 2.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย .....  | 110 |
| 2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยสำหรับการเก็บข้อมูล .....  | 111 |
| 2.3 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล .....  | 111 |
| ส่วนที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส สุนัขัตกรรมสิ่งทอ.....  | 113 |
| 3.1 การลงพื้นที่ ณ หน่วยปฏิบัติการวิจัยอุปกรณ์รับรู้ (Sensor Research Unit) ภาควิชาเคมี<br>คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย..... | 113 |
| 3.2 การทดสอบคุณสมบัติเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ประกายมุก.....   | 114 |
| 3.3 การทดลองสีเพนท์ผ้าจากผลิตภัณฑ์ประกายมุก .....  | 114 |
| 3.4 การทดลองทำผ้าสักหลาดจากผลิตภัณฑ์ประกายมุก .....  | 115 |
| 3.5 การทดลองสกรีนด้วยผลิตภัณฑ์ประกายมุก .....  | 115 |
| 3.6 การทดลองหล่อเรซินด้วยสีจากผลิตภัณฑ์ประกายมุก .....   | 116 |
| ส่วนที่ 4 ข้อมูลสำหรับแนวทางการออกแบบและการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....   | 116 |
| 4.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า (Upcycle).....  | 116 |
| 4.2 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ .....  | 116 |
| 4.3 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย .....   | 117 |
| 4.4 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic).....   | 117 |
| ส่วนที่ 5 การสรุปแนวทางการออกแบบ.....  | 117 |
| 5.1 สรุปแนวทางการออกแบบจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....  | 117 |
| 5.2 สรุปพฤติกรรมและความสนใจในด้านแฟชั่นของกลุ่มเป้าหมาย .....  | 117 |
| 5.3 สรุปแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่นัตกรรมสิ่งทอ.....   | 117 |
| ส่วนที่ 6 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ.....  | 117 |
| บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....  | 119 |

|   |     |
|---|-----|
| ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม.....                                  | 120 |
| 1.1 ข้อมูลด้านการนำวัสดุเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Upcycle).....                 | 121 |
| 1.2 ข้อมูลด้านเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วีริดิส (Perna viridis) .....            | 121 |
| 1.2.1 คุณสมบัติเบื้องต้นของเกล็ดประกายมุก.....  | 122 |
| 1.2.2 กระบวนการทดลองสีเพนท์ผ้า และผ้าสักหลาดจากเกล็ดประกายมุก .....                   | 125 |
| 1.2.3 กระบวนการสกรีนสีจากเกล็ดประกายมุก.....  | 128 |
| 1.2.4 กระบวนการหล่อเรซินด้วยสีจากเกล็ดประกายมุก.....                                  | 130 |
| 1.3 ข้อมูลด้านเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์ (Party Wear).....                             | 133 |
| 1.4 ข้อมูลด้านกลุ่มเฟมบอย (Femboy).....   | 134 |
| 1.5 ข้อมูลด้านแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic).....                          | 136 |
| 1.6 สรุปการวิเคราะห์องค์ประกอบข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม.....                          | 137 |
| ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย.....                            | 139 |
| 2.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย.....   | 139 |
| 2.2 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์ .....                            | 141 |
| 2.3 ความสนใจในกระแสแฟชั่น.....  | 143 |
| 2.4 ทักษะคติของกลุ่มเป้าหมายต่อแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์.....                          | 144 |
| ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านแนวคิดการออกแบบ.....                                  | 146 |
| ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดสินค้าแฟชั่นสำหรับเฟมบอย (Femboy) ในตลาด... 147 |     |
| 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือเปเปอร์ดอล ดาต้า เซ็ต (Paper Doll Data set).....  | 147 |
| ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล 7P's และ SWOT ของตราสินค้าคู่แข่ง.....                   | 157 |
| 5.1 ตราสินค้า มูแกลร์ (Mugler).....   | 157 |
| 5.2 ตราสินค้า ลูดาวิค เดอ แซงค์ ซานอง (Ludovic de Saint Sernin).....                  | 161 |
| 5.3 ตราสินค้า ดิออน ลี (Dion Lee) .....   | 164 |
| 5.4 ตราสินค้า ไฮดี ซีเคร็ต (Heidi's Secret).....                                      | 167 |

|           |  |     |
|-----------|--|-----|
| 5.5       | สรุปการวิเคราะห์การศึกษาตราสินค้าคู่แข่งทางการตลาด.....              | 170 |
| ส่วนที่ 6 | การวิเคราะห์ทางการตลาดตราสินค้าของผู้วิจัย.....                      | 171 |
| 6.1       | การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าด้วยหลักการส่วนประสมทางการตลาด 7P's..... | 172 |
| 6.2       | การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ SWOT Analysis.....           | 172 |
| บทที่ 5   | อัตลักษณ์ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์.....                                  | 175 |
| ส่วนที่ 1 | ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย.....  | 176 |
| 1.1       | กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก.....                                      | 176 |
| 1.2       | กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง.....                                       | 177 |
| ส่วนที่ 2 | อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า.....                                     | 178 |
| 2.1       | วิสัยทัศน์ตราสินค้า.....   | 178 |
| 2.2       | ขอบเขตตราสินค้า.....   | 179 |
| 2.3       | ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า.....                                   | 179 |
| 2.4       | หลักการและบุคลิกภาพตราสินค้า.....                                    | 180 |
| ส่วนที่ 3 | ความจำเพาะของผลิตภัณฑ์.....  | 180 |
| 3.1       | อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านการใช้สอย.....                              | 181 |
| 3.2       | อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ.....                           | 182 |
| บทที่ 6   | การสร้างสรรค์ผลงาน.....  | 184 |
| ส่วนที่ 1 | การสร้างแนวโน้มและแรงบันดาลใจ.....                                   | 184 |
| 1.1       | การสร้างแนวโน้มและแรงบันดาลใจ.....                                   | 185 |
| 1.2       | แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend).....                         | 186 |
| 1.2.1     | เลดแบค แกลม (Laid – back glam).....                                  | 186 |
| 1.3       | แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend).....                  | 188 |
| 1.3.1     | เรโทรฟิวเจอร์ เฮโดนิสม์ (Retro – future hedonism).....               | 188 |
| 1.3.2     | แกลม ฟิวเจอร์ (Glam Future).....                                     | 190 |

|   |     |
|---|-----|
| 1.4 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend).....                                   | 192 |
| 1.5 แรงบันดาลใจ (Inspiration) .....   | 195 |
| ส่วนที่ 2 การสร้างสรรค์ผลงาน.....   | 196 |
| 2.1 การพัฒนานวัตกรรมสิ่งทอ.....   | 196 |
| 2.1.1 การทำบล็อกสกรีนด้วยสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส.....            | 196 |
| 2.1.2 การประยุกต์สเปรย์กากเพชร จากเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส<br>..... | 198 |
| 2.2 การพัฒนาคอลเลกชัน.....  | 199 |
| 2.2.1 การพัฒนาแบบร่าง (Sketch) และการขึ้นตัวอย่างคอลเลกชัน.....                   | 199 |
| 2.2.2 การทดลองขึ้นชุดด้วยการตัดเย็บผ้าดิบ.....                                    | 205 |
| 2.2.3 การพัฒนาคอลเลกชันต้นแบบ.....  | 212 |
| 2.3 ภาพการสร้างสรรค์ผลงาน .....   | 221 |
| บทที่ 7 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ .....                               | 232 |
| ส่วนที่ 1 สังเกตวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงาน.....                              | 233 |
| 1.1 ความสำคัญและวัตถุประสงค์.....   | 233 |
| 1.2 วิธีการดำเนินงานวิจัย .....   | 233 |
| ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัย .....  | 234 |
| 2.1 การพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส.....           | 235 |
| 2.2 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....  | 236 |
| 2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค.....  | 237 |
| 2.4 อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า.....  | 237 |
| 2.5 การสร้างสรรค์คอลเลกชันต้นแบบ .....  | 238 |
| ส่วนที่ 3 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....   | 239 |
| บรรณานุกรม.....   | 241 |

|                      |     |
|----------------------|-----|
| ภาคผนวก.....         | 244 |
| ประวัติผู้เขียน..... | 296 |



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

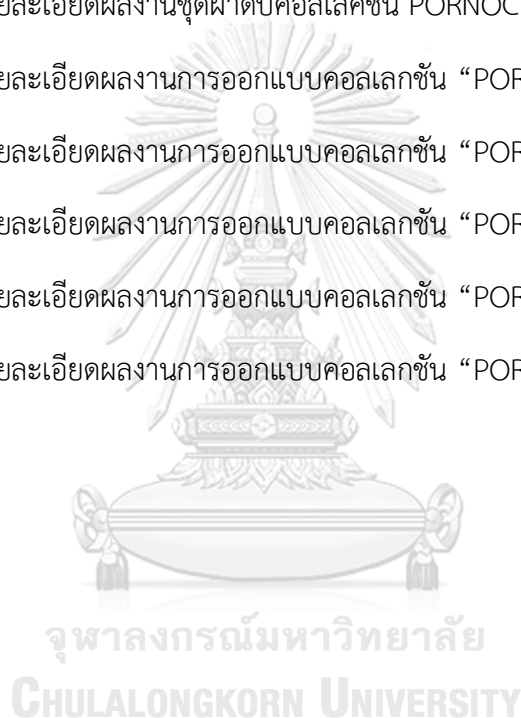
## สารบัญตาราง

|  | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 1 สรุปลความเป็นมาเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ .....  | 46   |
| ตารางที่ 2 สรุปลการวิเคราะห์ตราสินค้าแฟชั่นสำหรับกลุ่มเฟมบอย.....  | 69   |
| ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ ภาพลี้ลีสตราดาซ่อนมารยา (Lysistrata shielding her Coyonte) โดย ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์..... | 81   |
| ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ ภาพความระทมของหญิงเอเธนส์ (Two Athenian Women in Distress) โดย ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์..... | 82   |
| ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ ภาพจุดสุดยอด (The Climax) โดย ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์.....                                  | 83   |
| ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ ภาพเสื้อคลุมสีดำ (The Black Cape) โดย ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์.....                          | 85   |
| ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ ภาพโต๊ะเครื่องแป้งของซาโลเม (The Toilette of Salome) โดย ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์ .....      | 86   |
| ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ ภาพหญิงสาวกับสุกร (Pornocrates) โดย เฟลิเซีย ร็อบส์ .....                                | 89   |
| ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ ภาพอาคมเสน่ห์ (The Incantation) โดย เฟลิเซีย ร็อบส์.....                                 | 90   |
| ตารางที่ 10 การวิเคราะห์ ภาพความอ่อนไหวแรกเริ่ม (The Sentimental Initiation) โดย เฟลิเซีย ร็อบส์ .....           | 92   |
| ตารางที่ 11 การวิเคราะห์ ภาพกรงขัง (The Cage) โดย เฟลิเซีย ร็อบส์.....   | 93   |
| ตารางที่ 12 การวิเคราะห์ ภาพสตรีกับหุ่นเชิด (Woman with a Puppet) โดย เฟลิเซีย ร็อบส์ .                          | 95   |
| ตารางที่ 13 การวิเคราะห์ ภาพผลงานที่ 1 โดย ปริยนาถ จิรัฎฐิติกาล (Naisu.chirat).....                              | 98   |
| ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ ภาพผลงานที่ 2 โดย ปริยนาถ จิรัฎฐิติกาล (Naisu.chirat).....                              | 99   |
| ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ ภาพผลงานที่ 3 โดย ปริยนาถ จิรัฎฐิติกาล (Naisu.chirat).....                              | 100  |
| ตารางที่ 16 การวิเคราะห์ ภาพผลงานประกอบเพลง เท่าไห่รักก็ไม่พอ โดย ปริยนาถ จิรัฎฐิติกาล (Naisu.chirat).....       | 101  |
| ตารางที่ 17 การวิเคราะห์ ภาพผลงานประกอบเพลง พายุฤดูร้อน โดย ปริยนาถ จิรัฎฐิติกาล (Naisu.chirat).....             | 102  |

|             |   |     |
|-------------|---|-----|
| ตารางที่ 18 | สรุปแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ของศิลปิน .....   | 104 |
| ตารางที่ 19 | สรุปองค์ประกอบทางการออกแบบของศิลปิน .....   | 106 |
| ตารางที่ 20 | ตารางแสดงการทดสอบคุณสมบัติเบื้องต้นของเกลือประกายมุก .....                          | 123 |
| ตารางที่ 21 | ผลการทดลองสีเพนท์ผ้าเกลือประกายมุก .....  | 125 |
| ตารางที่ 22 | ผลการทดลองผ้าสักหลาดจากเกลือประกายมุก .....   | 126 |
| ตารางที่ 23 | ผลการทดลองสกรีนสีเกลือประกายมุก .....   | 128 |
| ตารางที่ 24 | ผลการทดลองหล่อเรซินด้วยสีเกลือประกายมุก .....                                       | 130 |
| ตารางที่ 25 | ผลการทดลองพิมพ์สามมิติระบบเรซิน SLA Prosumer ด้วยสีเกลือประกายมุก .....             | 133 |
| ตารางที่ 26 | สรุปข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย.....   | 139 |
| ตารางที่ 27 | สรุปข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ของกลุ่มเป้าหมาย.....       | 141 |
| ตารางที่ 28 | สรุปข้อมูลด้านความสนใจในกระแสแฟชั่นของกลุ่มเป้าหมาย .....                           | 143 |
| ตารางที่ 29 | สรุปข้อมูลด้านความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ของกลุ่มเป้าหมาย .....              | 144 |
| ตารางที่ 30 | สรุปองค์ประกอบที่ได้จากแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์.....                                | 146 |
| ตารางที่ 31 | การวิเคราะห์สนิยมการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายจากเครื่องมือเปเปอร์ดอล ดาต้า เซ็ต ..... | 152 |
| ตารางที่ 32 | ตารางการวิเคราะห์ 7P's และ SWOT ตราสินค้า มูแกลร์ .....                             | 159 |
| ตารางที่ 33 | ตารางการวิเคราะห์ 7P's และ SWOT ตราสินค้าลูตาวีค เดอ แซงค์ ซานอง .....              | 162 |
| ตารางที่ 34 | ตารางการวิเคราะห์ 7P's และ SWOT ตราสินค้าดิออน ลี .....                             | 165 |
| ตารางที่ 35 | ตารางการวิเคราะห์ 7P's และ SWOT ตราสินค้าไฮดี ซีเคิร์ต .....                        | 168 |
| ตารางที่ 36 | สรุปการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่งทางการตลาดด้วยหลักการ 7P's .....                    | 170 |
| ตารางที่ 37 | ตารางการวิเคราะห์ 7P's ตราสินค้างานวิจัย .....                                      | 172 |
| ตารางที่ 38 | ตารางการวิเคราะห์ 7P's และ SWOT ตราสินค้างานวิจัย.....                              | 172 |
| ตารางที่ 39 | ข้อมูลอัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ในตราสินค้างานวิจัย .....                          | 181 |
| ตารางที่ 40 | ข้อมูลอัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ในตราสินค้างานวิจัย.....                    | 182 |



|             |   |     |
|-------------|---|-----|
| ตารางที่ 41 | องค์ประกอบของแนวโน้มกระแสแฟชั่นหลัก เลดแบค แกลม.....                  | 186 |
| ตารางที่ 42 | องค์ประกอบของแนวโน้มกระแสแฟชั่นสนับสนุน เรโทรฟิวเจอร์ เฮโดนิสม์ ..... | 189 |
| ตารางที่ 43 | องค์ประกอบของแนวโน้มกระแสแฟชั่นสนับสนุน แกลม ฟิวเจอร์.....            | 190 |
| ตารางที่ 44 | ตารางรายละเอียดผลงานชุดผ้าดิบคอลเลกชัน PORNOCRATES ชุดที่ 1.....      | 207 |
| ตารางที่ 45 | ตารางรายละเอียดผลงานชุดผ้าดิบคอลเลกชัน PORNOCRATES ชุดที่ 2.....      | 209 |
| ตารางที่ 46 | ตารางรายละเอียดผลงานชุดผ้าดิบคอลเลกชัน PORNOCRATES ชุดที่ 3.....      | 210 |
| ตารางที่ 47 | ตารางรายละเอียดผลงานชุดผ้าดิบคอลเลกชัน PORNOCRATES ชุดที่ 4.....      | 211 |
| ตารางที่ 48 | ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเลกชัน “PORNOCRATES” ชุดที่ 1 .....   | 215 |
| ตารางที่ 49 | ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเลกชัน “PORNOCRATES” ชุดที่ 2 .....   | 216 |
| ตารางที่ 50 | ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเลกชัน “PORNOCRATES” ชุดที่ 3 .....   | 218 |
| ตารางที่ 51 | ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเลกชัน “PORNOCRATES” ชุดที่ 4 .....   | 219 |
| ตารางที่ 52 | ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเลกชัน “PORNOCRATES” ชุดที่ 5 .....   | 220 |



## สารบัญภาพ

|  | หน้า |
|--|------|
| ภาพที่ 1 เครื่องแต่งกายตราสินค้าสเตลล่า แมคคาร์ทนี (Stella McCartney)..... | 9    |
| ภาพที่ 2 เครื่องแต่งกายตราสินค้ารีนิม โปรเจกต์ (Renim Project).....        | 11   |
| ภาพที่ 3 ชุมชนแกะเปลือกหอยแมลงภู๋ ต.แหลมใหญ่ จ.สมุทรสงคราม .....           | 12   |
| ภาพที่ 4 กองขยะเปลือกหอยแมลงภู๋บริเวณชุมชน.....                            | 13   |
| ภาพที่ 5 (A) สีเหลืองมุกจากเปลือกหอยแมลงภู๋ (B) ความหนาของเปลือก .....     | 14   |
| ภาพที่ 6 (A) เกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู๋.....                        | 15   |
| ภาพที่ 7 เกล็ดประกายมุกหลายขนาดจากเปลือกหอยแมลงภู๋.....                    | 15   |
| ภาพที่ 8 ผงแคลเซียมคาร์บอเนตจากเปลือกหอยแมลงภู๋.....                       | 16   |
| ภาพที่ 9 เพิร์ลสกิน: ครีมหัดผิวเกล็ดประกายมุก .....                        | 17   |
| ภาพที่ 10 สีกวอช (Gouache) จากเกล็ดประกายมุก.....                          | 19   |
| ภาพที่ 11 เครื่องประดับหัตถกรรมจากดินปั้นจุฬาฯ.....                        | 20   |
| ภาพที่ 12 แผนผังสรุปแนวคิดนวัตกรรมเกล็ดประกายมุก .....                     | 21   |
| ภาพที่ 13 มาดาม ปัวเรต์ (Madame Poiret).....                               | 24   |
| ภาพที่ 14 ผลงานการออกแบบของปอล ปัวเรต์ (Paul Poiret).....                  | 24   |
| ภาพที่ 15 สาวแฟลปเปอร์ (Flapper).....                                      | 26   |
| ภาพที่ 16 ชุดปาร์ตี้แวร์ยุค 1920s.....                                     | 26   |
| ภาพที่ 17 โรบ เดอ สไตล์ (Robe de Style).....                               | 27   |
| ภาพที่ 18 จีน ฮาร์โลว์ (Jean Harlow).....                                  | 28   |
| ภาพที่ 19 ปาร์ตี้แวร์ยุค 1930s .....                                       | 29   |
| ภาพที่ 20 ผลงานการออกแบบของ เอลซ่า สเคียปาเรลลี (Elsa Schiaparelli).....   | 29   |
| ภาพที่ 21 นิวลุค (The New Look) โดยคริสเตียน ดิออร์ (Christian Dior).....  | 30   |

|   |    |
|---|----|
| ภาพที่ 22 ชุดเดรสความยาวระดับนักเต้นระบำ (Ballerina Length).....              | 31 |
| ภาพที่ 23 ปาร์ตี้แวร์ยุค 1940s .....  | 31 |
| ภาพที่ 24 ผลงานการออกแบบของคริสโตบัล บาเลนเซียก้า (Cristóbal Balenciaga)..... | 32 |
| ภาพที่ 25 ชุดปาร์ตี้แวร์สำหรับงานกลางวัน ยุค 1950s.....                       | 33 |
| ภาพที่ 26 ชุดปาร์ตี้แวร์สำหรับงานกลางคืน ยุค 1950s .....                      | 33 |
| ภาพที่ 27 ทวิกกี (Twiggy).....  | 34 |
| ภาพที่ 28 ผลงานการออกแบบของอังเดร กูริช (Andre Courreges).....                | 35 |
| ภาพที่ 29 ชุดปาร์ตี้แวร์ ยุค 1960s .....                                      | 36 |
| ภาพที่ 30 บรรยากาศภายใน Studio 54.....  | 37 |
| ภาพที่ 31 แรปเดรส (Wrap Dress).....   | 38 |
| ภาพที่ 32 แกลมร็อค (Glam Rock).....   | 39 |
| ภาพที่ 33 พังก์ (Punk) .....  | 40 |
| ภาพที่ 34 พาวเวอร์ เดรสซิ่ง (Power Dressing) .....                            | 41 |
| ภาพที่ 35 ผลงานการออกแบบของเรอิ คาวาคูโบะ (Rei Kawakubo).....                 | 42 |
| ภาพที่ 36 โครงร่างเงารูปเสมือนผิวหนังชั้นที่สอง (Second Skin).....            | 43 |
| ภาพที่ 37 ดีคอนสตรัคชัน (Deconstruction).....                                 | 44 |
| ภาพที่ 38 ปาร์ตี้แวร์ยุคปัจจุบัน.....   | 45 |
| ภาพที่ 39 แผนภาพสรุปประวัติศาสตร์ปาร์ตี้แวร์ศตวรรษที่ 20.....                 | 50 |
| ภาพที่ 40 ชาเนล (Chanel) สวมเสื้อ Breton Top .....                            | 52 |
| ภาพที่ 41 ทวิกกี (Twiggy) แต่งกายแบบแอนโดรจีนี (Androgyny).....               | 53 |
| ภาพที่ 42 เดวิด โบวี่ (David Bowie) .....                                     | 54 |
| ภาพที่ 43 เฟมบอย (Femboy).....  | 55 |
| ภาพที่ 44 ธงสัญลักษณ์กลุ่มเฟมบอย (Femboy Flag).....                           | 55 |
| ภาพที่ 45 ทรอย ซีวาน (Troye Sivan).....                                       | 58 |

|   |    |
|---|----|
| ภาพที่ 46 กฤษณ์ อำนวนยเดชกร (พีพี) .....  | 59 |
| ภาพที่ 47 กุชชีโอ กุชชี (Guccio Gucci).....   | 61 |
| ภาพที่ 48 ตราสินค้ากุชชี (Gucci).....   | 62 |
| ภาพที่ 49 อเลฮานโดร โกเมซ ปาโลโม (Alejandro Gómez Palomo) .....                                 | 63 |
| ภาพที่ 50 ตราสินค้าปาโลโม สเปน (Palomo Spain) .....   | 64 |
| ภาพที่ 51 ศิริชัย ทหรานนท์ (จ๋อม).....  | 65 |
| ภาพที่ 52 ตราสินค้าเธียเตอร์ (Theatre) .....  | 66 |
| ภาพที่ 53 อีทรัซคัมมิ นานาจจรูญทรัพย์ (ทิมมี่).....   | 67 |
| ภาพที่ 54 ตราสินค้าไฮดี ซีเคร็ต (Heidi's Secret).....   | 68 |
| ภาพที่ 55 ซูแซน ซอนแทก (Susan Sontag).....  | 73 |
| ภาพที่ 56 ไคลี เจนเนอร์ (Kylie Jenner) และ เคนดัล เจนเนอร์ (Kendall Jenner).....                | 74 |
| ภาพที่ 57 จาแนลล์ โมเน (Janelle Monae) ในงาน Met Gala 2019.....                                 | 75 |
| ภาพที่ 58 เซนเดยา (Zendaya) ในงาน Met Gala 2019 .....   | 76 |
| ภาพที่ 59 แกรทา การ์โบ (Greta Garbo).....   | 77 |
| ภาพที่ 60 ไมเคิล ยูรี (Michael Urie) ในงาน Met Gala 2019.....                                   | 78 |
| ภาพที่ 61 ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์ (Aubrey Beardsley).....  | 79 |
| ภาพที่ 62 ลีสิสตราดาซ่อนมารยา (Lysistrata shielding her Coyonte) โดย ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์ ..... | 80 |
| ภาพที่ 63 ความระทมของหญิงเอเธนส์ (Two Athenian Women in Distress) .....                         | 82 |
| ภาพที่ 64 จุดสุดยอด (The Climax) โดย ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์.....                                  | 83 |
| ภาพที่ 65 เสื้อคลุมสีดำ (The Black Cape) โดย ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์ .....                         | 85 |
| ภาพที่ 66 โต๊ะเครื่องแป้งของซาโลเม (The Toilette of Salome) โดย ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์ .....      | 86 |
| ภาพที่ 67 เฟลิเซียง ร็อบส์ (Félicien Rops).....   | 88 |
| ภาพที่ 68 หญิงสาวกับสุกร (Pornocrates) โดย เฟลิเซียง ร็อบส์.....                                | 89 |

|           |   |     |
|-----------|---|-----|
| ภาพที่ 69 | อาคมเสน่ห์ (The Incantation) โดย เฟลิเซีย ร็อบส์.....                     | 90  |
| ภาพที่ 70 | ความอ่อนไหวแรกเริ่ม (The Sentimental Initiation) โดย เฟลิเซีย ร็อบส์..... | 92  |
| ภาพที่ 71 | กรงขัง (The Cage) โดย เฟลิเซีย ร็อบส์.....                                | 93  |
| ภาพที่ 72 | สตรีกับหุ่นเชิด (Woman with a Puppet) โดย เฟลิเซีย ร็อบส์.....            | 95  |
| ภาพที่ 73 | ปริยนาถ จิรัฏฐิติกาล (Naisu.chirat) .....                                 | 96  |
| ภาพที่ 74 | ภาพผลงานที่ 1 โดย ปริยนาถ จิรัฏฐิติกาล.....                               | 98  |
| ภาพที่ 75 | ภาพผลงานที่ 2 โดย ปริยนาถ จิรัฏฐิติกาล.....                               | 99  |
| ภาพที่ 76 | ภาพผลงานที่ 3 โดย ปริยนาถ จิรัฏฐิติกาล.....                               | 100 |
| ภาพที่ 77 | ภาพผลงานประกอบเพลง “เท่าไรก็ไม่พอ” โดย ปริยนาถ จิรัฏฐิติกาล .....         | 101 |
| ภาพที่ 78 | ภาพผลงานประกอบเพลง “พายุฤดูร้อน” โดย ปริยนาถ จิรัฏฐิติกาล.....            | 102 |
| ภาพที่ 79 | แผนภาพสรุปแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์.....                                   | 104 |
| ภาพที่ 80 | แผนภาพกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ .....                                | 118 |
| ภาพที่ 81 | เกล็ดประกายมุกขนาดต่าง ๆ สำหรับทดลองวิจัย .....                           | 123 |
| ภาพที่ 82 | การทดลองสีเพนต์ผ้า (Fabric Painting) ด้วยเกล็ดประกายมุก .....             | 126 |
| ภาพที่ 83 | การทดลองทำผ้าสักหลาด (Wet Felting) ด้วยเกล็ดประกายมุก .....               | 128 |
| ภาพที่ 84 | เรซินต้นแบบเมื่อออกจากเครื่องพิมพ์ระบบ SLA Prosumer .....                 | 132 |
| ภาพที่ 85 | สรุปการวิเคราะห์องค์ประกอบข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม.....                  | 138 |
| ภาพที่ 86 | เปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต รูปที่ 1 - 40 .....                                | 148 |
| ภาพที่ 87 | เปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต รูปที่ 41 - 80 .....                               | 149 |
| ภาพที่ 88 | เปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต รูปที่ 81 - 100.....                               | 150 |
| ภาพที่ 89 | เปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต .....  | 151 |
| ภาพที่ 90 | โลโก้ตราสินค้า มูแกลร์ .....  | 158 |
| ภาพที่ 91 | เครื่องแต่งกายตราสินค้า มูแกลร์ .....                                     | 159 |
| ภาพที่ 92 | โลโก้ตราสินค้าลูดาวิค เดอ แซงค์ ซานอง .....                               | 161 |

|  |     |
|--|-----|
| ภาพที่ 93 เครื่องแต่งกายตราสินค้า ลูดาวิก เดอ แซงค์ ซานอง.....                   | 162 |
| ภาพที่ 94 โลโก้ตราสินค้าดิออน ลี.....  | 164 |
| ภาพที่ 95 เครื่องแต่งกายตราสินค้า ดิออน ลี.....                                  | 165 |
| ภาพที่ 96 โลโก้ตราสินค้าไฮดี ซีเคร็ต (Heidi's Secret).....                       | 167 |
| ภาพที่ 97 เครื่องแต่งกายตราสินค้า ไฮดี ซีเคร็ต.....                              | 168 |
| ภาพที่ 98 ลักษณะกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก: เฟมบอย.....                          | 177 |
| ภาพที่ 99 อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า.....                                       | 178 |
| ภาพที่ 100 หมวดหมู่สินค้าของตราสินค้างานวิจัย.....                               | 179 |
| ภาพที่ 101 ตำแหน่งทางการตลาด.....  | 180 |
| ภาพที่ 102 แผนภาพสรุปองค์ประกอบแนวโน้มกระแสแฟชั่นหลัก เลดแบค แกลม.....           | 188 |
| ภาพที่ 103 กระบวนการสร้างกระแสนิยมแฟชั่นใหม่.....                                | 193 |
| ภาพที่ 104 กระแสนิยมแฟชั่นใหม่ รีอินคาร์เนท แกลม (Reincarnated Glam).....        | 194 |
| ภาพที่ 105 แรงบันดาลใจในการออกแบบ (Inspiration Board).....                       | 196 |
| ภาพที่ 106 การทำบล็อกสกรีนด้วยสีเกล็ดประกายมุกที่ผสมผงสีไว้แล้ว (สีเงิน).....    | 197 |
| ภาพที่ 107 การทำบล็อกสกรีนด้วยสีเกล็ดประกายมุกที่ผสมผงสีไว้แล้ว (สีบานเย็น)..... | 198 |
| ภาพที่ 108 การทดลองพ่นสเปรย์เกล็ดประกายมุกบนผ้าขนเทียม.....                      | 198 |
| ภาพที่ 109 การทดลองพ่นสเปรย์เกล็ดประกายมุกขนาดเล็กบนชิ้นส่วนอะลูมิเนียม.....     | 199 |
| ภาพที่ 110 การทดลองสเปรย์เกล็ดประกายมุกขนาดใหญ่บนชิ้นส่วนอะลูมิเนียม.....        | 199 |
| ภาพที่ 111 คอลลาจ (Collage) คอลเลคชันต้นแบบ.....                                 | 200 |
| ภาพที่ 112 การพัฒนาแบบร่าง (Sketch) ครั้งที่ 1.....                              | 201 |
| ภาพที่ 113 การพัฒนาแบบร่าง (Sketch) ครั้งที่ 2.....                              | 201 |
| ภาพที่ 114 การพัฒนาแบบร่าง (Sketch) ครั้งที่ 3 : ด้านหน้า.....                   | 202 |
| ภาพที่ 115 การพัฒนาแบบร่าง (Sketch) ครั้งที่ 3 : ด้านหลัง.....                   | 202 |
| ภาพที่ 116 การพัฒนาลาย นีโอ เพลวิส (Neo Pelvis).....                             | 202 |

|  |     |
|--|-----|
| ภาพที่ 117 ลาย นีโอ เพลวิส (Neo Pelvis) แบบลายเส้น และถมสี.....                            | 203 |
| ภาพที่ 118 การพัฒนาแพทเทิร์นลาย นีโอ เพลวิส (Neo Pelvis) .....                             | 203 |
| ภาพที่ 119 แพทเทิร์นลาย นีโอ เพลวิส (Neo Pelvis).....                                      | 203 |
| ภาพที่ 120 การพัฒนาลาย นีโอ วาไจนา (Neo Vagina).....                                       | 204 |
| ภาพที่ 121 ลาย นีโอ วาไจนา (Neo Vagina).....   | 204 |
| ภาพที่ 122 การพัฒนาลายนีโอ วาไจนา.....   | 205 |
| ภาพที่ 123 ลายนีโอ วาไจนา สำหรับพิมพ์ดิจิทัล .....   | 205 |
| ภาพที่ 124 การทดลองขึ้นชุดผ้าดิบ คอลเลคชั่น PORNOCRATES ชุดที่ 1.....                      | 207 |
| ภาพที่ 125 การทดลองขึ้นชุดผ้าดิบ คอลเลคชั่น PORNOCRATES ชุดที่ 2.....                      | 209 |
| ภาพที่ 126 การทดลองขึ้นชุดผ้าดิบ คอลเลคชั่น PORNOCRATES ชุดที่ 3.....                      | 210 |
| ภาพที่ 127 การทดลองขึ้นชุดผ้าดิบ คอลเลคชั่น PORNOCRATES ชุดที่ 4.....                      | 211 |
| ภาพที่ 128 ภาพแบบร่างคอลเลคชั่นฉบับแก้ไขสมบูรณ์ (ด้านหน้า) ก่อนตัดเย็บจริง .....           | 214 |
| ภาพที่ 129 ภาพแบบร่างคอลเลคชั่นฉบับแก้ไขสมบูรณ์ (ด้านหลัง) ก่อนตัดเย็บจริง.....            | 214 |
| ภาพที่ 130 การตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเลคชั่น “PORNOCRATES” ชุดที่ 1<br>..... | 215 |
| ภาพที่ 131 การตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเลคชั่น “PORNOCRATES” ชุดที่ 2<br>..... | 216 |
| ภาพที่ 132 การตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเลคชั่น “PORNOCRATES” ชุดที่ 3<br>..... | 218 |
| ภาพที่ 133 การตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเลคชั่น “PORNOCRATES” ชุดที่ 4<br>..... | 219 |
| ภาพที่ 134 การตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเลคชั่น “PORNOCRATES” ชุดที่ 5<br>..... | 220 |
| ภาพที่ 135 การถ่ายภาพชุด ชุดที่ 1 .....  | 222 |
| ภาพที่ 136 การถ่ายภาพชุด ชุดที่ 2.....   | 223 |

|  |     |
|--|-----|
| ภาพที่ 137 การถ่ายลुकบुक ชุดที่ 3 .....                    | 224 |
| ภาพที่ 138 การถ่ายลुकบुक ชุดที่ 5 .....                    | 225 |
| ภาพที่ 139 ส่วนหนึ่งของวิดีโอ สำหรับการประชาสัมพันธ์ ..... | 226 |
| ภาพที่ 140 รันเวย์ ชุดที่ 1 (TEAR ME UP).....              | 227 |
| ภาพที่ 141 รันเวย์ ชุดที่ 2 (HARASS ME NOW).....           | 228 |
| ภาพที่ 142 รันเวย์ ชุดที่ 3 (OBSESS ME THERE).....         | 229 |
| ภาพที่ 143 รันเวย์ ชุดที่ 4 (HUSTLE ME AROUND).....        | 230 |
| ภาพที่ 144 รันเวย์ ชุดที่ 5 (ORGASM ME PLS).....           | 231 |





# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมอาหารทะเลในประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม การกำจัดขยะจากโรงงานอุตสาหกรรมดังกล่าว ย่อมประสบปัญหาตามความต้องการบริโภคที่มากขึ้น หนึ่งในปัญหาหลักคือ เปลือกหอยแมลงภู่ ที่จัดเป็นกากของเสียที่เกิดขึ้นจำนวนมากจากโรงงานอุตสาหกรรมอาหารทะเล โดยในแต่ละปีมีจำนวนมากถึง 50,000 ตัน ทั้งนี้ ประเทศไทยมีกำลังการผลิตเพอร์นา วีริดิส (*Perna viridis*) หรือ หอยแมลงภู่ สายพันธุ์เอเชีย (Green Mussel) ปริมาณ 1 แสนตันต่อปี (ปทุมรัตน์ พิชญไพบุลย์, 2018) โดยทั่วไปมักใช้การกำจัดแบบฝังกลบลง ในดิน ซึ่งก่อให้เกิดปัญหากลิ่นอันไม่พึงประสงค์ในพื้นที่ชุมชน รวมถึงการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อันเป็นสาเหตุของภาวะเรือนกระจก

สืบเนื่องจากปัญหาข้างต้น คณะอาจารย์จากคณะวิทยาศาสตร์ และครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงได้ทำวิจัยร่วมกันในการแปรรูปเปลือกหอยแมลงภู่สู่การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง โดยงานวิจัยต้นน้ำจากศาสตราจารย์ ดร. สนอง เอกสิทธิ์ ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในหัวข้อ “นวัตกรรมการผลิตแผ่นเคลือบประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่เหลือทิ้งจากอุตสาหกรรมอาหารทะเล” ได้คิดค้นกระบวนการสกัดเคลือบประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่ได้สำเร็จ ซึ่งเคลือบประกายมุกที่ได้นั้นปลอดจากแร่ไมกา (Mica) ที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย จากนั้นจึงเกิดการต่อยอดโดยรองศาสตราจารย์ ดร.ปทุมรัตน์ พิชญไพบุลย์ สาขาวิชาศิลปศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย งานวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการนำสีประกายมุกที่พัฒนาจากเคลือบประกายมุกแปรรูปจากเปลือกหอยแมลงภู่เพื่อพัฒนาจิตรกรรมศิลปะ และคุณค่าความงามในผลงานศิลปะ” ซึ่งเป็นการแปรรูปเคลือบประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่สู่ผลิตภัณฑ์สีเคลือบมุก ซึ่งเป็นสีระบายน้ำที่ใช้สำหรับสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ และประกอบการเรียนการสอน เริ่มทดลองในโรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

งานวิจัยต่อยอดครั้งนี้พบว่า เคลือบประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่ นั้น ไม่เพียงแต่ปลอดภัยต่อผู้ใช้งานเท่านั้น แต่ยังช่วยลดต้นทุนในการนำเข้าสู่เคลือบประกายมุกสังเคราะห์จากต่างประเทศ และสามารถนำไปสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งสีระบายน้ำสำหรับสร้างงานศิลปะ ดินปั้นเคลือบมุก หรือ ดินปั้นจุฬา (Chula Clay) สำหรับสร้างสรรค์งานหัตถกรรม และ

เครื่องประดับ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันยังไม่มี การนำเกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่ มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายแฟชั่น

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นโอกาสทางการตลาดในการนำผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติดังกล่าว มาแปรรูปในแนวทางของอุตสาหกรรมแฟชั่นและสิ่งทอ เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสแฟชั่นที่ยั่งยืน (Sustainable Fashion) ในปัจจุบัน ที่ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางทั่วโลก โดยมุ่งแก้ไข ปัญหามลพิษทางขยะจากสินค้าแฟชั่น ส่งเสริมให้เกิดการบริโภคสินค้าแฟชั่นอย่างยั่งยืน ลดการผลิตและบริโภคสินค้าประเภทฟาสต์แฟชั่น (Fast-Fashion) ตลอดจนควบคุมกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด

นอกจากกระแสนิยมเรื่องแฟชั่นที่ยั่งยืน (Sustainable Fashion) ที่กำลังได้รับความสนใจจากทั่วโลกแล้วนั้น ปัจจุบันกระแสแฟชั่นที่เกี่ยวข้องกับความไร้เพศ (Genderless Fashion) ก็ได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างมาก เพราะเป็นแนวคิดทางการเมืองที่ใช้ในการเคลื่อนไหวทางสังคม เพื่อเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศให้กับกลุ่มคนที่มีหลากหลายทางเพศ (LGBTQIA+) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ไม่จำกัดกรอบทัศนคติทางเพศตามค่านิยม มีรสนิยมทางเพศหลากหลายรูปแบบ ดังเช่น กลุ่มเฟมบอย (Femboy) ที่เป็นกลุ่มคนที่มีเพศสภาพเป็นชาย ผู้ไม่ต้องการยึดติดกับค่านิยมความเป็นชาย (Masculinity) ตามขนบสังคม

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเบื้องต้น จำนวน 11 คน ด้วยการตอบแบบสอบถามออนไลน์ 10 คน และสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ 1 คน พบว่ากลุ่มเฟมบอย (Femboy) ซึ่งมีช่วงอายุระหว่าง 24 - 29 ปี จัดอยู่ในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นเซนเนียล (Zennials) ให้ความสนใจและต้องการขับเคลื่อนสังคมในหลากหลายด้าน ทั้งเรื่องของความเท่าเทียมทางเพศ ปัญหาสังคม รวมถึงเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยให้ความสนใจอย่างยิ่งในด้านของสินค้าแฟชั่น ที่สามารถสะท้อนอุดมการณ์ของตนได้อย่างชัดเจน

นอกจากนี้ กระแสแฟชั่นไร้เพศยังเกี่ยวข้องกับแนวคิดแคมป์ (Camp) ซึ่งเป็นหนึ่งในแนวทางสุนทรียศาสตร์ กล่าวถึงการแสดงออกที่ใหญ่เกินจริง ความหลงใหลในความไม่เป็นธรรมชาติ การล้อเลียนประชดประชันสังคม โดยแคมป์ เป็นการแสดงออกในงานศิลปะหลายแขนง ทั้งศิลปะการแสดง วรรณกรรม ทัศนศิลป์ ประติมากรรม ไปจนถึงการแต่งกายทางแฟชั่น เช่น การแต่งกายโดยได้แรงบันดาลใจจากสิ่งของที่สังคมมองว่าตลกขบขัน ไม่ทันสมัย กลับมาสวมใส่อย่างมีชั้น

เชิง เพราะแคมป์ คือการล้อเลียนที่มุ่งเน้นเสียดสี ความสนุกสนาน สอดแทรกไปกับสาระสำคัญที่ ต้องการจะสื่อ มากกว่าการสื่อสารอย่างจริงจัง เครื่องเคียด เป็นทางการ

การแต่งกายที่ตรงข้ามกับเพศสภาพความเป็นจริง ถือเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่โดดเด่นในการ แสดงออกแบบแคมป์ กล่าวคือ ความหลงใหลในความผิดไปจากธรรมชาติเดิม การแต่งกายใน ลักษณะสลับเพศสภาพชายหญิง ผู้ชายสวมกระโปรงที่ฟูฟ่อง ผู้หญิงสวมชุดทักซิโด้แบบ สุภาพบุรุษ รวมถึงการแต่งกายที่แสดงออกที่ใหญ่เกินจริง หูหระ อย่างมีเล่ห์เหลี่ยม ล้วนแล้วแต่ เป็นวิธีการแสดงออกที่เกี่ยวข้องกับการเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศให้กับกลุ่มคนที่มี หลากหลายทางเพศ (LGBTQIA+)

ดังนั้น เมื่อพิจารณาจากความสำคัญของปัญหาและช่องว่างทางการตลาดดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาการประยุกต์ใช้นวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส เพื่อการ ออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย ภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์ แคมป์ และ หาแนวทางในการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายที่สามารถตอบสนองกับ ความ ต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้

## 1.2 ปัญหาการวิจัย

จะสามารถสร้างแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย จาก นวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ ได้ อย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์

1. เพื่อหาแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) จากนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส (Perna viridis)
2. เพื่อหาแนวทางการสร้างนวัตกรรมตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)

#### 1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) จากนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส (*Perna viridis*) ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) โดยนำแนวทางดังกล่าวมาจากนักออกแบบแฟชั่นและการศึกษากลุ่มเป้าหมายผู้บริโภครวม เพื่อให้ได้แนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายทดลอง จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครวมเฟมบอย เจนเนอเรชันเซนเนียล (Zennials) ที่อาศัยในประเทศไทย โดยมีอายุ 24 - 29 ปี ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ตลอดจนการสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์จากนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์

#### 1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาค่านิยมและกรรมวิธีการสร้างนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส (*Perna viridis*) ที่มีในปัจจุบัน
2. ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีในการสร้างตราสินค้าสำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy)
3. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเฟมบอย (Femboy) เจนเนอเรชันเซนเนียล (Zennials) อายุระหว่าง 24 - 29 ปี ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม เพื่อเป็นตัวชี้วัดการประเมินจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริง
5. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครวม เพื่อเก็บรวบรวม ข้อมูลด้านการออกแบบสร้างสรรค์ในเชิงลึก
6. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ เปเปอร์ดอลดาต้าเซต (Paper Doll Data Set) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลรูปภาพในด้านการออกแบบสร้างสรรค์
7. การใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม โดยนำเสนอข้อมูลด้วยคำร้อยละ
8. การสรุปแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy)
9. สรุปแนวทางการออกแบบแฟชั่นจากการศึกษาการสร้างนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส (*Perna viridis*) ที่มีในปัจจุบัน เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการออกแบบทั้งด้านเทคนิค วิธีการ โครงร่างเงา สี วัสดุ แนวคิด และรายละเอียด

10. สรุปแนวทางการออกแบบแฟชั่นจากกลุ่มเฟมบอย (Femboy) เจนเนอเรชันเซนเนียล (Zennials) อายุระหว่าง 24 - 29 ปี ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครในประเทศไทย จากแบบสอบถาม
11. การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ จากแนวคิดนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส (*Perna viridis*) รวมถึงศึกษาแนวโน้มทางแฟชั่นฤดูใบไม้ผลิและฤดูร้อน ค.ศ. 2023 (Spring/Summer 2023) การสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ในการออกแบบ การขึ้นต้นแบบผ้าดิบ การทดลองทางเทคนิค และ รายละเอียดสำหรับตกแต่ง การเลือกใช้วัสดุ เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์คอลเลคชั่นต้นแบบ

#### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ด้วยนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส (*Perna viridis*)
2. การสร้างตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)
3. การสร้างแนวทางในการลดปัญหาและต่อยอดเพิ่มมูลค่าขยะจากอุตสาหกรรมอาหารทะเล

#### 1.7 นิยามศัพท์

เปลือกเพอร์นา วิริดิส (*Perna viridis* Shell)

เปลือกของหอยแมลงภู่สายพันธุ์เอเชีย โดยชั้นนอกมีสีเขียวเข้ม ในขณะที่บริเวณชั้นในมีคุณสมบัติที่ใกล้เคียงกันกับเปลือกหอยมุก (Mother – of – Pearl) มีสีมุกเหลือบเงา และมีแผ่นคริสตัลอะราโกไนต์ (Aragonite) ที่ให้คุณสมบัติเชิงแสงพิเศษ เชื่อมต่อกันเป็นแผ่นบางแล้วซ้อนกันเป็นชั้นอย่างเป็นระเบียบ

### เฟมบอย (Femboy)

กลุ่มคนที่มีเพศสภาพเป็นชาย ผู้มีอัตลักษณ์ทางเพศในทิศทางความเป็นหญิง (Feminine) ทั้งในด้านการแสดงออกทางร่างกาย การสื่อสาร ไปจนถึงสไตล์การแต่งกายที่ก้าวข้ามคตินิยมของระบบแบ่งเพศทวิลักษณ์ (Gender Binary) อย่างเสรี เช่น สวมกระโปรง แต่งหน้า ทาสีเล็บ

### สุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)

การแต่งกายที่ล้อเลียนประชดประชันกระแสนิยมทางสังคม เต็มไปด้วยเล่ห์เหลี่ยมมารยา การแสดงออกที่ใหญ่ ล้นกว่าความเป็นจริง เป็นการเปิดเผยความงามอีกด้านที่ซ่อนอยู่ให้เห็นคุณสมบัติความงามที่แตกต่างไปจากธรรมชาติเพศสภาพจริง

### กลุ่มเจเนอเรชันเซนเนียล (Zennials)

กลุ่มคนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2536 – 2541 ซึ่งเป็นช่วงรอยต่อระหว่างกลุ่มมิลเลนเนียล (Millennials) และ กลุ่มเจเนอเรชัน ซี (Gen Z) โดยมีลักษณะนิสัยที่ผสมกันระหว่างทั้ง 2 ช่วงอายุ

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม

ในบทนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลและแนวคิดทฤษฎีเพื่อพัฒนาไปสู่กระบวนการวิจัย อันก่อให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส อย่างคุ้มค่า และเกิดการเพิ่มมูลค่าเพื่อสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) จากนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส ภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)

ทั้งนี้ การรวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 สามารถแบ่งเนื้อหาจากการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่

- 1.1 ความหมายและความสำคัญของแนวคิดแฟชั่นยั่งยืน (Sustainable Fashion)
- 1.2 การนำวัสดุเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Upcycle)
- 1.3 ปัญหาอุตสาหกรรมอาหารทะเลในประเทศไทย
- 1.4 เกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส (Perna viridis)
- 1.5 ผลิตภัณฑ์ต่อยอดจากเกล็ดประกายมุก
- 1.6 สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่

ส่วนที่ 2 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party Wear)

- 2.1 ประเภทของเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์
- 2.2 เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในประวัติศาสตร์แฟชั่น
- 2.3 สรุปความเป็นมาของเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์

ส่วนที่ 3 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มเฟมบอย (Femboy)

- 3.1 กระแสนิยมแฟชั่นไร้เพศ (Genderless Fashion)
- 3.2 เฟมบอย (Femboy)
- 3.3 กลุ่มเฟมบอย ในช่วงเจนเอเรชั่นเซนเนียล (Zennials)
- 3.4 ตราสินค้าแฟชั่นสำหรับกลุ่มเฟมบอย

### 3.5 สรุปแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มเฟมบอย

#### ส่วนที่ 4 ศึกษาการออกแบบภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)

##### 4.1 ความหมายของ แคมป์ (Camp)

##### 4.2 แคมป์ (Camp) กับกระแสนิยมแฟชั่นไร้เพศ

##### 4.3 ผลงานศิลปินในรูปแบบสุนทรียศาสตร์แคมป์

###### 4.3.1 ออเบรีย์ เบียร์ดสลีย์ (Aubrey Beardsley)

###### 4.3.2 เฟลิเซียง ร็อบส์ (Félicien Rops)

###### 4.3.3 ปริยนาถ จิรัฏฐิติกาล (Naisu.chirat)

##### 4.4 สรุปองค์ประกอบทางการออกแบบภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)

#### ส่วนที่ 1 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่

##### 1.1 ความหมายและความสำคัญของแนวคิดแฟชั่นยั่งยืน (Sustainable Fashion)

ความหมายของคำว่า “ยั่งยืน” (Sustainable) เกี่ยวข้องกับคำว่า “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” (Sustainable Development) โดยพบในรายงานคณะกรรมการบรันด์แลนด์ (The Brundtland Commission) คณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาของสหประชาชาติ (United Nation’s World Commission on Environment and Development) ที่ได้ตีพิมพ์เสนอแนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้เป็นครั้งแรกในรายงาน “Our Common Future” นิยามการพัฒนายั่งยืนไว้ กล่าวคือ “Development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs” แปลความได้ว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนยุคปัจจุบันได้ โดยไม่ลดทอนความสามารถในการตอบสนองความต้องการของคนรุ่นต่อไป”(Bartlett, 1994)

คำว่า แฟชั่นยั่งยืน (Sustainable Fashion) จึงหมายถึง แฟชั่นที่มุ่งเน้นการออกแบบเพื่อสร้างความสมดุลขององค์ประกอบในมิติต่าง ๆ ได้แก่ มิติทางสังคม เศรษฐกิจ และ สิ่งแวดล้อม อีกทั้งต้องก่อให้เกิดประโยชน์อย่างครอบคลุมในแต่ละมิติ ตามหลักของการออกแบบหมุนเวียน หรือ Circular Design Thinking โดยแนวคิดแฟชั่นยั่งยืนนั้น เป็นแนวทางที่มุ่งให้เกิดความสมบูรณ์ของ



คุณภาพชีวิต ผ่านการออกแบบเพื่อทดแทนการใช้สิ่งที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับการเลือกใช้ทรัพยากรที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่อย่างคุ้มค่า จึงทำให้เกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมแก่มนุษย์ เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างยั่งยืน (Zhou, 2022)

แนวคิดแฟชั่นยั่งยืน จึงมีความสำคัญกับสถานการณ์สังคมในปัจจุบัน เพราะเป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม และ สวัสดิการแรงงานมนุษย์ มุ่งเน้นที่จะสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับสิ่งแวดล้อม และ สังคม เห็นได้จากตัวอย่างตราสินค้าระดับโลก ที่ปรับเปลี่ยนทิศทางการผลิตสินค้าแฟชั่นเข้าหาวิถียั่งยืนมากยิ่งขึ้น เช่น ตราสินค้าบาเลนเซียก้า (Balenciaga) ที่ออกแบบคอลเล็กชั่นเสื้อผ้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผ่านการใช้ผ้าฝ้ายออร์แกนิก รวมถึงเลือกใช้เส้นใยรีไซเคิล หรือตราสินค้าที่มีอุดมการณ์ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ดังเช่น สเตลล่า แมคคาร์ทนี (Stella McCartney) ที่เลือกใช้แต่วัสดุจากธรรมชาติ โดยไม่ทำสิ่งแวดล้อม เช่น เลือกใช้หนังเทียม แทนการใช้หนังสัตว์



ภาพที่ 1 เครื่องแต่งกายตราสินค้าสเตลล่า แมคคาร์ทนี (Stella McCartney)

ที่มา <https://lilianarodrigues-pr.medium.com>

## 1.2 การนำวัสดุเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Upcycle)

อุตสาหกรรมแฟชั่น เป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดปริมาณขยะจำนวนมากในตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา มีทั้งปริมาณก๊าซคาร์บอนที่ถูกปล่อยออกมา น้ำเหลือทิ้งที่ปนเปื้อนสารเคมีจากการ

ย่อมผ้า รวมถึงขยะจำนวนมากจากกระบวนการผลิตในแต่ละขั้นตอน ทั้งนี้ หนึ่งในแนวทางที่สามารถแก้ปัญหาวัสดุเหลือใช้เหล่านี้ คือการนำวัสดุเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม หรือ อัปไซเคิล (Upcycle) ซึ่งถือเป็นอีกแนวคิดหนึ่งของแนวคิดแฟชั่นยั่งยืน

อย่างไรก็ดี แม้กระบวนการ Upcycle จะมีชื่อเรียกที่คล้ายคลึงกันกับกระบวนการรีไซเคิล (Recycle) หรือ การนำวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ใหม่ แต่หากพิจารณาในแง่รายละเอียด จะพบว่ามี ความแตกต่างกัน โดยที่การรีไซเคิล คือ การนำวัสดุที่ใช้แล้วกลับมาทำใหม่ให้เกิดประโยชน์ เป็นการนำวัสดุจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถยืดอายุการใช้งานได้ อาจอยู่ในสภาพแตกหัก เสียหาย มาผลิตเป็นวัสดุเดิมซ้ำ โดยวัตถุประสงค์หลักของการทำรีไซเคิล คือการลดต้นทุนการผลิตให้น้อยลง แทนที่จะผลิตจากการใช้วัสดุใหม่ทั้งหมด เช่น การนำกระดาษที่ใช้แล้ว มาป่นเป็นกระดาษรีไซเคิล เพื่อลดการตัดต้นไม้ลง หรือนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังใช้วัสดุเดิม (TURNOFF, 2565)

ในขณะที่ คำว่า Upcycle มาจากคำว่า Upgrade + Recycling กล่าวคือ เป็นกระบวนการที่นำเศษวัสดุเหลือใช้ มาผ่านกระบวนการยกระดับให้เกิดมูลค่าที่เพิ่มขึ้นจากเดิม มีการตกแต่งเพิ่มความสวยงาม เสริมความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการดังกล่าว เพื่อแปรเปลี่ยนประเภทของเศษวัสดุเหล่านี้ กลายเป็นสิ่งของประเภทอื่น ๆ เช่น การนำขวดพลาสติกแปรรูปเป็นกระถางต้นไม้ หรือ การนำเศษผ้าจากเสื้อผ้ามือสอง มาแปรรูปเป็นกระเป๋าถือสตรี โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญทั้งด้านการออกแบบ การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม

กระบวนการ Upcycle จึงถือเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่มีความสนใจในการพัฒนาสินค้าแฟชั่น เพราะ เป็นการแก้ไขปัญหาขยะจากอุตสาหกรรมแฟชั่นได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นการเปิดมุมมองความคิดสร้างสรรค์ของเหล่านักออกแบบแฟชั่น ในการแสวงหาหนทางพัฒนาสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่ต้องการสินค้าที่อยู่ในกระแสแฟชั่นยั่งยืน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีความแปลกใหม่ในด้านการออกแบบ การเลือกใช้วัสดุ ดังเช่น ตราสินค้า รีนิม โปรเจกต์ (Renim Project) ที่มีความโดดเด่นในเรื่องการนำกางเกงยีนส์เดนิมใช้แล้ว ร่วมกับใช้ถุงปูน มาผ่านกระบวนการ Upcycle ด้วยวิธีปรับเปลี่ยนโครงสร้าง (Deconstruction) จนเกิดเป็นเสื้อผ้าสตรีทแวร์ (Streetwear) ที่มีรูปแบบแปลกใหม่ ตอบโจทย์ผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย (Generation Y)



ภาพที่ 2 เครื่องแต่งกายตราลินค้ำรีนิม โปรเจกต์ (Renim Project)

ที่มา <https://themomentum.co>

### 1.3 ปัญหาอุตสาหกรรมอาหารทะเลในประเทศไทย

อุตสาหกรรมอาหารทะเลในประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การบริโภคหอยแมลงภู่น้ำเขียว (Green mussel) หรือ เพอร์นา วิริดิส (*Perna viridis*) ที่มักนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหารทะเลได้หลากหลาย มีคุณสมบัติมากมาย รสชาติดี ราคาเยี่ยม รวมทั้งยังสามารถแปรรูปแบบตากแห้ง ทำเค็ม และหมักดอง เพื่อเพิ่มมูลค่าได้อีกด้วย โดยหอยทะเลสายพันธุ์ดังกล่าว ถือเป็นสัตว์ทะเลที่ในอดีตมีการจับขึ้นมาตามฤดูกาล แต่นับวันความต้องการมีมากยิ่งขึ้น จนก่อให้เกิดการทำประมงผิดกฎหมายที่เสี่ยงต่อทรัพยากรที่สามารถส่งออกต่างประเทศ และขายภายในประเทศไทย อีกทั้ง หอยแมลงภู่น้ำเขียวของประเทศไทยยังเป็นที่ต้องการในกลุ่มประเทศอาเซียน (ASEAN) ซึ่งในปัจจุบันถือเป็นสัตว์เศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับผู้เลี้ยงได้ตลอดปี และนอกจากเป็นสินค้าส่งออกแล้ว ประเทศไทยยังถือได้ว่าเป็นตลาดนำเข้าหอยแมลงภู่นิวซีแลนด์ที่ใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก และเป็นอันดับ 1 ของเอเชีย โดยผ่านการตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจระหว่างไทยและนิวซีแลนด์ (Closer Economic Partnership) ร่วมกันตั้งแต่ปีพ.ศ. 2548 (Brand Buffet, 2556)

อย่างไรก็ตาม จากความต้องการบริโภคที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ปริมาณการผลิตหอยแมลงภู่น้ำเขียวจากการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งในประเทศไทย ในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2554 - 2563) มีผลผลิตเฉลี่ย 83,680 ตันต่อปี ส่งผลให้เปลือกหอยแมลงภู่นิวซีแลนด์ที่ตกค้างเป็นกากของเสียที่เกิดขึ้นปริมาณมากในพื้นที่

ชุมชน ดังเช่น ในเขตพื้นที่ต.แหลมใหญ่ จ.สมุทรสงคราม ชาวบ้านส่วนมากทำอาชีพรับจ้างแกะเปลือกหอย โดยแกะเฉพาะส่วนเนื้อหอยเพื่อส่งไปขายต่อให้ร้านค้า พ่อค้าคนกลาง รวมถึงโรงงานผลิต ในขณะที่ส่วนเปลือกไม่สามารถบริโภคได้ จึงเกิดเป็นขยะเปลือกหอยสะสมปริมาณมากที่ยากจะกำจัด นับเป็นอีกหนึ่งปัญหาด้านอุตสาหกรรมอาหารทะเลของประเทศไทย



ภาพที่ 3 ชุมชนแกะเปลือกหอยแมลงภู๋ ต.แหลมใหญ่ จ.สมุทรสงคราม  
ที่มา น.ส.เมธีรัตน์ ธานีรัตน์

โดยทั่วไปนั้น ขยะเปลือกหอยมักใช้การกำจัดโดยการกองทิ้งไว้รอบบริเวณพื้นที่ชุมชนเพื่อปล่อยให้ย่อยสลายเองตามธรรมชาติ แต่วิธีการข้างต้นก่อให้เกิดปัญหากลิ่นไม่พึงประสงค์จากการเน่าเสีย สร้างความรำคาญให้แก่คนในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง ทั้งยังก่อให้เกิดปัญหาทางด้านทัศนียภาพ น้ำเน่าเสีย เป็นแหล่งสะสมและเพาะพันธุ์เชื้อโรคซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อ สุขภาพ และพาหะนำโรคจากสัตว์ไม่พึงประสงค์ เช่น แมลงวัน ยุง แมลงสาบ หนู สัตว์เลื้อยคลาน เป็นต้น ในขณะที่การฝังกลบเปลือกหอยลงในดินเป็นสาเหตุทำให้ดินที่บดตัน และซากเปลือกหอยเมื่อถูกสภาพดินที่เป็นกรดจะมีการคายก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO<sub>2</sub>) ออกสู่ชั้นบรรยากาศ ก่อให้เกิดปัญหาสภาวะโลกร้อน (เมธีรัตน์ ธานีรัตน์, 2564)



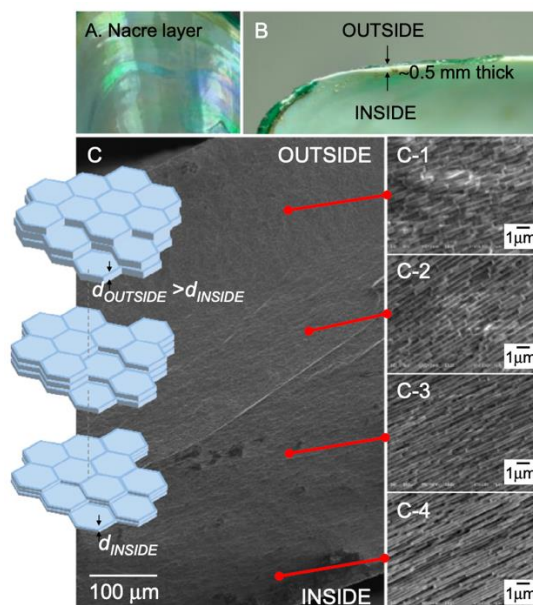
ภาพที่ 4 กองขยะเปลือกหอยแมลงภูบริเวณชุมชน  
ที่มา น.ส.เมธีรัตน์ ธาณิรัตน์

#### 1.4 เกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วีริดิส (*Perna viridis*)

ในปัจจุบัน ขยะเปลือกหอยแมลงภูจำนวนมากในอุตสาหกรรมอาหารทะเลของประเทศไทยนั้น ยังคงเป็นหนึ่งในปัญหาที่ต้องเร่งแก้ไข โดยมีแนวทางแก้ไขปัญหาผ่านการประยุกต์ และแปรรูปเปลือกหอยเหล่านี้หลากหลายรูปแบบ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มแนวทางในการแก้ไขปัญหาอุตสาหกรรมอาหารทะเลให้ได้มากที่สุด ทั้งการทำคอนกรีตผสมจากเปลือกหอยแมลงภู เพื่อต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น แก้วคอนกรีต, กระจกต้นไม้, และ แผ่นทางเดิน โดยเปลือกหอยเหล่านี้มีคุณสมบัติสามารถทดแทนซีเมนต์บางส่วนได้

หนึ่งในแนวทางของการแปรรูปเปลือกหอยแมลงภู คือ การทำเกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอย โดยนวัตกรรมดังกล่าว เป็นผลงานวิจัยทางต้นน้ำจากคณาจารย์ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นำโดยศาสตราจารย์ ดร.สนอง เอกสิทธิ์ ที่ประสบความสำเร็จในการคิดค้นกระบวนการสกัดผลึกอะราโกไนต์ (Aragonite) ที่เป็นแผ่นแคลเซียมคาร์บอเนต ( $\text{CaCO}_3$ ) เรียงตัวเป็นระนาบอย่างแน่นหนาในส่วนของเปลือกหอยชั้นใน หรือ ชั้นมุก (Nacreous) จากงานวิจัยพบว่าเปลือกหอยแมลงภูมีเปลือกชั้นในที่สวยงาม และมีสีเหลือบเงามุกตามธรรมชาติเช่นเดียวกัน คุณสมบัติดังกล่าวมักปรากฏในเปลือกหอยมุก หอยนมสาว และหอยเป่าฮื้อ เปลือกหอยเหล่านี้ล้วนมีลักษณะที่แตกต่างจากเปลือกหอยชนิดอื่น คือ มีโครงสร้างเปลือกมุกชั้นใน ในลักษณะที่เป็นแผ่นเรียบจนเกิด

การสะท้อนแสงเป็นประกายวิบวับได้ ลักษณะร่วมข้างต้นเกิดกระบวนการวิจัยในการคิดค้นขั้นตอนการสลายผลึกอะรากอนไนต์ดังกล่าวออกเป็นแผ่นขนาดเล็ก (Lertvachirapaiboon et al., 2015)



ภาพที่ 5 (A) สีเหลือบมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่มุก (B) ความหนาของเปลือก  
(C) ภาพการเรียงตัวและความหนาเปลือกจากกล้องจุลทรรศน์อิเล็กตรอน [SEM]  
(C1-C4) ภาพความหนาของเปลือกตั้งแต่ชั้นในจนถึงชั้นนอก

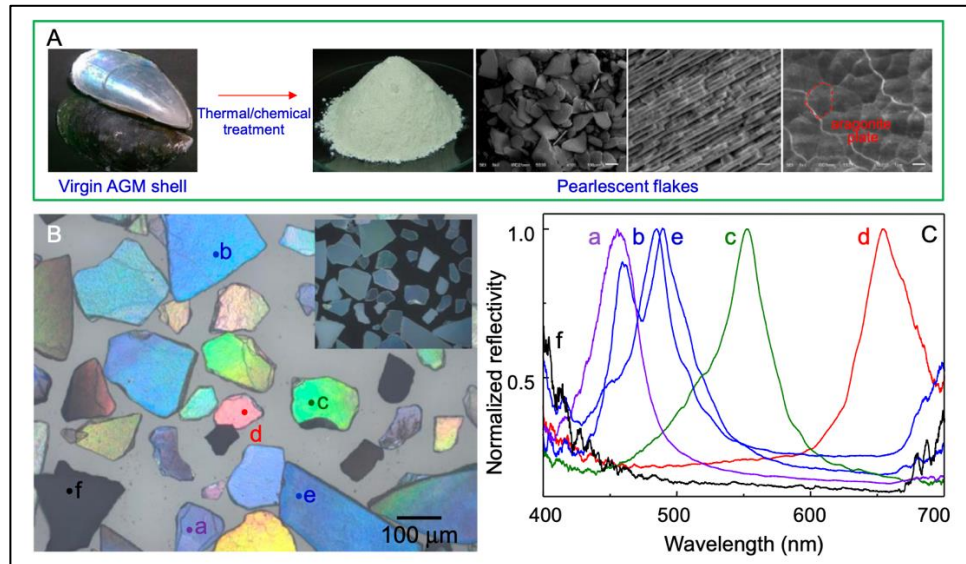
ที่มา ศ.ดร.สนอง เอกสิทธิ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Chulalongkorn University

ผลลัพธ์จากการทดลองดังกล่าว จึงได้เกิดประกายมุกที่มีหลากหลายขนาด ตั้งแต่ขนาดเป็นแผ่นเกล็ดระดับระดับ ไปจนถึงขนาดละเอียดเท่าผงแคลเซียมคาร์บอเนตที่มีลักษณะคล้ายผงแป้ง แต่ยังคงไว้ซึ่งคุณสมบัติประกายมุก โดยเกิดประกายมุกที่ได้ สามารถนำไปใช้งานได้หลากหลายรูปแบบตามขนาดที่เหมาะสม ใช้ทดแทนการนำเข้ากากเพชรสังเคราะห์ (Chemical Glitter) จากต่างประเทศ อีกทั้งยังปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้ใช้งาน เพราะเกิดประกายมุกจากเปลือกหอยนั้น ได้มาจากวัตถุดิบทางธรรมชาติ จึงปลอดภัยจากสารไมกา (Mica) ที่มักพบในกากเพชรสังเคราะห์ ทั้งนี้ สารไมกาถือเป็นอันตรายต่อร่างกาย หากสะสมในร่างกาย อาจเสี่ยงก่อให้เกิดพังผืดในปอด (Pulmonary Fibrosis) ได้ (Williams, 2018) ดังนั้น เกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่มุก นับว่าเป็นนวัตกรรม

ที่ช่วยลดปัญหาขยะจากอุตสาหกรรมอาหารทะเลไทยได้อย่างสร้างสรรค์ และนำเปลือกหอยเหลือทิ้งมาเพิ่มมูลค่าจนก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ต้นน้ำที่สามารถนำไปต่อยอดได้หลากหลายรูปแบบ



ภาพที่ 6 (A) เกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู'

(B) เกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู' จากกล้องจุลทรรศน์ [OM]

(C) คุณสมบัติสะท้อนแสงเมื่อวัดด้วยความยาวคลื่นจากสเปกโตรมิเตอร์ [Spectrometer]

ที่มา ศ.ดร.สนอง เอกสิทธิ์



ภาพที่ 7 เกล็ดประกายมุกหลายขนาดจากเปลือกหอยแมลงภู'



ภาพที่ 8 ผงแคลเซียมคาร์บอเนตจากเปลือกหอยแมลงภู

### 1.5 ผลลัพธ์ต่อยอดจากเกล็ดประกายมุก

จากผลงานการวิจัยตั้งต้นของคุณอาจารย์ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ค้นพบกระบวนการผลิตเกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภูได้สำเร็จ จึงก่อให้เกิดการต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ เพื่อเป็นการเพิ่มแนวทางในการลดปัญหาขยะจากอุตสาหกรรมอาหารทะเลให้ได้มากยิ่งขึ้น

#### 1.5.1 ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวจากเกล็ดประกายมุก

เกล็ดประกายมุกที่มีขนาดอนุภาคเล็ก ละเอียดยในขนาดระหว่าง 75 – 250 และ 251 – 595 ไมครอน นั้น เหมาะกับการทำเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว เพราะมีความละเอียดสูง โดยมีผลงานการต่อยอดดังกล่าวในรูปแบบของ “เพิร์ลสกิน: ครีมขัดผิวเกล็ดประกายมุก” ซึ่งเป็นผลงานที่ได้รับรางวัลนวัตกรรมสายอุดมศึกษาประจำปี 2565 จากทางสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประเภท “ระดับรางวัลดีมาก” ในงาน “มหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ 2565 (Thailand Research Expo 2022)” ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เป็นผลงานวิจัยโดย น.ส.เมธีรัตน์ ธาณิรัตน์ นิสิตระดับปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา) สหสาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ทำการวิจัยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับครีมขัดผิว ด้วยการใช้นวัตกรรมเกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู





ภาพที่ 9 เฟิร์ลสกิน: ครีมขัดผิวเกี๊ยตประกายมุก  
ที่มา <https://lifeandsciencenews.com/>

เกี๊ยตประกายมุกดังกล่าว มีเนื้อสัมผัสของเม็ดสครับที่มีความอ่อนโยนต่อผิว ด้วยวัตถุดิบธรรมชาติที่มีความบริสุทธิ์ และมีความปลอดภัยสูง สามารถทำความสะอาดผิวและรูดขุยขนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการขจัดเซลล์ผิวที่ตายแล้ว สิ่งสกปรกที่ตกค้าง ลดการอุดตันของรูขุมขน ลดโอกาสการเกิดสิว ช่วยฟื้นฟูสภาพผิวโดยการกระตุ้นการไหลเวียนของเลือดเร่งการผลิตเซลล์ผิวใหม่ ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้เป็นการนำวัตถุดิบเกี๊ยตประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่มาทดแทนการใช้พลาสติกไมโครบีดส์ (Microbeads) ที่ทำจากพอลิเมอร์สังเคราะห์ และยังเป็น การแปรรูปขยะจากเปลือกหอยให้เป็นผลิตภัณฑ์สร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ยกระดับเศรษฐกิจชุมชน (THINSIAM DOTCOM, 2565)

ทั้งนี้ การใช้ผงมุก หรือ ผงแคลเซียมคาร์บอเนตในรูปแบบของกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิว และกลุ่มเครื่องสำอางนั้น มีการใช้อย่างแพร่หลายในการแพทย์แผนจีนมาเป็นระยะเวลาช้านาน กล่าวคือ มีการค้นพบสุสานของตระกูลหลิว (Lü Family Cemetery) บริเวณหมู่บ้านหวู่ลี่เถา (Wulitou Village) ณ มณฑลส่านซี (Shaanxi) ในสมัยราชวงศ์ซ่งเหนือ (The Northern Song Dynasty) โดยสุสานดังกล่าว นับเป็นหนึ่งในหลักฐานสำคัญที่สุดทางโบราณคดีในการศึกษาประวัติศาสตร์จีนของราชวงศ์ซ่งเหนือ (Gruyter, 2011) หนึ่งในหลักฐานที่ค้นพบคือ หีบเครื่องปั้นดินเผาที่ภายในบรรจุผงสีขาว สันนิษฐานว่าเป็นเครื่องสำอางสตรีในยุคสมัยนั้น เมื่อนำมาตรวจสอบโครงสร้างทางเคมีแล้วจึงพบว่า ผงสีขาวดังกล่าวทำมาจากไข่มุกคุณภาพสูง จึงเป็นหลักฐานสำคัญที่พิสูจน์ได้ว่า ผงมุกถูกนำมาใช้ในรูปแบบเครื่องสำอางเป็นระยะเวลาช้านานหลายพันปี (Yu et al., 2017)

ผงมุกที่สกัดจากไข่มุก และเปลือกหอยมุกนั้นมีส่วนประกอบหลักคือ แคลเซียมคาร์บอเนต ที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่อเซลล์ผิว มีส่วนช่วยในการดูแลผิว เสริมความชุ่มชื้น ควบคุมความมันและการผลัดเซลล์ผิว ผงมุกยังมีสารต้านอนุมูลอิสระ (Antioxidant) และชะลอริ้วรอยก่อนวัยอันควร อีกทั้งยังมีกรดอะมิโน (Amino acids) ที่ช่วยกระตุ้นการสร้างคอลลาเจน (Collagen) ปกป้องผิวจากมลภาวะภายนอก ช่วยถนอมผิวให้กระจ่างใส เปล่งประกาย เพราะผงมุกช่วยยับยั้งการเกิดเอนไซม์ไทโรซิเนส (Tyrosinase) อันก่อให้เกิดการผลิตเมลานิน (Melanin) เป็นสาเหตุของผิวหมองคล้ำ นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยในการต้านการอักเสบ และรักษาบาดแผลได้ เพราะสามารถกระตุ้นการเจริญเติบโตของเซลล์ ผงมุกจึงมีคุณสมบัติที่ดีกับร่างกาย และสุขภาพผิวทั้งภายในและภายนอก (Gallagher, 2019)

#### 1.5.2 สี และ ดินปั้นจากเกล็ดประกายมุก

สำหรับผลิตภัณฑ์ต่อยอดด้านทัศนศิลป์ และงานหัตถกรรม ได้มีการวิจัยโดย รองศาสตราจารย์ ดร.ปยุตต์ พิชญ์ไพบุลย์ สาขาวิชาศิลปศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการนำเกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่มุมขนาด 150 – 100 เมช มาพัฒนาให้กลายเป็นสีเกล็ดมุกที่มีความระยิบระยับ โดยมีลักษณะเป็นสีกาวอช (Gouache) หรือ สีน้ำทึบแสง (Opaque watercolor) มีคุณสมบัติอยู่ตรงกลางระหว่าง สีน้ำ (Watercolor) กับ สีอะคริลิก (Acrylic Color) ใช้สำหรับสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ และประกอบการเรียนการสอน โดยเริ่มทดลองในโรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สีเกล็ดมุกดังกล่าว มีคุณสมบัติที่ขึ้นกับแสง โดยในระยะแรกเมื่อระบายเสร็จบนผืนกระดาษ ต้องรอสักพักจึงจะปรากฏประกายระยิบระยับ ผ่านการปรับองศาการมอง ทั้งนี้ เพราะเกล็ดประกายมุกมีลักษณะเป็นแผ่นเรียงติดกันในระนาบ เปรียบเหมือนแผ่นกระจกขนาดเล็กเรียงต่อกัน จึงต้องอาศัยการปรับองศา ตำแหน่งการวาง เพื่อให้แผ่นเกล็ดเหล่านี้โดนแสงตกกระทบและเกิดคุณสมบัติเชิงแสงในรูปแบบประกายระยิบระยับ



ภาพที่ 10 ลีควอช (Gouache) จากเกล็ดประกายมุก  
ที่มา <https://mgronline.com/>

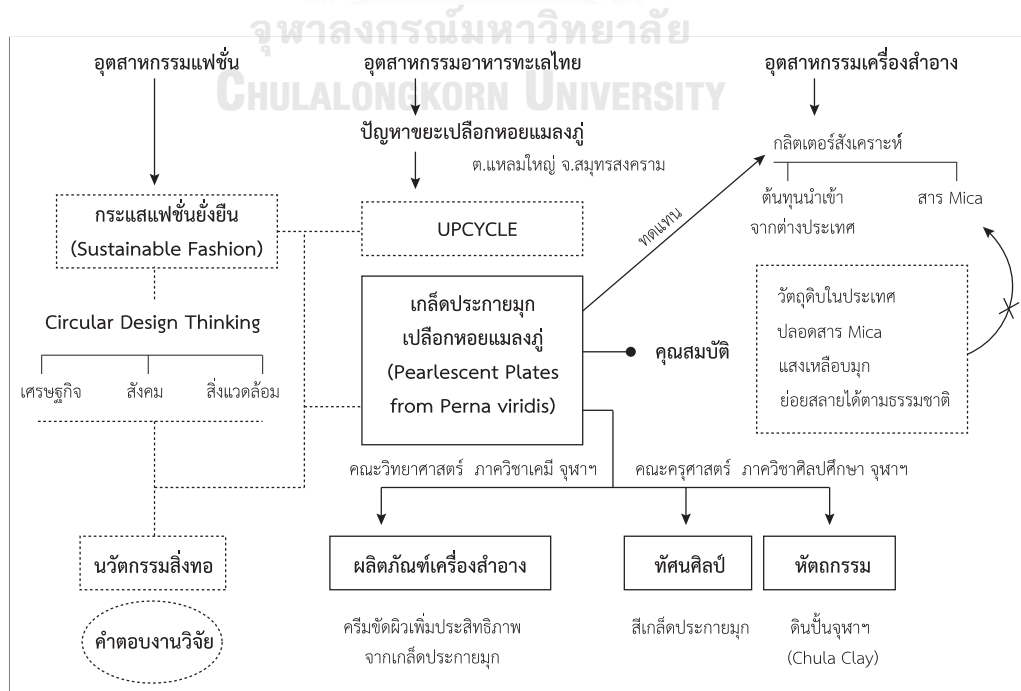
นอกจากนี้ยังมีการต่อยอดเกล็ดประกายมุกขนาด 5 – 50 ไมโครเมตร สู่ด้านงานหัตถกรรม ตกแต่ง ในรูปแบบของ “ดินจุฬาฯ” (Chula Clay) โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณศ วังษ์ระวี และ ดร.โสมฉาย บุญญานันต์ สาขาวิชาศิลปศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งนี้ ดินจุฬาฯ เป็นดินปั้นประกายมุกที่ได้รับการพัฒนา 2 สูตร กล่าวคือสูตรที่ 1 มีลักษณะเป็นเนื้อดินปั้นที่ละเอียด เหมาะกับการขึ้นรูปงานศิลปะขนาดเล็ก ที่ต้องการความละเอียดสูง สูตรที่ 2 มีลักษณะเป็นดินปั้นเนื้อหยาบที่เป็นประกาย เหมาะกับการประดิษฐ์งานศิลปะขนาดใหญ่ ทั้งนี้นวัตกรรมดินปั้นข้างต้นมีส่วนประกอบหลักเพียงแคลเซียมคาร์บอเนตซึ่งไม่เป็นอันตรายต่อผู้ประดิษฐ์ นับเป็นการเพิ่มมูลค่าขยะที่มาจากอุตสาหกรรมอาหารทะเล อีกทั้งส่งเสริมให้ผู้มีความสามารถทางงานศิลปะได้นำไปประยุกต์เพื่อประดิษฐ์งานศิลปะในเชิงการศึกษาหรือต่อยอดสร้างอาชีพต่อไป (สนอง เอกสิทธิ์, 2556)



ภาพที่ 11 เครื่องประดับหัตถกรรมจากดินปั้นจุฬาฯ  
ที่มา <https://mgronline.com/>

**1.6 สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่**

จากการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ หรือ Upcycle ตลอดจนศึกษาประเด็นปัญหาทางอุตสาหกรรมอาหารทะเลประเทศไทย ในแง่มุมของปัญหาขยะจากเปลือกหอยแมลงภู่ ไปจนถึงกระบวนการพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมอันหลากหลายด้วยเกสรดอกไม้จากเปลือกหอยดังกล่าว สรุปความเชื่อมโยงได้ดังนี้



## ภาพที่ 12 แผนผังสรุปแนวคิดนวัตกรรมเกล็ดประกายมุก

จากแผนภาพข้างต้น สรุปได้ว่า นวัตกรรมเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์ล่า วิริติส หรือ เปลือกหอยแมลงภู่ ภายใต้แนวคิดการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ หรือ Upcycle สามารถสร้างผลกระทบต่อเชิงบวกให้กับมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีสัมพันธภาพ กล่าวคือ มีความเชื่อมโยงกันดังเช่นแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน (Circular Design Thinking) ที่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างงานออกแบบที่คำนึงถึงผลประโยชน์และผลกระทบต่อเชิงบวก ภายใต้องค์ประกอบทั้งสามดังกล่าว

ในมิติทางด้านเศรษฐกิจ นวัตกรรมเกล็ดประกายมุกนั้น เริ่มต้นจากการนำวัสดุเปลือกหอยเหลือใช้ภายในประเทศ สู่การพัฒนาเกล็ดประกายมุกที่ให้คุณสมบัติเชิงแสงเหลือบมุกอย่างเป็นธรรมชาติ จึงช่วยลดต้นทุนการนำเข้ากิลิตเตอร์สังเคราะห์จากต่างประเทศในแง่มูลค่าของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางได้ ทั้งยังช่วยเสริมรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนในมิติทางสังคม กล่าวคือ ส่งเสริมรายได้ให้แก่ชุมชนรับจ้างแกะเปลือกหอย และช่วยกำจัดปัญหามลภาวะสิ่งแวดล้อมจากกองเปลือกหอยบริเวณรอบชุมชนเพื่อสร้างเสริมทัศนียภาพ และสุขภาพที่ดีให้กับคนในพื้นที่ การได้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายทั้งครีมบำรุงผิว สีระบายน้ำ ดินปั้นหัตถกรรม ที่ปลอดภัยต่อร่างกายทั้งฝั่งผู้ผลิต และผู้บริโภค เพราะเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ปราศจากสารไมกา (Mica) ที่เป็นอันตรายตลอดจนการสร้างความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อม ที่ช่วยลดทั้งปัญหาขยะจากอุตสาหกรรมอาหารทะเล และในพื้นที่ชุมชน นวัตกรรมเกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่จึงเป็นแนวคิดการออกแบบหมุนเวียนที่ช่วยแก้ไขปัญหาได้อย่างยั่งยืน

## ส่วนที่ 2 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party Wear)

การวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภค เฟมบอย (Femboy) ในช่วงกลุ่มเซเนเนียล (Zillennial Generation) มีอายุระหว่าง 24 - 29 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 คน พบว่า กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมีความสนใจและชื่นชอบเป็นอย่างมากในการสวมใส่เสื้อผ้าสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์ หรือปาร์ตี้แวร์ (Party Wear) รวมถึงมีระดับความถี่ในการเข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์ ในส่วนนี้ จึงเป็นการศึกษาเครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์ หรือเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ ดังจะกล่าวถึงในลำดับถัดไป

## 2.1 ประเภทของเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์

เครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์ หรือชุดปาร์ตี้แวร์ (Party Wear) ลักษณะส่วนใหญ่เป็นเครื่องแต่งกายที่มีความหรูหรา สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน (Wedding Party), งานกลางคืน (Dinner Party), งานสังคม (Social Party), งานค็อกเทล (Cocktail Party) ลักษณะการตกแต่งของชุด จึงมีความพิเศษกว่าชุดในโอกาสใช้สอยอื่น ๆ โดยสามารถแบ่งความหรูหราของชุดได้ดังนี้ (พัตชา อุทิสวรรณกุล, 2565)

- ชุดปาร์ตี้ลำลอง (Party - Casual)  
เป็นชุดปาร์ตี้ที่มีความลำลองที่มากที่สุด สามารถสวมใส่ในกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันได้ โดยมีความแตกต่างจากชุดลำลองทั่วไป คือ มีการออกแบบ หรือมีรายละเอียดตกแต่งที่เพิ่มมากขึ้น โดยส่วนใหญ่นิยมเป็นชุดสั้น
- ชุดปาร์ตี้ทางการ (Party - Formal)  
ชุดปาร์ตี้สำหรับงานทางการ เหมาะสำหรับการสวมใส่เพื่อออกงานสังคมที่ต้องการความเป็นทางการ ภูมิฐาน โดยเน้นรูปทรง โครงสร้างเงาที่ส่งเสริมผู้สวมใส่ให้ดูดี ทั้งยังคงความโดดเด่น แต่ไม่หือหวาจนเกินไป สามารถเป็นได้ทั้งชุดสั้น หรือ ชุดยาว
- ชุดปาร์ตี้ปาร์ตี้ (Party - Party)  
ชุดปาร์ตี้ที่ถูกออกแบบมาเพื่อสวมใส่ในเฉพาะโอกาส โดยมีรูปแบบที่ สวยงามหรูหรา และอลังการ ทั้งยังมีการประดับตกแต่งตัวชุดหลายรูปแบบ โดยส่วนมากนิยมเป็นชุดยาว เพื่อช่วยให้ผู้สวมใส่มีความสวยงาม โดดเด่นกลางงานสังสรรค์

กล่าวโดยสรุป เครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์ หรือชุดปาร์ตี้แวร์ (Party Wear) นั้นมีหลากหลายรูปแบบที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านของวัสดุ โครงสร้างเงา (Silhouette) ระดับความสั้นยาว รายละเอียดตกแต่ง รวมถึงการเลือกใช้สี ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับโอกาสในการสวมใส่ของปัจเจกบุคคล ที่จะต้องให้ความสำคัญกับรูปแบบของงานสังสรรค์ กาลเทศะ ความเหมาะสมของสถานที่จัดงาน

## 2.2 เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในประวัติศาสตร์แฟชั่น

รสนิยมทางการแต่งกายย่อมเปลี่ยนไปตามยุคสมัย และแปรผันตามสภาพสังคม เศรษฐกิจ และค่านิยมของผู้คนในแต่ละยุค เช่นเดียวกันกับเสื้อผ้าปาร์ตี้แวร์สำหรับโอกาสออกงานเลี้ยงสังสรรค์ที่มี

ความแตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์แฟชั่น ด้วยเหตุนี้ การศึกษาประวัติเครื่องแต่งกาย จึงเป็นการศึกษาเพื่อให้เข้าใจเรื่องราวในสภาพสังคม เศรษฐกิจ การดำเนินชีวิตของผู้คนที่มีอิทธิพลจนส่งผลให้เกิดรูปแบบในการแต่งกายในช่วงนั้น ๆ (พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง, 2547)

ดังนั้น ในกระบวนการวิจัยเพื่อสร้างสรรค์ผลงานเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในปัจจุบัน การศึกษาประวัติศาสตร์เครื่องแต่งกายจึงมีความสำคัญยิ่ง โดยในส่วนนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในช่วงศตวรรษที่ 20 ซึ่งนับว่าเป็นช่วงเวลาที่มีสไตล์แฟชั่นมีวิวัฒนาการและเปลี่ยนแปลงอย่างมากที่สุดเท่าที่เคยมีมาก่อน โดยมีจุดเริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ในช่วงเปลี่ยนศตวรรษ ในงานแสดงสินค้านานาชาติ ที่กรุงปารีส (Paris World Fair) ในปีค.ศ. 1858 (พัชชา อุทิศวรรณกุล, 2565)

### 2.2.1 เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ยุค 1910s

สไตล์การแต่งกายในยุคนี้เรียกว่า “ปัวเรต์ โอเรียนทอล (Poiret - Oriental)” มีจุดเริ่มต้นจากงานแสดงสินค้านานาชาติ ณ กรุงปารีส ส่งผลให้วัฒนธรรมต่างชาติหลังไหลเข้ามาในกรุงปารีสอย่างล้นหลาม มีการเปิดแสดงบัลเลต์รัสเซีย (The Russian Ballet) ในปีค.ศ. 1909 ที่นำเอาศิลปะของดินแดนตะวันออกที่ห่างไกล รวมถึงวัฒนธรรมอาหารบราตรีเข้ามาร่วมนำเสนอ จึงเกิดกระแสความตื่นตัวกับอารยธรรมต่างแดนเป็นอย่างมาก โดยมี ปอล ปัวเรต์ (Paul Poiret) เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางวงการแฟชั่นในยุคนี้ เขาได้สร้างปรากฏการณ์ครั้งใหญ่ในการปลดแอกสตรีจากการสวมใส่ชุดคอร์เซทผ่านเครื่องแต่งกายที่ได้รับอิทธิพลมาจากการแสดงบัลเลต์รัสเซียซึ่งกำลังอยู่ในกระแสนิยม ปัวเรต์แทนที่คอร์เซทที่รัดรูป ด้วยชุดราตรี (Gown) ตัวหลวม ที่มีอบอิสระทางสรีระให้กับผู้สวมใส่ กระโปรงที่ฟูฟ่องได้ถูกปรับรูปแบบให้เป็นกระโปรงชายแคบที่มีแนวเส้นนุ่มสบายตาแต่กลับทำให้ผู้หญิงต้องเดินด้วยท่วงท่ากระมิดกระเมี้ยนตลอดเวลา



ภาพที่ 13 มาดาม ปัวเรต์ (Madame Poiret)

ที่มา <http://thestylefibula.co>

นอกจากนี้ปัวเรต์ยังได้รับอิทธิพลด้านการออกแบบมาจากลวดลายงานศิลปะตะวันออก สืบเนื่องมาจากรูปแบบของงานศิลปะญี่ปุ่นที่เริ่มเข้ามามีอิทธิพลถึงงานศิลปะลัทธิอิมเพรสชันนิสต์ (Impressionism) มาตั้งแต่ช่วงปลายศตวรรษที่ 19 จากนั้นเป็นต้นมา จะเห็นว่างานของเขามีทั้งหยิบยกวัฒนธรรมทางญี่ปุ่น และจีนเข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้น เช่น การออกแบบลายผ้าด้วยสีสันทึบที่จัดจ้าน (Vivid Color)



ภาพที่ 14 ผลงานการออกแบบของปอล ปัวเรต์ (Paul Poiret)



ที่มา <https://www.bbc.com/>

ในแง่มุมมองของโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์นั้น ชุดปาร์ตี้แวร์สำหรับสุภาพสตรีชั้นสูง มักเป็นชุดสำหรับออกงานสังคมที่ สวยงาม หุหุหุหุ มีการตกแต่งและรายละเอียดที่ประณีต ละเอียดอ่อน เพราะเป็นเครื่องหมายในการบ่งบอกฐานะทางการเงินที่ร่ำรวย สะท้อนค่านิยมที่ฟุ่มเฟือย โดยชุดราตรี ได้รับแรงบันดาลใจมากจากการผสมผสานของวัฒนธรรมตะวันออกไกล และการแสดงบัลเลต์รัสเซีย รูปแบบโครงร่างเงาโดยรวมในระยะแรกได้รับอิทธิพลมาจากสไตล์อังกฤษ มีโครงร่างเงาที่แคบ และตรง เส้นเอวที่สูงขึ้นจากปกติแบบเอมไพร์ (Empire Silhouette) บริเวณคอเสื้อกว้างและลึกในลักษณะรูปทรงตัววี (V-neck) กระโปรงทิ้งตัวลงมาเป็นทรงตรง ไม่โป่งพอง จนกระทั่งมีการนำวัฒนธรรมญี่ปุ่นเข้ามาประยุกต์ โครงร่างเงาจึงเริ่มเปลี่ยนไปในลักษณะหลวมโค้งงอ แขนเสื้อที่กว้างคล้ายชุดกิโมโน การใช้เข็มขัดโอบีในการตกแต่ง มักนิยมใช้สีสันโทนจัดจ้าน เช่น สีเหลืองสด สีแดงสด จับคู่กับสีแวววาว (Metallic Color) อย่าง สีเงิน และสีทอง ในขณะที่วัสดุที่ใช้ค่อนข้างหลากหลายทั้งผ้าไหมเนื้อบาง (Satin Gauze) ผ้าลาม (Lame) ผ้าไหมซาติน (Silk Satin) ผ้าไหมกำมะหยี่ (Silk Velvet) ผ้าวูล (Wool) และผ้าทูล (Tulle)

### 2.2.2 เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ยุค 1920s

ยุค 1920s เริ่มต้นหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 1 ได้สิ้นสุดลง วิถีชีวิตของผู้คนได้เปลี่ยนไป นับว่าเป็นยุคที่ศีลธรรมเสื่อมถอย สืบเนื่องจากความอัดอั้นจากสงครามก่อนหน้านี้ ค่านิยมของความเป็นสตรีได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยสตรีมีบทบาททางสังคมมากยิ่งขึ้นหลังช่วงสงคราม สตรียุคนี้มิได้ยึดถือขนบธรรมเนียมกุลสตรีแบบดั้งเดิม หากแต่มีความกล้าที่จะแสดงออก รักอิสระ เป็นตัวของตัวเอง สูบบุหรี่ ดื่มสุรา เข้างานเลี้ยงสังสรรค์ และกล้าแสดงความรักอย่างเปิดเผยกับเพศตรงกันข้าม ในที่สาธารณะ คำจำกัดความของผู้หญิงยุคนี้จึงเรียกว่า “แฟลปเปอร์ (Flapper)” หรือ สาวปีกกล้า นอกจากนี้ สืบเนื่องจากสงครามที่ยุติไปก่อนหน้านี้ ประกอบกับดนตรีแจ๊ส (Jazz) ที่มีจังหวะสนุกสนานรวดเร็ว ได้รับความนิยมอย่างมาก ส่งผลให้ยุคนี้ผู้คนจึงนิยมจัดงานเลี้ยงสังสรรค์กันอยู่บ่อยครั้ง เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในยุคนี้จึงมีทั้งชุดสำหรับงานสังสรรค์ตอนกลางวัน และตอนกลางคืน



ภาพที่ 15 สาวแฟลปเปอร์ (Flapper)

ที่มา <https://www.ft.com>

โดยทั่วไปนั้น ชุดปาร์ตี้แวร์ทั้งกลางวันและกลางคืนมีความคล้ายกัน กล่าวคือเป็นชุดที่เรียกว่า แฟลปเปอร์เดรส (Flapper Dress) มีลักษณะเป็นเดรสสั้นขึ้นไปถึงระดับเข่า ไม่มีแขน คอลึก เป็นทรงตรง ไม่เข้ารูปช่วงเอว โดยมีช่วงโครงร่างเงาเส้นเอวที่ต่ำกว่าปกติ หากแต่ชุดสำหรับงานกลางคืนมักเพิ่มรายละเอียดบริเวณกระโปรงช่วงล่างโดยพองออกเล็กน้อยตามแบบที่เรียกว่า โรบ เดอ สไตล์ (Robe de Style)



ภาพที่ 16 ชุดปาร์ตี้แวร์ยุค 1920s

ที่มา <https://www.boredpanda.com>



ภาพที่ 17 โรบ เดอ สไตล์ (Robe de Style)

ที่มา <https://lunawoman.tumblr.com>

### 2.2.3 เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ยุค 1930s

ยุคสมัยที่ประสบภาวะเศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่ (The Great Depression) สืบเนื่องมาจากก่อนหน้านี้อุคคนนิยมลงทุนในตลาดหุ้นกันเพราะหวังผลกำไรในระยะเวลาอันสั้น เกิดเหตุการณ์ราคาหุ้นผันผวน เป็นเหตุให้ตลาดหลักทรัพย์วอลล์สตรีท มหานครนิวยอร์ก ล้มละลายลงในปีค.ศ. 1929 (Wall Street Crash of 1929) ประชาชนและธนาคารเกิดหนี้สินจำนวนมาก

อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์ดังกล่าวมิได้ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนมีฐานะมากนัก เหล่าคนร่ำรวยต่างใช้ชีวิต และจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ตามปกติ ทั้งยังมีมีการค้นพบนวัตกรรมผ้าชนิดใหม่เช่น เรยอน (Rayon) ไนลอน (Nylon) โดยในยุคนี้มักได้รับแรงบันดาลใจมาจากการแต่งกายของดาราสฮอลลีวูด (The Hollywood Glamour) ที่เน้นการแต่งกายชุดราตรีแบบเรียบง่าย หากแต่สง่างาม เต็มไปด้วยเสน่ห์เข้ายวน และแรงดึงดูดเพศตรงข้าม ดังเช่น จีน ฮาร์โลว์ (Jean Harlow) นักแสดงที่ถูกเรียกว่าเป็นสัญลักษณ์ทางเพศ (Sex Symbol) แห่งยุค



ภาพที่ 18 จีน ฮาร์โลว์ (Jean Harlow)

ที่มา <https://vestuarioescenico.wordpress.com>

ลักษณะสำคัญอีกประการคือโครงร่างเงาชุดปาร์ตี้แวร์ที่เปลี่ยนไป มีการปรับช่วงเส้นเอวให้พอดีกับเส้นเอวธรรมชาติ เน้นสัดส่วนสรีระของสตรีมากยิ่งขึ้น เน้นเส้นสะโพกที่ชัดเจน และกระโปรงที่บานออกในช่วงปลาย ทั้งนี้ ชุดปาร์ตี้แวร์สำหรับงานกลางวัน และกลางคืน มีลักษณะแตกต่างกันชัดเจน โดยชุดกลางคืนจะมีความยาวที่เสมอกัน คอวีแหวกลึก เผยด้านหลัง และใช้วิธีการตัดผ้าเฉียงเพื่อขับสรีระให้กับผู้สวมใส่มากยิ่งขึ้น

สำหรับแนวทางศิลปะที่โดดเด่น ที่นักออกแบบมักใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายยุคนี้คือ แนวคิดศิลปะลัทธิเหนือจริง (Surrealism) ซึ่งเป็นแนวคิดที่มุ่งหาโลกเหนือจริงที่อยู่เบื้องหลังโลกความเป็นจริง โดยมีนักออกแบบคนสำคัญคือ เอลซ่า สเคียปาเรลลี (Elsa Schiaparelli) ที่ได้หยิบยกงานศิลปะแนวนี้มาใช้ในการออกแบบชุด และเครื่องประดับที่สร้างสรรค์อย่างเหนือจริง ดังเช่น หมวกที่ถูกออกแบบมาจากรองเท้าส้นสูงสตรี ชุดราตรีที่มีลวดลายของกุ่มล้อบสเตอร์ขนาดใหญ่ รวมถึงการตั้งชื่อสีชมพูเอกลักษณ์ของเธอว่า สีชมพูสะดุ้ง (Shocking Pink)



ภาพที่ 19 ปาร์ตี้แวร์ยุค 1930s

ที่มา <https://www.vintag.es>



ภาพที่ 20 ผลงานการออกแบบของ เอลซ่า สคิปปาเรลลี (Elsa Schiaparelli)

ที่มา <https://philamuseum.tumblr.com>

#### 2.2.4 เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ยุค 1940s

สังคมยุคนี้เข้าสู่สภาวะสงครามโลกครั้งที่ 2 อีกครั้ง จนกระทั่งสงครามสิ้นสุดลงในปีค.ศ. 1945 ในภายหลังสงครามจึงเกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม ผู้คนอพยพเข้ามาใช้ชีวิตในเมืองมากขึ้น จนก่อให้เกิดวัฒนธรรมเมือง โดยนักออกแบบที่ปฏิวัติวงการเสื้อผ้าที่สำคัญคือ คริสเตียน ดิออร์ (Christian Dior) ที่ได้ออกแบบเสื้อผ้าสตรีแบบใหม่ที่เรียกว่า “นิวลุค (New look)” ในปี ค.ศ. 1947 เป็นโครงร่างเงาแบบใหม่ ที่เน้นสัดส่วนของผู้สวมใส่ให้มีไหล่เป็นทรงสามเหลี่ยมคางหมู เอวคอด และ

กระโปรงบาน ซึ่งตรงกันข้ามกับรูปแบบการแต่งกายในสภาวะสงครามที่ผ่านมา ที่ก่อนหน้านี้เน้นการทำเสื้อผ้าที่ใช้ผ้าน้อยเพื่อเป็นการประหยัดสตรีต้องเน้นสวมชุดที่เหมาะสมกับการออกไปทำงานนอกบ้าน แทนบุรุษที่ไปรับราชการทหาร ทั้งนี้กระแส “นิวลุค” ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะเป็นช่วงเวลาหลังภาวะสงครามที่เหล่าสตรีต่างต้องการเรียกร้องเสนอให้ความเป็นผู้หญิงกลับคืนมา การแต่งกายที่อ่อนหวาน เน้นความเป็นหญิงสูง



ภาพที่ 21 นิวลุค (The New Look) โดยคริสเตียน ดิออร์ (Christian Dior)

ที่มา <https://www.vogue.co.th>

ในมุมมองของเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์นั้น ทั้งงานกลางวันและงานกลางคืนมีความยาวของชุดไม่แตกต่างกันมาก โดยใช้โครงร่างเงาที่เน้นรูปทรงผู้สวมใส่ให้มีรูปร่างสวยงามตามแบบค่านิยมของ “นิวลุค” ได้แรงบันดาลใจมาจากเครื่องแต่งกายสตรียุควิคตอเรียน (Victorian Era) แต่ปรับระดับความยาวกระโปรงให้สั้นขึ้นไปอยู่ระดับนักเต้นระบำ (Ballerina Length) สวมใส่กับเข็มขัดกึ่งคอร์เซ็ท (Waspie Belt) และมีท่อนบนที่ไหล่แคบ โค้งมน เพื่อให้ดูมีความอ่อนหวาน ละมุนมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 22 ชุดเดรสความยาวระดับนักเต้นระบำ (Ballerina Length)

ที่มา <https://vintagedancer.com>



ภาพที่ 23 ปาร์ตี้แวร์ยุค 1940s

ที่มา <https://vintagedancer.com>

#### 2.2.5 เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ยุค 1950s

ยุคสมัยนี้เริ่มมีการปรับตัวเข้าสู่สภาวะฟื้นฟูหลังสงครามมากขึ้น ส่งผลให้สภาพเศรษฐกิจกลับมารุ่งเรืองและ เทคโนโลยีต่าง ๆ ได้ถูกพัฒนาขึ้นอีกขั้น หลังจากที่ยกก่อนหน้านี้ออร์ได้สร้างปรากฏการณ์ครั้งใหญ่อย่างนิวลุค เมื่อกาลเวลาผ่านไปในยุคนี้ โครงร่างเงาก็ได้มีการปรับเปลี่ยนให้

เสื้อผ้ารัดรูปน้อยลง กระโปรงที่มีลักษณะสั้นขึ้น และแคบลงกว่าเดิม โดยมีนักร้องแบบที่สำคัญคือ คริสโตบัล บาเลนเซียก้า (Cristóbal Balenciaga) นับว่าเป็นผู้ออกแบบที่ใช้แนวคิดตรงกันข้ามกับด็ออร์ ผลงานของบาเลนเซียก้าเน้นแนวคิดการออกแบบที่หรูหรา และเป็นผลงานเชิงศิลปะมากกว่าที่จะเน้นความอ่อนหวาน เย้ายวนของสตรีเพศดังเช่นด็ออร์ มีการหยิบยกเรื่องราวประวัติศาสตร์ชาติสเปน ความเชื่อ มาผสมผสานกับศิลปะลัทธิเหนือจริง (Surrealism) บาเลนเซียก้าจึงถือเป็นผู้นำในเสื้อผ้าสไตล์ที่ไม่รัดรูปในยุคนี้ (ก้ำพล ลิขิตกาญจนกุล, 2564)



ภาพที่ 24 ผลงานการออกแบบของคริสโตบัล บาเลนเซียก้า (Cristóbal Balenciaga)

ที่มา <https://www.yolanacris.com>

เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในยุคนี้มีทั้งแบบสั้น และแบบยาว ทั้งนี้ ชุดในรูปแบบสั้นมักได้รับความนิยมสูงกว่า โดยมีรูปแบบชุดที่สตรีนิยมสวมใส่ 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบสวิงเดรส (Swing Dress) มีลักษณะเป็นชุดกระโปรงทรงวงกลม เสื้อด้านบนพอดีสักตัว และรูปแบบชีทเดรส (Sheath Dress) ที่มีความยาวระดับหัวเข่า และเข้ารูปกับตัวผู้สวมใส่





ภาพที่ 25 ชุดปาร์ตี้แวร์สำหรับงานกลางวัน ยุค 1950s  
ที่มา <https://vintagedancer.com>



ภาพที่ 26 ชุดปาร์ตี้แวร์สำหรับงานกลางคืน ยุค 1950s  
ที่มา <https://clickamericana.com>

#### 2.2.6 เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ยุค 1960s

แม้จะผ่านพ้นสภาวะสงครามไปแล้ว หากแต่สถานการณ์ยังคงมีความขัดแย้งทางการเมือง ทั้ง สงครามเวียดนาม กลุ่มแนวร่วมต่อต้านสังคมนิยมมากมาย จนนับว่าเป็นยุคที่ประชาชนหลากหลายกลุ่ม รวมตัวกันเพื่อเรียกร้องสิทธิในด้านต่าง ๆ เช่นเดียวกับกับรูปแบบการแต่งกายทางแฟชั่นที่แปรผันไปตาม สถานการณ์ดังกล่าว ดังเช่น กระโปรงของสตรีที่มีความสั้นขึ้นมากกว่ายุคก่อน ๆ

ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมข้างต้นก่อให้เกิดทัศนคติด้านแฟชั่นที่รุนแรงในชนกลุ่มน้อย หากแต่กลับส่งผลกระทบต่อคนหมู่มาก ได้แก่ กลุ่มมอดส์ (Mods) ที่เป็นกลุ่มหนุ่มสาวหัว สมัยใหม่ ผู้รับอิทธิพลการดำเนินชีวิตมาจากความหลากหลายของศิลปะ ดนตรี แฟชั่น โดยมีนัก ออกแบบคนสำคัญคือ แมรี ควอนต์ (Mary Quant) ที่ได้ออกแบบ มินิสเกิร์ต (Miniskirt) และ ฮอต แพนทส์ (Hot Pants) เป็นกระโปรงและกางเกงทรงตั้งสั้นเต๋อ มีความยาวเพียงเลยช่วงขาหนีบลงมา เล็กน้อย เผยให้เห็นช่วงต้นขาอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ควอนต์ยังสร้างภาพจำของสตรียุคใหม่ ผ่านการ เลือกรูปแบบ ทวิกกี (Twiggy) นางแบบชื่อดังของยุค มานำเสนอแฟชั่นของเธอ โดยทวิกกีมีรูปร่างเล็กเหมือน เด็กผู้ชาย ผอมสั้น กุด ขาเรียวเล็ก ส่งผลให้เกิดลुकแอนโดรจีนี (Androgyny) แบบทอมบอย (Tomboy) เป็นภาพจำใหม่ และหญิงสาวยุคนั้นนิยมสวมเดรสสั้นตัวเล็ก สเว็ตเตอร์เข้ารูป กางเกง และกระโปรง ขาสั้น กุดกันเป็นอย่างมาก



ภาพที่ 27 ทวิกกี (Twiggy)

ที่มา <https://www.vogue.com>

ในขณะที่กลุ่มฮิปปี้ (Hippy) คือกลุ่มคนหนุ่มสาวที่ต่อต้านค่านิยมของผู้ใหญ่ ที่ตั้งคำถามเชิงปรัชญาชีวิตจากค่านิยมเดิมของคนรุ่นเก่า พวกเขาเหล่านี้จะให้ความสนใจในเรื่องความรัก และการมีอิสระ แยกแยกออกจากสังคม แต่งกายด้วยชุดที่มีสีสันธรรมชาติ และวัฒนธรรมตะวันออก สวมสายคาดศีรษะ เครื่องประดับลูกปัดหลากสี กระโปรงยาว ไปจนถึงเครื่องแต่งกายที่ได้แรงบันดาลใจจากพวกยิปซีเร่ร่อน นอกจากนั้นแล้วยังมีอิทธิพลด้านอื่นเข้ามาร่วมด้วยได้แก่ ยุคแห่งอวกาศ (Space Age) ที่ส่งผลต่อการแต่งกายทั้งทางตรง และทางอ้อมเช่นเดียวกัน ดังเช่น อังเดร กูริช (Andre Courreges) จัดแสดงคอลเลกชันยุคอวกาศ ในปีค.ศ. 1964 โดยมีนางแบบสวมหมวกกันกระแทก (Helmet) ซึ่งมีแนวเส้นโครงร่างเงาเป็นรูปสี่เหลี่ยมคางหมู ตรง คม และไม่มีรอยดุน



ภาพที่ 28 ผลงานการออกแบบของอังเดร กูริช (Andre Courreges)

ที่มา <https://www.nytimes.com>

สืบเนื่องจากสไตล์การแต่งกายที่หลากหลาย ตามกลุ่มคนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เครื่องแต่งกายสำหรับงานเลี้ยงสังสรรค์จึงมีความแตกต่างออกไป ทั้งชุดที่มีโครงร่างเงาเป็นเส้นตรง ลวดลายพิมพ์ที่มีสีสันสดใส สวมกางเกงพิมพ์ลายยาว ไปจนถึงขากว้าง มีจุดเด่นในเรื่องการนำวัสดุที่ได้มาจากกระบวนการสังเคราะห์มาประดับตกแต่ง เช่น แผ่นโลหะ พลาสติก ลูกปัด



ภาพที่ 29 ชุดปาร์ตี้แวย์ ยุค 1960s  
ที่มา <https://www.harpersbazaar.com>

### 2.2.7 เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์ยุค 1970s

ช่วงเวลานี้ ถือเป็นยุคทองของดนตรีสไตล์ดิสโก (Disco) เป็นผลสืบเนื่องมาจากวัฒนธรรมที่วัยรุ่นเป็นผู้กำหนด กระแสดนตรีจึงทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น การสังสรรค์ปาร์ตี้ในยามราตรีถือเป็นเรื่องธรรมดาของกลุ่มวัยรุ่นในยุคนี้ สถานที่สำคัญที่เป็นจุดเริ่มต้นของวัฒนธรรมการปาร์ตี้อย่างสุดโต่งคือ สตูดิโอ ฟิฟตีไฟฟ์ (Studio 54) ไนต์คลับชื่อดังในนครนิวยอร์ก โดยผู้คนที่เข้ามาสังสรรค์ ณ สถานที่แห่งนี้ มักนิยมแต่งกายในลักษณะเสื้อผ้าที่มีความระยิบระยับ เล่นกับแสงไฟ และลูกบอลดิสโกภายในคลับ นอกจากนี้ ไนต์คลับดังกล่าวยังถือเป็นหนึ่งในสถานที่รวบรวมความหลากหลายของผู้คนที่ต่างแข่งขันกันโดดเด่น ผ่านการแต่งกายตามแฟชั่นดิสโก เพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิ์ในการเข้าใช้บริการไนต์คลับ (พีรณัฐ จันทร์สกุลณี, 2562)



ภาพที่ 30 บรรยากาศภายใน Studio 54

ที่มา <https://www.vogue.co.th>

ขณะที่ บางส่วนยังได้รับอิทธิพลมาจากแฟชั่นในยุค 1960s อาทิ ความนิยมในการสวมใส่กางเกงแบบฮอตแพนทส์ (Hot Pants) หากแต่ปรับเปลี่ยนให้เข้ากับเสื้อที่รัดรูป เน้นสตรีระและความสวยงามยามเต้นประกอบจังหวะเพลง บ้างก็สวมกางเกงยัดสีสันสอดใส่กับเสื้อผูกคอสีสดเปลือยแผ่นหลัง หรือจัมสูท (Jumpsuit) รัดรูปที่ปลายขาบาน

ดีไซน์เนอร์ที่สำคัญในยุคนี้ คือ ไดแอน วอน เฟิร์สเทนเบิร์ก (Diane Von Furstenberg) ที่ได้ ออกแบบ แรปเดรส (Wrap Dress) ในปีค.ศ. 1972 โดยเป็นชุดกระโปรงจับเดรสผ้ายี่ดัดรูป คอแหวก ลึกให้เห็นสตรีระช่วงอก เอว สะโพกอย่างชัดเจน ผลงานการออกแบบดังกล่าวได้รับความนิยมอย่างมากในสตรีชั้นสูง เพราะสามารถสวมใส่ได้ทั้งโอกาสการทำงาน และไปออกงานเลี้ยงสังสรรค์ ไปไนต์คลับ



ภาพที่ 31 แรปเดรส (Wrap Dress)  
ที่มา <https://www.refinery29.com>

นอกจากนี้ แกลมร็อก (Glam Rock) หรือ ยูนิเซ็กส์ (Unisex) ก็ถือเป็นอีกหนึ่งสไตล์ที่เป็นที่นิยมอย่างมาก โดยมีจุดเริ่มจาก จีออร์จีโอ อาร์มานิ (Giorgio Armani) ที่เชื่อว่าแฟชั่นไม่มีกำแพงกั้นระหว่างความเป็นหญิงและชาย โดยอาร์มานิเปิดตัวห้องเสื้อของเขา ผ่านการนำแจ็กเก็ตสูทแบบบุรุษให้สตรีสวมใส่ และนำวิธีการออกแบบตัดเย็บที่ซับซ้อนของเสื้อผ้าสตรีมาใช้กับเสื้อผ้าบุรุษ ต้นแบบดังกล่าวเป็นแรงบันดาลใจให้กลุ่มศิลปินแนว แกลมร็อก (Glam Rock) นำโดย เดวิด โบวี่ (David Bowie) ที่เป็นผู้นำกระแสให้ผู้ชายแต่งหน้าด้วยสีสันทัดจำน สวมใส่เสื้อผ้าที่มีความมันเงาและ ดูเป็นผู้หญิงสูง รวมถึงสวมรองเท้าแบบเสริมสัน ซึ่งสไตล์ดังกล่าวได้เป็นต้นแบบให้กับสไตล์ดนตรีแบบพังค์ (Punk Music) ในยุคถัดไป



ภาพที่ 32 แกลมร็อก (Glam Rock)  
ที่มา <https://www.goldminemag.com>

#### 2.2.8 เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ยุค 1980s

เศรษฐกิจกลับมาเฟื่องฟูอีกครั้ง เนื่องจากสงครามต่าง ๆ ได้สิ้นสุดลง หากแต่คนวัยหนุ่มสาวชนชั้นกลางจนถึงชนชั้นกรรมาชีพ กลับมองว่าพวกตนมิได้รับความเห็นใจหรือช่วยเหลือเกื้อหนุนจากเหล่าคนมีฐานะร่ำรวย และถูกสบประสาทว่าสิ่งที่พวกเขาพยายามเรียกร้องนั้นไร้สาระโดยสิ้นเชิง จึงก่อให้เกิดคำว่า พังก์ (Punk) เป็นคำแสลงที่ใช้เรียกสิ่งของหรือบุคคลที่ไร้สาระ และเป็นที่มาของดนตรีแนวใหม่คือ Punk Music รวมถึงส่งอิทธิพลต่อการแต่งกายในทางแฟชั่น

วิเวียน เวสต์วูด (Vivien Westwood) ถือเป็นนักออกแบบสไตล์พังค์คนสำคัญ ที่สร้างชื่อเสียงจากการตัดชุดขึ้นแสดงให้กับวงดนตรี เซ็กส์ พิสทอลส์ โดยทำให้พังค์ กลายเป็นวัฒนธรรมกลุ่มย่อยที่ได้รับความนิยมอย่างมาก โดยการแต่งกายสไตล์พังค์มักสื่อถึงการประท้วงต่อต้านขนบธรรมเนียมเป็นการสร้างความโดดเด่น สะดุดตา แม้จะไม่ใช้เครื่องประดับหรูหรา หากแต่เป็นการสวมใส่เสื้อผ้าวิน ยับยู่ยี่ สวมกระโปรงขนาดเล็กสั้นมาก (Micro Skirt) รวมถึงถุงเท้าแห่ (Fishnet Stocking) โดยทำหน้าที่เป็นรู รอยขาด การใช้เข็มกลัดในการตกแต่ง



ภาพที่ 33 พังก์ (Punk)

ที่มา <https://www.dazeddigital.com>

ในอีกทางหนึ่ง กระแสนิยมของ “Power dressing” และ “Retrospective” ก็ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะผู้คนเริ่มโหยหาอดีต ความดั้งเดิมที่เคยมีมา จึงเรียกได้ว่าเป็นสไตล์ เร็ทโทรสเปกทิฟ (Retrospective) มีทั้งการนำกระโปรงฮอบเบิลของปีเวสต์ในยุค 1910s โครงชุดราตรีผ้าเฉลียงในยุค 1930s โครงร่างรัดเอวกระโปรงบานในยุค 1950s กลับมาใช้ใหม่ให้แฟชั่นมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น แต่ที่เด่นชัดที่สุด คือโครงร่างเงาสีเสื้อสตรีในยุคสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่เน้นช่วงไหล่กว้าง เข้าเอว โดยได้แรงบันดาลใจมาจากการแต่งกายลักษณะทหาร

การนำโครงร่างเงาสีเสื้อสตรีดังกล่าวกลับมาในวงการแฟชั่น ก่อให้เกิดกระแสนิยมพาวเวอร์เดรสซิง (Power Dressing) กล่าวคือ ค่านิยมของสตรียุคใหม่ ที่มีความเป็นผู้นำ ยึดมั่นในอุดมการณ์ของตนเอง และต้องการออกไปทำงานข้างนอก มากกว่าการคอยอยู่บ้าน ทำหน้าที่ปรนนิบัติสามี มีต้นแบบมาจากสองสตรีแห่งยุคคือ มาร์กาเร็ต แธตเชอร์ (Margaret Thatcher) นายกรัฐมนตรีหญิงคนแรกของอังกฤษ และ เจ้าหญิงไดอานา แห่งเวลส์ (Diana, Princess of Wales) ที่เป็นต้นแบบของสตรียุคใหม่ โดยโครงร่างเงาของเสื้อมีลักษณะแบบสามเหลี่ยมกลับหัว นิยมสวมเสื้อแจ็กเก็ตเสริมไหล่ตั้ง กระโปรงฮอบบ และรองเท้าส้นเข็ม





ภาพที่ 34 พาวเวอร์ เดรสซิ่ง (Power Dressing)

ที่มา <https://www.mylondon.news>

นอกจากนี้ ในอีกมุมหนึ่ง สไตล์ทางแฟชั่นแบบ อว็อง - การ์ด (Avant - garde) ก็มีบทบาทสำคัญต่อวงการแฟชั่นในยุคนี้ โดยเหล่านักออกแบบชาวญี่ปุ่น เรอิ คาวาคูโบะ (Rei Kawakubo) ผู้ก่อตั้งตราสินค้า กอมม์ เดส์ การ์ซองส์ (COMME des GARÇONS) โดยเรอิ เป็นหนึ่งในหัวเรือสำคัญของสไตล์ดังกล่าว ผู้สร้างสรรค์เสื้อผ้าที่ไม่มีโครงร่างเงาชัดเจน เพราะเป็นสไตล์ที่มีแนวคิดเอนเอียงไปในทางงานประติมากรรม เน้นที่โครงสร้างที่แปลกประหลาด ล้ำสมัย องค์กรประกอบด้านปริมาตร และความสวยงามของจังหวะพื้นที่ว่าง สไตล์แฟชั่นดังกล่าวจึงเป็นเรื่องแปลกใหม่ แต่กลับได้รับความสนใจจากผู้คนอย่างมาก



ภาพที่ 35 ผลงานการออกแบบของเรอิจิ คาวาคูโบะ (Rei Kawakubo)

ที่มา <https://www.nytimes.com>

### 2.2.9 เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ยุค 1990s

หลังจากผ่านการเปลี่ยนแปลงที่หลากหลายของแฟชั่นในแต่ละช่วงทศวรรษ จึงเกิดความอึดอัด ในเรื่องรูปแบบแฟชั่นที่สุดโต่ง ประกอบกับผลงานจากเศรษฐกิจที่เริ่มตกต่ำลงอีกครั้ง ดัชนีหุ้นของ ตลาดหุ้นทั่วโลกเริ่มดิ่งลงครั้งใหญ่ในปีค.ศ. 1987 เมื่อเศรษฐกิจตกต่ำลงอีกครั้ง ความฟุ่มเฟือยที่เคยมี ก่อนหน้าย่อมถูกลดทอนลง ส่งผลกระทบในด้านการออกแบบเครื่องแต่งกาย ที่เหล่านักออกแบบต้อง ปรับวิธีใหม่ ในการออกแบบเสื้อผ้าที่ตัดทอนรูปแบบเก่าที่จำเป็น โดยมุ่งเน้นเครื่องแต่งกายที่เรียบง่าย ที่สามารถสวมใส่ได้ในหลากหลายโอกาส

รูปแบบสไตล์มินิมอล (Minimal) จึงกลายเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมของยุคนี้ กล่าวคือ เป็น สไตล์การออกแบบที่ “น้อยแต่มาก” ไม่ยึดถือการตกแต่งที่ฟุ้งเฟ้อ ใช้เท่าที่จำเป็นและให้ประโยชน์ ตามความเหมาะสม หากแต่ยังคงดูดี สะดวกสบาย ตอบสนองประโยชน์วิถีแห่งความสุขได้อย่าง สมบูรณ์ เช่นเดียวกันกับเสื้อผ้าปาร์ตี้แวร์ ที่เน้นการออกแบบที่เรียบง่ายที่สุด ลดทอนการตกแต่งที่ มองว่าเยอะเกินจำเป็น โดยใช้โครงร่างเงาที่เน้นความเรียบง่าย วัสดุรูปเสมือนผิวหนังชั้นที่สอง

(Second Skin) จากนั้นจึงเริ่มปรับให้พอดีตัวผ่านการตัดทอนมาจากรูปทรงเรขาคณิตที่เรียบง่าย สวมใส่ได้หลากหลายโอกาส ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่



ภาพที่ 36 โครงร่างเงารัดรูปเสมือนผิวหนังชั้นที่สอง (Second Skin)

ที่มา <https://www.harpersbazaar.com>

นอกจากนี้ สไตล์ ดีคอนสตรัคชัน (Deconstruction) นับเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่ได้รับความนิยมในสมัยนี้ โดยมาจากทฤษฎีของนักปรัชญาชาวฝรั่งเศส ชาค แดริดา (Jacques Derrida) ที่ได้รับอิทธิพลมาจากสไตล์ข้างถนนอย่าง กรันจ์ (Grunge) ซึ่งเป็นแนวเพลงย่อยของอัลเทอร์เนทีฟร็อก นิยมสวมชุดผ้าพิมพ์ไร้รูปทรง กางเกงยีนส์ขาด เสื้อกั๊กผ้าเดนิมสีซีด นิยมนำเครื่องแต่งกายเก่ากลับมาใช้ใหม่ การตัดเสื้อผ้าให้ขาดวิน ปล่อยชายลุ่ย ฟอกหรือทำเทคนิคให้ดูเลอะเทอะ เก้าโทรม รูปแบบเสื้อผ้าดีคอนสตรัคชัน จึงเป็นการรื้อถอนแพทเทิร์นเดิมของเสื้อผ้า นำบางส่วนออกไป การกลับตะเข็บด้านในออกมาด้านนอก การทำเสื้อผ้าไม่เข้ารูปร่าง การใช้รูปแบบที่ไม่สมมาตร (Asymmetry)



ภาพที่ 37 ดีคอนสตรัคชัน (Deconstruction)

ที่มา <https://maisondupapier.tumblr.com>

#### 2.2.10 เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ยุคปัจจุบัน (ค.ศ. 2000 เป็นต้นไป)

ปัจจุบัน โลกได้เข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ ที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้าไกลอย่างมาก สามารถเชื่อมถึงกันได้ทั่วทุกมุมโลก อุตสาหกรรมแฟชั่นจึงมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองยุคแห่งความรวดเร็ว ว่องไว แปรเปลี่ยนไปตามรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค โดยมีอุตสาหกรรมอย่างแฟชั่นแฟชั่น (Fast Fashion) ที่เน้นการผลิตสินค้าจำนวนมาก มีรูปแบบที่ตรงจุดประสงค์การใช้งานของผู้คนแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน ส่งผลให้เครื่องแต่งกายมีความหลากหลาย ผู้บริโภคกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดทิศทางของเสื้อผ้า

เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในยุคนี้จึงไม่มีค่านิยม หรือสไตล์ที่ตายตัว เพราะเป็นการแปรเปลี่ยนไปตามกระแสนิยมของสังคมผู้คนหลากหลายกรณี โอกาสในการสวมใส่สำหรับออกงานเลี้ยงสังสรรค์มีมากขึ้น ทั้งงานเลี้ยงสังสรรค์เชิงธุรกิจที่ต้องการความเป็นทางการสูง สุภาพ งานเลี้ยงคือกเทลในสวนที่เน้นชุตราตรีสั้น สีสดใสเข้ากับสถานที่ งานเลี้ยงพิธีวิวาห์ที่เน้นชุตราตรีเข้าธัมในโรงแรมโอ้อ่า ไปจนถึงงานเดินพรมแดงของเหล่าผู้มีชื่อเสียงที่เน้นความหรูหรา อลังการของชุด ดังนั้นภาพรวมของ

เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในยุคปัจจุบัน จึงไม่มีลักษณะที่ตายตัว ขึ้นอยู่กับลักษณะของงานเลี้ยง ธีมของงาน กาลเทศะ และรสนิยมของผู้สวมใส่






ภาพที่ 38 ปาร์ตี้แวร์ยุคปัจจุบัน




ที่มา <https://www.theguardian.com>

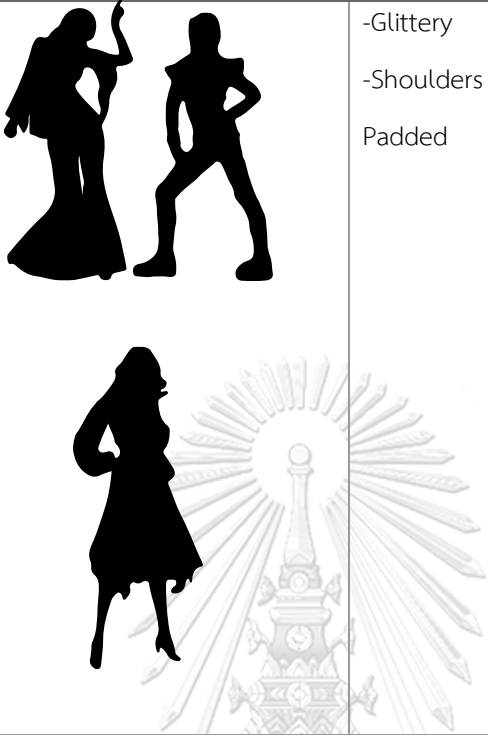

### 2.3 สรุปความเป็นมาของเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์

จากการศึกษาเรื่องประวัติศาสตร์แฟชั่นเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ตลอดช่วงศตวรรษที่ 20 ที่ผ่านมา นั้น ทำให้เห็นเส้นทางความเปลี่ยนแปลงของรูปแบบเสื้อผ้า ที่ผันไปตามยุคสมัย เหตุการณ์สำคัญทางสังคมในแต่ละช่วงเวลา รวมถึงค่านิยมของผู้คนที่เปลี่ยนไป ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบทางการออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในแต่ละยุค มาจำแนกในรูปแบบตาราง เพื่อให้เห็นความแตกต่างทั้งในด้านโครงสร้างเงา แนวคิด รายละเอียด สี และวัสดุ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

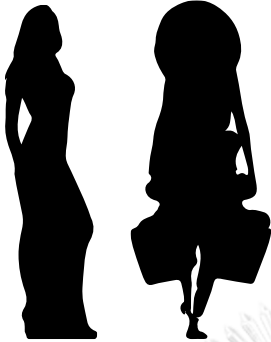

ตารางที่ 1 สรุปความเป็นมาเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์

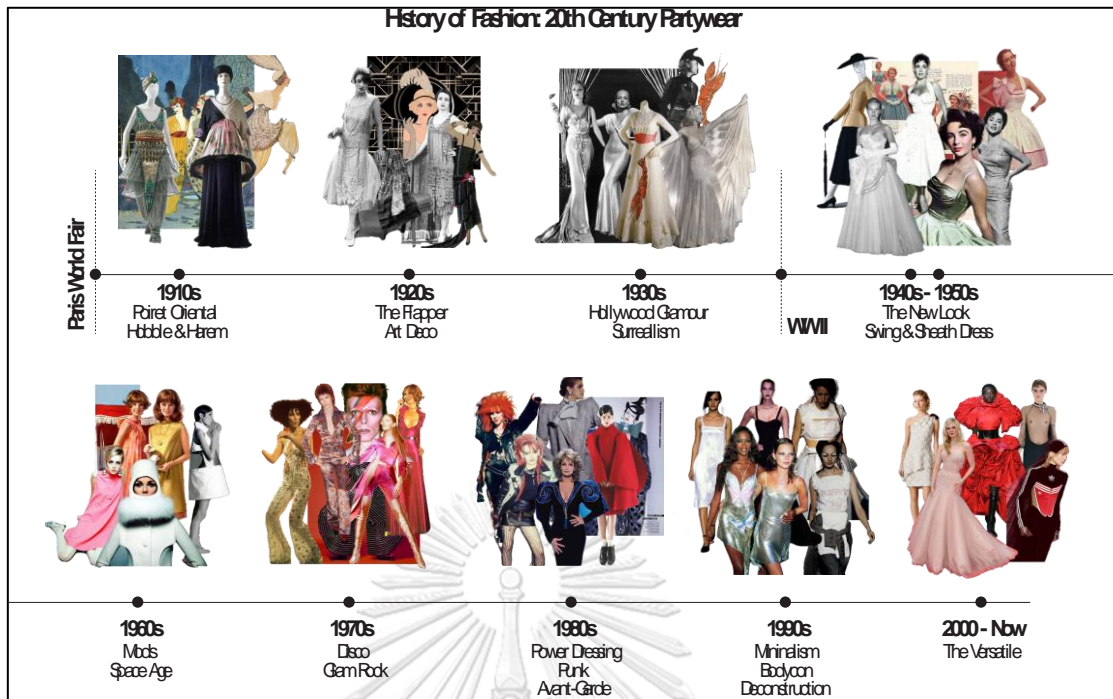
| ช่วงเวลา<br>(ค.ศ.) | โครงร่างเงา<br>(Silhouette)   | แนวคิด /<br>รายละเอียด   | สี<br>(Color)   | วัสดุ<br>(Material)   |
|--------------------|---|--|---|---|
| 1910s              |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Poiret Oriental</li> <li>-Kimono Sleeve</li> <li>-Hobble Skirt</li> <li>-Harem Pants</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Vivid</li> <li>-Yellow</li> <li>-Red</li> <li>-Metallic</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Lame</li> <li>-Silk Satin</li> <li>-Silk Velvet</li> <li>-Wool</li> <li>-Tulle</li> </ul> |
| 1920s              |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Flapper</li> <li>-Robe de Style</li> <li>-Short Length</li> <li>-Jazz Inspired</li> <li>-Slip Dress</li> <li>-Brazia</li> <li>-Art Deco</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Nude</li> <li>-Old</li> <li>Rose</li> <li>-Soft</li> <li>Pink</li> <li>-Metallic</li> <li>-Black</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Silk Gauze</li> <li>-Crepe-de-Chine</li> <li>-Tulle</li> <li>-Silk Satin</li> </ul>       |
| 1930s              |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Halter neck</li> <li>-Bias Cut</li> <li>-Hollywood</li> <li>Glamour</li> <li>-Elegance</li> <li>-Surrealism</li> </ul>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Vivid</li> <li>-</li> <li>Shocking</li> <li>Pink</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Wool</li> <li>-Silk Satin</li> <li>-Silk Gauze</li> </ul>                                 |

| ช่วงเวลา<br>(ค.ศ.) | โครงร่างเงา<br>(Silhouette)   | แนวคิด /<br>รายละเอียด   | สี<br>(Color)   | วัสดุ<br>(Material)  |
|--------------------|---|--|---|--|
| 1940s              |    | -New Look<br>-Shoulders<br>Padded<br>-Flare Skirt                  | -Earth<br>Tone<br>-Dark<br>-Grey<br>-Wine<br>Red<br>-Navy<br>Blue             | -Tweed Wool<br>-Herring Bone<br>Wool<br>-Linen<br>-Cotton<br>-Jersey |
| 1950s              |   | -Swing Dress<br>-Sheath Dress<br>-Luxury<br>-Artisan               | -Vivid<br>-Pastel<br>-Cream<br>-Pale<br>Blue<br>-Lilac                        | -Silk<br>-Nylon<br>-Acrylics<br>-Polyester                           |
| 1960s              |  | -Twiggy<br>-Pop Art<br>-Space Age<br>-Geometry<br>-Synthetic Fiber | -Vivid<br>-Primary<br>Color<br>-Red<br>-Blue<br>-Yellow<br>-Pink<br>-Metallic | -Crimplene<br>-Dacron<br>-Terylene                                   |
| 1970s              |   | -Disco<br>-Glam Rock<br>-Shiny Surface                             | -Vivid<br>-Metallic<br>-Dark  | -Lycra<br>-Spandex<br>-Polyester                                     |

| ช่วงเวลา<br>(ค.ศ.) | โครงร่างเงา<br>(Silhouette)   | แนวคิด /<br>รายละเอียด   | สี<br>(Color)   | วัสดุ<br>(Material)   |
|--------------------|---|--|---|---|
|                    |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Glittery</li> <li>-Shoulders</li> <li>Padded</li> </ul>  |   |   |
| 1980s              |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Punk</li> <li>-Spiky</li> <li>-Power Dressing</li> <li>-Shoulders</li> <li>Padded</li> <li>-Avant Garde</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Black</li> <li>-Dark</li> <li>Violet</li> <li>-Green</li> <li>-Red</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Leather</li> <li>-Second- hand</li> <li>-Silk</li> <li>-Wool</li> <li>-Linen</li> <li>-Rayon</li> </ul> |



| ช่วงเวลา<br>(ค.ศ.) | โครงร่างเงา<br>(Silhouette)  | แนวคิด /<br>รายละเอียด   | สี<br>(Color)  | วัสดุ<br>(Material)   |
|--------------------|--|--|--|---|
| 1990s              |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Minimal</li> <li>Deconstruction</li> <li>-Synthetic Fiber</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Grey</li> <li>Scale</li> <li>-Dark</li> </ul>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Cotton</li> <li>-Silk</li> <li>-Experiment</li> <li>-Versatile</li> </ul>       |
| 2000 -<br>Now      |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Versatile</li> <li>-Individual</li> <li>-Occasion based</li> <li>-Trend based</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Grey</li> <li>Scale</li> <li>-Dark</li> <li>-Pastel</li> <li>-Vivid</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Versatile</li> <li>-Innovative</li> <li>-Sustained</li> <li>Sourcing</li> </ul> |



ภาพที่ 39 แผนภาพสรุปประวัติศาสตร์ปาร์ตี้แวร์ศตวรรษที่ 20

จากตารางและแผนภาพข้างต้น จะเห็นว่าในช่วงระยะแรกของศตวรรษนั้น โครงร่างเงาของชุดปาร์ตี้แวร์ยังคงอยู่ในรูปแบบที่จำกัด เฉพาะทาง จากนั้นเมื่อกาลเวลาผ่านไปจึงมีรูปแบบที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น จวบจนยุคปัจจุบันที่มีความหลากหลายไหลลื่นมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ สาเหตุมาจากความเปลี่ยนแปลงทางสังคม จะเห็นได้ว่า เหตุการณ์ทางสังคมนั้นมีบทบาทสำคัญในการกำหนดรูปแบบเสื้อผ้า ทั้งจากจุดเริ่มต้นสำคัญอย่างงานแสดงสินค้านานาชาติ ณ กรุงปารีส ที่ทำให้วัฒนธรรมตะวันออกได้เข้ามามีอิทธิพลในการออกแบบทรงแฟชั่น หรือในช่วงระยะเวลาสงคราม ที่สถานการณ์บีบบังคับให้ผู้คนต้องประหยัดผืนผ้า รูปแบบของชุดปาร์ตี้แวร์จึงมีความสั้นขึ้น ใช้ผ้าน้อยลง หรือในช่วงที่สงครามสงบ ผู้คนนิยมสังสรรค์ จังหวะดนตรีที่เป็นที่นิยมในแต่ละยุคก็ย่อมมีอิทธิพลสำคัญต่อเสื้อผ้างาน เช่น ดนตรีแจ๊ส (Jazz) ในยุค 1920s และ ดิสโก (Disco) ในยุค 1970s ที่ชุดปาร์ตี้แวร์ถูกออกแบบมาให้สอดคล้องกับท่วงทำนองของดนตรี ตลอดจนลัทธิศิลปะในแต่ละยุคล้วนส่งผลต่อการออกแบบในทางแฟชั่น ดังเช่น อาร์ตเดโค (Art Deco) ในยุค 1920s หรือ ศิลปะลัทธิเหนือจริง ในยุค 1930s

นอกจากนี้ การมีบทบาทสำคัญของแกนนำทางแฟชั่น หรือ แฟชั่นไอคอน (Fashion Icon) ก็มีส่วนสำคัญในการกำหนดรูปแบบชุดปาร์ตี้แวร์ ดังเช่น ทวิกกี (Twiggy) ในยุค 1960s ที่สร้างภาพลักษณ์ใหม่ของผู้หญิงให้เน้นสวมชุดเดรสสั้นมากยิ่งขึ้น หรือเจ้าหญิงไดอานา แห่งเวลส์ (Diana,

Princess of Wales) ในยุค 1980s ผู้เป็นแรงบันดาลใจของผู้หญิงยุคนั้นในการสวมใส่ชุดพาวเวอร์เดรสซิง (Power Dressing) ที่เสริมไหล่กว้าง กระโปรงทรงสอบ รวมถึงสวมรองเท้าส้นเข็ม ในการออกงาน พบปะสังคม สะท้อนภาพลักษณ์ของผู้หญิงยุคใหม่ที่มีความเป็นผู้นำ พร้อมขับเคลื่อนสังคมในทุกด้าน จนมาถึงในยุคปัจจุบันที่รูปแบบของเสื้อผ้ามีความหลากหลาย สืบเนื่องจากความผันแปรทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้รูปแบบปาร์ตี้แวร์มีความแตกต่างออกไปตามรสนิยม และรูปแบบของงาน

### ส่วนที่ 3 ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มเฟมบอย (Femboy)

ท่ามกลางสถานการณ์สังคมในปัจจุบัน เพศ มิได้จำกัดความอยู่ที่ระบบเพศวิลักษณ์ (Binary Gender) ที่จำแนกเพียงเพศ “ชาย” หรือ “หญิง” อีกต่อไป หากแต่เป็นการกล่าวรวมไปถึงอัตลักษณ์ในการแสดงออกทางเพศที่หลากหลาย และละเอียดอ่อน ของกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQIA+) ผู้มีอุดมการณ์ในการเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศให้กับกลุ่มตนเอง กระแสดังกล่าวก่อให้เกิดกลุ่มค่านิยมใหม่ที่หลากหลาย ทั้งนี้ เพื่อใช้สำหรับจำกัดความของอัตลักษณ์ทางเพศของแต่ละกลุ่ม และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ร่วมกันในการขับเคลื่อนกิจกรรมทางสังคม

#### 3.1 กระแสนิยมแฟชั่นไร้เพศ (Genderless Fashion)

กระแสแฟชั่นไร้เพศ (Genderless Fashion) เป็นอีกหนึ่งกระแสนิยมที่ได้รับความสนใจในสังคมปัจจุบัน สืบเนื่องจากค่านิยมที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย สังคมที่เปิดกว้าง และยอมรับในความแตกต่างทางเพศมากยิ่งขึ้น ผู้คนมีความกล้าที่จะเปิดเผยตัวตนอย่างเสรีทั้งทางด้านการแสดงออกถึงรสนิยมทางเพศ ไปจนถึงการแต่งกายในชีวิตประจำวัน อีกทั้งประเด็นในการเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศ อันเป็นแรงผลักดันสำคัญให้กระแสนิยมแฟชั่นดังกล่าวมีบทบาทสำคัญยิ่งในอุตสาหกรรมนี้

คำว่า “แฟชั่นไร้เพศ” แท้จริงนั้นมิได้เป็นคำใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคม หากแต่เป็นส่วนหนึ่งในวงการแฟชั่นมาแต่อดีต ดังเช่น โคโค ชาเนล (Coco Chanel) ผู้ก่อตั้งตราสินค้าชาเนล (Chanel) ได้ปฏิวัติเครื่องแต่งกายสตรีในยุคนั้นนอกจากการสวมใส่ชุดคอร์เซ็ทที่รัดรูป (Corset) ผ้าลูกไม้ปักประดับทั้งตัว โดยเปลี่ยนรูปร่าง โครงร่างเงา (Silhouette) ของเสื้อผ้าให้เป็นทรงตรง แทนที่จะเข้ารูปเพื่อเน้นสะโพก และเอวตามแบบฉบับนิยมของสตรีเพศ นอกจากนี้ ชาเนลยังสร้างปรากฏการณ์ในการทำเสื้อคลุมสำหรับสตรี โดยใช้ผ้าเจอร์ซีย์ (Jersey) ที่ในช่วงเวลานั้นนิยมนำมา

ผลิตเป็นชุดชั้นในสำหรับบุรุษ รวมถึงการตัดเสื้อ Breton Top หรือ เสื้อลายขวาง ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากกลุ่มกะลาสีเรือที่ริมทะเล ถือเป็นหนึ่งในตัวอย่างที่สำคัญของการปฏิวัติวงการแฟชั่น ที่ผู้หญิงได้ออกจากกรอบดั้งเดิม และก้าวเข้าสู่โลกของเสื้อผ้าผู้ชาย



ภาพที่ 40 ชาเนล (Chanel) สวมเสื้อ Breton Top

ที่มา <https://shabbysisters.com.au>

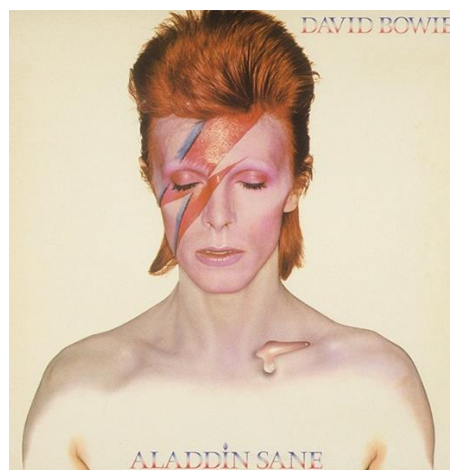
นอกจากนี้ในช่วงทศวรรษ 1960s อันเป็นช่วงเวลาที่ยังคงเกิดความเปลี่ยนแปลงสูง จนเกิดแนวทางแฟชั่นที่หลากหลาย หนึ่งในปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นไร้เพศคือ แมรี ควอนต์ (Mary Quant) นักออกแบบเสื้อผ้า ได้เลือกนางแบบแฟชั่นผู้โด่งดังแห่งยุคอย่าง ทวิกกี (Twiggy) มานำเสนอสินค้าของเธอ โดยทวิกกีได้เปลี่ยนภาพลักษณ์ของผู้หญิงในยุคนั้นใหม่ ที่จะต้องดูมีความแอนโดรจินี (Androgyny) แบบทอมบอย (Tomboy) กล่าวคือมีรูปร่าง และการแต่งกายที่กำกวมระหว่างชายและหญิง โดยอ้างอิงมาจากรูปร่างของทวิกกี ที่เธอมีรูปร่างที่ผอม ตัวเล็ก ผมสั้น แต่งตัวในสไตล์มอดส์ (Mods) หรือ หนุ่มสาวหัวสมัยใหม่



ภาพที่ 41 ทวิกกี้ (Twiggy) แต่งกายแบบแอนโดรจีนี (Androgyny)

ที่มา <https://www.vogue.com>

ในทางกลับกัน ในทศวรรษ 1970s นักร้องสไตล์กลัมร็อก (Glam Rock) ชื่อดังอย่าง เดวิด โบวี่ (David Bowie) ก็เป็นอีกหนึ่งบุคคลสำคัญที่สร้างปรากฏการณ์ทางแฟชั่นในการดึงผู้ชายเข้าสู่โลกเสื้อผ้าของผู้หญิง โดยการแต่งกาย และแต่งหน้าขึ้นแสดงด้วยสีสันทัดจำน ย้อมสีผม สวมชุดรัดรูป และรองเท้าส้นสูง ผ่านการใช้วัสดุที่มันวาวระยิบระยับ จนทำให้โบวี่กลายเป็นสัญลักษณ์ของสไตล์กลัมร็อก และส่งอิทธิพลต่อวงการแฟชั่นมาจนถึงปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จากงานออกแบบเสื้อผ้าของคริสตอฟ เดอการ์แนง (Christophe Decarnin) ในขณะที่เขายังเป็นนักออกแบบที่ตราสินค้าบัลแมง (Balmain) หรือนักออกแบบอีกคนคือ ริคคาร์โด ทิสซี่ (Riccardo Tisci) อดีตนักออกแบบชื่อดังจากตราสินค้าจีวองซี่ (Givenchy) (สรีตา ประภาสวัต, 2561)



ภาพที่ 42 เดวิด โบวี่ (David Bowie)  
ที่มา <https://www.gqthailand.com>

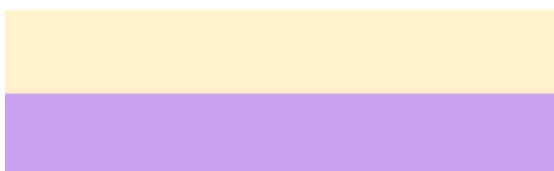
### 3.2 เฟมบอย (Femboy)

ในชนบสังคมแบบเดิมนั้น ผู้ชาย มักได้รับความคาดหวังให้ประพฤติตัวสมดัง “ชายชาติตรี” กล่าวคือ จะต้องมีความลักษณะที่เข้มแข็ง และ แข็งแกร่ง เพื่อให้สอดคล้องกับค่านิยมที่จะต้องเป็นหัวหน้าครอบครัว ค่านิยมความเป็นชาย (Masculinity) ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตของเพศชาย ทั้งการแสดงออกทางอารมณ์ การวางตัวในสังคม การเลือกใช้สิ่งของ ไปจนถึงการแต่งกายในชีวิตประจำวัน หากแต่ในปัจจุบัน ค่านิยมดังกล่าวได้เปลี่ยนไปตามยุคสมัย ผู้ชายบางกลุ่มไม่ต้องการที่จะอยู่ในกรอบของค่านิยมความเป็นชายดังกล่าวอีกต่อไป และเริ่มมองหาในสิ่งที่ตรงกันข้ามกับวิถีแบบเดิม กล่าวคือ ความเป็นผู้หญิง (Feminine) ที่เปิดเผยในด้านอ่อนหวาน อ่อนโยน ละเอียดยอ่อน เพื่อปลดปล่อยตัวตนในอีกด้านอย่างเสรี

เฟมบอย (Femboy) ย่อมาจากคำว่า Feminine Boy มีอีกชื่อเรียกว่า โรสบอย (Roseboy) หรือ โอโตะโคนโกะ (Otokonoko) หมายถึง เด็กหนุ่มที่มีความเป็นผู้หญิง (Feminine) ในตนเอง ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มเพศนิยามที่แยกย่อยออกมาจากกลุ่มเพศนอนไบนารี (Non - Binary) กล่าวคือ กลุ่มของผู้ที่ไม่ต้องการยึดติดกับอัตลักษณ์ทางเพศของตนเพียง “ชาย” หรือ “หญิง” เพราะเชื่อว่านิยามคำว่าเพศนั้นไม่มีขอบเขต เฟมบอย จึงหมายถึง กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีเพศสรีระเป็นชาย โดยทั่วไปมักมีอายุไม่เกิน 30 ปี ผู้พึงพอใจที่จะแสดงออกอัตลักษณ์ทางเพศในลักษณะของผู้หญิงทั้งในด้านอารมณ์ การแสดงออก ไปจนถึงการแต่งกาย (Pradeep, 2022)



ภาพที่ 43 เฟมบอย (Femboy)  
ที่มา <https://screenshot-media.com>



ภาพที่ 44 ธงสัญลักษณ์กลุ่มเฟมบอย (Femboy Flag)  
ที่มา <https://www.lgbtqia.wiki>

### 3.3 กลุ่มเฟมบอย ในช่วงเจนเนอเรชั่นเซนเนียล (Zennials)

จากการศึกษานิยามของกลุ่มเฟมบอยข้างต้นพบว่า โดยส่วนมากนั้น กลุ่มเฟมบอย มีอายุอยู่ในช่วงวัยที่ไม่เกิน 30 ปี ซึ่งตรงกันกับช่วงวัยที่เรียกว่า เซนเนียล (Zennials) ที่มีลักษณะ พฤติกรรม และความสนใจที่สอดคล้องกันกับกลุ่มเฟมบอย

เซนเนียล (Zennials) เป็นหนึ่งในกลุ่มที่เรียกว่า รุ่นรอยต่อ หรือ Micro - Generations กล่าวคือกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 24 – 29 ปี เกิดในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2536 – 2541 ซึ่งเป็นช่วงปีเกิดที่คาบเกี่ยวระหว่างช่วง 3 ปีสุดท้ายของกลุ่มมิลเลนเนียล (Millennials) และ 3 ปีแรกของกลุ่มเจนเนอ

เรชั่น ซี (Generation Z) ส่งผลให้คนในกลุ่มเซเนเนียลมีพฤติกรรมและความสนใจที่ถอดลักษณะมาจากทั้งสองช่วงวัยข้างต้น กล่าวคือ พวกเขาเหล่านี้ให้ความสำคัญกับหน้าที่การงาน รวมถึงสวัสดิการพื้นฐานเช่น การประกันสุขภาพ ประกันสังคม ดังเช่นกลุ่มมิลเลนเนียล หากแต่ก็ให้ความสำคัญกับการเข้าสังคมผ่านการใช้สื่อออนไลน์ และมีความเชี่ยวชาญในการสื่อสารผ่านทางโซเชียลมีเดียในการแสดงความเป็นตัวของตัวเองดังเช่นกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี

กลุ่มเซเนเนียนั้น นับเป็นช่วงวัยที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยี และสื่อโซเชียลมีเดียเป็นอย่างมาก เพราะเป็นกลุ่มคนที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี โดยพวกเขาเหล่านี้ใช้เวลา 46 ชั่วโมงต่อสัปดาห์บนพื้นที่ออนไลน์ นับเป็นสถิติที่มากกว่ากลุ่มมิลเลนเนียลคิดเป็นร้อยละ 33 อีกทั้งยังมีโอกาสมากกว่าทั้งกลุ่มมิลเลนเนียล และกลุ่มเจเนอเรชั่น ซี ในการใช้ฟีเจอร์ (Feature) ต่าง ๆ บนสื่อออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพดังเช่น Live Video, Theme Filters และ Instagram Stories ซึ่งนับเป็นหนึ่งในวิธีอย่างง่ายในการแสดงตัวตน และชีวิตประจำวันบนโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้จากผลสำรวจของเว็บไซต์ fullscreen.com พบว่า กลุ่มเซเนเนียล เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังการซื้อสูงถึง 622 พันล้านดอลลาร์ มีแนวโน้มที่ให้ความสนใจไปกับการบริโภคสินค้าแฟชั่นและความงาม อาหาร และความบันเทิง เป็นผู้บริโภครุ่นแรก (Early Adopter) ที่ใช้สินค้าและแบ่งปันประสบการณ์การใช้สินค้าผ่านพื้นที่สื่อออนไลน์ของตน ทั้งนี้ กลุ่มเซเนเนียลมักได้รับอิทธิพลจากเหล่าอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ที่มีชื่อเสียง โดยนิยมติดตามบุคคลเหล่านี้ที่ตนชื่นชอบเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้า โดยเฉลี่ยยอดติดตาม อินฟลูเอนเซอร์ 24 คน ต่อ 1 คน รวมถึงการติดตามตราสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของตนด้วยเช่นเดียวกัน (ฐิติญาณ สนธิเกษตริน, 2563)

นอกจากนี้ สืบเนื่องจากกลุ่มเซเนเนียล เป็นช่วงวัยที่เติบโตท่ามกลางความไม่มั่นคง ความผันผวนทางเศรษฐกิจและการเมืองในประเทศ รวมไปถึงความขัดแย้งระดับโลกหลังเหตุการณ์ 9/11 ประกอบกับความสนใจในการใช้สื่อออนไลน์สูง ส่งผลให้กลุ่มเซเนเนียลให้ความสำคัญอย่างมากกับการขับเคลื่อนสังคมทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม ความเท่าเทียมทางเพศ เชื้อชาติ และการยอมรับในความแตกต่างของคนในสังคม (Napoli, 2022) นอกจากนี้ จากผลสำรวจของ Talk Shoppe พบว่ากลุ่มเซเนเนียลมากกว่า 300 คน มีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติและสีผิว ร้อยละ 55 เป็นคนผิวขาว และ ร้อยละ 33 เป็นชาวแอฟริกัน-อเมริกัน ซึ่งมีความหลากหลายมากกว่ามิลเลนเนียล โดยมากกว่าหนึ่งในสามให้ความสำคัญกับความหลากหลายที่ช่วยกำหนดตัวตนพวกเขา (ฐิติญาณ สนธิเกษตริน, 2563) ซึ่งสะท้อนให้เห็นผ่านกิจกรรมด้านสังคมต่าง ๆ หรือการเคลื่อนไหวด้านสังคมบนสื่อโซเชียล



มีเดีย ดังเช่นการสนับสนุนแคมเปญ #BlackLivesMatter และ #MeToo สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มเซเนเนียลมีอุดมการณ์บนความเชื่อที่ต้องการพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น รวมถึงเชื่อว่าตนเองมีวุฒิภาวะมากกว่าที่จะอยู่ในกลุ่มของคนรุ่นเจนเอเรชั่น ซี แต่ในขณะเดียวกัน ก็ยังไม่รู้สึกว่าคุณค่าความเป็นผู้ใหญ่พอที่จะถูกจำแนกให้อยู่ในกลุ่มมิลเลนเนียล

ในแง่มุมของงานเลี้ยงสังสรรค์นั้น ผลจากการสำรวจกลุ่มเป้าหมายของศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ หรือ Thailand Creative & Design Center (TCDC) พบว่า กลุ่มเซเนเนียลมีแนวโน้มในการเข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์ โดยหันมาดื่มเครื่องดื่มประเภทปราศจากแอลกอฮอล์ (Non - Alcohol) มากขึ้นถึงร้อยละ 40 เนื่องจากเครื่องดื่มดังกล่าวสามารถหาซื้อได้สะดวก ได้ทุกช่วงเวลา ทั้งยังมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับบทรสนทนา และกิจกรรมสังสรรค์อันก่อให้เกิดบรรยากาศที่สนุกสนาน เป็นมิตร และผ่อนคลาย (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ [TCDC], 2565)

กลุ่มเฟมบอยในช่วงเซเนเนียล (Zennials) นั้น จึงมีพฤติกรรมและความสนใจในด้านการสร้างพื้นที่ปลอดภัยให้ตนเอง ในการแสดงออกอัตลักษณ์ทางเพศของตนได้อย่างเสรี การรวมกลุ่มกันเพื่อขับเคลื่อนสังคมในด้านความหลากหลายทางเพศ ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับในความแตกต่าง และสามารถใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข โดยเฟมบอยเหล่านี้มีพฤติกรรมความสนใจในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในเป็นช่องทางหลักในการเปิดเผยอัตลักษณ์ทางเพศของตน เช่น แอปพลิเคชันอินสตาแกรม (Instagram) ที่เหมาะแก่การลงรูปภาพในกิจกรรมต่าง ๆ การถ่ายคลิปวิดีโอลงสตอรี่ (Instagram Story) เพื่อบอกเล่าเรื่องราวในแต่ละวันของตนเอง รวมถึงการทำคลิปขนาดสั้น (Instagram Reels) ตามความสนใจของตนเอง โดยอินสตาแกรมนั้น มีระบบจัดการหลังร้านที่ช่วยให้โพสต์ของผู้ใช้งานเกิดการเข้าถึงมากยิ่งขึ้น เป็นผลมาจากการค้นหา หรือตรวจสอบความสนใจของผู้ใช้งานที่ตรงกัน ทำให้กลุ่มคนที่มีความสนใจเช่นเดียวกันสามารถเห็นโพสต์เหล่านี้ได้ และสามารถสร้างความมั่นใจ หรือแรงบันดาลใจให้กันและกันได้

ตัวอย่างที่โดดเด่นของเฟมบอยในช่วงเซเนเนียล ได้แก่ ทรอย ซิวาน (Troye Sivan) ศิลปินชาวออสเตรเลีย ซิวานเริ่มต้นร้องเพลงในรายการ Telethon ณ เมืองเพิร์ธ ออสเตรเลีย ในปี ค.ศ. 2006 และเข้ารอบสุดท้ายในรายการประกวด StarSearch ประจำปีค.ศ.2007 จากนั้นจึงเริ่มมีชื่อเสียงจากการร้องเพลงคัฟเวอร์และไลฟ์สไตล์ว่าไรตี้ผ่านช่องยูทูบ (Youtube) ของตนเองจนกลายเป็นที่รู้จักทั่วโลก โดยหนึ่งในวิดีโอที่ถูกพูดถึงอย่างมาก คือวิดีโอ “Coming Out” ในปีค.ศ.

2013 ที่ ซิวาน ได้บอกเล่าตัวตนทางเพศของตัวเอง การก้าวผ่านและการยอมรับตัวเอง ซึ่งการออกมาบอกเล่าเรื่องราวชีวิตในครั้งนี้ ได้รับการตอบรับจากผู้ที่ติดตามช่องยูทูบของเขาเป็นในทิศทางบวก ซึ่งวิดีโอดังกล่าวถูกปล่อยหลังจากที่เขา กำลังจะเซ็นสัญญากับค่าย EMI เพียงไม่กี่เดือน และในปีต่อมา ซิวาน ก็ได้ปล่อยซิงเกิ้ลแรก 'Happy Little Pill' ในปี 2014 โดยอัลบั้มแรกของเขา TRXYE ขึ้นอันดับหนึ่งบน iTunes กว่า 50 ประเทศทั่วโลก



ภาพที่ 45 ทรอย ซิวาน (Troye Sivan)

ที่มา <https://www.vogue.co.th>

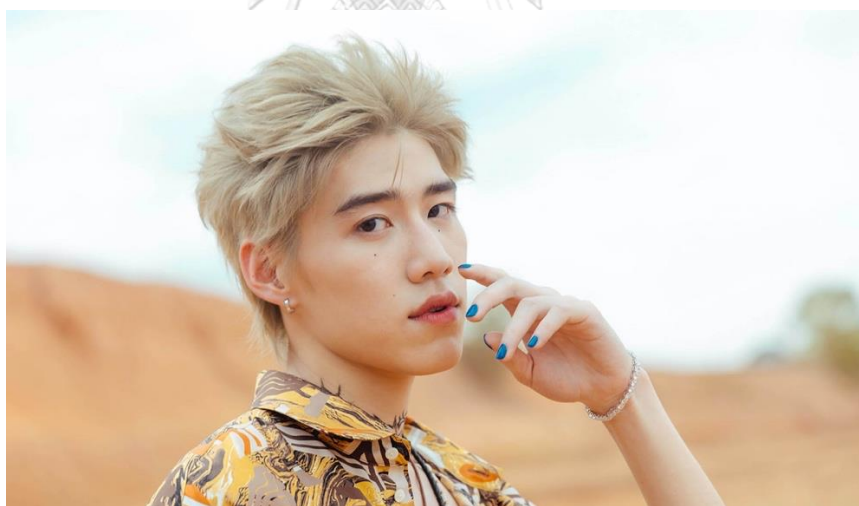
ซิวาน ได้นำเอาตัวตนทางเพศของเขา มาใช้ในการขับเคลื่อนการเป็นนักร้องผ่านการทำเพลง โดยที่ในช่วงเวลานั้น เป็นสิ่งที่เหล่าศิลปินไม่นิยมทำในวงการเพลงป๊อป (Pop Music) เพราะโดยปกติแล้ว ศิลปินมักจะปกปิดตัวตนทางเพศแล้วจึงมาเปิดเผย หรือ “Coming Out” ในภายหลัง หากแต่ ซิวาน เลือกใช้สิ่งนี้ในการสร้างเอกลักษณ์ของตัวเอง ทั้งตัวตน แนวเพลง และมิวสิกวิดีโอ ประกอบกับสังคมที่เริ่มเปิดกว้างมากขึ้น ส่งผลให้สิ่งเหล่านี้คือแรงพลังที่ทำให้ ซิวาน โดดเด่น แตกต่าง และกล้าหาญในการนำเสนอตัวตนของตัวเองในโลกแห่งวงการเพลงป๊อป

ตัวตนทางเพศของซิวานยังถูกขบขันมากขึ้นตามอายุและประสบการณ์ที่มากขึ้น ดังเช่นในผลงานเพลง Heaven ที่บอกเล่าเรื่องราวผ่านภาพฟุตเทจ (Footage) เกี่ยวกับประวัติศาสตร์การต่อสู้ของกลุ่ม LGBTQIA+ ในอดีตเข้ามาผสมผสานในการเล่าเรื่อง รวมถึงการแต่งหน้า สวมเครื่องประดับ ขนนก และชุดกระโปรงในแบบแฟชั่นกูตูร์ชั้นสูง ไม่เพียงทำให้มิวสิกวิดีโอเพลงของเขาโดดเด่น

น่าสนใจ แต่ยังไม่เล่าเรื่องไปพร้อมกับตัวตนของศิลปิน และส่งผลให้ ชีวาน กลายเป็นหนึ่งในแฟชั่นไอคอน (Fashion Icon) รุ่นใหม่ (สันติชัย อภรณ์ศรี, 2565)

ในขณะเดียวกัน อีกหนึ่งตัวอย่างของเพมบอยในช่วงวัยนี้ที่โดดเด่นคือ กฤษฎ์ อำนวนยเดชกร หรือ พีพี ศิลปินชาวไทย ที่เริ่มเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางจากบทบาทนักแสดงในซีรีส์ “แปลรักฉันด้วยใจเธอ” จากนั้นเป็นต้นมา จึงได้รับโอกาสในวงการบันเทิงมากขึ้น ส่งผลให้เขาได้มีโอกาสในการแสดงตัวตนของตัวเองมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้านแฟชั่นการแต่งกายที่ไม่ยึดติดกับกรอบของความเป็นเพศ

พีพี ได้มีอีกบทบาทในฐานะนักร้อง ภายใต้สังกัดนาดาวมิวสิก (Nadao Music) เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของศิลปินที่น่าเสนอตัวตนผ่านผลงานเพลงได้อย่างโดดเด่น เริ่มต้นจากผลงานเพลงชิ้นแรก “It’s Okay Not To Be Alright” ที่เขาได้บอกเล่าตัวตนของตัวเอง ไปจนถึงสไตล์การแต่งกายทางแฟชั่นที่มีทั้งแจ็กเก็ตขนเฟอร์ เสื้อเส้นหนังถักสีแดง และเสื้อคัตเอาต์เข้ารูปที่เปิดเผยเรือนร่าง รวมถึงการใช้ตัวละครที่เป็นนักแสดงชายในมิวสิกวิดีโอ ที่ถึงแม้จะไม่ได้บอกเรื่องราวโดยตรง แต่ก็สามารถสื่อสารให้ผู้ชมเข้าใจได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 46 กฤษฎ์ อำนวนยเดชกร (พีพี)

ที่มา <https://www.gqthailand.com>

แม้เหตุการณ์ดังกล่าวอาจจะไม่ใช่สิ่งใหม่ หรือเป็นครั้งแรกที่เกิดขึ้นในวงการเพลงป๊อปของไทย แต่อย่างไรก็ดี ก็นับว่าเป็นโอกาสอันดีที่ศิลปินได้มีพื้นที่ในการบอกเล่าเรื่องราวของตนเองผ่านผลงานเพลง ซึ่งทำให้นโยบายในการรับรองรสนิยมมากขึ้นไปกว่าเดิม อีกทั้งกระแสตอบรับที่ดี ก็เป็น

สัญญาอันดีที่สื่อให้เห็นว่าสังคมปัจจุบันนั้นพร้อมเปิดกว้าง ยอมรับในความแตกต่างที่หลากหลาย นอกจากนี้ ทั้งซีวาน และพีพี ยังพิสูจน์ให้เห็นว่าความชัดเจนในตัวตนคือสิ่งสำคัญที่เป็นพลังในการขับเคลื่อนความเป็นศิลปิน (สันติชัย อารมณ์ศรี, 2565)

จากตัวอย่างศิลปินสองท่านข้างต้น แสดงให้เห็นถึงลักษณะสำคัญของเฟมบอย ในช่วงเซเนเนียล กล่าวคือ มีความกล้าที่จะเป็นตัวของตัวเอง สนใจในเรื่องภาพลักษณ์ การแต่งกาย รวมถึงมีความต้องการในการขับเคลื่อนสังคมสูง ทั้งนี้ เพื่อเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศให้กับคนในสังคมของตนเอง เรียกร้องการยอมรับในความแตกต่าง โดยใช้การนำเสนออัตลักษณ์ที่โดดเด่นของตนผ่านช่องทางสื่อโซเชียลมีเดียที่หลากหลายรูปแบบ

### 3.4 ตราสินค้าแฟชั่นสำหรับกลุ่มเฟมบอย

กลุ่มเฟมบอยในช่วงเซเนเนียนั้น ให้ความสำคัญกับเรื่องอัตลักษณ์ทางเพศของตนอย่างมาก การเลือกสวมใส่เครื่องแต่งกายทางแฟชั่น จึงถือเป็นส่วนสำคัญในการเปิดเผยตัวตน เพื่อใช้ในการขับเคลื่อน และสร้างแรงบันดาลใจให้กับสังคม โดยในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาตราสินค้าแฟชั่นสำหรับกลุ่มเฟมบอยได้ดังต่อไปนี้

#### 3.4.1 ตราสินค้ากุชชี (Gucci)

ตราสินค้ากุชชี (Gucci) ก่อตั้งโดย กุชชีโอ กุชชี (Guccio Gucci) ชาวอิตาลี โดยเริ่มต้นมาจากธุรกิจของครอบครัวที่ทำด้านเครื่องหนัง ต่อมากุชชีได้มีโอกาสย้ายไปทำงานที่โรงแรมซาวอย (Savoy) ที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ในตำแหน่งพนักงานยกกระเป๋า ในระหว่างนั้นเขาได้พบเห็นผู้คนหลากหลายจากทั่วมุมโลกที่เดินทางมาใช้บริการที่โรงแรม รวมถึงกระเป๋าเดินทางที่แขกแต่ละคนใส่สัมภาระมานั้น ล้วนจุดประกายความหลงใหลที่มีต่อกระเป๋าและเครื่องหนังให้แก่เขาเป็นอย่างมาก จึงตัดสินใจเดินทางกลับมาอิตาลี เพื่อทำตามความฝัน และสามารถเปิดกิจการเครื่องหนังของตนเองได้สำเร็จในปี.ศ. 1921 ณ เมืองฟลอเรนซ์ ภายใต้ชื่อตราสินค้า กุชชี (Gucci)



ภาพที่ 47 กุชชีโอ กุชชี (Guccio Gucci)

ที่มา <https://www.historydefined.net>

ตลอดระยะเวลาหลายสิบปีที่ผ่านมา กุชชีถือได้ว่าเป็นหนึ่งในตราสินค้าแฟชั่นระดับสูง (A Market) ที่แม้จะผ่านเรื่องราว อุปสรรคทั้งภายใน และภายนอก หากแต่ก็สามารถยืนหยัดอยู่ในวงการแฟชั่นมาอย่างยาวนาน อีกทั้งการสร้างสรรค้อัฒลักษณ์ที่เฉพาะตัวของตราสินค้าผ่านรูปตัวอักษร “GG” ที่ไขว้สลับกันในลักษณะลายแบบโมนแกรม (Monogram) การใช้แถบคาดสีแดงสลับเขียวอันเป็นเอกลักษณ์บนสินค้าต่าง ๆ ทั้งเครื่องแต่งกาย กระเป๋า เครื่องประดับ ล้วนส่งผลให้ตราสินค้ากุชชีมีภาพลักษณ์เป็นที่จดจำของผู้บริโภคจนถึงปัจจุบัน

อีกหนึ่งจุดเปลี่ยนสำคัญของกุชชีคือ การปรับจุดยืนของตราสินค้า ให้เข้าหากระแสแฟชั่นที่ไร้เพศ (Genderless Fashion) ผ่านการบอกเล่าเรื่องราวของนักออกแบบคนปัจจุบันคือ อเลสซานโดร มิเคเล่ (Alessandro Michele) นับได้ว่ามิเคเล่ได้หยิบยกสุนทรียศาสตร์ของตนเอง ที่หลงใหลในแฟชั่นย้อนยุค (Vintage Fashion) มาถ่ายทอดรวมกันกับแนวทางการออกแบบที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคอย่างไม่จำกัดเพศ เกิดการสร้างสรรค้อลเลคชั่นที่แปลกใหม่ไปจากรูปแบบเดิมของกุชชี แต่ยังคงไว้ซึ่งลวดลายโมนแกรม “GG” และแถบสีแดงเขียวอันเป็นเอกลักษณ์ไว้ ส่งผลให้กุชชีในยุคปัจจุบันยังได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น ทั้งในแวดวงศิลปิน ผู้มีชื่อเสียง ที่มักเลือกสวมใส่สินค้าของกุชชีในการออกงานสังคัม ดังเช่น แฮร์รี สไตลส์ (Harry Styles) ศิลปินชาวอังกฤษที่ได้สวมชุดของกุชชี โดยสวมเสื้อตัวบนที่ออกแบบไปในทางผู้หญิง (Blouse) ในงาน Met Gala 2019 จนได้รับกระแสบรรยากาศที่ดี และส่งผลให้สไตลส์ได้กลายเป็นอีกหนึ่งแรงขับเคลื่อนในเรื่องของแฟชั่นที่ไร้เพศ



ภาพที่ 48 ตราสินค้ากุชชี (Gucci)

#### 3.4.2 ตราสินค้าปาโลโม สเปน (Palomo Spain)

ปาโลโม สเปน (Palomo Spain) ตราสินค้าสัญชาติสเปน ก่อตั้งโดยนักออกแบบรุ่นใหม่คือ อเลสซานโดร โกเมซ ปาโลโม (Alejandro Gómez Palomo) ในปีค.ศ. 2015 ปาโลโมมีแนวคิดทางการออกแบบที่ผสมผสานวัฒนธรรมทางตอนใต้ของสเปน เข้ากับสไตล์เสื้อผ้าสตรีท (Streetwear) แบบลอนดอน อันเป็นสถานที่ที่เขาสำเร็จการศึกษาทางด้านแฟชั่น โดยปาโลโมได้รับความสนใจมาตั้งแต่ผลงานในการจบการศึกษาด้านเทคนิคการออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้าบุรุษผ่านการใช้อ็องค์ประกอบที่มีความเป็นหญิง (Feminine lines)



ภาพที่ 49 อเลฮานโดร โกเมซ ปาโลโม (Alejandro Gómez Palomo)

ที่มา <https://www.vogue.com>

เอกลักษณ์ที่โดดเด่นของตราสินค้า ปาโลโม สเปน คือ จุดยืนในเรื่องของแฟชั่นที่ไร้เพศ เพราะปาโลโมมีความเชื่อที่ว่า ผู้ชายมีสิทธิ์และเสรีในการเลือกสวมชุดราตรีลากยาว ชุดรัดรูปคอร์เซ็ท หมวกขนนก หรืออะไรก็ตามแต่ที่ใจพึงปรารถนา ส่งผลให้งานออกแบบของเขาในแต่ละคอลเลคชั่น ล้วนมีความโดดเด่น ในการขับเสน่ห์ของบุรุษเพศในอีกมุมมองที่แตกต่างจากตราสินค้าเสื้อผ้าบุรุษอื่น ๆ โดยเขาได้สร้างภาพลักษณ์เสื้อผ้าบุรุษที่มีเสน่ห์เย้ายวน เต็มไปด้วยอารมณ์ที่อ่อนไหว และสวยงาม ผ่านรายละเอียดเสื้อผ้าที่มีความเป็นหญิงสูง ผลงานการออกแบบของปาโลโมเป็นที่รู้จัก และได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในแวดวงแฟชั่น เห็นได้จากศิลปินระดับโลกที่เลือกสวมใส่เสื้อผ้าของเขา เช่น บียอนเซ (Beyonce) แฮร์รี สไตลส์ (Harry Styles) ไมลีย์ ไซริส (Miley Cyrus) เป็นต้น

นอกจากนี้ ในการนำเสนอคอลเลคชั่นแต่ละครั้ง ปาโลโมมักกำหนดทิศทางการนำเสนอที่น่าสนใจ โดยการเลือกนายแบบที่หลากหลายลักษณะ บุคลิก และรูปร่าง ผ่านการแต่งหน้าที่จัดจ้าน เพื่อบอกเล่าถึงอัตลักษณ์ของตราสินค้า ส่งผลให้ปาโลโม สเปน มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการขับเคลื่อนเรื่องกระแสแฟชั่นไร้เพศ



ภาพที่ 50 ตราสินค้าปาโลโม สเปน (Palomo Spain)

### 3.4.3 ตราสินค้าเธียเตอร์ (Theatre)

ตราสินค้าเธียเตอร์ (Theatre) ก่อตั้งโดยคุณศิริชัย ทหรานนท์ (จ่อม) โดยเริ่มเปิดตัวตราสินค้าในปีพ.ศ. 2530 จุดเริ่มต้นของเธียเตอร์นั้น มาจากความหลงใหลในการแต่งตัวมาตั้งแต่เด็ก การหยิบจับเสื้อผ้าที่มีมาดัดแปลงให้เข้ากับความรู้สึกของตัวเอง จนเริ่มเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เขาได้เข้ามาอยู่ในวงการแฟชั่น โดยเริ่มต้นจากร้านเสื้อผ้าขนาดเล็กที่ติ๊กซาญูอิสระทาวเวอร์ และได้ส่งสมประสงค์จนสามารถยื่นหยัดในวงการแฟชั่นมาได้ยาวนานกว่าสามทศวรรษ ที่มาของชื่อ “เธียเตอร์” นั้น หมายถึง โรงละคร เพราะต้องการให้ตราสินค้าเปรียบเหมือนโรงละครแห่งเสื้อผ้า ที่ในการทำแฟชั่นโชว์แต่ละครั้ง เปรียบเหมือนการแสดงที่สามารถกำหนดทิศทาง เรื่องราวในการนำเสนอได้อย่างกว้างขวาง สนุกสนาน





ภาพที่ 51 ศิริชัย ทหรานนท์ (จ๋อม)  
ที่มา <https://www.siamcenter.co.th>

เรียเตอร์ เป็นตราสินค้าที่มีจุดเด่นในเรื่องของการมิกซ์ แอนด์ แมทช์ (Mix and Match) สืบเนื่องจากจุดตั้งต้นของเจ้าของตราสินค้าที่ชื่นชอบ และสนุกสนานในการดัดแปลงเสื้อผ้ามาตั้งแต่เด็ก ส่งผลให้แนวคิดนี้เป็นแก่นหลักของตราสินค้าในการผสมผสานความเป็นชาย (Masculinity) และความเป็นหญิง (Femininity) เข้าด้วยกันอย่างลงตัว อีกทั้งยังบอกเล่าเรื่องราวผ่านมุมมอง ศิลปะ และวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านประสบการณ์การเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ของตัวนักออกแบบที่มีความเชื่อมั่นว่าเสื้อผ้ามีได้มีกฎเกณฑ์ในการกำหนดเพศ ผู้หญิงสามารถสวมใส่เสื้อแบบผู้ชาย ขณะที่ผู้ชายก็สามารถสวมใส่ชุดผ้าลูกไม้ หรือผ้าชีฟอง (Chiffon) ได้ตามที่แต่ละคนพึงใจจะใส่



ภาพที่ 52 ตราสินค้าเฮียเตอร์ (Theatre)

#### 3.4.4 ตราสินค้าไฮดี ซีเคร็ต (Heidi's Secret)

ตราสินค้า ไฮดี ซีเคร็ต (Heidi's Secret) ก่อตั้งในปีพ.ศ. 2559 โดย คุณธิ์ตรีชฎมิ นานาชา-จรรยาทรัพย์ (ทิมมี่) ผู้มีจุดเริ่มต้นมาจากความชื่นชอบ และสนใจในด้านแฟชั่นตั้งแต่เด็ก เพราะเติบโตมาในครอบครัวที่เปิดร้านตัดผ้า ส่งผลให้เขามีความมุ่งมั่นที่จะเป็นดีไซเนอร์ และได้ศึกษาทางด้านแฟชั่น ทั้งนี้ เขาได้มีประสบการณ์ในการเปิดร้านเสื้อผ้าเมื่อช่วง 10 ปีก่อน ก่อนหยุดพักไปชั่วคราว หากแต่ได้กลับมาทำการปรับปรุง และปรับเปลี่ยนแนวคิดของตราสินค้าใหม่จนกลายเป็นตราสินค้าไฮดี ซีเคร็ต ดังเช่นในปัจจุบัน



ภาพที่ 53 ชีตัตร์ชภูมิ นานาขจรอุทรทรัพย์ (ทิมมี่)

ที่มา <https://www.siamcenter.co.th>

ไฮดี ซีเคร็ต เริ่มต้นจากร้านเสื้อผ้าสตรีที่สยามสแควร์ (Siam Square) และเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ใหม่ โดยปรับทิศทางของตราสินค้าเข้าหากระแสแฟชั่นไร้เพศมากยิ่งขึ้น เป็นการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับทุกคน โดยไม่จำกัดเพศ ไม่จำกัดไซส์ของเสื้อ (Size) มาตรฐานโดยมีเพียง 1 ไซส์สำหรับทุกเพศ มีนิยามคอนเซ็ปต์ของตราสินค้าว่า “เสื้อผ้าทรงโอเวอร์ไซส์ (Oversize) และไร้เพศ” ผู้ชายสามารถสวมใส่เสื้อลูกไม้ได้โดยไม่รู้สึกดัดขัด อีกหนึ่งจุดยืนที่แตกต่างคือ ไฮดี ซีเคร็ต ไม่มีการออกแบบเสื้อผ้าเป็นคอลเลคชั่นตามฤดูกาล เพราะเชื่อในความไร้กาลเวลา (Timeless) ของเสื้อผ้า กล่าวคือทุกชิ้นสามารถหยิบมาสวมใส่ได้ในทุกโอกาส และช่วงเวลา




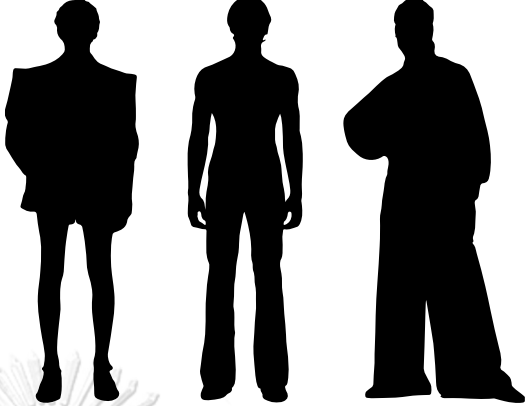

ภาพที่ 54 ตราสินค้าไฮดี ซีเคร็ต (Heidi's Secret)

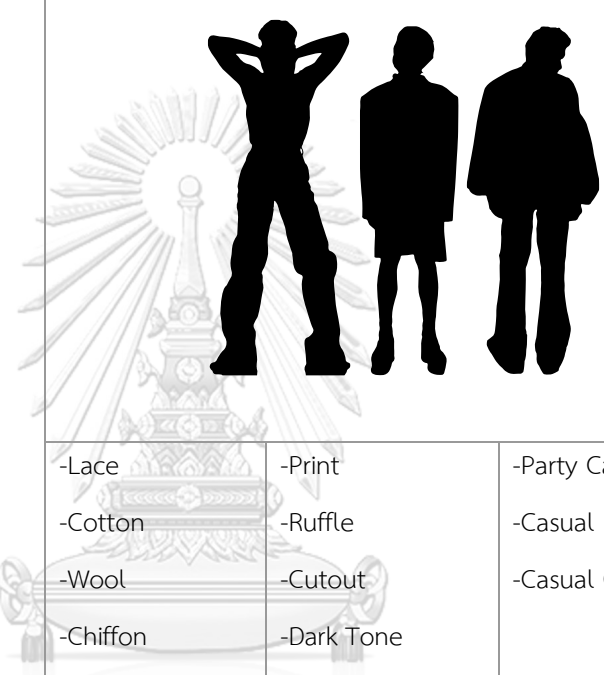
### 3.5 สรุปรูปแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มเฟมบอย

จากการศึกษากลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเฟมบอย พบว่ามีความเกี่ยวข้องทั้งในด้านกระแสแฟชั่นไร้เพศ การเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศ และเสรีภาพในการเปิดเผยตัวตน รวมถึงลักษณะของคนในช่วงวัยเซนเนียล ที่มีจุดร่วมกันทั้งในส่วนที่เป็นของกลุ่มมินเลนเนียล และเจนเอเรชั่น ซี ตลอดจนการศึกษาตราสินค้าแฟชั่นที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายดังกล่าว โดยสรุปรูปแนวคิดสำหรับการออกแบบได้ดังนี้

ตารางที่ 2 สรุปการวิเคราะห์ตราสินค้าแฟชั่นสำหรับกลุ่มเฟมบอย

| ตราสินค้า       | แนวคิดการ<br>ออกแบบ                         | โครงร่างเงา  |   |  |
|-----------------|---|--|---|--|
|                 |   | วัสดุ  | รายละเอียด/สี   | โอกาสสวมใส่  |
| Gucci           | -Genderless<br>-Vintage &<br>Retro<br>-Camp |  |   |  |
|                 |   | -Silk Satin<br>-Cotton<br>-Wool<br>-Lace<br>-Lame<br>-Faux Fur                     | -Print<br>-Ruffle<br>-Embroidery<br>-Shoulders<br>Padded<br>-Vivid Tone<br>-Red<br>-Green<br>-Beige<br>-Brown | -Business Party<br>-Party Business<br>-Party Party |
| Palomo<br>Spain | -Genderless<br>-Art & Culture               |  |   |  |

| ตราสินค้า      | แนวคิดการ<br>ออกแบบ   | โครงร่างเงา   |   |  |
|----------------|---|---|---|--|
|                |   | วัสดุ   | รายละเอียด/สี   | โอกาสสวมใส่  |
|                | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Camp</li> <li>-Flamboyant</li> <li>-Sensual</li> </ul>  |   |   |  |
|                |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Cotton</li> <li>-Wool</li> <li>-Lace</li> <li>-Chiffon</li> <li>-Lame</li> <li>-Faux Fur</li> <li>-Spandex</li> <li>-Leather</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Shoulders Padded</li> <li>-Print</li> <li>-Cutout</li> <li>-Ruffle</li> <li>-Embroidery</li> <li>-Dark Tone</li> <li>-Vivid Tone</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Party Business</li> <li>-Party Party</li> <li>-Party Casual</li> </ul> |
| <b>Theatre</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Genderless</li> <li>-Mix &amp; Match</li> <li>-Art &amp; Culture</li> <li>-Camp</li> <li>-Flamboyant</li> </ul> |   |   |  |
|                |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Lace</li> <li>-Denim</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Print</li> <li>-Ruffle</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Party Business</li> <li>-Party Party</li> </ul>                        |

| ตราสินค้า                 | แนวคิดการ<br>ออกแบบ  | โครงร่างเงา   |  |  |
|---------------------------|--|---|--|--|
|                           |  | วัสดุ   | รายละเอียด/สี  | โอกาสสวมใส่                                      |
|                           |  | -Linen<br>-Silk<br>-Silk Satin  | -Embroidery<br>-Patchwork<br>-Vivid Tone<br>-Earth Tone        | -Party Casual<br>-Casual Party                   |
| <b>Heidi's<br/>Secret</b> | -Genderless<br>-Mix & Match<br>-Sensual<br>-1 Size for all |  |  |  |
|                           |  | -Lace<br>-Cotton<br>-Wool<br>-Chiffon<br>-Tulle<br>-Faux Fur<br>-Polyester          | -Print<br>-Ruffle<br>-Cutout<br>-Dark Tone<br>-Beige<br>-White | -Party Casual<br>-Casual Party<br>-Casual Casual |

จากการศึกษาแนวคิดของเพมบอยนั้น สามารถสรุปลักษณะการแต่งกายของกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้  
 ได้ความว่า กลุ่มเพมบอยมีพฤติกรรมให้ความสนใจในการสวมใส่เครื่องแต่งกายที่มีการผสมผสาน  
 ลักษณะของความเป็นผู้หญิงร่วมด้วยในเสื้อผ้า ทั้งในด้านโครงร่างเงา ที่เลือกสวมใส่ชุดที่มีความสั้นใน  
 ระดับสั้นมาก (Micro - Short) คล้ายการสวมกางเกงขาสั้นสตรี ไปจนถึงโครงร่างเงาแบบยาวเต็มตัว  
 ที่เกิดจากความสนุกสนานในการเลือกสวมใส่กระโปรงอย่างเสรี นอกจากนี้ในด้านรายละเอียดบน  
 เสื้อผ้า พบว่าเพมบอยนิยมสวมใส่เสื้อผ้าที่มีรายละเอียดบ่งบอกถึงการผสมผสานระหว่างความเป็น  
 ผู้หญิง ร่วมกับการเปิดเผยเรื่อร่างอย่างกล้าแสดงออก เห็นได้จากการนิยมสวมใส่เสื้อผ้าที่มีการใช้

เทคนิคเว้าหรือตัดในบางส่วนของชุด ร่วมกับการจับจีบ แต่งระบายของเสื้อผ้า ตลอดจนการใช้สี ที่เพมบอยให้ความสนใจเครื่องแต่งกายที่มีสีสันฉูดฉาด จัดจ้าน ตัดสลับกับสีโทนเข้ม นับได้ว่าแตกต่างจากเครื่องแต่งกายบุรุษ (Menswear) อย่างชัดเจน กล่าวคือ เครื่องแต่งกายบุรุษทั่วไปนั้น มักมีทิศทางโทนสีที่ค่อนข้างเข้ม และเรียบง่าย รวมถึงลักษณะโครงร่างเงาที่มักจำกัดความสั้นในระดับเหนือเข่า หากแต่ไม่ถึงระดับสั้นมาก รวมถึงไม่นิยมแต่งกายที่มีลักษณะการเปิดเผยเรือนร่าง การเว้าหรือตัดบางชิ้นส่วนของเสื้อผ้าอย่างเปิดเผย จึงสรุปได้ความว่า ลักษณะการแต่งกายของกลุ่มเพมบอยนั้น แตกต่างจากการแต่งกายในแบบเสื้อผ้าบุรุษทั่วไปตามท้องตลาด ทั้งในด้านโครงร่างเงา การใช้เทคนิครายละเอียด รวมถึงการใช้สีของวัสดุอย่างเด่นชัด

#### ส่วนที่ 4 ศึกษาการออกแบบภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)

จากการศึกษากลุ่มเป้าหมายงานวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มเพมบอยต้องการขับเคลื่อนสังคมในเรื่องความเท่าเทียมทางเพศ โดยมุ่งให้ความสำคัญในด้านการยอมรับในความหลากหลาย และการแสดงออกอัตลักษณ์ทางเพศอย่างเสรี ผ่านทั้งการแสดงออกภายนอก ตลอดจนการแต่งกายที่เปิดกว้าง ทั้งนี้ เพมบอยนั้น คือกลุ่มคนเพศสภาพชาย ที่มองหาความงดงามในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ มีความต้องการแสดงออกอัตลักษณ์ของตนที่เป็นไปในทิศทางความเป็นหญิง (Femininity) จึงมีความต้องการแสดงออกผ่านการแต่งกายในทิศทางตรงกันข้ามกับเพศสภาพของตน ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาในเรื่องสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) อันเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความไหลลื่นทางเพศ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

##### 4.1 ความหมายของ แคมป์ (Camp)

งานเลี้ยงประจำปีเพื่อหารายได้เข้าสถาบันเครื่องแต่งกายแห่งพิพิธภัณฑ์ศิลปะเมโทรโพลิทัน ในนครนิวยอร์ก (the Metropolitan Museum of Art in New York City, the Met) หรือเรียกอีกชื่อว่า "เมต กาลา" (Met Gala) นั้น เป็นงานที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะถือเป็นช่วงเวลาที่เหมาะศิลปิน บุคคลที่มีชื่อเสียงระดับโลกต่างแต่งกายมาร่วมงานสังสรรค์ดังกล่าว โดยในแต่ละปีผู้เข้าร่วมงานและดีไซเนอร์จะต้องเตรียมตัวในการออกแบบเครื่องแต่งกาย เพื่อสวมใส่ให้ตรงกับธีม (Theme) ของงานที่ถูกกำหนดในแต่ละปี ทั้งยังเป็นโอกาสอันดีสำหรับเหล่าดีไซเนอร์ที่จะสร้าง



ชื่อเสียง ต่อยอดความสำเร็จให้กับตราสินค้าและหน้าที่การงานของตน ดังเช่นในปีค.ศ. 2019 นั้นได้มีการกำหนดธีมของงานคือ “แคมป์ (Camp)”

คำว่า แคมป์ (Camp) ในที่นี้ มิได้หมายถึง การเดินทางเพื่อไปเข้าค่ายพักแรม แต่อย่างใด หากแต่ความหมายในเชิงสุนทรียศาสตร์นั้น แคมป์ เป็นคำนิยามหนึ่งที่ปรากฏในหนังสือ ‘Notes on CAMP’ ของนักเขียนและนักปรัชญาชื่อว่า ซูแซน ซอนแทก (Susan Sontag) เขียนเมื่อปีค.ศ. 1964 ภายในมีเนื้อหาที่บอกเล่าถึงนิยาม และลักษณะของความเป็นแคมป์ในหลากหลายมิติ ทั้งในเชิงศิลปะ ภาพวาด การละคร วรรณกรรม ประติมากรรม ไปจนถึงการแต่งกายทางแฟชั่น กล่าวคือ แคมป์เป็นการโอบกอดความไม่ปกติที่แปลกแยกไปจากธรรมชาติดั้งเดิม ความแปลกประหลาดเกินจริงที่ไร้กฎเกณฑ์ การมองหาความงดงามในอีกมุมหนึ่งที่ขัดกับค่านิยมทางสังคม หรือไม่ตรงกับภาพลักษณ์อย่างที่ควรจะเป็นดังเช่นเดิม รวมถึงสอดแทรกประเด็นเสียดสีความจริงทางสังคมอย่างมีชั้นเชิง ผ่านการแสดงออกที่สนุกสนาน ในเชิงล้อเลียน ประชดประชัน หากแต่ยังคงไว้ซึ่งเล่ห์เหลี่ยมในการนำเสนอสารสำคัญ (Bolton et al., 2019)



ภาพที่ 55 ซูแซน ซอนแทก (Susan Sontag)

ที่มา <https://www.theguardian.com/>

แคมป์ สามารถตีความได้หลากหลายแง่มุม ดังนั้นในงาน เมต กาล่า ประจำปีค.ศ. 2019 จึงเห็นได้ว่ามีผู้ร่วมงานสวมใส่ชุดงานเลี้ยงสังสรรค์ หรือปาร์ตี้แวร์ (Partywear) ที่หลากหลายรูปแบบ ผ่านการตีความแคมป์ในลักษณะของตนเอง ยกตัวอย่าง คู่เซเลบริตี้ชื่อดัง เคนดัล เจนเนอร์ (Kendall

Jenner) และ ไคลี เจนเนอร์ (Kylie Jenner) ที่สวมใส่ชุดเดรสปักประดับด้วยขนนกทั้งตัวอย่าง  
 หรุหระ อู่ฟู สื่อถึงการตีความแคมป์ที่มักพูดถึงการแสดงออกที่สิ้นเกินความพอดี หรุหระ และฟุ่มเฟือย  
 แต่กลับดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ ศิลปินชาวอเมริกัน จาเนลล์ โมเน (Janelle  
 Monae) ที่สวมใส่ชุดเดรสตกแต่งราวกับหีบภาพพอร์ตเทรต (Portrait) ของปาโบล ปิกัสโซ (Pablo  
 Picasso) มาอยู่บนตัวชุด สื่อถึงการตีความแคมป์ในเชิงศิลปะ ดังที่นักเขียนบทละครออสการ์ ไวลด์  
 (Oscar Wilde) เคยกล่าวไว้ว่า

*“One should either be a work of art, or wear a work of art”*

(บางที่เราก็ควรเป็นผลงานศิลปะ หรือไม่ก็สวมใส่งานศิลปะเสียเอง)



ภาพที่ 56 ไคลี เจนเนอร์ (Kylie Jenner) และ เคนดัล เจนเนอร์ (Kendall Jenner)

ในงาน Met Gala 2019

ที่มา <https://www.vogue.co.th>



ภาพที่ 57 จาแนลล์ โมเน (Janelle Monae) ในงาน Met Gala 2019

ที่มา <https://www.vogue.co.th>

นอกจากนี้ การหยิบยืมสิ่งของที่ตกยุคสมัย หรือเรื่องเล่าในอดีต กลับมาดัดแปลง และสวมใส่อีกครั้ง ก็นับเป็นหนึ่งในแนวทางสุนทรียศาสตร์ของแคมป์ เพราะถือเป็นการล้อเลียน ประชดประชัน เหตุการณ์ทางสังคมที่มักนิยามสิ่งเหล่านี้ว่า “เซย” กลับมาเล่าใหม่อย่างมีชั้นเชิง ดังเช่น เซนเดยา (Zendaya) ศิลปินชาวอเมริกันเลือกสวมชุดกระโปรงตามฉบับตัวละคร เจ้าหญิงซินเดอเรลล่า (Cinderella) ที่มีนิสัยอ่อนหวาน บอบบาง อ่อนต่อโลกตามแบบเจ้าหญิงในนิทานโบราณ ตรงกันข้ามกับลักษณะของผู้หญิงยุคใหม่อย่างสิ้นเชิง ที่ทั้งมีความมั่นใจในตนเอง กล้าแสดงออก และมีความเป็นตัวของตัวเองสูง เซนเดยาจึงเลือกสวมบทบาทของเจ้าหญิงผู้อ่อนหวานดังกล่าวให้กลับมาเฉิดฉายกลางงานอีกครั้ง พร้อมกับเพิ่มรายละเอียดการตกแต่ง นำเสนอชุดราตรีที่ดูทันสมัยมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 58 เซนเดยา (Zendaya) ในงาน Met Gala 2019

ที่มา <https://www.vogue.co.th>

#### 4.2 แคมป์ (Camp) กับกระแสนิยมแฟชั่นไร้เพศ

จากหนังสือ ‘Notes on CAMP’ ของ ซูแซน ซอนแทก ได้กล่าวถึง แคมป์ ว่าเป็นแนวคิดที่หลงใหลในความแปลกแยกจากธรรมชาติ การต่อต้านชนบสังคัมแบบดั้งเดิม ความแตกต่างจากธรรมชาติดังกล่าวรวมไปถึง ความแตกต่างในเรื่อง เพศ ด้วยเช่นกัน กล่าวคือ การเปิดเผยตัวตนซึ่งตรงข้ามกับเพศทางธรรมชาติ โดยซอนแทกได้ให้รายละเอียดเพิ่มเติมว่า แอนโดรจีนี (Androgyny) หรือ ความคลุมเครือทางเพศ คือคุณสมบัติสำคัญของแคมป์ ดังตัวอย่างภาพวาดอันอ่อนช้อยของงานโปสเตอร์แบบอาร์ตนูโว (Art Nouveau) จนถึงการสร้างภาพสาวแกร่งที่มีอยู่ในภาพลักษณะนักแสดงฮอลลีวูด (Hollywood) อย่าง แกรทา การ์โบ (Greta Garbo) แคมป์จึงเป็นการนำเสนอความงดงามอีกมุมหนึ่งของความหลากหลายทางเพศ ที่ไม่ยึดติดอยู่เพียงขอบเขตของระบบเพศทวิลักษณ์ (Gender Binary) เป็นการสร้างแรงดึงดูดทางเพศที่ชี้ให้เห็นคุณสมบัติความงามที่แตกต่างจากเพศสภาพจริง (กำพล ลิขิตกาญจนกุล, 2562) ดังคำกล่าวของซอนแทกที่ว่า

*“What is most beautiful in virile men is something feminine;  
what is most beautiful in feminine women is something masculine...”*

(สิ่งที่งดงามที่สุดในชายชาติรี ก็คือความรู้สึกอ่อนไหวดั่งสตรีเพศ  
 ในขณะที่ความงดงามสูงสุดในผู้หญิง ก็คือความรู้สึกแข็งแกร่งดั่งชายชาติรี)



Greta Garbo

ภาพที่ 59 แกรทา การ์โบ (Greta Garbo)

ที่มา <https://www.gretagarbo.com>

แฟชั่นไร้เพศ จึงเป็นหนึ่งในแนวทางที่โดดเด่นของสุนทรียศาสตร์แบบแคมป์ เพราะเป็นการสนับสนุนให้ผู้คนสวมใส่เสื้อผ้าได้อย่างเสรี ไร้กฎเกณฑ์ในการกำหนดเพศของเสื้อผ้า การแต่งกายในทิศทางตรงกันข้ามกับเพศสภาพที่เป็นอยู่ ผู้ชายสวมชุดกระโปรงที่ฟูฟ่อง อ่อนหวาน ในขณะที่ผู้หญิงสวมชุดทักซีได้ ดูสุขุมตามแบบสุภาพบุรุษ ทั้งนี้มุมมองของแคมป์ กับกระแสแฟชั่นดังกล่าว มิได้มีจุดประสงค์เพื่อเป็นการแต่งกายข้ามเพศเท่านั้น หากแต่เป็นการสอดแทรกอุดมการณ์ขับเคลื่อนสังคมในด้านความเท่าเทียมทางเพศ การหลอมรวมกันของความหลากหลายทางเพศ เพื่อต่อต้านการแบ่งแยกทางเพศที่เคยมีมาแต่อดีต ดังเช่น ไมเคิล ยูรี (Michael Urie) นักแสดงชาวอเมริกัน หนึ่งในผู้ร่วมงาน เมต กาล่า ประจำปีค.ศ. 2019 โดยยูรีแต่งกายในลักษณะครึ่งชายครึ่งหญิง ด้านหนึ่งเป็นชุดสุทตามแบบสุภาพบุรุษ อีกด้านเป็นชุดกระโปรงสีชมพูอ่อนหวาน ฟูฟ่องสื่อถึงความเป็นสตรี ขณะที่ด้านบนก็มีการแต่งหน้าแบบสลับเพศ โดยฝั่งที่สวมชุดสุทแต่งหน้าด้วยรายละเอียดสื่อถึงความเป็นผู้หญิง ตรงกันข้ามกับอีกฝั่งที่แต่งตามแบบฉบับผู้ชายทั่วไป จึงเป็นการหลอมรวมอัตลักษณ์ของทั้ง 2

เพศมารวมอยู่ด้วยกันในร่างของตนที่เป็นเพศควีร์ (Queer) หรือก็คือผู้ที่ไม่ต้องการยึดติดกับระบบเพศวิลักษณ์ แคมป์ในทางแฟชั่น จึงเป็นแนวทางที่สามารถกล่าวถึงประเด็นเรื่องเพศที่ละเอียดอ่อนได้อย่างมีชั้นเชิง



ภาพที่ 60 ไมเคิล ยูรี (Michael Urie) ในงาน Met Gala 2019  
ที่มา <https://www.vogue.co.th/fashion/article/campsoeasy>

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

#### 4.3 ผลงานศิลปินในรูปแบบสุนทรียศาสตร์แคมป์

ในการศึกษาเรื่อง สุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) ผู้วิจัยได้ศึกษาผลงานของศิลปินในแต่ละยุคสมัย หากแต่มีจุดร่วมกันในเรื่องรูปแบบผลงานศิลปะตรงกันกับลักษณะของสุนทรียศาสตร์แคมป์ ที่กล่าวถึง การมองหาความงดงามในอีกมุมที่แปลกไปจากธรรมชาติความเป็นจริง ความงดงามในอีกแง่มุมที่ถูกตีตรา วิพากษ์วิจารณ์จากขนบธรรมเนียมสังคม รวมถึงการแสดงออกถึงความสิ้นไร้หนทางอารมณ์และเพศภาวะของมนุษย์ โดยมีผลงานของศิลปิน ดังนี้

#### 4.3.1 ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์ (Aubrey Beardsley)



ภาพที่ 61 ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์ (Aubrey Beardsley)

ที่มา <https://www.illustrationhistory.org>

ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์ (Aubrey Beardsley) มีชีวิตอยู่ในช่วง ค.ศ. 1872 - 1898 ศิลปินชาวอังกฤษผู้มีชื่อเสียงในด้านการวาดภาพประกอบ (Illustration) โดยผลงานของเขาถือเป็นหนึ่งในความโดดเด่นของศิลปะอาร์ต นูโว (Art Nouveau) ผ่านการถ่ายทอดอารมณ์ผ่านลายเส้น เทคนิคการวาดภาพที่แตกต่างจากศิลปินคนอื่นในยุคนี้

อาร์ต นูโว เป็นแนวคิดศิลปะที่ได้แรงบันดาลใจจากความโค้งมนแบบบรอกโคโค (Rococo) ลายเส้นสายงานกราฟิกแบบเคลติก (Celtic) รวมถึงงานบล็อกไม้แบบญี่ปุ่น เหล่าศิลปินจึงนิยมนำรูปทรงของต้นไม้ที่พบตามธรรมชาติมาประยุกต์ และทำให้ดูเป็นลวดลายนามธรรมที่สง่างามและเป็นธรรมชาติ ส่งผลให้ยุคอาร์ต นูโว ได้รับการขนานนามว่าเป็นยุคที่งานศิลปะ งานกราฟิก และสถาปัตยกรรมมีเสน่ห์ที่สุดยุคหนึ่ง ถึงแม้จะเป็นแนวคิดที่มีอยู่ ณ ช่วงเวลาอันสั้น (ค.ศ. 1890 - 1910) หากแต่ความงดงามอันเป็นปัจเจก ล้วนเป็นที่ชื่นชมไปทั่วโลกจนถึงปัจจุบัน อาร์ต นูโว ได้เสาะแสวงหาสุนทรียะอันทันสมัยอย่างแท้จริงจนกลายเป็นนิยามของภาษาภาพในช่วงเวลาหนึ่ง ที่เรียกกันว่า “ยุคทอง” ในช่วงที่อาร์ต นูโว เบ่งบานนั่นคือ ความอาร์วองการ์ด (avant-garde) หรือความล้ำอย่างแท้จริง ซึ่งลัทธิทางศิลปะนี้แสดงให้เห็นถึงความพยายามอย่างยิ่งที่จะประนีประนอมความต้องการต่างๆ ของยุคสมัยแห่งเทคนิคและความปรารถนา (LivingPop Team, 2563) โดยศิลปินที่มี

ผลงานโดดเด่นในยุคนี้ได้แก่ อัลฟอนส์ มูคา (Alphonse Mucha) กุสตาฟ คลิมท์ (Gustav Klimt) และ ออเบอรั เบียร์ดสลีย์

อย่างไรก็ตาม ภาพวาดของเบียร์ดสลีย์นั้นมีความแตกต่างจากผลงานของมูคา และ คลิมท์ อย่างชัดเจน กล่าวคือ งานของเขานั้นเต็มไปด้วยความหลงใหลในความเรื้องรมย์ที่น่าแปลกประหลาด สอดแทรกมากับอารมณ์ขันอันน่าพิศวง สยดสยอง รวมถึงหยิบยกประเด็นที่มักถูกต่อต้านจากผู้คนใน ยุควิกตอเรีย (Victorian era) มาประกอบการเล่าเรื่องที่ใช้สีโทน ดำ ขาว เป็นหลัก ผลงานที่โดดเด่น ของเขา คือ ภาพวาดประกอบให้กับนิตยสาร The Savoy, The Studio และ Yellow Book รวมถึง ภาพวาดประกอบบทละครเรื่องลีลิสตราตา (Lysistrata) ของอริสโตเฟนิส (Aristophanes) และเรื่อง ซาโลเม (Salome) ผลงานของ ออสการ์ ไวลด์ (Oscar Wilde) และจากผลงานดังกล่าวทำให้เขาถูก ยกย่องว่าเป็นหนึ่งในศิลปินผู้นำของลัทธิเรื้องรมย์ (Decadent Movement) และ สุนทรียศาสตร์ (Aesthetic Movement) (Bunyan, 2020)



ภาพที่ 62 ลีลิสตราตาซ่อนมารยา (*Lysistrata shielding her Coyonte*) โดย ออเบอรั เบียร์ดสลีย์  
ที่มา <https://collections.vam.ac.uk/>



ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ ภาพลีสติสตราตาซ่อนมารยา (*Lysistrata shielding her Coyonte*) โดย ออเบอรั เบียร์ดสลีย์

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone)   | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form)   | โทนสี<br>(Color Way)  | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique)  | วัสดุ<br>(Material)  |
|--|--|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erotic</li> <li>- Decadent</li> <li>- Dramatic</li> <li>- Stylized</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Asymmetry</li> <li>- Avant-garde</li> <li>- Empire</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Black &amp; White</li> <li>- Grey</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Exaggerated</li> <li>- Ruffle &amp; Frill</li> <li>- Embroidery</li> <li>- Floral</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ink over graphite on paper</li> </ul> |

ภาพลีสติสตราตาซ่อนมารยา (*Lysistrata shielding her Coyonte*) เป็นหนึ่งในผลงานภาพวาดประกอบของหนังสือบทละครเรื่อง ลีสติสตราตา (*Lysistrata*) ประพันธ์โดย อริสโตเฟนิส (*Aristophanes*) อันมีเนื้อหาในการเสียดสีประเด็นทางสังคมผ่านการบอกเล่าแบบสุขนาฏกรรม (*Comedy*) เนื้อหานำเสนอนัยยะแฝงในเชิงสงครามทางเพศ กล่าวคือ ลีสติสตราตา หญิงสาวนางหนึ่งเพื่อหมาย และต้องการที่จะหยุดสงคราม จึงได้รวบรวมสตรีทั่วทั้งกรีกเพื่อร่วมมือกันหยุดสงครามแผนการของลีสติสตราตา คือ ให้สตรีทุกนางปฏิเสธการมีเพศสัมพันธ์กับสามี โดยยื่นข้อเสนอที่ว่า พวกเขาต้องออกไปจบสงครามที่ยืดเยื้อให้ได้เสียก่อน จึงจะสามารถร่วมรักกับภรรยาของเขาได้ดังเดิม

ภาพดังกล่าวถูกบอกเล่าผ่านการใช้หมึกและปากกานแกรไฟต์ นำเสนอภาพของตัวละคร ลีสติสตราตา สวมเครื่องแต่งกายด้วยผ้าเนื้อบาง เปลือยอกหนึ่งข้าง กำลังยืนทำท่าอากัปกิริยาในเชิงอนาจาร โดยด้านขวามีสัญลักษณ์องคชาติของเพศชาย ทั้งนี้ ภาพวาดดังกล่าวอยู่ในหน้าภาพนำ (*Frontispiece*) ของเล่มหนังสือ ถือเป็นการบอกเล่าเนื้อหา บรรยายภาคโดยรวมของเรื่องราวที่จะเกิดขึ้นในบทละคร



ภาพที่ 63 ความระทมของหญิงเอเธนส์ (Two Athenian Women in Distress)

โดย ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์

ที่มา <https://artblart.com>

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ ภาพความระทมของหญิงเอเธนส์ (Two Athenian Women in Distress)

โดย ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone)   | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form)   | โทนสี<br>(Color Way)  | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique)   | วัสดุ<br>(Material)  |
|--|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erotic</li> <li>- Orgasm</li> <li>- Lustful</li> <li>- Independent</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Curvy Line</li> <li>- Loose Form</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Black &amp; White</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruffle &amp; Frill</li> <li>- Bow Decor</li> <li>- Pearl Decor</li> <li>- Fur Trimming</li> <li>- Embroidery</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pen and ink over pencil on paper</li> </ul> |

อีกหนึ่งภาพประกอบบทละครเรื่อง ลีซิสตราตา (Lysistrata) โดยภาพดังกล่าวใช้หมึกในการ ตัดเส้นบนรอยดินสอ บอกเล่าถึงตัวละครหญิงเมืองเอเธนส์สองคน ที่คนหนึ่งในด้านขวาอยู่ในสภาพ เปลือยเปล่า สวมเพียงถุงน่องปักประดับ และพยายามไต่เชือก ขึ้นนไปด้านบน ในขณะที่อีกคนหนึ่ง สวมเพียงเสื้อคลุมหางยาวปกปิดหน้าอก และถุงน่อง เปลือยท่อนล่างโดยใช้มือด้านหนึ่งปกปิดอวัยวะ เพศของตนเองไว้ ด้านบนมีแขนที่สวมชุดสตรีของลีซิสตราตาเอื้อมลงมา สื่อถึงการที่ลีซิสตราตากำลัง ปลุกระดมกำลังพลสตรีทั่วแผ่นดินกรีก ในการให้ความร่วมมือแผนหยุดสงคราม ลายเส้นของหมึกที่ ต่างน้ำหนัก ช่วยบ่งบอกถึงรายละเอียดของภาพได้เป็นอย่างดี ทั้งการใช้ลักษณะเป็นจุดขนาดเล็กต่อกัน ให้เห็นถึงความบาง พริ้วไหวของเสื้อผ้าสตรีด้านซ้าย การใช้เส้นที่เล็กแต่เขียนถี่ติดกันสื่อถึงม้วน เส้นผมที่หยิกลอน นับได้ว่าการลงน้ำหนักของน้ำหนักนั้นช่วยให้ผู้อ่านได้รับอารมณ์จากภาพได้ดียิ่งขึ้น



ภาพที่ 64 จุดสุดยอด (The Climax) โดย ออเบอริ์ เบียร์ดสลีย์  
ที่มา <https://www.anothermanmag.com>

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ ภาพจุดสุดยอด (The Climax) โดย ออเบอริ์ เบียร์ดสลีย์

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone)                          | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form) | โทนสี<br>(Color Way)         | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique)            | วัสดุ<br>(Material)               |
|---|--|------------------------------|---|-----------------------------------|
| - Lustful<br>- Decadent<br>- Fairy Twisted<br>- Stylized<br>- Traumatic | - Curvy Line<br>- Loose Form               | - Black &<br>White<br>- Grey | - Contrasted Tone<br>- Oriental Décor<br>- Ripped | - Line Block<br>Print on<br>Paper |

ภาพวาดประกอบผลงานบทละครเรื่อง ซาโลเม (Salome) ผลงานการประพันธ์ของ ออสการ์ ไวลด์ (Oscar Wilde) ที่ถือเป็นหนึ่งในประเด็นที่ผู้อาวอย่างมาในสังคม สืบเนื่องจากไวลด์ได้ดัดแปลงตำนานของ ซาโลเม ให้มีเนื้อหาที่วิตถารมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ การเพิ่มฉากช่วงท้าย ที่ซาโลเม จุมพิตศีรษะนักบุญยอห์นอย่างเสน่หา หลังจากที่นางใช้การเต้นระบำเปลื้องผ้า หรือ “ระบำแห่งผืนผ้าทั้งเจ็ด” (Dance of the Seven Veils) เพื่อล่อลวงให้กษัตริย์สังหารนักบุญได้สำเร็จ ดังในภาพจุดสุดยอด (The Climax) บทละครเรื่องนี้ของไวลด์นั้นก่อให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ในสังคมเป็นที่รุนแรงอย่างมาก

การดัดแปลงตำนานดังกล่าว แท้จริงนั้นไวลด์ต้องการเสียดสีค่านิยมของชาววิกตอเรียน ผ่านการสอดแทรกสัญลักษณ์ในบทละคร โดยที่ซาโลเม เปรียบเหมือนความต้องการทางเพศของมนุษย์ที่พลุ่งพล่าน หากแต่ถูกกดทับไว้ดังเช่นตัวละครนักบุญยอห์น ผู้เปรียบเหมือนค่านิยมทางศีลธรรมของสังคมที่คอยต่อต้านความปรารถนาเรื้องรมย์ดังกล่าว จนกระทั่งในท้ายที่สุด ราคะและตัณหาสามารถเอาชนะศีลธรรมได้สำเร็จ ดังเช่นซาโลเม ที่ใช้เล่ห์กลมารยาครอบงำกษัตริย์

ทั้งนี้ ไวลด์ได้ร่วมมือกับเบียร์ดสลีย์ ผู้สามารถถ่ายทอดความเรื้องรมย์อันน่าพิศวงตามเนื้อเรื่องออกมาได้เป็นอย่างดี ผ่านการใช้เทคนิคการวาดภาพประกอบที่เฉพาะตัวของเขา โดยที่แม้จะใช้โทนสีเพียงขาวดำตัดกัน แต่ก็สามารถบอกเล่าเรื่องราวบนภาพได้ ทั้งยังสามารถสะท้อนอารมณ์ความรู้สึกที่นำพิศวงของตัวละครได้อย่างชัดเจน การเลือกใส่รายละเอียดตกแต่งเฉพาะจุด เพื่อเว้นสีพื้นที่กึ่งกลางภาพ ช่วยเน้นความสนใจไปยังการกระทำของซาโลเม อันเป็นจุดสุดยอดของเส้นเรื่อง รวมถึงการใช้ลายเส้นแทนหยดเลือดจากลำคอของนักบุญที่ดูเกินจริง ช่วยเสริมมิติให้ภาพดูพิศวงมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 65 เสื้อคลุมสีดำ (The Black Cape) โดย ออเบรย์ เปียร์ดสลีย์  
ที่มา <https://www.anothermanmag.com>

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ ภาพเสื้อคลุมสีดำ (The Black Cape) โดย ออเบรย์ เปียร์ดสลีย์

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone)   | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form)   | โทนสี<br>(Color Way)  | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique)  | วัสดุ<br>(Material)  |
|--|--|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Feminine</li> <li>- Stylized</li> <li>- Lavish</li> <li>- Dramatic</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Curvy Line</li> <li>- Symmetry</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Black &amp; White</li> <li>- Grey</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrasted Tone</li> <li>- Oriental Décor</li> <li>- Layered</li> <li>- Frill</li> <li>- Floral Decor</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Line Block</li> <li>Print on Japanese Vellum</li> </ul> |

ภาพเสื้อคลุมสีดำ (The Black Cape) บรรยายถึงลักษณะการแต่งกายของสตรีในภาพ ที่คาดว่าเป็นซาโลเม ตัวละครหลักของเรื่อง ภาพข้างต้นบอกเล่าผ่านการใช้เทคนิคพิมพ์บล็อก (Line Block

Print) บนกระดาษหนัญี่ปุ่น (Japanese Vellum) สตรีในภาพอยู่ในสภาพเปลือยท่อนบน สวมทับเพียงเสื้อคลุมสีดำขนาดใหญ่ ที่ตกแต่งอย่างหรูหรา วิจิตร ช่วงแขนที่ตัดเย็บมาให้ดูระบายเป็นชั้น เสริมความใหญ่ของแขนเสื้อให้มีความอลังการมากยิ่งขึ้น ไปจนถึงหางของชุดที่ลากยาวลงมาถึงพื้น มีการประดับตกแต่งด้วยรูปทรงของดอกไม้ที่เหนือจริง ภายในสวมกระโปรงระบายด้วยผ้าเนื้อบาง ทั้งนี้เป็นผลมาจากการเทคนิคการลงน้ำหนักลายเส้นและสีของศิลปินที่ตั้งใจสร้างมิติของภาพ เพื่อบรรยายให้ผู้อ่านเห็นถึงน้ำหนัก วัสดุ และความพลิ้วไหวของอาภรณ์ที่ตัวละครสวมใส่ แม้จะใช้สีเพียงโทนขาวดำ แต่ก็สามารถสื่อสารถึงความหรูหราที่อยู่บนเสื้อผ้าได้เป็นอย่างดี รวมถึงการใช้เส้นโค้งมนทั้งด้านบนบริเวณศีรษะและด้านล่างของภาพบริเวณหางชุดคลุมที่ลากพื้น เพื่อเพิ่มความสมดุลให้กับภาพ



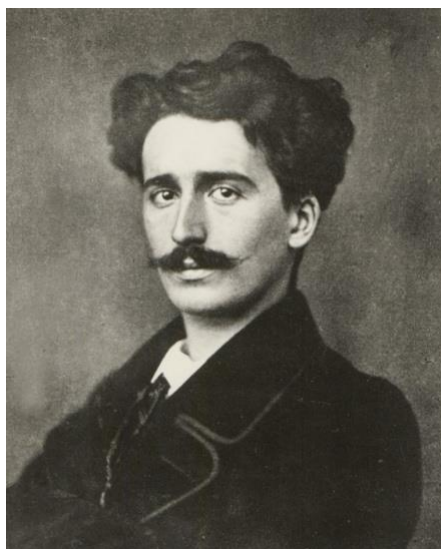
ภาพที่ 66 โต๊ะเครื่องแป้งของซาโลเม (The Toilette of Salome) โดย ออเบรีย์ เบียร์ดสลีย์  
ที่มา <https://artblart.com>

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ ภาพโต๊ะเครื่องแป้งของซาโลเม (The Toilette of Salome) โดย ออเบรีย์ เบียร์ดสลีย์

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone)        | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form)    | โทนสี<br>(Color Way)         | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique)  | วัสดุ<br>(Material)                            |
|---|---|------------------------------|---|--|
| - Dramatic<br>- Feminine<br>- Stylized<br>- Distorted | - Curvy Line<br>- Fit & Flare<br>- Bell Shape | - Black &<br>White<br>- Grey | - Ruffle & Frill<br>- Pearl Embroidery<br>- Floral Décor<br>- Contrasted Tone<br>- Oriental Decor | - Line Block<br>Print on<br>Japanese<br>Vellum |

ภาพโต๊ะเครื่องแป้งของซาโลเม (The Toilette of Salome) เป็นอีกหนึ่งภาพประกอบบทละครเรื่อง ซาโลเม บอกเล่าเหตุการณ์ขณะที่ซาโลเมกำลังแต่งตัวอยู่ในห้อง เธอนั่งอยู่หน้าโต๊ะเครื่องแป้งโบราณที่มีทั้งเครื่องสำอาง เครื่องประติณผิว และกองหนังสืออยู่ตรงหน้า ด้านข้างมีตัวตลก หรือ Pierrot สวมหน้ากาก และชุดระบายช่วงคอและข้อมือกำลังบรรจงแต่งหน้าให้ซาโลเม โดยที่เธอสวมชุดกระโปรงระบายปักประดับตกแต่งอย่างวิจิตร และหมวกใบใหญ่ ท่อนบนสวมชุดคอเสื้อที่รัดรูปที่ตกแต่งด้วยผ้าลูกไม้บริเวณเนินหน้าอก รวมถึงผ้าคลุมที่ลากพื้นขนาดยาว ด้านหลังมีหน้าต่างแบบญี่ปุ่นที่ถูกปิดครึ่งหนึ่งด้วยผ้ามาน ภาพข้างต้น ศิลปินใช้เพียงสีโทนขาวดำในการบอกเล่าเช่นเคย การใช้โทนสีคู่ตรงข้ามที่ตัดกันช่วยให้ภาพดูมีมิติมากยิ่งขึ้น การนำเสนอความฟุ้งเฟ้อ หรุหร่า และหลงใหลในความงามของตัวละครในภาพ รวมถึงสอดแทรกความเป็นตะวันออกเข้ามาร่วมในการเล่าเรื่องที่เป็นตำนานดั้งเดิมทางฝั่งตะวันตกได้อย่างลงตัว

#### 4.3.2 เฟลิเซีย ร็อบส์ (Félicien Rops)



ภาพที่ 67 เฟลิเซียง ร็อบส์ (Félicien Rops)

ที่มา <https://thesketchline.com>

เฟลิเซียง ร็อบส์ (Félicien Rops) มีชีวิตอยู่ในช่วง ค.ศ. 1833 - 1898 ศิลปินชาวเบลเยียม ผู้เป็นที่รู้จักในผลงานด้านภาพพิมพ์ และงานที่เกี่ยวข้องกับลัทธิเรอิมย์ (Decadent Movement) ผลงานของเขาได้รับความสนใจตั้งแต่สมัยเป็นนักศึกษาที่มหาวิทยาลัยบรัสเซลส์ (the University of Brussels) โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวาดภาพประกอบ (Illustration) ที่สอดแทรกประเด็นเสียดสีสังคมอย่างมีชั้นเชิง จนได้รับการตีพิมพ์ในนิตยสาร Le Crocodile นอกจากนี้เขายังมีความสามารถที่โดดเด่นในเรื่องงานพิมพ์หิน (Lithography) ในปีค.ศ. 1860 ร็อบส์ได้เข้าทำงานที่สตูดิโอช่างแกะสลักของ อ็องรี อัลเฟรด ฌากแมร์ (Henri-Alfred Jacquemart) ณ กรุงปารีส ก่อนกลับมาก่อตั้งสมาคมช่างพิมพ์ของตนเองที่เมืองบรัสเซลส์ ทั้งนี้เขาได้รับการยกย่องว่าเป็นศิลปินที่โดดเด่นในการการใช้เทคนิคภาพพิมพ์กัดกรดโลหะ (Etching on the plate) และเป็นศิลปินในยุคโมเดิร์นคนแรกๆ ที่นำเทคนิคภาพพิมพ์กัดกรดพื้นนิ่ม (Soft-Ground Etching) กลับมาใช้อีกครั้งร่วมกับการใช้ดินสอสี หรือ สีชอล์ก (Britannica, 2022)

ผลงานของร็อบส์ จัดอยู่ในงานศิลปะประเภทสัญลักษณ์นิยม (Symbolism) และลัทธิเรอิมย์ (Decadent Movement) โดยมีเอกลักษณ์ในการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องเชิงกามารมณ์ รวมถึงภาพอนาจาร สอดแทรกกับการเล่าเรื่องเหนือจินตนาการที่สื่อถึงโลกหลังความตาย ไสยศาสตร์ เพื่อนำเสนอภาพความเสื่อมถอย ความเป็นจริงของชีวิตมนุษย์ที่ตกอยู่ในวังวนของความลุ่มหลง ราคะ



ส่งผลให้งานศิลปะของเขามักถูกวิพากษ์วิจารณ์จากสังคมอยู่บ่อยครั้ง ตัวอย่างหนึ่งในภาพผลงานชิ้นเอกของเขา คือ ภาพหญิงสาวกับสุนัข (Pornocrates) อันเป็นภาพสตรีที่ยืนเปลือยเปล่าอย่างเปิดเผย ขัดกับค่านิยมสตรีในยุคก่อนหน้าที่ต้องสงบเสงี่ยม สงวนท่าที ภาพผลงานชิ้นนี้จึงสะท้อนภาพลักษณ์สตรีในยุคสมัยของร็อบส์ ที่มีทั้งความกล้าที่จะเปิดเผยเรือนร่าง เต็มไปด้วยพลัง และเล่ห์เหลี่ยมมารยา



ภาพที่ 68 หญิงสาวกับสุนัข (Pornocrates) โดย เฟลิเซียง ร็อบส์  
ที่มา <https://eclecticlight.co>

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ ภาพหญิงสาวกับสุนัข (Pornocrates) โดย เฟลิเซียง ร็อบส์

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone)      | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form) | โทนสี<br>(Color Way)                    | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique) | วัสดุ<br>(Material)                               |
|---|--|---|--|---|
| - Decadent<br>- Independent<br>- Erotic<br>- Lavish | - Loose Form<br>- Curvy Line<br>- Bodycon  | - Pastel<br>- Blue<br>- Beige<br>- Pink | - Floral<br>- Embroidery<br>- Bow Sash | - Watercolor<br>- Pastel<br>- Gouache<br>On paper |

ตัวอย่างหนึ่งในภาพผลงานชิ้นเอกของรีออปส์คือ หญิงสาวกับสุกร (Pornocrates) บอกเล่าถึงชีวิตของสตรีนางหนึ่ง ที่อาจตีความได้ว่าเป็นอนุภรรยา หรือ โสเภณี ที่อยู่ในสภาพเปลือยเปล่า สวมผ้าปิดตา ถู่น่อง ถู่มือ หมวกขนนก และเครื่องประดับที่หรูหรา อีกทั้งด้านหน้ายังจูงสุกรที่มีหางเป็นทองคำ ด้านบนมีกามเทพ 3 ตัวที่อยู่ในอาการตกตะลึง โดยสุกรหางทองคำ เป็นสัญลักษณ์ที่แทนได้ทั้งบุรุษเพศ ที่ยอมจำนนต่อมารยาของสตรี และยังตีความได้ถึงสัตว์ประจำตัวของปีศาจ สัญลักษณ์แห่งการลักลอบเป็นขู้ ล่อลวง รวมถึงหางที่เป็นทองคำ สื่อถึงความหรูหรา ฟุ่มเฟือย รีออปส์ใช้เทคนิคทั้งสีน้ำ สีกวอช และดินสอสีในการสร้างสรรค์ผลงาน ทั้งนี้รีออปส์เลือกใช้โทนสีที่อ่อน ส่งผลให้ภาพดูละเอียดละไมมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 69 อาคมเสน่ห์ (The Incantation) โดย เฟลิเซียง รีออปส์

ที่มา <https://eclecticlight.co>

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ ภาพอาคมเสน่ห์ (The Incantation) โดย เฟลิเซียง รีออปส์

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone) | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form) | โทนสี<br>(Color Way) | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique) | วัสดุ<br>(Material) |
|--|--|----------------------|--|---------------------|
| - Dramatic                                     | - Loose Form                               | - Pastel             | - Exaggerated                          | - Watercolor        |
| - Mysterious                                   | - Curvy Line                               | - Beige              | - Dramatic Gesture                     | - Tempera           |
| - Decadent                                     |  | - Red                | - Perspective                          | - Pen Ink           |
| - Divine                                       |  | - Blue               | - Geometry                             |                     |

ภาพอาคมเสน่ห์ (The Incantation) บรรยายภาพตัวละครเฟาสท์ (Faustian) ที่กำลังกางหนังสือไสยศาสตร์เกี่ยวกับแม่มดเล่มใหญ่ รอบตัวเขารายล้อมไปด้วยอุปกรณ์และสื่อสัญลักษณ์ทางไสยศาสตร์ ทั้งที่ปรุงยา นกฮูก และแมวดำ โดยที่ตรงกลางของภาพ ปรากฏร่างเปลือยเปล่าของหญิงสาวที่ออกมาจากกรอบรูป ทั้งนี้ รื้อปล้ต้องการเสียดสีสังคมในเรื่องประเด็นของการเล่นคุณไสยศาสตร์ในทางกามารมณ์ ให้ทราบว่า เหตุการณ์ในภาพเป็นเรื่องปกติที่เกิดขึ้นในทุกครัวเรือน ภาพดังกล่าวบรรยายผ่านการใช้สีฝุ่น (Tempera) ร่วมกันสีน้ำ และหมึกปากกา โดยเป็นโทนสีอ่อนเป็นหลัก ทั้งสีครีม แดงอ่อน ฟ้าอ่อน เพื่อให้บรรยากาศของภาพดูขัดแย้งกับเหตุการณ์ตามความเป็นจริงที่การทำพิธีคุณไสยเวทย์ มนต์ดำเหล่านี้มักให้บรรยากาศลึกลับ



ภาพที่ 70 ความอ่อนไหวแรกเริ่ม (The Sentimental Initiation) โดย เฟลิเซีย ร็อบบี้  
ที่มา <https://arthur.io/art/>

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์ ภาพความอ่อนไหวแรกเริ่ม (The Sentimental Initiation) โดย เฟลิเซีย ร็อบบี้

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone)                    | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form) | โทนสี<br>(Color Way)         | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique)           | วัสดุ<br>(Material)                |
|---|--|------------------------------|--|------------------------------------|
| - Creepy<br>- Quirky<br>- Erotic<br>- Sentimental<br>- Bewildered | - Fit & Flare<br>- Bodycon<br>- Symmetry   | - Beige<br>- Blood<br>- Dark | - Symbolic<br>- Feather<br>- Tulle<br>- Strapped | - Pencil<br>Watercolor<br>on paper |

ภาพความอ่อนไหวแรกเริ่ม (The Sentimental Initiation) เป็นภาพวาดประกอบนวนิยาย ละติน เดคาเดนซ์ (Latin Decadence) เขียนโดย โจเซฟิน เปลาดีง (Joséphine Péladan) ภาพวาดดังกล่าวอยู่ในหน้าภาพนำ (Frontispiece) สามารถสะท้อนลักษณะผลงานของร็อบบี้และบอกเล่า

เนื้อหาโดยสรุปของเรื่องราวได้อย่างครบถ้วน ทั้งในด้านการนำเสนอถึงความเชื่อมโยงของศีลธรรมในสังคม และการสอดแทรกประเด็นเสียดสีในแง่ของไสยศาสตร์ การใช้ภาพสัญลักษณ์บรรยายถึงความสัมพันธ์ระหว่างความดีงามและความชั่วร้าย โดยตรงกลางเป็นภาพส่วนผสมระหว่างกามเทพที่มีรูปร่างวิจิตร กล่าวคือมีเพียงส่วนหัวกะโหลก ปีก ถือคันธนู สวมเพียงชุดรัดรูปสตรีและเปลือยบันท้าย ยืนอยู่บนกระดุกเชิงกรานที่มีรูปทรงผีเสื้อต่อหน้าต้นไม้แห่งความรู้ดีรู้ชั่ว (Tree of Knowledge of Good and Evil) สื่อถึงการสะท้อนความเชื่อมโยงของศีลธรรม โดยมีกามารมณ์เป็นสิ่งช่วยให้ผู้คนสับสนสะท้อนจากภาพกามเทพที่จำแลงในร่างเปลือยเปล่าสตรี ภาพวาดดังกล่าวใช้เทคนิคสีโทนดำ เข้มและสีเนื้อ ที่ให้ความรู้สึกดิบ เปลือยเปล่า ตามอารมณ์ของเนื้อเรื่อง รวมถึงโครงสร้างเงาสมมาตร (Symmetry) ให้เห็นถึงการแบ่งฝั่งระหว่างความรู้ดีและรู้ชั่ว



ภาพที่ 71 กรงขัง (The Cage) โดย เฟลิเซียส ร็อบส์

ที่มา <https://eclecticlight.co>

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์ ภาพกรงขัง (The Cage) โดย เฟลิเซียส ร็อบส์

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone)     | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form) | โทนสี<br>(Color Way)                   | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique)        | วัสดุ<br>(Material)                |
|--|--|--|---|------------------------------------|
| - Emotional<br>- Lustful<br>- Decadent<br>- Quirky | - Loose Form<br>- Curvy Line<br>- Empire   | - Beige<br>- Pale Green<br>- Dark Navy | - Sheer Fabric<br>- Embellishment<br>- Floral | - Pencil<br>Watercolor<br>on paper |

ภาพกรงขัง (The Cage) เป็นหนึ่งในผลงานของรีออสที่บ่งบอกถึงความเป็นศิลปะลัทธิสัญลักษณ์นิยม (Symbolism) กล่าวคือมีการใช้วัตถุ สื่อสัญลักษณ์ในภาพเพื่อบอกเล่าความหมายโดยนัยอย่างแยบยล ภาพดังกล่าวเป็นภาพของหญิงชราที่กำลังเสนอขายหญิงสาวที่เปลือยเปล่าผู้นั่งอยู่บนกรงขังทารก ในขณะที่ด้านล่างของภาพมีเต่าตัวหนึ่งที่มีผีเสื้ออยู่บนกระดองกำลังเดินเข้าหาหญิงสาว ในทางสัญลักษณ์นั้น เต่า สื่อถึง ความรัก ตัณหา ความหมกมุ่นในกามอันเป็นอารมณ์ตามสัญชาตญาณของมนุษย์ ภาพวาดนี้วาดโดยใช้ลายเส้นดินสอและสีน้ำ ซึ่งการใช้วัสดุสองอย่างดังกล่าว ทำให้ภาพดูมีความนุ่มนวลมากยิ่งขึ้น การใช้โทนสีอ่อนเป็นหลัก โดยให้น้ำหนักที่โทนครีมค่อนข้างมาก ทั้งนี้เพื่อสอดคล้องกับอารมณ์ของภาพที่ตัวละครปลดปล่อยเครื่องแต่งกายของตนเอง และเปิดเผยความต้องการทางเพศของตนอย่างเสรี



ภาพที่ 72 สตรีกับหุ่นเชิด (Woman with a Puppet) โดย เฟลิเซียง ร็อบป์  
ที่มา <https://www.heritage-kbf.be/collection>

ตารางที่ 12 การวิเคราะห์ ภาพสตรีกับหุ่นเชิด (Woman with a Puppet) โดย เฟลิเซียง ร็อบป์

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone)   | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form)  | โทนสี<br>(Color Way)   | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique)  | วัสดุ<br>(Material)   |
|--|---|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Independent</li> <li>- Decadent</li> <li>- Sensual</li> <li>- Quirky</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Loose Form</li> <li>- Curvy Line</li> <li>- Empire</li> <li>- Asymmetry</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vivid Red</li> <li>- Pastel</li> <li>- Beige</li> <li>- Grey Scale</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bare Nips</li> <li>- Dramatic Gesture</li> <li>- Ruffle</li> <li>- Floral</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Watercolor</li> <li>&amp; colored</li> <li>pencil on</li> <li>paper</li> </ul> |

ภาพสตรีกับหุ่นเชิด (Woman with a Puppet) อีกหนึ่งผลงานที่สื่อความหมายในเชิงสัญลักษณ์ ตามแบบฉบับศิลปะลัทธิสัญลักษณ์นิยม (Symbolism) ที่ในภาพหุ่นเชิดนั้นสื่อถึงเพศชาย ที่ยอมจำนนอยู่ในกำมือของสตรีเพศ โดยสตรีที่ถือหุ่นเชิดอยู่นั้น แต่งกายตามแบบฉบับสตรีในยุค หากแต่

เปลือยบริเวณอกหนึ่งข้างอย่างเปิดเผย และสวมเสื้อผ้าที่มีสีสันฉูดฉาด รัตเข็มขัดใต้ออก สะท้อนภาพลักษณ์ของสตรีในสังคมช่วงเวลานั้นที่มีความกล้าแสดงออก เปี่ยมไปด้วยพลัง เปิดเผยชัดเจนในด้านความต้องการทางเพศ และเจนจัดในการใช้เล่ห์เหลี่ยมมารยาเหนือบุรุษ โดยภาพใช้สีสันโทนฉูดฉาด ตัดกันกับฉากหลังสีอ่อน เพิ่มความโดดเด่น และสะท้อนอารมณ์ที่ร้อนแรงของสตรีในภาพ

#### 4.3.3 ปริยนาถ จิรัฐฐิติกาล (Naisu.chirat)



ภาพที่ 73 ปริยนาถ จิรัฐฐิติกาล (Naisu.chirat)

ที่มา <https://www.baanlaesuan.com>

Naisu.Chirat หรือ ปริยนาถ จิรัฐฐิติกาล (ไนซ์) นักวาดภาพประกอบอิสระชาวไทย มีผลงานที่โดดเด่นในด้านการใช้สีน้ำ บอกเล่าเรื่องราวความสับสนโกลาหลในเพศภาวะ การถ่ายทอดอารมณ์ที่อ่อนไหวทางด้านจิตใจและร่างกายของมนุษย์ รวมถึงการสื่อสารสำคัญเกี่ยวกับประเด็นทางเพศและอำนาจ โดยปริยนาถมักนิยามภาพวาดของเธอว่าเป็น “การ์ตูนโป๊” เพราะได้รับแรงบันดาลใจมาจากภาพในหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น

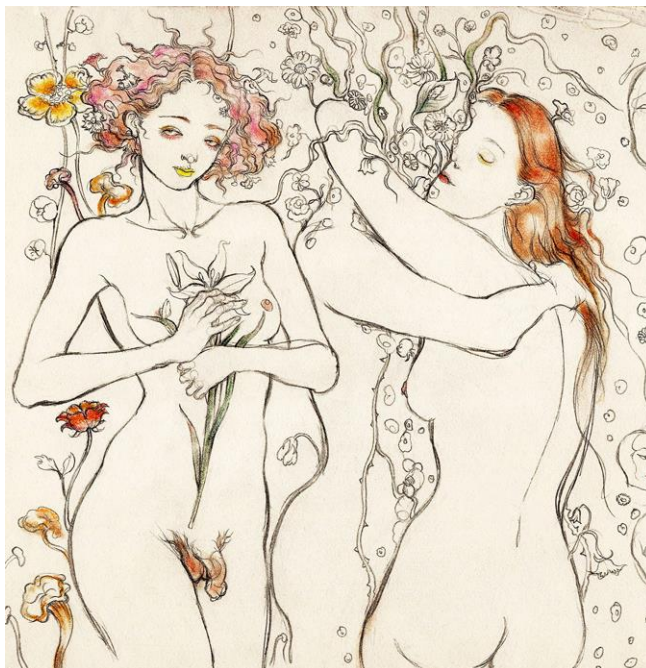
การ์ตูนญี่ปุ่น เป็นแรงบันดาลใจหลักในการสร้างสรรค์ผลงานของเธอ เพราะเนื้อหาภายในมักสอดแทรกเรื่องราวเกี่ยวกับเพศ ความอ่อนไหวในชีวิตของวัยแห่งการแก่ตัว (Coming of Age) หรือวัยที่กำลังผ่านช่วงวัยรุ่นเข้าสู่การเป็นหนุ่มสาว ตัวอย่างเช่น เด็กหนุ่มมัธยมที่ตื่นเต้นกับชุดชั้นในของเพื่อนผู้หญิง เด็กสาวที่ตกอยู่ในภวังค์ของรักแรกพบในรุ่นพี่ ไปจนถึงประเด็นที่หนักหน่วงเช่น ความ



เจ็บปวดในจิตใจ (Trauma) เกี่ยวกับเพศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการ์ตูนผู้หญิง ที่ตัวเธอรู้สึกเชื่อมโยงมากที่สุด เพราะการ์ตูนประเภทนี้มักบอกเล่าเรื่องราวผ่านมุมมองของผู้หญิงด้วยกันในฐานะที่เป็น ผู้กำหนดบทบาททางเพศ (Sexual Agent) และถ่ายทอดตัวละครเพศชายในลักษณะที่ตนต้องการให้เป็น ซึ่งตรงกันข้ามกับการออกแบบตัวละครในการ์ตูนผู้ชาย

ตัวละครในผลงานของเธอล้วนแล้วแต่เป็นองค์ประธานทางเพศ (Sexual Subject) มิใช่วัตถุทางเพศ (Sexual Object) ที่ไม่รู้ตัวว่าตนเป็นเพียงเครื่องมือสนองความต้องการทางเพศ กล่าวคือ ตัวละครรับรู้ว่าคุณอยู่ในสภาพเปลือยเปล่า และถูกจับจ้องมองด้วยสายตาคนภายนอกในพื้นที่สาธารณะ หากแต่มิได้มีความรู้สึกเขินอายหรือคิดปกปิดเรื่อในร่างกาย ในทางตรงกันข้าม ภาพวาดของเธอตั้งใจจะแสดงร่างกายอันเปลือยเปลือยเพื่อกระแทกสายตาของผู้คนที่กำลังจับจ้องมาที่รูป การยืนยั้นจะเปิดเผยร่างกายอันเปลือยเปลือยนี้ จึงเป็นการยืนยั้นอำนาจของภาพวาด ตัวละครในภาพวาด และอำนาจของศิลปิน ที่จะไม่เป็นแค่วัตถุทางเพศ (คาลิล พิศสุวรรณ, 2563)

นอกจากนี้ เธอมองว่า อวัยวะเพศ ไม่ได้มีหน้าที่เพียงความหมายเชิงชีววิทยา หากแต่ยังมีบทบาทในการแสดงเอกลักษณ์เฉพาะตัว ดังนั้น ในการวาดภาพผลงานแต่ละครั้ง เธอจึงเปิดมุมมองในการสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างอิสระเสรี หยิบยกความหมายของอวัยวะมาประกอบสร้างใหม่ ดังเช่นภาพที่ตัวละครมีหน้าอกเช่นสตรีเพศทั่วไป หากแต่ท่อนล่างมีอวัยวะเพศชาย แต่ใบหน้าตัวละครกลับมีความสุข และเปิดเผยในเรื่อร่างตนเองอย่างภาคภูมิใจ ลักษณะผลงานดังกล่าว จึงเป็นการเปิดมุมมองที่สื่อถึงความสิ้นไหลในเพศภาวะ การบอกเล่าเรื่องราวความแปรปรวนทางเพศ เป็นการสร้างพื้นที่ปลอดภัยให้กับผู้เสพงานคนอื่น ที่มีความรู้สึกเชื่อมโยงกับความแปรปรวนดังกล่าวเช่นเดียวกัน



ภาพที่ 74 ภาพผลงานที่ 1 โดย ปริยนาถ จิรัจฉิติกาล

ที่มา <https://adaymagazine.com/naisu-chirat/>

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์ ภาพผลงานที่ 1 โดย ปริยนาถ จิรัจฉิติกาล (Naisu.chirat)

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone)   | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form)  | โทนสี<br>(Color Way)   | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique)  | วัสดุ<br>(Material)   |
|--|---|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Genderless</li> <li>- Affectionate</li> <li>- Independent</li> <li>- Sentimental</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Curvy Line</li> <li>- Bodycon</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Warm tone</li> <li>- Beige</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Floral &amp; Thorn</li> <li>- Bare Nips</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Watercolor<br/>on paper</li> </ul> |

ภาพวาดด้วยสีน้ำบนผืนกระดาษข้างต้น บอกเล่าถึงความสิ้นไหลในเพศภาวะ ที่เต็มไปด้วย อารมณ์อันอ่อนไหว และเสนาหา โดยสื่อสารผ่านหลักการองค์ประธานทางเพศ (Sex Subject) ที่ตัวละครในภาพวาดต่างเปิดเผยร่างกายที่เปลือยเปล่าอย่างเปิดเผย โดยที่ตัวละครในภาพมีอวัยวะเพศที่ไม่ สอดคล้องกับความเป็นจริง กล่าวคือ มีหน้าอกเหมือนผู้หญิง หากแต่มีอวัยวะเพศชายอยู่ช่วงล่าง รวมถึงด้านขวาที่มีการใช้รูปทรงของดอกไม้ เถาวัลย์เพื่อบอกเล่าเรื่องราวของมนุษย์สองคนที่กำลัง แสดงความรักใคร่อย่างเปิดเผย การใช้ลายเส้นที่โค้งมน แต่แฝงไปด้วยเส้นหนักเบา ช่วยเพิ่มมิติในการ

สีออสาร์ อีกรั้งโทนสีเนื้อ (Beige) เป็นหลัก และแต่งแต้มด้วยสีโทนร้อน (Warm Tone) เพื่อเพิ่ม อารมณ์สุนทรีย์กับภาพวาด



ภาพที่ 75 ภาพผลงานที่ 2 โดย ปริยนาถ จิรัจติกาล

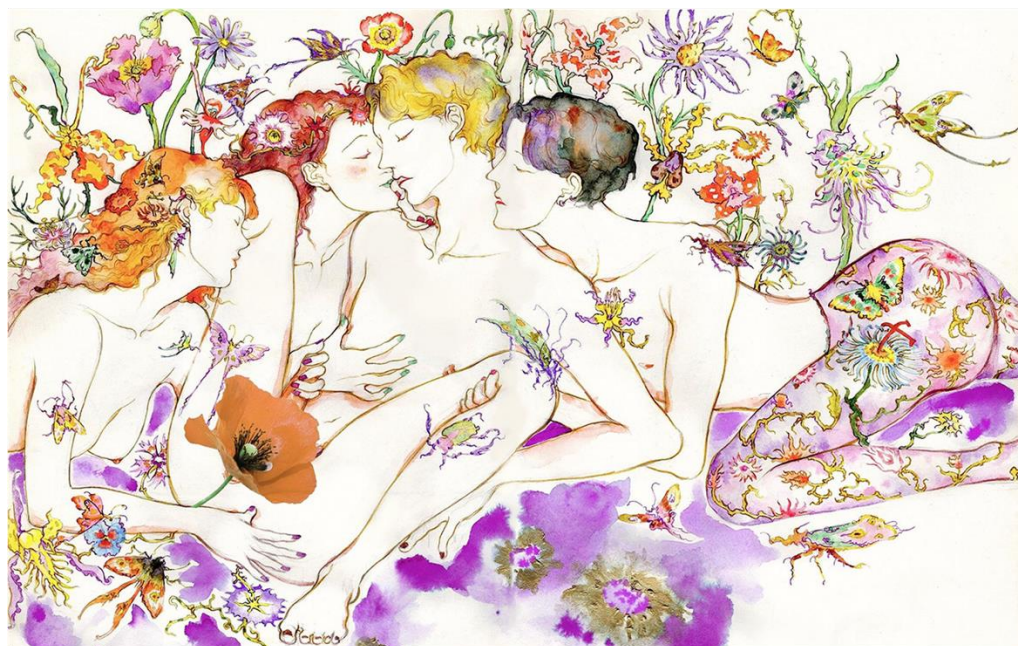
ที่มา <https://adaymagazine.com/naisu-chirat/>

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ ภาพผลงานที่ 2 โดย ปริยนาถ จิรัจติกาล (Naisu.chirat)

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone)       | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form) | โทนสี<br>(Color Way)                    | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique)       | วัสดุ<br>(Material)      |
|--|--|---|--|--------------------------|
| - Genderless<br>- Sensual<br>- Lustful<br>- Feminine | - Curvy Line<br>- Bodycon                  | - Red<br>- Purple<br>- Yellow<br>- Blue | - Floral<br>- Bare Nips<br>- Contrast Colors | - Watercolor<br>on paper |

ภาพผลงานที่ 2 วาดสีน้ำบนกระดาษ ที่มีตัวละครนอนเปลือยเปล่าเพียงลำพัง โดยที่ไม่สามารถระบุเพศสภาพที่แท้จริงของตัวละครดังกล่าวได้ กล่าวคือ มีหน้าอกแฉกเช่นสตรี แต่มีลูกกระเดือกที่ชัดเจนบริเวณลำคอเช่นบุรุษ และ ใบหน้าที่ไม่สามารถระบุเพศได้อย่างแน่ชัด หากแต่กลับสื่อสารสำคัญของศิลปินได้อย่างดี ในการนำเสนอความสับสนไหลทางเพศ อารมณ์ที่รุ่มร้อน

อ่อนไหว ผ่านการใช้สีสันโทนจัดจ้านทั้งสีแดงสด ตัดกับสีคู่ตรงข้ามอย่างสีฟ้า พร้อมทั้งรายละเอียด ตกแต่งด้วยดอกไม้หลากชนิดเพื่อสื่อถึงความเป็นธรรมชาติแรกแท้งกับร่างกายที่เปลือยเปล่าของมนุษย์



ภาพที่ 76 ภาพผลงานที่ 3 โดย ปริยนาถ จิรัญจิตติกาล

ที่มา <https://www.instagram.com/naisu.chirat/>

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ ภาพผลงานที่ 3 โดย ปริยนาถ จิรัญจิตติกาล (Naisu.chirat)

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone)      | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form) | โทนสี<br>(Color Way)               | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique)         | วัสดุ<br>(Material)                               |
|---|--|------------------------------------|--|---|
| - Genderless<br>- Erotic<br>- Sensual<br>- Feminine | - Curvy Line<br>- Bodycon<br>- Asymmetry   | - Purple<br>- Warm Tone<br>- Beige | - Floral & Thorn<br>- Butterfly<br>- Bare Nips | - Watercolor<br>on paper<br>- Fountain<br>Pen Ink |

ภาพผลงานที่ 3 วาดสีน้ำบนกระดาษที่บอกเล่าถึงเหล่าตัวละครที่กำลังแสดงความใคร่สนิทสนม โดยมีทั้งตัวละครที่มีเพศสภาพเป็นหญิง และชาย กำลังอยู่ในอากัปภิกิริยาเชิงชู้สาวกันและกัน สื่อถึงความไหลลื่นทางเพศภาวะ อารมณ์ที่อ่อนอ่อนไปตามสัญชาตญาณทางเพศของมนุษย์ โดยอยู่

ท่ามกลางดอกไม้ พฤษภานานาพันธุ์ และมีแมลง ผีเสื้อมากมายล้อมรอบ สื่อถึงการถูกล้อมรอบไปด้วย ความเปราะบาง อ่อนไหวของเพศภาวะ ในครั้งนี้ศิลปินได้เพิ่มเทคนิคการใช้น้ำหมึกจากปากกาหมึกซึม มาร่วมในการสร้างลายเส้น ซึ่งก่อให้เกิดจังหวะที่มีมิติในการเล่าเรื่องมากขึ้น ตามอารมณ์ที่ผันผวน ของเหล่าตัวละครในภาพ

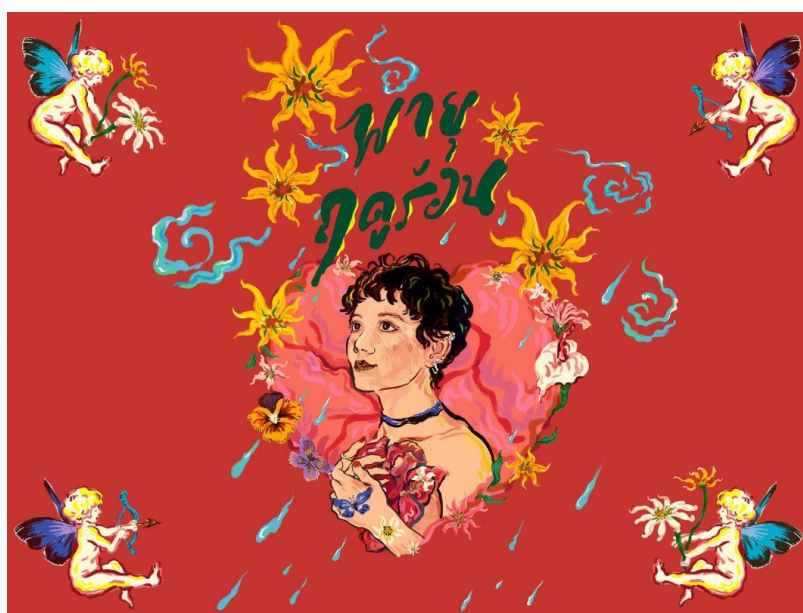


ภาพที่ 77 ภาพผลงานประกอบเพลง “เท่าไรรู้ก็ไม่พอ” โดย ปริยนาถ จิรัจฉิตกาล  
ที่มา <https://www.instagram.com/naisu.chirat/>

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์ ภาพผลงานประกอบเพลง เท่าไรรู้ก็ไม่พอ โดย ปริยนาถ จิรัจฉิตกาล  
(Naisu.chirat)

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone) | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form) | โทนสี<br>(Color Way)       | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique)               | วัสดุ<br>(Material)                                      |
|--|--|----------------------------|--|--|
| - Affectionate<br>- Sentimental<br>- Lustful   | - Curvy Line<br>- Bodycon<br>- Asymmetry   | - Black<br>- Gold<br>- Red | - Bare Nips<br>- Contrast Colors<br>- Twirling Brush | - Watercolor<br>on paper<br>- Pencil<br>- Chinese<br>Ink |

ภาพวาดประกอบเพลง “เท่าไรก็ไม่พอ” เป็นภาพวาดบนผืนกระดาษด้วยการใช้สีน้ำ หมึกจีน และดินสอ โดยในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้ปรับใช้เทคนิคดินสอที่หัวทู่กว่าปกติ เพื่อให้ลายเส้นมีน้ำหนัก มีความทึบ เพื่อสื่อถึงอารมณ์ดิบของตัวละครเปลือยเปล่าในภาพที่กำลังถ่ายทอดความรู้สึกที่เร่าร้อน ภาพดังกล่าวบอกเล่าผ่านโทนสีเพียง สีดำ ทอง และสีแดง ทั้งนี้เพื่อให้สีแดงที่แต้มตรงกลางเป็นจุดสนใจของภาพที่เป็นหัวใจหลักของสารสำคัญที่ศิลปินต้องการสื่อสารกับผู้ชม อีกทั้งเพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหา และขับอารมณ์ของเพลงมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 78 ภาพผลงานประกอบเพลง “พายุฤดูร้อน” โดย ปรียนาถ จิรัจติติกาล  
ที่มา <https://www.baanlaesuan.com>

ตารางที่ 17 การวิเคราะห์ ภาพผลงานประกอบเพลง พายุฤดูร้อน โดย ปรียนาถ จิรัจติติกาล  
(Naisu.chirat)

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone) | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form) | โทนสี<br>(Color Way)                        | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique)       | วัสดุ<br>(Material) |
|--|--|---|--|---------------------|
| - Affectionate<br>- Crush<br>- Hopeful         | - Curvy Line<br>- Bodycon                  | - Vivid Red<br>- Pink<br>- Yellow<br>- Blue | - Floral<br>- Surreal Heart<br>- Fairy Cupid | - Digital Art       |

| อารมณ์และความรู้สึก<br>(Keyword/<br>Mood Tone) | โครงร่างเงา<br>(Silhouette/<br>Shape/Form) | โทนสี<br>(Color Way) | รายละเอียดตกแต่ง<br>(Detail/Technique) | วัสดุ<br>(Material) |
|--|--|----------------------|--|---------------------|
|  |  |                      |  |                     |

ภาพวาดประกอบเพลง “พายุฤดูร้อน” เป็นภาพวาดที่ครั้งนี้ศิลปินมิได้ใช้ฝืนกระดาษ หากแต่เป็นในรูปแบบของงานดิจิทัล (Digital Art) ที่ใช้เทคโนโลยีมาทดแทนการวาดบนกระดาษ โดยที่ศิลปินสามารถเลือกใช้ และควบคุมหัวแปรงในการวาดได้หลากหลายประเภท ภาพดังกล่าวบอกเล่าถึงตัวละครที่กำลังโอบกอดดอกไม้ที่อยู่ในสภาวะเปลือยเปล่า มีใบหน้าที่กำลังตกอยู่ในภวังค์ความรัก และเหล่ากามเทพ (Cupid) ที่อยู่ตรงมุมสี่ทิศที่เป็นตัวแทนแห่งการตกหลุมรัก ตัวละครถูกล้อมรอบไปด้วยดอกไม้ และผีเสื้อ ที่ล้อมอยู่ในกรอบลักษณะของหัวใจ เพิ่มรายละเอียดความสมจริงเล็กน้อยด้วยลวดลายคล้ายเส้นเลือด การใช้โทนสีโทนร้อนที่จัดจ้าน สอดรับกับเนื้อหาของเพลงที่สื่อถึงความรักที่เข้ามาอย่างกะทันหัน ราวกับพายุในฤดูร้อนที่โหมเข้ามา และจากไป

#### 4.4 สรุปลองค์ประกอบทางการออกแบบภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)

จากการศึกษาเรื่องสุนทรียศาสตร์แคมป์ทั้งในข้อมูลทางประวัติศาสตร์สังคม และแฟชั่น รวมถึงศึกษาผลงานศิลปะของศิลปิน 3 ท่านที่มีจุดร่วมกันในการนำเสนอผลงานรูปแบบสุนทรียศาสตร์แคมป์ ผู้วิจัยได้สรุปแนวคิด องค์ประกอบต่าง ๆ ดังกล่าวเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบคอลเลคชั่นต้นแบบได้ดังนี้



ภาพที่ 79 แผนภาพสรุปแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์

ตารางที่ 18 สรุปแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ของศิลปิน

| ศิลปิน   | แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)   |  |  |   |
|--|---|--|--|---|
|  | ความเรีงรมย์  | เพศสภาวะ                                 | เสียดสีสังคม                                       | ความพิศวง ลึกลับ                                  |
| ออบेरย์<br>เบียร์ดสลีย์<br>(Aubrey<br>Beardsley) | - เล่ห์เหลี่ยมมารยา<br>- สัญลักษณ์ทางเพศ<br>- องค์กรประธานทางเพศ                                  | - สตรีที่ใช้เพศ<br>เป็นแรง<br>ขับเคลื่อน | - ความเสื่อมทาง<br>ศีลธรรมในยุค                    | - ฆาตกรรม<br>- ภาพสยดสยอง<br>- ดัดแปลงตำนาน       |
| เฟลิเซียน<br>ร็อบส์<br>(Félicien<br>Rops)        | - เล่ห์เหลี่ยมมารยา<br>- สัญลักษณ์ทางเพศ<br>- องค์กรประธานทางเพศ<br>- ความอ่อนไหว<br>อารมณ์ทางเพศ | - สตรียุคใหม่<br>กล้าแสดงออก<br>ทางเพศ   | - ความเสื่อมทาง<br>ศีลธรรมในยุค<br>- ภาพลักษณะสตรี | - โลกหลังความตาย<br>- ไสยศาสตร์<br>- ดัดแปลงตำนาน |
| ปรียนาถ<br>จิรัฐติกาฬ<br>(Naisu.chirat)          | - องค์กรประธานทางเพศ<br>- สัญลักษณ์ทางเพศ   | - ความสิ้นไหลท์ที่<br>ไร้เพศ             | - ค่านิยมทางเพศ<br>- ค่านิยมต่อภาพ<br>เปลือย       | - เส้นเลือด<br>- ความเหนือจริง                    |



| ศิลปิน | แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) |          |              |                  |
|--------|---|----------|--------------|------------------|
|        | ความเรีงรมย์                              | เพศสภาวะ | เสียดสีสังคม | ความพิศวง ลึกลับ |
|        | - ความอ่อนไหว<br>อารมณ์ทางเพศ             |          |              |                  |

จากตารางและแผนภาพข้างต้น จะเห็นว่าสาระสำคัญของศิลปินทั้งสามท่านมีร่วมกัน คือการบอกเล่าถึงความเรีงรมย์ (Decadence) ที่ตัวละครในภาพต่างแสดงออกถึงอารมณ์ทางเพศอย่างเปิดเผยต่อสาธารณชน รวมถึงการหมกมุ่นในวังวนแห่งกามารมณ์อันเป็นการสื่อถึงสัญชาตญาณดิบของมนุษย์ รวมไปถึงการบอกเล่าเนื้อหาในแง่มุมของเพศสภาวะที่อ่อนไหว กล่าวคือ การเปลือยเปล่าเรือนร่างเพื่อให้ตัวละครในภาพเป็นองค์ประธานทางเพศ (Sex Subject) อย่างภาคภูมิ โดยมีได้ถูกกดขี่ให้อยู่ภายใต้ नियามของวัตถุทางเพศ หากแต่เป็นฝ่ายเปิดเผยเรือนร่างเสียเองอย่างเต็มใจ ทั้งนี้ ร็อบส์และเบียร์ดสลีย์ ได้ใช้ภาพสตรีเปลือยเปล่าในลักษณะของการเป็นสัญลักษณ์ สะท้อนภาพลักษณ์สตรียุคใหม่ที่มีความกล้าแสดงออก ไม่เกรงกลัวขนบศีลธรรมดั้งเดิม ในขณะที่ ปริยนาถ เลื่อนนำเสนอภาพเปลือยเปล่าของตัวละครที่ยากจะระบุเพศได้ เนื่องจากมีทั้งหน้าอกและอวัยวะเพศชายอยู่ร่วมกัน สื่อถึงความลึนไหลทางเพศ และเสรีภาพในร่างกาย

จุดร่วมกันอีกประเด็นคือ การเสียดสีสังคม โดยในฝั่งของร็อบส์และเบียร์ดสลีย์นั้น มุ่งจิกกัดในด้านความเสื่อมถอยของศีลธรรม ความฟุ้งเฟ้อของค่านิยมในสังคมชั้นสูงที่มองว่า การเรีงรมย์ทางเพศเป็นเรื่องหยาบคาย ในขณะที่ผลงานของปริยนาถ เน้นไปที่การทำทลายค่านิยมทางเพศในสังคมไทย ที่ยังมีได้เปิดรับเรื่องความลึนไหลทางเพศมากนัก รวมถึงการวาดภาพเปลือย ที่มักถูกลดทอนคุณค่า และได้ नियามแค่เพียง “การ์ตูนโป๊” โดยศิลปินทั้งสามท่าน ได้ใช้ความพิศวง เหนือจริงเข้ามาร่วมในการบอกเล่าผ่านผลงานของตน ดังเช่น เบียร์ดสลีย์ที่นำตำนานทางศาสนา ซาโลเม มาดัดแปลงให้เนื้อเรื่องมีความวิตถารมากยิ่งขึ้น ร็อบส์ที่หยิบยกประเด็นทางไสยศาสตร์ โลกหลังความตายมาประกอบกรเล่าเรื่องเพื่อสะท้อนสารสำคัญในเรื่องศีลธรรมความเสื่อมถอย รวมถึงปริยนาถที่ใช้การวาดภาพที่ดูเหนือจินตนาการมาเป็นองค์ประกอบในภาพ เช่น ภาพคนที่อยู่ตรงกลางหัวใจที่มีเส้นเลือดเสมือนจริง ภาพมนุษย์โอบกอดสิ่งมีชีวิตปริศนาที่ร่างกายเป็นคน หากแต่ช่วงศีรษะเป็นดอกไม้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ผลงานของศิลปินทั้งสามท่าน ในแง่มุมทางด้านองค์ประกอบทางการออกแบบ มีทั้งการวิเคราะห์ เปรียบเทียบในเชิงของ โครงร่างเงา (Silhouette) สี รายละเอียดตกแต่ง และวัสดุที่นำมาใช้ในการวาด โดยสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 19 สรุปองค์ประกอบทางการออกแบบของศิลปิน

| ศิลปิน   | องค์ประกอบทางการออกแบบ   |  |   |   |
|--|--|--|---|---|
|  | โครงร่างเงา  | สี                                       | รายละเอียด  | วัสดุ   |
| <b>ออบเรย์ เบียร์ดสลีย์ (Aubrey Beardsley)</b> | - Symmetry<br>- Fit & Flare<br>- Loose Form<br>- Empire<br>- Curvy | - Black & White<br>- Grey                | - Nudity<br>- Embroidered<br>- Floral<br>- Ruffle<br>- Symbol | - Line Block<br>Print on Japanese Vellum<br>- Pen ink<br>- Graphite |
| <b>เฟลิเซีย ร็อบส์ (Félicien Rops)</b>         | - Asymmetry<br>- Empire<br>- Bodycon<br>- Curvy                    | - Pastel<br>- Beige<br>- Grey<br>- Dark  | - Nudity<br>- Embroidered<br>- Ruffle<br>- Symbol             | - Watercolor<br>- Gouache<br>- Tempera<br>- Pencil<br>- Pen ink     |
| <b>ปริยนาท จิรัฐฐิติกาล (Naisu.chirat)</b>     | - Bodycon<br>- Asymmetry<br>- Curvy                                | - Beige<br>- Vivid<br>- Pastel<br>- Dark | - Nudity<br>- Floral & Bugs<br>- Symbol                       | - Watercolor on paper<br>- Chinese ink                              |

จากตารางสรุปองค์ประกอบทางการออกแบบข้างต้น สรุปได้ว่า ศิลปินทั้งสามท่านเลือกใช้ลายเส้นที่มีความโค้งมนในการบอกเล่าเรื่องราว เพราะเส้นโค้งมนนั้นมักให้ความรู้สึกที่ไปในทิศทางความเป็นหญิง (Femininity) มากขึ้น และสอดคล้องกับเนื้อหาของผลงานได้เป็นอย่างดี โครงร่างเงาที่พบคือ Bodycon หรือ Body – Concious กล่าวคือ โครงร่างเงาแบบแนบเนื้อ พอดีตัว เปรียบเหมือนการโอบรัดเรือนร่างของผู้สวมใส่อย่างพอดี รวมถึงโครงร่างเงา Fit & Flare ที่เน้นการเข้ารูปในช่วงบน และบานออกในช่วงล่าง สำหรับการเลือกใช้สี พบว่าร็อบส์มักใช้สีโทนอ่อน (Pastel Color) และสีเนื้อ (Beige Color) เป็นหลัก แล้วจึงผสมสีโทนเข้ม (Dark Color) และสีจัดจ้าน (Vivid Color) เข้า

ร่วม ขณะที่ปริยนาถ มักใช้สีจัดจ้านและสีเนื้อเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด ในทางกลับกันเปียร์ดสลีย์ เลือกใช้เพียงสีโทนดำ ขาว ในการเล่าเรื่องประกอบภาพเท่านั้น สอดคล้องกันกับวัสดุที่เลือกใช้เป็นการลงเทคนิคน้ำหมึกบนบล็อกพิมพ์ไม้บนกระดาษหนังสือพิมพ์ ในขณะที่ศิลปินอีกสองท่านเลือกใช้สีระบายน้ำเป็นหลัก สำหรับองค์ประกอบด้านรายละเอียดตกแต่งนั้น สืบเนื่องจากเปียร์ดสลีย์ และรีอปลส์ เลือกนำเสนอภาพสะท้อนสังคมในยุคสมัยดังกล่าว จึงพบรายละเอียดตกแต่งที่ปรากฏบนการแต่งกายของตัวละครในภาพได้เป็นอย่างดี ดังเช่น การปักประดับ (Embroidery) การจีบจีบ (Ruffle) รวมถึงการตกแต่งด้วยดอกไม้ ขณะที่จุดร่วมทางด้านรายละเอียดที่ศิลปินสามท่านมีร่วมกันคือ การเปลือยเรือนร่าง (Nudity) สื่อสัญลักษณ์ในเนื้อหาของตนเอง

กล่าวโดยสรุป ศิลปินทั้งสามท่านได้แก่ ออเบรย์ เปียร์ดสลีย์, เฟลิเซียง รีโอปลส์ และ ปริยนาถ จิรัฎฐิติกาล ล้วนมีผลงานทางศิลปะที่เกี่ยวข้องกันภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) แม้จะมีผลงานต่างช่วงเวลา และต่างบริบททางสังคม หากแต่ยังคงไว้ซึ่งแก่นของความ เป็นสุนทรียศาสตร์ดังกล่าว กล่าวคือ การนำเสนอมุมมองความงามอีกด้านของมนุษย์ที่สังคมตีตรา ว่าผิดแปลกไปจากธรรมชาติ ร่วมกับการนำเสนอสาระสำคัญเพื่อเสียดสีประเด็นทางสังคมอย่างมีชั้นเชิง ทั้งนี้ ศิลปินทั้งสามได้ถ่ายทอดเอกลักษณ์และลายเส้นเฉพาะตนร่วมไว้ในการบอกเล่าผ่านผลงาน ภาพได้เป็นอย่างดีมีสัมพันธภาพ

### บทที่ 3

## วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสร้างสรรค์นวัตกรรมตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) จากนวัตกรรมสีเคลือบประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส (Perna viridis) ภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) เป็นทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบ ตลอดจนสำรวจความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเฟมบอย ที่ให้ความสนใจในเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 การสำรวจกลุ่มเฟมบอย (Femboy)

ส่วนที่ 2 ผลจากการสัมภาษณ์ผู้สร้างแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 การพัฒนาเคลือบประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส สุนัวัตกรรมสิ่งทอ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลสำหรับแนวทางการออกแบบและการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 5 การสรุปแนวทางการออกแบบ

ส่วนที่ 6 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

### ส่วนที่ 1 การสำรวจกลุ่มเฟมบอย (Femboy)

ในขั้นต้นของงานวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจกลุ่มเป้าหมายตัวอย่างเบื้องต้นจำนวน 11 คน ผ่านวิธีการตอบแบบสอบถามออนไลน์ 10 คน และการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ 1 คน โดยเป็นการสอบถามเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมความสนใจในด้านการบริโภคสินค้าแฟชั่น การแต่งกายสำหรับโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ รวมถึงความสนใจที่มีต่อแนวคิดแคมป์ โดยมีได้ระบุข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีขั้นตอนดังนี้

#### 1.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายตัวอย่าง

1.1.1 กลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยคือกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ในช่วงเซนเนียล (Zennials)

อายุระหว่าง 24 - 29 ปี ผู้มีความสนใจในกระแสแฟชั่นทั้งแง่มุมของแฟชั่นยั่งยืน และแฟชั่นไร้เพศ ผ่านรูปแบบการแต่งกายในทิศทางความเป็นผู้หญิง (Femininity) เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ทางเพศของตนเอง

- 1.1.2 การกำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 11 คน ได้แก่ กลุ่มผู้ที่นิยมอัตลักษณ์ทางเพศของตนให้อยู่ในกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ซึ่งอยู่ในช่วงเจนเนอเรชันเซนเนียล (Zennials) อายุระหว่าง 24 - 29 ปี อาศัยในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีความสนใจในด้านแฟชั่นและการแต่งกาย

## 1.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยสำหรับการทำแบบสอบถามเบื้องต้น

แบบสอบถามเบื้องต้น เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้สำหรับการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้กำหนดทิศทางแนวโน้มคำตอบของกลุ่มเป้าหมาย อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสู่แบบสอบถามงานวิจัยในลำดับต่อไป ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมายตัวอย่างในการทำแบบสอบถามเบื้องต้นจำนวน 10 คน มีขั้นตอนดังนี้

- 1.2.1 การสร้างข้อมูลสำหรับการทำแบบสอบถามเบื้องต้น ในรูปแบบออนไลน์
- 1.2.2 การสัมภาษณ์ถึงช่วงวัย และอัตลักษณ์ทางเพศ
- 1.2.3 การสัมภาษณ์ถึงความสนใจในสไตล์ทางการแต่งกายปาร์ตี้แวร์
- 1.2.4 การสัมภาษณ์ถึงความสนใจในกระแสแฟชั่น (Fashion Trend) ทั้งแง่มุมของแนวคิดแฟชั่นยั่งยืน และแฟชั่นไร้เพศ
- 1.2.5 การสัมภาษณ์ถึงพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์
- 1.2.6 การสัมภาษณ์ถึงความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)

## 1.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยสำหรับการสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์ เป็นอีกหนึ่งกระบวนการที่ได้มาซึ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ติดต่อคุณ ชญานนท์ จองประเสริฐ (ปารีส) อายุ 27 ปี อาชีพ บิวตี้ บล็อกเกอร์ (Beauty Blogger) และอติตบรรณาธิการด้านความงาม (Beauty Editor) ของนิตยสารลอฟฟิเซียล ประเทศไทย (L'Officiel Thailand) เพื่อขอสัมภาษณ์ถึงความสนใจในด้านกระแสแฟชั่น มุมมองที่มีต่อการใช้กลิตเตอร์ในวงการแฟชั่น รวมถึงความเชื่อมโยงระหว่าง ความหลากหลายทางเพศ แนวคิดแคมป์ และกลิตเตอร์ มีขั้นตอนดังนี้

- 1.3.1 การติดต่อบุคคลเพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์ และการยินยอมให้ข้อมูล
- 1.3.2 การเตรียมคำถามที่เกี่ยวข้องสำหรับการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

- 1.3.3 การสัมภาษณ์ถึงตัวตน และอัตลักษณ์ทางเพศ
- 1.3.4 การสัมภาษณ์ถึงความสนใจในกระแสแฟชั่น (Fashion Trend) ทั้งแง่มุมของแนวคิดแฟชั่นยั่งยืน และแฟชั่นไร้เพศ
- 1.3.5 การสัมภาษณ์ถึงพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์
- 1.3.6 การสัมภาษณ์ถึงความสนใจในด้านการใช้กลิตเตอร์สำหรับงานแฟชั่น
- 1.3.7 การสัมภาษณ์ถึงความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)

## ส่วนที่ 2 ผลจากการสัมภาษณ์สู่การสร้างแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลผู้บริโภค

จากการสัมภาษณ์กลุ่มประชากรตัวอย่างในขั้นต้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลในขั้นตอนดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ ร่วมกับการใช้ทฤษฎีทางแฟชั่นที่เกี่ยวข้องในการจัดทำแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้บริโภคกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ในช่วงเจนเนอเรชันเซนเนียล (Zennials) โดยมีอายุระหว่าง 24 - 29 ปี อาศัยในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร อันเป็นกระบวนการรวบรวมข้อมูลงานวิจัยในเชิงปริมาณ ทั้งนี้เพื่อเป็นการศึกษาถึงรูปแบบไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) ในการดำเนินชีวิต พฤติกรรมความสนใจที่มีต่องานเลี้ยงสังสรรค์ และกระแสแฟชั่น ความต้องการในด้านสินค้าแฟชั่นสำหรับเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ ตลอดจนความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ มีขั้นตอนดังนี้

### 2.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

- 2.1.1 กลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยคือผู้ที่นิยามอัตลักษณ์ทางเพศของตนอยู่ในกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ในช่วงเจนเนอเรชันเซนเนียล (Zennials) อายุระหว่าง 24 - 29 ปี ผู้มีความสนใจในกระแสแฟชั่นทั้งแง่มุมของแฟชั่นยั่งยืน และแฟชั่นไร้เพศ ผ่านรูปแบบการแต่งกายที่มีความเป็นผู้หญิงอันสอดคล้องกับเพศสภาพ และตรงกันข้ามกับเพศสรีระ ทั้งนี้เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของตนเอง
- 2.1.2 การกำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 50 คน ได้แก่ กลุ่มผู้ที่นิยามอัตลักษณ์ทางเพศของตนให้อยู่ในกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ในช่วงเจนเนอเรชันเซนเนียล (Zennials) อายุระหว่าง 24 - 29 ปี อาศัยในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้มีความสนใจในด้านแฟชั่นและการแต่งกาย

## 2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยสำหรับการเก็บข้อมูล

แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทหนึ่งของงานวิจัย ทั้งนี้เพื่อใช้ในการวัดปริมาณ และประเมินแนวโน้มทิศทางของคำตอบที่ผู้วิจัยต้องการจากกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ผู้เป็นกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเท็จจริงสำหรับการพัฒนาสู่คอลเลกชันต้นแบบ อนึ่งผู้วิจัยมีแนวทางในการสร้างแบบสอบถามดังต่อไปนี้

2.2.1 การกำหนดวัตถุประสงค์ของแบบสอบถามจากผลของการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเบื้องต้นทั้งแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 10 คน และการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ 1 คน ทั้งนี้ เพื่อกำหนดขอบเขตของแนวคิด และเนื้อหาสำหรับการสร้างแบบสอบถามงานวิจัย

2.2.2 ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มเฟมบอย (Femboy) ทั้งในด้านของพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าแฟชั่น ในโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ รวมถึงศึกษาแนวคิดของกระแสแฟชั่นยั้งยืน และแฟชั่นไร้เพศ ตลอดจนแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์ เพื่อให้มีเนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์

2.2.3 การร่างแบบสอบถามงานวิจัย โดยเริ่มจากการกำหนดโครงสร้างของแบบสอบถามพิจารณาเนื้อหาแล้วนำมาแบ่งออกเป็นแต่ละส่วน อนึ่ง ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาแบบสอบถามงานวิจัยทั้งสิ้น 3 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการแต่งกายของผู้บริโภค
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านแนวคิดการออกแบบ

2.2.4 การตรวจสอบความครอบคลุมเนื้อหาของแบบสอบถาม

2.2.5 การประเมินคุณภาพ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและภาษาที่ใช้

2.2.6 การทดลองใช้แบบสอบถาม

2.2.7 การปรับปรุงแก้ไข

## 2.3 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

การใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม เป็นกระบวนการทางคณิตศาสตร์รูปแบบหนึ่งสำหรับหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Average) อัตราส่วนร้อยละ และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(Standard Deviation) เพื่อใช้ในการแทนค่าและเปรียบเทียบจำนวนคำตอบแบบสอบถาม อันจะนำไปสู่กระบวนการวิเคราะห์แนวโน้มทางการออกแบบผลงานต้นแบบในลำดับต่อไป โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเชิงสถิติดังนี้

### 2.3.1 ผลรวม

- การนำข้อมูลทางสถิติมารวมกันโดยใช้วิธีการบวกทางคณิตศาสตร์ เพื่อให้ได้ผลรวมจำนวนทั้งหมด

### 2.3.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

- เขียนแทนด้วยสัญลักษณ์ ( $\bar{X}$ ) เป็นค่ากลางทางสถิติค่าหนึ่งเพื่อใช้ในการหาค่าเฉลี่ยจากแบบสอบถาม มีวิธีการดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

$\bar{X}$  หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิต  
 $\sum x$  หมายถึง ผลรวมแต่ละข้อมูล  
 $n$  หมายถึง จำนวนข้อมูลทั้งหมด

### 2.3.3 ค่าร้อยละ

- สัดส่วน เมื่อเทียบต่อจำนวน 100 สามารถทำได้โดยนำ 100 คูณสัดส่วนที่ต้องการหาผลลัพธ์ จะได้ผลลัพธ์เป็นค่าร้อยละ หรือเปอร์เซ็นต์ มีวิธีการดังนี้

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนคำตอบแต่ละข้อ}}{\text{จำนวนผู้ตอบทั้งหมด}} \times 100$$

### 2.3.4 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

- ค่าที่ใช้บ่งบอกความแม่นยำของข้อมูลกับค่าเฉลี่ย มีวิธีการดังนี้



$$\text{S.D.} = \sqrt{\frac{\sum f(x-\bar{x})^2}{n}}$$

### ส่วนที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส สุนัขวัตกรรมสิ่งทอ

การวิจัยในครั้งนี้ มุ่งพัฒนานวัตกรรมการผลิตประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส หรือ หอยแมลงภู่ อันเป็นนวัตกรรมตั้งต้นที่สามารถแก้ปัญหาเรื่องกองขยะจากเปลือกหอยในพื้นที่ชุมชนสู่ งานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างหลากหลายรูปแบบ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงช่องว่างทางการตลาดใน ด้านสิ่งทอ จึงได้ทำการศึกษาและทดลองกระบวนการในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ประกายมุกดังกล่าว เพื่อ เพิ่มโอกาสในการต่อยอดผลิตภัณฑ์สู่ช่องทางอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกายมุก จากเปลือกหอยแมลงภู่ นั้น มีขั้นตอนดังนี้

#### 3.1 การลงพื้นที่ ณ หน่วยปฏิบัติการวิจัยอุปกรณ์รับรู้ (Sensor Research Unit) ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในขั้นต้นของการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ติดต่อประสานงานไปยัง ศาสตราจารย์ ดร.สนอง เอกสิทธิ์ อาจารย์ประจำ และหัวหน้าหน่วยปฏิบัติการวิจัยอุปกรณ์รับรู้ (Sensor Research Unit) ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บตัวอย่างผลิตภัณฑ์ประกายมุกอันเป็นผลผลิตของทางหน่วยปฏิบัติการวิจัย พร้อมขอคำปรึกษาถึงที่มา และคุณสมบัติเบื้องต้นของนวัตกรรมดังกล่าว อีกทั้งสัมภาษณ์คุณเมธีรัตน์ ธานีรัตน์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจ เทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา) ผู้วิจัยในการต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์ครีมขัดผิวเพิ่ม ประสิทธิภาพด้วยผลิตภัณฑ์ประกายมุก รวมถึงการติดต่อประสานงานคุณเบญจวรรณ สังข์พะบุชิตี เจ้าหน้าที่ประจำภาควิชาเคมี เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการผลิตผลิตภัณฑ์ประกายมุกเพิ่มเติมสำหรับ งานวิจัย

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับตัวอย่างผลิตภัณฑ์ประกายมุกสำหรับการทดลอง 3 ขนาด ได้แก่ ขนาด 251 – 595 ไมครอน (ไซส์ L), ขนาด 74 – 250 ไมครอน (ไซส์ M) และ ขนาดน้อยกว่า 74 ไมครอน (ไซส์ S) โดยได้รับในปริมาณเท่ากันคือ ขนาดละ 200 กรัม ในการตรวจสอบเบื้องต้นพบว่า ไซส์ L ที่คัดแยก ด้วยตะแกรงร่อนความถี่น้อยที่สุด มีขนาดแผ่นผลิตภัณฑ์ประกายมุกที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุด ลักษณะ

คล้ายคลึงกับแผ่นกลิตเตอร์สังเคราะห์ (Glitter) ลำดับต่อมาคือ ไซส์ M ที่มีขนาดแผ่นเกล็ดมุกในระดับปานกลาง กล่าวคือ มีลักษณะใกล้เคียงผงชิมเมอร์ (Shimmer) และมีความละเอียดของอนุภาคมากกว่าไซส์ L ในขณะที่ไซส์ S มีความใกล้เคียงผงมุกมากที่สุด กล่าวคือ มีอนุภาคที่เล็ก เนียนละเอียดคล้ายผงแป้ง แต่ยังคงมีความระยิบระยับของเกล็ดประกายมุกแทรกอยู่ในเนื้อสัมผัส

### 3.2 การทดสอบคุณสมบัติเบื้องต้นของเกล็ดประกายมุก

จากการลงพื้นที่ ณ หน่วยปฏิบัติการวิจัยอุปกรณ์รับรู้ (Sensor Research Unit) ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการทดสอบคุณสมบัติเบื้องต้นดังนี้

- 3.2.1 ผิวสัมผัสของเกล็ดประกายมุก
- 3.2.2 คุณสมบัติเชิงแสงของแผ่นเกล็ดประกายมุก
- 3.2.3 การละลายน้ำ

ทั้งนี้ การกำหนดเกณฑ์ในการทดสอบคุณสมบัติข้างต้น เพื่อใช้ในการพิจารณาหาแนวทางในการต่อยอดเกล็ดประกายมุกสู่กระบวนการนวัตกรรมสิ่งทอได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 3.3 การทดลองสีเพนท์ผ้าจากเกล็ดประกายมุก

ผู้วิจัยพิจารณาได้ว่า เกล็ดประกายมุกขนาดไซส์ L และ M นั้น เป็นขนาดที่ยังคงมีลักษณะใกล้เคียงกับแผ่นกลิตเตอร์ และผงชิมเมอร์ที่วางขายตามท้องตลาด อีกทั้งยังมีการต่อยอดเกล็ดประกายมุกสู่ผลิตภัณฑ์สีเกล็ดมุก ซึ่งมีคุณสมบัติเป็นสีกวอช (Gouache) สำหรับการเรียนการสอนในวิชาศิลปศึกษา โดยคณาจารย์ภาควิชาศิลปศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยจึงสันนิษฐานในเบื้องต้นว่าเกล็ดประกายมุกขนาดไซส์ L และ M สามารถนำมาพัฒนาให้อยู่ในรูปแบบของสีเพนท์ผ้าได้ เช่นเดียวกับสีกวอชเกล็ดมุก มีวิธีการทดลองดังนี้

- 3.3.1 สีเพนท์ผ้า + เกล็ดประกายมุก อัตราส่วน 70:30
- 3.3.2 สีเพนท์ผ้า + เกล็ดประกายมุก อัตราส่วน 50:50
- 3.3.3 สีเพนท์ผ้า + เกล็ดประกายมุก อัตราส่วน 40:60
- 3.3.4 สีเพนท์ผ้า + เกล็ดประกายมุก + น้ำยาเคลือบเล็บ อัตราส่วน 70:20:10
- 3.3.5 สีเพนท์ผ้า + เกล็ดประกายมุก + น้ำยาเคลือบเล็บ อัตราส่วน 50:30:20

### 3.3.6 สีเพนท์ผ้า + เกล็ดประกายมุก + น้ำยาเคลือบเล็บ อัตราส่วน 40:50:10

## 3.4 การทดลองทำผ้าสักหลาดจากเกล็ดประกายมุก

การทำผ้าสักหลาดอย่างง่าย (Wet Felting) สามารถทำได้ในพื้นที่จำกัด ใช้อุปกรณ์จำนวนไม่มาก และมีขั้นตอนไม่ซับซ้อน ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าในขั้นตอนหนึ่งของการทำผ้าสักหลาดที่น่าสนใจคือ การวางขนสัตว์เทียมทับซ้อนกันในทิศทางตรงกันข้ามสลับไปมาเพื่อสร้างพื้นผิว และความหนาแน่นของผ้า ในขั้นตอนดังกล่าว หากนำเกล็ดประกายมุกขนาดไซส์ L และ M โรยลงไปในแต่ละชั้นจนถึงด้านบนสุด ก่อนจะพรมให้ชุ่มด้วยน้ำอุ่นผสมน้ำสบู่เพื่อม้วน มีความเป็นไปได้ที่จะก่อให้เกิดผ้าสักหลาดที่มีความระยิบระยับของเกล็ดประกายมุกแทรกอยู่ในเนื้อผ้าได้ มีขั้นตอนดังนี้

### 3.4.1 การเตรียมอุปกรณ์สำหรับทำผ้าสักหลาดอย่างง่าย (Wet Felting)

### 3.4.2 การจับข้อเพื่อวางขนสัตว์เทียมแบบสลับทิศทางทีละชั้น

### 3.4.2 การโรยเกล็ดประกายมุกแทรกกลงไปในแต่ละชั้น ขณะวางเรียงกัน

### 3.4.2 การพรมด้วยน้ำอุ่นผสมสบู่เจือจาง

### 3.4.2 การม้วนเพื่อให้เส้นใยติดกันเป็นแผ่น

### 3.4.2 การตากผ้าสักหลาดให้แห้งสนิท

## 3.5 การทดลองสกรีนด้วยเกล็ดประกายมุก

การทำบล็อกสกรีน (Block Screen) เป็นวิธีที่ได้รับความนิยมอย่างมากในอุตสาหกรรมสิ่งทอสำหรับการผลิตเสื้อสกรีน ผ่านการทำบล็อกทรงสี่เหลี่ยมเพื่อทำการสกรีนสีลงบนลวดลายตามที่ต้องการ ออกแบบไว้ได้อย่างหลากหลาย หนึ่งในนั้นคือการทำสกรีนสีกากเพชร ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานเบื้องต้นว่า เกล็ดประกายมุกขนาดไซส์ M แล S มีความเป็นไปได้ที่จะสามารถเทียบเคียงกับกระบวนการทำสกรีนสีกากเพชร เพราะมีความละเอียดและให้คุณสมบัติเชิงแสงที่ระยิบระยับคล้ายกัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อขอความอนุเคราะห์จาก บริษัท 90 การพิมพ์ จำกัด ในการทดลองสกรีนสีจากเกล็ดประกายมุกบนเสื้อโดยมีขั้นตอนดังนี้

### 3.5.1 การออกแบบลวดลาย และสีสำหรับสกรีน

### 3.5.2 การกำหนดขนาดบล็อกสกรีน

### 3.5.3 การสกรีนโดยใช้วิธีโรยเกล็ดประกายมุก แล้วปาดกาวยาง

### 3.5.4 การสกรีนโดยใช้วิธีผสมเกล็ดประกายมุก และกาวเคมี

## 3.6 การทดลองหล่อเรซินด้วยสีจากเกล็ดประกายมุก

การหล่อเรซิน (Resin) นับเป็นวิธีการสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบสามมิติที่ได้รับความนิยมทั้งในงานระดับอุตสาหกรรมไปจนถึงงานฝีมือแบบแฮนด์เมด (Handmade) เพราะสามารถทำได้โดยง่าย ใช้อุปกรณ์น้อย ทั้งยังสามารถผสมให้เกิดสีที่หลากหลายตามความชื่นชอบ ผู้วิจัยจึงตั้งต้นการทดลองจากการทำเรซินอย่างง่ายด้วยการผสมสีเกล็ดประกายมุกกับเรซินบนพิมพ์ซิลิโคน มีขั้นตอนดังนี้

3.6.1 การผสมเรซินด้วยสารตั้งต้น A และ B ในอัตราส่วน 20 : 10

3.6.2 การผสมเกล็ดประกายมุก และผงสีเรซินแต่ละเฉดลงไปในส่วนผสมข้างต้น

3.6.3 การเทส่วนผสมเรซินทั้งหมด ลงบนพิมพ์

3.6.4 การติดตามผลลัพธ์ โดยปล่อยให้แห้งสนิท ก่อนนำออกจากพิมพ์

## ส่วนที่ 4 ข้อมูลสำหรับแนวทางการออกแบบและการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยครั้งนี้ มีเป้าหมายในการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ที่ตอบรับทั้งเรื่องของกระแสแฟชั่นที่ยั่งยืน ในแง่มุมมองของนวัตกรรมเกล็ดประกายมุกจากธรรมชาติ รวมถึงด้านแฟชั่นไร้เพศ อันมีกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มเฟมบอย (Femboy) ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มของผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQIA+) ร่วมกันกับการออกแบบภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ ทั้งนี้ มีขั้นตอนในการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

### 4.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า (Upcycle)

- การศึกษาหลักการของการออกแบบภายใต้แนวคิดแฟชั่นที่ยั่งยืน (Sustainable Fashion) รวมถึงการออกแบบหมุนเวียน (Circular Design Thinking)
- การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมเกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่ สู่การแปรรูปต่อยอดผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ

### 4.2 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์

- ศึกษาารูปแบบของเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์
- ศึกษาประวัติศาสตร์ทางแฟชั่นเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในคริสต์ศตวรรษที่ 20

#### 4.3 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย

- ศึกษาแนวคิดกระแสแฟชั่นไร้เพศ (Genderless Fashion)
- ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเฟมบอย (Femboy)
- ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเซนเนียล (Zennials)

#### 4.4 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)

- ศึกษานิยามของแคมป์ (Camp)
- ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสุนทรียศาสตร์แคมป์
- ศึกษาและวิเคราะห์ผลงานศิลปะที่เกี่ยวข้องกับสุนทรียศาสตร์แคมป์

### ส่วนที่ 5 การสรุปแนวทางการออกแบบ

จากการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเฟมบอย (Femboy) จำนวน 50 คน ผู้วิจัยได้แปลงชุดข้อมูลจากแบบสอบถามเข้าสู่กระบวนการคำนวณทางคณิตศาสตร์สถิติเพื่อใช้หาค่าเฉลี่ย รวมถึงวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการหาทิศทางขององค์ประกอบทางการออกแบบในการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบของงานวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

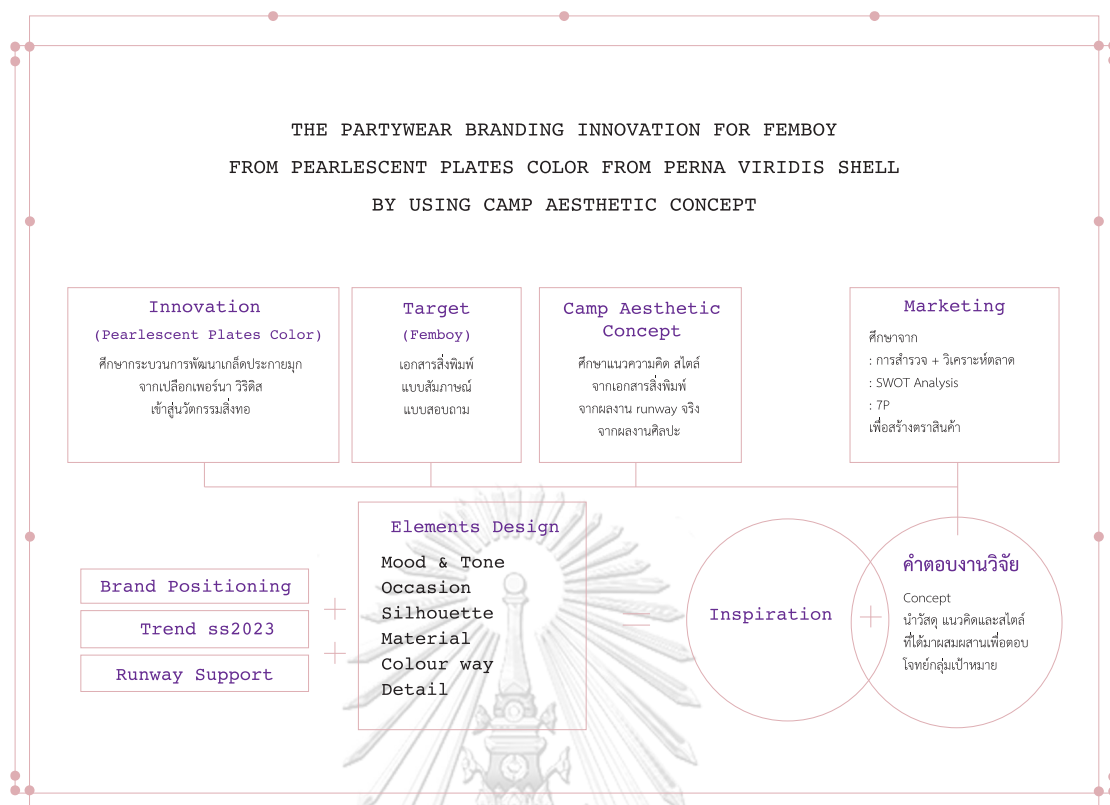
#### 5.1 สรุปแนวทางการออกแบบจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

#### 5.2 สรุปพฤติกรรมและความสนใจในด้านแฟชั่นของกลุ่มเป้าหมาย

#### 5.3 สรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเปลือกหอยแมลงภู่นิวทริทอมสิ่งทอ

### ส่วนที่ 6 การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ด้วยนวัตกรรมสีเคลือบประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส ภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเฟมบอย ที่อายุระหว่าง 24 – 29 ปี จัดอยู่ในช่วงวัยของกลุ่มเซนเนียล (Zennials) อาศัยในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ให้ความสนใจในด้านแฟชั่น ตลอดจนเสริมภาพทางการแสดงออกทางเพศ อนึ่ง การสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบของงานวิจัยมีขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 80 แผนภาพกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบ

จากแผนภาพข้างต้น แสดงกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบของงานวิจัย กล่าวคือ การศึกษาตัวแปรของงานวิจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ นวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุก กลุ่มเป้าหมายเฟมบอย และ แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์สำหรับออกแบบ ร่วมกันกับศึกษา วิเคราะห์ช่องว่างทางการตลาด ของตราสินค้าแฟชั่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกันผ่านหลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) และหลักการส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ทั้งนี้ เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบของงานวิจัย ร่วมกับการหาแรงบันดาลใจในการสร้างคอลเลคชั่นต้นแบบจากการศึกษาตลาดแฟชั่น ภาพรันเวย์ (Runway Support) และข้อมูลแนวโน้มทางแฟชั่นฤดูใบไม้ผลิและฤดูร้อน ค.ศ. 2023 (Spring/Summer 2023) จากองค์กรแฟชั่นเทรนด์ สำหรับการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบของงานวิจัย

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกาย पार्टीแวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) จากสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วีริติส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) เป็นขั้นตอนต่อเนื่องภายหลังการศึกษาและรวบรวมข้อมูล แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางองค์ประกอบทางการออกแบบ

ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยในบทที่ 4 สามารถแบ่งเนื้อหาการวิเคราะห์ออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม

- 1.1 ข้อมูลด้านการนำวัสดุเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Upcycle)
- 1.2 ข้อมูลด้านเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วีริติส (Perna viridis)
- 1.3 ข้อมูลด้านเครื่องแต่งกาย पार्टीแวร์ (Party Wear)
- 1.4 ข้อมูลด้านกลุ่มเฟมบอย (Femboy)
- 1.5 ข้อมูลด้านแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)
- 1.6 สรุปการวิเคราะห์องค์ประกอบข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม

#### ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย
- 2.2 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกาย पार्टीแวร์
- 2.3 ความสนใจในกระแสแฟชั่น
- 2.4 ทิศนคติของกลุ่มเป้าหมายต่อแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์

#### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านแนวคิดการออกแบบ

### 3.1 องค์ประกอบการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์ผลงานศิลปะภายใต้แนวคิด สุนทรียศาสตร์แคมป์

#### ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดสินค้าแฟชั่นสำหรับเฟมบอย (Femboy) ในตลาด

##### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือเปเปอร์ดอล ดาต้า เซ็ต (Paper Doll Data set)

#### ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล 7P's และ SWOT ของตราสินค้าคู่แข่ง

- 5.1 ตราสินค้า มูแกลร์ (Mugler)
- 5.2 ตราสินค้า ลูดาวิก เดอ แซงค์ ซานอง (Ludovic de Saint Sernin)
- 5.3 ตราสินค้า ดิออน ลี (Dion Lee)
- 5.4 ตราสินค้า ไฮดี ซีเคร็ต (Heidi's Secret)
- 5.5 สรุปการวิเคราะห์การศึกษาตราสินค้าคู่แข่งทางการตลาด

#### ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ทางการตลาดตราสินค้าของผู้วิจัย

- 6.1 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ 7P's
- 6.2 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ SWOT Analysis

#### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม

กระบวนการทบทวนวรรณกรรม เป็นกระบวนการหนึ่งของงานวิจัยที่ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหางานวิจัยอย่างครอบคลุม ทั้งในด้านของหลักการนำวัสดุเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Upcycle) ด้านนวัตกรรมการต่อยอดผลิตภัณฑ์เกสต์ประกายมาจากเปลือกเพอร์นา วีริดีส (Perna viridis) ด้านเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ ตลอดจนแนวคิดในด้านสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) จากขั้นตอนการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว ผู้วิจัยได้เรียบเรียง และวิเคราะห์เนื้อหาได้ดังต่อไปนี้



### 1.1 ข้อมูลด้านการนำวัสดุเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Upcycle)

จากการศึกษาแนวคิดการออกแบบตามกระแสแฟชั่นยั่งยืน (Sustainable Fashion) นั้น วิเคราะห์ได้ความว่า แฟชั่นยั่งยืน คือ แฟชั่นที่มุ่งเน้นการออกแบบที่คำนึงถึงผลกระทบต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ทั้งในทรัพยากรมนุษย์ และทรัพยากรธรรมชาติ เป็นกระแสแฟชั่นหลักที่ทุกฝ่ายให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบัน สืบเนื่องจากปัญหาสังคมของอุตสาหกรรมแฟชั่นที่มีมาอย่างยาวนานในการสร้างมลภาวะจำนวนมากให้กับสิ่งแวดล้อม แฟชั่นยั่งยืนจึงเป็นแนวทางใหม่ที่สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสอดคล้องกับหลักการออกแบบหมุนเวียน หรือ Circular Design Thinking ที่กล่าวถึง หลักการออกแบบที่ตระหนักความเชื่อมโยง 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการออกแบบที่ก่อให้เกิดวัฏจักรหมุนเวียน อันก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกมิติ

แนวทางของแฟชั่นยั่งยืนนั้น มีหลากหลายรูปแบบที่เปิดโอกาสให้เหล่านักออกแบบแฟชั่นได้เปิดกรอบความคิดของตนให้กว้างและสร้างสรรค์ยิ่งขึ้น ผมนวกเข้ากับแนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืน หนึ่งในแนวทางที่ได้รับความนิยมคือ การนำวัสดุเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Upcycle) กล่าวคือ เป็นการนำวัสดุที่เหลือใช้หลากชนิด มาผ่านกระบวนการแปรรูปเพื่อเปลี่ยนลักษณะจำเพาะ และยกระดับให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่ามากยิ่งขึ้น ดังเช่น การทำเครื่องแต่งกายจากเส้นใยขวดพลาสติกเหลือใช้ การทำเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์จากถุงปูนซีเมนต์ เป็นต้น

สรุปได้ความว่า การออกแบบนวัตกรรมของงานวิจัยในครั้งนี้ที่มุ่งพัฒนาแนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์จากเปลือกเพอร์นา วีริดิส อันเป็นผลิตภัณฑ์ตั้งต้นจากขยะเปลือกหอยเหลือทิ้งในชุมชน นำมาต่อยอดเพิ่มมูลค่าสู่นวัตกรรมสิ่งทอ ถือเป็น การออกแบบภายใต้หลักการแฟชั่นยั่งยืนในรูปแบบของการนำวัสดุเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Upcycle) รวมถึงการออกแบบภายใต้แนวคิดหลักการออกแบบหมุนเวียน (Circular Design Thinking) ด้วยเช่นกัน

### 1.2 ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์จากเปลือกเพอร์นา วีริดิส (Perna viridis)

ผลิตภัณฑ์จากเปลือกเพอร์นา วีริดิส (Perna viridis) หรือเปลือกหอยแมลงภู่มะนาวในเอเชีย (Asian Green Mussel) นับเป็นนวัตกรรมที่มุ่งพัฒนาแนวทางในการกำจัดขยะเปลือกหอยในพื้นที่ชุมชนแคะเปลือกหอย ต.แหลมใหญ่ อ.เมือง จ.สมุทรสงคราม ซึ่งเป็นแหล่งปลุกสัตว์หอยแมลงภู่มะนาว

สำหรับจำหน่าย โดยเป็นผลงานวิจัยจากคณาจารย์ ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการคิดค้นกระบวนการแปรรูปทางเคมี เพื่อสลายโครงสร้างโปรตีนของเปลือกหอย ที่มีคุณสมบัติเชิงแสงเช่นเดียวกับหอยมุก ให้กลายเป็นเกล็ดประกายมุกที่ปลอดสารไมกา (Mica) อันนำไปสู่ผลิตภัณฑ์ตั้งต้นในการต่อยอดสู่แนวทางที่หลากหลาย

ในการลงพื้นที่ ณ หน่วยปฏิบัติการวิจัยอุปกรณ์รับรู้ (Sensor Research Unit) ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตลอดจนการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์อันดียิ่ง ในการผลิตเกล็ดประกายมุกเพื่อใช้สำหรับงานวิจัยในการเพิ่มมูลค่าเกล็ดประกายมุกสู่อุตสาหกรรมสิ่งทอ รวมถึงการค้นคว้า ทดลองแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการแปรรูปสิ่งทอ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เรียบเรียงการวิเคราะห์ได้ดังนี้

### 1.2.1 คุณสมบัติเบื้องต้นของเกล็ดประกายมุก

ในการทดลองคุณสมบัติเบื้องต้นของเกล็ดประกายมุกนั้น เป็นการตรวจสอบเบื้องต้นเพื่อใช้กำหนดแนวทางในการพัฒนาสู่วัตถุกรรมสิ่งทอที่เหมาะสมกับการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากศาสตราจารย์ ดร.สนอง เอกสิทธิ์ และคุณเบญจวรรณ สังข์พะบุไซดี เจ้าหน้าที่จากหน่วยปฏิบัติการวิจัยอุปกรณ์รับรู้ (Sensor Research Unit) ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการผลิตเกล็ดประกายมุกสำหรับงานวิจัยครั้งนี้

โดยทั่วไป ในกระบวนการผลิตเกล็ดประกายมุกในหนึ่งครั้ง จะได้ผลผลิตเกล็ดประกายมุกหลายขนาด เกล็ดประกายมุกที่ได้ครั้งนี้ ตั้งต้นจากเปลือกหอยแมลงภู่เหลือทิ้งจากชุมชน ต.แหลมใหญ่ จ.สมุทรสงคราม จำนวน 2 ถัง นำมาผ่านกระบวนการแปรรูปทางเคมีจนได้เกล็ดประกายมุกหลากหลายขนาดประมาณ 20 กิโลกรัม จากนั้นนำมาคัดแยกผ่านตะแกรงร่อน ที่มีหน่วยวัดเป็นเมช (Mesh) โดยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจำแนกเกล็ดประกายมุกที่ได้ออกมาดังนี้

- ขนาด 20 - 30 เมช (L)
- ขนาด 30 - 60 เมช (M)
- ขนาด 60 - 180 เมช (S)
- ขนาด <180 เมช (Nano หรือ ผงมุก)



ภาพที่ 81 เกล็ดประกายมุกขนาดต่าง ๆ สำหรับทดลองวิจัย

เมื่อได้ทำการคัดแยกขนาดแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณสมบัติเบื้องต้นของเกล็ดประกายมุกแต่ละขนาด โดยมีเกณฑ์ในการทดสอบได้แก่ ด้านผิวสัมผัส คุณสมบัติเชิงแสง และการละลายน้ำ ทั้งนี้ เพื่อใช้ในการพิจารณาเบื้องต้นสำหรับการทดลองต่อยอดเพื่อหาแนวทางนวัตกรรมสิ่งทอที่เหมาะสมกับการต่อยอดผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยสรุปผลการทดสอบเบื้องต้นได้ดังนี้

ตารางที่ 20 ตารางแสดงการทดสอบคุณสมบัติเบื้องต้นของเกล็ดประกายมุก

| คุณสมบัติ | ขนาดเกล็ดประกายมุก (Mesh)  |  |   |                                  |
|-----------|--|--|---|----------------------------------|
|           | 20 – 30 (L)  | 30 -60 (M)                                 | 60 -180 (S)                                   | <180 (Nano)                      |
| ผิวสัมผัส | - เป็นแผ่นเกล็ด<br>ขนาดเล็ก<br>- ไม่คม<br>- ผิวสัมผัสหยาบ<br>มากที่สุด | - เม็ดเล็ก ร่วน<br>- คล้ายเม็ดทราย<br>หยาบ | - มีความร่วนสูง<br>- คล้ายเม็ดทราย<br>ละเอียด | - เนียน ละเอียด<br>- คล้ายผงแป้ง |

| คุณสมบัติ        | ขนาดเกล็ดประกายมุก (Mesh)                     |  |  |  |
|------------------|---|--|--|--|
|                  | 20 – 30 (L)                                   | 30 -60 (M)   | 60 -180 (S)  | <180 (Nano)                                    |
| คุณสมบัติเชิงแสง | - สะท้อนประกาย<br>เหลือบมุกมากที่สุด          | - สะท้อนประกาย<br>เหลือบมุกได้ดี<br>- คล้ายแผ่นกลิต<br>เตอร์ (Glitter) | - สะท้อนประกาย<br>เหลือบมุกได้ดี<br>- คล้ายผงกาก<br>เพชร (Shimmer) | - พอมองเห็น<br>ประกายวิบวับได้<br>บ้างเล็กน้อย |
| การละลายน้ำ      | - ไม่ละลายน้ำ<br>- เกล็ดลอยตัว<br>เหนือผิวน้ำ | - ไม่ละลายน้ำ<br>- เกล็ดลอยตัว<br>เหนือผิวน้ำ                          | - ไม่ละลายน้ำ<br>- เกล็ดลอยตัว<br>เหนือผิวน้ำ                      | - ละลายน้ำ<br>- มีประกายลอยตัว<br>เล็กน้อย     |

จากตารางข้างต้น สรุปได้ว่า เกล็ดประกายมุกไซส์ M, S และ Nano นั้นมีอนุภาคความละเอียดที่สูง มีผิวสัมผัสที่ร่วน ละเอียดเป็นผง ในขณะที่เกล็ดไซส์ L นั้นมีผิวสัมผัสที่ค่อนข้างหยาบ เพราะยังคงมีลักษณะเป็นแผ่นเกล็ดขนาดเล็กที่บาง พื้นผิวเรียบ ไม่คม เกล็ดประกายมุกทุกขนาดจึงสามารถนำไปใช้งานต่อยอดได้โดยไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อการบาดผิว

สำหรับคุณสมบัติเชิงแสงอันเป็นหนึ่งในจุดเด่นของเกล็ดประกายมุกนั้น พบว่าไซส์ L, M, และ S นั้นให้คุณสมบัติเชิงแสงได้ดี เมื่อแสงตกกระทบจะก่อให้เกิดประกายระยิบระยับ และสีเหลือบมุก (Pearlescent Color) ทั้งนี้ การสะท้อนประกายของเกล็ดมุกนั้น แปรผันตามขนาดพื้นที่ผิวสัมผัสของเกล็ด หากมีพื้นที่หน้ากว้างให้แสงตกกระทบมาก ก็ก่อให้เกิดการสะท้อนแสงเหลือบมุกได้มากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับกับไซส์ L ที่มีพื้นที่ผิวสัมผัสของแสงมากที่สุด จากนั้นจึงเป็นไซส์ M และ S ตามลำดับ ในขณะเดียวกัน ไซส์ Nano ที่มีอนุภาคละเอียดสูงที่สุดในรูปแบบผงมุกนั้น มีความทึบแสงสูง แต่หากสังเกตโดยละเอียด จะยังคงเห็นประกายระยิบระยับได้บ้างเล็กน้อย

นอกจากนี้ ในการทดสอบคุณสมบัติด้านการละลายน้ำ พบว่า เกล็ดประกายมุกไซส์ L M และ S ไม่ละลายน้ำ เมื่อผสมน้ำแล้วเกล็ดประกายมุกจะลอยตัวเหนือผิวน้ำ และยังคงส่องประกายให้เห็นเมื่อมีแสงตกกระทบ ในขณะที่เกล็ดประกายมุกแบบผงมุก หรือไซส์ Nano เมื่อผสมน้ำแล้วเกิดการละลาย ทำให้เกิดน้ำสีขุ่น หากแต่พอมิประกายระยิบระยับบริเวณผิวน้ำให้พอมองเห็นด้วยตาเปล่าเล็กน้อย

### 1.2.2 กระบวนการทดลองสีเพนท์ผ้า และผ้าสักหลาดจากเกล็ดประกายมุก

กระบวนการทดลองสีเพนท์ผ้า (Fabric Painting) และผ้าสักหลาด (Wet Felting) นั้น เป็นแนวทางหนึ่งที่ใช้ในการทดลองเพื่อค้นหาวิธีการในการต่อยอดเกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่ หรือ เพอร์นา วิริติส สู่นวัตกรรมสิ่งทอ ทั้งนี้ จากผลการทดลองข้างต้นผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

- การทดลองสีเพนท์ผ้า (Fabric Painting) ด้วยเกล็ดประกายมุก

กระบวนการนี้ ผู้วิจัยตั้งต้นมาจากการเทียบเคียงนวัตกรรมสีเกล็ดมุกในรูปแบบของสีกาวช (Gouache) สำหรับงานศิลปะ โดยกำหนดตัวแปรในการทดลองได้แก่ สีเพนท์ผ้า เกล็ดประกายมุก และ น้ำยาเคลือบเล็บ (Top Coat) สำหรับเสริมความติดทนและการกระจายตัวของเกล็ด โดยมีอัตราส่วนในการผสมดังนี้

ตารางที่ 21 ผลการทดลองสีเพนท์ผ้าเกล็ดประกายมุก

| อัตราส่วนในการผสม (ร้อยละ) |                |                 | ผลลัพธ์  |
|----------------------------|----------------|-----------------|--|
| สีเพนท์ผ้า                 | เกล็ดประกายมุก | น้ำยาเคลือบเล็บ |  |
| 70                         | 30             | -               | - เกล็ดกระจายตัวได้น้อย<br>- สะท้อนแสงได้น้อย<br>- ไม่ติดทน                            |
| 50                         | 50             | -               | - เกล็ดกระจายตัวได้ค่อนข้างดี<br>- สะท้อนแสงได้ปานกลาง<br>- ไม่ติดทน                   |
| 40                         | 60             | -               | - เกล็ดกระจายตัวได้ดี<br>- สะท้อนแสงได้ดีมาก<br>- ไม่ติดทน                             |
| 70                         | 20             | 10              | - เกล็ดกระจายตัวได้ดี<br>- สะท้อนแสงได้ดี<br>- เนื้อสีมีความหนืดขึ้น<br>- ติดทนปานกลาง |
| 50                         | 30             | 20              | - เกล็ดกระจายตัวได้ดีมาก<br>- สะท้อนแสงได้ดีมาก<br>- เนื้อสีมีความหนืดค่อนข้างมาก      |

| อัตราส่วนในการผสม (ร้อยละ) |                |                 | ผลลัพธ์   |
|----------------------------|----------------|-----------------|---|
| สีเพนท์ผ้า                 | เกล็ดประกายมุก | น้ำยาเคลือบเล็บ |   |
|                            |                |                 | - ติดทนได้ดี  |
| 40                         | 50             | 10              | - เกล็ดกระจายตัวได้ดีมาก<br>- สะท้อนแสงได้ดี<br>- เนื้อสีมีความหนืด<br>- ติดทนปานกลาง |



ภาพที่ 82 การทดลองสีเพนท์ผ้า (Fabric Painting) ด้วยเกล็ดประกายมุก

- การทำผ้าสักหลาด (Wet Felting) ด้วยเกล็ดประกายมุก

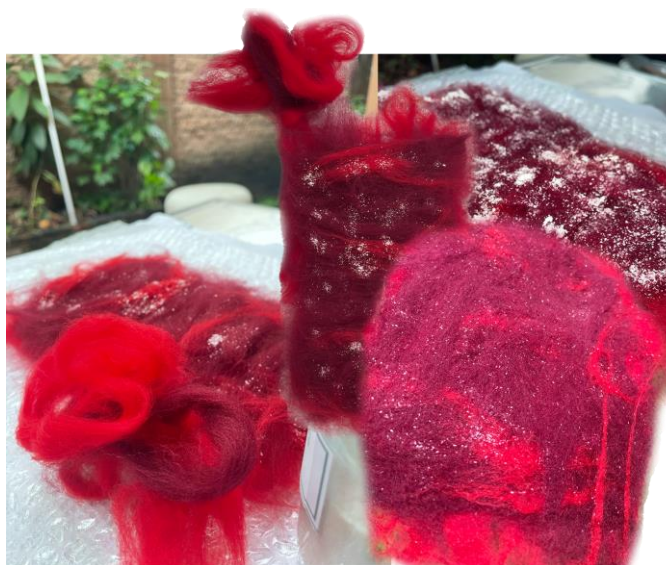
การทำผ้าสักหลาด (Wet Felting) เป็นกระบวนการอย่างง่าย ที่ประหยัดพื้นที่ อุปกรณ์ และเวลา โดยเป็นการใช้อุณหภูมิความร้อน ผสมน้ำสบู่อ่อน เพื่อช่วยยึดติดเส้นใยที่แผ่ติดกันเป็นระนาบ โดยผู้วิจัยได้ทดลองโดยการเพิ่มขึ้นตอนในการโรยเกล็ดประกายมุกเข้าไปในแต่ละชั้นการวางเส้นใย เพื่อก่อให้เกิดผ้าสักหลาดที่มีเกล็ดประกายมุกอยู่ในเนื้อผ้า ทั้งนี้ จากการพิจารณาคูณสมบัติเบื้องต้น ผู้วิจัยจึงเลือกทดลองเพียงขนาดไซส์ L และ M เท่านั้น เพราะ ไซส์ S และ Nano นั้นมีอนุภาคที่ละเอียดมากเกินไป มีผลการทดลองดังนี้

ตารางที่ 22 ผลการทดลองผ้าสักหลาดจากเกล็ดประกายมุก

| ขนาดเกล็ดประกายมุก | ผลลัพธ์  |
|--------------------|--|
| ไซส์ L             | - เกล็ดมุกยึดเกาะเส้นใยได้ดีในบางส่วน<br>- มีบางส่วนหลุดเมื่อถูกผึงให้แห้ง |

| ขนาดเกล็ดประกายมุก | ผลลัพธ์  |
|--------------------|--|
|                    | - ให้ประกายระยิบระยับแทรกอยู่ในเนื้อผ้าในระดับปานกลาง  |
| ไซส์ M             | - เกล็ดมุกส่วนมากไม่สามารถยึดเกาะเส้นใยได้<br>- เกล็ดมุกจำนวนมากหลุดเมื่อถูกผิงให้แห้ง<br>- ให้ประกายระยิบระยับแทรกอยู่ในเนื้อผ้าในระดับน้อย |

จากผลการทดลองทั้งสองวิธีข้างต้น พบว่า เกล็ดประกายมุกยังคงมีข้อจำกัดในแนวทาง ดังกล่าว กล่าวคือ ในด้านการทำสีเพนท์ผ้า นั้น เกล็ดประกายมุกมีข้อจำกัดในเรื่องความติดทนบนผืนผ้า เมื่อแก้ปัญหาด้วยการผสมน้ำยาเคลือบเล็บ (Top Coat) เพื่อช่วยเกาะพื้นผิวให้คงทน พบว่า ทำให้เกิดความติดทนได้ดีขึ้น ช่วยกระจายตัวเกล็ดมุกได้ดี มีประกายเหลือบมุกมากขึ้น เพราะมีพื้นผิวหน้าสัมผัสในการรองรับการตกกระทบของแสงมากยิ่งขึ้น ในทางกลับกัน เมื่อผสมสารดังกล่าวก็ทำให้เนื้อสีเพนท์มีความหนืดในการระบายบนผืนผ้ามากขึ้น รวมถึงเมื่อสีแห้งตัว ก็ก่อให้เกิดผิวสัมผัสบนผืนผ้าที่ขรุขระ และแห้ง ไม่เรียบเนียนสนิทไปกับเนื้อผ้าดังเช่นสีเพนท์ผ้าทั่วไป อนึ่ง ในด้านของการทำผ้าสักหลาดนั้น พบว่า ได้ผลลัพธ์ที่แปลกใหม่ กล่าวคือ ได้ผืนผ้าสักหลาดที่มีประกายวิบวับแทรกอยู่ภายในเนื้อผ้า เป็นเหตุจากการโรยเกล็ดประกายมุกลงไปทีละชั้นในขั้นตอนการวางเส้นใย ก่อนทำการม้วน อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดที่เกิดขึ้นคือ การยึดเกาะเส้นใยของเกล็ดประกายมุกที่ยังมีไม่มากพอ ส่งผลให้เมื่อทำการผิงจนแห้ง มีเกล็ดประกายมุกหลุดร่วงลงมา ขณะที่บางส่วนยังคงยึดเกาะอยู่ในเนื้อผ้าได้ค่อนข้างดี จากผลการทดลองข้างต้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า แนวทางสิ่งทอทั้งสอง ยังคงเป็นแนวทางที่ต้องได้รับการพัฒนาต่อ เพื่อแก้ไขในเรื่องข้อจำกัดที่เกิดขึ้น ตามที่กล่าวข้างต้น






ภาพที่ 83 การทดลองทำผ้าสักหลาด (Wet Felting) ด้วยเกล็ดประกายมุก










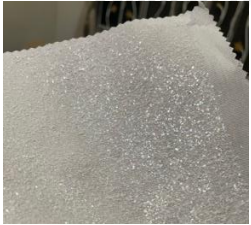


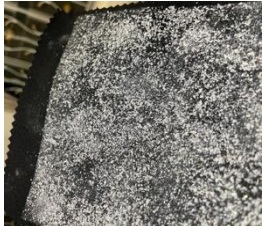
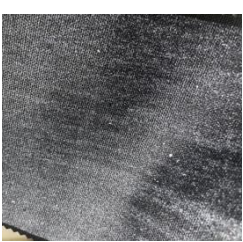

### 1.2.3 กระบวนการสกรีนสีจากเกล็ดประกายมุก

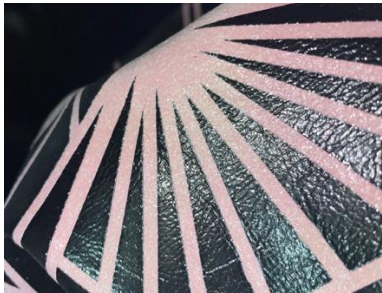
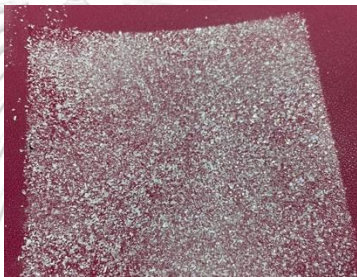
กระบวนการสกรีนสีจากเกล็ดประกายมุก ผ่านการทำบล็อกสกรีน (Block Screen) นั้น เป็นอีกหนึ่งวิธีในการแปรรูปเกล็ดประกายมุกสู่อุตสาหกรรมสิ่งทอ กล่าวคือ การสกรีนสี ถือเป็นหนึ่งในแนวทางในอุตสาหกรรมสิ่งทอที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะสามารถกำหนด ขนาด สี ลวดลาย และวัสดุที่ใช้ได้อย่างหลากหลาย โดยในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากโรงงาน 90 การพิมพ์ และ คุณสุชดา พลธร ในการทดลองสกรีนสีจากเกล็ดประกายมุกบนวัสดุที่มีผิวสัมผัส และ สี ที่แตกต่างกัน ได้ผลจากการทดลองดังนี้

ตารางที่ 23 ผลการทดลองสกรีนสีเกล็ดประกายมุก

| วัสดุ  | ผลลัพธ์  |   |  |
|--------|--|---|--|
|        | L  | M   | S  |
| คอตตอน |  <p>ขาว</p> |  <p>ขาว</p> |  <p>ขาว</p> |



| วัสดุ  | ผลลัพธ์  |   |  |
|--------|--|---|--|
|        | L  | M   | S  |
|        |  <p>ดำ</p>    |  <p>ดำ</p>    |  <p>ดำ</p>    |
| ซาติน  |  <p>ขาว</p>   |  <p>ขาว</p>   |  <p>ขาว</p>   |
|        |  <p>ดำ</p>  |  <p>ดำ</p>  |  <p>ดำ</p>  |
| แคนวาส |  <p>ขาว</p> |  <p>ขาว</p> |  <p>ขาว</p> |
|        |  <p>ดำ</p>  |  <p>ดำ</p>  |  <p>ดำ</p>  |

| วัสดุ    | ผลลัพธ์   |   |   |
|----------|---|---|---|
|          | L   | M | S |
| หนังเงา  |   |   |   |
| หนังด้าน |  |   |   |

#### 1.2.4 กระบวนการหล่อเรซินด้วยสีจากเกล็ดประกายมุก

การหล่อเรซิน (Resin) เป็นวิธีหนึ่งในการสร้างสรรค์ชิ้นงานในรูปแบบสามมิติ ผ่านกระบวนการผสมของเหลวที่ต่างชนิดกัน เพื่อก่อให้เกิดการแข็งตัว การทำเรซินนั้นสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบผลงานได้อย่างหลากหลาย ทั้งการกำหนดรูปร่าง ขนาดของชิ้นงานจากการหล่อพิมพ์เรซิน การกำหนดสี ที่สามารถเลือกใช้ได้ทั้งเรซินใส หรือการเติมสีสำหรับผสมเรซินทั้งสีทึบแสง โปร่งแสง และ เมทัลลิก (Metallic)

ผู้วิจัยเล็งเห็นแนวทางในการต่อยอดเกล็ดประกายมุก เข้าสู่กระบวนการหล่อเรซิน โดยเทียบเคียงจากการทำเรซินด้วยสีเมทัลลิก ที่ให้คุณสมบัติเป็นประกาย ผู้วิจัยจึงได้ตั้งต้นการทดลองจากกระบวนการทำเรซินอย่างง่าย ด้วยพิมพ์ซิลิโคน มีรายละเอียดดังนี้

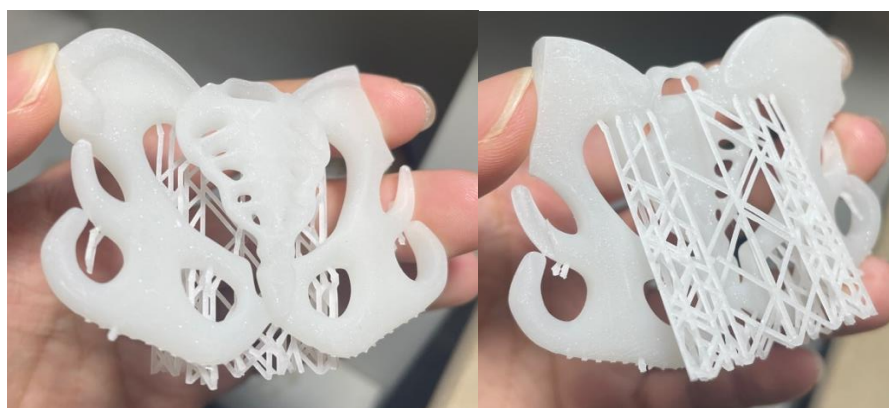
ตารางที่ 24 ผลการทดลองหล่อเรซินด้วยสีเกล็ดประกายมุก

| วัสดุที่ผสมเรซินใส | ผลลัพธ์ |
|--------------------|---------|
| เกล็ดมุก           |         |

| วัสดุที่ผสมเรซินใส | ผลลัพธ์   |
|--------------------|---|
|                    |  <p data-bbox="544 555 1362 595">เรซินชุบชั้นเล็กน้อย เห็นประกายชัดเจน เกล็ดทั้งตัวอยู่ฝั่งล่างมากกว่าลอยตัวด้านบน</p>  |
| เกล็ดมุก + สีดำ    |  <p data-bbox="616 931 1291 972">เกล็ดมุกผสมได้ดีกับผงสีเรซิน สีอ่อนลงเล็กน้อย โดยให้ประกายชัดเจน</p>   |
| เกล็ดมุก + สีขาว   |  <p data-bbox="699 1301 1206 1341">เกล็ดมุกผสมได้ดีกับผงสีเรซิน โดยให้ประกายชัดเจน</p>  |
| เกล็ดมุก + สีทอง   | <p data-bbox="539 1352 1018 1464" style="text-align: center;">จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย<br/>CHULALONGKORN UNIVERSITY</p>  <p data-bbox="699 1659 1206 1700">เกล็ดมุกผสมได้ดีกับผงสีเรซิน โดยให้ประกายชัดเจน</p> |
| เกล็ดมุก + สีฟ้า   |   |



| วัสดุที่ผสมเรซินใส | ผลลัพธ์   |  |
|--------------------|---|--|
|                    |  <p data-bbox="702 627 1204 660">เกล็ดมุกผสมได้ดีกับผงสีเรซิน โดยให้ประกายชัดเจน</p>                                  |  |
| เกล็ดมุก + สีผสม   |  <p data-bbox="526 981 1372 1014">เกล็ดมุกผสมได้ดีกับผงสีเรซิน ให้ประกายชัดเจน แม้จะผสมกับผงสีสองเฉดที่ตรงกันข้าม</p> |  |

จากผลลัพธ์ข้างต้น ผู้วิจัยจึงทดลองต่อยอดด้วยการใช้เทคนิคพิมพ์เรซิน สามมิติ (Resin 3D Printing) ซึ่งเป็นอีกหนึ่งแนวทางการสร้างเรซินสามมิติ แบบไม่ต้องใช้พิมพ์หล่อ มีความละเอียดแม่นยำสูง ผ่านการพิมพ์สามมิติระบบเรซิน SLA Prosumer ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากบริษัท สีน้า แอนด์คราฟท์ จำกัด ในการทดลองพิมพ์ระบบ SLA Prosumer โดยใช้เรซินที่ผสมเกล็ดประกายมุกของงานวิจัย ได้ผลการทดลองดังนี้



ภาพที่ 84 เรซินต้นแบบเมื่อออกจากเครื่องพิมพ์ระบบ SLA Prosumer

ตารางที่ 25 ผลการทดลองพิมพ์สามมิติระบบเรซิน SLA Prosumer ด้วยสีเกล็ดประกายมุก

| ส่วนผสม  | ผลลัพธ์  |
|--|--|
| เรซิน + เกล็ดมุก + สีขาวเมทัลลิก<br>อัตราส่วน 70:20:10 |  <p>เรซินมีความเคลือบเงาทั่วทั้งชิ้น โปร่งแสง เกล็ดประกายมุกผสมได้ดีกับเนื้อสี ให้ประกายที่ชัดเจน แม้อยู่ในที่แสงน้อย</p>                  |
| เรซิน + เกล็ดมุก + สีขาวเมทัลลิก<br>อัตราส่วน 60:20:20 |  <p>เรซินมีความเคลือบเงาในบางมุม มีบางส่วนที่ทึบแสงจากเนื้อสี เกล็ดประกายมุกผสมได้ดีกับเนื้อสี ให้ประกายที่ชัดเจน แม้อยู่ในที่แสงน้อย</p> |

### 1.3 ข้อมูลด้านเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party Wear)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตในการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) อยู่ในรูปแบบสำหรับสวมใส่ในโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ หรือ ปาร์ตี้แวร์ (Partywear) สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินชีวิตของกลุ่มเป้าหมายที่ชื่นชอบบรรยากาศงานเลี้ยงสังสรรค์ที่สนุกสนาน ทั้งนี้ จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมด้านเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์นั้น นับว่าเป็นเครื่องแต่งกายที่มีความเฉพาะตัวสูง สืบเนื่องจากใช้สวมใส่ในโอกาสพิเศษที่หลากหลาย ดังเช่น งานเลี้ยงสังสรรค์ส่งท้ายปี งานมงคลสมรส งานเลี้ยงวันเกิด เป็นต้น ดังนั้น เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์จึงเป็นเครื่องแต่งกายที่มีความหรูหรา มีการ

ประดับตกแต่งที่สวยงาม ประณีต เพื่อเสริมบุคลิกภาพให้แก่ผู้สวมใส่ได้อย่างเฉิดฉายท่ามกลางงานสังสรรค์ที่ต้องพบปะคนจำนวนมากในสังคม

ทั้งนี้ เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์นั้น มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานมาตั้งแต่ครั้งอดีต โดยจากการศึกษาประวัติศาสตร์แฟชั่นในช่วงศตวรรษที่ 20 อันเป็นช่วงสมัยแห่งการเปลี่ยนแปลงทางแฟชั่นที่มีความถี่สูงในทุกช่วงทศวรรษ พบว่า เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์นั้นมีรูปแบบที่เฉพาะตัวทั้งในด้านของโครงสร้างเงา สี วัสดุที่ใช้ ตลอดจนการประดับตกแต่ง ที่มีเอกลักษณ์ในแต่ละยุคสมัย สืบเนื่องจากบริบท และสถานการณ์ทางสังคมในแต่ละช่วงเวลาที่ผ่านมาตามยุคสมัย ดังเช่น เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในยุคทศวรรษ 1920 ที่โดดเด่นในด้านการแต่งกายแบบสาวปีกกล้า หรือ แพลปเปอร์ (Flapper) ที่มีโครงสร้างเงาเฉพาะตัว แตกต่างจากโครงสร้างเงาชุดสตรีในยุคก่อนหน้านั้น โดยสิ้นเชิง มีการประดับตกแต่งด้วยสร้อยไข่มุกหลายเส้น การใช้ลายเส้น ลวดลายเรขาคณิตจากแนวคิดอาร์ตเดโค (Art Deco) รวมถึงการตกแต่งด้วยระย้าบริเวณชายกระโปรงสั้นเพื่อสอดรับกับท่วงทำนองดนตรีแจ๊ส (Jazz) อันเป็นจังหวะดนตรีที่ได้รับความนิยมสูงในงานสังสรรค์ยุคนั้น

อีกตัวอย่างที่ชัดเจนคือ การแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในช่วงทศวรรษ 1970 ยุคสมัยแห่งจังหวะดนตรีแนวดิสโก้ (Disco) ที่ผู้คนต่างนิยมสังสรรค์กันตามสถานบันเทิงยามค่ำคืน ท่ามกลางแสงสีภายในที่ระยิบระยับของลูกบอลดิสโก้ (Disco Ball) ส่งผลให้วัสดุจำพวกกลิตเตอร์ ผงกากเพชร เป็นที่นิยมอย่างมากในเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ เพื่อเสริมความโดดเด่นให้แก่ผู้สวมใส่ในยามที่ไปใช้บริการสถานบันเทิง รวมถึงแนวดนตรีแกลม ร็อก (Glam Rock) ที่โดดเด่นในด้านการใช้สีสันที่จัดจ้าน และการแต่งกายด้วยชุดวิบวับเข้ารูปที่ก้าวข้ามขอบเขตของเพศ ที่มีความสนุกสนาน ล้วนส่งผลให้เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในยุคนี้ไม่จำกัดเพศของผู้สวมใส่มากยิ่งขึ้น

#### 1.4 ข้อมูลด้านกลุ่มเฟมบอย (Femboy)

ในกระแสโลกในปัจจุบัน เพศ มิได้ถูกจำกัดเพียง ชาย หรือ หญิง ตามระบบเพศทวิลักษณ์ (Binary Gender) อีกต่อไป หากแต่ได้รับการนิยามความหมายออกมาในหลากหลายมิติ เพื่อตอบรับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQIA+) ผู้ต้องการเรียกร้องสิทธิและเสรีในการแสดงออกอัตลักษณ์ทางเพศของตนอย่างเท่าเทียม ท่ามกลางความหลากหลายดังกล่าวนี้ กลุ่มเฟมบอย (Femboy) คือหนึ่งในกลุ่มอัตลักษณ์ทางเพศที่อยู่ในขอบเขตของกลุ่มเพศนอนไบนารี

(Non – Binary Gender) กล่าวคือ กลุ่มคนที่ไม่ต้องการระบุอัตลักษณ์ทางเพศของตนอยู่ในกรอบของคำว่า ชาย หรือ หญิง

กลุ่มเฟมบอย หรือ Feminine Boy จึงสื่อถึง กลุ่มเด็กหนุ่มที่มีความรู้สึกนึกคิด พฤติกรรม และพึงพอใจในการแสดงออกทางกายและอารมณ์ที่สื่อถึงถึงความเป็นผู้หญิง (Femininity) โดยส่วนมากมักมีอายุอยู่ในช่วงวัยที่ไม่เกิน 30 ปี ทั้งนี้ สอดคล้องกันกับทฤษฎีของกลุ่มเซเนเนียล (Zennials) อันเป็นกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ที่ได้รับความสนใจอย่างมาก เพราะเซเนเนียล ถือเป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นรอยต่อ (Micro - Generation) ที่อยู่ท่ามกลางระหว่างกลุ่มมิลเลนเนียล (Millennials) และกลุ่มเจนเนอเรชั่น ซี (Generation Z)

เซเนเนียลนั้น คือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปีพ.ศ. 2536 – 2541 หรือเกิดในช่วงระหว่าง 3 ปีสุดท้ายของกลุ่มมิลเลนเนียล และ 3 ปีแรกของกลุ่มเจนเนอเรชั่น ซี ส่งผลให้กลุ่มเซเนเนียลนั้นมีลักษณะนิสัยร่วมกันระหว่างทั้งสองกลุ่มเจนเนอเรชั่น กล่าวคือ ให้ความสนใจกับหน้าที่การงานและบทบาททางสังคม รวมถึงการให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ดังเช่นกลุ่มมิลเลนเนียล ในขณะเดียวกัน เซเนเนียลก็มีความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้โซเชียลมีเดียออนไลน์หลากหลายรูปแบบ เช่น แอปพลิเคชันอินสตาแกรม (Instagram) เพื่อใช้ในการเข้าสังคม และแบ่งปันเรื่องราวในชีวิตประจำวันของตนเองในโลกออนไลน์ เช่นเดียวกันกับกลุ่มเจนเนอเรชั่น ซี นอกจากนี้ ปัจจุบัน กลุ่มเซเนเนียลยังมีพฤติกรรมที่ให้ความสนใจในโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ที่สูง เพราะต้องการมองบรรยากาศความสนุกสนาน เพื่อระบายความอัดอั้นที่สั่งสมมาตลอดระยะเวลาของการแพร่ระบาดของโควิด 19 ได้เดินทางไปพบปะผู้คนที่มีความชื่นชอบคล้ายกัน รวมถึงได้พื้นที่ในการเปิดเผยตัวตนอย่างเสรี

กล่าวโดยสรุปได้ว่า กลุ่มเฟมบอย คือกลุ่มคนที่มีอายุอยู่ในช่วงวัยเซเนเนียล มีเพศสรีระเป็นชาย หากแต่มีความต้องการแสดงออกอัตลักษณ์ทางเพศของตนในทิศทางความเป็นผู้หญิง โดยมีความเป็นตัวของตัวเองสูง กล่าวแสดงออก และต้องการเสรีภาพในด้านความเท่าเทียมทางเพศผ่านการแสดงออกดังเช่น การแต่งกายที่ตรงกันข้ามกับเพศสรีระของตน มีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางหลักในการบอกเล่าเรื่องราวในชีวิตประจำวันของตนอย่างคล่องแคล่ว รวมถึงมีความชื่นชอบในการพบปะสังสรรค์กับเพื่อนในรูปแบบของงานเลี้ยงสังสรรค์ที่สนุกสนาน รื่นเริง

### 1.5 ข้อมูลด้านแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)

แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) มาจากการวิเคราะห์ทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวถึงแนวคิดแคมป์ (Camp) อันเป็นคำศัพท์ที่มีความหมายเฉพาะตัว โดยมีได้หมายถึงการออกไปเข้าค่ายพักแรม หากแต่มีความหมายเชิงลึกในด้านการหลงใหลในความงดงามที่ตรงกันข้ามกับค่านิยมทางสังคม กล่าวคือ การมองหาสิ่งที่ผิดปกติไปจากสายตาของสังคม เพื่อนำมาตีความและแสดงออกอย่างมีเล่ห์เหลี่ยม ผ่านการบอกเล่าในเชิงเสียดสี ประชดประชัน หากแต่ยังคงไว้ซึ่งความสนุกสนาน ทำท่าย ทั้งนี้ ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านแนวคิดแคมป์นั้น ผู้วิจัยจัดประเภทของสุนทรียศาสตร์ในมุมมองของแคมป์ได้ดังนี้

- ความฟุ้งเฟ้อ (Extravagance)

กล่าวถึง ความหลงใหลในสิ่งที่เพ้อฝัน รุ่มรวย ฟุ่มเฟือย เกินกว่าความพอดีที่สังคมกำหนดไว้ ดังเช่น การแต่งกายด้วยชุดราตรีลากยาวที่ประดับจากขนนกทั้งชุด การแสดงออกที่ใหญ่โต เกินจริง

- ความเรอรัมย์ (Decadence)

กล่าวถึง การมองหาความงดงามที่อยู่ตรงข้ามค่านิยมสังคม การทำท่ายต่อสิ่งที่ถูกตีตราว่าเป็นความอนาจาร เปลือย รวมถึงการผิดไปจากเพศสรีระดั้งเดิม เช่น การนำเสนอภาพวาดที่สื่อสัญลักษณ์ทางเพศอย่างน่าพิศวง

จากการแบ่งประเภทของแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์นั้น ผู้วิจัยได้เลือกวิเคราะห์ผลงานของศิลปินทั้งสามท่าน ได้แก่ ออเบอริ์ เบียร์ดสลีย์ (Aubrey Beardsley) เฟลิเซียง ร็อบส์ (Félicien Rops) และ ปรียานาถ จิรัฐฐิติกาล (Naisu.chirat) โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์จากสไตล์ของผลงานที่อยู่ในลักษณะของแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ผลงานศิลปะของศิลปิน ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ศิลปินทั้งสามท่าน มีลักษณะของผลงานอยู่ในมิติสุนทรียศาสตร์แคมป์ในด้านความเรอรัมย์ (Decadence) กล่าวคือ มีการนำเสนอภาพผลงานที่สื่อถึงเรื่องเพศภาวะ การปลดปล่อยอารมณ์ค้นหาทางธรรมชาติของมนุษย์อย่างเปิดเผย และตรงไปตรงมา รวมถึงการบอกเล่าเรื่องราวที่น่าพิศวง หรือผิดไปจากธรรมชาติเพื่อทำท่าย และประชดประชันบรรทัดฐานสังคม ดังเช่น เบียร์ดสลีย์ ที่ตั้งใจนำเสนอภาพตัวละครซาโลเม (Salome) ที่กำลังจุมพิตศีรษะนักบุญอย่างเสนาหา ร็อบส์ ที่นำเสนอภาพสะท้อนค่านิยมสตรีในยุคสมัยนั้น ที่มีกมีแรงปรารถนาสูง ใช้เพศเป็นแรง

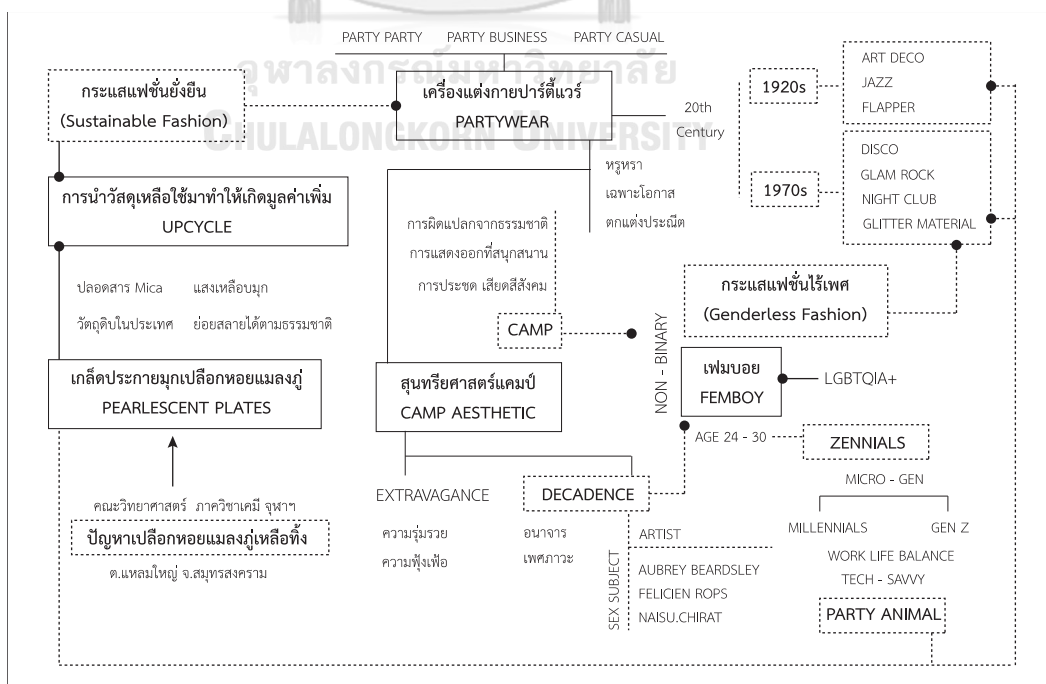


ขับเคลื่อน รวมถึง ปริมาณ ที่นำเสนอภาพอันสิ้นไหลในเพศภาวะ โดยที่ไม่สามารถระบุเพศของเหล่าตัวละครในภาพได้อย่างชัดเจน

อีกประเด็นหนึ่งที่ศิลปินทั้งสามมีส่วนร่วมกันอย่างมีนัยสำคัญ คือ การใช้แนวคิดองค์ประธานทางเพศ (Sex Subject) ซึ่งเป็นการนำเสนอภาพของตัวละคร หรือตัวเอกในภาพที่กำลังอยู่ในสภาวะเรื้อนร่างเปลือยเปล่าอย่างเปิดเผย โดยมีเกรงกลัวต่อสายตาสารณชนที่กำลังจับจ้อง ตรงกันข้ามกับสิ่งที่เรียกว่าวัตถุทางเพศ (Sex Object) ทั้งนี้ เพื่อใช้ภาพเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความคิดของศิลปินที่ต้องการท้าทายค่านิยมทางสังคมในเรื่องของเพศภาวะ อันเป็นหนึ่งในลักษณะสำคัญของแนวคิดแคมป์

### 1.6 สรุปการวิเคราะห์องค์ประกอบข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมทั้งในด้านข้อมูลการนำวัสดุเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Upcycle) ด้านนวัตกรรมเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส (Perna viridis) ด้านเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party Wear) ด้านกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ตลอดจนแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) ผู้วิจัยได้เรียบเรียงผลของการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้สำหรับการสร้างสรรค์ตราสินค้าของงานวิจัยในกระบวนการถัดไป ได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 85 สรุปการวิเคราะห์องค์ประกอบข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม

จากแผนภาพข้างต้น สรุปการวิเคราะห์องค์ประกอบข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม สำหรับงานวิจัยโดยเชื่อมโยงกันอย่างมีสัมพันธ์ภาพ กล่าวคือ การใช้แนวคิดการนำวัสดุเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม หรือ Upcycle อันเป็นหนึ่งในรูปแบบของแนวคิดการออกแบบยั่งยืน มาใช้เป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมสิ่งทอสำหรับงานวิจัย ได้แก่ นวัตกรรมเกล็ดประกายมุกจอกเปลือกเพอร์นา วิริติส หรือ หอยแมลงภู่สายพันธุ์เอเชีย โดยเป็นการนำผลิตภัณฑ์ตั้งต้นที่ได้จากการกำจัดปัญหาขยะเปลือกหอยแมลงภู่เหลือทิ้งในพื้นที่ชุมชน มาผ่านกระบวนการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าสู่ผลิตภัณฑ์ต่อยอดที่หลากหลายด้าน รวมถึงด้านงานอุตสาหกรรมสิ่งทอ

นวัตกรรมเกล็ดประกายมุกดังกล่าว มีลักษณะคล้ายกับแผ่นกลิตเตอร์ (Glitter) และผงกากเพชร (Shimmer) ที่วางจำหน่ายตามท้องตลาด หากแต่มีคุณสมบัติเชิงแสงเหลือบมุกที่เฉพาะตัว และปลอดภัยไม่กา (Mica) ที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย ดังนั้น เกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่จึงถือเป็นทางเลือกใหม่สำหรับการใช้ทดแทนกลิตเตอร์ และกากเพชรสังเคราะห์ ทั้งยังเป็นการลดต้นทุนในการนำเข้าผลิตภัณฑ์เคมีดังกล่าวจากต่างประเทศ เหมาะสำหรับการใช้เป็นองค์ประกอบบนเครื่องแต่งกายในโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ ที่นิยมใช้วัสดุที่มีลักษณะเป็นประกาย ระยิบระยับ

ในแง่มุมมองของโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายงานวิจัย คือกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์การแสดงออกทางเพศที่ตรงกันข้ามกับเพศความเป็นจริง ทั้งนี้ กลุ่มเฟมบอยนั้น จัดอยู่ในช่วงวัยของกลุ่มเซนเนียล (Zennials) อันเป็นกลุ่มเจนเนอเรชันรอยต่อที่มีพฤติกรรมความสนใจในการมองหาความสนุกสนาน รื่นเริง นิยมพบปะสังสรรค์ท่ามกลางบรรยากาศงานสังสรรค์ รวมถึงมีความชำนาญในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการแบ่งปันประสบการณ์ และเรื่องราวในชีวิตประจำวันของตนเอง และกลุ่มเพื่อนได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ กลุ่มเฟมบอย มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) อันเป็นแนวคิดในการออกแบบสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ กล่าวคือ สุนทรียศาสตร์แคมป์ พุดถึงในเรื่องของการมองหาความงามอีกด้านที่ผิดไปจากบรรทัดฐานของสังคม ดังเช่น การแต่งกายข้ามเพศอย่างเสรีของกลุ่มเฟมบอย รวมถึงการเปิดเผยความงามในด้านที่ชวนพิศวง และเต็มไปด้วยเสน่ห์แห่งความเรียมรมย์ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการประชันประชัน และเสียดสีสังคมอย่างมีชั้นเชิง โดยที่ยังคงไว้ซึ่งความสนุกสนาน เต็มเปี่ยมไปด้วยพลัง อีกทั้ง แคมป์ ยังมีความเกี่ยวข้องกับเครื่องแต่งกาย

ปาร์ตี้แวร์ ที่มีกนิยมเสื้อผ้าที่มีการประดับตกแต่งที่หรูหรา รุ่มรวย เพื่อเสริมบุคลิกภาพและความโดดเด่นให้แก่ผู้สวมใส่ได้อย่างเฉิดฉายท่ามกลางงานสังสรรค์

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ผู้เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อนำมาวิเคราะห์ และใช้ประกอบการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายของงานวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มประชากรเป้าหมายสำหรับการทำแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากพฤติกรรมการใช้ชีวิต การแต่งกาย ตลอดจนอัตลักษณ์การแสดงออกทางเพศที่จำกัดอยู่ในนิยามของ เฟมบอย (Femboy) อันหมายถึง กลุ่มคนที่มีเพศสรีระเป็นชาย หากแต่มีความพึงพอใจในการแสดงออกทางร่างกาย และอารมณ์ในทิศทางความเป็นผู้หญิง ทั้งในด้านการแสดงออก การพูด การแสดงอารมณ์ ตลอดจนการแต่งกายที่มักมีการผสมผสานความเป็นผู้หญิงอยู่ในเสื้อผ้า รวมถึงอยู่ในช่วงอายุที่ไม่เกิน 30 ปี หรือในช่วงของกลุ่มเซนเนียล (Zennials)

ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายเฟมบอยจำนวน 50 คน โดยเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร และมีอายุที่จัดอยู่ในกลุ่มเซนเนียล กล่าวคือ 24 – 29 ปี อย่างไรก็ตาม ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 19 (COVID - 19) ผู้วิจัยจึงได้ทำการส่งแบบสอบถามในรูปแบบช่องทางออนไลน์ไปยังกลุ่มเป้าหมายข้างต้น ในการทำแบบสอบถามตามความเป็นจริง โดยมีนำข้อมูลส่วนบุคคลมาเผยแพร่ ผู้วิจัยแบ่งชุดข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามได้ดังนี้

### 2.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

แบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย ใช้ในการเก็บข้อมูลความถี่ทั้งในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 26 สรุปข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

| คำถาม |            | ความถี่ | ร้อยละ |
|-------|------------|---------|--------|
| อายุ  | 18 – 21 ปี | 2       | 4      |
|       | 22 – 25 ปี | 29      | 58     |
|       | 26 – 30 ปี | 19      | 38     |

| คำถาม                   |                        | ความถี่ | ร้อยละ |
|-------------------------|------------------------|---------|--------|
| ระดับการศึกษา           | ศึกษาระดับปริญญาตรี    | 8       | 16     |
|                         | ศึกษาระดับปริญญาโท/เอก | 10      | 20     |
|                         | สำเร็จการศึกษา         | 32      | 64     |
| อาชีพ                   | นิสิต/นักศึกษา         | 9       | 18     |
|                         | พนักงานบริษัท          | 17      | 34     |
|                         | ธุรกิจส่วนตัว          | 8       | 16     |
|                         | รับราชการ              | 1       | 2      |
|                         | อาชีพอิสระ             | 12      | 24     |
|                         | อื่น ๆ                 | 3       | 6      |
| รายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน) | น้อยกว่า 15,000 บาท    | 2       | 4      |
|                         | 15,000 – 20,000 บาท    | 10      | 20     |
|                         | 20,000 – 30,000 บาท    | 21      | 42     |
|                         | 30,000 บาท ขึ้นไป      | 17      | 34     |

จากตารางที่ 26 เป็นการสำรวจข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย คือ กลุ่มเฟมบอย (Femboy) จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 50 คน พบว่า ร้อยละ 58 อยู่ในช่วงอายุ 22 – 25 ปี ร้อยละ 38 อยู่ในช่วงอายุ 26 – 30 ปี และร้อยละ 4 อยู่ในช่วงอายุ 18 – 21 ปี ตามลำดับ ทั้งนี้ พบว่าช่วงวัยที่มากที่สุดสองอันดับแรกจัดอยู่ในช่วง 22 – 30 ปี ซึ่งตรงตามทฤษฎีการศึกษาด้านข้อมูลกลุ่มผู้บริโภคนิยม (Zennials) อันเป็นกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ในช่วงเจนเนอเรชั่นรอยต่อ (Micro - Generation) ในด้านการศึกษา นั้น ร้อยละ 64 สำเร็จการศึกษา ในขณะที่ ร้อยละ 20 ศึกษาต่อในระดับปริญญาโท หรือ ปริญญาเอก และร้อยละ 16 ศึกษาในระดับปริญญาตรี ข้อมูลด้านการประกอบอาชีพพบว่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุดร้อยละ 34 ในขณะที่ ร้อยละ 24 รับอาชีพอิสระ (Freelance) ร้อยละ 18 ยังคงเป็นนิสิต หรือนักศึกษา ร้อยละ 16 ประกอบธุรกิจส่วนตัว ตามลำดับ และร้อยละ 2 ทำอาชีพในสายงานอื่น ได้แก่ รับราชการ นักออกแบบ นักวิทยาศาสตร์กีฬา (Sport Science) สำหรับข้อมูลทั่วไปด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการสำรวจพบว่า ร้อยละ 42 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,000 – 30,000 บาท ร้อยละ 34 มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้น

ไป ร้อยละ 20 อยู่ในช่วง 15,000 – 20,000 บาท และร้อยละ 4 อยู่ในช่วงน้อยกว่า 15,000 บาท ตามลำดับ

## 2.2 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกายสำหรับโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ หรือ ปาร์ตี้แวย์ของกลุ่มเป้าหมาย โดยการเก็บข้อมูลความถี่ทั้งในด้านความสนใจในกิจกรรมงานปาร์ตี้ สไตล์เสื้อผ้าที่ชื่นชอบในการสวมใส่สำหรับโอกาสดังกล่าว ชนิดของผ้า และรายละเอียดตกแต่งบนเครื่องแต่งกาย ตลอดจนความสนใจที่มีต่อการสวมใส่เครื่องแต่งกายที่มีประกายระยิบระยับในงานเลี้ยงสังสรรค์ เพื่อกำหนดแนวทางในการออกแบบสำหรับการแปรรูปเกล็ดประกายมุกสู่นวัตกรรมสิ่งทอ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 27 สรุปข้อมูลด้านพฤติกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์ของกลุ่มเป้าหมาย

| ข้อ | คำถาม  | $\bar{x}$ | S.D.   | ระดับ     |
|-----|--|-----------|--------|-----------|
| 2.1 | ความสนใจในกิจกรรมงานปาร์ตี้  |           |        |           |
|     | (1) ความชื่นชอบในการเข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์                                | 4.36      | 0.8021 | มากที่สุด |
|     | (2) ความถี่ในการเข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์                                    | 3.7       | 1.0738 | มากที่สุด |
|     | (3) ความสนใจในการสวมใส่เสื้อผ้าปาร์ตี้แวย์                                   | 4.4       | 0.6998 | มากที่สุด |
| 2.2 | สไตล์เสื้อผ้าที่ชื่นชอบสำหรับงานปาร์ตี้                                      |           |        |           |
|     | (1) Avant - Garde (ล้ำสมัย ใหญ่ ออกนอกกรอบ)                                  | 2.32      | 1.3005 | ปานกลาง   |
|     | (2) Feminine Vintage (มีความเป็นผู้หญิง + ย้อนยุค)                           | 2.76      | 1.0606 | มาก       |
|     | (3) Sexy & Glitter (ชุดเข้ารูป เซ็กซี่ วิบวับ)                               | 4.14      | 1.1954 | มากที่สุด |
|     | (4) Hyper-Feminine (มีความเป็นผู้หญิง อ่อนหวาน)                              | 1.96      | 0.9249 | น้อย      |
| 2.3 | ชนิดผ้าที่สนใจสำหรับสวมใส่ในโอกาสปาร์ตี้                                     |           |        |           |
|     | (1) ผ้าที่มีลักษณะมันเงา<br>เช่น ผ้าไหมซาติน (Silk Satin) หนัง (Leather)     | 4.32      | 0.5869 | มากที่สุด |
|     | (2) ผ้าเนื้อโปร่ง เบา<br>เช่น ผ้าชีฟอง (Chiffon) ผ้าลูกไม้ (Lace)            | 4.04      | 1.049  | มากที่สุด |
|     | (3) ผ้าที่มีลักษณะเป็นขน นุ่ม<br>เช่น ผ้าสักหลาด (Felt) ผ้ากำมะหยี่ (Velvet) | 2.48      | 1.0349 | ปานกลาง   |
| 2.4 | เทคนิคบนเสื้อผ้าที่สนใจสำหรับสวมใส่ในโอกาสปาร์ตี้                            |           |        |           |

| ข้อ | คำถาม   | $\bar{x}$ | S.D.   | ระดับ     |
|-----|---|-----------|--------|-----------|
|     | (1) การตกแต่งด้วยกลิตเตอร์ (Glitter)  | 4.28      | 0.9484 | มากที่สุด |
|     | (2) การพิมพ์ลวดลายบนผ้า (Screen)  | 3.5       | 0.9948 | มากที่สุด |
|     | (3) การเว้า หรือตัด (Cutout)  | 4.14      | 1.229  | มากที่สุด |
|     | (4) การตกแต่งด้วยขนสัตว์เทียม (Faux Fur)  | 1.72      | 0.7295 | ปานกลาง   |
| 2.5 | ความสนใจของท่านในการสวมใส่เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ มีลักษณะเป็นประกาย ระยิบระยับ | 4.04      | 0.8321 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 27 เป็นการสำรวจข้อมูลด้านพฤติกรรมการเลือกเครื่องแต่งกายสำหรับโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย มีเกณฑ์การวัดระดับคำตอบโดยการกำหนดระดับความถี่ หรือ ความพึงพอใจที่มีต่อประเด็นในคำถาม โดยเลือกจากระดับ 5 (มากที่สุด) ไปจนถึงระดับ 1 (น้อยที่สุด) โดยด้านความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมงานเลี้ยงสังสรรค์นั้นพบว่า ชื่นชอบในโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์อยู่ในระดับมากที่สุด ( $X = 4.36$ ) ในด้านความถี่ในการเข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์นั้นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $X = 3.7$ ) อนึ่ง ในด้านความสนใจในการเลือกเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์นั้นพบว่าให้ความสนใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $X = 4.4$ )

สำหรับข้อมูลพฤติกรรมด้านสไตล์การแต่งกายสำหรับงานสังสรรค์ พบว่า สไตล์อวองการ์ด (Avant - Garde) นั้นมีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $X = 2.32$ ) สไตล์ผสมระหว่างความเป็นผู้หญิงและย้อนยุค (Feminine Vintage) มีความสนใจในระดับมาก ( $X = 2.76$ ) สไตล์ชุดเข้ารูปเป็นประกาย และเซ็กซี่ (Sexy & Glitter) มีความสนใจในระดับมากที่สุด ( $X = 4.14$ ) และสไตล์ที่มีความเป็นผู้หญิงสูง อ่อนหวาน (Hyper - Feminine) มีความสนใจในระดับน้อย ( $X = 1.96$ )

ในด้านการสำรวจพฤติกรรมการเลือกชนิดผ้าสำหรับเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์นั้น ได้พบว่า ผ้าที่มีลักษณะมันเงา เช่น ผ้าไหมซาติน (Silk Satin) หนัง (Leather) มีความสนใจอยู่ใน ระดับมากที่สุด ( $X = 4.32$ ) ผ้าที่มีลักษณะโปร่ง บางเบาเช่น ผ้าชีฟอง (Chiffon) ผ้าลูกไม้ (Lace) มีความสนใจในระดับมากที่สุด ( $X = 4.04$ ) ขณะที่ผ้าที่มีลักษณะเป็นขน นุ่ม เช่น ผ้าสักหลาด (Felt) ผ้ากำมะหยี่ (Velvet) มีความสนใจในระดับปานกลาง ( $X = 2.48$ ) อนึ่ง ด้านเทคนิค รายละเอียดตกแต่งบนเครื่องแต่งกายนั้น พบว่า ความสนใจในการตกแต่งด้วยกลิตเตอร์ (Glitter) อยู่ในระดับมากที่สุด ( $X = 4.28$ )

ส่วนการพิมพ์ลวดลายผ้า (Screen) อยู่ในระดับมากที่สุด ( $X = 3.5$ ) สำหรับด้านการვა หรือ ตัด (Cutout) อยู่ในระดับมากที่สุด ( $X = 4.14$ )

ทั้งนี้ ในด้านความสนใจในการเลือกสวมใส่เครื่องแต่งกายที่มีลักษณะเป็นประกายระยิบระยับ สำหรับโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์นั้น พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในระดับมากที่สุด ( $X = 4.04$ )

### 2.3 ความสนใจในกระแสแฟชั่น

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ข้อมูลด้านความสนใจในกระแสแฟชั่นปัจจุบันของกลุ่มเป้าหมาย โดยการเก็บข้อมูลความถี่ทั้งในด้านความสนใจในด้านกระแสแฟชั่นยั่งยืน (Sustainable Fashion) ด้านแนวคิดการออกแบบหมุนเวียน (Circular Design Thinking) ตลอดจนกระแสแฟชั่นไร้เพศ (Genderless Fashion) อันเป็นตัวแปรในการกำหนดแนวทางในการออกแบบสำหรับเครื่องแต่งกายสำหรับกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 28 สรุปข้อมูลด้านความสนใจในกระแสแฟชั่นของกลุ่มเป้าหมาย

| ข้อ | คำถาม   | $\bar{x}$ | S.D.   | ระดับ     |
|-----|---|-----------|--------|-----------|
| 3.1 | ความสนใจในแฟชั่นยั่งยืน (Sustainable Fashion)                                   |           |        |           |
|     | (1) ความสนใจในแฟชั่นยั่งยืน (Sustainable Fashion)                               | 4.32      | 0.5869 | มากที่สุด |
|     | (2) ความสนใจที่มีต่อวัตรกรรมการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า (Upcycle)        | 3.66      | 0.9391 | มากที่สุด |
|     | (3) ความสนใจที่มีต่อการออกแบบหมุนเวียน (Circular Design Thinking)               | 3.32      | 1.1146 | มาก       |
| 3.2 | ความสนใจในวัตรกรรม Eco - Glitter จากเปลือกหอยแมลงภู่ สำหรับสร้างตราสินค้าแฟชั่น |           |        |           |
|     | ความสนใจในวัตรกรรม Eco - Glitter จากเปลือกหอยแมลงภู่ สำหรับสร้างตราสินค้าแฟชั่น | 4.1       | 0.7071 | มากที่สุด |
| 3.3 | ความสนใจในกระแสแฟชั่นไร้เพศ   |           |        |           |
|     | (1) ความสนใจในกระแสแฟชั่นไร้เพศ (Genderless Fashion)                            | 4.44      | 0.6749 | มากที่สุด |
|     | (2) ท่านเห็นด้วยหรือไม่ กับกระแสแฟชั่นไร้เพศ                                    | 4.66      | 0.5573 | มากที่สุด |
|     | (3) แฟชั่นไร้เพศ = การเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศ                              | 3.96      | 1.049  | มากที่สุด |

จากตารางที่ 28 เป็นการสำรวจข้อมูลด้านความสนใจในกระแสแฟชั่นของกลุ่มเป้าหมาย ใช้เกณฑ์การวัดระดับคำตอบโดยการกำหนดระดับความถี่ หรือ ความพึงพอใจที่มีต่อประเด็นในคำถาม โดยเลือกจากระดับ 5 (มากที่สุด) ไปจนถึงระดับ 1 (น้อยที่สุด) โดยด้านความสนใจในกระแสแฟชั่นยั่งยืน (Sustainable Fashion) นั้นพบว่า มีระดับความสนใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $X = 4.32$ ) ในด้านความสนใจที่มีต่อนวัตกรรมการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า (Upcycle) มีความสนใจในระดับมากที่สุด ( $X = 3.66$ ) ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในนวัตกรรมการนำวัสดุจากเปลือกหอยแมลงภู่มาแปรรูปสู่ผลิตภัณฑ์กิลิตเตอร์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อทดแทนกิลิตเตอร์สังเคราะห์ตามท้องตลาด โดยมีความสนใจในระดับมากที่สุด ( $X = 4.1$ ) นอกจากนี้ จากการสำรวจความสนใจในด้านกระแสแฟชั่นไร้เพศ (Genderless Fashion) ของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า มีความสนใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $X = 4.44$ ) เห็นด้วยกับกระแสแฟชั่นดังกล่าวในระดับมากที่สุด ( $X = 4.66$ )

#### 2.4 ทักษะคิดของกลุ่มเป้าหมายต่อแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์

แบบสอบถามส่วนที่ 4 เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ข้อมูลด้านความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) ของกลุ่มเป้าหมาย โดยการเก็บข้อมูลความถี่ในด้านความสนใจในแนวคิดแคมป์ในมิติด้านสุนทรียศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อกำหนดแนวทางในการออกแบบสำหรับการสร้างสรรค์ตราสินค้าภายใต้แนวคิดดังกล่าว มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 29 สรุปข้อมูลด้านความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ของกลุ่มเป้าหมาย

| ข้อ | คำถาม   | $\bar{x}$ | S.D.   | ระดับ     |
|-----|---|-----------|--------|-----------|
| 4.1 | ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)       |           |        |           |
|     | (1) ความสนใจในแนวคิดแคมป์ (Camp)                          | 4.1       | 0.9091 | มากที่สุด |
|     | (2) ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์:<br>ความพึงพอใจ    | 2.86      | 0.9691 | มาก       |
|     | (3) ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์:<br>ความเจริญรมย์  | 4.12      | 1.1718 | มากที่สุด |
| 4.2 | ความสนใจที่มีต่อการสร้างคอลเลคชันจากแนวคิดแคมป์ (Camp)    |           |        |           |
|     | ความสนใจที่มีต่อการสร้างคอลเลคชันจากแนวคิดแคมป์<br>(Camp) | 4.02      | 0.8912 | มากที่สุด |



|     |   |      |        |           |
|-----|---|------|--------|-----------|
| 4.3 | ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเสื้อผ้าปาร์ตี้แวย์ |      |        |           |
|     | (1) Orientalism   | 2.52 | 1.1647 | มาก       |
|     | (2) Art Deco  | 4.1  | 1.0738 | มากที่สุด |
|     | (3) Surrealism  | 2.72 | 1.1256 | มาก       |
|     | (4) Space Age   | 2.26 | 1.3372 | ปานกลาง   |
|     | (5) Disco & Glam Rock   | 4.18 | 1.1551 | มากที่สุด |
|     | (6) Deconstruction  | 2.66 | 1.3941 | มาก       |

จากตารางที่ 29 เป็นการสำรวจข้อมูลด้านความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) ของกลุ่มเป้าหมาย ใช้เกณฑ์การวัดระดับคำตอบโดยการกำหนดระดับความถี่ หรือ ความพึงพอใจที่มีต่อประเด็นในคำถาม โดยเลือกจากระดับ 5 (มากที่สุด) ไปจนถึงระดับ 1 (น้อยที่สุด) โดยด้านความสนใจในแนวคิดแคมป์ (Camp) นั้นพบว่า มีความสนใจในระดับมากที่สุด ( $X = 4.1$ ) ทั้งนี้เมื่อสัมภาษณ์ถึงรายละเอียดด้านสุนทรียศาสตร์แคมป์จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีความสนใจในมิติด้านความฟุ้งเฟ้อ (Extravagance) ในระดับมาก ( $X = 2.86$ ) ขณะที่ความสนใจในมิติของความเรีงรมย์ (Decadence) อยู่ในระดับมากที่สุด ( $X = 4.12$ ) นอกจากนี้ หากมีการนำแรงบันดาลใจเรื่อง แคมป์ มาใช้ร่วมกับการสร้างสรรค์คอลเลกชันเครื่องแต่งกาย หรือเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างตราสินค้าแฟชั่น พบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในระดับมากที่สุด ( $X = 4.02$ )

นอกจากนี้ ในด้านความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเสื้อผ้าปาร์ตี้แวย์ จากการทบทวนวรรณกรรมในด้านประวัติศาสตร์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์ในทางแฟชั่น พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในแนวคิดออเรียลทอลลิสม์ (Orientalism) ระดับมาก ( $X = 2.52$ ) มีความสนใจในอาร์ตเดโค (Art Deco) ระดับความสนใจมากที่สุด ( $X = 4.1$ ) สนใจในแนวคิดเซอร์เรียลลิสม์ (Surrealism) ระดับมาก ( $X = 2.72$ ) สนใจในแนวคิดยุคอวกาศ (Space Age) ระดับปานกลาง ( $X = 2.26$ ) มีความสนใจในแนวคิดดิสโก้ และแกลมร็อก (Disco & Glam Rock) ในระดับความสนใจมากที่สุด ( $X = 4.18$ ) มีความสนใจในแนวคิดดีคอนสตรัคชัน (Deconstruction) ระดับมาก ( $X = 2.66$ )

กล่าวโดยสรุป จากการสำรวจข้อมูลกลุ่มเฟมบอย (Femboy) อันเป็นกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีอายุจัดอยู่ในช่วง 22 – 30 ปี ซึ่งตรงกับช่วงวัยของกลุ่มเซเนเนียล

(Zennials) มีพฤติกรรมชื่นชอบการใช้ชีวิตในกิจกรรมงานเลี้ยงสังสรรค์ และมีความถนัดในการเข้าร่วมโอกาสสังสรรค์สูง รวมถึงการให้ความสำคัญกับการสวมใส่เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ ที่ต้องการวัสดุที่มีความมันเงา เป็นประกายระยิบระยับ รวมถึงมีการตกแต่งด้วยกลิตเตอร์ (Glitter) ที่ช่วยเสริมประกายของเสื้อผ้าให้โดดเด่นยิ่งขึ้นในบรรยากาศงานสังสรรค์ และการตกแต่งด้วยเทคนิคการเว้า (Cutout) ที่ช่วยเพิ่มความมีมิติ และเซ็กซี่ให้กับผู้สวมใส่ นอกจากนี้ กลุ่มเป้าหมายยังคงให้ความสนใจกับกระแสแฟชั่นทั้งในด้านความยั่งยืน ควบคู่ไปกับการส่งเสริมแฟชั่นไร้เพศ ที่ทุกคนสามารถสวมใส่เสื้อผ้าได้อย่างเสรี โดยมีต้องคำนึงถึงเพศของเสื้อผ้า อนึ่ง ในด้านความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์นั้น พบว่า โดยรวมกลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจกับแนวคิดดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติทางด้านความเรีงรมย์ อันเป็นการเปิดเผยมุมมองแห่งความงามของมนุษย์และธรรมชาติในอีกมุมมองหนึ่ง ที่ผิดแปลกไปจากค่านิยมทางสังคม รวมถึงการให้ความสนใจในด้านการนำมาแนวคิดแคมป์มาใช้ร่วมกับการออกแบบเครื่องแต่งกายทางแฟชั่น โดยให้ความสนใจในสุนทรียศาสตร์รูปแบบอาร์ตเดโค (Art Deco) และ แนวคิดดิสโก้ และแกลมร็อก (Disco & Glam Rock) มากที่สุด

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านแนวคิดการออกแบบ

จากการศึกษาผลงานศิลปะของศิลปินทั้งสามท่าน ได้แก่ ออเบรย์ เบียร์ดสลีย์ (Aubrey Beardsley) เฟลิเซีย ร็อบส์ (Félicien Rops) และ ปรียานา จิรัฐฐิติกาล (Naisu.chirat) อันมีเนื้อหาในการนำเสนองานร่วมกันภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) ซึ่งสามารถรวบรวมและสรุปองค์ประกอบหลักในการออกแบบได้จากการศึกษา ดังนี้

#### 3.1 องค์ประกอบการออกแบบที่ได้จากการวิเคราะห์ผลงานศิลปะภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์

ตารางที่ 30 สรุปองค์ประกอบที่ได้จากแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์

| องค์ประกอบการออกแบบที่ได้จากแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์: ความเรีงรมย์ |                           |                             |                      |                          |                         |
|--|---------------------------|-----------------------------|----------------------|--------------------------|-------------------------|
| แนวคิด<br>(Concept)  | โอกาสสวมใส่<br>(Occasion) | โครงร่างเงา<br>(Silhouette) | วัสดุ<br>(Material)  | สี<br>(Color)            | รายละเอียด<br>(Detail)  |
| - Genderless<br>- Nudity   | - Party Party             | - Bodycon<br>- Loose Form   | - Tulle<br>- Chiffon | - Dark & Vivid<br>- Nude | - Cutout<br>- Asymmetry |

| องค์ประกอบการออกแบบที่ได้จากแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์: ความเรียงมัย |                           |                               |                     |               |  |
|--|---------------------------|-------------------------------|---------------------|---------------|--|
| แนวคิด<br>(Concept)  | โอกาสสวมใส่<br>(Occasion) | โครงร่างเงา<br>(Silhouette)   | วัสดุ<br>(Material) | สี<br>(Color) | รายละเอียด<br>(Detail)                   |
| - Subtle<br>- Flamboyant<br>- Quirky                               |                           | - Curvy Line<br>- Fit & Flare | - Sheer Fabric      | - Pastel      | - Frilled<br>- Pearl Décor<br>- Strapped |

จากตารางข้างต้น สรุปลองค์ประกอบการออกแบบที่ได้จากแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ ในมิติ ความเรียงมัย ได้ดังนี้ แนวคิดทางการออกแบบเน้นที่การนำเสนอถึงความละเอียดอ่อน และไหลลื่น ของเพศภาวะ ร่วมกับการนำเสนอสภาวะเปลือยเปล่าที่มีนัยยะแฝงเชิงกามารมณ์ และความแปลก ประหลาด สามารถตีความโอกาสในการสวมใส่ได้ในรูปแบบของ ปาร์ตี้ - ปาร์ตี้ (Party Party) กล่าวคือ เสื้อผ้าที่มีความพิเศษ และเฉพาะตัวอย่างมากสำหรับโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ ในขณะที่โครง รร่างเงาที่พบในการวิเคราะห์นั้น มีทั้งโครงร่างเงาแบบแนบตัว หรือ Body Conscious ร่วมกับการใช้ เส้นโค้ง มน ในการนำสายตา นอกจากนี้ยังพบโครงร่างเงาแบบหลวม (Loose Form) และโครงร่าง เงาแบบ เข้ารูป - ระบาย (Fit & Flare)

ในด้านวัสดุและสีนั้น พบว่า มีการใช้วัสดุที่มีความโปร่ง เนื้อบาง ดังเช่น ผ้าทูล (Tulle) ผ้า ชิฟอง (Chiffon) ที่ให้เกิดมิติแห่งความพลิ้วไหว มีการใช้สีโทนหลักได้แก่ สีโทนดำเข้ม และจัดจ้าน (Dark & Vivid Color) ที่ให้เนื้อสีที่ชัดเจน สีโทนเนื้อ (Nude Color) และสีโทนอ่อน (Pastel Color) นอกจากนี้ในด้านรายละเอียดตกแต่ง พบว่ามีการใช้เทคนิคการเว้า หรือ ตัด (Cutout) ร่วมกับการ ออกแบบอสมมาตร (Asymmetry) การจับจีบ (Frilled) การใช้สายหนังรัด (Leather Strapped) รวมถึงการตกแต่งด้วยไข่มุก

#### ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดสินค้าแฟชั่นสำหรับเฟมบอย (Femboy) ในตลาด

##### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือเปเปอร์ดอล ดาต้า เซ็ต (Paper Doll Data set)

เปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต (Paper Doll Data Set) เป็นเครื่องมือหนึ่งของกระบวนการวิจัย กล่าวคือ เป็นกระบวนการรวบรวมภาพสไตล์การแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายเฟมบอย (Femboy) ที่มี ลักษณะใกล้เคียงกันตามสถานที่ที่หลากหลายในการใช้ชีวิตประจำวันเช่น ท้องถนน สถาบันเทีจ รวมถึงในงานเลี้ยงสังสรรค์ โดยเป็นภาพที่สะท้อนสไตล์การแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100

ภาพ ทั้งนี้ เพื่อนำภาพรวมที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 86 เปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต รูปที่ 1 - 40

PAPER DOLL DATA SET



41 42 43 44 45 46 47 48 49 50



51 52 53 54 55 56 57 58 59 60

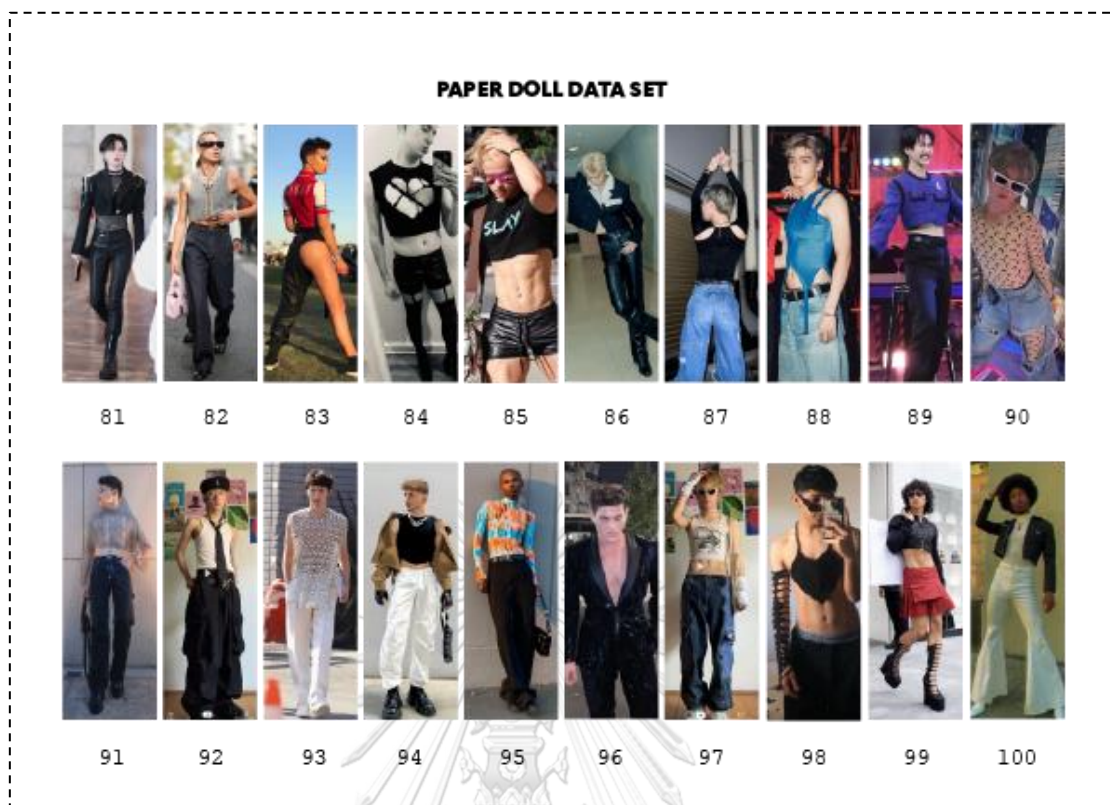


61 62 63 64 65 66 67 68 69 70



71 72 73 74 75 76 77 78 79 80

ภาพที่ 87 เปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต รูปที่ 41 – 80



ภาพที่ 88 เปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต รูปที่ 81 - 100





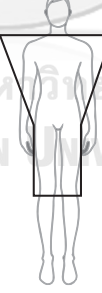

ภาพที่ 89 เปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต

ตารางที่ 31 การวิเคราะห์ทัศนียภาพการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายจากเครื่องมือเปเปอร์ดอล ดาต้า เซ็ต

| การวิเคราะห์ทัศนียภาพและวิธีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน |                               |         |        |
|--|-------------------------------|---------|--------|
| ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย   | ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์    | ความถี่ | ร้อยละ |
| ความยาวโดยรวม  | ระดับสั้นมาก                  | 15      | 15     |
|  | ระดับสั้นเหนือเข่า            | 6       | 6      |
|  | ระดับเข่า                     | 1       | 1      |
|  | ระดับกลางน่อง                 | 0       | 0      |
|  | ระดับข้อเท้า                  | 78      | 78     |
| จำนวนชั้นเสื้อผ้าที่สวมใส่   | 1 ชั้น                        | 4       | 4      |
|  | 2 ชั้น                        | 69      | 69     |
|  | 3 ชั้น                        | 27      | 27     |
|  | 4 ชั้น                        | 0       | 0      |
| <b>ความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ (แยกชั้น)</b>                       |                               |         |        |
| เสื้อ  | ความยาวระดับใต้หน้าอก         | 29      | 37.2   |
|  | ความยาวระดับเอว               | 34      | 43.6   |
|  | ความยาวระดับสะโพก             | 15      | 19.2   |
| เสื้อคลุมตัวนอก  | ความยาวระดับใต้หน้าอก         | 11      | 32.4   |
|  | ความยาวระดับเอว               | 9       | 26.5   |
|  | ความยาวระดับสะโพก             | 13      | 38.2   |
|  | ความยาวระดับเข่า              | 0       | 0      |
|  | ความยาวระดับข้อเท้า           | 1       | 2.9    |
| กระโปรง  | ระดับสั้นมาก (Micro)          | 6       | 54.5   |
|  | ระดับสั้น (Mini)              | 3       | 27.3   |
|  | ระดับปานกลาง (Knee - Length)  | 1       | 9.1    |
|  | ระดับข้อเท้า (Maxi)           | 1       | 9.1    |
| กางเกง   | ระดับสั้นมาก (Micro Shorts)   | 9       | 16.1   |
|  | ระดับสั้น (Shorts)            | 3       | 5.4    |
|  | ระดับปานกลาง (Pedal Pushers)  | 0       | 0      |
|  | ระดับข้อเท้า (Classic Length) | 44      | 78.5   |
| ชุดกระโปรง หรือ กางเกง   | ระดับสั้นมาก (Micro)          | 2       | 40     |



| การวิเคราะห์รสนิยมและวิธีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน |                              |         |        |
|---|------------------------------|---------|--------|
| ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย  | ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์   | ความถี่ | ร้อยละ |
|   | ระดับสั้น (Mini)             | 0       | 0      |
|   | ระดับปานกลาง (Knee - Length) | 1       | 20     |
|   | ระดับข้อเท้า (Maxi)          | 2       | 40     |
| ลักษณะโครงร่างเงาของเสื้อผ้า                                    |                              |         |        |
| เสื้อ   | เข้ารูป                      | 59      | 63.4   |
|   | พอดีตัว                      | 22      | 23.7   |
|   | ตัวหลวม                      | 12      | 12.9   |
| เสื้อคลุมตัวนอก   | เข้ารูป                      | 4       | 11.4   |
|   | พอดีตัว                      | 11      | 31.5   |
|   | ตัวหลวม                      | 20      | 57.1   |
| กระโปรง   | เข้ารูป                      | 7       | 53.9   |
|   | พอดีตัว                      | 5       | 38.4   |
|   | ตัวหลวม                      | 1       | 7.7    |
| กางเกง  | เข้ารูป                      | 17      | 20     |
|   | พอดีตัว                      | 26      | 30.6   |
|   | ตัวหลวม                      | 42      | 49.4   |
| ชุดกระโปรง หรือ กางเกง  | เข้ารูป                      | 3       | 60     |
|   | พอดีตัว                      | 2       | 40     |
|   | ตัวหลวม                      | 0       | 0      |
| ภาพรวมโครงร่างเงา   | เข้ารูป-เข้ารูป              | 7       | 7      |
|   | เข้ารูป-พอดีตัว              | 9       | 9      |
|   | เข้ารูป-ตัวหลวม              | 47      | 47     |
|   | พอดีตัว-เข้ารูป              | 11      | 11     |
|   | พอดีตัว-พอดีตัว              | 7       | 7      |
|   | พอดีตัว-ตัวหลวม              | 7       | 7      |
|   | ตัวหลวม-เข้ารูป              | 5       | 5      |
|   | ตัวหลวม-พอดีตัว              | 4       | 4      |
|   | ตัวหลวม-ตัวหลวม              | 3       | 3      |

| การวิเคราะห์รสนิยมและวิธีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน |   |         |        |
|---|---|---------|--------|
| ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย  | ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์  | ความถี่ | ร้อยละ |
| ภาพรวมรูปแบบโครงสร้างเงา  | I – Line<br>   | 61      | 61     |
|   | Triangle<br>  | 4       | 4      |
|   | Y – Line<br> | 12      | 12     |
|   | Slim Fit<br> | 23      | 23     |

| การวิเคราะห์รสนิยมและวิธีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน |                            |         |        |
|---|----------------------------|---------|--------|
| ภาพรวมลักษณะการแต่งกาย  | ตัวเลือกสำหรับการวิเคราะห์ | ความถี่ | ร้อยละ |
| <b>รายละเอียด: วัสดุ</b>  |                            |         |        |
| ใช้วัสดุที่มันเงา มีประกาย                                      |                            | 52      | 52     |
| ใช้วัสดุที่โปร่ง บาง  |                            | 37      | 37     |
| ใช้วัสดุที่ผิวด้าน ไม่มันเงา                                    |                            | 11      | 11     |
| <b>รายละเอียด: สี</b>   |                            |         |        |
| ใช้สีโทนมเข้ม (Dark Color)                                      |                            | 73      | 73     |
| ใช้สีโทนอ่อน (Pastel Color)                                     |                            | 5       | 5      |
| ใช้สีโทนจัดจ้าน (Vivid Color)                                   |                            | 22      | 22     |
| <b>รายละเอียด: เทคนิคบนเสื้อผ้า</b>                             |                            |         |        |
| มีการประดับตกแต่งบนเสื้อผ้า                                     |                            | 8       | 8      |
| มีการใช้สวดลายบนเสื้อผ้า  |                            | 17      | 17     |
| มีการใช้เทคนิคเว้า หรือตัด (Cutout)                             |                            | 41      | 41     |

ผลจากการสำรวจเปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต (Paper doll data set) อันเป็นกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลรสนิยม และวิธีการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเฟมบอย (Femboy) จำนวน 100 คน สรุปข้อมูลได้ดังนี้

ในด้านความยาวโดยรวม และจำนวนเสื้อผ้าที่สวมใส่นั้น พบว่า ความยาวโดยรวมในระดับข้อเท้าจำนวน 78 ชุด ความยาวโดยรวมในระดับสั้นมากจำนวน 15 ชุด ความยาวโดยรวมในระดับสั้นเหนือเข่าจำนวน 6 ชุด และความยาวโดยรวมในระดับเข่าจำนวน 1 ชุด ทั้งนี้คิดเป็นร้อยละ 78, 15, 6 และ 1 ตามลำดับ อนึ่ง จำนวนชิ้นเสื้อผ้าที่สวมใส่นั้น พบว่า นิยมสวมใส่จำนวน 2 ชิ้น จำนวน 69 ชุด จำนวน 3 ชิ้น จำนวน 27 ชุด และสวมจำนวน 1 ชิ้น จำนวน 4 ชุด คิดเป็นร้อยละ 69, 27 และ 4 ตามลำดับ

ในด้านความยาวของเสื้อผ้าที่สวมใส่ เมื่อพิจารณาแบบแยกชิ้น กล่าวคือ เสื้อผ้าส่วนท่อนบนนั้น พบว่า สวมเสื้อในความยาวระดับเอว จำนวน 34 ชุด ความยาวระดับใต้หน้าอก จำนวน 29 ชุด และความยาวระดับสะโพก จำนวน 15 ชุด คิดเป็นร้อยละ 43.6, 37.2 และ 19.2 ตามลำดับ สวมเสื้อ

คลุมตัวนอกในความยาวระดับสะโพก จำนวน 13 ชุด ความยาวระดับใต้หน้าอก จำนวน 11 ชุด ความยาวระดับเอว จำนวน 9 ชุด และความยาวระดับข้อเท้า จำนวน 1 ชุด คิดเป็นร้อยละ 38.2, 32.4, 26.5 และ 2.9 ตามลำดับ

ขณะที่ เสื้อผ้าส่วนท่อนล่างและชุดกระโปรง หรือ กางเกง พบว่า สวมกระโปรงความยาวระดับสั้นมาก จำนวน 6 ชุด ความยาวระดับสั้น จำนวน 3 ชุด ความยาวระดับปานกลาง และ ระดับข้อเท้า จำนวนอย่างละ 1 ชุด คิดเป็นร้อยละ 54.5, 27.3 และ 9.1 ตามลำดับ สวมกางเกงความยาวระดับข้อเท้า จำนวน 44 ชุด ความยาวระดับสั้นมาก จำนวน 9 ชุด ความยาวระดับสั้น จำนวน 3 ชุด คิดเป็นร้อยละ 78.5, 16.1 และ 5.4 ตามลำดับ นอกจากนี้ สวมชุดกระโปรง หรือ กางเกง ความยาวระดับสั้นมาก และ ระดับข้อเท้า จำนวนอย่างละ 2 ชุด และระดับสั้น จำนวน 1 ชุด คิดเป็นร้อยละ 40 และ 20 ตามลำดับ

ในด้านลักษณะโครงร่างเงาของเสื้อผ้า (Silhouette) นั้น พบว่าโครงร่างเงาของเสื้อมีลักษณะเข้ารูป จำนวน 59 ชุด ลักษณะพอดีตัว จำนวน 22 ชุด และลักษณะตัวหลวม จำนวน 12 ชุด คิดเป็นร้อยละ 63.4, 23.7 และ 12.9 ตามลำดับ เสื้อคลุมตัวนอกมีลักษณะตัวหลวม จำนวน 20 ชุด ลักษณะพอดีตัว จำนวน 11 ชุด และลักษณะเข้ารูป จำนวน 4 ชุด คิดเป็นร้อยละ 57.1, 31.5 และ 11.4 ตามลำดับ กระโปรงมีลักษณะเข้ารูป จำนวน 7 ชุด ลักษณะพอดีตัว จำนวน 5 ชุด และลักษณะตัวหลวม จำนวน 1 ชุด คิดเป็นร้อยละ 53.9, 38.4 และ 7.7 ตามลำดับ กางเกงมีลักษณะตัวหลวม จำนวน 42 ชุด ลักษณะพอดีตัว จำนวน 26 ชุด และลักษณะเข้ารูป จำนวน 17 ชุด คิดเป็นร้อยละ 49.4, 30.6 และ 20 ตามลำดับ รวมถึงชุดกระโปรง หรือ กางเกงมีลักษณะเข้ารูป จำนวน 3 ชุด และลักษณะพอดีตัว จำนวน 2 ชุด คิดเป็นร้อยละ 60 และ 40 ตามลำดับ

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาภาพรวมโครงร่างเงาของเครื่องแต่งกายทั้งชุด พบว่า มีลักษณะแบบเข้ารูป - ตัวหลวม จำนวน 47 ชุด แบบพอดีตัว - เข้ารูป จำนวน 11 ชุด แบบเข้ารูป - พอดีตัว จำนวน 9 ชุด แบบเข้ารูป - เข้ารูป, แบบพอดีตัว - พอดีตัว, และแบบพอดีตัว - ตัวหลวม จำนวนอย่างละ 7 ชุด แบบตัวหลวม - เข้ารูป จำนวน 5 ชุด แบบตัวหลวม - พอดีตัว จำนวน 4 ชุด และแบบ ตัวหลวม - ตัวหลวม จำนวน 3 ชุด คิดเป็นร้อยละ 47, 11, 9, 7, 5, 4 และ 3 ตามลำดับ อนึ่ง ในด้านภาพรวมของรูปแบบโครงร่างเงานั้นพบว่า มีโครงร่างเงาแบบไอ - ไลน์ (I - Line) จำนวน 61 ชุด โครงร่างเงาแบบแนบตัว (Slim Fit) จำนวน 23 ชุด โครงร่างเงาแบบวาย - ไลน์ (Y - Line) จำนวน 12 ชุด และ

โครงร่างเงาแบบสามเหลี่ยม (Triangle) จำนวน 4 ชุด ทั้งนี้ คิดเป็นร้อยละ 61, 23, 12 และ 4 ตามลำดับ

ด้านรายละเอียดบนเสื้อผ้านั้น พบว่า ในด้านการเลือกใช้วัสดุ สวมใส่เครื่องแต่งกายจากวัสดุที่มันเงา เป็นประกายจำนวน 52 ชุด คิดเป็นร้อยละ 52 วัสดุที่มีความโปร่งบางจำนวน 37 ชุด คิดเป็นร้อยละ 37 และวัสดุผิวด้าน ไม่ขึ้นเงาจำนวน 11 ชุด คิดเป็นร้อยละ 11 ด้านการใช้สีนั้น พบว่า สวมใส่เครื่องแต่งกายที่มีสีโทนเข้ม (Dark Color) จำนวน 73 ชุด คิดเป็นร้อยละ 73 สีโทนจัดจ้าน (Vivid Color) จำนวน 22 ชุด คิดเป็นร้อยละ 22 และ สีโทนอ่อน (Pastel Color) จำนวน 5 ชุด คิดเป็นร้อยละ 5 สำหรับด้านเทคนิคนั้น นิยมสวมใส่เครื่องแต่งกายที่ใช้เทคนิคการเว้า หรือตัด (Cutout) จำนวน 41 ชุด คิดเป็นร้อยละ 41 เครื่องแต่งกายที่มีลวดลายบนเสื้อผ้าจำนวน 17 ชุด คิดเป็นร้อยละ 17 และเครื่องแต่งกายที่มีการประดับตกแต่งจำนวน 8 ชุด คิดเป็นร้อยละ 8

#### ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล 7P's และ SWOT ของตราสินค้าคู่แข่ง

งานวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาการสร้างสรรคตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์เพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายเฟมบอย กล่าวคือ ผู้วิจัยได้ศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าแฟชั่น ตลอดจนการสำรวจตลาดสินค้าแฟชั่น เพื่อหาช่องว่างทางการตลาดสำหรับตราสินค้างานวิจัย โดยผู้วิจัยได้ศึกษา และวิเคราะห์ด้วยหลักการส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ร่วมกับหลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) เพื่อสำรวจข้อดี และข้อเสียของตราสินค้าคู่แข่งในตลาดสินค้าที่ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ เพื่อนำผลจากการวิเคราะห์ตลาดคู่แข่งดังกล่าว มาปรับใช้ในการสร้างสรรค์ตราสินค้าให้สมบูรณ์ โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณตราสินค้าคู่แข่งทางการตลาด ดังนี้

- เป็นตราสินค้าแฟชั่นที่อยู่ในตำแหน่งทางการตลาดระหว่าง A – B+ Market
- เป็นตราสินค้าเครื่องแต่งกายบุรุษที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายเฟมบอย
- เป็นตราสินค้าที่มีสไตล์เกี่ยวข้องกับสุนทรียศาสตร์แคมป์: ความเรजरรมย์

#### 5.1 ตราสินค้า มูแกลร์ (Mugler)

# MUGLER

ภาพที่ 90 โลโก้ตราสินค้า มูแกลร์  
ที่มา <https://fashion.mugler.com>

ตราสินค้า มูแกลร์ (Mugler) ก่อตั้งโดย เธียร์รี มูแกลร์ (Thierry Mugler) ในปีค.ศ. 1975 ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส เป็นตราสินค้าแฟชั่นในระดับ A Market มูแกลร์นั้น นับเป็นหนึ่งในนักออกแบบแฟชั่นระดับโลก ที่ได้รับการยกย่องในความสามารถเช่นเดียวกับ ฌอง ปอล โกลตีเยร์ (Jean Paul Gaultier) และ อาซซาดีน อาลาญา (Azzedine Alaïa)

ผลงานการออกแบบของมูแกลร์นั้น เต็มไปด้วยความวิจิตรอลังการของเสื้อผ้า ผสมผสานความเป็นอาร์ต การ์ด ที่มีกาน้ำเสนอรูปแบบเสื้อผ้าที่โดดเด่น น่าพิศวง รวมถึงแนวทางการจัดแฟชั่นโชว์นำเสนอคอลเลคชันที่มีรูปแบบยิ่งใหญ่ สร้างความตื่นตาในทุกครั้ง สืบเนื่องจากความชื่นชอบในศิลปะการแสดงทุกแขนงของมูแกลร์

นอกจากนี้ มูแกลร์ ยังมีจุดเด่นในด้านการใช้แนวคิดกายวิภาคและความคลาสสิก ในการสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้าให้มีความเฉพาะตัว ส่งผลให้เสื้อผ้าของมูแกลร์นั้นมีความซับซ้อนในด้านเทคนิคการตัดเย็บ ทั้งยังเสริมลักษณะทางกายภาพของผู้สวมใส่ให้มีความแปลกใหม่ไปจากเดิมผ่านการใช้ลายเส้นในเสื้อผ้า รวมถึงแนวคิดการสร้างสรรค์คอลเลคชันเครื่องแต่งกายบุรุษ ที่มุ่งนำเสนอเครื่องแต่งกายที่ก้าวข้ามขอบดั้งเดิมของบุรุษเพศ ทั้งผู้หญิงและผู้ชายของมูแกลร์จึงมีรูปร่างเฉพาะตัวที่สะอึดสะออง เอวคอด และไหล่ผายกว้าง



ภาพที่ 91 เครื่องแต่งกายตราสินค้า มูแกลร์

ตารางที่ 32 ตารางการวิเคราะห์ 7P's และ SWOT ตราสินค้า มูแกลร์

| 7P's /<br>SWOT    | มูแกลร์ (Mugler)   |  |  |   |
|-------------------|--|--|--|---|
|                   | จุดแข็ง  | จุดอ่อน  | โอกาส  | ภาวะคุกคาม  |
| สินค้า<br>Product | - เครื่องแต่งกายมีความโดดเด่นเรื่องของหลักกายวิภาค ที่มีความแปลกตา เย้ายวน<br><br>- มีการใช้วัสดุที่หลากหลาย เช่น โลหะ | - สินค้ามีรูปแบบที่เฉพาะตัว อาจทำให้ไม่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายอื่น | - สินค้าตอบโจทย์กับกระแสนิยมของแฟชั่นไร้เพศ ทำให้เป็นที่ต้องการอย่างมากของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม  | - มีตราสินค้าที่มีสไตล์คล้ายกันทั้งในตลาดระดับ A Market และ B+ Market |
| ราคา<br>Price     | - สินค้ามีราคาสูง สอดคล้องกับคุณภาพ และ รายละเอียดตกแต่งบนเสื้อผ้า   | - ราคาที่สูงเกินไปอาจทำให้กลุ่มเป้าหมายอื่นไม่สนใจซื้อ           | - แบนด์เป็นที่รู้จักแบบเฉพาะกลุ่ม โดยเป็นกลุ่ม LGBTQIA+ ที่กำลังเป็นกระแสนิยมต่อยอดในอนาคต และมีกำลังซื้อ<br><br>- เกิดการยอมรับในกระแสแฟชั่นไร้เพศ ผู้ชายสามารถสวมใส่ได้ จึงมีกลุ่มผู้บริโภคที่กำลังซื้อเพิ่มเข้ามา | - ราคาที่สูงส่งผลให้ลูกค้าที่ไม่เข้าใจคุณค่าของผลิตภัณฑ์ไม่สนใจซื้อ   |

| 7P's /<br>SWOT                     | มูแกลร์ (Mugler)  |  |   |   |
|------------------------------------|---|--|---|---|
|                                    | จุดแข็ง   | จุดอ่อน  | โอกาส   | ภาวะคุกคาม  |
| สถานที่<br>Place                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีเครือข่ายการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมทั้งในยุโรป อเมริกา และเอเชีย</li> <li>- จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ SSENSE, NET A PORTER และ ANT/DOTE</li> </ul>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่พบช่องทางจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าประเทศไทย</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้บริโภคทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางช่องทางออนไลน์มากขึ้นจากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- การกระจายสินค้าที่ยังเข้าไม่ถึงในบางทวีป</li> <li>- การระบาดของ COVID-19 ทำให้ ยอดขายผ่านหน้าร้านลดลง</li> </ul>   |
| การส่งเสริม<br>การขาย<br>Promotion | <ul style="list-style-type: none"> <li>- การนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านการโฆษณาและสื่อที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า</li> <li>- การนำเสนอในรูปแบบแฟชั่นโชว์ทั้งบนรันเวย์และออนไลน์</li> <li>- การโปรโมทตามกระแสนิยม Metaverse</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ชัดเจนเกินไปส่งผลให้ลูกค้ากลุ่มใหม่เข้าถึงได้ยาก</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ชัดเจน ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์เฉพาะของแบรนด์ รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลูกค้ากลุ่มอื่นขาดความเข้าใจในคุณค่าสุนทรียศาสตร์ของสินค้า</li> </ul>  |
| บรรจุภัณฑ์<br>Packaging            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์มีการโลโก้รูปดาว ของตราสินค้า</li> <li>- ใช้รีปิ้นส์สีดำตกแต่ง อันเป็นสีประจำตราสินค้า</li> </ul>  |  |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์มีลักษณะซ้ำกับตราสินค้าคู่แข่ง</li> </ul>  |
| ผู้คน<br>People                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กำหนดกลุ่มเป้าหมายของตราสินค้าที่ชัดเจน</li> <li>- สามารถสวมใส่ได้ทั้งเพศชาย หรือ เพศหญิง</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- การจำกัดกรอบของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะทางมากเกินไป ทำให้ไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายอื่น</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นในอนาคต</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่านิยมของสังคมที่มีต่อเรื่องการแสดงออกทางเพศ</li> <li>- ปัญหาการเปิดเผยตัวตน (Coming Out) กับครอบครัว และสังคมที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายบางส่วนยังไม่ตัดสินใจ</li> </ul> |



| 7P's /<br>SWOT                  | มูแกลร์ (Mugler)  |  |   |            |
|---------------------------------|---|--|---|------------|
|                                 | จุดแข็ง   | จุดอ่อน  | โอกาส   | ภาวะคุกคาม |
| สิ่งที่แตกต่าง<br>Purple<br>Cow | - การนำเสนอผลงานการ<br>ออกแบบที่ไร้เพศ โดย<br>แฝงความเซ็กซี่ หวีอหว่า<br>ภายใต้แนวคิดกายวิภาค<br>และความคลาสสิก | - สไตส์งานออกแบบที่<br>เน้นความเซ็กซี่ ง่ายต่อ<br>การลอกเลียนแบบ | - เป็นที่กล่าวถึงในด้าน<br>ภาพลักษณ์การออกแบบ<br>ที่ทำทลายค่านิยมเรื่องเพศ<br>ในสังคม |            |

## 5.2 ตราสินค้า ลูดาวิค เดอ แซงค์ ซานอง (Ludovic de Saint Sernin)



ภาพที่ 92 โลโก้ตราสินค้าลูดาวิค เดอ แซงค์ ซานอง

ที่มา <https://m.facebook.com>

ตราสินค้า ลูดาวิค เดอ แซงค์ ซานอง (Ludovic de Saint Sernin) ตราสินค้าในระดับ A Market สัญชาติฝรั่งเศสที่ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 2017 โดย ลูดาวิค เดอ แซงค์ ซานอง นักออกแบบชาวเบลเยียม ที่เคยมีประสบการณ์เป็นช่างปักชุดให้กับตราสินค้าแฟชั่นชั้นนำสูงอย่าง บัลแมง (Balmain) ในระยะแรกของเส้นทางในสายอาชีพนั้น ลูดาวิคเริ่มต้นจากการเป็นนักออกแบบเครื่องแต่งกายสตรี (Womenswear) ร่วมกับการสั่งสมประสบการณ์การทำงานในท้องเสื้อบัลแมง ที่ขึ้นชื่อในเรื่องของงานออกแบบชุดที่ตัดเย็บอย่างประณีต และรุ่มรวย ทั้งนี้ จากประสบการณ์การทำงานในท้องเสื้อสตรีนั้น จุดประกายความคิดของเขาให้เริ่มเปลี่ยนมาทำเสื้อผ้าที่ผู้ชายสามารถสวมใส่ได้เช่นเดียวกันกับผู้หญิง จึงได้ถือกำเนิดตราสินค้าของตนเองขึ้น

ตราสินค้าของลูดาวิคนั้น เต็มไปด้วยเสน่ห์ที่เ้ายวน หวีอหว่า และร้อนแรงของเพศภาวะ ด้วยทั้งความสั้น และเข้ารูปของชุด รวมถึงการใส่รายละเอียดที่วิจิตร และโปร่งบาง ล้วนช่วยขับเสน่ห์ทางเรือนร่างของผู้สวมใส่ได้เป็นอย่างดี โดยที่ไม่คำนึงถึงเพศสภาพ เพราะตราสินค้ามีอุดมการณ์ที่จะนำเสนอเรื่องราวของแฟชั่นไร้เพศในการสื่อผ่านเสื้อผ้าทุกครั้ง ดังเช่นคอลเลกชันแรกของเขาที่ตั้งชื่อ

ว่า “Coming – of – Age” ที่กล่าวถึงการเปิดเผยตัวตนของตนเอง ซึ่งลูดาวิคต้องการนำเสนอผลงานการออกแบบนี้เพื่อสื่อสารสำคัญถึงกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศที่ต้องการเปิดเผยตัวตนในสังคม ผ่านการเล่าเรื่องราวของเขาบนรันเวย์ที่มีเหล่านายแบบเดินทอตนองอย่างเป็นธรรมชาติ เพราะเขาต้องการให้การนำเสนอที่ใกล้เคียงกับภาพความจริงในสังคมให้ได้มากที่สุด



ภาพที่ 93 เครื่องแต่งกายตราสินค้า ลูดาวิค เดอ แซงค์ ซานอง

ตารางที่ 33 ตารางการวิเคราะห์ 7P's และ SWOT ตราสินค้าลูดาวิค เดอ แซงค์ ซานอง

| 7P's /<br>SWOT    | ลูดาวิค เดอ แซงค์ ซานอง (Ludovic de Saint Sermin)  |   |   |   |
|-------------------|--|---|---|---|
|                   | จุดแข็ง  | จุดอ่อน   | โอกาส   | ภาวะคุกคาม  |
| สินค้า<br>Product | - เครื่องแต่งกายมีความโดดเด่นเรื่องของความ เป็น Unisex ที่มีความ เชื่อกัน เข้ายวน<br><br>- มีการใช้วัสดุที่ หลากหลาย และยังยืนใน การออกแบบ | - สินค้ามีรูปแบบที่ เฉพาะตัว อาจทำให้ไม่ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย อื่น | - สินค้าตอบโจทย์กับ กระแสนิยมของแฟชั่นไร้ เพศ ทำให้เป็นที่ต้องการ อย่างมากของผู้บริโภค เฉพาะกลุ่ม | - มีตราสินค้าที่มีสไตล์ คล้ายกันทั้งในตลาด ระดับ A Market และ B+ Market |

| 7P's /<br>SWOT                        | ลูดาวิค เดอ แซงซ์ ซานอง (Ludovic de Saint Sermin)  |  |  |  |
|---------------------------------------|--|--|--|--|
|                                       | จุดแข็ง  | จุดอ่อน  | โอกาส  | ภาวะคุกคาม   |
| <b>ราคา</b><br>Price                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- สินค้ามีราคาสูง</li> <li>- สอดคล้องกับคุณภาพ</li> <li>- และ รายละเอียดตกแต่งบนเสื้อผ้า</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาที่สูงเกินไปอาจทำให้กลุ่มเป้าหมายอื่นไม่สนใจซื้อ</li> </ul>                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- แบรินด์เป็นที่รู้จักแบบเฉพาะกลุ่ม โดยเป็นกลุ่ม LGBTQIA+ ที่กำลังเป็นกระแสนิยมต่อยอดในอนาคต และมีกำลังซื้อ</li> <li>- เกิดการยอมรับในกระแสแฟชั่นไร้เพศ</li> <li>- ผู้ชายสามารถสวมใส่ได้</li> <li>- จึงมีกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อเพิ่มเข้ามา</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาที่สูงส่งผลให้ลูกค้าที่ไม่เข้าใจคุณค่าของผลิตภัณฑ์ไม่สนใจซื้อ</li> </ul>  |
| <b>สถานที่</b><br>Place               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีเครือข่ายการกระจายสินค้า จำนวน 7 สาขา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อิตาลี ฮองกง และจีน</li> <li>- จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Matches Fashion Men, Matches Fashion Women, SSENSE</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่พบช่องทางจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าประเทศไทย</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้บริโภคทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางช่องทางออนไลน์มากขึ้น</li> <li>- จากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- การกระจายสินค้าที่ยังเข้าไม่ถึงในหลายประเทศ</li> <li>- การระบาดของ COVID-19 ทำให้ ยอดขายผ่านหน้าร้านลดลง</li> </ul> |
| <b>การส่งเสริมการขาย</b><br>Promotion | <ul style="list-style-type: none"> <li>- การนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านการโฆษณาและสื่อที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า</li> <li>- การนำเสนอในรูปแบบแฟชั่นโชว์ทั้งบนรันเวย์และออนไลน์</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ชัดเจนเกินไปส่งผลให้ลูกค้ากลุ่มใหม่เข้าถึงได้ยาก</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ชัดเจน ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์เฉพาะของแบรนด์ รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ลูกค้ากลุ่มอื่นขาดความเข้าใจในคุณค่าสุนทรียศาสตร์ของสินค้า</li> </ul>   |
| <b>บรรจุภัณฑ์</b><br>Packaging        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์มีการใส่ชื่อตัวอักษรโลโก้ LdSS ของตราสินค้า</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์ทำจากกระดาษ ทำให้ง่ายต่อการเสื่อมสภาพ</li> </ul>                          |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- บรรจุภัณฑ์มีลักษณะซ้ำกับตราสินค้าคู่แข่ง</li> </ul>   |

| 7P's /<br>SWOT                  | ลูดาวิค เดอ แซงซ์ ซานอง (Ludovic de Saint Sermin)   |  |  |  |
|---------------------------------|---|--|--|--|
|                                 | จุดแข็ง   | จุดอ่อน  | โอกาส  | ภาวะคุกคาม   |
| ผู้คน<br>People                 | - กำหนดกลุ่มเป้าหมาย<br>ของตราสินค้าที่ชัดเจน<br><br>- สามารถสวมใส่ได้ทั้ง<br>เพศชาย หรือ เพศหญิง           | - การจำกัดกรอบของ<br>กลุ่มเป้าหมายเฉพาะทาง<br>มากเกินไป ทำให้ไม่ได้รับ<br>ความสนใจจาก<br>กลุ่มเป้าหมายอื่น | - กลุ่มเป้าหมายมี<br>แนวโน้มขยายตัวมากขึ้น<br>ในอนาคต                                | - ค่านิยมของสังคมที่มีต่อ<br>เรื่องการแสดงออกทาง<br>เพศ<br><br>- ปัญหาการเปิดเผย<br>ตัวตน (Coming Out)<br>กับครอบครัว และสังคม<br>ที่ทำให้กลุ่มเป้าหมาย<br>บางส่วนยังไม่ตัดสินใจ |
| สิ่งที่แตกต่าง<br>Purple<br>Cow | - การนำเสนอผลงานการ<br>ออกแบบที่ไร้เพศ โดย<br>แฝงความเซ็กซี่ หวีอหว่า<br>อยู่ในความเรียบง่ายของ<br>เสื้อผ้า | - สไตล์งานออกแบบที่<br>เน้นความเซ็กซี่ ง่ายต่อ<br>การลอกเลียนแบบ   | - เป็นที่กล่าวถึงในด้าน<br>ภาพลักษณ์การออกแบบ<br>ที่ทำหายค่านิยมเรื่องเพศ<br>ในสังคม |  |

### 5.3 ตราสินค้า ดิออน ลี (Dion Lee)

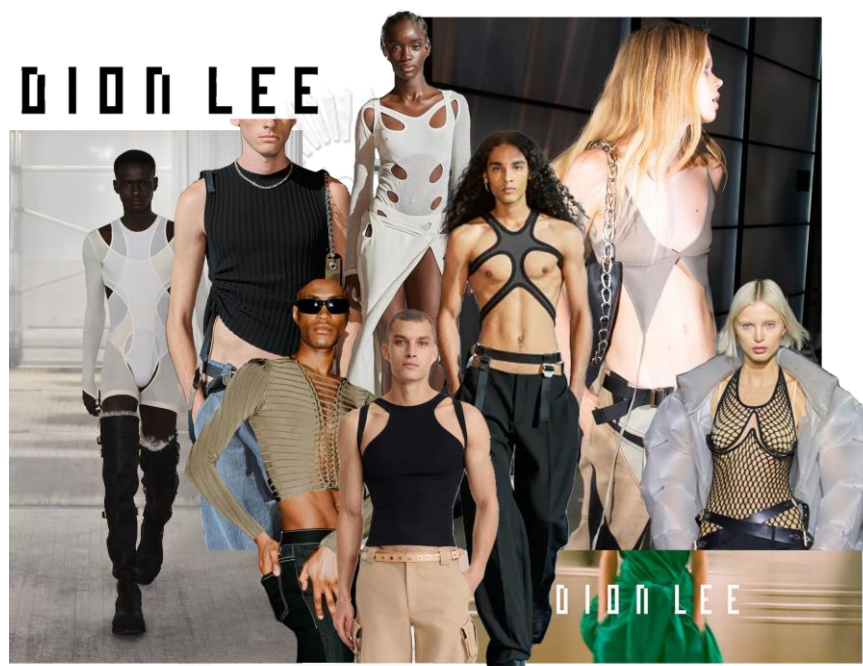
# DION LEE

ภาพที่ 94 โลโก้ตราสินค้าดิออน ลี

ที่มา <https://dionlee.com>

ตราสินค้านี้ระดับ B+ Market สัญชาติออสเตรเลีย เริ่มก่อตั้งในปีค.ศ. 2009 โดย ดิออน ลี (Dion Lee) ลี นับเป็นแฟชั่นดีไซน์เนอร์คนแรกของประเทศออสเตรเลีย ที่ได้รับอนุญาตให้จัดแสดงผลงานการออกแบบเสื้อผ้าในโรงอุปรากรซิดนีย์ (Sydney Opera House) และในปีค.ศ. 2014 ได้ย้ายไปจัดแสดงแบบเสื้อผ้า ณ มหานครนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา อย่างถาวร

ผลงานการออกแบบของลี มีความโดดเด่นในการนำเสนอมุมมองทางเพศที่เร้าร้อน ได้แรงบันดาลใจมาจากอุปกรณ์ของกลุ่มคนเซ็กส์วิตถาร ดังเช่น โช้ แส้ กุญแจมือ หากแต่นำมาตีความใหม่ผ่านโครงร่างเงาของเสื้อผ้าให้มีความแปลกใหม่ ดูเป็นโลกอนาคตมากยิ่งขึ้น รวมถึงเครื่องแต่งกายที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นด้วยรูปทรงที่เข้ารูป สามารถสวมใส่ได้ทั้งเพศชายและหญิง ทลายกรอบกำแพงทางเพศของเสื้อผ้าได้อย่างมีชั้นเชิง



ภาพที่ 95 เครื่องแต่งกายตราสินค้า ดิออน ลี

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 34 ตารางการวิเคราะห์ 7P's และ SWOT ตราสินค้าดิออน ลี

| 7P's /<br>SWOT    | ดิออน ลี (Dion Lee)  |  |  |   |
|-------------------|--|--|--|---|
|                   | จุดแข็ง  | จุดอ่อน  | โอกาส  | ภาวะคุกคาม  |
| สินค้า<br>Product | - เครื่องแต่งกายที่ได้แรงบันดาลใจมาจากเซ็กส์วิตถาร สู่อารตตีความใหม่ร่วมสมัย | - สินค้ามีรูปแบบที่เฉพาะตัวอย่างมาก ส่งผลให้มีความหลากหลายน้อยลงในการเลือกสวมใส่ | - สินค้าตอบโจทย์กับกระแสนิยมของแฟชั่นที่ข้ามขีดจำกัดของเพศสภาพ ทำให้เป็นที่ต้องการอย่างมากของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม | - มีตราสินค้าที่มีสไตล์คล้ายกันทั้งในตลาดระดับ A Market และ B+ Market |

| 7P's /<br>SWOT                 | ดิออน ลี (Dion Lee)   |   |  |   |
|--------------------------------|---|---|--|---|
|                                | จุดแข็ง   | จุดอ่อน   | โอกาส  | ภาวะคุกคาม  |
| ราคา<br>Price                  | - สินค้ามีราคาสูง ซึ่งสอดคล้องกับคุณภาพ และ รายละเอียดตกแต่งบนเสื้อผ้า                          | - ราคาที่สูงเกินไปอาจทำให้กลุ่มเป้าหมายอื่นไม่สนใจซื้อ  | - แบรินด์เป็นที่รู้จักแบบเฉพาะกลุ่ม โดยเป็นกลุ่ม LGBTQIA+ ที่กำลังเป็นกระแสนิยมต่อยอดในอนาคต และมีกำลังซื้อ<br><br>- เกิดการยอมรับในกระแสแฟชั่นที่ไร้ขีดจำกัดทางเพศ ผู้ชายสามารถสวมใส่ได้ จึงมีกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อเพิ่มเข้ามา | - ราคาที่สูงส่งผลให้ลูกค้าที่ไม่เข้าใจคุณค่าของผลิตภัณฑ์ไม่สนใจซื้อ |
| สถานที่<br>Place               | - การจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ของตราสินค้า SSENSE, FARFETCH, Lyst และ Nordstorm | - ช่องทางจัดจำหน่ายแบบหน้าร้านมีน้อย เพราะมีเพียงในประเทศออสเตรเลีย<br><br>- ไม่พบช่องทางจำหน่ายในประเทศไทย | - ผู้คนทำธุรกรรมทางการเงิน การซื้อขายรูปแบบออนไลน์มากขึ้น จากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19   | - การกระจายสินค้าที่ยังเข้าไม่ถึงในหลายประเทศ                       |
| การส่งเสริมการขาย<br>Promotion | - การนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านการโฆษณาและสื่อออนไลน์ที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า               | - ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ชัดเจนเกินไป ส่งผลให้ลูกค้ากลุ่มใหม่เข้าถึงได้ยาก                                 | - ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ชัดเจน ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์เฉพาะของตราสินค้า รวมถึงกลุ่มผู้บริโภค   | - ลูกค้ากลุ่มอื่นขาดความเข้าใจในคุณค่าสุนทรียศาสตร์ของสินค้า        |
| บรรจุภัณฑ์<br>Packaging        | - บรรจุภัณฑ์มีความเรียบง่าย ชัดเจน โดยมีตัวอักษรโลโก้ของตราสินค้า ปักอยู่บนป้าย                 |   | - ผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการถือบรรจุภัณฑ์ที่เห็นได้ชัด  | - บรรจุภัณฑ์มีลักษณะซ้ำกับตราสินค้าคู่แข่ง                          |
| ผู้คน<br>People                | - กำหนดกลุ่มเป้าหมายตราสินค้าที่ชัดเจน  | - การจำกัดกรอบของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะทางมากเกินไป ทำให้ไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายอื่น                  | - กลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นในอนาคต  | - ค่านิยมในบางสังคมที่ยังมีข้อจำกัดเรื่องการแสดงออกทางเพศ           |

| 7P's /<br>SWOT                  | ดิออน ลี (Dion Lee)  |   |   |            |
|---------------------------------|--|---|---|------------|
|                                 | จุดแข็ง  | จุดอ่อน   | โอกาส   | ภาวะคุกคาม |
| สิ่งที่แตกต่าง<br>Purple<br>Cow | - การก้าวข้ามกรอบของ<br>การแต่งกายเพศชายตาม<br>แบบคตินิยม เข้าสู่กิมมิดี<br>หนึ่งของการแต่งกายที่มี<br>เสน่ห์เย้ายวน | - สไตส์งานออกแบบที่มี<br>ความยืดหยุ่น ง่ายต่อการ<br>ลอกเลียนแบบ | - เป็นที่กล่าวถึงในด้าน<br>ภาพลักษณ์การออกแบบ<br>ที่ทำทลายค่านิยมเรื่องเพศ<br>ในสังคม |            |

#### 5.4 ตราสินค้า ไฮดี ซีเคร็ต (Heidi's Secret)

## HEIDI'S SECRET BY. TIMMY

ภาพที่ 96 โลโก้ตราสินค้าไฮดี ซีเคร็ต (Heidi's Secret)

ที่มา <https://www.facebook.com>

ตราสินค้า ไฮดี ซีเคร็ต (Heidi's Secret) ตราสินค้าสัญชาติไทย ในระดับ B Market ก่อตั้งในปีพ.ศ. 2559 โดย คุณธีทัตริชภูมิ นานาจรูญทรัพย์ (ทิมมี่) ผู้เริ่มต้นสั่งสมประสบการณ์สายงานออกแบบจากการทำเสื้อผ้าสตรีขายบริเวณสยามสแควร์ ก่อนปรับรูปแบบตราสินค้าใหม่เพื่อตอบสนองต่อความหลากหลายทางเพศในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

จุดเด่นของตราสินค้า ไฮดี ซีเคร็ต คือ ความไร้เพศของเครื่องแต่งกาย โดยที่ผู้บริโภคสามารถเลือกสวมใส่ได้ตามความพึงพอใจ ทั้งยังสามารถมิกซ์แอนด์แมทช์สินค้าแต่ละชิ้นได้อย่างลงตัว มีเสน่ห์นอกจากความขบถในด้านความไร้เพศของสินค้าแล้วนั้น สินค้ายังไร้ขอบเขตของขนาด หรือ ไส้ ที่เลือกผลิตมาเพียงไซส์เดียวแต่สามารถตอบโจทย์คนที่สวมใส่ได้หลากหลาย ทั้งยังไร้กาลเวลา กล่าวคือเน้นการออกแบบเสื้อผ้าที่สามารถสวมใส่ได้ตลอดเวลา โดยไม่จำเป็นต้องซื้อใหม่ทุกครั้ง



ภาพที่ 97 เครื่องแต่งกายตราสินค้า ไฮดี ซีเคร็ต

ตารางที่ 35 ตารางการวิเคราะห์ 7P's และ SWOT ตราสินค้าไฮดี ซีเคร็ต

| 7P's /<br>SWOT    | ไฮดี ซีเคร็ต (Heidi's Secret)  |  |  |   |
|-------------------|--|--|--|---|
|                   | จุดแข็ง  | จุดอ่อน  | โอกาส  | ภาวะคุกคาม  |
| สินค้า<br>Product | - เครื่องแต่งกายมีความโดดเด่นเรื่องความไร้ขีดจำกัดของเพศภาวะ ไร้ขนาด และไร้กาลเวลา | - สินค้าบางชิ้นมีรูปแบบที่เฉพาะตัวมากไป อาจทำให้กลุ่มเป้าหมายอื่นไม่สนใจ | - สินค้าตอบโจทย์กับกระแสแฟชั่นไร้เพศ ทำให้เป็นที่ต้องการอย่างมากของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม   | - มีตราสินค้าที่มีสไตล์คล้ายกันทั้งในตลาดระดับ A Market และ B+ Market |
| ราคา<br>Price     | - สินค้ามีราคาที่สูงสอดคล้องกับคุณภาพ และรายละเอียดตกแต่งบนเสื้อผ้า                | - ราคาสินค้าบางชิ้นที่สูงเกินไปอาจทำให้กลุ่มเป้าหมายอื่นไม่สนใจซื้อ      | - แบรินด์เป็นที่รู้จักแบบเฉพาะกลุ่ม ซึ่งกำลังเป็นกระแสนิยมต่อยอดในอนาคต และมีกำลังซื้อ<br><br>- เกิดการยอมรับ ในกระแสแฟชั่นไร้เพศ ผู้ชายสามารถสวมใส่ได้ จึงมีกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อเพิ่มเข้ามา | - ราคาที่สูงส่งผลให้ลูกค้าที่ไม่เข้าใจคุณค่าของผลิตภัณฑ์ไม่สนใจซื้อ   |



| 7P's /<br>SWOT                 | ไฮดี ซีเคร็ต (Heidi's Secret)   |  |   |  |
|--------------------------------|---|--|---|--|
|                                | จุดแข็ง   | จุดอ่อน  | โอกาส   | ภาวะคุกคาม   |
| สถานที่<br>Place               | - การจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Heidi-secret.com , Line OA และ Lazada Mall<br><br>- World Wide shipping | - การจำหน่ายผ่านทางหน้าร้านมีเพียง 2 สาขาในประเทศไทยเท่านั้น                           | - ผู้คนทำธุรกรรมทางการเงิน การซื้อขายรูปแบบออนไลน์มากขึ้น จากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19                      | - การกระจายสินค้าที่ยังเข้าไม่ถึงในหลายประเทศ                              |
| การส่งเสริมการขาย<br>Promotion | - การนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านการโฆษณาและสื่อออนไลน์ที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของตราสินค้าและไลฟ์สไตล์ผู้บริโภค        | - ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ชัดเจนเกินไปส่งผลให้ลูกค้ากลุ่มใหม่เข้าถึงได้ยาก             | - ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ชัดเจน ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์เฉพาะของแบรนด์ รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็น Loyal Customer | - ผู้บริโภคกลุ่มอื่น ขาดความเข้าใจในคุณค่าสุนทรียศาสตร์ และแนวคิดของสินค้า |
| บรรจุภัณฑ์<br>Packaging        | - บรรจุภัณฑ์มีความเรียบง่าย ชัดเจน ในการใช้ป้ายตัวอักษรโลโก้<br><br>- ใช้วัสดุที่ทนทาน ใช้ซ้ำได้              |  |   | - บรรจุภัณฑ์มีลักษณะซ้ำกับคู่แข่งทางการตลาด                                |
| ผู้คน<br>People                | - กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน<br><br>- สามารถสวมใส่ได้ทั้งเพศชาย หรือ เพศหญิง                                 | - การจำกัดกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะทางมากเกินไป ทำให้ไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายอื่น | - กลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นในอนาคต   | - ค่านิยมของสังคมที่มีต่อเรื่องการแสดงออกทางเพศ                            |
| สิ่งที่แตกต่าง<br>Purple Cow   | - โดดเด่นในการใช้ความไร้ขอบเขตแทรกอยู่ในทุกส่วนของตราสินค้าทั้งเรื่อง เพศ เวลา ไซส์                           | - สไตล์งานออกแบบเสื้อผ้าบุรุษที่มีความเฟมมินินิตี้ (Femininity) ง่ายต่อการลอกเลียนแบบ  | - เป็นที่กล่าวถึงในด้านภาพลักษณ์การออกแบบที่ตอบโจทย์ทั้งด้านแฟชั่น ไร้เพศและแนวคิดออกแบบยั่งยืน                 |  |

### 5.5 สรุปการวิเคราะห์การศึกษาตราสินค้าคู่แข่งทางการตลาด

จากการสำรวจตราสินค้าคู่แข่งทางการตลาดของงานวิจัย พบว่าตราสินค้าเหล่านี้ล้วนมีจุดยืนที่โดดเด่นในด้านการตอบรับกระแสแฟชั่นไร้เพศ รวมถึงมีสัดส่วนสินค้าภายในร้านที่เหมาะสมกับโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ หรือปาร์ตี้แวร์ค่อนข้างมาก ผู้วิจัยได้นำข้อมูลการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่งทางการตลาดมาทำการสรุปให้เห็นภาพชัดเจนในการศึกษาความเหมือนและแตกต่าง ทั้งนี้ เพื่อใช้ประกอบการสร้างสรรค์ตราสินค้าของงานวิจัย สรุปการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้

ตารางที่ 36 สรุปการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่งทางการตลาดด้วยหลักการ 7P's

| 7P's / ตราสินค้า         | มูแกลร์ (Mugler)   | ลูดาวิก เดอ แซงส์ ซานอง (LdSS)   | ดิออน ลี (Dion Lee)   | ไฮดี ซีเคร็ต (Heidi's Secret)   |
|--------------------------|--|--|---|---|
| <b>สินค้า</b><br>Product | - เครื่องแต่งกายมีความโดดเด่นเรื่องของหลักกายวิภาค ที่มีความแปลกตา เย้ายวน<br><br>- มีการใช้วัสดุที่หลากหลาย เช่น โลหะ                           | - เครื่องแต่งกายมีความโดดเด่นเรื่องของความ เป็น Unisex ที่มีความ เซ็กซี่ เย้ายวน<br><br>- มีการใช้วัสดุที่หลากหลาย และยั่งยืนในการออกแบบ                                       | - เครื่องแต่งกายที่ได้แรงบันดาลใจมาจากเซ็กซี่ วิตถาร สูการ์ตีความใหม่ ร่วมสมัย                  | - เครื่องแต่งกายมีความโดดเด่นเรื่องความไร้ขีดจำกัดของเพศภาวะ ไร้ขนาด และไร้กาลเวลา                            |
| <b>ราคา</b><br>Price     | - สินค้ามีราคาสูง สอดคล้องกับคุณภาพ และ รายละเอียดตกแต่งบนเสื้อผ้า   | - สินค้ามีราคาสูง สอดคล้องกับคุณภาพ และ รายละเอียดตกแต่งบนเสื้อผ้า   | - สินค้ามีราคาสูง ซึ่ง สอดคล้องกับคุณภาพ และ รายละเอียดตกแต่งบนเสื้อผ้า                         | - สินค้ามีราคาที่สอดคล้องกับคุณภาพ และ รายละเอียดตกแต่งบนเสื้อผ้า   |
| <b>สถานที่</b><br>Place  | - มีเครือข่ายการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมทั้งในยุโรป อเมริกา และเอเชีย<br><br>- จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ SSENSE, NET A PORTER และ ANT/NOTE | - มีเครือข่ายการกระจายสินค้า จำนวน 7 สาขา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อิตาลี ฮองกง และจีน<br><br>- จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Matches Fashion Men, Matches Fashion Women, SSENSE | - การจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ของตราสินค้า SSENSE, FARFETCH, Lyst และ Nordstorm | - การจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Heidi-secret.com , Line OA และ Lazada Mall<br><br>- World Wide shipping |
| <b>การส่งเสริมการขาย</b> | - การนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านการโฆษณาและสื่อที่   | - การนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านการโฆษณาและสื่อที่   | - การนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านการโฆษณาและสื่อ   | - การนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านการโฆษณาและสื่อ   |

| 7P's / ตรา<br>สินค้า                          | มูแกลร์<br>(Mugler)   | ลูดาวิก เดอ แซงส์ ซานอง<br>(LdSS)  | ดิออน ลี<br>(Dion Lee)  | ไฮดี ซีเคร็ต<br>(Heidi's Secret)   |
|---|---|--|---|--|
| <b>Promotion</b>                              | สอดคล้องกับภาพลักษณ์<br>ของตราสินค้า<br><br>- การนำเสนอในรูปแบบ<br>แฟชั่นโชว์ทั้งบนรันเวย์<br>และออนไลน์<br><br>- การโปรโมทตามกระแส<br>นิยม Metaverse | สอดคล้องกับภาพลักษณ์<br>ของตราสินค้า<br><br>- การนำเสนอในรูปแบบ<br>แฟชั่นโชว์ทั้งบนรันเวย์<br>และออนไลน์   | ออนไลน์ที่สอดคล้องกับ<br>ภาพลักษณ์ของตราสินค้า  | ออนไลน์ที่สอดคล้องกับ<br>ภาพลักษณ์ของตราสินค้า<br>และไลฟ์สไตล์ผู้บริโภค                                      |
| <b>บรรจุภัณฑ์<br/>Packaging</b>               | - บรรจุภัณฑ์ที่มีการโลโก้<br>รูปดาว ของตราสินค้า<br><br>- ใช้รีบบิ้นสีดำตกแต่ง<br>อันเป็นสีประจำตราสินค้า   | - บรรจุภัณฑ์ที่มีการใส่ชื่อ<br>ตัวอักษรโลโก้ LdSS ของ<br>ตราสินค้า   | - บรรจุภัณฑ์มีความเรียบ<br>ง่าย ชัดเจน โดยมี<br>ตัวอักษรโลโก้ของตรา<br>สินค้า ปักอยู่บนป้าย                         | - บรรจุภัณฑ์มีความเรียบ<br>ง่าย ชัดเจน ในการใช้<br>ป้ายตัวอักษรโลโก้<br><br>- ใช้วัสดุที่ทนทาน ใช้ซ้ำ<br>ได้ |
| <b>ผู้คน<br/>People</b>                       | - กำหนดกลุ่มเป้าหมาย<br>ของตราสินค้าที่ชัดเจน<br><br>- สามารถสวมใส่ได้ทั้ง<br>เพศชาย หรือ เพศหญิง   | - กำหนดกลุ่มเป้าหมาย<br>ของตราสินค้าที่ชัดเจน<br><br>- สามารถสวมใส่ได้ทั้ง<br>เพศชาย หรือ เพศหญิง          | - กำหนดกลุ่มเป้าหมาย<br>ตราสินค้าที่ชัดเจน  | - กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่<br>ชัดเจน<br><br>- สามารถสวมใส่ได้ทั้ง<br>เพศชาย หรือ เพศหญิง                        |
| <b>สิ่งที่<br/>แตกต่าง<br/>Purple<br/>Cow</b> | - การนำเสนอผลงานการ<br>ออกแบบที่ไร้เพศ โดย<br>แฝงความเซ็กซี่ หรือหวา<br>ภายใต้แนวคิดกายวิภาค<br>และความคลาสสิก  | - การนำเสนอผลงานการ<br>ออกแบบที่ไร้เพศ โดย<br>แฝงความเซ็กซี่ หรือหวา<br>อยู่ในความเรียบง่ายของ<br>เสื้อผ้า | - การก้าวข้ามกรอบของ<br>การแต่งกายเพศชายตาม<br>แบบคตินิยม เข้าสู่อิมิตี<br>หนึ่งของการแต่งกายที่มี<br>เสน่ห์เย้ายวน | - โดดเด่นในการใช้ความ<br>ไร้ขอบเขตแทรกอยู่ในทุก<br>ส่วนของตราสินค้าทั้ง<br>เรื่อง เพศ เวลา ไส้               |

## ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ทางการตลาดตราสินค้าของผู้วิจัย

ในการสร้างสรรค์ตราสินค้าสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ เมื่อผ่านกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค ตลอดจนการศึกษาวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่งรวมถึงช่องว่างทางการตลาด ผู้วิจัยได้นำผลข้อมูลดังกล่าว มาใช้ในการวิเคราะห์ทางการตลาดตราสินค้าของผู้วิจัย ด้วยหลักการส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ร่วมกับหลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ได้ดังนี้

## 6.1 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าด้วยหลักการส่วนประสมทางการตลาด 7P's

ผู้วิจัยใช้หลักการส่วนประสมทางการตลาด หรือ 7P's ในการวิเคราะห์องค์ประกอบทางการตลาด เพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ตราสินค้าของผู้วิจัยได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 37 ตารางการวิเคราะห์ 7P's ตราสินค้างานวิจัย

| 7P's                             | ตราสินค้างานวิจัย  |
|----------------------------------|--|
| สินค้า<br>(Product)              | เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ที่มีการผสมผสานระหว่างความเป็นบุรุษ (Masculinity) และความเป็นสตรี (Femininity) ได้อย่างลงตัว โดยเน้นการขับเส้นที่เข้ายวน อ่อนไหวของบุรุษเพศในอีกมิติหนึ่งของความเรียวมนแห่งเพศภาวะ  |
| ราคา<br>(Price)                  | 5,000 – 90,000 บาท   |
| สถานที่<br>(Place)               | ร้านค้าที่มีทั้งหน้าร้านในรูปแบบ Store และรูปแบบออนไลน์  |
| การส่งเสริมการขาย<br>(Promotion) | การใช้กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ในการโปรโมทตราสินค้า รวมถึงการใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อตอบโต้ภัยสโตร์การใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย  |
| บรรจุภัณฑ์<br>(Packaging)        | บรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ด้วยการใช้ลวดลายโมนแกรม (Monogram) ที่ออกแบบเฉพาะของตราสินค้า เพื่อสร้างภาพจำ และสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้าแก่ผู้บริโภค  |
| ผู้คน<br>(People)                | กลุ่มเป้าหมายที่มีความชัดเจนในอัตลักษณ์ทางเพศของตนเอง ชื่นชอบและสนใจในด้านการแต่งกายตามกระแสแฟชั่นไร้เพศ รวมถึงชื่นชอบในการเป็นที่สนใจของผู้คน   |
| สิ่งที่แตกต่าง<br>(Purple Cow)   | เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ที่ใช้เกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่ที่มีคุณสมบัติแสงเหลือบมุกเฉพาะตัว ในการสร้างประกายระยิบระยับให้กับเสื้อผ้า สามารถทดแทนการใช้กลิตเตอร์เคมีสังเคราะห์ที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย |

## 6.2 การวิเคราะห์การตลาดตราสินค้าด้วยหลักการ SWOT Analysis

ในกระบวนการนี้ ผู้วิจัยนำผลจากการวิเคราะห์หลักการส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ข้างต้น ร่วมกับหลักการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ในการวิเคราะห์องค์ประกอบทางการตลาดที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 38 ตารางการวิเคราะห์ 7P's และ SWOT ตราสินค้างานวิจัย

| 7P's / SWOT                    | จุดแข็ง   | จุดอ่อน   | โอกาส  | ภาวะคุกคาม   |
|--------------------------------|---|---|--|--|
| สินค้า<br>Product              | - เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ที่มีการผสมผสานระหว่างความเป็นบุรุษ (Masculinity) และความเป็นสตรี (Femininity) ได้อย่างลงตัว โดยเน้นการขับเสน่ห์ที่เข้ายวนอ่อนไหวของบุรุษเพศในอีกมิติหนึ่งของความเรีงรมย์แห่งเพศภาวะ | - สินค้ามีส่วนส่วนของเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ (Party Wear) ที่มากกว่าโอกาสในการสวมใส่อื่น  | - สินค้าตอบโจทยกับกระแสนิยมของแฟชั่นไร้เพศ ทำให้มีโอกาสดีรับความสนใจและเป็นที่ต้องการอย่างมากในกลุ่มเป้าหมาย   | - มีตราสินค้าที่มีสไตล์คล้ายกันทั้งในตลาดระดับ High Market และ Middle Market                 |
| ราคา<br>Price                  | - สินค้ามีราคา ค่อนข้างสูง สอดคล้องกับคุณภาพ และ รายละเอียดตกแต่งบนเสื้อผ้า   | - ราคาที่สูงเกินไปอาจทำให้กลุ่มเป้าหมายอื่นไม่สนใจซื้อ  | - แบรินด์เป็นที่รู้จักแบบเฉพาะกลุ่ม โดยเป็นกลุ่ม Femboy ที่กำลังเป็นกระแสนิยมต่อยอดในอนาคต และมีกำลังซื้อ<br><br>- เกิดการยอมรับในกระแสแฟชั่นไร้เพศ โดยที่ผู้ชายสามารถสวมใส่ได้ จึงมีกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อเพิ่มเข้ามา | - ราคาที่สูงส่งผลให้ลูกค้าที่ไม่เข้าใจคุณค่าของผลิตภัณฑ์ไม่สนใจซื้อ                          |
| สถานที่<br>Place               | - มีช่องทางการจำหน่ายทั้งในหน้าร้าน และออนไลน์ เพื่อตอบโจทยพฤติกรรมกรซื้อสินค้าของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน  | - การขายผ่านช่องทางออนไลน์ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสนในการเลือกและเปรียบเทียบตราสินค้าที่หลากหลาย<br><br>- ไม่มีช่องทางจำหน่ายหน้าร้านในต่างประเทศ | - ผู้คนทำธุรกรรมทางการเงิน การซื้อขายรูปแบบออนไลน์มากขึ้น จากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19   | - การขายผ่านช่องทางออนไลน์ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสนในการเลือกและเปรียบเทียบตราสินค้าที่หลากหลาย |
| การส่งเสริมการขาย<br>Promotion | - การใช้กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ในการโปรโมทตราสินค้า รวมถึงการใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อตอบ   | - ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ชัดเจนเกินไปส่งผลให้ลูกค้ากลุ่มใหม่เข้าถึงได้ยาก  | - ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ชัดเจน ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์เฉพาะ  | - ลูกค้ากลุ่มอื่นขาดความเข้าใจในคุณค่าสุนทรียศาสตร์ของสินค้า                                 |

| 7P's / SWOT                      | จุดแข็ง   | จุดอ่อน  | โอกาส  | ภาวะคุกคาม  |
|----------------------------------|---|--|--|---|
|                                  | โจทย์สไตล์การใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย   |  | ของตราสินค้า รวมถึงกลุ่มผู้บริโภค  |   |
| <b>บรรจุภัณฑ์ Packaging</b>      | - บรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ด้วยการใช้ลวดลายโมโนแกรม (Monogram) ที่ออกแบบเฉพาะของตราสินค้า เพื่อสร้างภาพจำ  | - ต้องใช้ต้นทุนในการผลิตที่สูงกว่าปกติ ในการพิมพ์ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์  | - ผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และ ตรง กับความต้องการของลูกค้าได้ และสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้าแก่ลูกค้า | - บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะคล้ายกับคู่แข่งทางการตลาด  |
| <b>ผู้คน People</b>              | - กลุ่มเป้าหมายที่มีความชัดเจนในอัตลักษณ์ทางเพศของตนเอง ชื่นชอบและสนใจในด้านการแต่งกายตามกระแสแฟชั่นไร้เพศ รวมถึงชื่นชอบในการเป็นที่สนใจของผู้คน                              | - การจำกัดกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะทางมากเกินไป ทำให้ไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายอื่น                                 | - กลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นในอนาคต  | - ค่านิยมของสังคมที่มีต่อเรื่องการแสดงออกทางเพศ<br><br>- ปัญหาการเปิดเผยตัวตน (Coming Out) กับครอบครัว และสังคมที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายบางส่วนยังไม่ตัดสินใจซื้อ |
| <b>สิ่งที่แตกต่าง Purple Cow</b> | - เกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่มี่คุณสมบัติแสงเหลือบมุกเฉพาะตัว ในการสร้างประกายระยิบระยับให้กับเสื้อผ้า สามารถทดแทนการใช้กลิตเตอร์เคมีสังเคราะห์ที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย | - สไตล์งานออกแบบเฟมมินินิตี้ (Femininity) ง่ายต่อการลอกเลียนแบบ<br><br>- การใช้กลิตเตอร์กับปาร์ตี้แวย์นั้นพบเห็นได้มาก | - เป็นที่กล่าวถึงในด้านภาพลักษณ์การออกแบบที่ทำหายค่านิยมเรื่องเพศในสังคม   |   |

## บทที่ 5

### อัตลักษณ์ตราสินค้าและผลิตภัณฑ์

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดหมายในการพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมตราสินค้าเครื่องแต่งกาย ปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) จากสีเกสต์ประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) ในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มผู้บริโภค ใช้ประกอบร่วมกับการวิเคราะห์อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า เพื่อสร้างความจำเพาะของผลิตภัณฑ์ของงานวิจัย สำหรับสร้างแนวทางในการพัฒนาคอลเลคชันต้นแบบในลำดับถัดไป สามารถแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

- 1.1 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก
- 1.2 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรอง

#### ส่วนที่ 2 อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า

- 2.1 วิสัยทัศน์ตราสินค้า
- 2.2 ขอบเขตตราสินค้า
- 2.3 ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า
- 2.4 หลักการและบุคลิกภาพตราสินค้า

#### ส่วนที่ 3 ความจำเพาะของผลิตภัณฑ์

- 3.1 อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านการใช้สอย
- 3.2 อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ

## ส่วนที่ 1 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

จากกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเฟมบอย (Femboy) อันเป็นกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยครั้งนี้ ด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม จำนวน 50 คน ผู้วิจัยสรุปกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายรองได้ดังนี้

### 1.1 กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก

กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มเฟมบอย ในช่วงวัยเจนเอเรชั่นเซนเนียล (Zennials) กล่าวคือ ช่วงอายุระหว่าง 24 – 29 ปี ที่ประกอบอาชีพอิสระ (Freelance) และพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป เป็นผู้ที่มีความสนใจในกิจกรรมงานเลี้ยงสังสรรค์ และมีความถี่สูงในการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว รวมทั้งคำนึงถึงการเลือกสวมใส่เครื่องแต่งกายสำหรับงานปาร์ตี้ โดยชื่นชอบการแต่งกายในสไตล์รูปแบบของเสื้อผ้าที่รัดรูป เซ็กซี่ มีประกายวิบวับ มีการเลือกใช้วัสดุที่ขึ้นเงาเป็นประกาย ร่วมกับผ้าที่มีเนื้อโป่ง บาง มีการใช้รายละเอียดตกแต่งด้วยกิลิตเตอร์ สกรีนลวดลาย และการเว้าหรือตัด ที่ช่วยเสริมบุคลิกภาพของตนให้โดดเด่นและชัดเจนมากยิ่งขึ้น กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักนั้นให้ความสำคัญทั้งในด้านอัตลักษณ์ทางเพศของตน และกระแสนิยมแฟชั่นในปัจจุบันที่คำนึงถึงความยั่งยืนในการออกแบบ ร่วมกันกับแฟชั่นไร้เพศที่นับเป็นหนึ่งในวิธีการแสดงออกแห่งความเท่าเทียม นอกจากนี้ยังให้ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ ในมิติความเรีงรมย์ อันกล่าวถึงความงามอีกด้าน ที่ตรงกันข้ามกับบรรทัดฐานทางสังคม





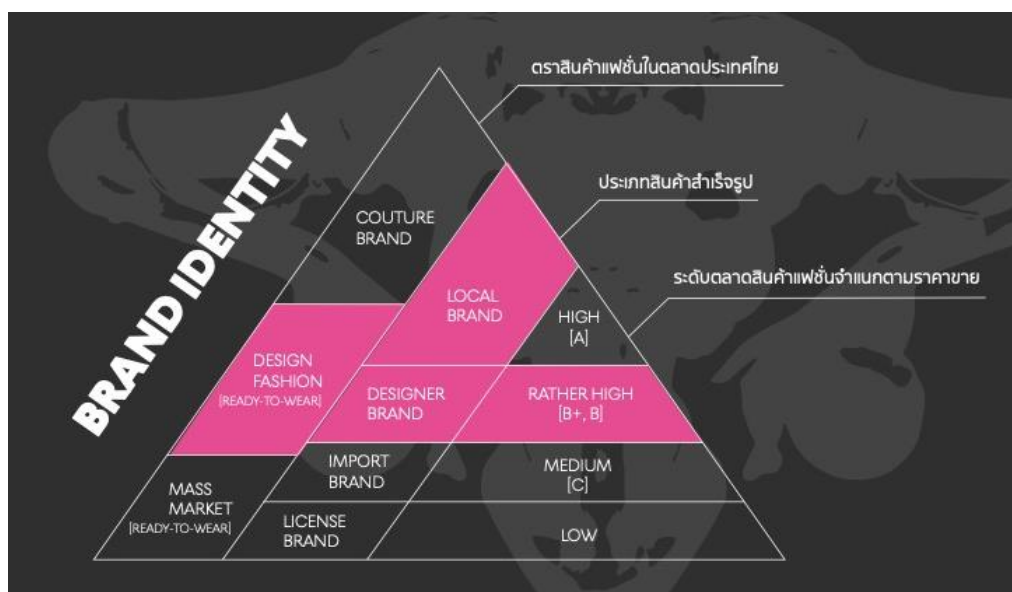
ภาพที่ 98 ลักษณะกลุ่มผู้บริโภคนเป้าหมายหลัก: เฟมบอย

## 1.2 กลุ่มผู้บริโภคนเป้าหมายรอง

กลุ่มผู้บริโภคนเป้าหมายรอง คือ กลุ่มเฟมบอย ในช่วงเจนเนอเรชัน ซี (Generation Z) กล่าวคือ ช่วงอายุระหว่าง 18 - 23 ปี ที่ได้เริ่มประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ขณะที่บางส่วนนั้นยังคงศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,000 - 30,000 บาทขึ้นไป ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายรองให้ความสนใจอย่างมากในโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ และมีความถี่สูงในการเข้าร่วมงานปาร์ตี้ เพราะถือเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งในการเข้าสังคม การสร้างตัวตนในพื้นที่สาธารณะท่ามกลางคนในช่วงวัยเดียวกัน การเลือกสวมใส่เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ที่ใช้วัสดุชิ้นเงา เป็นประกาย ร่วมกับการใช้รายละเอียดตกแต่งด้วยกลิตเตอร์ และการเว้าหรือตัด อีกทั้งให้ความสนใจในแนวทางของกระแสแฟชั่นรันไทร์ที่ช่วยให้ตนมีทางเลือกในการสวมใส่เสื้อผ้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางเพศของตนได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังให้ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ ในมิติความเรีงรมย์ เช่นเดียวกับกับกลุ่มผู้บริโภคนเป้าหมายหลัก

## ส่วนที่ 2 อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องการต่อยอดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส ร่วมกับการศึกษาแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ ในมิติความเรียงรมย์ เพื่อใช้ประกอบในการสร้างสรรค์คอลเลคชันต้นแบบของงานวิจัย และเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้ต้องการสวมใส่เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ที่เสริมอัตลักษณ์ทางเพศของตนได้อย่างโดดเด่น



ภาพที่ 99 อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า

ในการนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า (Brand Identity) เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยกำหนดให้ตราสินค้าอยู่ในตลาดระดับ B+ (B+ Market) อันเป็นตราสินค้าที่จัดอยู่ในกลุ่มตราสินค้าแฟชั่นจากนักออกแบบ (Designer Brand) ในรูปแบบของประเภทสินค้าสำเร็จรูป (Ready – To - Wear) ทั้งยังปรับทิศทางให้ตามกระแสนิยมแฟชั่นในปัจจุบัน แต่ยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของตราสินค้า

### 2.1 วิสัยทัศน์ตราสินค้า

เป็นตราสินค้าแฟชั่นที่ได้รับการยอมรับในตลาดสากล (International Market) มีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส เพื่อเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์หลักของตราสินค้าในการตอบสนองผู้บริโภคกลุ่มเฟมบอย ภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์

## 2.2 ขอบเขตตราสินค้า

ตราสินค้าของผู้วิจัยเป็นตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย ช่วงวัยของ เจเนอเรชั่นเซนเนียล ทั้งนี้ ประกอบด้วยสินค้าแฟชั่นในรูปแบบสำหรับงานสังสรรค์ (Party Party) สังสรรค์กึ่งลำลอง (Party Casual) ลำลองกึ่งสังสรรค์ (Casual Party) และสินค้าประเภท เครื่องประดับ (Accessories) สามารถแบ่งสัดส่วนได้ดังนี้

| PRODUCT LINE                                  |  |                                 |   |
|---|--|---------------------------------|---|
| READY - TO - WEAR                             |  |                                 | ACCESSORIES   |
| PARTY - PARTY                                 | PARTY - CASUAL                                 | CASUAL - PARTY                  |   |
| 40%   | 30%  | 10%                             | 20%   |
| Coat<br>Blazer<br>Corset<br>Leotard<br>Bikini | Crop Top<br>Blouse<br>Trousers<br>Micro Shorts | Tank Top<br>T - Shirt<br>Shorts | Shoes<br>Necklaces<br>Bracelet<br>Glasses<br>Handbags<br>Micro bags |

ภาพที่ 100 หมวดหมู่สินค้าของตราสินค้างานวิจัย

## 2.3 ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้า

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของงานวิจัย แสดงให้เห็นถึงตำแหน่งทางการตลาดรูปแบบ ตราสินค้าระดับราคาที่ยืดหยุ่นสูงจนถึงสูงมาก ตั้งแต่ระดับ B, B+ Market อันเป็นตราสินค้าแฟชั่น จากนักออกแบบ (Designer Brand) ไปจนถึง A Market กลุ่มของตราสินค้าแฟชั่นชั้นสูง (Couture Brand) ทั้งนี้ ตราสินค้าของงานวิจัยจัดอยู่ในกลุ่มตลาดระดับ B+ Market มีสไตล์ของสินค้าที่โดดเด่นในด้านกระแสแฟชั่นไร้เพศ ร่วมกับแนวคิดทางการออกแบบด้วยสุนทรียศาสตร์แคมป์ มิติความ เรียงร้อย และมีการศึกษาถึงกลุ่มเป้าหมายเฟมบอย จากภาพด้านล่างแสดงให้เห็นถึงการกำหนด ตำแหน่งทางการตลาด ดังนี้



ภาพที่ 101 ตำแหน่งทางการตลาด

## 2.4 หลักการและบุคลิกภาพตราสินค้า

ตราสินค้าแฟชั่นเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์และเครื่องประดับ ตอบสนองความต้องการสำหรับกลุ่มเฟมบอย เจเนอเรชั่นเซนเนียล ที่เชื่อมโยงการออกแบบภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ มิติความเรีงรมย์ ร่วมกับ สีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส ทั้งนี้ มีภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่สื่อถึงความหลากหลายทางเพศ สร้างภาพจำใหม่เพื่อตอบรับกระแสแฟชั่นไร้เพศ ผสมผสานในด้านองค์ประกอบการออกแบบสร้างสรรค์ให้มีความงามตามสมัยนิยม

## ส่วนที่ 3 ความจำเพาะของผลิตภัณฑ์

ตราสินค้าของผู้วิจัยนั้น เป็นการสร้างสรรค์การออกแบบเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย ภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ ในมิติความเรีงรมย์ ที่มุ่งเน้นนำเสนอคอลเลคชั่นเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ผ่านการสร้างความจำเพาะของผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านสไตล์ของเสื้อผ้า วัสดุจำเพาะที่ได้จากกระบวนการพัฒนาเกล็ดประกายมุกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดรับกับวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมายที่มักสวมใส่ในโอกาสงานสังสรรค์ ทั้งนี้ กลุ่มเฟมบอยนั้น มีความต้องการในการสวมใส่เครื่องแต่งกายงานสังสรรค์ที่แตกต่างจากเครื่องแต่งกายบุรุษทั่วไปตามท้องตลาด กล่าวคือ ให้ความสนใจเครื่องแต่งกายที่มีโครงร่างเงาและรายละเอียดที่ผสมผสานความเป็นผู้หญิงสอดแทรกในเสื้อผ้าวกับการใช้เทคนิคเว้าหรือตัด ซึ่งช่วยเปิดเผยเรือน

ร่างของผู้สวมใส่ได้อย่างชัดเจน และโดดเด่นท่ามกลางงานสังสรรค์ โดยการนี้ ผู้วิจัยแบ่งรายละเอียดอัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ ได้ดังนี้

### 3.1 อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านการใช้สอย

การคำนึงถึงประโยชน์ด้านการใช้สอยนั้น เป็นปัจจัยสำคัญของการสร้างสรรค์ตราสินค้าแฟชั่น ทั้งนี้ เพื่อมอบประสบการณ์และประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าแบ่งได้ดังนี้

#### 3.1.1 ประโยชน์ใช้สอยหลัก

ผลิตภัณฑ์ของตราสินค้างานวิจัย เป็นเครื่องแต่งกายใช้สำหรับสวมใส่เพื่อปกปิดร่างกายจากอันตรายภายนอก รวมถึงมอบความอบอุ่นแก่ร่างกายผู้สวมใส่ อีกทั้งเสริมบุคลิกภาพ อัตลักษณ์ของผู้สวมใส่ในโอกาสต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้สวมใส่มากยิ่งขึ้น

#### 3.1.2 ประโยชน์ใช้สอยรอง

เป็นตราสินค้าเครื่องแต่งกายที่มีหลักแนวคิดร่วมสมัยปัจจุบัน ทั้งในด้านกระแสแฟชั่นไร้เพศที่ไม่จำกัดขอบเขตเพศของเครื่องแต่งกายทุกชิ้น และด้านแฟชั่นยั่งยืน ผ่านการนำวัสดุเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เพื่อลดปัญหาจากอุตสาหกรรมอาหารทะเลในประเทศไทย

ตารางที่ 39 ข้อมูลอัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ในตราสินค้างานวิจัย

| ข้อมูลผลิตภัณฑ์ | อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์  |
|-----------------|--|
| ตราสินค้า       | ตราสินค้าเครื่องแต่งกายรูปแบบ Ready - to - wear  |
| ประเภทสินค้า    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● สินค้าเครื่องแต่งกาย ร้อยละ 80</li> <li>● สินค้าประกอบการแต่งกายเพื่อเสริมบุคลิกภาพ ร้อยละ 20</li> </ul>  |
| โอกาสการสวมใส่  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● โอกาสงานสังสรรค์ (Party Party) ร้อยละ 40</li> <li>● โอกาสสังสรรค์กึ่งลำลอง (Party Casual) ร้อยละ 30</li> <li>● โอกาสลำลองกึ่งสังสรรค์ (Casual Party) ร้อยละ 10</li> </ul>   |
| รูปแบบสินค้า    | ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ จากนวัตกรรมสีเคลือบประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส ร่วมด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ มิติความเรजरรมย์ สำหรับกลุ่มเพมบอย ที่ต้องการสวมใส่เสื้อผ้าเพื่อเสริมอัตลักษณ์ทางเพศของตนได้อย่างเสรี โดดเด่น และตามกระแสนิยมปัจจุบัน |

| ข้อมูลผลิตภัณฑ์        | อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์  |
|------------------------|--|
| ระดับตลาด              | ตราสินค้าแฟชั่นจากนักออกแบบไทย (Thai Designer Brand) ในระดับ B+ Market   |
| ราคาเฉลี่ย             | 5,000 – 90,000 บาท   |
| กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย | กลุ่มเฟมบอย (Femboy) ผู้มีอัตลักษณ์ทางเพศเฉพาะตัว แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ <ul style="list-style-type: none"> <li>• กลุ่มเฟมบอย ในช่วงวัยเจนเนอเรชันเซนเนียล (Zennials)</li> <li>• กลุ่มเฟมบอย ในช่วงวัยเจนเนอเรชัน ซี (Generation Z)</li> </ul> |
| ขนาดสินค้า             | สินค้าสำเร็จรูป แบ่งขนาดเป็น XS, S, M, L, และ XL   |
| แนวคิดตราสินค้า        | สินค้าแฟชั่นที่ตอบโจทย์ทั้งในเรื่องแฟชั่นไร้เพศ และการแปรรูปกลิตเตอร์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม   |
| ประโยชน์ใช้สอยหลัก     | เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย   |
| ประโยชน์ใช้สอยรอง      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• เสริมความมั่นใจในอัตลักษณ์ที่หลากหลายทางเพศ</li> <li>• เพิ่มแนวทางในการลดปัญหาขยะจากอุตสาหกรรมอาหารทะเล</li> </ul>  |

### 3.2 อัตลักษณ์จำเพาะของผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบ

อัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์นั้น มีความสำคัญยิ่งในการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกาย เพราะเป็นการเสริมสร้างจุดเด่น ภาพจำให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งยังสร้างความแตกต่างระหว่างตราสินค้าคู่แข่งทางการตลาดได้เช่นกัน สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 40 ข้อมูลอัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ในตราสินค้างานวิจัย

| ข้อมูลผลิตภัณฑ์                   | อัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์  |
|-----------------------------------|--|
| แนวคิดการออกแบบ:<br>แฟชั่นยั่งยืน | การนำวัสดุเหลือใช้มาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Upcycle)   |
| แนวคิดการออกแบบ                   | การออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ ภายใต้แนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์: มิติความเรजरรมย์  |
| วัสดุ                             | เกล็ดประกายมุกหลากขนาด จากเปลือกเพอร์นา วิริติส  |
| โอกาสสวมใส่                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• โอกาสงานสังสรรค์ (Party Party)</li> <li>• โอกาสสังสรรค์กึ่งลำลอง (Party Casual)</li> <li>• โอกาสลำลองกึ่งสังสรรค์ (Casual Party)</li> </ul> |
| โครงสร้างเงา                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• โครงสร้างเงาแบบพอดี้ตัว (Bodycon)</li> <li>• โครงสร้างเงาแบบ ไอ - ไลน์ (I - Line)</li> </ul>  |

| ข้อมูลผลิตภัณฑ์   | อัตลักษณ์จำเพาะด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์   |
|-------------------|---|
|                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• โครงร่างเงาแบบ วาย - ไลน์ (Y - Line)</li> </ul>  |
| สี                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• สีโทนเหลืออมุก (Pearlescent)</li> <li>• สีชมพูบานเย็น (Schiaparelli Pink)</li> <li>• สีดำ (Black)</li> </ul>   |
| เทคนิค/รายละเอียด | <ul style="list-style-type: none"> <li>• การสกรีนสีเกล็ดประกายมุกบนเนื้อผ้า (Signature Glitter Screen)</li> <li>• ผ้าขนกติดเตอร์จำเพาะของตราสินค้า (Signature Glitter Faux Fur)</li> <li>• การทำเรซินด้วยสีเกล็ดประกายมุก (Signature Glitter 3D Resin)</li> </ul> |



## บทที่ 6

### การสร้างสรรค์ผลงาน

งานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการสร้างสรรค์นวัตกรรมตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ในรูปแบบการออกแบบอย่างยั่งยืนด้วยนวัตกรรมสีเคลือบประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส ร่วมกับแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) อันเป็นแนวคิดทางการออกแบบของตราสินค้า ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษา และผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งจากกระบวนการทบทวนวรรณกรรม การทดลอง การสำรวจความต้องการของผู้บริโภคและคู่แข่งทางการตลาด มาผ่านกระบวนการเรียบเรียงเพื่อใช้สำหรับการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานคอลเลกชันต้นแบบของตราสินค้า ทั้งนี้ เพื่อแสดงให้เห็นถึงกระบวนการหาคำตอบของปัญหางานวิจัย โดยแบ่งเนื้อหาได้ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 การสร้างแนวโน้มและแรงบันดาลใจ

- 1.1 การสร้างแนวโน้มและแรงบันดาลใจ
- 1.2 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก
- 1.3 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน
- 1.4 แรงบันดาลใจ
- 1.5 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่

#### ส่วนที่ 2 การสร้างสรรค์ผลงาน

- 2.1 การพัฒนานวัตกรรมสิ่งทอ
- 2.2 การพัฒนาคอลเลกชัน
- 2.3 ภาพการสร้างสรรค์ผลงาน

#### ส่วนที่ 1 การสร้างแนวโน้มและแรงบันดาลใจ

กระบวนการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการสัมภาษณ์และสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายนั้น ทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลสำหรับการออกแบบและพัฒนาคอลเลกชันตรา



สินค้าของงานวิจัย อย่างไรก็ตาม การอ้างอิงถึงแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นในปัจจุบันนั้น ก็นับเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคอลเลกชันเช่นกัน กล่าวคือ เป็นกระบวนการศึกษาข้อมูลทิศทางของกระแสแฟชั่นในแต่ละปี เพื่อใช้ร่วมกับการออกแบบเครื่องแต่งกาย ให้มีความทันสมัย ตามกระแสโลก แต่ยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของตราสินค้าที่มุ่งตอบโจทยความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นเพื่อใช้ในการออกแบบตราสินค้างานวิจัย มีเนื้อหา ดังนี้

### 1.1 การสร้างแนวโน้มและแรงบันดาลใจ

ในส่วนนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น เพื่อนำมาใช้ร่วมกับชุดข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ ทั้งนี้ เพื่อให้กระบวนการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายนั้นมีความสอดคล้องกับกระแสนิยมแฟชั่นปัจจุบัน และมีความทันสมัย เพื่อตอบโจทยความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น ดังนี้

- แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก

แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก คือ แนวโน้มของกระแสแฟชั่นที่อ้างอิงมาจากบริษัท หรือองค์กรแนวโน้มทางแฟชั่น (Fashion Trend Forecasting Agency) ได้สำรวจทิศทางเกี่ยวกับกระแสนิยมแฟชั่นของผู้บริโภคในแต่ละปี รวมถึงการพยากรณ์ความน่าจะเป็นของกระแสนิยมดังกล่าวอันจะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ มีองค์ประกอบทางด้าน แนวคิด การเลือกใช้วัสดุ สี และโอกาสในการสวมใส่ที่สอดคล้องกับเนื้อหาของกระบวนการพัฒนาตราสินค้าของงานวิจัย

- แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน

แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน คือ แนวโน้มของกระแสแฟชั่นที่อ้างอิงมาจากบริษัท หรือองค์กรแนวโน้มทางแฟชั่น ที่มีองค์ประกอบร่วมกับแนวโน้มกระแสนิยมหลัก เพื่อใช้ในการสนับสนุนความชัดเจนของการสร้างแนวโน้มและแรงบันดาลใจในการออกแบบคอลเลกชันต้นแบบ

ผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่น ดังนี้

- แนวโน้มกระแสนิยมของฤดูกาลใบไม้ผลิ/ฤดูร้อน (Spring/Summer) ปี ค.ศ.2023
- มีองค์ประกอบในการออกแบบที่สอดคล้องกับเนื้อหาของงานวิจัย
- มีรูปแบบทางแฟชั่นที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายงานวิจัย

## 1.2 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend)

### 1.2.1 เลดแบค แกลม (Laid – back glam)


เลดแบค แกลม (Laid – back glam) กล่าวถึง การทลายกรอบของเครื่องแต่งกายบุรุษที่ยังคงเป็นกระแสนิยมหลักอย่างต่อเนื่องในปีนี้ ผ่านการเลือกใช้วัสดุที่หวือหวา และมีจริตมากยิ่งขึ้น การสวมใส่เครื่องแต่งกายที่มีโครงสร้างเงาใกล้เคียงกับเครื่องแต่งกายสตรี (Womenswear) โดยเรื่องราวนี้ มุ่งเน้นไปที่การแต่งกายที่ได้แรงบันดาลใจจากแนวดนตรี แกลม ร็อก (Glam Rock) ในช่วงทศวรรษ 1970s อย่าง เดวิด โบวี่ (David Bowie) วงดนตรี ที.เร็กซ์ (T. Rex) โดยที่ลดทอนรูปแบบที่พิเศษเฉพาะโอกาสสำหรับการขึ้นแสดงดนตรีบนเวทีลงมา ให้อยู่ในระดับโอกาสสวมใส่ในชีวิตประจำวัน

ตารางที่ 41 องค์ประกอบของแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก เลดแบค แกลม

| Main Trend: WGSN Menswear Forecast S/S 23 [Laid – back glam] |  |
|--|--|
| หัวข้อ   | เนื้อหา  |
| แนวคิด<br>(Concept)  | <p>เลดแบค แกลม (Laid – back glam)</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 10px;"> <p><b>Laid-back glam</b></p> <p><b>The concept:</b> as the once strict boundaries around what is acceptable in menswear continue to fade away, more luxe and ostentatious materials and silhouettes typically associated with womenswear have crossed over. This trend takes cues from 70s glam rock stars such as David Bowie, T. Rex and The New York Dolls, but replaces costume-like overtness with laid-back wearability.</p> <p><b>Materials &amp; details:</b> high-shine textiles and trims that make use of a pearlescent glow will add the right level of sparkle. Choose sustainable materials such as cellulose where possible, as it is becoming more widely used. While entirely glittering metallic pieces exist at the directional catwalk level, there is more commercial viability in using silk-like fabrics to add shine, reserving the jewellery-like materials and finishes for trims and details.</p> <p><b>Silhouette &amp; styling:</b> draped and soft silhouettes work well here and feel contemporary, avoiding the more performative attitude associated with skin-tight fits. Balance bold, shimmering tops with more subdued jackets and bottoms in matte-finish materials such as leather, summer wool, linen and cotton.</p> <p><b>Relevant for:</b> wovens, tailoring, outerwear</p>  </div> <p>การทลายกรอบของเครื่องแต่งกายบุรุษที่ ผ่านการเลือกใช้วัสดุที่หวือหวา และมีจริต การสวมใส่เครื่องแต่งกายที่มีโครงสร้างเงาใกล้เคียงกับเครื่องแต่งกายสตรี (Womenswear) โดย</p> |

| Main Trend: WGSN Menswear Forecast S/S 23 [Laid – back glam] |  |
|--|--|
| หัวข้อ   | เนื้อหา  |
|  | มุ่งเน้นไปที่การแต่งกายที่ได้แรงบันดาลใจจากแนวดนตรี แกลม ร็อก (Glam Rock) ในช่วงทศวรรษ 1970s โดยที่ลดทอนรูปแบบที่พิเศษให้อยู่ในระดับโอกาสสวมใส่ในชีวิตประจำวัน |
| คำสำคัญ<br>(Keywords)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 70s Glam Rock</li> <li>● Pearlescent Glow</li> <li>● Silk – like Fabric</li> <li>● Added Shine</li> </ul>             |
| สี<br>(Color)  |  <p>Full Spectrum</p>  |
| วัสดุ<br>(Material)  |  <p>Metallic    Silk-Like    Cellulose    Leather    Cotton</p>             |
| รายละเอียด<br>(Detail)                                       |  <p>Sparkle    Draped    Trims</p>   |
| โครงร่างเงา<br>(Silhouette)                                  |  <p>I-Line    H-Line    Loose Form</p>                                     |

MAIN TREND




**CONCEPT**  
The concept as the once strict boundaries around what is acceptable in menswear continue to fade away, more luxe and ostentious materials and silhouettes typically associated with womenswear have crossed over. This trend takes cues from 70s glam rock stars such as David Bowie, T. Rex and The New York Dolls, but replaces costume-like overtone with laid-back wearability.

**KEYWORDS** 70s GlamRock PearlescentGlow Silk-like fabrics AddedShine


## LAID - BACK GLAM

WGSN Menswear Forecast S/S 23

**COLOR**

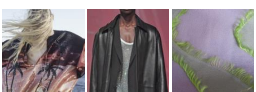


**MATERIAL**



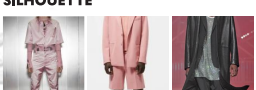
Metallic Silk-Like Cellulose Leather Cotton

**DETAIL**



Sparkle Draped Trims

**SILHOUETTE**



I-Line H-Line Loose Form

ภาพที่ 102 แผนภาพสรุปองค์ประกอบแนวโน้มกระแสแฟชั่นหลัก เลดแบค แกลม

### 1.3 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน (Support Trend)



ในการอ้างอิงแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุน หรือ Support Trend นั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาจากข้อมูลแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นประจำฤดูกาลใบไม้ผลิ/ฤดูร้อน (Spring/Summer) ปี ค.ศ. 2023 จากบริษัทดับเบิลยูจีเอสเอ็น (WGSN) อันเป็นบริษัทแนวโน้มทางแฟชั่น (Fashion Trend Forecasting Agency) ที่ได้สำรวจและคาดการณ์แนวโน้มของกระแสแฟชั่นในแต่ละปี ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก (Main Trend) เพื่อใช้ร่วมกันในการสร้างสรรค์คอลเลกชันต้นแบบ โดยมีแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นสนับสนุนดังนี้

#### 1.3.1 เรโทรฟิวเจอร์ เฮโดนิสม์ (Retro – future hedonism)

เรโทรฟิวเจอร์ เฮโดนิสม์ (Retro – future hedonism) กล่าวถึง การนำกระแสนิยมแฟชั่นย้อนยุคแห่งช่วงทศวรรษ 1970s กลับมาโลดแล่นอีกครั้ง ผ่านการตีความใหม่ที่ใช้สีสันที่สดใสมากยิ่งขึ้น โครงร่างเงาที่เกินจริง รวมถึงการหยิบประเด็นที่เกี่ยวกับการก้าวข้ามกรอบแห่งเพศภาวะ มิติด้านความอ่อนโยนในบุรุษเพศ (Soft Masculinity) เหมาะสำหรับการสวมใส่เพื่อเพิ่มความโดดเด่นท่ามกลางงานสังสรรค์ รวมถึงการเสริมเสน่ห์ตัวตนของผู้สวมใส่

ตารางที่ 42 องค์ประกอบของแนวโน้มกระแสแฟชั่นชั้นสนับสนุน เรโทรฟิวเจอร์ เฮโดนิสม์

| Support Trend: WGSN Menswear Forecast S/S 23 [Retro – future hedonism] |  |
|--|--|
| หัวข้อ   | เนื้อหา  |
| แนวคิด<br>(Concept)  | <p>เรโทรฟิวเจอร์ เฮโดนิสม์ (Retro – future hedonism)</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 10px;"> <p><b>Retro-future hedonism</b></p> <p><b>The concept:</b> the #20s has worked as inspiration for countless designers over the last few seasons. This take on the trend moves away from the expected #gentleretro palette and subtle sophistication, and instead incorporates #hyperbright colours, exaggerated silhouettes, and #softmasculinity touches to bring a futuristic, surreal element that has one foot in the past and the other in the virtual world. This is a celebratory look, designed with the mindset of someone looking to make a statement as they start attending parties, clubs, and gigs again.</p> <p><b>Colour:</b> bright and bold is the name of the game here. Hedonistic Luscious Red, futuristic heightened greens and standout Wild Rose all work towards building a maximalist palette.</p> <p><b>Silhouette &amp; styling:</b> trending flared trousers and draped silky tops bring a louche #20s feel, but seem fresh in anachronistic palettes. While tailoring works for more mature and directional markets, consider pairing bolder tops with neutral bottoms for more commercial appeal.</p> <p><b>Relevant for:</b> trousers, tailoring, knitwear and wovens</p> </div>  <p>การนำกระแสนิยมแฟชั่นย้อนยุคแห่งช่วงทศวรรษ 1970s กลับมาโลดแล่นอีกครั้ง ผ่านการตีความใหม่ที่ใช้สีสดใสที่สดใสมากยิ่งขึ้น รวมถึงการหยิบประเด็นด้านความอ่อนโยนในบุรุษเพศ (Soft Masculinity) เหมาะสำหรับการสวมใส่เพื่อเพิ่มความโดดเด่นท่ามกลางงานสร้างสรรค์ รวมถึงการเสริมเสน่ห์ตัวตนของผู้สวมใส่</p> |
| คำสำคัญ<br>(Keywords)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 70s</li> <li>● Gentle Retro</li> <li>● Hyper Bright</li> <li>● Soft Masculinity</li> </ul>  |
| สี<br>(Color)  |  <p>Full Spectrum</p>  |
| วัสดุ<br>(Material)  |  <p>Silky      Seersucker      Cellulose      Synthetics Polyester      Cotton</p>   |
| รายละเอียด<br>(Detail)   |  |

| Support Trend: WGSN Menswear Forecast S/S 23 [Retro – future hedonism] |   |
|--|---|
| หัวข้อ   | เนื้อหา   |
|  | <br>Tailoring      Fasteners      Frogmouth Pocket      Print & Pattern      Padded Shoulders |
| โครงสร้างเงา<br>(Silhouette)   | <br>Flared Trousers      Y-Line      I-Line   |




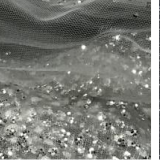
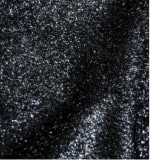
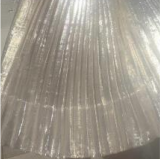
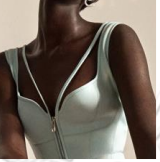

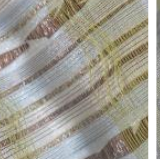




### 1.3.2 แกลม ฟิวเจอร์ (Glam Future)

แกลม ฟิวเจอร์ (Glam Future) กล่าวถึง กระแสนิยมแฟชั่นที่มองหาความหวือหวา รุ่มรวยของการแต่งกายเพื่องานสังสรรค์อีกครั้ง ภายหลังจากกระยะของการแพร่ระบาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนำบรรยากาศยุคสมัยแห่งงานสังสรรค์อย่างช่วงทศวรรษ 1920s มาใช้ร่วมในกระแสนี้ อีกครั้ง ผ่านองค์ประกอบเครื่องแต่งกายที่ดูมีมิติ ชับเส้นที่เข้ายวน ด้วยโครงสร้างที่มีความเป็นผู้หญิงสูง (Ultra - Feminine) รวมถึงการใช้วัสดุที่ทำให้ประกายเหลือบมุก (Pearlescent Sheens) เพื่อสื่อถึงการผสมผสานกันระหว่างบรรยากาศในยุค 1920s ร่วมกับความเป็นอนาคต (Futuristic)

ตารางที่ 43 องค์ประกอบของแนวโน้มกระแสนี้สนับสนุน แกลม ฟิวเจอร์

| Support Trend: WGSN Womenswear Forecast S/S 23 [Glam future] |                             |
|--|-----------------------------|
| หัวข้อ   | เนื้อหา                     |
| แนวคิด<br>(Concept)  | แกลม ฟิวเจอร์ (Glam future) |

| Support Trend: WGSN Womenswear Forecast S/S 23 [Glam future] |  |
|--|--|
| หัวข้อ   | เนื้อหา  |
|  | <p><b>Glam future</b></p> <p><b>The concept:</b> with the commercial space race in full swing alongside the return of dressing up, which is often likened to the Roaring 20s, this partywear story blends elements of both in a subtle, sophisticated way. It's a softly futuristic look that has a decadent edge, with <b>pearlescent</b> sheens and ultra-feminine silhouettes.</p> <p><b>Sustainability:</b> metallics, glitters and sparkles should be sourced responsibly. Use eco-friendly metallic coatings and high-shine fibres such as ethical peace silks and FSC lyocell, viscose and cupro, and recycled Luxex and sequins.</p> <p>For tulle and mesh, use recycled polyester and also consider hyper-real digital prints that emulate sparkle in place of embellishment. This is a key look for digital clothes and filters.</p> <p><b>Silhouette &amp; styling:</b> pleated skirts and fit-and-flare dresses are key for this look, but also explore unexpected layering for a fresh styling direction, as seen at Dior.</p> <p><b>Colour:</b> opt for elegant transcendent whites, warm silver, champagne and barely-there pastels.</p> <p><b>Relevant for:</b> partywear, blouses, dresses, skirts, bodysuits</p>  <p>กระแสนิยมแฟชั่นที่มองหาความหวือหวาของการแต่งกายเพื่องานสังสรรค์อีกครั้ง ภายหลังจากระยะเวลาของการแพร่ระบาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การนำบรรยากาศยุคสมัยแห่งงานสังสรรค์อย่างช่วงทศวรรษ 1920s ผ่านองค์ประกอบเครื่องแต่งกายที่ดูมีมิติ ขับเสนาห์ที่เข้าวนด้วยโครงร่างเงาที่มีความเป็นผู้หญิงสูง (Ultra - Feminine) รวมถึงการใช้วัสดุที่ให้ประกายเหลืออบมุก (Pearlescent Sheens) เพื่อสื่อถึงการผสมผสานกันระหว่างบรรยากาศในยุค 1920s ร่วมกับความเป็นอนาคต (Futuristic)</p> |
| คำสำคัญ<br>(Keywords)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 20s Roaring</li> <li>● Pearlescent</li> <li>● Decadent</li> <li>● Soft Futuristic</li> </ul>  |
| สี<br>(Color)  |  <p>Full Spectrum</p>  |



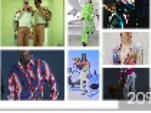





| Support Trend: WGSN Womenswear Forecast S/S 23 [Glam future] |  |  |  |   |   |
|--|--|--|--|---|---|
| หัวข้อ   | เนื้อหา  |  |  |   |   |
| วัสดุ<br>(Material)  |   |   |   |  |  |
|  | Viscose  | Cupro  | Ahimsa<br>Silk   | Tulle   | Sequins   |
| รายละเอียด<br>(Detail)                                       |   |   |  |  |  |
|  | Pleated  | Cutout   | Pearlescent<br>Surface   | Pearlised<br>Shimmer  | Eco-Metallic<br>Coating   |
| โครงร่างเงา<br>(Silhouette)                                  |  |  |  |   |   |
|  | Fit & Flare  | X-Line   | Ultra -<br>Feminine  |   |   |

#### 1.4 แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend)

จากการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นหลัก ร่วมกับกระแสนับสนุนจากองค์กรแนวโน้มทางแฟชั่น (Fashion Trend Forecasting Agency) เพื่อใช้ในการอ้างอิงร่วมกับแนวคิดทางการออกแบบสำหรับการสร้างสรรค์คอลเลกชันต้นแบบของงานวิจัย โดยการนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์แนวคิด และองค์ประกอบทางการออกแบบได้แก่ คำสำคัญ (Keyword) สี (Color) วัสดุ (Material) รายละเอียด (Detail) และโครงร่างเงา (Silhouette) ร่วมด้วยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในด้านนวัตกรรมสิ่งทอ และแนวคิดการออกแบบ เพื่อสร้างแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend) สำหรับการพัฒนาคอลเลกชันเครื่องแต่งกายตราสินค้าของงานวิจัยได้อย่างร่วมสมัย มีกระบวนการดังนี้



## TREND ELEMENTS ANALYSIS CHART


|               | TREND  | CONCEPT   | SILHOUETTE                                  | COLOR  | MATERIAL   | DETAIL   |
|---------------|--|---|---|--|--|--|
| MAIN TREND    | Laid-back glam<br>                                | 70s Glam Rock<br>Pearlescent Glow<br>Silk-like fabrics<br>Added Shine | H - Line<br>I - Line<br>Loose Form          | <br>Full Spectrum      | Metallic<br>High-shine silk<br>Cellulose<br>Leather<br>Cotton            | Eco Sparkle<br>Draped<br>Trims   |
|               | 70%<br>Retro-future hedonism<br>                  | 70s<br>Gentle Retro<br>Hyper bright<br>Soft Masculinity               | I - Line<br>Y - Line<br>Flare Trousers      |                        | Silky<br>Seersucker<br>Cellulose<br>Cotton<br>Synthetics Polyester       | Tailoring<br>Fasteners<br>Frogmouth Pocket<br>Print & Pattern<br>Padded Shoulders      |
| SUPPORT TREND | Glam future<br>                                   | 20s Roaring<br>Pearlescent<br>Decadent Edge<br>Soft Futuristic        | Fit & Flare<br>Ultra - Feminine<br>X - Line | <br>Full Spectrum      | Viscose<br>Cupro<br>Ahimsa Silk<br>Tulle<br>Sequins                      | Pleated<br>Cutout<br>Pearlescent Surface<br>Pearlised Shimmer<br>Eco- Metallic Coating |
|               | 10%<br><b>NEW TREND</b><br>Reincarnated glam<br> | Reclaimed Joy<br>Decadent 20s<br>Sparkling 70s<br>Subversive Sexy     | Bodycon<br>I - Line<br>Y - Line             | <br>Frolic Pearlescent | Stretchy Leather<br>High Sheen Fabric<br>Cotton Twill<br>Mesh<br>Chiffon | Eco Glitter Screen<br>Cutout<br>Ruched<br>Body Chain                                   |

ภาพที่ 103 กระบวนการสร้างกระแสนิยมแฟชั่นใหม่


จากแผนภาพดังกล่าว แสดงถึงกระบวนการสร้างกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ของงานวิจัย ในการนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้แนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นในสัดส่วนที่แตกต่าง กล่าวคือ ใช้แนวโน้มกระแสนิยมหลัก: เลดแบค แกลม (Laid – back glam) เป็นแนวทางหลักในด้านแนวคิด การใช้วัสดุ โครงร่างเงา และโอกาสการสวมใส่ ใช้แนวโน้มกระแสนิยมสนับสนุน: เรโทรฟิวเจอร์ เฮโดนิสม์ (Retro – future hedonism) นั้นผู้วิจัยเน้นในด้านของการเลือกใช้สี โครงร่างเงา และรายละเอียด สำหรับแนวโน้มกระแสนิยมสนับสนุน: แกลม ฟิวเจอร์ (Glam Future) เน้นในด้านของการใช้วัสดุ และรายละเอียด โดยการนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ร่วมกับองค์ประกอบแนวคิดทางการออกแบบ และนวัตกรรมสิ่งทอตั้งต้นของงานวิจัย รวมถึงข้อมูลในการศึกษากลุ่มเป้าหมาย อันก่อให้เกิดกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ที่ทั้งร่วมสมัยและตรงตามแนวทางการสร้างสรรค์ตราสินค้าของงานวิจัย

## REINCARNATED GLAM

Menswear Trend S/S 23




**COLOR**




Glam Rock      70s Retro      Pearlescent

**MATERIAL**



Cotton Twill    Silk Satin    Stretchy Leather    Mesh    Chiffon

**DETAIL**

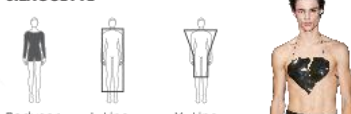


Eco Glitter Screen    Cutout    Ruched    Body Chain

**CONCEPT**

Party-mania Lifestyle after the overcome of pandemic encourages people to become more enthusiastic in order to reclaim their joyfulness that lost in the past, also look forward to release the chronic tension through partywear that ultimately expose their self - esteem, gender - identity to become outstanding shine among frivolous atmosphere. The stylized and flamboyant silhouette are main key, along with daydream pastel palettes and heavy metallic hue to represent frolic party vibe. Moreover, to keep it green, also look for eco - glitter material such as wasted fish scale or shell glitter that offer the unique pearlescent shimmer effect through textile and texture.

**SILHOUETTE**




Bodycon    I-Line    Y-Line

**KEYWORDS**

ReclaimedJoy    Decadent20s    Sparkling70s    SubversiveSexy

**KEY ITEM**



Oversize Blazer    Flared Trousers    Teeny Crop Top

### ภาพที่ 104 กระแสนิยมแฟชั่นใหม่ รีอินคาร์เนท แกลม (Reincarnated Glam)

ผลที่ได้จากกระบวนการดังกล่าว คือ กระแสนิยมแฟชั่นใหม่ (New Trend) เรื่องราว “รีอินคาร์เนท แกลม” (Reincarnated Glam) ที่กล่าวถึง วิธีการดำเนินชีวิตแห่งงานเลี้ยงสังสรรค์ในระยะหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) อันเป็นช่วงที่ผู้คนเริ่มปรับตัว และกลับมาใช้ชีวิตข้างนอกมากขึ้น อีกทั้งโยยหาความสนุกสนาน มีชีวิตชีวา เพราะต้องการปลดปล่อยความเครียดสะสมในระยะก่อน ผ่านรูปแบบเสื้อผ้าที่แสดงอัตลักษณ์ของตนได้อย่างเสรี ฉีดฉายท่ามกลางบรรยากาศงานสังสรรค์ โดยได้ย้อนกลับไปนำองค์ประกอบในช่วงทศวรรษ 1970 และ 1920 ที่เป็นยุครุ่งเรืองของงานสังสรรค์ กลับมาตีความใหม่ร่วมกันผ่านการแสดงออกทางอารมณ์ความรู้สึกที่เคยถูกปิดกั้นไว้

เครื่องแต่งกายมีรูปแบบโครงสร้างเงาที่เข้ารูปในช่วงบนและบานในช่วงล่าง สื่อถึงการแต่งกายในสไตล์แกลม ร็อก (Glam Rock) ยุค 1970 ผสมผสานกับโครงสร้างเงาที่เข้ารูป เพื่อเน้นสัดส่วน และขับเสน่ห์ของผู้สวมใส่อย่างเ้ายวนดังเช่นยุคแฟลปเปอร์ (Flapper) ช่วง 1920 ในด้านการใช้สีนั้น เลือกใช้สีโทนสีที่ขึ้นเงา หรือ เมทัลลิก (Metallic Color) โดยเน้นเป็นสีโทนเข้ม และฉูดฉาด ตัดสลับการใช้สีโทนเหลือบมุก (Pearlescent Color) ซึ่งเป็นสีโทนขาว เทา ม่วงอ่อน ร่วมกับการเลือกใช้วัสดุสำหรับโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ที่มีความระยิบระยับทั้งในเนื้อผ้า และลวดลายบนเสื้อผ้า ตอบโจทย์ทั้ง

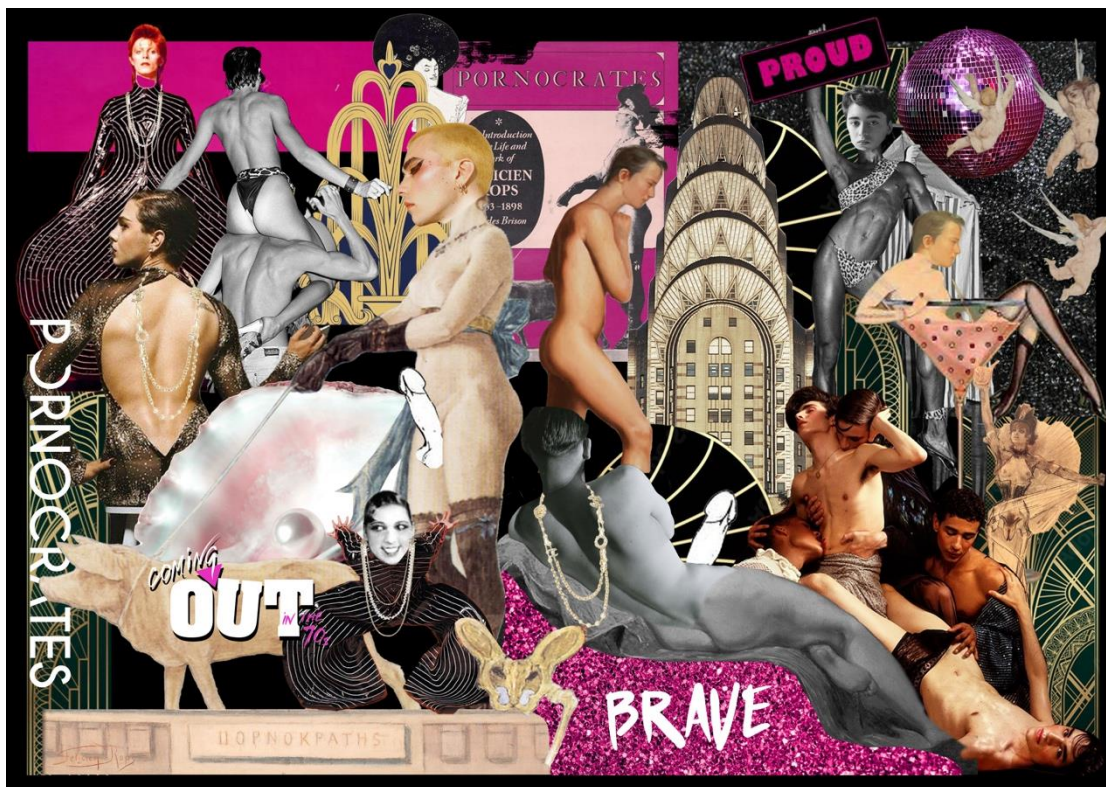
ในด้านความโดดเด่น สะดุดตา และในด้านของกระแสแฟชั่นยั่งยืน (Sustainable Fashion) ผ่านการใช้วัสดุกลิตเตอร์ (Glitter) ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

### 1.5 แรงบันดาลใจ (Inspiration)

กระบวนการสร้างกระแสนิยมในเรื่องราวของ รีอินคาร์เนท แกลม อันเป็นกระแสนิยมแฟชั่นใหม่ ผู้วิจัยจึงได้มาซึ่งทิศทางในการเลือกใช้สี วัสดุ รายละเอียด โครงร่างเงา และ แนวทางการแต่งกาย เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงใช้พิจารณาร่วมกับการค้นหาแรงบันดาลใจ (Inspiration) ของการสร้างสรรค์คอลเลกชันต้นแบบงานวิจัยเช่นกัน

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย กระแสนิยมแฟชั่นใหม่ ร่วมกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส ก่อให้เกิดแรงบันดาลใจการออกแบบภายใต้หัวข้อ “พอร์โนคราเตส (PORNOCRATES)” กล่าวถึง การจุติใหม่อีกครั้งของลัทธิเรจิมย์ (Pornocrates) หรือ Pornocracy อันเป็นคำศัพท์โบราณ หมายถึง สังคมที่ใช้เพศเป็นแรงขับเคลื่อน สื่อถึงหญิงแพศยา และโสเภณี ในอดีตที่มักใช้แรงโลกีย์เป็นแรงจูงใจในชีวิตสตรีเหล่านี้แม้จะดูราวกับว่าถูกบุรุษกดขี่ให้เป็นเพียงวัตถุทางเพศ (Sex Object) หากแต่เมื่อพิจารณาแบบย้อนเกล็ด จะพบว่า ในความเป็นจริงที่แฝงอยู่นั้น สตรีเหล่านี้มิได้เป็นวัตถุที่ถูกข่มเหง ในทางตรงกันข้าม กลับเป็นองค์ประธานทางเพศ (Sex Subject) ที่มีอัตราในร่างกายของตนเอง มีความกล้าแกร่งและเปิดเผย อีกทั้งเชื่อมั่นในคุณค่าของตนมากพอที่ยอมเผยเรือนร่างของตนให้บุรุษเพศได้เสพสำราญ หากปราศจากสตรีเหล่านี้ บุรุษก็ไม่สามารถปลดปล่อยความต้องการทางเพศของตนเองได้อย่างเสรี

การจุติของลัทธิเรจิมย์ในครั้งนี้ เกิดขึ้นในยุคสมัยปัจจุบันที่สังคมเปิดกว้างเสรีทางเพศมากยิ่งขึ้น การใช้เพศภาวะจึงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการเรียกร้องเสรีภาพทั้งในแง่มุมของการเสียดสี ประชดประชันค่านิยมบรรทัดฐานในอดีตที่เคยตีตราว่าเป็นสิ่งที่วิบัติถาวร แรงบันดาลใจดังกล่าวนำมาสู่การออกแบบเสื้อผ้าที่ก่อให้เกิดการตั้งคำถามในเพศภาวะ การเสียดสีค่านิยมสังคม ความวิบัติถาวรและเสื่อมทางศีลธรรม รวมถึงการออกแบบลวดลายที่สะท้อนความเป็นองค์ประธานทางเพศอย่างเปิดเผย



ภาพที่ 105 แรงบันดาลใจในการออกแบบ (Inspiration Board)

## ส่วนที่ 2 การสร้างสรรค์ผลงาน

ในส่วนนี้ เป็นกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานคอลเลคชันต้นแบบของงานวิจัย โดยผู้วิจัยนำองค์ประกอบทางการออกแบบที่ได้จากกระบวนการวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นทั้งในด้านการพัฒนานวัตกรรมสีเคลือบประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส การศึกษาแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย รวมถึงการวิเคราะห์ช่องว่างทางการตลาด ร่วมด้วยแนวโน้มทิศทางกระแสนิยมทางแฟชั่น อันนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานคอลเลคชันต้นแบบอย่างเป็นรูปธรรม มีรายละเอียดดังนี้

### 2.1 การพัฒนานวัตกรรมสิ่งทอ

#### 2.1.1 การทำบล็อคสกรีนด้วยสีเคลือบประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส

ในการสร้างสรรค์งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพิจารณาเห็นว่า การทำบล็อคสกรีนด้วยสีเคลือบประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส นั้น นับเป็นวิธีที่เหมาะสมในด้านเทคนิค รายละเอียดบนเสื้อผ้ามากที่สุด โดยเป็นการใช้กระบวนการปาดสี และกาววางสำหรับสกรีนลงไปบนผืนผ้า ตามลวดลายที่

ออกแบบ ทั้งนี้ ในกระบวนการทำนั้น ผู้วิจัยได้ปรับปรุงขั้นตอนร่วมกับช่างในการสกรีนสีเกลือประกายมุก โดยแบ่งลำดับขั้นตอนการสกรีนได้ดังนี้

- การเตรียมบล็อกสกรีน ตามขนาด และลวดลายที่ออกแบบ
- การผสมเกลือประกายมุกและผงสีเรซิน เพื่อให้ได้สีเกลือประกายมุกตามต้องการก่อนนำไปสกรีน
- การผสมสีสกรีนปกติ เพื่อเป็นสีพื้นหลัง และปาดลงบนผ้าสกรีน
- การนำเกลือประกายมุกที่ผสมผงสีเรียบร้อยแล้ว ใส่ทับลงไปบนชั้นบน ก่อนเกลี่ยให้เรียบ
- การพักทิ้งไว้จนแห้งสนิท

นอกจากนี้ ข้อดีของการใช้วิธีทำบล็อกสกรีน คือ ความสามารถในการควบคุมขนาด และลวดลายให้ออกมาตามที่ต้องการ รวมถึงใช้เวลาในการทำไม่มาก และยังสามารถประยุกต์เข้าสู่วิธีการในทางอุตสาหกรรมการสกรีน ในการเพิ่มตัวอย่างสีสกรีนทางเลือกจากเกลือประกายมุก เมื่อสกรีนเสร็จแล้วไม่หลุดร่วง และให้คุณสมบัติเชิงแสงที่ชัดเจน



ภาพที่ 106 การทำบล็อกสกรีนด้วยสีเกลือประกายมุกที่ผสมผงสีไว้แล้ว (สีเงิน)



ภาพที่ 107 การทำบล็อกสกรีนด้วยสีเกล็ดประกายมุกที่ผสมผงสีไว้แล้ว (สีบานเย็น)

### 2.1.2 การประยุกต์สเปรย์กากเพชร จากเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส

อีกวิธีหนึ่งที่ใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มรายละเอียดตกแต่งในพื้นที่ผิวนอกได้ คือ การใช้วิธีสเปรย์กากเพชร ประยุกต์ร่วมกับเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส ซึ่งในการใช้วิธีนี้นั้น จำเป็นต้องใช้เกล็ดประกายมุกที่มีอนุภาคละเอียดสูง มิเช่นนั้น จะก่อให้เกิดการอุดตันบริเวณหัวฉีดได้ อย่างไรก็ตาม วิธีการนี้ สามารถใช้ร่วมกับเกล็ดประกายมุกได้ โดยยังคงคุณสมบัติเชิงแสงได้เช่นเดิม หากแต่ยังคงมีข้อจำกัดในด้านของการพ่นสเปรย์แล้วส่งผลให้พื้นผิววัสดุมีความแข็งขึ้น และยังมีบางส่วนที่หลุดร่วง จึงเหมาะกับการใช้บนพื้นผิววัสดุที่เรียบลื่น ดังเช่น ชิ้นส่วนอะลูมิเนียม ที่ใช้เป็นเครื่องประดับ



ภาพที่ 108 การทดลองพ่นสเปรย์เกล็ดประกายมุกบนผ้าขนเทียม

นอกจากนี้ เมื่อประยุกต์ใช้บนแผ่นอะลูมิเนียมที่ใช้เป็นเครื่องประดับ จึงไม่มีข้อจำกัดในเรื่องความแข็งของวัสดุ ผู้วิจัยจึงได้ประยุกต์ร่วมกับการพ่นสเปรย์กากบนพื้นอะลูมิเนียม ก่อนใช้เกล็ดประกายมุกขนาดใหญ่ ที่ไม่สามารถใช้ในหัวฉีดสเปรย์ได้ ผลลัพธ์ที่ได้คือ เกล็ดประกายมุกยึดเกาะได้ดี

กับพื้นผิวอะลูมิเนียม และให้คุณสมบัติเชิงแสงเช่นเดิม เพราะไม่มีการรบกวนกับพื้นผิวของเกล็ด  
 ปรอท



ภาพที่ 109 การทดลองพ่นสเปรย์เกล็ดปรอทขนาดเล็กบนชิ้นส่วนอะลูมิเนียม



ภาพที่ 110 การทดลองสเปรย์เกล็ดปรอทขนาดใหญ่บนชิ้นส่วนอะลูมิเนียม

CHULALONGKORN UNIVERSITY

## 2.2 การพัฒนาคอลเลคชัน

### 2.2.1 การพัฒนาแบบร่าง (Sketch) และการขึ้นตัวอย่างคอลเลคชัน

การพัฒนาแบบร่าง (Sketch) นั้น เป็นขั้นตอนแรกของการเริ่มต้นออกแบบคอลเลคชัน ใน  
 การนี้ ผู้วิจัยเริ่มต้นจากกระบวนการคอลลาจ (Collage) กล่าวคือ การนำภาพแรงบันดาลใจของงาน  
 ออกแบบในครั้งนี้ มาตัดปะลงบนหุ่นในภาพแบบร่าง เพื่อใช้ในการกำหนดทิศทางของโครงร่างเงา สี  
 รายละเอียดของเสื้อผ้า รวมถึงสร้างความชัดเจนของเนื้อหาที่นักออกแบบต้องการบอกเล่าลงไป  
 คอลเลคชันดังกล่าวเช่นกัน

- การขึ้นแบบร่างด้วยวิธีการคอลลาจ (Collage)



ภาพที่ 111 คอลลาจ (Collage) คอลเลคชันต้นแบบ

จากกระบวนการคอลลาจ (Collage) ทั้งหมด 10 ชุด ผู้วิจัยได้ถอดต้นแบบจากภาพตัดปะข้างต้น เพื่อแปลงรูปของชิ้นส่วนเหล่านั้นบนหุ่นร่าง ให้กลายเป็นชิ้นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยยังคงไว้ซึ่ง ลักษณะโครงร่างเงา และรายละเอียดบนเสื้อผ้า นำไปสู่ภาพแบบร่าง (Sketch) คอลเลคชันต้นแบบ ดังนี้

- การพัฒนาแบบร่าง (Sketch) ครั้งที่ 1





### ภาพที่ 112 การพัฒนาแบบร่าง (Sketch) ครั้งที่ 1

ภาพแบบร่างครั้งที่ 1 เป็นการต่อยอดมาจากการทำภาพตัดปะคอลลาจในขั้นแรก และเลือกนำมาพัฒนาต่อสู่การทำคอลเลคชันต้นแบบ 5 ชุด ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการลงสี และพัฒนาแบบร่างทั้ง 5 เพื่อใช้ในการพัฒนาด้านแบบต่อไป

- การพัฒนาแบบร่าง (Sketch) ครั้งที่ 2



### ภาพที่ 113 การพัฒนาแบบร่าง (Sketch) ครั้งที่ 2

ภาพแบบร่างครั้งที่ 2 นั้น ผู้วิจัยปรับแก้ไขตามคำแนะนำที่ได้รับ อีกทั้งเพิ่มการคำนึงถึงวัสดุที่จะใช้ในการพัฒนาเครื่องแต่งกายในแต่ละชิ้น รวมถึงรายละเอียดตกแต่ง ตามองค์ประกอบทางการออกแบบที่ได้กำหนดไว้

- การพัฒนาแบบร่าง (Sketch) ครั้งที่ 3



ภาพที่ 114 การพัฒนาแบบร่าง (Sketch) ครั้งที่ 3 : ด้านหน้า

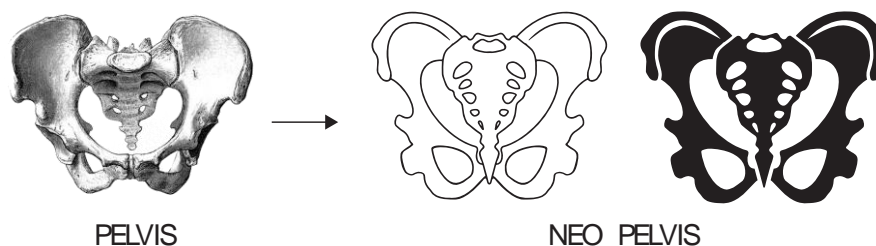


ภาพที่ 115 การพัฒนาแบบร่าง (Sketch) ครั้งที่ 3 : ด้านหลัง

ภาพแบบร่างครั้งที่ 3 นั้น ผู้วิจัยได้ทำการปรับแก้ไขพัฒนาแบบร่างตามคำแนะนำเชิงละเอียดมากยิ่งขึ้น โดยเน้นการรายละเอียดที่เพิ่มเทคนิคการสกรีนเกิลด์ประกายมุก เพื่อให้คำตอบของงานวิจัย เด่นชัดมากยิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาลวดลายจากแรงบันดาลใจ เพื่อสร้างความจำเพาะให้กับคอลเลคชันต้นแบบ

- การพัฒนาลวดลายของคอลเลคชันต้นแบบ

ในการสร้างความจำเพาะให้แก่อัตลักษณ์ตราสินค้าของงานวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ออกแบบพัฒนาลวดลาย ให้สอดคล้องกับเรื่องราวแรงบันดาลใจของคอลเลคชัน โดยคำนึงถึงกระบวนการในการถ่ายทอดลวดลายดังกล่าวลงสู่สินค้า ทั้งในด้านเทคนิคการสกรีนสีเกิลด์ประกายมุก การหล่อเรซินสามมิติด้วยระบบ SLA Prosumer และการพิมพ์ดิจิทัล มีรายละเอียดดังนี้



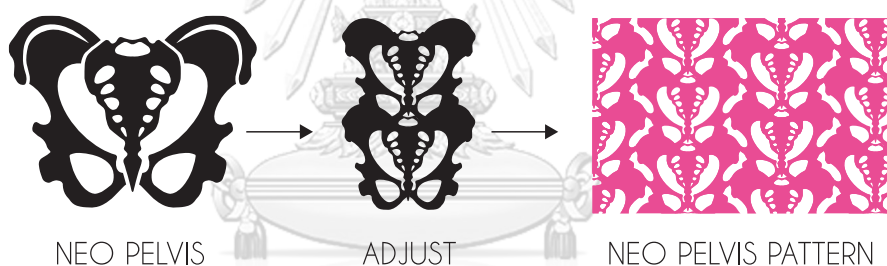
ภาพที่ 116 การพัฒนาลาย นีโอ เพลวิส (Neo Pelvis)



## NEO PELVIS

ภาพที่ 117 ลาย นีโอ เฟลวิส (Neo Pelvis) แบบลายเส้น และถมสี

สำหรับการพัฒนาลายที่ 1 คือ นีโอ เฟลวิส (Neo Pelvis) ผู้วิจัยนำรูปของโครงสร้างกระดูกเชิงกรานของมนุษย์มาออกแบบใหม่ โดยลดทอนรายละเอียดที่สมจริง ความโค้งมนเสมือนจริง ปรับเพื่อให้เกิดรูปสัญลักษณ์ใหม่ เพื่อใช้ต่อยอดในการออกแบบทั้งลวดลายในการพิมพ์ดิจิทัล การสกรีนสี และ รูปทรงของเรซิน



NEO PELVIS

ADJUST

NEO PELVIS PATTERN

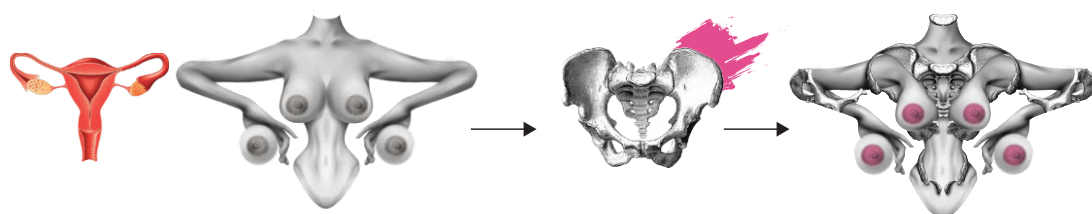
ภาพที่ 118 การพัฒนาแพทเทิร์นลาย นีโอ เฟลวิส (Neo Pelvis)

CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาพที่ 119 แพทเทิร์นลาย นีโอ เฟลวิส (Neo Pelvis)

จากนั้น ผู้วิจัยนำลาย นีโอ เพลวิส มาจัดเรียงซ้อนทับกับ โดยวางเรียงแนวเหลี่ยมกันในแนวตั้ง เพื่อสร้างแพทเทิร์น (Pattern) ในการต่อยอดสู่การทำลวดลายสำหรับเทคนิคเลเซอร์คัท (Laser Cut) รวมถึงสร้างลายโมนแกรม (Monogram) จำเพาะให้แก่ตราสินค้าของงานวิจัย



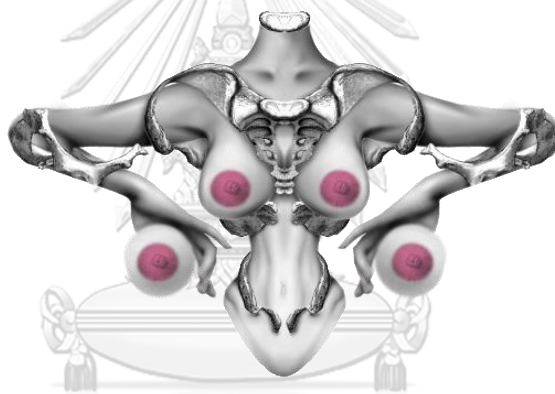
VAGINA

MOTHERHOOD

PELVIS

MOTIF. NEO VAGINA

ภาพที่ 120 การพัฒนาลาย นีโอ วาไจนา (Neo Vagina)



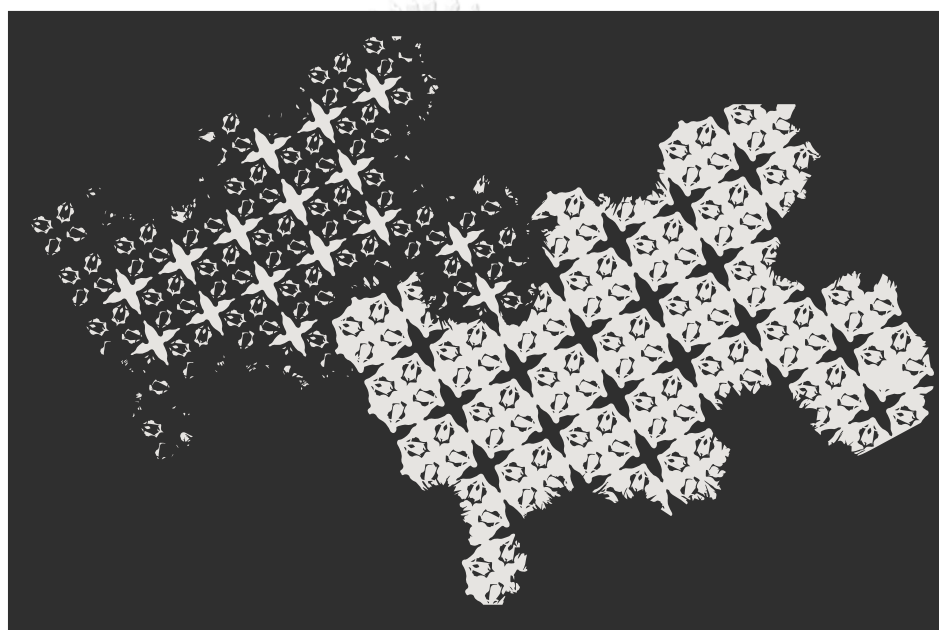
MO TIF. NEO VAGINA

ภาพที่ 121 ลาย นีโอ วาไจนา (Neo Vagina)

สำหรับการพัฒนาลายที่ 2 คือ นีโอ วาไจนา (Neo Vagina) ผู้วิจัยนำภาพส่วนหนึ่งจากแรงบันดาลใจในการออกแบบ กล่าวคือ ภาพเปลือยสตรี และ อวัยวะเพศหญิง โดยดัดแปลงให้สตรีที่เปลือยกายนั้น มีท่าทางโครงร่างเงาสื่อถึงอวัยวะเพศหญิง ผสมกับการรวมกันของภาพโครงกระดูกเชิงกราน อันเป็นกระดูกบริเวณแกนกลางลำตัวของมนุษย์ ให้มีความวิจิตรผ่านการนำมาเป็นชิ้นหน้าของร่างกาย และแยกส่วนกระดูกออกไปตามตำแหน่งของร่างกายสตรี สื่อถึงการเปิดเผยกายวิภาคของสตรีเพศอย่างภาคภูมิใจ รวมถึงการใช้สีชมพูบานเย็นของคอลเลคชันต้นแบบเฉพาะจุด เพื่อสร้างความจำเพาะให้กับงานออกแบบ



ภาพที่ 122 การพัฒนาลายนีโอ วาไจนา



ภาพที่ 123 ลายนีโอ วาไจนา สำหรับพิมพ์ดิจิทัล

ผู้วิจัยได้ต่อยอดพัฒนาลาย นีโอ วาไจนา (Neo Vagina) ร่วมกับเทคนิคการพิมพ์ดิจิทัล โดยออกแบบเริ่มต้นจากการใช้ภาพโครงร่างเงาของลายหลัก เพื่อลคทอนรายละเอียด แล้วนำมาผูกเรื่องราวใหม่ในลักษณะ ความไม่เป็นระเบียบ เลอะเทอะ เพื่อสื่อถึงการถูกประณามและสาตสีทางสังคมของสตรีเพศ ทั้งนี้ จึงได้มาซึ่งแพทเทิร์นที่สามารถต่อยอดได้ทั้งในรูปแบบของการพิมพ์ลวดลายแบบ โมนแกรม สำหรับการออกแบบเสื้อผ้าในคอลเลคชัน

### 2.2.2 การทดลองขึ้นชุดด้วยการตัดเย็บผ้าดิบ

เมื่อได้พัฒนาและแก้ไขภาพต้นแบบร่างแล้ว กระบวนการลำดับต่อมาจึงเป็นกระบวนการนำภาพต้นแบบ เข้าสู่ขั้นตอนการตัดเย็บ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์คอลเลคชันต้นแบบ ทั้งนี้ ในขั้นตอนแรก

ของการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกาย ผู้วิจัยเริ่มกระบวนการทดลองจากการขึ้นต้นแบบด้วยชุดผ้าดิบ เพื่อทดลองทิศทางในการสร้างสรรค์เสื้อผ้า ความเหมาะสมของโครงร่างเงา และข้อจำกัดทางด้านเทคนิค และรายละเอียด มีเนื้อหา ดังนี้

- การทดลองขึ้นชุดผ้าดิบ คอลเลคชัน PORNOCRATES ชุดที่ 1





ภาพที่ 124 การทดลองขึ้นชุดผ้าดิบ คอลเลคชั่น PORNOCRATES ชุดที่ 1  
 ตารางที่ 44 ตารางรายละเอียดผลงานชุดผ้าดิบคอลเลคชั่น PORNOCRATES ชุดที่ 1

| ชุดที่ 1 : TEAR ME UP                                 |  |
|---|--|
| แนวคิดผลิตภัณฑ์<br>(Concept Item)                     | <p><u>TIGHT ME Top (เสื้อเข้ารูป)</u></p> <p>-ได้แรงบันดาลใจมาจากลวดลายที่เกิดจากการทำภาพคอลลาจ สื่อถึงการเล่าโลมสตรีเพศที่ปลดปล่อยจนเหลือเพียงชิ้นส่วนกระดูกเชิงกราน รวมถึงโครงร่างแบบเข้ารูป เพื่อสื่อถึงการโอบรัดเรือนร่าง</p> <p><u>BOWIE Pants (กางเกงขาบาน)</u></p> <p>-จากภาพคอลลาจที่สื่อถึงการฉีกกระชากเสื้อผ้า รวมถึงอากัปกริยาที่สื่อนัยยะทางเพศ ผสมกับแรงบันดาลใจของกางเกงในยุค 70s ของ เดวิด โบวี่ ผู้เป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของสุนทรียศาสตร์แคมป์</p> |
| รายละเอียดเทคนิคและการตกแต่ง<br>(Details & Technique) | <p><u>TIGHT ME Top (เสื้อเข้ารูป)</u></p> <p>- ใช้เทคนิคการทำลวดลายจากการเลเซอร์คัทเพื่อเพิ่มมิติให้กับชุด</p> <p><u>BOWIE Pants (กางเกงขาบาน)</u></p> <p>- เทคนิคการทำบล็อกสกรีน ลวดลายที่ออกแบบ ร่วมกับการใช้สีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส</p> <p>- การขึ้นโครงกางเกงด้วยลวดอะลูมิเนียม</p>   |

- การทดลองขึ้นชุดผ้าดิบ คอลเลคชัน PORNOCRATES ชุดที่ 2





ภาพที่ 125 การทดลองขึ้นชุดผ้าดิบ คอลเลคชั่น PORNOCRATES ชุดที่ 2  
 ตารางที่ 45 ตารางรายละเอียดผลงานชุดผ้าดิบคอลเลคชั่น PORNOCRATES ชุดที่ 2

| ชุดที่ 2 : HARASS ME NOW                                     |  |
|--|--|
| แนวคิดผลิตภัณฑ์<br>(Concept Item)                            | <p><u>NEO PELVIS Leotard (ชุดบอดีสูท)</u></p> <p>-แรงบันดาลใจมาจากลวดลายที่เกิดจากการทำภาพคอลลาจ สื่อถึงการปลดปล่อย<br/>           อารมณ์ และเล่าโลมสตรีเพศ การกอดรัดที่แนบแน่น</p> <p><u>HARASS ME Bikini (บิกินี)</u></p> <p>-รับแรงบันดาลใจภาพคอลลาจจากอากัปกิริยาทางเพศ บริเวณช่วงล่างของร่างกายสตรี<br/>           ร่วมกับการเผยให้เห็นถึงแก่นด้านในที่มีเพียงกระดูกเชิงกรานอันเสื่อมโทรม</p> |
| รายละเอียดเทคนิค<br>และการตกแต่ง<br>(Details &<br>Technique) | <p><u>NEO PELVIS Leotard (ชุดบอดีสูท)</u></p> <p>- ใช้เทคนิคการทำลวดลายจากการเลเซอร์คัทเพื่อเพิ่มมิติให้กับชุด</p> <p><u>HARASS ME Bikini (บิกินี)</u></p> <p>- เทคนิคการทำบล็อกสกรีน ร่วมกับการใช้สีเคล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส</p> <p>- การขึ้นโครงรูปกระดูกเชิงกรานด้วยลวดอะลูมิเนียม</p>  |

- การทดลองขึ้นชุดผ้าดิบ คอลเลคชั่น PORNOCRATES ชุดที่ 3

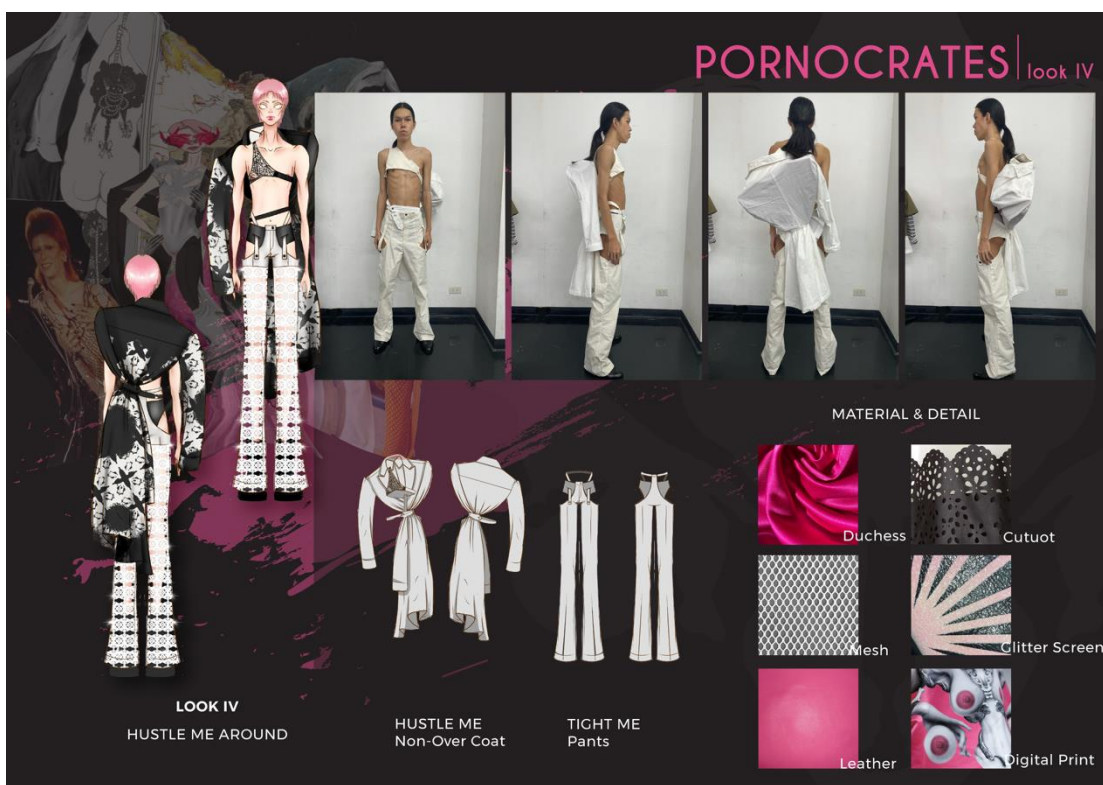


ภาพที่ 126 การทดลองขึ้นชุดผ้าดิบ คอลเลคชั่น PORNOCRATES ชุดที่ 3  
 ตารางที่ 46 ตารางรายละเอียดผลงานชุดผ้าดิบคอลเลคชั่น PORNOCRATES ชุดที่ 3

| ชุดที่ 3 : OBSESS ME THERE                            |  |
|---|--|
| แนวคิดผลิตภัณฑ์<br>(Concept Item)                     | <p><u>CRUCIFY ME Blazer (เบลเซอร์)</u><br/>           -แรงบันดาลใจมาจากลวดลายที่เกิดจากการทำภาพคอลลาจ สื่อถึงชุดสูทของบุรุษเพศที่เสื่อมโทรม และฉีกขาด รวมถึงความกว้างช่วงไหล่ที่เกินปกติ สื่อถึงการขังมัด และประชดประชันจากสตรีเพศ</p> <p><u>OBSESS ME Pants (กางเกงขายาว)</u><br/>           -แรงบันดาลใจจากกางเกงขาบานยุค 70s ที่ผสมผสานร่วมกับรายละเอียดงานปักขนเทียมจากเครื่องแต่งกายสตรีสังสรรค์ในยุค 20s อันเป็นยุคสมัยแห่งความเสื่อมถอยทางศีลธรรม</p> |
| รายละเอียดเทคนิคและการตกแต่ง<br>(Details & Technique) | <p><u>CRUCIFY ME Blazer (เบลเซอร์)</u><br/>           - ใช้เทคนิคพิมพ์ลายดิจิทัล<br/>           - เทคนิคการถักตาข่ายโครเชต์ (Crochet)</p> <p><u>OBSESS ME Pants (กางเกงขายาว)</u></p>  |

| ชุดที่ 3 : OBSESS ME THERE |   |
|----------------------------|---|
|                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- การขึ้นโครงช่วงปลายขา ให้พองกว่าปกติ</li> <li>- การสกรีนสีเคล็ดประกายมุก เพื่อนำมาใช้ในการปักพื้นผิวด้านนอก</li> </ul> |

- การทดลองขึ้นชุดผ้าดิบ คอลเลคชั่น PORNOCRATES ชุดที่ 4



ภาพที่ 127 การทดลองขึ้นชุดผ้าดิบ คอลเลคชั่น PORNOCRATES ชุดที่ 4  
 ตารางที่ 47 ตารางรายละเอียดผลงานชุดผ้าดิบคอลเลคชั่น PORNOCRATES ชุดที่ 4

| ชุดที่ 4 : HUSTLE ME AROUND       |   |
|-----------------------------------|---|
| แนวคิดผลิตภัณฑ์<br>(Concept Item) | <p><u>HUSTLE ME Non-over Coat (เสื้อครอป)</u></p> <p>-แรงบันดาลใจจากภาพคอลลาจ สื่อถึงการโอบกอดรัดของเหล่าบุรุษ ที่แฝงไปด้วย<br/>         กามตัณหา รวมถึงลวดลายอวัยวะเพศสตรีที่ถูกสาดสีลงบนเสื้อผ้า</p> <p><u>TIGTH ME Pants (กางเกงขาวาว)</u></p> <p>-แรงบันดาลใจจากกางเกงขาวาวยุค 70s ร่วมกับภาพคอลลาจที่บอกเล่าเกี่ยวกับกิริยา<br/>         เสียดสีบุรุษเพศจากการถูกปลดกางเกงลงมา</p> |
| รายละเอียดเทคนิค<br>และการตกแต่ง  | <p><u>HUSTLE ME Non-over Coat (เสื้อครอป)</u></p> <p>- ใช้เทคนิคพิมพ์ลายดิจิทัล</p>   |

| ชุดที่ 4 : HUSTLE ME AROUND |   |
|-----------------------------|---|
| (Details & Technique)       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- เทคนิคการถักตาข่ายโครเชต์ (Crochet)</li> <li><u>TIGHT ME Pants (กางเกงขายาว)</u></li> <li>- การใช้เทคนิคเว้าหรือตัด (Cutout)</li> <li>- การสกรีนสีเกล็ดประกายมุก ก่อนนำไปเลเซอร์คัทเพื่อสร้างลวดลาย</li> </ul> |

สำหรับขั้นตอนการทดลองตัดเย็บผ้าดิบนั้น ในการทดลองชุดที่ 1 ผู้วิจัยเลือกทดลองทั้งในรูปแบบของการขึ้นผ้าดิบ และการทดลองขึ้นวัสดุจริง เพื่อทดสอบข้อจำกัดของนวัตกรรมสิ่งทอในงานวิจัย ในขณะที่ชุดที่ 2, 3, และ 4 จะเป็นเพียงการทดลองด้วยผ้าดิบเท่านั้น มีรายละเอียดดังนี้

ในด้านโครงร่างงานนั้น การใช้เทคนิคขึ้นโครงเสื้อผ้าด้วยลวดอะลูมิเนียม ทำให้ชุดเกิดความอสมมาตร เพราะเป็นการตัดลวดด้วยมือ เพื่อใช้ในการขึ้นโครงให้เป็นทรง เมื่อบริเวณผ้าที่ถูกซิงเกิดความอสมมาตร จึงทำให้มองเห็นลวดลายสกรีนได้ไม่สมบูรณ์ตามที่ออกแบบ และทำให้ผลงานไม่สมบูรณ์ตามแบบร่าง อีกทั้ง ลวดอะลูมิเนียมไม่สามารถคงตัวได้เท่าที่ควร เพราะมีเส้นผ่าศูนย์กลางที่เล็ก ส่งผลให้ขณะที่ย้ายแบบเดิน โครงลวดเคลื่อนไปมาและเดินได้ไม่สะดวก

ในด้านเทคนิคการทำบล็อกสกรีนร่วมกับสีเกล็ดประกายมุก พบว่า หากใช้วิธีผสมเกล็ดประกายมุกร่วมกับขั้นตอนการผสมสีสกรีนตั้งแต่ระยะแรก ก่อนนำไปปาดบนบล็อกสกรีนนั้น จะส่งผลให้เกล็ดประกายมุกรวมเป็นเนื้อเดียวกับสีสกรีน เมื่อทดลองสกรีนแล้วจึงไม่ปรากฏคุณสมบัติเชิงแสงเนื่องจากเม็ดสีสกรีนที่มีความเข้มข้นสูงบดบังเกล็ดประกายมุกดังกล่าวไว้ รวมถึงเกล็ดประกายมุกนั้นเดิมที่มีสีขาวมุกธรรมชาติ ในการนำมาใช้งานต่อยอดสิ่งทอที่ต้องการสีสันทึบหลากหลาย จึงจำเป็นต้องผสมผงสีร่วมกับเกล็ดประกายมุก ให้ได้สีตามต้องการเสียก่อน จึงจะนำไปใช้ในขั้นตอนสกรีน รวมถึงให้ผลลัพธ์ของสีที่ไม่ผิดเพี้ยน ทั้งนี้จากการทดลองนวัตกรรมในขั้นต้นพบว่าสามารถใช้ได้ทั้งผงสีเรซินและสีผสมอาหาร ในการผสมสีกับเกล็ดประกายมุกโดยที่ยังคงไว้ซึ่งคุณสมบัติเชิงแสง

### 2.2.3 การพัฒนาคอลเลคชันต้นแบบ

เมื่อผ่านกระบวนการทดลองขึ้นชุดผ้าดิบ และทดลองวัสดุจริงในขั้นทดลองตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยนำคำแนะนำ ร่วมกับแนวทางในการแก้ไขปัญหา ทั้งในด้านข้อจำกัดทางวัสดุ โครงร่างงาน และเทคนิครายละเอียดตกแต่ง มาปรับแก้ไข รวมถึงการเพิ่มในส่วนของการออกแบบเครื่องประดับเพื่อ

ความสมบูรณ์ของคอลเลกชันมากยิ่งขึ้น อันนำไปสู่กระบวนการพัฒนาการสร้างสรรค์คอลเลกชันต้นแบบ

ในส่วนการปรับแก้ได้โครงสร้างเงา ผู้วิจัยปรับเปลี่ยนวิธีในการขึ้นโครงชุดจากการใช้ลวดอะลูมิเนียม เป็นการอัดเส้นใยโพลีเอสเตอร์ ซึ่งมีคุณสมบัติช่วยให้เส้นผ้าขึ้นเป็นทรง และคงตัวไว้ได้ และไม่ทำให้มีอุปสรรคในการสวมใส่ รวมถึงตัดทอนชิ้นส่วนที่พิจารณาได้ว่าไม่เหมาะสมต่อการใช้งานในโอกาสสวมใส่ได้จริง และเพิ่มชนิดเครื่องแต่งกายให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยเป็นการอ้างอิงจากการทำภาพคอลลาจในขั้นต้น เพื่อยังคงความเป็นเรื่องราวอันหนึ่งเดียวของคอลเลกชัน

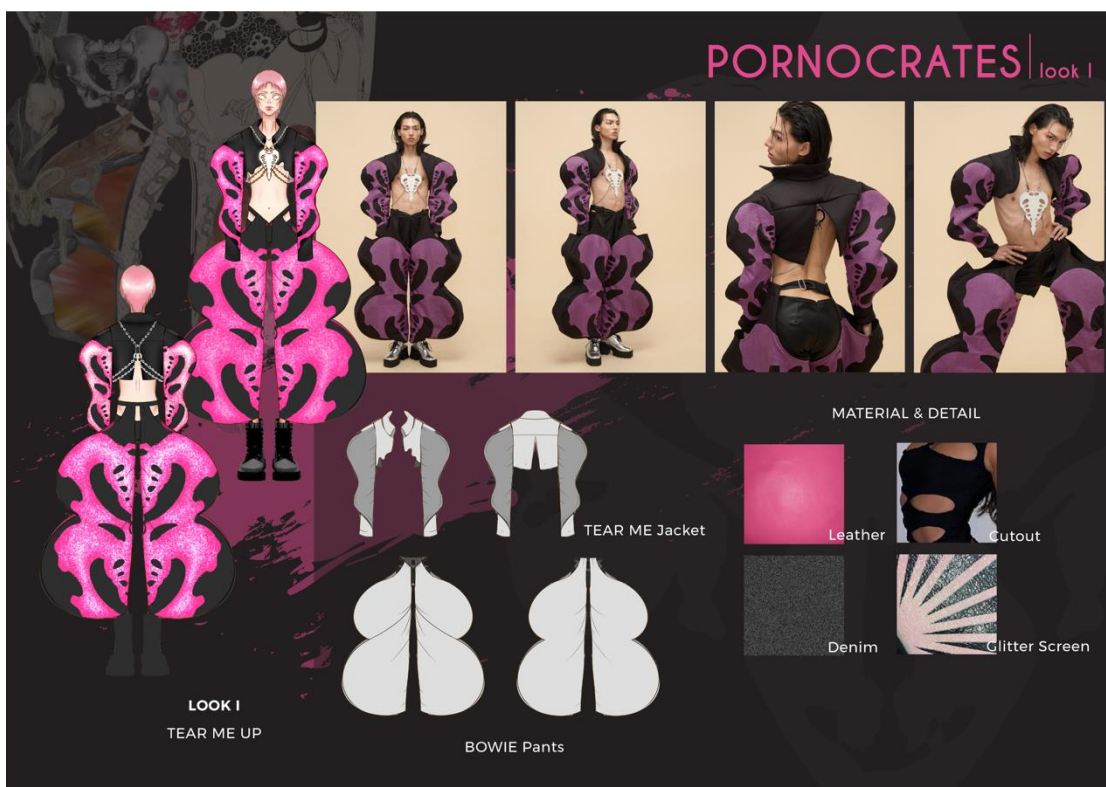
ในด้านเทคนิค รายละเอียด มีการปรับเปลี่ยนวิธีการหล่อเรซินสามมิติ แทนที่ด้วยการหล่อเครื่องชุบเงิน และแผ่นอะลูมิเนียม เพราะแม้ว่าวิธีการทำเรซินสามมิติ จะเป็นแนวทางที่เหมาะสมในการใช้เกล็ดประกายมุก โดยมีหลอดร่วง หากแต่มีข้อจำกัดในด้านความทนทาน เนื่องจากในการหล่อเรซินเพื่อขึ้นเป็นชิ้นส่วนเครื่องประดับได้แก่ หัวเข็มขัด ชิ้นส่วนเกาะอก หรือ จีสร้อยคอ จำเป็นต้องควบคุมความหนาของเรซินให้มีความบางเป็นพิเศษ มิเช่นนั้นจะส่งผลให้มีน้ำหนักที่มากเกินไป ไม่เหมาะแก่การสวมใส่เมื่อเรซินมีความบางมาก การนำมาใช้ในลักษณะเครื่องประดับ หัวเข็มขัด ที่ต้องอาศัยการยึดเกาะกับโซ่ อะไหล่ รวมถึงแรงดึงของสายคาด จึงก่อให้เกิดปัญหาความเปราะบาง และแตกหักได้ง่าย ผู้วิจัยจึงปรับวิธีการนี้ แทนที่ด้วยการหล่อเครื่องชุบเงิน และแผ่นอะลูมิเนียม อันเป็นการแก้ปัญหาด้านความคงทน และความหนาบางของวัสดุชนิดเครื่องประดับ มีเนื้อหาดังนี้



ภาพที่ 128 ภาพแบบร่างคอลเลคชันฉบับแก้ไขสมบูรณ์ (ด้านหน้า) ก่อนตัดเย็บจริง



ภาพที่ 129 ภาพแบบร่างคอลเลคชันฉบับแก้ไขสมบูรณ์ (ด้านหลัง) ก่อนตัดเย็บจริง



ภาพที่ 130 การตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเลกชัน “PORNOCRATES” ชุดที่ 1

ตารางที่ 48 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเลกชัน “PORNOCRATES” ชุดที่ 1

| ชุดที่ 1 : TEAR ME UP          |   |
|--------------------------------|---|
| แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Item) | <p><u>BOWIE Crop Jacket (เสื้อครอปแจ็คเก็ต)</u></p> <p>- ได้แรงบันดาลใจจากภาพคอลลาจ ที่ช่วงแขนมีความโปร่ง โดยถอดลักษณะมาจากอากัปกิริยาขณะมีเพศสัมพันธ์ รวมถึงชายเสื้อที่ถักสั้น แลดูฉีกขาดจากการถูกระทำ</p> <p><u>CHAIN ON ME Necklace (เครื่องประดับ)</u></p> <p>- ได้แรงบันดาลใจจากการถอดภาพชิ้นส่วนของโครงกระดูกเชิงกราน เพิ่มการใช้โซ่ที่สื่อถึงการตรวนโซ่ อันเป็นหนึ่งในพฤติกรรมมรณิยมทางเพศรูปแบบหนึ่ง</p> <p><u>BOWIE Pants (กางเกงขายาว)</u></p> <p>- ภาพคอลลาจที่สื่อถึงการฉีกกระชากเสื้อผ้าออกเป็นสองฝั่ง รวมถึงอากัปกิริยาที่สื่อนิยมทางเพศ ผสมกับแรงบันดาลใจของกางเกงในยุค 70s ของ เดวิด โบวี่ ผู้เป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ของสุนทรียศาสตร์แคมป์</p> |

| ชุดที่ 1 : TEAR ME UP                               |   |
|---|---|
| รายละเอียดเทคนิค และการตกแต่ง (Details & Technique) | <p><u>BOWIE Crop Jacket (เสื้อครอปแจ็คเก็ต)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การทำบล็อกสกรีนด้วยการผสมสีสกรีน และเกล็ดประกายมุก</li> <li>- การขึ้นโครงด้วยการอัดเส้นใยโพลีเอสเตอร์</li> </ul> <p><u>CHAIN ON ME Necklace (เครื่องประดับ)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การตกแต่งด้วยสเปรย์กากเพชรจากเกล็ดประกายมุก บนชิ้นส่วนวัสดุอะลูมิเนียม</li> </ul> <p><u>BOWIE Pants (กางเกงขายาว)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การทำบล็อกสกรีนด้วยการผสมสีสกรีน และเกล็ดประกายมุก</li> <li>- การขึ้นโครงด้วยการอัดเส้นใยโพลีเอสเตอร์</li> </ul> |



ภาพที่ 131 การตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเลกชัน “PORNOCRATES” ชุดที่ 2 ตารางที่ 49 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเลกชัน “PORNOCRATES” ชุดที่ 2

| ชุดที่ 2 : HARASS ME NOW       |  |
|--------------------------------|--|
| แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Item) | <u>NEO PELVIS Leotard (ชุดบอดีสูท)</u> |

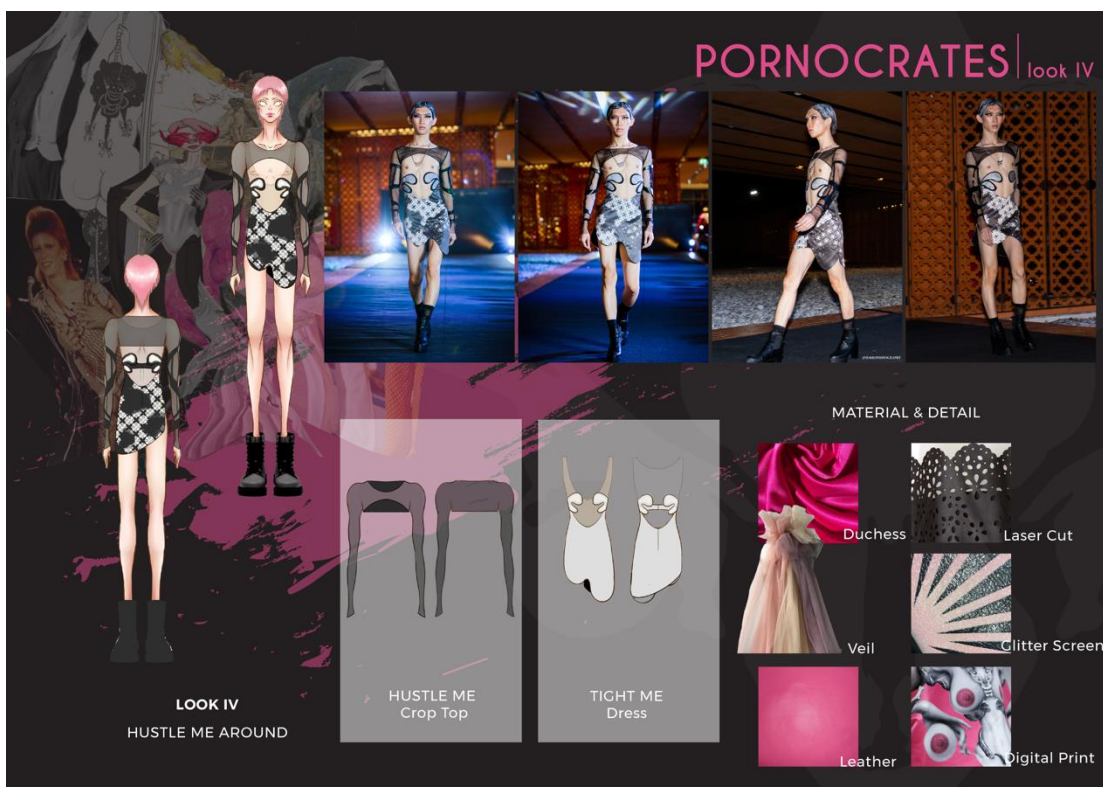


| ชุดที่ 2 : HARASS ME NOW                               |  |
|--|--|
|  | <p>- แรงบันดาลใจมาจากกลดลายที่เกิดจากการทำภาพคอลลาจ สื่อถึงการปลดปล่อยอารมณ์ และเล่าโลมสตรีเพศ การกอดรัดที่แนบแน่น</p> <p><u>TEAR ME UP Gloves (ถุงมือยาว)</u></p> <p>- แรงบันดาลใจจากการฉีกกระชากเสื้อผ้าจนขาดวิน</p> <p><u>HARASS ME Bikini (บิกินี)</u></p> <p>- แรงบันดาลใจภาพคอลลาจจากอากัปกริยาทางเพศ บริเวณช่วงล่างของร่างกายสตรี และความเสื่อมโทรม</p> |
| รายละเอียดเทคนิค และการตกแต่ง<br>(Details & Technique) | <p><u>NEO PELVIS Leotard (ชุดบอดีสูท)</u></p> <p>- การทำเลเซอร์คัท เพื่อเพิ่มมิติให้กับชุด และลวดลาย</p> <p><u>TEAR ME UP Gloves (ถุงมือยาว)</u></p> <p>- การใช้เทคนิคเว้าหรือตัด</p> <p><u>HARASS ME Bikini (บิกินี)</u></p> <p>- การต่อผ้าตาข่าย</p> <p>- การสกรีนด้วยเกลือประกายมุก</p>   |



ภาพที่ 132 การตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเลกชัน “PORNOCRATES” ชุดที่ 3  
 ตารางที่ 50 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเลกชัน “PORNOCRATES” ชุดที่ 3

| ชุดที่ 3 : OBSESS ME THERE                          |   |
|---|---|
| แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Item)                      | <p><u>CRUCIFY ME Blazer (เบลเซอร์)</u></p> <p>-แรงบันดาลใจมาจากทลวดลายที่เกิดจากการทำภาพคอลลาจ สื่อถึงชุดสูทของบุรุษเพศที่เสื่อมโทรม และฉีกขาด รวมถึงความกว้างช่วงไหล่ที่เกินปกติ สื่อถึงการขังมัดและประชดประชันจากสตรีเพศ</p> <p><u>OBSESS ME Pants (กางเกงขายาว)</u></p> <p>-แรงบันดาลใจจากกางเกงขายาวยุค 70s ที่ผสมผสานร่วมกับรายละเอียดงานปักขนเทียมจากเครื่องแต่งกายสตรีสังสรรค์ในยุค 20s อันเป็นยุคสมัยแห่งความเสื่อมถอยทางศีลธรรม</p>  |
| รายละเอียดเทคนิค และการตกแต่ง (Details & Technique) | <p><u>CRUCIFY ME Blazer (เบลเซอร์)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การเสริมโครงชุดให้กว้างด้วยที่เสริมไหล่</li> <li>- การพิมพ์ลายดิจิทัล</li> <li>- การต่อผ้าดาชาย โดยแต่งริมชายเสื้อให้ดูหลุดลุ่ย</li> </ul> <p><u>OBSESS ME Pants (กางเกงขายาว)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การเว้าหรือตัดช่วงเอว</li> <li>- การสกรีนด้วยเกลือประกายมุก</li> <li>- การพ่นสเปรย์กากเพชรจากเกลือประกายมุก</li> <li>- การขึ้นโครงสู่มช่วงปลายขาจากกาง</li> </ul> |



ภาพที่ 133 การตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเลกชัน “PORNOCRATES” ชุดที่ 4 ตารางที่ 51 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเลกชัน “PORNOCRATES” ชุดที่ 4

| ชุดที่ 4 : HUSTLE ME AROUND                         |   |
|---|---|
| แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Item)                      | <p><u>HUMP ME Crop Top (เสื้อครอป)</u></p> <p>-แรงบันดาลใจมาจากลวดลายที่เกิดจากการทำภาพคอลลาจ สื่อถึงการแยกชิ้นส่วนของโครงกระดูกเชิงกราน</p> <p><u>HUSTLE ME Mini Dress (เดรส)</u></p> <p>-แรงบันดาลใจจากภาพคอลลาจ ที่สื่อถึงกระดูกเชิงกราน และการผูกมัดลวดลายใหม่ที่เกิดจากการสาดสี จากการถูกประณามทางสังคมของหญิงโสเภณี</p> |
| รายละเอียดเทคนิค และการตกแต่ง (Details & Technique) | <p><u>HUMP ME Crop Top (เสื้อครอป)</u></p> <p>- การทำเลเซอร์คัท เพื่อเพิ่มมิติให้กับชุด และลวดลาย</p> <p><u>HUSTLE ME Mini Dress (เดรส)</u></p> <p>- การทำบล็อกสกรีนด้วยการผสมสีสกรีน และเกล็ดประกายมุก</p> <p>- การพิมพ์ดิจิทัล</p>  |



ภาพที่ 134 การตัดเย็บชุดผ้าจริงจากผลงานการออกแบบคอลเลกชัน “PORNOCRATES” ชุดที่ 5 ตารางที่ 52 ตารางรายละเอียดผลงานการออกแบบคอลเลกชัน “PORNOCRATES” ชุดที่ 5

| ชุดที่ 5 : ORGASM ME PLS       |  |
|--------------------------------|--|
| แนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Item) | <p><u>ORGASM ME Non-over Poncho (เสื้อคลุม)</u></p> <p>- แร้งบันดาลใจมาจากภาพคอลลาจ ที่สื่อถึงภาพเครื่องแต่งกายบุรุษถูกนำมาเย็บแล้ววางประจานบนกองผ้าขนนกสีชมพูที่นุ่มรยของสตรีเพศ เพื่อสื่อถึงการโต้กลับจากการถูกกดขี่ในฐานะวัตถุทางเพศ</p> <p><u>NEO PELVIS Chest Plates (เครื่องประดับ)</u></p> <p>- แร้งบันดาลใจจากภาพคอลลาจ ที่สื่อถึงการแยกชิ้นส่วนของกระดุกเชิงกราน อันปลดเปลื้องกายวิภาคท่อนล่างของมนุษย์ รวมถึงการใช้โช้ตรวน สื่อถึงพันธนาการทางเพศ</p> <p><u>ORGASM ME Bikini (บิกินี)</u></p> <p>- แร้งบันดาลใจจากภาพคอลลาจ ที่สื่อถึงชิ้นส่วนของกระดุกเชิงกราน รวมถึงการใช้โช้ตรวน สื่อถึงพันธนาการทางเพศ</p> |

| ชุดที่ 5 : ORGASM ME PLS                                   |  |
|--|--|
| รายละเอียดเทคนิค และการ<br>ตกแต่ง (Details &<br>Technique) | <p><u>ORGASM ME Non-over Poncho (เสื้อคลุม)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การสกปรนด้วยเกล็ดประกายมุก</li> <li>- การพ่นสเปรย์กากเพชรจากเกล็ดประกายมุก</li> <li>- การขึ้นโครงสู่ม</li> </ul> <p><u>NEO PELVIS Chest Plates (เครื่องประดับ)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การพ่นสเปรย์กากเพชรจากเกล็ดประกายมุก บนชิ้นส่วนอะลูมิเนียม</li> </ul> <p><u>ORGASM ME Bikini (บิกินี)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การต่อผ้าตาข่าย</li> </ul> |

### 2.3 ภาพการสร้างสรรค์ผลงาน

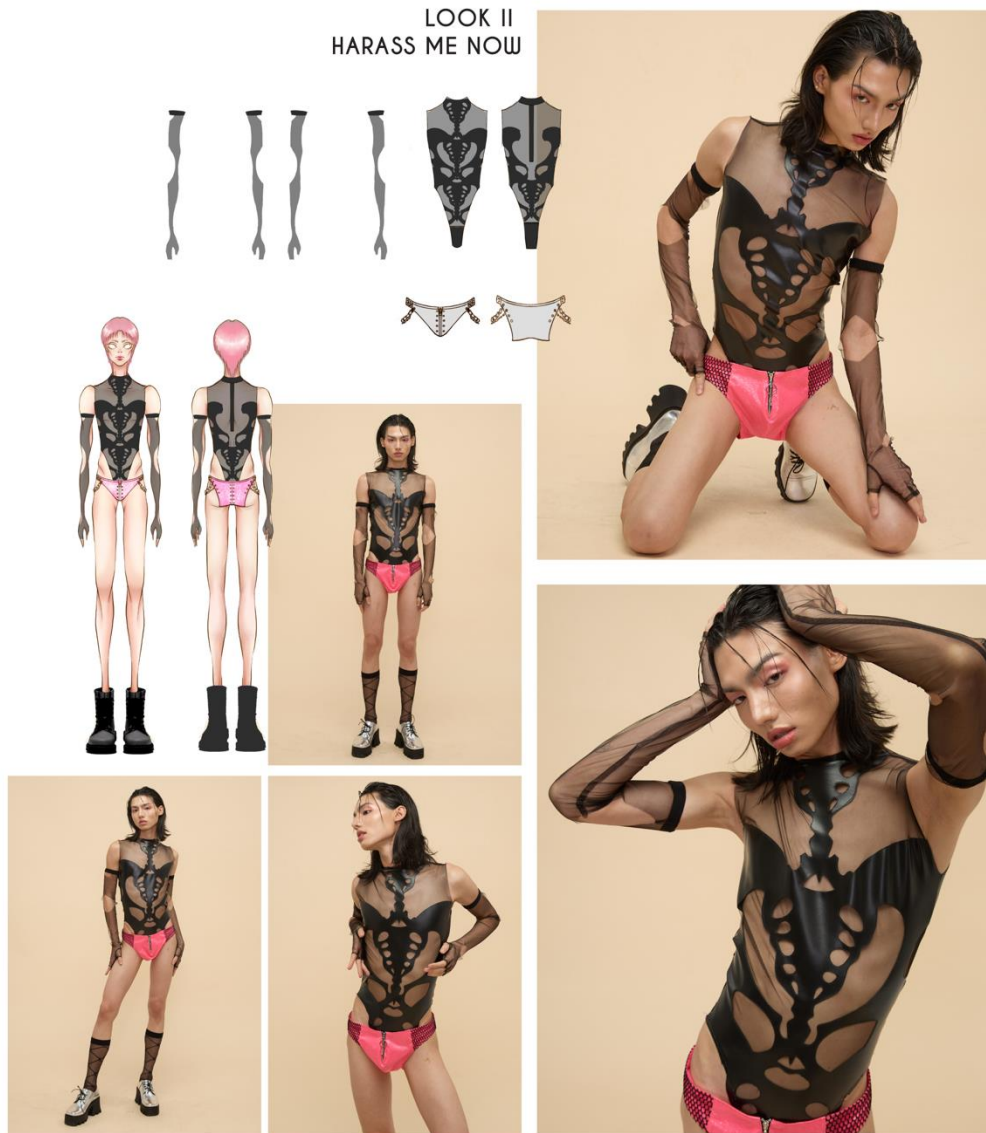
ผู้วิจัยได้มีโอกาสนำเสนอเผยแพร่ผลงานการออกแบบคอลเลคชันต้นแบบสู่สาธารณชน ทั้งในรูปแบบของการถ่ายภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวสำหรับตีพิมพ์ลงเล่มหนังสือรวมภาพ (Look Book) รวมถึงการจัดแสดงผลงานนิทรรศการในรูปแบบของงานแฟชั่นโชว์ ในวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2566 ณ อุทยาน 100 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีรายละเอียดดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาพที่ 135 การถ่ายภาพชุด ชุดที่ 1

LOOK II  
HARASS ME NOW



ภาพที่ 136 การถ่ายลุคบุค ชุดที่ 2

LOOK III  
OBSESS ME THERE



ภาพที่ 137 การถ่ายลุคบุค ชุดที่ 3

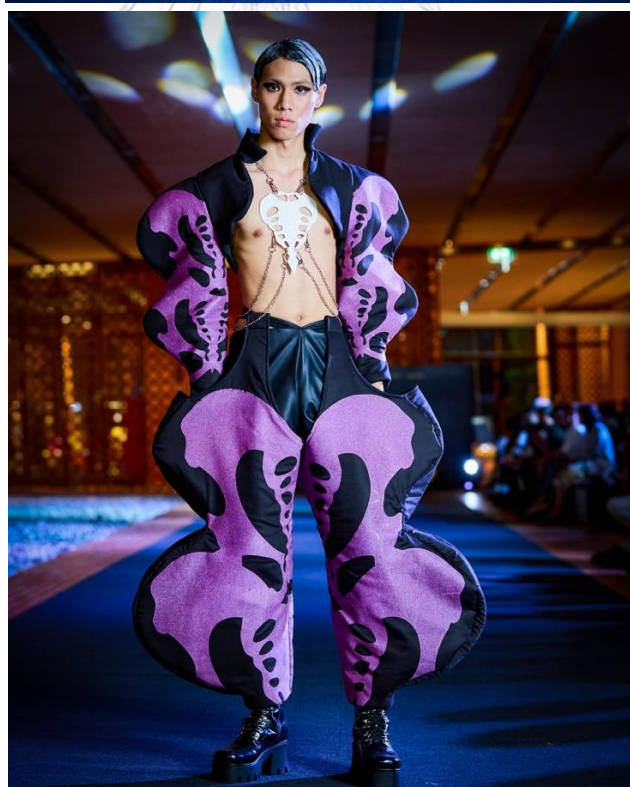
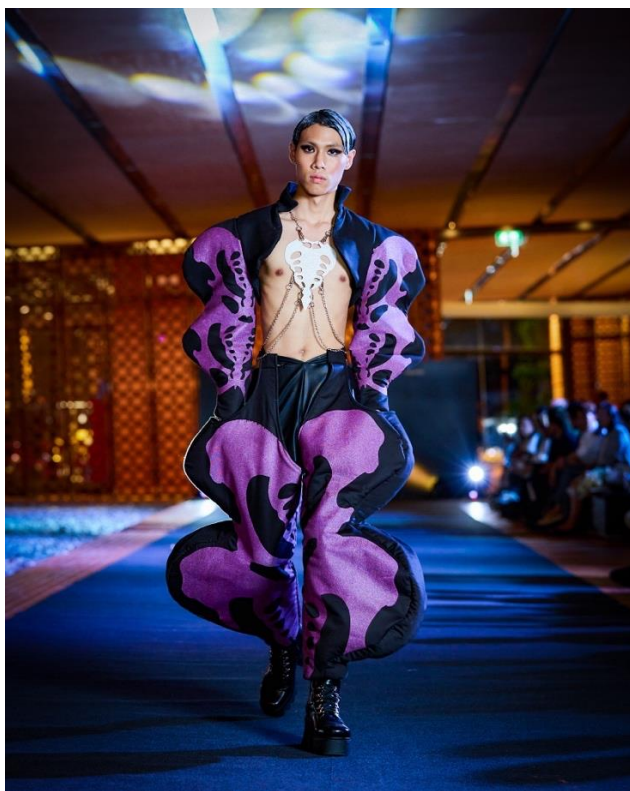




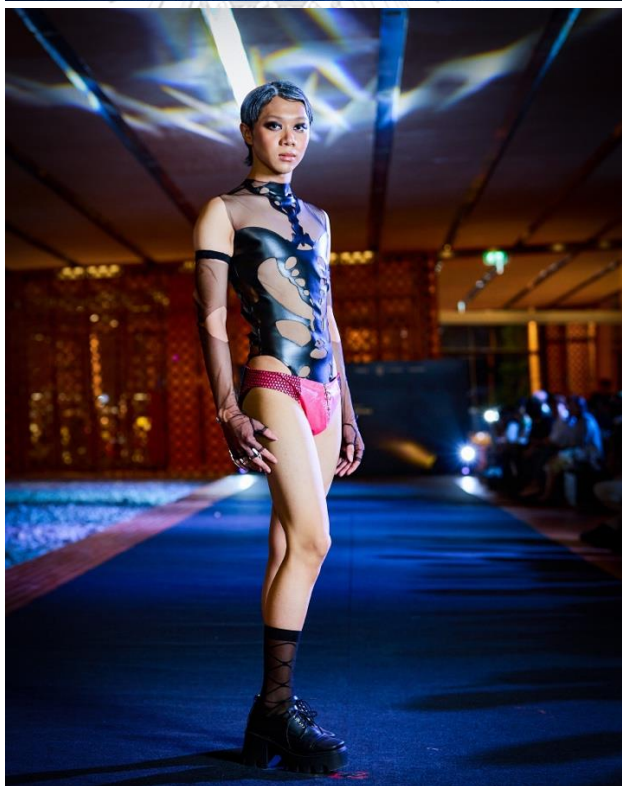
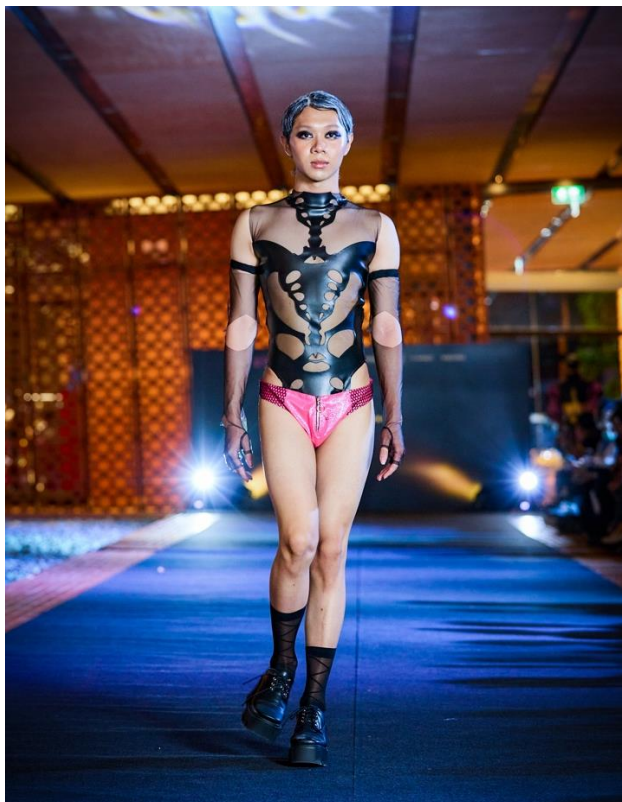
ภาพที่ 138 การถ่ายลุคชุด ชุดที่ 5



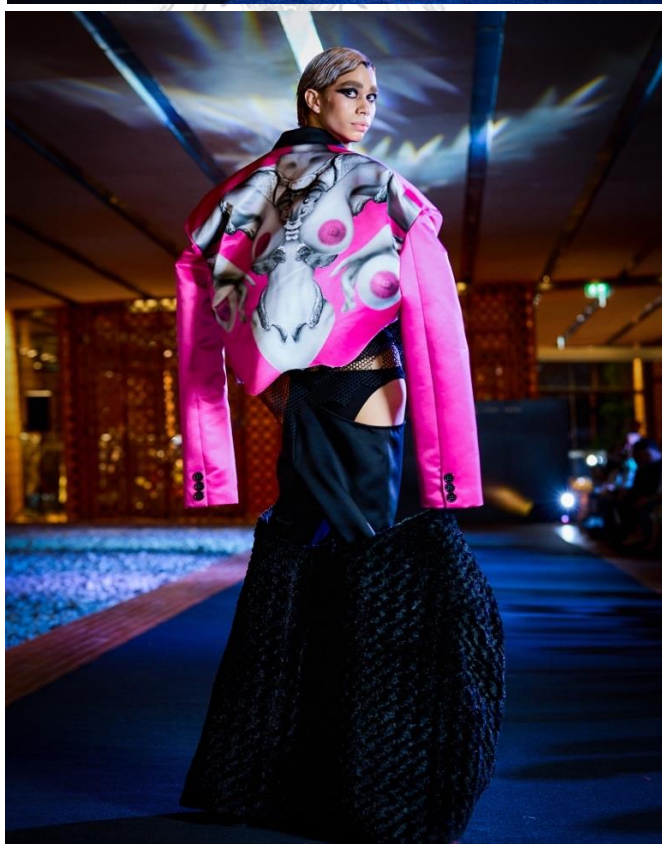
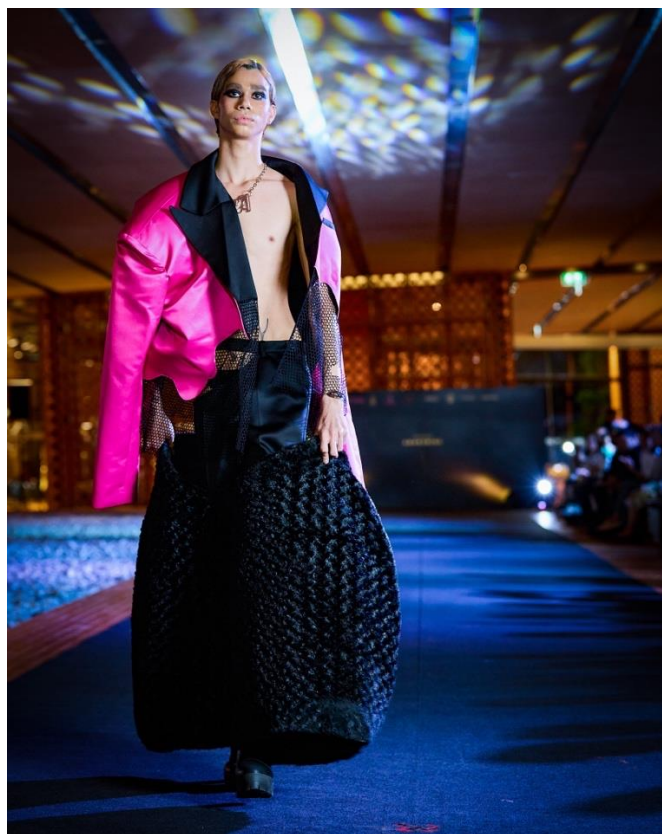
ภาพที่ 139 ส่วนหนึ่งของวิดีโอ สำหรับการประชาสัมพันธ์



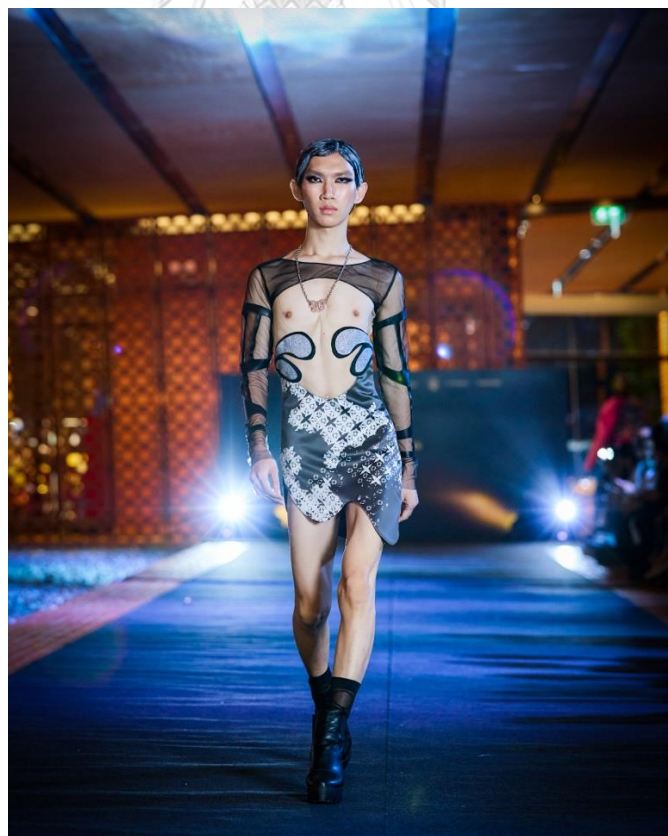
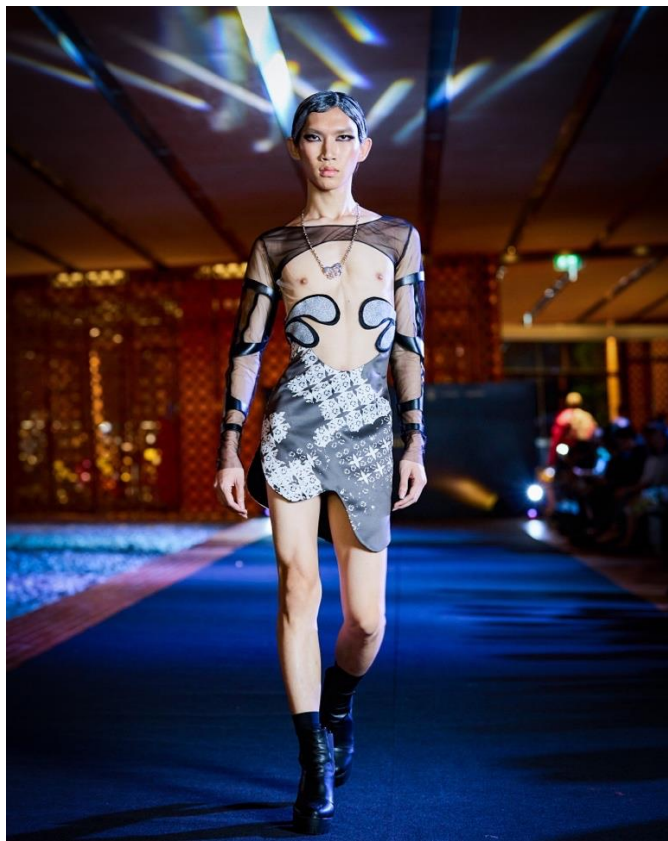
ภาพที่ 140 รันเวย์ ชุดที่ 1 (TEAR ME UP)



ภาพที่ 141 รันเวย์ ชุดที่ 2 (HARASS ME NOW)



ภาพที่ 142 รันเวย์ ชุดที่ 3 (OBSESS ME THERE)



ภาพที่ 143 รันเวย์ ชุดที่ 4 (HUSTLE ME AROUND)



ภาพที่ 144 รันเวย์ ชุดที่ 5 (ORGASM ME PLS)

## บทที่ 7

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และ ข้อเสนอแนะ

จากกระบวนการศึกษา ทดลอง และพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส ร่วมกับการศึกษาข้อมูลผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จนนำไปสู่การสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการอภิปรายผลของงานวิจัยทั้งหมด รวมถึงเป็นแนวทางในการพัฒนาสู่งานวิจัยสร้างสรรค์ต่อยอด มีหัวข้อดังนี้

#### ส่วนที่ 1 สังเขปวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงาน

- 1.1 ความสำคัญและวัตถุประสงค์
- 1.2 วิธีการดำเนินงานวิจัย

#### ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัย

- 2.1 การพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส
- 2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค
- 2.3 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า
- 2.5 การสร้างสรรค์คอลเลคชันต้นแบบ

#### ส่วนที่ 3 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ



## ส่วนที่ 1 สังเขปวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงาน

ในส่วนที่ 1 นั้น เป็นการกล่าวสรุปวัตถุประสงค์และลำดับวิธีการดำเนินงานของงานวิจัยที่ได้ทำการกำหนดไว้ในขั้นแรกของการศึกษาโดยสังเขป ทั้งนี้ เพื่อเป็นการอภิปรายการกำหนดแนวทางในการศึกษาของงานวิจัย มีเนื้อหา ดังนี้

### 1.1 ความสำคัญและวัตถุประสงค์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) จากนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส (*Perna viridis*) อันเป็นการต่อยอดผลิตภัณฑ์ต้นน้ำจากเกล็ดประกายมุกดังกล่าว พัฒนาสู่อุตสาหกรรมสิ่งทอในรูปแบบรายละเอียดตกแต่งบนเครื่องแต่งกายสำหรับโอกาสสังสรรค์ ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และใช้ช่องว่างทางการตลาดสินค้าแฟชั่นให้เกิดการสร้างตราสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายในการหาแนวทางการสร้างนวัตกรรมตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) ที่กล่าวถึงสุนทรียศาสตร์ความงามที่ออกจากรอบค่านิยมของสังคม สอดคล้องกับอุดมการณ์ของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่ต้องการแสดงจุดยืนในอัตลักษณ์ทางเพศของตน อันนำไปสู่การสร้างความจำเพาะของตราสินค้างานวิจัย ที่ตอบรับทั้งในด้านกระแสแฟชั่นไร้เพศ และแฟชั่นยั่งยืน

### 1.2 วิธีการดำเนินงานวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ เริ่มต้นศึกษาจากการกำหนดกลุ่มเป้าหมายตัวอย่าง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือสำหรับสำรวจกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ลำดับต่อมาคือการสร้างเครื่องมือได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามงานวิจัย โดยผ่านกระบวนการประเมินความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) รวมถึงการใช้เครื่องมือเปเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต (Paper Doll Data Set) ในการสำรวจพฤติกรรมการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นจึงนำผลการสำรวจที่ได้จากเครื่องมือทั้งหมดผ่านกระบวนการคณิตศาสตร์เชิงสถิติ ในการวิเคราะห์ชุดข้อมูลที่ได้ เพื่อใช้ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวในการสร้างสรรค์ตราสินค้าต้นแบบ

ในด้านของนวัตกรรมสิ่งทอนั้น งานวิจัยครั้งนี้ได้เริ่มจากการลงพื้นที่ ณ หน่วยปฏิบัติการวิจัย อุปกรณ์รับรู้ (Sensor Research Unit) ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อันเป็นแหล่งของงานวิจัยต้นน้ำในการผลิตเกลือประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส หรือ หอยแมลงภู่สายพันธุ์เอเชีย ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์อันดีในการให้คำปรึกษา และตัวอย่างเกลือประกายมุกสำหรับการทดลองเบื้องต้น โดยการทำ การนี้ ได้ทำการสำรวจทั้งคุณสมบัติเบื้องต้นของเกลือประกายมุก ไปจนถึงการทดลองวิธีการพัฒนาต่อยอดในเชิงสิ่งทอ ได้แก่ การทำสีพื้นผ้าจากเกลือตมูก การทำผ้าสักหลาดอย่างง่าย (Wet Felting) การสกรีนสีเกลือประกายมุกด้วยบล็อกสกรีน (Block Screen) การหล่อเรซิน สามมิติ (Resin 3D) และการประยุกต์ใช้สเปรย์กากเพชรด้วยสีเกลือประกายมุก

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องร่วมไปกับขั้นตอนการทดลอง นวัตกรรมข้างต้น กล่าวคือ การศึกษาประวัติศาสตร์แฟชั่นในแง่มุมมองของเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ เพื่อทำความเข้าใจ รูปแบบ ลักษณะโครงสร้างเงา (Silhouette) การเลือกใช้วัสดุ สี รายละเอียดตกแต่ง ที่ผันเปลี่ยนไปตามบริบทสังคมในแต่ละยุค อีกทั้งศึกษาแนวคิดของกระแสนิยมแฟชั่นยั่งยืน (Sustainable Fashion) และรูปแบบของแนวทางดังกล่าวที่มีหลากหลายวิธีในการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายที่ก่อให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมแฟชั่น รวมถึงศึกษานิยามของแคมป์ (Camp) และสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) ที่มีหลากหลายมิติ เพื่อใช้องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสรรค์ตราสินค้าของงานวิจัย

เมื่อได้ผลการวิเคราะห์ทั้งในด้านข้อมูลผู้บริโภคเป้าหมาย นวัตกรรมของงานวิจัย และแนวคิดทางการออกแบบ ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาใช้ในการสรุปองค์ประกอบทางการออกแบบคอลเลคชันต้นแบบ ร่วมกับการศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมทางแฟชั่น (Fashion Trend Forecast) เพื่อสร้างความร่วมสมัยแก่ตราสินค้า อันนำไปสู่กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบของงานวิจัย

## ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัย

สำหรับส่วนที่ 2 นั้น เป็นการกล่าวสรุปผลของการวิจัยครั้งนี้ ทั้งผลจากกระบวนการพัฒนา นวัตกรรมสีเกลือประกายมุก การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้บริโภค อัตลักษณ์จำเพาะตราสินค้า และการสร้างสรรค์คอลเลคชันต้นแบบ มีเนื้อหา ดังนี้

## 2.1 การพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นการหาแนวทางเพื่อต่อยอดนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส หรือ หอยแมลงภู่อายุสั้นเอเชีย อันเป็นผลิตภัณฑ์ต้นน้ำจากงานวิจัยของ ศ.ดร. สอนอง เอกสิทธิ์ ภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ริเริ่มการนำขยะเปลือกหอยแมลงภู่อะไหล่ทิ้งบริเวณชุมชนเกาะเปลือกหอย จ.สมุทรสงคราม มาแปรรูปด้วยกระบวนการทางเคมี สู่เกล็ดประกายมุกที่ปลอดจากสารไมกา (Mica) แตกต่างจากกลิตเตอร์สังเคราะห์ทั่วไปตามท้องตลาด และให้ประกายแบบเหลือบมุก (Pearlescent)

ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์ทั้งในด้านคำแนะนำ และการผลิตเกล็ดประกายมุกสำหรับการต่อยอดสู่นวัตกรรมสิ่งทอ จากการทดลองตามกระบวนการวิจัยนั้น สรุปได้ว่า เกล็ดประกายมุกสามารถใช้กับวิธีการสกรีนสี ด้วยบล็อกสกรีนซึ่งเป็นแนวทางในการพิมพ์ลวดลายและสีลงบนเสื้อผ้า โดยเกล็ดประกายมุกขนาดเล็กนั้น สามารถทะลุผ้าที่ใช้สำหรับสกรีนได้ดี ผสมกับเนื้อกาสำหรับสกรีนได้ และติดลงบนเนื้อผ้าที่ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ยังสามารถผสมไปกับสีสกรีนได้ โดยที่คุณสมบัติเชิงแสงของเกล็ดมุกยังคงอยู่ สามารถทำได้ดีบนวัสดุที่มีเนื้อสัมผัสแน่น ไม่เป็นรู เช่น ผ้าคอตตอน ผ้าแคนวาส ผ้าโพลีเอสเตอร์ หนังกี๊ยม วิธีการสกรีนจึงเป็นวิธีที่เหมาะสมในการใช้เกล็ดประกายมุกขนาดกลางไปจนถึงเล็ก เพราะมีอนุภาคละเอียด สามารถเรียงเป็นระนาบได้ดีบนพื้นผ้าที่สกรีน และยังคงประกายเฉพาะตัว

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ต่อยอดเกล็ดประกายมุกที่ได้ เข้าสู่วิธีการประยุกต์ใช้ร่วมกับสเปรย์กาเพอร์ อันเป็นกระบวนการสำหรับตกแต่งพื้นผิวหลากหลายวัสดุ การร่วมทดลองดังกล่าว สรุปได้ว่า เกล็ดมุกอนุภาคที่ละเอียดสูง สามารถใช้ร่วมกับสเปรย์ได้ เพราะมีละอองที่เล็ก สามารถทะลุผ่านหัวฉีดได้ดี ในขณะที่เกล็ดขนาดใหญ่ จำเป็นต้องใช้วิธีโรยทับอีกชั้นหนึ่งก่อนสเปรย์แห้งสนิท คล้ายกับวิธีการสกรีน ที่ปาดสีสกรีนลงไปให้เรียบ ก่อนโรยเกล็ดประกายมุกลงไปทับอีกชั้นหนึ่งก่อนแห้งสนิท เพื่อความติดทน และไม่เป็นการรบกวนคุณสมบัติเชิงแสง กระบวนการนี้จึงเป็นวิธีที่เหมาะสมในการแปรรูปเกล็ดมุกทุกขนาดอย่างคุ้มค่า เข้าสู่ชิ้นงานสามมิติที่ขึ้นรูปได้อย่างหลากหลาย และใช้ประยุกต์ได้ทั้งเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ

## 2.2 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเริ่มต้นศึกษาจากแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากวัสดุเหลือใช้ด้วยการนำกลับมาใช้ใหม่ อันเป็นหนึ่งในรูปแบบของแนวคิดแฟชั่นยั่งยืน กล่าวคือเป็นการนำวัสดุเหลือใช้มาผ่านกระบวนการแปรรูป เพื่อยกระดับและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิม ดังเช่น งานวิจัยครั้งนี้ ที่ได้พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ประเภทหมวกจากเปลือกหอยแมลงภู่ ที่เดิมที่เป็นขยะในภาคอุตสาหกรรมอาหารทะเล เข้าสู่ผลิตภัณฑ์สิ่งทอรูปแบบใหม่ ที่เพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุ รวมถึงเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทดแทนการนำเข้ากิลิตเตอร์สังเคราะห์จากต่างประเทศ

ลำดับต่อมา คือ การศึกษาประวัติศาสตร์แฟชั่นเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ในช่วงศตวรรษที่ 20 เพื่อทำความเข้าใจการผันเปลี่ยนของเครื่องแต่งกายงานสังสรรค์ ในตลอดระยะเวลา 100 ปี ที่เสื้อผ้ามีความผันผวนสูงตามสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนไปอย่างต่อเนื่อง โดยการนี้ ผู้วิจัยได้เห็นถึงภาพการเปลี่ยนแปลงของปาร์ตี้แวร์ในแต่ละยุค ความจำเพาะของสี วัสดุ โครงร่างเงา ที่เกิดจากบริบทสังคม และความคิดของนักออกแบบ ณ ช่วงเวลานั้น ซึ่งเป็นเมล็ดพันธุ์อันดีสำหรับใช้ในการอ้างอิง รวมถึงเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชันปาร์ตี้แวร์ของงานวิจัย

สืบเนื่องจากข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ปาร์ตี้แวร์นั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาต่อไปยังแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ อันเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการแต่งกายโอกาสสังสรรค์ กล่าวคือ แคมป์เป็นสุนทรียศาสตร์รูปแบบหนึ่งที่มีกพุดถึงการแต่งกายที่ล้ำกว่าความเป็นจริง ประชด เสียดสี รวมถึงการสะท้อนภาพความงามที่ทำนายชนบสังคม ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวทางสุนทรียศาสตร์แคมป์ได้สองรูปแบบ คือ การกล่าวถึงความงดงามในรูปแบบที่รุ่มรวย ฟุ้งเฟ้อกว่าค่านิยมปกติของสังคม และการพุดถึงความงดงามในมิติตรงกันข้ามกับบรรทัดฐานสังคมอย่างสิ้นเชิง โดยองค์ความรู้ที่ได้เหล่านี้ ผู้วิจัยได้นำมาใช้ประกอบการสำรวจผู้บริโภค และใช้เป็นแนวทางในการออกแบบคอลเลกชันต้นแบบในขั้นถัดไป

### 2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวย์ เพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคเป้าหมาย กล่าวคือ กลุ่มเพมบอย อันเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีอัตลักษณ์ทางเพศเฉพาะตัว มีความต้องการเครื่องแต่งกายที่ร่วมกระแสนิยมและเสริมบุคลิกภาพของตนให้โดดเด่น

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้บริโภคว่ากันตั้งแต่ต้น ทั้งด้วยวิธีการกำหนดประชากรตัวอย่างเพื่อร่างแบบสอบถามงานวิจัย การสัมภาษณ์เชิงลึกทางโทรศัพท์ การสำรวจข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม และการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือเปิดเปอร์ ดอล ดาต้า เซ็ต สรุปได้ว่า เพมบอยนั้นเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความมั่นใจในตนเอง กล้าแสดงออก รักอิสระ และชื่นชอบสุนทรียศาสตร์งานแฟชั่น ให้ความสำคัญในการแต่งกายโดยเฉพาะอย่างยิ่งโอกาสงานสังสรรค์ โดยคำนึงถึงความร่วมสมัย และกระแสนิยมในปัจจุบัน ทั้งในด้านกระแสนิยมแฟชั่นไร้เพศ และแฟชั่นยังยืน อีกทั้งยังมีความชื่นชอบในการเข้าถึงผ่านการใช้ช่องทางสื่อออนไลน์อย่างเชี่ยวชาญ ทั้งนี้เพื่อเป็นการแสดงอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของตนในแต่ละวัน โดยที่มีเสื้อผ้าเป็นหนึ่งในนั้น

นอกจากนี้ กลุ่มเพมบอยให้ความสนใจในรูปแบบของเสื้อผ้าปาร์ตี้แวย์ที่เปิดเผยเรือนร่าง ทุกรูป และเน้นประกายระยิบระยับ สอดคล้องกับแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ ในด้านความเรีงรมย์ ทั้งยังชื่นชอบการสวมใส่เสื้อผ้าที่มีสีโทนเข้ม ตัดสลับกับสีโทนจัดจ้าน นิยมเลือกวัสดุที่มีเนื้อสัมผัสมันเงา สำหรับโอกาสสังสรรค์

### 2.4 อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า

อัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้านั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความเฉพาะตัวให้แก่ตราสินค้าของผู้วิจัย รวมถึงโดดเด่นในด้านการตลาดสินค้าแฟชั่น ทั้งนี้ จากกระบวนการวิจัยตั้งแต่ขั้นตอนการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง การสำรวจผู้บริโภค ไปจนถึงการวิเคราะห์ตราสินค้าคู่แข่งทางการตลาดโดยเทียบเคียงจากสไตล์ของเครื่องแต่งกาย ราคา และรูปแบบผลิตภัณฑ์ด้วยหลักการ 7Ps และ SWOT Analysis ผู้วิจัยจึงนำผลการศึกษาและการวิเคราะห์ที่ได้เพื่อสรุปอัตลักษณ์จำเพาะของตราสินค้า

ตราสินค้าของผู้วิจัยนั้น เป็นตราสินค้ารูปแบบสินค้าสำเร็จรูป (Ready – To - Wear) อยู่ในระดับตลาด B+ จัดอยู่ในประเภทของตราสินค้าจากนักออกแบบไทย (Thai Designer Brand) มีระดับราคาของสินค้าตั้งแต่ 5,000 – 90,000 บาท โดยมีแนวคิดในการออกแบบจากสุนทรียศาสตร์แคมป์ มิตินิยมที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายเพมบอยทั้งในด้านกระแสแฟชั่นไร้เพศ และแฟชั่นยั่งยืน ด้วยการใช้นวัตกรรมเกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่ อันเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และปลอดภัยต่อร่างกายผู้ใช้งาน รวมถึงเป็นตราสินค้าแฟชั่นที่ปรับตามกระแสนิยมในปัจจุบัน แต่คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของตราสินค้า

## 2.5 การสร้างสรรค์คอลเลคชันต้นแบบ

ในการสร้างสรรค์คอลเลคชันต้นแบบของงานวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้เริ่มต้นตั้งแต่กระบวนการออกแบบภาพร่างของคอลเลคชัน จากการระดมการทำภาพตัดปะ หรือภาพคอลลาจ อันเป็นการนำภาพองค์ประกอบที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี รวมถึงภาพแรงบันดาลใจในการออกแบบมาจัดวางร่วมกัน เพื่อค้นหาทิศทางโครงสร้างเงา สี และรายละเอียดบนเครื่องแต่งกาย จากนั้นจึงนำภาพคอลลาจที่ได้มาปรับเปลี่ยนให้มีรูปทรงที่เหมาะสมกับชิ้นส่วนเสื้อผ้าแต่ละชิ้นมากยิ่งขึ้น จนได้แบบร่างของคอลเลคชันต้นแบบ สำหรับใช้ในการขึ้นตัวอย่างจากผ้าดิบ

สำหรับขั้นตอนการทดลองเย็บชุดด้วยผ้าดิบนั้น ผู้วิจัยเลือกทดลองในชุดที่ 1,2,3, และ 4 โดยที่ชุดที่ 1 นั้น ผู้วิจัยเลือกทดลองทั้งการขึ้นจากผ้าดิบ และวัสดุจริงเพื่อเป็นการทดลองความเป็นไปได้ของนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส ทั้งนี้ จากการทดลองเย็บชุดผ้าดิบนั้น พบว่า มีปัญหาในด้านโครงสร้างเงาที่ควรปรับการขึ้นโครงชุดด้วยลวดอะลูมิเนียม แทนที่ด้วยการใช้เส้นใยโพลีเอสเตอร์ ในด้านนวัตกรรมการสกรีนนั้น ควรปรับเปลี่ยนขั้นตอน จากการผสมเกล็ดประกายมุกและสีสกรีนก่อนปาด เป็นการแยกลำดับขั้น โดยปาดสีสกรีนลงไปในขั้นแรก จากนั้นจึงใช้เกล็ดประกายมุกที่ทำการผสมผงสีเรซินเรียบร้อยแล้วไปทับ อีกชั้นหนึ่ง เพื่อให้ได้ประกายแสงที่ชัดเจน และติดทนบนวัสดุ

ลำดับต่อมา คือการเย็บชุดโดยใช้วัสดุจริง เพื่อสร้างสรรค์คอลเลคชันต้นแบบ สำหรับการจัดแสดงนิทรรศการแฟชั่นโชว์ ในงานนี้ ผู้วิจัยได้นำคำแนะนำจากคณาจารย์ และคณะกรรมการ

ผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับใช้ในการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกาย ทำให้สามารถแก้ไขจุดบกพร่องที่เคยเกิดขึ้นในขั้นตอนการทดลองชุดผ้าดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ส่วนที่ 3 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและการทดลองในการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย จากสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ สรุปได้ว่า เกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริติส หรือ หอยแมลงภู่อเซีย นั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากวัสดุไร้มูลค่าทางธรรมชาติ จึงไม่เป็นอันตรายต่อผิวหนังเมื่อถูกสัมผัส ไม่มีความคม และสามารถล้างออกด้วยน้ำสะอาดได้ มีความแตกต่างจากกลิตเตอร์สังเคราะห์ตามท้องตลาด เพราะปลอดจากสารไมกา ที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย ดังนั้น กล่าวได้ว่า เกล็ดประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่นั้น มีความเหมาะสมในการเป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกใหม่ที่ตอบโจทย์ทั้งในด้านคุณสมบัติเชิงแสงที่เฉพาะตัว และไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม แต่อย่างไรก็ดี ในกระบวนการสิ่งทอนั้น เกล็ดประกายมุกยังคงมีข้อจำกัดในด้านแนวทางการใช้งาน กล่าวคือ คุณสมบัติเชิงแสง อันเป็นจุดเด่นนั้น หากนำไปรวมในขั้นตอนที่ต้องใช้กระบวนการความเข้มข้นของสี ดังเช่นการผสมกับสีสกรีนที่มีความเข้มข้นสูง จะส่งผลให้คุณสมบัติเชิงแสงของเกล็ดไม่ปรากฏ อีกทั้งยังทำให้เกล็ดไม่กระจายตัว

นอกจากนี้ ในการผลิตเกล็ดประกายมุกแต่ละครั้ง ไม่สามารถควบคุมขนาดและปริมาณของเกล็ดประกายมุกได้ ในการผลิตหนึ่งครั้งจึงทำให้ได้มาทุกขนาด ทั้งขนาดใหญ่มากที่สุด ไปจนถึงขนาดเล็กละเอียด รวมถึงข้อจำกัดระยะเวลาในการผลิตนั้น ที่จำเป็นต้องใช้เวลาในการนำเปลือกหอยแมลงภู่มากัดจนแห้งสนิท แล้วจึงนำไปแช่สารเคมีค้างไว้เพื่อสกัดสีเปลือกธรรมชาติเป็นระยะเวลาประมาณสองเดือน จึงจะสามารถนำเข้าสู่กระบวนการอบ และย่อยขนาดเพื่อร่อนตะแกรง ดังนั้น การผลิตเกล็ดประกายมุกในปัจจุบันยังคงเป็นระบบที่ผลิตโดยห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ อันมีข้อจำกัดในด้านระยะเวลา และแรงงานการผลิต ในขณะที่แหล่งชุมชนต้นทางยังคงประสบปัญหาปริมาณขยะเปลือกหอยแมลงภู่อีกจำนวนมาก จากอุตสาหกรรมอาหารทะเลอย่างต่อเนื่อง จึงควรมีการผลิตเกล็ดประกายมุกในรูปแบบอุตสาหกรรมที่มากขึ้น รวมถึงการแสวงหาแนวทางเลือกใหม่ในการต่อยอดนวัตกรรม เพื่อเพิ่มช่องทางในการกำจัดปัญหาขยะดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพ

อนึ่ง ขนาดผงมุก หรือ ผงแคลเซียมคาร์บอเนตในทางวิทยาศาสตร์ ที่ได้จากกระบวนการผลิตนั้น เนื่องด้วยข้อจำกัดทางด้านเวลา ทำให้ในการวิจัยครั้งนี้ ยังมีได้นำผงมุกเหล่านี้มาใช้งานในแนวทางสิ่งทอ หากแต่ผงมุกธรรมชาตินี้ ผู้วิจัยตั้งเทียบเคียงกับกระบวนการผลิตเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของผงมุกธรรมชาติ รวมถึงการทำนวัตกรรม นาโน เพิร์ล (Nano – Pearl) อันเป็นนวัตกรรมการทำผงมุกเพื่อใช้ต่อยอดในผลิตภัณฑ์หลากหลายเช่น ผ้าขนหนูถนอมผิว ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า หากมีการค้นคว้าต่อยอดในการนำผงมุกมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์อีกมิติ ก็จักส่งผลให้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ประกายมุกแต่ละครั้ง ผลิตผลผลิตภัณฑ์ประกายมุกทุกขนาด จะได้รับการแปรรูป สู่ผลิตภัณฑ์ยกระดับได้อย่างคุ้มค่ามากที่สุด โดยไม่เหลือทิ้งแก่ระบบอุตสาหกรรม





## บรรณานุกรม

- Bartlett, A. A. (1994). Reflections on Sustainability, Population Growth, and the Environment. *Population and Environment*, 16(1), 5-35.  
<http://www.jstor.org/stable/27503374>
- Bolton, A., Godtsenhoven, K. V., & Garfinkel, A. (2019). *Camp: Notes on Fashion*. Yale University.
- Brand Buffet. (2556). การบริโภคหอยแมลงภู่นิวซีแลนด์ในไทยเพิ่มสูงขึ้น หลังลงนามข้อตกลงทางการค้า [PR]  
<https://www.brandbuffet.in.th/2013/08/new-zealand-mussel/>
- Britannica, T. E. o. E. (2022). ***Félicien Rops***  
<https://www.britannica.com/biography/Felicien-Rops>
- Bunyan, M. (2020). *exhibition: 'aubrey beadsley' at tate britain, london*  
<https://artblart.com/tag/aubrey-beardsley-the-lacedaemonian-ambassadors/>
- Gallagher, G. (2019). *What Is Pearl Powder and Can It Benefit Your Skin and Health?*  
<https://www.healthline.com/health/pearl-powder>
- Gruyter, D. W. (2011). Lü Family Cemetery of the Northern Song Dynasty at Wulitou in Lantian, Shaanxi. 11(1), 29-39. <https://doi.org/doi:10.1515/CHAR.2011.11.1.29>  
(Chinese Archaeology)
- Lertvachirapaiboon, C., Parnklang, T., Pienpinijtham, P., Wongravee, K., Thammacharoen, C., & Ekgasit, S. (2015). Selective colors reflection from stratified aragonite calcium carbonate plates of mollusk shells. *J Struct Biol*, 191(2), 184-189.  
<https://doi.org/10.1016/j.jsb.2015.06.015>
- LivingPop Team. (2563). ชวนเสพงานศิลป์กับนิทรรศการมัลติมีเดียยุคอาร์ต นิว ในงาน "Something Nouveau. Klimt, Mucha, Beardsley" <https://www.livingpop.com/something-nouveau-klimt-mucha-beardsley/>
- Napoli, C. (2022). *WGSN: Zennials: The In-Between Generation*  
<https://www.wgsn.com/insight/p/article/88103?lang=en>

- Pradeep, M. (2022). *What is a femboy? Here's everything you need to know*  
<https://screenshot-media.com/culture/internet-culture/what-is-a-femboy/>
- THINSIAM DOTCOM. (2565). *รางวัลนวัตกรรมสายอุดมศึกษาปี65 นิตยสาร "เพิร์ลสกิน : ครีมนักผิวเก๋ลดประกายมุก" จากเปลือกหอยแมลงภู่* <http://www.thinsiam.com/archives/165745>
- TURNOFF. (2565). *Upcycle ต่างจาก Recycle อย่างไร*  
<https://www.thesustain.space/innovation/upcycle-ต่างจาก-recycle-อย่างไร/>
- Williams, R. (2018). *The Harmful Effects of Powdered Mica*  
<https://healthfully.com/harmful-effects-powdered-mica-8551607.html>.
- Yu, Z. R., Wang, X. D., Su, B. M., & Zhang, Y. (2017). *First Evidence Of The Use Of Freshwater Pearls As A Cosmetic In Ancient China: Analysis Of White Makeup Powder From A Northern Song Dynasty Lv Tomb (Lantian, Shaanxi Province, China)* [<https://doi.org/10.1111/arcm.12268>]. *Archaeometry*, 59(4), 762-774.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/arcm.12268>
- Zhou, Y. (2022). *What is circular design?* <https://www.foolproof.co.uk/journal/what-is-circular-design/>
- กำพล ลิขิตกาญจนกุล. (2562). *ทำความรู้จัก 'Camp' ธีม Met Gala ประจำปีนี้* จากрсนิยมยอดแห่งแฟชั่นแห่งยุค  
<https://www.gqthailand.com/style/article/its-good-because-its-awful>
- กำพล ลิขิตกาญจนกุล. (2564). *อ่านประวัติ BALENCIAGA ดีไซน์เนอร์ที่เก่งที่สุดของศตวรรษที่ 20*  
<https://www.gqthailand.com/style/article/cristobal-balenciaga>
- คาลิล พิศสุวรรณ. (2563). *สิ้นไหลในเทศกาล Naisu.Chirat* นักรวดที่ดังคำถามกับเพศและอำนาจผ่านการ์ตูนโป๊  
<https://adaymagazine.com/naisu-chirat/>
- ฐิติญาณ สนธิเกษตริณ. (2563). *Zennials: เจเนอเรชันรอยต่อที่แบรนด์จำเป็นต้องรู้*  
<https://www.creativethailand.org/new/article/trend/32629/th#Zennials>
- ปณณรัตน์ พิชญ์ไพฑูลย์. (2018). *ประสบการณ์สุนทรีย์จากนวัตกรรมสีเคลือบมุกที่สกัดจากขยะเปลือกหอยแมลงภู่ เพื่อส่งเสริมความตระหนักต่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน*. *Journal of Education Studies*, 46(3), 136-153.  
<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDUCU/article/view/148079>
- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2547). *ประวัติศาสตร์ศิลปะเครื่องแต่งกาย*. อินฟอร์มีเดียอินเตอร์เนชั่นแนล.
- พัชชา อุทิศวรรณกุล. (2565). *Fashion and Merchandise* การจัดการบริหารสินค้าแฟชั่น. หน่วยวิจัยแฟชั่นและนฤมิตศิลป์ ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พีรณัฐ จันทร์สกุลณี. (2562). *ย้อนรอย 'STUDIO 54' จุดกำเนิดวัฒนธรรมปาร์ตี้สุดฮาวของเหล่าเซเลบริตี้ยุค 1970s*  
<https://www.vogue.co.th/fashion/article/studio54story>

เมธีรัตน์ ธาณีรัตน์. (2564). ครีมขัดผิวเพิ่มประสิทธิภาพด้วยเกลือดีประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่

<https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/81112>

สนอง เอกสิทธิ์. (2556). นวัตกรรมการสร้างมูลค่าให้แก่เปลือกหอยแมลงภู่เหลือทิ้งจากโรงงานอุตสาหกรรมอาหารทะเล โดยการแปรรูป

เป็นเกร็ดประกายมุกและผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง. <https://doi.org/10.14457/CU.res.2013.41>

สรिता ประภาสวัต. (2561). 'David Bowie' กังก่าเปลี่ยนสีแห่งวงการร็อก

<https://www.gqthailand.com/style/article/dress-like-david-bowie-gq>

สันติชัย อภรณ์ศรี. (2565). จาก 'Troye Sivan' ถึง 'พีพี ฤกษ์ฉาย' เมื่อตัวตนคือพลังการขับเคลื่อนความเป็นศิลปิน

<https://www.gqthailand.com/culture/article/pp-krit-i-will-do-it-how-you-like-it-single>

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ [TCDC]. (2565). เจาะเทรนด์โลก 2023: CO-TOPIA

<https://www.tcdc.or.th/th/all/service/resource-center/e-book/33686-trend-2023?fbclid=IwAR2DCWGj5i9qXoOu2UV0LvuoXMY03bJOLZ6ppXqHfKpTff0x11t7qIP0e8>





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

## แบบสอบถามการวิจัย

### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาแฟชั่นและสิ่งทอ ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม และนำผลจากการเก็บข้อมูลไปใช้ประโยชน์ เพื่อการศึกษาภายใต้การวิจัยเพื่อสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่ม เฟมบอย (Femboy) ด้วยนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วีริดิส (Perna viridis) ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับ มีนำข้อมูลไปเผยแพร่เพื่อหาประโยชน์ใด ๆ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านตอบแบบสอบถามตามความจริง ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้เป็นอย่างดี

แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการแต่งกายของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านแนวคิดการออกแบบ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 อายุ

18 - 21 ปี

22 - 25 ปี

26 - 30 ปี

1.2 ระดับการศึกษา

ศึกษาในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่.....

ศึกษาในระดับปริญญาโท / เอก

สำเร็จการศึกษา

### 1.3 อาชีพ

นิสิต/นักศึกษา

พนักงานบริษัท

ธุรกิจส่วนตัว

รับราชการ

อาชีพอิสระ

อื่น ๆ

### 1.4 รายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน)

น้อยกว่า 15,000 บาท

15,000 – 20,000 บาท

20,000 – 30,000 บาท

30,000 บาท ขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการแต่งกายของผู้บริโภค

วิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

### 2.1 ความสนใจในกิจกรรมทางด้านงานเลี้ยงสังสรรค์ หรืองานปาร์ตี้

(ให้คะแนนความชอบ: มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1)

| ความสนใจในด้านงานปาร์ตี้                           | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--|---|---|---|---|---|
| ความชื่นชอบในการเข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์          |   |   |   |   |   |
| ความถนัดในการเข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์             |   |   |   |   |   |
| ความสนใจในการสวมใส่เสื้อผ้าปาร์ตี้แวย์ (Partywear) |   |   |   |   |   |

## 2.2 ท่านชอบเสื้อผ้าสไตล์ใด สำหรับโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ (Partywear)

(ให้คะแนนความชอบ: มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1)

ที่มาของสไตล์มาจากการวิเคราะห์กลุ่มบุคคลเป้าหมายตัวอย่างบางส่วนในเบื้องต้น ซึ่งพบว่ามี การแต่งตัวในโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ (Partywear) แตกต่างกันตามสไตล์เหล่านี้ และมาจากตราสินค้าที่ จะนำมาวิเคราะห์เป็นต้นแบบ

| สไตล์การแต่งกาย/ลำดับความสำคัญ  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---|---|---|---|---|---|
| <p>Avant - Garde (ล้ำสมัย ใหญ่ ออกนอกกรอบ)</p>          |   |   |   |   |   |
| <p>Feminine Vintage (มีความเป็นผู้หญิง + ย้อนยุค)</p>  |   |   |   |   |   |

| สไตล์การแต่งกาย/ลำดับความสำคัญ  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---|---|---|---|---|---|
| <p data-bbox="300 353 753 394"><u>Sexy &amp; Glitter (ชุดเข้ารูป เช็กซี วิบวับ)</u></p>    |   |   |   |   |   |
| <p data-bbox="300 1019 852 1059"><u>Hyper-Feminine (มีความเป็นผู้หญิง อ่อนหวาน)</u></p>  |   |   |   |   |   |

2.3 ท่านสนใจชนิดผ้าแบบใด สำหรับสวมใส่ในโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ (Partywear)

(ให้คะแนนความชอบ: มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1)



| คำถาม/ลำดับความสำคัญ  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---|---|---|---|---|---|
| <p><u>ผ้าที่มีลักษณะมันเงา</u> เช่น ผ้าไหมซาติน (Silk Satin) หนัง (Leather)</p>  |   |   |   |   |   |
| <p><u>ผ้าเนื้อโปร่ง เบา</u> เช่น ผ้าชีฟอง (Chiffon) ผ้าลูกไม้ (Lace)</p>       |   |   |   |   |   |
| <p><u>ผ้าที่มีลักษณะเป็นขน นุ่ม</u> เช่น ผ้าสักหลาด (Felt) ผ้ากำมะหยี่ (Velvet)</p>   |   |   |   |   |   |

| คำถาม/ลำดับความสำคัญ  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---|---|---|---|---|---|
|  |   |   |   |   |   |

2.4 ท่านสนใจเทคนิคบนเสื้อผ้าแบบใด สำหรับสวมใสในโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ (Partywear)

(ให้คะแนนความชอบ: มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1)

| คำถาม/ลำดับความสำคัญ   | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--|---|---|---|---|---|
| <p><u>การตกแต่งด้วยกลิตเตอร์ (Glitter)</u></p>  |   |   |   |   |   |
| <p><u>การพิมพ์ลวดลายบนผ้า (Screen)</u></p>   |   |   |   |   |   |

| คำถาม/ลำดับความสำคัญ   | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--|---|---|---|---|---|
|   |   |   |   |   |   |
| <p data-bbox="300 945 609 981"><u>การเว้า หรือตัด (Cutout)</u></p>                |   |   |   |   |   |
| <p data-bbox="300 1505 785 1541"><u>การตกแต่งด้วยขนสัตว์เทียม (Faux Fur)</u></p>  |   |   |   |   |   |

| คำถาม/ลำดับความสำคัญ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|----------------------|---|---|---|---|---|
|                      |   |   |   |   |   |

2.5 ท่านมีความสนใจในการสวมใส่เครื่องแต่งกายที่มีลักษณะเป็นประกาย สำหรับโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ (Partywear) หรือไม่

(ให้คะแนนความชอบ: มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1)

| คำถาม/ลำดับความสำคัญ  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---|---|---|---|---|---|
| ความสนใจของท่านในการสวมใส่เครื่องแต่งกาย Partywear ที่มีลักษณะเป็นประกาย ระบุรายละเอียด |   |   |   |   |   |

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านแนวคิดการออกแบบ

#### 3.1 ความสนใจในกระแสแฟชั่นที่ยั่งยืน (Sustainable Fashion)

\*แฟชั่นที่มุ่งเน้นการออกแบบเพื่อ สร้างความสมดุลขององค์ประกอบในมิติต่าง ๆ ได้แก่ มิติทางสังคม เศรษฐกิจ และ สิ่งแวดล้อม อีกทั้งต้องก่อให้เกิดประโยชน์อย่างครอบคลุมในแต่ละมิติ

(ตัวเลขเรียงตามลำดับความสำคัญ 5 = มากที่สุด จนถึง 1 = น้อยที่สุด)

| คำถาม/ลำดับความสำคัญ   | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--|---|---|---|---|---|
| ความสนใจเกี่ยวกับกระแสนิยมแฟชั่นที่ยั่งยืน (Sustainable Fashion)   |   |   |   |   |   |
| ความสนใจที่มีต่อนวัตกรรมการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า (Upcycle)<br>เช่น การนำเศษผ้ามาทำเป็นชุดราตรี |   |   |   |   |   |
| ความสนใจที่มีต่อการออกแบบหมุนเวียน (Circular Design Thinking)  |   |   |   |   |   |

| คำถาม/ลำดับความสำคัญ   | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--|---|---|---|---|---|
| *การออกแบบที่คำนึงถึงผลกระทบต่อเชิงบวกร่วมกันทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม |   |   |   |   |   |

3.2 หากมีการสร้างตราสินค้า ที่นำเอาวัสดุจากเปลือกหอยแมลงภู่มารูปสีกลิตเตอร์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco - Glitter) มาใช้ทดแทนกลิตเตอร์สังเคราะห์ (Chemical Glitter) ท่านมีความสนใจหรือไม่

(ตัวเลขเรียงตามลำดับความสำคัญ 5 = มากที่สุด จนถึง 1 = น้อยที่สุด)

| คำถาม/ลำดับความสำคัญ   | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--|---|---|---|---|---|
| ความสนใจในนวัตกรรม Eco - Glitter จากเปลือกหอยแมลงภู่มารูปสีกลิตเตอร์สำหรับสร้างตราสินค้าแฟชั่น |   |   |   |   |   |

3.3 ความสนใจในกระแสแฟชั่นไร้เพศ (Genderless Fashion)

\* กระแสแฟชั่นที่ไม่จำกัดขอบเขตการแต่งกายที่แสดงอัตลักษณ์เฉพาะเพศ ชาย หรือ หญิง (Binary Gender) เท่านั้น เป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคสามารถสวมใส่เสื้อผ้าได้อย่างเสรี

(ตัวเลขเรียงตามลำดับความสำคัญ 5 = มากที่สุด จนถึง 1 = น้อยที่สุด)

| คำถาม/ลำดับความสำคัญ                             | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--|---|---|---|---|---|
| ความสนใจในกระแสแฟชั่นไร้เพศ (Genderless Fashion) |   |   |   |   |   |
| ท่านเห็นด้วยหรือไม่ กับกระแสแฟชั่นไร้เพศ         |   |   |   |   |   |
| แฟชั่นไร้เพศ = การเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศ   |   |   |   |   |   |

3.4 ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic) \*



\* แคมป์ (Camp): ความผิดไปจากธรรมชาติดั้งเดิม ความแปลกประหลาดเกินจริงที่ไร้กฎเกณฑ์ ความงดงามอีกมุมหนึ่งที่ขัดกับค่านิยมทางสังคม หรือไม่ตรงกับภาพลักษณ์อย่างที่ควรจะเป็น รวมถึงสอดแทรกประเด็นเสียดสีความจริงทางสังคมอย่างมีชั้นเชิง ผ่านการแสดงออกที่สนุกสนาน ในเชิงล้อเลียน ประชดประชัน หากแต่ยังคงไว้ซึ่งเสน่ห์เหลือมในการนำเสนอสารสำคัญ เช่น การแต่งกายที่หรูหราฟุ่มเฟือยเกินจริง การแต่งกายข้ามเพศ การหยิบสิ่งของที่มองว่าเขยกลับมาสวมใส่อีกครั้ง

(ตัวเลขเรียงตามลำดับความสำคัญ 5 = มากที่สุด จนถึง 1 = น้อยที่สุด)

| คำถาม/ลำดับความสำคัญ                             | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--|---|---|---|---|---|
| ความสนใจในแนวคิดแคมป์ (Camp)                     |   |   |   |   |   |
| ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์: ความฟุ้งเฟ้อ |   |   |   |   |   |





| คำถาม/ลำดับความสำคัญ  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---|---|---|---|---|---|
| <p><u>Orientalism</u></p>  <p>*การเข้ามาของวัฒนธรรมเอเชีย อาหารราตรี และบัลเลต์ รัสเซีย ในยุโรป จนเกิดการผสมผสานใหม่</p> |   |   |   |   |   |
| <p><u>Art Deco</u></p>  <p>*ศิลปะที่เน้นลายเส้นเรขาคณิต ที่หรูหรา รุ่มรวย รวมถึง ค่านิยมความเจริญสมัยในสังคม</p>       |   |   |   |   |   |
| <p><u>Surrealism</u></p>  |   |   |   |   |   |



| คำถาม/ลำดับความสำคัญ   | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--|---|---|---|---|---|
|  <p data-bbox="304 875 932 972">*ศิลปะเหนือจริง ที่สะท้อนความฝัน ภาพแห่งจินตนาการ และจิตใต้สำนึกของมนุษย์</p>                           |   |   |   |   |   |
| <p data-bbox="304 994 440 1032"><u>Space Age</u></p>  <p data-bbox="304 1585 842 1630">*ยุคสมัยแห่งการสำรวจอวกาศ การค้นพบสิ่งใหม่</p> |   |   |   |   |   |
| <p data-bbox="304 1653 549 1686"><u>Disco &amp; Glam Rock</u></p>  |   |   |   |   |   |

| คำถาม/ลำดับความสำคัญ  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---|---|---|---|---|---|
|  <p data-bbox="300 835 951 936">*จังหวะดนตรีดีสโก และ แกลมร็อก ที่เน้นการใช้กลิตเตอร์ วิบวับ และสีฉูดฉาด</p>   |   |   |   |   |   |
| <p data-bbox="300 954 501 987"><u>Deconstruction</u></p>  <p data-bbox="300 1518 930 1619">*แนวคิดปรัชญาที่มุ่งเน้นการรื้อถอนโครงสร้างของสิ่งเดิม เพื่อค้นหาความแปลกใหม่</p> |   |   |   |   |   |

## แบบประเมินแบบสอบถาม

‘นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย  
จากสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วีริดิส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์’

เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์  
สำหรับกลุ่มเฟมบอยจากสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือก  
เพอร์นา วีริดิส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์  
THE BRANDING INNOVATION OF PARTYWEAR FOR FEMBOY  
WITH PEARLESCENT PLATES COLOR FROM PERNA VIRIDIS  
SHELL BY USING CAMP AESTHETIC CONCEPT

โดย นายศุภากร มั่งคั่ง รหัสประจำตัวนิสิต 6480041135 นิสิตผู้ทำวิทยานิพนธ์

หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### วัตถุประสงค์

3. เพื่อหาแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) จากนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วีริดิส (Perna viridis)
4. เพื่อหาแนวทางการสร้างนวัตกรรมตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)

| ข้อที่   | คำถาม                   | ทฤษฎีที่ใช้                           |
|--|-------------------------|---------------------------------------|
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม           |                         |                                       |
| 1.1  | อายุ                    | ประชากรศาสตร์                         |
| 1.2  | ระดับการศึกษา           | ประชากรศาสตร์                         |
| 1.3  | อาชีพ                   | ประชากรศาสตร์                         |
| 1.4  | รายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน) | Zennials Generation<br>(Napoli, 2022) |
| ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการแต่งกายของผู้บริโภค |                         |                                       |

| ข้อที่ | คำถาม  | ทฤษฎีที่ใช้   |
|--------|--|---|
| 2.1    | ความสนใจในกิจกรรมทางด้านงานเลี้ยงสังสรรค์ หรืองานปาร์ตี้                       | Zennials Generation<br>(Napoli, 2022)                           |
|        | ความชื่นชอบในการเข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์                                      | Zennials Generation<br>(Napoli, 2022)                           |
|        | ความถี่ในการเข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์  | กลุ่ม Zennials<br>(TCDC, 2565)                                  |
|        | ความสนใจในการสวมใส่เสื้อผ้าปาร์ตี้แวร์ (Partywear)                             | เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์<br>(พัตชา อุทิสวรรณกุล, 2565)         |
| 2.2    | ท่านชอบเสื้อผ้าสไตล์ใด สำหรับโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ (Partywear)                | เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์<br>(พัตชา อุทิสวรรณกุล, 2565)         |
|        | Avant - Garde (ล้ำสมัย ใหญ่ ออกนอกกรอบ)  | คำถามทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับสไตล์ทางแฟชั่น |
|        | Feminine Vintage (มีความเป็นผู้หญิง + ย้อนยุค)                                 | คำถามทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับสไตล์ทางแฟชั่น |
|        | Sexy & Glitter (ชุดเข้ารูป เซ็กซี่ วิบวับ)                                     | คำถามทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับสไตล์ทางแฟชั่น |
|        | Hyper-Feminine (มีความเป็นผู้หญิงอ่อนหวาน)                                     | คำถามทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับสไตล์ทางแฟชั่น |
| 2.3    | ท่านสนใจชนิดผ้าแบบใด สำหรับสวมใส่ในโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ (Partywear)          | เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์<br>(พัตชา อุทิสวรรณกุล, 2565)         |
|        | ผ้าที่มีลักษณะมันเงา เช่น ผ้าไหมซาติน (Silk Satin) หนัง (Leather)              | คำถามทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง                               |
|        | ผ้าเนื้อโปร่ง เบา เช่น ผ้าชีฟอง (Chiffon) ผ้าลูกไม้ (Lace)                     | คำถามทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง                               |
|        | ผ้าที่มีลักษณะเป็นขน นุ่ม เช่น ผ้าสักหลาด (Felt) ผ้ากำมะหยี่ (Velvet)          | คำถามทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง                               |
| 2.4    | ท่านสนใจเทคนิคบนเสื้อผ้าแบบใด สำหรับสวมใส่ในโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ (Partywear) | เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์<br>(พัตชา อุทิสวรรณกุล, 2565)         |

| ข้อที่                              | คำถาม   | ทฤษฎีที่ใช้  |
|-------------------------------------|---|--|
|                                     | การตกแต่งด้วยกลิตเตอร์ (Glitter)  | คำถามทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง  |
|                                     | การพิมพ์ลวดลายบนผ้า (Screen)  | คำถามทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง  |
|                                     | การเว้า หรือตัด (Cutout)  | คำถามทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง  |
|                                     | การตกแต่งด้วยขนสัตว์เทียม (Faux Fur)  | คำถามทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง  |
| 2.5                                 | ท่านมีความสนใจในการสวมใส่เครื่องแต่งกายที่มีลักษณะเป็นประกาย สำหรับโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ (Partywear) หรือไม่   | เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์<br>(พัชชา อุทิสวรรณกุล, 2565)                      |
| ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านแนวคิดการออกแบบ |   |  |
| 3.1                                 | ความสนใจในกระแสแฟชั่นที่ยั่งยืน (Sustainable Fashion)   | Sustainable Development<br>(Bartlett, 1998)                                  |
|                                     | ความสนใจที่มีต่อนวัตกรรมการนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า (Upcycle)  | Upcycle<br>(TURNOFF, 2565)   |
|                                     | ความสนใจที่มีต่อการออกแบบหมุนเวียน (Circular Design Thinking)   | Circular Design Thinking<br>(Zhou, 2022)                                     |
| 3.2                                 | หากมีการสร้างตราสินค้า ที่นำเอาวัสดุจากเปลือกหอยแมลงภู่มาแปรรูปสู่กลิตเตอร์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco – Glitter) มาใช้ทดแทนกลิตเตอร์สังเคราะห์ (Chemical Glitter) ท่านมีความสนใจหรือไม่ | การแปรรูปเปลือกประกายมุกจากเปลือกหอยแมลงภู่<br>(สนอง เอกสิทธิ์ และคณะ, 2556) |
| 3.3                                 | ความสนใจในกระแสแฟชั่นไร้เพศ (Genderless Fashion)  | Zennials เจเนอเรชั่นรอยต่อ<br>(ฐิติญาณ สนธิเกษตริน, 2563)                    |
|                                     | ท่านเห็นด้วยหรือไม่ กับกระแสแฟชั่นไร้เพศ  | Zennials เจเนอเรชั่นรอยต่อ<br>(ฐิติญาณ สนธิเกษตริน, 2563)                    |
|                                     | แฟชั่นไร้เพศ = การเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศ  | Zennials เจเนอเรชั่นรอยต่อ<br>(ฐิติญาณ สนธิเกษตริน, 2563)                    |
| 3.4                                 | ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)   | Camp: Notes on Fashion<br>(Bolton et al., 2019)                              |
|                                     | ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์: ความฟุ้งเฟ้อ  | Camp: Notes on Fashion<br>(Bolton et al., 2019)                              |

| ข้อที่ | คำถาม   | ทฤษฎีที่ใช้                                       |
|--------|---|---|
|        | ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์:<br>ความเรียงมัย   | Camp: Notes on Fashion<br>(Bolton et al., 2019)   |
| 3.5    | หากนำแรงบันดาลใจเรื่องแคมป์ (Camp) มาใช้กับการออกแบบคอลเลกชัน หรือมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างแบรนด์แฟชั่น ท่านมีความสนใจหรือไม่ | คำถามทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง                 |
| 3.6    | ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเสื้อผ้าปาร์ตี้   | Camp: Notes on Fashion<br>(Bolton et al., 2019)   |
|        | Orientalism   | ประวัติศาสตร์แฟชั่น<br>(พัตชา อุทิสวรรณกุล, 2565) |
|        | Art Deco  | ประวัติศาสตร์แฟชั่น<br>(พัตชา อุทิสวรรณกุล, 2565) |
|        | Surrealism  | ประวัติศาสตร์แฟชั่น<br>(พัตชา อุทิสวรรณกุล, 2565) |
|        | Space Age   | ประวัติศาสตร์แฟชั่น<br>(พัตชา อุทิสวรรณกุล, 2565) |
|        | Disco & Glam Rock   | ประวัติศาสตร์แฟชั่น<br>(พัตชา อุทิสวรรณกุล, 2565) |
|        | Deconstruction  | ประวัติศาสตร์แฟชั่น<br>(พัตชา อุทิสวรรณกุล, 2565) |

## แบบประเมินความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

‘นวัตกรรมการสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย จากสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วีริดิส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์’

แบบประเมินนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประเมินแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งประกอบด้วยลักษณะในการประเมิน 2 ด้าน ได้แก่ การประเมินความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (Face Validity) และการประเมินความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง นวัตกรรม การสร้างสรรค์ตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอยจากสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วีริดิส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (THE BRANDING INNOVATION OF PARTYWEAR FOR FEMBOY WITH PEARLESCENT PLATES COLOR FROM PERNA VIRIDIS SHELL BY USING CAMP AESTHETIC CONCEPT) โดย นายศุภากร มั่งคั่ง รหัสประจำตัวนิสิต 6480041135 นิสิต ผู้ทำวิทยานิพนธ์ หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อหาแนวทางการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) จากนวัตกรรมสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วีริดิส (Perna viridis)
2. เพื่อหาแนวทางการสร้างนวัตกรรมตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์สำหรับกลุ่มเฟมบอย (Femboy) ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)

### ส่วนที่ 1 การประเมินความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (Face Validity)

ประกอบด้วยข้อคำถามที่ 1.1 – 3.6

| คำถาม                                    | ผลประเมิน     |               |                  | ข้อเสนอแนะ<br>ปรับปรุง |
|--|---------------|---------------|------------------|------------------------|
|  | เหมาะสม<br>+1 | ไม่แน่ใจ<br>0 | ไม่เหมาะสม<br>-1 |                        |
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม |               |               |                  |                        |
| 1.1                                      | อายุ          |               |                  |                        |
| 1.2                                      | ระดับการศึกษา |               |                  |                        |
| 1.3                                      | อาชีพ         |               |                  |                        |

| คำถาม  |   | ผลประเมิน     |               |                  | ข้อเสนอแนะ<br>ปรับปรุง |
|--|---|---------------|---------------|------------------|------------------------|
|  |   | เหมาะสม<br>+1 | ไม่แน่ใจ<br>0 | ไม่เหมาะสม<br>-1 |                        |
| 1.4  | รายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน)   |               |               |                  |                        |
| ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการแต่งกายของผู้บริโภค |   |               |               |                  |                        |
| 2.1  | ความสนใจในกิจกรรมทางด้านงานเลี้ยงสังสรรค์ หรืองานปาร์ตี้              |               |               |                  |                        |
|  | ความชื่นชอบในการเข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์                             |               |               |                  |                        |
|  | ความถี่ในการเข้าร่วมงานเลี้ยงสังสรรค์                                 |               |               |                  |                        |
|  | ความสนใจในการสวมใส่เสื้อผ้าปาร์ตี้แวร์ (Partywear)                    |               |               |                  |                        |
| 2.2  | ท่านชอบเสื้อผ้าสไตล์ใด สำหรับโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ (Partywear)       |               |               |                  |                        |
|  | Avant - Garde (ล้ำสมัย ใหญ่ ออกนอกกรอบ)                               |               |               |                  |                        |
|  | Feminine Vintage (มีความเป็นผู้หญิง + ย้อนยุค)                        |               |               |                  |                        |
|  | Sexy & Glitter (ชุดเข้ารูป เซ็กซี่ วิบวับ)                            |               |               |                  |                        |
|  | Hyper-Feminine (มีความเป็นผู้หญิง อ่อนหวาน)                           |               |               |                  |                        |
| 2.3  | ท่านสนใจชนิดผ้าแบบใด สำหรับสวมใส่ในโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ (Partywear) |               |               |                  |                        |
|  | ผ้าที่มีลักษณะมันเงา เช่น ผ้าไหมซาติน (Silk Satin) หนัง (Leather)     |               |               |                  |                        |



| คำถาม                                   | ผลประเมิน   |               |                  | ข้อเสนอแนะ<br>ปรับปรุง |  |
|---|---|---------------|------------------|------------------------|--|
|   | เหมาะสม<br>+1   | ไม่แน่ใจ<br>0 | ไม่เหมาะสม<br>-1 |                        |  |
|   | ผ้าเนื้อโปร่ง เบา เช่น ผ้าชีฟอง<br>(Chiffon) ผ้าลูกไม้ (Lace)   |               |                  |                        |  |
|   | ผ้าที่มีลักษณะเป็นขน นุ่ม เช่น<br>ผ้าสักหลาด (Felt) ผ้าม่านหยาบ<br>(Velvet)   |               |                  |                        |  |
| 2.4                                     | ท่านสนใจเทคนิคบนเสื้อผ้าแบบ<br>ใด สำหรับสวมใส่ในโอกาสงาน<br>เลี้ยงสังสรรค์ (Partywear)                                    |               |                  |                        |  |
|   | การตกแต่งด้วยกลิตเตอร์<br>(Glitter)   |               |                  |                        |  |
|   | การพิมพ์ลวดลายบนผ้า<br>(Screen)   |               |                  |                        |  |
|   | การเว้า หรือตัด (Cutout)  |               |                  |                        |  |
|   | การตกแต่งด้วยขนสัตว์เทียม<br>(Faux Fur)   |               |                  |                        |  |
| 2.5                                     | ท่านมีความสนใจในการสวมใส่<br>เครื่องแต่งกายที่มีลักษณะเป็น<br>ประกาย สำหรับโอกาสงานเลี้ยง<br>สังสรรค์ (Partywear) หรือไม่ |               |                  |                        |  |
| ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านแนวความคิดการออกแบบ |   |               |                  |                        |  |
| 3.1                                     | ความสนใจในกระแสแฟชั่น<br>ยั่งยืน (Sustainable Fashion)  |               |                  |                        |  |
|   | ความสนใจที่มีต่อนวัตกรรมการ<br>นำกลับมาใช้ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า<br>(Upcycle)   |               |                  |                        |  |
|   | ความสนใจที่มีต่อการออกแบบ<br>หมุนเวียน (Circular Design<br>Thinking)  |               |                  |                        |  |

| คำถาม | ผลประเมิน   |               |                  | ข้อเสนอแนะ<br>ปรับปรุง |  |
|-------|---|---------------|------------------|------------------------|--|
|       | เหมาะสม<br>+1   | ไม่แน่ใจ<br>0 | ไม่เหมาะสม<br>-1 |                        |  |
| 3.2   | หากมีการสร้างตราสินค้า ที่นำเอาวัสดุจากเปลือกหอยแมลงภู่มานำมาแปรรูปสู่กลิตเตอร์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco – Glitter) มาใช้ทดแทนกลิตเตอร์สังเคราะห์ (Chemical Glitter) ท่านมีความสนใจหรือไม่ |               |                  |                        |  |
| 3.3   | ความสนใจในกระแสแฟชั่นไร้เพศ (Genderless Fashion)  |               |                  |                        |  |
|       | ท่านเห็นด้วยหรือไม่ กับกระแสแฟชั่นไร้เพศ  |               |                  |                        |  |
|       | แฟชั่นไร้เพศ = การเรียกร้องความเท่าเทียมทางเพศ  |               |                  |                        |  |
| 3.4   | ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์ (Camp Aesthetic)   |               |                  |                        |  |
|       | ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์: ความฟุ้งเฟ้อ  |               |                  |                        |  |
|       | ความสนใจในแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์: ความเรียบง่าย   |               |                  |                        |  |
| 3.5   | หากนำแรงบันดาลใจเรื่องแคมป์ (Camp) มาใช้กับการออกแบบคอลเลกชั่น หรือมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างแบรนด์แฟชั่น ท่านมีความสนใจหรือไม่  |               |                  |                        |  |

| คำถาม   | ผลประเมิน     |               |                  | ข้อเสนอแนะ<br>ปรับปรุง |
|---|---------------|---------------|------------------|------------------------|
|   | เหมาะสม<br>+1 | ไม่แน่ใจ<br>0 | ไม่เหมาะสม<br>-1 |                        |
| 3.6 ความสนใจในแนวคิด<br>สุนทรียศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการ<br>ออกแบบเสื้อผ้าปาร์ตี้ |               |               |                  |                        |
| Orientalism   |               |               |                  |                        |
| Art Deco  |               |               |                  |                        |
| Surrealism  |               |               |                  |                        |
| Space Age   |               |               |                  |                        |
| Disco & Glam Rock   |               |               |                  |                        |
| Deconstruction  |               |               |                  |                        |

#### ความหมายระดับค่าคะแนนประเมินความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

- ระดับค่าคะแนน +1 หมายถึง ข้อคำถามนั้นสอดคล้องตามวัตถุประสงค์
- ระดับค่าคะแนน 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
- ระดับค่าคะแนน -1 หมายถึง ข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ผู้เชี่ยวชาญประเมินแบบสอบถาม  
/ /  
วันที่ทำการประเมิน

## ผลการประเมินค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญ

| ข้อที่ | ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ 1 |   |    | ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ 2 |   |    | ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ 3 |   |    | สรุปผล |      |           |  |
|--------|---------------------------|---|----|---------------------------|---|----|---------------------------|---|----|--------|------|-----------|--|
|        | +1                        | 0 | -1 | +1                        | 0 | -1 | +1                        | 0 | -1 | รวม    | IOC  | แปลผล     | ข้อเสนอแนะ   |
| 1.1    | /                         |   |    |                           | / |    | /                         |   |    | 2      | 0.66 | มีความตรง | เพิ่มอายุเพื่อแจกจ่ายเป้าหมายแท้จริง<br>ดูอายุที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย |
| 1.2    | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    | มีความตรง |  |
| 1.3    | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    | มีความตรง | เพิ่มอาชีพที่น่าสนใจในยุคปัจจุบัน,<br>เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในงานวิจัย  |
| 1.4    | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    | มีความตรง | เพิ่มรายได้ให้สูงขึ้น  |
| 2.1    | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    | มีความตรง |  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           | เพิ่มราคาการเลือกซื้อสินค้าปาร์ตี้แวร์                                   |
| 2.2    | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    | มีความตรง | ควรปรับเป็นเลขช้อยย่อย เช่น 2.2.1  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   | /  | 2      | 0.66 |           |  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |  |
| 2.3    | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    | มีความตรง |  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         | / |    | 2      | 0.66 |           |  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |  |
| 2.4    | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    | มีความตรง |  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |  |
| 2.5    | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    | มีความตรง |  |
| 3.1    | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    | มีความตรง |  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |  |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           | คำว่า "แนวคิดทางการออกแบบอย่าง<br>ยั่งยืน" อาจครอบคลุมกว่า               |

| ข้อที่ | ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ 1 |   |    | ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ 2 |   |    | ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ 3 |   |    | สรุปผล |      |           |            |
|--------|---------------------------|---|----|---------------------------|---|----|---------------------------|---|----|--------|------|-----------|------------|
|        | +1                        | 0 | -1 | +1                        | 0 | -1 | +1                        | 0 | -1 | รวม    | IOC  | แปลผล     | ข้อเสนอแนะ |
| 3.2    | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    | มีความตรง |            |
| 3.3    | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    | มีความตรง |            |
|        |                           | / |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 2      | 0.66 |           |            |
|        |                           | / |    | /                         |   |    | /                         | / |    | 2      | 0.66 |           |            |
| 3.4    | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    | มีความตรง |            |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |            |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |            |
| 3.5    | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    | มีความตรง | น่าสนใจมาก |
| 3.6    | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    | มีความตรง |            |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |            |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |            |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |            |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |            |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |            |
|        | /                         |   |    | /                         |   |    | /                         |   |    | 3      | 1    |           |            |

สตูดิโอสำหรับงานนิทรรศการ





#### AWAKENING

The awakening has awakened.

#### Awakening (n.)

the act of starting to understand something or feel something

The overcome of post-epidemic is now significantly awakening, as the way of life has been altered versatily. Consciousness and Creativity will be embraced as essential sparks in the design upheaval, and human, natural and innovation will be recognized as equally important and increasingly interconnected.

PORNPAT JAMROENPUEK | KORAKOJ PONGSARODJANAWIT | RAPEEPAT SAMRAY | WORRAPAT MEANGRUAMYARD | THANCHANIT NARUPAJATURONGPORN  
KHUANCHAI BOONSOM | SUPAKORN MUNGKUNG | NATKRITTA BUAKLAYRUTTACHAI | MONCKOL INCKUTANON



## THE AWAKENERS

THE NINE AWAKENERS

MFA 19

The new generation designers who intentionally represent their own 'AWAKENING' through fashion and textile design collection along with altered fashionable aspects - as the 'AWAKENERS', ready to make their 'AWAKENING' statements.





**Awakening (n.)**  
 the act of starting to  
 understand something  
 or feel something

MFA 19

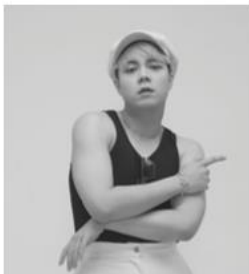
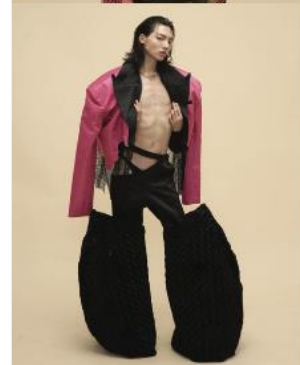
- 
- 1 PORNPAT JAMROENPUEK**  
 Awakening of Modular
- 
- 2 WORRAPAT MEANGRUAMYARD**  
 Awakening of Circular
- 
- 3 RAPEEPAT SAMRAY**  
 Awakening of Archr
- 
- 4 NATKRITTA BUAKLAYRUTTACHAI**  
 Awakening of Ethnic
- 
- 5 THANCHANIT NARUPAJATURONGPORN**  
 Awakening of Alpha
- 
- 6 KORAKOJ PONGSARODJANAWIT**  
 Awakening of Palette
- 
- 7 MONGKOL INKGUTANON**  
 Awakening of Revolution
- 
- 8 KHUANCHAI BOONSOM**  
 Awakening of Culture
- 
- 9 SUPAKORN MUNGKUNG**  
 Awakening of Identity

MFA 19

## PORNOCRATES

Pornocrates, an ancient word, means the society that governed by slutty women, used to be condemned as a Sex Object, but they actually knew that they were Sex Subject who proud and brave in their motherhood anatomy. This collection represents a reincarnation of Pornocrates which presently takes form in a group of boys who use their sex to reclaim their freedom of expression and sarcastically challenge social norms along with their unique shimmery partywear by using pearlescent plates color from perna viridis shell.

‘  
 AWAKENING OF  
 IDENTITY  
 ,



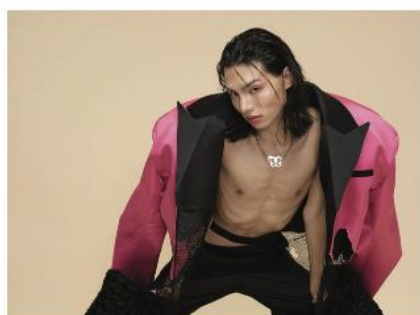
THE BRANDING INNOVATION OF PARTYWEAR FOR FEMBOY WITH PEARLESCENT PLATES COLOR FROM PERNA VIRIDIS SHELL BY USING CAMP AESTHETIC CONCEPT

SUPAKORN MUNGKUNG  
 supakorn540@gmail.com  
 TEL. 0971356179

MFA 19



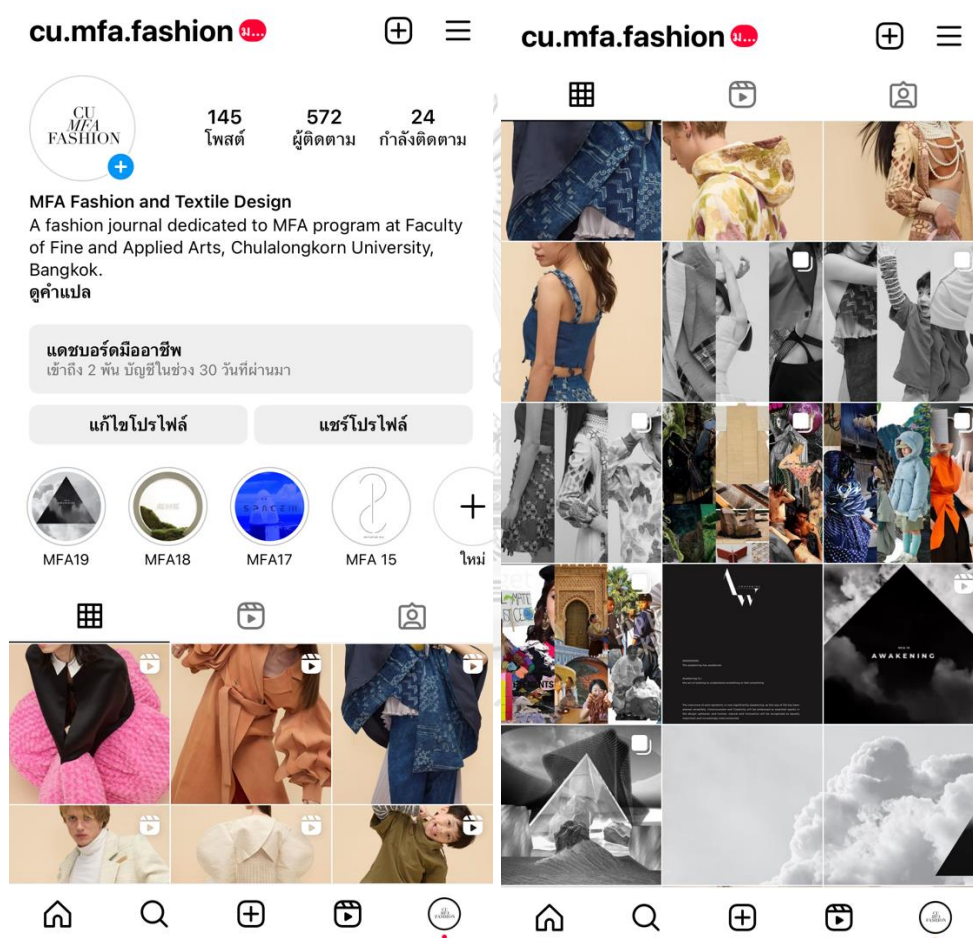
AWAKENING OF IDENTITY



AWAKENING


## ภาพการประชาสัมพันธ์งานผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย

ผู้วิจัยทำการประชาสัมพันธ์งานนิทรรศการจบการศึกษาครั้งนี้ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย ในรูปแบบของแอปพลิเคชัน อินสตาแกรม (Instagram) โดยเป็นบัญชีของภาควิชาานฤมิตรศิลป์ สาขาวิชาออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



CU.MFA.FASHION  
โพสต์

cu.mfa.fashion




ดูข้อมูลเชิงลึก โปรโมทโพสต์

ถูกใจ 71 คน

cu mfa fashion AWAKENING of IDENTITY

CU.MFA.FASHION  
โพสต์

cu.mfa.fashion  
cu.mfa.fashion · เลียงตันฉบับ



ดูข้อมูลเชิงลึก โปรโมทโพสต์

ถูกใจ 16 คน

cu.mfa.fashion 'PORNOCRATES'

นวัตกรรมการสร้างสรรคตราสินค้าเครื่องแต่งกายปาร์ตี้แวร์ สำหรับกลุ่มเฟมบอย จากสีเกล็ดประกายมุกจากเปลือกเพอร์นา วิริดิส ด้วยแนวคิดสุนทรียศาสตร์แคมป์

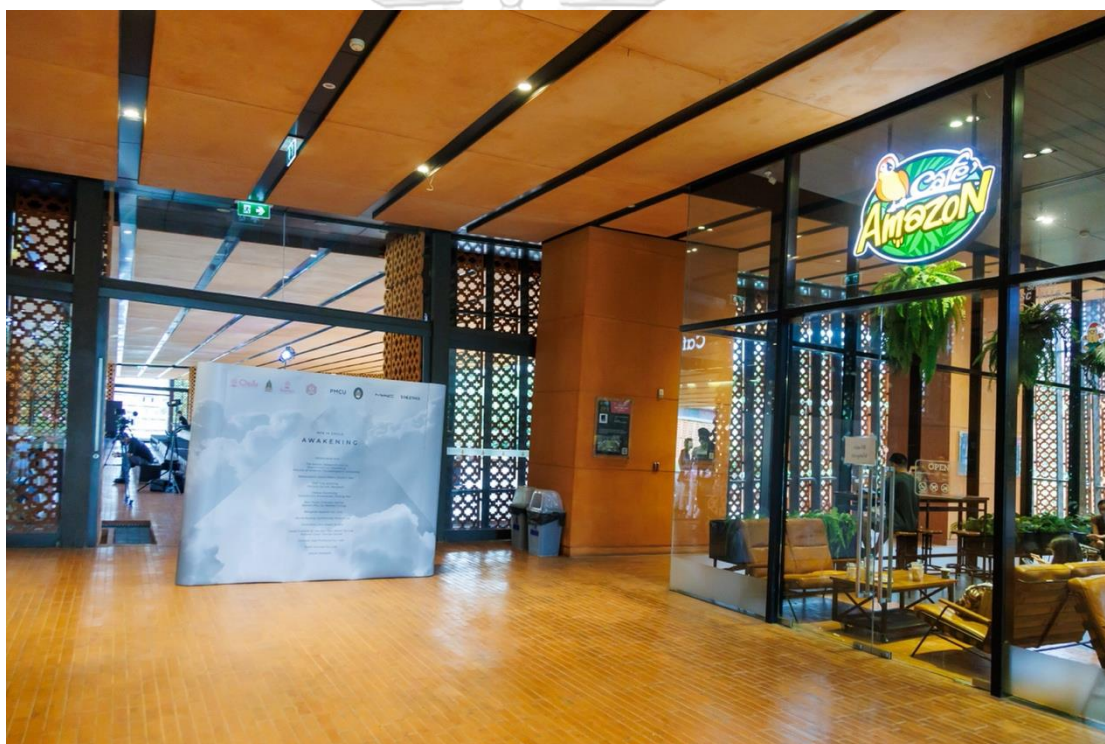
THE BRANDING INNOVATION OF PARTYWEAR FOR FEMBOY WITH PEARLESCENT PLATES COLOR FROM PERNA VIRIDIS SHELL BY USING CAMP AESTHETIC CONCEPT

Designer: SUPAKORN MUNGKUNG  
@bballoonie  
E-mail: supakorn540@gmail.com

#MFA19  
#AWAKENING

## ภาพการจัดนิทรรศการแพชชันโซว์

ผู้วิจัยจัดแสดงผลงานนิทรรศการในรูปแบบของงานแพชชันโซว์ ในวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2566 ณ อุทยาน 100 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อเป็นการนำเสนอเนื้อหาของงานวิจัย โดยใน ส่วนของนิทรรศการนั้น มีทั้งป้ายนิทรรศการ ที่อธิบายถึงเนื้อหาของงานวิจัย ภาพการถ่ายลงหนังสือ Lookbook รวมถึงตัวอย่างผลงานการทดลองที่ได้นำมาจัดแสดงไว้บริเวณโต๊ะด้านหน้าของนิทรรศการ ทั้งนี้ บริเวณพื้นที่นิทรรศการแสดงผลงานของนิสิตนั้นอยู่บริเวณด้านข้างของพื้นที่รันเวย์ โดยจะเปิด ให้ผู้ชมได้เข้ามาเดินชมนิทรรศการ ช่วงระยะเวลาก่อนเริ่มพิธีเปิดบริเวณเวที



บริเวณทางเข้างานนิทรรศการ



บรรยากาศในงาน



ประธาน ผู้สนับสนุน และคณาจารย์

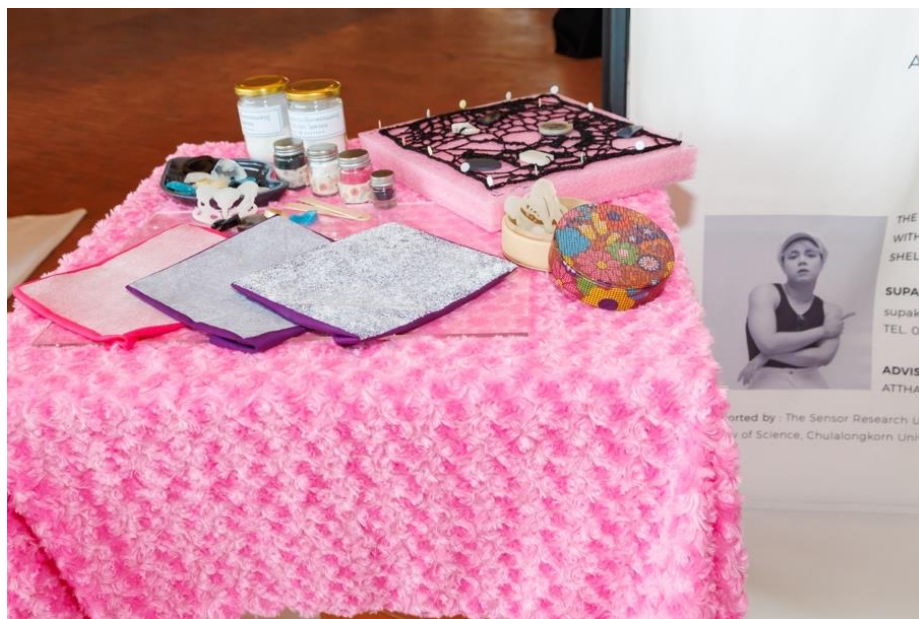




การจัดนิทรรศการในงาน



นิทรรศการของผู้วิจัย

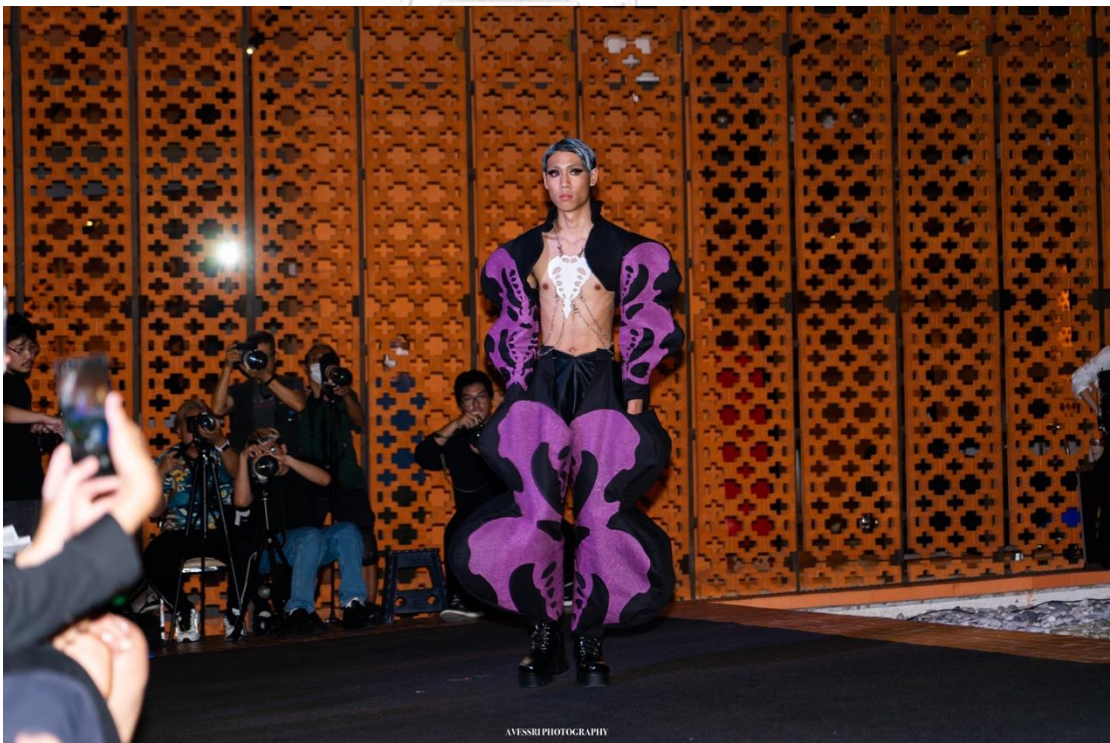


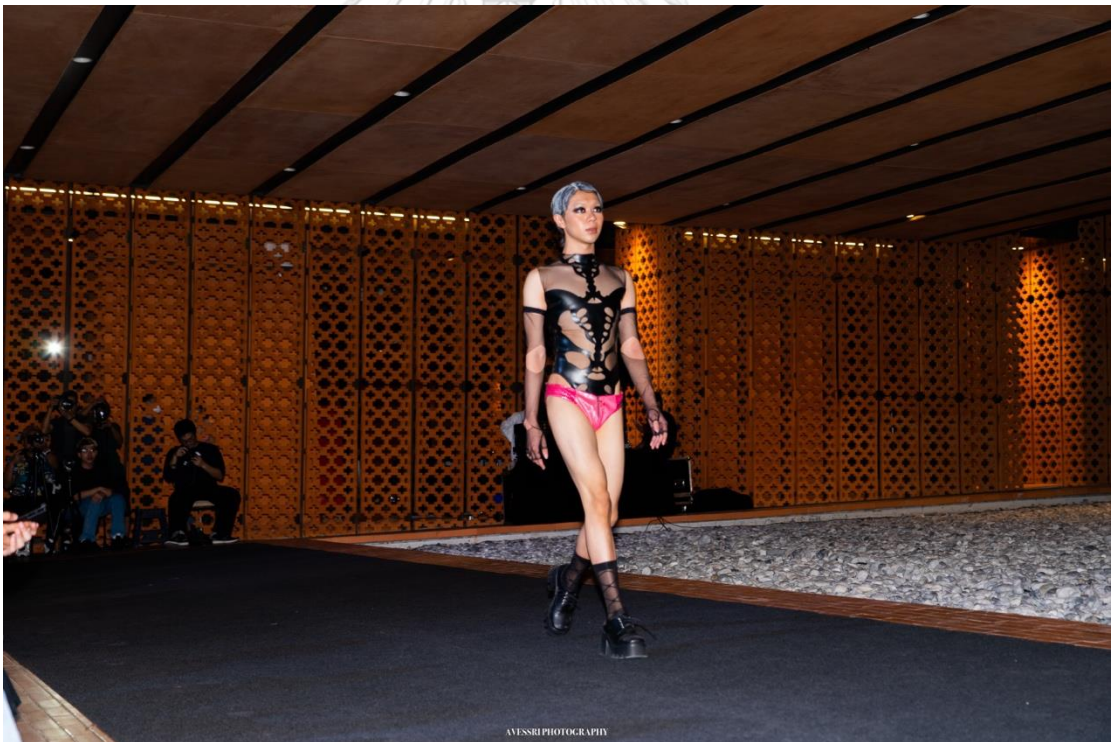
การจัดแสดงผลงานนิทรรศการของผู้วิจัย

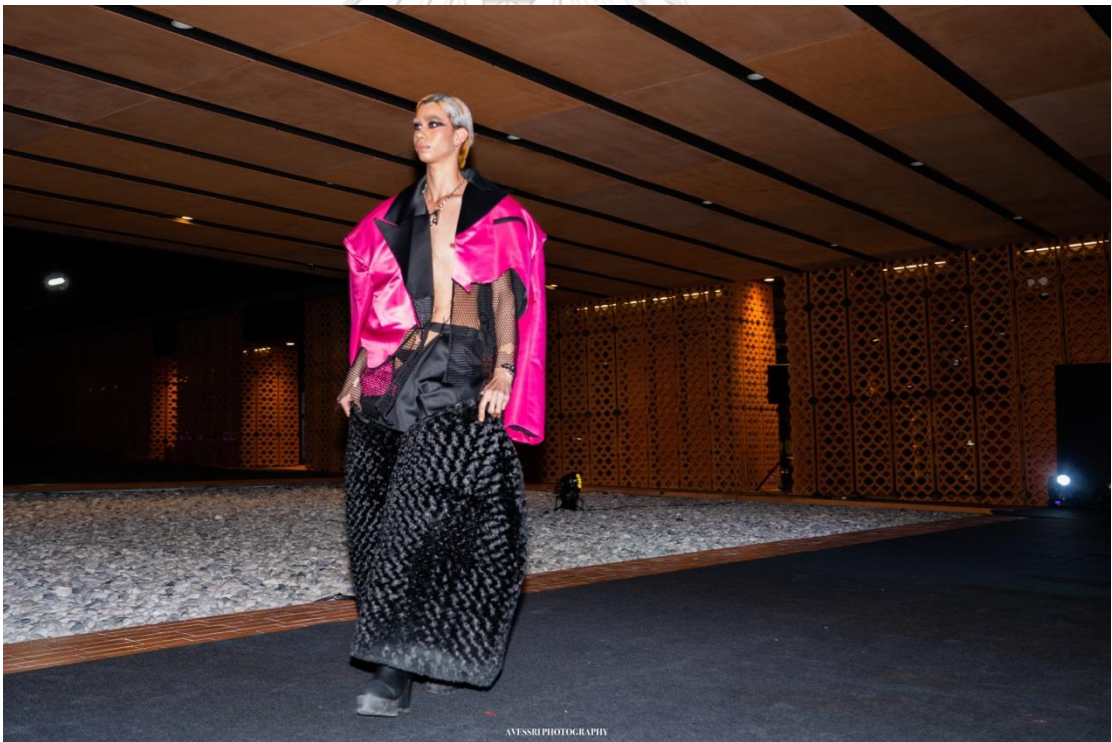


บรรยากาศบริเวณรันเวย์

ภาพการแสดงคอลเลคชั่นต้นแบบ

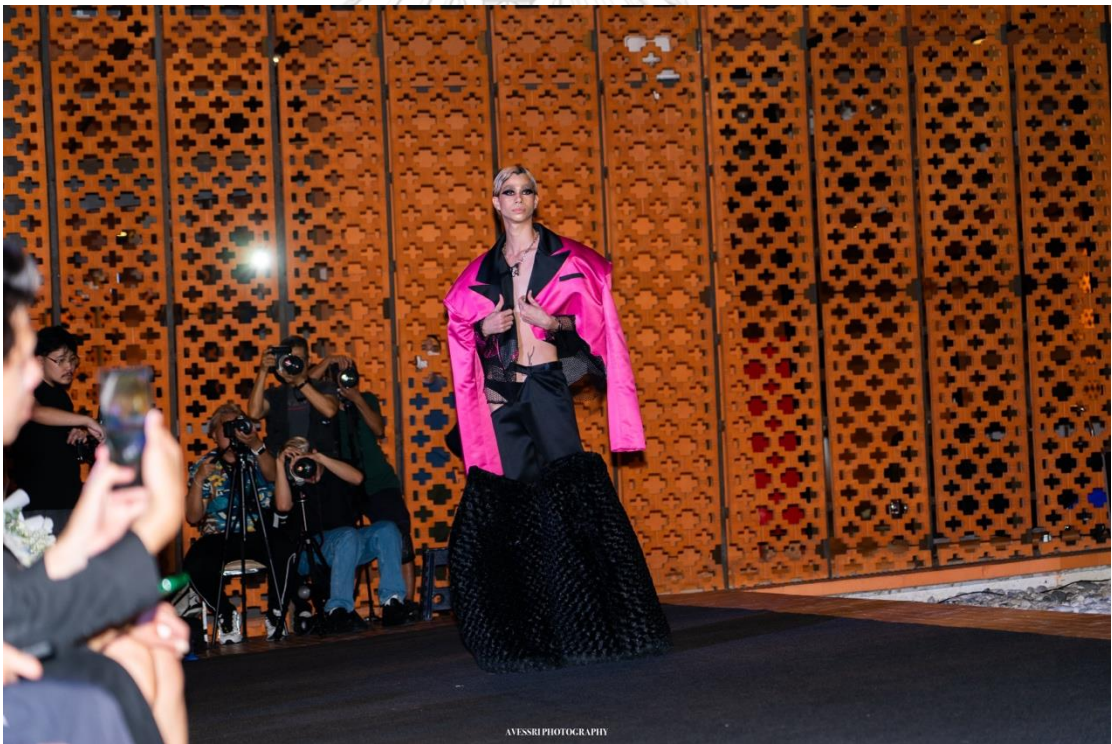






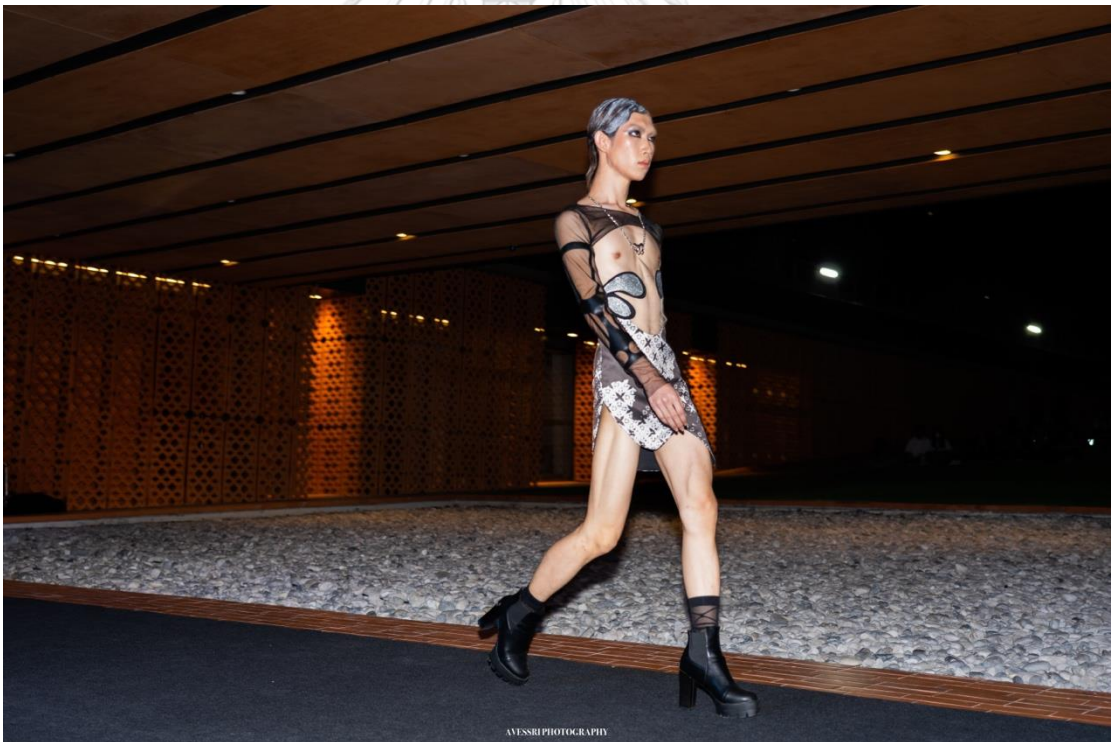


AVESSRI PHOTOGRAPHY

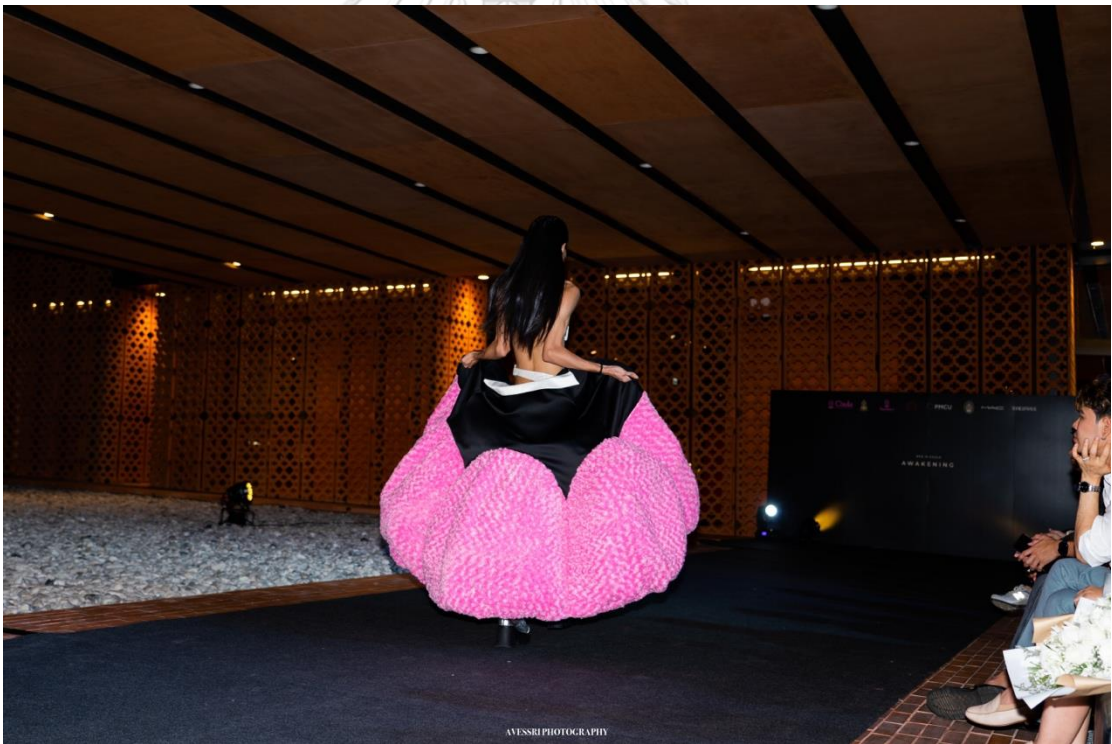
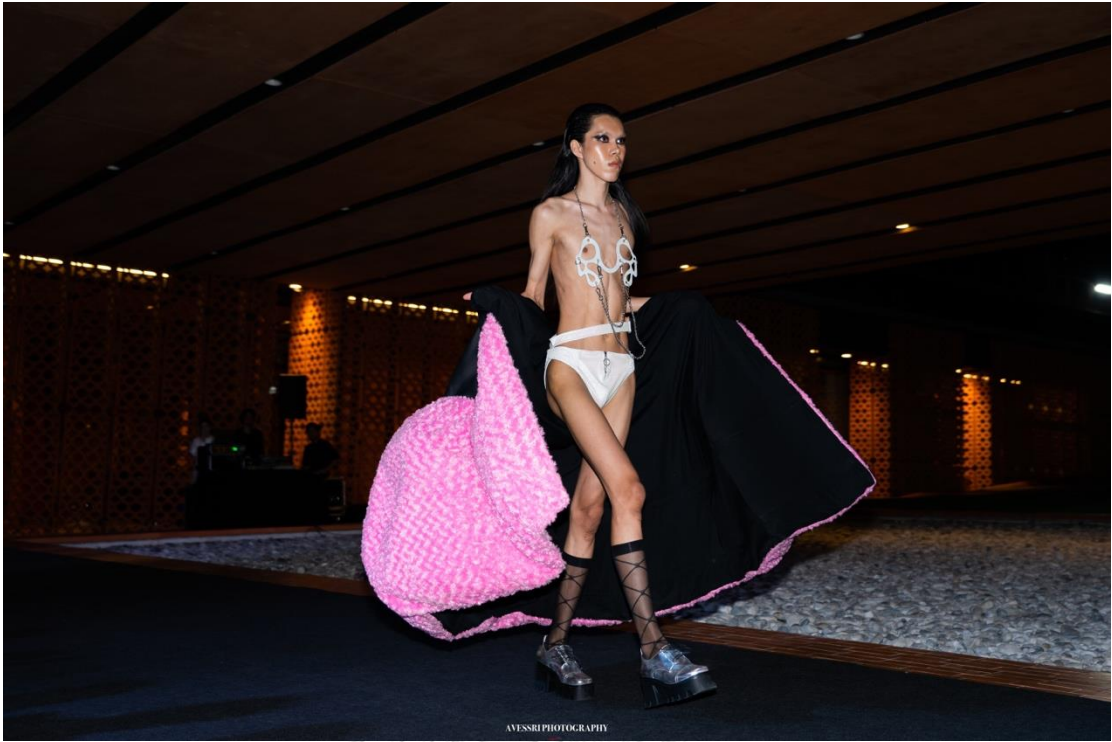


AVESSRI PHOTOGRAPHY

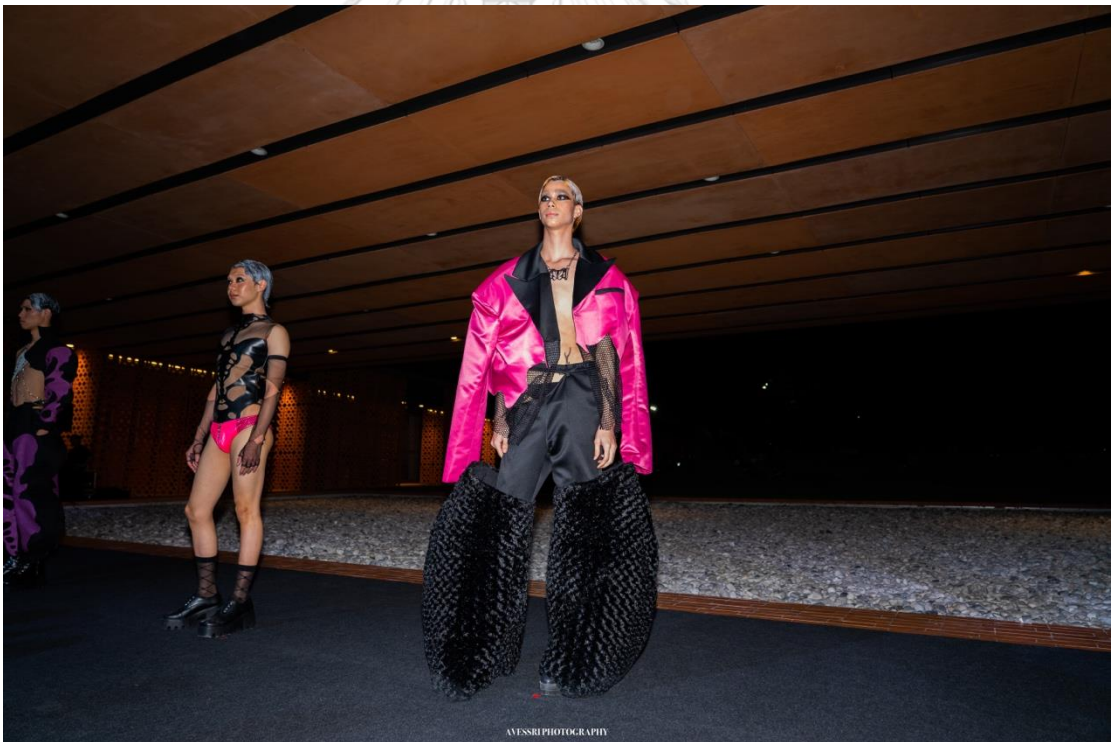
















ภาพรวมคอลเลคชัน ผู้วิจัย และอาจารย์ที่ปรึกษา

## ประวัติผู้เขียน

|                   |  |
|-------------------|--|
| ชื่อ-สกุล         | ศุภากร มั่งคั่ง  |
| วัน เดือน ปี เกิด | 27 พฤษภาคม 2541  |
| สถานที่เกิด       | กรุงเทพมหานคร  |
| วุฒิการศึกษา      | ปีการศึกษา 2562<br>อักษรศาสตรบัณฑิต เอกศิลปการละคร<br>คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง)<br>ปีการศึกษา 2565<br>ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ<br>ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY