

การศึกษารูปแบบแฟชั่นการแต่งกายของบุคคลสาธารณะ
ในกลุ่มประเทศที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของโลก
A Study on the Fashion Styles of Public Figures Across Different Countries
and Their Influence on the Global Economy

วีรินทร์ สันติวรรักษ์^{a*} และ พัดชา อุทิสวรรณกุล^a

Weerin Santiworarak^{a*} and Patcha Utiswannakul^a

^aภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

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

*Corresponding Author. Email: weerinstwrrk@gmail.com

Received: January 3, 2025

Revised: April 8, 2025

Accepted: April 10, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์เทคแวร์จากสิ่งทอโลหะสำหรับบุคคลสาธารณะที่มีไลฟ์สไตล์ความเสี่ยงต่อภาวะแวดล้อมสังคมเพื่อส่งเสริมตลาดการค้าระหว่างประเทศ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหารูปแบบการแต่งกายของบุคคลสาธารณะและหาแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสำหรับบุคคลสาธารณะโดยใช้แนวโน้มกระแสนิยมของโลกยุคกลาง AW25/26

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบการแต่งกายของบุคคลสาธารณะที่มีบทบาทในสังคม โดยการปฏิบัติตัวและภาพลักษณ์มักได้รับความสนใจจากสาธารณชนและสื่อมวลชน การแต่งกายของบุคคลสาธารณะจึงมีความสำคัญในการเสริมสร้างภาพลักษณ์และจุดยืนของตนเอง รวมถึงการสะท้อนถึงสังคมการเมืองยังสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลกได้ผ่านการส่งเสริมสินค้าหรือแฟชั่นที่สะท้อนภาพลักษณ์ที่ดี โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยรูปแบบผสมผสานเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสำรวจกลุ่มเป้าหมายด้วยเครื่องมือ Paper Doll Data Set และการสัมภาษณ์ยืนยันกลุ่มเป้าหมายด้วยผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาคำตอบประกอบการออกแบบ โดยมีกระบวนการศึกษากลุ่มเป้าหมายออกเป็น 5 กลุ่มได้แก่ 1) บุคคลสาธารณะในประเทศไทย 2) บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศเอเชีย 3) บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศสหรัฐอเมริกา 4) บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศยุโรป 5) บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ซึ่งจากการศึกษาพบว่า กลุ่มบุคคลสาธารณะในแต่ละประเทศจะมีลักษณะการแต่งกายที่แตกต่างกัน แต่จะเน้นไปที่รูปแบบส่งเสริมภาพลักษณ์ ความหรูหราสมัยใหม่ เน้นไปที่การตัดเย็บแบบเทรลเลอร์เมต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกระแสนิยมในฤดูกาล AW25/26 เรื่อง Intelligent Simplicity ที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับความคลาสสิกรูปทรงเรียบง่าย แต่แฝงไปด้วยรายละเอียดเค้าโครงที่น่าสนใจแบบแบบฟิวเจอร์สมัยใหม่ โดยทั้งนี้ได้มีการสรุปองค์ประกอบในการออกแบบ ได้แก่ แนวคิด โครงร่างเงา สี วัสดุ รายละเอียดและเทคนิค เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายให้กับกลุ่มบุคคลสาธารณะที่สอดคล้องกับความต้องการและบทบาทในสังคม และเป็นแนวทางในการเสริมสร้างภาพลักษณ์และขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอนาคต

ABSTRACT

This article is part of a research project: The Innovation of Fashion and Lifestyle Products: Techwear from Metal Textiles for Public Figures to Promote International Trade. The objective of this research is to explore the dressing styles of public figures and to develop a design approach for their clothing based on the global trends of the AW25/26 fashion season.

This research analyzes the dressing styles of public figures who play significant roles in society. Their behavior and image often attract public and media attention, making their fashion choices crucial in shaping and enhancing their image and status. Additionally, the clothing of public figures reflects political and societal trends and can contribute to driving the global economy by promoting products or fashion that project a positive image. This study uses a mixed-methods approach, combining both quantitative and qualitative research. It includes surveys using the Paper Doll Data Set tool and interviews with experts to identify key design elements. The target group was divided into five categories: 1) public figures in Thailand, 2) public figures in Asian countries, 3) public figures in the United States, 4) public figures in European countries, and 5) public figures in the Middle East. The study found that while the dressing styles of public figures vary by region, there is a shared emphasis on styles that promote image, modern luxury, and tailored, custom-made tailoring. These trends align with the AW25/26 season's theme, Intelligent Simplicity, which focuses on classic, simple silhouettes with interesting futuristic details. The identified design elements include concept, silhouette, color, material, details, and techniques. These elements can serve as guidelines for designing clothing for public figures that aligns with their roles in society while also enhancing their image and supporting economic growth in the future.

คำสำคัญ: บุคคลสาธารณะ แฟชั่น เศรษฐกิจ แนวโน้มกระแสนิยม

Keywords: Public figures, Fashion, Economy, Trends

บทนำ

ปัจจุบันบุคคลสาธารณะ (Public Figures) เป็นกลุ่มที่เป็นแบบอย่างสำหรับพลเมืองทั่วโลก เนื่องจากภาพลักษณ์ที่สมบูรณ์แบบเป็นสิ่งที่คาดหวังของคนทั่วไป ดังนั้น การถูกทำให้ผิดพลาดบางอย่างอาจส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของกลุ่มนี้ที่กำลังเป็นที่ถูกจับจ้องอยู่ (Biagioni, 2019) ขณะเดียวกัน บุคคลสาธารณะซึ่งหมายถึงกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียง มีสถานภาพทางสังคมและอยู่ในความสนใจของประชาชนทั่วไป มักจะเป็นที่จับตามองของสื่อมวลชนและได้รับความสนใจเป็นพิเศษ อาทิ ผู้นำประเทศ เจ้าหน้าที่ของรัฐ นักการเมือง ดารา นักธุรกิจชั้นนำของประเทศ รวมถึงบุคคลในแวดวงสังคมชั้นสูงที่เปิดเผยตัวตนต่อสาธารณะ โดยกลุ่มคนเหล่านี้จะมีภาพลักษณ์และมีการวางตัวในสังคมที่ดี (พิสิษฐ์ และ สุรศักดิ์, 2552) และเมื่อเป็นบุคคลสาธารณะจึงทำให้เกิดความคาดหวังของคนในสังคมว่าบุคคลสาธารณะจะได้รับการยกย่องและเป็นแบบอย่าง หรือเป็นต้นแบบให้กับผู้คนในสังคมได้ยึดปฏิบัติตาม และทำให้ถูกจับตามากกว่าคนทั่วไป ดังนั้น การปฏิบัติตัวของบุคคลสาธารณะจึงเป็นเรื่องที่สังคมให้ความสนใจเป็นพิเศษและบุคคลสาธารณะเองก็มักจะวางตัวให้เหมาะสมในสังคมอีกด้วย (Sanook, 2562)

ขณะที่การแต่งกายก็เป็นอีกปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับบุคคลสาธารณะในการปรากฏตัวเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี มีการวางตัวที่เหมาะสม จนทำให้เกิดสไตล์ไอคอนหรือแบบอย่างการแต่งกายในปัจจุบัน ซึ่งล้วนแล้วแต่มีการคิดอย่างรอบคอบและมีจุดประสงค์ในการนำเสนออย่างชัดเจนเพื่อดึงดูดความสนใจให้กับสาธารณชนได้อีกด้วย โดยจะเห็นได้จากการปรากฏตัวของสตรีหมายเลขหนึ่งหลายคน เช่น แจ็กกี้ เคนดี, ฮิลลารี คลินตัน, มิเชล โอบามา ที่ได้สร้างชื่อเสียงให้กับตนเองในฐานะสัญลักษณ์แห่งแฟชั่นด้วยรูปลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นของตัวเอง ชุดที่มีการสวมใส่ไม่เพียงสะท้อนถึงการเมืองของสามีเท่านั้น แต่การเลือกใช้เสื้อผ้ายังสามารถดึงดูดความสนใจของสาธารณชนได้ (Dweck, 2022) นอกจากนี้สตรีชั้นนำหลาย ๆ ท่านก็ยังมียุทธศาสตร์การแต่งกายที่หลากหลายเพื่อแสดงจุดยืนและภาพลักษณ์ที่ต้องการสื่อสารกับสาธารณชนเช่นเดียวกับราชวงศ์อังกฤษซึ่งมีความโดดเด่นในด้านการแต่งกายและแฟชั่น นับตั้งแต่เจ้าหญิงไดอาน่า เจ้าหญิงแห่งเวลส์ เคยได้รับตำแหน่งแฟชั่นไอคอน ยุค 1980s จนถึงสไตล์ฉลองพระองค์ด้วยเดรสสีโมโนโทนของสมเด็จพระราชินีนาถเอลิซาเบธที่ 2 ที่ถูกพูดถึงอยู่เสมอ และการได้รับการจัดอันดับให้เป็นสไตล์ไอคอนอันดับที่ 1 จากเว็บไซต์แฟชั่นของเมแกน มาร์เคิล ดัชเชสแห่งซัสเซกซ์ ทำให้เห็นว่าราชวงศ์และแฟชั่นการแต่งกายเป็นเรื่องเดียวกันที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และควรให้ความสำคัญ (Peeranat, 2563) ดังนั้น การแต่งกายและแฟชั่นจึงมีบทบาทในการส่งเสริมภาพลักษณ์ โดยเฉพาะกลุ่มบุคคลสาธารณะที่ต้องการเป็นแบบอย่างให้กับสังคมและแสดงจุดประสงค์บางอย่างให้รับรู้โดยทั่วไป

บุคคลสาธารณะเป็นการเรียกรวมของบุคคลที่ถูกให้ความสนใจและเป็นที่จับตามองอยู่ในพื้นที่สาธารณะ โดยเป็นกลุ่มที่มีอยู่ทั่วทุกมุมโลก โดยเฉพาะกลุ่มประเทศที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของโลก ซึ่งกล่าวได้ว่าบุคคลเหล่านี้มีความสำคัญที่จะนำพาเศรษฐกิจหมุนเวียนไปในทิศทางต่าง ๆ ได้ โดยปัจจุบันประเทศที่มีผลต่อเศรษฐกิจขนาดใหญ่ของโลกด้วยการจัดอันดับจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ ประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา จีน เยอรมนี ญี่ปุ่น อินเดีย สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส อิตาลี บราซิล แคนาดา ตามลำดับ เหล่านี้ล้วนเป็นประเทศที่มีความแข็งแกร่งในด้านประชากร การบริโภค และมีเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับโลกที่ทำให้เกิดการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจต่อไป (ทันข่าวลงทุน, 2567) ดังนั้น กลุ่มบุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศเหล่านี้ก็ล้วนแต่เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจซึ่งเป็นแบบอย่างให้กับสาธารณชน ขณะเดียวกันก็เป็นกลุ่มที่สร้างกระแสความนิยมในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าแฟชั่น เครื่องแต่งกายที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับผู้สวมใส่และเป็นจุดดึงดูดให้เกิดความน่าสนใจจนเกิดเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของโลกตามมา

จากที่มาและความสำคัญเบื้องต้น การแต่งกายจึงมีความสำคัญต่อกลุ่มบุคคลสาธารณะ เนื่องจากช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ สร้างจุดเด่น และแรงดึงดูดเพื่อเป็นแบบอย่างให้กับสาธารณชน โดยเฉพาะบุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศที่มีผลต่อเศรษฐกิจของโลกที่สามารถเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เกิดการหมุนเวียนไปในทิศทางที่ต้องการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นโอกาสและช่องว่างในการศึกษารูปแบบการแต่งกายของบุคคลสาธารณะโดยเฉพาะกลุ่มคนที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง กลุ่มเซเลบริตี้ กลุ่มสมาชิกราชวงศ์ เป็นต้น เพื่อหาองค์ประกอบในการออกแบบและสามารถต่อยอดไปสู่การออกแบบเครื่องแต่งกายสำหรับบุคคลสาธารณะให้สอดคล้องกับรูปแบบการแต่งกายและความต้องการต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อหารูปแบบการแต่งกายของบุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของโลก
2. เพื่อหาแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสำหรับบุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของโลกโดยใช้แนวโน้มกระแสนิยมของโลกฤดูกาล AW25/26

วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Methodology) ซึ่งมีวิธีดำเนินงานวิจัยทั้งสิ้น 5 ขั้นตอน เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การเก็บข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลเพื่อหาคำตอบประกอบในการออกแบบ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

ภาพที่ 1 วิธีดำเนินงานวิจัย

ผลการศึกษา

การวิจัยนี้มีการหาศึกษาข้อมูล วิเคราะห์ผล และสรุปผลเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยโดยมีผลการศึกษาตามขั้นตอนวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

- 1) บุคคลสาธารณะ (Public Figures) ในกลุ่มประเทศที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของโลก

บุคคลสาธารณะ (Public Figures) คือ บุคคลที่มีชื่อเสียงและอยู่ในความสนใจของประชาชนทั่วไป ซึ่งถือได้ว่าละสิทธิ์ที่จะดำเนินชีวิตโดยปราศจากการจับตาของสื่อมวลชนและประชาชนทั่วไปแล้ว ได้แก่ ดารา นักร้อง นักการเมือง นักธุรกิจ นักกีฬา เป็นต้น ซึ่งสามารถแยกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

- บุคคลสาธารณะที่มีลักษณะหรือแสดงออกซึ่งความเป็นบุคคลสาธารณะอย่างชัดเจน ซึ่งหมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับประโยชน์ทางสาธารณะในระดับต่าง ๆ เช่น นักการเมือง และบุคคลที่ให้บริการสาธารณะ หรือเกี่ยวข้องกับประชาชนในฐานะข้าราชการประจำ เช่น เจ้าหน้าที่ของรัฐ รวมถึงบุคคลสาธารณะที่จำกัดตามวัตถุประสงค์ของการแสดงออกซึ่งความเป็นบุคคลสาธารณะนั้น ๆ โดยมีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น

- บุคคลที่อาสาเข้ามาดำเนินกิจกรรมในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ประกอบไปด้วย บุคคลที่ประกอบอาชีพด้านสันติภาพและให้ความบันเทิง บุคคลที่ประกอบวิชาชีพด้านสื่อมวลชน เช่น ดารา ศิลปิน ผู้ดำเนินรายการ และผู้ที่ทำหน้าที่เผยแพร่คำสอนทางศาสนาจนเป็นที่ยอมรับ รวมทั้งผู้ที่เปิดเผยตัวตนต่อสาธารณะในฐานะบุคคลระดับสูงในสังคม เช่น นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ผู้สืบทอดสายจากตระกูลเก่าแก่ ผู้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือกิจกรรมสาธารณกุศลต่าง ๆ

- บุคคลที่ไม่ได้เข้ามาโดยสมัครใจหรือเป็นบุคคลสาธารณะโดยบังเอิญ ซึ่งบุคคลเหล่านี้คือบุคคลทั่วไป แต่ถูกปรากฏเมื่อเรื่องราวถูกนำเสนอทางข่าวหรือสื่อมวลชนต่าง ๆ ซึ่งมีระยะเวลาไม่คงทนถาวร เมื่อหมดความสนใจ ความเป็นบุคคลสาธารณะก็จะหมดไปทันที (ทวีเกียรติ, 2552)

ขณะเดียวกัน กลุ่มบุคคลสาธารณะ (Public Figures) ก็เป็นกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องในเชิงเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นแบบอย่างในการขับเคลื่อนหรือมีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับกิจการหรือการดำเนินไปในเศรษฐกิจของโลก ดังนั้น การวิจัยนี้จะแบ่งการศึกษาโดยอ้างอิงจากกลุ่มประเทศที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของโลกเพื่อหาหลักการแต่งกายที่เฉพาะตัวของบุคคลสาธารณะ โดยประเทศที่มีผลต่อเศรษฐกิจขนาดใหญ่ของโลกด้วยการจัดอันดับจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน เยอรมนี ญี่ปุ่น อินเดีย สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส อิตาลี บราซิล แคนาดา ตามลำดับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการจัดหมวดหมู่ของกลุ่มเป้าหมายเพื่อกำหนดขอบเขตในการศึกษา ประกอบด้วย บุคคลสาธารณะในประเทศไทย บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศเอเชีย บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศสหรัฐอเมริกา บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศยุโรป

2) แนวโน้มกระแสนิยมฤดูกาลใบไม้ร่วง AW25/26

การศึกษาแนวโน้มกระแสนิยม (Trend) ฤดูกาลใบไม้ร่วง AW25/26 เป็นการศึกษาเพื่อนำแนวคิดมาผสมผสานการออกแบบเพื่อให้ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกับแนวโน้มกระแสนิยมในปัจจุบัน โดยได้ทำการศึกษาจากองค์กร WGSN ดังนี้



ภาพที่ 2 แนวโน้มกระแสนิยมฤดูกาลใบไม้ร่วง AW25/26

ที่มา: <http://www.wgsn.com>

Intelligent Simplicity เป็น 1 ใน 3 ของแนวคิดหลักจากองค์กร WGSN ซึ่งมีแนวคิดเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพและยืดอายุการใช้งานของวัสดุ โดยเน้นไปที่การออกแบบที่มีความคลาสสิกและสามารถสวมใส่ได้อย่างยาวนาน ดังนั้นจะเน้นไปที่รูปทรงที่มีความเรียบง่ายแต่แฝงไปด้วยความน่าสนใจเกี่ยวกับรายละเอียดที่มีโครงสร้างในรูปแบบ Tailor made มีโครงสร้างของความประณีตที่เรียบง่ายแต่น่าสนใจ มีแนวคิดของเทคโนโลยีเข้ามาผสมผสาน เน้นรูปลักษณะที่โฉบเฉี่ยว มีความแข็งแกร่งแต่สามารถสวมใส่ได้อย่างเหนือกาลเวลาและไม่ตกสมัย ซึ่งจะได้จากโครงสร้างเสื้อผ้าที่มีการใช้เส้นตรงเข้ามา มีการใช้สีแบบเทคโนโลยี การผสมผสานพื้นผิวต่าง ๆ ที่หลากหลาย และเรื่องราวของปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่มีความพิเศษเฉพาะตัว (WGSN, 2024)

2. การเก็บข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research): การศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะการแต่งกายของกลุ่มบุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของโลก ด้วยเครื่องมือ Paper Doll Data Set

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่าบุคคลสาธารณะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่สนใจของสาธารณชนทั่วไปซึ่งมีอยู่ทั่วโลก โดยการวิจัยนี้มีการแบ่งการศึกษาลักษณะการแต่งกายของบุคคลสาธารณะออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) บุคคลสาธารณะในประเทศไทย (Thai Public Figures) 2) บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศเอเชีย (Asian Public Figures) 3) บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศสหรัฐอเมริกา (American Public Figures) 4) บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศยุโรป (European Public Figures) 5) บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง (Arab Public Figures) ซึ่งในขั้นตอนนี้เป็นการเก็บข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้เครื่องมือ Paper Doll Data Set ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาพถ่ายของบุคคลตามสื่อสาธารณะ และนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ด้วยการ

วัดระดับความต้องการแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีการวิเคราะห์ผลลักษณะการแต่งกายของกลุ่มบุคคลสาธารณะในพื้นที่ต่าง ๆ และมีการแปรผลการศึกษา ดังตัวอย่างภาพที่ 3 ดังนี้



ภาพที่ 3 เกณฑ์การแปรผลการศึกษาโดยใช้มาตราวัด Rating Scale

ตารางที่ 1 วิเคราะห์ผลลักษณะการแต่งกายของกลุ่มบุคคลสาธารณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า

กลุ่มเป้าหมาย	Thai Public Figures		Asian Public Figures		American Public Figures		European Public Figures		Arab Public Figures	
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	54		55		45		40		40	
1. Occasion	ความถี่	100%	ความถี่	100%	ความถี่	100%	ความถี่	100%	ความถี่	100%
Casual	9	16.7	10	18.2	14	31.1	6	15	3	7.5
Formal	21	38.9	14	25.5	15	33.3	20	50	14	35
Party	24	44.4	31	56.4	16	35.6	14	35	23	57.5
2. Style	x	100%	x	100%	x	100%	x	100%	x	100%
Street Style	0.2	3.7	0.9	18.5	2.9	58.7	0.0	0	0.4	7
Preppy	0.1	3.0	0.6	12.4	0.6	11.6	0.7	13	0.0	0
Urban Modern	3.7	73.7	3.0	59.3	2.0	40.0	3.0	60.5	1.8	36.5
Quiet Luxury	0.8	16.7	0.4	8.7	0.6	12.9	1.0	19	0.3	5
Maximam Luxury	2.0	39.6	2.3	45.5	1.4	28.0	1.2	23	3.6	71
Minimal	1.0	19.3	1.2	23.6	1.0	19.1	1.0	20.5	0.8	16.5
Deconstruction	1.6	31.1	1.6	31.3	0.8	16.4	0.1	1.5	1.6	31
Feminine	2.8	56.3	2.6	52.0	2.7	54.2	3.9	77	3.8	76.5
Sexy	1.1	22.2	1.8	36.4	2.6	51.1	1.3	25.5	3.1	62.5
3. Colors	x	100%	x	100%	x	100%	x	100%	x	100%
Monotone Colors	3.7	74.1	3.3	65.5	2.5	50.7	3.2	64	2.2	43
Vivid Colors	0.7	14.1	1.1	21.8	0.9	17.3	1.4	27.5	1.8	35
Earth Colors	0.6	11.1	0.8	16.4	1.7	34.7	0.3	6.5	1.2	23
Gray Tone	2.5	50.0	3.3	65.5	2.5	50.7	2.0	40	2.3	45.5
Warm Tone	1.4	27.0	1.2	23.6	2.1	42.2	2.0	40	1.9	38
Cool Tone	1.2	23.3	0.7	14.5	0.5	10.2	1.0	20	0.9	17.5

กลุ่มเป้าหมาย	Thai Public Figures		Asian Public Figures		American Public Figures		European Public Figures		Arab Public Figures	
4. Detail	x	100%	x	100%	x	100%	x	100%	x	100%
Plain	3.8	75.9	3.6	72.7	4.0	80.0	3.4	67.5	3.0	60.5
Printing	0.5	10.0	0.7	13.8	0.6	12.9	0.7	14	0.3	5
Patchwork	0.6	13.0	0.3	5.5	0.7	13.3	0.4	7.5	0.6	12
Draping	2.1	43.0	2.7	54.9	1.2	24.0	2.0	39.5	2.7	54
3D Decorate	1.2	23.7	0.6	12.4	0.8	16.9	0.7	14	1.9	37
5. Material	x	100%	x	100%	x	100%	x	100%	x	100%
Matte	3.5	69.6	3.1	62.9	2.5	50.7	3.1	61.5	2.1	42.5
Glossy	1.7	33.3	1.7	33.5	2.6	52.4	2.1	42	2.8	56
Glitter	0.8	15.2	0.4	8.7	0.6	12.4	0.7	13	1.5	30.5
Transparency	0.4	7.4	0.6	12.7	0.4	7.1	0.0	0	0.7	13

3. การเก็บข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research): ลักษณะของบุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของโลก

เมื่อศึกษาและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายด้วยเครื่องมือ Paper Doll Data Set แล้วจึงนำผลการศึกษาไปสัมภาษณ์และยืนยันเพื่อหารูปแบบสไตล์ของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญด้านรูปแบบสไตล์ทางแฟชั่นที่มีประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับสินค้าแฟชั่นและกลุ่มเป้าหมายบุคคลสาธารณะโดยตรง ได้แก่ 1. ผศ.ดร.ศมิสสร สุทธิสังข์ (อาจารย์ประจำภาควิชาานุมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ Senior Designer of SIRIVANNAVARI) 2. คุณสิริพิม พูลสมบัติ (Stylish of Louis Vuitton Thailand) ซึ่งจากการสัมภาษณ์ สามารถวิเคราะห์ผลร่วมกับข้อมูลจากเครื่องมือ Paper Doll Data Set ได้ดังนี้

1) บุคคลสาธารณะในประเทศไทย (Thai Public Figures)

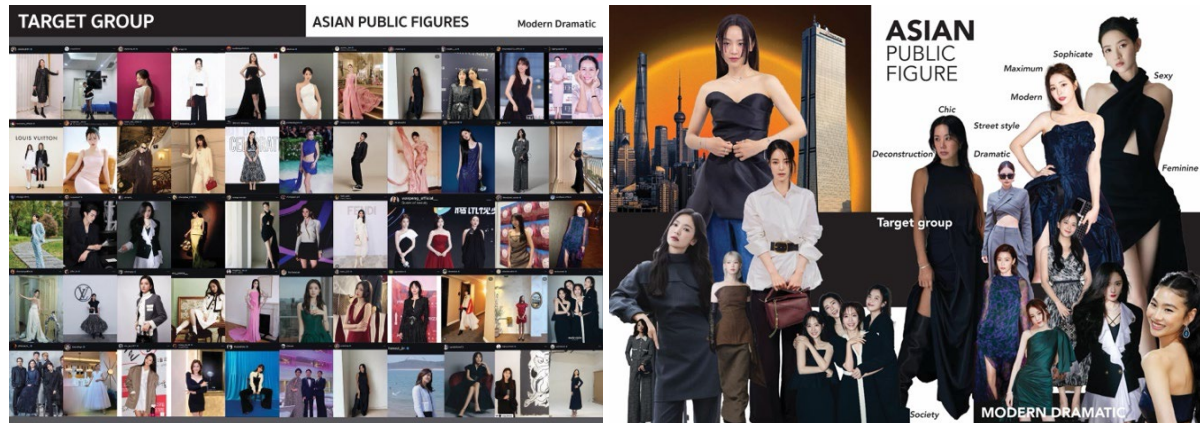


ภาพที่ 4 กลุ่มตัวอย่างจากเครื่องมือ Paper Doll Data Set และลักษณะบุคคลสาธารณะในประเทศไทย

การศึกษารูปแบบแฟชั่นการแต่งกายของบุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของโลก
วีรินทร์ สันติวรวัธ และ พัดชา อุทิศวรรณกุล

บุคคลสาธารณะในประเทศไทยมักให้ความสนใจกับเครื่องแต่งกายและภาพลักษณ์โดยเน้นไปที่รูปแบบทางการ (Formal) เป็นทางการและมักจะใส่ใจเป็นพิเศษเมื่อใช้ในโอกาสสื่องานหรือโอกาสทำงานเป็นหลัก ลักษณะโครงสร้างจะมีรูปแบบความเป็นโมเดิร์นและเรียบร้อยเน้นการตัดเย็บ (Cutting) และ แบบตัด (Pattern) ที่ดูหรูหราไม่เน้นการใช้สีสันทัดเด่นจนเกินไปและมีลวดลายผสมอยู่เล็กน้อย

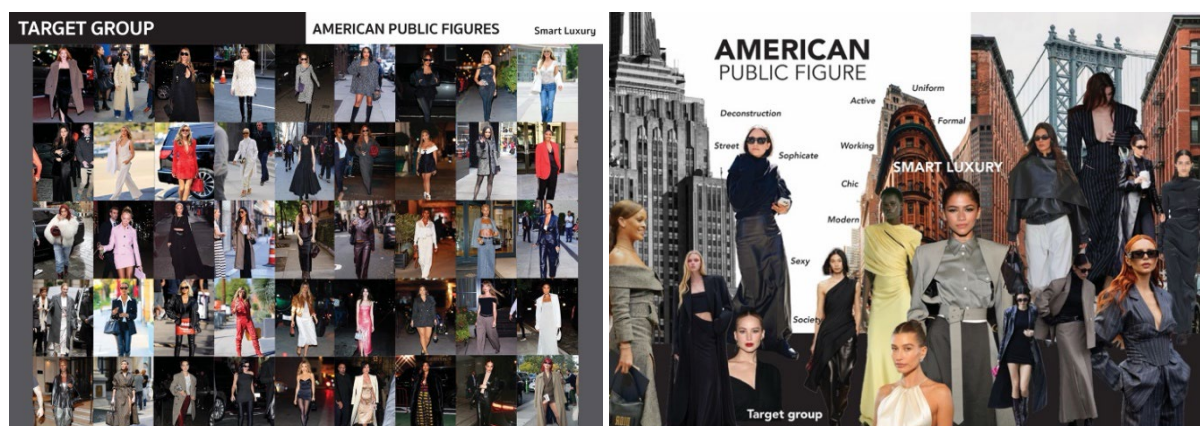
2) บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศเอเชีย (Asian Public Figures)



ภาพที่ 5 กลุ่มตัวอย่างจากเครื่องมือ Paper Doll Data Set และลักษณะบุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศเอเชีย

บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศเอเชียเป็นกลุ่มที่มีการแต่งกายเน้นรูปแบบเน้นความเป็นหญิง (Feminine) เซ็กซี่ มักจะเน้นแต่งกายอิงมาจากทางยุโรป มีความดรามatik ใช้เทคนิคการซ้อนทับ (Layer) และเน้นสัดส่วน เนื่องจากอาจจะมืรูปร่างที่ขนาดเล็กจึงต้องแต่งกายไม่ให้เสียบุคลิกภาพ นอกจากนี้ยังมีการผสมผสานสไตล์ให้มีความเท่และล้าลองให้มีความน่าสนใจ เน้นการใช้โทนสีแบบโมโนโทน การตกแต่งด้วยการเดรปปิง การผสมผสาน (Mix and match) หรือการตกแต่งที่น่าสนใจด้วยชิ้นส่วนเครื่องแต่งกายที่หลากหลาย

3) บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศสหรัฐอเมริกา (American Public Figures)



ภาพที่ 6 กลุ่มตัวอย่างจากเครื่องมือ Paper Doll Data Set และลักษณะบุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศสหรัฐอเมริกา

บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศสหรัฐอเมริกา มีลักษณะการแต่งกายที่มีความสนุกสนานและมีความเท่ แสดงถึงความเป็นอิสระในการแต่งกายมีการใช้สีสันทันทีโดดเด่นและการสวมใส่ที่หลากหลายชิ้น (Item) นอกจากนี้ โอกาสในการสวมใส่มักจะเป็นโอกาสล่าลองทำงานและออกงาน ซึ่งมักจะให้ความสำคัญกับการแต่งกายในทุก ๆ โอกาสอย่างเท่ากัน

4) บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศยุโรป (European Public Figures)



ภาพที่ 7 กลุ่มตัวอย่างจากเครื่องมือ Paper Doll Data Set และลักษณะบุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศยุโรป

บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศยุโรปเป็นกลุ่มที่มีความเป็นทางการอย่างเห็นได้ชัดโดยจะสามารถสังเกตได้จากลักษณะการแต่งกายจะมีความเรียบร้อยหรูหราและมีการใช้สีสันทันที นอกจากนี้ลักษณะการตัดเย็บ (Cutting) และ แบบตัด (Pattern) ก็เน้นไปที่ความเรียบร้อยและดูดีแบบไร้ที่ติ รวมทั้งลักษณะโครงร่างเงาก็มีความเป็นจินตนาการแบบนิยาย (Fairy tale) โดยมีสรีระเข้าตัวและมีความบานในช่วงปลายซึ่งสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ของกลุ่มบุคคลสำคัญไม่ว่าจะเป็นกลุ่มราชวงศ์หรือผู้มีชื่อเสียงที่ต้องการเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับสังคม

5) บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง (Arab Public Figures)



ภาพที่ 8 กลุ่มตัวอย่างจากเครื่องมือ Paper Doll Data Set และลักษณะบุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง

บุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางมักจะแต่งกายด้วยสีที่สดใส มีการใช้ลักษณะสิ่งทอที่มีความพลิ้วไหวและเน้นรูปร่าง มีการส่งเสริมรูปร่างเพื่อให้ดูดีมากยิ่งขึ้น อีกทั้งใส่ใจในเรื่องการแต่งกายโดยเฉพาะอย่างยิ่งโอกาสทำงานและโอกาสออกงานเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีลักษณะที่แสดงออกถึงความหรูหราไม่ว่าจะเป็นการใช้วัสดุที่สามารถสะท้อนแสงได้ หรือวัสดุที่มีมิติมากกว่าแบบตัด (Pattern) ปกติทั่วไป ใส่ใจการตัดเย็บ (Cutting) การตัดเย็บ โดยลักษณะเด่น ๆ จะมีความเป็นโมเดิร์นทันสมัย แต่เน้นรูปร่างและสรีระเป็นหลัก

4. การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis): องค์ประกอบเครื่องแต่งกายของบุคคลสาธารณะในกลุ่มประเทศที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของโลก

จากการศึกษา วิเคราะห์ผลด้วยเครื่องมือ Paper Doll Data Set รวมทั้งการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาแนวทางสไตล์ของกลุ่มเป้าหมายบุคคลสาธารณะ ทำให้สามารถสรุปการวิเคราะห์ผลโดยแยกออกเป็นองค์ประกอบในการออกแบบ (Element Design) 6 ส่วนได้แก่ แนวคิด (Concept), โครงร่างเงา (Silhouette), สี (Colors), วัสดุ (Material), เทคนิค (Technique) และลักษณะชิ้นส่วนเครื่องแต่งกาย (Item) โดยสามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบในการออกแบบของกลุ่มบุคคลสาธารณะทั้ง 5 กลุ่ม

Public Figures		Element Design	
1. Thai Public Figures		Concept	Urban Modern
		เน้นรูปทรงเหลี่ยมตัด เน้นรายละเอียดไม่มาก มีการกระชับสัดส่วนบางส่วนให้มีความน่าสนใจ	
		Silhouette	- A-Line - H-Line
		Colors	- Monotone
		Material	- Matte - Glossy
		Technique	- Detail Cutting
2. Asian Public Figures		Concept	Modern Dramatic
		เน้นการใช้สรีระรูปร่าง มีการใช้เลเยอร์ของเครื่องแต่งกายเข้ามาผสมผสานให้มีความน่าสนใจ มีกลิ่นอายความเซ็กซี่และเท่ปนกันไป	
		Silhouette	- S-Line - Asymmetric
		Colors	- Monotone (Black, White, Warm colors)
		Material	- Matte - Glossy
		Technique	- Detail Cutting

Public Figures	Element Design	
3. American Public Figures 	Concept	Feminine Modern
	เน้นความกระฉับกระเฉงและเคลื่อนไหวง่าย มีความเป็นผู้หญิงผสมผสานความเท่ เก๋ ทันสมัย	
	Silhouette	- H-Line
	Colors	- Vivid colors - Monotone (Black, White)
	Material	- Glossy - Glitter
	Technique	- Detail Cutting
4. European Public Figures 	Concept	Modern Formal
	มีกลิ่นอายความหวาน ทางทรง เน้นไปที่รูปทรงแบบเจ้าหญิง เรียบร้อยและสุภาพ	
	Silhouette	- A-Line - H-Line
	Colors	- Monotone (Black, White, Warm colors)
	Material	- Matte - Glossy
	Technique	- Draping - Detail Cutting
5. Arab Public Figures 	Concept	Luxury Feminine
	มีการใช้เลเยอร์ เน้นสัดส่วนบางส่วนให้มีความน่าสนใจ มีรายละเอียดที่โดดเด่นบางจุดที่ช่วยนำสายตา	
	Silhouette	- S-Line - Mermaid Silhouette - Trapeze - Line
	Colors	- Vivid colors
	Material	- Glossy - Transparency
	Technique	- Draping - Detail Cutting

5. การสรุปผล (Conclusion): การนำแนวโน้มกระแสนิยมของโลกฤดูกาล AW25/26 มาใช้สำหรับการออกแบบเพื่อบุคคลสาธารณะ

จากการศึกษาและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายพบว่าแนวทางการสวมใส่เครื่องแต่งกายของแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับ แนวคิด โครงร่างเงา สี วัสดุ รวมถึงเทคนิคและดีไซน์ต่าง ๆ ขณะเดียวกัน ด้วยความเป็นบุคคลสาธารณะที่ต้องการส่งเสริมภาพลักษณ์ ก็มักจะแต่งกายด้วยรายละเอียดบางอย่างที่มีความเหมือนและใกล้เคียงกัน ไม่ว่าจะเป็นการใช้รายละเอียดแบบเทรลเลอร์เมด การเน้นไปที่วัสดุ แพทเทิร์น ที่สวมใส่แล้วสว่างาม ซึ่งในส่วนนี้เป็นการนำแนวโน้มกระแสนิยมของโลกในฤดูกาล AW25/26 จากองค์กร WGSN มาวิเคราะห์เพื่อต่อยอดใช้ในการออกแบบ โดยจากการศึกษาพบว่าแนวคิดเรื่อง Intelligent Simplicity ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความคลาสสิกรูปทรงเรียบง่ายแต่แฝงไปด้วยรายละเอียดเค้าโครงที่น่าสนใจและซับซ้อน มีความโดดเด่นแข็งแรงที่เหนือกาลเวลา และไม่ตกสมัยรวมทางมีความเป็นอนาคตนิยมตามแบบฟิวเจอร์ ที่ทำให้เครื่องแต่งกายมีความทันสมัย มีความสอดคล้องกับลักษณะสไตล์การแต่งกายของกลุ่มบุคคลสาธารณะที่ต้องการความทันสมัย ต้องดูดีและส่งเสริมบุคลิกภาพ

การวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย สามารถสรุปแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบ โดยประกอบไปด้วยแรงบันดาลใจที่ใช้เพื่อการออกแบบ และองค์ประกอบในการออกแบบ ได้ดังนี้

1) แรงบันดาลใจ (Inspiration): SUBVERTO คือ เรื่องราวของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป การนำสิ่งของกลับมาใช้ใหม่ให้กลายเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ความเรียบง่ายและความยั่งยืนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสิ่งของเหล่านี้ แนวคิดของ SUBVERTO นำเสนอความสัมพันธ์ในอนาคตของเรากับธรรมชาติใหม่ผ่านการแยกส่วนและนำเสนอในรูปแบบใหม่ที่ยังคงรักษาแก่นแท้ของธรรมชาติเอาไว้ แนวทางนี้ใช้สีสันล้ายุคเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของการเปลี่ยนแปลงของเราไปสู่โลกใหม่



ภาพที่ 9 การวิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมและสีในฤดูกาล AW25/26

2) องค์ประกอบในการออกแบบ (Element Design)

โดยจากการศึกษาและการวิเคราะห์แนวร่วมของกระแสนิยมหลักและลักษณะการแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย สามารถสรุปการวิเคราะห์องค์ประกอบในการออกแบบเพื่อต่อยอดสู่การสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายต่อไปได้ดังนี้

ตารางที่ 3 องค์ประกอบในการออกแบบ

องค์ประกอบในการออกแบบ (Element Design)	
แนวคิด (Concept)	การนำแนวคิดสิ่งเก่ากลับมาเปลี่ยนแปลงใหม่ให้เกิดความสัมพันธ์ในอนาคตที่ยั่งยืน
โครงร่างเงา (Silhouette)	A-Line, H-Line, Y-line, Asymmetric
วัสดุ (Material)	การใช้วัสดุสมัยใหม่ที่มีคุณภาพ ที่มีความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม มีความเงางามและคงทน โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ นอกจากนี้ยังมีการวางแผนร่วมกับการใช้สีเพื่อทำให้ออกมาดูน่าสนใจ
รายละเอียดและเทคนิค (Detail & Technique)	การใช้เทคนิคการตัดเย็บปราณีต เทคนิคการเดรปปิ้งให้เกิดศิลปะเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความละเอียดด้วยเส้นดัดและเน้นไปที่ความเป็นทางการและการสวมใส่ในโอกาสออกงานเป็นหลัก
สี (Colors)	มีการใช้โทนสีที่มีความทันสมัยแบบฟิวเจอร์เพื่อผสมผสานให้เกิดความน่าสนใจร่วมสมัย นอกจากนี้การวางแผนการใช้สียังเป็นการบอกเล่าเรื่องราวของคอลเล็กชั่นให้มีความน่าสนใจ โดยใช้แนวคิดสีแบบ Basic, Fashion, running และมีการผสมผสานเรียงลำดับให้เหมาะสมกับแนวคิด SUBVERTO

อภิปรายผล

จากการศึกษาและวิเคราะห์ผลเกี่ยวกับรูปแบบแฟชั่นการแต่งกายของบุคคลสาธารณะ ในกลุ่มประเทศที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของโลก จนนำมาผสมผสานแนวคิดแนวโน้มนักกระแสนิยมเพื่อต่อยอดสู่การออกแบบเครื่องแต่งกายของกลุ่มเป้าหมายต่อไปได้นั้น สามารถอภิปรายผลการศึกษการวิจัยได้ ดังนี้

1. การหารูปแบบแฟชั่นการแต่งกายสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีความเฉพาะ

การหารูปแบบแฟชั่นการแต่งกายสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีความเฉพาะโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายบุคคลสาธารณะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่อาจเข้าถึงตัวตนเพื่อขอข้อมูลส่วนตัวในด้านความชอบได้ยาก ดังนั้น การวิจัยนี้จึงใช้กระบวนการในการสำรวจด้วยเครื่องมือ Paper Doll Data Set ซึ่งเป็นการหาแนวทางด้วยการสำรวจจากภาพถ่ายหรือภาพลักษณะการใช้ชีวิตจริงตามสื่อโซเชียลและภาพข่าวต่าง ๆ หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาองค์ประกอบเครื่องแต่งกายประกอบด้วย โอกาสการสวมใส่ รูปแบบสไตล์ สี รายละเอียดหรือเทคนิค วัสดุ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยการวัดระดับความต้องการแบบมาตราส่วนประมาณค่า จากนั้นจึงนำข้อมูลเหล่านั้นไปสัมภาษณ์ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบแฟชั่นหรือมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายอีกครั้ง และนำมาสรุปเป็นองค์ประกอบในการออกแบบเพื่อใช้สำหรับการออกแบบต่อไป

2. การศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมเพื่อใช้ในการออกแบบแฟชั่น

การศึกษาแนวโน้มกระแสนิยมแฟชั่นเป็นการศึกษาข้อมูลจากองค์กรที่วิเคราะห์แนวโน้มกระแสนิยมก่อนจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะที่มีความเหมาะสมกับความต้องการกับกลุ่มเป้าหมายโดยต้องสอดคล้องกับองค์ประกอบในการออกแบบของกลุ่มเป้าหมายที่สามารถเก็บข้อมูลไปได้ในข้างต้น จากนั้นเลือกแนวคิดหลักและนำมาศึกษาต่อ ก่อนจะนำมาสร้างเป็นแรงบันดาลใจบอร์ด (Inspiration Board) เพื่อกำหนดขอบเขตของการออกแบบและรูปแบบที่จะเกิดขึ้นในแต่ละฤดูกาล จากนั้นนำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มาสรุปเป็นองค์ประกอบในการออกแบบประกอบด้วย แนวคิด (Concept), โครงร่างเงา (Silhouette), วัสดุ (Material), รายละเอียดและเทคนิค (Detail &

Technique), สี (Colors) รวมทั้งการวางแผนการใช้สีและวัสดุเพื่อวางแผนการไล่เรียงเรื่องราวของคอลเล็กชั่นให้มีความสมบูรณ์ ก่อนที่จะนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการออกแบบและวางแผนคอลเล็กชั่นเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการหารูปแบบสไตล์ของกลุ่มเป้าหมายรวมทั้งการผนวกผสมผสานการนำแนวคิดแนวโน้มกระแสนิยมเข้ามาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกายต่อไป โดยการวิจัยนี้สามารถนำไปต่อยอดในการออกแบบเพื่อกลุ่มบุคคลสาธารณะแต่ละภูมิภาคได้ รวมทั้งนำแนวคิดของการศึกษานี้ไปใช้เพื่อศึกษารูปแบบสไตล์ของกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ที่มีความเฉพาะเจาะจง นอกจากนี้การนำแนวโน้มกระแสนิยมเข้ามาผนวกเป็นการนำแนวคิดร่วมสมัยมาใช้เพื่อให้การออกแบบตรงกับความต้องการในปัจจุบันและเป็นการวางแผนการขยายตลาดสินค้าให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์มากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง “นวัตกรรมผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์เทคแวร์จากสิ่งทอโลหะสำหรับบุคคลสาธารณะที่มีไลฟ์สไตล์ความเสี่ยงต่อสภาวะแวดล้อมสังคมเพื่อส่งเสริมตลาดการค้าระหว่างประเทศ” โดยได้รับการสนับสนุนจากทุนอุดหนุนการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพื่อมูลนิธิอารยศิลป์สิริวัฒนวิธานรรัตน์

เอกสารอ้างอิง

- ทันข่าวลงทุน. (2567, 28 กรกฎาคม). 10 อันดับ ประเทศที่มีเศรษฐกิจใหญ่สุดในโลก ปี 67. <https://www.thunkhaotoday.com/news/investing/3298/10-อันดับ-ประเทศที่มีเศรษฐกิจใหญ่สุดในโลก-ปี-67>
- พิสิษฐ์ วงศ์เจริญธนา, และ สุศักดิ์ ลิขสิทธิ์วัฒนกุล. (2552). ความรับผิดชอบทางอาชญาฐานหมิ่นประมาทที่กระทำต่อบุคคลสาธารณะในแวดวงการเมืองการปกครองและระบบราชการ. [วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:124638
- Biagioni, N. (2019, April 25). Celebrities and crime: The unfairness in punishment between celebrities and the public. <https://dailycollegian.com/2019/04/celebrities-and-crime-the-unfairness-in-punishment-between-celebrities-and-the-public/>
- Dweck, S. (2022, April 17). *The Evolution of First Lady Fashion, From Martha Washington to Jill Biden*. https://www-townandcountrymag-com.translate.goog/style/fashion-trends/g39676289/first-lady-fashion-evolution/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=tc&_x_tr_hist=true

- Peeranat Chansakoolnee. (2563, 21 พฤษภาคม). เผย 6 เคล็ดลับเรื่องแฟชั่นของราชวงศ์ เบื้องหลังความงามระดับราชินีกุล. <https://vogue.co.th/fashion/inspirations/article/6tricksfashionofroyalfamily>
- Sanook. (2562, 12 สิงหาคม). บุคคลสาธารณะกับการวางตัวในสังคม. <https://www.sanook.com/campus/1396843/>
- WGSN. (2024). *Womenswear Forecast A/W 25/26: Intelligent Simplicity*. <https://www.wgsn.com>