

การออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอคส์ สำหรับวัยรุ่น



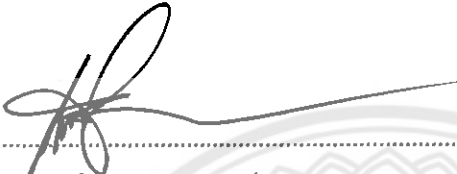
ศิลปนิพนธ์เสนอเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลัทธิสุนทรียศาสตร์ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์  
ธันวาคม 2558  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร


**FASHION DESIGN STYLE MOD FOR TEEN**




**An Art Thesis Submitted in Partial Fulfillment  
of the Requirements for the Bachelor Degree of Fine and Applied Arts  
In Product and Package Design  
December 2015  
Copyright 2015 by Naresuan University**

คณะกรรมการสอบได้พิจารณาศิลปนิพนธ์เรื่องการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์  
สำหรับวัยรุ่น Fashion Design Style Mod for Teen ของนายธนวัฒน์ ทองอุบล แล้วเห็นสมควร  
รับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์  
และบรรจุภัณฑ์ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

  
.....ประธาน  
(รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์)

  
.....กรรมการ  
(ดร. สมภาพร คล้ายวิเชียร)

  
.....กรรมการ  
(อาจารย์ พิชรวัฒน์ สุริยงค์)



ชื่อเรื่อง	การออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น
ผู้วิจัย	นายธนวัฒน์ ทองอุบล
ประธานที่ปรึกษา	รศ.ดร.นิรัช สุดสังข์
ประเภทสารนิพนธ์	ศิลปนิพนธ์ ศป.บ.สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ.2558
คำสำคัญ	สไตล์มอดส์ เครื่องแต่งกาย วัยรุ่น

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสไตล์ มอดส์ ในยุค 1960 เพื่อนำมาออกแบบเครื่องแต่งกาย วัยรุ่นชาย หญิง ในยุคปัจจุบัน อีกทั้งมีการสร้างสรรค์งานออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น ภายใต้แนวความคิด สนุกไปกับโลกมายา ( Op Illusion Funny ) วิธีดำเนินการวิจัย คือ การวิเคราะห์แนวความคิดจากการรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้มาซึ่งกระบวนการออกแบบผลงาน โดยผลงานที่ออกมาจะต้องมีความเป็นสากล ทันสมัย บอกล่า เรื่องราวของแนวคิดที่มีความซับซ้อนในเรื่องของการออกแบบหรือเล่นกับความรู้สึกของผู้ชม โดยตรง ซึ่งได้แนวความคิดมาจาก สนุกไปกับโลกมายา ( Op Illusion Funny ) ศิลปะการแต่งกายที่เกิดขึ้นจากการเสพยาเสพติดของกลุ่มวัยรุ่น มอดส์ เกิดเป็นงานศิลปะที่ถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของรูปธรรม ที่ตกอยู่ภายใต้จินตนาการของผู้เสพและถูกถ่ายทอดออกมาเป็นลวดลายที่ให้ความรู้สึกมีนง ลายของเมื่อยา รวมไปถึงลักษณะของการเสพยาเสพติดโดยยาเหล่านี้เข้ากันได้กับวิถีชีวิตของกลุ่ม มอดส์ โดยยาทำให้ทำอะไรๆ ได้นานขึ้น และทำให้พวกกลุ่ม มอดส์ติดอยู่กับโลกมายาจินตนาการเพื่อฝัน จึงถูกตัดแปลงออกมาเป็น เครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น มาเป็นแนวทางในการ ออกแบบ เครื่องแต่งกายสำหรับวัยรุ่น นอกจากนี้ยังใช้วิธีการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ในการทำวิจัย

ผลการวิจัยทำให้ผู้วิจัยได้ศึกษาประวัติความเป็นมาและวิเคราะห์รูปแบบเครื่องแต่งกายสไตล์ มอดส์ และได้ทำการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่นเป็นจำนวนทั้งหมด 4 ชุด โดย แบ่งออกเป็น 1 คอลเลกชั่น ประกอบไปด้วย เครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย ชุดลำลอง casual wear 1 ชุด ประกอบไปด้วย เสื้อแจ็คเก็ต jacket เสื้อยืดแขนยาว กางเกงขาสั้น และ เครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย ชุด ปาร์ตี้ลำลอง casual party 1 ชุด ประกอบไปด้วย กางเกงขาสั้น เสื้อยืดคอปก เสื้อแขนยาวคอเต่า เครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง ชุดลำลอง casual wear 1 ชุด ประกอบไปด้วย ชุดกระโปรง dress เสื้อคอปกคอเต่า เครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง ชุดปาร์ตี้ลำลอง casual party 1 ชุด ประกอบไปด้วย เสื้อเกาะอก เสื้อคอปกคอเต่า เสื้อแจ็คเก็ต jacket กระโปรงสั้น miniskirt ทั้งหมดมาจากการวิจัยการ ออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น

## ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์ ประธานที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ ที่ได้ดูแลช่วยเหลือเวลาอันมีค่ามาเป็นที่ปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำ ตลอดระยะเวลาในการทำศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการศิลปนิพนธ์อัน ประกอบไปด้วย ดร. สมพร คล้ายวิเชียร อาจารย์ พัชรวัฒน์ สุริยงค์ ที่ได้ให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไข ข้อบกพร่อง พร้อมทั้งช่วยเสนอแนะทางออกของปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างขั้นตอนดำเนินการวิจัยของ ศิลปนิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้ศิลปนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

ขอขอบพระคุณ นายกมล กลมพุก (ลุงเด่น) ผู้ตัดเย็บและสร้างแพทเทิร์นเสื้อผ้า ที่ถ่ายทอด วิธีการตัดเย็บแก่ผู้วิจัยให้มีความกล้าคิด กล้าทำ กล้าสร้างสรรค์การออกแบบมาในรูปแบบของงาน ศิลปะที่ไม่มีถูกไม่มีผิด และสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้วิจัยเป็นอย่างมาก และผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ นางอำพร กลมพุก (ป้าหมาย) ช่างตัดเย็บมากประสบการณ์อีกหนึ่งท่าน ที่ถ่ายทอดแนวคิดการ ออกแบบเครื่องแต่งกายจากแบบสเก็ตซ์ของผู้วิจัย ออกมาเป็นชิ้นงานจริง และถ่ายทอดเทคนิคต่างๆ ทำให้ชิ้นงานออกมาตามแนวคิดมากถึงมากที่สุด

เหนือสิ่งอื่นใดนี้ผู้วิจัยต้องขอกราบของพระคุณ บิดา นาย ทรงวุฒิ ทองอุบล (พ่อต๋อย) มารดา นางทวิ ทองอุบล (แม่่น้อย) คุณป้า เหมือนจันทร์ จุลบุตร (ป้าพร) และครอบครัว ที่คอยเป็นกำลังใจ และให้การสนับสนุนด้านคุณทรัพย์ เพื่อสร้างสรรค์งานวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณเพื่อน ๆ ในสาขา ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนช่วยในการทำงานในครั้งนี้ ทั้งที่คอยเป็นกำลังใจและผู้ช่วย ที่ดี และสุดท้ายนี้คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ ผู้มีพระคุณทุกๆท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาการออกแบบ เครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น ต่อผู้ที่สนใจไม่มากก็น้อย

ธนวัฒน์ ทองอุบล

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1. บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของงานวิจัย.....	3
ขอบเขตของงานวิจัย.....	3
นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	5
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	6
หลักการออกแบบเครื่องแต่งกาย.....	6
ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับศิลปะกับการออกแบบ.....	23
ข้อมูลเกี่ยวกับสไตล์มอดส์.....	27
ข้อมูลสนับสนุน.....	63
เอกสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	76
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	83
ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	83
4. ผลการวิจัย.....	88
การวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น.....	88
ดำเนินการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น.....	91
5. สรุปผลงานวิจัย.....	104
สรุปผลงานวิจัย.....	104
อภิปรายผลการวิจัย.....	106
ข้อเสนอแนะ.....	107

## สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	108
ภาคผนวก.....	110
ประวัติผู้วิจัย.....	121



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดลายเส้นแนวตั้ง.....	8
2 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดลายเส้นนอน.....	9
3 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดลายเส้นโค้ง.....	9
4 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดลายเส้นซิกแซก.....	10
5 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดลายเส้นทแยง.....	10
6 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดสัดส่วน 1 : 1 ส่วน.....	11
7 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดสัดส่วน 3 : 5 ส่วน.....	12
8 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดสัดส่วน 2 : 8 ส่วน.....	12
9 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดผสมกลมกลืน.....	12
10 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดสมดุลแท้.....	13
11 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดสมดุลเทียม.....	13
12 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดจังหวะ.....	14
13 (ซ้าย) แสดงภาพตัวอย่างผ้าชีพอง.....	14
14 (ขวา) แสดงภาพตัวอย่างผ้าฝ้าย.....	14
15 (ซ้าย) แสดงภาพตัวอย่างผ้าไหม.....	15
16 (ขวา) แสดงภาพตัวอย่างผ้าอเนกชนา.....	15
17 (ซ้าย) แสดงภาพตัวอย่างผ้ายีนส์.....	15
18 (ขวา) แสดงภาพตัวอย่างผ้าลูกฟูก.....	15
19 (ซ้าย) แสดงภาพตัวอย่างผ้าขน.....	16
20 (ขวา) แสดงภาพตัวอย่างกามะหยี่.....	16
21 แสดงภาพตัวอย่างชุดสี่คู่ตรงข้าม.....	18
22 แสดงภาพตัวอย่างชุดสี่ข้างเคียง.....	18
23. แสดงภาพตัวอย่างชุดสามสี.....	19
24 แสดงภาพตัวอย่างชุดสี่เอกรงค์.....	19
25 แสดงภาพตัวอย่างชุดสี่เอกรงค์.....	20



## สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ	หน้า
26 แสดงภาพตัวอย่างการใช้ศิลปะในการออกแบบเสื้อผ้า.....	24
27 แสดงภาพตัวอย่างประวัติความเป็นมาเครื่องแต่งกาย.....	28
28 แสดงภาพตัวอย่างประวัติยุค 1900-1910 แฟชั่นเสื้อผ้า ยุค Art Nouveau.....	28
29 แสดงภาพตัวอย่างประกอบประวัติยุค 1910-1920.....	29
30 แสดงภาพตัวอย่างแฟชั่นเสื้อผ้า ช่วงปี 1920-1930.....	29
31 แสดงภาพตัวอย่างแฟชั่นในช่วง 1930-1940.....	30
32 แสดงภาพตัวอย่างประวัติยุค 1940-1950.....	30
33 แสดงภาพตัวอย่างประวัติยุค 1950-1960.....	31
34 แสดงภาพตัวอย่างประวัติยุค 1960-1970.....	31
35 แสดงภาพตัวอย่างประวัติยุค 1970-1980.....	32
36 แสดงภาพตัวอย่างประวัติศาสตร์แฟชั่นโลก ยุค 1980-1990.....	32
37 แสดงภาพตัวอย่างประวัติแฟชั่นปี 1990-2000.....	33
38 แสดงภาพตัวอย่าง TCDC แฟชั่นออนไลน์.....	37
39 แสดงภาพตัวอย่างแฟชั่นเสื้อผ้าในประเทศไทย.....	39
40 แสดงภาพตัวอย่างยุค 1960s (1960 -1969).....	43
41 แสดงภาพตัวอย่างกางเกงขาสั้นรัดรูป.....	50
42 แสดงภาพตัวอย่างเสื้อโปโล.....	51
43 แสดงภาพตัวอย่างเสื้อสูทคล้ายแจ็กเก็ต.....	51
44 แสดงภาพตัวอย่างเสื้อคลุมหนังสีดำแบบสปอร์ต.....	52
45 แสดงภาพตัวอย่างกางเกงรัดรูป.....	52
46 แสดงภาพตัวอย่างรองเท้าบู๊ต.....	53
47 แสดงภาพตัวอย่างชุดเดรส.....	53
48 แสดงภาพตัวอย่างเสื้อคอเต่า.....	54
49 แสดงภาพตัวอย่างกระโปรงสั้นรัดรูป miniskirt.....	54

## สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ	หน้า
50 แสดงภาพตัวอย่างเสื้อโค้ด.....	55
51 แสดงภาพตัวอย่างการแต่งหน้าสไตล์มอดส์.....	55
52 แสดงภาพตัวอย่างสกุตเตอร์ สไตล์มอดส์.....	56
53 แสดงภาพตัวอย่างวงดนตรี Bluebeat สไตล์มอดส์.....	57
54 แสดงภาพตัวอย่างกราฟิก ซึ่งเราจะเรียกรวมๆ ว่า แนว “Mod look.....	59
55 แสดงภาพตัวอย่างกราฟิก ซึ่งเราจะเรียกรวมๆ ว่า แนว “Mod look.....	59
56 แสดงภาพตัวอย่างแมรี่ ควานท์ (Mary quant).....	60
57 แสดงภาพตัวอย่าง The Beatles.....	61
58 แสดงภาพตัวอย่าง สัญลักษณ์.....	63
59 แสดงภาพตัวอย่างวัยเด็ก TEENAG.....	64
60 แสดงภาพตัวอย่าง แอมเฟตามีน.....	69
61 แสดงภาพตัวอย่าง illusion.....	71
62 แสดงภาพตัวอย่าง optical illusion.....	72
63 แสดงภาพตัวอย่าง วงกลม illusion.....	75
64 แสดงภาพตัวอย่าง ส่วนประกอบของทรงกลม.....	76
65 แสดงภาพตัวอย่าง วงจรแพซัน.....	78
66 ภาพตัวอย่างประกอบแรงบันดาลใจ.....	89
67 ภาพตัวอย่างประกอบแรงบันดาลใจ.....	89
68 ตารางภาพของข้อมูลหลักที่นำมาใช้ประกอบ.....	90
69 แสดงแนวความคิดสนุกไปกับโลกมายา (Op Illusion Funny).....	92
70 แสดงแนวความคิดสนุกไปกับโลกมายา (Op Illusion Funny).....	93
71 ผลงานการออกแบบ แนวความคิดที่ 1.....	93
72 แสดงแนวความคิดเรขาคณิตสามมิติ (Solid Geometry).....	94
73 แสดงแนวความคิดเรขาคณิตสามมิติ (Solid Geometry).....	94
74 ผลงานการออกแบบ แนวความคิดที่ 2.....	95
75 แสดงแนวความคิดสมัยนิยมแห่งวัยรุ่น (Modernism Boomer).....	95

## สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ	หน้า
76 แสดงแนวความคิดสมัยนิยมแห่งวัยรุ่น (Modernism Boomer).....	96
77 ผลงานการออกแบบ แนวความคิดที่ 3.....	96
78 ผลงานการออกแบบแนวความคิดที่ 1 สนุกไปกับโลกมายา (Op Illusion Funny).....	97
79 แสดงภาพการออกแบบที่ 1.....	97
80 แสดงภาพการออกแบบที่ 2.....	98
81 แสดงภาพการออกแบบที่ 3.....	98
82 แสดงภาพการออกแบบที่ 4.....	99
83 แสดงภาพการออกแบบที่ 4 ลายผ้าพิมพ์.....	99
84 แสดงภาพการออกแบบที่ 4 วิเคราะห์กราฟิก.....	100
85 ภาพผลงานเครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง ชุดลำลอง casual wear.....	101
86 ภาพผลงานเครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย ชุดลำลอง casual wear.....	101
87 ภาพผลงานเครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง ชุดปาร์ตี้ลำลอง casual party.....	102
88 ภาพผลงานเครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย ชุดปาร์ตี้ลำลอง casual party.....	102
89 ภาพผลงานเครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง.....	103
90 ภาพแสดงผลงาน.....	103
91 ภาพเอกสารนำเสนอการสอบครั้งที่ 1.....	110
92 ภาพเอกสารนำเสนอการสอบครั้งที่ 2.....	111
93 ภาพเอกสารนำเสนอการสอบครั้งที่ 3.....	112
94 ภาพเอกสารนำเสนอการสอบครั้งที่ 4.....	113
95 ภาพเอกสารนำเสนอการสอบครั้งที่ 5.....	114
96 ภาพชุดต้นแบบ 1.....	115
97 ภาพชุดต้นแบบ 2.....	115
98 ภาพวันนำเสนอที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 1.....	116
99 ภาพวันนำเสนอที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 2.....	116
100 ภาพวันนำเสนอที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 3.....	117
101 ภาพวันนำเสนอที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 4.....	117

## สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ	หน้า
102 ภาพวันถ่ายแพะชั้น 1.....	118
103 ภาพวันถ่ายแพะชั้น 2.....	118
104 ภาพวันนำเสนอที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 5.....	119
105 ภาพวันนำเสนอที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 6.....	119



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ตารางแผนภูมิขอบเขตของงานวิจัย.....	3
2 ตารางวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด.....	84
3 แผนผังแสดงขั้นตอนการออกแบบเครื่องแต่งกายสไทมมอดส์ สำหรับวัยรุ่น.....	86



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเป็น 1 ในปัจจัย 4 ที่มนุษย์ต้องการในการดำรงชีวิตเพื่อปกปิดร่างกายและให้ความอบอุ่น ความเจริญของมนุษย์ทำให้เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เสื้อผ้ายังบ่งบอกถึงลักษณะของผู้สวมใส่ได้ด้วย เช่นฐานะ, เชื้อชาติ, ฯลฯ

การพัฒนาของแฟชั่นในแต่ละยุคสมัยแตกต่างกันมาก ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆอย่าง เช่น การเมือง เศรษฐกิจ ภูมิอากาศ ฯลฯ ในคริสต์ศตวรรษที่ 20 แฟชั่นโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดเจน โดยเฉพาะปี ค.ศ. 1920 - 1930 หรือเรียกว่ายุค แฟลปเปอร์ (Flapper) ผู้หญิงสวมกระโปรงสั้นเป็นครั้งแรก และหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ผู้หญิงต้องออกจากบ้านเพื่อทำงานหาเลี้ยงชีพ ดังนั้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ย่อมเปลี่ยนไปเพื่อเอื้อประโยชน์ในผู้สวมใส่มากขึ้น กางเกงจึงเป็นที่นิยม ตั้งแต่ยุคแฟลปเปอร์เป็นต้นมา แฟชั่นของโลกได้ก้าวเข้าสู่ความเป็นสากล เพราะการติดต่อสื่อสารของโลกตะวันตกและตะวันออกเป็นได้เปิดกว้างมากขึ้น มีการไปมาหาสู่กัน แฟชั่นของโลกตะวันตกจึงเข้ามามีบทบาทกับโลกตะวันออก เช่น คนไทยทรงเครื่องให้สวมหมวก หรือ ผู้หญิงไทยเลิกสวมโจงกะเบน เพื่อความเป็นสากล ลักษณะหรือแบบแผนของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของแต่ละยุคสมัย เรียกว่า สไตล์ (Style) แต่ละคนมีสไตล์การแต่งตัวไม่เหมือนกัน เช่น บางคนชอบแต่งตัวสไตล์ พังก์ (Punk) หรือเด็กสาวที่ชอบสไตล์เซ็กซี่ ที่ชาวต่างชาติ เรียกว่า ราซี (Racy or Provocative) ส่วนคำว่า เทรนด์ (Trend) คือ แฟชั่นล่าสุดที่กำลังเป็นที่นิยม

สไตล์การแต่งตัวสามารถจำแนกได้เป็นประเภทนับไม่ถ้วน ต่อไปนี้เป็นสไตล์เด่น ที่เป็นที่นิยมในอดีตจนถึงปัจจุบัน บางสไตล์ถือว่าล้าสมัยไปแล้วในปัจจุบัน บางสไตล์ถือว่าเป็นคลาสสิก เพราะแต่งเมื่อไร ก็ไม่ถูกมองว่าเชยหรือตกรุ่น อย่างไรก็ตามยังมีบางสไตล์ที่เคยล้าสมัยไปแล้วอาจเวียนกลับมาเทรนด์อีกครั้งเรื่องราวของแฟชั่นเครื่องแต่งกายคงหนีไม่พ้นในเรื่องราวของการ Design การแต่งกายตามกระแสแฟชั่นของโลกที่หมุนเวียนไปตามฤดูกาลของการออกแบบในช่วงต่าง ๆ ประชากรทั่วโลกต่าง ๆ ให้ความสนใจเป็นอย่างมากกับการนำเสนอ Fashion Show บน Catwalk และไม่ว่าจะเป็นแฟชั่น Fashion On TV Magazine Ad. Poster สิ่งเหล่านี้ทำให้ประชาชนหันตามกระแสโลกของแฟชั่น เป็นเหตุให้วงการแฟชั่นเติบโตอย่างรวดเร็ว แฟชั่นเครื่องแต่งกายในปัจจุบันมีรูปแบบแตกต่างกันไป แล้วแต่ความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบ ในปัจจุบันแฟชั่นมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้ชาย และผู้หญิงหญิง ในยุคปัจจุบัน ซึ่งมีความใส่ใจและรู้จักดูแลภาพลักษณ์ของตัวเองให้มีความดูดีและทันสมัย ผู้ชายที่แมนทั้งแห่งก็ยังคงให้ความสนใจในเทรนด์แฟชั่นใหม่ อยู่เสมอโดยตัวแทนของหนุ่ม เมโทรเซ็กชวล

(Metrosexual) ที่ชอบแต่งเนื้อแต่งตัวนำแฟชั่นต้องยกให้กับ เดวิด เบคแฮม และ คริสเตียโน โรนัลโด ส่วนในเมืองไทยก็จะเป็นประมาณ โดม-ปกรณ์ลัม เป็นต้น ต้องยอมรับเลยว่าผู้ชายในปัจจุบันก็ให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ภายนอกเช่นเดียวกับผู้หญิง ซึ่งสาเหตุก็ไม่แตกต่างกันเลยคือการดึงดูดเพศตรงข้ามหรือเพศเดียวกัน แต่ลักษณะการแต่งกาย ของผู้ชายและผู้หญิงส่วนมากเน้นในเรื่องของความสะดักสะบาย จากสภาพในปัจจุบันที่เต็มไปด้วยความเจริญเติบโตของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คมนาคมการสื่อสารทุกคนต้องแข่งกันต้องมีความเคลื่อนไหวในทุก ๆ ด้าน ตลอดเวลา (แบล็กบาร์เร็ทท์ Blackbarrett, 2556: 2)

และในปัจจุบันการเจริญเติบโตในด้านต่าง ๆ ต้องอาศัยประชากรเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนา ซึ่งตรงกับแนวคิดการแต่งตัวสไตล์มอดส์ ที่มีการส่งเสริม ให้เพิ่มจำนวนประชากรเพื่อจะมาเป็นกำลังในการพัฒนาฟื้นฟูประเทศ ทำให้การเพิ่มจำนวนประชากร มีจำนวนมากและมีการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จนกลายเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของโลก เกิดปรากฏการณ์ ด้านประชากรศาสตร์ที่เรียกว่า 'Baby Boom' และเนื่องจากประชากรกลุ่มดังกล่าวเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ ทำให้ทุกการเคลื่อนไหวมีผลต่อการขับเคลื่อนทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม กระทั่ง ค.ศ.1960 ประชากรที่ เกิดจากยุค Baby Boom จะมีอายุอยู่ในช่วงของการเป็นวัยรุ่นพอดี และด้วยความเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ จึงทำให้วัยรุ่นยุคนี้มีอิทธิพลต่อสังคมเป็นอย่างมาก มีลักษณะนิสัยมีความเป็นตัวของตัวเองและไม่ต้องการ ให้ใครมีบทบาทสำหรับตน การสวมใส่ชุดแต่งกายจึงมีลักษณะสีสันจัดจ้าน นิยมสวมมินิสเกิร์ต สวมถุงน่อง สีเมทัลลิก และลวดลายที่ได้รับความนิยมคือลายเรขาคณิต ซึ่งลักษณะ ดังกล่าวถือเป็นลักษณะเด่นอย่างหนึ่งของแฟชั่นแนว มอดส์

Mod มาจาก Modernism เป็นlifestyleของวัยรุ่นที่เกิดขึ้นในLondon ยุค1950 และเป็นชื่อเรียก ของคนกลุ่มหนึ่ง มีฐานะเป็นชนชั้นกลางประกอบด้วยหนุ่มสาวเป็นหลัก มีรูปแบบชีวิตเป็นคนเมืองที่ ใช้ชีวิตในเวลากลางคืน นิยมในแฟชั่นและดนตรีเป็นอย่างมาก ซึ่งต่อมาคนกลุ่มนี้เริ่มที่จะแต่งตัวและ มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์มากขึ้น ประกอบกับช่วง ค.ศ.1960 วิถีการดำเนินชีวิตแบบมั่งคั่ง ได้เกิดขึ้นในอังกฤษ และเป็นช่วงเกี่ยวกับการปฏิวัติทางเศรษฐกิจและสังคม ด้วยความที่เศรษฐกิจมันคง ทำให้ผู้คนมีรายได้มาก จึงมีผลทำให้กลุ่มคนเหล่านี้มีส่วนก่อให้เกิดอิทธิพลทางด้านความนิยมต่างๆ ต่อคนรุ่นหลัง

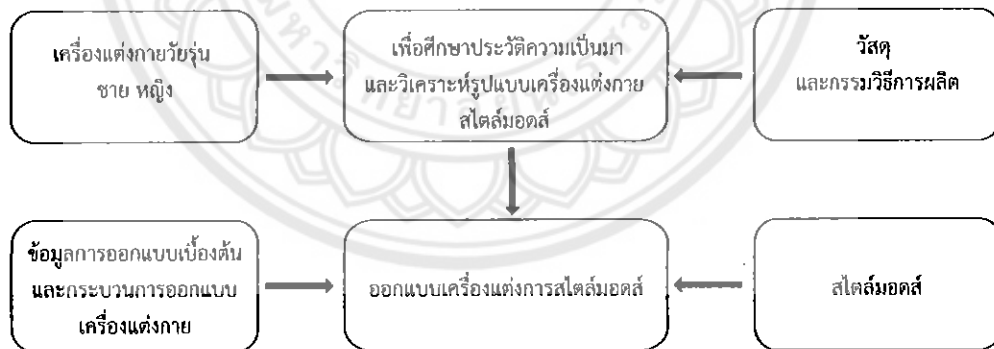
โครงการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์สำหรับวัยรุ่น นี้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึง ความสำคัญ และโอกาสในการเจริญเติบโตของงานแฟชั่นเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ ซึ่งผู้วิจัยจึงเลือกนำเสนอผลงานการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ เพื่อเป็นการเจาะกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น ชาย หญิงที่ชื่นชอบในสไตล์มอดส์ ลักษณะเด่นของแฟชั่น Mod เป็นการแต่งตัวด้วยมินิสเกิร์ต ชุดเดรส สวมถุงน่อง สีสันก็จะเน้นไปในแนวจัดจ้าน หรือสีเมทัลลิก และลวดลายที่ได้รับความนิยมคือลายเรขาคณิต และ Illusion ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่ข้าพเจ้ามีความสนใจเป็นอันดับหนึ่งในการที่จะนำมาสร้างสรรค์ผลงาน

เนื่องจากข้าพเจ้าเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว บ่งบอกความเป็น Mod ได้ชัดเจน สีเส้น และรูปแบบของเสื้อผ้าสไตล์ Mod ก็ยังมีความแตกต่างไปจากสไตล์อื่น ๆ กราฟิกอันโดดเด่นของ Mod เป็นรูปทรงเรขาคณิต คล้ายกับศิลปะภาพลวงตา Illusion ข้าพเจ้าจึงมีความคิดที่จะนำลวดลายภาพลวงตามาใช้ในการออกแบบ ให้เกิดความสุขสนาน และให้ผู้สวมใส่ มีความมั่นใจและบุคลิกภาพที่ดี และสามารถนำไปใช้เพื่อการโฆษณาเสื้อผ้าได้ นอกจากนั้นยังสามารถทำเป็น Photobook เพื่อเผยแพร่แฟชั่นแนว Mod ซึ่งถือว่าเป็นแฟชั่นแนวหนึ่งที่ได้รับคามนิยมและเคยถูกบันทึก ลงในประวัติศาสตร์ของวงการแฟชั่น

### 1.2 จุดมุ่งหมายของวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาและวิเคราะห์รูปแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์
2. เพื่อออกแบบเครื่องแต่งการสไตล์มอดส์ ชุดลำลอง casual casual , ชุดปาร์ตี้ลำลอง casual party สำหรับวัยรุ่นชาย และวัยรุ่นหญิง

### 1.3 ขอบเขตของงานวิจัย



ตารางที่ 1 ตารางแผนภูมิขอบเขตของงานวิจัย



## 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1.1. ประวัติความเป็นมาของเครื่องแต่งกาย
- 1.2. แนวคิดการออกแบบเครื่องแต่งกายวัยรุ่น ชาย หญิง
- 1.3. เนื้อหาของเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์
- 1.4. รูปแบบ (โครงสร้าง) การออกแบบ
- 1.5. เทคนิคการตัดเย็บเครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย หญิง

## 2. ขอบเขตด้านการออกแบบเครื่องแต่งกาย

การออกแบบเครื่องแต่งการสไตล์มอดส์ จำนวน 1 (Collection) 4 ชุด มีดังนี้

- 2.1 เครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย ชุดลำลอง casual wear 1 ชุด ประกอบไปด้วย
  - 2.1.1 เสื้อแจ็คเก็ต jacket
  - 2.1.2 เสื้อยืดแขนยาว
  - 2.1.3 กางเกงขาสั้น
- 2.2 เครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย ชุดปาร์ตี้ลำลอง casual party 1 ชุด ประกอบไปด้วย
  - 2.2.1 กางเกงขาสั้น
  - 2.2.2 เสื้อโปโล
  - 2.2.3 เสื้อแขนยาวคอเต่า
- 2.3 เครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง ชุดลำลอง casual wear 1 ชุด ประกอบไปด้วย
  - 2.3.1 ชุดกระโปรง dress
  - 2.3.2 เสื้อครอปคอเต่า
- 2.4 เครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง ชุดปาร์ตี้ลำลอง casual party 1 ชุด ประกอบไปด้วย
  - 2.4.1 เสื้อเกาะอก
  - 2.4.2 เสื้อครอปคอเต่า
  - 2.4.3 เสื้อแจ็คเก็ต jacket
  - 2.4.4 กระโปรงสั้น miniskirt

## 3. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลา 4 เดือน สิงหาคม – พฤศจิกายน พ.ศ.2558

### 3.1 ขอบเขตด้านประชากร

- 3.1.1 เพศ: ชาย หญิง
- 3.1.2 เชื้อชาติ: ไทย

3.1.3 อายุ: 18-25 ปี

3.1.4 อัตราการซื้อ: โดยมุ่งเน้นไปที่สินค้าที่เจาะกลุ่ม Middle-end ซึ่งมีราคาไม่แพงมากนักซึ่งกลุ่มวัยรุ่นสามารถที่จะซื้อได้ โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 1,000-5,000 บาท

3.1.5 อาชีพ: พนักงานบริษัท

3.1.6 วิธีการดำเนินชีวิต : กลุ่มวัยรุ่นที่เน้นวัตถุและบริโภคนิยมมากกว่าจิตนิยม ใฝ่หาความรุนแรง อยากร่ำรวย และกำลังดำเนินชีวิตไปในวิถีทางของวัฒนธรรมบริโภคนิยม มีการบริโภคแบบฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็น เกิดการลอกเลียนวัฒนธรรมการบริโภคของต่างประเทศจนกลายเป็นความฟุ้งเฟ้อ มีสื่อต่างๆ เข้ามาในการรับรู้มากมาย เช่น ทีวี นิตยสาร หนังสือพิมพ์ หรือแม้กระทั่งปากต่อปาก ซึ่งเป็นการค่อยๆ ซึมซับและปลูกฝังค่านิยมและความศรัทธาของการบริโภคสินค้า แปรนดเนนอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว มีลักษณะการใช้ชีวิตที่รักการแต่งกาย มีความมั่นใจในตัวเอง มีความสนใจด้านแฟชั่นและด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย

#### 1.4 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

สไตล์มอดส์ Mod มาจาก Modernism หมายถึง มอดส์ เรียกว่าเป็นวัฒนธรรมของคนกลุ่มหนึ่ง (วัฒนธรรมย่อย หรือ Subculture) ที่มีฐานะเป็นชนชั้นกลาง ประกอบด้วยคนหนุ่มสาวเป็นหลัก ทั้งคนทำงานระดับมัธยมศึกษาและระดับปฏิบัติงาน รูปแบบชีวิตในสังคมก็จะเป็นลักษณะคนเมืองที่ใช้ชีวิตกลางคืน โดยคนกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มคนที่นิยมแฟชั่นและดนตรีมาก แฟชั่นที่ มอดส์ นิยมใส่ก็เช่น พวกสูท โดยจะเป็นเสื้อสูทคล้ายแจ๊คเก็ตที่มักทำด้วยขนกระต่าย ซึ่งโดยรวมแล้วลักษณะการแต่งกายจะไปในแนวแฟชั่นสมัยใหม่แบบอิตาลี สวมกางเกงขาตรงเกือบรัดรูป เสื้อโปโล ไร่ทรงผมสไตล์ฝรั่งเศส ส่วนสาว ๆ จะใส่เสื้อคลุมหนังสีดำแบบสปอร์ต กระโปรงสั้นรัดรูป และ รองเท้าบู๊ต

เครื่องแต่งกาย หมายถึง ชุด casual wear คือ ชุดลำลองที่แต่งตามสบาย ไม่เป็นทางการ ชุด casual party คือ ชุดลำลองที่สามารถใส่ไปปาร์ตี้ได้ ไม่เป็นทางการ

วัยรุ่นชาย หญิง หมายถึง วัยรุ่นตอนปลาย เด็กหญิงอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 18 – 20 ปี เด็กผู้ชายอยู่ในช่วง 20 – 25 ปี เป็นระยะที่เจริญเติบโตเข้าสู่วัยผู้ใหญ่เต็มที่ มีพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศ

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะเป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลในด้านต่างๆ ที่จะเป็นแนวทางและมีผลต่อการออกแบบ เครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น โดยการรวบรวมข้อมูลและนาทาการวิจัย วิเคราะห์ อภิปราย เพื่อ บทสรุปในแต่ละหัวข้อ ก่อนที่จะนำไปสู่ขั้นตอนของการออกแบบและแบบร่าง โดยแบ่งข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. หลักการออกแบบเครื่องแต่งกาย
  - 1.1 หลักการและองค์ประกอบของการออกแบบเครื่องแต่งกาย
2. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับศิลปะกับการออกแบบ
  - 2.1 การใช้ศิลปะในการออกแบบเสื้อผ้า
  - 2.2 กระแสนิยมที่ทำให้เกิดการเลียนแบบการแต่งกายของเด็กตามผู้ใหญ่
  - 2.3 ขั้นตอนการสร้างแบบตัดเสื้อผ้าสำเร็จรูป
3. ข้อมูลเกี่ยวกับสไตล์มอดส์
  - 3.1 ประวัติความเป็นมาเครื่องแต่งกาย
  - 3.2 ยุค 60
  - 3.3 ประวัติความเป็นมาสไตล์มอดส์
4. ข้อมูลสนับสนุน
  - 4.1 กลุ่มตัวอย่าง วัยรุ่น
  - 4.2 ยาเสพติด
  - 4.3 ทรงกลม
5. เอกสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. หลักการออกแบบเครื่องแต่งกาย

ความหมายของการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจะตรงกับ คำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Fashion Design หรือ Costume Design ในวงการ การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ได้มีการนำ คำศัพท์ เหล่านี้มาใช้เรียกทับศัพท์อยู่เสมอ ซึ่งความหมายคำศัพท์ที่นิยมนำมาใช้ ได้แก่ คำว่า Fashion , Costume , Design ดังนี้ (จารุพรรณ ทรัพย์ปรุง, 2543)

แฟชั่น (Fashion) หมายถึง การวางรูป ทำแบบ รูปแบบของเสื้อผ้าหรือสิ่งอื่นๆที่ประชาชน ส่วนใหญ่นิยมในห้วงเวลาหนึ่ง

เครื่องแต่งกาย (Costume) หมายถึง เครื่องแต่งกายซึ่งได้รับการออกแบบขึ้นมา โดยมีจุดมุ่งหมาย เป็นการเฉพาะหรือเป็นพิเศษ สำหรับสถานที่หรือใช้ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

การออกแบบ (Design) หมายถึง การออกแบบ แบบแผน ลวดลายเค้าโครง ซึ่งแสดงให้เห็นวิธีการหรือแนวทางในการทำบางสิ่งบางอย่าง แนวทางการทำบางสิ่งบางอย่าง เส้นและรูปร่าง ซึ่งเป็นที่มาของแบบหรือการตกแต่ง โดยมีจุดมุ่งหมายพิเศษเป็นการเฉพาะ

กล่าวโดยสรุปการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย หมายถึง การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยมีแรงบันดาลใจจากสิ่งต่างๆ รอบตัว เช่น ธรรมชาติ รูปทรงสิ่งแปลกใหม่ สื่อเทคโนโลยีต่างๆ ในปัจจุบัน หรือการนำแบบเสื้อผ้าในสมัยโบราณมา ดัดแปลงให้เข้ากับยุคสมัย ทั้งนี้จะต้องมีประโยชน์ด้านการใช้สอยและความงามเป็นสำคัญตลอดจนการแสดงให้เห็นถึงความเจริญก้าวหน้าด้านวัฒนธรรม ประเพณี และความนิยมของคนในยุคนั้นๆ โดยใช้หลักการออกแบบทางศิลปะเข้าช่วย และคำนึงถึงความต้องการด้านต่างๆ ตลอดจน คำนิยม ประโยชน์ใช้สอย ความเหมาะสม และความทันสมัย

### 1.1 หลักการและองค์ประกอบของการออกแบบเครื่องแต่งกาย

การออกแบบเครื่องแต่งกายต้องอาศัยพื้นฐานการออกแบบซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ (Element of design) ต่างๆ คือ

- 1.1.1 เส้น (Line)
- 1.1.2 สัดส่วน (Proportion)
- 1.1.3 ความกลมกลืน (Harmony)
- 1.1.4 สมดุล (Balance)
- 1.1.5 จังหวะ (Rhythm)
- 1.1.6 พื้นผิว (Texture)
- 1.1.7 สี (Color)
- 1.1.8 พื้นที่ (Spaces)
- 1.1.9 รูปแบบและรูปร่าง (Form and Shape)
- 1.1.10 เส้นกรอบนอก (Silhouettes)

1.1.1 เส้น (Line) เส้นมีความสำคัญต่อการออกแบบเพราะรูปร่างต่างๆ ที่ปรากฏต่อสายตาอาศัยเส้นเป็นตัวนำรูปแบบ เส้นเกิดจากการต่อจุด 2 จุดหรือเกิดจากจุดๆเดียวเป็นจุดเริ่มต้นของเส้นเกิดจากจุดหลายจุดร้อย หลายพัน หลายหมื่น หลายล้าน จุดที่ต่อ ๆ กันไปจนแสดงเป็นเส้นตั้ง เส้นนอน เส้นโค้ง เส้นหัก แสดงทิศทางให้เกิดรูปร่าง ทำให้เกิดเนื้อที่ มีขนาด น้ำหนัก เกิดลักษณะพื้นผิว เส้นสามารถแสดงให้เห็นความเคลื่อนไหวแสดงความเร็วได้เส้นในลักษณะต่าง ๆ เพื่อนำมาบรรจบกันก็จะทำให้เกิดรูปร่างได้ เส้นจะต้องมีความสัมพันธ์กับขนาด รูปร่างและทิศทาง เช่น เส้นตรงในแนวราบ

แสดงอาการเจ็บสงบ แต่เส้นในแนวตั้งแสดงความมั่นคง เส้นในลักษณะต่างๆมีอิทธิพลต่ออารมณ์ เช่น เส้นโค้ง เป็นเส้นที่คุ้นตา ถ้าจะเขียนใบหน้าคนในลักษณะง่ายๆให้มีตาและปากเป็นเส้นโค้งที่คิดว่า จะมีลักษณะเป็นคนที่มีความทุกข์ ในการออกแบบเสื้อผ้า เส้นเป็นสิ่งที่ใช้วาดเป็นรูปร่างหรือเส้น กรอบนอกและใช้วาดส่วนที่ตกแต่ง เช่น ลูกไม้ อยางยืด ฯลฯ

เส้นที่มีลักษณะต่างๆ กันมีความหมายและคุณค่าของเส้นแต่ละลักษณะไม่เหมือนกัน นัก ออกแบบจึงแยกลักษณะคุณค่าของเส้นแต่ละชนิด ดังนี้

เส้นตั้ง (Vertical Lines)

เส้นนอน (Horizontal Lines)

เส้นโค้ง(Curved Lines)

เส้นซิกแซก (Zigzag Lines)

เส้นทแยง (Diagonal Lines)

เส้นตั้ง (Vertical Lines) เป็นเส้นที่ให้ความรู้สึกแสดงถึงความสูงความแข็งแรงความสง่าความ มีระเบียบเหมาะสำหรับคนอ้วนเตี้ย



ภาพที่ 1 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดลายเส้นแนวตั้ง  
ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/504895808199209544/>

เส้นนอน (Horizontal Lines) เป็นเส้นที่ให้ความรู้สึกแสดงถึงความกว้าง ความสงบ ความราบเรียบ เหมาะสำหรับคนสูงผอมจะพรางตาให้ตัวอ้วนขึ้นและเตี้ยลง



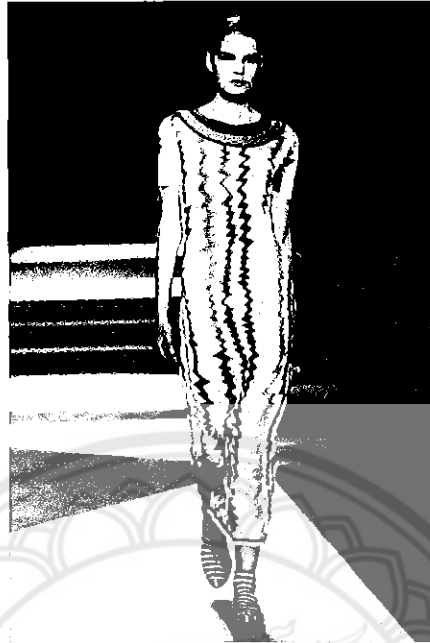
ภาพที่ 2 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดลายเส้นนอน  
ที่มา:<https://www.pinterest.com/pin/504895808199209544>

เส้นโค้ง (Curved Lines) เป็นเส้นที่ให้ความรู้สึกแสดงถึงความอ่อนช้อย นุ่มนวล ร่าเริง บางครั้งทิศทางการเคลื่อนไหวที่นุ่มนวลละมุนละไม ให้ความรู้สึกเซ้าซี้ม ลักษณะของเส้นที่มีการเลี้ยว พันซ้ายพันขวาให้ความรู้สึกอ่อนหวานสวยงาม แต่ถ้าใช้มากเกินไปบางครั้งทำให้ความรู้สึกงุนวายไม่เป็นระเบียบ



ภาพที่ 3 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดลายเส้นโค้ง  
ที่มา:<https://www.pinterest.com/pin/504895808199209544/>

เส้นซิกแซก (Zigzag Lines) เป็นเส้นที่ให้ความรู้สึกแสดงถึงความตะกุกตะกัก ความไม่เรียบร้อย ให้ความรู้สึกแปลกตาน่าตื่นเต้น



ภาพที่ 4 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดลายเส้นซิกแซก ที่มา: <http://2.bp.blogspot.com>  
เส้นทแยง (Diagonal Lines) เป็นเส้นที่ให้ความรู้สึกแสดงถึงความเคลื่อนไหว หรือการไม่อยู่นิ่ง ไม่นั่นนอน



ภาพที่ 5 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดลายเส้นทแยง  
ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/538672805410529079/>

1.1.2 สัดส่วน (Proportion) ในการออกแบบเครื่องแต่งกายสัดส่วนในการออกแบบเครื่องแต่งกายนั้น สัดส่วนใช้ในการแบ่งเส้นช่วงตัวด้านบนและด้านล่าง ถือว่ามีความสำคัญที่ใช้นำเสนอ รูปร่างหรือใช้แก้ไขความสูงของผู้สวมใส่ โดยส่วนใหญ่รูปแบบสัดส่วนได้ดังนี้

สัดส่วน 1 : 1 ส่วนที่เป็นเสื้อจะมีสัดส่วนความยาวเท่ากับ 1 ส่วน ในขณะที่กระโปรงจะอยู่ที่ 1 ส่วน จึงมีสัดส่วนค่อนข้างจะเท่ากันทั้งบนและล่าง



ภาพที่ 6 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดสัดส่วน 1 : 1 ส่วน

ที่มา: <http://www.valentino.com>

สัดส่วน 3 : 5 ในส่วนของเสื้ออยู่ที่ 2 ส่วนในช่วงบนและกระโปรงจะยาวประมาณ 5 ส่วน ซึ่งสัดส่วนนี้เหมาะกับผู้มีเอวยาวหรือต้องการให้ร่างกายดูสูง



ภาพที่ 7 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดสัดส่วน 3 : 5 ส่วน

ที่มา: <http://row.burberry.com>

สัดส่วน 2 : 8 สัดส่วนนี้จะมีช่วงบนที่สั้นกว่าช่วงล่างค่อนข้างมาก เป็นการเพิ่มส่วนล่างซึ่งมี 8 ส่วน ทำให้ดูสูงมากขึ้น นิยมให้สัดส่วนนี้กับชุดราตรีส่วนใหญ่





ภาพที่ 8 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดสัดส่วน 2 : 8 ส่วน

ที่มา: <http://www.albertaferretti.com>

1.1.3 ความกลมกลืน (Harmony) ซึ่งงานทุกชิ้นจะต้องมีความกลมกลืนเป็นหลักเพื่อให้ชิ้นงานไม่ได้ดูแตกต่างมากนัก ความสมดุล เช่น การใช้โทนสี เดียวกันทั้งชุด ดูสวยงามแบบเรียบง่าย



ภาพที่ 9 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดผสมกลมกลืน

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/400327854352156799/>

1.1.4 สมดุล (Balance) คือ การจัดองค์ประกอบสองข้างเท่ากันซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สมดุลแท้และสมดุลเทียม สมดุลแท้ ซึ่งมีการวางองค์ประกอบสองข้างเท่ากัน ทำให้ภาพลักษณ์ที่ได้

ดูมันคง แข็งแกร่ง ซึ่งจะใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าที่ใช้ในการทำงาน ที่ต้องการความน่าเชื่อถือ เช่น สูท หรือกระโปรงบางทรง ที่เสื้อผ้าชั้นบนและล่างมีรายละเอียดที่เหมือนกัน



ภาพที่ 10 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดสมดุลแท้

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/412149803377308806/>

ชุดคล้าย ซึ่งเป็นการสมดุลโดยไม่จำเป็นจะต้องจัดองค์ประกอบที่เท่ากันทั้งสองข้าง หรือไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง แต่เมื่อมองโดยรวมแล้วมีความลงตัวสวยงาม มักจะเห็นในงานที่สนุกสนาน เป็นเป็นที่สะดุดตา เช่น ชุดราตรี หรือชุดที่ให้โอกาสพิเศษต่างๆ แม้แต่เสื้อผ้าชั้นสูง



ภาพที่ 11 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดสมดุลเทียม

ที่มา: <http://www.stephanerolland.com>

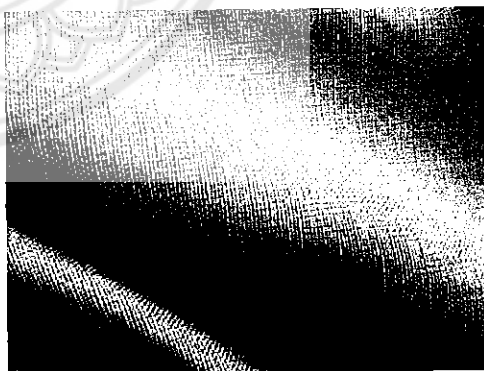
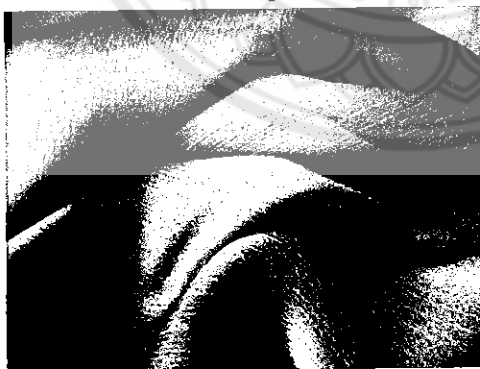
1.1.5 จังหวะ (Rhythm) การใช้จังหวะในการออกแบบเสื้อผ้า เพื่อให้เสื้อผ้ามีความน่าสนใจมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันจังหวะทำให้รายละเอียดต่างๆ นั้นมีความลงตัวอีกด้วยซึ่งจังหวะในการออกแบบมีทั้ง จังหวะที่เหมือนกันและจังหวะที่ไม่เท่ากัน



ภาพที่ 12 แสดงภาพตัวอย่างประกอบคำอธิบายชุดจังหวะ

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/552394710523282200/>

1.1.6 พื้นผิวหรือผิวสัมผัส (Texture) ผิวสัมผัสของผ้าซึ่งเกิดจากการสัมผัสผ้า โดยอาจใช้หลังมือในการสัมผัส เช่น กรอบ แห้ง นุ่ม เป็นต้น ผิวหยาบกระด้าง หรือบางเบา เป็นต้น ผ้าผิวสัมผัสนุ่ม เช่น ผ้าป่าน ผ้าชีฟอง ผ้าฝ้าย ผ้าเนื้อบาง ฯลฯ ควรออกแบบเสื้อผ้าที่มีเส้นกรอบนอกทั้งตัว ตกแต่งด้วยจีบระบายหรือจีบรูด

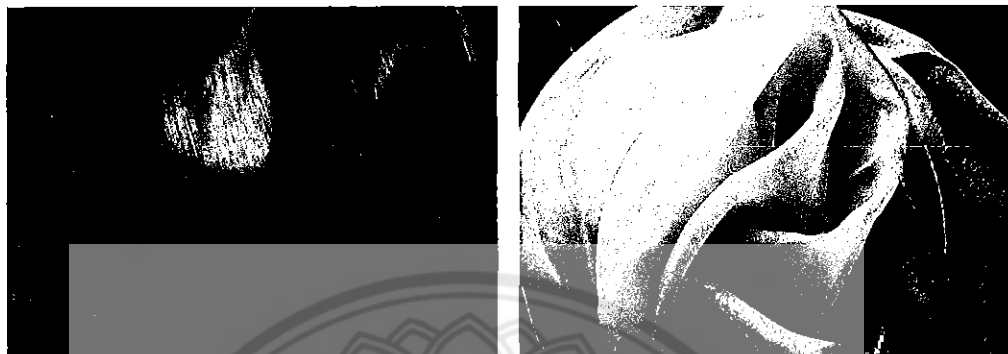


ภาพที่ 13 (ซ้าย) แสดงภาพตัวอย่างผ้าชีฟอง ภาพที่ 14 (ขวา) แสดงภาพตัวอย่างผ้าฝ้าย

ที่มา: <http://www.fabriccounty.com>

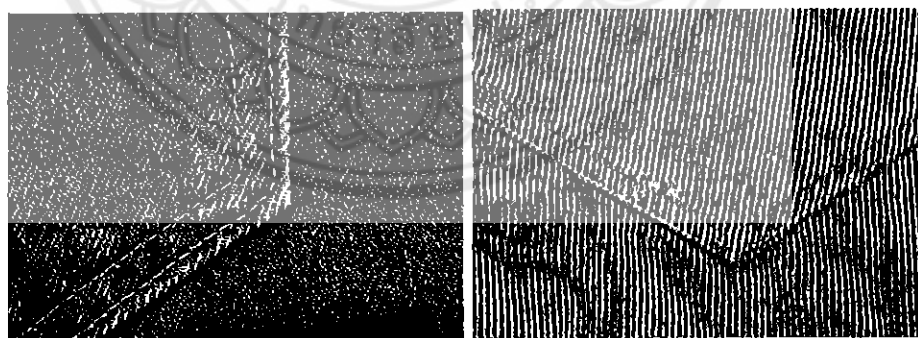
ที่มา: <http://www.fabricandart.com>

ผ้าผิวสัมผัสปานกลาง เช่น ผ้าไหม ผ้าอเนกซ่า ผ้าฝ้ายเนื้อปานกลางหรือผ้าอื่นๆ ที่มีความทรงตัวสำหรับออกแบบเสื้อผ้าที่มีเส้นกรอบนอทรงตัว



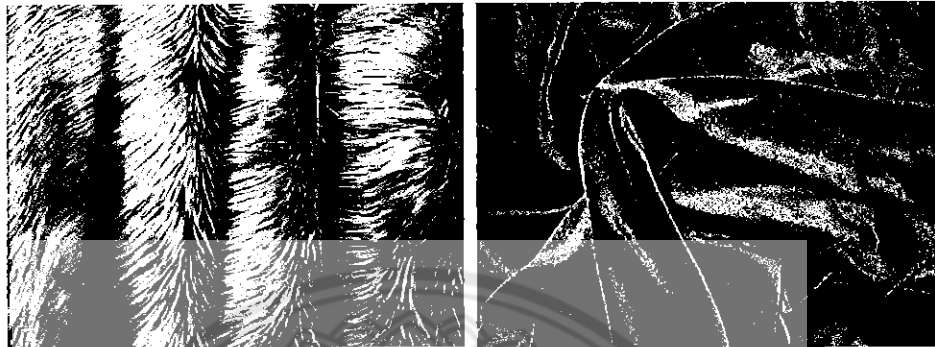
ภาพที่ 15 (ซ้าย) แสดงภาพตัวอย่างผ้าไหม ภาพที่ 16 (ขวา) แสดงภาพตัวอย่างผ้าอเนกซ่า  
ที่มา: [http:// www.fabriccounty.com](http://www.fabriccounty.com)  
ที่มา: <http:// www.fabriccounty.com>

ผ้าผิวสัมผัสหยาบ เช่น ฝ้ายยืน ผ้าลูกฟูก หรือผ้าที่มีเนื้อค่อนข้างหนาทรงตัวเหมาะสมสำหรับออกแบบเสื้อผ้าประเภทที่ต้องการความคงทน เช่น เสื้อแจ็คเก็ต เสื้อเทเลอร์ เป็นต้น



ภาพที่ 17 (ซ้าย) แสดงภาพตัวอย่างฝ้ายยืน ภาพที่ 18 (ขวา) แสดงภาพตัวอย่างผ้าลูกฟูก  
ที่มา: <http://www.featurepics.com>  
ที่มา: <http://www.123rf.com>

ผ้าผิวสัมผัสขนฟู เช่น ผ้าขน ผ้ากำมะหยี่มีความมันวาว(ด้านเดียว) และนุ่มเหมาะสำหรับทำเสื้อกันหนาว ผ้าพันคอ หรือเป็นชุดทำให้รู้สึกถึงความหรูหรา นำสัมผัส



ภาพที่ 19 (ซ้าย) แสดงภาพตัวอย่างผ้าขน

ภาพที่ 20 (ขวา) แสดงภาพตัวอย่างกำมะหยี่

ที่มา: <http://www.annie-on-a-budget.blogspot.com>

ที่มา: <http://www.aliexpress.com>

ผิวสัมผัสของผ้านั้นเป็นหัวใจสำคัญในการเลือกผ้าให้เหมาะกับรูปแบบเสื้อผ้าที่ออกแบบมา เช่น ในการออกแบบเสื้อผ้าที่ต้องการความเนบตัว เน้นรูปร่าง จำเป็นต้องเลือกเนื้อผ้าที่มีผิวสัมผัสนุ่มนวล ส่วนที่มีผิวสัมผัสแข็งควรใช้ตัดเสื้อสูท หรือเสื้อที่ต้องการโครงร่างให้กับร่างกาย แม้กระทั่งความหนาของผ้า ที่ใช้ในการซับในหรือรองปก จำเป็นต้องเลือกเนื้อผ้าให้เหมาะสมทำให้การผลิตเป็นไปตามรูปแบบที่ออกแบบไว้

1.1.7 สี (Color) เป็นส่วนหนึ่งของแฟชั่น เป็นส่วนประกอบของแฟชั่นเสื้อผ้า แม้กระทั่งผมและเครื่องประดับยังคงต้องใช้สีให้เข้ากับเสื้อผ้าที่ใส่ สีอาจเป็นสิ่งสำคัญสำหรับ High fashion ของฤดูกาลหนึ่งและไปสู่อนาคตต่อไป เป็นเพราะว่าสีนั้นเป็นปัจจัย(Factor)อย่างหนึ่ง ที่ถือว่าราคาแพงที่สุดก็ได้ของการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าอุตสาหกรรม ที่มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วส่วนมากจะเปลี่ยนในเรื่องของสีก่อนที่จะเปลี่ยนรูปแบบ แฟชั่นแต่ละสมัยออกมาในลักษณะที่หลากหลาย สีสันใหม่ ๆ ซึ่งแตกต่างจากสมัยที่ผ่านมา สีที่เป็นแฟชั่นที่ออกมาเป็นสีแท้ๆ จะน้อย ส่วนมากจะออกเป็นลำดับขั้นของสี(Shade) ที่หลากหลายในตัวของแต่ละสี (เป็นสีที่ผสมสีดำเข้าไปในแต่ละสี)

ในการเลือกเสื้อผ้าสำหรับผู้สวมใส่ จึงจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องสีที่ผู้สวมใส่ชอบและเหมาะสมกับสีผิว ผมของผู้สวมใส่ เมื่อรู้ถึงพื้นฐานของสีแล้ว นอกจากจะเลือกสีที่ใช้แล้ว ยังสามารถนำไปประยุกต์หรือผสมกับสีต่างๆได้อย่างเหมาะสมด้วย

### ความสำคัญของสี

สี คือลักษณะของแสงที่ปรากฏแก่สายตาให้เห็นเป็นสี (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน) ในทางวิทยาศาสตร์ให้คำจำกัดความของสีว่า เป็นคลื่นแสงหรือความเข้มของแสงที่สายตาสามารถมองเห็น ในทางศิลปะสีคือ ทักษะธาตุอย่างหนึ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของ งานศิลปะ และใช้ในการสร้างงานศิลปะโดยจะทำให้ผลงานมีความสวยงาม ช่วยสร้างบรรยากาศ มีความสมจริง เด่นชัดและน่าสนใจมากขึ้น

สีเป็นองค์ ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของงานศิลปะ และเป็นองค์ ประกอบที่มีอิทธิพลต่างความรู้สึกอารมณ์และจิตใจได้มากกว่าองค์ประกอบอื่นๆ ในชีวิตมนุษย์ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสีต่างๆ อย่างแยกไม่ออก โดยสีจะให้ประโยชน์ในด้านต่างๆ เช่น

1. ใช้ในการจำแนกสิ่งต่างๆ เพื่อให้ชัดเจน
2. ใช้ในการจัดองค์ประกอบของสิ่งต่างๆ เพื่อให้เกิดความสวยงาม กลมกลืน เช่น การแต่งกาย การจัดตกแต่งบ้าน
3. ใช้ในการจัดกลุ่ม พวก คณะ ด้วยการใส่สีต่างๆ เช่น คณะสี เครื่องแบบต่างๆ
4. ใช้ในการสื่อสารความหมาย เป็นสัญลักษณ์หรือใช้บอกเล่าเรื่องราว
5. ใช้ในการสร้างสรรค์งานศิลปะเพื่อให้เกิดความสวยงาม สร้างบรรยากาศสมจริงและน่าสนใจ
6. เป็นองค์ประกอบในการมองเห็นสิ่งต่างๆ ของมนุษย์

### หลักการนำสีมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกาย

ในการแต่งกายนั้น สีเป็นสิ่งที่ทำให้สะดุดตา และจะเป็นสิ่งแรกๆ ที่ผู้คนจะมองเห็นและจดจำเราได้ หากเรารู้จักเลือกการใช้สีให้ถูกต้องและเหมาะสมกับบุคลิกกาลเทศะและสภาพแวดล้อม และจะยังช่วยให้เราเกิดความรู้สึกที่ดีต่อตัวเองอีกด้วย ผู้ที่จะประสบความสำเร็จในเรื่องการนำสีมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายนั้นจะต้องมีความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับพื้นฐานของสีข้างต้นแล้ว ยังจะต้องรู้เกี่ยวกับหลักการนำสีมาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกาย ดังนี้

1. การใช้สีคู่ตรงข้าม คือ การนำสีคู่ประกอบซึ่งเป็นที่อยู่ตรงข้ามกันในวงจรสีเช่น สีเขียวกับสีแดง หรือสีน้ำเงินกับสีส้ม หรือสีเหลืองกับสีม่วง มาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกาย เราต้องทำความเข้าใจว่า สีเหล่านี้เป็นสีตัดกันอย่างรุนแรง ทำให้ประสาทสัมผัสเกิดขึ้นตัวอย่างฉับพลัน ในขณะเดียวกันก็ช่วยให้เราแลดูมีชีวิตชีวา แต่ผู้ที่ใช้สีคู่ประกอบต้องมีความชำนาญในการใช้สี เพราะหากใช้สีไม่ถูกวิธี จะลดคุณค่าความสวยงามของเครื่องแต่งกายทั้งหมด



ภาพที่ 21 แสดงภาพตัวอย่างชุดสีคู่ตรงข้าม

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/482870391271127389/>

2. การใช้สีข้างเคียง คือ การนำสีข้างเคียงซึ่งเป็นสีที่อยู่ใกล้กันในวงจรสี เช่น สีเขียว เขียวน้ำเงิน และน้ำเงิน หรือสีแดง ม่วงแดง และม่วง มาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าทำให้เกิดความรู้สึกกลมกลืน



ภาพที่ 22 แสดงภาพตัวอย่างชุดสีข้างเคียง

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/482870391270264542/>

3. การใช้สี 3 สี คือ การใช้สี 3 สีในกรอบสามเหลี่ยมของวงจรสีธรรมชาติ เช่น สีน้ำเงิน สีแดง และสีฟ้า มาใช้ร่วมกัน เมื่อมองดูครั้งแรกอาจจะแลดูไม่เข้ากัน แต่ในความจริงกลับเข้ากันได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากเรารู้จักเลือกสีให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมในการออกแบบ



ภาพที่ 23 แสดงภาพตัวอย่างชุดสามสี

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/482870391270381344/>

4. การใช้สีเอกรงค์ คือ การใช้สีเอกรงค์เป็นการใช้สีแท้สีเดียวในการแต่งกาย ซึ่งสามารถทำให้แลดูน่าสนใจได้โดยการนำสีแท้สีเดียวนั้นให้มีความเข้มของสีหลากหลาย เช่น สีเขียว ก็ใช้สีปานกลาง เขียวเข้ม หรือสีเขียวอ่อนมาใช้ในการออกแบบ



ภาพที่ 24 แสดงภาพตัวอย่างชุดสีเอกรงค์

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/482870391273815640/>



5. การใช้สีกลาง คือ สีดำกับสีขาว สีขาวกลับครีม เป็นการแต่งกายยอดนิยมของคนแนวมินิมอล เรียบๆ น้อยๆ เทรนด์ฮิตประมาณ ยุค 90's และยังคงความนิยมมาถึงปัจจุบัน



ภาพที่ 25 แสดงภาพตัวอย่างสีกลาง

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/412149803376801261/>

### สีกับขนาดรูปร่าง

สีของเสื้อผ้าที่เราสวมใส่มีอิทธิพลต่อรูปร่างของผู้สวมใส่ได้ สามารถทำให้รูปร่างใหญ่และเล็กลงได้ สีร้อนจะทำให้ดูตัวอ้วนหรือใหญ่ขึ้น มากกว่าใส่สีเย็น หรือสีสว่าง(Bright color) จะทำให้รูปร่างใหญ่กว่าสีมืดๆ (Dull color) เช่น ถ้าใส่เสื้อผ้าสีแดงสดสว่างจะดูตัวใหญ่กว่าถ้าใส่เสื้อผ้าสีแดงเข้ม ฉะนั้นคนที่รูปร่างใหญ่หรืออ้วนควรพยายามหลีกเลี่ยงสีที่สว่าง เพราะจะได้ไม่ต้องดูตลกขบขัน และจะทำให้รูปร่างไม่ดูอ้วนมากขึ้น ควรจะสวมเสื้อผ้าที่มีสีอ่อนนุ่ม และถึงแม้ว่าสีสดสว่างจะทำให้รูปร่างใหญ่ขึ้นแต่ผู้หญิงที่มีรูปร่างเล็ก ก็ไม่สวมใส่เพราะสีดูเด่นมากกว่าตัวผู้สวมใส่เอง

1.1.8 พื้นที่ (Spaces) เป็นพื้นที่ ที่อยู่ภายในโครงสร้างของเสื้อผ้า หรือเหมือนกับอยู่ในเส้นกรอบของเสื้อผ้า เส้นจึงเป็นส่วนที่จะสร้างสิ่งต่าง ๆ เข้าไปใน space ต่าง ๆ ที่อยู่ภายในโครงสร้างของเสื้อผ้าหรือโครงร่างกรอบนอกนี้ จะโดยการทำเป็นตะเข็บต่างๆ และการตกแต่งด้วยโบว์ ลูกไม้ ซิป ต่าง ๆ ที่อยู่บนพื้นที่ของเสื้อผ้า เส้นตกแต่งต่าง ๆ ที่อยู่ภายใน space นี้มีทั้ง structural lines หรือ decorative lines structural lines อะไรในแต่ละแบบ ขากางเกง ไม่ว่าจะทรงขาเดรป ขากระบอก ขาบาน แล้วแต่รูปทรงของกางเกงทรงนั้น กระโปรงพลีท รูปลักษณะของแนวคอเสื้อหรือลักษณะของปกเสื้อแต่ละแบบของแขนเสื้อ แนวของเอว การเย็บขลิบริมผ้าหรือการกันลู่ย ตะเข็บบางตะเข็บ เช่น การต่อ yoke หรือการต่อชิ้นผ้าที่เป็นการออกแบบของเสื้อผ้าชุดนั้น ซึ่งเป็นการที่อยู่ในโครงสร้างของ

ชุดนั้น เช่น การต่อตะเข็บของเสื้อเชิ้ต ต่อไหล่ ซึ่งยังคงรักษาการเป็น structural lines อยู่ Decorative lines เป็นการตกแต่งเสื้อผ้าให้ สวยงามด้วยการติดโบว์ ลูกไม้ หรือมีการใช้ไหมหรือผ้า แพรมาถักเป็นเปียตกแต่งหรือใช้ผ้ามาสานเป็นเปียตกแต่งเข้าไป มีการ ตกแต่งขอบหรือริมผ้า เช่น การกั้นผ้าสีต่างๆ การเดินเส้นตามขอบปกขอบแขน หรือเดินเส้นติดแถบตามขาทางเกงหรือ ชายกระโปรง ขอบแขน ติดลูกไม้ ระบายตามสาบคอ ชายกระโปรง หรือ ตกแต่งตามบริเวณในตัวเสื้อ หรือกระโปรง หรือการใช้กระดุมสีต่างๆ มาตกแต่งตามเสื้อ และกระโปรงเพื่อให้กระโปรง หรือเส้นนั้น ไม้ดูเรียบจนเกินไป หรือการใช้ซิปที่มีสีติดกันกับเนื้อผ้าที่ นำมาตัดมาติดตกแต่งให้ดูสมัยนี้กำลังนิยม กันในเสื้อผ้าสตรี แต่การตกแต่งนั้นจะต้องไม่มากจนเกินไปหรือเบียดเสียดกันจนเกินไปดูไม่งาม แต่จะ ดูยุ่งเหยิงบางทีสายตาของคนเราก็ชอบที่จะมองดูอะไรที่มันโล่งๆ หรือให้สะดุดสายตาเป็นจุดก็จะดูดี ทำให้ เสื้อผ้าไม่ เรียบจนเกินไป การตกแต่งบนพื้นที่ของเสื้อผาก็ควรจะอยู่ใน style ของเสื้อผ้าในแบบ นั้นด้วย

การใช้ structural lines และ decorative lines ในการตกแต่งเสื้อผ้านั้นก็สามารถ ใช้ในการ ลวงตาหรือปกปิดสัดส่วนที่มีปัญหาของร่างกายได้ เช่น การย้ายเกร็ดหรือ dart มาอยู่ตรงแนวโค้งข้างๆ ของเอวจะช่วยทำให้ดูเอวเล็กลงได้ หรือการต่อผ้าหรือตะเข็บ เพื่อตกแต่งหรือลวงตา ให้ดูหน้าอกใหญ่ ขึ้นหรือต่อผ้าหรือตะเข็บโดยการใช้เส้นลวงตาขึ้นไปเหนือเอวเล็กน้อยจะทำให้ ดูตัวสูงขึ้น ในการที่จะ เลือกรูปแบบของเสื้อผ้าควรจะดูลักษณะการตกแต่งของเส้นต่างๆ ภายในเสื้อผ้านั้น เพื่อให้สามารถเน้น ให้ดูสวมใส่แล้วช่วยทำให้รูปร่างดีขึ้น เช่น กางเกงหรือกระโปรงที่ต่อ yoke เพื่อจะเน้นให้เห็นแนว สะโพก เราต้องการจะเน้นหรือต้องการจะลวงตาโดยการใช้เส้นตกแต่งตาม รูปร่างของเสื้อผ้าหรือ โครงสร้างของเสื้อผ้า หรือจะตกแต่งเสื้อผ้าตรงส่วนไหนมากน้อยแค่ไหน แล้วแต่ความต้องการ

การออกแบบคอเสื้อเมื่อได้คอเสื้อแล้วควรจะต้องคิดถึง silhouette ที่ตามมา form ของแขน รูปทรงควรจะไปด้วยกัน เช่น ปกคอจีน Silhouette ควรจะเข้ารูป แขนลำ Structural lines เป็น เส้นที่เกิดจากการเย็บตกแต่งขึ้นภายในโครงสร้างรอบนอก ของเสื้อผ้า เป็นการทำให้เกิดตะเข็บต่างๆ dart คือพวกเกร็ดช่วยทรงต่าง ๆ ไม่ว่าจะย้ายเกร็ดไปอยู่ ตรงส่วนใดของตัวเสื้อ การหีบเย็บริมต่างๆ เช่น พับชายเสื้อ ชายกระโปรง แขนเสื้อ ไม่ว่าจะ เป็น โครงแขนเสื้อ

1.1.9 รูปแบบและรูปร่าง (Form and Shape) เป็นลักษณะรูปร่างที่แสดงได้ 3 มิติคือ หน้า หลัง ด้านข้าง ความลึก ความสูง รูปร่างของคนจะเป็นตัวอย่างของ form ได้ดีซึ่งแต่ละคนจะมีรูปร่างที่ แตกต่างกันไป ลักษณะรูปร่างของร่างกายของแต่ละคน ก็จะทำให้เกิดเป็น shape ของเสื้อผ้า designer แต่ละคนจะออกแบบ รายละเอียดต่าง ๆ ของเสื้อผ้า หรือจะต้องมีการออกแบบที่ต้องการ ให้ ลวงตาหรืออำพรางรูปร่างที่ แตกต่างกันใน การออกแบบนั้น form กับ shape จะไม่แตกต่างกัน เพราะเวลาออกแบบก็จะเขียนเป็นเส้นโครงร่างหรือ Out line ส่วนลักษณะรูปร่างของแต่ละคน ซึ่งจะมีรูปร่างแตกต่างกัน เช่น สูง เตี้ย ผอม อ้วน รูปร่างมีสัดส่วน หรือรูปร่างต่างๆ การออกแบบเสื้อผ้า

เพื่อให้เหมาะสมกับ แต่ละลักษณะรูปร่าง ซึ่งจะต้องใช้เส้นสาย การลวงตาบนรูปร่างและยังรวมถึง ลักษณะของเนื้อผ้าด้วย การที่จะรู้ว่าลักษณะรูปร่างของเราจะมีลักษณะอย่างไร เพื่อที่จะให้เกิดความ ผิดพลาดน้อยที่สุดคือ การสวมชุดเนื้อผ้าอีตรูป เช่น ชุดว่ายน้ำ หรือชุดแอโรบิก จะเห็น รายละเอียด ของรูปร่างอย่างชัดเจน ซึ่งควรจะเป็นสี่เหลี่ยมเดียว ไม่ควรมีลวดลาย เพื่อจะได้ไม่เกิด ความไขว้เขวใน การลวงตา คนที่มีรูปร่างลักษณะตรง ไม่ค่อยมีสัดส่วนมากจะเป็นคนตัวผอมสูง สะโพกเล็ก แขน ไหล่ กว้าง หน้าอกเล็ก มีส่วนโค้งน้อย หรือคนที่มีรูปร่างไม่ผอมสูง แต่มีสะโพกแบน ไหล่ตั้ง ลักษณะลำตัว เป็นรูปเหลี่ยมทรงตั้งหรือทรงกว้าง ในที่นี้ยังไม่เน้นส่วนสูงหรือน้ำหนัก จะดูรูปร่าง ก้อน ส่วนมากรูป หน้าก็จะเป็นเหลี่ยมมุม จมูกยาว โหนกแก้มสูง คางเหลี่ยม คนที่มีลักษณะรูปร่างในแนวเส้นโค้ง มี สัดส่วน หรือไม่มีก็ลักษณะกลมแต่มีสัดส่วนเส้นรูปร่างจะปรากฏเป็นทรงกลม ทรงรี สะโพกผายออก เอวเล็ก ออกอิม ส่วนรูปหน้าจะมีลักษณะเป็นรูปไข่ กลม หัวใจ บางคนอาจจะมรูปร่างผสมเป็นลักษณะ ตรง แต่มีสัดส่วน พบได้ในคนที่มีรูปหน้าและรูปร่างที่ตรงกันข้ามกันคือ มีรูปหน้ากลม แต่รูปร่างตรง หรือไม่มีรูปร่างค่อนข้างกลมมีสัดส่วน แต่มีรูปหน้าเป็นแนวตรง แนวเหลี่ยม เป็นการผสมกันทำให้เกิด ความสมดุล ระหว่างเส้นตรงและเส้นโค้ง จึงอาจบางประเภทของรูปร่างของคนได้เป็น 3 ประเภท คือ รูปร่างตรง รูปร่างตรงแต่มีสัดส่วน และรูปร่างกลมแบบมีสัดส่วน

#### ลักษณะของเสื้อผ้ากับรูปร่าง

คนที่มีรูปร่างตรง เส้นสายในเสื้อผ้าส่วนมากจะเป็นรูปแบบที่มีเส้นตรง

คนที่มีรูปร่างกลมมีสัดส่วน รูปแบบของเสื้อผ้าจะเน้นความกลมแบบมีสัดส่วน เนื้อผ้าจะเบา ละเอียดยืดหรือมีความหนาปานกลาง เป็นผ้าที่มีน้ำหนัก ผิวของผ้ามีลักษณะขรุขระเล็กน้อย

คนที่มีรูปร่างตรงแต่มีสัดส่วน รูปแบบของเสื้อผ้าควรให้มีสัดส่วนประกอบที่มีเป็นเส้นตรงที่ กลมกลืนกับรายละเอียดที่มีความโค้งมน นุ่มนวล หรือเป็นการ ผสมผสานทั้งเส้นตรงและเส้นโค้งใน เสื้อผ้าชุดเดียวกันก็ได้ ไม่ว่าจะมรูปร่างลักษณะอย่างไร form ต่างๆ ที่ออกแบบในตัวเสื้อผ้าการใช้เส้น ต่างๆ ควรจะไปด้วยกันได้ แต่ถ้าคล้อยตามกันมากเกินไป ในเรื่องของ form ก็จะทำให้ดูไม่เหมาะสม เช่น คนที่มีรูปหน้าคางแหลม ถ้าใส่เสื้อคอแหลมก็จะยิ่งเน้นรูปหน้ามากเกินไป หรือคนที่ รูปหน้ากลม แบนถ้าใส่เสื้อคอกลมก็จะยิ่งเน้นใบหน้ามากเกินไป แต่ก็ไม่ควรจะออกแบบให้ตรงข้ามกันเลยทีเดียวจะ ดูขัดแย้งมากเกินไป ( รูปใบหน้า ) การออกแบบบางที่ไม่ใช่ดูแต่ที่ลักษณะรูปร่างอย่างเดียวควรดู ลักษณะบุคลิกของผู้สวมใส่ด้วย การใส่เสื้อผ้าที่ขัดกับบุคลิกอาจจะทำให้คนๆ นั้นขาดความมั่นใจได้ ลักษณะของบุคลิกของผู้หญิงจะมีอยู่ 2 อย่าง คือ

1. yang เป็นลักษณะบุคลิกที่จะออกไปทางผู้ชายนิดๆ ไม่ใช่อยากจะเป็นผู้ชายแต่ชอบแต่งตัว แบบที่จะออกไปทางผู้ชายนิดๆ ไม่ใช่รูปแบบที่เรียบบร้อยหรือหวาน ๆ เหมือนผู้หญิง หัวไป

2. yin เป็นลักษณะบุคลิกที่จะเป็นผู้หญิงจริงๆ ชอบแต่งกายรูปแบบที่เรียบริ้ว หวาน ๆ เป็นผู้หญิง

2.10 เส้นกรอบนอก (Silhouettes) เป็นสิ่งสำคัญพื้นฐานของการออกแบบเสื้อผ้า สิ่งหนึ่งที่แสดงลักษณะรูปร่างของเสื้อผ้าให้ผู้สวมใส่ เส้นกรอบนอกเกิดจากนำเอารูปทรงหรือรูปร่างบวกกับเส้นที่ทำให้เกิดเป็นรูปทรง เป็นเส้นกรอบของลักษณะรูปทรงของเสื้อผ้าขึ้นมา ซึ่งลักษณะโครงร่างของรูปทรงเสื้อผ้าจะเป็นสิ่งที่เรามองเห็นได้เป็นอันดับแรกจากการสังเกต จากการที่มองเห็นในระยะของช่วงสายตาที่รูปทรงนั้นเกิดการ Contrasted กับ background จะมองเห็นเส้นกรอบนอกของรูปทรงเสื้อผ้าได้ชัดเจนหรือเวลาที่เรายืนในที่ที่มีแสงสว่างจะมีเงาของรูปร่าง และเสื้อผ้าปรากฏออกมากับผนังหรือพื้นนั้นคือเส้นกรอบนอก เป็นรูปทรงของเสื้อผ้าและรูปร่าง เช่น รูปทรงของแขน เสื้อ กางเกง กระโปรง

เส้นกรอบนอกหรือรูปทรงของเสื้อผ้าจะทำให้เสื้อผ้านั้นแสดงความเป็นแฟชั่นชั้นนำในขณะเดียวกันก็สามารถจะเป็นตัวกำหนดทางการขายได้ นักออกแบบได้ศึกษาลักษณะของรูปทรงของเครื่องแต่งกายจากประวัติศาสตร์และมีการพัฒนาการมาจนถึงปัจจุบันนี้ ก็สามารถสรุปได้ว่า เส้นกรอบนอกหรือลักษณะรูปทรงของเสื้อผ้าจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

## 2. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับศิลปะกับการออกแบบ

### 2.1 การใช้ศิลปะในการออกแบบเสื้อผ้า

การออกแบบหรือ “ดีไซน์” (design) เชื่อว่าหลายคนมักจะใช้คำนี้พ้องติดมากับคำว่า ศิลปะ หรือ “อาร์ต” (art) รวมกันเป็นคำว่า Art & Design ซึ่งส่วนนี้อาจเป็นเพราะเราเห็นและได้ยินคำสองคำนี้อยู่ด้วยกันตลอดเวลา ไม่ว่าจะจากชื่อสถาบันสอนศิลปะและการออกแบบ (Art & Design School) หลายๆ แห่ง หรือจากสื่อต่างๆ ที่แวดล้อมรอบตัวเรา ทั้งที่ความจริงแล้ว “ศิลปะกับการออกแบบ” แม้จะเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกันอยู่ แต่ก็ใช้ว่าจะเป็นเรื่องเดียวกันเสียเมื่อไรจะเรียกว่าเป็น “คนละเรื่องเดียวกัน” ก็ไม่น่าจะผิดนัก

การออกแบบเกิดขึ้นเพื่อมุ่งป้องกันและแก้ไขปัญหาของสิ่งต่างๆ ก่อนที่จะลงมือปฏิบัติการ ดังนั้น การออกแบบจึงกินความหมายครอบคลุมทุกสิ่งทุกอย่าง ทุกสาขาวิชาที่ต้องการการวางแผนเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในชีวิตคนเรา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ การออกแบบอาคาร บ้านเรือน ผังเมือง ถนนหนทาง เพื่อการอยู่อาศัยที่ถูกลักษณะ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิต การออกแบบเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ช่วยประหยัดพลังงาน การออกแบบหลักสูตรวิชาภาษาอังกฤษเพื่อให้เรียนรู้ครบทุกทักษะ การออกแบบแผนการทำธุรกิจเพื่อทำกำไรสูงสุด ลดความเสี่ยงให้เหลือน้อยที่สุด การออกแบบเวทีละครเพื่อให้เกิดความสวยงามและใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การออกแบบเว็บไซต์ เพื่อให้ใช้งานง่าย เข้าใจง่าย

ฯลฯ อย่างไรก็ตาม หากจะบอกว่าการออกแบบทั้งหมดที่กล่าวมานั้น เป็นศิลปะการใช้ชีวิตและเป็นศิลปะในการจัดการกับปัญหาในชีวิตอย่างหนึ่งก็คงไม่ผิด แต่นั่นไม่ใช่ประเด็น ประเด็นอยู่ตรงที่ว่า ถ้าหากเราเอาการออกแบบไปผูกติดอยู่กับศิลปะ การรับรู้ของเรา จะถูกตีกรอบจำกัดอยู่ในความหมายของทัศนศิลป์ (visual art) อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และตรงนี้เองที่ทำให้หลายคนเลิกคิด มองข้าม ละความสนใจ หรือแม้กระทั่งเพิกเฉยต่อการคิดริเริ่มออกแบบ เพราะคิดไปว่า การออกแบบเป็นของที่กินไม่ได้ ไม่เกี่ยวข้องกับปากท้อง ชีวิต และการทำมาหากินโดยตรง ซึ่งเป็นความเข้าใจที่ผิดมหันต์ในทุกวันนี้



ภาพที่ 26 แสดงภาพตัวอย่างการใช้ศิลปะในการออกแบบเสื้อผ้า

ที่มา: <http://www.valentino.com>

ด้วยผลงานการออกแบบผืนผ้าที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งไม่เพียงแต่การใช้จินตนาการสร้างสรรค์ ผลงานที่สวยงามเท่านั้น แต่ยังสามารถนำไปสู่การพัฒนารูปแบบในเชิงพาณิชย์ต่อไปได้ หลายคนเข้าใจว่า การเรียนสาขาแฟชั่น จะต้องอยู่แต่กับการออกแบบเสื้อผ้าเท่านั้น แต่เราสามารถทำงานได้หลากหลาย และมีความชื่นชอบงานผ้า ทั้งในด้านของเทคนิค ในการออกแบบลวดลายบนผ้า รวมถึงการทำแพตเทิร์นผ้า

การออกแบบเครื่องใช้ที่ทำด้วยผ้าที่นิยมใช้ในชีวิตประจำวัน ควรคำนึงถึงหลักการเพื่อความคุ้มค่าของงาน ดังนี้

1. คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย สำหรับเครื่องที่ทำด้วยผ้า ถ้าเรารู้จักออกแบบให้สามารถใช้ประโยชน์ได้หลายอย่างก็จะทำให้คุ้มค่าต่อการ ใช้งาน เช่น กระเป๋าสองกระเปาะ สามารถออกแบบ โดยใช้เป็นหมวกกันแดดได้ด้วย เป็นต้น

2. คำนึงถึงความสวยงามโดยให้มีสีสัน ลักษณะมองดูแล้วสะอาด สวยงาม น่าใช้ เช่น ผ้าเช็ดมือสำหรับแขวนในห้องน้ำ ควรเป็นผ้าสีอ่อนสะอาดตา เช่น สีขาว สีชมพู สีฟ้า เป็นต้น

3. คำนึงถึงการดูแลรักษา หรือการทำความสะอาด สำหรับเครื่องใช้ประเภทผ้าที่เปื้อนง่าย ต้องทำความสะอาดบ่อยหรือทุกครั้งหลังจากการใช้งาน ควรออกแบบให้เป็นแบบเรียบ และเลือกใช้ผ้าที่ทนทานต่อการซักรีด เช่น ผ้าลินิน เป็นต้น

ในการออกแบบเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เพื่อให้เกิดความสวยงามเหมาะสมและคุ้มค่า สามารถหาเบาะเดยยาวนาน ผู้ออกแบบควรคำนึงถึงความสวยงามเหมาะสม เสื้อผ้าบางแบบอยู่ในสมยนิยมแต่ไม่เหมาะกับบุคลิกของผู้สวมใส่บางคน ทั้งนี้ ผู้ออกแบบเสื้อผ้าจึงควรมีความรู้ความเข้าใจเพื่อนำหลักการไปใช้ในการออกแบบ ให้เหมาะสม ช่วยอำพรางส่วนที่พกพร่อง และช่วยเสริมจุดเด่นให้มีบุคลลลักษณะที่ดียิ่งขึ้น

## 2.2 กระแสนิยมที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของเด็กตามผู้ใหญ่

ปัจจุบันของสังคมไทยนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม ความคิดและวิถีชีวิตที่แตกต่างจากเดิม จากผลของบริวารและสภาพแวดล้อมและด้วยที่เทคโนโลยีที่พัฒนาขยายอย่างรวดเร็ว ด้วยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้นก้าวเข้าสู่ความทันสมัย นอกจากจะนำไปสู่สภาพของสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปแล้วก็คือ เรื่องค่านิยมที่ผสมผสานและได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมตะวันตก ประกอบกับระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมเสรี และสภาวะของโลกาภิวัตน์ ที่ได้นำไปสู่กระแสของการบริโภคนิยม ที่ทำให้คนในสังคมแบบสมัยใหม่มีความหิวโหยในเรื่องของวัตถุ เงินทองและสิ่งต่างๆ อันเกิดจากค่านิยมเสรี และการเปิดรับวัฒนธรรมตะวันตกที่ทำให้คนในสังคมมีความปรารถนาและความต้องการในเรื่องของสิทธิและเสรีภาพของทรัพย์สิน ร่างกายและชีวิตมากขึ้น และสิ่งเหล่านี้เองก็ได้นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของและพฤติกรรมทางสังคมของคนไทย โดยเฉพาะคนไทยรุ่นใหม่ที่ได้เติบโตขึ้นมาในช่วงยุคของโลกาภิวัตน์หรือยุคสมัยใหม่ และได้รับอิทธิพลกระแสของวัฒนธรรมตะวันตก การบริโภคนิยม ผ่านสภาพแวดล้อมทางสังคม ลักษณะของครอบครัวที่เปลี่ยนไปจากอดีต รวมทั้งอิทธิพลจากสื่อและเทคโนโลยี สารสนเทศสมัยใหม่ ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของคนยุคใหม่หรือวัยรุ่น ทำให้พฤติกรรมบางประการของคนยุคใหม่หรือวัยรุ่นยุคใหม่ในสังคมไทยไม่ได้เป็นไปตามแนวทางของคุณค่าและจริยธรรมที่สังคมเดิมของตนกำหนดค่านิยมได้เปลี่ยนไป ตามกระแสของการบริโภคนิยม และสังคมในยุคสมัยโลกาภิวัตน์ส่งผลให้สภาพสังคมไทยได้เปลี่ยนไปจากเดิมมาทำอะไรเป็นตัวกระตุกที่ทำให้วัยรุ่นตอนปลายเริ่มหันมาแต่งตัวดูไม่เหมาะสม ไม่ใช่เพียงแค่ค่านิยม

เท่านั้นกระแสดจากอิทธิพลของกลุ่มวัยรุ่นด้วยกันเอง สิ่งที่มาคือค่าใช้จ่ายที่พุ่งเพี้ยนนั้นตามมาด้วย และเมื่อกลุ่มวัยรุ่นเริ่มการสนใจกับการแต่งตัวนั้นแล้ว ยังส่งผลร้ายอื่นๆตามมาไม่ใช่แค่ไม่เหมาะสม เท่านั้นพลอยเสียอนาคตไปด้วย ตัวอย่างเช่น เด็กนักศึกษาปี 1 มหาลัยชื่อดัง ออกเที่ยวกลางคืน เนื่องจากการแต่งกายที่ล่อแหลมแล้วยังทำให้เกิดอาชญากรรมได้อีกด้วย ผลกระทบที่เกิดจากปัญหา การแต่งกายไม่เหมาะสมของนักศึกษาแพชชั่น ชุดนักศึกษายุคใหม่ที่เน้นตามกระแสแฟชั่นได้รับความนิยมสูง ขายดีทั้งชุดของผู้ชายและผู้หญิงเพราะราคาถูก ดูทันสมัย แต่ความจริงแล้วการแต่งกายเสื้อผ้า เล็กเกินไป นอกจากจะดูไม่งามแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อสุขภาพอีกด้วยปัญหาอาชญากรรม การถูกล่วง ละเมิดทางเพศ การข่มขืน การถูกล่อลวงไปกระทำอนาจารส่งผลต่อวัฒนธรรมการแต่งกายที่ติงามของ นักศึกษา ที่เป็นปัญหาชนกลั้ถูกมองในด้านลบเสื่อมเสียไปถึงสถาบันที่ศึกษาเป็นการตามกระแสนิยม ที่ผิดๆ เป็นกระแสนิยมที่ทำให้เกิดการเลียนแบบการแต่งกายของเด็กตามผู้ใหญ่ ทำให้สิ้นเปลืองเงิน ของผู้ปกครองโดยใช้เหตุและยังเป็นการปลุกฝังค่านิยมแก่คนรุ่นหลังที่ผิดๆ

### 2.3 ขั้นตอนการสร้างแบบตัดเสื้อผ้าสำเร็จรูป

แพทเทิร์น (PATTERN) หมายถึง แบบแผน หรือ แม่แบบ และแบบตัดเสื้อผ้า สามารถจำแนก เป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 2 ประเภท คือ

2.3.1 แพทเทิร์นสำหรับตัดเสื้อผ้าเฉพาะบุคคล หรือ ราย บุคคล เป็นการสร้างแบบตัดตาม ขนาดตัวที่วัดได้จากเฉพาะคน มีข้อดีที่เสื้อผ้าที่ได้จะพอดีกับบุคคลนั้นๆ เพราะเป็นการถอดแบบ จาก สรีระ ทั้งส่วนดีส่วนด้อยจากบุคคลนั้นๆ อาจมีการปรับแก้ส่วน ด้อยได้บ้างแต่จะเป็นไปตามข้อจำกัด แพทเทิร์น

2.3.2 แพทเทิร์นสำหรับตัดเสื้อผ้าสำเร็จรูป หรือ แพทเทิร์น อุตสาหกรรม เป็นการสร้างแบบ ตัดเพื่อตัดเย็บเสื้อผ้าจำหน่าย ใช้ ขนาดตาม Spec Size เสื้อผ้ามาตรฐาน ผู้สร้างแบบตัดต้องคำนึง ถึง ความเป็นไปได้ในเชิงกร ะณี ะ พรม ุ่ ยั ก ที่ ย เจ ลี ด ชั น แล ะ ม เ ร ม ู เ น ย ง เ ล ย ใ พ้ ึ่ง ส ี ด ั ก ฎ ก ะ ร์ ก ะ พ ิ จ าร ณา ช ัด เจ น ( ใ ม ใ ช้ ค าค ู เ ด าก าก ปร ะ ส ะ ก าร ณ์ )

แพทเทิร์นอุตสาหกรรม หมายถึง แม่แบบสำหรับตัดเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งมักนิยมนำไปตัดเย็บ แบบละหลาย ตัว หรืออาจมีแบบละหลายไซส์ (XS, S, M, L, XL) หรือเอา ไปตัดเย็บเพียงตัวเดียว ก็ได้ หลายคน อาจเข้าใจว่าแพทเทิร์นอุตสาหกรรมใช้ทำเสื้อผ้าแบบ หยาบๆ หรือเป็นงานเกรดไม่ดี ใน ความเป็นจริงด้วยวิธี การสร้างแพทเทิร์นอุตสาหกรรมที่ถูกต้อง สามารถ ทำได้ตั้งแต่ชุดเสื้อผ้าง่ายๆ จนถึงเสื้อผ้าชั้นสูง เพียงแต่ หลักการของแพทเทิร์นอุตสาหกรรมเป็นไปในทางธุรกิจ มากกว่างานฝีมือ ดังนั้นในการสร้างแบบจึงจำเป็นต้อง มีความแม่นยำสูง

### 2.3.3 ขั้นตอนการสร้างแบบตัดมีลำดับมาตรฐาน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1. การสร้างเค้าโครงรูปทรงตาม Design และ Spec Size เป็นขั้นตอนที่กำหนดโครงสร้างรูปทรงทั้งหมด มีข้อ บังคับสำคัญที่ต้องได้รูปทรงมาตรฐาน ซึ่งในการทำงานจริงหากรูปทรงมาตรฐานไม่ผ่าน แพทเทิร์นชุดนั้นจะต้องแก้ไขหรือถูกยกเลิก ไม่ใช่

ขั้นตอนที่ 2. การทำ Pattern Fitting ตามกฎของสรีระฯเป็นขั้นตอนที่ปรับแพทเทิร์นให้สอดคล้องกับเนื้อผ้าและ ร่างกายผู้สวมใส่ ถือเป็นขั้นตอนสำคัญ ที่ทำให้แพทเทิร์นสามารถนำไปทำเสื้อผ้าสวมใส่ได้จริง ในกรณีของเสื้อผ้าสำเร็จรูป ไขกฏของ สรีระฯเข้ามาช่วยในการปรับแพทเทิร์น

ขั้นตอนที่ 3. การกำหนด Cutting หรือ การกำหนดการ แยกแบบ เป็นการกำหนดชิ้นส่วนต่างๆ ตามรูปแบบ Design เพื่อ แยกออกเป็นชิ้นส่วนในรูปแบบ Design แปะชิ้น ชิ้นส่วนบางชิ้นจะนำไปทำขั้นตอนพิเศษ เช่น ระบายย้วย รูด จับจีบ ฯลฯ ซึ่งนับอยู่ใน ขั้นตอนนี้เช่นเดียวกัน ซึ่งทางสถาบันสอนเทคนิคการแยกแบบ ตั้งแต่พื้นฐานจนถึงขั้นประยุกต์เทคนิค และเป็นวิธีการแยกแบบที่พัฒนาขึ้นใหม่เพื่อให้ทำได้ง่ายและสามารถใช้กับโปรแกรมสร้าง แพทเทิร์นได้ดี

ขั้นตอนที่ 4. การกำหนดการเย็บ เป็นขั้นตอนที่เผื่อเนื้อผ้าเพื่อใช้เย็บประกอบชิ้นส่วน มีหลักสำคัญบางประการที่ต้องอ้างอิงกับมาตรฐานการใช้เครื่องจักร ซึ่งผู้เรียนไม่จำเป็นต้องเย็บผ้าเป็น แต่ต้องเข้าใจการใช้งาน เครื่องจักรเย็บผ้าอย่างถูกต้องโดยทั้งหมดนี้เป็นกระบวนการสร้าง แพทเทิร์นแม่แบบ เพื่อนำไปขึ้นตัวอย่างและขยายไซส์ต่อไป โดยในปัจจุบันศูนย์อบรมแพทเทิร์นอุตสาหกรรม แพทเทิร์น ไอที เป็นสถาบันแห่งเดียวที่วิจัยและพัฒนาวิธีการสร้าง แพทเทิร์นสำหรับงานเสื้อผ้าสำเร็จรูป หรือแพทเทิร์นอุตสาหกรรม รวมถึงองค์ความรู้เชิงเทคนิคงานเสื้อผ้า เช่น วิธีการการทำงาน / ทักษะฝีมือช่างในแต่ละแผนกงาน กระบวนการทำงานแบบแยกแผนกกระบวนการทำงานทั้งระบบ เป็นต้น ทั้งในระดับตลาดล่าง และ แปรนด์ชั้นสูง เพื่อจัดระบบให้ความรู้เหล่านี้มีหลักเกณฑ์ถูก ต้องสอดคล้องต่อการนำไปใช้ ส่งเสริมให้ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปใน เมืองไทยสามารถแข่งขันในระดับสากล

## 3. ข้อมูลเกี่ยวกับสไตล์มอดส์

### 3.1 ประวัติความเป็นมาเครื่องแต่งกาย

ประวัติ ยุคแบบ แฟชั่นเสื้อผ้าโลก ( World Fashion History ) การเข้าใจยุค ประวัติ หรือ วัฒนธรรมแฟชั่น ในแต่ละช่วงของโลก แม้เพียงเล็กน้อย จะทำให้เรา ดูงานแฟชั่นได้ สนุกและรู้เรื่อง มาก ยิ่งขึ้นแล้วยังทราบ ว่า ดีไซน์เนอร์แต่ละคนหัวใหม่ หรือเก่าอย่างไร คล้ายการอ่านหนังสือพิมพ์ พวก ธุรกิจรู้เรื่องเพราะเข้าใจ เรื่องการเงิน การตลาดจากการได้เรียน MBA การเริ่มศึกษา ยุคแฟชั่นเริ่มต้น



หากเริ่มจากศาสตร์ ภาษาอังกฤษ เช่น การหัตถศิลป์ง่ายๆ กันก่อนเช่น เริ่มต้นง่ายๆ จาก แฟชั่นสไตล์  
เมโสโปเตเมีย ที่มีกันช่วง ประมาณ 3,500 ปีก่อน ค.ศ. คุณก็ต้องเริ่มจาก การหัตถ์ภาษา และเข้าใจ  
ประวัติ ความเป็นอยู่ ชีวิตทั่วไปให้ได้ว่า ซากหลักฐานต่างๆ ที่หลงเหลือ ตลอดจนเชื่อถือได้ ว่าแฟชั่น  
ยุคนี้เป็น อย่างไร รูปทรง ”



ไอ้ เต็มทน

ภาพที่ 27 แสดงภาพตัวอย่างประวัติความเป็นมาเครื่องแต่งกาย

ที่มา: <http://www.valentino.com>

ยุคของแฟชั่นเสื้อผ้า นับถอยหลัง ลงไปสัก 100 ปี มีอิทธิพล กับการเปลี่ยนแปลง ทางแฟชั่น  
และงานเสื้อผ้า ไม่ว่าจะ ชุดเดรส ชุดราตรี ชุดลำลอง ในช่วงนั้น มันมีรูปแบบ คือ

ประวัติยุค 1900-1910 แฟชั่นเสื้อผ้า ยุค Art Nouveau ผลงานต่างๆได้แก่ ดีไซเนอร์ Paul  
Poiret, Jean Paquin, Mariano Fortuny.



ภาพที่ 28 แสดงภาพตัวอย่างประวัติยุค 1900-1910 แฟชั่นเสื้อผ้า ยุค Art Nouveau

ที่มา: <http://www.valentino.com>

ประวัติศาสตร์ 1910-1920 แฟชั่นเสื้อผ้า ยุคเริ่มถูกกล่าวถึง Art Deco กำลังคืบคลานเข้ามา แทนแฟชั่นในแบบเก่าๆ มีดีไซน์เนอร์ดังๆ ได้แก่ Coco Chanel ที่เคยเขียนประวัติเอาไว้ บางส่วน, Paquin, Lanvin, Jacques Doucet และ Leon Bakst



ภาพที่ 29 แสดงภาพตัวอย่างประกอบประวัติศาสตร์ 1910-1920

ที่มา: <http://www.valentino.com>

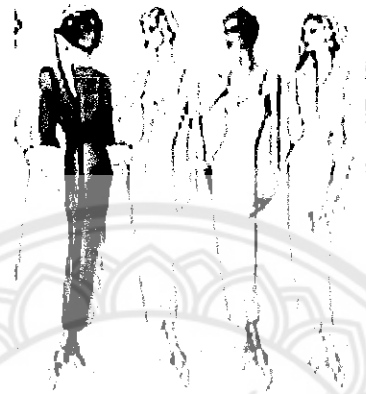
แฟชั่นเสื้อผ้า ช่วงปี 1920-1930 เป็นช่วงของการฟักตัว ของการเป็น Art Deco ยังมี designer ดังๆเกิดมากมาย ในยุคนี้ได้แก่ Coco Chanel , Madeleine Vionnet, Lanvin, Edward Molyneux, Erte , Sonia Delauney และ Jean Patou



ภาพที่ 30 แสดงภาพตัวอย่างแฟชั่นเสื้อผ้า ช่วงปี 1920-1930

ที่มา: <http://www.valentino.com>

แฟชั่นในช่วง 1930-1940 เริ่มยุคของ Ready-To-Wear ( RTW ) โดยมีหัวหน้าจากปารีส  
เป็น Coco Chanel และ Elsa Schiaparelli



ภาพที่ 31 แสดงภาพตัวอย่างแฟชั่นในช่วง 1930-1940

ที่มา: <http://www.valentino.com>

ประวัติศาสตร์ 1940-1950 ช่วงนี้ Art Deco เริ่มล้าสมัยไปแล้ว ด้วยอิทธิพลด้วยการ ลบล้างของ  
เหล่า นักออกแบบคนดัง อย่าง Christian Dior , Christobal Balensiaga, Lucien Lelong,  
Jacques Fath และ Pierre Balman คนดังๆเกิดมาก ในช่วงนี้แหละ



ภาพที่ 32 แสดงภาพตัวอย่างประวัติศาสตร์ 1940-1950

ที่มา: <http://www.valentino.com>

ประวัติศาสตร์ 1950-1960 ช่วงที่ Neo Realism เข้ามามีบทบาท กับกระแสแฟชั่น RTW เริ่มเผยแพร่ และหลายๆสำนักทำกัน ดีไซน์เนอร์คนดัง ที่มีผลงานใน ช่วงนี้ก็เป็ น นักออกแบบหน้าเก่า และใหม่ ผสมกัน ได้แก่ Christian Dior, Jack Patu, Emilio Pucci และ Pierre Balman



ภาพที่ 33 แสดงภาพตัวอย่างประวัติศาสตร์ 1950-1960

ที่มา: <http://www.valentino.com>

ประวัติศาสตร์ 1960-1970 กระแสของเพลงร็อก แฟชั่นข้างถนน วัฒนธรรม การแต่งกาย วัยรุ่น เข้ามามีบทบาทมากขึ้น กับ กระบวนการในการออกแบบ เสื้อผ้า ซึ่ง คนดังต่างๆ ได้แก่ Yves Saint Laurent ( YSL ) คนโปรด baby-bride หรืออย่าง Paco Rabanne, Ted Lapidus, Mary Quant, Andr Courrges , Pierre Cardin และ Emanuel Ungaro



ภาพที่ 34 แสดงภาพตัวอย่างประวัติศาสตร์ 1960-1970

ที่มา: <http://www.valentino.com>

ประวัติศาสตร์แฟชั่น 1970-1980 แฟชั่นย้อนไปเมื่อ 20 ปีก่อน ที่มีชื่อเสียง มากๆ และมีอิทธิพลกับ เทรนด์ของ แฟชั่นเสื้อผ้า ได้แก่จากฝรั่งเศส ก็เช่น Yves Saint Laurent ( YSL ) และ Kenzo ที่ย้ายมาจาก ญี่ปุ่น ตอน ปี 1964.ของอังกฤษ ก็มีเคยก้าวไปเช่น Vivienne Westwoodทางพีเบ็มสหรัฐ ก็ ได้แก่ Calvin Klein อิตาลี ก็ต้องพูดถึง ลุง Valentino, Armani , Versace Ready to were แบบต์เนมต่างๆ ก็ได้แก่ Gap และ Benetton ที่เกิดเมื่อปี1965



ภาพที่ 35 แสดงภาพตัวอย่างประวัติศาสตร์ 1970-1980

ที่มา: <http://www.valentino.com>

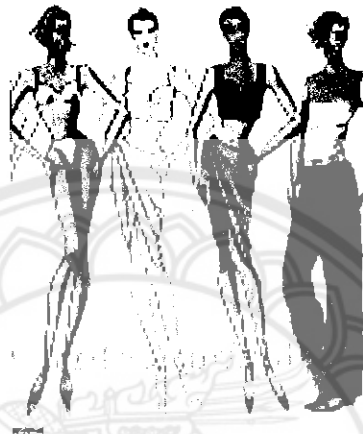
ประวัติศาสตร์แฟชั่นโลก ยุค 1980-1990 โอ้ยเมื่อไม่นานมานี้คุณปู่ Karl Lagerfeld ของ Chanel Thierry Mugler, Claude Montana , Alaia และ Christian Lacroixจากค่ายญี่ปุ่นก็เช่น Ray Kawakoobo, Issey Miyake และ Yohji Yamamoto จากลอนดอนก็ Vivienne Westwood established her priority in development of new inspired by alternative fashion Ready to were เสื้อผ้าแบบต์ต่างๆก็ได้แก่ Benetton, Gap



ภาพที่ 36 แสดงภาพตัวอย่างประวัติศาสตร์แฟชั่นโลก ยุค 1980-1990

ที่มา: <http://www.valentino.com>

ประวัติแฟชั่นปี 1990-2000 ช่วงนี้ก็เป็นช่วงที่ เราเห็นๆกันอยู่แหละ มากมาย นักออกแบบ เสียเหลือเกิน เช่นไม่ว่า John Galliano จากห้องเสื้อ Dior อีกจะ Marc Jacob ของหลุยส์วิตตอง คุณ Tom Ford จาก Gucci หรือ Hussein Chalayan และ Alexander McQueen มีไม่น้อยกว่าดาราทองไทย แน่นนอน



ภาพที่ 36 แสดงภาพตัวอย่างประวัติแฟชั่นปี 1990-2000

ที่มา: <http://www.valentino.com>

ประวัติแฟชั่นเสื้อผ้า

แฟชั่น เป็นคำที่มาจากภาษาอังกฤษว่า fashion ราชบัณฑิตยสถานได้ให้ความหมายของคำนี้ว่า “สมัยนิยมหรือวิธีการที่นิยมกันทั่วไปชั่วระยะเวลาหนึ่ง” เป็นการยอมรับจนเกิดเป็นค่านิยม มีกระบวนการเกิดภาษาใหม่ ซึ่งเป็นช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ซึ่งแตกต่างจากคำว่า “วิวัฒนาการ” ที่ทฤษฎีของ ชาร์ลส์ ดาร์วินระบุไว้ว่าวิวัฒนาการ คือ การเปลี่ยนแปลงที่ต้องใช้เวลายาวนานและสามารถถ่ายทอดสิ่งนั้นไปสู่ลูกหลานได้ โดยมากแล้วคำว่าแฟชั่น มักมีความหมายเกี่ยวกับการแต่งตัว

ประวัติ

เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มเป็น 1 ในปัจจัย 4 ที่มนุษย์ต้องการในการดำรงชีวิตเพื่อปกปิดร่างกายและให้ความอบอุ่น ความเจริญของมนุษย์ทำให้เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย เสื้อผ้ายังบ่งบอกถึงลักษณะของผู้สวมใส่ได้ด้วย เช่น ฐานะ, เชื้อชาติ, ฯลฯ การพัฒนาของแฟชั่นในแต่ละยุคสมัยแตกต่างกันมาก ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆอย่าง เช่น การเมือง, เศรษฐกิจ, ภูมิอากาศ, ฯลฯ ในศตวรรษที่ 20 แฟชั่นโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดเจน โดยเฉพาะปี ค.ศ. 1920 – 1930 หรือเรียกว่ายุค แฟลปเปอร์ (Flapper) ผู้หญิงสวมกระโปรงสั้นเป็นครั้งแรก และหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ผู้หญิงต้องออกจากบ้านเพื่อทำงานหาเลี้ยงชีพ ดังนั้นเสื้อผ้าที่สวมใส่ย่อมเปลี่ยนไปเพื่อเอื้อประโยชน์ในผู้สวมใส่มากขึ้น กางเกงจึงเป็นที่นิยม ตั้งแต่ยุคแฟลปเปอร์เป็นต้นมา

แฟชั่นของโลกได้ก้าวเข้าสู่ความเป็นสากล เพราะการติดต่อสื่อสารของโลกตะวันตกและตะวันออก เป็นได้เปิดกว้างมากขึ้น มีการไปมาหาสู่กัน แฟชั่นของโลกตะวันตกจึงเข้ามามีบทบาทกับโลก ตะวันออก เช่น คนไทยรณรงค์ให้สวมหมวก หรือ ผู้หญิงไทยเลิกสวมโจงกะเบน เพื่อความเป็น สากล ลักษณะหรือแบบแผนของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของแต่ละยุคสมัย เรียกว่า สไตล์ (Style) แต่ละคนมีสไตล์การแต่งตัวไม่เหมือนกัน เช่น บางคนชอบแต่งตัวสไตล์ พังก์ (Punk) หรือเด็กสาวๆชอบ สไตล์เซ็กซี่ ที่ฝรั่งเรียกว่า ราซี (Racy or Provocative) ส่วนคำว่า เทรนด์ (Trend) คือ แฟชั่นล่าสุด ที่ กำลังเป็นที่นิยม สไตล์การแต่งตัวสามารถจำแนกได้เป็นประเภทนับไม่ถ้วน ต่อไปนี้เป็นสไตล์เด่นๆ หลักๆ ที่เป็นที่ยอมรับในอดีตจนปัจจุบัน บางสไตล์ถือว่าล้าสมัยไปแล้วในปัจจุบัน บางสไตล์ถือว่าเป็น คลาสสิก เพราะแต่งเมื่อไร ก็ไม่ถูกมองว่าเชยหรือตกรุ่น อย่างไรก็ตามยังมีบางสไตล์ที่เคยล้าสมัยไป แล้วอาจเวียนกลับมาเทรนด์อีกครั้ง

Western / Cowboy or Cowgirl คาวบอย / ตะวันตก

Punk พังก์

Preppie เพรปปี

Futuristic อวกาศ / อนาคต

Hippie ฮิปปี

Mod ม็อด

Flapper แฟลปเปอร์

Disco ดิสโก้

New Wave นิวเวฟ

Goth / Gothic โกธิค

Equestrian / Fox Hunting / Jockey จ็อคกี้ / พวกนิยมขี่ม้า

Biker นักขี่ / เด็กแว้น (ของฝรั่ง)

Boho-Chic / Boho-Hippie โบโฮ

โลลิตา สาวน้อยใสๆ สไตล์ญี่ปุ่น

Eveningwear / Black Tie ชุดราตรี

Hipster / Indie อินดี้

Hip Hop ฮิปฮอป

Fashion's World เมื่อการตลาดเปลี่ยนโลกแฟชั่น ภาพการเรียงอย่างของนางแบบ นายแบบ บนแคทวอล์ค มักทำให้คนจินตนาการไปถึงการเดินแฟชั่นโชว์ของห้องเสื้อ หรือดีไซเนอร์ชั้นนำ และ บ่อยครั้งที่ความคิดสร้างสรรค์ ความหรูหรา เสน่ห์ และลีลาของแฟชั่นได้กลายเป็นองค์ประกอบสำคัญ ที่ผลักดันให้เราเสียเงินเพื่อซื้อหาเสื้อผ้าอาภรณ์ หิ้งๆ ที่ไม่ได้มีความจำเป็น ต้องใช้มันจริงๆ แม้ธุรกิจ

แฟชั่นจะสร้างมูลค่าจนสามารถผลิดอกออกผลได้อย่างมหาศาล แต่ถ้าจะทำความเข้าใจอุตสาหกรรมแฟชั่น กันให้ลึกซึ้งจริงๆ คงไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะหยั่งถึงได้ในเวลาสั้นๆ เพราะเสื้อผ้าเมื่อผลิตเสร็จออกจาก โรงงาน มันก็เป็น เพียงสิ่งที่มีไว้เพื่อสวมใส่เท่านั้น แต่ทันทีที่นักการตลาดเอื้อมมือไปจับต้องเสื้อผ้าธรรมดา มันก็จะกลายเป็น "แฟชั่น" ทันที

ทุกวันนี้ หลายคนอาจมองอุตสาหกรรม "แฟชั่น" ว่าไม่ใช่เรื่องของความต้องการพื้นฐาน (หรือปัจจัยสี่) โดยตรงที่ เดียวนัก แต่มันก็เป็นธุรกิจที่มีมูลค่ามหาศาล ประมาณได้ว่าเงินที่ถูกใช้ไปเพื่อเสื้อผ้า-รองเท้าทั่วโลกตกอยู่ที่ประมาณ 1 ล้านล้านดอลลาร์ต่อปี Mintel บริษัทวิจัยระดับโลกประมาณการว่าในปี 2008 ตลาดสินค้าระดับหรูของโลก จะมีมูลค่าประมาณ 1 แสนล้าน ดอลลาร์ ทั้งนี้สินค้าประเภทแฟชั่นและเครื่องหนังจะครองส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุด อยู่ที่ประมาณ 42% ของยอดขาย ขณะที่น้ำหอมและเครื่องสำอาง ซึ่งมักจะขายโดยอาศัยชื่อแฟชั่นดีไซเนอร์ จะครองส่วนแบ่งตลาดประมาณ 37% นาฬิกาและเครื่องประดับจะครองส่วนแบ่งที่เหลือ อุตสาหกรรมขนาดใหญ่มหาศาลนี้ ถูกขับเคลื่อนด้วยเทคนิคทางการตลาดและการสร้างแบรนด์ที่ซับซ้อน จึงนับเป็น เรื่องคุ้มค่ากับการเข้าไปตรวจสอบดูว่าอุตสาหกรรมนี้มันมีกลไกขับเคลื่อนอย่างไร หลายคนมองว่า เสื้อผ้าและเครื่องประดับคือภาพสะท้อนตัวตนของผู้คนในสังคม "เรารู้สึกกับตัวเราอย่างไร" "ปรารถนาให้คนอื่นมีพฤติกรรมต่อเราอย่างไร" แฟชั่นสามารถสื่อสารความต้องการนั้นออกมาได้

What's Fashion? เป็นเรื่องไม่ง่ายเลยที่เราจะให้คำจำกัดความของคำว่า "แฟชั่น" เพราะคำๆ นี้มีความหมายกว้างไกลเกินกว่าจะจำกัด ความได้ในตัวของมันเอง คุณภาพ อิงคะวัต แห่งแบรนด์เกรย์ฮาร์ด มองว่าแฟชั่นคือ "เทรนด์" "แฟชั่น คือ กระแสนิยมที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและยุคสมัย ซึ่งมันอาจเกิดขึ้นมาจากกระแสสังคม การกิน การอยู่ การใช้คำพูด เสื้อผ้า เพียงแต่คนทั่วไปมักเอาคำว่าแฟชั่นมารวมกับเสื้อผ้ากันเยอะ แต่จริงๆ แล้วแฟชั่นมันก็คือเทรนด์นั่นเอง" "แฟชั่นไม่ได้มีความหมายเดียวตายตัว แต่จะแตกต่างกันไปสำหรับคนแต่ละกลุ่ม แต่ละช่วงเวลา แต่ละสถานที่หรือ บริบท ยกตัวอย่างเช่น เด็กวัยรุ่นในกรุงเทพฯ กับ แม่บ้านอาศัยอยู่ต่างจังหวัด ในระดับประเทศหรือสังคม แฟชั่นเป็น มากกว่าเสื้อผ้า มันหมายถึง วิธีการดำรงชีวิต การบริโภค มุมมอง ไม่ได้เป็นแค่เสื้อผ้า มันสามารถเป็นรถยนต์ โทรศัพท์และอื่นๆ อีก" นี้เป็นความเห็นของ Mr.Szilard Kiss, FashionExpertแห่งBangkokCODE อีกมุมมองหนึ่งที่น่าสนใจจาก คุณจรินทร์ทิพย์ ชูหมื่นไวย Curator แห่ง TCDC ที่เคยผ่านงานจัดนิทรรศการ PRESENCE OF THE PAST - คอลเล็กชั่นเสื้อผ้าฤดูใบไม้ผลิ/ฤดูร้อนปี 2008 ในพระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าสิริวัณณวรีนารีรัตน์ คุณจรินทร์ทิพย์กล่าวว่า "แฟชั่นคือ การสื่อสารที่ไม่ต้องใช้คำพูด (Non Verbal Communication) สิ่งที่เป็นแฟชั่นสามารถสะท้อนความเป็นเพศ สถานะทางสังคม ฐานะ อาชีพ ความต้องการรสนิยม เผ่าพันธุ์ เชื้อชาติ ความเป็นกลุ่มก้อน ฯลฯ" จากมุมมอง ของผู้คนที่เกี่ยวข้องข้างต้น เราอาจสรุปได้ ณ ตอนนี่ว่า แฟชั่น คือ ทุกสิ่ง (Fashion is everything)



Fashion & Clothes จากการนิยามของ thefreedictionary เราเริ่มเห็นสโคปและภาพที่แคบลงของแฟชั่นว่านิยามใช้แทนความหมาย ของ รูปแบบ หรือ สไตล์การแต่งตัว มากกว่าสิ่งอื่น นั้นหมายความว่าเมื่อพูดถึงแฟชั่น คนทั่วไปจะนึกถึง "เสื้อผ้า" ก่อนสิ่งอื่นเสมอ คำถามคือ ทำไมต้องเป็นเสื้อผ้า? คนทั่วไปจะนึกถึงเสื้อผ้า เพราะว่าเสื้อผ้าเป็นสิ่งจำเป็น เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของมนุษย์ เราจำเป็นต้องใส่เสื้อผ้า ใน ขณะที่ accessories อื่นๆไม่ใช่สิ่งจำเป็นแบบขาดไม่ได้ คุณศุภมาศ พะหุโล Curator อีกท่านจาก TCDC ให้ ความเห็น โดยคุณจรินทร์ทิพย์ เสริมว่า "เสื้อผ้าเพราะเป็นสิ่งที่ผิวเผินที่สุด ชัดเจนที่สุด เป็นวิถีชีวิตของคนอีกอย่าง เสื้อผ้าแฟชั่นสมัยก่อน บ่งบอกได้ถึงสถานะทางสังคม เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายบางอย่าง และบอก อัตลักษณ์ ของคนที่ใส่ได้ด้วย" แม้คุณจะไม่ยอมรับว่า "หลงใหลในแฟชั่น" แต่ก็คงปฏิเสธไม่ได้เช่นกันว่า ทุกวันนี้สิ่งที่เราเลือกสวมใส่คือคำประกาศ ตัวตน จากตัวเรา อีกนัยหนึ่งก็คือการสร้างเอกลักษณ์ของเรานั้นเอง เอกลักษณ์นี้เชื่อมต่อกับคุณค่าของแบรนด์ผ่านกลไกการตลาด ไม่ว่าคุณจะเป็นคนแบบไหน เก๋ไก๋ สง่างาม นุ่มนวล ตัดดิน สุขุมลุ่มลึก หรืออยู่ในอารมณ์เช่นไร แฟชั่นแบรนด์สามารถตอบทุกอย่าง ตรงตามที่คุณต้องการได้ แฟชั่นคือภาพสะท้อนของสังคม วัฒนธรรม ความคิด และวิถีชีวิตของคนในแต่ละยุคสมัย เช่นในยุค 50's เราจะเห็นผู้หญิงในอังกฤษใส่กระโปรงสุ่ม สวมถุงมือ หมวก สะท้อนถึงวิถีชีวิตในระบบจารีตของช่วง เวลานั้น แต่พอมานในช่วงหลังสงครามโลก (จนถึงยุคอียิปต์) หญิงสาวชาวอังกฤษเริ่มแต่งกายแบบเสรี ใส่กระโปรงสั้น กุด แหกกฎเกณฑ์ทุกอย่าง ก็สะท้อนสภาพสังคมแห่งเสรีภาพในช่วงเวลาดังกล่าวได้ชัดเจนเช่นกัน ในสมัยโบราณ สิ่งสะท้อนความงามของหญิงสาวนั้นมีมาตรฐานที่ไม่เหมือนกับทุกวันนี้เลย นั่นคือ ผู้หญิงที่สวยงามจะต้อง มีเอวเล็กและสะโพกผาย คำนียมนี้นำให้เกิดนวัตกรรม "ตัวช่วยทางแฟชั่น" ที่เรียกว่า คอร์เซ็ท (Corset) หรือ ที่รัด ทรงเพื่อทำให้หญิงสาวทั่วไปมีเอวและสะโพกที่สวยงามสมยุคนั่นเอง คอร์เซ็ทมีหน้าที่ "รัดเอว" ให้เล็กตามมาตรฐานของยุคนั้น (ประมาณ 15 - 20 นิ้ว) และช่วย "ดันหน้าอก" ให้เด่นชัด ขึ้นมา ในช่วงแรก คอร์เซ็ทต้องทำขึ้นจากเหล็ก ซึ่งสำหรับหญิงที่มีรูปร่างใหญ่ การใส่คอร์เซ็ทเหล็กก็ไม่ต่างอะไรกับ การใส่เครื่องทรมานนั่นเอง ต่อมาจึงมีการพัฒนาเปลี่ยนวัสดุหลักเป็นผ้า และสอดโครงเหล็กหรือกระดูกสัตว์เอาไว้ข้าง ใน เมื่ออ่านถึงตรงนี้ หลายท่านคงจินตนาการความงามของหญิงสาวในยุควิคตอเรียนได้ ไม่ว่าจะจากภาพยนตร์เรื่อง Titanic หรือจากตัวละครในวรรณกรรมของ เจน ออสเตน (Jane Austen) จะเห็นคอร์เซ็ทถูกใช้เป็นแฟชั่นหลักที่ สะท้อนการอยู่ในชนบประเพณีของหญิงสาวยุคนั้นได้เป็นอย่างดี กลับมาสู่คนปัจจุบัน ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาสิ่งที่แฟชั่นสนองให้ไม่ได้เป็นเพียงแค่เสื้อผ้าไว้สวมใส่ แต่มันได้เข้าไป เกี่ยวข้องกับทุกมิติของชีวิตคนเมือง โทรศัพท์มือถือ รถยนต์ เครื่องครัว สถานที่นัดพบเพื่อนสื่อประเภทต่างๆ สิ่งเหล่านี้ต่างก็ผันแปรไปตามกระแสแฟชั่นที่เข้าไปจับ

โลกยุคอินเทอร์เน็ตได้ให้กำเนิดเว็บไซต์แฟชั่นขึ้นมากมายเช่น <http://www.style.com/> ทำให้ผู้คนหันมาสนใจและ รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับแฟชั่นได้อย่างรวดเร็วง่ายดาย ความนิยมของ Social

Networking ก็ทำให้บล็อก (Blog) กลายเป็นช่องทางใหม่ในการนำเสนอแฟชั่น บล็อกหนึ่งที่ถูกพูดถึงอย่างมากคือ <http://thesartorialist.blogspot.com/> ซึ่งนำเสนอภาพแฟชั่นของคนเดินถนนตามเมืองใหญ่ๆของโลก บล็อกนี้กำลังได้รับความนิยมจากคนทั่วไป จนได้รับการจัดอันดับจากนิตยสารใหม่ให้เป็นหนึ่งใน 100 ผู้มีอิทธิพลด้านงานออกแบบ (Top 100 Design Influencers) ไม่เพียงแค่นั้น ในอดีตคงไม่มีใครคาดคิดว่าในสื่อโทรทัศน์จะมีการเกิดขึ้นของช่องแฟชั่น แต่ในวันนี้เราก็ได้เห็นโทรทัศน์ช่องแฟชั่น 24 ชั่วโมง อาทิ FTV (Fashion TV) ซึ่งทำให้คอแฟชั่นสามารถติดตามความเคลื่อนไหวของวงการแฟชั่นได้ตลอดทั้งวัน Chic channel ในบ้านเราก็เช่นเดียวกัน ธุรกิจ ecommerce ที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่นก็เติบโตขึ้นอย่างมาก ทุกวันนี้มีเว็บไซต์ค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นเกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ตมากมายไม่ว่าจะเป็น Net-a-Porter, eluxury, Yoox โดยทางบริษัท Forrester Research ประเมินว่าตลาดออนไลน์ตรงนี้น่าจะมีมูลค่าประมาณ 3 แสนล้านดอลลาร์ภายในปี 2010



ภาพที่ 37 แสดงภาพตัวอย่าง TCDC แฟชั่นออนไลน์

ที่มา: <http://www.style.com/>

Thai Fashion ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของวงการแฟชั่นโลก รัฐบาลไทยชุดก่อนๆ เคยตั้งเป้าให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง แฟชั่นของภูมิภาคเอเชีย แต่หลายปีผ่านไปทุกสิ่งก็ยังคงดูเหมือนไม่มีอะไรคืบหน้านัก Mr.Szilard Kiss Fashion Expert แห่ง Bangkok CODE ให้ความเห็นในเรื่องนี้ว่า " ผมคิดว่า เจ้าของธุรกิจแฟชั่นแบรนด์ไทยไม่มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน คล้ายว่าทุกคนที่ทำแฟชั่น ก็อยากทำชุด วิเศษมาหรือออกมา ตามความชอบส่วนตัวของตน ในขณะที่แบรนด์ที่ประสบความสำเร็จทั่วโลก จะมีเป้าหมายที่ชัดเจน แต่ในประเทศไทยดูเหมือนว่าเราจะขาดการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค เช่น การทำวิจัยต่างๆ ทั้งนี้เพื่อ ให้มีทิศทางและการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน จากนั้นจึงเริ่มออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่นอกจากจะตอบสนองกลุ่ม เป้าหมายแล้ว ยังต้องมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน จน

ผู้บริหารสามารถจดจำได้ด้วย จากนั้นเมื่อออกแบบในครั้งต่อไป ก็จะสามารถค้นหาความหลากหลาย แต่ยังคงอยู่ในขอบเขตและเอกลักษณ์ที่ตั้งไว้ได้ ทั้งนี้ก็เพื่อการพัฒนาเติบโตของ แบรินด์ต่อไปในอนาคต "เมื่อครั้งที่ผมมีโอกาสเป็นที่ปรึกษาโครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น หลายๆ บริษัทต้องการพัฒนาการออกแบบ และ สร้างแบรนด์ของตน แต่อุปสรรคคือ ไม่กำหนดกลุ่มเป้าหมายของตนให้ชัดเจนเพียงพอหลายบริษัทรู้สึกว่าการสร้าง แบรินด์นั้นใช้ทั้งทรัพยากรและเวลาที่มากเกินไป จึงตัดสินใจไม่พัฒนาอะไรเลย และทำแบบเดิมต่อไป ในภาพรวม ผมคิดว่า อุตสาหกรรมแฟชั่นไทยควรจะเปลี่ยนทัศนคติ ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ และควรสร้างความชัดเจนให้กับแบรนด์ ของตนโดยลงลึกไปถึงการมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน" อย่างไรก็ตาม ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านยังมองตรงกันว่า เมืองไทยมีอนาคตที่ดีในเรื่องแฟชั่น "ผมว่ากรุงเทพฯ อาจจะเป็นที่ที่ดีที่สุดในโลก สำหรับแฟชั่นดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่ที่ยากเปิดร้านของตัวเอง โดยมีต้น ทุนจำกัด เรามีช่องทางให้ทดลองตลาดมากมาย เช่น จตุจักร สวนลุมไนท์บาซาร์ สยามสแควร์ หรือแม้แต่ตามข้าง ถนน เพียงแค่มีจักรเย็บผ้าตัวสองตัวก็เริ่มผลิตสินค้าขายได้แล้ว ลักษณะของโอกาสแบบนี้ ที่อื่นๆ ในโลกอาจจะไม่มี มากเท่าที่เมืองไทย" Mr.Szilard Kiss กล่าว



ภาพที่ 39 แสดงภาพตัวอย่างแฟชั่นเสื้อในประเทศไทย

ที่มา: <http://www.valentino.com>

ขณะที่คุณศุภมาศมองว่า "เสื้อผ้าของไทยที่น่าสนใจมากที่สุดคือ ที่เชิ้ตที่สกรีนคำที่เป็นมุขตลกไทยๆ ไม่รู้นั้นจะเรียก ว่า identity ของแฟชั่นไทยได้หรือเปล่า แต่มันไม่มีประเทศอื่นทำ ดูแล้วก็รู้ว่า เป็นมุมมองของคนไทย แต่ในขณะที่ เชิ้ตก็ยังคงสื่อถึงความเป็นสากลด้วย" แต่สุดท้าย หากต้องการจะให้ประเทศไทยได้ระดับเป็นเมืองแฟชั่นจริงๆ ทั้งหมดก็เห็นตรงกันว่า รัฐบาล นักลงทุน ดีไซน์เนอร์และผู้บริหารต้องร่วมมือกันจึงจะประสบความสำเร็จได้

สู่การเปลี่ยนแปลง ช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาที่ดีที่จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมแฟชั่น เพราะธุรกิจนี้อยู่ในช่วงของการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ สาเหตุประการแรกคือ อุตสาหกรรมนี้ยังคงต่อสู้กับผลกระทบของข้อบังคับด้านการค้า เกี่ยวกับสิ่งทอในเดือนมกราคม ปี 2005 ความขัดแย้งเรื่องโควต้าที่มีมายาวนาน ส่งผลให้จีนซึ่งเป็นผู้นำในตลาดสิ่งทอสามารถเพิ่มปริมาณการส่ง ออกกดดันให้ราคาสิ่งทอต่ำลงไปอีก ซึ่งแฟชั่นแบรนด์ก็น่าที่จะยกผลประโยชน์นี้ให้ผู้บริหาร เพื่อสามารถซื้อสินค้าได้

ในราคาที่ถูกกลง แต่ในขณะที่เดียวกัน ก็มีความเป็นไปได้ว่าหลายๆแบรนด์จะสามารถทำธุรกิจได้แบบมีกำไรมากขึ้นด้วย ร้านเสื้อผ้าแบบ Chain Stores อาจจะสูญเสียยอดขายไปบ้าง เพราะร้านประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตหันมาพัฒนาเสื้อผ้า ราคาถูกขาย และช่องว่างระหว่าง แฟชั่นแบรนด์ ที่มีมูลค่าเพิ่ม กับ Everyday Clothing ก็ดูเหมือนจะเห็นชัดเจนขึ้น ทุกวัน ดังนั้นแล้ว จินตนาการและการสร้างสรรค์ด้านการตลาดจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นมาก ในการสร้างรัศมีพิเศษให้ กับแบรนด์ต่างๆในทุกวันนี้ แฟชั่นอาจดูเหมือนเป็นธุรกิจที่มีอายุสั้น แต่ก็ป็นธุรกิจที่ซับซ้อนและน่าหลงใหลไม่สิ้นสุด แฟชั่นเปลี่ยนเสื้อผ้าธรรมดาให้กลายเป็นสิ่งที่ลึกลับ เปี่ยมด้วยพลัง และมีเนื้อหามากมายซ่อนอยู่ แต่สิ่งหนึ่งที่อยู่ยงเป็นอมตะก็คือ ไม่ว่าคุณจะทำธุรกิจแฟชั่นระดับไหน หรือตั้งใจจะขายใคร มันก็เป็นเรื่องของธุรกิจ ทั้งสิ้น ดีไซน์เนอร์หน้าใหม่ที่ได้รับการชื่นชมว่าไอเดียบรรเจิด มีมือสุดยอด ครั้งหนึ่งก็หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องนั่งทำงานให้กับกลุ่มธุรกิจแฟชั่นระดับโลกไม่ก็กลุ่ม เสื้อผ้าที่ดีไซน์เนอร์เหล่านี้ผลิตออกไปจะไม่มี ความหมายใดเลย หากไม่สามารถสร้างยอดขายให้กระเป๋า แว่นตา และน้ำหอมภายใต้แบรนด์เดียวกัน

ทำไมมนุษย์เราต้องแต่งกายให้ดูดีก่อนออกจากบ้านทุกครั้ง ทำไมมนุษย์เราต้องเปิดนิตยสารเพื่อมาดูแบบการแต่งกายของบุคคลที่มีชื่อเสียง ทำไมมนุษย์เราต้องเลือกเสาะแสวงหาสิ่งดีๆมาใส่ การแต่งกายเป็นเพียงแค่ให้ความอบอุ่นกับร่างกายหรือ ข้อสงสัยข้างต้นนี้ถ้าจะหาคำตอบนั้นง่ายแสนง่ายคือ อยากล้ำสมัย อยากให้ผู้อื่นชื่นชมในตัวเรา อยากเป็นบุคคลที่สังคมยอมรับ แต่มนุษย์เรานั้นไม่พอใจในสิ่งที่ตนมีเวลาถึงจุดอึดอัด เบื่อกับสิ่งเดิมๆก็สรรหาสิ่งใหม่ๆมาทดแทนเครื่องนุ่งห่ม นิสัยข้างต้นของมนุษย์เหล่านี้จึงก่อเกิดความก้าวหน้าของการแต่งกาย ที่เราชอบแต่งกายตามบุคคลที่มีชื่อเสียง แต่งกายตามผู้นำของสังคมกลุ่มชนนั้นๆ ทำให้การแต่งกายไม่หยุดนิ่งก้าวล้ำไปตลอดเวลา

การแต่งกาย คือ การที่มนุษย์นั้นนำเสื้อผ้า กางเกง รองเท้า โดยที่เรียกรวมๆกันว่าเครื่องแต่งกายมาใส่เพื่อให้เกิดความสวยงาม ปกปิดสิ่งที่เป็นจุดบกพร่อง ทำให้ผู้สวมใส่มีบุคลิกภาพที่ดีเป็นที่ยอมรับของบุคคลโดยรวม ประเภทของการแต่งกายนั้นมีมากมายหลายหลายรูปแบบอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ 1.การแต่งกายที่มีกำหนดรูปแบบชัดเจนว่าแต่งกายแนวใด โทนสีใด 2. การแต่งกายที่ผสมผสานแนวการแต่งกายหลายแนวไว้รวมกันโดยเรียกว่า “ Mix & Match” การแต่งกายนั้นมีความก้าวหน้ามาโดยตลอดเริ่มตั้งแต่การที่มนุษย์ฆ่าสัตว์แล้วนำหนังสัตว์มานุ่งห่มเพียงแค่ให้ร่างกายอบอุ่นเท่านั้นแต่ในปัจจุบันนิยมของการแต่งกายได้เปลี่ยนไปโดยไม่ใช่แค่ความอบอุ่นเท่านั้นแต่เพื่อความสวยงาม ความล้ำสมัย และอื่นๆอีกมากมายที่มนุษย์ต้องการจะทำให้ตนดูดี จากยุคที่ยุโรปสวมคอร์เซ็ต(คอร์เซ็ต คือ เครื่องรัดเอวหรือเครื่องรัดทรงเพื่อคงรูปร่างที่คอด) กระโปรงสุ่ม แต่ก็ได้มีวีรสตรีที่ปลดแอกการแต่งกายที่ทรามเหล่านี้ นาม “Coco Chanel” เธอได้แหวกคอร์เซ็ตทำลายกระโปรงสุ่มด้วยชุดกระโปรงโดยไม่รัดและยาวจนเกินไปทำให้สาว ๆฝรั่งเศสชื่นชมในแบบเสื้อชนิดนี้เป็นอย่างมากเพราะใส่สบายง่ายต่อการสวมใส่ และ Chanel มักนิยมใส่ชุดสุทที่ตัดจากชุดสุทผู้ชายไปตามงานต่างๆเพื่อแสดงให้เห็นความเท่าเทียมกันทางเสรีภาพของชาย-หญิง และเมื่อได้ทำชุดสุทสำหรับผู้หญิง

ออกขายได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเพราะขณะนั้นได้เกิดสงครามโลกครั้งที่ 1 ทำให้ผู้หญิงต้องออกมาทำงานทำเลยทำให้กางเกงสำหรับผู้หญิงเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายกางเกงแบบนี้เลยเป็นสัญลักษณ์การปลดแอกความไม่เท่าเทียมกันทางเพศ ต่อมาในยุค 30's ได้มีนวัตกรรมใหม่ไม่ว่าจะเป็นผ้าในล่อน ผ้าพลีท ผ้าเรยอง ซึ่งทำให้เนื้อผ้ามีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ในยุค 40's ได้เกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้เกิดภาวะขาดแคลน การแต่งกายต้องเข้ากับการใช้งานมากที่สุดโดยเสื้อผ้าจะอยู่ในโทนดำเพื่อง่ายต่อการทำความสะอาด แต่ถึงยังงั้นก็ยังมี 2 ด้าน นักออกแบบเสื้อผ้าชื่อนาม "Christan Dior" ได้ออกแบบ "New Look" สำหรับผู้หญิงโดยการออกแบบเสื้อให้ป็นสูทขนาดพอดีกับช่วงเอวทำให้เอวดูคอด กับกระโปรงบานสี่ส้นสดใสแต่ยังงั้นก็ตามถึงออกแบบดีขนาดไหนแต่ขณะนั้นเป็นช่วงสงครามจึงได้โตวิจารย์การใช้ผ้าที่เปลืองอย่างมากเลยทำให้การวิจารณ์นั้นออกมาในแง่ลบมากกว่าในแง่ดีในทางด้าน Gucci ก็ได้ปรับตัวเข้ากับยุคสงครามเมื่อโลหะมีราคาสูงและหายากเลยนำวัสดุที่หาง่ายและถูกมาทำส่วนประกอบของกระเป๋า ซึ่งนั่นคือ ไม้ไผ่ จึงทำให้ไม้ไผ่เป็นสัญลักษณ์ของ Gucci ในเวลาต่อมา กลับมาที่ยุค 50's เป็นยุคที่เศรษฐกิจรุ่งเรืองเพราะมีเศรษฐกิจหลังสงครามเป็นจำนวนมากจึงทำให้มีการแต่งกายที่หลากหลายทั้งกระโปรงทรงดินสอดแคบเข้ารูป กระโปรงบานคลุมเข้า กระโปรงเสริมผ้าตาข่ายแบบยุโรปสมัยก่อน ชุดชั้นในในยุคนี้หีบหาสวมใส่ได้ง่ายเพราะมีราคาของวัสดุ(ในล่อน)ที่ถูกลงราคาผลิตภัณฑ์จึงถูกลงตามในส่วนทางด้ายการแต่งกายของสุภาพบุรุษก็ไม่น้อยหน้า ศิลปินนาม "Elvis Presley" ได้ปลุกกระแสเสื้อหนังกางเกงยีนส์ให้เป็นที่นิยมในหมู่สุภาพบุรุษเลยทำให้เสื้อหนังกางเกงยีนส์เป็นตัวแทนของบุรุษยุค 50's ได้เป็นอย่างดี ในยุค 60's ซึ่งเป็นยุคที่มีการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นอย่างมาก กระโปรงจะเป็นชุดกระโปรงสั้นเส้นตะเข็บ 2 เส้น "Princess Line" โดยลายละเอียดของเสื้อผ้าจะเป็นรูทรงเรขาคณิต ปกคอเสื้อจะเป็นทรงคอบัวหรือที่เรียกกันว่า "Peter Pan Collar" ซึ่งเป็นทรงคอเสื้อที่สามารถเห็นได้ในปัจจุบัน โดยผู้นำการแต่งกายในยุคนี้คือสาว "Twiggy" ผู้ซึ่งให้คำนิยามใหม่ของนางแบบโดยไม่จำเป็นต้องสูง ผอมยาว หน้าอกอวบอิม แต่เธอกับตรงข้ามโดยเธอมีความสูงที่ไม่มากนัก ผอมสั้น หน้าอกแบบราบ แต่กลับเป็นที่ต้องการของนิตยสารชั้นนำทั่วโลก สาวผู้นี้จึงกลายเป็นตัวแทนแห่งยุค 60's ได้เป็นอย่างดี ส่วนทางด้านสุภาพบุรุษคงต้องยกให้กลุ่มศิลปินชายชื่อ ก๊องโลก ซึ่งมีผมทรงบ๊อบที่เป็นเอกลักษณ์นาม "The Beatles" ในยุค 70's เป็นยุคที่เกิดสงครามตะวันออกกลางและสงครามเวียดนาม ทำให้การแต่งกายในสมัยนี้มีกลิ่นอายของดินแดนตะวันออก เข้ามามีอิทธิพลต่อการออกแบบของนักออกแบบเสื้อผ้า ยุคนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการแต่งกายแบบ "Unisex" ซึ่งเครื่องแต่งกายสามารถใส่ได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิง กระโปรงทรง "A" เริ่มเป็นที่นิยม แต่ถึงกระนั้นในยุคสงครามก็ยังมีบุปผาชนนาม "ฮิปปี" การแต่งกายของชนกลุ่มนี้จะผสมผสานความเป็น Ethnic Style คือการแต่งกายแบบพื้นเมืองกับสีสันทันที่ดูจัดจ้าน เอกลักษณ์ของการแต่งกายของชนกลุ่มนี้จะเป็ผ้ามัดย้อมสีสดใส ลายผ้าที่ดูซับซ้อน กางเกงขายาวใส่สบายที่เหมาะในทุุกอิริยาบถ 80's เป็นยุคหลังสงครามที่เศรษฐกิจเฟื่องฟู

กำแพงเบอร์ลินถูกทำลายลง คนหันมานิยมใช้ของแบรนด์เนม ผู้หญิงหันมาแต่งกายให้ดูน่าเชื่อถือ คุณมีฐานการแต่งกายแบบนี้เรียก “Power dressing” ต้นแบบการแต่งกายของผู้หญิงยุคนี้จะเป็นใครไม่ได้ นอกจาก 2 สตรีผู้มีอิทธิพลต่อผู้หญิงทั่วโลก คือ “Margaret Thatcher” และ “Lady Diana” มีด้านสว่างก็ย่อมมีด้านมืด การแต่งกายแนว “Punk” ซึ่งเป็นการแต่งกายของกลุ่มคนที่ต่อต้านสังคมต่อต้านแฟชั่น ทำให้การแต่งกายแนวนี้จะเป็นการใส่เสื้อผ้าเก่าๆ เสื้อหนัง กางเกงหนังปักหมุด แต่ก็ยังมีบุคคลซึ่งเปลี่ยนมุมมองการแต่งกายแนว Punk ซึ่งไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม ให้ดูหรูหราใส่ได้จริงในชีวิตประจำวันบุคคลนี้นาม “Vivienne Westwood” ซึ่งเป็นนักออกแบบเสื้อผ้าชื่อดังจากเกาะอังกฤษที่ประณามการแต่งกายที่น่าเบื่อผ่านทางเสื้อผ้าที่เธอออกแบบ

ปัจจุบันความก้าวหน้าของการแต่งกายได้ก้าวล้ำอย่างต่อเนื่องเห็นได้จากการที่นักออกแบบเสื้อผ้าแบรนด์ต่างๆ อาทิ Gucci, Fendi, Prada, Valentino, Givenchy, Dior, Chanel ได้นำ “Look” ต่างๆ มาผสมกันทำให้การแต่งกายในยุคปัจจุบันมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นกว่าแต่ก่อน ในอดีตถ้าจะนิยมการแต่งกายแนวใดก็จะนิยมแต่งกายแนวเดียวกันทั้งหมดก่อให้เกิดความชัดเจนและเป็นเอกลักษณ์ของยุคนั้นๆ ในยุคนี้การแต่งกายได้ผสมผสานเอกลักษณ์ของยุคต่างๆ ซึ่งถ้าแนวไหนโดดเด่นเป็นพิเศษแนวนั้นก็จะเป็นที่นิยมของบุคคลส่วนใหญ่ในสังคมดังเช่นเมื่อปีที่ผ่านมามี Prada Collection Spring / Summer 2011 และ Prada Collection Fall / Winter 2011-2012 ได้นำเสนอการแต่งกายแนว “Mod Look” ซึ่งเป็นการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ของยุค 60’s ให้กลับมามีบทบาทอีกครั้ง จึงทำให้การแต่งกายยุค 60’s กลับมากลายเป็นกระแสทางกาแต่งกาย แต่ถึงกระนั้นการแต่งกายในยุคปัจจุบันนี้ขึ้นอยู่กับความชอบและรสนิยมแต่ละบุคคล ที่นิยมการแต่งกายแนวไหนเป็นพิเศษหรือการแต่งกายนั้นไม่ขึ้นกับแนวใด

ข้อดีและประโยชน์ของการแต่งกายที่ถูกวิธีในด้านบุคลิกภาพ บุคคลที่แต่งกายดูดีย่อมมีบุคลิกภาพที่ดีติดตามแต่หากแต่งกายไม่เหมาะสมกับตัวเองแล้วบุคลิกภาพจะเป็นไปในทางด้านลบมากกว่าด้านสังคมการแต่งกายที่ดูดีย่อมเป็นที่น่าเชื่อถือของบุคคลในสังคมหรือกลุ่มคนนั้นๆ หากเราไปพบปะบุคคลต่างๆ ในงานสังคมการที่เราจะรู้จักผู้อื่นนั้นไม่ใช่เรื่องยากเพราะการแต่งกายนั้นเป็นการบ่งบอกถึงตัวตนของตนเองได้เป็นอย่างดี ด้านอาชีพการงาน การแต่งกายที่ถูกวิธีจะส่งผลให้งานที่ดำเนินอยู่เป็นไปได้อย่างราบรื่นงานที่ต้องการความคล่องตัวควรใส่กางเกงส่วนงานที่ต้องการความเป็นทางการควรสวมชุดกระโปรงการแต่งกายที่ถูกวิธีจะทำให้การทำงานง่ายขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แต่ในทางกลับกันการแต่งกายก็มีข้อเสียและโทษของการแต่งกายที่ผิดวิธี ด้านบุคลิกภาพการแต่งกายที่ขัดกับรูปร่างตนเองใส่แล้วดูไม่ดีก็จะส่งผลให้บุคลิกเสียทำให้ไม่มีความมั่นใจในตนเอง ด้านสังคมหากการแต่งกายที่ไม่เหมาะสมกับกาลเทศะแต่งกายโดยไม่ดูสถานที่ก็จะทำให้สังคมไม่ยอมรับในตัวเรา ด้านอาชีพการงาน ไม่ว่าทำงานไหนบุคลิกการแต่งกายต้องน่าเชื่อถือไว้ก่อน หากเราแต่งกายไม่มีมิติไม่รอบคอบ ไม่เหมาะสมกับงานที่ทำ งานนั้นก็อาจจะไม่ราบรื่นเท่าที่ควร ด้านสุขภาพหากเราสวมใส่เสื้อผ้าที่รัดจนเกินไป

จะส่งผลต่ออวัยวะภายในร่างกายทำงานผิดปกติไปด้วย ด้านความปลอดภัย การแต่งกายที่ล่อแหลมทำให้เป็นเป้าสายตาของบุคคลทั่วไปโดยเฉพาะมีจรรยาบรรณที่พร้อมจะก่อเหตุอาชญากรรมตลอดเวลา การดูรูปร่างของผู้สวมใส่นั้นก็เป็นสิ่งที่จำเป็น เห็นได้จากบุคคลที่มีรูปร่างโครงสร้างเล็กควรสวมเสื้อผ้าลายจุดใหญ่ๆ ในส่วนของผู้ที่รูปร่างใหญ่ควรสวมเสื้อผ้าสีเข้ม ลายจุดเล็กๆ เพื่อเป็นการอำพรางรูปร่างที่แท้จริง การดูแบบเสื้อผ้าก่อนสวมใส่ก็เป็นสิ่งที่สำคัญเช่นกัน ควรสวมใส่ให้พอดีไม่หลวมหรือรัดแน่นจนเกินไป การแต่งกายที่ดีควรแต่งกายให้เหมาะสมกับกาลเทศะ งานมงคลควรแต่งกายด้วยสีสันสดใส แต่ในงานอวมงคลควรสวมเสื้อผ้าในโทนสีชาวดำแทนที่จะสวมใส่เสื้อสีสดใสเพราะจะเป็นการไม่ให้เกียรติเจ้าภาพงานแต่ถึงอย่างไรก็ตามการแก้ไขกายแต่งกายนั้นควรศึกษาให้ถูกวิธีก่อนที่จะแต่งกายเพื่อผลประโยชน์แก่ตัวคุณเองและบุคคลรอบข้างที่คอยสังเกตพฤติกรรมของตัวคุณอยู่

ความก้าวหน้าของการแต่งกายนั้นเปลี่ยนไปตามยุคสมัยจากคอร์เซตสู่ชุดสูทแบบผู้หญิง การแต่งกายแต่ละยุคมักได้รับอิทธิพลจากกลุ่มชนที่หลากหลายทางความคิด กลุ่มชนที่เบื่อกับสิ่งเดิมๆ ที่ซ้ำซากจำเจไปมาและการเลือกสรรสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาความก้าวหน้านั้นจะเกิดขึ้นไม่ได้เลยหากขาดผู้คิดต่างเหล่านี้ความก้าวหน้าของการแต่งกายนั้นมีมาเริ่มจากยุคหม่นหมองสัตว์ ยุคแหวกคอร์เซต 30's ยุคแห่งนวัตกรรม 40's ยุคแห่งสงครามความต่างแห่งชนชั้น 50's ยุคแห่งความหลากหลายทางการแต่งกาย 60's ยุคแห่งเรขาคณิต 70's ยุคแห่งสงครามการแต่งกายโดยไม่จำกัดเพศ 80's ยุคแห่งความเชื่อมั่นหลังสงคราม ปัจจุบันความก้าวหน้าของการแต่งกายได้ดำเนินต่อไปหากแต่เราหยุดนิ่งความน่าเบื่อก็จะวกกลับมาแล้วคุณละอยากอยู่กับความซ้ำซากจำเจแบบนี้ต่อไปหรือ หากไม่คุณลองสนุกกับการแต่งตัวเปิดประตูเสื้อผ้าแล้วลองสนุกกับการแต่งกายนำเสนอแนวทางใหม่ๆ ที่ประกาศความเป็นตัวตนของคุณเอง

### 3.2 ยุค 60

ยุค 1960s (1960 -1969)

สืบเนื่อง จากหลังสงครามโลกครั้งที่สอง พอสสงครามจบ คนก็มีลูกหลานกันมากมาย (รุ่นพ่อแม่สมัยนี้จึงถูกเรียกว่า Baby boomers) ลูกหลานเหล่านั้นก็โตทันใช้ในยุคนี้ กลายเป็นกลุ่มวัยรุ่นกว่า 70 ล้านคนที่หลงไหลแฟชั่น ทางด้านวิทยาการต่างๆ ทั้งศิลปะ ดนตรี ก็พัฒนา เศรษฐกิจก็ฟูเฟื่องดี ลักษณะชุด :



ที่มา: <http://www.valentino.com>

ศิษย์ของแฟชั่นยุค 60's เรียกรวมๆ ว่าเป็นแนว "Mod look" (แนวมอด) Mod look = มินิ สเกิร์ต หรือเดรส สีม่อทลลิก ถุงน่องหลากสี โดยรวมสีสันจัดจ้าน ลายแนวเรขาคณิต ปกเสื้อแบบ Peter pan collar



ภาพที่ 40 แสดงภาพตัวอย่างของแฟชั่นยุค 60's

ที่มา: <http://www.valentino.com>

แฟชั่นยุค 60's นั้นจึงเป็นรูปทรงเสื้อผ้าที่ดูเด็ก สั้นกุด ชุด sack ทรง A และมีตีเทลเก้ๆเรียบบๆ ไม่ฉวัดเฉวียนหรือรุ่มร่าม แต่สีสันสดจัดจืดจาด ตรงข้ามกับคำว่า Good Taste โดยสิ้นเชิง ซึ่งสมัยนี้ก็มีพวกไฮโซ (ทั้งจริงและพยายาม) ที่คลังโคล้ hi-brand กัดแหวะแนวสตรีทเหมือนกันว่า ไม่มี taste หรือไร้ซึ่งรสนิยม เมื่อกระแสแฟชั่นชนชั้นกลางได้ก่อตัวและลุกลามไปทั่วเกาะอังกฤษ หน้าซ้าไม่พอยังได้ข้ามน้ำข้ามทะเลไปยังฝั่งยุโรป และลุกลามไปจนถึงอเมริกา ยิ่งทำให้บทบาทแฟชั่นของชนชั้นกลางยิ่งชัดเจน และมีพลังมาก และสามารถพูดได้เลยว่าจวบจนบัดนี้ยังไม่มีแบรนด์ใด หรือดีไซเนอร์คนไหน ห้องเสื้อชั้นสูงไหน ๆ สามารถจูงจุมก คนอังกฤษให้แต่งตัวแนวอื่นได้ ทั้งนี้เป็นเพราะคนอังกฤษจะมีทัศนคติที่ค่อนข้างปฏิเสธสังคม มีความรุนแรงและชัดเจนทางความคิดการแสดงออกมีใจรักเสรีภาพ



แบบสุดขั้ว ที่สำคัญที่สุดคือ รู้จักตัวตนของตนเองอย่างชัดเจน นั้นยังทำให้ยังเกิดการรวมกลุ่มแก๊งค์ เป็นชนกลุ่มเล็กกลุ่มน้อยในสังคม (sub-culture) ที่มีวิถีปฏิบัติตามครรลองของตนเองมากมายนับไม่ถ้วน ไม่ว่าจะเป็นแนว Punk, Rocker, Hippies

เสรีภาพในการแสดงออกที่อยู่ในสายเลือด ทำให้ถนนทุกสายในเกาะอังกฤษ ได้ก่อเกิดให้ กำเนิดความหลากหลายของแฟชั่นผู้คนสนุกกับการแต่งตัวกันอย่างแตกต่าง โดยที่สไตล์ของแต่ละคนมีความแตกต่างบนพื้นฐานของ Self Identity ซึ่งไม่ได้แตกต่างตามสถานะทางสังคม-เศรษฐกิจ เหมือนประเทศอื่นๆไม่ได้แตกต่างตามอาชีพ ฐานะ วัย เชื้อชาติ ผิวพรรณ แต่เป็นทัศนคติในการเป็นตัวของตัวเอง ซึ่งสิ่งเหล่านี้กลับเป็นกราฟที่ตรงกันข้ามกับคนไทย (เกือบสิ้นเชิง) อย่างปฏิเสธไม่ได้ เพราะคนไทยส่วนใหญ่ (ไม่ทั้งหมด) จะนิยมการแต่งตัวอิงกระแสแฟชั่น ตามเทรนด์ ตามดาราที่ชื่นชอบกันอย่างโจ่งแจ้ง (แบบไม่แคร์ที่จะเจอฝ่าฝืน)

ที่เล่ามาทั้งหมดเพียงเพื่อจะบอกว่า แฟชั่นที่เกาะอังกฤษเกิดขึ้นทุกวัน ไม่ว่าจะเป็นบนท้องถนน หรือในผับย่าน Soho ย่าน Piccadilly หรือจะที่ลานหน้ามิวเซียม บนรถไฟใต้ดิน ในมหาวิทยาลัย ทุกตรอก ทุกหนทุกแห่งมี Street Fashion ที่ก่อกำเนิดแฟชั่นใหม่ ทุกวัน ทุกนาที่ ไม่ใช่เป็นฤดูกาล สปริง-ซัมเมอร์ ออทัม-วินเทอร์ เฉกเช่นที่ประเทศอื่นๆ เป็นกัน

Baby Boom เป็นปรากฏการณ์ด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เนื่องจากในช่วงสงคราม ประชากรชายส่วนใหญ่ถูกเกณฑ์เป็นทหารเพื่อเข้าร่วมสงคราม ทำให้การมีคู่สมรสและการมีบุตรต้องชะลอออกไป ดังนั้น เมื่อภาวะสงครามยุติลง ประชากรกลุ่มดังกล่าวจึงมีครอบครัวและมีบุตรพร้อม ๆ กัน ทำให้ประชากรที่เกิดในช่วงดังกล่าวมีจำนวนมาก ตัวอย่างของช่วงเวลาที่ถือเป็นยุค Baby Boom ในประเทศต่าง ๆ เช่น ในสหรัฐฯ ช่วงปี 2489-2507 และในญี่ปุ่น ช่วงปี 2490-2492 สำหรับประเทศไทย ช่วงที่จัดว่าเป็นยุค Baby Boom คือ ปี 2506-2526 (ประชากรที่เกิดในช่วงดังกล่าวมีจำนวนมากกว่า 1 ล้านคนต่อปี เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากประมาณ 6 แสนคน ในปี 2496 และหลังจากปี 2526 จำนวนประชากรเกิดเริ่มลดลงจนปัจจุบันคาดว่า มีประชากรเกิดราว 8 แสนคนต่อปี) อย่างไรก็ตาม ยุค Baby Boom

ของไทยมิได้เกิดจากความล่าช้าของการสมรสและการมีบุตรแต่เกิดจากพัฒนาการด้านการแพทย์และสาธารณสุขหลัง สงครามโลกครั้งที่ 2 โดยเฉพาะความร่วมมือกันระหว่างประเทศในด้านสุขอนามัย การสร้างภูมิคุ้มกันโรค และการฉีดเชื้อโรคหลายชนิด ซึ่งช่วยลดอัตราการตายของประชากรวัยเจริญพันธุ์ รวมถึงลดอัตราการตายของทารกและเด็ก ผลสืบเนื่องจากปรากฏการณ์ Baby Boom เป็นที่สนใจในปัจจุบัน เนื่องจากประชากรที่เกิดในช่วงดังกล่าวในหลายประเทศกำลังเข้าสู่วัยเกษียณอายุ ซึ่งคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศต่าง ๆ ดังนี้

ผลกระทบต่อตลาดแรงงาน เมื่อประชากรของประเทศต่าง ๆ ที่เกิดในยุค Baby Boom เข้าสู่วัยทำงาน (อายุ 15-59 ปี) จะช่วยให้ประเทศนั้น ๆ มีจำนวนแรงงานเพิ่มขึ้น ซึ่งยังคงเป็นแรงงานสำคัญของประเทศต่าง ๆ ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม เมื่อประชากรกลุ่มดังกล่าวเริ่มเข้าสู่วัยเกษียณอายุ ย่อมส่งผลกระทบต่อจำนวนแรงงานที่อยู่ในภาคเศรษฐกิจ ดังเช่นที่ประเทศญี่ปุ่นและสหรัฐฯ กำลังเผชิญกับปัญหาดังกล่าวอยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากประชากรที่เกิดในยุค Baby Boom กำลังย่างเข้าสู่วัยเกษียณ (60 ปี) ภายในปี 2549-2550 ซึ่งในกรณีของญี่ปุ่น คาดว่าจะมีจำนวนประชากรที่เกษียณอายุทั้งหมดกว่า 500,000 คน ในปี 2550 เพิ่มขึ้นจากประมาณ 350,000 คนต่อปีในปัจจุบัน สำหรับประเทศไทย ประชากรยุค Baby Boom รุ่นแรกจะย่างเข้าสู่วัยเกษียณในปี 2566 จำนวนแรงงานที่ลดลงจึงอาจเป็นปัญหาสำคัญของประเทศไทยในช่วงดังกล่าว ทั้งนี้ นอกจากผลกระทบต่อด้านจำนวนแรงงานแล้ว อีกปัญหาหนึ่งที่น่าจะเกิดขึ้นคือ การไม่สามารถหาแรงงานระดับผู้บริหารทดแทนแรงงานที่เกษียณอายุ

ความต้องการสวัสดิการทางสังคมเพิ่มขึ้น เมื่อประชากรยุค Baby Boom เริ่มเกษียณอายุ ความต้องการสวัสดิการทางสังคมจากรัฐบาลจะมีมากขึ้น เนื่องจากผู้สูงอายุเหล่านั้นไม่มีรายได้ประจำ เช่นเดิม ทำให้ประชากรวัยเกษียณบางส่วนต้องพึ่งเงินจุนเจือและสวัสดิการจากรัฐบาล ส่งผลให้รัฐบาลของแต่ละประเทศมีภาระรายจ่ายด้านสวัสดิการสังคมเพิ่มขึ้น

เงินออมของประเทศมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากประชากรสูงอายุจะเริ่มนำเงินออมตลอดช่วงวัยทำงานออกมาใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีวิตและเพื่อความสุขในบั้นปลายชีวิต ประกอบกับประชากรรุ่นหลังมีแนวโน้มออมเงินน้อยกว่าประชากรในรุ่นก่อน ทำให้เงินออมของประเทศมีแนวโน้มลดลง เมื่อถึงเวลาดังกล่าวนอกจากนี้ ประชากรยุค Baby Boom ที่เข้าสู่วัยเกษียณจำนวนมาก โดยเฉพาะประชากรในประเทศที่มีกำลังซื้อสูงเช่น สหรัฐฯ และญี่ปุ่น ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรครั้งสำคัญ และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภค ทำให้เกิดโอกาสในการทำธุรกิจหลากหลายประเภท ได้แก่

สินค้าเพื่อสุขภาพ คาดว่าจะมีความต้องการเพิ่มขึ้น เนื่องจากประชากรสูงอายุมีความเสี่ยงต่อการเจ็บป่วยทำให้มีความต้องการสินค้าเพื่อดูแลรักษาสุขภาพ อาทิ ยาบำรุง และยารักษาโรค เพิ่มขึ้น

สินค้าที่ใช้ภายในบ้าน อาทิ ของตกแต่งบ้าน ของใช้ในครัว เครื่องใช้ไฟฟ้าและผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ภายในบ้าน คาดว่ามีแนวโน้มขยายตัวดี เนื่องจากประชากรวัยสูงอายุมักใช้เวลาภายในบ้านมากขึ้น

บริการด้านการท่องเที่ยว ประชากรวัยสูงอายุมิแนวโน้มท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อหาความสุขในบั้นปลายชีวิตส่งผลต่อธุรกิจบริการการท่องเที่ยวของหลาย ๆ ประเทศ รวมถึงไทย ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของโลก

พฤติกรรมและแนวความคิดของ Baby Boomers มีดังนี้

1. ต้องการได้เห็นและได้ทำสิ่งต่างๆ ก่อนที่จะไม่มีโอกาสได้ทำ

แนวโน้มที่เด่นชัดของ Baby Boomers คือ ต้องได้เห็นได้ทำก่อนจะไม่มีโอกาสได้ทำ เป็น lifestyle ที่จะพบได้ในกลุ่ม Baby Boomers เป็นการให้รางวัลแก่ตัวเอง รู้สึกว่าเป็นประสบการณ์ที่ไม่ควรพลาด เช่น การท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่โดดเด่นของโลก เช่น The Great Wall, The Great Barrier Reef, Venice หรือต้องไปเยือน Antarctica และเห็น Polar Bear ก่อนที่จะไม่มีโอกาส เนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อมภาวะโลกร้อนขึ้น และดูเหมือนจะเลวร้ายลงทุกปี เป็นต้น

2. ให้ความสำคัญกับสิ่งที่ใกล้ตัวและสิ่งที่ตนรัก

สิ่งสำคัญที่มีคุณค่าทางใจอย่างยิ่งของ Baby Boomers คือสัตว์เลี้ยง เช่น สุนัข แมว นก เป็นต้น ซึ่งได้กลายเป็นอีกสมาชิกที่รักในครอบครัว กลุ่ม Baby Boomers เห็นว่าสัตว์เลี้ยงเหล่านี้ คือเพื่อนรักหรือลูกรัก ซึ่งทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน ดูทีวีด้วยกัน มีการแต่งตัวเสริมสวย และมีหมอประจา ซึ่งสัตว์เลี้ยงแสนรักนี้เป็นอุตสาหกรรมหลายล้านเหรียญสหรัฐ ของประเทศสหรัฐอเมริกา

3. ต้องการดูแลพ่อแม่ที่อยู่ในวัยชรา

Baby Boomers เป็นกลุ่มประชากรที่มีฐานอายุกว้าง ซึ่งไม่ช้าก็เร็วจะอยู่ในภาวะที่ต้องดูแลพ่อแม่ที่ ชราภาพมากขึ้น พวกเขาได้ตระหนักถึงภาระอันนี้ และได้เตรียมหาทางเลือกให้แก่ตนเองเพื่อการจัดการที่เหมาะสม เช่น การจ้างคนช่วยดูแล ช่วยพยาบาล หรือผู้ดูแลมืออาชีพ เช่น Home Care เป็นต้น

4. ให้ความสนใจดูแลรักษาสุขภาพตนเอง

Baby Boomers เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่นิยมออกกำลังกายอย่างยิ่ง ด้วยความเชื่อว่าการใส่ใจดูแลสุขภาพและการออกกำลังกายจะช่วยให้ชะลออายุและรักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงได้ โดยเป็นกลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิกกลุ่มใหญ่ที่สุดของโรงยิม (gym) ไม่ยอมแก่ไปตามอายุ ต้องการดูดีที่สุดในขณะเห็นพวกเขาออกจากลิฟต์ซึ่งจักรยานแต่งตัวด้วยเสื้อผ้า Spandex หรือผู้หญิงใส่ชุดโยคะเดินบนถนน เป็นต้น

5. ให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อม ดูแลสังคมและโลก

Baby Boomers ให้ความสำคัญและต้องการคืนกลับสิ่งดีๆ แก่สังคม ชุมชน และโลกใบนี้ เช่น การพิทักษ์ปลาวาฬ การช่วยดูแลสิ่งแวดล้อม การชะลอวิกฤติโลกร้อน การช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติต่างๆ ซึ่งพวกเขาจะรู้สึกดีที่จะมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาเหล่านี้ มักจะบริจาคเงินและสิ่งของที่จำเป็นหรือแม้แต่การก่อตั้งองค์กรหรือจัดกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือและระดมเงินด้วย

6. ชอบแบ่งปันข้อมูล หรือบอกต่อประสบการณ์ของตน

Baby Boomers เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ชอบหาประสบการณ์ใหม่ๆ ในชีวิต นอกจากชอบลองและแสวงหาความท้าทาย ความตื่นเต้นแล้ว ยังชอบที่จะเล่าต่อประสบการณ์ของตนให้แก่เพื่อนฝูงและ

สังคมด้วยการทาวีดีโอเทป เขียนบล็อก เขียนหนังสือ หรือแม้แต่การจ้างนักเขียนให้เขียนเรื่องหรือบทความเพื่อบอกเล่าประสบการณ์ของตนด้วย ซึ่ง Baby Boomers นั้นคือ ผู้ฟังในยุคบุกเบิกของรายการ Talk Show ต่างๆ จนในปัจจุบันเป็นธุรกิจบันเทิงที่ได้รับความนิยมอย่างมาก

#### 7. สรรหาสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิตให้แก่ตนเอง

Baby Boomers เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการสิ่งที่ดีที่สุดของชีวิตที่ดีที่สุดให้แก่ตนเอง ชอบความหรูหรา มีรสนิยม และคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญ ราคาเป็นเรื่องรอง โดย Baby Boomers ให้ความสำคัญกับค่านิยม “การมีคุณภาพชีวิตที่ดี” เป็นอย่างยิ่ง

#### 8. มีความเป็นตัวของตัวเองสูง

Baby Boomers มีความเป็นตัวของตัวเองสูง รู้ว่าต้องการอะไรและจะแสวงหาจนได้ บางครั้งต้องการความสงบด้วยการอยู่คนเดียวลำพัง เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ค่อนข้างเอาแต่ใจตนเอง อยากรดอะไรแบบไหนต้องได้

#### 9. ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการตัดสินใจหาสิ่งสำคัญ

Baby Boomers เป็นกลุ่มที่ให้ความไว้วางใจสูงกับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หากจะต้องตัดสินใจในเรื่องสำคัญใดๆ มักจะพิจารณาความเห็นของผู้มีประสบการณ์มืออาชีพ หรือใช้บริการจากมืออาชีพเพื่อดำเนินการให้ เช่น ปรึกษาบริษัทหรือสถาบันการเงินเพื่อวางแผนเกษียณจากการทำงาน หรือปรึกษานักออกแบบตกแต่งภายในหากต้องการปรับปรุงบ้าน และการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารเพื่อการลดน้ำหนัก เป็นต้น

#### 10. ไม่มีคำว่า “แก่เกินไป”

Baby Boomers เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่มีชีวิตชีวา รักที่จะมีชีวิตอย่างเต็มที่ และชอบทำทุกกิจกรรมได้เหมือนกับคนทั่วไปโดยไม่มีคำว่า “แก่เกินไป” จะพบคนอายุ 80 ปียังถือแร็กเก็ตไปเล่นเทนนิส หรือคนอายุเกิน 60 ปีไปพายเรือ Kayak และปีนเขาอย่างสนุกสนาน นั่นคือวิถีที่พวกเขาต้องการ Baby Boomers คือกลุ่มผู้สูงอายุ ที่ไม่ยอมแก่ จะยังคงสนุกสนานกับการทำกิจกรรมต่างๆ จนกว่าจะไม่สามารถทำได้ หรือหลีกเลี่ยงที่จะต้องหยุดทำไม่ได้เท่านั้น

#### เทคนิคการทำการตลาดกับกลุ่ม Baby Boomers

1. ไม่ใช่คำเรียกกลุ่มนี้ว่า “คนชรา” หรือถูกปฏิบัติเช่น “ผู้สูงอายุ” จากการวิจัยของ Pew Social Trends รายงานว่า Baby Boomers จะไม่คิดว่าตัวเองแก่ ไม่คิดว่าตัวเองเหมือนรุ่นพ่อแม่ในตอนอายุเท่าๆ กัน ส่วนใหญ่จะรู้สึกว่าตัวเองอายุน้อยกว่าอายุจริงถึง 9 ปี ยิ่งกระฉับกระเฉงและแข็งแรง จะไม่ยอมรับว่าตนเองเป็นผู้สูงอายุจนกระทั่งอายุ 72 ปี ถึงแม้ว่าจะมีอายุ 70 ปี ก็ยังคงทำงานหาอะไร ได้อีกมากมายในชีวิต มี Life Style หรือวิถีชีวิตแบบที่ต้องการ ยังเดินทางท่องเที่ยว และมีสุขภาพดี และไม่ชอบให้เรียกว่า “คนชรา” หรือ “ผู้สูงอายุ” หรือ “อาวูโส” ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดแบบเดิมๆ สรรพนามแบบเดิมๆ ที่ใช้กับผู้สูงอายุรุ่นก่อนๆ ไม่สามารถใช้ได้กับกลุ่ม Baby Boomers

เช่น การโฆษณาขายสินค้าผ้าอ้อม Depend ให้แก่กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ได้ใช้นักแสดงที่มีอายุ

40-50 ปี ในการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับระดับกระแวง ไม่ใช่คนชราที่ใช้สินค้านี้ Baby Boomers รู้ดีกว่าตนเองมีสุขภาพดีและกำลังแบ่งบาน ไม่ใช่อยู่ในวัยที่กำลังจะตาย

ต่อไปอีก 20 ปีข้างหน้า Baby Boomers จะมีรายได้เพื่อจับจ่ายใช้สอยมากถึง 15,000,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

กลุ่มสตรีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปใช้จ่ายเงิน 21,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี ในการซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

2. ใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อเข้าถึงกลุ่ม Baby Boomers จากข้อมูลของ Forrester Research พบว่ากลุ่ม Baby Boomers (อายุ 47-55 ปี) ใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากกว่า 40 ชั่วโมงต่อเดือน ในขณะที่ Generation X (อายุ 35-46 ปี) ใช้เวลากับอินเทอร์เน็ต 35 ชั่วโมงต่อเดือน Millennials (อายุ 18-34 ปี) ใช้เวลากับอินเทอร์เน็ต 32 ชั่วโมงต่อเดือน ดังนั้นเพื่อจะเข้าไปถึงพวกเขาจะต้องออกแบบเว็บไซต์เพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่ม Baby Boomers ออนไลน์ให้ได้

Baby Boomers 29 ล้านคนใช้อินเทอร์เน็ต และ 8 ล้านคนใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากกว่า 20 ชั่วโมงต่ออาทิตย์

Baby Boomers ใช้จ่ายเงินทางออนไลน์มากกว่าผู้ใหญ่กลุ่มอื่นๆ ที่มีอายุน้อยกว่าในอัตราส่วน 2:1

2 ใน 3 ของชาวสหรัฐฯ ที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปซื้อสินค้าออนไลน์และใช้จ่ายเฉลี่ยปีละ 7,000,000 ล้านดอลลาร์

กลุ่มผู้มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปใช้บริการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ร้อยละ 42 และเป็น การท่องเที่ยวแบบ ทูรหาราถึงร้อยละ 80

อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญของกลุ่ม Baby Boomers เมื่อจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือ บริการเรื่องสำคัญๆ เช่น ซื้อบ้าน ซื้อรถยนต์ และเครื่องไฟฟ้า การหาข้อมูลเพื่อสุขภาพและความงาม การหาผู้ให้บริการด้านสุขภาพ เป็นต้น

### 3. การทำการตลาดกับกลุ่ม Baby Boomers ผ่านช่องทาง Social Media

กลุ่ม Baby Boomers เป็นกลุ่มหนึ่งที่มีการใช้ Social Media เช่น Facebook และ Twitter อย่างกว้างขวาง มีการเติบโตของการใช้อย่างรวดเร็ว พวกเขานิยมใช้เพื่อติดต่อกับครอบครัวและเพื่อนๆ ทั่วทุกมุมโลก และยังใช้เพื่อตรวจสอบข่าวลือที่สุด อ่านข้อความของบริษัทต่างๆ หรือสื่อต่างๆ ตลอดจนเรื่องที่เขาสนใจติดตาม ซึ่งพบว่า Baby Boomers ที่มีอายุเพิ่มมากขึ้นจะนิยมใช้ Social Media ต่างๆ มากขึ้นกว่าการใช้โทรศัพท์เช่นเมื่อก่อน ซึ่งได้กลายเป็นที่ที่พวกเขาใช้ติดต่อสื่อสารเป็น

ประจำ ดังนั้นควรให้ความสนใจกับ กลยุทธ์การตลาดบน Facebook และ Twitter หรือ Social Media ต่างๆ ด้วย

กลุ่มผู้ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 27.4 ล้านคนใช้ Social Network และ 19 ล้านคนเล่น Facebook 4 เว็บไซต์ยอดนิยมของกลุ่มผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป คือ Google, Facebook, Yahoo และ YouTube

#### 4. ให้ความสำคัญกับกลุ่ม Baby Boomers โดยไม่มองว่าเหมือนกันหมด

Ms. Ann Fishman ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด กล่าวว่า Baby Boomers เป็น “ผู้ต่อต้านเผด็จการ” เป็นผู้ที่ไม่นิยมหรือบ้าดารา แต่ให้คุณค่ากับข้อความที่บ่งบอกถึงการยอมรับ การชื่นชม ประสิทธิภาพและความสามารถของพวกเขา ดังนั้นการใช้ได้ผลกับคนกลุ่มนี้ ได้แก่ “คุณคือคนสำคัญ” และ “เรามีความต้องการที่จะให้คุณ” เพื่อสะท้อนให้เห็นความสำคัญของพวกเขา การที่จะเข้าถึงพวกเขา คือ การสื่อสารโดยตรงถึงพวกเขา (Direct Mail) รวมทั้งกิจกรรมพิเศษ (Special Event) การตลาดส่งตรงไปที่พวกเขาด้วยเมลล์และอีเมลล์ นั่นก็คือการให้ความสำคัญกับพวกเขานั้นเอง และอย่ามองข้ามรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ และเข้าไปถึงพวกเขาด้วยวิธีที่เขายอมรับได้ โดยไม่ปฏิบัติราวกับพวกเขาเป็น คนชราที่มีลักษณะเหมือนกันหมด

2.5 Baby Boomers คือ “Me Generation” กลุ่ม Baby Boomers เป็นอีกกลุ่มที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง รู้ว่าตนเองต้องการอะไร มีความต้องการอย่าง เด่นชัด ดังนั้นจึงต้องตอบสนองความต้องการของพวกเขาให้ได้เป็นอย่างดี การตลาดแบบ Mass Marketing มักจะไม่ค่อยได้ผลกับคนกลุ่มนี้ วิธีที่ใช้ได้ผลกับพวกเขาคือปรับสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของพวกเขาซึ่งมีลักษณะเฉพาะ

#### 6. ออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ให้เห็นได้ชัดเจน

กลุ่ม Baby Boomers เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีการใช้แว่นสายตาแล้ว ดังนั้นการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ หรือตัวอักษรให้เห็นชัดเจน หลีกเลี่ยงการใช้ฉื่อยคาที่สับสนหรือแบบอักษรที่มีลูกเล่นเกินไป ก็เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่จะทำให้พวกเขาซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์ของ Sherwin Williams ได้เปลี่ยนป้ายฉลากสินค้าให้เห็นชัดเจนขึ้นเป็นปัจเจกชน หรือมองว่าเป็นกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) ไม่ใช่กลุ่มผู้สูงอายุที่เหมือนๆ กันกับผู้สูงอายุสมัยก่อน จะใช้วิธีการทางการตลาดเดิมๆ หรือเหมือนกันหมดไม่ได้ ต้องหาวิธีที่จะเชื่อมต่อกับพวกเขา การสื่อสารผ่าน Social Media เป็นช่องทางหนึ่งที่จะเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และใช้ภาษาที่เขายอมรับได้ หลีกเลี่ยงคำว่า “คนชรา” หรือ “ผู้สูงอายุ” หรือ “อาวุโส”

### 3.3 ประวัติความเป็นมาสไตล์มอดส์

มอดส์ (Mod) มาจากคำว่า Modernism (สมัยใหม่นิยม) เป็นวัฒนธรรมการใช้ชีวิตของวัยรุ่นที่เกิดขึ้นในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ในยุค 50

มอดส์ เรียกว่าเป็นวัฒนธรรมของคนกลุ่มหนึ่ง (วัฒนธรรมย่อย หรือ Subculture) ที่มีฐานะเป็นชนชั้นกลาง ประกอบด้วยคนหนุ่มสาวเป็นหลัก ทั้งคนทำงานระดับมัธยมและระดับปฏิบัติการ รูปแบบชีวิตในสังคมก็จะเป็นลักษณะคนเมืองที่ใช้ชีวิตกลางคืน โดยคนกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มคนที่นิยมแฟชั่นและดนตรีมาก

แรกเริ่มเดิมที มอดส์ ถูกใช้เรียกกลุ่มแฟนเพลงโมเดิร์นแจ๊ส ต่อมาคนกลุ่มนี้ก็เริ่มที่จะแต่งตัวและมีรูปแบบการใช้ชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์มากขึ้น ในราวปี ค.ศ. 1960 วิธีการดำเนินชีวิตแบบหนุ่มสาวผู้มั่งคั่งได้เกิดขึ้นในอังกฤษ ซึ่งเป็นช่วงเดียวกันกับยุคเริ่มต้นของการปฏิวัติทางเศรษฐกิจและสังคมในตอนแรก ด้วยภาวะเศรษฐกิจที่มั่นคงและมีงานให้เลือกทำมากมาย ทำให้คนรุ่นหนุ่มสาว มีรายได้มากพอจนต่อมาได้เกิดคนยุคใหม่ที่สามารถก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในสื่อหลายสาขาที่คนเหล่านั้นเข้าไปทำงาน

แฟชั่นที่ มอดส์ นิยมใส่ก็เช่นพวกสูท โดยจะเป็นเสื้อสูทคล้ายแจ็กเก็ตที่มักทำด้วยขนกระต่าย ซึ่งโดยรวมแล้วลักษณะการแต่งกายจะไปในแนวแฟชั่นสมัยใหม่แบบอิตาลี

สำหรับการแต่งตัวแบบสบาย ๆ แล้ว กลุ่มมอดส์ จะสวมกางเกงขาตรงเกือบรัดรูป เสื้อโปโล เช่นของ Fred Perry และ Ben Sherman ไว้ทรงผมสไตล์ฝรั่งเศส ส่วนสาวๆ จะใส่เสื้อคลุมหนังสีดำ แบบสปอร์ต เสื้อคอเต่า กระโปรงสั้นรัดรูป ชุดเดรส หรือ กางเกงรัดรูป และ รองเท้าบู๊ต นอกจากนี้แล้ว เสื้อโค้ดยี่ห้อ Parkas ที่พวกเขาชอบใส่ในการเล่น Scooter ก็ยังเป็นที่รู้จักกันมาก (เสื้อคลุมตัวใหญ่พร้อมหมวก) ซึ่งเสื้อโค้ดตัวหนักนั้นนอกจากเป็นเครื่องบ่งบอกความเป็นขาวมอดส์ ของพวกเขาแล้ว ยังช่วยป้องกันความหนาวเย็นขณะขี่สกูตเตอร์



ภาพที่ 41 แสดงภาพตัวอย่างกางเกงขาตรงเกือบรัดรูป

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/560627853585108591/>



ภาพที่ 42 แสดงภาพตัวอย่างเสื้อโปโล

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/385550418076267962/>



ภาพที่ 43 แสดงภาพตัวอย่างเสื้อสูทคล้ายแจ็กเก็ต

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/383509724492768544/>





ภาพที่ 44 แสดงภาพตัวอย่างเสื้อคลุมหนังสีดำแบบสปอร์ต

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/335307134730353081/>



ภาพที่ 45 แสดงภาพตัวอย่างกางเกงรัดรูป

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/225954106277144566/>



ภาพที่ 46 แสดงภาพตัวอย่างรองเท้าบูต

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/225954106277144566/>



ภาพที่ 47 แสดงภาพตัวอย่างชุดเดรส

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/452682200016127937/>



ภาพที่ 48 แสดงภาพตัวอย่างเสื้อคอเต่า

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/508554982898288251/>



ภาพที่ 49 แสดงภาพตัวอย่างกระโปรงสั้นรัดรูป miniskirt

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/481603753877258715/>



ภาพที่ 50 แสดงภาพตัวอย่างเสื้อโค้ด

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/339318153149939428/>

การแต่งหน้าของสาว ๆ มอเดิร์นจะเน้นที่ดวงตา โดยเขียนขอบตาและปิดขนตาสีดำ ทรงผมเป็น ม้วนวาวและทำให้อูบองๆ หนาๆ โดยการย้อมและประโคนเจลแต่งผมเพื่อให้ผมอยู่ทรง บุคลิกสาว ๆ จะ ดูคล่องแคล่วและดูเหมือนผู้ชาย ซึ่งแตกต่างอย่างมากกับแฟชั่นของผู้หญิงในยุคนั้น ต่อมาสาวมอเดิร์น ก็ นิยมใส่เสื้อผ้าที่มีชีวิตชีวาและเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น



ภาพที่ 51 แสดงภาพตัวอย่างการแต่งหน้าสไตล์มอเดิร์น

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/365917538448422495/>

มอดส์นิยมที่จะใช้สกูตเตอร์ เป็นยานพาหนะ โดยเฉพาะที่ผลิตจากอิตาลี ยี่ห้อ เวสป้า หรือ Lambretta ซึ่งออกแบบให้เหมาะสมกับการขับขี่ในเมือง ด้วยแบบรถที่ดูเรียบง่าย แต่มีสีสันเป็นประกาย และทำนั้งซิปที่ตัวตั้งตรง เป็นเสน่ห์ที่ทำให้ชาว Mod เห็นว่าเข้ากันได้กับสไตล์ของพวกเขา พวกเขาจะตกแต่ง สกูตเตอร์ ด้วยกระจกและไฟจำนวนมาก โดยส่วนมากไม่ได้ใช้ไฟและกระจกเหล่านั้น

การที่มอดส์เลือกสกูตเตอร์เป็นยานพาหนะเหตุผลส่วนหนึ่งก็มาจากการเดินทางโดยสาธารณะไม่สะดวกนัก และราคาของสกูตเตอร์ ก็ถูกกว่ารถยนต์ และเหตุผลที่พวกเขาประดับประดา รถด้วยกระจกและไฟจำนวนมากก็มีสาเหตุมาจากการประดกกฎหมายอังกฤษ ที่ออกกฎหมายใหม่ให้รถ มอเตอร์ไซค์ทุกคันต้องมีกระจกอย่างน้อย 1 อัน



ภาพที่ 52 แสดงภาพตัวอย่างสกูตเตอร์ สไตล์มอดส์

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/473581717037650212/>

ดนตรีที่ชาวมอดส์นิยมจะเป็นแนว โมเดิร์นแจ๊ส และ อาร์แอนด์บี หลังจากนั้นเมื่อกลุ่มชาว Mod ขยายใหญ่ขึ้น ก็มีการขยับขยายแนวเพลงไปเป็นเพลง โซล (แนวดนตรี), สกา, และ Bluebeat ด้วย ทำให้เกิดวงดนตรีต่างๆหลายต่อหลายวงที่กลายมาเป็นวงระดับตำนาน อาทิเช่น The Who, The Kinks, The Small Faces และ The Jam



ภาพที่ 53 แสดงภาพถ่ายอย่างวงดนตรี Bluebeat สไตล์มอดส์

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/384846730634018825/>

Mod ขึ้นชอบในศิลปะสมัยใหม่ และมีสถานที่ที่ไ้รวมตัวกันบ่อยๆ เป็นพวกไนท์คลับ ยกตัวอย่างเช่น The Scene หรือ The Flamingo ในลอนดอน หรือจะเป็น Twisted Wheel Club ใน Manchester เพื่อที่จะโชว์เอกลักษณ์ที่กล่าวมา

การเสพยาเป็นเรื่องปกติของชาวมอดส์ โดยเฉพาะแอมเฟตามีน ยาเหล่านี้เข้ากันได้กับวิถีชีวิตของพวกเขา โดยทำให้พวกเขาทำอะไร ได้นานขึ้น เช่น เดินร่า ส่งสรรคค์ หรือ ซี่ Scooter ยา Purple Hearts หรือ Blues ทำให้หนุ่มสาวชาวมอดส์ ทำงานได้ทั้งวันและยังมีแรงพอที่จะออกไปสนุกสนาน ยามค่ำคืนจนเกือบรุ่งเช้า ส่วนวันรุ่งขึ้นพวกเขาก็ใช้เวลางานในที่ทำงานสำหรับการพักผ่อน ลูกมองว่าชอบทำอะไรที่คนรุ่นก่อนไม่เคยได้ทำหรือสัมผัส สำหรับคนบางกลุ่มแล้วพฤติกรรมนี้ดูเหมือนขาดความรับผิดชอบ สุดโต่ง และ คุกคาม

การกระทบกระทั่งกันระหว่างสองกลุ่มนี้เกิดขึ้นเป็นประจำเมื่อชาว Rockers ซี่จักรยานยนต์ เข้ามาในเมือง ดังเช่นเหตุการณ์ที่ยังเป็นที่จดจำที่เกิดขึ้นในเมือง Brighton ในปี ค.ศ. 1994 ในเหตุการณ์นั้นตำรวจได้เข้าจับกุมผู้ก่อเหตุ ในขณะที่สื่อต่างๆ ได้โหมประโคมข่าวกันอย่างกว้างขวาง สร้างความสลดใจให้แก่ผู้คนที่ได้อ่านหัวข้อข่าวและรูปภาพเหตุการณ์ในหนังสือพิมพ์ ถึงแม้ว่าผู้คนในสังคมจะวิตกเรื่องที่หนุ่มสาวออกนอกกลุ่มนอกทางอยู่นอกเหนือ การควบคุม แต่เบื้องหลังหัวข้อข่าวในหนังสือพิมพ์ ก็ไม่มีอะไรเลวร้ายไปกว่าความเสียหายจากอาชญากรรม และการจู่โจมที่ไม่รุนแรงมากนัก

LONDON เมืองหลวงเก่าแก่สวยงามอันดับต้นๆ ของโลกซึ่งไม่สามารถปฏิเสธได้เลยว่า สาวๆ street fashionista ทุกคนต่างก็ใฝ่ฝันอยากไปเยี่ยมเยือนสักครั้งในชีวิต ลอนดอนเป็นเมืองที่ ก่อกำเนิด แนวแฟชั่นที่โดดเด่นกว่าที่อื่นๆ ใดในโลก และยังเป็นต้นกำเนิดบัญญัติศัพท์ Street Fashion อีกด้วย เพราะที่นี่ไม่มีห้องเสื้อชั้นสูง หรือที่เรียก Haute Couture เพราะเนื่องจาก

โครงสร้างของประชากรในประเทอังกฤษนั้นสามารถแบ่งชั้นของประชากรได้ด้วยระบบภาษี จึงทำให้คนชนชั้นกลางเป็นประชากรหลักของประเทศ และมีคนชั้นล่าง (หรือคนรายได้น้อยกว่าเกณฑ์) มีบ้างเล็กน้อย ส่วนชนชั้นสูงนั้นไม่ต้องพูดถึงเพราะมีน้อยมาก ผู้คนส่วนใหญ่เลยค่อนข้างมีวิถีชีวิตในระดับที่ไม่ได้แตกต่างกันมากนัก เมื่อคนชั้นสูงมีน้อย ก็ทำให้วิถีชีวิตแฟชั่นแบบคนชั้น Aristocrat ไม่ได้เป็นแบบแผนให้คนทั่วประเทศปฏิบัติตามเฉกเช่นแบบชาวฝรั่งเศสคนชนชั้นกลางจำนวนมากจึงได้มีบทบาทในการแสดงออกทางแฟชั่นและเหมือนเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ของชาวอังกฤษในเรื่องรสนิยมด้านแฟชั่น ประกอบกับนโยบายผลิตประชากรในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้เกิดปรากฏการณ์ baby boom เกิดหนุ่มสาววัยรุ่นยุค 60's มากมายที่ไม่มีกำลังซื้อแฟชั่นหรูหรา ซึ่งช่วงนั้นจะได้รับอิทธิพลจาก Haute Couture ของฝรั่งเศส ทำให้แฟชั่นยุคนั้นจะดูไฮโซ เป็นงาน Exclusive ยาวบานรุ่มร่าม จับเดรปตีเกล็ดแยกย้าย เอวคอดอกชันตั้ง ด้วยสแตยร์คหน้าห้องจนกึ่งคอด(ซึ่งถือเป็นโชคดีที่อย่างมากมายที่เราไม่เกิดยุคนั้น) ทำให้วัยรุ่นยุคเบบี้บูมก่อนปฏิบัติภารกิจปฏิบัติแฟชั่นชั้นสูงเหล่านั้นเพราะใส่แล้วก็ทำให้ดูสูงวัยขึ้นทันตาเห็น แล้วก็คิดว่าทำไม ถึงไม่มีชุดเก๋ๆ ให้วัยรุ่นใส่ ผลคือทำให้ทุกคนมีปฏิริยาออกมา ในแนวเดียวกันหมด คือปฏิเสธความหรูหรา ปฏิเสธเรือนร่างแบบเอวคอดอกชันสะโพกผาย มาสู่เรือนร่างแบบใหม่อกแพบ ไม่เน้นเอวสะโพกเล็กตัวผอม ซึ่งเป็นเรือนร่างแบบเด็กๆที่ยังไม่ค่อยจะมีทรวดทรง ซึ่ง icon คนสำคัญในยุคนั้นก็คือ Twiggy

กราฟิก ซึ่งเราจะเรียกรวมๆ ว่า แนว “Mod look ชุดเดรสสั้นและชุดถักนิตตั้ง นิยมสวมใส่แบบแยกชุด ส่วนชุดเดรสสั้นนั้น ต้องเป็นคอเหลี่ยม คอวี หรือคอกลม ทำจากผ้าวัสดุหลายเรียบๆ คาดเข็มขัดเส้นโตเพื่อเติมสีสัน (ทำให้นึกถึงแบรด์ชาแนลเลยนะเนี่ย) หรือบางคนนิยมใส่เนื้อจัมเปอร์คอโพลี ใส่กับกางเกงสีขาว หรือสีมีสตาร์ต หรือเสื้อโพลีแบบวงเดอะ บิทเทิล ร่องเท้าสุदनิยมของสาว ๆ ยุคนี้ ต้องยกให้รองเท้า คัชชูสันเตี้ยปลายมน ในช่วงปี 1965 ก็เป็นที่ของรองเท้าบูทสันเตี้ย สูงเท่าเข้า นิยมสวมคู่กับชุดเดรสสั้น รวมถึงรองเท้าแตะสกออล์ก็ได้รับความนิยม



ภาพที่ 54 แสดงภาพตัวอย่างกราฟิก ซึ่งเราจะเรียกรวมๆ ว่า แนว “Mod look”  
ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/151222499965644253/>



ภาพที่ 55 แสดงภาพตัวอย่างกราฟิก ซึ่งเราจะเรียกรวมๆ ว่า แนว “Mod look”  
ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/34340015879373186/>



แมรี ควานท์ (Mary quant) ไอคอลลสาว ดีไซน์เนอร์เมืองผู้ดี เป็นตัวแทนของสาวยุค 60 ได้ดี ที่สุด เพราะเธอได้ออกแบบเสื้อผ้า และสไตล์แห่งยุค 60 จนได้รับความนิยมและผ่าตัดแฟชั่นในยุคนั้น ให้มีสีสัน ไม่ว่าจะป็นมินิสเกิร์ต ถุงน่องหลากสี บู้ตหนังสูงถึงเข่า เสื้อลายทาง ลายวงกลม แม้แต่ชุดเดรสสั้นที่สาว ๆ ยุคนี้นิยม ไปจนถึงสไตรล์มอด และเซลซี ลุค นอกจากนั้น เธอยังสร้างปรากฏการณ์แฟชั่นใหม่ๆ เช่น ผลิตเสื้อกันฝนพลาสติกประกายแวววับ ถุงน่องที่มีลวดลายต่างๆ และกางเกง เจ้าแม่แฟชั่น ยุค 60 คนนี้ เริ่มต้นเรียนศิลปะ และเข้าสู่การเป็นดีไซเนอร์เต็มตัวในช่วงปลายยุค 50 โดยทำธุรกิจเล็กๆ เป็นของเธอเอง จนผลงานการออกแบบของเธอเป็นที่นิยมของหนุ่มสาววัยรุ่นในยุคนั้น และเธอได้บันทึกไว้ว่า “ฉันต้องการให้วัยรุ่นได้มีสไตล์เป็นของตัวเอง”



ภาพที่ 56 แสดงภาพถ่ายอย่างแมรี ควานท์ (Mary quant)

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/200691727119938907/>

นับตั้งแต่ Bill Haley & His Comets ออกซิงเกิ้ลที่มีชื่อว่า Rock around the clock ในปี 1954 นั้น บทเพลงแนวใหม่ก็ถือกำเนิดขึ้นมาในวินาทีนั้นเอง กระแสของดนตรีแนวใหม่เปรียบเสมือนระเบิดลูกใหญ่ที่ทำลายวัฒนธรรมของ Jazz, Blues รวมไปถึงงานดนตรีที่บรรดาพ่อแม่ ของเด็กหนุ่มสาวในยุค 50 จนพินาศสิ้น หลังจากนั้นไม่นานก็มีบุคคลอีกคนหนึ่งซึ่งน่าจะถือว่าเป็นผู้ฝังรากของดนตรีแนวใหม่ ให้ก่อเกิดขึ้น นั่นก็คือ Alan Freed "Father of Rock 'n Roll"

ชายคนนี้เป็นผู้ให้กำเนิดคำว่า Rock 'n Roll นั่นเอง และชายคนนี้ก็เป็นที่ใจที่เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของดนตรี Mainstream ในยุค 50's จนหมดสิ้น คือรายการวิทยุ ในยุคนั้นไม่มีการนำเพลงของคนดำมาออกอากาศ แต่ Alan ก็นำบทเพลงของคนดำ ซึ่งกำลังได้รับความนิยมมาออกอากาศคู่กับ Frank Sinatra ของพวกผู้ใหญ่ได้อย่างแมนนี่ส์ Little Richard, Jerry Lee Luis, Chuck Berry นั่นเอง หลังจากนั้นไม่นาน ชายหนุ่มจากเมมphisอีกคนก็ทำให้ดนตรี Rock 'n Roll ขึ้นสูงจนถึงจุดสุดยอด ชายหนุ่มคนนี้มีสีลาที่ไม่เหมือนใคร บทเพลงที่ไพเราะและรูปร่างหน้าตาสุดหล่อ Elvis Presley

ผู้ฟังเพลงอายุ 40 ขึ้นไป หากเอ่ยถึง Elvis คงไม่มีใครไม่รู้จัก หรือนึกหน้าของ Elvis ไม่ออกหรือเมื่อเอ่ยถึงบทเพลง Heartbreak Hotel, Hound Dog, Wooden Heart หรือ Can't Help Falling in Love หลายคนร้องคลอได้เลย ในยุคนั้น เขาถือเป็นคนหนึ่ง ที่มีโอกาสลิ้มรสชาติแห่งความสำเร็จและชื่อเสียง ได้นานที่สุดคนหนึ่ง หลังจากที่ Elvis โด่งดังจนถึงขีดสุด จึงเกลียดอันมากมายมหาศาลเพียงไรก็ตาม มันก็ถึงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลง

ในต้นยุค 60 ก็มีวงดนตรีอีกรวงหนึ่งที่มีความนิยมไม่แพ้ Elvis เลยนั่นก็คือเด็กหนุ่มจากเมือง Liverpool คือ The Beatles



ภาพที่ 57 แสดงภาพตัวอย่าง The Beatles

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/447404544211447602/>

Mod คำที่มาจากสมัยคำที่ใช้ในปี 1960 เพื่ออธิบายเพลงแจ๊สที่ทันสมัยนักดนตรีและแฟน ๆ การใช้งานนี้เทียบกับระยะซึ่งอธิบายผู้เล่นแจ๊สแบบดั้งเดิมและแฟน ๆ 1959 นวนิยายแอบโซลูท เริ่มต้นอธิบายธรรมเนียมเป็นแฟนเพลงแจ๊สที่ทันสมัยหนุ่มสาวที่แต่งกายด้วยชุดที่คมชัดที่ทันสมัย เสื้อผ้าอิตาลี นวนิยายเรื่องนี้อาจจะเป็นหนึ่งในตัวอย่างแรกของการเขียนเพื่ออธิบายแบบสติหนุ่มอังกฤษแฟนเพลงแจ๊สที่ทันสมัย การใช้คำว่าสมัยนี้ไม่ควรจะสับสนกับความทันสมัยในบริบทของวรรณคดี ศิลปะ, การออกแบบและสถาปัตยกรรม จากช่วงกลางถึงปลายทศวรรษที่ 1960 เป็นต้นมา สื่อมวลชนมักจะใช้คำว่าสมัยในความหมายที่กว้างขึ้นเพื่ออธิบายสิ่งๆ ที่เชื่อว่าจะเป็นที่ยอมรับหรือแฟชั่นที่ทันสมัย พอล Jobling และเดวิดรอว์ลีย์ยืนยันว่าความหมายของ mod อาจเป็นเรื่องยากที่จะหา เพราะตลอดยุควัฒนธรรมที่มันเป็น "ความเสี่ยงที่จะคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง" พวกเขาอ้างว่าตั้งแต่เกิดเหตุ mod เป็นพหุนิยมดังนั้นคำว่า สมัยเป็นคำที่ครอบคลุมหลายฉากย่อยแตกต่างกัน

กัน เทอร์ริงลิ่งส์ระบุว่าวัยรุ่นเป็นเรื่องยากที่จะกำหนดเพราะวัฒนธรรมเริ่มต้นจากการเป็น"โลกกึ่งลับ ลึกลับ" ซึ่งใครผู้จัดการของปีเตอร์ Meaden สรุปว่า "การใช้ชีวิตที่สะอาดภายใต้สถานการณ์ที่ยากลำบาก"

พอล Jobling และเดวิดรอว์ลีย์ที่เรียกว่าวัฒนธรรมพอควอร์ "แฟชั่นหลงศาสนาและลัทธิของไฮเปอร์เย็น" คนหนุ่มสาวที่อาศัยอยู่ในมหานครลอนดอนหรือเมืองใหม่ของภาคใต้ เนื่องจากความมั่งคั่งที่เพิ่มขึ้นของอังกฤษหลังสงครามเยาวชนของปี 1960 ต้นเป็นหนึ่งในกลุ่มแรกที่ไม่ได้มีการมีส่วนร่วมเงินได้จากงานหลังเลิกเรียนกับการเงินของครอบครัว ในฐานะที่เป็นวัยรุ่นสมัยหนุ่มสาวและผู้ใหญ่เริ่มใช้รายได้ของพวกเขาที่จะซื้อเสื้อผ้าที่มีสไตล์ที่ร้านเสื้อผ้าบูติกเยาวชนที่กำหนดเป้าหมายแรกที่เปิดในลอนดอนใน Camaby ถนนและถนนคิงส์เซต ชื่อถนนกลายเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นหนึ่งในนิตยสารในภายหลัง กล่าวว่า "ผ้าสักหลาดไม่มีที่สิ้นสุดของมินิ skirted, รองเท้าบูต, เทวดาเชิงมม ยุติธรรมผม" บัญชีหนังสือพิมพ์จากกลางทศวรรษ 1960 มุ่งเน้นไปที่ความหลงใหลสมัยกับเสื้อผ้ามักจะมีรายละเอียดราคาของชุดที่มีราคาแพงที่สวมใส่โดยวัยรุ่นหนุ่มสาว และแสงทากรณีที่รุนแรงเช่นสมัยหนุ่มสาวที่อ้างว่าเขาจะ "ไปโดยไม่มีเงินที่จะซื้อเสื้อผ้า"

เยาวชนสองวัฒนธรรมช่วยปูทางสำหรับแฟชั่นสมัยโดยการทำลายพื้นใหม่ beatniks กับพวกเขาโบฮีเมียนภาพของเบเรต์และเต่าสีดำและเด็กเท็ดดี้จากที่แฟชั่นสมัยได้รับมรดกของ หลงตัวเองและจุกจิก แนวโน้มเด็กเท็ดดี้ปูทางสำหรับการทำ ชายที่สนใจในแฟชั่นที่ยอมรับของสังคมเพราะก่อนที่จะมีเด็กเท็ดดี้ที่น่าสนใจในแฟชั่นชายในสหราชอาณาจักรมีความสัมพันธ์ส่วนใหญ่ที่มีพฤติกรรมรักร่วมเพศ วัฒนธรรมได้ดินสไตล์การแต่งกายสีสัน



ภาพที่ 58 แสดงภาพตัวอย่าง สัญลักษณ์

Jobling ยืนยันว่าสำหรับการทำงานช่วงวัยรุ่นจะเน้นวัฒนธรรมของแฟชั่นและเพลงที่ถูกปล่อยให้เป็นอิสระจาก "การดำรงอยู่ในชีวิตประจำวันอย่างซ้ำซาก" ที่งานของพวกเขา Jobling ทราบว่าในขณะที่วัฒนธรรมมีองค์ประกอบที่แข็งแกร่งกว่าการคุ้มครองผู้บริโภคและข้อบังคับ, วัยรุ่นผู้บริโภค "รูปแบบที่มีอยู่ของสัญลักษณ์และสิ่งประดิษฐ์" เช่นธงยูเนียน และหน่วยกองทัพอากาศและวงในแจ๊คเก็ตของพวกเขาในซิลปะป๊อปสไตล์และการวางลายเซ็นส่วนบุคคล สไตล์ของพวกเขา Mods นำมาใช้ในรูปแบบที่อิตาลีและฝรั่งเศสใหม่ในส่วนที่เป็นปฏิกิริยาไปในชนบทและเมืองเล็กโยกมีรถจักรยานยนต์สไตล์หนังของพวกเขา1950 เสื้อผ้าและอเมริกัน

วัยรุ่นชายแต่งกายเรียบง่ายที่รวมชุดตัดกับปกแคบ (บางครั้งทำมาจากผ้าขนแกะ) เสื้อปกขนสัตว์หรือเสื้อกันหนาวผ้าขนสัตว์ชนิดหนึ่ง (crewneck หรือ), เซลซีหรือรองเท้าปิดเทิล, รองเท้าไม่มีสัน, Clarks รองเท้าทะเลทราย, รองเท้าโบว์ลิงและทรงผมที่เลียนแบบรูปลักษณ์ของฝรั่งเศส Nouvelle Vague นักแสดงภาพยนตร์ วัยรุ่นชายที่มีบรรทัดฐานทางเพศโดยใช้อายแชโดว์,ดินสอเขียนตาหรือแม้กระทั่งลิปสติก. Mods เลือก สกูดเตอร์มากกว่ารถมอเตอร์ไซด์ส่วนหนึ่งเป็นเพราะพวกเขาเป็นสัญลักษณ์ของสไตล์อิตาลีเลียนและแพงเพราะร่างกายของพวกเขาปกปิดชิ้นส่วนที่เคลื่อนไหวและทำให้พวกเขามีโอกาสน้อยที่เสื้อผ้าเปื้อนด้วยน้ำมันหรือฝุ่นถนน วัยรุ่นหลายคนสวม Parkas ทหารขณะขับรถสกูดเตอร์เพื่อให้ทำความสะอาดเสื้อผ้าของพวกเขา

วัยรุ่นหญิงหลายคนแต่งตัว androgynously กับทรงผมสั้น, กางเกงขายาวแบบผู้ชายหรือเสื้อ, รองเท้าแบนและแต่งหน้าเล็ก ๆ น้อย ๆ แต่งตาเพียงอายแชโดว์สีน้ำตาลอ่อน, สีลิปสติกสีชมพูหรือสีซีดและขนตาปลอม Miniskirts กลายเป็นความก้าวหน้าที่สั้นลงระหว่างต้นและกลางทศวรรษที่ 1960 ในฐานะที่เป็นสมัยแฟชั่นผู้หญิงกลายเป็นกระแสหลักมากขึ้นเช่น รุ่งเรียว Jean Shrimpton และทวิกก็เริ่มที่จะเป็นตัวอย่างพอควร นักออกแบบแฟชั่นไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด เช่นแมรีควอนท์ซึ่งเป็นที่รู้จักสำหรับการออกแบบกระโปรงสั้นของเธอและจอห์นสตีเฟนที่ขายเสื้อผ้าของเธอ" และมีลูกคำขนาดเล็กใบหน้า รายการโทรทัศน์พร้อมไป การสร้างความตระหนักการแพร่กระจายของแฟชั่นสมัยให้กับผู้ชมที่มีขนาดใหญ่

#### 4. ข้อมูลสนับสนุน

##### 4.1 กลุ่มตัวอย่าง วัยรุ่น

วัยรุ่น TEENAGE อ่านว่า ทินเอจ คำจำกัดความ คำว่า "วัยรุ่น" มีความหลากหลายเนื่องจากขึ้นกับความแตกต่างของขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม ตลอดจนความแตกต่างทางสังคม และการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยา ของวัยรุ่นในแต่ละแห่ง อย่างไรก็ตาม องค์กรอนามัยโลก ได้กำหนดความหมายกว้างๆ ของวัยรุ่นไว้ดังนี้

วัยรุ่น หมายถึง ช่วงอายุที่มีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย ในลักษณะที่พร้อมจะมีเพศสัมพันธ์

วัยรุ่น เป็นระยะที่มีการพัฒนาทางจิตใจมาจากความเป็นเด็ก ไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่

วัยรุ่น เป็นระยะที่มีการเปลี่ยนแปลงจากสภาพ ที่ต้องพึ่งพาทางเศรษฐกิจไปสู่ภาวะที่ต้องรับผิดชอบและพึ่งพาตนเอง

วันนี้จึงครอบคลุมอายุโดยประมาณ คือ เด็กหญิง ระหว่างอายุ 10 – 20 ปี และเด็กชายระหว่างอายุ 12 – 22 ปี เนื่องจากช่วงวัยดังกล่าวค่อนข้างยาว ทางกรมแพทย์และจิตวิทยาพัฒนาการจึงแบ่งช่วงดังกล่าว ออกเป็น 2 – 3 ระยะ (แล้วแต่หลักเกณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญ) เนื่องจากระยะต้นกับระยะปลายของวัย เด็กจะมีการเจริญเติบโต ทั้งกายและจิตใจ อารมณ์ แตกต่างกันมาก ในที่นี้จะแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ



ภาพที่ 59 แสดงภาพตัวอย่างวัยรุ่น TEENAGE

วัยรุ่นตอนต้น เด็กผู้หญิงอยู่ในช่วงอายุ 10 – 14 ปี เด็กผู้ชายอยู่ในช่วงอายุ 12 – 16 ปี ในระยะนี้มีการเปลี่ยนแปลง คือ

มีการเปลี่ยนแปลงของร่างกายอย่างรวดเร็ว เช่น เด็กหญิงจะมีเต้านมใหญ่ขึ้น มีประจำเดือนมีการสร้างฮอร์โมนอีสโตรเจน และโปรเจสเทอโรน มีขนตามรักแร้และอวัยวะเพศภายนอกมีรูปร่างสูงใหญ่

ค่อนข้างหลงตัวเอง (Narcissistic phase)

มีความเพ้อฝัน (Magical Thinking)

มีความเป็นอิสระ (Emancipation) แต่ยังคงพึ่งพาพ่อแม่ ยังสนใจเพศเดียวกัน

วัยรุ่นตอนกลาง เด็กผู้หญิงอยู่ในช่วง 14 – 18 ปี เด็กผู้ชายในช่วงอายุ 16 – 20 ปี ในระยะนี้มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ

เป็นระยะที่ दौरान โมโหง่าย มักจะมีความขัดแย้งกับพ่อแม่สูง

เพื่อนมีอิทธิพลสูง

เริ่มสนใจเพศตรงข้าม

การเปลี่ยนแปลงทางร่างกายเริ่มสมบูรณ์เต็มที่  
เป็นระยะที่เริ่มทดลองเกี่ยวกับเพศ ซึ่งถ้าขาดความรู้และการป้องกันจะก่อให้เกิดปัญหา  
ตั้งครรภ์ที่ไม่พึงปรารถนา หรือโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ รวมทั้งโรคเอดส์

ยังคงมีความคิดเพื่อฝัน

วัยรุ่นระยะนี้จึงมีปัญหามากและบ่อยที่สุด

วัยรุ่นตอนปลาย เด็กหญิงอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 18 – 20 ปี เด็กผู้ชายอยู่ในช่วง 20 – 22 ปี  
เป็นระยะที่เจริญเติบโตเข้าสู่ผู้ใหญ่เต็มที่ ดังนั้นระยะนี้จึงมีลักษณะ

รู้จักบทบาทของเพศเองเต็มที่

มีความเป็นอิสระเต็มที่ในการดำรงชีวิต และการประกอบอาชีพ

ค่อนข้างยอมรับการให้คำแนะนำได้ง่ายกว่าวัยต้นๆ

ให้ความสนใจต่อคำแนะนำต่างๆรวมทั้งเรื่องการป้องกันปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่

เหมาะสม

เมื่ออย่างเข้าสู่วัยรุ่น จะมีการเปลี่ยนแปลงทั้งด้าน ร่างกาย ด้านจิตใจหรืออารมณ์ ด้านสังคม  
และด้านสติปัญญา ซึ่งพอจะกล่าวได้ ดังนี้

การเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย

ในช่วงวัยรุ่นเด็กหญิง เด็กชาย จะเกิดการเปลี่ยนแปลง ด้านร่างกายทั้งรูปร่าง เสียง ความ  
สูง และน้ำหนัก กล่าวคือ ทั้งสองเพศจะมีความสูงและน้ำหนักเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว อย่างเห็นได้ชัด  
เด็กหญิงจะเริ่มมีประจำเดือน สะโพกขยายออก เอวคอด หน้าอกโตขึ้น เสียงหวานแหลม มีขนขึ้นที่  
อวัยวะเพศ

ส่วนเด็กชายจะเริ่มมีน้ำอสุจิ มีการสำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง มีหนวดเครา มีขนขึ้นที่อวัยวะ  
เพศ รักแร้ เสียงแตกพร่า กล้ามเนื้อแข็งแรง หน้าอกและไหล่กว้างขึ้น วัยรุ่นชาย จะตัวสูงขึ้นและ  
น้ำหนักเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล้ามเนื้อแข็งแรง หน้าอกและไหล่กว้างขึ้น มีหนวดเครา มีขนขึ้นที่อวัยวะ  
เพศและรักแร้ วัยรุ่นหญิง จะตัวสูงขึ้นและ น้ำหนักเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สะโพกขยาย เอวคอด และ  
หน้าอกโตขึ้น

การเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจและอารมณ์

จากการเปลี่ยนด้านร่างกายที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้วัยรุ่นเกิดความรู้สึกวิตกกังวล ใน  
รูปร่างหน้าตาของตน และยิ่งเกิดปัญหาสิวหนุ่มสิวลสาว ความวิตกกังวลก็จะยิ่งมีมากขึ้น พ่อแม่  
ผู้ปกครองควรให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการดูแลรักษา ความสะอาดใบหน้า สำหรับลูกสาววัยรุ่น แม่ควร  
แนะนำ วิธีดูแลรักษาความสะอาดในช่วงของการมีประจำเดือนด้วย ลักษณะทางอารมณ์ที่สำคัญอีก  
อย่างหนึ่งของวัยรุ่น คือ การมีอารมณ์ที่เรียกว่า พายุบุแคม คือ มีความรุนแรงแต่ อ่อนไหวไม่มั่นคง ถ้า  
ต้องการจะทำอะไรก็ต้องทำให้ได้ ถ้าถูกขัดขวางจะตอบโต้อย่างรุนแรง แต่ความต้องการนั้น จะ

เปลี่ยนแปลงได้ง่าย หันเหไปสู่ความต้องการความสนใจ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ พ่อแม่ต้องรู้เท่าทันอารมณ์ของวัยรุ่น รู้จัก โอนอ่อนผ่อนตามอย่างเหมาะสม เมื่อเห็นน้ำเชียวก็อย่าเอาเรือ ไปขวาง แต่จงใช้ความเข้าใจ ความเห็นอกเห็นใจ เป็นเครื่องค้ำจุน ให้อารมณ์ สามารถผ่าน พันอันตราย อันเกิดจากลักษณะทางอารมณ์ ของวัยรุ่นไปได้อย่างปลอดภัย

**การเพิ่มความต้องการทางเพศ**

การเพิ่มความต้องการทางเพศ ให้อารมณ์เกิดความ สนใจในเพื่อนต่างเพศ ต้องการให้ตนเป็นที่รู้จัก เป็นที่สนใจ ของต่างเพศ ต้องการความรู้เพศศึกษา และการแนะนำในการเตรียม ตัวเข้าสู่สังคมวัยรุ่นชายและหญิง

**การเปลี่ยนแปลงทางสติปัญญา**

ความเปลี่ยนแปลงทางสติปัญญาของวัยรุ่น จะพัฒนาขึ้น อย่างรวดเร็วเช่นเดียวกับด้านร่างกาย ขนาดของม้ามสมองจะ ขยายออกมากขึ้น วัยรุ่นจึงเป็นผู้ชอบคิด อยากรู้อยากเห็น ช่างซักถาม ใช้เหตุผล และแสดงความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์ต่าง ๆ วัยรุ่นจะชอบ แก้ปัญหา และตัดสินใจทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเอง มีความรับผิดชอบ บิดามารดาต้องให้การสนับสนุน ปล่อยให้ลูกได้ใช้ความคิดเป็นของตนเอง และความคิดสร้างสรรค์ก็จะสูงขึ้นได้

**การเปลี่ยนแปลงความต้องการทางสังคม**

เมื่อวัยรุ่นพบความแปลกใหม่ในร่างกายของตน ก็จะมี ความไม่แน่ใจ มีความทุกข์ ต้องการปรับตัวให้เหมาะสม จึงหันหน้าเข้าหาผู้ที่มีปัญหาเดียวกัน คือ เพื่อนรุ่นเดียวกัน วัยรุ่นจึงเห็นความสำคัญ ของเพื่อนวัยรุ่น เชื่อเพื่อนมาก และเชื่อพ่อแม่ น้อยลงในการเล่นของวัยรุ่น อาจทำตัวอ่อนกว่าวัยเพราะในจิตใจวัยรุ่นต้องการกลับไปเป็นเด็กอีก ไม่อยากเติบโต ไม่อยากเข้าสังคมใหม่ ความสัมพันธ์ระหว่างวัยรุ่น กับพ่อแม่จะเปลี่ยนรูปแบบไป วัยรุ่นไม่ต้องการให้พ่อแม่บังคับ ควบคุมตนเองอย่างแต่ก่อน แต่ต้องการผู้ช่วยคิดช่วยแนะนำและอยาก ให้พ่อแม่เป็นเพื่อนที่ดีของตนวัยรุ่นต้องการความเป็นอิสระและ การเป็นหัวหน้าครอบครัวและหัวหน้างานต่อไป พ่อแม่จึงต้องเปลี่ยน เป็นผู้แนะนำมากกว่าผู้ออกคำสั่งและ ควบคุมเข้มงวดอย่างแต่ก่อน วัยรุ่นจะเปรียบเทียบคุณสมบัติของพ่อแม่กับผู้ใหญ่อื่น ๆ พ่อแม่ ขาดคุณสมบัติใด วัยรุ่นก็จะไปหาได้จากครูหรือผู้มีชื่อเสียงในสังคม เป็นบุคคลทดแทน

**การเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์**

ในช่วงวัยรุ่นอาจกลับไปมีลักษณะใจเร็วด่วนได้ อดไม่ได้ รอไม่ได้ จะเอาเดี๋ยวนี้ทันที ทั้ง ๆ ที่เมื่อเป็นเด็กเคยใจเย็นและ พุดกันรู้เรื่อง นอกจากนั้นในบางครั้งวัยรุ่นอาจรู้สึกเกลียดคร้าน อยากรู้อยู่เฉย ๆ ไม่ทำงาน ไม่หยิบจับช่วยงานในบ้านเพราะสาเหตุ ทางร่างกายและอารมณ์ ถ้าเป็นอยู่เพียงบางครั้ง ผู้ปกครองก็ ไม่ควรเร่งเร้าดูตำว่ากล่าว แต่ถ้าจะติดเป็นนิสัยก็ไม่เหมาะสม ต้องตักเตือนกัน

### พัฒนาการที่เหมาะสมของวัยรุ่น ควรสิ้นสุดโดยมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ความสำเร็จในการแยกเป็นอิสระ ไม่ต้องพึ่งพาพ่อแม่
  2. การมีพฤติกรรมทางเพศที่เหมาะสม
  3. รับผิดชอบต่อการทำงาน
  4. มีจริยธรรมประจำใจ
  5. ความสามารถที่จะสร้างสัมพันธ์ภาพที่ลึกซึ้ง และถาวรกับผู้อื่น
  6. การกลับไปมีสัมพันธ์ภาพกับพ่อแม่ด้วยความเข้าใจที่ดีขึ้น
- โดยสรุป วัยรุ่นเป็นเวลาแห่งการ

1. ค้นหาเพื่อให้รู้จักตนเอง
2. แสวงหาให้รู้จักสังคมและโลกภายนอก
3. ปรารถนาใครสักคนหนึ่งที่เข้าใจ รักใคร่ ไกล่ชิด และผูกพันด้วย
4. ความรัก ความสวยงามความสมหวังซึ่งอาจเปลี่ยนเป็นความรู้สึกมีดมน ผิดหวัง ว้าเหว่
5. คิดเพื่อฝัน จิตนาการกว้างไกล
6. ผจญภัย ทดลอง ชอบเสี่ยง
7. อารมณ์ ผันผวน ไม่หนักแน่น

วัยรุ่น คือช่วงอายุตั้งแต่ 12 ปีถึง 20, 25 ปี ระยะเวลาประมาณ 12-15 ปี พัฒนาการทางกาย มีความสมบูรณ์พร้อม ต่อมไร้ท่อที่ผลิตฮอร์โมนอันมีอิทธิพลต่อความเติบโตทางกาย และทางเพศ พัฒนามาก ทำหน้าที่ได้ดี ทำให้ลักษณะพฤติกรรมทางเพศปรากฏชัด ตอนกลางวัยนี้ ระบบสืบพันธุ์ เติบโตถึงขั้นทำหน้าที่ได้ เหตุเหล่านี้ทำให้เด็กวัยนี้มีพฤติกรรมทางสังคมคือพอใจคบหาสนิทกับเด็กร่วมวัย และสนใจเพื่อนต่างเพศ รู้จักคิดทุกแบบหย่อนกว่าผู้ใหญ่เพียงด้านประสบการณ์ อารมณ์ทุกรอย รุนแรง เปลี่ยนแปลงง่ายและรวดเร็ว เด็กยังเข้าใจตัวเองไม่ค่อยถูกต้องและมักมีความสับสนใจง่าย ๆ ช่วงวัยรุ่นตอนปลาย (ประมาณ 17-20, 25 ปี) พัฒนาการทุกด้านที่มีมาแต่วัยรุ่นตอนต้นและตอนกลาง บรรลุถึงความสมบูรณ์พร้อม กำลังกายแข็งแรงที่สุดในช่วงวัยนี้ ในด้านสังคม นิยมคบกับกลุ่มเพื่อนร่วมวัย ประกอบด้วยเพื่อนทั้งสองเพศ ไม่ค่อยชอบสนิทสนมกับคนสูงวัยกว่า อารมณ์เหมือนกับวัยรุ่นตอนต้นๆ แต่บางคนก็เข้มข้มกว่า เริ่มเลือกอาชีพ มีความต้องการและความสนใจประจำวัยกว้างกว่า รุ่นเด็กๆ ทำให้มีการค้นหาตัวเอง บุชาวีรบุรุษ บางรายก็มีความขัดแย้งกับผู้ปกครอง ในตอนปลายของวัยเริ่มจะละทิ้งลักษณะนิสัยความรู้สึกนึกคิดแบบเด็กไปสู่แบบผู้ใหญ่

วัยผู้ใหญ่ตอนต้น เริ่มแต่อายุราว 20, 25 ปี ไปจนถึง 40 ปี พฤติกรรมประจำวัยที่เด่น ได้แก่ การเริ่มประกอบอาชีพ ส่วนมากเข้าสู่ชีวิตสมรส และมีบุตร มีการปรับตัวให้เหมาะกับชีวิตมีครอบครัว อารมณ์ลดความรุนแรง คิดได้ทุกรูปแบบ และรอบคอบขึ้น



วัยกลางคน คือวัยระหว่าง 40 ปีไปจนถึง 60-65 ปี (ตำราแต่ก่อนมักกำหนดเพียง 60 ปี) ร่างกายและสมรรถภาพทางเพศเริ่มเสื่อม หลับมักประสบกับความยุ่งยากทางกายและใจในระยะต้นๆ ของการหมดประจำเดือน ผู้ประกอบอาชีพมักประสบความรุ่งเรืองเต็มที่ของอาชีพ วิกฤติการณ์วัยกลางคนอาจมีได้ในการทำงาน ในครอบครัว ความสัมพันธ์กับบุตรธิดาและคู่ครองต้องมีการปรับใหม่ วุฒิภาวะทางจิตใจเจริญเต็ม เปี่ยม ตอนปลายของวัยเป็นระยะเกษียณอายุ

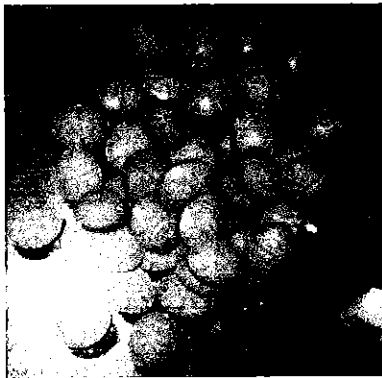
วัยสูงอายุ คือตั้งแต่อายุ 60-65 ปี ไปจนตลอดชีพ สมรรถภาพทางกายยิ่งเสื่อมถอยลงไปอีก ถ้าเป็นคนขี้โรคก็จะเกิดความทุกข์ร้อนมาก ทางอารมณ์นั้นอาจกระทบกระเทือนจากเกษียณอายุ และจากการพลัดพรากจากกันของคู่สมรส เพื่อนสนิทลดน้อยลงเรื่อยๆ ต้องปรับตัวต่อบทบาทในเหย้าเรือน ความสนใจ อาจมุ่งไปสู่ศาสนาและปรัชญา ถ้ามีพัฒนาการสมวัยมาตามลำดับ และสามารถยอมรับสภาพการณ์และฐานะของตนอย่างมีเหตุผล ก็จะเป็นผู้สูงอายุที่มีความสุขได้จนตลอดชีพ

อัตราเร็วซ้ำของการพัฒนา (Rate of Development)

การพัฒนาไม่ว่าในแง่ใดนอกจากสัมพันธ์กับอายุแล้ว ยังสัมพันธ์กับอัตราเร็วหรือซ้ำของการพัฒนาอีกด้วย อัตราเร็วหรือซ้ำของการพัฒนาในแต่ละเรื่องๆ ทางกายก็ดี ทางอารมณ์ก็ดี ทางสังคมก็ดี ทางความคิดก็ดี ตำราบอกกำหนดไว้กลางๆ ในชีวิตจริงๆ ของคนทั้งทางกาย ทางใจ มีตัวแปรเป็นส่วนประกอบ เหลือประมาณ เป็นสาเหตุให้อัตราเร็วหรือซ้ำของการพัฒนาการลักษณะต่างๆ มีหลายหลาก บางคนพัฒนาเร็วกว่าวัย บางคนกลับพัฒนาช้ากว่าวัย ถ้าพิจารณาเฉพาะปัจเจกชนอาจมีพัฒนาการเร็วหรือช้ากว่าเกณฑ์ปานกลาง (Norm) ที่ตำราบอกไว้ก็ได้ ถ้าพัฒนาการจริงเร็วหรือช้ากว่าเกณฑ์ปานกลางไม่มากนักน้อยเกินไปแล้วก็ถือได้ว่าเป็นกรณีปกติ

#### 4.2 ยาเสพติด

เรื่องของยาเสพติดจะเป็นการตีความหมายของวิจัยนี้ในรูปแบบของ รูปธรรม แอมเฟตามีน เป็นวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท ประเภท 2 ตามพระราชบัญญัติวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท ปี พ.ศ. 2518 แต่ในปัจจุบันกระทรวงสาธารณสุขได้ออกประกาศกระทรวงฯ ฉบับที่ 135 ปี พ.ศ. 2539 กำหนดให้เป็นยาเสพติดให้โทษประเภทที่ 1 ตามพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษปี พ.ศ. 2522 เมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2539 (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากระทรวงสาธารณสุข, 2539) แอมเฟตามีน มีลักษณะเป็นผงผลึกสีขาว ไม่มีกลิ่น มีรสขมนิดๆ มีสูตรทางเคมีคือ  $C_9H_{13}N$



ภาพที่ 60 แสดงภาพตัวอย่าง แอมเฟตามีน

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/516154807263819544/>

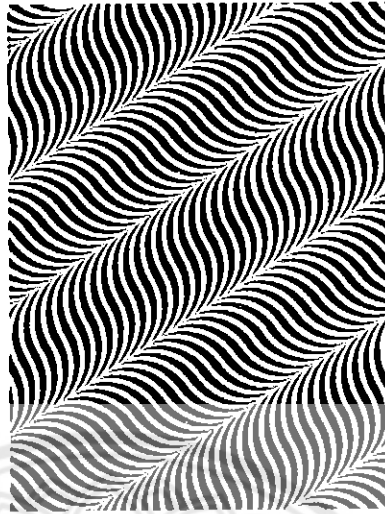
แอมเฟตามีน เป็นสารที่ถูกสังเคราะห์ขึ้นมาในปี ค.ศ. 1887 โดย นักวิทยาศาสตร์ชาวเยอรมัน ชื่อ เอเดเลโยน (Edeleno) ในรูปของแอมเฟตามีนซัลเฟต (Amphetamine Sulphate) ต่อมาในปี ค.ศ. 1888 นักวิทยาศาสตร์ชาวญี่ปุ่น ก็สามารถ สังเคราะห์อนุพันธ์ของแอมเฟตามีนได้อีกตัวหนึ่ง คือ เมทแอมเฟตามีน (Methamphetamine) ซึ่งมีผลต่อระบบ ประสาทส่วนกลางได้รุนแรงกว่าในอดีตที่ ประเทศสหรัฐอเมริกาแอมเฟตามีนถูก ใช้เป็นยารักษาโรคหลายชนิด ที่นิยมแพร่หลายเป็นยาคุมแก้หวัด คัดจมูก ชื่อยาเบนซิดรีน (Ben zedrine) มีใส่กระดาดชงด้วยน้ำยาบรรจุไว้ใน หลอดให้สูดดม แต่ก็มีผู้นำมาใช้ในทางที่ผิดเพื่อกระตุ้นร่างกาย และลดความอ้วน โดยนำใส่กระดาดชงมาจุ่มน้ำ เพื่อละลายตัวยา แล้วนำมาใช้กินแทน ต่อมาเมื่อมีการผลิตแอมเฟตามีนออกมาในรูปยาเม็ดใช้กันอย่างแพร่หลายจนกลายเป็นยาสามัญประจำบ้าน ไม่ต้องมีใบสั่งยาก็จื้ซื้อหามาใช้ได้ ในขณะนั้นมีการโฆษณาสรรพคุณของ แอมเฟตามีนว่าสามารถรักษาโรคได้ถึง 39 โรค เช่น โรคจิต โรคประสาท โรคซึมเศร้า โรคปวดศีรษะ เป็นต้นโดยไม่ได้ตระหนักถึงฤทธิ์ของยาที่ทำให้เสพติดกันมากนัก และมีประชาชนจำนวนมากที่นำมาใช้ในทางที่ผิด ในปี ค.ศ. 1939 สำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยาของสหรัฐอเมริกาประกาศให้ยาจำพวกแอมเฟตามีนเป็นยาควบคุมซึ่งต้องมีใบสั่งยาจากแพทย์จึงจะซื้อได้ ทำให้การใช้ยาค้นนี้ลดน้อยลงจากท้องตลาด และเริ่มมีการผลิตและจำหน่ายผิดกฎหมายอย่างแพร่หลาย และได้เข้ามาแพร่ระบาดในประเทศไทย ในช่วงปี ค.ศ. 1967

การออกฤทธิ์ต่อร่างกาย การออกฤทธิ์ของแอมเฟตามีนจะส่งผลกระทบต่อระบบประสาทส่วนกลาง ซึ่งทำหน้าที่เก็บความจำความคิดและควบคุมการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ เช่นการเคลื่อนไหว การทรงตัว การถ่ายทอดความรู้สึกทำให้ตื่นตัว เคลิบเคลิ้ม ร่าเริง ไม่เหนื่อย ไม่วังง ตาแข็ง นอนไม่หลับคล้ายเป็นยาเพิ่มพลัง มีผลต่อระบบหัวใจและหลอดเลือดกระตุ้นหัวใจทำให้เกิดอาการใจสั่น การไหลเวียนเลือดล้มเหลว เจ็บหน้าอกกระทบต่อทางเดินหายใจ จังหวะการหายใจไม่ปกติ มีผลต่อระบบการเดินอาหาร ปากแห้ง เบื่ออาหาร ไม่หิว คลื่นไส้ อาเจียน ท้องเสียและส่งผลต่อพฤติกรรมทางเพศ ซึ่งเมื่อเสพติดยาแล้วจะส่งผลให้สมรรถภาพทางเพศลดลง การใช้แอมเฟตามีนเป็นประจำทุกวันในขนาดที่ไม่สูงนักจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกสบายใจ กระปรี้กระเปร่า ไม่วังงเหงา หาวนอนแต่หากใช้เป็นประจำและในปริมาณที่มากจะทำให้เกิดอันตรายเพราะเสมือนร่างกายจะถูกใช้งานหนัก ไม่มีเวลาพักผ่อน สุขภาพ

ของผู้ใช้ยาจะทรุดโทรมและเมื่อมีการเพิ่มขนาดและความถี่ในการใช้ยามากขึ้น ที่สุดจะส่งผลกระทบต่อระบบประสาท เกิดอาการทางจิต พฤติกรรมเปลี่ยนไปในทางก้าวร้าว หงุดหงิด ขาดเหตุผลหลงผิด ประสาทหลอน ความจำเสื่อม กล้ามเนื้อกระตุก มีการเคลื่อนไหวมากขึ้น อารมณ์เปลี่ยนแปลงง่าย ถึงกับเพ้อคลั่งและหากใช้ในปริมาณที่สูงมาก อาจทำให้ชักและหมดสติได้ การใช้ยาที่จะก่อให้เกิดการติดยาจะมีการใช้ยาเป็นประจำ และต้องเพิ่มปริมาณขึ้นเรื่อย ๆ เพราะมีการทนทานต่อยา (Tolerance) ต้องการยาในปริมาณที่มากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งทางจิตใจและร่างกายการพึ่งพาทางจิต (Dependence) เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ทำให้ต้องการยาอยู่เรื่อย ๆ เมื่อหยุดใช้ยาทันทีจะมีอาการขาดยา (Withdrawal) จะแสดงอาการอ่อนเพลียมาก ง่วงนอนจัด ปวดกล้ามเนื้ออย่างรุนแรง หิวจัด ความคิดสับสนวุ่นวาย หงุดหงิด หลังจากหยุดยาอาจเกิดอาการสะท้อนกลับ (Rebound Phenomene) ของอารมณ์จากตื่นตัว ร่าเริง จะเป็นซึมเศร้าและถึงขั้นฆ่าตัวตายได้ซึ่งก็จะส่งผลกระทบต่อรอบด้านทั้งทางตรงและทางอ้อม

แอมเฟตามีนที่เป็นส่วนประกอบของยาบ้า สามารถ เสพเข้าสู่ ร่างกายทั้งการรับประทาน ฉีด เข้าเส้นเลือด และสูดดมไอ แต่การออกฤทธิ์และความรุนแรงจะแตกต่างกัน หากใช้โดยวิธีรับประทานกว่ายาจะผ่านกระเพาะอาหาร เข้าสู่กระแสเลือดแล้วไปออกฤทธิ์ที่สมองต้องใช้ระยะเวลาประมาณ 20-30 นาที และยาบางส่วนจะถูกทำลายที่กระเพาะอาหารและที่ตับ ทำให้ความรุนแรงของยาลดน้อยลง การฉีดเข้าเส้นเลือด และการสูดดม ไอ ฤทธิ์ของยาจะผ่านเข้าสู่สมองเร็วมากในระยะเวลาไม่กี่วินาที ทำให้ผู้เสพเกิดอาการกระช่มกระชวย และมีความสุข (Euphoria) ทันที เป็นเหตุให้ผู้เสพติดใจในฤทธิ์ของยาอย่างรวดเร็ว ยาบ้าจะออกฤทธิ์อยู่ในร่างกายประมาณ 1 วัน ขึ้นอยู่กับปริมาณการขับถ่ายออกจากร่างกาย การขับจะเร็วกว่าเมื่อปัสสาวะเป็นด่าง ดังนั้นการ รักษาผู้ที่มีอาการจากฤทธิ์ยาบ้า เราจึงให้วิตามินซี หรือสารอื่นๆ ที่ทำให้ปัสสาวะเป็นกรด เพื่อเร่งการขับถ่ายทางปัสสาวะ

การแปลสิ่งเร้าผิด เป็นการตีความหมายโดยในของวิจัยนี้ ในรูปแบบของ นามมาประธรรม การแปลสิ่งเร้าผิดหรือ มายา illusion หมายถึงความผิดพลาดหรือความบิดเบือนของการรับรู้ทางประสาทสัมผัส ที่ชี้ให้เห็นถึงวิธีที่สมองจัดระเบียบและแปลผลข้อมูลทางประสาทสัมผัส แม้ว่า การแปลสิ่งเร้าผิดจะบิดเบือนความเป็นจริง แต่ก็ปรากฏการณ์ที่เกิดกับคนโดยมาก การแปลสิ่งเร้าผิดอาจเกิดขึ้นทางประสาทสัมผัสใดก็ได้ในมนุษย์ แต่ภาพลวงตาเป็นการแปลสิ่งเร้าผิดที่รู้จักกันดีที่สุดและมีความเข้าใจกันมากที่สุด ที่มีความสนใจในภาพลวงตามากก็เพราะว่า การมองเห็นเป็นประสาทสัมผัสที่มีอิทธิพลมากที่สุด ซึ่งเห็นได้ในตัวอย่างเช่น คนที่กำลังดูการพูดตัดเสียง (ventriloquism) ได้ยินเสียงว่ามาจากหุ่นที่อยู่ที่มีมือของคนพูด เนื่องจากว่า เห็นหุ่นนั้นขยับปากตามเสียงคำพูด (แต่ไม่เห็นคนพูดขยับปาก)

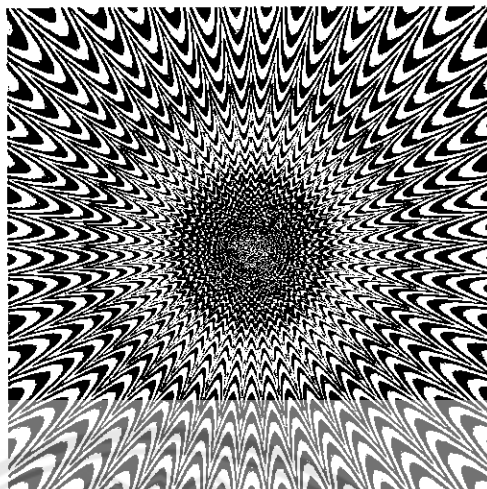


ภาพที่ 61 แสดงภาพตัวอย่าง illusion

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/291045194640727611/>

การแปลสิ่งเร้าผิดบางอย่างมีเหตุจากข้อสันนิษฐานที่สมองมีเกี่ยวกับความเป็นจริงเมื่อเกิดการรับรู้ ข้อสันนิษฐานเหล่านั้นเกิดขึ้นอาศัยรูปแบบของสิ่งที่รับรู้, ความสามารถในการรับรู้ความรู้สึกและการรับรู้ความเคลื่อนไหว, และความรู้สึกที่เป็นอัตวิสัย ว่า วัตถุหรือลักษณะต่าง ๆ ของวัตถุนั้นไม่มีความเปลี่ยนแปลงแม้ความรู้สึกทางประสาทสัมผัสเกี่ยวกับวัตถุนั้นจะได้เปลี่ยนไปแล้ว ส่วนการแปลสิ่งเร้าผิดอื่น ๆ เกิดขึ้นอาศัยความเป็นไปในระบบการรับรู้ภายในร่างกาย หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ภายนอกในร่างกายในสิ่งแวดล้อม

คำว่า การแปลสิ่งเร้าผิด หมายถึงการบิดเบือนความเป็นจริงทางการรับรู้ที่มีลักษณะเฉพาะโดยที่ไม่เหมือนกับอาการประสาทหลอน (hallucination) ซึ่งเป็นความบิดเบือนความเป็นจริงโดยไม่มีสิ่งเร้า การแปลสิ่งเร้าผิดเป็นการแปลผลความรู้สึก (อาศัยสิ่งเร้า) ที่มีขึ้นจริง ๆ ผิด ยกตัวอย่างเช่น การได้ยินเสียงโดยไม่มีเสียงจริง ๆ ในสิ่งแวดล้อมเป็นอาการประสาทหลอน แต่ว่าการได้ยินเสียงคนในเสียงน้ำที่กำลังไหลอยู่ (หรือในเสียงอื่น ๆ) เป็นการแปลสิ่งเร้าผิด



ภาพที่ 62 แสดงภาพตัวอย่าง optical illusion

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/311170655476144264/>

ภาพลวงตา หรือ การแปลสิ่งเร้าผิดทางตา optical illusion ก็คือ การเห็นที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือที่ทำให้เกิดความคิดผิด ๆ ดังนั้น ข้อมูลที่ตาได้รับเกิดการแปลผลในสมองที่ทำให้เกิดการรับรู้ที่ไม่ตรงกับลักษณะจริง ๆ ของวัตถุที่เป็นสิ่งเร้า มีความเชื่อโดยทั่ว ๆ ไปว่า มีภาพลวงตาที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และมีภาพลวงตาที่สร้างขึ้นได้โดยใช้กลอุบาย ที่สามารถใช้ศึกษาให้เข้าใจในระดับพื้นฐานว่า ระบบการรับรู้ในมนุษย์นั้นทำงานอย่างไร คือ สมองสร้างโลกจำลองขึ้นในหัวของเรา โดยมีพื้นฐานจากข้อมูลที่มีนเอามาเป็นตัวอย่างจากสิ่งแวดล้อม แต่ว่า บางครั้ง มันพยายามจัดระเบียบข้อมูลเหล่านั้นโดยวิธีที่คิดว่าดีที่สุด (ที่อาจไม่ตรงกับความเป็นจริง) และบางครั้ง มันก็เติมข้อมูลที่ไม่มีให้เต็มเอง วิธีการทำงานของสมองแบบนี้เป็นเหตุของการแปลสิ่งเร้าผิด ๆ

เสียงลวงหู หรือ การแปลสิ่งเร้าผิดทางหู auditory illusion ก็คือ การได้ยินเสียงที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือที่ทำให้เกิดความคิดผิด ๆ ซึ่งก็คือ การได้ยินเสียงที่ไม่มีอยู่ หรือว่าเป็นเสียงที่เป็นไปไม่ได้ โดยสรุปก็คือ การแปลสิ่งเร้าผิดทางหูซึ่งข้อเท็จจริงว่า หูและสมองของมนุษย์เป็นเพียงอวัยวะทางชีวภาพ เป็นเพียงอุปกรณ์ชั่วคราวที่ไว้ใช้เฉพาะหน้า ไม่ใช่ระบบรับรู้เสียงที่สมบูรณ์ ตัวอย่างของการแปลสิ่งเร้าผิดทางหูอย่างหนึ่งก็คือ Shepard tone ซึ่งเป็นวิธีการทำเสียงให้เหมือนกับกำลังสูงขึ้นหรือต่ำลงอย่างต่อเนื่อง ๆ ทั้ง ๆ ที่ความจริงไม่ได้ไปทางไหนเลย

การแปลสิ่งเร้าผิดทางสัมผัส tactile illusion ก็คือ การรู้สึกทางสัมผัสที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือที่ทำให้เกิดความคิดผิด ๆ ตัวอย่างของการแปลสิ่งเร้าผิดทางสัมผัสรวมทั้งกลุ่มอาการหลงผิดว่าแขนขายังคงอยู่ การลวงสัมผัสตะแกรงเหล็กฉ้อ การลวงสัมผัสที่ผิวหนังแบบกระต่าย และการลวงสัมผัสแปลกอีกอย่างหนึ่ง ที่เกิดขึ้นเมื่อไขว้นิ้วชี้กับนิ้วกลางแล้วไขว้นิ้วทั้งสองลูบที่ตั้งจุมก โดยแต่ละนิ้วอยู่ที่แต่ละด้านของจุมก จะมีผลเป็นความรู้สึกว่ามีจุมกสองจุมกที่น่าสนใจก็คือ เขตในสมองที่เกิดการทำงานในการรับรู้สัมผัสที่ลวงประสาทกลับมีความคล้ายคลึงกับที่เกิดขึ้นเมื่อมีสัมผัสแบบนั้นจริงๆ การ

ลวงสัมผัสสามารถเกิดขึ้นได้โดยใช้เทคโนโลยีสัมผัส (haptic technology) เช่น สามารถใช้เทคนิคการลวงสัมผัสเพื่อใช้เป็นวัตถุเสมือน (virtual คือไม่มีอยู่จริง ๆ) เช่นในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ผู้ใช้กำลังจัดการวัตถุเสมือน

การแปลสิ่งเร้าผิดสามารถเกิดขึ้นทางประสาทสัมผัสอื่น ๆ รวมทั้งที่ใช้ในการรับรู้เกี่ยวกับอาหาร ทั้งเสียง และสัมผัส สามารถลวง (บิดเบือน) ความรู้สึกเกี่ยวกับความเก่า (ความไม่สด) และความกรอบของอาหาร คือพบว่า ถ้าให้ผู้รับการทดสอบเคี้ยวของที่ควรจะเป็นของกรอบ แต่เสียงที่ได้ยินเป็นเสียงเหมือนกับเคี้ยวของนิ่ม ๆ ก็จะทำให้รู้สึกว่าการที่เคี้ยวไม่กรอบ (คือไม่สด) ในนัยตรงกันข้ามก็เช่นกัน ถ้าให้ผู้รับการทดลองถือขนมปังกรอบที่นิ่ม แต่ให้ทานขนมปังกรอบที่สด จะทำให้มีความรู้สึกว่าการที่ทานเป็นของเก่า แต่ถ้าให้ถือขนมปังกรอบที่กรอบ แต่ให้ทานขนมปังกรอบที่นิ่ม (คือเก่า) จะทำให้มีความรู้สึกว่าการที่ทานเป็นของสด นอกจากนั้นแล้ว ยังพบว่า ถ้าเซลล์ประสาทรับรสบนลิ้นเกิดความเสียหาย ก็ยังสามารถทำให้เกิดรสลวงโดยกระตุ้นความรู้สึกทางสัมผัสได้ มีหลักฐานด้วยว่า การแปลสิ่งเร้าผิดทางกลิ่นสามารถเกิดขึ้นได้เมื่อมีการเล่าถึงกลิ่นนั้นให้ฟัง จะเป็นข้อมูลที่ถูกหรือจะผิดก็ตาม ก่อนที่จะให้ดมกลิ่นนั้น

การแปลสิ่งเร้าผิดสามารถเกิดขึ้นได้เพราะเหตุแห่งโรคหรือความผิดปกติบางอย่างแม้ว่าผู้มีโรคอาจจะไม่ได้มีอาการแบบนี้ทุกคนแต่อาการการแปลสิ่งเร้าผิดเฉพาะอย่างจะมีกับโรคเฉพาะอย่าง ยกตัวอย่างเช่น คนไข้โรคไมเกรนมักจะรายงานว่ามีการเห็นออรา (scintillating scotoma) ก่อนที่จะเกิดไมเกรน

"มายา" illusion เป็นคำที่ใช้ในมุมมองต่าง ๆ ของศาสนาฮินดู ศาสนาและปรัชญาที่เป็นเอกนิยม (monism) รวมทั้งศาสนาฮินดู มักจะมีการแยกแยะมายาและความไม่เป็นจริง (falsehood) ออกจากกันอย่างชัดเจน ในความคิดตามลัทธิอิทวตะเวทานตะ (ที่ตั้งโดยสังกราจารย์) มายาไม่ใช่สิ่งที่เป็นจริงและไม่ใช่สิ่งที่ไม่เป็นจริง แม้ว่า มายา โดยทั่ว ๆ ไปจะหมายถึงสิ่งที่ไม่เป็นจริง แต่ว่าศาสนาฮินดูมีการแยกแยะระหว่างมายาและความไม่เป็นจริง

Illusion อาจจะแปลว่าลวงหรือไม่จริง เป็นการตีความผิดไปจากความเป็นจริง คือมีสิ่งเร้า (stimulus) อยู่อย่างหนึ่ง แต่สมองแปลสิ่งเร้านั้นเป็นอีกอย่างต่างจากเดิม อาจจะเป็น optical หรือ visual illusion คือ เห็นภาพอย่างหนึ่งแปลเป็นอีกอย่าง หรือ auditory illusion เป็นการแปลผิดของเสียง เสียงอย่างหนึ่งสมองแปลว่าเป็นอีกอย่าง หรือ tactile illusion เป็นการแปลผิดของการสัมผัส เป็นต้น ที่เห็นชัดๆ ได้แก่ visual illusion ที่พูดกันเป็นรูปธรรมได้ อาจไม่ใช่เหตุผลทางวิทยาศาสตร์ แต่เป็นเรื่องของความรู้สึกร่วมกับประสบการณ์ของผู้นั้น คำอีกคำที่คล้ายกัน คือ hallucination อาจจะแปลว่าหลอน เป็นภาวะที่ไม่มีสิ่งเร้า แต่เจ้าตัวหรือสมองแปลว่ามี เช่น visual hallucination นั้น ไม่มีภาพอะไรแต่เจ้าตัวว่ามีภาพนั้นเป็นภาพหลอน ภาวะนี้มักจะเป็นภาวะผิดปกติที่อาจเกิดความคิดผิดปกติทางจิต (จิตเวช) หรือมีโรคทางสมอง ตลอดจนผิดปกติทางตา ผู้ที่มีอาการหลอนจึงควรตรวจ

สภาวะทางจิต ตรวจสมอง และตา และภาวะหลอนนี้อาจจะถูกกระตุ้นด้วยภาวะทางกาย เช่น ไข้สูง อดนอน alcoholism หลังจากการชก ตลอดจนผู้ป่วยที่มีโรครอยู่ในภาวะสุดท้ายของชีวิต เป็นต้น

**OpticalหรือVisualillusionหรือภาพลวงตาเกิดได้เป็น3ขั้นตอน**

- 1.มีสิ่งเร้า(stimulus)มากระทบตาบริเวณจอตากระตุ้นประสาทตา
- 2.กระแสประสาทจากประสาทตาวิ่งไปส่วนกลางยังสมองก่อให้เกิดการรับรู้(perception)
- 3.สมอง ส่วนรับรู้การเห็นประมวลออกมาเป็นภาพ ซึ่งต้องอาศัยหลายๆ อย่าง เช่น ความรู้เดิม การเรียนรู้ที่ผ่านมาตามความเข้าใจ ตามบุคลิกภาพ เจตคติ ความต้องการ ตลอดจนตามสติปัญญา ออกมาเป็นการรับรู้ว่าเป็นภาพอะไร สมองอาจจะแปลว่าเห็นภาพอะไร โดยอาศัยหลักการคล้ายคลึงกับอะไร ความสมบูรณ์ของภาพ รูปแบบและรูปร่างของภาพ ตลอดจนความสม่ำเสมอของแสงสี ถ้าแสงเปลี่ยนสีของภาพก็อาจจะเปลี่ยนไป สมองอาจจะเปรียบเทียบกับภาพที่อยู่ใกล้เคียง เป็นต้น

มีผู้อธิบายลักษณะของภาพลวงตาออกเป็น

- 1.Physiologic เป็นภาพลวงตาที่ปกติ เช่น การเกิดภาพติดตา (afterimage) หลังจ้องภาพใดนานๆ แม้ภาพหายไปแล้ว ผู้นั้นยังรับรู้เสมือนภาพนั้นยังอยู่อาจเป็น positive afterimage คือภาพติดตาสีเหมือนเดิมหรือเป็น negative afterimage เป็นภาพติดตาที่มีสีตรงข้ามกับเดิมเชื่อว่าเป็นกลไกของจอตาที่รับภาพแล้วจำไว้สักครู่แม้ภาพจะหายไป

- 2.Pathologic illusion เกิดจากมีสิ่งเร้าภายนอก (external stimuli) ภาพลวงตาชนิดนี้ มักจะคงที่กระจาย เช่น ภาวะ oscillopsid (เห็นภาพรอบข้างเคลื่อนไหว) metamorphosid (เห็นภาพผิดเพี้ยนไป) ที่พบในโรคของ macula, micropsid เห็นภาพขนาดเล็กลงที่มักพบในภาวะ central serous retinopathy, Palinopsid (เห็นภาพ afterimage มากมาย) ที่พบในรายมีพยาธิสภาพของสมอง การเห็นภาพแปลกๆ ในผู้ป่วยโรค migraine, ตลอดจน akinetopsia (ไม่รับรู้ภาพที่เคลื่อนไหว) ในผู้ป่วยโรคทางสมอง ภาวะpathologicillusion อาจเกิดจากโรคตา, migraine, perceptive disorder ตลอดจนได้รับอุบัติเหตุบริเวณศีรษะ

- 3.Cognitive illusion เป็นการแปลภาพที่เกิดจากการได้สิ่งเร้าร่วมกับการเรียนรู้ ผสมผสานไปกับโลกรอบๆ ตัว ความคิดคำนึงทำให้เกิดภาพต่างๆ ดังที่เห็นกัน เช่น เส้นตรงที่ขนาดเท่ากันเห็นเป็นต่างกันจากสิ่งเร้ารอบๆ ข้างที่ต่างกัน สีของเส้นในส่วนต่างกันอาจเห็นสีต่างกัน ภาพต่างๆ ที่เห็นแปลกตาไป เช่น ภาพหญิงสาวมองอีกมุมอาจเห็นเป็นหญิงชรา เป็นต้น กล่าวกันว่า cognitive illusion ขึ้นอยู่กับ

1. สิ่งเร้า (stimulus) ซึ่งต้องมีความคงที่ของสิ่งเร้ามีความคงที่ของรูปร่าง ขนาด ตำแหน่ง อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่คงที่ ในเรื่องของสิ่งเร้าเราจะดูถึงความสัมพันธ์กันของขนาดที่ปรากฏ การตัดกันของเส้น (สำหรับภาพที่เป็นเส้น) การตีความลึกตามหลักของสัดส่วน การหักมุมหรือการตัดกันของเส้น

2. ตาและประสาทตา การเกิดภาพลวงตาอาจเกิดจากการใช้ตา 2 ข้าง ที่ส่งภาพไปยังสมอง

ส่วนที่รับภาพของตาในแนวตั้งและแนวราบไม่เท่ากัน ข้อจำกัดของความสามารถของเซลล์ประสาทตา เช่น rod เห็นในที่สลัวและไม่เห็นสี cone เห็นในที่สว่างและมีสีสั้น จอประสาทตาแต่ละบริเวณมีความเห็นได้คมชัดต่างกัน รวมทั้งคุณสมบัติของแสงที่กระทบวัตถุมีการกระจาย ดูดซึมต่างๆ กันในแต่ละคลื่นแสงแต่ละสี

3. การแปลภาพของสมอง อาศัยประสบการณ์ การเรียนรู้ เด็กจะแปลภาพออกมาไม่เหมือนผู้ใหญ่ และคนเราจะมองภาพและแปลภาพโดยอาศัยการคล้ายคลึงกัน เปรียบเทียบกัน การอยู่ชิดกัน การต่อเนื่องของภาพ การประเมินความลึกโดยอาศัยตำแหน่งขนาดและเงาของแสง แม้วัตถุเดียวกัน แต่อยู่ในบริเวณแสงน้อย อาจจะถูกเข้ม ขณะที่อยู่ในที่สว่างจะดูสีอ่อน เป็นต้น

**ประโยชน์ของการมีภาพลวงตา**

ธรรมชาติในสัตว์หลายชนิด มีภาพลวงตาเพื่อการหลบซ่อน เพื่อการอยู่รอด เพื่อดึงดูดคู่ หลอกสายต่านักล่าโดยอาศัยภาพลวงตาสำหรับคนเรา ศิลปิน สถาปนิก นักออกแบบใช้เทคนิคนี้ ในการสร้างสรรค์ เช่น ห้องที่เล็กใช้สีอ่อนทำให้ลวงตาว่าห้องกว้าง การวาดภาพเรียวและแคบให้รู้สึกว่าเป็นภาพสูง ตึกที่สูง เป็นต้น

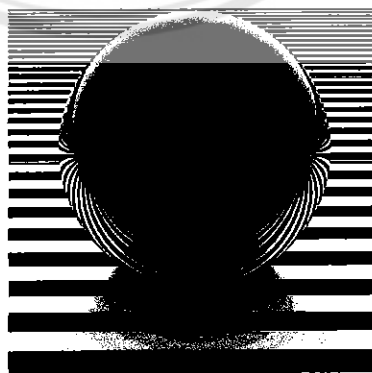
**โดยสรุปประโยชน์ของภาพลวงตา**

1. การแต่งตัวเสื้อผ้าอำพรางรูปร่าง เช่น คนเตี้ยควรใส่ลายตั้ง ทำให้แลดูสูงขึ้น คนอ้วนใส่เสื้อสีเข้มทำให้แลดูร่างเล็ก เป็นการออกแบบเสื้อผ้าเพื่อเกิดภาพลวงตาให้ดูสวยงามอำพรางรูปร่างที่แท้จริง

2. ออกแบบตกแต่งอาคาร ที่เล็กแคบ ทาสีอ่อน จะแลดูกว้างขึ้น

3. สร้างภาพยนตร์การ์ตูนแสดงการเคลื่อนไหว (animation) ตลอดจนมายากลบางอย่างอาจใช้ภาพลวงตามาช่วย

#### 4.3 ทรงกลม

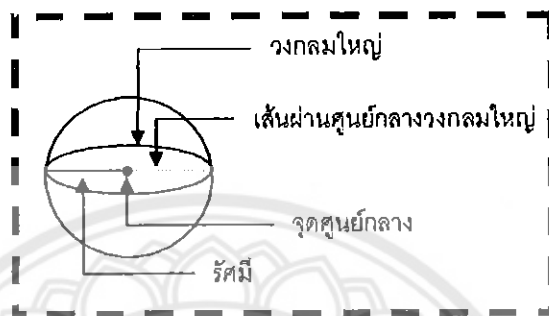


ภาพที่ 63 แสดงภาพตัวอย่าง วงกลม illusion

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/87116574019974471/>



ทรงกลมเป็นอีกหนึ่งอย่างที่นำมาใช้ในการออกแบบลวดลายและรูปทรงของชุด เป็น รูปเรขาคณิตสามมิติที่มีด้านข้างเป็นผิวโค้งเรียบ และจุดทุกจุดบนผิวโค้งอยู่ห่างจากจุดคงที่จุดหนึ่งเป็นระยะเท่ากัน เรียกจุดคงที่ว่า จุดศูนย์กลางของทรงกลมเรียกระยะที่เท่ากันว่า รัศมีของทรงกลม ส่วนต่างๆของทรงกลม



ภาพที่ 64 แสดงภาพตัวอย่าง ส่วนประกอบของทรงกลม

ที่มา: <http://lalidawan.weebly.com/360736193591358536213617.html>

#### 5. เอกสารผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพ็ญนิภา พรพัฒนนางกูร (2551) ได้ทำวิจัยเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมการค้าซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่น

จรรยา ทองถาวร (2530) กล่าวว่า วัยรุ่นมาจากภาษาละตินว่า “Adolescence” หมายถึงการเจริญวัยหรือเติบโตไปสู่วุฒิภาวะทางเพศ วัยรุ่นจะได้ชื่อว่าเป็นผู้ใหญ่ได้ก็ต่อเมื่อสามารถให้กำเนิดบุตรได้

สุพัตรา สุภาพ (2534 ) กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นวัยเปลี่ยนจากเด็กไปสู่ผู้ใหญ่ เป็นวัยที่อยู่ระหว่างความเป็นเด็กกับความเป็นผู้ใหญ่ หรือเป็นวัยย่างเข้าสู่ความเป็นหนุ่มสาว ซึ่งไม่อาจจะกำหนดลงไปให้แน่นอนว่าควรจะสิ้นสุดเมื่อใด แต่ก็พอจะกำหนดได้จากการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและรูปร่างเป็นสิ่งสำคัญ

โสภณัท นุชนาด (2542) กล่าวว่า วัยรุ่นหมายถึงวัยรุ่นเป็นวัยเจริญเติบโตไปสู่วุฒิภาวะ เป็นวัยย่างเข้าสู่ความเป็นผู้ใหญ่ โดยถือเอาจากความพร้อมทางร่างกายหรือภาวะสูงสุดขีดของร่างกายเป็นเครื่องตัดสิน ซึ่งในขณะนี้ เป็นระยะที่ร่างกายจะมีการเจริญเติบโตของระบบอวัยวะและสามารถทำงานได้เต็มที่ คือในเพศหญิงเมื่อมีประจำเดือน และในเพศชายจะมีการผลิตเซลล์สืบพันธุ์ได้

#### ทฤษฎีวงจรแฟชั่น

กาญจนา แก้วเทพ (2541 ) กล่าวว่า แฟชั่นเป็นคาอธิบายกรรมวิธีทั้งหมดของการสร้างเนื้อผ้า (Garment) วิธีการผลิต การตัดเย็บ วิธีการสวมใส่ ตลอดจนกระทั่งถึงความหมายที่เสื้อผ้าแต่ละชุดได้

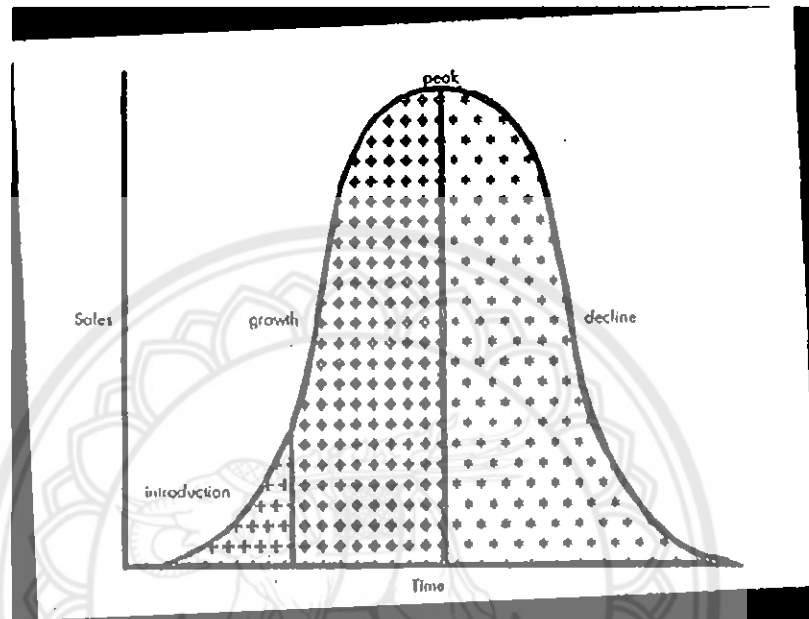
กลั่น (Generate) ความหมายต่างๆออกมา เช่นชุดทดลองให้ความหมายถึงความสะดวกสบาย เป็น  
 กันเอง ชุดนอนให้ความหมายถึงความเป็นส่วนตัวอย่างมาก เป็นต้น

สุดาดวง เรื่องรุจิระ (2541) กล่าวว่าในการที่จะศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า  
 ชนิดหนึ่ง จะเห็นได้ว่าความต้องการสินค้าของผู้บริโภคแต่ละช่วงเวลามีความแตกต่างกัน บางขณะเป็น  
 ช่วงที่สินค้าออกใหม่กำลังเป็นที่นิยม ความต้องการในสินค้านั้นก็มาก แต่เมื่อพ้นระยะเวลานั้นไปแล้ว  
 หรือหลังจากที่สินค้านั้นตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นจำนวนมากแล้ว ความต้องการในตัว  
 สินค้านั้นก็จะลดลง ดังนั้นจะสามารถสรุปได้ว่าสินค้าทุกตัวมีเรื่องของแฟชั่นเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะ  
 อย่างยิ่งสินค้าในตลาดอุปโภคบริโภคที่ขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งซื้อสินค้าต่างๆด้วยเหตุจูง  
 ใจทางอารมณ์มากกว่าเหตุผล บทบาทของแฟชั่นจะเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างมาก ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง  
 3 ตัวคือ

1. สไตล์ (Style) หมายถึงลักษณะหรือรูปแบบที่มีลักษณะของมันเป็นเอง เช่น สไตล์ของเสื้อผ้า
2. แฟชั่น (Fashion) หมายถึงสไตล์ที่เป็นที่ยอมรับและกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน เช่น สไตล์  
 การแต่งกายของวัยรุ่น และถ้าหากเมื่อไรผู้บริโภคเลิกนิยม เลิกสนใจ ยอมรับรูปแบบนั้น สินค้านั้นก็จะ  
 ไม่เป็นสินค้าแฟชั่นอีกต่อไป แต่ยังคงเป็นสไตล์อยู่ ตัวอย่างเช่น สไตล์ของกระโปรงทรงแคบ ในขณะที่  
 กำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภคอย่างมากจนกลายเป็นแฟชั่น แต่เมื่อผู้บริโภคเลิกยอมรับหรือเลิกนิยม ก็  
 จะไม่เป็นแฟชั่น แต่ยังคงสไตล์คือรูปแบบไว้
3. เฟด (Fad) ลักษณะคล้ายกับแฟชั่น แต่ไม่ได้เป็นที่นิยมหรือยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป  
 หากเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มเท่านั้น และการนิยมหรือยอมรับจะเกิดขึ้นในระยะสั้น เฟด  
 เป็นการคลั่งไคล้การชอบอย่างมาก มักจะเกิดขึ้นกับผู้บริโภคในกลุ่มวัยรุ่น เช่น การย้อมผมหลายๆ สี

### ขั้นตอนของวงจรแฟชั่น

เจ และ เอลเลน (Jay & Ellen, 1997) ได้แบ่งขั้นตอนของวงจรแฟชั่นเป็น 4 ขั้นตอน ดังภาพแสดงต่อไปนี้



ภาพที่ 65 แสดงภาพตัวอย่าง วงจรแฟชั่น

ที่มา : Diamond, Jay & Diamond, Ellen. (1997). The World Fashion. (2nd ed). New York : Fairchild Publication

1. Introduction Stage ในช่วงระยะเวลาี้ การออกแบบสไตล์ใหม่ของดีไซน์เนอร์จะถูกเปิดเผยให้กับผู้บริโภคทั่วไปได้เห็น เช่น การลงโฆษณาในนิตยสารแฟชั่นต่างๆซึ่งเป็นการกระตุ้นความสนใจของผู้อ่าน ในขั้นนี้เป็นจุดเริ่มต้นของวงจรแฟชั่น ซึ่งโดยส่วนมากแล้วราคาของสินค้าจะมีราคาที่สูงและจะมีความเสี่ยงสูงมากสำหรับผู้ผลิตสินค้าแฟชั่น หากสินค้าสไตล์นั้นๆเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคโดยทั่วไป ก็จะทำให้เกิดการดัดแปลงและการเลียนแบบของสไตล์สินค้า

2. Growth Stage รูปแบบหรือสไตล์ของสินค้าจะเป็นช่วงที่ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าสูง มีสินค้าเลียนแบบออกสู่ตลาดมากขึ้น จะมีการดัดแปลงเนื้อผ้าในการตัดเย็บ มีขนาดเพิ่มมากขึ้นในสไตล์แฟชั่นนั้นๆ ราคาสินค้าในช่วงนี้จะมีราคาที่หลากหลาย เนื่องจากการดัดแปลงและเลียนแบบมากขึ้น

3. Maturity Stage ในขั้นนี้เป็นช่วงที่ยอดขายสินค้าแฟชั่นจะสูงสุด ระยะเวลาของรูปแบบแฟชั่นเสื้อผ้าในช่วงระยะหนึ่งจะมีความยาวนานน้อยแค้ไหนขึ้นอยู่กับว่า ผู้บริโภคมีความต้องการจะซื้อ

แบบใหม่จากแนวสไตล์แฟชั่นนั้นๆหรือไม่ในช่วงนี้สไตล์แฟชั่นจะถูกยอมรับอย่างสูงสุดแต่ขณะที่ ยอดขายจะเริ่มลดลง

4. Decline Stage เป็นช่วงของการตกต่ำ ผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นที่มีราคาสูงจะเลิกทำการผลิต สินค้าแฟชั่นในสไตล์เดิมตั้งแต่ก่อนเริ่มต้นของขั้นตกต่ำนี้ เนื่องจากว่าสินค้าเลียนแบบที่มีราคาถูกจะ ขายได้มากในช่วงนี้ และผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นจะเริ่มทำการออกแบบรูปแบบแฟชั่นสไตล์ใหม่ เพื่อที่จะทำ ให้เป็นจุดเริ่มต้นของวงจรแฟชั่นใหม่เกิดขึ้นอีกครั้งหนึ่ง ดังนั้นช่วงนี้ร้านค้าต่างๆจะทำการขายสินค้าใน ราคาที่ต่ำเพื่อที่จะเตรียมสต็อกสินค้าสำหรับสินค้าแฟชั่นสไตล์ใหม่ๆ

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2541 , หน้า 91-92) ได้แบ่งขั้นตอนของวงจรแฟชั่นออกเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. การมีความคิดริเริ่ม (Creation) เป็นขั้นเริ่มต้นของวงจรแฟชั่น คือ การมีแนวความคิด สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ พยายามสรรหาสิ่งใหม่ๆ เช่น ดีไซน์เนอร์เริ่มคิดแบบเสื้อใหม่

2. การแสดงออก (Showing) เป็นการนำความคิดริเริ่มของตนที่มีออกมาเผยแพร่แก่บุคคลอื่น ให้รับรู้

3. การยอมรับ (Adoption) เมื่อผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งได้มองเห็น ได้เข้าใจในสินค้าที่แสดงออก จะมีปฏิกิริยาที่จะยอมรับในสินค้าตัวนั้นหรือไม่ ถ้าหากผู้บริโภคกลุ่มย่อยนี้ไม่ยอมรับก็จะเป็นแฟชั่น

4. การปรับปรุง การดัดแปลงให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล (Adaptation) เมื่อสินค้าตัวนั้นเป็นที่ยอมรับแล้ว จะมีการพยายามดัดแปลง ปรับปรุงให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล การดัดแปลงในรูปแบบ ของการใช้สินค้าหรือดัดแปลงให้เหมาะสมกับสภาพของตนเอง

5. เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย (Popularization) ถือได้ว่าเป็นขั้นเจริญสูงสุดของแฟชั่น เป็น ช่วงที่มีความต้องการสูงสุดของผู้บริโภค

6. การผลิตออกขายเป็นจำนวนมาก (Mass Production) เมื่อสินค้านั้นเป็นที่ยอมรับของ ผู้บริโภค ผู้ผลิตหลายๆรายผลิตสินค้าออกจำหน่าย เมื่อมีความต้องการมากจะผลิตสินค้าออกมาครั้งละ ปริมาณมากๆ ซึ่งจะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าลดลง และขายได้กับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำลง มาอีกกลุ่มหนึ่งได้

7. ช่วงสินค้าเสื่อมความนิยม (Abandonment) เป็นช่วงที่ผู้บริโภคเสื่อมความนิยมสินค้านั้น และสินค้านั้นจะกลายเป็นแฟชั่นเก่าๆ เพราะมีแฟชั่นใหม่ๆเข้ามาแทนที่

#### การสื่อสารสินค้าแฟชั่น

กาญจนา แก้วเทพ (2541 , หน้า 229) กล่าวว่า การพิจารณาเรื่องแฟชั่นไม่ว่าจะมาจากนิยาม ใดก็ตาม สามารถแบ่งได้จากกรอบของการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) 33

การสื่อสารแบบโน้มน้าวจิตใจที่เกิดขึ้นหลังจากที่ผู้ชมได้มองเห็นนางแบบสวมใส่เสื้อผ้าออกมาหน้าเวที แกดวลล์ และจะซื้อชุดที่นางแบบสวมใส่ทันที รวมไปถึงจนกระทั่งถึงวิธีสอนการแต่งตัวเพื่อสร้างภาพลักษณ์แบบต่างๆ เช่น แต่งตัวภูมิฐานให้น่าเชื่อถือ และการที่สังคมได้สร้างสรรค์ความเชื่อแบบต่างๆที่เกี่ยวกับการแต่งตัว หากไปวัดต้องแต่งตัวให้เหมาะสมเพื่อการเคารพสถานที่ โดยต้องแต่งตัวมิดชิด ทั้งนี้ดัชนีวัดที่ดีคือ ความสามารถในการขายผลิตภัณฑ์ที่แฟชั่นเป็นตัวนำทิศทางการแต่งกายของผู้คนในแต่ละช่วงเวลา ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดโทนสี กำหนดสไตล์และรูปแบบ เป็นต้น

## 2. การสื่อสารเพื่อเป็นการแสดงออก (Expressive Communication)

การแต่งตัวเป็นการแสดงออกที่แสดงให้เห็นตัวตนของบุคคลนั้นอย่างมาก (Personalized and Self Expression) เพราะเวลาที่บุคคลเลือกเครื่องแต่งกายนั้น ก็เพื่อจะบอกบุคคลอื่นๆว่า ตนเองเป็นอย่างไร เช่น การแต่งกายตามแฟชั่น จะดูเป็นคนทันสมัย

## 3. การสื่อสารแบบวัจนะภาษา (Non-Verbal Communication)

ไม่ว่าผู้แต่งกายหรือบุคคลอื่นที่มองเห็นการแต่งกายจะตั้งใจหรือไม่ก็ตาม แต่องค์ประกอบทุกอย่างของแฟชั่นล้วนแล้วแต่เป็นการสื่อความหมายที่บุคคลในวัฒนธรรมเดียวกันจะเข้าใจสารต่างๆได้ เช่นเดียวกับการเข้าใจรูปแบบวัจนะภาษาแบบอื่นๆ เช่น ผู้หญิงที่เปลี่ยนเสื้อผ้าที่ใสอยู่โดยไม่มีเหตุผลว่าเป็นเสื้อผ้าที่เก่าแล้ว แต่เปลี่ยนชุดใหม่ตามกระแสแฟชั่นที่กำลังนิยม เป็นการสื่อสารแก่บุคคลรอบข้างว่า เธอเป็นสาวผู้ทันสมัย ไม่ตกยุคแฟชั่น เป็นต้น

## 4. การสื่อสารเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ (Image Building)

เนื่องจากการแต่งกาย การแต่งหน้า การทำผม การใช้เครื่องประดับ แม้แต่การใช้น้ำหอมกลิ่นต่างๆ ล้วนเป็นข่าวสารส่วนเล็ยวเล็กๆ ส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสารนำเอาไปตีความว่าบุคคลที่ตามแฟชั่นนั้นเป็นบุคคลประเภทใด เช่น หากบุคคลต้องการนำเสนอภาพลักษณ์ของตนเองว่าเป็นคนไทยที่สนับสนุนสินค้าไทย ก็จะมีการใส่เสื้อผ้าที่ทำจากวัตถุดิบในเมืองไทย เป็นต้น

สุนทร สุราษฎร์กุล (2539) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่น : ศึกษากรณี นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2538 ” พบว่า วัยรุ่นหญิงมีการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตจากต่างประเทศมากกว่าวัยรุ่นชาย โดยที่วัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาสูงจะซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า วัยรุ่นที่บิดามารดาประกอบอาชีพที่ใช้ความคิดจะมีการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่บิดามารดาประกอบอาชีพที่ใช้แรงงาน ซึ่งก็คือวัยรุ่นที่มีครอบครัวที่มีรายได้สูงจะซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากกว่าวัยรุ่นที่อยู่ในครอบครัวที่มีรายได้ต่ำกว่า วัยรุ่นที่มีรายได้ต่ำกว่าจะซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ผลิตในประเทศ การดูโทรทัศน์จะทำให้วัยรุ่นมีความต้องการจะซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตจากต่างประเทศมาก เนื่องจากโทรทัศน์มีภาพของดารา นักร้อง หรือบุคคลต่างๆที่เป็นผู้นำแฟชั่นการแต่งกาย ทำให้เกิดความนิยม ทำให้วัยรุ่น

อยากมี อยากใส่ จึงต้องพยายามซื้อหามาใช้ เช่นเดียวกับนิตยสาร/วารสาร ที่ทำให้วัยรุ่นต้องการเลียนแบบจึงทำให้เกิดความต้องการซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตจากต่างประเทศ ซึ่งผู้วิจัยมีความสนใจที่จะนำงานที่เกี่ยวข้องนี้มาเป็นแนวทางในการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่กว้างขึ้น โดยจะหาการศึกษาวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะได้ผลงานวิจัยที่ครอบคลุมให้มากที่สุด

บุญนาค ภัทรพงศ์มณี (2537) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของวัยรุ่นตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ” พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนิสิต/นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในมหาวิทยาลัยเปิดของรัฐ ส่วนใหญ่ใช้เพื่อนเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการวางแผนซื้อเป็นครั้งคราว โดยจะชวนไปเพื่อไปซื้อเสื้อผ้าและขอคำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกซื้อ นิยมไปซื้อที่ห้างสรรพสินค้า การเลือกแบบของเสื้อผ้านั้นจะเลือกแบบตามความชอบและรสนิยมของตนเอง ซึ่งจะพิจารณาตามความเหมาะสมกับรูปร่าง การตัดสินใจซื้อจะเปรียบเทียบราคาก่อนและชอบให้มีการบริการลองเสื้อ ซึ่งผู้วิจัยมีความสนใจที่จะนำมาเป็นแนวทางศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าของวัยรุ่น รวมทั้งกลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมเขตกรุงเทพมหานคร

พิชัย นิรมานสกุล (2539) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่นแบรนด์เนมต่างประเทศ ” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็นเพศหญิง 206 คนและเพศชาย 200 คน โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-32 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษามากที่สุดคือ 188 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสินค้าแฟชั่นแบรนด์เนมต่างประเทศมีคุณสมบัติเด่นมากที่สุดคือ มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สวยงามน่าใช้ รองมาคือการออกแบบ หีบห่อสินค้าที่สวยงาม ดึงดูดให้ซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะซื้อสินค้าเนื่องมาจากมีทัศนคติบวกและชอบที่สินค้าเหล่านี้มีคุณลักษณะเด่นมากมาย อันได้แก่ชอบที่สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีรูปร่าง รูปทรงสวยงาม สีสดใสสะดุดตา น่าสนใจ มีการออกแบบกล่องหรือหีบห่อที่สวยงามและมีแบบต่างๆให้เลือกมากมาย รวมทั้งผู้บริโภคต้องการใช้สินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดดเด่นและไม่เหมือนใครโดยที่ผู้บริโภคกลับคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยจริงๆของสินค้าน้อยกว่าแทนที่จะคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยของตัวสินค้า ซึ่งผู้วิจัยมีความสนใจที่จะนำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศ รวมทั้งการเปิดรับสื่อทั้ง 3 ชนิดคือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

วันทนี ภูมิภัทราคม (2531) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองปทุมธานี ” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อราคาของเสื้อผ้าว่าชอบต่อรองเสื้อผ้าก่อนการตัดสินใจซื้อมากที่สุด รองลงมาคือไม่ชอบการตั้งราคาเสื้อผ้าแบบตายตัว ชอบเปรียบเทียบราคาเสื้อผ้ากับร้านค้าอื่นๆ ใช้ราคาและยี่ห้อเป็นสิ่งแสดงคุณภาพของเสื้อผ้าและรสนิยมของผู้สวมใส่ตามลำดับ ในด้านพฤติกรรมที่มีเหตุผลของผู้บริโภคคือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อเสื้อผ้าโดยพิจารณาจากความคงทนของเสื้อผ้ามากกว่าแฟชั่นมากที่สุด รองลงมาคือ ซื้อเสื้อผ้าโดย

พิจารณาจากยี่ห้อ นำเสื้อผ้าที่ล้ำสมัยมาแก้ไขต่อไปตามลำดับ ในด้านความนิยมระหว่างเสื้อผ้าที่ผลิตในประเทศและต่างประเทศ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตในประเทศไทย และส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเสื้อผ้าที่ผลิตในประเทศไทยและต่างประเทศมีความคงทนไม่ต่างกัน และในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจะคำนึงถึงความคงทนมากที่สุด รองลงมาคือราคายุติธรรม ส่วนสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อคือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสารหรือนิตยสารวัยรุ่น วิทยุ ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยมีความสนใจที่จะนำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้มาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าของวัยรุ่น รวมทั้งการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการแข่งขันของผู้ประกอบการเสื้อผ้านำเข้าจากต่างประเทศมากที่สุด

อำนาจ แดงรอด (2540) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ การเปิดรับข่าวสารการประหยัด ประโยชน์ จากข่าวสารกับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยจากต่างประเทศในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ” พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรเฉพาะเรื่อง อายุ ระดับการศึกษา เงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่าง มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องการประหยัดที่แตกต่างกัน กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรเฉพาะเรื่อง ประเภทของสถานศึกษา ที่แตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสารเรื่องการประหยัดที่แตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารเรื่องการประหยัดจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร และทัศนคติเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสารในเรื่องการประหยัด ไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพ ฯ ซึ่งผู้วิจัยมีความสนใจที่จะนำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้ เป็นแนวทางในการศึกษาด้านการเปิดรับข่าวสารสำหรับสื่อ 3 ประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล รวมทั้งพฤติกรรมการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยซึ่งเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศ ก็ถือว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยเช่นเดียวกัน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ศึกษามาทำการออกแบบ เครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น ได้อย่างดีเยี่ยม

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่นที่ได้รับแรงบันดาลใจจาก สนุกไปกับโลกมายา ( Op Illusion Funny ) โดยมุ่งเน้นทางด้านการออกแบบโครงสร้างและลายแพทเทิร์นของเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น ให้มีความร่วมสมัยและออกแบบให้ตรงกับแรงบันดาลใจ สนุกไปกับโลกมายา ( Op Illusion Funny ) ซึ่งได้นำแนวคิดในเรื่องของศิลปะการแต่งกายที่เกิดจากการเสพยาเสพติดของกลุ่ม มอดส์ เกิดเป็นงานศิลปะที่ถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของ รูปธรรม ที่ตกอยู่ภายใต้จินตนาการของผู้เสพและถูกถ่ายทอดออกมาเป็นลวดลายที่ให้ความรู้สึกมีนัย ลายของเมื่อยา รวมไปถึงลักษณะของการเสพยาเสพติดโดยยาเหล่านี้เข้ากันได้กับวิถีชีวิตของกลุ่ม มอดส์ โดยยาทำให้ทำอะไรๆ ได้นานขึ้น และทำให้พวกกลุ่ม มอดส์ติดอยู่กับโลกมายาจินตนาการเพื่อฝัน จึงถูกดัดแปลงออกมาเป็น เครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น เพื่อเป็นการเจาะกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น ชาย หญิงที่ชื่นชอบในสไตล์มอดส์

ผลงานการวิจัยในครั้งนี้ได้รวบรวมแนวคิดที่ตนเองสนใจและทำการรวบรวมข้อมูลต่างๆและวิเคราะห์แนวคิดข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งกระบวนการออกแบบผลงาน โดยผลงานที่ออกแบบมานั้นจะต้องมีความทันสมัย ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจาก เรื่องราวของกลุ่มวัยรุ่น มอดส์ การเสพยาเสพติด คือ สนุกไปกับโลกมายา ( Op Illusion Funny ) ซึ่งสามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ยังใช้วิธีการดำเนินงานวิจัยเชิงปริมาณมาใช้ในการทำงานวิจัยเป็นหลักโดยผู้วิจัยได้มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

#### ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

##### ขั้นตอนที่ 1 กำหนดประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

##### ประชากร

- เพศ: ชาย หญิง
- เชื้อชาติ: ไทย
- อายุ: 18-25 ปี
- อัตราการซื้อ: โดยมุ่งเน้นไปที่สินค้าที่เจาะกลุ่ม Middle-end ซึ่งมีราคาไม่แพงมากนักซึ่งกลุ่มวัยรุ่นสามารถที่จะซื้อได้ โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 1,000-5,000 บาท
- อาชีพ: พนักงานบริษัท



- วิธีการดำเนินชีวิต : กลุ่มวัยรุ่นที่เน้นวัตถุและบริโภคนิยมมากกว่าจิตนิยม ใฝ่หาความรุนแรง อยากร่ำรวย และกำลังดำเนินชีวิตไปในวิถีทางของวัฒนธรรมบริโภคนิยม มีการบริโภคแบบฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็น เกิดการลอกเลียนวัฒนธรรมการบริโภคของต่างประเทศจนกลายเป็นความฟุ้งเฟ้อ มีสื่อต่างๆ เข้ามาในการรับรู้มากมาย เช่น ทีวี นิตยสาร หนังสือพิมพ์ หรือแม้กระทั่งปากต่อปาก ซึ่งเป็นการค่อยๆ ซึมซับและปลูกฝังค่านิยมและความศรัทธาของการบริโภคสินค้าแบรนด์เนมอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว มีลักษณะการใช้ชีวิตที่รักการแต่งกาย มีความมั่นใจในตัวเอง มีความสนใจด้านแฟชั่นและด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย

#### ตารางวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

จุดแข็ง	รูปแบบที่เป็นที่นิยม ทันสมัย การออกแบบเองซึ่งแตกต่างไปจากสินค้าอื่น และเทคนิคลูกเล่น Pop Up การตัดแปะ
จุดอ่อน	เนื่องด้วยความแปลกของชุดและวัสดุ อาจจะทำให้กลุ่มลูกค้าบางกลุ่มไม่นิยมที่จะเลือกซื้อ และเป็นงานทำมือ อาจมีความล่าช้า
โอกาส	มีแนวทางที่ทันสมัย เป็นจุดที่จะเปิดโอกาสของเครื่องแต่งกายได้เป็นอย่างดี ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และเปิดโอกาสในการผลิตจริงและจัดจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า
อุปสรรค	การเริ่มต้นของสินค้ายังไม่มีผู้รู้จักและความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจ การบริโภคสินค้าและการเจริญเติบโตของธุรกิจ คู่แข่งทางการตลาดการผลิตชิ้นงานและอำนาจทางการเงิน เศรษฐกิจโลก

#### ตารางที่ 2 ตารางวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการตลาด

##### ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาเอกสารและเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระเบียบวิจัยดังนี้

##### 1. ศึกษาแนวคิดและรูปแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น

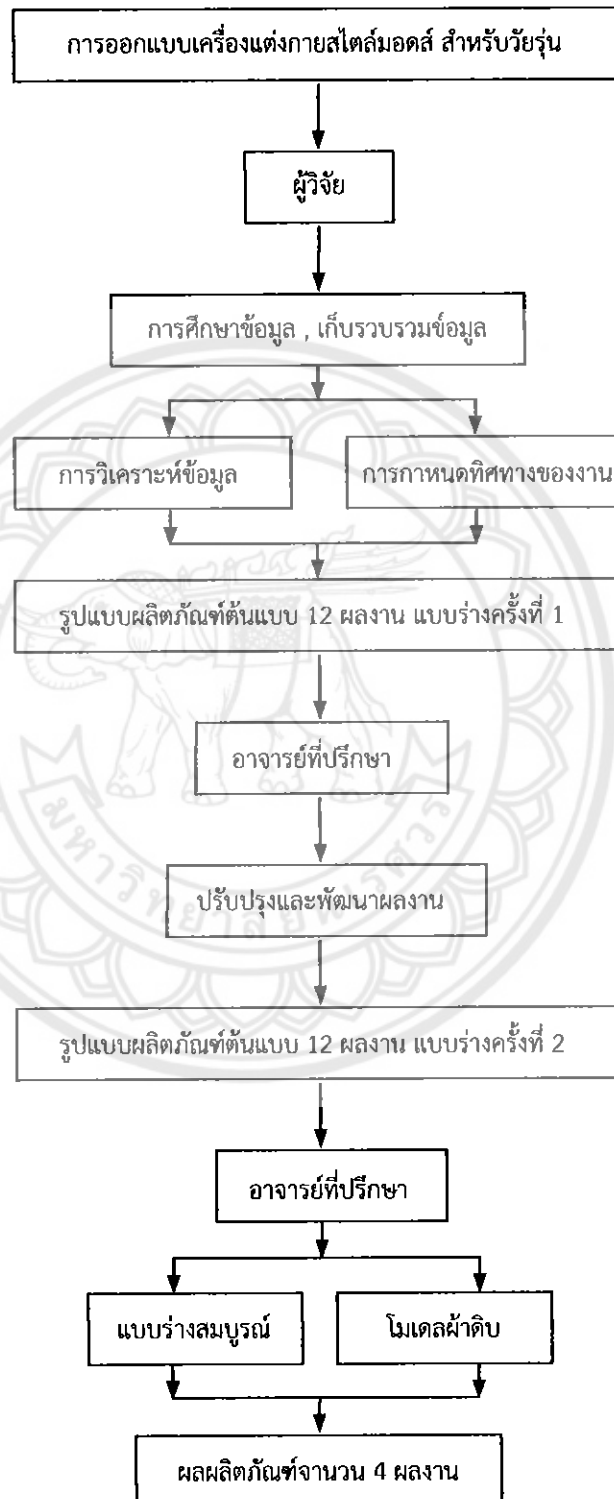
2. ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลแรงบันดาลใจในการออกแบบ เช่น ศึกษาแนวคิดสนุกไปกับโลกมายา ( Op Illusion Funny ) ซึ่งได้นำแนวคิดในเรื่องของศิลปะการแต่งกายที่เกิดจากการเสพยาเสพติดของกลุ่ม มอดส์ เกิดเป็นงานศิลปะที่ถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของ รูปธรรม ที่ตกอยู่ภายใต้จินตนาการของผู้เสพและถูกถ่ายทอดออกมาเป็นลวดลายที่ให้ความรู้สึกมีนัย ลายของเม็ดยา รวมไปถึงลักษณะของการเสพยาเสพติดโดยยาเหล่านี้เข้ากันได้กับวิถีชีวิตของกลุ่มมอดส์ โดยยาทำให้ทำอะไรๆ ได้นานขึ้น และทำให้พวกกลุ่ม มอดส์ติดอยู่กับโลกมายาจินตนาการเพื่อฝัน ความหมาย แนวความคิด องค์ประกอบศิลป์ การออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ โทนสีรวมถึง

วัสดุในสไตล์มอดส์ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น ให้มีความสอดคล้องและลงตัวมากที่สุด

### ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบและสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น

การออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น เป็นการนำเรื่องราวการเสพยาของชาวมอดส์ โดยเฉพาะแอมเฟตามีน ยาเหล่านี้เข้ากันได้กับวิถีชีวิตของพวกเขา โดยทำให้พวกเขาทำอะไรๆ ได้นานขึ้นเช่น เดินร่า สังกศรรค์ หรือ ซี่ Scooter ยา Purple Hearts หรือ Blues ทำให้หนุ่มสาวชาวมอดส์ทำงานได้ทั้งวันและยังมีแรงพอที่จะออกไปสนุกสนานยามค่ำคืนจนเกือบรุ่งเช้า ส่วนวันรุ่งขึ้นพวกเขาก็จะใช้เวลางานในที่ทำงานสำหรับการพักผ่อน ชาวมอดส์ถูกมองว่าชอบทำสิ่งที่คนรุ่นก่อนไม่เคยได้ทำ หรือสัมผัสสำหรับคนบางกลุ่มแล้วพฤติกรรมนี้ดูเหมือนขาดความรับผิดชอบ สุดโต่ง และ คุกคาม และ การศึกษาลักษณะการแต่งกายสไตล์มอดส์ที่จะนิยมการแต่งตัวด้วยมินิสเกิร์ต ชุดเดรส สวมถุงน่อง สีส้นก็จะเน้นไปในแนวจัดจ้าน หรือสีเมทัลลิก และลวดลายที่ได้รับความนิยมคือลายเรขาคณิต และ Illusion เทคนิคการ Cut Out เสื้อผ้าเพื่อทำให้ดูเซ็กซี่มากขึ้น และนำมาออกแบบและตัดเย็บให้เกิด โครงสร้างชุดที่ร่วมสมัยดูแปลกตา จึงได้ศึกษาข้อมูลโดยการสรุปวิเคราะห์ข้อมูลในด้านแนวคิดจาก สไตล์มอดส์ เพื่อเป็นข้อมูลและการวางแผนในการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น

แผนผังแสดงขั้นตอนการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น



ตารางที่ 3 แผนผังแสดงขั้นตอนการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น

#### ขั้นตอนที่ 4 สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น

เนื่องจากรูปแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น ภายใต้แรงบันดาลใจ สนุกไปกับโลกมายา ( Op Illusion Funny ) ซึ่งได้นำแนวคิดในเรื่องของศิลปะการแต่งกายที่เกิดจากการเสพยาเสพติดของกลุ่ม มอดส์ เกิดเป็นงานศิลปะที่ถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของ รูปธรรม ที่ตกอยู่ภายใต้จินตนาการของผู้เสพและถูกถ่ายทอดออกมาเป็นลวดลายที่ให้ความรู้สึกมีนัย ลายของเม็ดยารวมไปถึงลักษณะของการเสพยาเสพติดโดยยาเหล่านี้เข้ากันได้กับวิถีชีวิตของกลุ่ม มอดส์ โดยยาทำให้ทำอะไรๆ ได้นานขึ้น และทำให้พวกกลุ่ม มอดส์ติดอยู่กับโลกมายาจินตนาการเพื่อฝัน และ ลักษณะเด่นของสไตล์มอดส์จะมีการแต่งตัวด้วยมินิสเกิร์ต ชุดเดรส สวมถุงน่อง สีส้นก็จะเน้นไปในแนวจัดจ้านหรือสีเมทัลลิก และลวดลายที่ได้รับความนิยมคือลายเรขาคณิต Illusion และเทคนิคการ Cut Out เสื้อทำให้เสื้อผ้าดูเซ็กซี่มากขึ้น บ่งบอกความเป็น Mod ได้ชัดเจนกว่าสีส้น เพราะแฟชั่นแนวอื่นเช่น Color Block ก็เป็นแนวเสื้อผ้าที่มีสีส้นสดใสจัดจ้านเช่นเดียวกันกับ สไตล์มอดส์หากแต่ขาดไปเพียงลายเรขาคณิตที่เป็นกราฟิกอันโดดเด่นของ Mod และถึงแม้จะเป็นเสื้อผ้าสีขาวดำ เพียงแค่ใส่ลายเรขาคณิตเข้าไป แต่ยังคงองค์ประกอบอื่นเช่นการแต่งหน้า ทาผมที่ยังคงเป็น Mod ไว้ ก็จะเป็นงานแฟชั่น สไตล์มอดส์ ได้อย่างสมบูรณ์แบบ

จากการศึกษาและวิเคราะห์เครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ รูปแบบของเครื่องแต่งกายจึงมีลักษณะของแฟชั่นในยุค 1960 และแสดงออกเป็นลายรูปทรงเรขาคณิต จุด วงกลม และภาพลวงตา การเข้าใจความหมายขององค์ประกอบในเรื่องของการจัดวางและการเลือกใช้วัสดุรวมถึงการตัดเย็บและซึ่งเป็นการนำเรื่องราวแนวคิดเรื่องของยาเสพติดมาใช้ในการออกแบบ โดยแสดงออกมาในรูปแบบของรูปธรรม เช่น เม็ดยา และนามประธรรม เช่น ลายของภาพลวงตา ร่วมไปถึงเทคนิค Out Cut c และ Pop Up ที่มีความใหญ่เกินจริง มาใช้เพื่อให้ได้ความเป็นสไตล์มอดส์มากขึ้น

ศิลปินพณิชย์ฉบับนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ศึกษาเหล่านี้มาใช้ในการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น ที่มีความทันสมัย สนุกสนาน ให้มีความแตกต่างไปจากแฟชั่นอื่น ๆ ทั่วไป โดยใช้ข้อมูลจากการศึกษาและวิเคราะห์มาใช้ในการออกแบบ

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

จากกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลของสภาพทั่วไปของเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปสตรี รวมถึงแนวคิดแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องแต่งกาย ผู้วิจัยได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นใน ศิลปะนิพนธ์ฉบับนี้แล้วนำมาวิเคราะห์เป็นแนวทางในการออกแบบ ผลงานวิจัยดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น
2. ดำเนินการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น

1. การวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น

#### 1.1 วิเคราะห์แนวคิดของแรงบันดาลใจ สนุกไปกับโลกมายา ( Op Illusion Funny )

ในภาวะเรื่องราวของสไตล์มอดส์ได้มีการพูดถึงเรื่องของการเสพยาเสพติด จึงได้นำแนวคิดในเรื่องของศิลปะการแต่งกายที่เกิดจากการเสพยาเสพติดของกลุ่ม มอดส์ เกิดเป็นงานศิลปะที่ถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของ รูปธรรม ที่ตกอยู่ภายใต้จินตนาการของผู้เสพและถูกถ่ายทอดออกมาเป็นลวดลายที่ให้ความรู้สึกมีนงง ลายของเม็ดยา รวมไปถึงลักษณะของการเสพยาเสพติดโดยยาเหล่านี้เข้ากันได้กับวิถีชีวิตของกลุ่ม มอดส์ โดยยาทำให้ทำอะไรๆ ได้นานขึ้น และทำให้พวกกลุ่ม มอดส์ติดอยู่กับโลกมายาจินตนาการเพื่อฝัน จึงถูกตัดแปลงออกมาเป็น เครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น เพื่อเป็นการเจาะกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น ชาย หญิงที่ชื่นชอบในสไตล์มอดส์ อายุ: 18-25 ปี อัตราการซื้อโดยมุ่งเน้นไปที่สินค้าที่เจาะกลุ่ม Middle-end ซึ่งมีราคาไม่แพงมากนักซึ่งกลุ่มวัยรุ่นสามารถที่จะซื้อได้โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 1,000-5,000 บาท - วิธีการดำเนินชีวิต กลุ่มวัยรุ่นที่เน้นวัตถุและบริโภคนิยมมากกว่า จิตนิยม ใฝ่หาความรุนแรง อยากร่ำรวย และกำลังดำเนินชีวิตไปในวิถีทางของวัฒนธรรมบริโภคนิยม มีการบริโภคแบบฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็น เกิดการลอกเลียนวัฒนธรรมการบริโภคของต่างประเทศจนกลายเป็นความฟุ้งเฟ้อ จากแนวคิด สนุกไปกับโลกมายา ( Op Illusion Funny ) มาตีความเพื่อทำภาพประกอบในการออกแบบ อีกทั้งยังตอบโจทย์สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ชอบงานศิลปะการแต่งกาย

**CONCEPT** | การออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์ลึบอดส์สำหรับวัยรุ่น  
FASHION DESIGN STYLE MOD FOR TEEN

สนุกกับโลกมายา  
**OP Illusion Funny**  
การเสพยาเป็นเรื่องปกติของชาวบอดส์ โดยยาเหล่านี้เข้ากับวิถีชีวิตของพวกเขา โดยทำให้พวกเขาทำอะไร ได้มากขึ้น และทำให้พวกเขาติดอยู่กับโลกมายาจินตนาการเพื่อฝัน



ภาพที่ 66 ภาพตัวอย่างประกอบแรงบันดาลใจ

**CONCEPT : 1** | utoy และข้อสรุปด้านโครงสร้างและกราฟิก | การออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์ลึบอดส์สำหรับวัยรุ่น  
FASHION DESIGN STYLE MOD FOR TEEN

อารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบ  
**OP Illusion Funny**  
สนุกกับโลกมายา

<b>แนวคิด Concept</b>	<b>OP Illusion</b> มายา , ลวงตา	<b>Funny</b> สนุกสนาน
<b>อารมณ์และโทนสี Mood &amp; Tone</b>	<b>Freedom</b> อิสระ	<b>Happiness</b> มีความสุข
<b>ส่วนประกอบ Elements</b>	<b>Curve Line</b> เส้นโค้ง	<b>Circle Polka dots</b> วงกลม จุด

ภาพที่ 67 ภาพตัวอย่างประกอบแรงบันดาลใจ

ตารางภาพของข้อมูลหลักที่นำมาใช้ประกอบ  
การออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น



ภาพที่ 68 ตารางภาพของข้อมูลหลักที่นำมาใช้ประกอบ

การออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น

กลุ่ม A (ภาพที่ 1-3) รูปร่างเรขาคณิต Geometry Shape คือ

1. รูปร่างสามเหลี่ยม
2. รูปร่างวงกลม , รูปร่างวงรี
3. รูปร่างสี่เหลี่ยม , ห้าเหลี่ยม , หกเหลี่ยม

กลุ่ม B (ภาพที่ 4-6) รูปทรงเรขาคณิต Geometry Form คือ

1. รูปทรงสี่เหลี่ยม
2. รูปทรงพีระมิด
3. รูปทรงกลม , ทรงกรวย

กลุ่ม C (ภาพที่ 7-9) ภาพลวงตา Op Illusion คือ

1. ภาพลวงตา 3 มิติ
2. ภาพลวงตา Perspective

### 3. ภาพตาราง

กลุ่ม D (ภาพที่ 10-12) โครงสร้างเครื่องแต่งกาย Silhouette 1960 คือ

1. Coach , Jacket , Mini Skirt
2. Dress , Suit , Mini Skirt
3. Dress , Long Skirts , Pants , Coach

โดยทำการออกแบบโดยการผสมผสานข้อมูลทีวิเคราะห์จากตาราง จากนั้นแบ่งการออกแบบเป็น 4 แนวทาง แนวทางละ 3 แบบ รวมเป็น 12 แบบ โดยกำหนดรูปแบบต่างๆ ดังแผนภาพแสดงบันทึกลงใจในการออกแบบดังนี้

แนวทางที่ 1 สนุกไปกับโลกมายา (Op Illusion Funny)

ได้จาก A2 + B6 + C11 + D15

แนวทางที่ 2 เรขาคณิตสามมิติ (Solid Geometry)

ได้จาก A3 + B4 + C7 + D10

แนวทางที่ 3 สมัยนิยมแห่งวัยรุ่น (Modernism Boomer)

ได้จาก A1 + B5 + C9 + D12

### 2. ดำเนินการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น

การออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ จำนวน 1 (Collection) 4 ชุด มีดังนี้

1. เครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย ชุดลำลอง casual wear 1 ชุด ประกอบไปด้วย

เสื้อแจ็กเก็ต jacket

เสื้อยืดแขนยาว

กางเกงขาสั้น

2. เครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย ชุดปาร์ตี้ลำลอง casual party 1 ชุด ประกอบไปด้วย

กางเกงขาสั้น

เสื้อยืด

เสื้อแขนยาว



3. เครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง ชุดลำลอง casual wear 1 ชุด ประกอบไปด้วย

ชุดกระโปรง dress

เสื้อครอปคอเต่า

4. เครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง ชุดปาร์ตี้ลำลอง casual party 1 ชุด ประกอบไปด้วย

เสื้อเกาะอก

เสื้อครอปคอเต่า

เสื้อแจ็กเก็ต jacket

กระโปรงสั้น miniskirt

จากการศึกษาเครื่องแต่งการสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น จึงได้แนวคิดทางการออกแบบเป็น

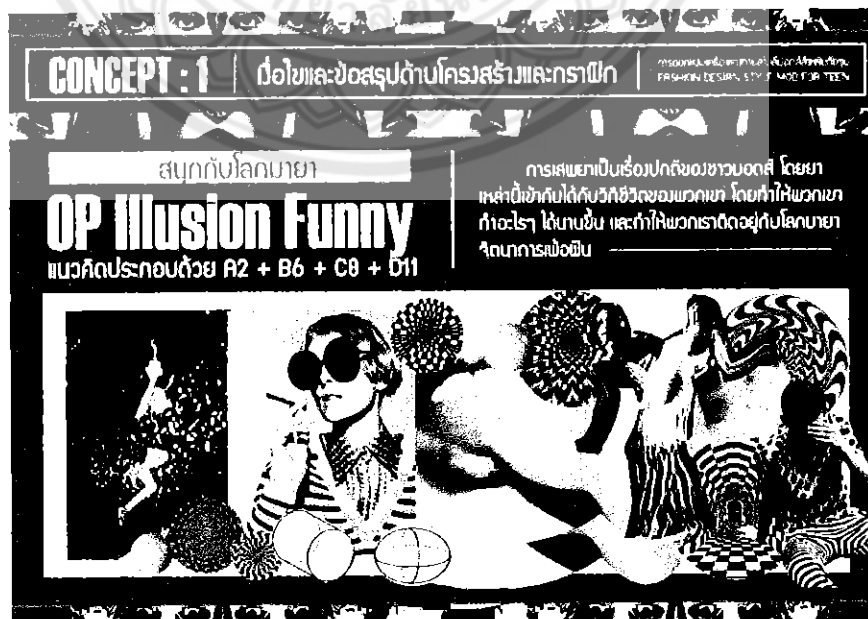
3 แนวคิด คือ

1. สนุกไปกับโลกมายา (Op Illusion Funny)
2. เรขาคณิตสามมิติ (Solid Geometry)
3. สมัยนิยมแห่งวัยรุ่น (Modernism Boomer)

แนวทางที่ 1 สนุกไปกับโลกมายา (Op Illusion Funny)

ได้จาก A2 + B6 + C11 + D15

อธิบายแนวความคิด การเสพยาเป็นเรื่องปกติของชาวมอดส์ โดยยาเหล่านี้เข้ากันได้กับวิถีชีวิตของพวกเขา โดยทำให้พวกเขาทำอะไร ได้นานขึ้น และทำให้พวกเราติดอยู่กับโลกมายา จิตนาการเพื่อฝัน



ภาพที่ 69 แสดงแนวความคิดสนุกไปกับโลกมายา (Op Illusion Funny)

**CONCEPT : 1** | ฝีมือและข้อสรุปด้านโครงสร้างและกราฟิก | FASHION DESIGN STYLE AND IDEA TOWN

อารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบ

# OP Illusion Funny

สนุกกับโลกมายา

<b>แนวคิด</b> Concept	<b>OP Illusion</b> มายา , ลวงตา		<b>Funny</b> สนุกสนาน	
<b>อารมณ์และโทนสี</b> Mood & Tone	<b>Freedom</b> อิสระ		<b>Happiness</b> มีความสุข	
<b>ส่วนประกอบ</b> Elements	<b>Curve Line</b> เส้นโค้ง		<b>Circle</b> วงกลม	<b>Polka dots</b> จุด

ภาพที่ 70 แสดงแนวความคิดสนุกไปกับโลกมายา (Op Illusion Funny)

ผลงานการออกแบบ แนวความคิดที่ 1 สนุกไปกับโลกมายา (Op Illusion Funny)

**CONCEPT : 1** | **OP Illusion Funny** | FASHION DESIGN STYLE AND IDEA TOWN

ภาพที่ 71 ผลงานการออกแบบ แนวความคิดที่ 1

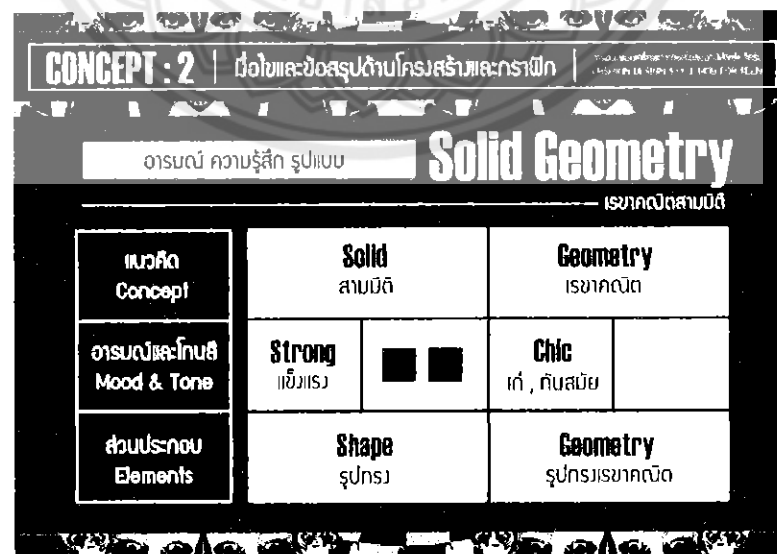
แนวทางที่ 2 เรขาคณิตสามมิติ (Solid Geometry)

ได้จาก A3 + B4 + C7 + D10

อธิบายแนวความคิด ลวดลายกราฟิกของเสื้อผ้า โดยเฉพาะรูปทรงเรขาคณิต และแพตเทิร์น Cut Out ดีไซน์เว้าสุดเข้าย้วย รวมถึงสไตล์คัลเลอร์บล็อกสีตัดกันแบบเบรียวยปริ๊ด บ่งบอกความเป็นสไตล์มอดส์ ได้ชัดเจน

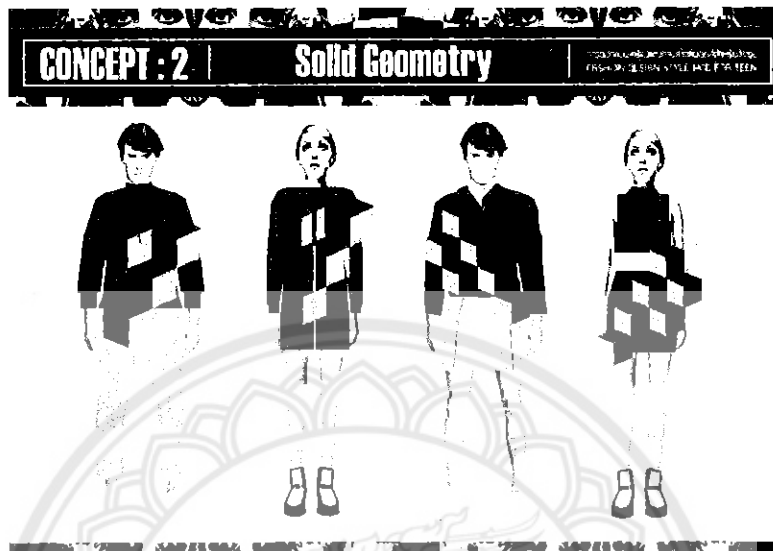


ภาพที่ 72 แสดงแนวความคิดเรขาคณิตสามมิติ (Solid Geometry)



ภาพที่ 73 แสดงแนวความคิดเรขาคณิตสามมิติ (Solid Geometry)

ผลงานการออกแบบ แนวความคิดที่ 2 เรขาคณิตสามมิติ (Solid Geometry)

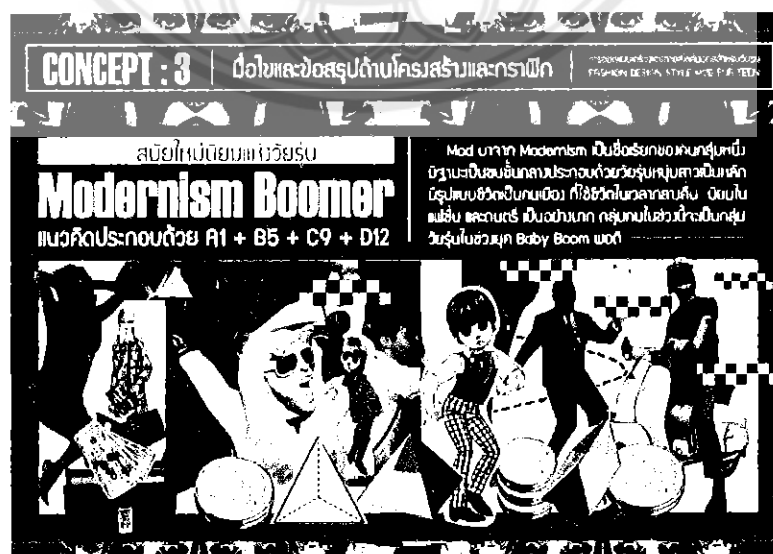


ภาพที่ 74 ผลงานการออกแบบ แนวความคิดที่ 2


แนวทางที่ 3 สมัยนิยมแห่งวัยรุ่น (Modernism Boomer)

ได้จาก A1 + B5 + C9 + D12

อธิบายแนวความคิด Mod มาจาก Modernism เป็นชื่อเรียกของคนกลุ่มหนึ่ง มีฐานะเป็นชนชั้นกลาง ประกอบด้วยวัยรุ่นหนุ่มสาวเป็นหลัก มีรูปแบบชีวิตเป็นคนเมือง ที่ใช้ชีวิตในเวลาว่างเล่น นิยมในแฟชั่น และดนตรี เป็นอย่างมาก กลุ่มคนในช่วงนี้จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นในช่วงยุค Baby Boom พอดี

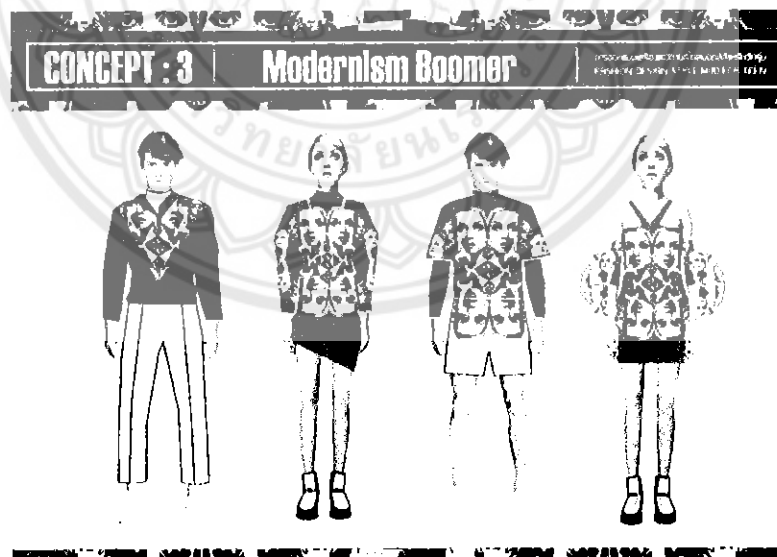


ภาพที่ 75 แสดงแนวความคิดสมัยนิยมแห่งวัยรุ่น (Modernism Boomer)

CONCEPT : 3   ชื่อไทยและชื่อสรุปด้านโครงสร้างและกราฟิก   <small>โครงการส่งเสริมงานออกแบบกราฟิกและสื่อสร้างสรรค์</small>			
อารมณ์ ความรู้สึก รูปแบบ		<b>Modernism Boomer</b> สมัยใหม่ขยับแนววัยรุ่น	
แนวคิด Concept	<b>Modernism</b> สมัยใหม่ขยับ	<b>Boomer</b> Baby Boom ยุควัยรุ่นนอกถ้ำ	
อารมณ์และโทนมสี Mood & Tone	<b>Simple</b> เรียบง่าย		<b>Funny</b> สนุกสนาน
ส่วนประกอบ Elements	<b>Line</b> เส้น		<b>Wavy lines</b> เส้นหยัก

ภาพที่ 76 แสดงแนวความคิดสมัยนิยมแห่งวัยรุ่น (Modernism Boomer)

ผลงานการออกแบบ แนวความคิดที่ 2 เรขาคณิตสามมิติ (Solid Geometry)



ภาพที่ 77 ผลงานการออกแบบ แนวความคิดที่ 3

กลุ่มมอดส์ ผู้ชายจะสวมกางเกงขาตรงเกือบรัดรูป เสื้อสูทคล้ายแจ็กเก็ต เสื้อโปโล ในส่วนของ ผู้หญิงจะใส่เสื้อคลุมแบบสปอร์ต กระโปรงสั้นรัดรูป มินิสเกิร์ต เดรส หรือ กางเกงรัดรูป และ ถุงน่อง และแพตเทิร์น Cut Out ดีไซน์เว้าสุดเข้าย้วย รวมถึงสไตล์สีคัลเลอร์บล็อกสีตัดกัน ลวดลายกราฟิก ของเสื้อผ้าโดยเฉพาะรูปทรงเรขาคณิต และ แอ็กเซสซอรีขนาดบิกแบ้มอย่างต่างหู และกำไลพลาสติก ทรงกลสีสันสดใส หรือลาย Polka Dot เป็นต้น

นำแนวความคิดที่ 1 สนุกไปกับโลกมายา (Op Illusion Funny) มาพัฒนาต่อ 4 ชุด ได้ดังนี้



ภาพที่ 78 ผลงานการออกแบบแนวความคิดที่ 1 สนุกไปกับโลกมายา (Op Illusion Funny) เครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย ชุดจำลอง 1 ชุด



ภาพที่ 79 แสดงภาพการออกแบบที่ 1

เครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง ชุดลำลอง 1 ชุด



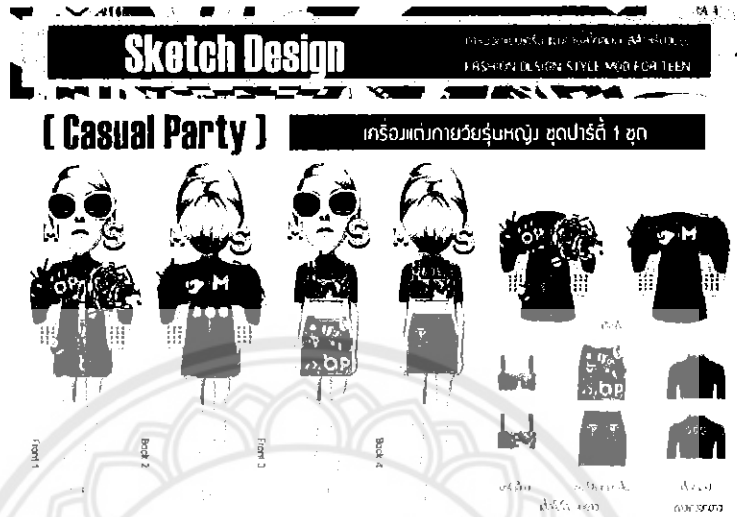
ภาพที่ 80 แสดงภาพการออกแบบที่ 2

เครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย ชุดปาร์ตี้ 1 ชุด



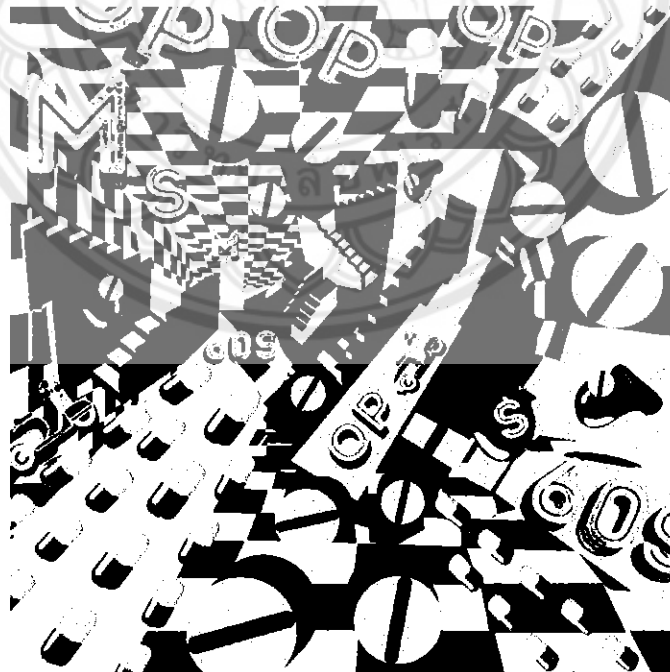
ภาพที่ 81 แสดงภาพการออกแบบที่ 3

เครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง ชุดปาร์ตี้ 1 ชุด



ภาพที่ 82 แสดงภาพการออกแบบที่ 4

จากการศึกษาเครื่องแต่งการสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น ได้แนวคิด คือ สนุกไปกับโลกมายา (Op Illusion Funny) ลายผ้าพิมพ์



ภาพที่ 83 แสดงภาพการออกแบบที่ 4 ลายผ้าพิมพ์

การวิเคราะห์กราฟิกการศึกษาเครื่องแต่งการสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น ได้แนวคิด คือ สนุกไปกับโลกมายา (Op Illusion Funny)



กราฟิกชาวมอดส์ นิยมการใช้โลโก้ที่เป็นตัวหนังสือติดบน เวสป้า หรือ Lambretta ผู้วิจัยจึงเลือก ตัวหนังสือต่าง ๆ เช่น 60s , OP , MOD ที่มีความสอดคล้องกับ สไตล์มอดส์ มาใช้เป็นลายแพตเทิร์นและการเสพยาเป็นเรื่องปกติของชาวมอด โดยเฉพาะแอมเฟตามีน ยาเหล่านี้เข้ากันได้กับวิถีชีวิตของพวกเขา ทำให้หนุ่มสาวชาวมอดส์ ทำงานได้ทั้งวันและยังมีแรงพอที่จะออกไปสนุกสนานยามค่ำคืนจนเกือบรุ่งเช้ามอดส์ และกลุ่มมอดส์ที่จะใช้สกูตเตอร์ เป็นยานพาหนะ โดยเฉพาะที่ผลิตจากอิตาลี ยี่ห้อ เวสป้า หรือ Lambretta ซึ่งออกแบบให้เหมาะสมกับการขับขี่ในเมือง ด้วยแบบรถที่ดูเรียบ ๆ แต่มีสีสันเป็นประกาย และทำนั้งขับขี่ที่ตัวตั้งตรง เป็นเสน่ห์ที่ทำให้ชาว มอดส์ เห็นว่าเข้ากันได้กับสไตล์ของพวกเขาและลายกราฟิกที่นำมาออกแบบที่ดูแล้วมีความซับซ้อน วกไปวนมาก็เปรียบกับโลกมายาที่ทำให้คนเสพติดจนหาทางออกมาไม่ได้ ทั้งหมดนี้นำมาใช้ในการออกแบบลายกราฟิกในวิจัยการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น



ภาพที่ 84 แสดงภาพการออกแบบที่ 4 วิเคราะห์กราฟิก



ภาพที่ 85 ภาพผลงานเครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง ชุดลำลอง casual wear



ภาพที่ 86 ภาพผลงานเครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย ชุดลำลอง casual wear



ภาพที่ 87 ภาพผลงานเครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง ชุดปาร์ตี้ลำลอง casual party



ภาพที่ 88 ภาพผลงานเครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย ชุดปาร์ตี้ลำลอง casual party



ภาพที่ 89 ภาพผลงานเครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง



ภาพที่ 90 ภาพแสดงผลงาน

## บทที่ 5

### บทสรุป

การดำเนินการศึกษาศิลปะนิพนธ์ในหัวข้อ การออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น สนุกไปกับโลกมายา (Op Illusion Funny) เป็นศิลปะการแต่งกายที่เกิดจากการเสพยาเสพติดของกลุ่ม ซาวมอดส์ ที่เกิดเป็นงานศิลปะที่ถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของ รูปธรรม และนามประธรรม ที่ตกอยู่ภายใต้จิตนาการของผู้เสพและถูกถ่ายทอดออกมาเป็นลวดลายที่ให้ความรู้สึกมีนัยง ลายของเมื่อยา รวมไปถึงลักษณะของการเสพยาเสพติดโดยยาเหล่านี้เข้ากันได้กับวิถีชีวิตของกลุ่ม มอดส์ โดยยาทำให้ทำอะไรๆ ได้นานขึ้น และทำให้พวกกลุ่มวัยรุ่นมอดส์ติดอยู่กับโลกมายาจิตนาการเพื่อฝัน โดยแนวชุดจะมีความล้ำสมัยและสนุกสนาน และใช้งานได้จริง โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาและวิเคราะห์รูปแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์
2. เพื่อออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ ชุดลำลอง casual casual , ชุดปาร์ตี้ลำลอง

casual party สำหรับวัยรุ่นชาย และวัยรุ่นหญิง

#### สรุปผลการวิจัย

ขอบเขตด้านการออกแบบ

การออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ จำนวน 1 (Collection) 4 ชุด มีดังนี้

1. เครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย ชุดลำลอง casual wear 1 ชุด ประกอบไปด้วย  
เสื้อแจ็กเก็ต jacket  
เสื้อยืดแขนยาว  
กางเกงขาสั้น
2. เครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย ชุดปาร์ตี้ลำลอง casual party 1 ชุด ประกอบไปด้วย  
กางเกงขาสั้น  
เสื้อโปโล  
เสื้อแขนยาวคอเต่า
3. เครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง ชุดลำลอง casual wear 1 ชุด ประกอบไปด้วย  
ชุดกระโปรง dress  
เสื้อครอปคอเต่า

#### 4. เครื่องแต่งกายวัยรุ่นหญิง ชุดปาร์ตี้ลำลอง casual party 1 ชุด ประกอบไปด้วย

เสื้อเกาะอก

เสื้อครอปคอเต่า

เสื้อแจ็คเก็ต jacket

กระโปรงสั้น miniskirt

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ประวัติความเป็นมาของเครื่องแต่งกาย
2. แนวคิดการออกแบบเครื่องแต่งกายวัยรุ่น ชาย หญิง
3. เนื้อหาของเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์
4. รูปแบบ (โครงสร้าง) การออกแบบ
5. เทคนิคการตัดเย็บเครื่องแต่งกายวัยรุ่นชาย หญิง

#### ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลา 4 เดือน สิงหาคม – พฤศจิกายน พ.ศ.2558  
แผนการดำเนินงานตลอดโครงการ (4 เดือน)

#### ขอบเขตด้านประชากร

##### ประชากร

เพศ: ชาย หญิง

เชื้อชาติ: ไทย

อายุ: 18-25 ปี

อัตราการซื้อ: โดยมุ่งเน้นไปที่สินค้าที่เจาะกลุ่ม Middle-end ซึ่งมีราคาไม่แพงมาก

นักซึ่งกลุ่มวัยรุ่นสามารถที่จะซื้อได้ โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 1,000-5,000 บาท

อาชีพ: พนักงานบริษัท

วิถีการดำเนินชีวิต : กลุ่มวัยรุ่นที่เน้นวัตถุและบริโภคนิยมมากกว่าจิตนิยม ใฝ่หาความรุ่มรวย อยากร่ำรวย และกำลังดำเนินชีวิตไปในวิถีทางของวัฒนธรรมบริโภคนิยม มีการบริโภคแบบฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็น เกิดการลอกเลียนวัฒนธรรมการบริโภคของต่างประเทศจนกลายเป็นความฟุ้งเฟ้อ มีสื่อต่างๆ เข้ามาในการรับรู้มากมาย เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ หรือแม้กระทั่งปากต่อปาก ซึ่งเป็นการค่อยๆ ซึมซับและปลูกฝังค่านิยมและความศรัทธาของการบริโภคสินค้าแบรนด์เนมอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว มีลักษณะการใช้ชีวิตที่รักการแต่งกาย มีความมั่นใจในตัวเอง มีความสนใจด้านแฟชั่นและด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย

### อภิปรายผลการวิจัย

วิเคราะห์จากรูปแบบการศึกษา การออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น จากขั้นตอนในการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. เครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ มีความทันสมัย เป็นการออกแบบที่เข้ากับคนที่นิยมแต่งตัวแฟชั่นไอคอน ในสังคมปัจจุบันเป็นอย่างมาก แต่เครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์มีความเยอะ และยังคงอยู่ในรูปแบบที่ล้าสมัย ที่อาจไม่เข้ากับบางกลุ่มคนในปัจจุบัน

2. จากการวิเคราะห์ข้างต้น ผู้วิจัยได้ศึกษาหาแรงบันดาลใจในการออกแบบ แล้วก็ศึกษาเรื่องราวละเอียดของการเสพยาเสพติดของกลุ่มวัยรุ่นมอดส์ ที่เกิดเป็นงานศิลปะที่ถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของ รูปธรรม และนามประธรรม ที่ตกอยู่ภายใต้จินตนาการของผู้เสพและถูกถ่ายทอดออกมาเป็นลวดลายที่ให้ความรู้สึกมีนัยง ลายของเม็ดยา รวมไปถึงลักษณะของการเสพยาเสพติดโดยยาเหล่านี้ เข้ากันได้กับวิถีชีวิตของกลุ่มวัยรุ่นมอดส์ ซึ่งเล็งเห็นถึงความสำคัญในการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น ให้มีความทันสมัย สนุกสนาน ได้ศึกษารูปแบบโครงสร้างเสื้อผ้าในยุค 60 , สี วัสดุ และเทคนิคในสไตล์มอดส์ มาใช้กับผลงานของผู้วิจัยเอง แล้วจึงทำแบบร่างนำเสนอ

3. ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจมาจาก สนุกไปกับโลกมายา (Op Illusion Funny) เรื่องราวในสไตล์มอดส์เรื่องของการเสพยาเสพติด โดยมุ่งเน้นทางด้านโครงสร้างยุค 60 ของเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น และผสมผสานแนวคิดจากผู้วิจัยเอง ทำให้ได้ผลงานที่ร่วมสมัย สนุกสนาน และสามารถสวมใส่ได้จริงในชีวิตประจำวัน

4. จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบถึงงานที่เกิดการจากสร้างสรรค์จากสไตล์มอดส์ กันต์กนิษฐ์ พานิช (2552) ได้ทำวิจัยเรื่อง Mod Style ลักษณะเด่นของแฟชั่น มอดส์ คือการแต่งตัวด้วยมินิสเกิร์ต ชุดเดรส สวมถุงน่อง สีสันทันจะเน้นไปในแนวจัดจ้าน หรือสีเมทัลลิก และลวดลายที่ได้รับความนิยมคือลายเรขาคณิต ซึ่งลายเรขาคณิตเป็นสิ่งที่ข้าพเจ้ามีความสนใจเป็นอันดับหนึ่งในการที่จะนำมาสร้างสรรค์ผลงาน เนื่องจากข้าพเจ้าเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว บ่งบอกความเป็น มอดส์ ได้ชัดเจนกว่าสีสัน เพราะแฟชั่นแนวอื่นเช่น Color Block ก็เป็นแนวเสื้อผ้าที่มีสีสันสดใสจัดจ้านเช่นเดียวกับ มอดส์ หากแต่ขาดไปเพียงลายเรขาคณิตที่เป็นกราฟิกอันโดดเด่นของมอดส์ และถึงแม้จะเป็นเสื้อผ้าสีขาวดำ เพียงแค่ใส่ลายเรขาคณิตเข้าไป แต่ยังคงองค์ประกอบอื่นเช่น การแต่งหน้า ทาผมที่ยังคงเป็น มอดส์ ไว้ ก็จะเกิดเป็นงานแฟชั่นแนวModได้โดยไม่ต้องใช้เสื้อผ้าที่มีสีสันจัดจ้านแต่อย่างใด ซึ่งมีความเชื่อมโยงและสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการออกแบบ เครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่นได้

### ข้อเสนอแนะ

1. การดำเนินการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ในหัวข้อ การออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับวัยรุ่น ซึ่งพบปัญหาในการดำเนินงานวิจัย คือ การค้นคว้าเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ ซึ่งข้อมูลค่อนข้างมีจำนวนน้อยและในปัจจุบันมีให้ศึกษาค้นคว้าได้หลายทาง จึงต้องเจาะกลุ่มเฉพาะในเรื่องของแฟชั่นเครื่องแต่ง และได้เก็บข้อมูลรูปแบบโครงสร้างและรูปแบบการแต่งกาย ทั้งนี้ได้ใช้ความพยายามและความตั้งใจในการศึกษาค้นคว้าและเรียบเรียง ทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้
2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ที่ Trend 2016 และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษา ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ยังไม่ได้วิเคราะห์ แยกแยะ ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสับสนจากข้อมูลเบื้องต้นนั้น
3. ขั้นตอนกระบวนการตัดเย็บที่ต้องใช้ระยะเวลาในการขึ้นแบบโครงสร้าง ทั้ง ตัด พับ ซับ รีด เย็บและการนำมาเย็บบางขั้นตอนก็ต้องนำมาเย็บเอง การสื่อสารกับช่างตัดเย็บก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน ทั้งหมดนี้จึงเป็นกระบวนการที่ยุ่งยากและมีความซับซ้อน ควรมีการวางแผนระยะเวลาให้ดีเพราะงานอาจล่าช้าไม่ทันตามเป้าหมายที่วางไว้
4. การทำวิจัยจะไม่สามารถที่จะดำเนินงานด้วยตัวเองได้ทั้งหมด จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีที่ปรึกษา และผู้ให้ความช่วยเหลือทั้งในด้านข้อมูลและคำปรึกษาชี้แนะในเรื่องของการออกแบบเครื่องแต่งกาย และ ทิศทางในการทำงานต่าง ๆ
5. การดำเนินการวิจัย ในเรื่องของการตัดสินใจการออกแบบ ควรใช้เหตุผลและข้อมูลที่ได้จากการศึกษารวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมดนั้นมาประกอบการตัดสินใจมากกว่าจะใช้ความรู้สึกของตนเองในการตัดสินใจทุกครั้ง





## บรรณานุกรม

- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง.(2547).ประวัติศาสตร์ศิลปะเครื่องแต่งกาย.กรุงเทพมหานคร : อินฟอร์มีเดียอินเตอร์เนชันแนล.หน้า 675 .
- เพ็ญนิภา พรพัฒน์นางกูร.(2551).ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของ วัยรุ่น.กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เบญจมาศ ทวีสุข.(2558).การออกแบบเครื่องแต่งการสำเร็จรูปสตรี จากผ้าฝ้ายทอมือที่ได้รับแรงบันดาลใจมา จากแห่งยุคข้อมูลข่าวสาร.พิษณุโลก : ศิลปะนิพนธ์เสนอคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษา หลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัย นเรศวร.
- มติชนกรู๊ป.(2555).ม็อดจิกทีส์สไตล์ เสน่ห์สาว “Mod” ย้อนยุค 60’s (ออนไลน์).สืบค้นจาก : [http://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1337071455](http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1337071455)  
(5 กันยายน 2558)
- ยูทิฟังก์ จิว.(2551).Fashion’s World เมื่อการตลาดเปลี่ยนโลกแฟชั่น (ออนไลน์).สืบค้นจาก : <http://www.tcdc.or.th/src/17087/www-tcdconnect-com/Fashion's-World>  
(3 กันยายน 2558)
- วุฒิชัย โคตรภูธร.(2557).การออกแบบเครื่องแต่งกายบุรุษที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากศิลปะป๊อปอาร์ต.พิษณุโลก : ศิลปะนิพนธ์เสนอคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วน หนึ่งของการศึกษา หลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- J'nae Saunders.(2011).We Are The Mods (ออนไลน์).สืบค้นจาก : <http://issuu.com/jnaesaunders/docs/new>
- Joe Lewis-Collins.(1012).We are the Mods 2 (ออนไลน์).สืบค้นจาก : [http://issuu.com/joelewis-collins89/docs/we\\_are\\_the\\_mods](http://issuu.com/joelewis-collins89/docs/we_are_the_mods)
- Josemaria Aznar.(2006).Nme originals: MOD (ออนไลน์).สืบค้นจาก : <http://issuu.com/kylldare/docs/nme.originals.mod.magazine.2006>
- Lillian Anyayo.(2013).1960’ernes look (ออนไลน์).สืบค้นจาก : [http://issuu.com/lilliananyayo/docs/1960\\_ernes\\_look](http://issuu.com/lilliananyayo/docs/1960_ernes_look)



**การออกแบบเครื่องแต่งกายสไตล์ลอสส์ สำหรับวัยรุ่น**  
 THE FASHION DESIGN STYLE MASS FOR TEEN

**เปรียบเทียบสีที่กล่าวถึงในวัยเรียน**

**ข้อมูลผลิตภัณฑ์**

ชื่อสินค้า: ...  
 วัตถุประสงค์: ...  
 วัสดุที่ใช้: ...

**CONCEPT**  
 Funny Chic

จุดเด่น: ...  
 วัสดุที่ใช้: ...  
 เทคนิคการออกแบบ: ...

**Mood / Tone**

**กรอบแนวคิด**

**วัตถุประสงค์ของการออกแบบ**

วัตถุประสงค์: ...  
 วัตถุประสงค์: ...

**ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย**

กลุ่มเป้าหมาย: ...  
 กลุ่มเป้าหมาย: ...

**วิธีการดำเนินงาน**

ขั้นตอน: ...  
 ขั้นตอน: ...

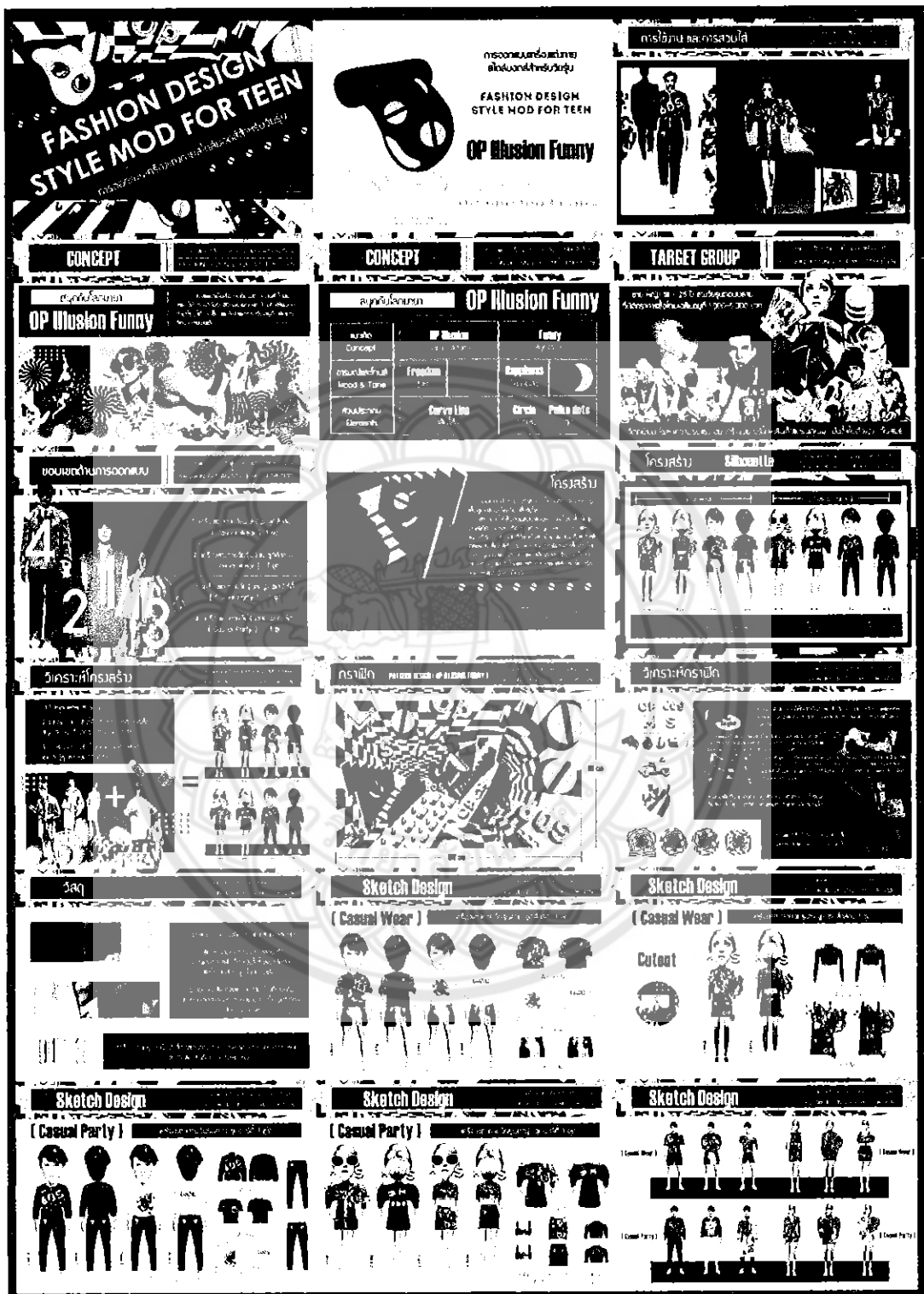
**ชนิดผลิตภัณฑ์การออกแบบ**

- เสื้อตัวนอก (Outer Wear) 1 ชุด
- เสื้อตัวใน (Inner Wear) 1 ชุด
- ชุดชั้นใน (Underwear) 1 ชุด
- ชุดเครื่องประดับ (Accessories) 1 ชุด

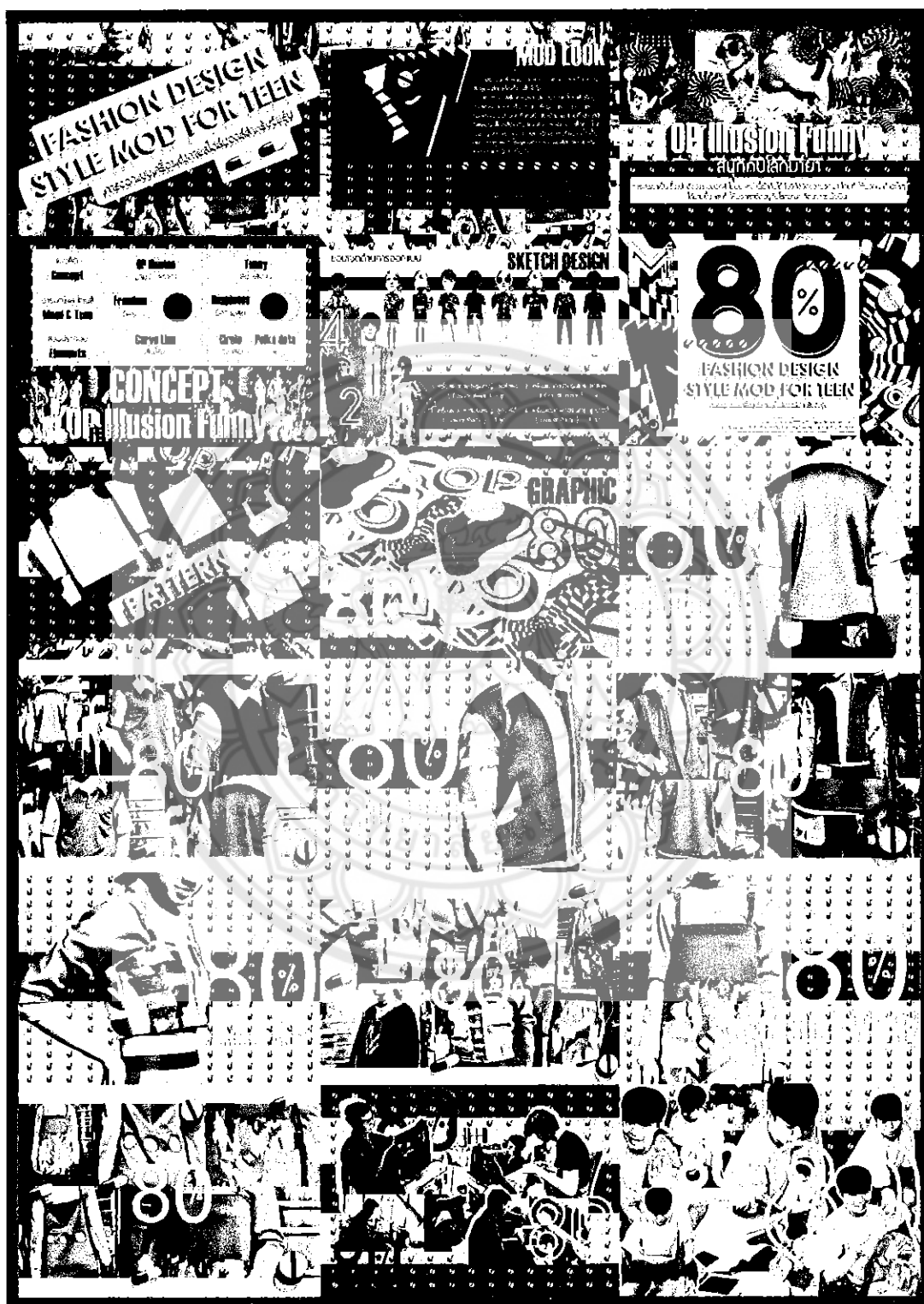
ภาพที่ 91 ภาพเอกสารนำเสนอการสอบครั้งที่ 1



ภาพที่ 92 ภาพเอกสารนำเสนอการสอบครั้งที่ 2



ภาพที่ 93 ภาพเอกสารนำเสนอการสอบครั้งที่ 3



ภาพที่ 94 ภาพเอกสารนำเสนอการสอบครั้งที่ 4



FASHION DESIGN  
STYLE MOD FOR TEEN

ภาพเอกสารนำเสนองานออกแบบแฟชั่นสำหรับวัยรุ่น

ชื่อ Concept	OP Illusion USY 2021	Color Primary
แนวคิด Mind & Tone	Twisted Zoo	Appreciate Diversity
วัสดุ Elements	Cherry Libe 3.5%	Circle 20002

เบอร์ไลน์ โทรสาร 55 710017  
เลขที่ใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ  
นักออกแบบแฟชั่น 4 คนที่ ๒๕๖๖๖๖๖๖

OP Illusion Funny

สนุกกับโลกมายา

ศิลปะการแต่งกายที่คิดจากการผสมผสาน  
ของลวดลาย มอดส์ ที่ตีกับแบบศิลปะที่ดูเก่าๆยก  
ออกมาในรูปแบบของ รูปธรรม ที่ถูกผูกมัดไว้  
จัดนาการของผู้ผสมและถูกถ่ายทอดออกมาเป็น  
ลวดลายที่ให้ความรู้สึกมันม ลายของมอดส์ รวมไปถึง  
ไปกับลักษณะของการผสมผสานที่ดูโดยอ้อมแล้ว  
เข้ากันได้กับชีวิตของลวดลาย มอดส์ โดยการทำ  
ผ้าอะไรๆ ให้อ่านขึ้น และทำให้มอดส์กลุ่ม มอดส์ที่  
อยู่กับโลกมายาจินตนาการเหมือนฝัน ทั่วทุกดินแดน  
ออกมาเป็น เครื่องแต่งกายสไตล์มอดส์ สำหรับ  
วัยรุ่น



ภาพที่ 95 ภาพเอกสารนำเสนองานออกแบบแฟชั่นสำหรับวัยรุ่น





ภาพที่ 96 ภาพชุดต้นแบบ 1



ภาพที่ 97 ภาพชุดต้นแบบ 2



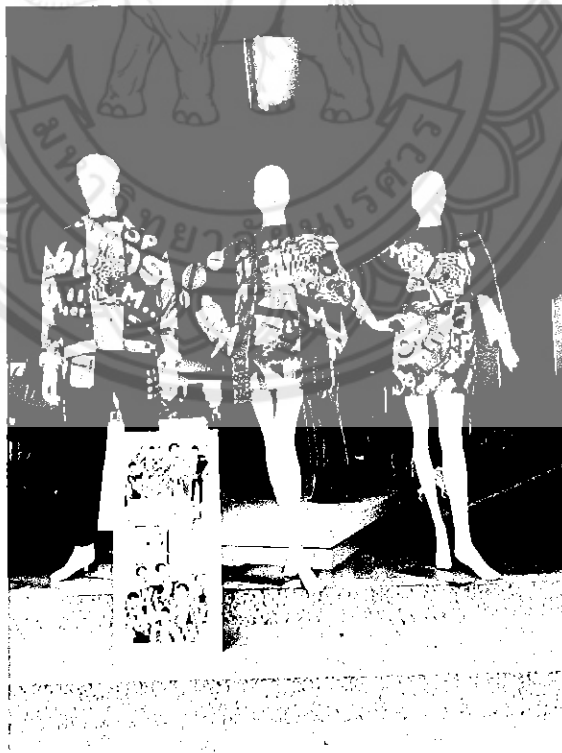
ภาพที่ 98 ภาพวันนำเสนอที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 1



ภาพที่ 99 ภาพวันนำเสนอที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 2



ภาพที่ 100 ภาพนำเสนอที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 3



ภาพที่ 101 ภาพนำเสนอที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 4



ภาพที่ 102 ภาพวันถ่ายแพชั่น 1



ภาพที่ 103 ภาพวันถ่ายแพชั่น 2



ภาพที่ 104 ภาพผู้นำเสนอที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 5



ภาพที่ 105 ภาพผู้นำเสนอที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 6